

## وسائل الإعلام بين الفصحى والعامية

## Media between classical and colloquia

أمينة لطروش\*

المدرسة العليا للأساتذة مستغانم (الجزائر)

amntltrwsh@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2023/04/11	تاريخ القبول: 2023/05/22
---------------------------	--------------------------

## الملخص:

من المسلم به أن ثنائية اللغة والإعلام تشكل علاقة وطيدة في العملية التواصلية، فاللغة العربية تعد وسيطا تواصليا فعالا بين وسائل الإعلام والجمهور في المادة الأساسية المكونة للرسالة وفقها يتم نسج أهم المفاهيم والمعارف وتصدير مختلف الإيديولوجيات وطرائق التفكير، بالإضافة إلى إعادة بعث تاريخ الأمم وثقافتهم وهي رمز الهوية والعروبة أيضا، وبالتالي فإن أي سوء يطرأ على كيفية استخدامها واستعمالها يقود إلى عدم اكتمال العملية التواصلية بالشكل المنشود، وعليه فإنه من تابعيات هذا الاستعمال الغير الصحيح لها-اللغة- ينتج لدينا تشوها من شأنه إفساد جماليتها وإضعافها. ويتفاقم الأمر مع هيمنة العامية وما ينتج عنها من خلل يطول المستويات اللغوية في الكثير من الأحيان. لذا تقوم هذه الدراسة بالكشف عن واقع استعمال اللغة العربية في وسائل الإعلام وانعكاسات ذلك على المتلقي.

## الكلمات المفتاحية:

اللغة، العملية التواصلية، وسائل الإعلام، لهجة، الرسالة الإعلامية.

## Abstract :

It is recognized that bilingualism and the media form a close relationship in the process of communication. The Arabic language is an effective means of communication between the media and the masses. Apart from the revival of the history of nations and their cultures, which is also a symbol of identity and Arabness, and therefore any mishandling that occurs in the way it is used and used leads to the incompleteness of the communicative process in the desired way, and therefore one of the consequences of this incorrect use of it - the language - results in a distortion that would corrupt The issue is exacerbated by the predominance of the vernacular and the lack which often affects language levels, so this study reveals the reality of the use of the Arabic language in the media and its repercussions on the recipient.

## Keywords:

The language ; Communicative process ; Media ;Dialect ;Media message

\* المؤلف المرسل: أمينة لطروش.

## مقدمة:

من الأمور التي نعيشها اليوم تطور وسائل الإعلام بمجالاتها المختلفة لاسيما المرئية منها، وظهور شبكات الاتصال وتكنولوجيا الفضاء، الأمر الذي جعل الحفاظ على اللغة العربية ضرورة أكثر من ذي قبل وخصوصا في عالمنا الإسلامي، وهذا ما دفعنا للبحث في اللغة المستعملة في وسائل الإعلام سيما إن تعلق الأمر بحوار الثقافات والحضارات فتتعاضم هذه الضرورة مع طغيان العامية وما ينتج عنها من الأخطاء اللغوية، فتأثير اللغة في عصرنا الحاضر قد زاد قوة وأخذ الناس يعتنون بوسائل الاتصال فيما بينهم وازداد خطر اللغة المنطوقة والمكتوبة بانتشار الصحافة والإذاعة المسموعة والمرئية والسينما والأساليب العصرية لفنون الإعلام فأصبحت اللغة في ظل الإعلام ذات قوة وسلطان لما لها من تأثير هائل على تفكير وسلوكيات الأفراد والجماعات. فما طبيعة اللغة المتبناة في وسائل الإعلام المرئية؟ وما أثرها على المتلقي؟

## 1- لغة الإعلام المرئي وسماته:

يقول عبد القادر زراقي: "اللغة مدونة من المفردات والإشارات والرموز والصور توفر عملية الاتصال والتعبير لمختلف مخلوقات الله، ورغم أن اللغة المكتوبة لدى معظم شعوب العالم، مصدرها الأساسي هو القواميس ومنشؤها هو المجتمع فهناك فرق بين لغة الإعلام ولغة الأدب والفكر والعلم"<sup>1</sup>، بمعنى أن اللغة هي ليف مركب من المفردات والرموز والإيحاءات والصور التي تتحد لتشكل خطابا يحمل دلالات معينة وأثرا في نفسية المتلقي وفكره الغاية الأولى منها هي التواصل والتعبير عن الذات إلا أن لكل اختصاص لغته وما يحدد الاختلاف والتباين بين تخصص وآخر هو الأسلوب المتبني في إيصال المعنى، والمقصود بالأسلوب هو الطريقة المستخدمة في انتقاء الألفاظ ودلالاتها وحسن توظيفها في السياقات الملائمة لها والأداء المعتمد في طرح الأفكار وخلفياتها، فأسلوب العالم يختلف عن أسلوب الأديب وأسلوب الإعلامي منفرد هو الآخر.

فبالأسلوب هو وسيلة الباحث لنقل الثقافة إلى المتلقي، و"العلاقة بين الثقافة والإعلام علاقة قديمة قدم الثقافة، بل قد يكون الإعلام أقدم من الثقافة، ربما لأن حاجة الإنسان للإعلام كانت أكثر إلحاحا وأكثر التصاقا بضرورات البقاء من الثقافة"<sup>2</sup>، ومع تطور وسائل الإعلام لم تعد عملية التفريق بين اللغة الإعلامية وغير الإعلامية صعبة بالنسبة لمن يمارسون العمل الإعلامي إنما الصعوبة صارت تكمن في عملية التفريق بين لغة كل وسيلة على حدا، وانصهرت كل أجهزة العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي في بوتقة الثورة التكنولوجية والإلكترونية المعاصرة، بحيث لم تعد هناك حواجز بين الصحيفة والراديو والتلفزيون والشبكة الفضائية بل تحولت كلها إلى كتيبة صحفية إعلامية.

واللغة ذات ثلاث مستويات كما يرى عبد القادر زراقي فهناك اللغة الإعلامية، والبعض يسميها اللغة العملية، وتستند كل مفردة منها إلى معنى واحد، لا يتجاوز المعنى القاموسي المتداول، وتأتي بعدها اللغة الأدبية وهي تنبع من ذات الأديب وتعبّر عن الأحاسيس، والمفردة فيها تحتمل أكثر من معنى ويقدر ما تتعدد معانيها، بقدر ما يزداد غموضها الفني<sup>3</sup>.

