واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام المعاصر وطرق تنميتها

The reality of the Arabic language Contemporary media and ways of developing it

م. د. وصال كاظم حسين الدليمـي

Wessal Kazem Hussain Al-Dulaimi

كلية التراث الجامعة

dulaimewesal@gmail.com

الملخص

يعالج موضوع البحث واقع اللغة العربية المتراجع في وسائل الإعلام المعاصر وأسباب التراجع ، والسبل والوسائل التي تساهم في تصحيح المسار ابتداء من مناهج تعليم اللغة العربية في المؤسسة الأولى (المدرسة) وانتهاء بوسائل الإعلام القادرة على تربية الملكات اللغوية ورعايتها وتنميتها مما ينعكس إيجابا على الإعلام نفسه ، وعلى مستوى الجمهور الخطابي .

وبلاشك أن هذه المهمة بحاجة لعمل جاد وطويل الأمد ،خلص البحث إلى مجموعة خطوات مقترحة لتنمية اللغة العربية في وسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية وإعادتها إلى زهوها التأريخي المعروف.

Abstract

The topic of research deals with the reality of the decline of Arabic language in the contemporary media and the reasons for the decline. It also deals with ways and means that contribute to correcting the course, starting from the Arabic language curriculum in the first institution (school) to the media capable of nurturing and developing language abilities, which reflects positively on the media itself, and at the level of the rhetorical public. Undoubtedly, this mission needs serious and long-term work. This research concluded with a series of proposed steps for developing the Arabic language in the media and educational institutions and taking it back to its well-known historical glory.

ISSN: 2075 - 2954 (Print)

اللغة بشكلها العام ظاهرة اجتماعية وُجَدت للتواصل بين أبناء البشر سمعًا وقراءةً وكتابةً، والتعبير عن فكر الإنسان وما يجولُ في خاطرهِ؛ فالعلاقة بين الفكر واللغة علاقة وثيقة، سواءً في التخاطب اليومي أو في التصوير التعبيري عن طريق أحد الفنون الأدبية.

واللغة العربية هي لغة التخاطب الإعلامي في الوطن العربي سواءً أكانَ هذا التخاطب مرئيًا مكتوبًا (الصحافة والكتب) أو إعلامًا سمعيًا (الإذاعة)، أو إعلامًا سمعيًا مرئيًا (تلفاز وسينما).

وبعدَ تطور وسائل الإعلام بمجالاتها المختلفة بتقدم التكنولوجيا وتوسيع برامج وسائل الاتصال في المواقع الإلكترونية أصبحَ الحفاظ على سلامة اللغة العربية أمرًا ليس سهلاً، بَلْ مشكلة تتطلب منّا السعي إلى إيجاد حلول تحفظ للإعلاميين لغتهم الأم ليكملوا دورهم الإنساني القومي على أكمل وجه.

للغة العربية خصوصية قومية ودينية؛ حيث جمعت المسلمين بمختلف قومياتهم تحت لوائِها، والجامع الأول في هذا الشأن كان كتاب الله – القرآن الكريم – المعجز بلغتِهِ؛ مما أخرجَ اللغة العربية من دائرة المحلية والقومية إلى العالمية.

ولأسباب مختلفة سنتطرق إليها في الصفحات الآتية شهدت اللغة العربية في العصور الأخيرة تراجعًا كبيرًا في كل النواحي الحياتية، لكن المأزق الكبير كان في تراجعها في وسائل الإعلام؛ لكون الأخيرة تمثل الواجهة التي تعكس تفاعلات المجتمع الثقافية والسياسية والاجتماعية، وملامستها لوعي الجمهور مباشرة ومستمرة.

فيُعَدُّ الإعلام اليوم أكبر وأهم وسيلة اتصال بالجماهير ولَهُ دورٌ كبيرٌ في توعية الجمهور وتثقيفِه؛ لذا وجبَ أن تكون لغتهُ مثقفة هادفة تلتزم بالمعايير التي تحفظ للسان العربي هويتهُ التي يتفرد بها المجتمع العربي عن بقية الأمم.

