# دور اللغة الإعلامية في رفع المستوى الثقافي للمجتمع

أ.م.د. باسم رشيد زوبع

الجامعة العراقية - كلية الآداب

# مستخلص

تتناول الدراسة الحالية دور اللغة الإعلامية في رفع المستوى الثقافي للمجتمع، هدفت الدراسة التعرف على دور اللغة وما تحمله من أفكار في رفع المستوى الثقافي عن طريق وسائل الاتصال المختلفة، لم تعد اللغة المنطوقة والمكتوبة موثوقاً بها كل الثقة في إيصال الدلالة الدقيقة وتحقيق التواصل. ولقد درست هذه المواضعة الفكرية ( ولا نقول الحقيقة ) منذ أمد بعيد. وكان الفلاسفة أول من اعتنوا بدلالة الكلمات وعلاقة اللغة بالفكر، وحين اتسع نطاق التواصل مع اتساع الوسائل الإعلامية ظهر السؤال بقوة هذه المرة انطلاقا من فكرة مؤداها أن اللغة في إطار الاتصال قد لا تسهم في نقل المعرفة الحقيقية والأفكار المؤدية إلى بناء اتصال فعال يُعَوَّل عليه في التقدم الحضاري. وقد تقصر في نقل المجتمع إلى حالة من التميز الفكري يعالج مواطن الخلل في البنية الفكرية التي تعاني منها المجتمعات. وحين يُدْرَسْ الاتصال تُدْرسْ اللغة إلى جانبه. ولقد توسع معنى اللغة من الرموز اللفظية إلى الرموز غير اللفظية ومنها الصورة ودلالاتها، فارتبطت الكلمات بدلالات جديدة بعد أن فقدت علاقتها اللغوية المفترضة جمالها التاريخي. ولغرض الوصول إلى الحقائق التي يهدف البحث إلى معرفتها، استخدم الباحث المنهج التحليلي للوصول إلى النتائج والتوصيات الخاصة بالبحث. وكان من أهم الاستنتاجات التي توصل إليها الباحث هي:

١- للغة دور كبير في تطور المجتمعات.

٢- هناك علاقة قوية بين اللغة والثقافة.

٣- فقدان الخطاب الإعلامي استقلاليته بسبب انفتاح اللغة على التاريخ والثقافة.

٤- امتلاك وسائل الإعلام دوراً واسعاً في عملية التثقيف والتربية والتعليم.

٥- إهمال التطور الهائل في اللغات سيؤدي إلى مزيد من العزلة اللغوية والانعزال التاريخي.

وعليه وفي ضوء استنتاجات البحث أوصى الباحث:

١- إلزام وسائل الإعلام برفض الإعلانات التجارية المصاغة بالعامية أو باللغة الأجنبية وعدم بثها.

٢- تجريم كل من يتحدث أو يكتب بالعامية في أي وسيلة إعلامية.

٣- بذل الجهود من قبل القائمين على الوزارات ومؤسسات الإعلام في البلاد العربية من خلال تنقية وسائلهم الإعلامية من كل شائبة تحط من قدرة اللغة العربية.

## المقدمة

لم تعد اللغة المنطوقة والمكتوبة موثوقاً بها كل الثقة في إيصال الدلالة الدقيقة وتحقيق التواصل. ولقد درست هذه المواضعة الفكرية (ولا نقول الحقيقة) منذ أمد بعيد. وكان الفلاسفة أول من اعتنوا بدلالة الكلمات وعلاقة اللغة بالفكر وحين اتسع نطاق التواصل مع اتساع الوسائل الإعلامية ظهر السؤال بقوة هذه المرة انطلاقا من فكرة مؤداها أن اللغة في إطار الاتصال قد لا تسهم في نقل المعرفة الحقيقية والأفكار المؤدية إلى بناء اتصال فعال يُعَوَّل عليه في التقدم الحضاري. وقد تقصر في نقل المجتمع إلى حالة من التميز الفكري يعالج مواطن الخلل في البنية الفكرية التي تعاني منها المجتمعات. وحين يُدْرَسْ الاتصال تُدْرسْ اللغة إلى جانبه. ولقد توسع معنى اللغة من الرموز اللفظية إلى الرموز غير اللفظية ومنها الصورة ودلالاتها، فارتبطت الكلمات بدلالات جديدة بعد أن فقدت علاقتها اللغوية المفترضة جمالها التاريخي.

