

اللغة العربية والإعلام

- | | |
|---------------------------|--------------------------------|
| أ. د هشام محمد عباس زكريا | د. مصعب عبد القادر وداعمة الله |
| د. نضال محمد فتحي الشمالي | د. لطفي الزبيادي |
| د. محمد أحمد هاشم الشريف | د. فلاح عامر الدهمشي |

الندوة التي أقامها المركز بالشراكة مع:
(قسم الاتصال والإعلام – كلية الآداب)
جامعة الملك فيصل
احتفاء باللغة العربية في يومها العالمي (٢٠١٦م)



اللغة العربية والإعلام

الطبعة الأولى
٢٠١٦ / ١٤٣٨ م
جميع الحقوق محفوظة
المملكة العربية السعودية.. الرياض
ص.ب. ١٢٥٠٠، الرياض
هاتف (٠٠٩٦٦١١٢٥٨١٠٨٢ - ٠٠٩٦٦١١٢٥٨٧٢٦٨)
البريد الإلكتروني (nashr@kaica.org.sa)

٤ مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز لخدمة اللغة العربية، ١٤٣٨ هـ
فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر.
مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية
اللغة العربية والإعلام / مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي
لخدمة اللغة العربية - الرياض، ١٤٣٨ هـ.
(١٤٧) ص (سلسلة مباحث لغوية؛ ٢١)
ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٩٠٨٤٧-٨-٥
١-اللغة العربية - ٢- الإعلام - العنوان
ب - السلسلة.
دبوى ١٤٣٨/١٠٧١٤١٠ هـ
رقم الإيداع ١٤٣٨/١٠٧١
ردمك: ٩٧٨-٦٠٣-٩٠٨٤٧-٨-٥

لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب، أو نقله في أي شكل أو وسيلة، سواءً كانت إلكترونية
أم يدوية أم ميكانيكية، بما في ذلك جميع أنواع تصوير المستندات بالنسخ، أو التسجيل أو
التخزين، أو أنظمة الاسترجاع، دون إذن خطي من المركز بذلك.

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريًّا)

كلمة المركز

تتكامل الأنشطة والبرامج في مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية فيما يحقق رؤيته العامة في دعم الأفراد والمؤسسات التي تعمل في خدمة اللغة العربية، وإيجاد حالة إيجابية من العمل المشترك، والتواصل الراجحي والمعرفي؛ تحقيقاً لأهدافه وسياساته العامة، ومتى لرؤى قيادتنا الرشيدة، ولللغة الكريمة التي يخدمها.

وبدعم من معالي المشرف العام وزير التعليم ورئية مجلس أمنائه يجتهد المركز في العمل ضمن دوائر متعددة، منها: تفعيل الجهود المؤسساتية السعودية لمواكبة الحدث الدولي في الاحتفاء باللغة العربية الذي يأتي في ١٨ ديسمبر من كل عام، وينظم المركز هذه المناسبة سنوياً؛ لتكون منبراً لإطلاق المبادرات، وتقدير الجهود، والنقاش العلمي. ولتكون يوماً من الاحتفاء بسنة من الإنجاز السابق أو التهيئة لعام قادم؛ لأن تكون للاحتفاء الخطابي المجرد.

ويمثل اليوم العالمي للغة العربية مساراً من المسارات التي ينشط فيها المركز؛ لتكامل مع مساره الأخرى في النشر والتعاون الدولي والخطاب اللغوي والمشروعات العلمية والمؤتمرات وغيرها؛ إذ تعد اللغة العربية من أقدم لغات العالم استخداماً وأطوالها عمراً، كما أنها من أكثر لغات المجموعة السامية متعددتين، وتستمد خلودها وانتشارها من كونها لغة للقرآن الكريم الذي يتصل به خمس العالم من خلال استخدام بعض كلماتها في الشعائر الدينية اليومية الرئيسة، إضافة إلى أنها لغة يتصل بها كثيرون لأسباب قومية أو ثقافية أو علمية.

وامتداداً لشراكات مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية مع الجامعات السعودية، وتوطيداً للصلات العلمية التي تجمعه بها؛ سعد المركز في احتفاء هذا العام ١٤٣٨هـ-٢٠١٦م بالتعاون مع بعض كليات الإعلام وأقسامها في تلك الجامعات، وذلك بتنفيذ برنامج علمي ذي فعاليات ومناشط متنوعة، تتناول موضوعاً واحداً هو (اللغة العربية والإعلام)، سعياً إلى توفير عدد من الدراسات والبحوث والتقارير الميدانية التي تعالج الصلة بين اللغة العربية والإعلام في واقعها ومستقبلها المؤمل، ورغبةً في مد جسور التعاون بين المتخصصين في مجال اللغة العربية والإعلام.

ويضم هذا الكتاب النتاج العلمي الخاص بندوة (اللغة العربية والإعلام) التي وضع المركز رؤاها العامة ضمن برامجه وسعد بموافقة قسم (الاتصال والإعلام) في (جامعة الملك فيصل) على النهوض بها من الناحية العلمية والتنفيذية، بما في ذلك اختيار العنوانات، والتنسيق مع الباحثين، وترتيب أوراق العمل؛ تحقيقاً للتكامل بين التخصصات المعرفية المجاورة، فلكلية الآداب، ولقسم الاتصال والإعلام وأساتذته وللباحثين المشاركين الشكر والثناء، وأخص منهم سعادة الدكتور سامي الجمعان رئيس القسم، الذي كان له جهد في تذليل الإجراءات الإدارية، وإسهاماً مباشرأً في تحفيز العمل، والدفع به إلى النجاح.

ويتطلع المركز إلى مزيد من التعاون في هذا المجال وغيره من أوجه خدمة اللغة العربية.

الأمين العام

د. عبدالله بن صالح الوشمي

افتتاحية

ينهض قسم الاتصال والإعلام في كلية الآداب بجامعة الملك فيصل بدور رائد في الشراكات العلمية والحملات التوعوية والمشاركات المجتمعية التي من شأنها التأصيل لأعمال علمية وتوعوية واجتماعية مبنية هدفها تحقيق رؤية ورسالة وأهداف القسم والكلية والجامعة، وهنا يأتي هذا التعاون المتميز بين القسم ومركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية ليثمر عن مشروع مشترك يتمثل في إقامة ندوة متخصصة عن أهمية توظيف اللغة العربية إعلامياً يقدمها نخبة من المتخصصين في هذا المجال ، كما يتضمن إصدار كتاب علمي يضم بين دفتيه عدداً من البحوث التي تدور حول علاقة اللغة العربية بالإعلام ، هذه العلاقة التلازمية التي من شأنها أن تؤكد دور القسم والمركز على حد سواء في مجال خدمة اللغة العربية واستثمار طاقات هذه اللغة ومخزونها الفكري برؤية إعلامية مدرورة بما يحيط اللثام عن أهمية توظيف اللغة العربية إعلامياً كونها لغة عالمية ينطقها اليوم ما يقارب مليار إنسان على وجه البسيطة.

ثقتنا كبيرة في أن هذا المشروع - بإذن الله تعالى - بهذا التنوع في موضوعاته يعني من بين ما يعنيه اخراط الباحثين في عمق المناسبة واشتراكهم في كتل مفاهيمها المعرفية في آن معًا على محور إعلام الزمن و زمن الإعلام، فالموضوعات المطروحة هنا التي أعدها نخبة من أساتذة قسم الاتصال والإعلام ولغة العربية بكلية الآداب جاءت لتصب جميعها في موضوع الكتاب وتغوص بامتلاء في جوهر الفعل الإبداعي الذي لا يسمح هذا المقام التقديمي المختصر بتعقب خصائصه وتفاصيله.

هنا آثرنا الوقوف على عيوب هذا الإصدار التي تلخص - في نظرنا - مشروع استدعته المناسبة ، فضم أربع عيوب غاية في العمق المعرفي المتخصص، جاءت العتبة الأولى فيه ل تستقرى الجهات النخب الإعلامية نحو مفهوم التنمية اللغوية دراسة تطبيقية على عينة من الإعلاميين وأساتذة الإعلام بالجامعات السعودية، بينما

تحورت العتبة الثانية في واقع اللغة العربية وملامحها في ضوء تطور وسائل الإعلام، أما العتبة الثالثة فكانت عن الإعلام العربي الجديد من بلاغة الكلمة إلى ثقافة الصورة، ل تستقر العتبة الرابعة عند اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية، ولا شك في أن هذا الجهد المبارك سيكون له ما بعده في منظومة التعاون والشراكة بين قسم الاتصال والإعلام بجامعة الملك فيصل من جهة ومركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية من جهة ثانية، وكلية الآداب بجامعة الملك فيصل مثلاً في قسم الاتصال والإعلام تسعد كل السعادة بهذا التعاون البناء وتدعوه بإمكاناتها كاملة.

إن إيماننا كبير وقناعتنا أكبر في أنَّ تطافر الجهود بين مؤسساتنا الثقافية كفيل بأن يحقق الهدف من هذه المؤسسات التي تحظى بدعم لا حدود له من الدولة - أيدها الله - ويقوم عليها كوكبة من أبناء الوطن الذين استشعروا مسؤوليتهم وأدركوا أمانة الكلمة وأهمية توجيه الإعلام في عصرنا الحاضر للدفاع عن قضيائنا المصيرية ولتحقيق هوية وطننا وتأكيد لحمة أبنائه وتعزيز مفهوم المواطنة والانتماء.

والحاصل: إن هذا المشروع البحثي المتخصص يحثنا على قراءة واقعنا الإعلامي المعاصر ومدى قدرتنا على توظيف لغتنا العربية الأصيلة في الدفاع عن هويتنا وقضيائنا المصيرية في عالم أصبح لفعل الإعلامي قدرته الفائقة على تغيير كثير من القناعات عند الدول والشعوب.

أهني الزملاء في قسم الاتصال والإعلام ومركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية القائمين على هذا المشروع، وأرجو لهم مزيداً من النجاح والتوفيق، آملين أن يستمر هذا العطاء وهذا التعاون، فلغة القرآن حرية بالاهتمام والدرس والتوظيف.

أ. د. ظافر بن عبدالله الشهري

عميد كلية الآداب بجامعة الملك فيصل

رصد وتوثيق

مثل هذه التجارب القائمة على الشراكة والتفاعل بين قطاعين أو أكثر تدفع إلى سرعة الإنجاز ودقة أيضا، وبحكم معاishiتي لتجربة الشراكة بين مركز الملك عبدالله الدولي لخدمة اللغة العربية وقسم الاتصال الإعلام بكلية الآداب بجامعة الملك فيصل وقفت شخصيا على إيجابيات هذا المشروع المتعددة، أولا من حيث الرابط بين جهود جهتين فاعلتين في الحراك العلمي والثقافي، ثانيا من حيث رصد حالة التأثير والتأثر بين مجالين أصيلين في حياتنا : لغتنا العربية بمحولاتها المتعلقة بالهوية والحضارة وما إلى ذلك، ومجال الإعلام بوصفه لاعبا رئيسيا في حياتنا المعاصرة.

هذا المشروع الحيوي الذي يتبنّاه مركز الملك عبدالله الدولي لخدمة اللغة العربية يسعى لخلق حركة تفاعل حقيقة بين أساتذة الإعلام بمجالات تخصصاتهم المختلفة وبين قضايا اللغة العربية الراهنة، لذا كان تفاعل الباحثين مميزا، كونهم وجدوا في مجال البحث طرافة وجده، فضلا عن نتائجه ذات النفع المستقبلي الكبير، وما يزيد هذه الشراكة قوة حرصها على تكرار المشروع مع معظم أقسام الاتصال والإعلام بالجامعات السعودية، مما يكفل حراكا متفردا بين قضايا اللغة العربية والقضايا الإعلامية.

هذه الشراكة تنتهي إلى مشروعين علميين أساسيين، الأول: ندوة علمية يعرض من خلالها الباحثون ما توصلوا إليه من نتائج في معرض أبحاثهم، والثاني هذا المؤلف الذي يضعه المركز بين أيدي القراء والمهتمين والمؤسسات العلمية ليكون مرجعا نافعا للأجيال.

وعليه نتقدم بواهر الشكر لمركز الملك عبدالله الدولي لخدمة اللغة العربية على مبادرته المميزة، ونشكر الزملاء الباحثين على ما بذلوه من عطاءات علمية، آملين أن تستمر مثل هذه المبادرات، وأن تتطور مثل هذه الشراكات.

د. سامي عبداللطيف الجماعان

رئيس قسم الاتصال والإعلام بكلية الآداب، جامعة الملك فيصل

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريًّا)

اتجاهات النخب الإعلامية نحو مفهوم التنمية اللغوية

دراسة تطبيقية على عينة من الإعلاميين وأساتذة الإعلام

بالمجامعات السعودية

د. مصعب عبد القادر وداعمة الله

أ. د هشام محمد عباس زكريا

مقدمة:

تبحث هذه الدراسة في إمكانية تحقيق مفهوم التنمية اللغوية على أرض الواقع من ناحية، وقياس الدور الفعلي الذي يمكن أن تطلع به النخب الإعلامية في هذا المجال من ناحية أخرى. حيث يتم التركيز في ذلك على محورين رئيسين. الأول نظري مفاهيمي يؤطر للعلاقة بين الإعلام والتنمية اللغوية، ومدى ارتباط الإعلام وظيفياً بمواعين وقدرات اللغة ودلالة المفردات. المحور الثاني يتم فيه إجراء دراسة تطبيقية على عينة مختارة من الإعلاميين المهنيين وأساتذة الإعلام، بغية تلمس مؤشرات علمية وعملية تمكن من قياس اتجاهات النخب الإعلامية ومؤسسات صناعة الرأي نحو مفهوم التنمية اللغوية، ووعيها بالرابطة الموضوعية بين التنمية اللغوية وتأثير الرسالة الإعلامية.

كما تبحث الدراسة أيضاً في أهمية تحقيق مفهوم التنمية اللغوية برغم ما يقابلها من صعوبات، من واقع أن اللغة من أهم الأدوات الوظيفية في إنتاج المادة الإعلامية وتوجيه الرسائل. حتى المضمون الإعلامي نفسه يستقر معناه وتتضخم تداعياته وفقاً لصياغته اللغوية ومحدداته النصية. بناءً على ما تقدم، تسعى الدراسة للإجابة على سؤال رئيس وهو، ما هي اتجاهات النخب الإعلامية نحو التنمية اللغوية؟ ومن هذا السؤال تتفرع أسئلة فرعية عديدة هي: ما هو مفهوم التنمية اللغوية وما هي أدواتها؟، ما مستوى إدراك النخب الإعلامية في الإعلام السعودي لمفهوم التنمية اللغوية وأهميته؟، ما العلاقة بين النخب الإعلامية والتنمية اللغوية في الإعلام السعودي؟،

ولأي درجة تعتبر التنمية اللغوية ضرورية في عمليات التواصل الإنساني المرتبطة ب مجالات الحياة المتعددة؟ كما تتساءل الدراسة حول طبيعة التحديات والصعوبات التي تصطدم بها أي جهود مصوّبة لتنمية اللغة؟، وطبيعة العلاقة بين الممارسة الإعلامية والتنمية اللغوية في الإعلام السعودي؟

مجتمع الدراسة هجين من أساتذة الإعلام واللغة العربية بجامعة الملك فيصل والقائمين بالاتصال في بعض المؤسسات الإعلامية بالمنطقة الشرقية من المملكة العربية السعودية. استهدفت الدراسة توزيع أسئلة الاستبانة لهذه المجموعات بالتساوي. ومن ثم تحليل الإجابات الواردة والخروج منها بمؤشرات تفسيرية ثبتت أو تنفي الفرضية المخiorية في الدراسة. وكذلك تحبيب على الأسئلة المطروحة. تم اختيار مجتمع الدراسة والتطبيق على هذه العينة المختارة للاعتبارات التالية:

- ١ - قدرة أساتذة الإعلام على النظر للقضية البحثية بموضوعية في هذا المجال، إضافة إلى أن معظم أفراد العينة قد مارس العمل الإعلامي بجانب البحث والتدريس بالجامعات.
- ٢ - قدرة أساتذة اللغة العربية على النظر إلى القضية المطروحة (التنمية اللغوية) للبحث من باب التخصصية في مجال الدراسات اللغوية.
- ٣ - قدرة الإعلاميين بالمنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية على التفاعل الإيجابي مع هذه الظاهرة وتحليلها من خلال الممارسة الإعلامية وقد تم اختيار عينة الدراسة من الإعلاميين من خلال قائمة دورة تدريبية نظمها قسم الاتصال والإعلام بكلية الآداب بجامعة الملك فيصل للإعلاميين بالمنطقة.

هناك أهداف تعلّم الدراسة على تحقيقها الشيء الكثير من خلال قياس اتجاهات النخب موضع البحث نحو التنمية اللغوية، حتى يتم الدفع بالنشاط الإعلامي إلى آفاق النجاح ومحابيّة القضايا المجتمعية بالكفاءة المطلوبة. البعض يرى في هذا المنحى أن هناك أهمية خاصة لزيادة وعي النخب الإعلامية وإدراكها المعمق لدور التنمية اللغوية في العملية الإعلامية. وبالتالي تأكيد قيمة وأهمية التنمية اللغوية كواحدة من أنجع أدوات الإعلام. فضلاً عن السعي بجد، وعبر كل الوسائل المتاحة لأجل تجاوز

العقبات الكباداء التي تجاهتها عمليات تحقيق التنمية اللغوية. أهم تلك الأهداف تمثل في الآتي:

- ١- التأكيد على ارتباط اللغة العربية بوسائل الإعلام وعلى تأثير كل واحد منهما على الآخر.
- ٢- تعزيز مفهوم التنمية اللغوية واستعراض أدواتها.
- ٣- قياس اتجاهات القائم بالاتصال والذئب الإعلامية بالمملكة العربية السعودية تجاه التنمية اللغوية.
- ٤- توسيع دائرة الإدراك لقضايا التنمية اللغوية عند الممارسة الإعلامية.
- ٥- تأكيد قيمة وأهمية التنمية اللغوية كواحدة من أدوات الممارسة الإعلامية.

قامت الدراسة على جملة من الفرضيات لتكييف العلاقة المنهجية بين المرونة والتجدد في دلالة اللغة من جهة ووعي القائم بالإعلام (أفراد وذئب ومؤسسات) بأهمية ذلك في تكثيف المعاني ونقل المحتوى من جهة أخرى. إن المؤسسات الإعلامية من هذه الزاوية يتطلعها دور كبير ومتزايد في تنمية اللغة وتطويرها. كما أن التنمية اللغوية من جانبها تقوم بالدور الأبرز في زيادة نجاعة المؤسسات الإعلامية ورفع قدراتها بغية إحداث التأثير المطلوب. حيث تتكامل هذه الفكرة وتتشابك أركانها في ظل التعويل على علاقة ارتباط واضحة بين اللغة والإعلام.

هناك مصادر متنوعة للمعلومات المتعلقة ب موضوع الدراسة منها الكتب والدوريات والمحاجلات إضافة إلى معلومات الاستبانة التي تركز على البيانات المتعلقة بمجتمع الدراسة، كما تتهجج الدراسة أسلوب التحليل الكمي من أجل الوصول إلى نتائج تتوافق مع أطروحة الموضوع. اشتغلت الدراسة على أربعة أجزاء رئيسية. أولاً: التنمية اللغوية: أدواتها وتعريفها. ثانياً: إطار نظري عام لفهم العلاقة بين الذئب الإعلامية والتنمية اللغوية. ثالثاً: الجزء الخاص بالبحث في العلاقة بين الممارسة الإعلامية والتنمية اللغوية. وأخيراً النموذج التطبيقي لمجتمع الدراسة. هذا بخلاف مقدمة الموضوع والخاتمة التي تحوي الخلاصة وأهم النتائج.

أولاً: مفهوم التنمية اللغوية: تعريفها وأدواتها:

برزت على الساحة العلمية العديد من التعريفات للغة، حيث ذكر ابن جني أنها أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم^(١). وهو تعريف غريب واسع يجعل من اللغة كل نشاط اتصالي، وعرفها السيوطري بأنها الألفاظ الموضعية للمعاني وحياة البشر وحاجاتهم^(٢). ولللاحظ هنا أن السيوطري أضاف سمة المرونة إلى اللغة بحيث تكون من ألفاظ موضعية. يذكر أن اللغة هي نظام رمزي صوتي ذو مضامين محددة تتفق عليه جماعة معينة، ويستخدمه أفراد تلك الجماعة في التفكير والتعبير والاتصال فيما بينهم^(٣). أما عبد العزيز عبد المجيد فيعرفها بأنها الوسيلة التي يمكن عن طريقها تحليل صورة أو فكرة ذهنية إلى أجزائها أو خصائصها، ثم إعادة تركيب هذه الصورة مرة أخرى في أذهاننا وأذهان غيرنا بواسطة تأليف الكلمات والجمل ووضعها في ترتيب خاص^(٤).

اللغة والتطور عنصران متلازمان منذ أقدم العصور، لذلك يبدو الفرق بين لغة وأخرى نظرية هو فقط في الوسائل المتتبعة لتنمية اللغات وإثراء تراثها التعبيري. فكلما ازداد تفكير المجتمع اتساعاً وثقافة تطورت لغته وأصبح في مقدوره التعبير عن كل شيء. وهكذا أصبحت الكلمات غنية بالمدولات، نتيجة لحركة الاتصال الجماهيري الواسعة عبر وسائل الإعلام المختلفة^(٥).

كانت تلك مداخل مهمة لإيجاد تعريف للتنمية اللغوية، وهي مفهوم ارتكز على معنى التنمية بأبعادها الإنسانية والمادية في الارتقاء بالمجتمع والانتقال به من الوضع

(١) ابن جني، أبي الفتح عثمان، الخصائص، تحقيق محمد النجار، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٣، ص ٣٣.

(٢) المزهر، جلال الدين السيوطري، في علم اللغة وأنواعها، تحقيق محمد جاد المولى بيروت، المكتبة اللغوية، ١٩٨٦، ص ٨.

(٣) أحمد، مذكور على، تدريس فنون اللغة العربية وأنواعها، القاهرة، مكتبة الفلاح، ١٩٨٤، ص ٤٠.

(٤) المهموس، عبد الرحمن بن إبراهيم، فنون الاتصال اللغوية، الرياض، دون دار نشر، ٢٠٠٧، ص ٣٣.

(٥) قادری، حسین، "دور وسائل الإعلام في تعميم اللغة العربية في الجزائر"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد ٥، فبراير ٢٠٠٤، ص ٨٠.

الثابت إلى وضع أعلى وأفضل، وما يتصل بذلك من جهود لاستغلال الطاقات التي تتوافر لديها، وبالتالي فإن مفهوم التنمية اللغوية يأخذ بعداً إيجابياً من حيث النمو باللغة والارتقاء بها عن طريق إضافة مفردات جديدة للتأقلم الإيجابي مع المجتمع. وفقاً لذلك فإن الباحثين يعتقدوا بأن التنمية اللغوية هي سلسلة من الأنشطة الاتصالية المخطط لها والتلقائية عبر مجموعة من الوسائل لتحقيق أهداف تقود طاقات وإمكانيات المشاركين في الحلقات الاتصالية إلى التعبير اللغوي بمفردات جديدة تضيف إلى اللغة في اتجاهات إيجابية.

هذا التعريف ينظر للتنمية اللغوية من نافذة النشاط الاتصالي، وفي الوقت نفسه فإن المعنى يمكن أن يتسع ليشمل كافة الأنشطة الرسمية التي يقوم بها اللغويون من أجل استدعاء ألفاظ جديدة للمعاني القائمة، إضافة إلى الأنشطة غير الرسمية التي تقوم بها المجتمعات اللغوية بصورة عفوية وعبر ذلك تكون مفردات جديدة للغة. ولطالما أن المجتمعات في حالة من الديناميكية والتطورات في كل ما يلي الأفكار ومكونات البيئة المادية والمعنوية التي تحيط بها، فلن تكون اللغة في حالة ثبات أو تراجع. فهي دائماً ما تعبّر عن هذه التطورات، وبالتالي تميل إلى المراقبة من خلال توسيع دلالات المفردات، وابتداع تراكيب ومفردات جديدة قادرة على استيعاب ما يطرأ من تحولات مجتمعية.

أدوات التنمية اللغوية:

ينظر البعض للتنمية اللغوية من زاوية أنها نتيجة تم التوصل إليها من تشابك وتفاعل عوامل عديدة، أثمرت عن لغة متعددة وتحول ديناميكي على مستوى بناء المفردة وتغير دلالتها. إجمالاً تأثرت اللغة في تنميتها وارتقاها بعوامل كثيرة يرجع أهمها إلى أربع أسباب^(١).

أولاً: انتقال اللغة من السلف إلى الخلف.

ثانياً: تأثر اللغة بلغة أخرى.

(١) وافي، علي، علم اللغة، القاهرة، دار نهضة مصر للطبع والنشر، دون تاريخ، ص ٦٩.

ثالثاً: عوامل نفسية واجتماعية وجغرافية، كحضارة الأمة وعاداتها وعقائدها وثقافاتها والاتجاهات الفكريّة.

رابعاً: عوامل أدبية مقصودة يتمثل جلها فيما تتجه قرائح الناطقين باللغة، وما تبذله معاهد التعليم ومجتمع اللغة.

هناك العديد من المدارس والتيارات التي بحثت في ظاهرة التنمية اللغوية. فهناك من يعزّز حدوث تلك الظاهرة للتداخلات والتآثيرات المتبادلة بين الأجناس اللغوية المتعددة. بينما يرجعها البعض الآخر لفواضل الديموغرافيّة وحركة العنصر البشري. وهناك أيضاً من يرى في تلکم الظاهرة تجاوباً مع أساليب تعبيرية مبتكرة، سواء كانت صادرة من أفراد أو مؤسسات، أو حتى برزت إلى العيان نتيجة لمجهودات أولئك الذين يستدعون في كتاباتهم تعابير و MFerades غير متداولة تصبح بمثابة الزمن جزءاً أصيلاً ضمن مكونات الخارطة التعبيرية. اتساقاً مع ما ذكر يلاحظ أن هناك أدوات عديدة كان لها الدور الأبرز في تنمية اللغة والانتقال بها عبر التراكيب والدلالات من وضعية إلى أخرى سعياً وراء استيعاب معاني وأفكار جديدة ربما لم تكن موجودة. يمكن تلخيص أهم تلك الأدوات في الجوانب التالية:

١ - من الأدوات المهمة للتنمية اللغوية هو ظهر تشابك اللغة مع لغة أو لغات أخرى. فيكتب لها النصر فتحتل مناطق اللغة واللغات المقهورة. يتسع وفقاً لذلك مدى انتشارها، وتدخل أمم وأقوام جديدة ضمن عداد الناطقين بها. فاللغة العربية بعد الفتوحات الإسلامية تغلبت على كثير من اللغات الأخرى مثل القبطية والبربرية والمراوية. وفي هذا العصر فإن وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية والجديدة تعتبر من آليات هذا الصراع.

٢ - أن ينشر أفراد شعب ما إثر هجرة أو احتلال في مناطق جديدة بعيداً عن أوطانهم الأولى، وت تكون من سلطتهم بهذه المناطق الأمم كثيرة السكان، فيتسع بذلك انتشار لغتهم وتتعدد الجماعات الناطقة بها. فالاحتلال الإنجليزي مثلاً لأمريكا الشمالية وأستراليا وجنوب إفريقيا جعل الإنجليزية تنتشر في هذه المناطق، على مستوى الوطن العربي نلاحظ ذلك في تأثير الدول النيلية باللغة

الإنجليزية حيث أصبحت هي لغة التعليم والمعاملات الرسمية في عهد الاحتلال البريطاني، بينما تأثرت اللغة العربية في المغرب العربي باللغة الفرنسية بعد الاحتلال الفرنسي، وانعكس ذلك في اللهجة العربية في هذه الدول، إضافة إلى إدخال كلمات جديدة ذات أصول فرنسية إلى اللغة العربية في تلکم المناطق.

٣ - أن تناح جماعة ما أسباب مؤاتييه للنمو الطبيعي في أوطنها الأصلية نفسها، فيأخذ عدد أفرادها في الزيادة والنمو وتنشط حركة العمran في بلادها فتكثُر فيها المدن، فيتسع بذلك نطاق لغتها كما حدث للغة العربية بعد النهضة الحديثة في الخليج العربي، وكما حدث أيضاً للغة اليابانية في آسيا، وبالطبع فاللغات الوافدة ستندمج لغويًا مع اللغة الأصل، مما يسهم في تنميّتها من خلال تأثيرها بعض المفردات من لغات متعددة.

٤ - من أدوات تنمية اللغة أيضاً تفرعها إلى لهجات وذلك بسبب العوامل الاجتماعية والسياسية التي تتعلق باستقلال المناطق التي انتشرت فيها اللغة. يلاحظ أنه في ظل ضعف السلطة المركزية وانقسامها إلى دوبيلات مستقلة عن بعضها البعض، يتمدد دور وسائل الإعلام المحلية مما أدى إلى توليد مفردات جديدة لم تكن موجودة.

٥ - أبرزت الجهدات التي تبذلها وسائل تعليم اللغة ألفاظ جديدة من خلال أنشطة الأفراد والهيئات عبر برامج تطوير اللغة والترجمة والتعریف وغير ذلك.

٦ - تأثير الأدباء والكتاب والإعلاميين بأساليب اللغات الأجنبية واقباسهم أو ترجمتهم لمفرداتها ومصطلحاتها مما انعكس في تنمية لغة الكتابة واتساع نظامها، خاصة أن هذه الفنات هي الأكثر تأثيراً على اللغة.

٧ - إحياء الأدباء والكتاب والعلماء والإعلاميين لبعض المفردات القديمة المهجورة، فكثيراً ما يلجئون في ذلك إلى التعبير عن معان لا يجدون في المفردات المستعملة ما يعبر عنها تعبيراً دقيقاً.

٨ - مثلت العولمة بتجلياتها الإعلامية وأدوارها الثقافية والحضارية والقيمية بعداً مهماً في بحث التغيرات التي تطرأ على اللغة بشكل عام وما تحمله وسائل

الإعلام من دلالات بشكل خاص. فقد أثرت العولمة في اللغة العربية من عدة أوجه، منها ما ارتبط بمكانة اللغة العربية بين المتحدثين بها وباستخدامها وسيلة تواصلية لغوية، ومنها ما ارتبط بتغيير مبنها ومعناها. ويتمثل التأثير السلبي في استخدام اللغة العربية بوصفها وسيلة اتصال جانباً من التأثير بالعولمة، كما يعبر استخدام المصطلحات الدخيلة مع وجود مرادفاتها العربية أو المعرفة عن التأثير السلبي في التعامل مع مستجدات العولمة^(١).

يتضح من ذلك أن وسائل الإعلام لها دور كبير في مجال التنمية اللغوية، ومن الممكن جداً أن تصبح الرسائل الإعلامية كفيلة بالنهوض بالمستوى اللغوي العام على نحو يحقق الوحدة اللغوية في إطار من الدقة والمعاصرة. هذا الدور المنشود يمثل واقعاً ماثلاً وقائماً بالفعل في كثير من المجتمعات المتقدمة التي أصبحت فيها وسائل الإعلام تقوم بالشراكة مع المؤسسات التعليمية بدور أكبر في تشكيل ملامح الحياة اللغوية^(٢).

من خلال ما تم سرده، يمكننا القول بإن حتمية التنمية اللغوية ألقت بظلالها على الاستخدامات اللغوية، وعلى وأداء مؤسسات الإعلام بأجناسها المختلفة. يضاف إلى ذلك أن تلك الحتمية ومن واقع مرجعيتها الغائصة في طبيعة اللغة، أضفت نوع من المرونة المطلوبة في أساليب التعبير وتوظيف الدلالات. لذا باتت العلاقة بين الإعلام والتنمية اللغوية وثيقة. كما أصبح تأثير الإعلام في استحداث مفردات وكلمات ومعاني جديدة مادة بحثية دائمة الحضور في الدراسات التي يجريها علماء اللغويات وعلماء الإعلام والاتصال على قدم المساواة. فضلاً عن أن التنمية اللغوية التي شاركت مؤسسات الإعلام في إحداثها وإبرازها، أسهمت بدور مقدر في صياغة دلالات الرسائل الإعلامية ومضمون المنتج الإعلامي بقيمة حقيقة، سخرتها

(١) إسماعيل، سيبوين على، أثر العولمة في اللغة العربية دراسة وصفية مع تحليل لنماذج مقتبسة من جريدة الأهرام، أطروحة تكميلية لنيل الدكتوراه (ماليزيا، كلية معارف الوحي والعلوم الإنسانية، الجامعة الإسلامية العالمية، العالمية، ٢٠٠٥ م) ص ٤.

(٢) التوجيري، عبد العزيز، اللغة العربية والعولمة، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، ٢٠٠٨ م، ص ٤٧.

الوسائل الإعلامية في خدمة قضايا المجتمع.

ثانياً: إطار نظري عام لفهم العلاقة بين النخب الإعلامية والتنمية اللغوية :

إن اللغة عموماً لها كثير من التعريفات المتداخلة والمختلفة عن بعضها البعض أحياناً. لكن ما يلفت النظر في تلك التعريفات ما تفضل به العالم السويسري (فرديناند دي سوسيير) من أن ما يطلق عليه لفظ لغة ما هو إلى اشتغال لعنين مختلفين عن بعضهما البعض. الأول واقعي وقد أطلق عليه "الكلام". والثاني ذهني، وهو "اللغة". ما يعني أن الكلام هو ما يصدر من أصوات. واللغة هي مجموعة الصور الذهنية المخزنة في العقل^(١). هذا التعريف يحمل تساؤلاً جوهرياً لا يخرج عن صلب موضوع الدراسة التي تنقب في أسباب وعوامل التنمية اللغوية. فمن الأوفق أن ننظر إلى التنمية اللغوية من هذه الزاوية في بعديها الرئيسيين. النشاط الذهني المضطرب من جهة، وحركة الصوت والتنعيم التي تخرج بهذا النشاط في صورة تعبيرية أقرب إلى الفهم والتجاوب من جهة أخرى

على صعيد ذي صلة، يصنف البعض ما يتم من تطور في الدلالة والتعبير في المفردات والتركيب إلى أنه حالة من التحولات الداخلية للغة، تجعلها أكثر توافقاً مع مؤثرات بيئتها الخارجية بعناصرها الساندة والضاغطة. يتضح من ذلك أن التطور اللغوي، وبصرف النظر عما يترتب عليه من نتائج، له مستويات محددة. المستوى الأول تطور اللغة من الداخل، وهو يشير إلى مسيرة نحو المجتمع ومواكبة تطوره، من خلال الاستيقاف والنحت والتوليد والتعبير. وهذا الضرب من التطور بطيء بطبيعته وقد لا يشعر به أهل اللغة في جيل أو عدة أجيال، لأنهم يعيشونه ويندرجون فيه، وإنما تشعر به وتلامسه الأجيال اللاحقة. أما المستوى الثاني، فهو تطوير اللغة من الخارج، ويقصد به التأثيرات الضاغطة التي تفرض التصرف في اللغة، فيكون القلب والتحوير والمحذف والإضافة، مما يفسد اللغة ويشوهها، خروجاً على القواعد المتبعة والأصول المعتمدة، هذا الضرب من التطور قسري، لأنه مفروض بقوة الواقع، أو تحت تأثير

(١) شريف، سامي وندا، أين منصور، اللغة الإعلامية: المفاهيم، الأسس، التطبيقات، ٤، ٢٠٠٢م، ص ١٦.

غزو فكري، يستصحب غزواً لغوياً^(١).

يلاحظ أن مصطلح التنمية اللغوية أضحى من المصطلحات الراکزة في أدبيات اللغة والدراسات اللغوية عموماً برغم حداثة عهده. فهو يتميز بسمات وخصائص تختلف نسبياً عما تتصف به مصطلحات أخرى ذات صلة مثل مصطلح التغيير اللغوي. مصطلح التنمية اللغوية يشير في أبسط معانيه إلى إحداث تغيير لغوي نحو هدف منشود. حيث يختلف منهجاً عن مصطلح "التغيير اللغوي" من واقع أن الأخير يتم في ظروف عادية دون أن يسبقه تحطيط. أشار البعض في هذا المنحى إلى دول حققت نجاحاً مقدراً في تحقيق التنمية اللغوية داخل حدودها الجغرافية. الأمر الذي انعكس إيجاباً في تكوين رصيد من الخبرة المتر acumة في تنمية المعارف باللغات حتى في خارج حدودها^(٢).

الشاهد في ذلك أن النظرة الموضوعية إلى أي لغة، ما ينبغي لها أن تكون نظره هامدة أو ساكنة. بل على العكس، من المهم جداً التعمق في إدراك منطق التطور لتلك اللغة. ربما قادت تلك النظرة الفاحصة لبحث هذا التطور، إلى أن تخضعه لدراسات مقارنة في فتراته التاريخية المتالية التي شهدت فيها اللغة ظروفاً وملابسات قادت لتحولات كبيرة في مبني اللغة ومعناها. بالرغم من كل ما سبق، يظل المؤشر الرئيس لقياس تغيير اللغة – هو ما يعتري الألفاظ. إذ يأتي التطور في أساسه من توليد المفردات أو تعريرها أو ارتجالها. فمن النواميس المطردة في حياة اللغة أن يصيب البلي بعض الألفاظ، فلا تقوى على الحياة فتسقط من الألسنة وتبقى في القواميس وتصدور الحفاظ^(٣).

علاقة اللغة بالإعلام تمحور حول بعدين أساسيين. الأول يتعلق بالسياسة

(١) البطش يوسف محمد علي، الأخطاء اللغوية في الصحافة الفلسطينية في انتفاضة الأقصى دراسة وصفية، أطروحة ماجستير (غزة، كلية الآداب الجامعة الإسلامية، ٢٠٠٨)، ص ٧.

(٢) حجازي، محمود فهيمي، راجع موقع: <http://www.startimes.com/?t=16273925>

(٣) عثمان، عثمان أبو زيد، "لغة الإعلام في ضوء نظرية التطور اللغوي"، بحوث ودراسات في الدعوة والإعلام، العدد ١٩٩٢، ص ١٦٧ - ١٦٩.

الإعلامية التي تعتبر مرجعية هامة لإنتاج المضمون الإعلامي. وهو مضمون يفترض فيه أن يخاطب القضايا الحياتية المختلفة ويتماهى مع معطيات المجتمع. يأتي بعد ذلك العنصر البشري وراء العملية الإعلامية وهو ما يشار إليه بالنخبة الإعلامية. وهي تخضع إلى تصنيفات متعددة. منها الجموعة المهنية التي تمارس المهنة الإعلامية بصفة الاحتراف بعد خصوصتها لتأهيل أكاديمي وتدريب. ثم الجموعة المشاركة والأفراد المعاونون. كل هذه الفسيفساء من المجموعات يمكن أن تحمل صفة النخبة الإعلامية، التي تتدخل لأهدافها وإسهاماتها في المجتمع الإعلامي النهائي الذي يقدّم للجمهور. وهي بهذا المنظور لا تخرج في نشاطاتها وأدوارها عن الدائرة التداخلية والتساند الموضوعي القائم بين اللغة والإعلام.

إن دراسة بعد التكويني المخص المتصل ببروز النخب الإعلامية على السطح، واستحداث أدوارها في الميدان الإعلامي، يستوجب تتبع المراحل التاريخية التي مررت بها النخب الإعلامية منذ بداياتها الباكرة وحتى مرحلة فعلها الإعلامي القاصل. الشاهد في ذلك أنه وعلى امتداد تلك المراحل كانت هناك حياثات وعوامل موضوعية أسهمت في تكوين النخبة الإعلامية. فقد ظل حقل الاتصال والإعلام حتى ستينيات القرن الماضي موضع ارتياح وهجرة من جانب العديد من الباحثين الذين يتمنون لمختلف فروع العلوم الاجتماعية والإنسانيات مثل العلوم السياسية، علم النفس، علم الاجتماع، اللغويات، التاريخ. لذلك وكما لاحظ ولبور شرام (١٩٨٠م) ظل هذا الحقل مجرد إطار تجاري للتخصصات المختلفة أكثر منه تخصصاً مستقلاً له أبعاده النظرية وحدوده المنهجية الواضحة^(١).

في مرحلة أخرى لاحقة ومتزامنة مع بروز الإعلام كحقل معرفي له قواعده العلمية ومناهجه ونظرياته، صارت النخبة الإعلامية أكثر تخصصية ووعي بمطلوبات العملية الإعلامية. وأصبح لهذا المجال تقاليده الواضحة التي تعددت بسلطانها حتى لأولئك الذين يمارسون الإعلام وهم بالأصل ينتسبون لحقول معرفية أخرى. لذا

(١) عبد الرحمن، عواطف، "الباحثون الإعلاميون بين الوعي العلمي والالتزام الأخلاقي" الدراسات الإعلامية: العدد ٨٢، مارس ١٩٩٦م، ص ١٣٠.