واقع اللغة العربية في الإعلام المعاصر وأسباب تراجعها

اللغةُ صورةٌ من صور الاتصال، وظيفتها نقل المعلومات والأفكار والآراء؛ فهيَ تمثلُ رسالة شفوية أو خطية عن طريق الكلام المنطوق أو المكتوب «وللغة سمة إنسانية ميّزت السلوك الإنساني، ولها وظيفة اتصالية بليغة، والعلاقة بين السلوك اللغوي والسلوك الاتصالي علاقة وثقى، فهما يمثلان سلوكًا إنسانيًا لا يتحقق أحدهما بمعزل عن الآخر»(١).

وعملية الاتصال بين المرسِلْ والمستقبلْ لا تتم إلا عن طريق الرسالة، والرسالة هنا تكمنُ في «اللغة»؛ فاللغة وسيلة الاتصال الفاعلة والأساسية في التعبير والتوصيل والتأثير «ولها بُعدان: بُعدٌ مادي، وبُعدٌ معنوي، وعند ما يتعلق الأمر بالتعبير الإعلامي، وبنقل المعلومات، يصبح للبُعد المعنوي للكلمات تأثيرٌ كبيرٌ»(٢).

وتتمُّ عملية الاتصال عن طريق الوسائل التكنولوجية المعروفة التي تُستخدَمْ لتنفيذ الاتصال الذي يتم من خلالَ سلسلة تفاعلات متبادلة، وحلقات مترابطة، قوامُها (مُرسلْ، مستقبلْ، رسالة، وسيلة اتصال)، وهذه السلسلة تضعف في حالة ضعف أية حلقة من حلقاتها»(٣).

ولكلِّ وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري ميزتها وجمهورها، كالصحف، والإذاعة، والتلفاز، والسينما؛ حيث يتمُّ توصيل المعلومات والأفكار والآراء

(١) يُنظر: الشامل في تدريس اللغة العربية، د. علي النعيمي، ص٢٤-ص٢٦.

(٢) يُنظر: اللغة العربية والوعي القومي (مجموعة بحوث ومناقشات)، البحث بعنوان: (اللغة ووسائل الإعلام الجماهيرية)، محمد جمي شلش، ص٩٣-ص٩٤.

(٣) يُنظر: اللغة العربية والوعي القومي، محمد جميل شلش، ص٩٣.

ISSN: 2075 - 2954 (Print)

عن طريق البرامج التطبيقية والترفيهية المتنوعة إلى أكبر عدد من الأفراد المستقبلين. «والنتائج الفردية والاجتماعية لأية وسيلة من وسائل الإعلام تتوقف على تغير المقياس اللغوي الذي تحدثهُ كل تكنولوجيا جديدة»[١].

وتختلف سرعة التوصِل نسبيًا بين وسيلة وأخرى؛ فالخبر العاجل – على سبيل المثال – أصبحَ معلومة سريعة تُنقل عن طريق القنوات الفضائية، ويتبعها نشر المعلومة في الصحف الصادرة يوميًا. لكن الرأي السياسي والثقافي تستوعبهُ الصحف وتخصص لَهُ مساحة أكبر من بثِّهِ تلفزيونيًا عبرَ لقاءٍ أو تصريحٍ عابر.

«ولا شك في أن اللغة الإعلامية تشكلُّ جزءًا من النظام اللغوي العام السائد، وتُعَدُّ علاقة اللغة الإعلامية بعلم اللغة. هي علاقة تأثير وتأثر؛ فوسائل الاتصال الإعلامية تُساهمُ في نشأة كلمات لم تكن موجودة في اللغة من قبل، وفي هجرِ كلمات كانت مستخدمة فيها، أو انقراضها انقراضًا»[٢].

فالإعلام فن حضاري أداتهُ اللغة «واللغة الإعلامية أصبحَ لها متأثَّر عظيم على عقول الناس وعلى سلوكهم، وتغيير مداركهم ومواقفهم الخاصة وتشكيل آرائهم على نحوٍ يجعلهم ينزعون إلى التجديد وإلى تحمل المسؤولية والإسهام في عمليات التنمية القومية على جميع الصعد»[٣]. فتوجب على الإعلام إدخال (ألفاظ الحضارة) كما سماها الأستاذ العقاد إلى اللغة الإعلامية، وليست الألفاظ العاميّة التي جرّتها إلى التخلف.

وخلال العقد الأخير من القرن الماضي، والعقد الأول من القرن الحالي شهدَ العالم العربي انفتاحًا إعلاميًا كبيرًا

(١) يُنظر: وسائل الإعلام ولغة الحضارة، عبد العزيز شرف، ص٢٢.