تختلف وسائل الإعلام الجماهيرية باختلاف متلقيها، فالوسائل الإعلامية المطبوعة يتحكم فيها القارئ، الصحافة المكتوبة هي صدى الأفكار وأذواق قرائها، أكثر مما هي راجعة لآراء أو اختيارات محرريها فالمستمع أو المشاهد قد لا تتوفر لديه وسائل التحكم في الإعلام السمعي البصري، بسبب عوامل تكنولوجية، ولكن جميع هذه الوسائل هي امتداد للحواس، والوسيلة التي تربط بجميع حواسنا هي الانترنت ولهذا تختلف لغتها الإعلامية عن بقية الوسائل، وإن كانت تستخدم جميع الوسائط الإعلامية من صحافة مكتوبة أو إذاعة أو تلفزيون أو تكنولوجيات الاتصال مثل الهاتف. فكل كلمة في اللغة الإعلامية يجب أن تكون مفهومة من جمهور المستقبلين، كما يجب أن تعرض بطريقة جذابة تحقق يسر القراءة أو الاستماع<sup>4</sup>، واللغة العربية كذلك لغة إعلامية ونريد بذلك أنها لغة بنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث، تعرض مواد مبسطة يسهل على الجماهير استيعابها وفهمها، كما أنها تتماشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده. فالألفاظ العربية تدل على تفكير العرب ونظرتهم على الأشياء، وذلك أن في تسميتهم لها باسم بعينه، وفي إطلاق لفظ غيره عليه واختيار صفة من صفاته ما يدل على اتجاهاتهم في التفكير وتقسيمهم للأشياء.

## 2- سمات اللغة الإعلامية:

إن النظر في ألفاظ اللغة المذاعة (مسموعة ومرئية) متمم لدراسة اللغة الإعلامية سواء منها ما يراد لتأكيد عوامل النجاح في الرسالة الإعلامية للبلوغ والتأثير في الجماهير أو لتقرير قواعد هذه اللغة الإعلامية من حيث ما ترمي إليه من نمذجة وتبسيط أو للتفريق بين لغة الإعلام ولغة الأدب، فهي تتميز بهذه السمات:

### 2-1 - القصير في الجمل والعبارات:

لا ينبغي للمذيع أن يعتمد إلى الجمل الطويلة أو المتشاركة، ولا يصح له أن يعتمد كثيرا على الجمل الاعترافية وبذلك يسهل على المستمع التقاط الكلمة المذاعة كما يتيسر له الحصول على معناها الإجمالي، ومعنى ذلك باختصار أن بناء اللغة المكتوبة وذلك أن المستمع أو المشاهد لا يستطيع أن يقف من الكلام المذاع موقفه من الكلام المكتوب فهو في حالة الكلام المكتوب يعدل من سير القراءات قصد التغلب على صعوبتها<sup>5</sup>.

### 2-2 - الإيجاز:

إن من سمات اللغة الإعلامية الإيجاز لأنه منبع الوضوح وقد تنبه لهذه الحقيقة الفيلسوف الفرنسي باسكال منذ ثلاثة قرون مضت حينما اعتذر لصديق له بسبب خطاب طويل كان قد كتبه إليه فأوضح أنه لم يكن لديه وقت كاف ليكتب خطابا قصيرا موجزا، ولكي يوجز المحرر فلا بد له من أن ينسق الخبر في ذهنه قبل أن يضعه على الورق، وعادة ما يدور الخبر حول محور أساسي واحد مهما كانت تفصيلاته معقدة، ولا يمكن كتابة الخبر أو المادة المذاعة بإيجاز إلا إذا كان المحرر قادرا على إدراك هذا المحور الأساسي بشكل واضح، وعندئذ يستطيع أن يضيف التفصيلات ذات الصلة الوثيقة بالموضوعات ويرتبها في أفضل نظام يصور هذه النقطة الأساسية يطرح جانب التفصيلات التي ليست

لها علاقة بالموضوع، هذا ما يجب على محرر الأخبار في أية وسيلة اتصال أن يفعله أما فيما يتعلق بالخبر التلفزيوني فهناك قيود الوقت التي تستلزم أن يكون الإيجاز عنصراً أكثر أهمية مما هو عليه في وسائل الاتصال الأخرى. وأفضل كتابة غالباً ما تكون نتيجة لإعادة الكتابة، حيث نكتشف إمكان تحسين ببيان الخبر أو المادة المذاعة فالمراجعة تجعل الخبر أقصر وتكتشفه بشكل يبرز معناه بوضوح وجلاء.<sup>6</sup>

### 2-3- تجنب الحشو اللفظي:

يعتبر الحشو اللفظي من عناصر التشويش في استقبال الرسالة الإذاعية أو التلفزيونية، فالمحرر الذي يعمل في الصحف المدرك للقيود الدرامية لوسيلة الاتصال التي يعمل بها يلجأ إلى نشر بعيد عن الصنعة اللفظية، فالصورة في التلفاز مثلا تمثل شهادة صادقة للحقيقة من خلال تقرير مرئي يتأني عن الوصف العاطفي، فالتحرير الجيد يجب أن يعتمد على البساطة ويعطي الاعتبار الملائم للصورة في التلفاز، خصوصاً من خلال تحقيق الوضوح والإيجاز والدقة، ولذلك يجدر الابتعاد عن الجمل الاعترافية وكذلك الإعراض في استخدام الأسماء الموصولة التي قد تعود على الفاعل وقد تعود على المفعول، لأن سوء استخدامها يؤدي إلى تعويق في استقبال الرسالة المسموعة أو المرئية<sup>7</sup>، ويحسن تكرار اسم الشخص المعنى، كما يجب تجنب استخدام كلمتين متشابهتين في النطق مختلفتين في المعنى في جملة واحدة لئلا يساء سمعها بينما التبديل فيما يضمن الوضوح.

### 2-4- الدلالة:

إن إدراك العلاقات الدلالية للألفاظ يساعد المحرر على جعل معنى خبره أو مادته المذاعة واضحة وترتبط هذه السمة ارتباطاً وثيقاً بسمة الإيجاز والتنظيم وبدون تفهم العلاقات الدلالية للألفاظ، فإن الأحداث تصبح غير ذات معنى في حين أن المستمع أو المشاهد يبحثان عن هذا المعنى. ولما كان العالم يزداد مع الزمن تقيداً والمنازعات المتشابكة تزداد خطورة، فإن معنى الأحداث يصبح أكثر أهمية مما كان عليه في أي وقت مضى والمستمع أو المشاهد يدرك كلاهما ذلك بالغمزة إن لم يكن بالوعي، ذلك أن المحرر الذي يعد المادة المذاعة أو المشاهدة ينبغي أن يتمتع برؤيا خاصة في الدلالات والمفاهيم المتعلقة بكافة الشؤون الإنسانية<sup>8</sup>.

### 2-5- الألفة:

وتكون عن طريق استعمال العبارات الواضحة والألفاظ المألوفة للمستمعين أو المشاهدين وتجنب الألفاظ المهمة أو الغامضة، ذلك أن لغة الإذاعة والتلفاز لغة أدبية وأفضل المحررين هم فقط أولئك الذين يستطيعون أن يكتبوا بنفس الأسلوب الذي يتحدثون به، فأسلوب التحادث هو الذي يحقق الألفة والإناس في اللغة المذاعة.