أصبحت فكرة النخبة الإعلامية وبرغم مرجعياتها المختلفة، ذات نسق عملي معروف يحتمم لقواعد المهنية وضوابط الإنتاج الإعلامي. يقودنا ذلك بالضرورة إلى النظر إلى النخبة الإعلامية من زاوية منجزاتها في وسائل الإعلام المختلفة لخلق الأثر المطلوب، مستفيدةً في ذلك من وظيفية اللغة العربية وتغلغلها في معاني ومضمون الرسالة الإعلامية الموجهة.

العلاقة بين اللغة والإعلام تناولتها كثير من الدراسات والبحوث، سواء في مجال اللغويات والاتجاهات السرد، أو حتى في بحوث المحتوى للمنتج الإعلامي. الفكرة الدائمة الحضور في هذا الجانب هي أن إلى اللغة دائماً ما تمثل المقوم الأهم في النشاط الإعلامي. حيث اعتبر البعض أن اللغة هي حجر الزاوية في العملية الإعلامية بصرف النظر عن تعدد الوسائل وتنوع اللغات التي يتم توظيفها. وكلما كانت اللغة سليمة محافظة على قوتها ون الصاعتها وافية بمتطلبات التعبير عن روح العصر، كان الإعلام ناجحاً في إيصال الرسائل إلى الجمهور العريض من المتلقين. بالمقابل إذا فسدت اللغة الإعلامية فسد كذلك الذوق العام وتعثر الفهم والتواصل واختلت موازين الرأي العام^(١).

أما فيما يتصل باللغة العربية على وجه التخصيص، وعلاقتها بالإعلام، فهي من أكثر اللغات صلاحية لتكون لغة الإعلام. ذلك لأسباب عديدة يأتي على رأسها أن تركيب مفرداتها وعباراتها وقواعدها يتوجه إلى النمذجة والتبسيط. وهاتان الميزتان تعدان من أهم مميزات اللغة العربية. فضلاً عن ذلك فإن اللغة العربية تتسم بالترابط بين المدلول الأصلي للفظ والمعنى المقصود منه. علمًا بأن معظم اللغات الأخرى لا تحفظ بالمعاني الأصلية للألفاظ التي تطلق على المسميات الجديدة. يضاف أيضًا إلى السمات الإيجابية للغة العربية أن ألفاظها كثيراً ما تعكس عادات الناس وتقاليدهم. كل ذلك وغيره شفع للغة العربية في أن تكون لغة الإعلام عن جدارة واستحقاق^(٢). في ذات السياق، هناك تيار آخر نظر بعمق في جدلية العلاقة بين اللغة العربية

(١) التوجيري، عبد العزيز، ٢٠٠٨م، ص ٤٨.

(٢) البطش يوسف محمد علي، مصدر سابق ص ص ١١-١٢.

والإعلام وما يحدث بين الإثنين من علاقات تأثير وتأثير. يرى هذا التيار أن العلاقة بين اللغة والإعلام لا تسير دائماً في خطوط متوازية، فالطرفان لا يتبدلان التأثير، نظراً إلى انعدام التكافؤ بينهما. الإعلام من هذا المنظور هو الطرف الأقوى، ولذلك يكون تأثيره في اللغة بالغاً إلى الدرجة التي تضعف فيها خصائصها المميزة، وتلحق بها أضراراً تصل أحياناً لحد التشوهات^(١). فهو الوسيلة الأنفع في نشر اللغة والمحافظة عليها، أو بالمقابل التفريط فيها والإساءة إليها.

على صعيد متصل تبدو العلاقة بين ازدهار اللغات وكفاءة المؤسسات الإعلامية طردية في طبيعتها. فكلما ازدهرت لغة من اللغات، كان الإعلام بوسائله المتنوعة أقوى الأسباب في ازدهارها. وما ضعفت لغة وترجعت أدوارها، إلّا وكان من بين أسباب هذا التراجع قصور وسائل الإعلام في القيام بواجباتها تجاه اللغة^(٢). هناك أدلة عديدة تقف شاهدة على قدرة الإعلام بوسائله المختلفة في التأثير على اللغة، من خلال إحداث بعض التغيرات على بناء الكلمات. أو من خلال تسلیط الضوء على كلمات بعضها، أو تحويل بعض الكلمات بمعاني جديدة. لقد بلغت وسائل الإعلام من القوة ما جعلها تفرض اختياراتها في الأسلوب والتعبير. تعززها في ذلك الحاجة الآتية للاستخدام السريع^(٣).

بناءً على ذلك، وبحكم التوسيع الهائل في وسائل الاتصال وتعدد القنوات، ونظراً للتأثير الكبير الذي يحدثه الإعلام في اللغة، أصبحت العلاقة بين اللغة العربية والإعلام تشكل ظاهرة لغوية لافتة للنظر، تبدّلت تجلياتها في مظهرتين إثنين^(٤) شكلاً فيما بعد العلامة الفارقة في وضعية اللغة العربية وعلاقات تأثيرها المتبدال مع

(١) التوجيري، عبد العزيز، مستقبل اللغة العربية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، ٢٠٠٤م، ص ٨٠.

(٢) التوجيري، عبد العزيز، مصدر سابق ٢٠٠٨م، ص ص، ٤٤-٤٥.

(٣) التازي، عبد الهادي، "وسائل الإعلام والاستجابة الآتية لاحتياجات اللغة"، مجلة جمع اللغة العربية، العدد ١١٩، مايو ٢٠١٠م، ص ١١٩.

(٤) التوجيري، عبد العزيز، مصدر سابق، ٢٠٠٤م، ص ص، ٩-١٠.

مؤسسات ووسائل الإعلام:

- أولاً: انتشرت اللغة العربية وتوسّع نطاقها إلى مدى كبير لدرجة غير مسبوقة، وأصبحت لغة عالمية التصنيف وواسعة الانتشار دون شك.
- ثانياً: شاعت الأخطاء في اللغة العربية وتفشى اللحن على كثير من ألسنة الناطقين بها. وتم تداول كثير من الصيغ والتراتيب التي لا تمت للغة العربية بصلة فارضة حضورها على الحياة الأدبية والثقافية والإعلامية حتى أصبحت اللغة المجنحة هي القاعدة واللغة العربية هي الاستثناء.

من الملاحظات المهمة التي يجب الوقوف عندها في هذا السياق أن درجة توظيف اللغة تمثل دالة مهمة في مضمون الرسالة الإعلامية وفاعليتها التأثيرية. توأكب مع ذلك بروز أطروحة "الحقل المشترك بين اللغة والإعلام". وهي أطروحة تفسّر من خلال حجج سببية متراقبة قوة الارتباط بين اللفظ والمعنى -التي يشير إليها علماء اللغة بمصطلح حقل الدلالة. الشاهد على ذلك أيضاً ما أولاًه علماء الإعلام من اهتمام متزايد لما يعرف بالإطار المشترك بين الطرفين الأصيلين في الاتصال-مرسل الرسالة ومستقبلها. يتضح من ذلك أن النشاط الإعلامي، مهما كانت درجته، يتخذ من العلاقة بين الإعلام واللغة إطاراً حاكماً وقاسمًا مشتركاً لا يتسع لعمليات التواصل الإعلامي أن تتم خارجه^(١).

إن اللغة العربية نفسها، وب الرغم دورها الوظيفي الكبير في تشكيل وتحميم معاني ودلائل الرسائل الإعلامية عبر الزمان والمكان، نلحظ كفاءتها التعبيرية وتراثها مفرداتها شديدة التأثير بعوامل شد وجذب عديدة ومتباينة^(٢)، أحدث بعضها أثراً مباشراً وبعضها الآخر أثراً غير مباشراً:

- العامل الأول: يشير إلى تأثير اللهجات العامية المحلية وما تدفع به من مفردات وألفاظ جديدة عبر وسائل الإعلام الحديثة والتقلدية.

(١) الشريف، سامي وندا، مصدر سابق، ص ٣٥.

(٢) مزالى، محمد، "تأثير وسائل الإعلام في اللغة العربية" ، مجلة وجمع اللغة العربية، القاهرة، العدد ١٢٠، نوفمبر ٢٠١٠، ص ١٢٠.

- العامل الثاني: يكمن في طغيان اللغات الأجنبية التي تعددت مساحتها الجغرافية ودخلت مصطلحاتها وتعبيراتها على جمهور المتلقين.
- العامل الثالث: يتمثل في عودة الخطاب إلى الشفوي، بعد أن تم التخلص رداً من الزمان من أسر الرواية الشفهية نتيجة جهود كبيرة امتدت لقرون من الزمان. من المهم الإشارة إلى أن الوسائل الإعلامية على تنوع مسمياتها، قامت بدور مقدر في تنمية اللغة والقدرات اللغوية على مستوى الأفراد في مختلف مراحلهم العمرية:
 - ١ - تميز التلفزيون على وجه الخصوص بالقيام بهذا الدور بصورة أوضحت لدى شريحة الأطفال فتعلم اللغة والنمو اللغوي عند الأطفال شديد الارتباط بما يسمعه وبما يقدم إليه من الآخرين. لذا تسهم برامج الأطفال في بناء شخصية الطفل ورفع قدراته اللغوية وتوسيع مداركه وثقافته^(١). واستطاع التلفزيون بشراكـة مع الراديو غزو الذات الإنسانية وجذب المتلقي عبر الصورة ونبرات الصوت^(٢).
 - ٢ - وضح من الخبرات المتراكمة لعقود من الزمان الأهمية الكبيرة للإذاعة في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها. علاوة على ذلك، دلت التجارب على الفائدة التي قدمها التلفزيون أيضاً في تنفيذ برامج جادة تستهدف تعليم اللغة للناطقين بغيرها. من هنا لوحظ الدور الكبير الذي اضطـلت به وسائل الإعلام المسموـعة والمـرئـية في تنمية المـعرفـة بالـلغـة^(٣).
 - ٣ - تأثير الصحافة المكتوبة ما زال قوياً وهي تميز بأسلوب التحليل الهادئ وتفسير الأحداث، كما أخذت منحى الاستشراف والتنبؤ بالتطورات. هذا ما يجعل من

(١) محمود، إبراهيم كايد، "أثر وسائل الإعلام في اللغة العربية" الدراسات الإعلامية: العدد ١١٠، مارس ٢٠٠٣م، ص ١١٣.

(٢) الحوات، محمد علي، "إعداد الإعلاميين وتأهيلهم في مجال الإذاعة والتلفزيون" الدراسات الإعلامية: العدد ٩٣، ديسمبر ١٩٩٨م، ص ١٥٢.

(٣) حجازي، محمود فهمي، مصدر سابق.

الصحافة المكتوبة صاحبة المكانة المقدرة وسط جمهور النخبة عالية التفكير والمؤثرة في المجتمع^(١). عموماً، فإنَّ أثر الصحافة على تنمية اللغة لم يعد خافياً، على سبيل المثال: قدَّمت الصحافة العربية ملامح واضحة في بنية الكلمات، فهناك كلمات ذات أصول قديمة، أو معرِّبة ودخيلة، استخدمتها الصحافة وطبقتها في كتاباتها الراتبة. على سبيل المثال هناك كلمات كثيرة من هذا القبيل معاصرة ومستخدمة مثل دبلجة، نبذجة، بترجمة، أقلمة وهي مشتقة من كلمات معرِّبة ودخيلة. وكان للصحافة الورقية دور في نشرها واستقرارها في اللغة المتداولة. وهي بوزن (فعللة) الذي أقرَّ من قبل مجمع اللغة العربية^(٢).

- ٤ - أما اللغة السائدة في مجال شبكات التواصل الاجتماعي، فهي لحد ما مختلفة. فقد وصفها البعض بلغة الثورة الإلكترونية من خلال أجهزة الاتصال النقالة والتراسل الإلكتروني والرسائل النصية أو التداوilyة ومواقع التواصل الاجتماعي. فالمفترضات والمختصرات هي التي تشكّل حضور الآن. كما يلاحظ أنَّ القاموس المتداول بين مرتدى ومدمري غرف الدردشة، هو في الغالب إما مقترض أو معرِّب أو مختصر وفق صيغ صوتية وتراتيب عربية شبابية المنحى. هذه اللغة (الإنترنتية) الشائعة في صفوف الشباب الذين نعتهم وسيلة إعلامية بأنَّهم (فيسبوكين) هم الذين تربطهم علاقات (فيسبوكية) استبعت استعارة صحافية لاحقة للنعت (إنترنت)^(٣).

إنَّ نظرة الصحفة الإعلامية (أفراد ومؤسسات) لقضية التنمية اللغوية (التي تم وصفها في فقرة سابقة من الدراسة بالأمر الحتمي) والمرونة أو التجديد في تركيب المفردات وتوليد المعاني، تعتبر نظرة إيجابية في غالبيها. الأمر الذي نتج عنه تفاعل حيوي بين الفكر الإعلامي من جهة، وأساليب التعبير ودلالات الألفاظ من جهة أخرى. لذا لم يعد غريباً أن يبرز نوع التوافق بين التنمية اللغوية وأداء الوسائل

(١) الدجاني، هشام، "المثقف والصحافة" الدراسات الإعلامية: العدد ١٢٢، مارس ٢٠٠٦، ص ٢٠٥.

(٢) حجازي، محمود فهمي، مصدر سابق.

(٣) سراج، نادر، الشباب ولغة العصر، بيروت، الدار العربية للعلوم، ٢٠١٢، ص ٣٤-٦٨.

الإعلامية. وقد أرجع البعض فضل ذلك إلى النخبة الإعلامية التي استدركت ومنذ وقت مبكر قضية التنمية اللغوية بأبعادها وتداعياتها، وسعت تلك النخبة توافقاً مع هذا الإدراك إلى الاستفادة من نمو اللغة وتوسيع مواعيتها الدلالية في تعديل النشاط الإعلامي.

ثالثاً: الممارسة الاتصالية والتنمية اللغوية:

مارسة العمل الإعلامي ترتبط من الناحية الشكلية بمهارات العنصر البشري وسعة الاستخدام للوسط الإعلامي. وترتبط من الناحية الجوهرية مع استخدامات مهارات اللغة والصياغة والقدرات التعبيرية التي يتم توظيفها في خلق الرسالة الإعلامية ذات المضمون الهدف. من هنا تتجلى وبوضوح أهمية الربط بين ممارسة الإعلام (من حيث الشكل والمضمون) والتطورات التي تتم على مستوى تراكمات اللغة واستحداث الألفاظ. ومن منظور أن اللغة تقوم بدور كبير في تدعيم الوظيفة الإعلامية، يصبح من الأهمية بمكان النظر إلى الرابطة الموضوعية بين ممارسة الإعلام وغزو اللغة أو تنميتها. وما لم يتوطن هذه الوعي وتتفطن له المؤسسات والعقول الإعلامية، يكون من الوارد، بل والحتمي أن تقازم أدوار المؤسسات الإعلامية عن الاضطلاع بمهامها الرئيسية.

مفهوم اللغة الإعلامية:

يذهب الدكتور محمد سيد إلى أن الحقل المشترك بين اللغة والإعلام في العلاقة بين اللفظ والمعنى هو حقل الدلالة، فعلماء اللغة يعنون بعلم الدلالات، وعلماء الإعلام يهتمون بالإطار المشترك بين مرسل الرسالة ومستقبلها، حتى يتم الإعلام في هذا الإطار المشترك ولا تسقط الرسالة خارجه، ويمثل اللفظ القاسم المشترك في هذا الحقل، حقل الدلالة، بين اللغة والإعلام^(١).

قامت مؤسسات الإعلام بشكل عام، والصحافة بشكل خاص بدور كبير في التثقيف اللغوي ونشر اللغة، فهي المعين الذي يزود العامة والخاصة بالوجبة الثقافية

(١) محمد، محمد سيد، الإعلام واللغة القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٤، ص ١٤٣.

اللغوية. قاد ذلك في الأخير إلى إبراز نوع خاص من اللغة، لغة غير علمية بمعناها التجريدي، وغير اللغة الأدبية بمعناها الجمالي، ألا وهي اللغة الإعلامية التي تسعى إلى تحقيق المستوى العلمي على الصعيد الاجتماعي. فهي لغة تميز بالسلامة والوضوح والاقراب من الواقع^(١). عموماً، يمكن القول بأنّ اللغة الإعلامية هي التي تشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والأداب و يمكن بيان أهم خصائصها في نقاط موجزة^(٢).

- ١ - الوضوح، تعتبر هذه السمة هي السمةالأوضح في لغة الإعلام وأكثرها بروزاً ويرجع ذلك إلى طبيعة وسائل الإعلام من ناحية وإلى خصائص الجمهور من ناحية أخرى.
- ٢ - الملاءمة وهي تشير إلى فكرة أن تكون اللغة ملائمة مع الوسيلة من ناحية، ومع سمات الجمهور وخصائصه النوعية من ناحية أخرى.
- ٣ - الجاذبية، وهي أن تكون اللغة الإعلامية قادرة على الحكي والوصف والشرح بطريقة حية ومسليّة ومشوقة تجذب الجمهور وتقرّب المعنى.
- ٤ - الاختصار، تنبّع أهمية هذه الخصيصة من طبيعة الوسيلة المحدودة من ناحية وطبيعة الجمهور قادر على الاستمرار في المتابعة طويلاً.
- ٥ - المرونة، وهي أن تكون اللغة متعددة المستويات بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.
- ٦ - الاتساع، يشير ذلك إلى اتساع النطاق الجغرافي وعدد الناطقين للغة، والذي تزامن مع جهود الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات للدرجة التي أصبحت معها تنمية اللغة العربية ضرورة ماثلة. وبالتالي دخلت مفردات جديدة أسهمت بدورها في زيادة حجم اللغة الإعلامية وفي اتساعها. إذن اللغة الإعلامية هي

(١) البطش يوسف محمد علي، مصدر سابق ص ٦.

(٢) شرف، عبد العزيز، لغة الحضارة وتحديات المستقبل القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٩، ص ٤٢.

اللغة التي تشيّع على أوسّع نطاق، في محیط الجمهور العام. وهي قاسم مشترك في كل فروع المعرفة والثقافة والعلوم والفنون والأداب. ذلك لأن مادة الإعلام في التعبير عن المجتمع والبيئة تستمد عناصرها من جمل الفنون والعلوم والمعارف^(١).

٧- القابلية للتنمية، وهذه سمة أصبحت ملازمة للغة الإعلامية. على سبيل المثال، لغة الإذاعة في ثلثينيات القرن الماضي تختلف عنها في الخمسينيات والستينيات، وهذه بدورها تختلف عن مثيلتها في السبعينيات. وتطورت اللغة حتى وصلنا إلى لغة الإعلام الجديد واسعة الانتشار في هذا العصر.

الممارسة الإعلامية والتنمية اللغوية:

أخذ مفهوم التنمية اللغوية أطراً جديدة للبحث والتفسير، توافقاً مع المراحل التي حكمت التطور الإعلامي. ففي كل مرحلة ير بها الإعلام، كانت هناك تحولات نوعية في طبيعة الوسائل وفي قدراتها الوظيفية في التعبير عن القضايا وفي السعي إلى الوصول بالرسائل إلى جمهور المتلقين بما يحقق الغايات والمقاصد من الرسالة. في كل هذه المراحل كانت النّظرة إلى التنمية اللغوية حاضرة من خلال التجاوب الإعلامي مع مستحدثات اللغة والتركيب. وبالتالي تصبح الممارسة الإعلامية ظاهرة مرتبطة بنمو اللغة وبالتغييرات التي تطرأ على التركيب ودلّالات الألفاظ. ولما كان الإعلام فعلاً موجهاً للجمهور، صار من واجب مؤسسات ووسائل الإعلام أن تعيد الاعتبار لقضية ربط الممارسة الإعلامية بالمواكبة المستمرة مع التحولات اللغوية. ليس ذلك فحسب، بل أصبحت الأولوية القصوى للعقل الإعلامي والمؤسسة الإعلامية أن تسهم كذلك في إثراء وتوجيه طاقة اللغة نحو الاتساع وشمولية الدلالة، بما يخدم قضية التعبير في المجتمعات. ويحمل تلك المفردات والتركيب المستحدثة بالرسائل الإعلامية متضمنة لقضايا جوهرية تجعل من الجمهور ضامناً للنمو اللغوي ومستفيداً منه.

(١) الشريف، سامي وندا، أمين منصور، مصدر سابق، ص ص ٣٤-٣٥.

يعتبر الاتصال الجماهيري، بالمقارنة مع العلوم الأخرى حديث نسبياً حيث ترجع بداياته إلى نهايات القرن العشرين. ففي ذلك القرن كان انتشار وسائل الإعلام الإلكترونية من إذاعة وتلفزيون، وكانت الصحافة هي الأكثر بروزاً. وفي تلك الفترة أيضاً، ساد الشعور بأن وسائل الإعلام قوية ومؤثرة بصورة كبيرة، وتبعداً لذلك ظهرت الأفكار الأولى المؤثرة للممارسة الإعلامية والتي تتعكس تأثيراتها بطبيعة الحال على التنمية اللغوية.

الطلقة المباشرة والتنمية اللغوية:

تفترض أفكار الطلقة المباشرة، والتي تحولت إلى نظرية إعلامية، أن المعلومات تسرى من وسائل الإعلام مباشرة إلى الجمهور المتلقى. كما افترضت أن وسائل الإعلام أيضاً هي الطريقة الوحيدة للوصول إلى الناس وإيقاعهم^(١). لذلك كانت النظرة للإعلام في الأربعينيات من القرن الماضي، قائمة على تأثير الإعلام بما يشبه رصاصة أو حقن تحت الجلد. لقد استفادت اللغة العربية من خلال بروز التيار القائم بالاتصال في تلك الفترة في تنمية اللغة العربية للمتلقى من خلال بروز التيار الأدبي في التعبير الإعلامي، فارتقى أذواق الجماهير وانعكس ذلك في زيادة قاموسهم اللغوي. وما ميز تلك الفترة أن معظم القائمين بالاتصال كانوا من الأدباء والشعراء واللغويين، فساهموا في تعميق الطواهر التالية عبر وسائل الإعلام:

- أولاً: ظاهرة التفرد اللغوي. والتفرد اللغوي في أبسط تعريفاته هو ما انفرد بروايته واحد من أهل اللغة ولم يقله أحد غيره^(٢). وقد نقل القائمون بالاتصال في تلك الفترة الكثير من ألفاظ التفرد اللغوي إلى وسائل الإعلام عبر أشكال الإنتاج الإعلامي المتعدد، وبفضل ذلك أصبحت الكثير من مفردات التفرد اللغوي ثقافة جماهيرية بسبب تكرار استخدامها ودخولها دائرة إدراك الجماهير.
- ثانياً: الدخيل والمعرب: الدخيل هو الضيف لدخوله على المضيف، ويشير ابن منظور إلى أن الدخيل هو النزيل اللغوي حيث ينزل ضيفاً على اللغة كما ينزل

(١) عباس، هشام محمد، القائم بالاتصال الخرطوم، مطبعة الجمهورية ٢٠٠٤، ص ٨٣.

(٢) ذكريا، ميشال، علم اللغة الحديث، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ١٩٨٣، ص ٦٩.

على القوم الضيف. ويطلق أيضاً على العرب دخيل. والدخيل والعرب تتوافر فيهما الغربة وعدم الانتماء للجذور^(١). لقد ساهم الكثير من القائمين بالاتصال في عصر الطلقة المباشرة في استخدام الدخيل والعرب في اللغة الإعلامية، مما انعكس على صيغة واستخدام هذه المفردات عند المتلقي، وأناحت مضمون هذه النظرية أن تصبح وسائل الاتصال الجماهيري مضامن للغة الراقية غير المتأثرة بالعامية، مما أبرز عندها بجلاء الوظيفة التعليمية والثقافية، خاصةً أن المتلقي وفق هذه النظرية يتفاعل مع الرسالة الإعلامية.

الخبرة المشتركة والتنمية اللغوية:

الكتابات النظرية التي تناولت قضايا الإعلام والاتصال في منتصف القرن العشرين، جعلت من الدلالات اللغوية وما يتربّع عليها من تداعيات على النشاط الإعلامي، محل النظر والاهتمام. حاول بعض علماء الاتصال حينها بناء جدلياتهم النظرية حول بعدين رئيسيين. الأول هو القائم بالاتصال ومدى التصاقه بالقضايا الحياتية والهموم الجماعية التي يلتف حولها المجتمع. البعد الثاني، يعني به الجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية بتصنيفاته وخصائصه المنسوبة والمكتسبة. الجزئية الأهم التي ركزت عليها نظريات تلك الحقبة، هي اقتراح وتنفيذ الصيغة الأمثل لتوثيق الرابطة بين القائم بالاتصال والمتلقي. ولعل هذه الجزئية هي جوهر العملية الإعلامية برمتها. فالنشاط الإعلامي لا يخرج عن كونه إرسال رسالة لجمهور مستقبل مع ضمان تفاعل هذا الجمهور مع تلك الرسالة. لذا ظهرت مصطلحات من شاكلة الخبرة المشتركة والإطار الدلالي وغيرها من المصطلحات والمفاهيم التي ترمي في نهاية المطاف إلى توظيف المتاح من قوالب التعبير خدمةً للوظيفة الإعلامية في صورتها المهنية.

وفقاً لذلك برز مفهوم الخبرة المشتركة أو الإطار الدلالي في خمسينيات القرن الماضي وهو يشير إلى وجود خلفيات مشتركة بين القائم بالاتصال والمتلقيين من خلال

(١) بن منظور الأفريقي، محمد بن مكرم، لسان العرب، تحقيق محمد بك الحسيني، القاهرة، دار النواودر، ١٩٨٠، ص ٢٨٧.

معايشة القائم بالاتصال لقضايا المجتمع أو الدراسة والاضطلاع على واقع الجمهور^(١). ولتطبيق مفاهيم الإطار الدلالي، لا بد من استخدام لغة مشتركة بين القائم بالاتصال والجماهير بحيث يتم استخدام الألفاظ المألوفة توخيًا للفهم الحقيقى لها والتبسيط والتفسير في تعميق المعانى الأصلية وإشاعتها على أوسع نطاق بين الجماهير، ومن ضمن هذا النسق من الممارسة استمرار بعض الإعلاميين في توظيف القوالب الجاهزة بدونوعي وبلا تبصر، الأمر الذي قد يوحي إلى المتلقى بأنه أمام لغة جامدة فاقدة للحيوية والابتكار والتجديد.

العرض الانتقائي والتنمية اللغوية:

برزت مفاهيم التعرض والإدراك والتذكّر الانتقائي في السبعينيات من القرن الماضي، ويسير مفهوم التعرض الانتقائي إلى عمليات اختيارية للمتلقي لمضمون وسائل الإعلام وفق اعتبارات الإدراك والاهتمام والتذكّر. حيث إن اختلاف أفراد الجمهور عن بعضهم البعض سواء من الناحية التعليمية أو النفسية أو الاجتماعية يحتم وجود اختلافات في مدارك الناس. وبالتالي قدرتهم على تفسير المعلومات الواردة لهم من القائم بالاتصال^(٢).

وفقاً لذلك، فإن هذا المفهوم يبرز دوراً مهماً لوسائل الإعلام في التنمية اللغوية، حيث تتطلب هذه العمليات مخاطبة الجمهور وفقاً لخصائصه، وبالتالي ظهرت لغة جديدة تقسم الجمهور إلى فئات. فهناك اللغة الإعلامية الموجهة للطفل، واللغة الإعلامية الموجهة إلى المرأة. كما أن هناك لغة إعلامية موجهة إلى قطاعات نوعية مثل اللغة الإعلامية الموجهة لجمهور الرياضة. وكل نوع من أنواع هذه اللغات الإعلامية أضاف مفردات جديدة للغة العربية وانتقلت وفقاً لهذا المنظور من الاستخدام الإعلامي إلى الاستخدام الجماهيري.

انطلاقاً من هذه الفكرة، نجد أن الجمهور المتنوع ساهم بصورة واسعة وجلية في إنتاج قائمين بالاتصال متخصصين في هذه المجالات، وهم بالطبع ساهموا في قضايا

(١) محمد عباس، هشام، بحوث في الاتصال، القاهرة، الدار العربية للنشر، ٢٠١١، ص ٨٦.

(٢) المصدر نفسه، ص ٩٣.

التنمية اللغوية وجعلوها لغة الإعلام في الميدان المعين، الأمر الذي أحدث تحولاً نوعياً في استخدام مفردات وتركيب جديدة وغير مسبوقة في اللغة الإعلامية.

ترتيب الأجندة والتنمية اللغوية:

شهدت بدايات النصف الثاني من القرن العشرين تحولات جذرية في الهياكل والمؤسسات الدولية كجزء من حزمة تدابير شهدتها السياسة الدولية والعالم يخرج لتوه من حرب عالمية ثانية بعد حالة من التمحور والانقسامات والمواجهات المسلحة. بروزت أقطاب جديدة وأفل نجم دول كانت ضمن الفاعلين الدوليين الأساسيين. استمرت هذه التحولات لتصل ذروتها في سبعينيات ذلك القرن لتبرز على السطح العالمي قضايا نوعية مختلفة عما سبق، ومضامين جديدة يتحرك في إطارها الرأي العام. ومع تشعب تلك القضايا أخذ الإعلام على عاتقه مسؤوليات جديدة وأعباء جسام، وأجندة جديدة كذلك، مما انعكس على منهجية عمله وانتقاء مفرداته وتجاوبيه مع الجمهور.

برزت أفكار نظرية ترتيب الأجندة في سبعينيات القرن العشرين. وهي تستند إلى فكرة أن وسائل الإعلام القدرة على تشكيل الرأي العام حول القضايا التي يواجهها المجتمع. ومن خلال حجم الطرح لهذه القضايا وتسلیط الضوء عليها في وسائل الإعلام يستثار اهتمام الجمهور بها^(١). وبعبارة أخرى، ترى هذه الأفكار التي تطورت إلى نظرية أن وسائل الإعلام قادرة على تحويل اهتمام الجمهور إلى قضايا أو أفكار معينة. لقد ساهمت وسائل الاتصال الجماهيري عبر استدعاء مفردات جديدة في اللغة العربية في المساهمة في ترتيب الأجندة. وأدخلت في قاموس المتقين مصطلحات جديدة مثل الرأسمالية والإمبريالية والليبرالية في تناولها للتفكير الحر. ومفردات مثل الماركسية واللينينية والاشراكية عند تناولها للتفكير الشيوعي. وانتقلت هذه الممارسة إلى واقع اليوم في استحداث مصطلحات جديدة مثل الإرهاب والتوظيف السياسي لهذا المصطلح في وسائل الإعلام الغربية. وغير ذلك من المفردات التي تهدف إلى

(١) محمد عباس، هشام، بحوث في الاتصال، مصدر سابق، ص ٩٩.

ترتيب أولويات الجمهور والاستمرار في إنتاج مفردات لغوية جديدة.

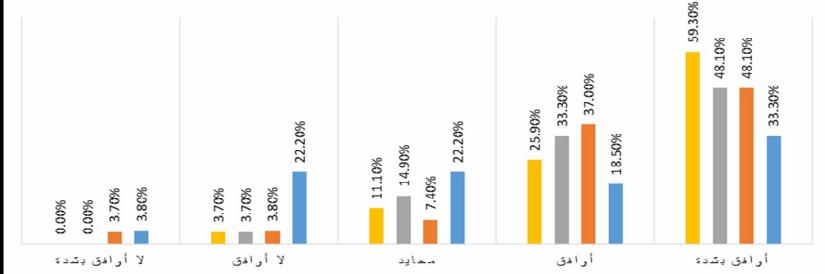
رابعاً: النموذج التطبيقي:

اشتملت أسئلة الاستبانة التي تم توزيعها على العينة المختارة على ثلاثة محاور هي المهارات الاتصالية والإطار الدلالي والعرض الانتقائي. كل محور من هذه المحاور تضمن أربعة أسئلة بحث في علاقة التنمية اللغوية بمهارات الاتصال والدلالات والعرض. المحاور الثلاثة التي خصصتها الدراسة حول حزم مرتبط بعضها البعض. كما ارتبطت من الناحية المنهجية مع مكونات المقدمة مثل الأسئلة والفرضية الرئيسية وحدود المشكلة والأهداف التي تعمل الدراسة على تحقيقها. العينة المختارة التي وزعت عليها الاستبانة شملت مجموعة من الإعلاميين وأساتذة الإعلام بالجامعات السعودية، من واقع أنهم أكثر دراية بالتحولات التي تتم على مستوى اللغة من ناحية، ولهم كذلك خبرة متراكمة في بحث ظاهرة الاتصال وقياس ما يترتب من آثار وتداعيات على مضمون الإعلام ورسالته.

أسئلة المحور الأول سعت إلى تغطية الجزئية المتعلقة بمدى رسوخ مفهوم التنمية اللغوية عند القائم بالاتصال، ومدى ارتباط هذا المفهوم بظاهرة الاتصال. كما تضمنت تساؤلاً في هل من الممكن إطلاق القول بـإن التنمية اللغوية في جوهرها ومظاهرها حالة تتلبس جميع اللغات وليس خاصية باللغة العربية فقط؟ أم أن هناك خصوصية تتعلق باللغة العربية يجبأخذها في الاعتبار. مما قد يعني أن المنظور التحليلي لأبعاد وتداعيات التنمية اللغوية والانتقالات التي تتم على مستوى البناء والتراكيب والدلالات ربما هو منظور عام في كنهه ولا يحمل صفة تخصيصية للغة بعينها. في هذه الحالة تصبح تأثيرات التنمية اللغوية على الإعلام والرسالة الإعلامية أشبه بالظاهرة الكلية التي تتم في إطار إنساني جامع أكثر من كونها مجرد ظاهرة جغرافية ذات ارتباط بلغة أو مجموعة أو إطار قومي. هناك تساؤل آخر في هذا المحور يتركز حول إسهام المؤسسات الإعلامية في مجال التنمية اللغوية والبحث بعمق وعن قرب في مضمون السياسات والتخطيط الإعلامي، وهل حول هذه السياسات وعيًا مستبطناً، أو حتى ظاهراً بأهمية التنمية اللغوية.

محور المهارات الاتصالية و التنمية اللغوية

- مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الواضحة في معناها ودلالاتها
- مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم شديدة الارتباط بالظاهرة الاتصالية ولا يمكن عزلها عنها
- مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الشائعة في كل غفات العالم الرئيسة وليس فاقداً فقط على اللغة العربية
- المؤسسات الإعلامية لها إسهام كبير في تنمية اللغة



فيما يلي وضوح معنى ودالة مفهوم "التنمية اللغوية" أوضح نسبة مقدّرة من أفراد العينة وصلت إلى ٣٣,٣٪ أنهم يوافقون بشدة على أن مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الواضحة في معناها ودلالاتها. بينما وقف المحايد، وبينما النسبة ٢٢,٢٪ ذكر أفراد العينة أنهم لا يوافقون بأن مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الواضحة في معناها ودلالاتها، أما ١٨,٥٪ من أفراد العينة فلم يوافقوا على ذلك، بينما كانت هناك نسبة ٣,٨٪ من أفراد العينة لا يوافقون وبشدة. من العرض السابق يبرز وضوح مفهوم التنمية اللغوية لدى الممارسين والأكاديميين في الحقل الإعلامي والمختصين في مجال اللغة، ولكنه ليس القدر الذي يحيط هذا المفهوم الى ثقافة مهنية تكسب اللغة الإعلامية المساهمة الإيجابية في عمليات التنمية اللغوية. في ذات الاتجاه فإن النسبة المحايدة تظل مؤثرة وهي التي لم تستطع التحديد الدقيق لهذا المصطلح، أما رأي أفراد العينة الخاص بموافقتهم على عدم وضوح المفهوم فهو أيضاً نسبة معتبرة تلفت النظر الى أهمية الاهتمام بتعزيز مفهوم التنمية اللغوية وسط القائمين بالاتصال.

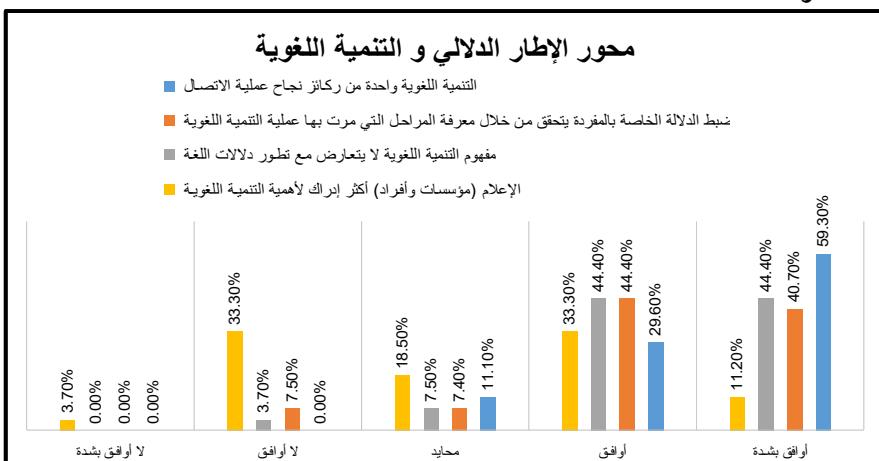
أما الجزئية المتعلقة ب مدى الارتباط بين مفهوم التنمية اللغوية وظاهرة الاتصال، فنجد ما نسبته ٤٨,١٪ من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم شديدة الارتباط بالظاهرة الاتصالية ولا يمكن عزلها عن أي حال من الأحوال. بينما وافق ٣٧٪ على ذلك، أما ٤,٧٪ من أفراد العينة فإنهم لم يتمكنوا من

تحديد رأيهم، بينما نسبة ٨٪ لم يوافقو ونسبة ٧٪ من أفراد العينة لم يوافقوا وبشدة على أن مفاهيم التنمية اللغوية شديدة الارتباط بالظاهرة الاتصالية ولا يمكن عزها عنده. والمتأمل لهذا الاستعراض يصل إلى حقيقة أن هنالك قناعات إيجابية لدى الممارسين للإعلام والأكاديميين بأن مفهوم التنمية اللغوية شديد الارتباط بالظاهرة الاتصالية مع تباين درجة القناعات، ولا تزال نسبة قليلة من هذه الشريحة حتى الآن غير قادرة على تحديد العلاقة بين مفهوم اللغة الاتصالية والظاهرة الاتصالية، بينما لا تزال ولكن بنسبة ضعيفة جداً بعض الفئات من الإعلاميين والأكاديميين لا ترى ثمة ارتباط بين مفهوم التنمية اللغوية والظاهرة الاتصالية.

مضمون السؤال الثالث فيه إشارة إلى أن التنمية اللغوية ظاهرة متمددة في كل اللغات وليس مقتصرة فقط على اللغة العربية. وافق بشدة ٤٨٪ من أفراد العينة على أن مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الشائعة في كل لغات العالم الرئيسة وليس قاصرًا على اللغة العربية، أما ٣٪ منهم فقد وافق على ذلك، بينما لم تستطع ١٤٪ من عينة الدراسة تحديد ذلك وأصبحت محايضة، أما ٧٪ فإنهم لم يوافقوا على ذلك. إن هذه البيانات تعكس اطلاع معظم أفراد العينة على اللغات غير العربية وهي ظاهرة إيجابية سوف تمكن بالطبع من الاستفادة من خصائص اللغة العربية في الممارسة الإعلامية والتفاعل مع ظاهرة التنمية اللغوية إيجابياً عند ممارسة أنشطة الترجمة والتعريب في العملية الإعلامية. ومن جهة أخرى فإن هذه البيانات تعكس استعداد الإعلاميين والأكاديميين في المملكة العربية السعودية لتنمية اللغة العربية من خلال تفاعಲها مع اللغات الأخرى.

تضمن السؤال الرابع في هذا المحور استفهاماً حول مدى إسهام المؤسسات الإعلامية في دعم وتعزيز التنمية اللغوية وإبراز قيمتها الحقيقة. وافق ٥٩٪ بشدة من أفراد العينة على أن المؤسسات الإعلامية لها إسهام كبير في تنمية اللغة، أما ٢٥٪ فقد وافق على ذلك، بينما يرى ٧٪ أن المؤسسات الإعلامية ليس لها دور كبير في التنمية اللغوية، أما ١١٪ من أفراد العينة فلم يستطعوا أن يسهموا برأي واضح في هذه القضية ووقفوا في ميدان المحابية. من هذا الاستعراض نصل إلى حقيقة

رسوخ قناعات النخب الإعلامية والأكاديميين في مجال الإعلام واللغة العربية في المملكة العربية السعودية بأهمية المؤسسات الإعلامية في الإسهام الكبير في تنمية اللغة مع تفاوت درجة هذه القناعات. وترى الدراسة أن نسبة من يرون عدم إسهام المؤسسات في ذلك هي نسبة معتبرة، وتقود إلى مؤشرات مفادها أن هناك إسهامات واضحة لبعض الأفراد الإعلاميين في تنمية اللغة. كما أن المؤسسات الإعلامية بما فيها وسائل الإعلام الجديد حققت قدرًا كبيراً في هذا الجانب. أما وجود عدد من أفراد العينة داخل دائرة الحياد فإنه يعني اهتمام بعض النخب الإعلامية والأكاديميين بقضية الممارسة الإعلامية أكثر من النظر إليها من باب التخطيط وهذه تقود إلى ميدان وبحث آخر.



