

# أشكال ومظاهر تراجع استعمال اللغة العربية في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية

أ.م.د. علاء مكي الشمري

جامعة الشارقة - كلية الاتصال

## الملخص

هذا البحث محاولة التوصل إلى توصيف يكاد يكون دقيقاً للواقع اللغوي الذي تشهده العديد من وسائل الاعلام في العالم العربي بعد إستشرت حالة هيمنة اللهجات المحلية واللغة الإنجليزية على اللغة العربية واصبحت ظاهرة مقيتة لابد من دراستها والوقوف عندها بشكل جاد وتأملها ملياً.

وفي هذا الإطار، تتعرض الدراسة لمجموعة من الركائز الاساسية في الممارسات الاعلامية في الفضائيات والاذاعات العربية قسمها الباحث إلى 7 أقسام رئيسية، وكالاتي:

- اللغة العربية بين العامية والاجنبية في لمحة نتاريخية سريعة.
- اسماء وعناوين المحطات والاذاعات العربية.
- منحى جديد للغة العربية في البرامج الإخبارية.
- الترجمة في القنوات الفضائيات العربية.
- الإعلان في الفضائيات والاذاعات العربية .
- اللغة في اغاني الفضائيات والاذاعات العربية.
- النتائج والتوصيات.

وناقش الباحث المشاكل الموقعة وتداعياتها - خصوصاً على المديات البعيدة - على إمكانية تدني المستوى في الاداء وإبتذال الشكل والمضمون، وما يمكن ان يسبب إكتساب المفردات الهجينة على الفهم المتبادل ووعي المتلقي وإمكانية تأثير ذلك على جموع الشباب على وجه الخصوص.

وتتعرض الدراسة كذلك لأهم أساليب الصراعات اللغوية الخفية والمعلنة في المؤسسات الاعلامية العربية، وتدني الكفاءة اللغوية للعاملين فيها، إذ أن الأزمة التي تعيشها اللغة العربية الفصيحة اليوم في وسائل إعلامنا إنما هي أزمة متعددة المداخل، وفي مستويات كثيرة لم تُعدّ محتملة، بل يمكن للباحث أن يذهب أبعد من ذلك في فهمه للوضع اللغوي الحالي الذي يمكنه أن يقوّض الإبداع الثقافي والإنتاج الفكري، لأن اللسان الهجين والغريب عن تربة أمته لا يمكن أن يولد إلا (ثقافة هجينه)، و(فكراً غريباً ومغترباً)، بل وإنساناً منسلخاً وبعيداً عن محيطه الخاص العام، لكونه يُفقد هويته وأصالته.

### مقدمة

تمتاز اللغة العربية بامتلاكها ليناً ومرونةً يمكنانها من التكيف مع متطلبات ومقتضيات العصر، فعلى الرغم من أوجه الاختلاف بين اللهجات العربية في النغمة واللحن، والرمز والاستعارة، فإن إمكانية الفهم المتبادل بينها أمراً ممكناً، لاسيما في ظل بقاء اللغة العربية الفصحى قاسماً مشتركاً بينها، حيث تسود الاخيرة في أنماط التواصل الرسمية والمكتوبة في معظم البلدان العربية، في حين تستخدم اللهجات في شتى أنماط التواصل غير الرسمية. غير أن الواقع اللغوي في العالم العربي يشي عن هيمنة شرسة للهجات العربية المحلية وإقحام المفردات الاجنبية، فبالنسبة إلى اللهجات المحلية، نجد أنها تهيمن على معظم أنماط التواصل في البلدان العربية، ومنها البرامج التلفزيونية والإذاعية، ومختلف انواع الدراما، وصولاً الى مواقع التواصل الإجتماعي، كما أن المشهد الإعلامي في الوطن العربي، يوحي بأنّ معظم المؤشرات ربما تدلّ على أنّ اللغة العربية ربما ستخسر معركتها في ظل التزايد المضطرب في عديد وسائل الاعلام التي صارت تستعصي على الحصر، فضلاً عن منصات الاعلام الجديد أو مايسمى بصحافة المواطن، فحتى لو كنا من أكثر المتفائلين، أو تزوّدنا بتغليب حسن الظنّ على سوءه، فإنّ أقصى ما قد نفترضه هو أن تلقى اللغة العربية دعم الجهات السياسة وأصحاب القرار لتصحيح صورة المشهد المظلم الذي تعيشه في وسائل الإعلام العربية أو تلك الناطقة باللغة العربية على الرغم من أن بعضها تستحوذ على متابعة فئات عديدة من المتلقين وتغطي مساحات كبيرة من أرجاء المعمورة وإلى حين ذلك ننتظر أن تحمل الأيام حملاً مباركاً.

ومن خلال ذلك يجد الباحث أنّ اللغة العربية الفصحى في معظم وسائل الإعلام تعاني بشكل كبير إلى حد أن المتابع يشعر بأنّ بعض القائمين على هذه الأجهزة يجهلون اللغة العربية أو أنهم على عداوة معها بسبب الجوانب التي يغفلونها عن اللغة وبحسب تجربة الباحث الشخصية في العديد من وسائل الاعلام فإن الحقيقة المؤلمة أن عددا لا يمكن إغفاله من أصحاب القنوات الفضائية الخاصة لا يعرف حتى الجار والمجور !!.

لذا فإنّ هذه الاشكالية التي تعاني منها اللغة العربية في الإعلام، وأشكاله المتنوعة هي أقرب إلى الصراع بنوعيه الواعي، وغير الواعي، وله أسباباً متنوعة، منها ما هو سياسي، وثقافي، ومنها ما هو حضاري، ومنها ما هو مجتمعي، هذه العوامل وغيرها إجمعت لتوجد هذه الاشكالية بحجمها الهائل الذي تواجهه العربية، وتتوء تحت ضغطه.

وبدون مقدمات سنجعل من هذه النقطة مدخلا للنفاذ إلى المراحل التي مرّ بها الإعلام العربي، بإعتبارها نماذج من تبيان الصور المختلفة للحيث الذي نالته اللغة العربية على يد هذه المراحل.

الكلمات المفتاحية: أشكال ومظاهر، تراجع استعمال، اللغة العربية، وسائل الاعلام المسموعة والمرئية العربية.

## الاطار المنهجي للبحث

### مدخل:

يعمد هذا البحث إلى دراسة خصائص المشهد اللغوي في وسائل الاعلام المسموع والمرئي باعتبارها من أهم مجالات التحدي للغة العربية في عصرنا الحاضر، إذ تطورت هذه الوسائل تطورا كبيرا واصبحت تمتلك مواصفات التفاعل والانتشار والنمو وغزت مضامينها وبرامجها الكثير من المجتمعات التي صار بإمكانها التواصل وليس التلقي فقط كما هو حاصل سابقا.

ولم يكن العالم العربي بمعزل عن تلك الطفرة في وسائل الإعلام لاسيما وان وسائل الإعلام المتنوعة يمكن أن تكون معلمة للغة، وذلك بإسهامها في إيجاد بيئة السماع والمشاهدة، التي إذا ما أحسن استثمارها وتوظيفها، بإمكانها أن تجعل اللغة العربية الفصيحة المعاصرة الميسرة لغة الإعلام، في كل فعالياته ومجالاته وبرامجه.