## 2-6-التطابق بين الكلمات والصورة:

إن المشاهد يميل إلى تصديق الصورة أكثر مما يثق في الكلمة، فيولي الصحفي البريطاني هنري ذلك عندما يقول: "إن معظم التقارير التلفزيونية تكتفي فقط بوصف الصورة وهذا فهي لا تقوم بأكثر من المصادقة عليها"<sup>9</sup>، ولكن الهدف من قراءة الكلمات في أخبار التلفاز لابد أن يكون لتحويل الانتباه عن الصورة، ويؤكد هنري أن أخبار التلفاز تقفز من حادث إلى حادث وبدلاً من عالمنا الحقيقي المتميز بالرقابة المألوفة فهي تعطي البديل في صورة عالم غير حقيقي يموج بالحركة، ومن ذلك يبين أن تحرير المادة التلفزيونية ينبغي أن يضع معنى الحدث في الاعتبار وأن ينقل هذا المعنى بأكبر قدر من الوضوح عندما تشده الصورة، فلا بد من استخدام التطابق بين الصورة والألفاظ.

## 2-7-التكرار:

إن التكرار من سمات اللغة الإعلامية، ذلك أنه ليس في وسع المستمع أن يعود إلى مراجعة الكلام كما يستطيع ذلك في الجريدة، كما أن للتكرار فائدة لغوية في تعميم المفردات وتثبيتها في أذهان المستمعين، على أنه في لغة الإذاعة المرئية والمسموعة يجدر الابتعاد عن الصيغ المستهلكة للعناوين والتي تنجم عن قيود المساحة في أعمدة الصحف، وهي القيود التي تختفي في الإذاعة والتلفاز.

فالتحرير للإذاعة أو التلفزيون يقتضي فهم الخصائص الصوتية للغة ولمفرداتها، بحيث يعاون المقدم على الهواء، على تحقيق الوضوح والإيناسفي إرساله، وفي هذا الخصوص فإن لغة المادة الإذاعية المرئية مستمدة إلى حد كبير من المادة الإذاعية المسموعة، وبالرغم من أن الأساليب تختلف في الخدمات التحريرية المختلفة إلا أن الخصائص الصوتية للغة أمر مشترك بالنسبة لها جميعاً<sup>10</sup>. فالمادة يجب أن تحرر بوضوح مشكلة الألفاظ الغربية مصححة بعد الكتابة مع وضع علامات الترقيم بين أجزاء الكلام المكتوب لتمييز بعضه مع بعض أو لتوزيع الصوت عند قراءته، وكذلك تجنب كتابة الأسماء والألفاظ الأجنبية بالحروف اللاتينية حتى يسهل نطقها صحيحاً ويفضل أن يوضع تحتها خط حتى تستدعي انتباه المذيع إلى وجود هذه الكلمة الأجنبية فيأخذ عدته للتغلب على ما سوف يواجهه من صعوبة، و"يستحسن عدم الالتجاء إلى اختصار الأسماء أو العبارات في حروف للدلالة عليها في النسخة المعدة من النشرة ليقرأها المذيع"<sup>11</sup>، كما يستحب استخدام صيغة الفعل المضارع في لغة الإذاعة المسموعة والمرئية، ويفضل الفعل المبني للمعلوم على استعمال الفعل المبني للمجهول إلا عند الضرورة القصوى عندما يستخدم المذيع بعض الألفاظ التي اشتهرت بالبناء للمجهول.

إن لغة التقرير هي اللغة الإعلامية لتحقيق مطلب الوضوح الإعلامي ويعني ذلك في اللغة المذاعة أن الأفكار تحظى بتأثير عند نقلها صوتياً باستخدام اللغة التقريرية الأكثر مباشرة، وذلك ينبغي الابتعاد عن الشرط الغير السليم واستخدام صيغة المجهول والابتعاد كذلك عن صيغ الفعل المعقدة، حيث يمكن استخدام صيغ الفعل البسيط والابتعاد عن الجمل المطولة الثقيلة والنشر المنق الحافل بالمحسنات البيانية وافتقاد الدقة عند استعمال الكلمات والتأكيد الذي ليس في مجاله. وعلى ذلك فإن أسلوب التحرير الإذاعي (مسموعاً أو مرئياً) يعتمد على استخدام اللغة بطريقة فعالة عن طريق البناء الفني للأشكال والفنون الإذاعية والتلفزيونية المختلفة، وإلى جانب ما تقدم فإن لغة الإذاعة

المرئية والمسموعة هي فرع من فروع اللغة الإعلامية وفيها ما في اللغة الإعلامية من خصائص تقوم على التبسيط والنمذجة والتكرار وهو ما يمكن أن نسميه باللغة المشتركة.

### 3- ماهية العامية والفصحى ومجالاتها:

يشير اللغويين إلى أنه ليس هناك لغات متقدمة وأخرى متأخرة، فكلاهما تؤدي وظيفتها الاتصالية لدى الأفراد الذين يستعملونها، ويتفق اللغويون لذلك على العديد من السمات التي تشترك فيها هذه اللغات، لكن الجانب الأهم في بحثنا هذا، هو الاختلاف الذي يظهر على مستوى لغة معينة من حيث التراكيب المتعددة، حيث نجد أن أفرادها لا يستعملون مستوى واحدا للتعبير عن أغراضهم، ومعنى ذلك هو أن وحدة اللغة لا وجود لها، إذ أن أفراد المجتمع لا يملكون مستوى تعبير واحد يستعملونه بنفس الطريقة في جميع المقامات، واللغة العربية واحدة من اللغات التي تتوفر على أكثر من مستوى تعبير، يتضح ذلك من خلال ما يسمى بالثنائية اللغوية، التي تتمثل في وجود مستويين لغويين أحدهما للمشاهدة في الشؤون اليومية أو ما يوصف في المواضيع الدنيا ويقصد بهذا المستوى العامية، أما المستوى الثاني ويقصد به هنا الفصحى يوظف في الكتابة والموضوعات العليا<sup>12</sup>، لذلك فإن الباحث في اللسانيات العربية ينطلق من كون أن العاميات العربية تنتمي إلى الفصحى وأنها ليست شيئاً مستقلاً عنها<sup>13</sup>.

كما أنه ينطلق في دراسته من قاعدة أساسية مفادها أن اللغة العربية كباقي اللغات الأخرى خاضعة للتطور، إذ نجد لذلك يعتمد على مصطلح "العامية" ليعبر عن المستوى الثاني للغة العربية، بدل أن يوظف مصطلح اللهجة التي احتواها مصطلح العامية نتيجة التطور الذي حصل على اللغة العربية ومستواها الثاني. وعلى هذا الأساس يلحظ أن الباحث في اللغة العربية يميز بين نوعين من العاميات، النوع الأول تشكل في عصر الفتوحات نتيجة لقاء اللهجات العربية باللغات الأخرى، وهذا النوع يتصف بخصوصية قربه من الفصحى<sup>14</sup> وأنه يؤدي وظيفة التواصل بين أفراد المجموع اللغوية، أما النوع الثاني ظهر حين استقرت الفتوحات ودخول الأعجمي في اللهجات، وهذا النوع يرى فيه الدارسون بأنه يتميز بابتعاده النسبي عن الفصحى، بفعل أن اللغات الأخرى أثرت على العاميات العربية وزادت من انحرافها الصوتي ودخول الألفاظ الغريبة عليها.