أسئلة المحور الثاني خصصت لمعرفة الرابط الموضوعي بين الإطار الدلالي العريض ومسارات التنمية اللغوية وما يكتفي بهذه الرابطة من علاقات سلبية. يعني أن دلالات المفردات والألفاظ تصبح أكثر وضوح في ظل حماقة اللغة على إيقاع منتظم من النمو والتطور في معانيها المستحدثة وتراثها. جاء السؤال الأول في هذا المحور استفساريًّا يرجح نجاح عملية الاتصال، وعلى كافة مستوياتها إلى مقومات ومرتكزات رئيسة، تأتي على رأسها التنمية اللغوية. قد يستنتج من ذلك، كما ورد في مادة التساؤل التالي، أن ضييق دلالة المفردة نفسها يتحقق بصفة شرطية، هي معرفة

المرحلة الدقيقة التي مرت بها اللغة في مسيرة ثورها وتطورها. السؤال الثالث من المخور ركز على استجلاء حالة التعارض أو عدم التعارض بين مفهوم التنمية اللغوية من جهة وتطور دلالات المفردات من جهة أخرى. السؤال الأخير في المخور يدور حول الإعلام بمؤسساته وأفراده، هل هو مدرك لأهمية التنمية اللغوية، أم أن وعي تلك المؤسسات ورؤساء الأفراد ما زال محدوداً. مما قد يؤدي إلى تقازم دور الإعلام والانخفاض فاعلية رسائله الموجهة للجمهور نتيجة عجز القائمين عن مواكبة ثورة وتطور اللغة.

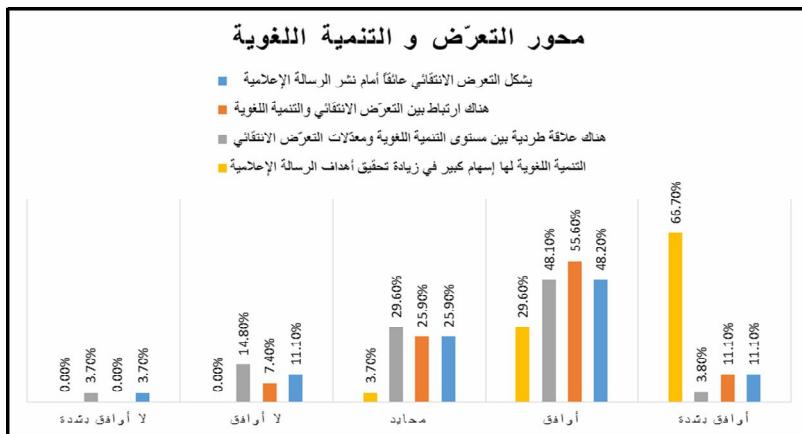
حول مدى الاعتقاد بأن التنمية اللغوية تعتبر واحدة من أهم ركائز ومقومات العمليات الاتصالية الناجحة، وافق ٥٩٪ بشدة على أن التنمية اللغوية واحدة من ركائز نجاح عملية الاتصال، بينما وافق ٢٩٪ على ذلك، أما ١١٪ فلم يحدد رأيه في ذلك، ولم يجد أي من أفراد العينة عدم الموافقة، ومن هذا الاستعراض تصل الدراسة إلى حقيقة القناعات الإيجابية لدى النخب الإعلامية والأكاديميين بالمملكة العربية السعودية بدور التنمية اللغوية في نجاح عملية الاتصال، إلا أن هناك نسبة ولكنها ضعيفة لم تستطع ربط التنمية اللغوية بعملية نجاح الاتصال، مما يعني ضرورة استمرار الجهد وسط الفئات المؤثرة لترسيخ هذه العلاقة

ضبط دلالة المفردة من خلال تتبع مراحل التنمية اللغوية كانت محل استفسار، حيث وافق بنسبة ٤٤٪ من أفراد العينة أن ضبط الدلالة الخاصة بالمفردة يتحقق من خلال معرفة المراحل التي مرت بها عملية التنمية اللغوية. أما ٧٪ فقد وافقوا بشدة على ذلك. بينما لم توافق نسبة ٤٪ من أفراد العينة. أما ٤٪ من العينة فإنهم لم يستطعوا تحديد رأيهم في ذلك. المتأمل لهذه البيانات يصل إلى حقيقة قناعات القائمين بالاتصال والأكاديميين الإعلاميين واللغويين في المملكة العربية السعودية تجاه أهمية معرفة المراحل التي مرت بها التنمية الاتصالية للمساهمة في ضبط الدلالة الخاصة بالمفردة، مما يعني ضرورة تحسين العلاقة بين اللغويين والإعلاميين للمساهمة الإيجابية في إثراء المعارف المشتركة. مما يعكس إيجاباً على الأداء الإعلامي. ولا يمكن تجاوز النسبة الكبيرة من أفراد العينة التي ترى أنه ليس من المفيد معرفة مراحل عملية

التنمية اللغوية لضبط الدلالة الخاصة بالمفردة ولعل هذه القناعات لها تأثير على نظرية اللغة في بعض المنشورات الإعلامية مما يعني ضرورة تكثيف الجهد لمزيد من الإدماج بين الإعلاميين واللغويين أو تأهيل قائم جديد بالاتصال تدعيمه المعرفة اللغوية.

فيما يلي التساؤل أو الاستفسار حول عدم التعارض بين مفهوم التنمية اللغوية وتطور دلالات المفردة، وافق ٤٤٪ من أفراد العينة وبشدة على أن مفهوم التنمية اللغوية لا يتعارض مع تطور دلالات اللغة. وبينما هذه النسبة وافق على ذلك مجموعة من أفراد العينة. أما ٧٪ فلم يدلوا برأيهم في هذا الموضوع، واكتفوا بأن يكونوا محايدين. أما ٣٪ من أفراد العينة فلم يوافقوا على ذلك. من هذا الاستعراض يبرز المفهوم الابجبي للقائمين بالاتصال والأكاديميين والإعلاميين واللغويين بأن مفهوم التنمية اللغوية يسير في ذات اتجاه تطور الدلالات مما يدلل على أن هذا المفهوم يعني التنمية الابجنبية والارتفاع باللغة. ورغم ذلك إلا أن بعض النخب الإعلامية والأكاديميين يرون أن مفهوم التنمية اللغوية يتعارض مع دلالات اللغة ويندو أنهم وصلوا إلى هذا الاعتقاد من خلال نظرتهم لبعض الممارسات الإعلامية وليس النظرة المثالية لما هو مطلوب.

حول مدى إدراك الإعلام (مؤسسات وأفراد) لأهمية التنمية اللغوية، كانت هناك إجابات متفاوتة. وافقت نسبة ٣٣٪ من أفراد العينة على أن الإعلام (مؤسسات وأفراد) أكثر إدراكاً لأهمية التنمية اللغوية. وإذا أضفنا إليها نسبة ١١٪ من أفراد العينة الذين وافقوا بشدة فإن معظم أفراد العينة بذلك يذهبون في هذا الاتجاه. بينما هنالك نسبة مقدرة تصل إلى ٣٣٪ لم تتوافق أن الإعلام (مؤسسات وأفراد) أكثر إدراكاً لأهمية التنمية اللغوية، بينما لم تبد نسبة ١٨٪ رأيها في هذه القضية. أما نسبة ٧٪ فهي لم تتوافق بشدة. من هذا الاستعراض نلاحظ تقارب النسب بما يعني أن قضية إدراك أهمية التنمية اللغوية في الإعلام (مؤسسات وأفراد) ما زالت محط الجدل بين النخب الإعلامية والأكاديميين في الإعلام واللغة العربية، مما يعني ضرورة طرح هذه القضية في ميدان البحث والنقاش حتى يتم الوصول إلى صيغ توافقية.



أسئلة المخور الثالث تبحث في المقارنة بين متغيرين، وتفسير ما يتم بينهما من تساند، هما التعرّض الانتقائي والتنمية اللغوية. تمت صياغة أسئلة هذا المخور بصورة مبسطة و مباشرة. السؤال الأول: هل يمكننا اعتبار التعرّض الانتقائي ظاهرة لصيغة بالعملية الإعلامية، تقف حجر عثرة أمام نشر الرسالة وذريوعها بين الجمهور؟ وهل هناك أي نوع من الرابطة، موضوعيةً كانت أم شكلية بين التنمية اللغوية والتعرّض الانتقائي إذا صحت فكرة أن هناك رابطة بين التعرّض الانتقائي والتنمية اللغوية، هل تتأهل حينها هذه الرابطة المشار إليها لتحمل صفة التلازمية، بمعنى أن العلاقة ستصبح طردية بين درجات التنمية اللغوية ومعدلات التعرّض الانتقائي. ثم تنتهي تساؤلات المخور باستفهام رئيس، ومرتبط بجوهر الدراسة، هو مدى إسهام التنمية اللغوية في تحقيق أهداف الرسالة الإعلامية. أي أن القائم بالاتصال سيعول كثيراً على توظيف اللغة في آخر مراحل تطورها المتزامن مع لحظة إجراء الاتصال حتى يتيقن أن رسالته مؤهلة لتحقيق أهدافها المنشودة.

تنوع الإجابات فيما يلي السؤال حول وقوف التعرّض الانتقائي حائلاً أمام انتشار الرسالة الإعلامية. حيث وافق أفراد العينة بنسبة ٤٨٪ أن التعرّض الانتقائي لوسائل الإعلام يشكل عائقاً أمام نشر الرسالة الإعلامية. وإذا أضفنا من يوافقون بشدة والذين كانوا بنسبة ١١٪ فهذا يعني أن معظم النخب الإعلامية والأكاديميين في الإعلام واللغة العربية يسيرون في هذا الطريق. أما نسبة ٢٥٪ من أفراد العينة فظلو محايدين في إعطاء رأي عن هذا الموضوع، بينما لم توافق نسبة

١١٪ من أفراد العينة على فكرة أن التعرض الانتقائي يشكل عائقاً أمام نشر الرسالة الإعلامية. كما لم تتوافق نسبة ٧٪ من عينة الدراسة بذلك. إن الناظر إلى هذه البيانات يصل إلى حقيقة مهمة وهي أن إدراك النخب الإعلامية والأكاديميين في مجال الإعلام واللغة العربية في المملكة العربية السعودية إلى مسألة أن استخدام اللغة الإعلامية في الوسيلة يحدد إلى حد كبير طبيعة الجمهور الذي يتعرض للمادة الإعلامية، آخذين في الاعتبار أدراكه وفهمه ومستوى مخاطبته.

الرابطة القوية بين التعرض الانتقائي والتنمية اللغوية، كانت جوهر السؤال الثاني في هذا المhour. حيث وافق أفراد العينة بنسبة ٥٥٪ إلى أن هناك إرتباطاً قوياً بين التعرض الانتقائي والتنمية اللغوية. وإذا أضفنا نسبة الذين وافقوا بشدة والتي بلغت ١١٪ نجد أن معظم أفراد العينة يحملون ذات القناعة. أما ٩٪ فقط لم يستطيعوا التعرف على العلاقة بين الظاهرتين وظلوا محايدين في إبداء الرأي. ولم تتوافق نسبة ٤٪ من أفراد العينة على وجود هذا الارتباط. من هنا يتضح جلياً إدراك معظم النخب الإعلامية والأكاديميين في مجال الإعلام واللغة العربية لظاهرة الارتباط بين التعرض الانتقائي والتنمية اللغوية وهذا بالطبع سينعكس في الممارسة الإعلامية ايجاباً من خلال تأثير هذه الفئة في توضيح هذه العلاقة للقائمين بالاتصال في الإعلام السعودي مما يوجد لغة إعلامية لكل جمهور. هذا مع اعتبار النسبة الكبيرة التي لم تستطع إدراك هذه العلاقة مما يعني ضرورة ادماج مثل هذه القضايا الدقيقة في الدورات التأهيلية للإعلاميين.

تبينت وجهات النظر للمستطلعين حول وجود علاقة طردية بين مستوى التنمية اللغوية ومعدلات التعرض الانتقائي. وافق مجموعة مقدرة من أفراد العينة بنسبة ٤٨٪ بأن هناك علاقة طردية بين مستوى التنمية اللغوية ومعدلات التعرض الانتقائي. وإذا أضفنا نسبة ٨٪ والتي وافقت بشدة فإن ذلك يعني وجود قناعات راسخة لدى معظم النخب الإعلامية والأكاديميين في مجال الإعلام واللغة العربية بأن ظاهرة التعرض الانتقائي تعمل على تنمية اللغة. أما ٩٪ من أفراد العينة فقد كانوا محايدين في إبداء الرأي مما يعني عدم ترسخ هذه العلاقة في إدراكيهم للظاهرتين. والملاحظ أن ٨٪ من أفراد العينة لم يوافقوا على وجود هذه العلاقة الطردية وهي

نسبة ضعيفة مقارنة بحجم العينة، بينما لم يوافق بشدة ٣٪. هذه النسب تعطى مؤشرات لتبالين نظر أفراد العينة لمفهوم جهور وسائل الإعلام مما انعكس على تبالي نظرتهم لمفهوم ووظائف التعرض الانتقائي.

السؤال الأخير في الاستبانة ترکز حول مدى إسهام التنمية اللغوية في تحقيق أهداف ومرامي الرسالة الإعلامية. معظم أفراد العينة اتفقوا على أن التنمية اللغوية لها إسهام كبير في زيادة وتحقيق أهداف الرسالة الإعلامية، حيث ذكر ٦٦,٧٪ أنهم يوافقون بشدة على ذلك. وكذلك وافق ٢٩,٦٪ من أفراد العينة. بينما هناك نسبة ٣,٧٪ من وقفوا على الحياد في التعبير عن رأيهم في هذه القضية. يلاحظ في ذلك أنه لا يوجد أحد من أفراد العينة لم يواافق أو لم يوافق بشدة على إسهام التنمية اللغوية في تحقيق أهداف رسالة الإعلام. وهذه البيانات تعكس الاعتقاد الكبير للنخب الإعلامية والأكاديميين في مجال الإعلام ولللغة العربية بأن التنمية اللغوية لها إسهام كبير في زيادة تحقيق أهداف الرسالة الإعلامية. مما يستوجب إدخال ثقافة التنمية اللغوية في برامج تطوير مهارات القائمين في الاتصال في المؤسسات الإعلامية المتعددة.

الخاتمة:

التنمية اللغوية لا تعدو كونها محصلة جمعية لنشاط رسمي يقوم به أهل اللغة، عبر استدعاء ألفاظ جديدة ربما لم تكن مطروقة. إضافة إلى أنشطة أخرى متتابعة في طبيعتها تقوم بها الفواعل الاجتماعية المتنوعة. الأمر الذي يقود إلى تحولات جديدة في أبنية المفردات والألفاظ وكذلك في أصواتها ومعانيها. لذا يصبح من المهم للإعلام (مؤسسات وأفراد) المساهمة في إعادة إنتاج هذه المفردات واستخدامها، كضمانة لوصول مضامين الإعلام ورسالته إلى الجمهور. وحتى لا تختلف مؤسسات الإعلام عما يجري من تحولات وتجدد في اللغة.

وضح أن التنمية اللغوية تتحقق من خلال أدوات عديدة بعضها مباشر وبعضها الآخر غير مباشر. لذا ينظر للتنمية اللغوية من هذه الزاوية باعتبارها مادة حية ودائمة الحضور في أجندات الدراسات والبحوث التي تستهدف كل ما يترب على هذه التجديد من نتائج وتداعيات. غالب ما جرى من دراسات في هذا المنحى توصل إلى تسمية العديد من الأدوات التي أسهمت بشكل واضح في تنمية اللغة والانتقال بها

عبر التراكيب والدلالات. يتضح من ذلك أن النظرة للغة يجب تأخذ في الاعتبار الخاصية الديناميكية للغة وقدرتها على التجدد والتجديد. الأمر الذي يدفع النخب الإعلامية والأكاديمية لأن تكون على دراية ومواكبة لأدوات ومراحل هذه النزعة التجددية الطاغية التي تمتلكها اللغة.

من النقاط المهمة التي وقفت عندها الدراسة أن ممارسة الاتصال لا تتحقق بصورة ناجحة إلّا من خلال توظيف التراكيب اللغوية المستحدثة. مما يقف شاهداً على صحة وجود الرابطة الموضوعية بين التنمية اللغوية والمارسة الإعلامية. ما يلفت النظر في ذلك أن الإعلام السعودي كما الإعلام العربي، يتأثر بشكل كبير بالتطورات التي تطرأ في معاني ودلالات المفردات المستخدمة في لغة الإعلام. حيث تقع المفردة الإعلامية تحت تأثيرات من جهات عديدة، منها الضغط الذي تمارسه اللغة العامية، والتأثيرات المتولدة من أثر اللغات الأجنبية. فضلاً عن النمو الطبيعي للغة المدفوع في أحيان كثيرة بعوامل ذاتية بحثة تتفاعل فيها اللغة في داخلها وفي بيئتها المحيطة بصورة تلقائية.

إن الفكرة المركزية في الدراسة انطوت على أن وعي القائم بالاتصال بضرورة التجديد في دلالة اللغة يزيد من فاعلية الرسالة الإعلامية ويعزز من قيمة الممارسة الإعلامية. آخذين في الاعتبار دراسة الحالة وهي تطبيق على عينة من الإعلاميين وأساتذة الإعلام بالجامعات السعودية. وعلى الرغم من أن قضية إدراك أهمية التنمية اللغوية ما زالت محط الجدل بين النخب الإعلامية والأكاديميين في الإعلام واللغة العربية، إلّا أن مجموعة مقدرة من المستطلعين تدرك التداخل بين التنمية اللغوية وطبيعة الوظيفة الإعلامية. بعد جمع إجابات الاستبانة وتحليلها توصلت الدراسة إلى

النتائج التالية:

- أولاً: هنالك قناعات إيجابية لدى الممارسين للإعلام والأكاديميين بأن مفهوم التنمية اللغوية شديد الارتباط بالظاهرة الاتصالية.
- ثانياً: هناك قناعات إيجابية أيضاً لدى النخب الإعلامية والأكاديميين بالملكة العربية السعودية بالدور الكبير الذي تقوم به التنمية اللغوية في نجاح الاتصال وزيادة فاعليته.

- ثالثاً: نسبة كبيرة من الإعلاميين المهنيين والأكاديميين في مجال الإعلام واللغة العربية على قناعة تامة بإن التنمية اللغوية لها إسهام كبير في زيادة تحقيق أهداف الرسالة الإعلامية.
- رابعاً: استخدام اللغة الإعلامية في الوسائل الإعلامية يحدد إلى درجة كبيرة طبيعة الجمهور الذي يتعرض للمادة الإعلامية وفقاً لإدراكه وفهمه ومستوى مخاطبته.
- خامساً: مفهوم التنمية اللغوية يسير في ذات اتجاه تطور الدلالات مما يؤكّد على أن هذا المفهوم ما هو إلّا تعبير عن التنمية الإيجابية والارتقاء باللغة.
- سادساً: مفهوم التنمية اللغوية بات واضحاً لدى الممارسين والأكاديميين في الحقل الإعلامي والمحترفين في مجال اللغة. لكن هذا الوضوح ليس بالقدر الذي يجعل هذا المفهوم إلى ثقافة مهنية تكسب القائم بالاتصال قدرة أكبر في دعم وتعزيز التنمية اللغوية.

كما توصلت الدراسة إلى جملة من التوصيات تتمثل في الآتي:

- ١ - تجسيّر هوة العلاقة بين اللغويين والإعلاميين للمساهمة الإيجابية في إثراء المعارف المشتركة وخلق المواكبة المطلوبة فيما يلي تطور دلالات المفردة واستخداماتها في مجال الإعلام.
- ٢ - تنويع البرامج المقدمة عبر الوسائل الإعلامية المتعددة ومراعاة تنفيذ تلك البرامج بتوافق مع تطور دلالات الألفاظ والمفردات الإعلامية.
- ٣ - تنفيذ الدورات التدريبية المتخصصة في مجال التنمية اللغوية ودورها في دعم الرسالة الإعلامية ما يعكس بصورة إيجابية على النشاط الإعلامي.
- ٤ - الاستفادة من سمات اللغة العربية وتشجيع الثقافة اللغوية لدى القائم بالاتصال ودعم هذا التوجه في مجال الدراسات والبحوث العلمية والتأهيل الأكاديمي.
- ٥ - جعل مفهوم التنمية اللغوية ثقافة عامة في النشاط الاتصالي وذلك عبر البرامج الرسمية وغير الرسمية.

ملحق (١) استبيان مصممة لغرض علمي فقط
دراسة حول اتجاهات النخب الإعلامية نحو مفهوم التنمية اللغوية: دراسة تطبيقية
على عينة من الإعلاميين وأساتذة الإعلام الجامعات السعودية

الاسم (ليس ضرورياً)

ضم علامة (✓) أمام الإجابة التي تراها صحيحة :

المحور الأول: المهارات الاتصالية والتنمية اللغوية :

م	السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
01	مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الواضحة في معناها ودلالتها					
02	مفهوم التنمية اللغوية شديدة الارتباط بالظاهرة الاتصالية ولا يمكن عزتها عنها					
03	مفهوم التنمية اللغوية شائع في كل لغات العالم الرئيسية وليس قاصرًا فقط على اللغة العربية					
04	المؤسسات الإعلامية لها إسهام كبير في تنمية اللغة					

المحور الثاني: الإطار الدلالي والتنمية اللغوية :

01	التنمية اللغوية واحدة من ركائز نجاح عملية الاتصال					
02	ضبط الدلالة الخاصة بالكلمة يتحقق من خلال معرفة المراحل التي مرت بها عملية التنمية اللغوية					
03	مفهوم التنمية اللغوية لا يتعارض مع تطور دلالات اللغة					
04	الإعلام (مؤسسات وأفراد) أكثر إدراك لأهمية التنمية اللغوية					

المotor الثالث: التعرض الانتقائي والتنمية اللغوية:

م	السؤال	يشكل التعرض الانتقائي عائقاً أمام نشر الرسالة الإعلامية	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
01	هناك ارتباط بين التعرض الانتقائي والتنمية اللغوية					
02	هناك علاقة طردية بين مستوى التنمية اللغوية ومعدلات التعرض الانتقائي					
03	التنمية اللغوية لها إسهام كبير في زيادة تحقيق أهداف الرسالة الإعلامية					
04						

ملحق (٢) نتائج الاستبيان بالنسبة المئوية

المحور الأول: المهارات الاتصالية والتنمية اللغوية:					
لا أوفق بشدة	لا أافق	محايد	أافق	أوفق بشدة	
%3.8	%22.2	%22.2	%18.5	%33.3	مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الراضحة في معناها ودلائلها
%3.7	%3.8	%7.4	%37.0	%48.1	مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم شديدة الارتباط بالظاهرة الاتصالية ولا يمكن عزماً عنها
%0.0	%3.7	%14.9	%33.3	%48.1	مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الشائعة في كل لغات العالم الرئيسة وليس قاصراً فقط على اللغة العربية
%0.0	%3.7	%11.1	%25.9	%59.3	المؤسسات الإعلامية لها إسهام كبير في تنمية اللغة
المحور الثاني: الإطار الدلالي والتنمية اللغوية:					
لا أوفق بشدة	لا أافق	محايد	أافق	أوفق بشدة	
%0.0	%0.0	%11.1	%29.6	%59.3	التنمية اللغوية واحدة من ركائز نجاح عملية الاتصال
%0.0	%7.5	%7.4	%44.4	%40.7	ضبط الدلالة الخاصة بالمرفردة يتحقق من خلال معرفة المراحل التي مررت بها عملية التنمية اللغوية
%0.0	%3.7	%7.5	%44.4	%44.4	مفهوم التنمية اللغوية لا يتعارض مع تطور دلالات اللغة
%3.7	%33.3	%18.5	%33.3	%11.2	الإعلام (مؤسسات وأفراد) أكثر إدراكاً لأهمية التنمية اللغوية
المحور الثالث: التعرض الانتقائي والتنمية اللغوية:					

أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
%3.7	%11.1	%25.9	%48.2	%11.1	يشكل التعرض الانتقائي عائقاً أمام نشر الرسالة الإعلامية
%0.0	%7.4	%25.9	%55.6	%11.1	هناك ارتباط بين التعرض الاننقائي والتنمية اللغوية
%3.7	%14.8	%29.6	%48.1	%3.8	هناك علاقة طردية بين مستوى التنمية اللغوية ومعدلات التعرض الاننقائي
%0.0	%0.0	%3.7	%29.6	%66.7	التنمية اللغوية لها إسهام كبير في زيادة تحقيق أهداف الرسالة الإعلامية

واقع اللغة العربية ولامحها في ضوء تطور وسائل الإعلام

د. لطفي الزيادي

تمهيد:

﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَنَّقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَيْرٌ ﴾ (الحجرات: ١٣).

الاتصال كما تبيّنه هذه الآيات الكريمة حاجة بشرية وظاهرة اجتماعية لا يمكن الاستغناء عنها. فالمجتمع هو مجتمع اتصالي بدرجة أولى والإنسان كما تبيّنه كل البحوث والتجارب الاتصالية والاجتماعية لا يمكنه العيش في عزلة فهو في حاجة أكيدة وطبيعية للاتصال والتواصل مع باقي أفراد المجموعة الذين يتعايشون معه مكوّنين بذلك المجتمع الإنساني فالإنسان كما يقول ابن خلدون "مدني بطشه".

ويقصد بالاتصال عملية إرسال واستقبال المعلومات بهدف إحداث تغيير إيجابي. وللاتصال مستويات عديدة تختلف بإختلاف عدد المشاركين في العملية الاتصالية وطبيعتهم وكذلك أهدافها ووسائلها: فهو ذاتي Self-communication إذا حدث داخل الفرد حينما يحدّث نفسه وتحامره أفكار يناقشها مع ذاته وداخل كيانه. وهو شخصي يمكن أن يحدث من شخص إلى آخر one to one أو من شخص إلى عدة أشخاص one to many بطريقة مباشرة ودون استعمال وسيلة وهو كذلك جماهيري إذا تمثل في عملية بث مضامين متعددة ومتختلفة في مناطق جغرافية متنوعة وإلى أفراد مختلفين وذلك باعتماد وسائل اتصالية (الصحف والإذاعة والتلفزيون ووسائل الاتصال الحديثة).

ويسمى الأخصائيون هذا النوع من الاتصال بالاتصال الجماهيري أو الإعلام ويشمل "كافّة أوجه النّشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة... والمعلومات السليمة عن القضايا والمشكلات بطريقة موضوعية وبدون تزيف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من الوعي والمعرفة

والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقى للمادة الإعلامية وما يسهم في تنوير الرأي العام^(١) ولنشر وبث مضامينها استعانت وسائل الإعلام منذ نشأتها باللغة في شكل صور متحركة في البداية وفي شكلها المطبوع في مرحلة ثانية عندما ازداد تطورها. وقد مكنت الشراكة بين اللغة ووسائل الإعلام، الإنسان، "من تجاوز الأسلوب القديمة المعتمدة في تناقل الأفكار والمشاعر".^(٢)

وكلمة لغة أو language أخذت من الأصل اللاتيني lingua وقد عرفها لسانيون كثيرون تعريفا علميا مثل Sapir-Edward الذي وصفها بأنها "منهج بشري صرف غير غريزي لإبلاغ الأفكار والعواطف والرغبات بواسطة نظام من الرموز signes المحدثة" و Stuart hale الذي اعتبرها مؤسسة اجتماعية يتفاعل بها الناس عن طريق الرموز الشهبية السمعية المستخدمة بحكم العادة.^(٣) أما في العربية فكلمة لغة اشتقت من اللّغا واللغو هو الكلام غير المفید الذي لا يعتد به".

وقد كان الاتصال في بدايته غير لفظي يعتمد الإشارات والأصوات كالصرخ والزجارة والمهممة ثم ومع تزايد أعداد البشر وتفاقم الحاجة إلى التبادل والتواصل مع الأفراد والجماعات وضع الإنسان لنفسه لغة منطقية للتخاطب. ويرجع المؤرخون ظهور لغة التخاطب إلى ما قبل سبعة آلاف سنة من ميلاد المسيح في منطقة الشام والعراق ووسائل الإعلام منذ تبنيها اللغة كأداة لنشر مضامينها، تعتمد مختلف أنماط اللغة المرئية (الكتابية) والمسموعة (الإذاعة) للتواصل مع جماهيرها، فالكلام هو المظهر المنطوق من اللغة بينما الكتابة فهي المظهر المقرؤ منها. علاقة وسائل الإعلام باللغة هي إذن علاقة وطيدة وضاربة في الزمن وهي كذلك علاقة مصلحة. فوسائل الإعلام في حاجة إلى اللغة بشتى أنواعها وأشكالها ومستوياتها لنشر مضامينها وبتها إلى أكبر عدد من الجماهير واللغة في حاجة إلى وسائل الاتصال والإعلام لضمان انتشار واسع ولدى أكبر عدد ممكن من الجماهير.

(١) محمد الصيرفي، الإعلام، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٩، ص ١٥ .

(٢) هادي نعمان المحيي: في فلسفة اللغة والإعلام، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠٧، ص ٥٨ .

(3) majles.alukah.net/t141552/

في إطار بحثنا هذا سنحاول فك رموز العلاقة بين وسائل الإعلام واللغة العربية ودراسة مدى تأثير اللغة العربية من عدمه، في شكلها واستعمالاتها وانتشارها، بتطور وسائل الاتصال والإعلام: هل انعكس تطور وسائل الاتصال والإعلام على اللغة العربية؟ هل شهدت اللغة العربية حراكاً وهل عرفت تغيرات نتيجة تطور وسائل الاتصال والإعلام؟ ماهي ملامح استعمالات اللغة العربية في وسائل الاتصال الحديثة؟ هل تسهم وسائل الاتصال والإعلام في نشر ودعم اللغة العربية؟ هل تشكل وسائل الاتصال والإعلام معياراً لقياس الحراك اللغوي؟ هل تعبّر الممارسات اللغوية الإعلامية عن واقع اللغة في المجتمعات العربية؟

حرمة من الأسئلة نطرحها ونحاول الإجابة عنها في إطار هذا البحث الذي يندرج ضمن البحوث الوصفية التي "تهدف إلى جمع المعلومات اللازمـة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة وذلك من خلال تحديد ماهية الأشياء"^(١) وهو ما يحتم علينا اعتماد المنهج الوصفي التحليلي الذي "يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها كيفياً وكميّاً".^(٢)

وحتى يكون بحثنا واقعياً وجدياً ويستجيب لقواعد البحث العلمي وباعتباره من فئة البحوث الوصفية التحليلية اعتمدنا لإنجازه على الكتب والوثائق والمراجع العلمية وكذلك المصادر التوثيقية وموقع وسائل الإعلام بشتى أنواعها وماحتويه من أرشيف مكتوب ومسنون ومرئي كما قمنا بجولات وزيارات ثاقبة ومتأنية لمواقع التواصل الاجتماعي وغرف النقاش والدردشة التي تخص موضوع بحثنا؛ وقد قسمنا بحثنا هذا إلى قسمين أساسيين: يعني القسم الأول بدراسة وتحليل واقع وملامح علاقة اللغة العربية بوسائل الإعلام التقليدية (الصحافة المطبوعة والاذاعة والتلفزيون) وخصصنا القسم الثاني للبحث في أهم سمات ومميزات استعمالات اللغة العربية في وسائل الاتصال والإعلام الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي.

(١) محمد بن عبد العزيز الحيزان: البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، الطبعة الثانية، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠١٤، ص ٢٨.

(٢) محمد سليمان المشوش: تقنيات ومناهج البحث العلمي، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٢، ص ٨٤.

حتى نتمكن من تشخيص واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام بدقة ووضوح وتحديد ملامحها وأشكالها وكيفية استعمالها، وجب علينا وصف وتحليل علاقة وسائل الإعلام واللغة في سياق التطورات التي عرفها ويعيشها المشهد الإعلامي العربي ودراسة انعكاساتها اللغوية وهو ما سيمكننا من معرفة ما إذا كانت اللغة العربية عرفت حراكا وتغيرات بسبب هذه التطورات في شكلها وترابكيها... وهل تغيرت استعمالاتها أم لا نتيجة ذلك، وسننتم في هذه المرحلة الأولى من بحثنا بوسائل الإعلام التقليدية أي الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون.

١- اللغة العربية لغة العصر أم لغة الماضي؟

يجب الإشارة أولاً وقبل كل شيء إلى أنه رغم أن اللغة العربية يتكلّمها أكثر من ٢٩٥ مليون نسمة ورغم تطور وسائل الإعلام العربية بكل أنواعها المقرّرة والمسموّعة والإلكترونية كما وكيفا فإن البحوث والدراسات حول اللغة العربية وإستعمالاتها في حقل الإعلام نادرة جدًا



إلا أنَّ تغيير وتطور مهامها وطرق توظيفها يحتم الاهتمام أكثر بدراساتها والبحث فيها وفي مسیرتها وأشكالها واستعمالاتها ورسم أهدافها المستقبلية وفق ما تتطلبه المرحلة. فخلال السنوات التي تلت إستقلال معظم الدول العربية المستعمرة (١٩٥٠ - ١٩٦٠) اعتمدت وسائل الإعلام إلى جانب التعليم كأداة لتنفيذ ودعم السياسات اللغوية في الدول العربية وبطريقة غير مباشرة ما تتضمنه وتسعى لنشره هذه السياسات

من أفكار وآراء وموافق سياسية وحمايتها من التشويه من منطلق قومي- عربي ولكن مع بدايات السبعينيات ظهرت وانتشرت لغة جديدة ليست بالفصحي ولا بالعامية سميت بعدها مسميات مثل "لغة الاعلام" واللغة الوسطى" و"اللغة الثالثة" هذه اللغة المحدثة احتاجت كل المضامين الإعلامية (البرامج الحوارية والرياضية والاجتماعية والثقافية...) ماعدا البرامج الإخبارية التي تمسكت بنشر وبيث مضامينها باللغة العربية الفصحي المكتوبة وكذلك المقرؤة. هذه اللغة الإعلامية، هي "لغة سهلة تميل إلى الإيجاز وتعتمد ألفاظاً مألوفة تخضع لحقيقة بسيطة وهي الواضح والدقة وال المباشرة"^(١) وبما أن وسائل الإعلام توجه إلى كافة شرائح المجتمع بمختلف مستوياتهم الثقافية والعلمية واللغوية... فقد لاقت هذه اللغة نجاحاً كبيراً لدى كافة الجماهير وتبتتها كل وسائل الإعلام بأنواعها المكتوبة والمسموعة والمرئية. لوحظ كذلك في هذه الفترة تفاصم ظاهرة اللجوء إلى التعددية اللغوية من قبل عديد الدوريات وداخل صفحات نفس الدورية (صدور صحف بعدة لغات أجنبية خاصة الفرنسية والإنجليزية وكذلك صحف ومجلات تعتمد لغتين مختلفتين في نفس العدد العربية والفرنسية أو العربية والإنجليزية) وكذلك اجتياح بعض القنوات الأجنبية المشهد الإعلامي في بعض الدول العربية (القناة الفرنسية ٢ Antenne ٢ ورائي آونو RAI UNO الإيطالية في تونس...) إلى جانب ظهور وسائل إعلام تعتمد لغات محلية ومناطقية. هذا الاختراق اللغوي للمشهد الإعلامي العربي يبين ويؤكد عجز وسائل الإعلام العربية على الحفاظ على اللغة العربية الفصحي كلغة إعلام كما كان الشأن قبل السبعينيات ٩٠ مثلاً عجزت كل التدابير والقوانين والأوامر المتخذة في شتى البلدان العربية على تعريب لافتات المحلات التجارية والمؤسسات الحكومية والوثائق الإدارية خاصة في الجزائر ومصر وتونس.

ظاهرة اللغات المهجينة في وسائل الإعلام تفاقمت أكثر فأكثر مع إنتشار العولمة وتزايد عدد الإذاعات والقنوات التلفزيونية الفضائية وظهور أنترنات ووسائل

(١) إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي وтехнологيا الاتصال الجماهيري، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٩، ص ٢٧.

الاتصال والإعلام الحديثة، فتعالت الأصوات من داخل وخارج الوطن العربي بعضها يدعوا إلى "التفتح على اللغات الأجنبية وتجاوز سياسات الإنغلاق بإسم القومية العربية ومسايرة التقدم والتطور الاتصالي والإعلامي الذي يشهده العالم" مستندين إلى تقرير برنامج الأمم المتحدة للتنمية لسنة ١٩٩٦ الذي اعتبر أن "الإشكالات التي يواجهها العالم العربي مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بغياب الإصلاحات اللغوية العميقة التي تتطلبها المرحلة"^(١) وقد استشهد مناصرو التفتح على اللغات الأجنبية ببعض الدراسات التي عبر فيها الناطقون باللغة العربية عن "حبهم للغة العربية الفصحى وتعلقهم بها لأنها لغة القرآن والثقافة والتراجم العربي الأصيل إلا أنهم يعتبرونها لغة منغلقة ومنكمشة وغير مفتوحة على العصر وعلى الحداثة".^(٢)

هذه الأصوات والدعوات إلى الانفتاح على اللغات الأجنبية قابلها تنديد وعارضه شديدة من قبل المحافظين الذين يطالبون باحترام قداسة اللغة العربية باعتبارها لغة القرآن الكريم ويرون أن "اللغة متطرفة بتطور الناطقين بها فإذا تخلفوا وعزفوا عنها وعن قوانينها بسبب استلابهم بلغة أخرى فذلك يزيد من الهوة المتسرعة بين اللغة وأهلها فيحكمون عليها بالجلود وعلى قوانينها بالتخلف عن مجازة "تطورهم" اللغوي والفكري المستلب بأشكال وأنماط أجنبية"^(٣) كما ساندت مواثيق الشرف الإعلامي في كل البلدان العربية هذا الموقف مشددة على ضرورة الحفاظ على اللغة العربية الفصحى واعتمادها في وسائل الإعلام كلغة تخاطب أساسية، إذ تنص المادة التاسعة من ميثاق الشرف الإعلامي العربي المعتمد من قبل مجلس وزراء الإعلام العرب أنه "على الإعلاميين العرب أن يحافظوا على سلامية اللغة العربية وبلاعتها ويصونونها من مزائق العامية والعجمي ويعملون على نشرها بين أبناء الأمة العربية لتحل تدريجيا محل اللهجات العامة وذلك دعما للتفاهم بينهم".

(١) www.un.org/ar/esa/hdr/pdf/hdr14.pdf

(٢) www.alukah.net

(٣) علي محمد الدرويش: أزمة اللغة والترجمة والهوية في عصر الآثيريات والفضائيات والإعلام الموجه، رايت سوب بيليشنز، WriteScope Publishers ٢٠٠٥، ص ٧٢.

بقي أن نشير إلى أن كل الدراسات والتحاليل تؤكد أن اللغة بختلف أنواعها وأصنافها هي في الحقيقة نتاج اختلاط لغوي وحضاري وفكري وثقافي فرضته ظروف (عسكرية / حروب / مبادرات تجارية...) وأن اللغات هي خليط بين أصوات وألفاظ وكلمات وتراتيب لهجات وقواعد لغوية صرفية ونحوية... فأثر الامبراطورية الرومانية واضح وجليل في ما يسمى باللغات "اللاتينية" وأثر وانعكاسات اللغة العربية على اللغة الإسبانية المنطوقة حالياً في كل البلدان الناطقة باللغة الإسبانية وخاصة بلدان أمريكا اللاتينية بازرة وجلية.

٢- واقع وسمات اللغة العربية في وسائل الاعلام التقليدية (الصحافة المكتوبة ووسائل الإعلام السمعية البصرية)

١- المشهد الإعلامي العربي:

١-١ فترة ما قبل ١٩٨٠ م.

