

اللغة العربية في وسائل الإعلام

د. علي القاسمي

أكاديمية المملكة المغربية

وسائل الإعلام

وسائل الإعلام هي أدوات تقنية تُستخدم للاتصال - عن طريق اللغة - بالجمهور، ونقل المعلومات والمفاهيم والأفكار إليها، وإيلاعها رسائل ذات غايات مرسومة سلفاً. ووسائل الإعلام الرئيسية، اليوم، هي الصحافة والمُصنّعات والإذاعة والسينما والتلفزة والشابكة (الإنترنت).

ووسائل الإعلام، في الأصل، موجهة إلى جمهور غير متجانس، يختلف أفراده من حيث الجنس والعرق والمعتقد والاهتمام، ومن حيث التوجه والرأي. ولكن التطور في تقانة (تكنولوجيا) المعلومات جعل من الممكن توجيه رسائل وسائل الإعلام إلى جمهور متجانس معين أو حتى إلى فرد واحد.

إذا كان تاريخ الصحافة الحديثة يعود إلى القرن الميلادي الخامس عشر بعد اختراع الطباعة سنة 1440م، فإن معظم وسائل الإعلام (السينما، الإذاعة، التلفزة، الصحف الكبرى) ظهرت خلال الثورة الصناعية ومن ثمراتها. وتُضاف إلى تلك الوسائل وسيلة جديدة هي الشابكة (الإنترنت) التي هي ثمرة عصر تقانة (تكنولوجيا) المعلومات في النصف الثاني من القرن الميلادي العشرين.

ظهر مصطلح وسائل الإعلام (أو وسائل الاتصال الجماهيري) mass media/ mass médias في أمريكا في العشرينيات من القرن الماضي، وهو مصطلح مركب من كلمتين:

الأولى أنجلو/أمريكية mass تعني الجماهير، والثانية لاتينية medium تعني الوسط أو الوسيط، في الوقت نفسه. فوسائل الإعلام هي (وسيط) لإيصال رسالة فكرية، ولكنها في الوقت نفسه (وسط) يشملنا ويستغرقنا ويؤثر فينا فيغيّر طريقتنا في النظر إلى الواقع والعالم من حولنا. إنه امتداد لحواسنا.

ولأنّ وسائل الإعلام من نتائج الثورة الصناعية، فقد نظر بعضهم إليها بوصفها صناعات تخضع لشروط الإنتاج الجماهيري الذي أفرزته الثورة الصناعية، بحيث تسمح هذه الوسائل بإنتاج الرسالة الإعلامية في نسخ متكاثرية وتشمل مساحات جغرافية كبيرة، لتصل إلى أكبر عدد من الناس، مثلها مثل مُنتجات العصر الصناعي الأخرى. وهكذا أطلقوا آنذاك اسم (المستهلكين) على متلقّي رسائل وسائل الإعلام¹.

عملية الاتصال

- تقوم تقنية وسائل الإعلام على أسس نظرية التواصل. ولكي تؤدي واجبها وتنتج أثرها المطلوب، لا بدّ من سلامة عناصر التواصل الرئيسية وهي:
1. المرسل: الشخص الذي يتكلّم أو يكتب،
 2. المتلقّي: الشخص المخاطب، القارئ أو المستمع أو المشاهد،
 3. السياق: المرجع أو الموضوع الذي يتحدّث عنه المرسل،
 4. الرسالة: المادّة المنطوقة أو المكتوبة التي يبعث بها المرسل،
 5. القناة: قناة الاتصال، أي الوسط الذي يسمح فيزيائياً بقيام الاتصال واستمراره.
 6. الشفرة: القواعد التي يجري بموجبها إرسال الرسالة وتفسيرها واستيعابها².

وقد تحوّل دون التواصل معوقات أو حواجز تتعلّق بأحد العناصر الستة المذكورة. وبهمنا

¹ www.huyghe.fr/actu_317.htm.

² علي القاسمي، علم المصطلح: أسسه النظرية وتطبيقاته العملية (بيروت: مكتبة لبنان ناشرون، 2008).

..... اللغة العربية في وسائل الإعلام

في هذا المجال العوائق المتعلقة بالرسالة وشفرتها؛ وبعبارة أخرى، لغة الرسالة الموجهة إلى المتلقي وشفرتها، أي مدى معرفة المتلقي باللغة التي تُصاغ بها الرسالة وقواعد تلك اللغة.

وإذا قسمنا التواصل على مستويين نجد:

1. تواصلًا يجري بلا وسيلة، مثل الاتصال الذاتي حيث يناجي الفرد نفسه، أو يفكر في ذات نفسه، ومثل الاتصال الذي يجري بين شخصين، عندما يتحدث المرء مع إنسان آخر.
2. تواصلًا يجري بوسيلة: وهو على نوعين كذلك: اتصال وسطي يجري باستعمال الهاتف والتلكس والفاكس والرسائل الإلكترونية، واتصال جماهيري يجري باستخدام أدوات تقنية كالمدىاع والتلفاز والسينما والمواقع على الشبكة.

والإعلام ينتمي إلى النوع الأخير من المستوى الثاني الذي يشتمل على تواصل بين مُرسل واحد (إعلامي منفرد) وبين متلقين كثيرين (جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين ومتصفحي الموقع الإلكتروني)¹.

وظائف وسائل الإعلام:

أصبحت وسائل الإعلام مؤسسة اجتماعية تضطلع بدورٍ قد يفوق أحياناً أدوار بعض المؤسسات الاجتماعية الأخرى كالعائلة والمدرسة وغيرها. فقد أشارت الدراسات الإحصائية إلى أن الفرد العادي قد يمضي 2.5 ساعين ونصف الساعة يومياً أمام شاشة التلفاز. ويدرك جميع الباحثين أهمية وسائل الإعلام وخطورها.