لقد دُرِسَ الخلل في الاتصال انطلاقاً من الخلل في اللغة. وكان عصر النهضة الأوربي من أكثر العصور خصباً وغنى فيما يتعلق بدور اللغة في بناء نظام فكري معرفي جديد. وكانت المجتمعات الأوربية تستعد بعد أن أنجزت تقدماً هائلاً في المستوى العلمي إلى الانتقال إلى مرحلة جديدة.

## المبحث الأول

## الإطار المنهجي

### تعريف المفاهيم:

**الإعلام:-**

هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات. بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم[١].

**وعرفه العالم الألماني ( أوتوجروب ) أنه:**

التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت[٢].

**اللغة:-**

فهي مع وضوح أمرها وجريانها على كل لسان فقد وجد الدارسون في تعريفها تعريفاً دقيقاً بعض المشقة وانقسموا بهذا الصدد إلى فرق وطوائف(٣).

**فهي عند أرسطو:-**

نظام لفظي محدد نشأ نتيجة اتفاق بين أفراد المجموعة البشرية في مكان ما. وهي رمز للفكر وهي فرق بين الإنسان والحيوان. فالنطق والفكر عند أرسطو متلازمان والنطق خاصة الإنسان وبدون الكلمات لا يتيسر الفكر ولا العلم(٤).

ويرى رزاق إبراهيم حسن

أن اللغة هي من أبرز ملامح عصر ثورة المعلومات والاتصالات وباتت تحيط بحياة الناس عبر وسائل الاتصال الجماهيري في كل مكان وفي كل ساعة من ساعات اليقظة. كما أن وسائل الاتصال الجماهيري قد أثرت في الوعي وأعادت إنتاجه فمساهمة اللغة في تحديد الأداء الكلي للمجتمع المعاصر تزداد سواء من داخله أو من خارجه(٥).

وترى نور النقيثان أن الإعلام:

هو عملية نقل الخبر أو وجهة النظر أو كلاهما من طرف إلى طرف آخر(٦).

وعرفته أميرة عبد الله جاف:

بأنه عملية نقل يتم بها إيصال خبراً أو فكرة من طرف ناقل مرسل إلى طرف منقول إليه مرسل إليه(٧).

ويعرفه بعض خبراء الإعلام والاتصال:

بأنه إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من أمور وحوادث سواء في الشؤون الداخلية أم الخارجية(٨).

**مفهوم اللغة الإعلامية**

تحظى اللغة الإعلامية في أي مجتمع بأهمية بالغة بالنظر إلى الدور الذي تمارسه في التواصل الاجتماعي فهي عالم رحب وفسيح يمارس من خلاله الإنسان حرية التعبير والتفكير. فاللغة رداء الفكر ولباسه وكل تطور يحصل في المجتمع يتردد صداه من خلال مؤسسة اللغة باعتبارها الناطق الرسمي باسم الأمة والمعبر عن حياتها(٩).

وعلى الرغم من شيوع مصطلح اللغة الإعلامية وتداوله في كثير من الكتب والدراسات فإنه لا يوجد تعريف محدد أو معين لهذا المصطلح ومنها هي اللغة التي تشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحثية والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب، ذلك لأن مادة الإعلام في التعبير عن المجتمع والبيئة تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة. واللغة هي وسيلة الإعلام أو المنهج الذي تنقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل. فاللغة اللسانية والإشارات والصور والسينما كلها وسائل لنقل الرسالة، ويذهب الدكتور عبد العزيز شرف كذلك إلى أن الكلمات في وسائل الإعلام لها صورتان من الوجود. وجود بالقوة ووجود بالفعل. فكل كلمة تسمع أو تنطق تترك في أثرها مجموعة من الانطباعات في ذهن كل من المتكلم والسامع يشترك الأول بطريق إيجابي وخاصة في وسائل الإعلام بوصفه بادئاً بالاتصال والثاني بطريق سلبي بوصفه مستقبلاً ويشكل المعنى المشكلة الجوهرية في علم الإعلام اللغوي. اللغة إذن في ذاتها ليست وسيلة اتصال وإنما يمكننا القول بأن اللغة تؤدي وظيفة اتصالية أو بمعنى آخر أن الاتصال وظيفة من وظائف اللغة. قديماً يؤكدون أن اللغة وعاء الفكر وأن وظيفتها هي التعبير عن الفكر البشري سواء كان متعلقاً بأمور عقلية أم بالعواطف والأحاسيس والرغبات الإنسانية(١٠).

**الثقافة وأهميتها في المجتمع**

الثقافة هي مجموعة من الأشكال والمظاهر لمجتمع معين تشمل عادات، ممارسات، قواعد ومعايير كيفية العيش والوجود من ملابس، دين، طقوس وقواعد السلوك والمعتقدات، ومن وجهة نظر أخرى يمكن القول أن الثقافة هي كل المعلومات والمهارات التي يملكها البشر(١١).