وكل هذا يعني أن الباحثين يتفقون أن هذين المستويين اللغويين الفصحى والعامي من أصل واحد وأنهما متقاربان، وأن هناك في الوقت نفسه هوة شاسعة بينهما وجدت بفعل العديد من الظروف، تتمثل أولاً في التي تم الإشارة إليها، أي عامل دخول الأعجمي أثناء وبعد الفتوحات الإسلامية على اللهجات التي كانت الصفة الوحيد للمستوى الثاني للغة العربية إلى جانب الفصحى، حيث أوجد ذلك العديد من المصطلحات الخارجية عن إطار اللغة العربية، ومن جانب آخر يتبين أن عامل تقسيم المجالات والوظائف بين العامية والفصحى في التعبير عن مظاهر الحياة، دفع هذا الآخر إلى وجود هوة بين هذين المستويين اللذين يمثلان أصلاً واحداً كما بينت ذلك الدراسات، حيث توظف الفصحى للتعبير عن الدين، الأدب، العلوم وبعض المظاهر الثقافية والفنية، الأمر الذي جعل منها تبرز بصفة

كبيرة كأنها لغة مكتوبة وليس لها أصول اللغة المنطوقة في هذا العصر، وتبرز أثناء استعمالها على شكل فصحي مقروءة، على خلاف العامية التي تظهر بأنها وظفت للتعبير عن مجالات الحياة اليومية في البيت والشارع، وبالتالي برزت على شكل لغة منطوقة ليس لها كيفية منمطة لكتابتها، وهذه الهوة التي أشار إليها الباحثون هي التي دفعت بهم إلى اعتبار أن لكل إقليم في العالم العربي عامية خاصة به، تتميز كل واحد منها بمجموعة من الخصائص الصوتية والنحوية، لا تخرج بشكل عام عن حدود نوع العاميتين التي سبق الإشارة لهما<sup>15</sup>.

والفرق بين اللهجة والعامية هو أن اللهجة هي عبارة عن صفات صوتية للغة منطقة من المناطق تنتمي إلى بيئة خاصة، أما العامية فهي خليط غير مستقر من القواعد وليس لها قاعدة ثابتة، فبعضها فصيح الأصل تغيرت مخارج حروفه وأدت به الألسن المتعددة إلى الانزياح عن الصحيح، وبعضها الآخر غريب بمصطلحاته ومفرداته، تولد نتيجة امتزاج لغة العرب بلغات أخرى عبر التاريخ كالكلمات الفارسية، التركية والإسبانية مثلا، أو التي أنتجها الاستعمار أثناء تواجده بمختلف البقاع العربية، وعلى هذا هناك من الدراسيين من يرى أن العامية هي مستوى ثان من الفصحي نجمت أثناء امتزاج اللهجة بلغات أخرى، الأمر الذي أجد تحولات عديدة أدت إلى بروز ما اصطاح عليه بالعامية، التي تختلف عن اللهجة التي تعد بدورها مستوى ثان في اللغة العربية إذ حملت صفتها الأولى وابتعدت عن المصطلحات التي تحملها العامية، ولهذا التقارب الشديد هناك من الباحثين من يعبر عن العامية بمصطلح اللهجة.

والعامية تختلف تعريفاتها في الأصل، فهناك من يرى بأن العامي ما ينطق به العامة وشاع على لسانهم، دون أن يخص ذلك من يعبر عنهم في المجتمع بالأدباء، وهناك تعريف آخر يذهب إلى القول بأن "العامية لغة فصيحة وضعت في عصور مختلفة للتعبير عن الأفكار بقوالب كثيرة، وبخصوص هذا الشأن أي اتصاف العامية بالفصحي يرى البعض الآخر بأنه لم يظهر إلا بعد فترة من الزمن حيث استطاعت العامية فيها أن تتسم ببعض الصفات التي تميز الفصحي عن مستوى المادة الصوتية"<sup>16</sup>.

وعليه يمكننا القول أن العامية هي خليط يجمع بين الفصيح والدخيل، وتظهر من خلال تنوعات مختلفة تسمى "اللهجة" التي ترتبط ارتباطا وثيقا بالاختلافات الجغرافية (كل منطقة لها لهجة خاصة بها). ومن كل هذا يتعين التركيب العام لما يطلق عليه اسم العامية، إذ يتشكل من الفصحي التي هي أصل اللغة الأدبية، واللهجة التي امتزجت بالفصحي وبلغات أخرى، لذلك فالعامية تتصف بالعديد من الخصائص التركيبية كإهمال الإعراب، ووجود ظواهر التدخل باللغات الأخرى، وهو ما يميزها عن المستوى الأول -الفصحي-، فالفصحي ما يقصد بها لغة الانجلاء والظهور، تخضع لقوانين تضبطها وتتحكم فيها، وعليه يتحدد الفرق بين الفصحي والعامية في الإعراب، اللفظ والصياغة.

#### 4- الفصحي والعامية وعلاقتهم بلغة الرسالة الإعلامية:

انطلاقا مما سبق، فإن الخصوصية اللغوية، لها دورها الكبير في إحداث التفاعل، وتمثل أحد عناصر بناء الرسالة الإعلامية بالإذاعة، وذلك لكون أن "التفسير الدلالي للرموز المستقبلية، يحدث لما يكون

طرفي العملية المرسل والمستقبل من جنس اللّغة الشفهية نفسها فأى لغة تضمّ مفاهيم معينة ودلالات ما، لا يمكن أن تكون في لغة أخرى ولا تعرفها تمامًا، مما يعني أن التجريد الواحد يمكن التعبير عنه بعدد لا متناه من الرموز المختلفة"<sup>17</sup>.

واللّغة العربية، هي من اللّغات التي تتضمن مفاهيم ودلالات وتراكيب وأساليب، لا تتضمنها جماعات لغوية أخرى خارجة عنها، كما لها خصوصيتها التي تضم القواعد والنّظم المتواضع عليها التي تتجسد في المستويين اللّذين يجمع عليهما الدّارسون، أي الفصحح والعامي. وهذه الثنائية التي تتركب منها اللّغة العربية، تعتبر من الخصوصيات اللّغوية الأساسية المميزة لها عن باقي اللّغات الأخرى، كما تعتبر من جانب آخر بأنّها تؤثر على طبيعة العمل الإعلامي، حيث تتحكم وتوجه المرسل عند بناءه للرسالة الموجهة عن طريق الإذاعة، لتحقيق الإفهام والفهم، وإحداث التأثير لدى أفرادها الذين يصل عددهم 300 مليوناً<sup>18</sup>، فهي أساس المعرفة لديهم وأداة ضرورية لقضاء حاجتهم وإشباعها.