تختلف فلسفة الإعلام من قطر إلى آخر. وفلسفة الإعلام هي الدراسة التي تتناول العلاقة بين الإعلام والمجتمع، أو تحلل التفاعل بين أسس الإعلام وتطبيقاته العملية في الواقع الاجتماعي، وتحدد أهدافه ووظائفه. في بعض البلدان الليبرالية، يتمتع الإعلام بحرية " مطلقة"؛ في حين يخضع الإعلام في بعض الدول الشمولية لرقابة صارمة، بل تملكه الحكومة ويعمل

¹ محمود الموسوي، "الإعلام والمجتمع" في: www.al-mousaoui.org/am/1ppt.

بإشرافها؛ وتميل دولٌ أخرى إلى أن يتمتع الإعلام بحريته ضمن قوانين تنظّم هذه الحرية. ومهما تكن الفلسفة الإعلامية السائدة، فإنّ جميع الدول تستخدم وسائل الإعلام للاضطلاع بوظائف معلومة، وبلوغ غاياتٍ سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية محدّدة. فوسائل الإعلام تقدّم الدعم للسياسات العامة وتيسّر تنفيذها. ويتفق جميع الباحثين على أنّ لوسائل الإعلام وظائف محدّدة، قد يختلفون في عددها وتقسيمها وترتيبها من حيث أهمّيتها. وأهمّ هذه الوظائف ما يلي:

1. الإخبار:

تمدّ وسائل الإعلام مستقبلتي رسائلها بالأخبار. فكلّ واحدٍ منا يحصل من وسائل الإعلام على معلوماته عمّا يجري في بلده وفي العالم. يشترط في الخبر الذي تبثّه وسائل الإعلام، التّكامل، والوضوح، والموضوعية. ولكنّ الأخبار، في الغالب، لا تصلنا بصورةٍ موضوعيةٍ محايدة، وإنّما مصحوبةً بالتعليق الذي يُفترض أن تكون مهمّته الأساسية توضيح القضايا الغامضة أو الخفيّة في الخبر عن طريق الربط والتفسير لتحسين نوعيته. بيدَ أنّ التعليق يحمل وجهة نظر المرسل التي تؤثر في المتلقّي حتماً. وحتى لو لم يكن ثمة تعليق، فإنّ صياغة الخبر نفسها لا يمكن أن تكون محايدة. فاللغة ذاتها ليست محايدة، والاختيار بين المترادفات، أو بين التراكيب اللغوية، أو بين الأساليب، ليس محايداً، بل يتأثر بتوجّهات محرّر الخبر. ولكلّ لغة أساليبها وتراكيبها وتعبيراتها الموحية الحاملة لثقافةٍ معيّنة قائمة على طريقة تفكيرٍ محدّدة.

ولهذا كلّه، فإنّ في وسع الإعلام تكوين الآراء والاتجاهات والمواقف. فالرأي الفردي والرأي العام يتأثران في تكوينهما بعدد من العناصر أهمّها: الثقافة السائدة، والقادة والزعماء، والمجتمع المدني، والأحداث الجارية، والشعارات، ومصالح الجماهير، وأخيراً وليس آخراً وسائل الإعلام. لقد أجرى باحث كندي دراسةً ميدانيةً تأكّد له من خلالها أن قرّاء ثلاث صحفٍ مختلفة في منطقة أونتاريو في كندا، أصبحوا يعتمدون مواقف واتجاهات الصحف التي كانوا

..... اللغة العربية في وسائل الإعلام

يوظفون على اقتنائها وقراءتها¹.

تتفرّع من وظيفة الإخبار التي يضطلع بها الإعلام، وظيفتان فرعيتان هما:
أ. الاستطلاع: تستطيع وسائل الإعلام أن تبْلَغ الجمهورَ بؤادرَ المخاطر المستقبلية، مثل إرهابات الكساد الاقتصادي، وزيادة التضخم النقدي، ومراقبة البيئة والأضرار التي تحيق بها، وأداء المؤسسات والأفراد.

ب. الرقابة: تساعد وسائل الإعلام الدولة على كشف الفساد، وإساءة استعمال السلطة، والمخالفات، كي تعمل الدولة على تصحيحها قبل استفحالها. وهكذا يضطلع الإعلام بوظيفة الرقابة لحماية المجتمع عن طريق مشاركة الجمهور في المعلومات عن مختلف القضايا².

2. التثقيف:

إنّ البرامج المتنوعة، من إخبارية ومسرحية وحوارية ووثائقية وفنية ورياضية وغيرها، تؤدّي إلى تثقيف المتلقّي وتوسيع معلوماته، وهذا ما يقود في النهاية إلى التقليل من الفروق الثقافية بين أبناء المجتمع. فالبرامج الوثائقية، مثلاً، تزوّد المتلقّي بمعلوماتٍ عن الأحداث التاريخية الماضية، وعن الأحداث التاريخية المعاصرة التي ترصدها وتسجلها وسائل الإعلام، وتعرضها بطريقة شائقة.

ومن ناحيةٍ أخرى، يقوم الإعلام بتحسين العلاقات بالشعوب الأخرى عن طريق نقل ثقافة البلاد وأخبارها إلى الخارج.

3. الدمج الاجتماعي:

تؤدّي وسائل الإعلام وظيفةً غايةً في الأهمية، هي إيجاد التجانس الفكري والتماسك الاجتماعي في البلاد. فوسائل الإعلام تعمل على إقامة مشاركة وجدانية بين المرسل والمستقبل. فالمرسل يبعث بمعلوماته ومشاعره إلى المستقبل، وينقل إليه صورةً من ذهنه إلى

¹ Edwin R. Black, *Politics and the News: The Political Function of the Mass Media* (Toronto: Buttelsworths, 1982).

² عصام أبو الذهب، "وظائف الإعلام وقضايا البيئة" في: www.essam.abualdhab.blogunied.org/?p=6.