١-١-١ الصحافة المكتوبة:

تميزت الصحافة المكتوبة في البلدان العربية إلى حدود سنة ١٩٨٠ م بالتنوع والتعدد على عكس وسائل الإعلام السمعية البصرية ولعبت دوراً أساسياً وهاماً خاصة في بلدان الشرق الأوسط. وقد كانت الصحافة العربية بشكل عام تتكون في تلك الفترة من صحف حكومية وأخرى تصدرها بعض الأحزاب السياسية ودوريات مستقلة وكذلك مجلات أغلبها أسبوعية أو شهرية إلى جانب بعض الدوريات الدولية مثل صحيفة "الحياة" التي تولّها المملكة العربية السعودية ومقرها لندن وأغلب صحافيتها لبنيانيون وصحيفة "الشرق الأوسط" وهي صحيفة سعودية لها نسخة المغربية التي تطبع في الدار البيضاء ونذكر كذلك صحيفة "العرب العالمية"، أول صحيفة عربية يومية أسسها عام ١٩٧٧ في لندن الصحفي والوزير الليبي الراحل أحمد الصالحين الهوني وتتوزع في الدول العربية وكذلك الأوروبية. وإلى حدود ١٩٨٠ كانت كل الدوريات التي تؤثر المشهد الإعلامي العربي تصدر في لغة واحدة: العربية أو الفرنسية أو الإنجليزية وقد كانت أغلب الصحف الصادرة في الشرق الأوسط تصدر باللغة العربية رغم توافق صدور بعض الدوريات باللغة الفرنسية وكذلك

اللغة الأنجلizية أما في منطقة المغرب العربي فإلى جانب الصحف الصادرة باللغة العربية والتي أغلبها وطنية و محلية فإن الصحف الصادرة بلغة أجنبية كان أغلبها تعتمد اللغة الفرنسية لفترة طويلة أما الصحف وال مجلات التي تصدر بلغتين مختلفين في نفس العدد فيلاحظ أن محتواها ومواضيعها ومضامينها تختلف باختلاف لغة الصدور على غرار المجلة الغربية "نساء المغرب" التي تصدر كذلك باللغة الفرنسية تحت عنوان Femmes du Maroc وبمضامين مختلفة باختلاف اللغة. كما أصدرت بعض الجهات السياسية صحف في لغات مختلفة مثل "حزب الاستقلال" الذي أصدر صحيفة "العلم" باللغة العربية وصحيفة "الرأي" L'Opinion باللغة الفرنسية.

١-١-٢ وسائل الإعلام السمعية البصرية:

سخرت وسائل الإعلام السمعية البصرية الحكومية إلى حدود سنوات ٨٠، في كل البلدان العربية، التي كانت تهتم على معظمها ايديولوجيا القومية العربية، لبناء الدولة. وقد كان المشهد الإعلامي السمعي المرئي في كل بلد يقتصر على إذاعة واحدة وقناة تلفزيونية واحدة وهي في أغلبها قنوات موروثة عن النظام الاستعماري الذي كان يحكم البلد قبل الاستقلال. (في مصر "راديو ماركوني" تحول إلى "إذاعة القاهرة" وفي المغرب "راديو المغرب" أصبح "الاذاعة المغربية"...) وتمثل أهم الخصائص اللغوية في هذه الإذاعات والتلفزيونات في:

- هيمنة اللغة العربية الفصحى على معظم البرامج خاصة البرامج الإخبارية.
- وجود بعض البرامج التي تبث باللغة العالمية والتي تهتم خاصة بالفنون الشعبية والأغاني والمسرحيات والمسلسلات...
- ظهور بعض الممارسات اللغوية التي تزج اللغة العربية الفصحى باللغات العالمية واللهجات المحلية خاصة في البرامج الحوارية.
- اختصار اعتماد اللغات الأجنبية على ما يسمى "بشريط الأنباء باللغة الأجنبية" (الفرنسية بالنسبة للدول المغرب والإنجليزية بالنسبة لدول المشرق).
- الغياب الكلي للغات المحلية غير العربية مثل الأمازيغية في المغرب وتونس ولغة المهدنده في السودان...

وقد لوحظ بداية من سنوات ٨٠ تحولات عميقة في اللغة المستعملة في وسائل الإعلام وظهور لغة هجينة تجمع بين العربية والفرنسية أو العربية والإنجليزية بسبب إنتشار الإعلانات والومضات الإشهارية التي تعتمد اللغات الأجنبية خاصة في مصر خلال سنوات حكم السادات وتبني سياسة "الافتتاح"، التي أدت إلى ظهور عدة برامح وإعلانات إنجليزية وبريطانية^(١) وعرفت كذلك سنوات ٨٠ هيمنة شبة مطلقة لوسائل الإعلام (صوت العرب، إذاعة القاهرة...) والمسلسلات والأفلام السينمائية المصرية على المشهد الإعلامي العربي مما ساهم بشكل لافت في انتشار اللهجة المصرية في كل البلدان العربية وجعل منها اللغة الأكثر فهما من قبل المواطنين العرب. وقد هيمنت في هذه الفترة ٣ إذاعات على المشهد الإعلامي السمعي العربي وهي: إذاعة BBC وإذاعة Monte Carlo وإذاعة Voice of America هذه الإذاعات الدولية كانت تتمتع بشعبية كبيرة لدى الجماهير العربية وكانت تبث برامجها باللغة العربية الفصحى وتشغل صحافيين من كل الدول العربية وبالتالي كانت تجمع بين عدة لهجات محلية (تونسية ومصرية وغربية ولبنانية...).

إذا إلى حدود السنوات ٨٠ كانت وسائل الإعلام السمعية والبصرية تحت سيطرة كلية للحكومات التي أرادت توظيفها لنشر اللغة العربية والحفاظ عليها من التشوية. هذه الإرادة سرعان ما اصطدمت بواقع الممارسات اللغوية في هذه الوسائل والتي تعتمد لصياغة مضامينها وخطاباتها لغة منطوقه مختلفة عن اللغة العربية الفصحى وهو ما أدى إلى ظهور ما يسمى باللغة "الوسيط" أو اللغة "الثالثة" أو اللغة "الإعلامية".

وقد لاقى الانتشار الواسع لهذه اللغة معارضة شديدة من قبل "حملة اللغة العربية الفصحى" الداعين إلى القضاء على اللغات الأجنبية في وسائل الإعلام "حافظا على القومية العربية". كما تميزت هذه الفترة باهيمنة الكبيرة للمضامين الإعلامية والمسلسلات والأفلام السينمائية والموسيقى المصرية إلا أنه في أواخر السنوات ٨٠

(1) Gully, A: "The Discourse of Arabic Advertising. Preliminary investigation". Journal of Arabic and Islamic Studies 1, 1996, 1-49

لُوْحَظَ تَقْهِيرٌ كَبِيرٌ وَهَامٌ لِلْغُوْةِ الْعَرَبِيَّةِ الْفَصْحِيِّ فِي وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ خَاصَّةً السَّمْعِيَّةِ الْبَصْرِيَّةِ وَصَعْدَوْدَ مَلْفَتٌ لِلانتِبَاهِ لِلْغُوْةِ "الْوَسْطِيِّ" وَالْلُّغَاتِ الْعَامِيَّةِ وَكَذَلِكَ لِغَاتِ صَحْفِيَّةٍ تَجْمَعُ بَيْنَ الْعَرَبِيَّةِ وَالْفَرَنْسِيَّةِ أَوِ الْعَرَبِيَّةِ وَالْإِنْجِلِيزِيَّةِ بِحِسْبِ الدُّولَ وَالْمَنَاطِقِ. فِي الْمَغْرِبِ عَلَى سَيْلِ الْمَثَالِ فَقَدَتِ الإِذَاعَةُ وَالْتَّلَفِيُّزُونُ الْمَغْرِبِيُّ هِيمَتَهُمَا عَلَى الْمَشَهُدِ الْإِعْلَامِيِّ مَعَ ظَهُورِ إِذَاعَةِ 1 Média الْفَرَنْسِيَّةِ الْمَغْرِبِيَّةِ وَقَنَّاَةِ TVM2 التَّلَفِيُّزُونِيَّةِ (أَوَّلَ قَنَّاَةً مَشْفَرَةً فِي الْعَالَمِ الْعَرَبِيِّ) وَفِي لَبَّانِ أَدَتِ الْحَرْبِ الْأَهْلِيَّةِ (١٩٧٥-١٩٩٠) إِلَى اِنتَسَارِ الْقُنُوَّاتِ الإِذَاعِيَّةِ وَالْتَّلَفِيُّزُونِيَّةِ الْخَاصَّةِ وَالْمَخْزِيَّةِ وَالْمَذْهِيَّةِ عَلَى غَرَارِ LBCTV تَلَفِيُّزُونِ الْقُوَّاتِ الْلَّبَّانِيَّةِ الْمَسِيحِيَّةِ الَّتِي تَحَوَّلَتْ بَعْدِ الْحَرْبِ إِلَى قَنَّاَةٍ تَلَفِيُّزُونِيَّةٍ تَجَارِيَّةً^(١).

١-١-٣ ١- تأثيرات وسائل الإعلام على الممارسات اللغوية:

١-١-٣-١ التأثيرات على اللغة المكتوبة:

شَكَّلَتْ وَسَائِلُ الْإِعْلَامِ مُخْبِرًا لِغَوِيَا لِصَنْاعَةِ مَا سُمِيَّ بِالْلُّغَةِ "الْعَرَبِيَّةِ الْعَصْرِيَّةِ الْعَامِيَّةِ" وَقَدْ لَعِبَتْ وَسَائِلُ الْإِعْلَامِ الْعَرَبِيَّةِ دُورًا أَسَاسِيًّا فِي بِرُوزِ هَذِهِ الْلُّغَةِ خَاصَّةً فِي شَكْلِهَا الْمَكْتُوبِ فَقَدْ جَاءَتْ فِي شَكْلِ كَلْمَاتٍ مُرْكَبَةٍ مُسْتَوْحَاهٌ مِنَ الْلُّغَاتِ الْأُورُوَيِّيَّةِ وَمُتَأْثِرَةً بِالسَّمَاتِ الصَّوْتِيَّةِ عَلَى مَسْتَوْيِ التَّرَاكِيبِ وَالْخَصَائِصِ النَّحْوِيَّةِ. تَمَيَّزَ هَذِهِ الْلُّغَةُ بِالْتَّحَوُّلِ "مِنْ تَرَاكِيبٍ تَحْتَوِي فَعَلًا وَفَاعَلًا وَمَفْعُولًا بِهِ إِلَى تَرَاكِيبٍ تَشَتَّمِلُ عَلَى فَاعِلٍ وَفَعْلٍ وَمَفْعُولٍ بِهِ خَاصَّةً فِي عَنَاوِينِ الصَّحَافِ". هَذَا التَّحَوُّلُ جَاءَ نَتْيَاجَةً لِلتَّأثيراتِ الْلُّغُويَّةِ الْأَجْنبِيَّةِ وَكَذَلِكَ الْلُّغَةِ الْعَامِيَّةِ. يَلَاحِظُ كَذَلِكَ:

- الْلُّجُوءُ أَكْثَرُ إِلَى اِعْتِمَادِ الْمَبْنِيِّ لِلْمَجْهُولِ (تم / سَيْتُمْ غَدًا توقيع اتفاقية...)

-
- (1) Al-Battal, A: "Identity and Language Tensions in Lebanon: The Arabic of Local News at LBCI". In A. Rouchdy (ed.), *Language Contact and Language Conflict in Arabic*. London/New York: Curzon Press. 2002, 91-115
- (2) Parkinson, D: "Community of Use in Arabic Newspaper Language: The Meaning of the Country". In Reem Bassiouney (ed.), *Arabic in the Media: Linguistic Analyses and Applications* Leiden: Brill. 2010

- الاستعمال المكثف للمفرد (اعتقال عدد من المشجعين...)
- الاستلهام المتفاهم من اللغات الأجنبية خاصة الإنجليزية each other بعضهم البعض) والفرنسية (l'un et l'autre (أحدem والآخر) (a joué un rôle) لعب دوراً كبيراً...)
- استنباط نمط لغوي إعلامي مكتوب "كما والجدير بالذكر".
- بروز اختلافات لغوية وطنية ومناطقية بالأساس على مستوى المفردات والتراكيب والأشكال مثل ("اليد العاملة" في البلدان المغاربية و"القوة العاملة" في دول الشرق الأوسط...).

ساهمت إذن وسائل الإعلام العربية انطلاقاً من قواعد اللغة العربية الفحصى في خلق لغة عصرية عامّة متناسقة وكذلك منفتحة على المستويات اللغوية الوطنية والمناطقية. أما اللغة العامّية فرغم حضورها المحتشم في هذه الفترة في وسائل الإعلام فإنّها كانت تعتمد أساساً في البرامج والمضمون الفكاهيّ أو مضامين الأعمال الميدانية التي تحتوي شهادات المواطنين والأمثلة الشعبية التي يتم نشرها وكذلك من قبل الدوريات الساخرة التي تعتمد كثيراً الكاريكاتور. كما أثبتت عدة دراسات أن اللغة الوسطى كانت معتمدة بقوّة في وسائل الإعلام العربية وأن الدوريات كانت تلجأ إلى المعاجم لتصحيح الأخطاء اللغوية التي يقوم بها الصحفيون وأن تأثيرات اللغة المنطوقة واللغات الأجنبية على مضامين ومحظوظ الدوريات واضح وجليل.

١-٣-٢ التأثيرات على اللغة المنطوقة:

ساهمت وسائل الإعلام السمعية البصرية في انتشار ما سمّي باللغة العربية المنطوقة Educated Spoken Arabic إلى جانب اللغة العربية الفصحى. ويشمل مفهوم اللغة العربية المنطوقة مجموعة من الممارسات اللغوية التي تجمع بين اللغة العربية الفصحى والعامّية. وقد اعتمد هذا النمط اللغوي خاصة في الاتصالات الرسمية. ويرجع نجاح هذه اللغة في الانتشار السريع إلى أنّ اللغة العربية الفصحى لغة جامدة. ورغم اختلافها من بلد إلى آخر في بعض النقاط باختلاف اللهجة أو العامّية المعتمدة فإن هذه اللغة تعترضها بعض العقبات المتشابهة رغم اختلاف أماكن

ومواطن استعماها. تتمثل العقبة الأولى في اختلاف طريقة نطق بعض الحروف من بلد إلى آخر، فحرف الثاء ينطق تاء في المغرب وبالتالي كلمة ثقافة تنطق ثقاقة واختلاف أصوات بعض الحروف من جهة إلى أخرى على غرار حرف الجيم (ج) الذي ينطق (ڨ) في مصر (جيد/ڨيد)... واختلاف بعض الكلمات كلياً على مستوى الحروف المكونة والتركيبة من دولة إلى أخرى (”باتاع في مصر“، ”متاع“ في تونس، ”ديال“ في المغرب ”حق“ في السعودية لها كلها نفس المعنى ”التابعة لـ“).

يستنتج إذن أن تعميم التعليم في كل البلدان العربية لم يساهم في تقوية حضور اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام بما أن اللغة العامية هي التي اجتاحت أكثر فأكثر المشهد الإعلامي في كل الدول العربية.

١-٢ فترة ما بعد ١٩٩٠ م:

تميز افتتاح المشهد الإعلامي العربي، الذي جاء نتيجة سياسة التحرر الاقتصادي التي انتهجتها معظم الدول العربية والثقل المتزايد للمعلنين ودورهم في النشاط الإعلامي بثلاثة سمات أساسية:

- ظهور القنوات التلفزيونية العربية الفضائية.

- انتشار القنوات الإذاعية الخاصة الوطنية والمناطقية والطائفية.

- ظهور انترنت ووسائل الإعلام الالكترونية.

١-٢-١ ظهور القنوات التلفزيونية الفضائية:

يعتبر ظهور القنوات التلفزيونية الفضائية BBC Arabic (2008), Rotana (2005), Al hora (2004), Al Arabia (2003), Al Jazeera (1996), Nile Sat (1991), MBC (1994), ORBIT (1995) أحد أهم انعكاسات حرب الخليج الأولى على المشهد الإعلامي العربي ويجسم التنافس الإعلامي الذي ظهر في بداية التسعينيات بين بعض الدول (قطر، المملكة العربية السعودية، مصر...) والجهات (أوروبا، دول الخليج، أمريكا...) التي تسعى جاهدة للتموقع على الساحة الإعلامية الإقليمية والدولية. وقد نتج عن هذا التنافس صعود صاروخى للطلب في سوق المتوج الإعلامي المحلي والأجنبي وانتشار البرامج والمضمون الترفيهية التي عوّضت

البرامج التوعوية والتربوية والتقليدية وكذلك البرامج الحوارية التي أصبحت تهتم وتناقش مواقف أكثر جرأة كالعلاقة بين السياسة والدين والخيانة الزوجية والراهقة والفساد المالي والإداري في بعض الدول...

هذه البرامج الحوارية "أفرزت ممارسات لغوية وخطابات إعلامية أكثر صراحة وجرأة وتفاعلية حتى في البرامج الدينية"⁽¹⁾ أما البرامج المستوردة: المسلسلات والإعلانات والمنوعات... فقد فرضت اللجوء إلى الدبلجة لتسهيل تلقيتها وفهمها من قبل المستمعين وخاصة المشاهدين. تمثلت في البداية الدبلجة المعتمدة في تعریب محتويات البرامج الأجنبية إلى اللغة العربية الفصحى إلا أنه بمرور الزمن لوحظ أن وسائل الإعلام خاصة المرئية صارت تعتمد الترجمة إلى اللغات العالمية!!!

على المستوى اللغوي واصلت القنوات التلفزيونية الفضائية مهمة نشر اللغة العربية الفصحى التي عهدت من قبل إلى القنوات التلفزيونية الوطنية كما رأينا عبر الأخبار التي تهتم بشؤون كافة الدول العربية، أما بقية البرامج فقد انتهت منها اعتماد اللهجات العامية وكذلك بعض اللهجات الهجينة (خلط من العربية مع الفرنسية أو العربية مع الإنجليزية) وهكذا أصبحت العامية واللهجات المناطقية تسمع في كل الأقطار العربية وتكتفى التبادل البراجمي الإعلامي بين الدول العربية، فانتشرت المسلسلات التركية العربية باعتماد اللغة السورية"⁽²⁾ التي تبثها قناة MBC2 وتستوردها أغلب القنوات التلفزيونية العربية (حريم السلطان...) كما ساهمت القنوات التلفزيونية الغنائية خاصة قناة Rotana Clip في انتشار اللهجة اللبنانية في كل الدول العربية على حساب اللهجة المصرية التي كانت تهيمن على المشهد الغنائي

-
- (1) Labib, M. « Médias arabes et recomposition de l'offre religieuse: l'exemple de la chaîne satellitaire Iqra ». In Khadija Mohsen-Finan (ed.), *Les Médias en Méditerranée*, (2009), 361–376. Arles: Actes Sud
- (2) Salamandra, C: "Television and the Ethnographic Endeavor: the Case of Syrian Drama". 2005, *Transnational Broadcasting Studies* 14,
http://www.arabmediasociety.com/countries/index.php?c_article=60

العربي. ساهم كذلك ظهور عدة قنوات تلفزيونية خاصة بتمويل خليجي إلى انتشار أكبر للهجات الخليجية في كافة الدول العربية.

أدى إذن ظهور القنوات التلفزيونية الفضائية وانتشارها إلى اندثار الهيمنة الحكومية على المشهد الإعلامي السمعي البصري في معظم الدول العربية وتقلص الوزن الثقافي المصري وانتشار أوسع للهجات الوطنية وحتى المناطقية فحتى رجال السياسة والمسؤولين الكبار تخلوا في تصريحاتهم الإعلامية عن العربية الفصحى وأصبحوا يعتمدون العامية الوطنية وصارت كل الدول تسعى إلى دعم وانتشار لهجاتها المحلية ومتوجاتها الثقافية ومضمونها الإعلامية ...

إلا أن هذا الانتشار الواسع والمكثف للغات واللهجات العامية في كل البلدان العربية واكتساحها للمشهد الإعلامي العربي لم يلقى إجماعا من كل المثقفين والمفكرين والمسؤولين العرب فالإنقسام وتبابن المواقف والأراء حول اللغة الوسطى أو اللغة الإعلامية لا زال محل نقاش واختلاف بين الداعمين والمعارضين إلى يومنا هذا.

١-٢-٢ انتشار القنوات الإذاعية والتلفزيونية الوطنية الخاصة:

رغم أنها استطاعت في زمن وجيز تعويض القنوات الإخبارية الأجنبية وتلبية رغبات وانتظارات الجماهير الإخبارية، فإن القنوات الإذاعية والتلفزيونية الدولية أصبحت تعيش وضعا صعبا جراء المنافسة الشديدة المتأتية من القنوات الوطنية الخاصة التي أنشأتها ودعمتها الدول والحكومات. (في مصر برزت إلى الوجود منذ سنة ٢٠٠٠ أكثر من ٢٥ قناة عامة وخاصة) واستحوذت البرامج التي تبثها القنوات الخاصة الإذاعية والتلفزيونية على أكبر نسب المشاهدة والاستماع (في تونس تحفل منذ سنوات قناة "الحوار التونسي" التلفزيونية وإذاعة موزاييك ف م Mosaique FM المراتب الأولى في جداول نسب الاستماع والمشاهدة). هذه القنوات الجديدة تعطي مساحة قليلة للأخبار مقابل مساحة كبيرة وهامة للبرامج الترفيهية بشتى أنواعها (رياضية، موسيقية، سينما، مسلسلات...) مما أدى إلى انتشار العامية واللغات المجنينة وحتى اللهجات المناطقية على حساب اللغة العربية الفصحى.

هذا التمثي اللغوي فرضه جمهور وسائل الإعلام، الذي أكدت كل الدراسات،

"تفضليه للبرامج الترفيهية على الأخبار والعامية واللغة الهجينة على اللغة العربية"⁽¹⁾ الفصحي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية سهولة فهمها وقربها منه وبساطتها...". وقد ذهبت بعض القنوات الإذاعية والتلفزيونية إلى حد بث أخبار بالعامية أو بلغة إعلامية تجمع بين اللغة العربية ولغة ثانية (الفرنسية أو الإنجليزية) أو حتى بلغة أجنبية فقط على غرار قناة LBCI بالنسبة لبعض البرامج، حاولت بذلك خلق "لغة لبنانية" "مثقفة" لتعويض اللغة العربية الفصحي⁽²⁾ كذلك الشأن بالنسبة للقناة التلفزيونية المصرية OTV التي أسست سنة ٢٠٠٦ والتي تبث نشرة أخبار بالعامية تحت مسمى "حال الدنيا". وفي المغرب بعد أن كانت اللغة الفرنسية تهيمن على أغلب برامج قناة TV2M حولت القناة وجهتها نحو العامية التي أصبحت لغة قرابة ٧٠٪ من برامجها وحتى المسلسلات الأجنبية المستوردة فقد ثُقِّلت "دبلجتها" باللغة الدارجة على غرار المسلسل المكسيكي "أين أبي" الذي لاقى نجاحاً جاهيرياً باهراً (قرابة ٥ ملايين مشاهد لكل حلقة). تفتح المشهد الإعلامي العربي فرضه كذلك هروب الجماهير في الدول العربية إلى القنوات الأجنبية ورغبة الحكومات والدول في استرجاع المشاهدين وبث روح الوطنية والانتماء لديهم. ففي المغرب على سبيل المثال شهدت سنة ٢٠٠٦م نشأة ١٠ قنوات إذاعية و٩ أخرى سنة ٢٠٠٩م، بعضها تبث مضامينها باللغتين العربية والفرنسية (Med1) وأخرى باللغة العربية فقط (Radio Sawa) لكن أغلب هذه القنوات تبث مضامين تخلط بين العامية واللغات الأجنبية خاصة اللغة الفرنسية في شكل تراكيب صحفية لا تخضع لأبسط قواعد الصرف والنحو. بعض الإذاعات اتّخذت كذلك اللغات المنطوقة كلغة إعلام وتواصل مع الجماهير مثل اللغة الأمازيغية (الإذاعة الأمازيغية وتمازينت القناة التلفزيونية) ولا توجد من بين

-
- (1) Haroutunian, M. "Arab Broadcast Media Scene Toward Decade End". In Arab Media& Society, <http://www.arabmediasociety.com/?article=745>, 2009
- (2) Al-Battal, A.: "Identity and Language Tensions in Lebanon: The Arabic of Local, News at LBCI". In A. Rouchdy (ed.), *Language Contact and Language Conflict in Arabic* 91-115. London/New York: Curzon Press, 2002

هذه القنوات قناة واحدة تعتمد لغة وحيدة فكل القنوات تبث برامجها معتمدة عدّة لغات في نفس الوقت وعدّة لهجات: فالأخبار تبث باللغة العربية الفصحى أما البرامج الترفيهية فلغتها خليط بين العربية والعامية واللغة الفرنسية غير أن اللهجة المستعملة تختلف باختلاف جنسية القناة باعتبار أن هذه القنوات تعتمد كثيراً إشراك الجماهير في برامجها، هذه الجماهير تتكلّم خليطاً من العامية واللغة العربية الفصحى واللغات الأجنبية (الفرنسية في بلدان المغرب العربي والإنجليزية في مصر وبلدان الخليج).

وسائل الإعلام السمعي البصري تحولت إذن، بسب التطور الكمي والكيفي الذي يشهده القطاع، إلى مخابر لغوية تهيمن عليها وتسيطرها قوانين سوق الإعلانات التجارية ونسب المشاهدة وكل الممارسات التي تسهل الوصول إلى المستمع أو المشاهد أي المستهلك أصبحت مباحة حتى اللغات المجينة والأجنبية والعامية وحتى بعض البرامج والمضامين الإعلامية التي لا تزال تبث باللغة العربية الفصحى فقد اجتاحتها الأخطاء اللغوية والتركيبية

١-٢-٣ الأخطاء اللغوية في اللغة الإعلامية:

أثبتت كل الدراسات في جميع الدول العربية أن وسائل الإعلام بشتى أنواعها المكتوبة والسمعية والبصرية والالكترونية تنشر وتبث مضامين مخالفة في معظمها لأدنى قواعد اللغة العربية السليمة و"موضوع الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام لا يزال موضوع الساعة ويفرض نفسه بقوة في عصرنا الحالي ويحتاج إلى الوقوف عنده بجدية لعلاج هذه الظاهرة الخطيرة التي تعيشها لغتنا العربية عبر أجهزة الإعلام فنرى استعمالات مقلقة ومشوهة للغة وخروجاً عن قواعدها"^(١).

إن أهم إشكال يعترض استخدام اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام هي التركيبة المعقدة والمتشعبة لجماهير وسائل الإعلام واختلافها من وسيلة إلى أخرى وحتى من فترة زمنية إلى أخرى (بالنسبة للإذاعة والتلفزيون: تركيبة جمهور الفترة الصباحية (كبار السن والتقاعدين...)) تختلف عن تركيبة جمهور الفترة المسائية أو الليلية...). والصحف والمجلات والإذاعات والقنوات التلفزيونية ووسائل الإعلام

(١) صليحة خلوفي: الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام الجزائرية، الجزائر، مختبر الممارسات اللغوية في الجزائرية، جامعة مولود معشي، تبزي وزو، ٢٠١١، ص٧.

الإلكترونية توجه إلى جاهير عديدة ومتعددة تشمل كل أطياف وطبقات المجتمع وتخاطب الطبيب والمحامي والطالب والعامل البسيط والموظف السامي... هذه التركيبة المتعددة وهذه الفسيفساء من الجماهير تحمل وسائل الإعلام مجراً على إنتاج ونشر وبيث مضمون كلماتها وتراكيبيها سهلة وبسيطة ومعانٍ لها واضحة حتى تتمكن جميع الشرائح الجماهيرية من استيعابها وفهم معانٍ لها والخطاب الإعلامي يختلف كذلك باختلاف الوسيلة وخاصة جاهير الوسيلة فهناك ما يسمى "بالصحف الشعبية" الموجّهة إلى جاهير محدودة أو متوسطة التكوين الدراسي والعلمي والثقافي وهناك صحف و"مجلات النخبة" التي تستهدف جمهور المتعلمين والمتقين التي تختلف لغة مضمونها اختلافاً جذرياً عن النوع الأول من الصحف. وحتى تضمن وصول مضمونها وفهمها واستيعابها من قبل جاهيرها تحرص بعض الوسائل الإعلامية على اعتماد لغة بسيطة ومفردات مبسطة وتراكيبي قابلة لفهم من قبل الأغلبية، هذه الممارسات اللغوية التبسيطية تحدث في معظم الأوقات تشويهاً على اللغة المستعملة وتفرز في بعض الأحيان تراكيب هجينة ومضامين وخطابات مليئة بالأخطاء اللغوية المعمدة وكذلك غير المقصودة. ويرى جل الباحثين أن الأخطاء اللغوية في وسائل الإعلام سببها:

- العولمة التي أفرزت لغة إعلامية هجينة مشتركة بين المخاطبين سهلة الفهم من قبل الجميع لكنها لا تخضع لأبسط قواعد اللغة العربية السليمة نحو وصرفًا وتركيبًا
- تأثير الصحفيين والإعلاميين بلغة محظوظهم ومجتمعهم الذي تحتوي على خروقات لغوية عديدة ومتعددة ينقلها الصحفيون والإعلاميون خلال ممارستهم لهنتم ونشاطهم الإعلامي إلى جاهيرهم.
- تدخل الصحفيين في ميدان الترجمة وعدم حذفهم لتقنياتها ومهاراتها وقواعدها مما يؤدي إلى مضمون لا تراعي ضرورة توافق المعاني والألفاظ بين اللغة المصدرة واللغة المنقول إليها.
- التكوين اللغوي الضعيف في أغلب الأحيان للصحفيين والإعلاميين.
- واقع اللغة العربية الفصحى في أغلب الدول العربية وتدنى مستوى تعلمها على مستوى التكوين والممارسة نتيجة الغزو الثقافي الأجنبي الذي ما انفك تدعمه وتسهله وسائل الاتصال والإعلام الحديثة وموقع التواصل الاجتماعي.

هذه الاستنتاجات والأسباب التي تبيّن تدهور مستوى واستعمالات اللغة العربية الفصحى وتفشي الأخطاء اللغوية في وسائل الإعلام تؤكّد ضرورة إعادة النظر في آليات التكوين اللغوي في المؤسسات التربوية وكلّيات الإعلام ومراكمز ومعاهد تكوين الصحافيين والإعلاميين وال حاجة الماسة إلى مصححين لغوين في قطاع الإعلام يراجعون ويدقّقون المادة الإعلامية لغويًا قبل نشرها وبتها.

أما أهم الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام فهي كما بينتها إحدى الدراسات^(١) :

على مستوى الكتابة:

- أخطاء تخص رسم المهمزة: انجاز عوض إنجاز ...
- أخطاء نحوية: علمًا أن البعض يشكّو عوض علمًا أن البعض يشكّون ...
- أخطاء صرفية: اللاتي عوض اللائي / اللواتي) ...
- أخطاء دلالية: يرتّب في العمليّة عوض يرتاب من العمليّة ...
- أخطاء مطبعية.
- أخطاء قطع الكلمات.
- اعتماد العامية: "الحرّاقين" عوض المهاجرين غير الشرعيين ...
- الكلمات المعربة والدخيلة: اللوجستيكية logistic / ...

على مستوى النطق:

- أخطاء نحوية: أثبتت التاريخ ...
- أخطاء صوتية: نطق معيب / عدم احترام الوقفات والسكنات الخاطئة.
- أخطاء الحشو: هناك تنظيمات بدأ تظهر هناك / الان هناك تنظيمات بدأ تظهر.
- الاستعمال المفرط للعامية: خمسة بالمائة عوض خمسة بالمائة.
- استعمال الدخيل والمغرب: السائل عوض القمر الصناعي ...
- الأخطاء الصرفية: هذه المصدر عوض هذا المصدر ...
- الأخطاء الدلالية: قدرة خارقة على اختراق عوض القدرة على اختراق ...

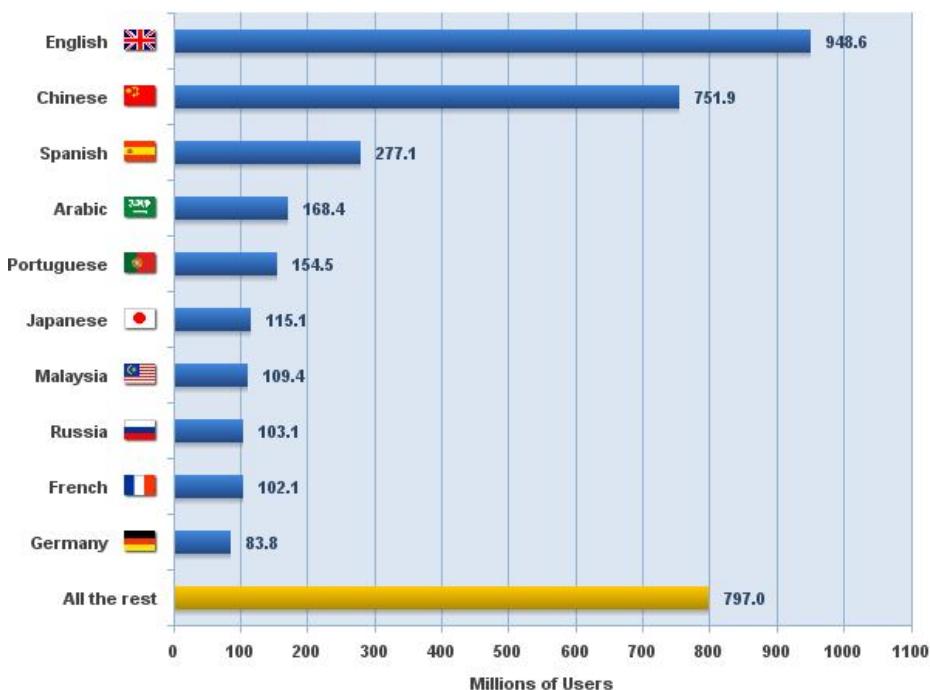
(١) صليحة خلوفي: الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام الجزائريّة، مصدر سابق.

٢ - وسائل الإعلام الحديثة ولغة العربية:

١ - الواقع:

تشير آخر الإحصائيات إلى أن اللغة العربية هي خامس أكثر اللغات استعمالاً وتداولًا على إنترنت وأنها اللغة الأكثر تقدماً وانتشاراً، إذ سجل تواجدها على إنترنت زيادة فاقت ٢٥٠٠٪^(١) إلا أن المضامين التي تبث على إنترنت باللغة العربية لا تتجاوز ١٪ من المضامين المتداولة والمنشورة على الشبكة العنكبوتية.

**Top Ten Languages in the Internet
in millions of users - June 2016**



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats7.htm

Estimated total Internet users are 3,611,375,813 for June 30, 2016

Copyright © 2016, Miniwatts Marketing Group

-
- (1) Un coup de jeune pour l'arabe: la langue métissée de l'Internet: Open Edition Books.cpa.hypotheses.org

ويعد الحضور المحتشم والضعف للغة العربية على إنترنت بالأساس إلى معوقات تقنية مرتبطة بخصائص اللغة العربية وتعقيداتها على مستوى الحروف والتراكيب والبنية. فالمبرر على النات والذي تعود منذ ظهور هذه الشبكة على استعمال اللغة الإنجليزية في أغلب الأحيان (٨٠٪ من المضامين على إنترنت تعتمد اللغة الإنجليزية) يجد صعوبة كبيرة وحتى في بعض الأحيان استحالة في التعامل مع الحروف العربية. هذه الصعوبات لا تخص اللغة العربية فقط وإنما كل اللغات غير اللاتينية.

أول الصعوبات التي تعيق استعمال اللغة العربية على إنترنت هي طريقة الكتابة (من اليمين إلى اليسار) عكس بقية أغلب اللغات التي تكتب من اليسار إلى اليمين، كما أن أشكال الحروف العربية تختلف باختلاف موقع الحرف في الكلمة والأمكانية التي تتيحها اللغة العربية بتحويل حرفين إلى حرف واحد بعد مزجهما (لام - ألف = لا مثلا...) إضافة إلى صعوبة ترميز الحروف العربية لأن المنظومة المعتمدة لترميز الحروف على إنترنت صنعت خصيصاً لترميز الحروف اللاتينية فقط وقد تم إحداث منظومة ترميز جديدة لبقية اللغات إلا أنها تلقي صعوبات تقنية جمة جعلت الشركات المصممة للتجهيزات الإعلامية والإلكترونية تتحاشى اعتمادها وهو ما أعاد انتشار هذه المنظومة التي لازالت حكراً على بعض المؤسسات والجهات والمخابر البحثية المختصة في دراسة اللغات. ولمعالجة هذه الصعوبات والعراقيل التقنية وتجاوزها تسعى بعض الجهات إلى إيجاد حلول عملية في متناول المبحرين على النات ومنتجي المضامين الإعلامية الإلكترونية مثل شركة جوجل التي تسعى إلى جعل بعض خدماتها متوفّرة باللغة العربية على غرار Google News, Google chrome, Google

وكذلك توفير منتجات خاصة بالدول العربية، نذكر traduction, Gmail...

منها Google Ta3reeb وهي منظومة تقنية تعريبية تمكن المبحر على النات والذي لا يمتلك لوحة مفاتيح باللغة العربية من التحرير والكتابة باللغة العربية. أما موقع "أهلًا" الذي تم إنشاءه سنة ٢٠١٠ فقد مكن ملايين من المبحرين على النات من استعمال

وصدق الدردشة وتقاسم المعلومات وإرسال وتلقي الرسائل الالكترونية من خلال مشاهدة الفيديوهات التعليمية على يوتوب وفي نفس الإطار تسعى العديد من غرف الدردشة الحديثة إلى تسهيل إنتشار اللغة العربية كلغة تخاطب وتواصل على آنترنت على غرار غرفة الدردشة "إجابات" التي تجلب أكثر من ١٠٠,٠٠٠ مستعمل للنات.

كما يسعى Google وبصفة أقل Yahoo إلى دعم ونشر اللغة العربية على آنترنت فقد أحدثت موقع بحث تمكّن المبحرين من الحصول على كميات كبيرة ومتنوعة من المعلومات الدقيقة والمختصة وشملت هذه الموقع ١٣ دولة إلى حد الآن وهي الجزائر، المغرب، مصر، فلسطين، ليبيا، الامارات العربية المتحدة، البحرين، قطر، المملكة العربية السعودية، الاردن، الكويت، لبنان وعمان. كما قام محرك البحث yahoo سنة ٢٠٠٩ بشراء الموقع المشهور Maktoob.com والذي يزوره أكثر من ١٦,٥ مليون شخص.

يلاحظ إذن أنّ اللغة العربية بدأت تتموقع أكثر فأكثر على الشبكة العنكبوتية بفضل جهود بعض الشركات ومحركات البحث وكذلك بعض المؤسسات والمنظمات العربية التي سعت إلى التعريف بالتراث الثقافي العربي وتوزيعه ونشر اللغة العربية على أوسع نطاق. وقد بُرِزَ بالخصوص في هذا المجال موقع "الوراق" الذي "يبذل جهوداً كبيرة لدعم اللغة العربية ونشرها في كل أنحاء العالم وترميزها وترقيتها حتى تكون سهلة المنال والاستعمال عوض التعويل على النسخ الكترونية للمصادر الورقية التي تنشر في شكل ملفات وصور جامدة يصعب اعتمادها واستعمالها وحتى قراءتها في بعض الأحيان"^(١). ويمتلك موقع "الوراق" مكتبة تتضمنآلاف الكتب والمراجع وكذلك تسجيلات صوتية وفيديوهات وروابط الكترونية في كل المجالات الفكرية والثقافية والعلمية...

٢ - الاستعمالات :

من خلال جولة متميزة على موقع الانترنت والتواصل الاجتماعي وغرف

(1) Un coup de jeune pour l'arabe: la langue métissée de l'Internet: Open Edition Books.cpa.hypotheses.org

الدردشة التي تعتمد اللغة العربية كلغة تناطح ونشر للمعلومات والأخبار لاحظنا سيطرة تكاد تكون مطلقة وميل جارف وعام لاستعمال العامية وعديد اللغات المهجينة وحتى بعض اللغات المستنبطة من قبل الشباب بالخصوص والتي تخلط الحروف من عدة لغات بالأرقام والرموز وقد ساعدت ميزة "القدرة على التخفي" التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي للقائمين على الاتصال من القيام بعدة تشويهات للغة العربية بكل جرأة ودون أدنى تحرج مما أنتج لغتي تناطح وتواصل أساسيتين اتفق المختصون على تسميتها "اللغة العرنسية" وهي مزيج من العربية والفرنسية ويستعملها سكان بلدان المغرب العربي واللغة العربريزية^(١) ويتداوها شباب وشابات دول المشرق والخليج العربي . هذه اللغات المهجينة مكنت من كسر الحدود بين المناطق والدول وأتاحت فرص نقاش وتبادل للمعلومات والأفكار والأراء أكبر وأكثر للمبحرين على النات والناشطين على موقع التواصل الاجتماعي وكسرت الحاجز بين الخاص والعام لكنها أفرزت في نفس الوقت لغة مشوهة وتركيب غريبة وكلمات مستنبطة تكتب بأحرف عربية وتنطق بلغة أجنبية (cancel بليز please جود good داكور d'accord كافي يب café Yup ...