وهذا يعني أن وسائل الإعلام قادرة على تنمية الملكة اللغوية عند المتلقي، مما سوف يؤدي إلى الارتقاء بالإعلام نفسه، والتحول من لغة الأمية والجهل "العامية" إلى لغة العلم والحضارة "الفصحى"، والارتقاء بالأداء، وبذلك تشكل تلك الوسائل، بعطائها موقعا مسانداً للعملية التعليمية والتربوية، ولا تتحول إلى وسيلة استلاب تراثي وثقافي للمجتمع وهويته.

### مشكلة البحث:

وسط خشية وقلق الباحثين والمهتمين وخبراء الاعلام واللغة في المجالين الاكاديمي والمهني من سلامة معايير إستعمال اللغة العربية، وانقسامها إلى لغات متعددة، بسبب تفنن وسائل الإعلام المسموعة والمرئية وغيرها في ابتداع مصطلحات جديدة وكلمات دخيلة أدت الى اتساع وتفاقم الهوة بين الجيل الجديد من المتلقين واللغة العربية الفصحى، يأتي هذا البحث بمثابة إطلالة جديدة على هذه المشكلة، واستكمال الجهود العلمية للبحوث السابقة، إذ كان من المفترض أن تتحمل وسائل الإعلام مسؤوليتها في الحفاظ على اللغة العربية الفصحى، وتقويم اللسان العربي، وتصحيح الأخطاء الشائعة فيه. لأنها تشكل أسنتهم، وتعودهم على الاستعمال السليم للغة. لاسيما أن بدايتها كانت جيدة ومشجعة في ظل حرص القائمين عليها على إستعمال الفصحى في برامجها كلها.

لكن هذا الحرص أخذ ينخفض ويتلاشى مع كثرة ظهور وانتشار وسائل الإعلام الخاصة وتحول وسائل الاعلام المرئية والمسموعة من ادارات المؤسسات الرسمية في الدول بشكل مباشر الى هيئات وشركات تفرض اداراتها بحسب الضغوط المعنوية والمادية التي تطورت بسبب إعادة هيكلة الكثير من المؤسسات، حتى ظلت الأخطاء تتكرر في وسائل الإعلام، فظن المتابع غير المتخصص أنها من أصل اللغة وصحيح مفرداتها، فأمسينا نجد أن العامية تتصدر المشهد وتطرح نفسها إلى الجمهور على أنها لغة العصر.

والغريب أن هذه العدوى تسلت إلى البرامج الثقافية التي بدأت تنزع إلى تطعيم نفسها بالعامية لتبسيط المضمون على الجمهور الذي كان من المفروض أن ترتقي به وسائل الاعلام إلى مستوى الفصحى والعكس ليس صحيحا. ولذلك يمكن القول أن تفصيح لغة وسائل الاعلام أضحت فكرة غير مستساغة لدى الكثير من القائمين على الاعلام في الوطن العربي.

## أهمية البحث :

تتبع أهمية هذا البحث من التي:

1. أنه يناقش تراجع إستعمال اللغة العربية ويعرض لمظاهر انحراف البرامج والاعلانات بل حتى الاخبار والبرامج الثقافية عن الفصحى.
2. يحاول الكشف عن أسباب هذا الانحراف ومن ثم كيفية معالجة هذا الانحراف، فهو دراسة لواقع اللغة المعيش في وسائل الاعلام المرئية والمسموعة.

## اهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى الاتي :

1. معرفة أشكال ومظاهر تراجع إستعمال اللغة العربية في وسائل الاعلام المسموعة والمرئية، من خلال استكشاف دورها في تعميم استعمال اللغة العربية.
2. التعرف على الاسباب الكامنة وراء ظاهرة تراجع إستعمال اللغة العربية الفصحى في وسائل الاعلام المسموعة والمرئية.
3. محاولة التعرف على العقبات التي تحول دون احتلال اللغة العربية مكانة الثقة بها في زمن التطورات الحاصلة في مجالات تكنولوجيا الاتصال، إذ ليس من المعقول أن نسلم بالمبررات والاراء التي ترجع كل الاسباب الى هيمنة عنصر الابهار في الصورة في مقابل تراجع أداء ومستوى الكلمة، لأن ذلك لايمكن أن يكون ضمن المعطيات التي تشكل مبررا في أن يتوسل الإعلام بالعاميات التي يستخدمها مقدموا ومعدوا البرامج التلفازية والإذاعية.

## منهج البحث:

يعمد هذا البحث إلى دراسة مظاهر الانحراف اللغوي لبعض مقدمي ومعدوي البرامج في الاذاعات والقنوات التلفازية العربية، من مسح الباحث ومتابعته وتسجيله هذه المظاهر خلال توقيتات عشوائية في البرامج والاعلانات والترجمة والاعلانات والاغاني التي بثتها وسائل الإعلام المسموعة والمرئية وللفترة من 2016/2/2 حتى 2016/8/1.

ويعد هذا البحث من الدراسات المسحية الوصفية (Descriptive Survey) بوصفه يسعى إلى وصف ظاهرة تراجع إستعمال اللغة العربية الفصحى في وسائل الاعلام العربية، وذلك من خلال دراسة بعض النماذج المتكررة في الممارسة اللغوية في وسائل الاعلام العربية .

كما اعتمد الباحث الموضوع الكلي والجملة كوحدة تحليل يتم القياس على أساسها بإعتبار ثلاث عناصر رئيسية من عناصر الاتصال وهي: المرسل- الرسالة -المحتوى اللغوي للرسالة، للإشارة الى وظيفتي التعبير والتواصل للغة العربية الفصحى في وسائل الاعلام.

#### عينة البحث:

#### القنوات المرئية:

- قناة MBC 2 التابعة لمجموعة تلفزيون الشرق الاوسط.
- قناة الفجيرة الفضائية.
- قناة الانهار المصرية.
- قناة السومرية الفضائية.

#### القنوات المسموعة:

- إذاعة عجمان FM راديو الرابعة 107.80.
- إذاعة مزاج FM عمان - الاردن .
- إذاعة مونت كارلو الدولية .
- راديو الرشيد FM بغداد - العراق.

#### تساؤلات البحث :

1. ما هي اشكال ومظاهر تراجع إستعمال اللغة العربية في وسائل الاعلام المسموعة و المرئية؟
2. هل هناك عقبات تحول دون احتلال اللغة العربية مكانتها ضمن وسائل الاعلام المسموعة والمرئية؟

3. هل هناك أفكار منهجية وعملية مدروسة للنهوض باللغة العربية في وسائل المسموعة والمرئية؟

4. كيف يمكن أن تساهم ادارات وسائل الاعلام المسموعة والمرئية في الحد من أخطار اشكال ومظاهر تراجع إستعمال اللغة العربية؟ .