ذهنه، مدعومةً بطرائق الإثبات والإقناع والإيحاء، وهذا ما يجعل المُستقبل يناصر القضايا والأفكار التي تتوخّاها وسائل الإعلام¹.

الدمج الاجتماعي أو التماسك الاجتماعي ضروريٌّ لاستتباب السّلم الأهلي، ولازمٌ لتحقيق التنمية البشرية، فهو يقلّل التوترات الاجتماعية، ويبسّر التواصل والتواءً والتلاحم والتعاقد.

يقوم الإعلام بوظيفة الدمج الاجتماعي باستخدام ثلاث وسائل أو ثلاثة أنواع من البرامج: أ. اللغة المشتركة:

يُقال أحياناً إنّ اللغة المشتركة ليست هي اللغة الوحيدة في البلاد ولكنها الموحّدة. وعندما يستخدم الإعلام اللغة الفصيحة المشتركة بين السكان على اختلاف لهجاتهم المحلية والاجتماعية، فإنّه يرقى بلغة المتلقّين اللهجية أنفسهم ويقرّبها من هذه اللغة المشتركة. واللغة ليست وسيلة نقل المعلومات وتبادلها فحسب، وإنما تحمل كذلك في مفرداتها وتراكيبها وتعبيراتها ثقافةً متميّزة، وطريقةً تفكيرٍ معيّنة، ومزاجاً خاصاً، بحيث تعمل أداة إدماج اجتماعي، وتَهَب الناطقين بها هُويّةً وطنيةً متفرّدة.

عندما قرّرت النخبة الحاكمة في كوريا الجنوبية، في مطلع الستينيات، العمل على تحقيق التنمية البشرية، اختارت اللغة الفصيحة المشتركة أداةً للتعليم والإعلام والإدارة والحياة العامة. وهكذا نجد في كوريا أكثر من مئة محطة للإذاعة والتلفزة، كلّها أهلية خاصّة ما عدا واحدة حكومية، ولكنها جميعها تستخدم اللغة الكورية الفصيحة المشتركة، وليس اللهجات الكورية المختلفة، ولا تَرى في شوارع سيول أية لافتة مكتوبة بغير الحرف الكوري².

كيف يمكن للإعلام القيام بوظيفته في الدمج الاجتماعي إذا كانت كلّ مدينة لها محطة إذاعة تبثّ باللهجة المحليّة الخاصة بتلك المدينة؟!

¹ Thelma McCormack, "Social Change and Mass Media" in Candian Review of Sociology, Vol.1, issue 1 (1964), pp.49-61.

² علي القاسمي، على حافة السياسة (الدار البيضاء: دار الثقافة، متوقع 2011) فصل: متى يتعلّم الجمل العربي حركات التنين الكوري الذهبي؟.

..... اللغة العربية في وسائل الإعلام

ب. التراث:

يعني التراث ما ورثه أبناء الأمة عن أسلافهم من ثقافة وحضارة، أي الإرث الفكري الذي وصلهم من آبائهم وأسلافهم على مرّ العصور، والذي ما يزال فاعلاً في ثقافتهم السائدة، ويشتمل على المعارف والقيم والنظم والمؤسسات والإبداع والصنع. فالتراث تراكمٌ ثقافيٌّ وحضاريٌّ ينتقل عبر الأجيال عن طريق اللغة والمحاكاة والتقليد.

وعندما يعتني الإعلام بالتراث المشترك لأبناء الأمة، وتتضمن برامجه فقراتٍ من الفنون التراثية، وتستمدُّ بعض مسرحياته موضوعاتها من التراث وأعلامه، فإنه يولد شعوراً لدى المواطنين بأنهم يمتلكون تراثاً مشتركاً يعتزّون به، فيكون هذا الشعور عاملاً من عوامل الدمج الاجتماعي. ومن ناحيةٍ أخرى، يصبح الإعلام وسيلةً من وسائل حفظ التراث ونقله من جيلٍ إلى جيلٍ.

في بلادنا يُعدّ التراث الإسلامي عاملاً من عوامل التماسك الاجتماعي.

ج. القيم:

القيم هي التصورات والمفاهيم التي تحدّد ما هو مُستحسن وما هو مُستقبّح اجتماعياً؛ وتؤثّر في اختيار الأهداف والوسائل المتعلقة بالأفراد والمجتمع. وتكوّن القيمُ نسقاً متكاملاً بحيث لا يمكننا دراسة قيمةٍ أو فهمها بمعزلٍ عن القيم الأخرى، وترتّب ترتيباً هرمياً حسب أهميّتها فتشكّل سلماً يختلف من مجتمعٍ إلى آخر. ويتولّى الإعلام ترسيخ القيم الإيجابية من خلال البرامج التي يبثّها، فيُسهم في التنشئة الاجتماعية الهادفة إلى إيجاد قاعدةٍ مشتركةٍ عن طريق القيم.

وفي بلادنا تستمدّ معظم القيم شرعيّتها وقوّتها من الدين الإسلامي الحنيف.

وخلاصة القول في وظيفة الدمج الاجتماعي التي يضطلع بها الإعلام، هي أنّ الإعلام يساعد على تشكيل "الهوية الوطنية" وترسيخها لدى المتلقين عن طريق ترويج ما هو مشترك بينهم كاللغة الفصيحة، والتراث، والقيم. والهوية الوطنية هي مجموع العناصر التي تميّز بلداً

عن البلدان الأخرى. والعناصر التي تشكّل الهوية الوطنية كثيرة أهمّها: الأرض والدين واللغة والتقاليد والتاريخ والتراث والثقافة والسياسة¹.