التناطح باعتماد وسائل الاتصال والإعلام الحديثة وعبر الرسائل الخلوية، أفرز كذلك لغة جديدة وهي "لغة الأرقام" بين الصم والبكم "بواحدتها كانت في الإمارات العربية المتحدة حيث استطاعت فئة من الصم والبكم إعداد قائمة شبيهة بالقاموس تحمل جملًا وكلمات كثيرة لكل كلمة أو جملة فيها رقم معين وبالتالي فإن تركيب الأرقام يعني كلمات وجملًا مفهومة لديهم... فمثلاً: رقم ٣٢ يعني "أبي" ورقم ٤٠ يعني "يوم السبت" ورقم ٤٣٢ يعني "مستشفى" والرقم ٥٦٦ "صباح الخير"

(١) Johnson, A.: "New Media, New Languages Choices: Code-Switching and Arabizi in a Meebo Chatroom". Washington DC: Communication à la Georgetown University Round Table on Language and Linguistics 2010

(٢) وليد إبراهيم الحاج: اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزعون، ٢٠١٢، عمان، ص ٨٦

٣- المستقبل:

رغم صعوبة التكهن بما سيؤول إليه شكلها النهائي، تبدو سمات اللغة العربية المستقبلية واضحة وملامحها جلية: اللغة العربية المستقبلية في وسائل الإعلام الحديثة تختلف عن اللغة العربية الأصلية:

أولاً: على مستوى الشكل والتركيب: اللغة العربية المستقبلية تعتمد نوعين من الحروف الأبجدية: الحروف العربية الأصلية وحروف جديدة مستنبطة تكون من الحروف اللاتинية وكذلك الرموز الموجودة على مفاتيح الأجهزة الإعلامية واللوحات والجوالات وفي بعض الأحيان الأرقام (يرمز رقم ٣ مثلاً إلى حرف العاء ورقم ٤ إلى حرف الذال ورقم ٥ إلى حرف الخاء...) وهكذا تصبح كلمة مشغول تكتب Tamam al 7mdllah msh3'ool وقام الحمد لله ma6'loom !!! لغة لا يستطيع فك رموزها إلا مواكب ومتمنّ.

الاختلاف الثاني بين اللغة العربية الأصلية واللغة المستقبلية في وسائل الإعلام الحديثة هو وجود مستويات لغوية متفاوتة في نفس التعابير والخطابات والمضامين والتي ستولد "لغة وسطى شبيهة بما خلّفه تعریب الإدراة في العهد العباسي".^(١)

M. Doss: Reflexions sur le début de l'écriture dialectale en Egypte, Egypte/ (١)
Monde arabe N° 27, ema.revues.org, 1996

الخاتمة:

في متصف الطريق بين اللّغة العربيّة الفصحي واللّغة المنطقية انتصبت اللّغة الإعلاميّة، لغة أفقدت حتماً اللّغة العربيّة الفصحي الأم بعض خصوصياتها التّركيبية والنحوية والصرفية وكذلك الصوتية ولكنّها أضفت عليها في المقابل مسحة شبابيّة. اللّغة الإعلاميّة أدّت ولا زالت ستؤدي إلى ظهور تراكيب ومعاني وصوتيات وقواعد نحوية وصرفية جديدة وتأثيرات لغوية خارجية أجنبية ومتغيّرة.

التحولات الجوهرية والعميقة التي شهدتها اللّغة العربيّة، والتي لم يكن بالإمكان تفاديها، انتقدتها واستنكرها البعض واقر بضرورتها آخرون وفي الواقع وجّب أن نقرّ بأنّ اللّغة ككل النّشاطات العلميّة والثقافيّة وكلّ أدوات الأنشطة الاتصالية والإعلاميّة متّحركة ونشطة ولا يمكنها التّوقع والاستمرار والديمومة إلّا من خلال التّأقلم مع التّغيرات والتحولات التي يشهدها محیطها وعاليّها. واللّغة العربيّة المستقبلية لا بد لها أن تقبل بقوانين العولمة والتّطوير الإعلامي والتكنولوجي ومواكبة الاكتشافات والتحولات وتغيير الانتظارات والاقتراب أكثر فأكثر من مستعمليتها والذين هم بالأساس من فئة الشباب، يمثلون نصف سكان العالم تقريباً، والذين هم بقصد كتابة مستقبلهم باعتماد آليات وتركيبات وتعابير لغتهم: لغة رقميّة مستحدثة وعصريّة شئنا ذلك أم أبينا.

من خلال بحثنا هذا حاولنا تحديد ملامح اللّغة العربيّة في ظلّ التّطورات والتّغيرات والتحولات العميقه وغير المسبوقة التي يشهدها قطاع الإعلام مضمنها ووسائل وأهدافاً فتوصلنا إلى واقع وإستنتاجات طرحتها لعلّها تساهم ولو في جزء قليل في صيانة اللّغة العربيّة ودعمها وإزالة العوائق التي تحول دون إشعاعها وانتشارها من خلال وسائل الإعلام. ولعلّ أهمّ ما توصلنا إليه هو أنّ التّطوير التقني يخدم ولا يمحو القداة وأنّ اللّغة العربيّة على مستوى التوظيف الإعلامي في مفترق الطرق وبمقدورها تمكّن البلدان والشعوب العربيّة من اللّحاق بركب الرّقي والتقدّم

والتطور الاتصالي والإعلامي والثقافي والعلمي والاقتصادي... إذا سعت هذه البلدان والشعوب إلى إيجاد حلول تقنية وعملية وتوعوية وتشيفية تحمي هذه اللغة من الشوائب وتجعلها مفتوحة ومواكبة لعصرها ومتطلباته التوافقية، أو أن تكون السبب الرئيسي في تعميق الهوة الاتصالية والإعلامية والثقافية والعلمية بينها وبين بقية بلدان العالم من خلال الإصرار على الانكماش والانزواء والعزلة بتعلة الاختلاف والخصوصية.

المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية:

- محمد الصيرفي: الإعلام، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٩ م.
- هادي نعمان الهيتي: في فلسفة اللغة والإعلام، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠٧ م.
- محمد بن عبد العزيز الحيزان: البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، الطبعة الثانية، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠١٤ م.
- محمد سليمان المشوخي: تقنيات ومناهج البحث العلمي، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٢ م.
- إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي وتقنيات الاتصال الجماهيري، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٩ م.
- علي محمد الدرويش: أزمة اللغة والترجمة والmobility في عصر الانترنات والفضائيات والإعلام الموجه، رايت سوب بيليشر 2005، WriteScope Publishers.
- صليحة خلوفي: الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام الجزائرية، الجزائر، مختبر الممارسات اللغوية في الجزائرية، جامعة مولود معمي، تizi وزو، ٢٠١١ م.
- وليد ابراهيم الحاج: اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، ٢٠١٢ م.

المراجع باللغات الأجنبية:

- Al-Battal, A: "Identity and Language Tensions in Lebanon: The Arabic of Local News at LBCI". In A. Rouchdy (ed.), Language Contact and Language Conflict in Arabic. London/New York: Curzon Press. 2002, 91- 115
- Gully, A: "The Discourse of Arabic Advertising. Preliminary investigation". Journal of Arabic and Islamic Studies 1, 1996, 1-49
- Holes, C.: Modern Arabic, Structures, Functions and Varieties. London: Longmann, 1995.
- Haroutunian, M. "Arab Broadcast Media Scene Toward Decade End". In Arab Media& Society, <http://www.arabmediasociety.com/?article=745>, 2009

- News at LBCI". In A. Rouchdy (ed.), *Language Contact and Language Conflict in Arabic* 91-115. London/New York: Curzon Press, 2002
- Johnson, A.: "New Media, New Languages Choices: Code-Switching and Arabizi in a Meebo Chatroom". Washington DC: Communication à la Georgetown University Round Table on Language and Linguistics 2010
- Labib, M. « Médias arabes et recomposition de l'offre religieuse: l'exemple de l'émission satellitaire Iqra ». In Khadija Mohsen-Finan (ed.), *Les Médias en Méditerranée*, (2009), 361-376. Arles: Actes Sud.
- M. Doss: *Reflexions sur le début de l'écriture dialectale en Egypte*, Egypte/ Monde arabe N° 27, ema.revues.org, 1996
- Parkinson, D: "Community of Use in Arabic Newspaper Language: The Meaning of the Country". In Reem Bassiouney (ed.), *Arabic in the Media: Linguistic Analyses and Applications* Leiden: Brill. 2010
- Salamandra, C: "Television and the Ethnographic Endeavor: the Case of Syrian Drama" 2005, *Transnational Broadcasting Studies* 14, http://www.arabmediasociety.com/countries/index.php?c_article=60.
- Un coup de jeune pour l'arabe: la langue métissée de l'Internet: Open Edition Books.cpa.hypotheses.org

موقع آليكترونيّة:

- www.sebnat.fr/majles.alukah.net/t141552
- www.un.org/ar/esa/hdr/pdf/hdr14.pdf
- www.alukah.net

الإعلام العربي الجديد من بлагة الكلمة إلى ثقافة الصورة

د. نضال محمد فتحي الشمالي

تمهيد:

غادرنا زمن كان فيه الإعلام يتمثل دور القدوة اللغوية والوجه الثقافي، الذي يتخد من صلاح الأفكار نبراساً، ولا نأسف على ذلك الزمان إلا بالقدر الذي نالم فيه على وضع الكلمة في هذا الزمان. تقول افتتاحية العدد الأول من صحيفة الواقع المصرية الصادرة عام ١٨٢٨ مـ: "الحمد لله باري الأمم، والسلام على سيد العرب والعجم، أما بعد، فإن تحرير الأمور الرافة مع اجتماع بني آدم المتديجين في جمعية هذا العالم، ومن ائتلافهم وحركاتهم، وسكنونهم ومعاملاتهم، ومعاشراتهم التي حصلت مع احتياج بعضهم بعضاً، هي نتيجة الانتباه والتبصر بالتدبّر والإتقان، وإظهار الغيرة العمومية، وسبب فعال، منه يطلعون على كيفية الزمان والحال"^(١) ، وبعد هذه الافتتاحية بخمسين سنة يقول محرر صحيفة "لسان الحال" في الافتتاحية - وهي دورية لبنانية أسسها خليل سركيس عام ١٨٧٧ مـ: "الحمد لله الذي يسبّح بحمده في الغدو والآصال وينطق مفصحاً بتعداد آلائه، لسان الحال حمدأً يدوم آناء الليل وأطراف النهار، ما غرد قمرٍ أو ترنم هزار".^(٢)

ولا أقصد من إيراد هذين المثالين عقد مقارنة بين زمنين، بل إنني لأجل جهود رواد الإعلام عبر خمسين سنة خلت أن خلصوا لغة الإعلام من انشغال فنون البديع وغلو مجازات البيان وغريب الألفاظ، إلى لغة ذات قوام من هيبة ل الإعلام دون سائر العلوم الأخرى. إلا أن القاعدة في كل الأحوال أنك "إذا أردت أن تكتسب لغة ما أو

(١) أحمد شفيق الخطيب: اللغة العربية والإعلام (مجلة جمع اللغة العربية، القاهرة، ع ١٢٠، ٢٠١٠) ص ١١٨-١١١.

(٢) المرجع نفسه.

أن تجودها أو أن تحظى بخواصها، فما عليك إلا أن تداوم الاستماع إليها قدر الاستطاعة، فتستقر قواعدها وظواهرها الأساسية في الذهن^(١).

إن الإعلام مضافةً إليه التعليم يُعدان منبرين أساسيين لرواج اللغة، واللغة سادن الأفكار الأمين، وبها يكون التفكير، ومن خلالها تتنامي الأفكار من جيل إلى جيل. إنها سلسلة مادية من تعاقب السبب والنتيجة، وإن اكتساب اللغة يحدث فقط بسبب التفاعل بين قدراتنا العقلية وحيطنا الاجتماعي^(٢). وكلما كان نظام هذه اللغة مهيباً للمرسل والمستقبل عبر قنوات التواصل تيسّرت عملية التفكير وتعزّزت المعلومات، إلا أنّ ما نخشى كل الخشية هو تراجع اللغة في نفوس أبنائنا!

واللغة هي داعم أساسي في تكوين الهوية؛ لأنها "أضخم عملية فكرية تنمية تنشئ الحضارة وتتمثلها وتعبر عنها، وهي ذات رصيد حضاري لا حدود له، وهذا فإنّ غلوّ لغتنا وازدهارها وقيامها بدورها الفكري هو معلم من معالم حياتنا المعاصرة، وطريق أساسي من طرق بناء المستقبل"^(٣).

إن اللغة نبع حيادي خاضع للتطور والارتقاء والمرونة. وتقدمها أو تأخرها رهن بحدى استعمالها في المجتمع، " فهي من ناحية تنمو وتبلغ أوج نضجها وعفنوانها، إذا لم يُقصها المجتمع من الاستعمال في أيّ من قطاعاته وأنشطته، وهي من ناحية أخرى تعطل في مسيرة نموها وتطورها ونضجها إذا وقع إقصاؤها جزئياً من الاستعمال في المجتمع، وهي في حالة ثالثة تتعرض إلى الموت الفعلي إذا حرمتها المجتمع بالكامل من دنيا الاستعمال"^(٤) ، فالهوية تترجم باللغة واللغة تترجم بالعقل.

(١) كمال بشر: اللغة العربية والإعلام المنطوق (مجلة جمع اللغة العربية، القاهرة، ع ١١٩، مايو، ٢٠١٠) ص ٢١٩-٢٣١.

(٢) للمزيد انظر: علي القاسمي: لغة الطفل العربي (بيروت، مكتبة لبنان ناشرون، ٢٠٠٩) فصل "الطفل واكتساب اللغة".

(٣) حافظ إسماعيل علوى: نحن واللسانيات، بحث ضمن كتاب "اللسان العربي وإشكالية التلقى" (سلسلة كتب المستقبل العربي، رقم ٥٥، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٧).

(٤) علي عواض: اللغة العربية والإعلام – تعدد الاستخدام بين المطبوع والموري (مجلة شؤون اجتماعية، مجلد ٢٧، عدد ١٠٦، صيف ٢٠١٠) ص ٧-١٢٥.

وقد حافظت العربية طوال سبعة عشر قرناً خلت على أنظمتها الصوتية والصرفية والنحوية، وسمحت لنظامها الدلالي بالتطور لمواكبة التغيرات " بينما يشهد العلم في اللسانيات التاريخية أن الأربعة قرون كانت فيما مضى هي الحد الأقصى الذي يبدأ بعده التغير التدريجي لمكونات المنظومة اللغوية"^(١) . إلا أن هذا الرسوخ في تاريخ العربية لم يشفع لها الظهور الذي تستحقه في وسائل الإعلام العربية اليوم، وأنا لا أقصد أن تحافظ وسائل الإعلام في طرحها على توظيف العربية في طاقتها المتقدمة ورونقها الأخاذ - كما عرفناها في كتب التراث - بل أن تعدد اللغة ضمن مستوى مرن من مستويات الفصحى يناسب حركة الإعلام وتسارعه.

"إن أهم شروط النجاح في اللحاق بركب الحضارة المعاصرة رهن بنجاحنا في تأهيل لغتنا العربية للتعامل مع التقدم المذهل في الاتصالات... لقد تلاحت اللغة مع تكنولوجيا المعلومات تلاحماً شديداً يزداد يوماً بعد يوم، ولذا فإن قدرة مجتمعاتنا العربية على اللحاق بركب هذه الثورة المعرفية التكنولوجية، تتوقف بصورة أساسية على نجاحنا في تأهيل هذه اللغة العظيمة لهذه المواجهة الحضارية الخامسة"^(٢) ، والإعلام في محصلته تمثل يتم داخل كيان اللغة وطريقتها وأسلوبها، مما يعني أن هناك تناسباً طردياً بين الحضارة والتقدم من جهة، واللغة من جهة أخرى. وفي الوقت الذي تتنازل فيه وسائل الإعلام - بسبب توغل العاميات والخلط بين اللغات - عن شروط اللياقة اللغوية فإنها من حيث قصامت ولم تقصد فقد خيوط التواصل مع جمهورها رويداً رويداً، لأنها حجمت اللغة وخصّصتها فتناقض الجمّهور القادر على التواصل بها، ولا يجوز بأي حال من الأحوال تقويض اللغة من أجل التكنولوجيا، فاللغة معادل للذات ولا يجوز أن تهمّش الذات أو تشوه.

تبعد الفصحى من مقومات حضارية وفكيرية أنتجها أقوامها، فكل مدّ لغوی سياق تاريجي ومنبع فكري خاص به يتموضع من خلال ضابطة له، ليمثل قاسماً مشتركاً للأمة الواحدة، ومعبراً عنها. ومن هنا تعدد العربية حاضرنا شرعاً لفكرنا

(١) المرجع نفسه.

(٢) المرجع نفسه.

وأجتهاودنا، بل إنها الأداة الأوحد للتعبير عن خواصنا وحيتنا. والمستعين بهذه اللغة سيغدو متمتعاً بكثير من خصائصها وسماتها، إذ تقدم طواعية ومرنة ودقة في الاستعمال تعزز الوضوح في وسيلة الاتصال بين المرسل والمستقبل، وفي المقابل، فإن الخروج على قواعدها المتنوعة إنما هو إرباك لأبنيتها الحكمة، " ومن الأكيد أن الصحفى الذى يكون زاده اللغوى ضحلاً سينتتج - بلا ريب - نصوصاً مشوهـة، تنقصها الصلابة والدقة وقوـة التعبير، وقد نعيـب لغـتنا والعيب فىـنا"^(١)، وعلى ما يبدو أن الخطاب الإعلامي المعاصر لما يستند من هذه المقدرات وعلو المكانة.

اللغة الإعلامية بوصفها نظاماً:

ما الحاجة الداعية إلى تأسيس مستوى لغوي جديد يخص الإعلام يمكن أن نطلق عليه اللغة الإعلامية؟ بداية لابد من الإشارة إلى أن تعدد مستويات التواصل في اللغة الواحدة أمرٌ تلقائيٌ لابد منه، فلكل مقام مقال، فلا عجب أن تكون هناك لغة إعلامية وأخرى اقتصادية وثالثة سياسية ورابعة قانونية وهكذا، نابعة من أعراف وقوانين اللغة الأم، بل إن ذلك يدعم فرضية "حضارة اللغة"، وتعني "بأنه ثمة حضارة معينة هي حضارتنا الإنسانية يرتبط وجودها ارتباطاً قوياً باللغة، بحيث يمكن القول إنه لو لا وجود اللغة لما قامت هذه الحضارة أو ظهرت حضارة أخرى من نوع مختلف عن حضارتنا المعروفة.... ومن هنا تختلف الثروة اللفظية من عصر إلى آخر، بل في اللغة الواحدة تختلف هذه الثروة اللفظية من عصر إلى آخر بالنسبة لحياة اللغة نفسها – ذلك أنه بقدر ما تزيد حاجيات المجتمع وتُثْري معانيه يزيد عدد هذه المجموعات الصوتية حتى تكون متجاوـة تماماً مع هذه المعانـي وتـلك الحاجـيات"^(٢). إن اللغة هي في الأساس وسيلة تواصل فاعلة والموضوع الذي نتحدث فيه يفرض علينا مفردات محددة، والجمهور المتلقـي يفرض علينا شكلاً من أشكال السهولة أو الصعوبة والعصر الذي نعيشـه يفرض علينا كيفية هذا التواصل، فاللغة داخل هذا الإطار " ظاهرة

(١) المرجع نفسه، ص ٥٨.

(٢) عبد العزيز شرف: علم الإعلام اللغوي، ط١ (بيروت، مكتبة لبنان، ٢٠٠٠) ١٢٤-١٢٥.

اجتماعية وضرورة من ضرورات كل مجتمع لأنها أهم وسيلة يلجأ إليها ليتم التفاهم بين الأفراد فيما يتصل بحياتهم اليومية والاجتماعية والأدبية والفنية^(١).

ومن هنا، ومع نشأة الصحافة في الوطن العربي أبان عصر النهضة الحديث في بدايات القرن التاسع عشر في مصر، كان لابد من التعامل مع العربية الفصحى لتوليد لغة جديدة أو مستوى لغوياً جديداً يتناسب مع جمهور الصحافة متعدد الثقافات، فخطاب الصحافة هو خطاب للعامة لا خطاب للنخبة، وما ساعد ذلك شعور عدد كبير من مفكري عصر النهضة بصعوبة التواصل من خلال العربية الفصحى فعلياً^(٢)، وهذا عائد إما مسيرة للدعوات التغريبية أو من أجل التباعد الكبير الذي نشأ بين الفصحى واللهجات، وإما تمايلًا "للنحاة الجدد" أو المحدثين العرب الذين تجاوزوا البحث اللغوي القديم في الأنساب اللغوية إلى إيجاد القوانين المتحكمة في متغيرات اللغة^(٣). وقد انقسم الاهتمام بالمسألة اللغوية آنذاك إلى اتجاهين^(٤): اتجاه يدافع عن العربية الفصحى ويهاجم دعاة العامية، وأخر يدعو صراحة إلى إحلال الدارجة محل الفصحى، بينما يحاول تيار تويفي ثالث استنباط الحلول التوفيقية وتركيزها. ولكننا لا يمكننا بالضبط تحديد تاريخ نشأة هذه اللغة الوسيطة التي يسعى الإعلام لتأسيسها من الفصحى نفسها، بل ويصعب علينا ذلك، إذ تبقى المتغيرات اللاحقة باللغة من جراء الاستعمال قوية تحجب عنا نقطة البدء التي صدرت عنها^(٥).

فاللسان الواحد متعدد الدرجات صعوباً وهبوطاً ولنا أن نتأمل لهجات التواصل اليومية، ثم المعاملات الرسمية، فالتصريحات المرتبطة ولغات العلوم والإخبار والتقد والأدب. إنه سلسلة متصاعدة لمستويات متعددة. من هنا كان لابد من ظهور مستوى

(١) المرجع نفسه، ص ١٢٤.

(٢) نفوسه ذكرييا سعيد: تاريخ الدعوة إلى العامية وأثرها في مصر (القاهرة، دار المعارف ١٩٦٤).

(٣) لمزيد من التوضيح حول ذلك راجع: نسيم الخوري: الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، مرجع سابق، ص ١٥٧.-١٥٦.

(٤) المرجع نفسه، ص ١٥٦.

(٥) للمزيد انظر: جوزف فنديرس: اللغة، ت: عبد الحميد الدوالي و محمد القصاص (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٥٠).

لغوي جديد يمكن أن نسميه اللغة الإعلامية ضمن هدف التواصل دون لبس، واللغة الإعلامية ضمن هذا النطق ذات هدف وظيفي لا هدف جمالي و"التوسيط الفكري في اللغة الوظيفية، يأتي قبل أي هدف آخر"^(١). فاللغة الإعلامية في هذا السياق هي "لون من ألوان اللغات الوظيفية، يتدرج في "وظيفتها" إلى الحد الأقصى فيما يعرف بلغة الأخبار"^(٢)، وهي لغة ليست بتعقيد الفصحي وسموها وعلو شأنها ولا بدنو العامية وانزياحاتها المتكررة المخصوصة بإقليم دون آخر.

إن هذه اللغة الإعلامية أو ما يسمى "بالفصحي المبسطة" أو "العامية المقصحة" أو "الأدب العاجل" أو "اللغة الثالثة"، قد بدأ النزوع إليها على يد الأدباء أولًا في أعمالهم الأدبية؛ كتوفيق الحكيم في مسرحيته (الورطة) ١٩٦٤م، إذ كانت لغته أقرب إلى الدارجة منها إلى اللغة الوسطى بين الفصحي والعامية.

وأناء مثل هذه المحاولات وغيرها على صعيد الأدب المبني آنذاك من قبل صحفة عصر النهضة كان لابد من التوسط بين الفصحي والعامية في لغة التخاطب مع الجمهور، فمالت هذه اللغة إلى التبسيط الشديد، وهذا يظهر قصداً عند تعريف الكتابة الإذاعية كمثال على جنس إعلامي شائع، حيث يعرف معجم مصطلحات الإعلام^(٣) الكتابة الإذاعية بأنها: "الكتابة باللغة التي يستعملها الناس عادة، والتي تتميز بالإيجاز والوضوح، لإثارة اهتمام عامة الناس". وأمر الوضوح والبساطة لا يمثل في جمله تعدياً على صلاحيات الفصحي ومقدراتها، فلغة الإعلام "على الرغم من خصوصيتها وتقيزها عن أنواع الشر اليومي، إلا أن وسطيتها – أي موقعها بين الشر العلمي والأدبي ولغة الحديث اليومي – تمنحها قوة الاستخدام، وحسن التبليغ، وشساعة الانتشار وطول الملازمة"^(٤).

(١) حداد، نبيل: اللغة في وسائل الاتصال، مقاربة في السمات والتحديات، ط١(أعمال المؤتمر الدولي الثاني للنقد الأدبي، القاهرة، ٢٠٠٣) ص ٤٧.

(٢) المرجع نفسه.

(٣) أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام، ط١، (بيروت دار الكتاب اللبناني، ١٩٨٥) ص ١٧٠.

(٤) نور الدين بليل: الارتفاع بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٤٤.

وقد دفع ظهور هذه اللغة الوسيطة بعض الكتاب إلى إعادة تصنيف أنواع النشر وتقسيمها إلى "النشر العادي، النشر العلمي، النشر الفني، النشر العملي (الصحفى)، وال الحاجة إلى لغة بمثيل هذه السمات دفع بشكل مباشر أدباء الصحافة إلى ابتكارها وتأسيسها ووضع شروطها: "على الأسلوب الصحفي أن يتخذ شكلاً سهلاً، يقترب من الأسلوب الدارج. وعلى الصحافة أن تقدم الأحداث اليومية ببساطة ووضوح وواقعية، مبتعدة عن الاستعارات والكنايات والتشبيهات والألفاظ الزائدة، وعن كل تعقيد، حتى يسهل على جميع القراء فهم محتواها، على الرغم من تفاوت مستوياتهم الثقافية"^(١) ، إلا أن مسألة الوضوح والتبسيط قد أوقعت اللغة الإعلامية بخلاف متذم مع اللغويين، ويبدو أن الخوف من تدني مواصفات اللغة الفصحى إثر الإكثار من توظيفها، ومن ثم الوقوع في الأخطاء، قد حتم على القائمين على وسائل الإعلام أن يفلسفو لغة بمواصفات يمكن أن تتماشى مع شروط العمل الإعلامي.

تفضح اللغة الإعلامية لطائفه من المحدّدات هي^(٢) :

١) السرعة: وهي السمة التي باتت تضيّق إيقاع الحياة بحركة متتسارعة انعكست على أوجه الوجود الإنساني المختلفة، وتمارس مقتضيات السرعة دورها على الصحافة المطبوعة والمسموعة والمرئية على ما يعرف بعامل المساحة.

٢) المساحة: وهو عامل اقتصادي حاسم فحذف كلمة فائضة من أي نص تحريري من شأنه أن يوفر على المؤسسة الكثير، وقد اقترن تعبير ضغط الجمل والتخالص من العبارات الفائضة في اللغة الإنجليزية بدلاله اقتصادية saving words وأصبحت عملية توفير الكلمات عنصراً أساسياً، بل المهمة الأولى في فن التحرير.

٣) العزل والانتقاء: وهذا عامل رهن لسياسة المؤسسة الإعلامية. ويتحذ هذا المبدأ تجليات خاصة في لغة الصحافة، ومن المعروف أن هذا المبدأ هو أحد الأسس التي تقوم عليها عملية الإبداع الفني أو الإنشاء الأدبي،... فإظهار بعض الحقيقة

(١) عبد العزيز الغنام: مدخل في علم الصحافة (بيروت، دار النجاح، ١٩٧٤) ١/١٦٠.

(٢) نبيل حداد: في الكتابة الصحفية (أربد، دار الكندي، ٢٠٠٢) ص ٤٣-٤٥.

ينطوي على الخياز، وهو اللفظ الأقرب إلى نقىض الموضوعية. وهذه المحددات التي ورد ذكرها آنفاً سيرت لغة الإعلام باتجاه سمات تميزها عن باقي المستويات اللغوية، وهي سمات محبولة بمحددات صارمة قوامها الوضوح والقصد وال المباشرة، فالإعلاميون يشتغلون في اللغة الإعلامية: "الوظيفة المادفة والوضوح والإشراق"^(١). وللغة الإعلامية تعبير وظيفي بالدرجة الأولى هدفها الاتصال بالناس وبـ"الفكر والإدراك والنشاط الحركي والشخصية الإنسانية بشكل عام"^(٢)، لتلبى بذلك الحاجات التي أنيطت بها.

أما البنية اللغوية البسيطة للغة الإعلامية، فقد حرصت اللغة الإعلامية خلال فترة نضجها على أن تتحرر من بعض القيود اللغوية، وهذا ما حضر بعض الباحثين^(٣) على الوقوف عند بعض هذه التحررات من مثل:

- الاستغناء عن الكلمات الزائدة، كأدوات التعريف، والصفات، وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وحروف الربط التي لا ضرورة لها.
- استخدام الألفاظ المعربة الأكثر استعمالاً من الألفاظ العربية.
- تطابق بنائها مع أبنية الفصحى.
- محدودية القوى البينية والمجازية التي تحملها.
- أسلوبها تقريري مباشر.
- توظيف قاموس محدود من المفردات متعارف عليه من قبل المتلقين.
- الابتعاد عن الألفاظ الغريبة والوعرة.
- التساهل في توظيف المفردات العامية أو الأجنبية إن كانت شائعة فغاية

(١) شرف، عبد العزيز: الإعلام ولغة الحضارة، ١٩٧٤، مجلة اللسان العربي (١)، مجلد ١١، الرباط، ص ٣٦٠.

(٢) ريشل: مارك، اكتساب اللغة، ت: كمال بكمال، ١٩٨٤، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ص ٨.

(٣) زغل، محمد فاتح صالح، الخطاب الأدبي في البث التلفزيوني العربي، ٢٠٠٤، بيروت دار البارودي، ط ١ ص ١١٥-١١٠، محمد عبد المطلب البكاء، لغة الإعلام، ص ١١٥-١١٧.

التواصل أبلغ من أسلوب التواصل.

■ جملها قصيرة يسيرة الفهم والاحتواء.

■ قوالبها اللغوية ثابتة ثبات الجنس الصحفي نفسه.

هذا، وقد أفلحت اللغة الإعلامية من تحديد قاموس لغوي يخصّها عنوانه التبسيط والشيوخ والاتشار، ومن التخاطب مع مختلف طبقات المتعلمين وحتى غير المتعلمين. ومن خلال ذلك حققت هذه اللغة غايتها التواصلية بالسرعة المطلوبة والمساحة المعقولة، وقد أسّست هذه اللغة لنفسها منزلة تفضيل العامية وتقل عن الفصحي، فلا هي اللغة المعقدة بفصاحتها ومقاييسها وأبنيتها، ولا هي العامية المتحللة من القيود بعيداً عن أي مقياس، فاستطاعت أن تحقق انتشاراً واسعاً نشر الحرف العربي إلى آفاق بعيدة، حتى أنها أصبحت بديلة عن الفصحي في دور التعليم والثقافة والمحافل السياسية.

اللغة الإعلامية بوصفها سلطنة:

باتت لغة الإعلام تحمل بين طياتها خطاباً مؤسسياتياً، سيمياً وله الوضوح والسهولة، مما دفع بأديب مروءة^(١) للإشارة بفضل الخطاب المؤسسي للصحافة على اللغة العربية، إذ يرى أن شيوخ الأسلوب السهل المشرق الذي وصلنا إليه اليوم في الكتابة بالعربية، لا يعود الفضل فيه لمعلمي اللغة في المدارس والكليات، ولا يعود الفضل فيه إلى الكتاب والأدباء القدماء، بل الفضل الأول في هذا الأسلوب يعود إلى صحفة اليوم، وذلك لأنّ لها الفضل في تطوير اللغة وجعلها مرنة تفي بمتطلبات العصرية – والكلام لأديب مروءة – وتسوّع التطورات العظيمة التي صاحبت النهضة في ميادين الحياة المختلفة، فقد أشاعت ألفاظاً، واستحدثت أخرى، وابتكرت مصطلحات، ووَسَّعَتْ من آفاق اللغة، وطورت أساليبها في العلوم والفنون، والمجتمع والسياسة.

وهذه الملامح والخيارات والتائج التي أفرزتها اللغة الإعلامية فيما سبق هي

(١) مروءة، أديب: الصحافة العربية نشأتها وتطورها، ١٩٦١، بيروت، دار مكتبة الحياة، ط١، ص٤١.

نتائج قانون السلطة، بمعنى أنها كامنة في حال السلطة ومارستها وارتباطها بالأخر. وعندما تقوم القوة مع الآخر تصبح سلطة، وعندما ينبع الرفض والخضوع والإخضاع بمعنى السيطرة. وتتجلى قوة السلطة مصدراً للإحساس والتقويم منذ أن تتكون أو تظهر، وهي إذ تلتمس الاتصال بالآخر يتولد منها عالم من اللغة والمؤسسات^(١). إن القوة ضمن ما سبق ليست بالمعنى الاعتدائي السلبي بل هي كما أوضحها بالانديه "قدرة التأثير فعلياً على الأشخاص والأمور، بالتماس مجموعة من الوسائل التي تتحرك بين الإكراه والإقناع، وتحول فتغدو إمكانية متاحة لأحدهم داخل علاقة ما، تسمح له بتوجيه الأمور حسب مشيئته"^(٢)، وهذا التوضيح ينطوي المسألة السلطوية من إطار العنف إلى إطار الإقناع والخيالة والممارسة.

ونظرة فاحصة على واقع الخطاب الإعلامي المعاصر ستكشف لنا أن "للإعلام" لغة "اتت الآن تفرض حضورها في مختلف المحافل والميادين، بل إن هذه اللغة أصبحت الأداة الرئيسية للتعبير من حيث الكلم، ومن هذا "الحيز" أيضاً، فقد أصبحت أوسع الأواني التي تضم الإنجازات الفكرية والتكنولوجية المعاصرة. ولما أصبحت وسائل الإعلام هي الوسيلة الأهم بين وسائل نشر المعرفة الإنسانية، فقد أصبحت لغة الإعلام بمرونتها، الأداة الأولى للتنقيف والتعليم غير المؤسسي. ومن أجل ذلك لا يبالغ إذا قلنا إن الإعلام، بفضل لغته بات أهم وسائلنا القولية على الإطلاق"^(٣)، والأمر فيما بات ظاهراً ما عاد يقف عند حد التكهن، بل إن المنظمة العربية للثقافة والعلوم (ايسيسكو)^(٤) حذرت من تفاقم سلطة الإعلام بلغته المتشرعة التي لا تحكم إلى قيود محددة إذ تصرّح بأن العربية لم تعرف عبر تاريخها الطويل ما تعرفه اليوم من سرعة في النمو، واندفاع التطور ومسيرة التغيرات، بحكم

(١) نسيم الخوري: الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، مرجع سابق، ص ١٠٧.

(٢) جورج بالانديه: الانثربولوجيا السياسية، ت: جورج أبي صالح (بيروت، منشورات مركز الإنماء القومي ١٩٨٦)، ص ٣٧.

(٣) نبيل حداد: اللغة في وسائل الاتصال مقاربة في السمات والتحديات، مرجع سابق، ص ٤٨-٤٩.

(٤) www.isesco.org.ma/pub/ARABIC/avarabe/P1.htm

عوامل كثيرة ونتيجة لأسباب متعددة، أقوالها، النفوذ الواسع الذي تمتلكه ومارسه وسائل الإعلام المقرؤة والمسموعة والمرئية، والذي يبلغ الدرجة العليا في التأثير على المجتمع، في قيمه ومبادئه، وفي نظمه وسلوكياته، وفي ثقافته ولغته، وعلى النحو الذي يفقد بعض المجتمعات هويتها الحضارية، وبينال من خصوصيتها الثقافية، وفي المقدمة منها الخصوصية اللغوية. إن العلاقة بين اللغة والإعلام لا تسير دائماً في خطوط متوازية، فالطرفان لا يتبادلان التأثير، نظراً إلى انعدام التكافؤ بينهما، لأن الإعلام هو الطرف الأقوى، ولذلك لن يكون تأثيره في اللغة بالغاً الدرجة التي تضعف الخصائص المميزة للغة، وتلحق بها أضراراً تصل حد التشوهات التي تفسد جماله.

إن مثل هذه المخاوف تعود إلى الحضور الشديد لوسائل الإعلام المختلفة في حياة الناس من صحفة وفضائيات وإذاعات ووسائل عاجلة، والبعض اعتمد هذه الوسائل كمراجعات ثقافية لغوية ينهل على حساب المقرؤة الغريب. والمعلومات يعاد تشكيلها عن طريق تقييد تصوّر محدد للواقع، فيفكّر المتلقّي وينطق ضمن الكيفية التي ارتضاها له الإعلام المسيطر^(١) ببلاغته الإلكترونية التي عزّزت وضاعفت من بلاغة الصور المرئية والتقليدية المدعومة بمؤثرات متعددة توسل حواس الإنسان وغرائزه وتسسيطر عليها.

اللغة الإعلامية بوصفها انحرافاً

إن انطلاق لغة الإعلام بسلطة لا تحدها إلا سلطة ماثلة بات يشكل تهديداً لسلطة العربية الرافدة لعربـة الإعلام، والمشكلة لا تكمن تماماً في تفرد الخطاب الإعلامي بلغة خاصة ذات شروط خاصة بقدر ما هي كامنة في انحلال لغة الإعلام المعاصر من شروط العربية الفصحى وشيوعها رغم هذا الانحلال، بل وسيطرتها على لغة عموم المتعلّقين، فما عادت غايتها تواصلية بل تخللتها قيم الانحراف والانزياح والخداع والتضليل والغموض وذكر أنصاف الحقائق، والتضخيم والتعتيم.... إلخ.

وأول مظاهر هذا الانحراف الانقلاب على الفصحى والتشكيك بأهليتها لخوض

(١) محمد زغل: الخطاب الأدبي في البث التلفزيوني العربي، مرجع سابق، ص ٨٥.

المعترك الإعلامي^(١)، فهي لغة صعبة مقصورة على الواجبات الدينية، بل يغالى بعض الإعلاميين

من مواقفهم فيرون أن العربية الفصحى لغة ميتة تدفعنا إلى الفخر في استعمال اللغة الميسرة، فلا وجود للفصحى أساساً في قواميسنا الإذاعية... لقد تم إجهاضها منذ وقت. ويؤكد بعض الدارسين^(٢) بأننا لا نملك إلا أن نعترف بأن الفصحى منيت بخسائر متلاحقة منذ دخول التلفاز إلى المنطقة العربية في الخمسينات.. وأن الصراع بين الفصحى والعامية سيختصره التلفاز وعلى شاشته الصغيرة ذات الفعل الكبير يتقرر مصير اللغة وشكلها، والمسارات المستقبلية التي ستتخذها لتواكب العصر وعلومه ومخترعاته وتقنياته المعقّدة، ومن جملة هذه الخسائر^(٣) :

- التوسيع في الاشتقاد، دون مراعاة الضوابط اللغوية في هذا الميدان.
 - ظهور تعبيرات وألفاظ خاصة في الصحف بدعوى أنها أخف وقعاً على مسامع القراء على الرغم من وجود ألفاظ عربية صحيحة تؤدي المعنى المراد.
 - استعمال كلمات عربية الأصل إلا أنها غير موفقة في الدلالة على المعنى المقصود.
 - الاستهانة بقواعد النحو.
 - الكتابة بأساليب جديدة هي تقليد للأسلوب الأجنبي.
 - فسح المجال لانتشار كثير من المصطلحات الأجنبية على الرغم من وجود ما يقابلها في اللغة العربية.
 - استخدام لغة ملتوية أو مرتخية وذلك بإفراط المعاني من محتوياتها.
 - تكرис الأخطاء الشائعة وعدم الأخذ بالصواب بدعوى أن الخطأ المشهور خير من الصواب المهجور.
 - التوسيع الدلالي وتحميل الألفاظ معانيًّا جديدةً لم تكن تدل عليه من قبل.
- أما أحلك مظاهر هذا التحول فهو النزوح الإعلامي نحو العامية علمًا بأن

(١) للمزيد، نسيم الخوري: الإعلام العربي، مرجع سابق، ص ٢٥٤.

(٢) محمد زغل: الخطاب الأدبي، مرجع سابق، ص ١٠٦.