ولقد عالم الاجتماع الأمريكي المعروف تالكوت بارسونز عام ١٩٤٥م أن الثقافة تتكون من تلك النماذج المتصلة بالسلوك ومنتجات الفعل الإنساني التي يمكن أن تورث، بمعنى أن تنتقل من جيل إلى جيل بصرف النظر عن الجينات. أما تايلور فقال أن الثقافة هي ذلك الكل المعقد أو المركب الذي يتضمن المعرفة والعقيدة والفن والاختلاف والقانون والعادات وكل المقومات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع. أما دكتور إبراهيم عثمان أستاذ الاجتماع في الجامعة الأردنية فقال، أن مفهوم الثقافة هذه غاية في التجريد يشير في معناه العام إلى طريقة

الحياة الكلية لجماعة أو شعب ويشمل في مضمونه القيم والمعاني والرموز والتصورات والمعرفة والتراث والتطلعات والآداب والفنون مشكلاً في كله الإطار العام للهوية الجماعية ومن ضمنها مرجعية الانتماء والهوية الفردية ويشكل هذا الإطار الثقافي مستوى التنظيم المعياري لأنماط الفكر والشعور والفعل(١٢).

ويقول مالك بن نبي أن الثقافة هي التركيب العام لتراكيب جزئية أربعة هي الأخلاق والجمال والمنطق العلمي والصناعة(١٣).

ويرى الدكتور سعيد عبد الله حارب أن الثقافة هي المعبر الحقيقي عما وصلت إليه البشرية من تقدم فكري فمن خلالها يتم رسم المفاهيم والتصورات كما يتم رسم القيم والسلوك. وأن الثقافة من وجهة نظر الدكتور سعيد محارب هي المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة من المصادر الإعلامية وتشكل معتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعاداتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم(١٤).

ولا يزال مفهوم الثقافة من أكثر المفاهيم غموضاً مع أنه من أكثرها تداولا.

## المبحث الثاني

## الإطار النظري

**اللغة:**

أن اللغة العربية اليوم تعيش واقعاً مراً فهي بين مستهين بشأنها غير آبه بالدقة والصحة في استخدامها لغة للتعبير والاتصال وداعٍ إلى نبذها واستبدال اللغة الأجنبية بها في التدريس والتأليف حتى في المستويات الأولى من التعليم مدعياً أنها عاجزة عن مواكبة العلم والتكنولوجيا والاستجابة لها يحدث فيها من تطور متسارع ومناد بضرورة استخدام العاميات لغة للإعلام والإنتاج الأدبي زاعماً أنها الوسيلة الأنجع في مخاطبة الجماهير والوصول إلى عقولهم وقلوبهم(١٥).

كما أن اللغة العربية لغة حساسة بل هي دقيقة الإحساس في مفرداتها وأساليبها جميعاً فما يكاد يصيب هذه أو تلك من تغير حتى يكون له صدى في معناها على وجه من الوجوه لأن المعنى يتأثر بكل ما يدخل الكلمات والأساليب من تغير مهما كان موضعه وأياً ما كان نوعه

ومقداره كما أن التغير الذي يدخل على العبارة بتقديم أو تأخير وتعريف أو تنكير وإطلاق وتقييد وذكر وحذف لابد له من صدى في معنى الجملة قوي كان أم ضعيف.

أن كتاب الصحف عندنا لا يهتمون بهذا كثيراً أما عمداً بدعوى التبسيط ومسايرة الواقع اللغوي المتردي أما جهلاً وهذا هو منهج الأكثر منهم، يقول أحد الصحفيين العراقيين البارزين في اختصاصه نحن نعيش واقع الذين يقومون بالعملية الإعلامية وغالبية من الكتاب المثقفين والمبدعين فإن دراستهم اللغوية ضعيفة وفي أغلب الأحيان معدومة على الرغم من تأكيد الباحثين في مجال الإعلام واللغة وضرورة مراعاتها في صياغة مفرداتها وضبطها واحترام قواعدها(١٦).

**خصائص اللغة :-**

تمتاز اللغة بخصائص متعددة منها:

١- أنها لغة إنسانية خاصة بالإنسان تعبر عن مطالبه وتوصله بالآخرين،

٢- هي مكتسبة يكتسبها الفرد من عائلته ومجتمعه.