4. التعليم:

لا نقصد بهذه الوظيفة البرامج التعليمية والتكوينية/التدريبية مثل برامج محو الأمية، ولا تعليم موادّ مدرسية بعينها فحسب، بل كذلك جميع البرامج التي تدعم أو تعزّز ما يتعلّمه التلميذ في المدرسة في مختلف موادّ المنهج الدراسي، إضافة إلى تزويد المتلقّين بمهارات جديدة، وإعلامهم بالمستجدّات العلمية والتقنية بواسطة برامج ظاهرها ترفيهي أو تنافسي شائق ومضمونها معرفيٌّ تربويٌّ عميق. لنضرب مثلاً بمادّة (اللغة) في المدرسة. فهي ليست مادة دراسية فحسب، وإنّما وسيلة لاكتساب المواد الأخرى كذلك، وأداة أساسية في عملية التنمية البشرية أيضاً. وإذا ألّقينا نظرةً عابرةً على برامج الفضائيات الفرنسية، مثلاً، لمسنا عنايةً كبيرةً بفصاحة المذيعين ومنشّطي البرامج، ونقاوة لغتهم، إضافةً إلى وجود برنامج يوميٍّ في كلّ فضائية يشتمل على مباريات لغوية أو فكرية تعتمد اللغة أساساً. والغاية من ذلك طبعاً، اضطلاع الإعلام بتعزيز ما يتعلّمه التلاميذ من اللغة الفرنسية في مدرستهم، وتمكين المستمعين عامة من اللغة الفرنسية التي يستعملونها في عملهم وحياتهم اليومية، بحيث يمكن تسريع تبادل المعلومات بينهم واستيعابها.

لقد أصبحت "التربية في وسائل الإعلام" علماً تُعقد لأجله المؤتمرات المختصة بانتظام، مثل "المؤتمر الأوروبي للتربية في وسائل الإعلام" الذي عُقد هذه السنة في إيطاليا، وكان موضوعه "محو الأمية في وسائل الإعلام"².

5. التنمية البشرية:

التنمية البشرية هي عملية تنمية الخيارات المتاحة أمام الإنسان وتوسيعها، بوصفه جوهر

¹ انظر "الهوية الوطنية" في المعاجم والموسوعات: WWW.DICTIONARY.REFERENCE.COM

² Congrès européen de l'éducation aux médias. In: www.eruomeduc.eu.

.....اللغة العربية في وسائل الإعلام

عملية التنمية ووسيلتها وغايتها، فهي تنمية الإنسان بالإنسان للإنسان. فالأهداف الأساسية للتنمية البشرية هي أن يتمتع الإنسان بحياة مديدة بصحة جيدة، وأن يتعلم تعليماً راقياً نافعاً، وأن يتمكن من العيش بطريقة تليق بالكرامة الإنسانية. ويُجمع خبراء التنمية البشرية على ضرورة إيجاد (مجتمع المعرفة) القادر على تحقيق التنمية البشرية. ويعني مجتمع المعرفة ذلك المجتمع القادر على إنتاج المعرفة ونشرها وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات النشاط المجتمعي: الاقتصاد، والسياسة، والمجتمع المدني، والحياة الخاصة، إلخ. خاصة القدرة على الاستخدام المثمر لتقانة المعلومات. وهذا يتطلب أن يمتلك أفراد المجتمع ما يسمونه بـ (أداة نفاذ) إلى مصادر المعلومات؛ أي أن يتمكن جميع المواطنين من استعمال لغة يقرؤون بها ويتبادلون وينشرون المعلومات بها، ويفكرون بها، ويبدعون بها.

يقوم الإعلام بوظيفة نشر المعرفة على نطاق واسع وعدم بقائها محصورة في المدارس والمؤسسات العلمية. كما تهيب وسائل الإعلام جميع الناس لتقبل المعرفة العلمية، والحامسة للمشاركة في تطبيقاتها التكنولوجية.

إذا زار المرء معرضين دوليين للكتب أحدهما في ألمانيا والآخر في بلد عربي، سيلاحظ أن الإقبال في ألمانيا ينصب على الكتب العلمية والتكنولوجية، في حين أن الإقبال في المعرض العربي ينصب على كتب التراث والدراسات الإنسانية. وهذا يتناسب تقريباً مع نوعية البرامج التي تبثها وسائل الإعلام في البلدين.

ولكي تسهم وسائل الإعلام في التنمية البشرية ينبغي لها أن تمكن المواطنين من اللغة الفصيحة المشتركة، فبهذه اللغة لا غيرها يمكن إيجاد مجتمع المعرفة. ولم تبدع أمة بغير لغتها¹.

6. الترفيه:

تضطلع وسائل الإعلام ببث البرامج الترفيهية المتنوعة بما في ذلك الموسيقى والغناء

¹ انظر تقارير التنمية الإنسانية العربية التي صدرت بين 2002 و2006 عن المكتب الإقليمي للدول العربية للبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة.

والرقص والمباريات الرياضية، بقصد تحرير الناس من التوتر والضغوط النفسية والتخلص من الشعور بالوحدة. ونظراً لأنّ معظم برامج وسائل الإعلام عندنا ترفيهية فلا داعي للإسهاب في هذه الفقرة.

7. التسويق والإشهار والإعلان:

يُعرّف الإشهار أو الإعلان التجاري في وسائل الإعلام، بأنه بثّ معلومات عن مُنتج استهلاكي (سلعة أو خدمة) مقابل أجر مدفوع لخلق تأثير نفسيّ إيجابي في الجماهير المتلقية. يُقال إنّ أوّل جريدة اعتمدت في تمويلها على الإشهار والإعلانات الصغيرة هي جريدة (La Presse) التي أسسها Emile de Girardin سنة 1836، ثمّ أسست أوّل وكالة إشهار/ إعلان في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1841. ومنذ ذلك الحين، تضطلع وسائل الإعلام بنشر الإشهارات عن المنتجات الاستهلاكية. وهي بذلك تخدم المستهلك كما تخدم المنتج، وتنشط الحركة التجارية والاقتصادية بصورة عامّة¹.