(٢) يُنظر: الخطاب الإعلامي، محمد نادر السيد، ص١٥– ص١٧.

(٣) يُنظر: اللغة العربية والوعي القومي، محمد جميل شلشن ص٩٨.

غير مسبوق؛ حيث لوحظ النمو والتزايد الكبير في وسائل الإعلام من فضائيات وإذاعات ووسائل تواصل اجتماعي وانترنت، وسينما، وصحافة، وكتب، مع تراجع كبير في اللغة العربية المستعملة في هذه الوسائل، فلَوْ عُدنا إلى السبعينات والثمانينات من القرن المنصرم وما قبلها، أي قبل اتساع دائرة الإعلام كانت اللغة الإعلامية في الإذاعة والتلفاز. هي اللغة المعلّمة للجمهور، ولو أخطأ المذيع (نحويًا) في قراءة الأخبار انهالت عليه الانتقادات من قبل ذوي التخصص، والجمهور الذي يفقه اللغة العربية الفصحى.

وبعدَ الفتح الإعلامي الفضائي الذي شهدهُ العالم العربي في السنوات الأخيرة والذي لم ينزل بردًا وسَلامًا على المجال اللغوي العربي، بَلْ انتهك فصاحة اللسان العربي، وكثرت الأخطاء، وتخللت اللهجات العامية ألسنة الإعلاميين، واجتاحت العولمة بثقافتها الاستهلاكية ومطامحها الاستقطابية التنميطية المجال الثقافي الإعلامي العربي؛ فغزت اللغات الأجنبية وعلى رأسها الإنجليزية ألسنة مقدّمي البرامج ومروّجي الإعلانات وغيرهم؛ فأصبحت الغاية التجارية مقدّمة على الرسالة، والربح مقدّما على جودة الخطاب، وكسب الشهرة والتنافس لها الأولوية على دقة لغة الحوار وصياغته. فباتت اللغة الإعلامية لغة هجينة تغرفُ من كلِّ منهلٍ دون الاهتمام بالحفاظ على الهوية العربية وبيئتها الثقافية.

إن الهوّة التي اتسعت بين الفرد العربي ولغته جعلت من اجتياح اللغات الأجنبية اللسان العربي أمرًا سهلاً بدعوة أن اللغة العربية الفصحى صعبة الفهم، صعبة التوصيل، لا تتناسب مع الانفجار التكنولوجي المعرفي الحديث !!

فهلْ يُعقَلْ أن تتناسب اللغات الإنجليزية والفرنسية والإسبانية والتركية وغيرها مع هذا الانفجار المعرفي، والعربية لغة أمة عريقة، ولغة القرآن الكريم،

ISSN: 2075 - 2954 (Print)

وتملكُ ذلك الكم الهائل من المفردات، والمترادفات، والمتضادات، تعاني من هذا القصور الذي يدعيه مروّجو العولمة؟!

«كان للمستشرقين سهمهم الوافر من بين الأخطار في تحميل العربية أوزارهم وأوزار نظرتهم العجلى إلى أساليبها وتعبيراتها؛ فإنّهم في جملتهم - ما عدا القليل النادر منهم - لغويون حُفاظ، قاموسيون، وليسوا من محبّي الأدب والفن بلغاتهم فضلاً عن اللغة العربية التي تعلموها ولم يعيشوا بها أو يعيشوا فيها»[1].

لا نبالغ إذا قلنا أن اللغة العربية أصبحت رسالة كبيرة تقع مسؤولية حمايتها على عاتق الإعلام العربي؛ فالإعلام هو المحرك الرئيسي للغة الحوار والتخاطب، واللغة وسيلته الفاعلة، والقالب الذي يصبُّ فيه فكره ومعلوماته. والإعلامي المسؤول الأول عن سلامة نطق لسانِه العربي؛ وتكمن أهمية رسالة الإعلامي في ديمومة تلك الرسالة واستمراريتها بمختلفة الأزمنة والأمكنة مع اختلاف طرق التوصيل بين زمن وآخر، ووجود الأطراف الثلاثة كثوابت أساسية (المرسِلْ = الرسالة= المستقبِلْ).