فتحقيق الاتّصال الواسع والمتسارع لدى جمهور اللّغة العربية بواسطة الإعلام، يتجسد بتوظيف القائم بالاتّصال لخصوصيات هذه اللّغة عند التّوجه للأفراد الذين يتعاملون بها، وعلى العملية الإقناعية التي تعتمد على التّفاعل الرّمزي مع المتلقي وبالتّحديد استخدام الكود المنطوق والمسموع من دون الرّموز الأخرى، مما يجعل القائم بالاتّصال يعتمد على أساليب معينة لتجاوز إشكالية التّوصيل، أو عدم حدوث الاتّصال بين الباث والمتلقي. فإشكالية التّوصيل في اللّغة العربية في واقع الأمر، تواجه المرسل عند إعداد الرّسالة، ومرد ذلك إلى خصوصيتها المتمثلة في الثنائية أي اللّسانين العامي والفصحح، فأثناء توجّهه للجمهور، يكون ملزماً على اختيار المستوى الأنسب من المستويين قبل بث الرّسالة، وتحميلها بالرموز التي تحقق التّفاعل.

فإن عدم الاتّفاق على المستوى الذي يحقق الفهم والإفهام، وعليه التّفاعل والتّأثير، أثناء مخاطبة الجمهور والتّوجه إن مشكلة المصطلح التي يطرحها البعض على مستوى الفصحح، وعدم إمكانية احتوائه لمختلف مجالات الحياة المختلفة، وسيّما العلمية والتكنولوجية، والقول بأنّها منحصرة في استعمالات محدّدة، يجعل من هذا المستوى انطلاقاً من هذا المنظور لا ينشأ الاتّصال إطلاقاً بين القائم بالاتّصال والمتلقي، بحجة أن الفصحح غير مؤهلة لحمل رسالة التكنولوجيا والتّطور العلمي<sup>19</sup>، وهذا ما يؤثر في تصور القائم بالاتّصال للمستقبل، من حيث نوع الأسلوب الخطابي الذي ينبغي توظيفه مع وفر مستوى ثاني يتمثل في العامية، ونفس الفريق يذهب للقول أن الفصحح معقّدة من حيث التّراكيب والأساليب، وأنّها على أساس ذلك، لا ينجم عنها الفهم والإفهام لدى المتلقي لها، ولا تساهم في تحقيق عملية التّلقي الإيجابي التي تركز على التّفاعل مع المضمون الإعلامي المعد.

وبنفس الشّكل تُطرح بالمجتمعات العربية إشكاليات الفهم والإفهام عند توظيف المستوى الثّاني المتمثل في العامية، فاستعمالها في مجال الحياة اليومية واختلافها وتباينها من بيئة إلى أخرى، يؤثر على القائمين بالاتّصال على مستوى الأنظمة الإذاعية، فيما يتعلق باختيار الأسلوب الاتّصالي الرّمزي الذي يتماشى مع مصالحي الأعداد الكبيرة من الأفراد وأفكارهم ولسانهم، وبالتالي فهمهم.

ومن هنا تتولد إشكالية التّوصيل والتّبليغ عملياً عند توظيف المستوى الثّاني من اللّغة العربيّة المتمثل في العامية لدى بعض الفئات التي قد لا تفهم الرّموز الموجهة لها، لكون أن لهجات العامية مختلفة وكثيرة، الأمر الذي يجعل من بعض مفرداتها ورموزها لا تتفق مع المعنى الذي يمتلكه المتلقي. وعلى هذا الأساس يرى فريق من الباحثين والمنشغلين بقضايا اللّغة العربيّة بأن هذا المستوى لا يمكن أن يكون الأسلوب اللّغوي المناسب لإفهام أفراد الجمهور. على الرّغم من أنّ هناك في المقابل من يرى في العامية النّمودج اللّغوي الأنسب لجميع فئات الجمهور، وأنّه عن طريقها يتحقق الفهم، ولا ينجم عند توظيفها من خلال الإذاعة فجوة معرفية أو سلوكية.

وكل هذا على حساب الفصحى التي يُنظر لها كما سبق الإشارة بأنها معقّدة التّراكيب وصعبة الفهم، على الرّغم من المدافعين عنها انطلاقاً من اعتبارين، الأوّل كونها لغة الدّين، والثّاني لأنّ الفصحى هو المستوى الذي يشترك فيه كل أبناء اللّغة العربيّة، بمعنى أن استعماله في مضامين الإذاعة ينجم عنه الفهم لدى جميع المتعاملين مع هذه الوسيلة، من دون وجود أي عائق أو صعوبة لفك الرّموز لدى بعض الفئات. وهي نظرة يتبنّاها العديد من الباحثين.

هذه الاستعمالات اللّغوية المختلفة، يبرزها المشهد الإعلامي عمومًا بالوطن العربي على مستوى القنوات الإذاعية المختلفة، حيث أن القائم بالاتّصال من خلال المضامين التي يتوجه بها للجمهور، يأخذ الاختلافات اللّغوية المميّزة للّغة العربيّة، أي مستويات لسانها العامي والفصيح، وهذا يدل أن الخصوصية اللّغوية تتدخل في بناء الرّسالة الإعلامية على مستوى الإذاعة، بالرّغم من الإشكالات العديدة التي تُطرح بخصوص المستويين، فيما يتعلق بتحقيق التّلقّي الإيجابي الذي يعني الفهم والتّفاعل مع المحتوى المُقدّم.<sup>20</sup>

وهناك من يرى في هذا الجانب، أي لتحقيق الفهم لدى جمهور اللّغة العربيّة بأنّه يجب التّركيز على الاعتدال، بعدم تغليب مستوى لغوي عن الآخر، ودون الانحدار بالعامية إلى المستوى الدّوني والمبالغة في الاستخفاف بها، بتعبير آخر، إنزالها منزلة لائقة بها تدخل في إطار الإبلاغية.