بيد أنّ للإشهار في وسائل الإعلام تأثيرات سلبية، خاصّة في البلدان غير المنتجة. وأهمّ هذه السلبيات تشجيع الروح الاستهلاكية، وتكوين عادات شرائية واستهلاكية جديدة، والإنفاق على الكماليات، مما يؤدي إلى زيادة عجز المدفوعات في البلدان الاستهلاكية غير المنتجة. وإذا كان الإشهار يستخدم اللهجة الدارجة، فإنّ له تأثيرات سلبية شديدة في لغة الطفل، لأنّ شركات الإشهار المتخصصة تستفيد من المبادئ اللسانية والتقنيات النفسية، لينتج الإشهار أقوى أثر في نفس المستمع أو المشاهد، لأطول مدّة ممكنة. فالإشهار يستخدم مفردات ذات شحنات عاطفية عالية، تصاغ في عبارات قصيرة مقفأة ذات إيقاع محبّب، ليسهل تذكرها، وتُثبت بثاً متكرراً لتثبت في الذهن، بل لتصبح عادة لغوية. كما يستخدم الإشهار تقنيات إثارة الاهتمام، وتحفيز الرغبة، ويستعمل وسائل الإقناع، خاصة ربط المنتج بحاجات المستهلك النفسية

¹ www.fr.wikipedia.org/wiki/strat%C3%Aggie_de_comunication.

..... اللغة العربية في وسائل الإعلام

والاجتماعية والاقتصادية¹.

فإذا كان الإشهار يستخدم لهجةً دارجةً قد تخالف قواعد اللغة الفصيحة التي يتعلّمها الطفل في المدرسة، فإنّ تأثيره سيكون سلبياً في اكتساب اللغة الفصيحة المشتركة، وفي أدائه بها.

اللغة ووسائل الإعلام:

مما تقدّم يتّضح لنا أنّ العلاقة بين اللغة ووسائل الإعلام علاقةٌ وثيقة. فاللغة هي الأداة الرئيسية التي تستخدمها وسائل الإعلام لأداء وظائفها وبلوغ أهدافها. ومن ناحية أخرى، فإنّ نموّ اللغة في المجتمع، وإشاعة مستوى لغويّ مُعيّن يتوقّف على وسائل الإعلام وسياساتها اللغوية. وتتوفر دراسات لغوية نفسية كثيرة حول أثر وسائل الإعلام في لغة المجتمع. ونشير هنا إلى بحث أجري أخيراً في اليونان تناول تحليل العلاقة بين وسائل الإعلام (خاصة التلفزة) وتطور لغة الأطفال في سنّ ما قبل المدرسة وخلال المدرسة الابتدائية. وتوصّل الباحث إلى وجود تأثيرٍ بالغٍ للكلام المتلفز في بنية الحصيلة اللغوية للطفل ودرجة قدرته الاستيعابية، بحسب أوقات مشاهدة التلفاز ومدة كل وقت من هذه الأوقات².

وتتفق نتائج هذه البحوث مع النظريات الحديثة في اكتساب اللغة، سواء تلك التي ينادي بها الماديون الذين يرون أنّ النشاط اللغوي هو سلسلة مادية من تعاقب السبب والنتيجة، وأنّ اكتساب اللغة يحدث فقط بسبب التفاعل بين قدراتنا العقلية ومحيطنا الاجتماعي، وأنّ اللغة مجموعة عاداتٍ لسانية تتكوّن وتتعرّزّ بتكرار سماع بنياتها واستعمالها؛ أو تلك النظريات التي يقول بها العقلانيون الذين يفترضون أنّ الطفل يولّد وهو مزوّد باستعدادٍ لغويّ فطريّ مخصوص يعينه على اكتساب اللغة عند سماعها في محيطه الاجتماعي³.

¹ وليد أحمد العناتي، "لغة الإعلان التجاري..." في جامعة القاهرة، مؤتمر علم اللغة الأول (القاهرة: جامعة القاهرة، 2002) ص 428-467.

² Sofronios Chatzisavovidid, "Mass Médias et enfance: Et-il possible en discours télévisé de construire les sens de l'enfance?", www.ressources-cla.univ-fcomte.fr.

³ علي القاسمي، لغة الطفل العربي (بيروت: مكتبة لبنان ناشرون، 2009) فصل : الطفل واكتساب اللغة.

ولهذا، فإنَّ الدول التي تروم تحقيق التنمية البشرية، وكذلك تلك التي حقَّقتها، تستخدم وسائل الإعلام في التنمية اللغوية التي هي أساس التنمية البشرية، خاصَّة في إشاعة لغةٍ فصيحة مشتركة تكون أداة نفاذ إلى مصادر المعلومات.

لغة الإعلام في البلاد العربية:

تلخَّص رسالةٌ بعث بها نقيب محامين سابق في أحد الأقطار العربية إلى مؤسسات عديدة، الوضع في البلاد العربية، فقد ورد في بدايتها الفقرة التالية:

"كما تعلمون، فإنَّ اللغة العربية، لغة القرآن الكريم، هي اللغة الرسمية للبلاد طبقاً لمقتضيات الدستور، وهذا الأمر يوجب استعمالها في جميع المجالات، ويدخل فيها المجال الإداري والتعليمي والقضائي والإعلامي والمؤسَّساتي. إلا أنَّ ما هو موجود في الواقع هو خلافُ ما ينصُّ عليه الدستور، حيث إنَّ اللغة الأجنبية غير المرسَّمة هي السائدة الاستعمال في المجالات المذكورة، والعربية الرسمية هي المهمَّشة والمغيَّبة عمداً..."¹.