إن شيوع تلك اللغة الهجينة والتي يسميها بعضهم (باللغة الثالثة) أو (اللغة الإعلامية) والتي هي مزيج من لهجات عامية، ومصطلحات إنجليزية، وبعض المفردات باللغة العربية الفصحى والتي شاعت بشكل أكبر عند مقدّمي البرامج الترفيهية يُعَدُّ تدميرًا لبنية اللغة العربية الفصحى وتشويهًا لهيكلها اللغوي المتماسك.

ولو كان اندراج المفردات العامية باللغة الإعلامية هو عملية تبسيط وتوضيح؛ فأرى الأمر هنا معكوسًا، لأن اللغة العربية الفصحى هي العامل المشترك بين الشعوب العربية ومفهومة عند جميع العرب، في حين أن اللهجات

(١) ينظر: أشتات مجتمعات في اللغة والأدب، عباس محمود العقاد، ص١.

العامية مختلفة جدًا من بلدٍ لآخر؛ فاللهجة الخليجية مثلاً لا يفهم معظم مفرداتها ابن مصر أو الجزائر أو المغرب والعكس صحيح. فالأجدر أن تندرج المفردات الفصحى إلى ثنايا اللهجات العامية، وعملية تكاثرها يؤدي إلى إحياء العربية الفصحى ولو بشكلٍ تدريجي.

فالتداخل الحاصل الآن بين العامية والفصحى في الخطاب الإعلامي تداخل غير بريء بل هو مقصود لإزاحة اللغة العربية الفصحى، وإحلال العاميات محلها، وهي محاولات استعمارية قديمة ابتدأتها الحركات الشعوبية في الدعوة إلى استبدال اللغة الفصحى باللهجة العامية، واستبدال كتابة الحرف العربي بالحرف اللاتيني. والمفارقة تكمن في أن هذه المحاولات باءت جميعها بالفشل في عصور الاحتلال المباشر للبلدان العربية، وكان الجهل حينها متفشيًا بين الشعوب العربية، ونجَحت إلى حَدٍّ ما في العصر الحديث، عَصر العلم والثقافة والوعي المتنامي !!

إنَّ تفشّي ظاهرة الإغراء الإعلامي بصورها المختلفة على الشاشة جَعلَ من ثقافة الصورة طاغيةً على ثقافة الكلمة، وأصبحَ الخطاب موجّهًا إلى الطبقات الجاهلة من الجمهور دون أن يلامس ثقافة النخبة، وتلك هي منجزات الإعلام التجاري، فمن الطبيعي أن يزيحَ اللغة الفُصحى من لسانه ويستبدلها بالعامية كعَامل مُنَشّط يحقق لَهُ الشهرة والربح المادي. في حينَ ما زالت بعض الصحف تخاطب جمهورًا نخبويًا، وأراها ميزة مثقفة افتقدها الإعلام المرئي، وإنْ كان هنالك بعض المعترضين؛ لكون هذهِ اللغة تضعَف من مصداقية الخطاب الذي يجب أن يصل إلى أكبر عدد من جمهور القراء؛ والجمهور لا ينتمي كلُّه إلى النخبة !

أتفقُ مع هذا الرأي في بعض جوانبه ؛ فالأمر متوقف على نوع الموضوع؛ إن كان ثقافيًا بحتًا ممكن أن يُوجَّه لجمهورهِ باللغة التي تناسبُه؛ وإن كان اجتماعيًا أو سياسيًا

ISSN: 2075 - 2954 (Print)

يجب أن تُبسَّط لغته؛ لأن الموضوع موجَّهُ إلى العامة من الجمهور.

لِنَعُدْ إلى الإعلام المرئي (القنوات الفضائية) والمسموع (الإذاعات) ونقف عندَ مقدّمي البرامج الدينية من الدعاة والوُعّاظ الذين انجرّوا إلى نفس المنزلق الإعلامي التجاري، فصار خطابهم الديني باللهجات العامية !! وتناسوا أنّ اللغة العربية عماد الدين، والقرآن الكريم معجزٌ بلغته، فكيف يُفهمون الجمهور طبيعة هذا الإعجاز وهم يتحدثون العامية حتى في أدقّ الموضوعات، في علم اللغة، وعلم القراءات وغيرها ؟!

تفرّدَت اللغة العربية عن غيرها من اللغات أنّها هوية الأمة العربية، وكذلك هوية الدين الإسلامي، فكلُّ من اعتنقَ الإسلام دينًا يقرأ القرآن الكريم بلغته العربية وإن كان غير عربي؛ فأصبحت العربية هوية المسلمين جميعًا.