(٣) محمد عبد المطلب البكاء: لغة الإعلام، مرجع سابق، ص ١١٨ - ١٢٠.

"العامية من الناحية الاتصالية قد تؤدي دوراً محدوداً جداً، لا يتجاوز وظيفتها الخاصة بالفهم في حدود المنطقة التي تلهج بها، بيد أنه يتقلص دورها كلما ابتعدنا عن موطن اللهجة، وحتى محاولات فهمها تظل صعبة المنال، في حين إذا تعلق الأمر بالعربية الفصحى، فالقاميس التي وجدت لهذا الغرض، يمكن أن تقدم خدمات جليلة لمن ي يريد فهمها أو التعمق فيها"^(١) ، وسر هذا التحالف بين لغة الإعلام والعامية كامن في التسريع والتواصل والاستحواذ مهما كانت الوسيلة، بل إن الفصحى غدت في نظر بعض وسائل الإعلام تعوق التمدن والرقي فدعت إلى اعتماد العامية؛ "لأنها سهلة منتشرة في الوطن العربي ، وقد تخطى الأمر اعتماد اللهجات صيغة كلامية تختلف باختلاف الشعوب والتوجهات والمستويات الثقافية إلى اعتبارها لغة بوصفها الجانب الحي منها، فلا ضير من نقل العامية، إذ، من لغة الحياة اليومية إلى لغة التأليف والكتابة والمعاملات"^(٢) ، ولأنيس فريحة قول في ذلك، إذ عزا "الفرق اللغوية بين العامية والفصحي التي هي فرق أساسية جوهرية تبرر اعتماد العامية لغة قائمة بذاتها، سواء أكان هذا في النظام الصوتي أو التركيبي أو النحوي أم في المفردات. وسبب الخطأ في الرزيم أن العامية والفصحي لغة واحدة راجع إلى سهولة الانتقال من العامية إلى الفصحى عند عامة المتأدين"^(٣) ، وتاريخ الدعوة للعامية طويل يعود إلى عام ١٩٨٨ ، وقد بذل نسيم الخوري^(٤) جهداً كبيراً في تتبع تاريخ مثل هذه الدعوات. لقد تفاقم أمر الدعوة إلى العامية في وسائل الإعلام إلى الحد الذي نجحت فيه بعضها - وعلى الأخص في لبنان - في "إيجاد وضع لغوي جديد لا تبدو تزاحم الصحافة المكتوبة وتطلقتها لغة إعلام الناس. وتبدو وتيرة هذا الانتقال اللغوي من حالة إلى حالة جديدة... فقد أخرجت الأبحاث من دائرة الصراع التقليدي مثلاً بين الفصحى والعامية، إلى دائرة "الصراع" بين اللغة الصحفية ومحكيات العامة من

(١) نور الدين بليل: الارتقاء بالعربية، مرجع سابق، ص ١١٤.

(٢) نسيم الخوري: الإعلام العربي، مرجع سابق، ص ١٥٩.

(٣) أنيس فريحة: نحو عربية ميسرة (بيروت، دار الثقافة ١٩٥٥) ص ١١٧.

(٤) نسيم الخوري: الإعلام العربي، مرجع سابق، ص ١٥٩-١٦٠.

الناس وهجاتهم، وبدت الوسائل الإذاعية والتلفزيونية مزروعة بقدرات جذب هائلة وخفية، تأسر اهتمام الجمهور... بما يورث الصحافة المكتوبة ملامح مآذق خطيرة، جعلتها تباشر أيضاً في اعتماد المحكيات المكتوبة على صفحاتها من دون أي تردد، بجثاً ربياً عن القراء^(١)، وبدل أن تتأثر الصحافة بالأدب بوصفه لغة سامية وخطاباً متقدماً تحولت العلاقة إلى علاقة طرد، وبدأ الانفصال متدرجاً بين اللغة الإعلامية والعربية والفصحي لصالح المحكيات كحليف أوثق وأيسر من الفصحي.

إن مسألة الانحراف والتحول لم تعد تقتصر على بعض التجاوزات اللغوية التلقائية في قواعد العربية كأخطاء الميزان الصريفي، والتعدي، والأسلوب، والجمع، وتوظيف الدخيل، وتطبيق قواعد النحو والإملاء والترقيم، والعدد، والاشتقاق غير المبرر، فهذا الرصد عائد إلى فترة التجاذب والتبني بين العربية الفصحي وعربية الإعلام. أما ما يلوح في الأفق فهو أن التجاذب حاصل بين العربية الإعلامية الميسرة واللغات العامية، ولهذا الأمر أمثلة ونماذج:

▪ **النموذج الأول:** "صحيفة "الأستاذ" في مصر، نجدها مثالاً لوعي الظروف الموضوعية للفصحي والعامية، فقد خصّقت باباً للعامية ليتمكن قراء الصحيفة من متابعة الأفكار الإصلاحية^(٢).

▪ **النموذج الثاني:** "المؤسسة اللبنانية للإرسال (LBC)، إذ حدث في مقابلة مع إحدى القائمات على هذه المؤسسة "دوللي غانم" أشارت إلى أن مؤسستهم هي أول من بدأ استعمال اللغة العربية الميسرة في وسائل الإعلام المرئية حتى إنه كانت لدينا الفكرة في أن تكون الأخبار كلها باللغة المحكية كي تطول كل طبقات الناس المثقفة أو غير المثقفة، لكن كان الخوف ألا يتقبلها الناس لأنهم اعتادوا سماع الأخبار بالفصحي^(٣). أما براجوها ولنأخذ على سبيل المثال، برنامج "حوار العمر"

(١) المرجع نفسه، ص ٢٤١.

(٢) نسيم الخوري: الإعلام العربي، مرجع سابق، ص ١٦٢.

(٣) المرجع نفسه، ص ٢٣٦.

الذي يعد حوارا طويلا هو البداية والنهاية بالنسبة إلى من يُؤلف موضوع الحوار الذي يتم تقديمها أساسا عبر مجموعة من المخطات والصور والأفكار التي يأتي مصحوبة بنصوص مقرءة مسبوكة بلغة سهلة عامية محببة وقريبة عبر عدد من الأسئلة والنقاط الحورية التي يتم التركيز عليها، تتفرع منهامجموعات من الأسئلة الأخرى التي يستلزمها الحوار. وتبدو مقدمة البرامج راضية عن لغتها العامية. لا تحد عنها على الإطلاق مهما كانت لغة الضيف وموقعه، وهي لا تتوانى عن إجراء مقابلتها الطويلة وتابعتها بالعامية حتى لو أن الضيف بقي متشبثا بإجاباته بالفصحي^(١).

▪ **النموذج الثالث: تلفزيون المستقبل (Future)**، وهذه فضائية عربية يعود تأسيسها إلى عام ١٩٩٢، وقد باشرت بشها الفضائي عام ١٩٩٤ والمشكلة في أن أخبار "المستقبل لا تتجاوز الساعة والربع يوميا. بما فيها الإعلانات والموسيقى والتحقيقات والأحاديث، بحيث لا تتجاوز حصة الفصحي منها عشرين دقيقة خلال ربع ساعة تشغّلها المقطعة التي تأتي كلها بالعامية وفي مستويات ولهجات متعددة وبرامج متنوعة^(٢). أما في باقي برامجها فالمقدمات مفصححة أحيانا وما تبقى يكون بعامية مهذبة رصينة، فضلا عن أسماء البرامج التي هي في معظمها بالعامية أو بالأجنبية.

وعلى ما يبدو فإن العربية في هذا القرن باتت تحضر نفسها لما يشبه الانهيار، فاختيارات التلفاز إلى العربية المبسطة أو العامية سوف يحدد لغة القرن الجديد، "ولا جديد في القول أن المحكية صارت لغة رسمية ولغة الرسميين، وفي الإعلام الخاص والعام"^(٣)، ولن نستغرب تعالي مزيد من صيحات التحذير من اخدرار اللغة على مستويات متدنية على مستوى اللغة الإعلامية المعاصرة أو على مستوى التحالف مع العامية والألفاظ الأجنبية، والسبب أن المرجو من لغة الإعلام لم يعد ضمن حساباتها.

(١) المرجع نفسه، ص ٢٦٨.

(٢) المرجع نفسه، ص ٢٧٢.

(٣) المرجع نفسه، ص ٤٧٣.

التحول إلى ثقافة الصورة:

قطعت وسائل الإعلام شوطاً طويلاً في الارتحال من الطابع شفهي إلى المكتوب إلى المرئي ثم متعدد الوسائط. وقد حقق الإعلام في خطته الأخيرة المترهنة للثقافة البصرية "قفزة بالتوحيد العالمي للمنظورات"^(١)، عبر الفوتوغرافيا والفضائيات والحواسيب والهواتف الذكية. وقد تحولت هذه الوسائل من (تقنية) إلى (سوسيو-تقنية)، مستهلة عصراً برياً جديداً يجعل المرئي وال حقيقي على طرق نقىض في حالة من التوسل إلى الواقع لإثبات وجوده، ولعل البصر هو أقصر الطرق للإيهام بالواقع.

إن تركيز الإعلام الجديد على النظام البصري جعله "يمارس قيادة صارمة للعقل إلى درجة لا يتم التفكير فيه بوصفه كذلك. إنه نظام سلطة يقوم نفسه على أنه بدهي، فما يرينا من العالم هو أيضاً ما يعمينا عن النظر إليه"^(٢). وجبروت الصورة كفيل بإلغاء أي خطاب وبهدم أكبر سلطة.

سلطة المرئي اليوم توحّي - في وجه من وجوهها - بديمقراطية الصورة؛ لأن الجميع يشاهدونها بالمقدار نفسه أكان حاكماً أم محكوماً. وعند الدخول إلى مختبرات إعداد الصورة وتتابع مجالاتها المرئية تكتشف خلاف ذلك، مما يعني تغيير قاعدة الهمينة، وإعادة تشكيل مجالات التواصل^(٣)، وإنفلات العلاقة بين المجال الديمقراطي، والمجال الوسائطي والمعلوماتي. وهذه الأخيرة - المعلوماتية - باتت "توحد طبقات برج بابل بكاملها من بكين إلى نيويورك مروراً برأس الرجاء الصالحة^(٤)، لكن بمجرد ما ظفأ الشاشة يتبقى الوصول إلى البصائر التي تنظم كل عالم مرئي". مع صعوبة ذلك، فالصورة لا تلغيها إلا صورة أخرى، لأنها قائمة على إدراك حسيّ مباشر، بينما اللغة

(١) المعز بن مسعود: حياة الصورة وموتها - ثقافة المرئي في بعدها الوسائطي (مجلة العلوم الإنسانية، البحرين، عدد ١٦، ١٧/٢٠٠٩) ص ٢٩٩.

(٢) المرجع السابق، ص ٣٠٧.

(٣) علي القاسمي: السياسة اللغوية في البلدان العربية: الإعلام نموذجاً (مجلة جمع اللغة العربية، القاهرة، ع ١٢٠، نوفمبر ٢٠١٠) ص ١٠٠.

(٤) المعز بن مسعود: حياة الصورة وموتها - ثقافة المرئي في بعدها الوسائطي، مجلة العلوم الإنسانية، البحرين، ع ١٦، ١٧/٢٠٠٩، ص ٣٠٧.

تقوم على الفهم والتفكير.

ولنا أن نوازن بين نظرة كل من إفلاطون وديكارت وعصر الشاشة في تعاملهم مع الأفكار^(١) بالتواضي مع رحلة وسائل الإعلام بين الشفهي والمكتوب والمرئي، فإفلاطون يستعين بـ(أسطورة الكهف) فيرى أن علينا الثقة بالأفكار المعقولة فقط، وديكارت يستعين بـ(خطاب المنهج) فيرى بوجوب الثقة بالمرئي عبر نظام وقياس وصياغة جيدة، أما عصر الشاشة فينادي بأن لا ثقة بالأفكار؛ لأن المهم هو جودة الصورة.

الإعلام الجديد وتزاوج التقنيات:

تجاوز وسائل الاتصال اليوم فكرة التواصل بأفراد المجتمع من أجل التقارب واللحمة وصولاً إلى المحافظة على الهوية ثم الانتقال إلى فكرة أكثر تعقيداً ألا وهي السيطرة والهيمنة بفضل ما تتمتع به من تكنولوجيا متنامية مدرومة برأس المال واقتصاد السوق. إن لكل وسيلة إعلامية تواصلية "خصوصية تكنولوجية معينة ترك آثارها البالغة الأهمية على شكل وأسلوب ولغة ومضمون الأنواع الصحفية المستخدمة فيها، وقد بلغ هذا الطابع الخاص درجة من التطور أوجدت أنواعاً جديدة"^(٢) ، بالاعتماد على تقنيات تكنولوجية حديثة، وُظفت بدقة لصناعة المضمون التواصلي وإنتاجه، وقد تميزت هذه التكنولوجيا التواصلية الحديثة بجموعة من الخصائص^(٣) :

- ١ - التفاعلية Interactivity: (وتقوم على فكرة تبادل المعلومات بين المشاركين).
- ٢ - اللاماهمية Demessification: (جعل خبرات القراءة والاستماع خبرات معزولة، ضمن وسائل تواصلية ذات اتجاهات فردية أو مجموعات، كالقنوات

(١) المرجع نفسه، ص ٣٠٦.

(٢) تيسير أبوعرفة: اللغة في الخطاب الإعلامي (الموسن الثقافي الواحد والثلاثون لمجمع اللغة العربية الأردني، تشرين الثاني، ٢٠١٣) ص ٤١٦-٣٧١.

(٣) محمد الفاتح حمي: واقع اللغة العربية في ظل استخدام وسائل الاتصال والإعلام الحديثة في نظر الشباب الجامعي الجزائري (مجلة الحكم، مؤسسة كنوز الحكم للنشر والتوزيع، ع٨، ٢٠١١) ص ١٦٨-٢٠٩.

- المتخصصة بمجال محدد).
- ٣- الالاتزامية Asynchnanization: (إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد).
 - ٤- القابلية الحركية Mobility: (مرونة التنقل بوسائل التواصل).
 - ٥- قابلية التحويل Convertibility : (نقل المعلومات من وسيط إلى آخر).
 - ٦- قابلية التوصيل والتركيب Connectivity: (لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت الأنظمة).
 - ٧- الشيوع والانتشار.
 - ٨- التدويل Globalization: (الكونية العالمية وتجاوز الزمن والمسافة).
 - ٩- التعقيد وكثافة الاستخدام: (معقدة ومرتفعة التكلفة).
 - ١٠- الاحتكارية: (يسطير عليها النخبة).

وقد حقق ما سبق انحساراً بالمادة الورقية، وزيادة في وتيرة الحياة بسبب "سهولة الاستخدام، وقوة الجذب .. والقدرة على التواصل مع مختلف فئات الجمهور والقدرة على تحديث البيانات والمعلومات واعتبارها فضاءً واسعاً لحرية التعبير .. وتعدد منتجي الخطاب الإعلامي، واختلاط التعامل بهذه الوسائل بين النخب والشراعح الواسعة من الجمهور، وسهولة التصفح وتحميل المواد وسرعة التعرف على الآراء الواردة وردود الفعل السريعة على الرسالة الإعلامية .. وإشباع الحاجات المعرفية والعاطفية وال حاجات إلى الاندماج^(١) ، وهذا ما يعبر عنه ثورة التواصل، وهي مجتمع يقوم على "توازن التقنيات الكهربائية ووسائل الإعلام البصرية الذي أفضى إلى ظهور وضع اجتماعي وثقافي جديد"^(٢) ، بعد أن كان الاعتماد الأكبر على النص (الصحافة) والصوت (الإذاعة).

(١) تيسير أبو عرجة: اللغة في الخطاب الإعلامي، مرجع سابق.

(٢) توفيق الشريف: الصورة والتواصل (المجلة التونسية للدراسات الفلسفية، عدد خاص، سبتمبر ١٩٩٠) ص ٢٥-٣٤.

إن التقدم التكنولوجي في تطوير وسائل الإعلام لا يُعد مشكلة في حد ذاته لو أنه أَسْهَم في تعزيز المحتوى التواصلي للمادة الإعلامية وأَسْهَم في إدراك المرئي والحسي^(١) بعيداً عن فكرة الاستحواذ والاجتياح والسيطرة والإثارة المبالغة والمتواصلة ؛ لأن ذلك سيعلّي من قيمة الصورة الحسية في الأذهان ويقلّص حكماً ملكات الذهن والتجريد والمهارات اللغوية الوصفية والمحازية والخيالية.

يقول عبدالله الغذامي: "لقد جاءت الصورة لتكسر ذلك الحاجز الثقافي والتمييز الطبقي بين الفئات، فوسيّع من دوائر الاستقبال وشمل ذلك كل البشر، لأن استقبال الصورة لا يحتاج إلى إجاده القراءة، وهو في الغالب لا يحتاج إلى الكلمات أصلًا"^(٢)، فهل يعني ذلك التحول من بلاغة الكلمة إلى البلاغة الإلكترونية.
الصورة واقعاً إيجابياً:

والصورة في أبسط تظاهرها تعني "إعادة إنتاج طبق الأصل لشيء ما"^(٣)، ولا تقف عند حدود ولا تحترم الخصوصيات؛ لأنها "مجموعة من الدلالات تمارس الفعل وتحث على رد الفعل"^(٤) شرط أن تتكشف الدلالات لرأيها وكانت دلالات لغوية، نفسية، بلاغية، رمزية.

والصورة في تقدمها عبر الوسائل غدت "وحدة تركيبية حيوية، مؤلفة من جملة من الأدوات المتزجدة والمتفاعلة مع بعضها البعض على المستويين السمعي والبصري"^(٥)، من أجل صنع معايير جديدة لإدراك الواقع وبعد عن كل ما هو ليس

(١) حواس محمد: ثقافة الصورة في زمن العولمة والتأثير السوسيولوجي (مجلة التربية، قطر، سنة ٣١، عدد ١٤٣، ديسمبر ٢٠٠٢) ص ص ٢٩٠-٢٩٧.

(٢) عبدالله الغذامي: الثقافة التلفزيونية، ط٢ (الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٥) ص ١٠.

(٣) عبدالله بن عتو: هيمنة الصورة: هيمنة الخطاب (مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة ابن طفيل، ع ٧، ٢٠٠٧) ص ٩١.

(٤) المعز بن مسعود: حياة الصورة وموتها - ثقافة الرئيسي في بعدها الوسائطي (مجلة العلوم الإنسانية، البحرين ع ١٦/١٧، ٢٠٠٩) ص ٢٩٦.

(٥) سامية عواج: الصورة التلفزيونية والتحليل السيميائي (مجلة الحكم، مؤسسة كنوز الحكم للنشر والتوزيع، الجزائر، ع ٢٣، ٢٠١٣) ص ٢٨٣.

بواقع. وهي كما يصفها الفرنسي ريجيبس دوبري: "شيء يقبل التعرف ولا يقبل الإنكار"^(١). والثقافة البصرية للمتلقي هي من تنظم له تجربته في التعامل معها. والصورة بوصفها خطاباً غير تلفظي تستدعي التأويل وتعدده وتحتزل الأبعاد التاريخية الواقعية^(٢)؛ لذلك فالصورة "ليست بالضرورة انعكاساً آلياً للواقع، ولا هي نقل حرفي كما يعتقد غالبية الناس"^(٣)، مما يعني صعوبة قراءتها لأنها رهن لمعطيات قد يعجز المتلقي عن تلبيتها.

وعليه لم تعد الصورة تمتلك الشفافية الالازمة لنقل ما يحدث بعيداً عن الزيف، وباختصار لا نعلم شيئاً عن ملابسات صنعتها وإعدادها وتحريرها ومنتجتها ومراميها، رغم كمالها وإنقان صنعتها وموضوعيتها الظاهرة وبعدها عن الترميز والغموض.. وهذا التقدم التقني في إعدادها كفل لها حسب - بوديارد^(٤) - أن تكون وسائلنا الأوحد لمعرفة العالم وما يعرضه من سلع، فطغى الوسيط على طرق الاتصال طغياناً يقود إلى صنمية الصورة وإكسابها بعداً مقدساً.

تسيد الصورة:

(صدقت، لقد شاهدت ذلك على شاشة التلفزيون) تشيع مثل هذه العبارة على ألسنة مستهلكي الإعلام اليوم، أكثر من أي وقت مضى، ويمكن أن نستخدمها للتاكيد على مسألة ما وذلك بالاستعانة بفعل المشاهدة مسندًا لضمير المتكلم، مستبدلين عبارة (قرأت ذلك) عبارة (شاهدت)، ولا شك أن هناك فرقاً بين المشاهدة بوصفها تمثيلاً حسيّاً، القراءة بوصفها تمثيلاً عقلياً زاده الاستيعاب والفهم.
تعيش الصورة اليوم "منعرجاً هاماً ومهماً في تاريخ حضارة التمثيلات لا سيما

(١) ريجيبس دوبري: حياة الصورة وموتها، ت: فريد الزاهي، (الدار البيضاء، إفريقيا الشرق، ١٩٩٢) ص ٣٢.

(٢) عبدالله بن عتو: هيمنة الصورة: هيمنة الخطاب، مرجع سابق، ص ٩١.

(٣) المرجع نفسه.

(٤) منصور أشرف: صنمية الصورة - نظرية بوديارد في الواقع الفائق (مجلة فصول، مصر، ع، ٦٢، ص ٢٢٦-٢٣٠) ص ٢٠٠٣ صيف/خريف ٢٠٠٣.

بعد الموجة التكنولوجية العصرية التي اكتسحت كل أساليب الاتصال البشري.. باعتبارها أداة اتصالية لها وزنها ومقدرتها على بلورة الخطاب الإعلامي وتحديد وجهته^(١)، وقد عزّز ذلك من حضورها وزاد من سيطرتها على مقاليد خارطة الثقافة الإنسانية لتدخلنا إلى ما يسمى بـ "عصر الصورة" ذات الطبيعة الرمزية، مما دفعنا إلى القول بأنّ "صورة واحدة تساوي ألف كلمة.." غير أنها لا تملك الخصائص الدلالية للغة"^(٢). إلا أنّ طغيان ثقافة الصورة في عصرنا مروّه مسألتان - كما عبر عنهما مصطفى حجازي في كتابه (حصار الثقافة)- هما: اقتصاد السوق، والمعلوماتية^(٣). وقد سعى "الخطاب الثقافي المعاصر إلى تعظيم شأن الصورة، وهناك ميل عام إلى أنّ الصورة بصفتها خطاباً واتصالاً فنياً خاصاً إذا لم تعبّر عن ثقافة ما بطريقتها الخاصة فسوف تصبح مادة جامدة"^(٤)، لذا فهي رهن للتفاعل والتأويل لصرف الجمود عنها. وللصورة الآن دور حاسم في مجالات عدّة، كالتبصّيف والتّرفيف والإخبار والتوجيه والإعلان، فهي "الأداة المثلثة لتحقيق النتائج المرجوة مهما كان مجال الاهتمام"^(٥).

وقد أثارت هذه السيطرة رد فعل أحد الباحثين^(٦) بقوله إنّ الأمر لا يتعدى حدود التحميل الزائد للمصطلح وتوسيعه أكثر مما ينبغي ليصل إلى محاولة التهام المناطق السمعية واللغوية وهضمها داخل مدارات الصورة. إنّ مظاهر تسيّد الصورة اليوم حرمت الفرد في كثير من الأحيان ممارسة مبادراته الإدراكية والمعرفية والتأملية ممارسة ذاتية، واختزلت نشاطه الفكري، ونُفِّطَت له الحلول. مع العلم أن شروط

(١) سامية عواج: الصورة التلفزيونية والتحليل السيميائي، مرجع سابق، ص ٢٨٠.

(٢) محمد العبد: دراسة في الصورة والثقافة والاتصال (مجلة فصول، مصر، ع ٦٤، صيف خريف، ٢٠٠٣) ص ص ١٣٣-١٥٤.

(٣) المرجع نفسه.

(٤) المرجع نفسه.

(٥) زهرة الهمامي: في ثقافة الصورة والنخب الدينية (أعمال ندوة الصورة والخطاب، كلية الآداب والعلوم الإنسانية سايس بفاس، المغرب، ٢٠٠٩).

(٦) عادل السيوسي: ثقافة الصورة (مجلة فصول، مصر، ع ٦٨، ندوة، شتاء ٢٠٠٦) ص ٣٧٦.

صناعة الصورة ثقافياً وإعلامياً لا تعتمد على المقاييس الفنية والجمالية بقدر اعتمادها على الجذب والإثارة لتسطيع الفكرة والحياة وخلق الوعي المشوه والمبسط^(١).

فرضت ثورة الاتصال على المتلقى المستهلك للمادة الإعلامية "سرعة بالغة وسعة المعلومات وتشابكها، وإلغاء الأبعاد وترابطها، ونقلها بسرعة فائقة، أشكالاً ونماذج متعددة من الأفكار والثقافات من مجتمع إلى آخر، كلها أدت إلى أشكال مختلفة من التغيرات في الحياة الفكرية ومظاهر العادات والقيم الاجتماعية"^(٢)، مما يعني تبدل قوى إنتاج المعرفة واحتلال موقع السلطة.

إن إعلام ما بعد الحداثة^(٣)، جعل "ثقافة الصورة لا تملأ علينا دنيانا فقط، بل هي تصنعها بشكل متزايد في يسره ونفاده وشموله"^(٤)، ضمن حالة من الطوفان الإعلامي الذي لا محالة يعود عليه بـ"الاحتمالية التكنولوجية الإعلامية"^(٥). وقد يسهم في مضاعفة النتيجة انفتاح شهية المستهلك الإعلامي للتواصل الإلكتروني، وهذا يعود لـ"نظام إ بصاري جديد"^(٦) لديه الاستعداد والكافحة لصناعة "دنيا الأجيال الجديدة"^(٧)، ولا بأس من استحضار تمييز الفيلسوف الفرنسي جيان بودريارد Jean Baudrillard عندما درس وضع الإنسان في ظل سيطرة ثقافة الصورة، فما يميز بين

(١) ياس خضرير البياتي: ثقافة الشباب العربي وسلطة الصورة، الغزو الإعلامي، والآخراف الاجتماعي (مجلة شؤون عربية، مصر، ١١٢، ع ٢٠٠٢، شتاء ٢٠٠٢) ص ص ١٠٦ - ١٢٠.

(٢) المرجع نفسه.

(٣) من الدراسات الجادة التي عزّزت فكرة الصورة في إعلام ما بعد الحداثة دراسة محمد حسام الدين إسماعيل "الصورة والجسد: دراسات نقدية في الإعلام المعاصر"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨. حيث عقد فصله الأول لإعلام ما بعد الحداثة راصداً الظروف الاقتصادية والفكرية والتقنية وراء صعود الصورة وسقوط الكلمة. يضاف إلى ذلك دراسة علي عزت بيجوفيتش: الإسلام بين الشرق والغرب، ط ٣ (القاهرة، دار الشروق، ٢٠١٣).

(٤) حواس محمد: ثقافة الصورة في زمن العولمة والتأثير السوسيولوجي، مرجع سابق.

(٥) المرجع نفسه.

(٦) توفيق الشريف: الصورة والتواصل، مرجع سابق.

(٧) حواس محمد: ثقافة الصورة في زمن العولمة والتأثير السوسيولوجي، مرجع سابق.

الإنسان المرأة والإنسان الشاشة، "والفرق بينهما أن الإنسان قبل عصر الإعلام كان مرأة لأخيه الإنسان. وكي يكون الإنسان مرأة لآخر يجب أن يكون هذا الأمر حاضراً في مواجهة الأنا في علاقة تفاعل متبدال، حيث تتعكس أفعال الأنا على الآخر والعكس. أما مع الإنسان الشاشة فالعلاقة الإنسانية تختلف تماماً، حيث يصبح الإنسان عارضاً ويصبح سلوكه كائفاً عن غط في الشخصية وفي الحياة، وحيث يصبح الجسد أداة عرض لم ospات أزياء"^(١). إن هامش حرية الفرد مهدد بالانحسار مع كل خطوة يخطوها أمام الإعلام الوسائل الشبكي.

الواقع السبلي لتحول الصورة إلى ثقافة:

إن أبرز واقع سبلي فرضته ثقافة الصورة على الخطاب الإعلامي اليوم هو طغيانها على مساحات كانت تخص الكلمة أولاً وأخيراً، فأصبح إعلاماً قائماً على الصورة داعياً إلى حرية ظاهرة في التأويل والفهم، ويمكننا أن نلخص النتائج السلبية لهذا الطغيان في النقاط التالية:

- ١ - انحسار هيمنة النخب الثقافية من مفكرين وقادة رأي وتربويين، وطغيان فكرة الإغواء المشهدي على حساب ثقافة النخبة، وما رافق ذلك من إشاعة للعامبات والتساهل في التعامل مع الأزدواج اللغوي، ومصادرة الرغبات الشخصية وفرض سلوكيات مصطنعة، وإعلاء للهامشي وتقليل للنحبوi^(٢)، وفي هذا الصدد يقول الغذامي: "لقد سقطت النخبة الثقافية التقليدية، تلك النخب التي تعودنا عليها فكريأً واجتماعياً وسياسياً، وكانت تقود الناس، وتؤثر عليهم، وتشكل رموزاً حية لهم، لقد سقطت هذه وزالت دورها وحلت محلها الصورة"^(٣).
- ٢ - الانفصال في معرض الاتصال: تقدم وسائل الإعلام اليوم غوذاً للاتصال

(١) أشرف منصور: صنمية الصورة: نظرية بوديارد في الواقع الفائق (مجلة فصول، مصر، ع٦٢، صيف/ خريف ٢٠٠٣) ص ٢٢٦-٢٣٠.

(٢) زهرة الهمامي: في ثقافة الصورة والنخب الدينية، مرجع سابق، ص ٤٧٧-٤٧٨.

(٣) الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص ٤٧.

باتجاه أحادي، مقدمة النسخة على الأصل، والتتمثل على الواقع، والمظهر على الوجود^(١).

٣- الاعتماد على الإنتاج الأجنبي^(٢): إذ يشكل نصف ما تبثه الفضائيات العربية، فالمادة الترفيهية هي الجزء الأعظم من ساعات البث اليومي، مما يحذو بالمستهلك تمثيل أنماط السلوك والقيم الوافدة إليه من الصورة، فيؤثر على تنشئته الاجتماعية، وهذا يفتح المجال أمام الاضطراب وعدم الاستقرار وتعزيز مشاعر الذاتية، والبعد عن الالتزام الاجتماعي، وتنمية روح الاستهلاك، وتجعل المثقف عرضة للتشويه والاغتراب، وتهافت الفضائيات لتلبية الرغبات مآلها الاغتراب المعلوماتي.

٤- الإيهام بالواقعية: فالصورة المصنوعة التي هي مجرد انعكاس للواقع تُتَخذ على أنها هي الواقع ذاته، وتصبح لها مصداقية تفوق مصداقية الواقع الحقيقي، ولا يدرك الناس الطابع الاصطناعي في ثقافة الصورة بديلاً عن الواقع تكون قد اتخذت بُعداً صنانياً^(٣).

٥- تحجيم الذهن والإعلاء من الحسيّة: إن هيمنة ثقافة الصورة أدت وتدّي إلى التورط في حسيّة أكبر وشّيئية من شأنها أن تفقد الفكر لياقته في التعامل مع الرسالة القائمة على الكلمة، فالصورة تحول العقل إلى مستهلك، فتتراجع قدراته الذهنية خلاف إعلام الكلمة الذي يدفع للتفكير والتأمل والتفاعل^(٤)، حتى لا نصل إلى قطيعة مع الثقافة العقلانية^(٥).

(١) شاكر عبدالحميد: عصر الصورة - السلييات والإيجابيات، ط١ (الكويت، سلسلة عالم المعرفة)، ص ١١١.

(٢) ياس خضرير البياتي: المجتمع الخليجي وإشكاليات تأثير الصورة المتلفزة (مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام جامعة بغداد، ع٨، آذار، ٢٠١٠) ص ٦٨.

(٣) أشرف منصور: صنمية الصورة - نظرية بوديارد في الواقع الفائق، مرجع سابق.

(٤) ماهر سقا أميني: ثقافة الصورة وثقافة الكلمة، (on-line):

<http://www.alkhaleej.ae/supplements/page/7de681ec-9454-485c-ba3f-4a2322fca822>

(٥) حواس محمد: ثقافة الصورة في زمن العولمة والتأثير السوسيولوجي، مرجع سابق.

٦ - ضعف الملكة اللغوية: إذ يسود إجماع لدى الباحثين المتخصصين بأن الأجيال الشابة قد فقدت الملكة اللغوية الراقية في القراءة والكتابة والتعبير وحتى التحاور الاجتماعي المباشر لطول تعاطيها مع عالم الصورة الحسي، وعزوفها عن اللغة إلا في النطاق الضيق، كون ثقافة الصورة لا تستدعي المرور بمرحلة القراءة أو الكتابة^(١).

تلقي الصورة بوصفها خطاباً:

لا بدّ أن نقرّ بأنّ ثقافة الصورة باتت مكوناً أساسياً من مكونات الثقافة اليومية لمستهلك الإعلام، فانفجار المعلومات وتعاظم المنجزات التقنية، وما تحمله من إفرازات نتائج سلبية في ميدان الحياة وتعميق الهيمنة الاتصالية على النشاط الإنساني وتكريس نماذجها، وأنمطتها وثقافتها على المجتمعات النامية، لا يلغي الحقيقة الأخرى بأنّ الثورة الحضارية ينبغي استيعابها وتقبّلها بوعي حضاري باعتبارها حقيقة عصرية لها أبعادها الثقافية، وأنّ رفضها لا يلغي تواجدها ما دامت تخترق قسراً حدودنا عبر تكنولوجيا الفضاء، مما يستدعي المزيد من العمل الإعلامي المتقدم والوعي العميق بإيجابياتها وسلبياتها، وتحقيق المزيد من التطور في وعي الإنسان العربي وتعزيز ثقافته ومارسته الديمقراطي^(٢). والأمر لا يقع وحده على كاهل المؤسسة الإعلامية، فالموضوع ذو أبعاد سياسية واجتماعية ونفسية، مما يطرح السؤال الخطير: هل المستهلك يت تلك التشكيل الذهني الذي يؤهله لمواكبة التقدم التقني الذي حققه التلقي بوصفها خطاباً؟ وهل يت تلك الأدوات التي تعينه على النفاذ إلى الجانب المعتم فيها؟

إن التعامل مع الصورة رغم أنها مادة معدة سلفاً وجاهزة للاستهلاك " لا يعني التلقي الآلي، وإنما ترتيب المجرى وتنظيم التجربة من خلال الأنماط الإنسانية والثقافية لكل مجتمع، فكل مجتمع ثقافته البصرية، وكل ثقافة بصرية ليست معزولة

(١) المرجع نفسه.

(٢) ياس خضرير البياتي: ثقافة الشباب العربي وسلطة الصورة، الغزو الإعلامي، والآخراف الاجتماعي، المرجع السابق.

عن الثورات التقنية التي تغير في كل عصر شكل ومضامين الصور التي يستحوذ عليها كل مجتمع^(١).

وعلى المؤسسات الإعلامية^(٢). أن تساعد المستهلك في ذلك بإعادة الأساس التقني للإعلام العربي بصيغة الاستيعاب، وليس النقل الآلي، وردد الاختراق بالاختراق، لتكون الوسيلة الإعلامية العربية مصدرًا مهمًا للمستهلك في بناء تصوره الثقافي إزاء مشكلات الواقع^(٣) ، مع القناعة أن مستلزمات فهم الصورة تختلف عن مستلزمات فهم اللغة، فلا يمكن للصورة "أن تكون المرجع في حد ذاتها على عكس اللغة التي تحمل مرجعها في ذاتها"^(٤) ، مما يعني أن الصورة تنتج مرتين، مرة لدى منتجها الأصلي ومرة لدى مستهلكها. يقول محمد العبد صاحب كتاب (النص والخطاب والاتصال): "للصورة سلطة في التواصل الجمالي والتواصل التداولي جميًعاً. للصورة سلطة التأثير الجمالي التبليغي مع "الصور الفنية" ذات الدلالات المتعددة. وللصورة سلطة تغيير السلوك والماوقف فيما يسمى بالصور الوظيفية ذات الطبيعة البراجماتية التي يمكن أن نراها في تسلح بعض الأنظمة السياسية باستراتيجية الصورة التي فرض هيمنتها وتأثير السياسية المضادة على صفحات الصحف اليومية"^(٥) . ويخلص محمد العبد إلى المفهوم المركزي لثقافة الصورة، وهو مفهوم "يتسع لدراسة مضمون الصورة والطريقة التي يقدم بها هذا المضمون معًا". نرى لذلك المفهوم وجهين اثنين. إذا كانت الصورة تبتًا فنياً، فإنَّ الوجه الأول لذلك التبت هو كل ألوان الثقافة التي تدخل في عملية الإنتاج ذاتها، يعني بذلك تقنيات إنتاج الصورة.

(١) ريجيس دوبري: حياة الصورة وموقعها، ص ٣٢، نقاً عن العَزِّ بن مسعود: حياة الصورة وموتها - ثقافة المُرئي في بعدها الوسائطي، مرجع سابق.

(٢) ياس خضرير البياتي: ثقافة الشباب العربي وسلطة الصورة، الغزو الإعلامي، والانحراف الاجتماعي، مرجع سابق.

(٣) توفيق الشريف: الصورة والتواصل، مرجع سابق.

(٤) المرجع نفسه.

(٥) ط١، (القاهرة، الأكاديمية الحديثة لكتاب الجامعي، ٢٠٠٥) ص ٤٣.

ويُمكن أن نطلق على ذلك الوجه اسم (نص الصورة)، لأنَّه مرتبط بالبنية أو الشكل. أما الوجه الآخر، فهو ما يُمكن أن يستنبط من منظورات إلى العالم وتوجهات القيم من مضمون الصورة. ويُمكن أن نطلق على ذلك الوجه (خطاب الصورة) لأنَّه مرتبط بالتوجه أو المضمون. والعلاقة بين (نص الصورة) و(خطاب الصورة) هي دائمًا علاقة تبادلية، علاقة تأثير وتأثير. يُبني نص الصورة بالتقنيات التي تدفع خطابها على النحو الذي تريده إلى المتلقِّي. ويعُدُّ نص الصورة بتقنية داخلية حيناً وبتقنية خارجية حيناً آخر، وقد يجمع بين النوعين حيناً ثالثاً^(١).

تعزيز العلاقة بين الصورة والكلمة:

يقول الفرنسي دوبري – صاحب كتاب حياة الصورة وموتها: "حين يغدو كل شيء مرئياً فلا شيء يغدو ذات قيمة"^(٢) ، وكلامه تحذير عام يمكن أن يسقط على الإعلام الذي لا يمكن أن يستغني عن أحد رئتيه، فالصورة كما أسلفت توغلت بدعم من اقتصاد السوق والمعلوماتية، "لقد جاء عصر العولمة بالسرعة في كل شيء، والتوكيل على ثقافة الصورة أكثر من النص، فالخبر يُصاغ بسرعة، والمقال الصحفي يكتب على درجة من العجلة، لا تعطي الكاتب مهلة للمراجعة والتدقيق، بل إنَّ الصحف التي كانت في السابق توظف مصححين لغوين ييدو أنها تخففت منهم أو قللت من تأثيرهم، فهم لا يقرؤون إلا ما يُعرض عليهم أحياناً"^(٣) ، وعليه لا بد من إعادة التوازن بين الكلمة والصورة.

لقد مرَّ على الإعلام عقود كانت الصورة تخضر في حضورها النص الإخباري متألِّفاً متفاعلاً، أما اليوم فإنَّ "حضارة الصورة تزحزح حضارة الكلمة شيئاً فشيئاً، حيث تجد أنَّ الأولى (الصورة) تجد طريقها إلى العقل بسهولة كبيرة متحطمة كل الحدود الفاصلة، بينما الثانية (الكلمة) ليست إلا أداة لا تحمل أيَّ عنصر شكلي من

(١) محمد العبد: دراسة في الصورة والثقافة والاتصال، مرجع سابق.

(٢) المعز بن مسعود: حياة الصورة وموتها - ثقافة المرئي في بعدها الوسائطي، مرجع سابق، ص ٣٠٩.

(٣) أحمد الضبيب: اللغة العربية في الإعلام المفروع (مجلة جمع اللغة العربية، القاهرة، ع ١٢٦، نوفمبر ٢٠١٣) ص ١٣٣-١٤٧.

عناصر الشيء الذي ترمز إليه في الوقت ذاته. إن فهمنا للعالم ليس فقط من خلال قراءة الكلمات، وإنما من خلال قراءة الصورة أيضاً^(١).