ومن يتابع وسائل الإعلام العربية، خاصة المسموعة والمرئية منها (الإذاعة والتلفزة)، يخرج بثلاث ملاحظات رئيسة تثير القلق، وهي:

آ. غلبة اللهجات العامية الدارجة على اللغة الفصيحة المشتركة.

ب. بثُّ برامج كاملة باللغة الأجنبية يومياً،

ج. ضحالة مستوى البرامج الثقافية والعلمية والتقنية.

وستتناول هذه النقاط الثلاث باختصار:

آ. غلبة اللهجات العامية على وسائل الإعلام:

تعني الازدواجية اللغوية وجود مستويين في اللغة: أحدهما فصيح مشترك يستعمل في

¹ عبد الرحمن بن عمرو، "رسالة إلى السيد الكاتب العام للمجلس العلمي الأعلى في الرباط"، بتاريخ 2010/8/3.

..... اللغة العربية في وسائل الإعلام

الكتابة والمناسبات الرسمية، والآخر لهجي ينتمي إلى منطقة جغرافية أو شريحة سكانية خاصة، يُستعمل في الحياة اليومية. بيد أن المستويين ينتميان إلى نظام لغوي واحد.

والازدواجية اللغوية ظاهرة عالمية نجدها في جميع اللغات الكبرى. ولكن الدول المتقدمة اتبعت سياسات لغوية توجب استعمال الفصيحة المشتركة في التعليم والإعلام والحياة العامة، وهذا ما أدى إلى إشاعة المستوى الفصح المشترك بحيث اقتربت اللهجات منه.

عندما أخذت الصحف في الظهور في البلاد العربية في النصف الثاني من القرن الميلادي التاسع عشر، التزمت استعمال العربية الفصيحة، وأدت — هي ووسائل الإعلام الأخرى — خدمات جليلة للغة والثقافة العربيتين. يقول اللغوي المرحوم أحمد مختار عمر:

"إنه (الإعلام) المستجيب الأول لاحتياجات الجماهير التعبيرية، والمبتدع الأساسي لمعظم المادة اللغوية المستحدثة، وإنه هو المضخة التي تقذف في شرايين اللغة العربية من حين إلى آخر بآلاف الكلمات والتعبيرات الضرورية، التي قد تعجز المجامع اللغوية عن ملاحقتها ومتابعتها"¹.

ومن أمثلة المصطلحات والتعبيرات المستحدثة التي أغنى بها الإعلام اللغة العربية: اقتصاد السوق، الاستتساخ، التضخم، الخصخصة، الجمرة الخبيثة، الحرب الباردة، الحمى القلاعية، الصواريخ البلاستية، العولمة، القتل الرحيم، الناتج المحلي، النشاط، اليورانيوم المستنفد، تجميد الأموال، جماعات الضغط، غسيل الأموال، هشاشة العظام. وإضافة إلى ذلك، أكثر الإعلام من توليد الأفعال على وزن فعل أو فوعل أو فعلن، مثل: تحديث الصناعات، تحجيم العجز، تسريع النمو الاقتصادي، تسهيل الغاز، عقلنة العمل العربي. كما أكثر الإعلام من صوغ المصدر الصناعي مثل: الانقراضية، البراجماتية، التبادلية، التحررية، الرومانيتكية، المستقبلية، الموسمية، وغيرها من التراكيب المفيدة التي لم تكن مستعملة بكثرة في اللغة

¹ أحمد مختار عمر، "من الآثار الإيجابية للغة الإعلام: الاستجابة الآتية لاحتياجات اللغة وسد فجواتها المعجمية" في: جامعة القاهرة، مؤتمر علم اللغة الأول (القاهرة: جامعة القاهرة، 2002) ص 76 — 92.

العربية.

بيد أن مسؤولي الإعلام العربي انزلقوا في التوسع باستعمال اللهجات العامية الدارجة في المسرحيات والمسلسلات التلفزية، بحجة متطلبات الواقعية، ظناً منهم أن الواقعية تساوي الواقع، في حين أن الواقعية هي مدرسة فنية، فهي تساوي الواقع زائداً الفن. ويقتضي الفن الرقي بلغة المتلقي وذائقته وفكره.

كنا نأمل أن تضع الدول العربية سياسات لغوية وإعلامية تزيد المساحة البرمجية للعربية الفصيحة المشتركة تدريجياً حتى تسود في جميع وسائل الإعلام، وتساعد على تقريب لغة الجمهور من الفصيحة المشتركة. ولكننا فوجئنا بقرارات الحكومات العربية في مطلع الألفية الثالثة التي تسمح بإنشاء محطات إذاعة وتلفزة محلية/جهوية تستعمل اللهجات الدارجة واللغات الأجنبية في البث، بحجة التواصل مع عامة الناس. وقد أثارت هذه القرارات موجة من الاستنكار والرفض حتى من الإعلاميين أنفسهم، إذ رفض بعضهم قراءة نشرة الأخبار باللهجة العامية. يرى أحد الإعلاميين أن أصحاب القرار الذين يفرضون اللهجات الدارجة الجهوية على وسائل الإعلام المغربية هم من المفرنسين أو المتأمركين الذين لا يجيدون حتى الدارجة ولا يتحدثون بها مع أطفالهم¹.

كما تشكى اللغويون من ظاهرة الإذاعات الجهوية. يقول أحدهم: "المشكلة في هذه الإذاعات أنها لجأت في أغلب برامجها إلى المخاطبة بالعامية، بمعنى تستعمل الدارجة بحجة إيصال المعلومة إلى جميع فئات الشعب، مما أثر سلباً في تعميم اللغة العربية الفصحى..."².

إننا نحتفي بالاختلاف ونرحب بالتعدد، ولكن ينبغي أن يكونا ضمن ضوابط الهوية الوطنية التي تضمن السلم الاجتماعي، وإلا أصبحت وسائل الاتصال وسائل انفصال، كما قال الشاعر

¹ الطاهر الطويل "العامية في الإعلام تثير الجدل" في موقع هسبريس المغربي بتاريخ 2007/5/11.