### الإطار النظري

إذا كانت اللغة تعني حسب تعريف ابن جني لها: "مجموعة أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم"، فهل يكفي رجل الإعلام أن يظهر على الشاشة ويتحدث حتى يفهمه الجمهور؟ ذلك أن كثيرا من وسائل الإعلام المرئية كانت تعتقد واهمة أن الجمهور يفهم رسائلها، في حين أن العكس هو الصحيح. وعليه فهما " اختلفت لغة وسائل الإعلام، فإنها تخضع لحقيقة بسيطة وهي: الوضوح، والدقة، والمباشرة (1)

ولمواجهة عصر التقنية المتنامي لثورة الاتصالات والمواصلات، والسماء المفتوحة، كان لابد من الرجوع إلى اللغة العربية بوصفها بوتقة الانصهار العربي والوجداني والفكري لأمة عربية واحدة.

إن استعمال الفصحى لغة للإعلام ليس مطلباً غريباً كما يبدو ولا طارئاً ولا غير مرغوباً به من قبل المتلقي كما يصوره بعض القائمين على وسائل الاعلام، فلغة الإعلام هي الفصحى السهلة المبسطة في مستواها العملي والمرونة والعمق، وهي الخصائص التي تجعلها تنبض بالحياة والترجمة الأمينة للمعاني والأفكار، والاتساع للألفاظ والتعبيرات الجديدة، التي يحكم بصلاحياتها الاستعمال والذوق والشيوع (2).

ويقينا أن الباحث لا يمكنه أن يحصي أخطاء تعد بالمئات في كل يوم، من نصب الفاعل، إلى جر المفعول به، إلى اعتبار كل كلمة حالاً وتمييزاً، إلى رفع المضاف والمضاف إليه. ناهيك عن الكوارث التي تحل بالمبتدأ والخبر وما إلى ذلك من تكرار في المفردات وضعف في الصياغة.

إن عناصر القوة و الثبات في لغتنا ليست عقبة أمام عناصر التغير الطارئة أو الوافدة، وبالقدر الذي نخدم فيه لغتنا، فإنها قابلة لخدمة تطور المعرفة والتكيف لغة المعلومات (3).

أولاً - اللغة العربية بين العامية والاجنبية في لمحة تاريخية سريعة :

فرضت متطلبات العصر ضرورة ملحة لتطوير أدوات الاتصال بما يلبي الاحتياجات الحديثة للسوق الرأسمالية، وذلك من خلال اختراع التليفون 1876، ثم الفونوجراف 1877، فالاتصالات اللاسلكية ماركوني 1896 والتي مهّدت لظهور الراديو عام 1919، ثم السينما التي بدأت صامته في فرنسا عام 1895، وأصبحت ناطقة عام 1928، ثم دمج الكهرباء مع التصوير مع الاتصالات السلكية واللاسلكية إلى ظهور خدمات التلفزيون التجاري في الولايات المتحدة عام 1942. (4)

أما ثورة الاتصال الخامسة، فقد تجسّدت في ظهور الأقمار الصناعية، واستخدامها في نقل الأنباء، والصور، والرسائل الإذاعية والتلفزيونية عبر الدول، والقارات... لقد تطورت كل من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في مسارين منفصلين، ولكن شهدت الستينات بداية التواصل بينهما الذي تصاعد متجاوزاً الحدود التقليدية حتى أصبحت الشبكات الإلكترونية هي المالك الرئيسي لكافة أشكال التبادل الإعلامي على المستوى العالمي... وتستند الثورة الاتصالية الراهنة على عدة ركائز رئيسية تشمل الاتصالات السلكية واللاسلكية التي تضمّ التلفزيون، والهاتف، والتلكس، والطباعة عن بعد، والراديو، والتلفزيون، وأجهزة الاستشعار عن بُعد، والميكرويف، والأقمار الصناعية، والأطباق اللاقطة، والكابلات، والموجات في منظومة واحدة تركز لخدمة الأفراد، والمجتمعات (5).

ولم يعد أحد يشكّ في القدرة التأثيرية التي اكتسبها البثّ الفضائي منذ يسرته الأقمار الاصطناعية، ولتلك القدرة حيثيات موضوعية غريبة، لأنها بديهية جداً، وخفية جداً، (6) فعملية إدراك الكلام البشري تتم عبر السمع، وإذا كان مكتوباً فالذهن يترجم الخطّ إلى صوره المنطوقة، ثم يدركها، ويتمّ ذلك بسرعة فائقة كلّما تمكن المرء من إتقان مهارتي السمع والقراءة، (7).

هذا كان دافعا قويا لأن يذهب الباحثون والمهتمون بشأن اللغة العربية في وسائل الاعلام إلى تشخيص أبرز المشكلات (التي تواجه الإعلام في العالم الثالث) ومنها استمرار الميراث الاستعماري في مجال الإعلام في أغلب دول العالم الثالث، والتي يمكن أن تتمثل في عدّة جوانب أبرزها إستعمال لغة المستعمر في أجهزة الإعلام، حيث لا تزال الصحف، والإذاعات تنشر، وتذيع باللغتين الفرنسية، والإنجليزية التي لا يجيدها سوى 10% من سكان

هذه الدول، كما يواصل الميراث الاستعماري استمراره من خلال قوانين الصحافة<sup>(8)</sup>، وهو ما نراه متحققاً في كثير من وسائل الإعلام العربية من حيث إهمال العربية، وفسح المجال رحباً للعاميات، واللغات الأجنبية للتغول في هذه الوسائل، بالإضافة إلى ظاهرة انتشار الفضائيات الناطقة بغير العربية، وترويجها للنموذج الغربي بشكل مكشوف، ولن نعدم أن نلمس هذا حتى في الفضائيات الناطقة بالعربية، إذ ما هو تفسير أن إذاعة عريقة موجهة باللغة العربية تبث يوميا بنسبة قد تصل الى أكثر من 6% بلغة أجنبية متداخلة في الحوار والصياغة مع اللغة العربية؟؟.

ونجد شيئاً قريباً من هذا الذي مرّ في مصر، والعراق، فصدور مجلات باللغة العامية في مصر لم يتحقق إلا بعد أن (جهر الأوروبيون بالدعوة إلى اتخاذ العامية لغة أدبية، فكثرت دعواتها في مصر، وفي شقيقاتها من البلاد العربية، وصاروا لا يتورعون عن محاربة الفصحى، ومحاولة الانتقاص من مكانتها، وأهميتها)<sup>(9)</sup>، ولا ريب في أنّ هذه الدعوات قد وجدت صداها لدى بعض أصحاب الصحف، فأصدروا مجلات بالعامية، أو لنقل مجلات لغتها خليط من العامية، والفصحى، واللغة الأجنبية<sup>(10)</sup>، وهكذا نجد أنّ الكلام في شأن العامية سواء من الداعين إلى ضبطها وإستعمالها، أم من المعدين والكتّاب الذين قاموا فعلاً بإستعمالها، كان يتم في توجس محسوب، و خشية كبيرة من أن توجه لهم أصابع الاتهام بالعدوان على سلامة اللغة الأم، فضلا عن توخي التوازن في تصريحاتهم - كما ذكروا ذلك - ، فقد كان هدفهم هو تسهيل الخدمة العامة بالنسبة لعامة الجمهور، والعمل على تثقيفهم<sup>(11)</sup>، غير أنّه ممّا يجب أن يذكر أيضاً هو أنّ هذا التوجّه نحو العامية كان فاتحة لفنون أدبية وإعلامية أخرى في أن تجعل العامية لغة لها<sup>(12)</sup>، وهو الذي انتشر انتشاراً ملحوظاً فيما بعد، مع ظهور وسائل إعلامية أخرى.