٣- هي أصوات والأصوات تنتظم في وحدات تحمل كل منها معنى معيناً يصبح مدلولها ومفعوله الخاص بها، فكلما كان الملفوظ واضحاً كان المعنى والمدلول واضحاً أيضاً.

٤- هي عرفية لأن أفراد المجتمع تعاونوا واتفقوا على الألفاظ ودلالاتها.

٥- هي متشابهة، إذ أن اللغات تتشابه في أنها تصدر من جهاز النطق الإنساني، وتشترك مع بعضها البعض بالتركيب والتعقيد والنظام.

٦- هي متغيرة إذ تتغير بحسب الظروف والمستجدات التي تتعرض لها في المراحل المختلفة.

٧- أنها مرتبطة بالعرف اللغوي، فربط اللفظ المدلول أو المعنى عرف أولاً، ويجب أن يدل على شئ مفهوم لدى الجماعة، وقد يكون للفظ معان متعددة إذا اتفق الجميع عليها(١٧).

**الخصائص العامة للغة الإعلام :-**

١- **الوضوح:-** هي الفتيلة الكبرى لكل من يتحدث في وسائل الإعلام، والوضوح من أبرز سمات لغة الإعلام وأكثرها بروزاً ويرجع ذلك إلى طبيعة وسائل الإعلام من ناحية وإلى

خصائص جمهورها من ناحية أخرى. فإذا كانت الكلمات غير واضحة في الراديو فقد المستمع المضمون المقدم ولم يستطع استرجاعه للتأكد منه أو للاستفهام عما غمض منه لذا يجب أن، تكون الكلمات والجمل والمعاني واضحة كل الوضوح حتى تتحقق أهدافها.

٢- **المعاصرة:**- ويقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح العصر ومتسقة مع إيقاعه فالجمل الطويلة والكلمات المعجمية والجمل المركبة قد لا تكون مناسبة للغة الإعلام إلا في موضوعات معينة وفي حالات محددة.

٣- **الجاذبية:**- ويقصد بها أن تكون الكلمة قادرة على الحكي والشرح والوصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة فلا وجود لجمهور يتشوق إلى الاستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون جاف خال من عوامل الجاذبية والتشويق.

٤- **الملائمة:**- ويقصد بها أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى، فلغة الراديو هي لغة ذات طابع وصفي وهي لغة تتوجه إلى حاسة السمع ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة ولغة الصحافة تستهدف فئات اجتماعية وتعليمية واقتصادية معينة وتتوجه إلى حاسة البصر فيجب أن تكون ملائمة لهذه الحاسة أيضاً(١٨).

٥- **الاختصار:**- مهما كان حجم الصحيفة كبيراً فإنها محدودة في صفحاتها والمطلوب كتابة أكبر عدد من ورقاتها، ومهما كان وقت البرنامج كبيراً فالموضوعات أكبر منه فلابد من الاختصار ولابد أن تكون اللغة قادرة على الاختصار والإيجاز.

٦- **المرونة:**- ويقصد بها أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة ودون تعسف ويقصد بها أن تكون متعددة المستويات بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.

٧- **الاتساع:**- يجب أن يكون عدد المفردات كبيراً بحيث تلبي الاحتياجات المختلفة واللغة الإعلامية متسعة وتتسع بشكل يومي وقد يكون للاتصال مع الثقافات الخارجية وضرورة الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات أثره في زيادة حجم اللغة الإعلامية وفي اتساعها.

٨- **القابلية للتطور:-** وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية فلغة الإذاعة في الثلاثينات غير مثيلتها في الخمسينات والستينات وهذه بدورها تختلف عن مثيلتها في السبعينات وحتى التسعينات ولغة وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة مختلفة عما سبقها، صحيح أن بها عناصر ضعف ولكنها أصبحت أكثر قدرة على التعبير، وأكثر قدرة على الجذب(١٩).