لعلَّ بعض الإعلاميين يرى في استعمال اللهجات العامية كلغة للحوار والتخاطب استقطابًا لجمهور أكبر؛ ذلك أنَّ أكثر المتابعين لا يشكلون (النخبة) وتضعف تفاعلهم مع لغة يصعب عليهم فهم بعض مفرداتها، ووفق هذا المنظار يظل الإعلامي في حيرة بين ضرورة الحفاظ على أصالة اللغة العربية وسلامتها من التراجع والضياع، وبين جمهور بعضهُ لا يفقهُ مفرداتها ! وبعضهُ يستصعب التخاطب بلسان عربي فصيح !

لا يُمكن للهجات العامية أن تكون لغة الفكر والإبداع، ولا يمكنها بناء الشخصية العربية بقوامها الحضاري السليم. واللغة العربية الفُصحى كانت الناقل الأمين للمعارف والعلوم المختلفة من جيل إلى آخر مُسْتَثمرةً كل مستوياتها التركيبية والدلالية والصوتية من دون أن تُطوّع وَتُبَسَّط لنقل تلك المعارف والعلوم. ولا يمكن لهذهِ التربة الحضارية الخصَبة أن تُهجّن بمفردات وأصوات غريبة لتنتج ثقافة غريبة تجرّد الإنسان العربي من هويتِهِ ! «ومن واجب القارئ

العربي إلى جانب غيرته على لغته أن يذكر أنهُ لا يطالب بحماية لسانه ولا مزيد على ذلك، لكنهُ مُطالب بحماية العالم من خسارة فادحة تُصيبهُ بما يُصيب هذهِ الأداة العالمية من أدوات المنطق الإنساني بعدَ أن بلغَت مبلغها الرفيع من التطور والكمال، وإنَّ بيت القصيد هنا أعظم من القصيد كلّهِ؛ لأنّ السهم في هذه الرمية يُسدَّدْ إلى القلب ولا يقف عند الفم واللسان وما ينطقُ في كلامٍ منظوم أو منثور»[١].

اللغة العربية لغة شاعرة كما وصفها الأستاذ العقّاد حين قال: «إنّها لغة شعرية أو شاعرة، لغة بُنيت على نسَق الشعر في أصولِهِ الفنية والموسيقية، فهي في جُملتها، فن منظوم مُنسَّق الأوزان والأصوات لا ينفصل عن الشعر في كلام تألفت منه ولو لم يكن من كلام الشعراء»[٢].

وهي لغة إعلامية كما يراها الأستاذ عبد العزيز شرف « لغةٌ بُنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث، تعرضُ مواد مُبسّطة يسهلُ على الجماهير فهمهَا، كما أنّها تتماشى مع قيم المجتمع وعاداتِهِ وتقاليده، فالألفاظ العربية تدلُّ على تفكير العرب ونظرتهم إلى الأشياء «[٣]. إذن أي خلل في تلك الألفاظ يعني أن هنالك خللاً في التفكير والنظرة، وما نشاهده اليوم على شاشات القنوات الفضائية، وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي يُجسد حقيقة ذلك الخلل، ويبرزُ معالم ضعفنا، وتفريطنا بلغتنا ومرجعيتنا الثقافية !

من مجمل هذا الواقع نستطيع تلخيص أسباب تراجع اللغة العربية في وسائل الإعلام بما يلي:-

- لا بُدَّ أن نُشير إلى أن التقصير الأول يكمن في ضعف مستوى تدريس مناهج اللغة العربية في مراحل التعليم

(١) يُنظر: اللغة الشاعر، عبّاس محمود العقّاد، ص٩.

(٢) يُنظر: اللغة الشاعر، عبّاس محمود العقّاد، ص١١.

(٣) يُنظر: اللغة الإعلامية، عبد العزيز شرف، ص١٣٣.

ISSN: 2075 - 2954 (Print)

المختلفة، ونخصُّ بالذكر - مرحلة التعليم الأساسي - حيث تُعَدُّ أهم المراحل المؤسسة للغة الفرد.

- التقصير في تدريس مناهج اللغة العربية في كليات الإعلام وعدم منحِهِ حقهُ من عدد الساعات المطلوبة تدريسها والتي تتناسب مع المُخرجات المطلوبة تحقيق أهدافها.