إن مجتمع المعرفة هو هدف الإعلام الصائب، الذي يكفل للمتلقى معرفة تعينه على إعادة تمثيلها وإنتاجها والاختلاف معها. والكلمة لها دور مهم^(٢) في تحقيق التنمية البشرية في مجال الإعلام وبناء الإنسان. إذ لا بد من أن يسهم الإعلام بأداته: الكلمة والصورة في تأصيل التزعة الإنسانية في خطابها الثقافي والتثبت بالعقلانية بوصفها "حتمية ثقافية" لا بد من استثمارها في التخفيف من غلواء "الحتمية الالكترونية"، مع ضرورة تعزيز الدراسات الموجهة للصورة نصاً وخطاباً أسوة بكثافة الدراسات التي تغطي الكلمة الإعلامية.

هل أزمة الإعلام لغوية أم ثقافية؟

كثير من الدراسات التي عقدتها لغويون متخصصون لدراسة اللغة الإعلامية تقف عند تقسيي هنات اللغة وأغلاط محرريها وهشاشة تراكيبيها، فتؤشر عليها وتسعى لتصويبها إفاده للمحررين والقائمين على الجهاز اللغوي في الوسيلة الإعلامية. وقد غالب على هذه الدراسة هجائية الإعلام والتباكي على مجد العربية الضائع وتراثها المسلوب عبر صفحات الجرائد وأثير الإذاعات وشاشات الفضائيات وصفحات التواصل الإلكتروني. ومع التقدير الكبير مثل هذه الجهدود البناء إلا أنها لا تكفي لتوصيف الأزمة التي يعني منها الإعلام العربي، بل لا جدوى منها في ظل اتساع الهوة بين اللغة والإعلام والسلوك اللغوي اللامعقول الذي تسلكه وسائل الإعلام في تقويض اللغة العربية. ويمكننا تلخيص أبعاد هذه الأزمة في أمرين:

■ الأول: براغماتية النهج: إذ إن جل وسائل الإعلام العربية تعامل مع اللغة بنفعية مطلقة من منطلق أن اللغة أداة اتصال وحسب، وأن دورها يقتصر على إيصال الرسالة حتى لو حلها وسيط فصبح حكم أو عامي متشرذم أو جاء ضمن ازدواجية لغوية في التعبير "اعتقاداً منهم أن لهم سلطة عليها، تحيز لهم أن يعاملوها كأي موجود تنتهي غايته خدمتهم، وهذا الحال كفيل بأن يربك المعنيين به في تحديد

(١) سامية عواج: الصورة التلفزيونية والتحليل السيميائي، مرجع سابق، ص ٢٨٠.

(٢) علي القاسمي: السياسة اللغوية في البلدان العربية: الإعلام نموذجاً، مرجع سابق.

هويتهم وكيل قدرهم"^(١)، وفي ذلك نتيجة طبيعية لعدم قناعتهم بمحورية اللغة التي نشأوا عليها وتعلموها وفكروا بها وخزنوها فيها أفكارهم وتجاربهم. إن العلاقة التي تجمع أي مجال يستفيد من اللغة العربية كالإعلام والتعليم لا بد أن تكون علاقة منفعة متبادلة، فالعربية تقدم زادها وقدراتها للإعلام، والإعلام يكفل حياة اللغة وانتشارها. أما أن يكون النفع بالتجاه واحد، فهذه ذرائعية تبدد الثقة بين الإعلام واللغة. ولو تمعنت اللغة عن تزويد الإعلام بأدوات التواصل ومعاجم الدلالة وقواعد النحو والصرف، فهل ستجد وسائل الإعلام أرضية صلبة كما الفصحي لتشكل لها مرجعية واثقة؟ وما القانون اللغوي الذي سيكون فيصلًا بين الإعلام وجمهوره؟.

ثانياً: العقوق: وهي أزمة أخلاقية بالجمل! فالإعلام العربي عبر قرنين من الزمان ارتقى وازدهر معتمدا على العربية وأدبائها، فنهل منها وتحلى بأديباتها وحذا حذوها رحراً من الزمان، ثم نحت من العربية لغته الخاصة القائمة على احترام الفصحي ضمن قوانين التبسيط والشيوخ واليسر تماشياً مع تكنولوجيا العصر وتسارعه، ولم تفرض العربية شروطها على اللغة الإعلامية مع أن العربية هي المول الأوحد لهذه اللغة الوليدة. لكن الإعلام هيمن على اللغة العربية، وفرض شروطه عليها، يقول عبدالعزيز التوبيجي: "فإن اللغة في الإعلام مختلف، من وجوه كثيرة، عنها في تلك الحقول من التخصصات جيغاً، فهي في موقف ضعف أمام قوة الإعلام وجبروته، فقلما تفرض اللغة نفسها على الإعلام، وإنما الإعلام هو الذي يهيمن على اللغة، ويقتسم حرمها، وينال من مكوناتها ومقوماتها، فتصبح أمام عنفوانه وطغيانه، طيعة لينة، تسير في ركباه، وت تخضع لإرادته، وتخدم أهدافه، ولا تملك إزاءه سلطة ولا نفوذاً"^(٢)، وقد يقول قائل إن للإعلام فضلاً

(١) خالد سوماني: اللغة العربية لغة حضارة ولغة إعلام (مجلة الممارسات اللغوية، جامعة مولود معمرى، تيزى ووزو، الجزائر، ٢٠١١، ٢)، ص ٢٢٣-٢٣٨.

(٢) عبدالعزيز التوبيجي: مستقبل اللغة العربية، ط١ (منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، إيسسكو، ٢٠٠٤)، ص ٧.

على العربية بأن نشرها على أوسع نطاق، ولكن ما حال العربية التي يسوقها إعلام اليوم، وإلى أي حد تمتلك هذه الصورة مقومات الصمود وملامح الهوية. يبدو أن مسألة العوّق تجلّى في أن الإعلام هو من بات يؤثّر في اللغة لا العكس.

على سبيل الحل:

إن أمل الخروج من هذا المأزق اللغوي يقتضي الاتفاق بأن المسؤولية تقع على الجميع، وأن النّظر النّمطية للمشكلة لا يمكن أن تقود إلى حلول قريبة للحد من انهيار السلطة اللغوية لصالح التكنولوجيا واقتصاد السوق والمعلوماتية، وأن الرغبة في الانتشار العالمية يجب ألا يطغى على مقومات الهوية. إذ لا بد من الانتصار للهوية أولاً وأخراً، فهي التي تحصن شبابنا من الانحراف والتطرف، وهذا يستدعي:

- ١ - الدعوة إلى التكامل في العمل بين مؤسسات المجتمع جمعاً ضمن أطر الإعلام وال التربية والتعليم والسياسة والفكر والمجتمع والدين، فهذه الأطر هي من تشكّل وجه الثقافة. وما الإعلام واللغة إلا مكونان من مكوناتها مع ضرورة الاستفادة من تجارب كثير من الأمم حتّى لغتها وحضارتها كاليابان وألمانيا.
- ٢ - تجاوز النّمطية في التعامل مع الأزمة والموازنة بين رغبة القائمين على اللغة في تسخير الإعلام منبراً لغواياً تراثيّاً النّزعة همّه إحياء التراث والمحافظة عليه، ونظرة القائمين على الإعلام الذين يريدون اللغة مستوعبة لمنطق الحضارة ومتلك المرونة التي تساعدهم على تقديم المادة الإعلامية التي ترتضيها الوسيلة. إن كل ذلك يستدعي تجاوز هذه الدعوات النّمطية إلى الحديث عن مسألة الوعي باللغة وتفعيلها في أذهان المتعلّقين، فلا توقف عند الإعلام بوصفه لغة ونّغفل عنه خطاباً، مؤمنين كل الإيمان بفكرة تعدد مستويات اللغة (الفروع) مع الإقرار بمركزيتها (الأصل)، فللقضاء لغته وللعلم لغته وللإعلام لغته... شريطة ألا يتحول التابع إلى متبع.
- ٣ - لا بدّ لوسائل الإعلام أن تراجع سياستها المهنية، فتحتّول عن التعامل مع العربية من منطلق البراغماتية إلى منطق الشراكة، وأن تتصدى لأي محاولة إضرار بأساسيات اللغة، لأنّ اللغة نظام، والعبث بها يفسد نظامها. لذا لا بد

من تطوير قدرات الإعلاميين على اختلاف مهامهم أسوة بالدورات المتقدمة التي تحرص الوسائل الإعلامية على إيفاد موظفيها لها، لتطويرهم وتمكينهم، حتى تتخلص لغتهم من الخيال اللغوي الأجنبي الذي يسكنها، ويقفوا صفاً منيعاً في مواجهة امتدادات اللهجات العامية، وإثراء نشرات الأخبار بالأساليب الأصلية والألفاظ الدالة والمعبرة فاجتمعوا حتماً يتقبلها طالما توافقت وتفكيره.

٤ - مقاومة تغول العولمة على وسائل الإعلام باستثمارها والاستفادة من سيرورتها، ولا يكون ذلك إلا من في بناء شخصية لغوية واضحة لوسائل الإعلام العربية تظهر في اسمائها وعنوانها برامجها ولغة مذيعيها، وهذا سيتمكنها من فرض منطقها اللغوي القائم على الوعي بهوية الأمة، وربما يحتاج تحقيق مثل هذا الطرح إلى مبادرة نخبوية شجاعية تطرح مشروعها اللغوي التنموي الذي يمكن أن يفرض واقعاً أصيلاً للغة في توافقها مع الإعلام التكنولوجي اليوم.

اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية

د. فلاح عامر الدهمشي

د. محمد أحمد هاشم الشريف

قسم الاتصال والإعلام بجامعة الملك فيصل

ملخص:

تعد إشكالية شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها باللغة العربية من أبرز القضايا المطروحة على المعينين والمهتمين بالشأن اللغوي والإعلامي عموماً، حيث تتضافر حولها جهود الباحثين في المجال اللغوي والإعلامي لدراستها وسبر أغوارها من زواياها وأبعادها المتعددة، وتعد هذه الدراسة حلقة من سلسلة دراسات تركزت حول هذه الظاهرة... وقد ركز الباحثان على دراسة أحد الأبعاد المهمة ذات الارتباط الوثيق بهذه الظاهرة لاسيما وأن هناك فراغاً كبيراً في الأدبيات المرتبطة بهذا الموضوع تأتي هذه الدراسة لتسهم في سده. هذا بعد هو "اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية". وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أبرزها:

- كشفت الدراسة فيما يتعلق بمدى اهتمام النخبة العربية بمراعاة قواعد اللغة العربية عند الكتابة في شبكات التواصل الاجتماعي، أن نسبة المهتمين لم تتجاوز ٢٥٪. وبالرغم من مجيء الاهتمام بمراعاة قواعد اللغة العربية في الترتيب الأول إلا أنها نسبة لا تعبّر عن الدور الذي ينبغي أن تضطلع به فئة النخبة بمسؤولية الحفاظ على اللغة العربية وحمايتها من آية تأثيرات تؤدي إلى ضعفها وتدهورها، وأن النخبة المهتمة إلى حد ما بمراعاة قواعد اللغة العربية تصل نسبتها إلى ٤٢٪، كما أنه يوجد من بين النخبة من لا يهتمون بالأساس بمراعاة قواعد اللغة العربية حيث بلغت نسبتهم ٣٪.

▪ توصلت الدراسة إلى إحدى النتائج المثيرة للجدل المتعلقة بمدى اهتمام النخبة العربية بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية حيث جاء اهتمام النخبة إلى حد ما – بمعنى أنها قد تهتم أو لا تهتم – في الترتيب الأول بنسبة ٦٥٩٪، بينما الاهتمام بشكل كبير جاء في الترتيب الثاني وبنسبة ٣٤٪ فقط، في حين أن هناك من النخبة العربية من لا يهتمون أصلاً بهذه الإشكالية، وتبلغ نسبتهم ٤٦٪. إن ما يجعل هذه النتيجة مثيرة للجدل كونها تتنافى مع أهمية النخبة، والتي بحكم عملها تُعدُّ أكثر الفئات تفاعلاً مع المتغيرات المجتمعية، والأكثر إلاماً ووعياً لكون أعضائها يتسمون بالكثير من السمات التي لا تتوافر فيمن دونهم.

مدخل عام للدراسة:

ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي كمصطلح أطلق على مجموعة المواقع الالكترونية التي ظهرت مع الجيل الثاني من وسائل الاتصال المتعدد على الويب، ولعل أشهرها:

Facebook-whatsapp-fb messenger-tumblr-instagram-twitter-skype-viber-line-snapchat-pinterest.

ويشهد العالم العربي حقبة جديدة عنوانها النمو في عدد مستخدمي شبكة الإنترنـت، والذـي يتـوقـعـ أنـ يـبـلـغـ نـحـوـ ٢٢٦ـ مـلـيـونـ مـسـتـخـدـمـ بـجـلـولـ عـامـ ٢٠١٨ـ مـ.ـ وـذـلـكـ وـفـقـاـ لـ "ـتـقـرـيرـ اـقـتصـادـ الـعـرـبـ ٢٠١٥ـ ٢٠١٦ـ"ـ،ـ والـذـيـ تـمـ إـعـدـادـهـ مـنـ قـبـلـ "ـأـورـينـتـ بـلـانـيـتـ لـلـأـبـجـاثـ"ـ (ـOrient Planet Researchـ)ـ حـيـثـ تـشـيرـ التـقـدـيرـاتـ الـوارـدةـ فـيـ التـقـرـيرـ أـنـ أـكـثـرـ مـنـ نـصـفـ الـمـسـتـخـدـمـينـ (ـ٥٥ـ %ـ تـحـديـداـ)ـ يـسـتـخـدـمـونـ شـبـكـاتـ التـوـاصـلـ الـاجـتمـاعـيـ بـشـكـلـ أـسـاسـيـ"ـ (ـ١ـ).ـ وـهـوـ مـاـ يـعـكـسـ الدـورـ المـتـعـاظـمـ لـهـذـهـ الشـبـكـاتـ وـزـيـادـةـ تـأـيـراـتـهـاـ فـيـ حـيـاةـ الـجـمـعـاتـ الـعـرـبـيـةـ يـوـمـ بـعـدـ يـوـمـ.

ووفقاً لنتائج العديد من الدراسات فإن هذه النسبة الكبيرة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يتعاظم تأثيرها في اللغة العربية على هذه المنصات تمثل أبرز مظاهره في عدم التركيز على الكتابة الصحيحة لغواياً، كما أن الكثير بات يفضل استخدام الحروف الإنجليزية مع الرموز للتعبير عن المعانى العربية فيما يُعرف بالفرانكو آراب، والعربىتين، والعربىزى أو اللغة الهجين أو الأرابيش، إلى جانب الاعتماد بشكل رئيس على الأشكال الرسمية في أداء المعانى. هذا بالإضافة إلى ظاهرة ضعف الأداء اللغوى وشيوخ الأخطاء اللغوية والنحوية والإملائية واللجموء إلى العامية وعدم سلامة النطق الأمر الذى أصبح يمثل تحدياً غير مسبوق تواجهه اللغة العربية في عصر العولمة والافتتاح الثقافى والإعلامى.

وفي مقابل النتائج السابقة تشير دراسات حديثة أيضاً إلى أن المحتوى العربي على

(1) www.knowledge4all.com/uploads/files/AKI2015/PDFAr/AKI2015_Full_Ar.pdf

الإنترنت سيشهد قفزة في السنوات القادمة. وغالباً ما يعود ذلك إلى الانتشار السريع والمتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية، حيث كشف أحدث تقرير تم إصداره من قبل كلية دبي للإدارة الحكومية "أن اللغة العربية أصبحت اليوم اللغة الأسرع نمواً عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة. كما لعبت أيضاً الهواتف الذكية والتطبيقات المتنقلة دوراً مهماً في انتشار المحتوى الرقمي العربي في الشرق الأوسط".^(١)

وتعكس النتائج السابقة أن شبكات التواصل الاجتماعي تتضمن العديد من التأثيرات الإيجابية، وفي الوقت نفسه يظهر المستخدمون عدم الثقة في هذه الشبكات اعتقاداً منهم أن لها آثاراً سلبية على كل العناصر المشكلة للهوية الوطنية للأمة الإسلامية والعربية وفي مقدمتها اللغة العربية.

والسؤال المهم الذي يطرح نفسه والذي لم تلتفت له الأديبيات المرتبطة بعلاقة اللغة العربية بشبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي، والتي صرفت جل تركيزها على اللغة السائدة في هذه الشبكات. هذا السؤال هو: كيف تنظر النخبة العربية لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية؟ وهو السؤال الأهم والرئيس الذي تمثل الإجابة عنه فحوى هذه الدراسة، لاسيما وأن فئة النخبة هي الفئة التي تضطلع بقيادة المجتمع وتسهم، عبر قيامها بمتطلبات مسؤولياتها المهنية، في توجيه أفراده، عبر مختلف القنوات والوسائل الرسمية والخاصة، وتتسم النخبة المجتمعية بقدر عالٍ من التأهيل العلمي والثراء الفكري، والخبرات المهنية التراكمية في مجال عملها، كما أنها تُعد أكثر الفئات تفاعلاً مع المتغيرات الحاصلة في المجتمع، والأكثر إماماً ووعياً بهذه المتغيرات.

الدراسات السابقة:

- دراسة: اشكاليات اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي^(٢): وقد توصلت

(١) http://ar.extradigital.co.uk/articles/social-networks-arabic.htm

(٢) فطيمة بو هاني : شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، ٣٠-٢٧ جمادي الآخر ١٤٣٤ / ١٠-٧.٢٠١٣.

إلى أن الذين يرون حتمية تأثير موقع التواصل الاجتماعي هم النسبة الأكبر إذ وصلت إلى ٧٠٪ من جملة المبحوثين مما يدل على أن هذه المواقع تلعب دوراً وتسهم في نشر لغات المجتمعات الأخرى بغض النظر عن نوعية التأثير سالباً أو إيجابياً.

دراسة: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري^(١): فقد خلصت الدراسة في هذا الإطار إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) جزء أساسي في صناعة اللغة الشبابية الجديدة إذ لم تقتصر على أحرف لاتينية أو عربية ولكن برزت تنوعات في أسلوب عرض الحوار وعدد الكلمات وحرية التناول والبعد النفسي والاجتماعي، الأمر الذي جعل من هذه اللغة تعرف بين مستخدميها بعدة مصطلحات: العريبيزة والشبابية والفيسبوكية والفرانكوارب والشغابيا وغيرها...

دراسة: اللغة العربية ووسائل الإعلام المتعددة: قراءة في لغة التآنس (الدردشة)^(٢) عبر موقع التواصل والهواتف النقالة . وقد توصلت الدراسة إلى أن المتفحص في الخطاب اللغوي عبر الواقع الإلكتروني وشبكات التواصل والهواتف النقالة يحس بالفعل مدى الخطورة التي تتعرض لها مسيرة اللغة العربية عبر الأجيال.

دراسة: اللغة العربنجليزية في وسائل الإعلام الجديد أو تهجين اللغة العربية في وسائل الإعلام الجديد: الانترنت وتطبيقاتها أنموذجاً^(٣) . وقد أكدت الدراسة على أن لغة وسائل الإعلام الجديد والانترنت يمكن أن تثرى اللغة وتنحها المزيد من الأبعاد والأفاق، لكن الأكيد (في المرحلة الراهنة على الأقل) أن هذا الفضاء

(١) نصر الدين عبد القادر عثمان: إشكاليات اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي، المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، ٣٠-٢٧ جمادي الآخر ١٤٣٤هـ / ٢٠١٣-١٠-٧م.

(٢) مريم محمد محمد صالح: اشكاليات اللغة العربية في موقع التواصل الاجتماعي، المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، ٣٠-٢٧ جمادي الآخر ١٤٣٤هـ / ٢٠١٣-١٠-٧م.

(٣) عماد الدين تاج الدين عمر: اللغة العربية ووسائل الإعلام المتعددة: قراءة في لغة التآنس (الدردشة) عبر موقع التواصل والهواتف النقالة، المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، ٣٠-٢٧ جمادي الآخر ١٤٣٤هـ / ٢٠١٣-١٠-٧م.

الجديد قد بدأت معه بوادر هدم واضح للغة العربية من طرف شبابنا؛ تسرعاً أو مسيرة أو ترداً. وأيا كان السبب فالظاهرة خطيرة وتحتاج منا إلى وقفة جادة للحيلولة دون انتشارها البعيد واستفحالها بالشكل الذي لا نستطيع معه الحفاظ عليها ومن ثم الحفاظ على ثقافتنا وحياتنا وجودنا وتفاعلنا مع المجتمع العالمي.

دراسة: استخدام طلبة الجامعة اللغة العربية بمحروم لاتينية (الإنجليزية وغيرها) في أساليب التواصل الحديثة.^(١) وقد بيّنت نتائج الدراسة أن هناك شبه إجماع بين طلاب الجامعة على استخدام الأجهزة الحديثة، كما أوضحت الدراسة أن أسباب استخدام أفراد العينة للأحرف اللاتينية في التواصل بالأجهزة الحديثة يرجع إلى: سهولة الاستخدام، أو بسبب العادة أو التعود، أو التقليد، أو كثرة الاستخدام أو القناعة بهذا الاستخدام، أو من أجل المتنبي الذي لا يستطيع الفهم إلا باستخدام الحروف اللاتينية، أو لأن أفراد العينة يحفظون الأحرف اللاتينية أكثر من حفظهم لأحرف اللغة العربية.

دراسة: مزج اللغات في تطبيق WhatsApp لدى السعوديين: أشكاله وأسبابه من منظور لغوي اجتماعي . وقد انتهت الدراسة إلى وجود قابلية لغوية واجتماعية

(٢) هاشم صالح مناع: استخدام طلبة الجامعة اللغة العربية بحروف لاتينية (الإنجليزية وغيرها) في أساليب التواصل الحديثة، المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، ٣٠-٢٧ جمادي الآخر ١٤٣٤هـ / ١٠-٧ م. ٢٠١٣.

(٣) أشرف سعيد شاولي: مزج اللغات في تطبيق WhatsApp لدى السعوديين: أشكاله وأسبابه من منظور

متعددة الأسباب، تتيح إدراج أشكال متنوعة من (مزج اللغات) في المحادثات الكتابية لدى السعوديين مستخدماً تطبيق WhatsApp

- دراسة: مستوى استخدام العربيزي لدى الشباب العماني في موقع التواصل الاجتماعي^(١). وقد أظهرت الدراسة أن الشباب العماني يستخدم العربيزي بحسب متفاوتة تؤكد أن المشكلة ليست متفاقمة كثيراً، بل ما تزال ظاهرة بسيطة يمكن السيطرة عليها.
- دراسة: أثر تويتر على عربية المستخدمين السعوديين: المشكلة، والحل^(٢). ومن أهم نتائجها ذات الصلة بالدراسة التي نحن بصددها: أن السرّ في تحول تقاليد إنتاج اللغة على تويتر هو أن أدوات التواصل الاجتماعي لم تعد مملوكة للنخب، كما كان الحال عليه في زمن الصحافة الرسمية، ومادام المستخدم قد تحول إلى منتج لمعنى عبر امتلاك الوسيط، فمن المتظر أن يتمدد على اللغة النخبة المستوفية شروط الفصاحة والجازة.
- دراسة: الشباب السعودي يغرس بالعربيزي! ما الدوافع؟^(٣). وقد أشارت الدراسة إلى أن ٧٠٪ من المبحوثين قد تنصلوا من مسؤولية اختيارهم التغريد بالعربيزي لأسباب تقنية وانعدام دعم تويتر للغة العربية، كما يرى ٤٠٪ من المشاركون أن استخدام العربيزي لا يؤثر في اللغة العربية والهوية الإسلامية. كما اعتبر ٦٠٪ من

لغوي اجتماعي، في: لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة، مباحث لغوية(١)، مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية، ط١، الرياض، ٢٠١٤/١٤٣٦، ص ص ١٨٧-٢٠٤.

(١) ريا سالم المنذري: مستوى استخدام العربيزي لدى الشباب العماني في موقع التواصل الاجتماعي، في: لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة، مباحث لغوية(١)، مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية، ط١، الرياض، ٢٠١٤/١٤٣٦، ص ص ٢٠٥-٢٣٣.

(٢) بدرية بنت عبد العزيز العبيد: أثر تويتر على عربية المستخدمين السعوديين: المشكلة، والحل، في: لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة، مباحث لغوية(١)، مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية، ط١، الرياض، ٢٠١٤/١٤٣٦، ص ص ٢٨٥-٢٢٧.

(٣) حمدة بنت عبد الله العامدي: الشباب السعودي يغرس بالعربيزي! ما الدوافع؟، في: لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة، مباحث لغوية(١)، مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية، ط١، الرياض، ٢٠١٤/١٤٣٦، ص ص ٣٢٩-٣٥٧.

المشاركين أن (العربيزي) موضة نشأت في عصر التواصل الشبكي وسوف تندثر مع الوقت، بينما ذهب ٤٠٪ إلى أنها تشكل منحنى خطيراً في المجتمع السعودي.

- دراسة: الممارسات اللغوية في وسائل الاتصال الحديثة لدى الشباب الجزائري: التداخلات اللغوية نموذج للازدواجية^(١). وقد أوضحت الدراسة أن ٩٠٪ من الشباب الجزائري يفضل استعمال الكتابة بالفرنسية في وسائل الاتصال الحديثة للتعبير عن مضامين عربية عامية أو فصيحة، وأن ٢٠٪ يرجعون سبب إدراجهم للغة الأجنبية في رسائلهم المكتوبة بالعربية إلى العادة والتعود.
- دراسة: وارشاور Warschauer (٢٠٠٢م)^(٢). وتستهدف التعرف على نوع اللغة التي يستخدمها الشباب على الإنترن特 في مجال العمل في مصر، وقد كشفت عن أن استخدام اللغة العربية الفصحى كان نادراً جداً بين المشاركين في الدراسة، حيث استخدمو الكثير من العربيزي في المراسلات والمحادثات غير الرسمية، وقد أطلق شاور تسمية (العربي الروماني) على العربيزي في دراسته.
- دراسة: ريسشايدل Rieschild (٢٠٠٧م)^(٣). والتي استهدفت التعرف على أسباب استخدام الشباب العربي المقيم باستراليا للعربيزي، حيث أوضحت الدراسة أن العربيزي تستخدم لإظهار الهوية العربية في مجتمع ناطق باللغة الإنجليزية، وأنها تستخدم من الطبقة المرفهة في المجتمع.

(١) فاطمة الزهراء عمر الناصر: الممارسات اللغوية في وسائل الاتصال الحديثة لدى الشباب الجزائري: التداخلات اللغوية نموذج للازدواجية، في: لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة، مباحث لغوية(١)، مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية، ط١، الرياض، ٢٠١٤/١٤٣٦، ص ص ٣٥٩ - ٣٩٨.

(2) Warschauer, M., Elsaied, G., Zohry, A. (2002). Language Choice Online: Globalization and Identity in Egypt. Journal of Computer-Mediated Communication

(3) Bjornsson, J. (2010). Egyptian Romanized Arabic: A Study of Selected Features from Communication among Egyptian Youth on Facebook. MA Thesis, Univeristy of Oslo

- دراسة: بيورنسون Bjornsson (٢٠١٠)^(١) وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير اللهجة المحلية على الكتابة بالعربيزي بين مستخدمي العربيزي من الشباب المصري على موقع التواصل (Facebook). وقد أثبتت نتائج الدراسة أنه لا توجد قاعدة موحدة لتمثيل حروف العلة عند الكتابة بالعربيزي، في المقابل كان هناك ثبات نسبي في تمثيل الحروف الساكنة عند استخدام العربيزي.
- دراسة: عبد الغفار وآخرون.. Abdel-Ghaffar, N., et al. (٢٠١١)^(٢) والتي استهدفت التعرف على السياق الذي يستخدم فيه العربيزي وما إذا كان مرتبطةً بإحساس المستخدمين بهويتهم الوطنية، وذلك بالتطبيق على المستخدمين المصريين للـ (Facebook). وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن (٨٢٪) من المشاركين استخدمو العربيزي وأن العربيزي قد استخدمت بشكل رئيس في السياقات غير الرسمية وبين المستخدمين ثنائي اللغة.
- دراسة: نزال Nazzal (٢٠١٣)^(٣) وقد أشارت إلى أن مستخدمي العربيزي يعتقدون بأنها أسهل من العربية، ويسهل فهمها من الجميع ماعدا كبار السن، كما يؤكدون أنها لا تؤثر على هويتهم العربية لأنهم أساساً يخلطون بين اللغتين العربية والإنجليزية في حياته اليومية، كما يعتقدون أنها ليست لغة جديدة بل طريقة جديدة للتعبير عن الجيل الشاب ولن تؤثر على الهوية والثقافة.

-
- (1) Abdel-Ghaffar, N., et al. (2011). Arabizi or Romanization: the Dilemma of writing Arabic texts. JilJadid Conference. University of Texas, Austen
 - (2) Rieschild, V. (2007). Influences of Language Proficiency, Bilingual Socialization and urban Youth Identities on Producing Different Arabic-English Voices in Australia. Novitas Royal, Research on Youth and Language, 1(1), 3452
 - (3) Nazzal, N. (2013, May 9). Arabizi sparks concern among educators: Writing Arabic using English numbers and letters raises eyebrows among Arab elders. Gulf News. Retrieved from <http://gulfnews.com/News/gulf/uae/education>

التعليق على الدراسات السابقة:

- توجد دراسات علمية عديدة (منشورة باللغة العربية وباللغة الإنجليزية) تناولت الظواهر اللغوية المتمثلة في "اللغات المجينية" الناتجة عن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي.
- استفاد الباحثان من خلال اطلاعهما واستعراضهما للدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وصياغة تساوؤلاتها وفرضها، وتأكداً بعد اطلاعهما على الدراسات السابقة من عدم وجود دراسة تعرضت لدراسة اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية وهو ما تحاول هذه الدراسة تسلیط الضوء عليه، ويجعلها محاولة للإضافة في هذا المجال.

مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة هذه الدراسة في التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية، والكشف عن إشكاليات ومظاهر هذا التأثير، وذلك من خلال رصد وتحليل اتجاهات النخبة العربية نحو هذا التأثير.

أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية تمثل في:
- التعرف على مدى اهتمام النخبة العربية بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية.
- رصد وتحليل اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية.
- الوقوف على واقع اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي.
- دراسة الظاهر اللغوية السائدة في شبكات التواصل الاجتماعي، ومدى تأثيرها في اللغة العربية.
- رصد مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر/ تدهور اللغة العربية.
- تقديم مقتراحات لتطوير استخدامات اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي.

- والتعرف على أهم العقبات التي تحول دون الانتشار السليم للغة العربية على شبكات التواصل الاجتماعي.
- تحديد الأسباب التي تدعو مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي إلى اللجوء إلى الكتابة بلغة غير اللغة العربية.

أهمية الدراسة:

إن لكل دراسة علمية أهميتها التي تحدث الباحث على إجرائها، وتبعد أهمية هذه الدراسة من طبيعة الموضوع الذي تناقشه فضلاً عن مجموعة من الاعتبارات الرئيسية منها:

- تبثق أهمية الدراسة من أهمية اللغة العربية التي تعد مع الدين المقوم الرئيسي للهوية الوطنية للأمة الإسلامية والعربية، الأمر الذي يجعل أي تطور يتعلّق بها ظاهرة تستحق الدراسة.
- الاستخدام منقطع النظير -وفقاً لأحدث الإحصائيات والأرقام- لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور في المنطقة العربية.
- كما تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية النخبة، والتي بحكم عملها تُعدُّ أكثر الفئات تفاعلاً مع المتغيرات الحاصلة في المجتمعات، والأكثر إلاماً ووعياً لكنون أعضائها يحملون أعلى الشهادات العلمية.
- تعد الدراسة محاولة للإسهام في الجهود العلمية وكذلك في إثراء التراث البحثي فيما يتعلق بموضوع الدراسة.
- تعد الدراسة انطلاقة أمام المعينين باللغة العربية للتعرف على المشكلات التي تواجهها تمهيداً لوضع المقترنات والحلول والمعالجات من خلال دراسة علمية منهجية.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن مجموعة من التساؤلات أهمها:

- ١ - ما عادات استخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ٢ - إلى أي مدى تهتم النخبة العربية بمتتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في

استخدامات اللغة العربية؟

٣ - ما مصادر النخبة العربية في متابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية؟

٤ - ما اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية؟

٥ - ما مقتراحات النخبة العربية لتطوير استخدامات اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

١ - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عادات استخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية.

٢ - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية تبعاً لخصائصهم الديموغرافية (التخصص العلمي، النوع، العمر).

نوع الدراسة ومنهجها:

وفقاً لطبيعة المشكلة البحثية تتنمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية Descriptive Studies التي تسعى لرصد وتوصيف طبيعة اتجاه النخبة العربية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية، ولم تكتف الدراسة بالوصف ولكنها سعت لتفسير أهم ما توصلت إليه من نتائج. وفي إطار المشكلة البحثية التي تعالجها الدراسة وأهدافها، فإنها اعتمدت على منهج المسح الإعلامي الذي يعد أكثر المنهاج ملاءمة لأغراض الدراسة، وتم تطبيقه بشقه الميداني أي في مستوى المتعلق بالجمهور، كمنهج أساسي في جمع وتحليل كافة البيانات والمعلومات بغية الوصول إلى تعميمات مبنية على أساس علمية.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الأكاديميين العرب العاملين في الجامعات السعودية

الموافق ١٤٣٨/٢٠١٦هـ، يختلف درجاتهم العلمية (أستاذ مساعد، وأستاذ مشارك، وأستاذ) حيث تمثل الجامعات السعودية إطاراً نوذجياً لمجتمع النخبة الأكاديمية في العالم العربي، فمنسوبيها ينتمون إلى جنسيات عربية مختلفة، ويتمثلون مختلف الجامعات العربية ويتفاوتون في المستويات العمرية والتخصص العلمي، وهو ما يسمح بدوره بتمثيل النخبة الأكاديمية العربية. ونظراً لضيق الفترة الزمنية المخصصة لإجراء هذه الدراسة فقد اقتصر الباحثان على النخبة الأكاديمية كمجتمع للدراسة.

عينة الدراسة:

استخدم الباحثان عينة كرة الثلج "الشبكة" والتي تستخدم حين يصعب الوصول لكل المبحوثين لاتساع مساحة المملكة، حيث أرسل الباحث رابط الاستبيان إلى مجموعات المبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً التي تعتمد على الهاتف المحمول مثل الواتس آب، وطلباً من الشخص الذي يستقبل الرسالة أن ينشرها على الآخرين ويحثهم على التعاون معهما وهو جوهر عينة كرة الثلج "الطريقة التي يتم اختيار المشاركين فيها بواسطة الترشيحات أو الإحالات" واستخدامها في دراستنا هدفه ضمان الوصول إلى نسبة كبيرة من المبحوثين، خاصة مع تشتيت مجتمع البحث، وبالرغم من ذلك فقد بلغ عدد مفردات العينة التي استجابت للباحثين ٤٧ مفردة تلقياً ردها عبر البريد الإلكتروني.

جدول رقم (١)

يوضح توزيع المشاركين وفقاً لسماتهم الديموغرافية

%	التكرار	السمات الديموغرافية	النوع	
٦٨,١	٣٢	ذكر		
٣١,٩	١٥	أنثى	المجموع	
٦,٤	٣	٥٥ سنة فأكثر	السن	
١٩,١	٩	٣٥ أقل من		
٢٩,٨	١٤	٥٥ من ٤٥ إلى أقل من		
٤٤,٧	٢١	٤٥ من ٣٥ إلى أقل من		
١٠٠,٠٠	٤٧	المجموع		

		السمات الديموغرافية	
%	النكرار	أستاذ	الدرجة العلمية
٢١,٣	١٠	أستاذ	أستاذ مشارك
٢٥,٥	١٢	أستاذ مشارك	
٥٣,٢	٢٥	أستاذ مساعد	
١٠٠,٠٠	٤٧	المجموع	
٢١,٣	١٠	علمى	التخصص العلمى
٧٨,٧	٣٧	نظري	
١٠٠,٠٠	٤٧	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن السمات الديموغرافية للمشاركين في

هذه الدراسة جاءت على النحو التالي:

- متغير النوع: جاءت نسبة الذكور ٦٨,١٪ والإإناث ٣١,٩٪ وهي نسبة تعكس واقعية التركيبة الأكاديمية في الجامعات العربية عموماً والسعودية خصوصاً، بزيادة عدد الذكور الأكاديميين على عدد الإناث.
- متغير السن: جاءت الشريحة العمرية ٣٥ إلى أقل من ٤٥ عاماً كأكبر شريحة بنسبة ٤٤,٧٪، ثم شريحة ٤٥ إلى أقل من ٥٥ عاماً بنسبة ٢٩,٨٪ ثم شريحة أقل من ٣٥ عاماً بنسبة ١٩,١٪، ثم شريحة ٥٥ عاماً فأكثر بنسبة ٦,٤٪ بما يشير إلى ارتفاع نسبة الشباب في العينة، ويؤكد أن هذه الشريحة العمرية من النخبة هي الأكثر حرصاً على التعاون مع الباحثين. والأكثر تعايشاً وتفاعلًا مع ظاهرة الدراسة.
- متغير التخصص العلمي: جاء المشاركون من التخصصات العلمية النظرية في المرتبة الأولى بنسبة ٧٨,٧٪، بينما كانت نسبة المشاركين من التخصصات العلمية ٢١,٣٪ وهو ما يتوافق مع الإحصاءات التي تشير إلى زيادة عدد الأكاديميين في التخصصات النظرية في العالم العربي مقارنة بالمتخصصين في المجالات العلمية من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن قضية اللغة العربية أكثر قرباً وتماساً بالتخصصات النظرية.
- متغير الدرجة العلمية: تتوافق البيانات الخاصة بسمات المشاركين وفقاً لهذا المتغير مع البيانات في متغير السن، حيث جاء المشاركون من يحملون الدرجة العلمية

(أستاذ مساعد) في الترتيب الأول بنسبة ٥٣٪، ثم درجة أستاذ مشارك بنسبة ٢٥٪، وفي المرتبة الثالثة جاءت الدرجة العلمية (أستاذ) بنسبة ٣٪. وبشكل عام هناك تنوع في الدرجات العلمية للمشاركين في الدراسة بما يشير إلى أن نتائج هذه الدراسة قد بنيت على آراء مجتمع من النخبة يتسم بالنضج والوعي.

أداة جمع بيانات الدراسة:

قام الباحثان بتصميم استبيان كأداة لجمع المعلومات والبيانات من عينة الدراسة، حيث احتوت على ثلاثة حماور رئيسة: الأول خاص بعادات استخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي، وينتقص الثاني بعلاقة النخبة باللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي، وينتقص المhor الثالث بقياس اتجاهات النخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية.

صدق الأداة وثباتها:

وللتتأكد من صدق الأداة وصلاحيتها لجمع بيانات الدراسة وتحقيق أهدافها، فقد قام الباحثان بعرض الاستبيان على مجموعة من الحكمين (١٦)، حيث أبدوا ملاحظات مهمة عن العديد من المسائل المتعلقة بالشكل والمضمون، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة الأسئلة وإضافة وحذف البعض الآخر، وبالتالي تحقق الصدق الظاهري لأداة جمع البيانات.

أما ثبات الاستبيان فقد تم عن طريق معامل كرونباخ ألفا لفقراته جميعاً ولكل مجال على حدة.

وقد بلغت قيمة الثبات لجميع الفقرات ٨٤٪. وهي نسبة ثبات جيدة.

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة:

قام الباحثان بإدخال البيانات وتحليلها باستخدام برنامج spss 21 لإجراء المعاملات الإحصائية وقد استخدام معامل كروسكال وليس لقياس الفروق بين أكثر من متغيرين.