**الفصحى والعامية:-**

يواجه المتلقي العربي لرسائل الإعلام الصحفية والإذاعية والتلفازية، تحدياً آخر في مجال تحليل الرموز، يتمثل باستقبال رموز لفظية بالفصيحة أحياناً وبالعامية أحياناً أخرى، وعن أي عامية نتحدث؟ عن العامية المصرية أم السورية أم الأردنية أم التونسية أم السودانية؟ ويزيد عدد اللهجات العامية العربية في مجموعها على عدد الدول العربية أضعافاً، ذلك أن في كل بلد عربي العديد من اللهجات التي تنسب أحياناً إلى المدن، أو المقاطعات، متوزعة بين بادية وحضر وريف في كل دولة عربية. ويصعب على الإنسان العربي في أحيان كثيرة فهم العامية الدارجة كما يتحدثها أهلها في بلد آخر فيلجأ إلى الفصيحة لمواجهة الموقف، ويكرر الجمل أو السؤال مرات عديدة كأنما يترجمه، وفي هذا إضاعة للجهد وهدر للوقت، إضافة إلى ما يصاحب ذلك من مشاعر الإحباط القومي لكن لابد من أن نتعرف أن بعض اللهجات العامية كالمصرية نجحت بفضل التلفاز والمسلسلات والسينما في أن تصبح لهجة مفهومة عند نسبة كبيرة من العرب وفي مصر يفرقون بين لهجة قاهرية، وأخرى صعيدية، وربما قبلية وبحرية، وإذا ما كانت مشاهدة مسلسل مصري وتتبع حديثه تصبح عملية مفهومة ومقبولة للمواطن العربي في كل مكان، فإن تتبع مسلسل تونسي أو كويتي قد لا يحضا بذلك القبول بعد(٢٠).

**المجتمع:**

هو مجموعة من الأفراد والجماعات تعيش في موقع جغرافي واحد وتربط بينهما علاقات اجتماعية وثقافية ودينية(٢١).

والمجتمع ليس مجر اسم جمعي يطلق على عدد من الأفراد ولكنه وحدة كلية متميزة تفوق الوجود الفردي(٢٢).

وليس هناك تعريف محدد ومقبول لمصطلح المجتمع. لأن الاستخدامات الشائعة له تشير إلى جوانب هامة من الحياة الاجتماعية. فالمعنى العام يعني مجموع العلاقات الاجتماعية بين

الناس أو هو كل تجمع للكائنات الإنسانية من الجنسين. ومن كل المستويات العمرية يرتبطون معاً داخل جماعة اجتماعية لها كيان ذاتي ونظمها وثقافتها المتميزة. أو أنه النظم والثقافة التي تحققت عند جماعة من الناس. أن الإنسان يعيش في جماعات وأن سلوك الناس يتأثر بالمعايير والقيم. وهناك من يرى أن المجتمع جماعة من الناس لهم ثقافة مشتركة ومتميزة تحتل حيزاً إقليمياً محدداً وتتمتع بشعور الوحدة وتنظر إلى ذاتها ككيان متميز ويشبه المجتمع كل الجماعات الأخرى في اشتماله على بناء من أدوار مترابطة وسلوك محدد تفرضه المعايير الاجتماعية. ومع ذلك فالمجتمع يعتبر نموذجاً خاصاً لجماعة تتميز بنسق اجتماعي شامل ينطوي على جميع المؤسسات الاجتماعية الأساسية اللازمة لمواجهة الحاجات الإنسانية الضرورية. ويتميز المجتمع كذلك باستقلاله وليس بمعنى أنه مكتف بذاته من الناحية الاقتصادية إكتفاءاً ضرورياً وإنما بمعنى انطوائه على جميع أشكال التنظيم لبقائه واستمراره فترة طويلة من الزمان(٢٣).

**التفاعل الاجتماعي العملي:-**

يرى (Kallmeyer ١٩٨٠) أن الإنسان يقوم بفعاليته أو نشاطه على العموم. ويوجهها ليس نحو الأشياء وإنما أيضاً نحو شريك أو طرف آخر. ويرى ( Lukmann ١٩٩٢ ) أن التصرف الفردي يكون غير مهم إلا إذا ارتبط بعموم التأثير المتبادل. والتوجيه النفسي للشركاء أي العمل المتبادل الاجتماعي. لأن هذا العمل ذو أهمية للمجتمع. وأن المجتمعات تبنى وتتطور من خلال هذه الأعمال الاجتماعية التبادلية. أن تأثير الشركاء المتبادل وكل عمل تبادلي هو عمل بيني، وبذلك يرتبط بالأفعال وتأثيرها على الشركاء. فكل تأثير متبادل بين الأفراد بقصد توافق تصرف الشركاء عبارة عن عمل بيني اجتماعي(٢٤).

**العلاقة بين الإعلام والمجتمع:-**

يمثل الإعلام عنصراً مهماً وحيوياً وفاعلاً في المجتمع يشتمل على تحقيق أهداف وغايات سياسية وإعلامية وهي لا تكتفي عند هذا الحد بل تتعدى ذلك إلى المهمات الأساسية لملامسة حياة الناس والتصدي للظواهر السلبية والفساد(٢٥).