## 5- مكانة الفصحى والعامية في وسائل الإعلام:

اعتاد الجمهور الذي يتابع مناقشة موضوع ثنائية الفصحى والعامية في وسائل الإعلام المرئية بشكل خاص، أن ينطلق من افتراض أن ثمة تبايناً بينهما يؤسس لعداوة ضاربة بحيث ينبغي على المتحاورين ثم متابعي الحوار أن ينقسموا حزبين متصارعين يتباريان في حشد الأدلة والبراهين التي تعزز وجهتي نظر لإيراد لهما أن تلتقيا. فإن حاول بعض المتحاورين الالتزام بموقف علمي أن يخرج بالموضوع ولو قليلاً من أجل التناقض والصراع إلى مجال التكامل والتنسيق رده الجمهور إلى أحد الحزبين رافضاً أي إمكانية لإحلال الوئام والسلام بين الفصحى والعامية<sup>21</sup>، وهذا يعني أن الجمهور قسمين هناك من يفضل الفصحى وآخرون من يهتمون بالعامية. ومن المؤكد أن الإعلامي الذي يدير الحوار مسؤول في كثير من الأحيان عن تأجيج عوامل التناقض والصراع وتوجيه الجمهور، هذه الوجهة انطلاقاً من مفهوم رائج مفاده أن الحلقات الإعلامية الناجحة هي تلك التي تثير نقاشات انقسامية في صفوف الرأي العام وتستقطب أكثر عدد من الاتصالات الهاتفية، إلى حد أن بعض هذه البرامج والحلقات صار من لوازمه

إجراء استفتاء للمشاهدين بواسطة رقم هاتفي يجيبون فيه عن سؤال ما، يتعلق بمضمون الحلقة، بنعم أو لا<sup>22</sup>، وعرض نتائج هذا الاستفتاء تباعا على الشاشة طوال الحلقة استشارة من الاتصالات، فلاشك أن الموضوعات التي يغلب عليها الطابع العلمي ومنها موضوع الثنائية اللغوية لا يناسبها ومن المحقق أن هذا الكلام ليس دعوة لاستبعاد الجمهور عن مناقشة هذا الموضوع المهم، الذي ربما كان يعني الناس في حياتهم أكثر مما يعنهم أي موضوع آخر، إذ يكاد يتعذر تصور حياة اجتماعية ذات مضمون ثقافي أخلاقي بدون لغة، لأن اللغة لغة الكلام هي أداة الاتصال الأولى والأساسية إلى جانب لغات الإعلام الأخرى غير الكلامية التي تستخدم تحقيقا للرسالة الإعلامية، وذلك في عصر صار يوصف بأنه عصر الاتصال، حتى يصح قول: الحضارة العصرية تبنى وفق عالم اللغة إنما هي دعوة هادفة إلى تنظيم المشاركة الجماهيرية في نقاش قضايا ذات طابع علمي نقاشا هادفا بعيدا عن الإشارة<sup>23</sup>.

فإذا تعدت طريقة الطرح الخاطئة في وسائل الإعلام لموضوع الثنائية وما يعترض هذه الطريقة من إضرام لعوامل التناقض والصراع وحاولنا إلقاء نظرة موضوعية على مكانة كل من الفصحى والعامية في هذه الوسائل، فسنلاحظ بوضوح أن الفصحى استطاعت احتلال مساحات مهمة من برامجها، تشمل إلى جانب نشرات الأخبار الطويلة والموجزة، بعض البرامج الثقافية والبرامج الدينية والمسلسلات التاريخية على ندرتها والمسلسلات الأجنبية المترجمة. إلا أن بعض البرامج الثقافية يستخدم مقدموها العامية في مقدماتهم وحواراتهم، استخدما جارحا يحمل في مضمونه مزايدة على العامة وأنفسهم في بعض الأحيان. وفحص مستوى الفصحى نفسها في نشرات الأخبار وبعض البرامج الثقافية لوحظ أمرين مهمين<sup>24</sup>:

أ- أنه مستوى بالغ التبسيط في كثير من الأحيان، يكاد يلامس العامية في بعض استعمالاتها الراقية، فهم يعتمدون غالبا أسلوبا إذاعيا قوامه إسقاط حركات الإعراب وإحلال السكون محلها.

ب- أنه مستوى تشيع فيه أساليب تعبيرية جديدة بتأثير من حركة الترجمة اليومية لهذا الكم الهائل من الأخبار التي تبثها وكالات الأنباء الأجنبية على تنوع مصادرها ولغاتها الأصلية. ووسائل الإعلام المرئية إنما تتبع هذه السياسة في توزيع برامجها بين الفصحى والعامية، انطلاقا من مصلحتها الإعلامية والاقتصادية ومن حرصها على الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور العربي في الوطن العربي وفي أقطار العالم كله، وخصوصا بعد أن تحول أكثر المحطات المرئية الأرضية إلى فضائية، وأما ملاحظتنا وملاحظات غيرنا من الداعين إلى تعزيز الفصحى وإقامة استعمالها في وسائل الإعلام فهي قابلة للمعالجة بوسائل متعددة منها:

- أن يراعى إتقان اللغة العربية شرطا أساسيا من شروط اختيار المذيعين والمذيعات ومقدمي البرامج إلى جانب الشروط الأخرى المعتمدة والمعروفة منها.
- تعميم وظيفة المدقق اللغوي في وسائل الإعلام ومراعاة اختيار المدققين من الذين يتمتعون بمهارة عالية المستوى ويمتلكون الفصاحة والخبرة بأساليب الكلام العربي ومنها تدخل الدولة وذلك بين

تشريعات تفرض استخدام اللغة العربية الفصحى في نسبة معينة من برامج المرئي على غرار التشريعات التي تفرض أن تكون نسبة معينة من البرامج منتجة محليا.

## 6- المؤسسات الإعلامية والاجتماعية العربية ودورها في رعاية اللغة العربية:

ثمة ازدواجية لغوية طرفاها الفصحى والعامية، لأنهما محتوى دراسيا في مجتمعنا وجامعاتنا غير مستعمل في التواصل الشفهي الحياتي اليومي بين الناس، فهم يستخدمون لهجتهم المحلية، فالعامية هي اللغة المحكية، وهذا ما ينتج لنا مسافة بين المحتوى التعليمي وواقع الحياة على المستوى اللغوي وهذا ما يمثل معضلة في تعليم الفصحى، فهي لا تمثل الواقع اللغوي من ناحية كما أن هذا الواقع لا يؤرقها من جهة ثانية، فوقتها لا يكون التباعد على الصعيد اللغوي فحسب، بل على الصعيد الثقافي أيضا لأن اللغة ليست مجرد ألفاظ وتراكيب وأساليب وإنما هي نمط تفكير ورؤية للحياة والعالم، فاللغة تعكس فكر أهلها وشواغلهم من وقائع حياتهم بشتى جوانبها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ورايتهم لها وفق منطقتهم الخاص<sup>25</sup>. ويحل التقارب محل التباعد في العلاقة بين الفصحى وواقع الحياة، إذا ما كانت تلك الفصحى ما شاع تسميته "الفصحى المعاصرة" وهي فصحى تستوعب الأصول أو الكفاءة اللغوية لفصحى التراث وتنتج خطابات جديدة تعكس منطقا جديدا وتعتبر عن وقائع ومفاهيم ورؤى جديدة ذلك المستوى اللغوي "الفصحى المعاصرة" جدير بان يشغل حيزا مهما في المادة التعليمية للغة العربية، إذا ما أريد لها أن تكون متصلة بواقع الحياة<sup>26</sup>، فهي لا تمارس على المستوى الشفهي في مجال أو مكان بقدر ما تمارس في الإذاعة والتلفاز، فثمة ما يزيد عن أربعين إذاعة عالمية ناطقة بالعربية، كما أن عددا كبيرا من القنوات الفضائية تبث مادتها باللغة العربية، فضلا عن بعض القنوات العالمية الأخرى، وثمة إذاعات عربية اتخذت من الالتزام بالفصحى سياسة عامة لها، مثل إذاعات القرآن الكريم في كل من مصر والسعودية والإمارات العربية المتحدة والجزائر، وكذلك بعض الفضائيات مثل قناة الجزيرة القطرية وقناة اقرأ وقناة المنار.