- اعتماد التدريس باللغة الإنجليزية أو الفرنسية في بعض الدول العربية، وجعل اللغة العربية لغة ثانوية؛ أدّى إلى إقناع الطّفل العربي أن لغتهُ العربية لغة من الدرجة الثانية أو الثالثة لا وزن ولا قيمة لها أمام اللغات الأخرى.

- تقديم الغاية التجارية على مبدأ تقديم المادة الإعلامية الملتزمة شكلاً ومضمونًا؛ أدّى إلى هيمنة ثقافة الصورة في مقابل تراجع ثقافة الكلمة، وانتشار ظاهرة الإغراء الشكلي، وانحسار ثقافة النخبة بمختلف مستوياتها.

- عدم وجود لجان استشارية في المؤسسات الإعلامية تتولى تقويم البرامج بكلِّ صورها شكلاً ومضمونًا وصولاً إلى تحقيق التواصل مع الجمهور على نحوٍ يُجنبُها الأخطاء، ويحقق أفضل النتائج.

- عدم مواكبة اللغة العربية للتقدم التكنولوجي بسبب تقصير العاملين عليها ونخص بالذكـر- العاملين في المجامع اللغوية - في البلدان العربية كافة.

- اجتياح العولمة بثقافتها الاستهلاكية التنميطية الساحة العربية في مجالها اللغوي، ومحاولة إزاحة العربية عن دورها وتجريدها عن بيئتها الثقافية، مكملة للنهج الذي سلكته وأساليب الاحتلال للشعوب العربية في عقود زمنية سابقة وفشلت في تحقيقها.

- اجتياح اللهجات العامية ألسنة الإعلاميين لانعدام كفاءة الإعلامي من الناحية اللغوية من جهة، ولتحقيق الغايات التجارية من جهة أخرى.

دور وسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية في تنمية اللغة العربية

- كيف نعملُ على تصحيح المسار؟
- من أين نبدأ المشروع ؟

وسطَ هذا الاكتساح الهائل للغات الأجنبية من جهة، وتنامي اللهجات العامية في مقابل تراجع اللغة العربية من جهة أخرى، فضلاً عن التحامل الكبير على لغة الضاد محليًا ودُوليًا؛ أصبحت الحاجة إلى وجود معالجة جادّة ضرورة ملحّة لا يمكن إهمالها أو تأجيلها، ولا يمكننا فصل دور المؤسسات التعليمية عن دور وسائل الإعلام في تحقيق هذه المهمة؛ ذلك أن ما وصلت إليه اللغة العربية من تراجع كبير في وسائل الإعلام كان نتيجة حتمية لتدني مستوى تعليمها في المؤسسات التعليمية من مدارس وجامعات.

فعملية التغيير والإصلاح يجب أن تكون جذرية تبدأ بالمؤسسة الأولى التي تصقل لغة الطفل (مدارس التعليم الأساسي). وتتآزر تلك المؤسسات التعليمية في عملها مع وسائل الإعلام والمجامع اللغوية في الوطن العربي لتحقيق أفضل النتائج.

«فوسائل الإعلام قادرة على تربية الملكات اللغوية ورعايتها وتنميتها مما ينعكس إيجابًا على الإعلام نفسِه، وإنّ هجر اللغة يؤدي إلى هجر الثقافة والقيم المرتبطة بها؛ وبذلك ينشأ فراغ لغوي وثقافي تتدفق الثقافات واللغات الأجنبية إلى ملئه؛ ولمواجهة التفجر المعرفي المتنامي لثورة الاتصالات كان لا بد من الرجوع إلى اللغة العربية بودقة الانصهار العربي والوجداني والفكري لأمة عربية واحدة»[١].

(١) يُنظر: كتاب مؤتمر اللغة العربية الثالث في دبي، البحث بعنوان (استعمال اللغة العربية وترقيتها في الإعلام والصحافة)، د. هناء محمود إسماعيل، ص٦٠٠- ص٦٠١.

ISSN: 2075 - 2954 (Print)

كيف تكون العودة ؟!