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

ومعظم المذيعين ومقدمي البرامج حينما يقفون أمام الميكروفون، ويتحدثون إلى الناس... تأتي لغتهم إمّا فصحي مثخنة الجراح بالأخطاء، والتجاوزات اللغوية، وإمّا موغلة

في العامية، والمؤلم أن بعضهم يملكون أسماء لأمعة، ويرأسون مجالس إدارات، أو هيئات تحرير، ومنهم أصحاب أعمدة يومية، أو أسبوعية<sup>(13)</sup>.

وفي أماكن أخرى من دولنا العربية، نجد أنّ التعامل مع اللغة في وسائل الاعلام يتم دون احترام قواعدها، وبالتالي يشكّل هذا السلوك اعتداءً صريحاً على اللغة العربية، وضرباً لهيبتها، وتكريساً صارخاً للامية في هذه البلدان التي ما زالت تفوق في المتوسط 50% بين أهلها... وبالرغم من القيود القانونية التي تفرض على المعننين استعمال لغة عربية سليمة، بعيدة عن الألفاظ الجارحة، والألفاظ الأجنبية، إلا أنّ الواقع يؤكد شيئاً غير هذا تماماً ذلك أنّ عدداً من وسائل الاعلام، بالإضافة لما سبق، تسمح باستعمال اللغتين الفرنسية والانجليزية، وتؤكد الدراسات الإحصائية أنّ استعمال اللغة العربية، واستعمال العامية يتمّ بنسبة 43% من استعمال العربية الفصحى، و47% من استعمال العامية<sup>(14)</sup>.

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

كل ذلك وغيره يأتي في ظل حماية إدارات المؤسسات الاعلامية التي منحت شرعيتها وحمايتها العامة والخاصة وجعلت من الإعلام الرسمي باهتاً، وقليل التأثير... وكان الأمر مقصود انطلاقاً من مقولة احترام مشاعر الآخرين، وتوجهاتهم، وحرّيتهم في التعبير عن ثقافتهم... بلغتهم ولهجتهم الخاصة المشنقة حيناً من العربية، أو من لغات غيرها، هي في حدودها المثلى إسقاط وتخلي مريع عن اللغة العربية، وانزياح عنها إلى ابتكارات ملفقة، وأداء فاضح، أقلّ ما يوصف به خروجه الكلي من المؤلف اللغوي العربي المعروف إلى لغة جديدة، تحمل في رحمها مهمات خطيرة لضرب اللغة الأم الأصيلة، لغة يشتد تأثيرها في الأجيال الناشئة التي تتحوّل بدورها إلى مقلّدة، لا تعرف مالها، وما عليها في ظلّ أزمة ترخي بظلالها على المحليات، وتهدّد بانكسارات، وإلغاءات خطيرة<sup>(15)</sup>.

وإذا علمنا مدى الانتشار، والتأثير اللذين يتمتع به المذيع، ومعه التلفاز، والقنوات الفضائية، أدركنا الأثر الخطير الذي تُحدثه هذه الوسائل، والفساد الذي سيخالط السنة، وعقول من يتابعونها، وهم الجمهور العربي جميعاً بلا استثناء.

إن الدعوة الى العامية هذه الايام دعوة لا تخلو من شبهات وعلامات استفهام حول مقاصدها السياسية وتشجيع النقاطات بين المجتمعات العربية التي توحدتها اللغة العربية الفصحى برغم كل الاخطار المحدقة بها.

إن اللغة العربية الفصحى تمتاز بخصائص كثيرة وكبيرة من حيث قدرتها الاتصالية بال جماهير على امتداد الوطن العربي جعلها اكثر وفاء لمطالبه وغاياته. (16)

### ثانيا - اسماء وعناوين المحطات والاذاعات العربية:

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

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

وقبل إلقاء الجواب النهائي على الباحث أن يتوخى الدقة والمنهجية العلمية الحقة، وهنا لابد من القول إنّ هناك مستويات لغوية مختلفة تنتقل في هذه الإذاعات، والفضائيات، تتراوح بين الفصحى، وشبه الفصحى، والوسطى، واللهجات المحكية المتنوعة، والخطاب الهجين<sup>(17)</sup>، وهو متلائم مع ما تقدّمه هذه الإذاعات، والفضائيات من برامج، ونشرات أخبار، وأحاديث، وتقارير، وحوارات... الخ، غير أنّ الغالب، المهيمن على ما مرّ، هو اللهجات العامية، ودسّ الكلمات، والجمل الأجنبية في ثنايا هذه العامية، ولهذا أسبابه، فهذه الإذاعات، والفضائيات همّها وغايتها الربح، لذا على الهوية، والشخصية الوطنية، ومعاني الاستقلال اللغوي أن تتوقّف عن طرح نفسها، بل تتراجع، أمّا الفصحى فعليها أن تنتظر طويلاً قبل أن تخطر ببال القائمين على أمر تلك الإذاعات، والفضائيات، فما داما لن يجذبا جمهوراً، أو يحقّقا ربحاً فلا حياة لهما في هذه الوسائل الإعلامية، وكأنّ (السوق) وما يفرضه من قوانين، وما يتطلّبه من استحقاقات هو فيصل الأمر كلّه.

وبالعودة إلى وسائل الاعلام، فهناك سبب آخر لما نسمعه، ونشاهده فيها، وهو الوهم الذي يقع فيه الكثير من أنّ إدخال المفردات، والجمل الأجنبية في سياق الكلام هو من مظاهر التميّز، والرفعة الاجتماعية، والثقافية، فلا بأس من شيء من هذه الكلمات تكون أقرب إلى الحلية، ويشير بها صاحبها إلى نفسه، التي تهمس من داخله: أنا المثقف، فانظروا إليّ، ويداخل الجمهور نوعٌ من الإعجاب بهذا الذي يسمع ويرى وقد تصيبه الدهشة في بعض الاحيان، والادهى والامر أن بعض البرامج الدينية لم تسلم من هذه العامية، وهي المتوقع منها أن تقدّم حواراً بالفصحى، غير أنّ الأمور تجري على غير ما يشتهي محبّو العربية، وسبب ثالث، وهو أقرب إلى الحجّة القديمة المتجددة (إنها رغبة الجمهور) باللهجات العربية المتعددة وأكثرها شهرة (الجمهور عايز كده)، تلك الحجة التي يسوقها القائمون على أمر هذه الإذاعات، والفضائيات، ومعهم من يلوذ بهم من منتفعين، ومروّجي سلعتهم الإعلامية، مجاهرين أنهم بصنيعهم هذا، يهبطون بخطابهم<sup>(18)</sup>، وكأنّ هذا الجمهور قد طلب هذا التدني في اللغة فاستجابت هي له.