وإذا كانت العامية تشيع في كثير من الإذاعات والفضائيات العربية فإن مثل هذه الإذاعات والفضائيات تلتزم الفصحى في برامج بعينها مثل نشرات الأخبار، تقارير المراسلين، التعليقات على الأحداث، البرامج الدينية، الأفلام الوثائقية، وأفلام الرسوم المتحركة نصيب كبير في هذا المجال، حيث اتخذت قرارا بعدم إنتاج أية برامج خاصة بالأطفال باللهجات العامية واعتماد العربية الفصحى المبسطة في جميع برامج الأطفال ولذلك شهدت تلك الفترة إنتاج أهم برنامج تلفزيوني في نظري ساهم في نشر اللغة العربية وتحبيبها للصغار والكبار وجعلها مألوفة تجري على السنة الجميع وهو برنامج "افتح يا سمسم"، ولقد لقي هذا البرنامج قبولا منقطع النظير لدى الأطفال، كما اتخذ تلفزيون دولة الإمارات العربية المتحدة من أبو ظبي في منتصف السبعينات قرارا بعدم عرض أي برنامج خاص بالأطفال ما لم يكن ناطقا بالفصحى كما قام خلال أعوام الثمانينات بإنتاج عدد من مسلسلات الأطفال، كانت لغتها الفصحى المبسطة المفهومة للطفل وثمة قناة مخصصة للأطفال هي "سبي ستون" تبث برامجها كلها بالفصحى، كما أنتج كل من التلفزيون المصري والتلفزيون السوري عددا كبيرا من المسلسلات والأفلام التاريخية والدينية الناطقة بالفصحى.

إن وسائل الإعلام المسموعة والمرئية باستخدامها اللغة الفصحى تعد مصدرا من مصادر تعليم اللغة العربية. بل تأتي في مقدمة هذه المصادر ذلك أن تعليم اللغة لا يكون بالحديث عنها بقدر ما يكون بممارستها، فاللغة في المقام الأول ظاهرة منطوقة مسموعة، والإذاعة تقدم اللغة منطوقة مسموعة ويتيح استخدام الصورة في وسائل الإعلام المرئية أن تقدم الرسائل الإعلامية بعناصرها اللغوية، وغير اللغوية، إن تعبيرات الوجه والحركة والإيماءات ونغمة الصوت والوضع الذي يتخذه المتكلم والأشياء المادية المشاهدة في الموقف عناصر غير لغوية، ولكن دورها كبير في إيضاح العناصر اللغوية، واللغة ضرب من ضروب السلوك وليست مجرد معرفة، ووسائل الاتصال تؤثر في تكوين هذا السلوك اللغوي تأثيرا بعيدا، ومن شأن تكرار هذا السلوك اللغوي على النحو المكثف الذي تقدمه وسائل الاتصال أن يحدث له ترسيخ عند الجماهير<sup>27</sup>، يفوق المؤثرات الأخرى في الحياة اللغوية.

إن التأثير اللغوي لوسائل الإعلام يكون أوسع، لما هذه الوسائل من جماهيرية عريضة، وتقنيات فنية وإخراجية جاذبة كما أن فصحي تلك الوسائل تحقق تقريبا لغويا بين اللهجات المحلية من جهة وبين الفصحى والعامية من جهة ثانية، فتعمل وسائل الإعلام المسموعة والمرئية على تقليص هوة الشقاق بين المستويات اللغوية، فهي لا تستعمل العربية الفصحى المستعملة بالعصور الأولى، ولا تتدنى إلى مستوى اللهجات المحلية، وإنما تسعى لخط طريق وسط لنفسها، فتوظف الفصحى المعاصرة التي تدنو من لغة الخطاب العامي، ومن ثم يلاحظ في لغة الخطاب الإعلامي أنها تميل إلى البساطة، والوضوح والجمل القصيرة، والبعد عن الكلمات الغريبة والتراكيب المعقدة والجمل الطويلة، وهي بذلك تكون قد أحدثت تقاربا بين الفصحى واللهجات من جهة وبين اللهجات أنفسها من جهة أخرى.

## 7-المشكلات والتحديات التي تواجه وسائل الإعلام المرئية في استخدام اللغة العربية:

- الممارسة الإعلامية وواقع التجارب يتمخض عنه مشكلات حسب طبيعة البلد المعني ومدى اهتمامه باللغة العربية فضلا عن اختلاف التكوينات الاجتماعية والثقافية في الدول العربية والإسلامية.
- الدعوة إلى العامية: دعت طائفة من المستشرقين والعرب إلى إلغاء الفصحى وإحلال العامية محلها وهذا يعني أن تصبح العامية هي اللغة التي يكتب بها ويتعلم بها وتتحول الفصحى إلى لغة ميتة.
- الأخطاء اللغوية: فالناظر لوسائل الإعلام المرئية في عالمنا العربي والإسلامي يجد كثرة الأخطاء اللغوية في الممارسة المهنية.
- للإعلام أثر في الارتقاء بلغة الناس أو الانحدار بها.
- لا توجد أبحاث في الإعلام لتجديد موقع اللغة في وسائل الإعلام.
- الاختلاف حول إمكانية استخدام اللغة العربية في كل البرامج<sup>28</sup>.
- المهارات التي ينبغي أن يقوم بها الإعلامي في وسائل الإعلام المرئية. مهارات الاستماع والإنصات.

• الأدب: الأناشيد، المحفوظات، النصوص النثرية والشعرية، النقد... وتلك المهارات إلى جانب أنها رصيد معرفي هي أيضا رصيد سلوكي قيمي وأخلاقي حيث أنها تحث على منظومة القيم العربية والإسلامية والتي يمكن أن توظف لمضمون المحتوى البرامج التلفزيونية<sup>29</sup>.

### خاتمة:

إن أي عمل علمي أو بحث أكاديمي يكتمل في الأخير بنتيجة عامة تعكس ما تم التطرق إليه من مقدمات وتساؤلات، وانطلاقا مما سلف فإنه يخلص لنا في الأخير:

أن العمل الإعلامي جهد تتداخل فيه عدة عناصر اتصالية وإعلامية وثقافية تحدد مستواه وعمله وهدفه ومبتغاه وكذا طبيعته، سواء كان إعلاما موجها أو إعلاما وطنيا أو إعلاما هادفا أو إعلاما مرثيا. واللغة ظاهرة إنسانية خاصة تتطور بتطور الفكر الإنساني، وهي من أبرز الظواهر التي استأثرت باهتمام الباحثين والمفكرين منذ أقدم العصور والأزمنة، وتبقى التفصيلات في نوعيتها تندرج ضمن مجموعة من الخصوصيات، أهمها المستوى الدراسي لكل فرد وقدراته الفكرية والعلمية وكذا متطلبات مهنته.