وليس هناك مواصفات محددة للعلاقة بين الإعلام والمجتمع يمكن اعتبارها مقياساً أو مؤشراً لعلاقة جيدة أو غير فاعلة لكن يمكن القول أن العلاقة بين الطرفين علاقة تكاملية أو علاقة تأثير وتأثر فالإعلام الفعال يعزز الديمقراطية ويؤثر فيها ويتأثر بها فهو ذلك الإعلام الذي

يستند إلى مجتمع فعال وإلى قوى مضادة داخل المجتمع تعمل على إفراز ثقافة ديمقراطية وحراك سياسي يقومان على المراقبة وكشف الحقائق والوقوف أمام الفساد والتجاوزات واستغلال النفوذ والسلطة(٢٦).

**وظائف وسائل الإعلام للمجتمع:-**

١- **الوظيفة الإعلامية والإخبارية:-**

تتمثل في جمع وتخزين ومعالجة الأنباء ونشر الرسائل والبيانات والصور والحقائق والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية.

٢- **وظيفة التنشئة الاجتماعية:-**

فيما أن وسائل الإعلام أداة من أدوات المجتمع فهي تعمل أيضاً على نقل عناصر التنشئة الاجتماعية إلى أفراد المجتمع ليصبحوا جميعاً أعضاء فاعلين إيجابيين في هذا المجتمع وفي تحقيق أهدافه النهائية.

٣- **وظيفة خلق الدوافع:-**

ويقصد بها أن الاتصال والإعلام يساهمان في دعم الاختيارات الشخصية والتطلعات والدعم للأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات.

٤- **وظيفة الحوار والنقاش؛-**

يساهم الاتصال والإعلام في توفير وتبادل الحقائق اللازمة لتوضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا العامة.

٥- **وظيفة التربية:-**

وتتمثل في نشر المعرفة على نحو يعزز النمو الثقافي وتكوين الشخصية واكتساب المهارات والقدرات في كافة المراحل العمرية.

٦- **وظيفة النهوض الثقافي:-**

يسعى الاتصال والإعلام إلى نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد وإيقاظ خياله وإشباع حاجاته الجمالية وإطلاق قدراته الإبداعية(٢٧).

**أنماط الثقافة:-**

**الثقافة الرفيعة (ثقافة الصفوة):-**

وتشير إلى العمل الدؤوب الذي تقدمه الموهبة العظيمة والعبقرية. أي الذي يحاول أن يصل إلى أقصى درجة أو أعلى درجة من الفن. هذا العمل صنعته الصفوة الثقافية أو تم صنعه تحت إشراف تلك الصفوة وأفراد تلك الصفوة هم القمة بين رجال التعليم والجماليات والترفيه وهم يحملون أسس قيم ومستويات ذلك المجال ويعتبرونه نماذج للآخرين الذين يعملون في ذلك المجال.

**الثقافة الشعبية:-**

لا يقل هذا المفهوم عن مفهوم الثقافة جدلاً وتنوعاً وهو ليس مفهوماً أو اصطلاحاً جديداً مثلما توحي بذلك بعض المعالجات في المجال الإعلامي خصوصاً. والمجتمع الشعبي هو المجتمع الذي يحمل صفات وخصائص مجتمع تتعارض مع صفات وخصائص المجتمع الحضاري الحديث. والمجتمع الشعبي على هذا النحو مجتمع بسيط ومنعزل تسوده الأمية والتجانس وعند أعضائه إحساس قوي بالتضامن الجماعي(٢٨).

**الثقافة الجماهيرية:-**

وبسبب من انتشار التعليم في العقود الأخيرة. وبسبب التطور الهائل في وسائل الاتصال الجماهيرية. فقد أصبح الاتصال ميسراً بين قمة الصفوة وبين القاعدة العريضة الشعبية، فإذا بشرائع اجتماعية جديدة تقتحم ما كانت الصفوة تحتكره لنفسها بعد أن أضحى التعليم شعبياً وديمقراطياً. وبعد أن صار التعليم الرفيع منزلة يستطيعها أبناء الطبقات الأدنى كالمزارعين والمهنيين والتجار ما داموا يمتلكون لذلك سبيلا. وقد تيسرت الكثير من السبل بعد أن صار التعليم المدرسي إلزامياً وبعد أن بدأت تلك المجتمعات تنتقل من اقتصاد الكفاف إلى الاقتصاد الربحي والرأسمالي وبعد أن وضعت الحكومات خططاً بعيدة المدى لتحسين مستوى التعليم في بلداتها. وهكذا تحطمت الكثير من الأسوار التي كانت مجتمع الصفوة يتحصن بها(٢٩).