² قادري حسين، "دور وسائل الإعلام في انتشار اللغة العربية في الجزائر" في كتاب: المجلس الأعلى للغة العربية، دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية وترقيتها (الجزائر: المجلس الأعلى، 2004) ص 59-87.

اليميني عبد العزيز المقالح¹.

هذا الانفصال الذي تسببه وسائل الإعلام باستخدامها اللهجات العامية المحلية، لا يعني التباعد بين أبناء البلد الواحد فحسب، بل يعني كذلك التناهي بين أبناء البلدان العربية؛ وفوق ذلك يعني الانقطاع عن التواصل مع أبناء الشعوب الإسلامية، التي يجيد كثير منهم لغة القرآن الكريم، ويودّون مشاهدة فضائياتنا والاستماع إلى إذاعاتنا "العربية".

إنّ قيام الإعلام بترسيخ العاميات الدارجة المختلفة من مدينة إلى أخرى في البلد الواحد، يحول دون الدمج الاجتماعي وتكوين هوية وطنية واحدة.

ب. بث برامج كاملة باللغة الأجنبية يومياً:

يلاحظ في البلاد العربية أن وسائل الإعلام تعتمد ثنائية لغوية: عربية — إنجليزية في بلدان المشرق "العربي"، وعربية — فرنسية في بلدان المغرب "العربي". والمقصود طبعاً من هذه الثنائية — كما يدعون — هو مساعدة أبنائنا على تقوية لغتهم الثانية وتمكينهم من استعمالها.

وبدلنا علم اللغة التطبيقي في تعليم اللغات الأجنبية على وجود ثلاثة مستويات تقريبية لدى متعلمي اللغة الأجنبية: المبتدئون والمتوسطون والمتقدمون. وتشير الدراسات الميدانية إلى أنّ من يستفيد من البرامج الإذاعية الأجنبية — وبدرجة أكبر من البرامج التلفزيونية الأجنبية — هم الذين اجتازوا المرحلة المتوسطة. وهذه المرحلة المتوسطة لا يجتازها طلابنا في المدارس الحكومية حتى الذين أكملوا الثانوية منهم، وإنّما يجتازها طلاب المدارس الأجنبية والخاصة الذين تعلّموا جميع دروسهم باللغة الأجنبية. وهؤلاء ليسوا سوا أقلية لا تتجاوز الـ 5% من مجموع الطلاب في البلاد، وفي مقدورهم مشاهدة الفضائيات الأجنبية مباشرة. أمّا الأغلبية الساحقة من الطلاب فإنّ البرامج الأجنبية تصل أسماعهم مثل رطانة لا معنى لها. قد يسمع الواحد منهم كلمة يعرفها هنا، وكلمة هناك، ولكنّ البرامج الأجنبية ليست مادة تعليمية له.

¹ عبد العزيز المقالح، "اللغة العربية والإعلام العربي: الإشكاليات والتحديات"، دراسة مقدمة إلى مؤتمر مجمع اللغة العربية بالقاهرة في دورته السادسة والسبعين، أبريل 2010.

إذا أردنا حقاً أن نساعد أبنائنا على اكتساب اللغة الأجنبية، ينبغي أن نحسن المناهج، وطرائق التدريس، وكفاءة المدرسين الذين يتولّون تعليم اللغة الأجنبية، وأن نبثّ برامج خاصة بتعليم اللغة الأجنبية بطريق الإذاعة والتلفزة، بدلاً من بثّ برامج مستوردة كاملة بها.

يكن الاعتراض على بثّ برامج أجنبية من قبل وسائل إعلامنا الموجهة لأبنائنا، في أنّ هذه البرامج الأجنبية تحمل ثقافة أجنبية، وقيماً أجنبية، وتقدّم نماذج أخلاقية غريبة للاحتذاء. ويؤدّي غرس قيم مختلفة في المجتمع إلى تفتيته وتشويه هويته الوطنية.

هنالك فضائيات في المشرق "العربي" تبثّ لأبنائنا برامج تلفزيونية أمريكية مباشرة، وأفلاماً من هوليوود تدور حول موضوعين لا ثالث لهما: العنف والرعب. وهذا النوع من الأفلام يسمّى بالإنجليزية "أفلام الاستغلال" Exploitation films لأنها تستغلّ الجنس، والمخدرات، والتعري، وحركات العصيان المدمرة، وغربيي الخلق، لجذب المراهقين والشباب لمشاهدتها. وجميع الدراسات النفسية والاجتماعية الجادة تشير إلى الآثار النفسية السلبية التي تخلفها مثل هذه الأفلام في الأطفال والمراهقين، بحيث إنّ جمعية الأفلام الأمريكية The Motion Pictures Association of America دعت إلى منع هذا النوع من الأفلام¹.

أمّا في بلدان المغرب "العربي"، فإنّ الإذاعات الجهوية، أخذت تنقل برامج فرنسية كاملة حاملة لقيم تختلف تماماً عن قيم مجتمعاتنا الإسلامية، وهذا ما دعا أحد اللغويين المغاربة إلى القول إنّ هذا النوع من الإعلام:

"فتح المجال لإعادة استعمار المغرب مجدداً، حيث إنّ هذه الإذاعات الخاصة ... تفتخر بإعلان تبعيتها للغة والثقافة الفرنسيتين، انطلاقاً من لغة الحديث والحوار والاختيارات الغنائية، ومروراً بنقل عدد من البرامج مباشرة من إذاعات فرنسية، وانتهاء بعرض الحياة الفنية والثقافية والإعلامية بفرنسا دون ذكر اسم هذا البلد، وكأنّ المستمع المتابع يقطن

¹ "Exploitation film" in Wikipedia: www.en.wikipedia.org/wiki/Exploitation_film.