لكن هل أجرت تلك المؤسسات الإعلامية دراسة قامت نتائجها على استطلاع رأي هذا الجمهور، فأنت النتائج بهذه الحجّة؟ لعلّها لم تصنع شيئاً من هذا، وكان الواجب أن (ترفع) الجمهور إلى المستوى اللغوي، والثقافي المنشود.

أما إشكاليات تدفق الأفلام والمسلسلات المدبلجة على قنواتنا العربية الفضائية، فالمجتمعات العربية تتحمل المسؤولية بكل مسمياتها لهذا الخطر الكامن وراء عدم محتويات تلك المواد الدرامية لثقافة المجتمع في توجهاتها ولغتها ومفرداتها، بل لابد من تخصيص منافذ إجتماعية وإعلامية للتحذير من الظواهر السلبية، خصوصاً أن الدراما تؤثر في الجمهور تأثيراً كبيراً.

### ثالثاً: منحى جديد للغة العربية في البرامج الإخبارية.

بعض النماذج كافية لنقل ما عرضناه لترجمته إلى واقع عملي، يبدأ أحد المذيعين في إذاعة دولية معروفة بقراءة نشرة الاخبار على أسماعنا بخبر نصه الاتي: (لم ينجح وزراء الدول السلاس الكبرى اميركا وبريطانيا وفرنسا في طرح مشروع يدين القصف الكيماوي الساني على المدنيين في سوريا)، الى آخر نص الخبر.. وبالطبع فإن ( السلاس يقصد بها

الثلاث ، و(الساني) يقصد بها الثاني... هذا طبعا في نشرة أخبار رئيسة لتلك الاذاعة الدولية، والامثلة كثيرة على أخطاء النطق والصياغة في الاخبار، الجدير بالذكر أن هذا النموذج يحظى بنسبة إستماع عالية بل ويعتبر مصدرا للكثير من وسائل إعلامنا المحلية<sup>(19)</sup>.

أما البرامج المنوعة فتلك أمور مروعة، ففي إحدى الفضائيات العربية تظهر لنا المذيعات لتخبرنا بأن ضيفها في حلقتها الاستثنائية الفنان العربي المعروف (قاظم الساهر)، ولنا أن نتخيل كم تكرر إسم الفنان المعروف (قاظم الساهر) بالطريقة التي نطقت إسمه المذيعات المحترفة التي تتقاضى أجرا قد يكون خياليا لبعض الدرجات الوظيفية الرفيعة في معظم بلدان العالم!!! ولكن يحسب لها ومثيلاتها إستبدال حرف الكاف بالقاف مع سبق الإصرار والترصد<sup>(20)</sup>!!

وفي مثال ثالث يطل علينا مذيع في برنامج تفاعلي يخاطب قطاعات مختلفة وفئات متنوعة في إحدى الفضائيات العربية، ليتحدث عن حادث مروري مؤسف راح ضحيته أربع أشخاص نتيجة اصطدام سائق موتر كان يقود موتره بسرعة Over جنونية لأنها كانت سيارة فئة 4 Wheel فل اوبشن آخر موديل من نوع لاند كروز، ولم يلتزم بالتعليمات المكتوبة على الساين بورد المنتشرة على قارعة الطريق<sup>(21)</sup>.

ونسلم في قناة فضائية أخرى أستاذة في إحدى الجامعات العربية، متخصصة في الإعلام، تعلن عن مسابقة تجريها الجامعة، يُسمح فيها بالاشتراك لفئات مختلفة من الطالبات. تقول: (الطالبة ممكن تعمل أكثر من عمل فني، مسموح إلهما أن تبعتلنا فقط واحد، ممكن يكون (poster) ، أو ممكن يكون (sketch)، وبعدها في Application ممكن يعملولو Downloading من الـ Websites الخاصة بالـ University!!..<sup>(22)</sup>

وبالنظر للتراكيب والصياغة في عشرات الجمل الأكثر إستعمالا في نشرات الاخبار والبرامج الأخرى، يذكر الباحث نماذج للأخطاء التي غالبا ما يقع فيها المذيعون:<sup>(23)</sup>

في الاخبار: هنا القادم بسلامة الوصول.

والصواب: هنا القادم بوصوله سالمًا.

منظمة دولية (بفتح وسكون).

والصواب: دُولِيَّة (بضمّ وفتح).

لا حلاً عسكرياً للنزاع.

والصواب: لا حلّ عسكرياً للنزاع

في مقدمات البرامج: نقدم حلقة (بتسكين اللام).

والصواب: حلقة (بفتح اللام).

في برامج الصحة: الأخصائي الجراحة.

والصواب: اختصاصي الجراحة، أو المختص في الجراحة.

وغيرها العديد والكثير من الأخطاء التي لامجال لحصرها جميعا في متن هذا البحث.

أما أسماء وعناوين البرامج، فحدث ولا حرج في إطار إهمال اللغة العربية، ولنا في هذا الصدد أن نسوق عشرات الأمثلة بل المئات منها في إذاعاتنا وقنواتنا الفضائية، والتي جاء معظمها نقلا عن المسميات التي تستخدم في القنوات الاجنبية ربما تبدأ من ستار أكاديمي مروراً بـ ARABS GOT TALENT إلى الـ X FACTOR، و الـ أراب أيدول و الـ Deal or no deal، و ذا فويس، والقائمة تطول وتطول .

وبتلك الطرق وغيرها إستشرى هذا العدوان الصارخ والقتل العلني مع سبق الإصرار للغة العربية في هذه الإذاعات، والفضائيات، إلّا في القليل النادر الذي ليس بإمكانه مواجهة هذا الكم الهائل من الحيف الذي يلحق يوميا باللغة العربية!! مما يشي بوجود خطّ مرسوم للسياسة الإعلامية التي تلتزم بها المحطات التلفزيونية ومعها الإذاعات.

#### رابعاً- الترجمة في القنوات الفضائيات العربية:

غالبا ماتكون ترجمة الحوارات الفكرية والثقافية في الافلام الاجنبية في غاية التعقيد إذ أنها تخضع للتفسير والفهم الشخصي للمترجم، وهذا سببا كافيا في أن لا يخوض الباحث في حيثياته في متن هذا البحث، وسيكتفي بالإشارة إلى مفردات الألفاظ النابية والشتائم التي تنتشر في المجتمعات الغربية، التي أضحت جزءاً من الخطاب اليومي يتقبلها المجتمع والفكر المجتمعي كأسلوب من أساليب التعبير هناك، وبذلك اصبحت الأفلام تحتوي على جرعات كبيرة من تلك الألفاظ، ولأن القنوات الفضائية العربية لايمكن لها أن تنقل معنى النص مثلما هو في الانجليزية فيكون هناك إختلافا كبيرا بين النص الأصل والترجمة وطرق تناول المترجمين لتلك النصوص وترجمتها الى اللغة العربية، فتلجأ القنوات الى حذف

الترجمة العربية أو تحريفها تحريفاً يخل بالمعنى المراد مع الإبقاء على الحوار الأصلي (الصوت) على الفلم، وفي ذلك جرح لمشاعر المشاهدين الذين يعرفون اللغتين واستخفافاً بمبدأ الأمانة والمهنية في الترجمة، وحيث ان أخلاقنا وقيمنا المأخوذة من تعاليم ديننا لا تقبل أن تخترق آذاننا تلك العبارات المفروضة علينا فرضاً فيتساءل الباحث: لماذا تحذف أو تشوه الترجمة ويبقى على الأصل؟ وبما أن هذه الافلام تبتث على مدار الساعة فقد يشاهدها صغارنا وكثير منهم يتقن اللغة الانجليزية فيتابع الفلم دون الحاجة لقراءة الترجمة، وعندما يستمع الصغير الى تلك العبارات فسوف يعتقد أنها مسألة طبيعية، وأن الأهل والعائلة يوافقون على تداولها والتعامل بها!!.