مفاهيم الدراسة:

- الاتجاهات: يقصد بالاتجاه إجرائياً في هذه الدراسة وجهة النظر أو الموقف الذي تتبناه النخبة الأكاديمية نحو تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية.
 - النخبة: هي الفئة التي تحمل أعلى المؤهلات العلمية، والمكانة المتميزة ذاتها في المجتمع، بوعيها وثقافتها وقدرتها على التأثير في الرأي العام، وتشكيل قيم وثقافة مجموعة كبيرة من المجتمع ومن خلال إصداراتها العلمية ومشاركتها الثقافية.
- نتائج الدراسة الميدانية:**

أولاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة:

١- عادات استخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٢)

يوضح المدة الزمنية لاستخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي

المدة الزمنية	التكرار	%
من عام إلى أقل من عامين	١	٢,١
من عامين إلى أقل من ثلاثة	٤	٨,٥
ثلاثة أعوام فأكثر	٤٢	٨٩,٤
المجموع	٤٧	١٠٠,٠٠

تبين النتائج في الجدول السابق أن استخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي يتواكب مع ظهور هذه الشبكات وانتشارها بما يعكس تفاعل النخبة العربية معها وإحاطتها بالإشکاليات التي تشيرها وأبرزها تأثيرها في استخدامات اللغة العربية، حيث جاء استخدام النخبة لهذه الشبكات منذ ثلاثة أعوام فأكثر في المرتبة الأولى وبفارق كبير عما يليها وذلك بنسبة ٤٢٪، بينما النخب التي تستخدمنا منذ عامين إلى أقل من ثلاثة لم تتجاوز نسبتها ٨,٥٪، في حين أن هناك نسبة ضئيلة لا تتعدى ٢٪ من النخبة حديثة عهد باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٣)
يوضح الوسائل التي تستخدمها النخبة العربية
في الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي

الوسائل	التكرار	%
الحاسوب اللوحي I bad	٧	١٤,٩
Desktop الحاسوب المكتبي	١٤	٢٩,٨
Laptop الحاسوب المحمول	٢١	٤٤,٧
Mobile الهاتف المحمول	٤٥	٩٥,٧

تكشف البيانات في الجدول السابق عن تعدد الوسائل التي تعتمد عليها النخبة العربية في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي، وأنها لا تعتمد على وسيلة واحدة بل أكثر من وسيلة، وهو ما يعكس تعavisن النخبة مع هذه الوسائل الإعلامية الجديدة، وللولوج لها في أي مكان أو زمان وتحت أي ظرف من الظروف. كما يعكس ذلك أيضاً تغلغل تقنيات الاتصال والإعلام وسيطرتها على جميع الفئات في مجتمع المعلومات.

كما تشير النتائج إلى أن أجهزة الهاتف المحمول أصبحت هي الوسيلة الأولى للولوج لهذه الشبكات لاسيما وأنها تتيح عملية التصفح بكل سهولة ويسر وبتكلفة أقل إلى حد ما مقارنة بالوسائل الأخرى... فقد جاءت في الترتيب الأول وبنسبة كبيرة جداً ٩٥,٧٪، يليها الحاسوب المحمول بنسبة ٤٤,٧٪، ثم الحاسوب المكتبي بنسبة ٢٩,٨٪، فالحاسوب اللوحي في الترتيب الأخير بنسبة ١٤,٩٪.

جدول رقم(٤)

يوضح المدة الزمنية التي تقضيها النخبة العربية في كل مرة تدخل فيها لشبكات التواصل الاجتماعي

٪	النكرار	المدة الزمنية
٨,٥	٤	أقل من ١٠ دقائق
١٤,٩	٧	من ١٠ دقائق إلى أقل من ٢٠ دقيقة
٢٧,٧	١٣	من ٢٠ دقيقة إلى أقل من ٣٠ دقيقة
٤٨,٩	٢٣	٣٠ دقيقة فأكثر
١٠٠,٠٠	٤٧	المجموع

تظهر الدراسة في الجدول السابق المدة الزمنية الكبيرة التي تقضيها النخبة العربية في كل مرة تدخل فيها إلى شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يشير إلى الاعتماد الكبير للنخب على هذه الشبكات وأنها قد أصبحت من المصادر المهمة للمعلومات بالنسبة لهم - وهو ما تؤكده نتائج هذه الدراسة في المحور الخاص بمصادر متابعة النخبة لظاهرة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية (جدول رقم ١١) - وكما توضح البيانات في الجدول السابق فإن ٤٨,٩٪ من النخبة العربية تقضي أكثر من ٣٠ دقيقة في كل مرة تدخل فيها لشبكات التواصل الاجتماعي، بينما ٢٧,٧٪ من النخبة تقضي من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ دقيقة، و ١٤,٩٪ يقضون من ١٠ إلى أقل من ٢٠ دقيقة، في حين أن ٨,٥٪ فقط من النخبة هم الذين يقضون أقل من ١٠ دقائق.

جدول رقم(٥)

يوضح استخدام النخبة اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي

٪	كـ	عدد المرات يومياً
٢,١	١	مرة
٦,٤	٣	مرتان
١٤,٩	٧	ثلاث مرات
٧٦,٦	٣٦	أربع مرات فأكثر
١٠٠,٠٠	٤٧	المجموع

تبرز البيانات في الجدول عادات الاستخدام اليومي للنخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى ارتباط النخبة العربية بهذه المنصات الإعلامية على مدار اليوم، ووفقاً لبيانات الجدول يستخدم نحو ٦٧٦٪ من النخبة هذه المنصات أكثر من أربع مرات يومياً، بينما ٩١٤٪ يستخدمونها ثلاث مرات يومياً، و٤٦٪ يستخدمونها مرتين، و١٢٪ يستخدمونها مرة واحدة فقط يومياً ويمكن أن تكون هذه النسبة هي التي لا تحوز الوسائل التي تمكنها من الدخول لهذه المنصات، أو لا يتوافر لها الاتصال بشبكة الإنترن特 بشكل مستمر.

جدول رقم (٦)

يوضح شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها النخبة العربية

شبكات التواصل الاجتماعي	النكرار	%
ماي سبيس	٢	٤,٣
لينكد إن	٧	١٤,٩
سناب شات	٨	١٧,٠٠
انستجرام	١٣	٢٧,٧
تويتر	٢١	٤٤,٧
يوتيوب	٢٤	٥١,١
فيسبوك	٣٥	٧٤,٥
واتس آب	٤١	٨٧,٢
شبكات وتطبيقات أخرى	٤	٨,٥

كما تشير البيانات في الجدول السابق فإن النخبة العربية تستخدم العديد من شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي، وأن هذا الاستخدام لا يقتصر على منصة واحدة، وهو ما يتوافق مع تنوع وتعدد اهتمامات النخبة كفئة تقود الفئات الأخرى في المجتمع، ويلاحظ أن ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها النخبة العربية يتوافق إلى حد كبير مع نتائج أحدث الدراسات، والإحصاءات الخاصة باستخدام شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية، حيث جاء

استخدام النخبة لتطبيق واتس آب في الترتيب الأول بنسبة ٢٨٪، فالفيسبوك بنسبة ٥٧٪، ثم اليوتيوب بنسبة ١٥٪، بينما جاء تويتر في المرتبة الرابعة في استخدامات النخبة بنسبة ٤٤٪، ثم تطبيق انستجرام بنسبة ٢٧٪ ثم سناب شات بنسبة ١٧٪، وفي الترتيب السابع جاء لينكيد إن بنسبة ٩٪، وأخيراً جاء ماي سبيس بنسبة ٣٪.

٢- علاقة النخبة باللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٢)

يوضح مدى اهتمام النخبة العربية بمراعاة قواعد اللغة العربية عندما يكتبون في شبكات التواصل الاجتماعي

مدى الاهتمام بمراعاة قواعد اللغة العربية	النكرار	%
لا أهتم	٢	٤,٣
أهتم إلى حد ما	٢٠	٤٢,٣
أهتم بمراعاة قواعد اللغة تماماً	٢٥	٥٣,٢
المجموع	٤٧	١٠٠

من النتائج الجديرة بالاهتمام في هذه الدراسة ما تكشف عنه البيانات في الجدول السابق فيما يتعلق بمدى اهتمام النخبة العربية بمراعاة قواعد اللغة العربية عند الكتابة في شبكات التواصل الاجتماعي، وبالرغم من مجيء الاهتمام بمراعاة قواعد اللغة العربية في الترتيب الأول إلا أن نسبة المهتمين لم تتجاوز ٥٣٪. وهي نسبة لا تعبر عن الدور الذي ينبغي أن تضطلع به فئة النخبة بمسؤولية الحفاظ على اللغة العربية وحمايتها من آية تأثيرات تؤدي إلى ضعفها وتدهورها، وأن النخبة المهتمة إلى حد ما بمراعاة قواعد اللغة العربية تصل نسبتها إلى ٤٢٪، كما أنه يوجد من بين النخبة من لا يهتمون بالأساس بمراعاة قواعد اللغة العربية حيث بلغت نسبتهم ٣٪. وهذه النتائج تطرح سؤالاً مهماً: هل النخبة العربية في العصر الراهن تمتلك من الاستعدادات ما يمكنها من الحفاظ على اللغة العربية وحمايتها من التأثيرات السلبية التي ظهرت مع اللغات السائدة في شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم(٨)

يوضح اللغة التي تستخدمها النخبة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي

٪	النكرار	اللغة التي تستخدمها النخبة في شبكات التواصل الاجتماعي
٣٠,٩	٢١	اللغة الإنجليزية
٦٩,١	٤٧	اللغة العربية

تكشف بيانات الجدول السابق عن أن النخبة العربية لا تستخدم اللغة العربية فقط في التواصل عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، وتستخدم بجانبها اللغة الإنجليزية وهي نتيجة منطقية حيث أنها تعد اللغة الثانية في الكثير من الدول العربية. فقد جاء استخدام اللغة العربية في الترتيب الأول بنسبة ٦٩,١٪، ثم اللغة الإنجليزية بنسبة ٣٠,٩٪.

وتبرز هذه النتيجة جوانب من السمات الخاصة بالنخبة المتمثلة في القدر العالي من التأهيل العلمي والشراء الفكري، والخبرات المهنية التراكمية في مجال عملها والتواصل مع نظرائها في الدول الناطقة بغير العربية. كما تعكس هذه النتيجة دلالة خطيرة في حالة إذا ما كان هذا التواصل بين النخب العربية. بما قد يجعل النخبة شريكاً في إضعاف اللغة العربية.

جدول رقم(٩)

يوضح المستويات اللغوية التي تكتب بها النخبة العربية

في شبكات التواصل الاجتماعي

٪	النكرار	المستويات اللغوية
١٢,٨	٦	الفصحي التراثية
١٧,٠٠	٨	لا يوجد مستوى محدد
٣١,٩	١٥	عامية المثقفين
٣٨,٣	١٨	الفصحي العصرية
١٠٠,٠٠	٤٧	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق أن النخبة العربية لا تقتيد بمستوى لغوي محدد في الكتابة في وسائل التواصل الاجتماعي. فقد جاء مستوى الفصحي العصرية في

الترتيب الأول بنسبة ٣٨٪، فمستوى عامة المثقفين بنسبة ٣١٪، ثم عدم وجود مستوى محدد في الترتيب الثالث بنسبة ١٧٪، وأخيراً جاء مستوى الفصحي التراثية بنسبة ١٢٪.

إن النتيجة السابقة تتفق مع ما أشارت إليه إحدى الدراسات في هذا الصدد من "أن هنالك حرية واضحة على مستوى استخدام اللغة التواصلية عبر الواقع والشبكات والهواتف وليس هناك أي نوع من أنواع التحسب للجانب اللغوي، أي أن الاعتبار يكون أولاً وأخيراً لتحقيق الهدف من عملية التواصل كيما كان هو دون التحسب للضوابط اللغوية".

جدول رقم (١٠)

يوضح مدى اهتمام النخبة العربية بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية

مدى الاهتمام بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية	التكرار	%
لا أهتم	٣	٦,٤
أهتم جداً	١٦	٣٤,٠٠
أهتم إلى حد ما	٢٨	٥٩,٦
المجموع	٤٧	١٠٠

تكشف البيانات في الجدول السابق عن أحد النتائج المثيرة للجدل في هذه الدراسة والمتعلقة بـ"مدى اهتمام النخبة العربية بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية حيث جاء اهتمام النخبة إلى حد ما - بمعنى أنها قد تهتم أو لا تهتم - في الترتيب الأول بنسبة ٦٪، بينما الاهتمام بشكل كبير جاء في الترتيب الثاني وبنسبة ٣٤٪ فقط، في حين أن هناك من النخبة العربية من لا يهتمون أصلاً بهذه الإشكالية بلغت نسبتهم ٦,٤٪.

إن ما يجعل هذه النتيجة مثيرة للجدل كونها تتنافى مع أهمية النخبة، والتي بحكم عملها تُعدُّ أكثر الفئات تفاعلاً مع المتغيرات الحاصلة في المجتمعات، والأكثر إلماً ووعياً لكون أعضائها يتسمون بالكثير من السمات التي لا تتوافر فيمن دونهم.

جدول رقم(١١)

يوضح المصادر التي تعتمد عليها النخبة العربية في متابعة
تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية

المصادر	النحو	%
المؤسسات والجامع المعنية باللغة العربية	٧	٢,١
المحافل العلمية المعنية باللغة العربية	١٢	٦,٤
وسائل الإعلام العربية المختلفة	٢١	١٤,٩
شبكات التواصل الاجتماعي	٢٨	٧٦,٦

تظهر البيانات في الجدول السابق الدور المهم لوسائل الإعلام ب مختلف أشكالها سواء التقليدية منها أو الجديدة وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر من المصادر الرئيسية للمعلومات بالنسبة ل مختلف الفئات في المجتمعات العربية وفي مقدمتها النخبة، حتى في القضايا ذات الصلة بتخصصات نوعية كقضية اللغة العربية التي تطرحها هذه الدراسة. حيث جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول كمصدر تعتمد عليه النخبة العربية في متابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية وبنسبة كبيرة جداً وصلت إلى ٧٦,٦٪، فوسائل الإعلام العربية المختلفة بنسبة ١٤,٩٪، ثم المحافل المعنية باللغة العربية بنسبة ٦,٤٪، وأخيراً جاءت مؤسسات وجماع اللغة العربية بنسبة ١,٢٪. وهذه النتيجة تؤكد أهمية تكثيف الدور الذي تقوم به هذه المؤسسات والجامع اللغوية، الأمر الذي يلقي بمزيد من المسؤوليات على مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية.

-٣- اتجاهات النخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية.

جدول رقم (١٢)
يوضح اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي
في استخدامات اللغة العربية

مبنى المفهوم	نوع العبارة	كلمة	المجموع		لا أوفق		محايد		أوفق		درجة المواقعة
			%	النكرار	%	النكرار	%	النكرار	%	النكرار	
.587	2	1.064 ^a	١٠٠,٠٠	٤٧	٢٩,٨	١٤	٢٩,٨	١٤	٤٠,٤	١٩	تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الاتصالية والاعلامية لنشر اللغة العربية.
.043	2	6.298 ^b	١٠٠,٠٠	٤٧	١٩,١	٩	٣١,٩	١٥	٤٨,٩	٢٢	تفيد بعض شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمين بعدد محدود من المعرفة بما لا يسمح بالاستطراد في طرح الأفكار.
.000	2	15.489 ^c	١٠٠,٠٠	٤٧	١٠,٦	٥	٣١,٩	١٥	٥٧,٤	٢٧	تبيّن شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدمين نشر بعوث تقدم اللغة العربية.
.862	2	298 ^d	١٠٠,٠٠	٤٧	٢٩,٨	١٤	٣٤,٠	١٦	٣٦,٢	١٧	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعريب مصطلحات تثري اللغة العربية.
.273	2	2.598 ^e	١٠٠,٠٠	٤٧	٢٢,٤	١١	٣٤,٠	١٦	٤٢,٦	٢٠	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف باللغة العربية.
.005	2	10.511 ^f	١٠٠,٠٠	٤٧	١٢,٨	٦	٣٦,٢	١٧	٥١,١	٢٤	تعد اللغة السادنة في شبكات التواصل الاجتماعي خلراً يهدى اللغة العربية.
.000	2	35.915 ^g	١٠٠,٠٠	٤٧	١٠,٦	٥	١٤,٩	٧	٧٤,٥	٣٥	تبيّن شبكات التواصل الاجتماعي بعض المستخدمين الكتابة بلغة مبنية خارجة عن الآداب والذوق العام.
.000	2	53.277 ^h	١٠٠,٠٠	٤٧	٢,١	١	١٤,٩	٧	٨٢,٠	٣٩	لا يتم مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي بمراعاة قواعد اللغة العربية عند الكتابة.
.000	2	36.298 ⁱ	١٠٠,٠٠	٤٧	٨,٥	٤	١٧,٠	٨	٧٤,٥	٣٥	تعد شبكات التواصل الاجتماعي عاملًا أساسياً في ظهور ثغرات تهدى اللغة العربية كـ————— الآباء، الضراوكوازاب، العربين.
.331	2	2.213 ^j	١٠٠,٠٠	٤٧	٢٢,٤	١١	٣٦,٢	١٧	٤٠,٤	١٩	يمكن أن تسهم اللغة السادنة في شبكات التواصل الاجتماعي في مفس وفسان اللغة العربية.
.012	2	8.851 ^k	١٠٠,٠٠	٤٧	١٩,١	٩	٢٧,٧	١٣	٥٣,٢	٢٥	كانت شبكات التواصل الاجتماعي سبباً في شور الشباب بأهمية اللغة الإنجليزية، وعزوفهم عن استخدام اللغة العربية في التواصل فيما بينهم.

مستوى اتفاقية	نوع العينة	نسبة كا	المجموع		لا أوفق		محايد		أوفق		العبارة	درجة المواقف
			%	النكرار	%	النكرار	%	النكرار	%	النكرار		
.273	2	2.596*	١٠٠,٠٠	٤٧	٤٢,٦	٢٠	٣٤,٠٠	١٦	٢٢,٤	١١	تساعد شبكات التواصل الاجتماعي في تصحيح الكثير من الأخطاء اللغوية الشائعة.	
.000	2	36.936*	١٠٠,٠٠	٤٧	٦,٣	٢	١٩,١	٩	٧٤,٥	٢٥	تشهّد شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار اللغة العالمية.	
.551	2	1.191*	١٠٠,٠٠	٤٧	٤٠,٤	١٩	٢٧,٧	١٣	٢١,٩	١٥	تشهّد شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بعلماء اللغة العربية.	

توصلت الدراسة – وفقاً للبيانات في الجدول رقم ١٢ – إلى مجموعة من النتائج المهمة الخاصة بقياس اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية وذلك باستخدام معامل كا، ويمكن عرض هذه النتائج على النحو التالي:

- تشير البيانات في الجدول أن نسبة ٤٠٪ من النخبة العربية يؤيدون أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد من أهم الوسائل الاتصالية والإعلامية لنشر اللغة العربية، بينما يعارض ذلك عدد من النخبة بلغت نسبتهم ٢٩,٨٪، في حين أن قطاع ليس بالقليل من النخبة بنفس النسبة السابقة لم يعرب عن رأيه بوضوح وكان محايداً. وكما تشير البيانات هناك اتجاه عام يميل نحو الموافقة إلا أنه لا يعكس فروقاً ذات دلالة إحصائية تعبّر عن اتجاه إيجابي أو سلبي.
- يرى ٤٨,٩٪ من النخبة العربية أن بعض شبكات التواصل الاجتماعي تقيد المستخدمين بعدد محدود من الحروف بما لا يسمح بالاستطراد في طرح الأفكار، بينما لم يوافق على ذلك ١٩,١٪ من النخبة، وبلغت نسبة المحايدين ١٩,١٪. وقد بلغت قيمة كا 6.298a عند مستوى معنوية .043 وهو ما يشير إلى وجود فروق في اتجاهات النخبة تدعم الاتجاه السلبي لهم نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في هذا المجال من مجالات اللغة العربية.
- هناك فروق دالة إحصائياً في اتجاهات النخبة العربية تتجه نحو التأييد والمواقف الشديدة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد أحد الأوعية المهمة لنشر

البحوث التي تخدم اللغة العربية، وهو ما يشير إلى الاتجاه الإيجابي للنخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في هذا الصدد.

■ تظهر النتائج أن ٣٦٪ من النخبة العربية توافق على أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تعريب مصطلحات تثري اللغة العربية، في حين رفض ذلك ٢٩,٨٪ من النخبة، وكانت نسبة المخالفين ٣٤,٠٠٪، وهو ما لا يشير إلى وجود فروق في اتجاهات النخبة نحو إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تعريب مصطلحات تثري اللغة العربية.

■ توصلت الدراسة إلى أن نسبة ٤٢,٦٪ من النخبة العربية تؤيد أن منصات التواصل الاجتماعي تقوم بدور مهم في التعريف باللغة العربية، وأن ٤,٢٪ منهم لا توافق على ذلك، في حين عبر ٣٤,٠٠٪ من النخبة عن موقفهم المعايد تجاه ذلك، ووفقاً للبيانات فإنه لا توجد فروق في اتجاهات النخبة نحو الدور الذي يمكن أن تسهم به شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف باللغة العربية وهو ما لا يشكل موقفاً إيجابياً أو سلبياً للنخبة بشكل عام.

■ تؤيد النخبة العربية وبشدة بنسبة ٧٤,٥٪ أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أثاحت لبعض المستخدمين الكتابة بلغة مبتذلة خارجة عن الآداب والذوق العام، ولم يرفض ذلك سوى ٦,١٪ من النخبة، وعبر ١٤,٩٪ منهم عن الموقف المعايد. ويتبين من البيانات أن هناك فروقاً دالة إحصائياً تؤكد الاتجاه السلبي للنخبة العربية نحو تأثير هذه الشبكات في اللغة العربية.

■ يرى ٠٠,٨٣٪ من النخبة العربية أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لا يهتمون ببراعة قواعد اللغة العربية عند الكتابة، ولم يعترض على ذلك سوى ١,٢٪ منهم، في حين أبدى نحو ١٤,٩٪ موقفهم المعايد، وتعكس البيانات وجود فروق دالة إحصائياً في اتجاهات النخبة تدعم الاتجاه السلبي لهم نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي واعتبارها خطراً يهدد اللغة العربية.

■ تظهر الدراسة أن ٧٤,٥٪ من النخبة العربية يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي كانت عاملاً من رئيساً من عوامل ظهور اللغات المهجنة، ولم يوافق

على ذلك سوى نسبة ضئيلة لم تتجاوز ٨,٥٪، وبلغت نسبة المحايدين ١٧,٠٠٪، وهو ما يشير إلى وجود فروق لها دلالتها الإحصائية التي تؤكد الاتجاه السلي للنخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية.

- تبين الدراسة أن نسبة ٤,٤٠٪ من النخبة العربية يرون إمكانية أن تسهم اللغة السائدة في شبكات التواصل الاجتماعي في طمس ونسيان اللغة العربية، ووصلت نسبة غير الموافقين على ذلك ٤,٢٣٪، بينما كانت نسبة المحايدين ٢,٣٦٪، وكما تشير البيانات هناك اتجاه عام يميل نحو الموافقة إلا أنه لا يعكس فروقاً ذات دلالة إحصائية تعبّر عن اتجاه إيجابي أو سلبي.
- توضح الدراسة أن نسبة ٥٣,٥٠٪ من النخبة العربية يؤيدون أن شبكات التواصل الاجتماعي كانت سبباً في شعور الشباب بأهمية اللغة الإنجليزية، وعزوفهم عن استخدام اللغة العربية في التواصل فيما بينهم، بينما كانت نسبة غير الموافقين على ذلك ١٩,١٪، وبلغت نسبة المحايدين ٧,٢٧٪، وكما تشير البيانات فإن هناك اتجاههاً عاماً يميل نحو الموافقة إلا أنه لا يعكس فروقاً ذات دلالة إحصائية تعبّر عن اتجاه إيجابي أو سلبي.
- تبين الدراسة أن نسبة ٣١,٩٪ من النخبة العربية أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعده في تصحيح الكثير من الأخطاء اللغوية الشائعة، بينما كانت نسبة غير الموافقين على ذلك ٦,٤٢٪، وبلغت نسبة المحايدين ٠٠,٣٤٪، وكما تشير البيانات فإن هناك اتجاههاً عاماً يميل نحو عدم الموافقة إلا أنه لا يعكس فروقاً ذات دلالة إحصائية تعبّر عن اتجاه إيجابي أو سلبي للنخبة في هذا الصدد.
- تظهر الدراسة أن ٧٤,٥٪ من النخبة العربية يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في انتشار اللغة العربية، ولم يوافق على ذلك سوى نسبة ضئيلة لم تتجاوز ٦,٣٪، وبلغت نسبة المحايدين ١٩,١٪، وهو ما يشير إلى وجود فروق لها دلالتها الإحصائية التي تؤكد الاتجاه الإيجابي للنخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية.

■ تبين الدراسة أن نسبة ٣١,٩٪ من النخبة العربية يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في التعريف بعلماء اللغة العربية. بينما كانت نسبة غير الموافقين على ذلك ٤,٤٪، وبلغت نسبة المخالفين ٢٧,٧٪، وكما تشير البيانات فإن هناك اتجاهًا عاماً يميل نحو عدم الموافقة إلا أنه لا يعكس فروقاً ذات دلالة إحصائية تعبّر عن اتجاه إيجابي أو سلبي للنخبة في هذا الصدد.

ثانياً: اختبار صحة فروض الدراسة:

■ الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عادات استخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية.

جدول (١٣)

يوضح مدى وجود فروق بين عادات استخدام النخبة لشبكات التواصل الاجتماعي

واتجاهاتهم نحو تأثيرها في اللغة العربية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة كا	متوسط الرتب	%	ك	المتغير	
						سنوات الاستخدام	مدة الاستخدام في المرة الواحدة
.126	2	4.135	1.00	٢,١	١	من عام إلى أقل من عامين	الاستخدام
			17.25	٨,٥	٤	من عامين إلى أقل من ثلاثة	
			25.19	٨٩,٤	٤٢	ثلاثة أعوام فأكثر	
				١٠٠,٠٠	٤٧	المجموع	
.264	3 بين	3.977	19.88	٨,٥	٤	أقل من ١٠ دقائق	الاستخدام
			1.00	١٤,٩	٧	من ١٠ إلى أقل من ٢٠ دقيقة	
			23.18	٢٧,٧	٢٢	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ دقيقة	
			26.39	٤٨,٩	٢٢	٣٠ دقيقة فأكثر	
.279	3	3.845		١٠٠,٠٠	٤٧	المجموع	الاستخدام اليومي
			36.50	٢,١	١	مرة	
			11.67	٦,٤	٣	مرتان	
			21.29	١٤,٩	٧	ثلاثة مرات	
			25.21	٧٦,٦	٣٦	أربع مرات فأكثر	
				١٠٠,٠٠	٤٧	المجموع	

باختبار كا^٢ توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق في اتجاهات النخبة نحو تأثير شبكات التواصل في اللغة العربية تبعاً لمعيار سنوات استخدام النخبة لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة مربع كاي^٤ عند مستوى معنوية .١٢٦ كما تظهر البيانات في الجدول السابق عدم وجود فروق في اتجاهات النخبة نحو تأثير شبكات التواصل في اللغة العربية تبعاً لمعيار مدة الاستخدام في المرة الواحدة، فقد بلغت قيمة كاي^٢ ٢٧٧ عند مستوى معنوية .٢٦٤، ووفقاً للبيانات في الجدول فإنه لا توجد فروق في اتجاهات النخبة نحو تأثير شبكات التواصل في اللغة العربية تبعاً لمعيار مرات الاستخدام اليومي حيث بلغت قيمة كاي^٣ ٨٤٥ عند مستوى معنوية .٢٧٩، وهذا يعني رفضاً كلياً لصحة هذا الفرض من فروض الدراسة، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات المرتبطة بعادات استخدام النخبة لشبكات التواصل وتأثيرها في استخدام اللغة العربية.

■ الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية تبعاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع، العمر، الدرجة العلمية، التخصص العلمي).

جدول (١٤)

يوضح مدى وجود فروق في اتجاهات النخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية تبعاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع، العمر، الدرجة العلمية، التخصص العلمي).

مستوى المعنوية	درجة العربية	قيمة كا٢	متوسط الرتب	%	ك	المتغير
.049	1	3.886	26.69	٦٨,١	٢٢	ذكر
			18.27	٣١,٩	١٥	أنثى
			100.00	٤٧		المجموع
.527	3	3.977	19.78	١٩,١	٩	أقل من ٣٥ عاماً
			27.12	٤٤,٧	٢١	من ٣٥ إلى أقل من ٤٥ عاماً
			22.64	٢٩,٨	١٤	من ٤٥ إلى أقل من ٥٥ عاماً
			21.17	٦,٤	٣	٥٥ عاماً فأكثر
			100.00	٤٧		المجموع

مستوى المعنوية	درجة العربية	قيمة كا	متوسط الرتب	%	ك	المتغير
.325	2	2.245	23.18	٥٣,٢	٢٥	أستاذ مساعد
			21.13	٢٥,٥	١٢	أستاذ مشارك
			29.50	٢١,٣	١٠	أستاذ
				١٠٠,٠٠	٤٧	المجموع
.629	1	.233	24.50	٧٨,٧	٣٧	نظري
			22.15	٢١,٣	١٠	عملي
				١٠٠,٠٠	٤٧	المجموع

تبين باختبار كا ٢ وجود فروق في اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية تبعاً لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة كا ٣,٨٨٦ ٢ عند مستوى معنوية ٤٩٠ كما تشير البيانات في الجدول السابق أنه لا توجد فروق في اتجاهات المشاركين من النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية تبعاً للسمات الديموغرافية الأخرى (العمر، والدرجة العلمية، والتخصص العلمي) وهو ما يعني رفضاً جزئياً لصحة هذا الفرض من فروض الدراسة.

النتائج العامة للدراسة:

تعد إشكالية شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها باللغة العربية من أبرز القضايا المطروحة على المعنيين والمهتمين بالشأن اللغوي والإعلامي عموماً، حيث تتضافر حولها جهود الباحثين في المجال اللغوي والإعلامي لدراستها وسبر أغوارها من زواياها وأبعادها المتعددة، وتعد هذه الدراسة حلقة من سلسلة دراسات تركزت حول هذه الظاهرة... وقد ركز الباحثان على دراسة أحد الأبعاد المهمة ذات الارتباط الوثيق بهذه الظاهرة لاسيما وأن هناك فراغاً كبيراً في الأدبيات المرتبطة بهذا الموضوع تأتي هذه الدراسة لتسهم في سده. هذا بعد هو "اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية". وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أبرزها:

- تستخدم النخبة العربية العديد من شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي، وأن

هذا الاستخدام لا يقتصر على منصة واحدة، وهو ما يتوافق مع تنوع وتنوع اهتمامات النخبة كفئة تقود الفئات الأخرى في المجتمع، ويلاحظ أن ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها النخبة العربية يتواافق إلى حد كبير مع نتائج أحدث الدراسات، والإحصاءات الخاصة باستخدام شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية.

كشفت الدراسة فيما يتعلق بمدى اهتمام النخبة العربية بمراعاة قواعد اللغة العربية عند الكتابة في شبكات التواصل الاجتماعي، أن نسبة المهتمين لم تتجاوز ٢٪٥٣، وبالرغم من حجم الاهتمام بمراعاة قواعد اللغة العربية في الترتيب الأول إلا أنها نسبة لا تعبر عن الدور الذي ينبغي أن تضطلع به فئة النخبة بمسؤولية الحفاظ على اللغة العربية وحمايتها من آية تأثيرات تؤدي إلى ضعفها وتدهورها، وأن النخبة المهتمة إلى حد ما بمراعاة قواعد اللغة العربية تصل نسبتها إلى ٣٪٤٢، كما أنه يوجد من بين النخبة من لا يهتمون بالأساس بمراعاة قواعد اللغة العربية حيث بلغت نسبتهم ٣٪٤.

توصلت الدراسة إلى أحد التأثير المثير للجدل والمتعلقة بمدى اهتمام النخبة العربية بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية حيث جاء اهتمام النخبة إلى حد ما – بمعنى أنها قد تهتم أو لا تهتم – في الترتيب الأول بنسبة ٦٪٥٩، بينما الاهتمام بشكل كبير جاء في الترتيب الثاني وبنسبة ٣٪٤ فقط، في حين أن هناك من النخبة العربية من لا يهتمون أصلاً بهذه الإشكالية، وتبلغ نسبتهم ٤٪٦. إن ما يجعل هذه النتيجة مثيرة للجدل كونها تتنافى مع أهمية النخبة، والتي بحكم عملها تُعدُّ أكثر الفئات تفاعلاً مع المتغيرات الحاصلة في المجتمعات، والأكثر إماماً ووعياً لكون أعضائها يتسمون بالكثير من السمات التي لا تتوافر فيمن دونهم.

هناك فروق دالة إحصائياً في اتجاهات النخبة العربية تتجه نحو التأييد والموافقة الشديدة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد أحد الأوعية المهمة لنشر البحوث التي تخدم اللغة العربية، وهو ما يشير إلى الاتجاه الإيجابي للنخبة نحو تأثير

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في هذا الصدد.

- تظهر الدراسة أن ٥٧٤٪ من النخبة العربية يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي كانت عاملاً من رئيساً من عوامل ظهور اللغات المجنين، ولم يوافق على ذلك سوى نسبة ضئيلة لم تتجاوز ٨,٥٪، وبلغت نسبة المحايدين ١٧,٠٠٪، وهو ما يشير إلى وجود فروق لها دلالتها الإحصائية التي تؤكد الاتجاه السليبي للنخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية.

التوصيات:

- تقدم الدراسة مجموعة من التوصيات المنبثقة عن مقتراحات النخبة العربية لحماية اللغة العربية والحفاظ عليها وتطوير استخداماتها في شبكات التواصل الاجتماعي، والتي يمكن استعراض أبرزها على النحو التالي:
 - التركيز في مجال دراسات تأثير وسائل الإعلام عموماً وشبكات التواصل تحديداً على السلوك اللغوي للمجتمعات العربية.
 - تعريب البرمجيات، بما يضمن الحفاظ على استخدامها في الكتابات العربية في وسائط وتطبيقات التواصل الاجتماعي، ولا يؤدي إلى تشويه اللغة العربية كما أحدثت ظاهرة اللغة المجنين.
 - القيام بالحملات التوعوية التي تستهدف الشباب وتركز على أهمية اللغة العربية والحفاظ عليها.
 - العمل على زيادة وتكثيف المحتوى العربي على شبكة الإنترنت بما يتناسب مع عدد مستخدمي الشبكة من الناطقين باللغة العربية.
 - تدشين الواقع الإلكتروني الذي تستهدف إثراء اللغة العربية.
 - انطلاقاً من المثل العربي الشهير "لا يفلّ الحديد إلا الحديد" لابد من صياغة الرؤى ووضع الاستراتيجيات من جانب المعنيين باللغة العربية من الخبراء اللغويين والإعلاميين لتوظيف شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي لتكون منصات لحماية اللغة العربية والحفاظ عليها.

**ملحق الدراسة.. استمارة استبيان حول:
اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي
في استخدامات اللغة العربية**

د. فلاح عامر الدهمشي
د. محمد أحمد هاشم الشرييف
الأستاذ المساعد في قسم الاتصال والإعلام
بجامعة الملك فيصل

السلام عليكم... نشكر لسعادتكم سلفاً حسن تعاونكم مع الباحثين، مقدرين مساهمتكم في تعبئة بيانات هذه الاستبيانة التي لن تستغرق أكثر من خمسة دقائق، علمًا بأن هذه البيانات سرية ولن تستخدم في غير الأغراض الأكاديمية.

١ - منذ متى وأنتم تستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي؟

- أقل من عام
- من عام إلى أقل من عامين.
- من عامين إلى أقل من ثلاثة.
- ثلاثة أعوام فأكثر.

٢ - ما الوسائل التي تستخدمونها في دخولكم لشبكات التواصل الاجتماعي؟ (أكثر من بدليل)

- الحاسوب المحمول Laptop
- الهاتف المحمول Mobile
- الحاسوب المكتبي Desktop
- الحاسوب اللوحي I bad

٣ - ما المدة التي تقضونها في كل مرة عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

- أقل من ١٠ دقائق.
- من ١٠ دقائق إلى أقل من ٢٠ دقيقة.
- من ٢٠ دقيقة إلى أقل من ٣٠ دقيقة.

٣٠ دقيقة فأكثر.

٤ - كم مرة يوميا تستخدم فيها شبكات التواصل الاجتماعي؟

مرة.

مرتان.

ثلاثة مرات.

أربع مرات فأكثر.

٥ - ما شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمونها؟ (أكثر من بديل)

فيس بوك.

تويتر.

واتس آب.

سناب شات.

ماي سبيس.

انستجرام.

لينكد إن.

يوتوب.

أخرى.....

٦ - ما مدى اهتمامكم ببراعة قواعد اللغة العربية عندما تكتبون لشبكات التواصل الاجتماعي؟

أهتم ببراعة قواعد اللغة تماماً.

أهتم إلى حد ما.

لا أهتم.

٧ - ما اللغة التي تستخدمونها في التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

(أكثر من بديل)

اللغة العربية.

اللغة الإنجليزية.

اللغة الفرنسية.

لغات أخرى.....

٨ - ما مستوى اللغة العربية الذي تكتبون به في شبكات التواصل الاجتماعي؟
(أكثر من بديل)

- الفصحى التراثية.
- الفصحى العصرية.
- عامية المثقفين.
- لا يوجد مستوى محدد.

٩ - ما مدى اهتمامكم بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية؟

- مهتم جداً.
- مهتم إلى حد ما.
- غير مهتم.

١٠ - ما مصادركم في متابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية (أكثر من بديل)

- المؤسسات والجامعات المعنية باللغة العربية.
- المحافل العلمية المعنية باللغة العربية.
- وسائل الإعلام العربية المختلفة.
- شبكات التواصل الاجتماعي.
- مصادر أخرى.....

١١ - فيما يلي مجموعة من العبارات التي تبرز تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية...يرجاء تحديد مدى موافقتكم عليها؟

العبارة	درجة الموافقة		
	لا أوفق	محايد	أوفق
تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الاتصالية والإعلامية لنشر اللغة العربية.			
تقيد بعض شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمين بعدد محدود من الحروف بما لا يسمح بالاستطراد في طرح الأفكار.			
تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدمين نشر بحوث تخدم اللغة العربية.			

العبارة	درجة الموقف		
	لا أوفق	محايد	أوفق
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعريب مصطلحات تثري اللغة العربية.			
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف باللغة العربية.			
تعد اللغة السائدة في شبكات التواصل الاجتماعي خطراً يهدد اللغة العربية.			
تتيح شبكات التواصل الاجتماعي لبعض المستخدمين الكتابة بلغة مبتذلة خارجة عن الآداب والذوق العام.			
لا يهتم مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي بمراعاة قواعد اللغة العربية عند الكتابة.			
تعد شبكات التواصل الاجتماعي عاملاً أساسياً في ظهور لغات تهدد اللغة العربية كـ: الأرابيش، الفرانكو آراب، العربيني.			
يمكن أن تسهم اللغة السائدة في شبكات التواصل الاجتماعي في طمس ونسيان اللغة العربية.			
كانت شبكات التواصل الاجتماعي سبباً في شعور الشباب بأهمية اللغة الإنجليزية وعزوفهم عن استخدام اللغة العربية في التواصل فيما بينهم.			
تساعد شبكات التواصل الاجتماعي في تصحيح الكثير من الأخطاء اللغوية الشائعة.			
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار اللغة العامة.			
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بعلماء اللغة العربية.			

١٢ - ما أهم مقتنياتكم لتطوير استخدامات اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي؟

- (١)
..... (٢)
..... (٣)
..... (٤)

البيانات الديموغرافية:

النوع:

- ذكر.
 أنثى.

السن:

- أقل من ٣٥
 من ٣٥ إلى أقل من ٤٥
 من ٤٥ إلى أقل من ٥٥
 ٥٥ سنة فأكثر

الدرجة العلمية:

- أستاذ مساعد
 أستاذ مشارك
 أستاذ.

التخصص:

- نظري
 عملي

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريًّا)

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع	
٥	كلمة المركز: د. عبدالله بن صالح الوشمي	
٧	افتتاحية: أ.د. ظافر بن عبدالله الشهري، عميد كلية الآداب بجامعة الملك فيصل	
٩	رصد وتوثيق: د. سامي عبداللطيف الجمعان ، رئيس قسم الاتصال والإعلام بكلية الآداب، جامعة الملك فيصل	
عنوان البحث	اسم الباحث	
١١	اتجاهات النخب الإعلامية نحو مفهوم التنمية اللغوية: دراسة تطبيقية على عينة من الإعلاميين وأساتذة الإعلام بالجامعات السعودية	د. مصعب عبد القادر وداعية الله أ.د هشام محمد عباس زكريا
٤٩	واقع اللغة العربية وملامحها في ضوء تطور وسائل الإعلام	د. لطفي الزيادي
٧٧	الإعلام العربي الجديد: من بلاغة الكلمة إلى ثقافة الصورة	د. نضال محمد فتحي الشمالي
١٠٩	اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية	د. فلاح عامر الدهمشي د. محمد أحمد هاشم الشريف
١٤٧	فهرس المحتويات	