**اللغة والثقافة:-**

بين اللغة والثقافة رباط حميم، ذلك أننا لا نتصور لغة ما بالمفهوم الذي ذكرناه لا تنتج ثقافة، أياً كانت اللغة، وأياً كانت الثقافة، كما أننا لا نتصور ثقافة لا تعتمد في جاني أساس منها

على وعاء لغوي يحتويها ويتفاعل معها وينقلها، هما إذاً دائرتان متداخلتان لا يمكن أن نخلص أحدهما من الآخر، نقول ذلك دون أن ندخل في تعريفات الثقافة وتوجهاتها، فليس هذا موطنها إذ يهمنا أن نؤكد على نقطة مهمة، هي أنه إذا كانت اللغة هي الفكر الذي يتفاعل مع الأشياء، ويقف منها أو معها مواقف محددة، فإن الثقافة هي أيضاً ذلك الشئ أو تلك الأشياء المتشابكة، وغير الملموسة التي تملي عليه طرائقه في التعامل مع الأشياء وتحدد استجاباته تجاهها، نحن إذاً أمام وجهين لشيء واحد. وقد تكون الثقافة أعم، إذ اللغة عنصر مهم في بنائها، وتوجيه مسارها، على أن للثقافة دورها الخطير للتأثير في اللغة باعتبارها فكراً، واللغة والثقافة معاً ليستا نابعتين من داخل الإنسان، أو ليستا فرديتين، لكنهما جزء من حراك الوسط الذي يعيشان فيه، ومن هنا تأتي التفرقة الضرورية بينهما وبين العلم، الثقافة نظرية في السلوك أكثر من أن تكون نظرية في المعرفة، وبهذا يمكن أن يقاس الفرق الضروري بين الثقافة والعلم(٣٠).

## الاستنتاجات

وقد توصل الباحث إلى مجموعة من الاستنتاجات منها:

١- للغة دور كبير في تطور المجتمعات.

٢- هناك علاقة قوية بين اللغة والثقافة.

٣- فقدان الخطاب الإعلامي استقلاليته بسبب انفتاح اللغة على التاريخ والثقافة.

٤- امتلاك وسائل الإعلام دوراً واسعاً في عملية التثقيف والتربية والتعليم.

٥- إهمال التطور الهائل في اللغات سيؤدي إلى مزيد من العزلة اللغوية والانعزال التاريخي.

٦- سرعة التغير الهائل في وسائل الاتصال ومتطلبات هذه الوسائل قد غير من طبيعة المتلقي.

## التوصيات

يوصي الباحث بمجموعة من التوصيات منها:

١- إلزام وسائل الإعلام برفض الإعلانات التجارية المصاغة بالعامية أو باللغة الأجنبية وعدم بثها.

٢- تجريم كل من يتحدث أو يكتب بالعامية في أي وسيلة إعلامية.

٣- بذل الجهود من قبل القائمين على الوزارات ومؤسسات الإعلام في البلاد العربية من خلال تنقية وسائلهم الإعلامية من كل شائبة تحط من قدرة اللغة العربية.

٤- إخضاع موضوع بحثي للمزيد من الدراسات والبحث فهو ميدان واسع وبحاجة لتعمق الباحثين فيه.

## هوامش البحث ومصادره:

(١) عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط٢، ١٩٥٨، ص٧٥.

(٢) عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، ط١، ١٩٨٠، ص١٦.

(٣) محمد البكاء، الإعلام واللغة، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، سورية، دمشق، ٢٠٠٩، ص١١.

(٤) محمد البكاء، المصدر السابق، ص١١.

(٥) رزاق إبراهيم حسن، الاتصال وتجسير العلاقة بين الإعلام واللغة بين الخصائص والتأثيرات، متوافر على الانترنيت،www.aLefyaa.com. تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١٢.

(٦) نور النقيثان، تعريف الإعلام ووسائله، متوافر على الانترنيت، www.aL_ maina.com تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١٢.

(٧) أميرة عبد الله جاف، مفهوم الإعلام التنموي ودوره في المجتمع، متوافر على الانترنيت، www.kawanakurd.com تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١٢.

(٨) أميرة عبد الله جاف، المصدر السابق، متوافر على الانترنيت،

(٩) سلطان بلغيث، وسائل الإعلام واللغة العربية الواقع والمأمول، متوافر على الانترنيت، www.diwanaLarab.com تاريخ الزيارة ٢٠١٨ /١٢/٧.

(١٠) مصطفى محمد الحسناوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، دار أمامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ٢٠١٠، ص٤٨-٤٩.