ومن التجربة الشخصية للباحث، يجد أن هناك بعض المفردات والجمل اكتسبها الشباب والمراهقون العرب وصارت متداولة بالفعل في خطابهم وحديثهم بفعل تعرضهم للافلام الاجنبية، لا مجال لذكرها في متن هذا البحث والحقيقة أن الباحث يأنف ويترفع عن ذكرها.

وما يبعث للسخرية اننا نسمع تلك العبارات النابية في الفلم لكننا نقرأ لها ترجمة تثير الضحك والاستهجان، وشر البلية ما يضحك فالأمر جد خطير وجدير بالملاحظة:  
أما الأسلوب الذي تعلن به القناة عن الأفلام القادمة فيخطط المذيع/المذيعه الكلمات العربية مع الانجليزية في عملية تشويه متعمد للغة العربية فيذكر اسم الفلم مثلاً ثم يقول: في الساعة العاشرة KSA. وهناك عبارات تكشف عن جهل المترجم بالثقافة المترجم عنها وبالعبارات الاصطلاحية في اللغة الانجليزية منها على سبيل المثال: رجل شرطة يتحدث باللاسلكي مع المركز ويبلغهم برقم سيارة عهد اليه بمراقبتها فقال: India, Romeo, Juliet 534 ، الترجمة: انديا روميو جوليت 534، وهذا خطأ واضح فمن المعروف عالمياً ان أرقام لوحات السيارات تتألف عادة من أحرف هجائية وأرقام، أما تلك الكلمات التي تقوه بها الشرطي فكانت لإبلاغ مركز الشرطة او المعلومات بالأحرف الهجائية فيلجأ الى قول India ويقصد الحرف الأول من الكلمة وهو "I" وذلك توضيحاً للحرف المراد ومنعاً للإلتباس من تشابه نطق بعض الأحرف عبر الهاتف وهكذا يكون رقم السيارة كالتالي IRJ 534<sup>(24)</sup>.

إن ترجمة الأفلام في بعض قنواتنا تتعرض للكثير من الحذف الواضح الذي لا يخفى على المترجم المبتدئ، كما يغلب على أساليب الترجمة عدم الإهتمام بالعناصر الدلالية للمفردات والإغفال المتعمد للتلميح والإشارات الضمنية وبالتالي لا يمكننا بحال أن نعزو المعنى الذي نقله إلينا المترجم الى الكلمة الأصل التي نسمعها جيداً ولكننا نضطر إلى قراءة ترجمة مشوهة لها.

اذن فالسؤال الذي نطرحه هنا هو : لماذا تلجأ بعض القنوات الى حجب الترجمة التي تتعلق بالأمر الجنسية ولغة السباب؟ هل لأن قيم المجتمع المستهدف لا تسمح بذلك؟ وإذا كان الجواب .. نعم .. اذن كان الاجدر بتلك المؤسسات حذف الاصل !!

والسؤال من منطلق مهني بحت: لماذا نسمع كلاما في الفلم باللغة الانجليزية ونقرأ على الشاشة ترجمة عربية مغايرة هي نوع من التجميل لعبارات بذيئة في النص الأصل؟. هل هذا الإختزال المخل من فعل المترجم ام من القناة؟ ما هو موقف المترجم الذي يرى انتاجه يتعرض لتدخل من القناة بالتعديل والتحوير؟ ما أثر تلك الترجمة على اللغة العربية ؟

لذلك فمن الضرورة بمكان محاصرة القصور اللغوي في موضوع الترجمة، وتقادي الوقوع في الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام العربية.

#### خامسا - الإعلان في الفضائيات والاذاعات العربية:

يشكل الاعلان في العديد من وسائل الاعلام مصدرا من مصادر التمويل لها، بل وفي بعضها يكون بمثابة محرّك بوصلتها، فما دام الهدف هما المستمع، والمُشاهد، والهّمّ الوحيد هو الربح، يتوارى في الخلف خطر تسليع الثقافة، بل مع الثقافة، كلّ شيء، فإذا استوى هذا كله على ساقه، وأينع زهره، ونضجت ثمرته، فليس سوى هذا (الإعلان) ليكون المنقذ، والمخلص، فهو مورد الأموال<sup>(25)</sup>، فهذا هو المهم، فبأية لغة يؤدّى الإعلان في الإذاعات، والفضائيات العربية؟

ولن نعرف أهمية الإعلان<sup>(26)</sup>، وخطورته في آن واحد، إلا بالتوقف قليلاً عند مصطلح آخر، يجد له في الإعلام مكاناً رحباً، هو الدعاية<sup>(27)</sup>، وهما، أي الدعاية والإعلان، يقتريان في مواضع، ويفترقان في أخرى، ومن المؤكد أنّ السبب الرئيس في الافتراق يعود إلى

الوسائل المستخدمة، لكنهما يقتربان في الغاية، فكلاهما يبحثان عن التأثير، لكننا نجد أن هنالك ممارسات تخدش السياق العام، لكن لا مباديء تدعو المعلنين إلى الأرق والقلق .

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

(المشجع الحقيقي يحلم كورة يتنافس كورة ويعيش على الكورة)!! (إديني حنان من اللي أنا مش حاسه بقالي زمان)!! و (e live come in..12345678.. what happened معكم اينما كنتم)، و(لحق حالك ع البيتزا، هي القوة وهي لكل البلدان فيزا)، ( شركة ماء... هذا الماء ليس مجرد ماء )!! و(أوعا تنسى شو قلناك، من كلّ ميلا سؤال، وبكلّ عدد جواب) (28).

هذه نماذج للإعلان في فضائيات، من تونس، ومصر، ولبنان، والعراق، والامارات، ولعلّ مئات، بل آلاف غيرها تعرض في كلّ يوم على هذه الشاشات، ما يدفع إلى التوقف أمام هذا الأداء اللغوي لوسائل الإعلام...