بلا شك أن تلك المهمة بحاجة إلى عمل جاد وطويل الأمد، وهنا أضع بين يدي القارئ أو الجهات المسؤولة بعض الخطوات التي أقترحها لتنمية اللغة العربية في وسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية، وإعادتها إلى زهوها التاريخي المعروف:

١- العمل على تنمية المهارات اللغوية والإملائية والأسلوبية للإعلاميين من خلال مناهج تطبيقية تُدرّس في كليات الإعلام لتشمل (اللغة ولا سيما بجانبها الصوتي لما لها أثر في تقويم ذائقة السمع، والنحو، والإملاء، والتعبير، والبلاغة، والأدب).

٢- بث روح الاعتزاز بلغة الضاد كلغة أُم تُحدد هوية الأمة عن طريق وسائل الإعلام المتنوعة، واستعمال لغة تتسم بالفاعلية والوضوح والبساطة دون إدراج اللهجات العامية في ثناياها والتي تُفقدها رونقها وأصالتها.

٣- مدّ جسور التواصل بين وسائل الإعلام ونشاط مجامع اللغة العربية في البلدان العربية، والتي من المفضل أن تُجمع في مجمع لغوي عربي واحد يتعاون في عملهِ مع المؤسسات الثقافية والإعلامية والتعليمية في تبسيط اللغة والعمل على شيوع المفردات الواضحة إعلاميًا، ولا ضيرَ من أنه تدخل اللغة الإعلامية مفردات جديدة تساير متطلبات العصر بعدَ إخضاعها لقواعِد العربية إن أمكن ذلك، أو تدخل _كما هي _ شريطة أن تؤدي المعنى بدقة.

٤- التشدّد في قبول الطلاب المتقدمين لكليات الإعلام باعتماد درجته في اللغة العربية في شهادة الثانوية العامة (درجة مفاضلة)، مع إجراء اختبار بنوعيهِ الشفوي والتحريري يُختبر به قدرات الطالب المتقدم ومهارتَهِ اللغوية، وسلامة نطقهِ من اللغات وغيرها.

وتُفرَض هذهِ الشروط أيضًا على المتقدم للعمل في السلك الإعلامي.

٥- استمرار فتح دورات تقوية مهارات اللغة العربية للإعلاميين العاملين في السلك الإعلامي بأنواعِهِ، ويُشترط النجاح فيها مقابل الاستمرار في العمل الإعلامي؛ لضمان جودة الخطاب الإعلامي، وتهيئة جيلٍ إعلامي واعٍ يشكل مرجعية ثقافية للفرد العربي.

٦- منع الإعلاميين من التحدث بغير اللغة العربية الفُصحى ولا سيما في البرامج السياسية، والثقافية، واللقاءات التي تتخلل نشرات الأخبار.

٧- في القنوات الفضائية إيجابية تُذكَر وهي بث البرامج المخصصة للأطفال بلغة عربية فصحى، وذلك يعمل على تنشئتهم على سليقة لغوية سليمة، وتجبلهم على محاكاتها واقعًا في حياتهم اليومية؛ لذا فإن العمل على توسيعِ تلك البرامج وتنويعها مع الاهتمام بضرورة فائدة المضمون فضلاً عن اللغة السليمة؛ فاللغة يجب أن تتوافق مع القيم والمعايير الأخلاقية التي يرتضيها مجتمعنا العربي ودِيننا الإعلامي.

٨- هنالك من يرى أن اللغة العربية الفصحى ممكن استعمالها في البرامج السياسية والإخبارية، لكن من الصعوبة استعمالها في البرامج الترفيهية؛ لأنها تحاكي كل طبقات المجتمع، والمتلقي ينتظر أن يُخاطب بما يفهَمهُ ويرتاح لهُ.

وهنا - أرى - أن زيادة وتوسيع استعمال المفردات الفصحى البسيطة والواضحة، والتقليل من استعمال المفردات العامية في البرامج الترفيهية ستكون عاملاً معلمًا للجمهور، وعنصرًا مثقفًا يلعبُ دورًا مهمًا في عملية التحصين الثقافي للفرد العربي، وحماية حضارته من التراجع والضياع. وهذا الحل يضعُ حدًّا لحيرة الإعلامي في مخاطبة الجمهور بمستوياتِهِ المختلفة.

٩- تشكيل لجان استشارية متخصصة باللغة، وفرض رقابة صارمة من قبلها للغة البرامج الإعلامية - ولا سيما - نشرات الأخبار والبرامج السياسية

ISSN: 2075 - 2954 (Print)

والدينية والتثقيفية، وهذا الأمر يشمل الإعلام بأنواعِهِ: المرئي، المسموع، المكتوب.