(١١) سهير محمد حسن، التحليل الاجتماعي لأغراض الخدمة المكتبية، متوافر على الانترنيت، www.elaegypt.com تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١٠.

(١٢) عزام أبو الحمام، الإعلام الثقافي جدليات وتحديات، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٠، ص٧٣-٧٥.

(١٣) عزام أبو الحمام، المصدر السابق، ص٧٦.

(١٤) سعيد عبد الله حارب، الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تناقض؟ متوافر على الانترنيت، www.uqu.edu.sa.com تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١٠.

(١٥) سلوى حمادة، اللغة والهوية العربية في مواجهة عصر المعلومات والعولمة، متوافر على الانترنيت،www.globalarabnetwork.com، تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١١.

(١٦) سلوى حمادة، اللغة والهوية العربية في مواجهة عصر المعلومات والعولمة، متوافر على الانترنيت،www.globalarabnetwork.com، تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١١.

(١٧) محمد البكاء، الإعلام واللغة، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، سوريا، ٢٠١٠، ص١٠١-١٠٢.

(١٨) مصطفى محمد الحسناوي، المصدر السابق، ص١٥-١٦.

(١٩) مصطفى محمد الحسناوي، المصدر السابق، ص٦٣.

(٢٠) مصطفى محمد الحسناوي، المصدر السابق، ص٦٤.

(٢١) مصطفى محمد الحسناوي، المصدر السابق، ص١٠٧-١٠٨.

(٢٢) أميرة عبد الله جاف، متوافر على الانترنيت، المصدر السابق.

(٢٣) عزام أبو الحمام، المصدر السابق، ص٦٦-٦٧.

(٢٤) عزام أبو الحمام، المصدر السابق، ص٦٨-٦٩.

(٢٥) موفق محمد جواد المصلح، أسس لسانيات النص، دار المأمون للترجمة والنشر، العراق، بغداد، ٢٠٠٦، ص٣٣-٣٤.

(٢٦) أميرة عبد الله جاف، متوافر على الانترنيت، المصدر السابق.

(٢٧) قاسم محمد الحساني، الإعلام والمجتمع المدني، متوافر على الانترنيت، www.kitabat.com تاريخ الدخول ٢٠١٨/١٢/١٢.

(٢٨) عزام أبو الحمام، المصدر السابق، ص٢٩-٣٠-٣١.

(٢٩) عزام أبو الحمام، المصدر السابق، ص٨٢-٨٥.

(٣٠) مصطفى محمد الحسناوي، المصدر السابق، ص٣٤-٣٥.

**المصادر**


١- أميرة عبد الله جاف، مفهوم الإعلام التنموي ودوره في المجتمع، متوافر على الانترنيت، www.kawanakurd.com تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١٢.

٢- رزاق إبراهيم حسن، الاتصال وتجسير العلاقة بين الإعلام واللغة بين الخصائص والتأثيرات، متوافر على الانترنيت،www.aLefyaa.com. تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١٢.

٣- سعيد عبد الله حارب، الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تناقض؟ متوافر على الانترنيت، www.uqu.edu.sa.com تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١٠.

٤- سلطان بلغيث، وسائل الإعلام واللغة العربية الواقع والمأمول، متوافر على الانترنيت، www.diwanaLarab.com تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/٧.

٥- سلوى حمادة، اللغة والهوية العربية في مواجهة عصر المعلومات والعولمة، متوافر على الانترنيت،،www.globalarabnetwork.com، تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١١.

٦- سهير محمد حسن، التحليل الاجتماعي لأغراض الخدمة المكتبية، متوافر على الانترنيت، www.elaegypt.com تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١٠.

٧- عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، ط١، ١٩٨٠.

٨- عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط٢، ١٩٥٨.

٩- عزام أبو الحمام، الإعلام الثقافي جدليات وتحديات، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٠.

١٠- قاسم محمد الحساني، الإعلام والمجتمع المدني، متوافر على الانترنيت، www.kitabat.com تاريخ الدخول ٢٠١٨/١٢/١٢.

١١- مصطفى محمد الحسناوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، دار أمامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ٢٠١٠.

١٢- موفق محمد جواد المصلح، أسس لسانيات النص، دار المأمون للترجمة والنشر، العراق، بغداد، ٢٠٠٦.

١٣- محمد البكاء، الإعلام واللغة، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، سورية، دمشق، ٢٠٠٩.

١٤- نور النقيثان، تعريف الإعلام ووسائله، متوافر على الانترنيت، www.aL_ maina.com تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/١٢.