ما نراه من طغيان للعامية في الإعلانات الصحفية، والإذاعية، والتلفزيونية التي تكرس العامية، وتزداد خطورتها نظراً لتكرارها، واتصالها بحاجات الناس من سلع، وخدمات، وقد يقول قائل: إن هذه المسميات جاءت كما هي بنطقها الأجنبي، وبعضها لا يُترجم، أو يعرّب، وهذا صحيح بقدر ما، ولكن ليس بهذا التعميم<sup>(29)</sup> لأنّ في بعض الإعلانات هنالك نزوعاً واضحاً إلى إحلال المعنى الأجنبي محلّ العربي، وكأنّ المعلن لا يحب العربية، ويتزيّن بالأجنبية<sup>(30)</sup>

إنّ هذه الإعلانات، وهي بهذه الكثرة، وهذا التكرار، وبهذا العدوان الصريح على لغتنا الام، ذات أثر تقويضي لأركان العربية في مجتمعاتنا، لاسيما أنّ متابعي هذه الإعلانات

من فئات عمرية مختلفة، لا فرق فيها بين الرجل والمرأة، أو الكبير والصغير، فكأنهم هدف لها، وكلهم متأثر بلغتها، بل قد يصل الأمر في كثير من الأحيان إلى الاعتقاد أن هذه اللغة الموظفة في الإعلان هي الصحيحة والانسب لكل فعالية فنية أو ثقافية أو إجتماعية .

لقد كان للإعلان، بما له من سلطات واسعة، وانتشار كبير، وتكرار دائم، أن يكون عاملاً مهماً، وفاعلاً في ترقية العربية، وإشاعة الفصيحة بين جنابته، ونقلها بعد هذا إلى الجمهور، وبما أنه مقترن بالمتعة، والتشويق، فقد كان من السهل تحقيق هذه الغايات، فيما لو أحسن إخراجها، ونالت لغته العناية المطلوبة، استناداً إلى رؤية واضحة، ولكنّه التشويه الكامن، والتدبير لنشر مستوى معين من العربية ليصبح هو المستوى الوحيد، وتغييب، بفعل الاستمرار والتعود، المستوى الآخر الذي نلحّ في طلبه، والوصول إليه، وليستمر المتلقون يتذوقون مرارة الأمر، ومن بينهم أجيال من الأطفال، والشباب التي تقطعت صلتها بلغتها، وتوشك أن تغرق، وطوق النجاة قريب منها، ولكنّه يبدو بعيداً، مالم يرشدهم إليه المرشدون، وينطق الصامتون<sup>(31)</sup>.

#### سادساً: اللغة في اغاني الفضائيات والاذاعات العربية.

إن المتابع لوسائل الاعلام على اختلافها يقرأ ويسمع فواصل غنائية إعلانية قد كتبت باللغة العامية المبتذلة وهذه الفواصل نراها في كل مكان في الإذاعة والتلفاز، من قبل المؤسسات المعنية بالإعلان التي لا هم لها سوى الربح ، و بالتالي فإن هذا الواقع التي تعيشه وسائل الإعلام يساهم في إيذاء اللغة العربية والترويج للأفكار والألفاظ التي تحرف كلماتها وتغير معانيها، وقد أدى هذا المستوى المتدني واستخدام وسائل متعددة ومتنوعة من الشخصيات الفنية وغيرهم إلى تأثر جماهير أجهزة الإعلام لاسيما الأجهزة السمعية والبصرية بما يسمعون ويشاهدون، فضلا عن المساهمة في إنتشار الكلمات المحرفة والمصطلحات السوقية بين أوساط المشاهدين.

وهو ما أوصلنا أن نستمع إلى أغاني تقول كلماتها : بسبس ميو!! و اذا أشعل وأطفيلك ضوه الباب .. يعني أني وحدي وأهلي غياب !!، والعكربة !! تدري الحب شو مسوي بيه مشاني على ايديه !! حبيبي إجابني غباشي رايد بوسه ع المشاي !! بهداوة تقربت

منه صوت إحساسي عليته.. ردت روجي من شفته جناها جكايته !! وهناك ما هو ابشع وأشنع .. و إلى آخره من مهازل الكلمة والمعنى في الأغنية العربية الحديثة .

إن لا بد للأجهزة الإعلامية أن تساهم في الارتقاء بمستوى اللهجات العامية التي تقدم بها البرامج بحيث تصبح الألفاظ الفصحى وتعبيراتها أكثر تداولاً على الألسنة تمهيداً لتعميم استعمال اللغة العربية الفصحى في جميع البرامج إذ إن هذه اللغة الفصحى هي الأساس للثقافة العربية، وتعميم استعمالها يمكن مخاطبة جمهور أوسع، وبالأخص الاطفال الذين غابت برامجهم إلى حد كبير في الفضائيات .

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

### النتائج والتوصيات:

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

1. ضرورة إخضاع المذيعين والمقدمين للبرامج والاخبار الى اختبار دقيق في النطق والنحو.
2. ضرورة إخضاع المحررين ومعدّي البرامج والاخبار الى اختبارات في إعداد وصياغة الجمل والتركييب.

3. ضرورة إخضاع المترجمين أو تدريبهم على الترجمة الإعلامية الخاصة بالعمل في تلك المؤسسات.
4. على وسائل الإعلام أن تراعي الابتعاد عن الألفاظ الوضعية الغربية غير المألوفة.
5. عدم التكلف في صياغة النصوص الإعلامية .
6. الابتعاد عن الألفاظ المبتذلة وكذا مظاهر الإسفاف واختيار الكلمات الهابطة لعرض المعاني بهدف الارتقاء بمستوى الجماهير ورفع مستوياتهم اللغوية وملكاتهم الفكرية.
7. إنتاج برامج خاصة بالأطفال تعنى بزرع حب اللغة العربية في نفوسهم وقلوبهم.
8. ينبغي على القائمين على وسائل الاعلام أن يعلموا علم اليقين أن اللغة العربية تتميز بميزات تجعلها جديرة بأن تكون لغة إعلامية تقوم على نسق الفن الإعلامي الحديث لعل من أهمها البساطة والمرونة والغنى في المرادفات.
9. إخضاع العاملين في المؤسسات الإعلامية لدورات تنمية المهارات المتعلقة بسلامة اللغة العربية نطقاً وصياغة وكتابة.
10. اتخاذ التشريعات الرسمية التي تلزم وسائل الإعلام باتخاذ اللغة العربية لغة الحديث وتجريم كل من يخالف هذه التشريعات.
11. إعادة تقييم المساحة التي يتم إفرادها حالياً لبرامج البث المباشر، وتكريس إستعمال اللهجات المحلية والعامية في تنفيذ هذه البرامج، وذلك بالنظر الى الآثار السلبية لهذه الممارسة على وضعية اللغة العربية.