بإحدى المدن أو القرى الفرنسية وليس بمدن المغرب وقراه.¹

لو كانت سياسة استعمال اللغة الأجنبية في الإعلام الوطني سياسة جيدة منتجة لاعتمادها دول الاتحاد الأوروبي وفي مقدّمتها فرنسا وألمانيا، لأنّ هذه الدول تبحث عن وسائل تمّتين الاتحاد وفي مقدّمتها تعلّم لغات الدول الأوروبية الأخرى، وهذا ما ييسّر انتقال الأفراد والسلع ورؤوس الأموال. ومع ذلك، فإنّك لا تسمع في الفضائيات الفرنسية كلمة واحدة غير فرنسية، فضلاً عن برامج كاملة بالإنجليزية أو الألمانية.

لماذا نحاول تقليد الدول الأوروبية في كلّ شيء إلا الأشياء الجيدة الصحيحة؟

ج. ضحالة مستوى البرامج الثقافية والعلمية:

تعود ضحالة مستوى البرامج الثقافية والعلمية إلى عاملين رئيسين هما:

الأول: استخدام اللهجات العامية في معظم البرامج. فاللهجة العامية، صيغة مبسّطة في بنيتها وقواعدها، قاصرة في تراكيبها ومصطلحاتها التقنية، محدودة في نطاق استعمالها، لأنّ غايتها التواصل اليومي السريع. فهي بطبيعتها لا تصلح للتعبير عن الفكر المعقّد، ولا التحليل المنطقي المعمّق. ولهذا فإنّ مادة البرامج التي تصاغ بها تكون ذات مستوى فكري واطئ. فاللغة وعاء الفكر، ولكنّ الفكر يتأثّر بشكل الوعاء وطاقته الاستيعابية.

الثاني: تغليب الإعلام العربي وظيفة الترفيه على سائر وظائفه الأخرى. ففي وسعك أن تجد في الفضائيات التي تبثّ على الساتل العربي (النيل) والتي يناهز عددها 500 فضائية، عشرات الفضائيات المتخصصة بالرقص الهابط والغناء الخفيف والمسلسلات السخيفة وكرة القدم، ولكنّك لا تعثر إلا على فضائية واحدة متخصصة في الثقافة. صحيح أنّ الموسيقى والرقص والغناء والرياضة هي من عناصر الثقافة كذلك، ولكنّ وسائل الإعلام بالغت في ترويجها، فأساءت استعمالها، وجعلت منها ملهاة للشباب العربي وصرفه عن

¹ محمد الينبي، "اللغة العربية في أوطانها بين التحديات والآفاق"، في كتاب: المجلس الأعلى للغة العربية، العربية: الواقع والمأمول (الجزائر: المجلس الأعلى، 2009) ص 8

الفكر الرصين والمعرفة العلمية. فكلُّ شيء تجاوز حدّه، انقلب إلى ضدّه.

وسائل الإعلام وحقوق الإنسان:

تنتهك وسائل الإعلام حقوق الإنسان في بلادنا مرّتين في آنٍ واحد، لأنّها: أولاً: تخالف الدستور الذي ينصُّ على أنَّ اللغة العربية هي اللغة الرسمية في البلاد. ورسمية اللغة العربية تعنى استعمالها في جميع مؤسسات الدولة وفي جميع وسائل الاتصال الوطنية، حكومية كانت أم أهلية (طبعاً ما عدا ما كان منها موجهاً إلى الخارج للتعريف بالبلاد وثقافتها، ولتحسين علاقاتها بالبلدان الأخرى).

ثانياً: تنتهك "الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل" التي وافقت عليها جميع الدول الأعضاء (191 دولة) في الجمعية العامة للأمم المتحدة بتاريخ 1989/11/20، والتي تنصُّ مادتها الثامنة على أن "تتعهد الدول الأطراف باحترام حقِّ الطفل في الحفاظ على هويّته بما في ذلك جنسيّته، واسمه، وصلاته العائلية..."

ومعروف أنَّ الهويّة (بنوعها الشخصية والوطنية) تشتمل كذلك على اللغة والدين والقيم وغيرها من العناصر، وليس فقط على الجنسية والاسم والصلات العائلية، التي ذكرتها المادة الثامنة على سبيل المثال لا الحصر.

ويتساءل المرء : كيف تحافظ وسائل الإعلام لدينا على هويّة الطفل، الشخصية أو الوطنية، إذا كانت تهمش لغته الوطنية وتشوه قيمه الدينية بما تبثّه من برامج أجنبية؟

الخلاصة

خلاصة القول إنّ وسائل الإعلام العربي تتقاعس عن الاضطلاع بوظائفها الأساسية في دعم السياسات الرامية إلى تحقيق التنمية البشرية، ونشر التعليم، وترقية الثقافة، وإيجاد التماسك الاجتماعي، وتعميم العناصر المكوّنة للهوية الوطنية كاللغة الفصيحة المشتركة، والقيم الأصيلة؛ وذلك لأنَّ الإعلام العربي يتخبّط في استعمال لغة التواصل، فيخلط بين اللهجات

..... اللغة العربية في وسائل الإعلام

العامية واللغة الأجنبية والعربية الفصحى (لاحظ أن وسائل الإعلام الفرنسي تستعمل الفرنسية الفصحى فقط).

ولعلّ التخبُّط اللغوي الذي يجد الإعلام العربي نفسه فيه، ناتجٌ عن التخبُّط اللغوي في الإدارة والتعليم والقضاء والمؤسسات الاقتصادية والحياة العامة. فالإعلام مجرد وسيلة يمكن أن تؤدي خدمات جليلة إن أُحسن استعمالها، أو تؤدي إلى أضرار اجتماعية بالغة إن أُسيء استعمالها أو استندت إلى سياسات تجانب الصواب.