العامية غير صالحة لكل المجالات، كونها مزيج من كلمات عربية أخرى أجنبية، وعلى الرغم من إقبال الأفراد عليها واعتبارهم إياها أنها لغة الحديث اليومي إلا أنها لا تتلاءم مع الرموز الأصلية بشكل كامل للغة العربية.

تبقى للغة المستخدمة مكانتها الخاصة ودورها في إيصال الرسائل الإعلامية وتحقيق أهداف المرسل، وصراع الفصحى والعامية قد تحسمه لغة الإتصال بالجماهير. واللغة الإعلامية (فصحى كانت أو عامية) تؤدي دورا رئيسا في فهم المستمع لمضامين البرامج أو الرسالة الإعلامية، وهي سبيل لشيوع العربية الفصحى بقدر ما هي كسب للغة القومية ووحدة الفكر العربي مع مراعاة مجالات كل منهما على حدا، فالفصحى تناسب الأدب والتعليم والثقافة وغيرها، أما العامية فتناسب المجالات الترفيهية والبرامج التفاعلية وغيرها.

### الإحالات:

<sup>1</sup> زراقي، عبد العلي. (ط2004، 1). الخبرة في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت.. دار همة للطباعة والنشر، ص17.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص18.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص19 بالتصرف.

<sup>4</sup> شرف، عبد العزيز. (ط1991، 1). اللغة الإعلامية.. دار الجيل للنشر، ص132.

<sup>5</sup> المرجع نفسه، ص245.

<sup>6</sup> المرجع نفسه، ص246.

<sup>7</sup> المرجع نفسه، ص247.

<sup>8</sup> عبد النبي، سليم. (ط2010، 1). الإعلام التلفزيوني. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان. الأردن. ص35

<sup>9</sup> عبد الله، مي. (ط2006، 1). التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير. دار النهضة العربية. بيروت. لبنان، ص32

<sup>10</sup> أبو معال، عبد الفتاح. (ط2006، 1). أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وثقافتهم. دار الشروق للنشر والتوزيع، ص83

- <sup>11</sup>حسن ،علي محمد.(ط2009، 1 ). مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية والبصرية. الدار العربية للنشر والتوزيع ،ص32
- <sup>12</sup>موسى،نهاد.(ط2003،1). الثنائيات في قضايا اللغة العربية من عصر النهضة إلى عصر العولمة .دار الشروق للنشر والتوزيع. الأردن،ص20.
- <sup>13</sup>سمير روجي، الفيصل.(ط1992،1). المشكلة اللغوية العربية. دار جروس جرس. لبنان،ص11
- <sup>14</sup>المرجع نفسه ،ص12
- <sup>15</sup>يعقوب،إميل بديع.(1982). فقه اللغة العربية وخصائصها. دار العلم للملايين. بيروت،ص20
- <sup>16</sup>المرجع نفسه ،ص147
- <sup>17</sup>مرتاض، عبد الجليل.(2004). دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية وترقيتها. المجلس الأعلى للغة العربية. الجزائر،ص93
- <sup>18</sup>المرجع نفسه ،ص95
- <sup>19</sup>المرجع نفسه ،ص95
- <sup>20</sup>المرجع السابق ،ص95
- <sup>21</sup>النادري ،محمد أسعد.(ط2009، 1). فقه اللغة مناهله ومسائله . شركة أبناء شريف الأنصاري للطباعة والنشر،ص360
- <sup>22</sup>المرجع نفسه ،ص360
- <sup>23</sup>المرجع نفسه ،ص361
- <sup>24</sup>اسماعيل بغدادى ،هالة.(2009). الصحافة التلفزيونية العربية الجزيرة والنيل دراسة ميدانية مقارنة .دار الشروق للنشر والتوزيع ،ص12
- <sup>25</sup>مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية .(ط2008،1). اللغة العربية والتعليم رؤية مستقبلية للتطوير،ص162
- <sup>26</sup>المرجع نفسه ،ص163
- <sup>27</sup>المرجع السابق ،ص165
- <sup>28</sup>طالب، عبد الرحمن.(2006). العربية تواجه التحديات، كتاب لأمة السنة السادسة والعشرون.وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.الدوحة،ص171
- <sup>29</sup>ينظر: مؤسسة الرسالة.(2006). طرائق تدريس مهارات اللغة العربية وأدائها للمرحل الدراسية.بيروت،ص23

## المراجع:

- زراقي، عبد العالي.(ط2004، 1 ). الخبرة في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت.. دار همة للطباعة والنشر.
- شرف، عبد العزيز.(ط1991، 1 ). اللغة الإعلامية.. دار الجيل للنشر.
- عبد النبي، سليم.(ط2010، 1). الإعلام التلفزيوني. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- عبد الله، مي.(ط2006،1). التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير. دار النهضة العربية. بيروت. لبنان.
- أبو معال، عبد الفتاح.(ط2006،1). أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم. دار الشروق للنشر والتوزيع.
- حسن ،علي محمد.(ط2009، 1 ). مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية والبصرية. الدار العربية للنشر والتوزيع .
- موسى،نهاد.(ط2003،1). الثنائيات في قضايا اللغة العربية من عصر النهضة إلى عصر العولمة .دار الشروق للنشر والتوزيع. الأردن.
- سمير روجي، الفيصل.(ط1992،1). المشكلة اللغوية العربية. دار جروس جرس. لبنان.
- يعقوب،إميل بديع.(1982). فقه اللغة العربية وخصائصها. دار العلم للملايين. بيروت.
- مرتاض، عبد الجليل.(2004). دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية وترقيتها. المجلس الأعلى للغة العربية. الجزائر.
- النادري ،محمد أسعد.(ط2009، 1). فقه اللغة مناهله ومسائله . شركة أبناء شريف الأنصاري للطباعة والنشر.
- اسماعيل بغدادى ،هالة.(2009). الصحافة التلفزيونية العربية الجزيرة والنيل دراسة ميدانية مقارنة .دار الشروق للنشر والتوزيع.
- مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية .(ط2008،1). اللغة العربية والتعليم رؤية مستقبلية للتطوير.
- طالب، عبد الرحمن.(2006). العربية تواجه التحديات، كتاب لأمة السنة السادسة والعشرون.وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.الدوحة
- مؤسسة الرسالة.(2006). طرائق تدريس مهارات اللغة العربية وأدائها للمرحل الدراسية.بيروت.