## الهوامش:

- (1) نصر الدين لعياضي، مساءلة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1991، ص 159
- (2) عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء القاهرة، 1998، ص 107-108.
- (3) عبدالله أبو هيف، اللغة العربية وتحديات العولمة، المجلة العربية للثقافة، ع 43 س 21، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، ديسمبر 2002، ص 418.
- (4) علي الوردي، بواكير الحضارة الحديثة في العراق، وينظر: لمحات اجتماعية من تاريخ العراق الحديث، ج 231/3، وينظر: ذاكرة الورق، ج 420/1.
- (5) عواطف عبد الرحمن، الإعلام العربي وقضايا العولمة، 2003، ط 1، ص 27-28، وينظر كتابها (قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث)، ط 1، ص 13-16.
- (6) عبدالله الغدامي، الثقافة التلفزيونية، المركز الثقافي العربي، ط 2، المغرب، 2005، ص 45-46
- (7) شاكِر عبد الحميد، عصر الصورة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ط 1، الكويت، 2005، ص 391.
- (8) عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، ص 24-25.
- (9) نفوسة زكريا سعيد، تاريخ الدعوة إلى العامية وآثارها في مصر، ص 93.
- (10) عبد الوهاب المسيري، اليد الخفية - دراسات في الحركات اليهودية الهدامة والسرية، ص 232-233-234.
- (11) عبدالجواد توفيق محمود، الواقع اللغوي في العالم العربي في ضوء هيمنة اللهجات المحلية واللغة الإنجليزية، 2014
- (12) نفوسة زكريا، تاريخ الدعوة إلى العامية، ص 239 - 240 - 241.
- (13) أحمد مختار عمر، أخطاء اللغة العربية المعاصرة، ص 21.
- (14) محمد طلال، اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في المملكة المغربية، بحث منشور ضمن كتاب الموسم الثقافي الحادي والعشرين لمجمع اللغة العربية الأردني. سنة 2003، ص 20 و 33.
- (15) سالم المعوش، اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في لبنان، بحث منشور ضمن كتاب الموسم الثقافي الحادي والعشرين لمجمع اللغة العربية الأردني، ص 148 و 160-161.
- (16) احمد أمين، النقد الأدبي، دار الكاتب العربي - بيروت، ط 4 " 1967، ص 124، 125.
- (17) نهاد الموسى، اللغة العربية في العصر الحديث، ص 13.
- (18) مصطفى محمد الحساوي: واقع لغة الإعلام المعاصر، ص 152.
- (19) من ملاحظات الباحث ومشاهداته.
- (20) من ملاحظات الباحث ومشاهداته.
- (21) من ملاحظات الباحث ومشاهداته.
- (22) من ملاحظات الباحث ومشاهداته.
- (23) من ملاحظات الباحث ومشاهداته.

- (24) من مشاهدات ومتابعة الباحث.
- (25) عواطف عبدالرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، ص91.
- (26) نسيم الخوري، الإعلام العربي وانهايار السلطات اللغوية، ص399.
- (27) عبدالرزاق الدليمي، الإعلام والعولمة، ص68-69.
- (28) من مشاهدات ومتابعة الباحث على قنوات فضائية عربية.
- (29) سعد محمد الكردي، الإعلام وتنمية المَلَكَة اللغوية. بحث منشور بمجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، وهو من بحوث ندوة (اللغة العربية والإعلام). سنة 1999، ص651.
- (30) عبد العلي الودغيري، لغة الإعلان في وسائل الإعلام، ص744-745. و ينظر كتابه: اللغة العربية في مراحل الضعف والتبعية، ص121.
- (31) وفاء كامل فايد، بحوث في العربية المعاصرة، ص 12.

## المصادر والمراجع:

### أولاً: الكتب:

- 1- أحمد مختار عمر، أخطاء اللغة العربية المعاصرة عند الكتّاب والإذاعيين، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 1991.
- 2- احمد أمين، النقد الأدبي، دار الكاتب العربي - بيروت، ط4 " 1967.
- 3- السعيد محمد بدوي. مستويات العربية المعاصرة في مصر، دار المعارف بمصر، سنة 1973.
- 4- شاكِر عبدالحميد، عصر الصورة، الإيجابيات والسلبيات، سلسلة عالم المعرفة الكويتية، سنة 2005.
- 5- عواطف عبدالرحمن، الإعلام العربي وقضايا العولمة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 1999.
- 6- عبدالرزاق محمد الدليمي، الإعلام والعولمة، مكتبة الرائد العلمية، عمّان، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2004.
- 7- عبدالله الغدامي، الثقافة التليفزيونية - سقوط النخبة وبروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، الطبعة الأولى، سنة 2004.
- 8- عبدالسلام المسدي، العرب والانتحار اللغوي، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، الطبعة الأولى، سنة 2011.

- 9- عبد الوهاب المسيري، في الخطاب والمصطلح الصهيوني، دراسة نظرية وتطبيقية، دار الشروق، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 2003.
- 10- عواطف عبدالرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، سلسلة عالم المعرفة الكويتية، يونيو (حزيران) ، سنة 1984.
- 11- عبد العلي الودغيري، اللغة العربية في مراحل الضعف والتبعية، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 2013.
- 12- عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء القاهرة ، 1998.
- 13- عبدالله أبو هيف، اللغة العربية وتحديات العولمة، المجلة العربية للثقافة، ع 43 س 21، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، ديسمبر 2002.
- 14- علي الورد، لمحات اجتماعية من تاريخ العراق الحديث، دار كوفان للنشر، لندن، سنة 1992.
- 15- عبدالعزيز حمودة، المرايا المقعرة، نحو نظرية نقدية عربية. سلسلة (عالم المعرفة) الكويتية. العدد (272). سنة 2001.
- 16- عبد الوهاب المسيري، اليد الخفية، دراسات في الحركات اليهودية الهدامة والسرية، دار الشروق، القاهرة. بيروت، الطبعة الأولى، سنة 1998.
- 17- نسيم الخوري، الإعلام العربي وانهايار السلطات اللغوية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 2005.
- 18- نفوسة زكريا سعيد، تاريخ الدعوة إلى العامية وآثارها في مصر، دار نشر الثقافة، الإسكندرية، الطبعة الأولى، سنة 1964.
- 19- مصطفى محمد الحسناوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2011.
- 20- نصر الدين لعياضي، مساءلة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1991.
- 21- وفاء كامل فايد، بحوث في العربية المعاصرة، عالم الكتب، القاهرة، سنة 2003.

ثانيا: البحوث:

- 22- سعد محمد الكردي. الإعلام وتنمية الملكة اللغوية بين الواقع والطموح، بحث منشور بمجلة مجمع اللغة العربية بدمشق. الجزء الثالث. المجلد الرابع والسبعون، سنة 1999، وهو من بحوث ندوة (اللغة العربية والإعلام) التي عُقدت سنة 1998.
- 23- سالم المعوش. اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في لبنان، بحث منشور ضمن كتاب الموسم الثقافي الحادي والعشرين لمجمع اللغة العربية الأردني، سنة 2003.
- 24- عبدالجواد توفيق محمود، الواقع اللغوي في العالم العربي في ضوء هيمنة اللهجات المحلية واللغة الإنجليزية، بحث منشور في مجلة رؤى استراتيجية، 2014.
- 25- محمد طلال، اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في المملكة المغربية، دراسة تحليلية ونقد... بحث منشور ضمن كتاب الموسم الثقافي الحادي والعشرين لمجمع اللغة العربية الأردني. سنة 2003.