وتبقى قضية حماية اللغة العربية وإنمائها مسؤولية تتحملها سلطة الدولة، وتُعَدُّ من أهم واجباتها؛ ففي بعض الدول تُصرَف أموالٌ طائلة لحماية لغتها، وتشرع قوانين في سبيل ذلك، كما حدث في فرنسا – على سبيل المثال –.

ولا أجدُ ما أختمُ بهِ قولِي أفضل من مقولة الأستاذ مصطفى صادق الرافعي: «ما ذُلّت لغةُ بشعب إلا ذُلّ، ولا انحطت إلاّ كان أمرُه في ذهاب وإدبار؛ ومن هذا يفرض الأجنبي المستعمر لغتهُ فرضًا على الأمة المستعمرَة، ويرعبهم بها، ويشعرهم عظمتهُ فيها، ويستلحقهم من ناصيتها، فيحكم عليهم أحكامًا ثلاثة في عملٍ واحد: أما الأول فحبسُ لغتهم في لغتِهِ سجنًا مؤبدًا، وأما الثاني: فالحكم على ماضيهم بالقتل محوًا ونسيانًا، وأما الثالث: فتقييد مستقبلهم في الأغلال التي يصنعها؛ فأمرهم من بعدها لأمرِهِ تُبَّعْ»[1].

خاتمـــــة

خلاصة القول، أنَّ ما تعيشهُ اللغة العربية في وسائل الإعلام وغيرها، يعكس هشاشة الواقع اللغوي العربي، وحدّة الأخطار المحدقة بِه من كل جانب؛ فباتت قضية الإصلاح، وابتداء مشاريع البناء مقابل عمليات الهدم التي يقوم بها المتحاملون على اللغة العربية وأعداؤها، باتت ضرورة ملحة لا تحتمل التأجيل أو التهاون، فقضية لغتنا قضية وجودية تحدد مصير الإنسان العربي وقوة انتمائِهِ لتاريخِهِ، بل إنها تحدد مصير أمة بأكملها.

ولوسائل الإعلام الدور المهم في تصحيح المسار، وإحباط المخططات المشبوهة، ولها القدرة على أن تجعل اللغة العربية الحافلة بالإمكانيات التعبيرية والتصويرية، تستجيبُ لكل دواعي وضرورات الحياة الجديدة، ومتطلبات

(١) يُنظر: وحي القلم، مصطفى صادق الرافعي ص١٤٩.

العصر الحديثة؛ فاللغة العربية تتسمُ بالمرونة والقدرة على الاتساع والتوافق مع كل ما هو جديد.

المصادر والمراجـع

أولاً: الكتب:

١. أشتات مجتمعات في اللغة والأدب، عبّاس محمود العقّاد، دار المعارف، مصر، ط٤، ١٩٧٤م.

٢. الشامل في تدريس اللغة العربية، د. علي النعيمي، دار أسامة للنشر، ط١، ٢٠٠٤م.

٣. اللغة الإعلامية، عبد العزيز شرف، دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع، بيروت، ط١، ١٩٩١م.

٤. لغة الخطاب الإعلامي، محمد نادر السيد، دار الفكر العربي، القاهرة، ط١، ٢٠٠٧م.

٥. اللغة الشاعر، عبّاس محمود العقّاد، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، مصر، ٢٠١٣م.

٦. وحي القلم، مصطفى صادق الرافعي، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر، بيروت، ط١، ٢٠٠٠م.

٧. وسائل الإعلام ولغة الحضارة، عبد العزيز شرفن مؤسسة مختار للنشر والتوزيع، مصر، ١٩٨٩م.

ثانيًا:البحوث المنشورة:

١. استعمال اللغة العربية وترقيتها في الإعلام والصحافة (بحث للدكتورة هناء محمود إسماعيل)، منشور في كتاب مؤتمر اللغة العربية الثالث في دبي).

٢. اللغة ووسائل الإعلام الجماهيرية (بحث للأستاذ محمد جميل شلش)، منشور في كتاب اللغة العربية والوعي القومي من بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظّمها مركز دراسات الوحدة العربيّة والمجمع العلمي العراقي، ١٩٨٤م.

ISSN: 2075 - 2954 (Print)