

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة- عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتارية التحرير:

د / رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة الإنجليزية: د / أحمد عبده - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

● العدد السادس والخمسون - الجزء الثاني - جمادى الأول ١٤٤٢هـ - يناير ٢٠٢١ م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧-١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- ٤٩١ ■ دراسات الاتصال السياسي في آسيا وأوروبا: رؤية مقارنة  
أ. د. شيماء ذو الفقار
- ٥٢٧ ■ آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي: نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية  
أ. م. د. ممدوح مكاوي، أ. م. د. هيثم جوده، أ. م. د. إسلام أحمد
- ٥٨٥ ■ معالجة البرامج الطبية بالفضائيات المصرية لأزمة كورونا (COVID19)  
«دراسة تحليلية»  
أ. م. د. سميرة متولي عرفات
- ٦٣٥ ■ التدريب الإعلامي للقائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية وعلاقته بالمهنية «دراسة ميدانية»  
أ. م. د. أمين منصور وافي
- ٦٧٧ ■ اللغة العربية في وسائل الاتصال والإعلام والتحول الرقمي: قراءة تاريخية وملاحظات آنية  
أ. م. د. لطفي الزيايدي
- ٧٠٣ ■ إعداد وتأهيل خريجي قسم الإذاعة والتلفزيون في الجامعات الخاصة - دراسة حالة على جامعة ٦ أكتوبر  
د. فاطمة الزهراء أبو الفتوح
- ٧٥٥ ■ استراتيجيات التسويق بالمحتوى لمنصات المشاهدة الرقمية العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي «منصة Watch It أنموذجًا»  
د. اليمنى محمد عاطف عبد النعيم
- ٨٠٥ ■ فاعلية أنشطة الإعلام التربوي في خفض التنمر المدرسي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية (دراسة شبه تجريبية)  
د. هناء محمد عبد المقصود، د. هبة عبد الرحمن عبد السلام

■ التماس الأطباء وهيئة التمريض للمعلومات حول جائحة فيروس  
كورونا المستجد عبر صحافة الموبايل وعلاقته بالتوافق المهني لديهم  
٨٥١ د. هاني نادي عبد المقصود محمود

---

■ معالجة برامج المرأة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في القنوات  
الفضائية المصرية «دراسة تحليلية» رنا شاكر محمد طلحة  
٨٩٧

---

■ دور البرامج الطبية المقدمة على القنوات الفضائية في إمداد الجمهور  
المصري بالمعلومات فاطمة الزهراء أشرف محمود نجار  
٩٣٣

---

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يونيو 2020)	ISSN- O	ISSN- P
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأهرام	6.5	7	2682-292X	1110-9297
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-873X	2314-8721
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	6	2636-9393	2636-9393
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إحداث الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2366-9891	2366-9891
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	3.6	2636-9237	2636-9237
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	أكاديمية الشرق	3.5	6.6	2367-0407	2367-0407
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9131	2366-9131
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-914X	2366-914X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	2366-9168	2366-9168
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	3	6.6	1110-6836	1110-6836
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.6	1110-6844	1110-6844

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقاً على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



اللغة العربية في وسائل الاتصال والإعلام والتحول الرقمي:

قراءة تاريخية وملاحظات آنية

- The Arabic Language in Media and Digital Transformation:  
Historical Reading and Real-Time Notes

أ.م.د. لطفي الزياي، أستاذ مساعد، قسم الاتصال والإعلام، كلية الآداب،  
جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية

Imkziadi@kfu.edu.sa ،00966545782102

## ملخص الدراسة

علاقة وسائل الإعلام باللّغة علاقة وطيدة وقديمة، وهي كذلك علاقة مصلحة؛ فوسائل الإعلام في حاجة إلى اللّغة بشتّى أنواعها وأشكالها ومستوياتها لنشر مضمانيها وبثّها إلى أكبر عدد من الجماهير، واللّغة في حاجة إلى وسائل الاتصال والإعلام لضمان انتشار واسع لدى أكبر عدد ممكن من الجماهير، وفي إطار بحثنا هذا حاولنا فكّ رموز العلاقة بين وسائل الإعلام واللّغة العربيّة، ودراسة مدى تأثّر اللّغة العربيّة من عدمه، في شكلها واستعمالاتها وانتشارها، بتطوّر وسائل الاتصال والإعلام والتحول الرقمي، وللإجابة عن هذه الإشكالية اعتمدنا المنهج التاريخي لفهم وشرح خصائص ومميزات اللّغة العربيّة في وسائل الاتصال والإعلام خلال مختلف الفترات الزمنيّة التي مرّت بها، والمنهج الوصفي لتحديد وإبراز أهم سمات واستخدامات اللّغة العربيّة في مختلف مواقع ومنصات الميديا الاجتماعيّة.

وبعد البحث والتحليل تبين لنا أنّ اللّغة ككل النشاطات العلميّة والثقافيّة، وككلّ أدوات الأنشطة الاتصاليّة والإعلاميّة متحرّكة ونشطة ولا يمكنها التموّج والاستمرار والديمومة إلا من خلال التآلف مع التغيرات والتحوّلات التي يشهدها محيطها وعالمها، واللّغة العربيّة المستقبلية لا بدّ لها أن تقبل بقوانين العولمة والتطوّر الإعلامي والتكنولوجي ومواكبة الاكتشافات والتحوّلات وتغيّر الانتظارات والإقتراب أكثر فأكثر من مستعمليها الذين هم بالأساس من فئة الشباب، الذين هم بصدد كتابة مستقبلهم باعتماد آليات وتراكيب وتعايير لغتهم: لغة رقميّة مستحدثة وعصرية شتّى ذلك أم أبينّا.

كلمات مفتاحية: وسائل الاتصال والإعلام- اللّغة العربيّة- التحول الرقمي- الميديا الاجتماعيّة- المجتمعات العربيّة.

## Abstract

In the framework of this research, we tried to decipher the relationship between the media and the Arabic language and study the extent to which the Arabic language is affected or not, in its form, use and spread, by the development of the media and digital transformation

In order to answer this problem, we adopted the historical approach to understand and explain the characteristics and features of the Arabic language in the media during various periods of time that it has passed through, and the descriptive method to identify and highlight the most important features and uses of the Arabic language in various sites and social media platforms.

After research and analysis, we found that the language as the whole scientific and cultural activities, as all the tools of communication and media activities, is mobile and active and can only maintain its position, continue and subsist by adapting to the changes and transformations experienced by its environment and its world. The future Arabic language must accept the laws of globalization and the development of information and technology and keep abreast of the discoveries, transformations, change of expectations, and approach more and more of its users, who are mainly young people, who represent almost half of the world's population and who are writing their future by adopting the mechanisms, structures and expressions of their own language: A modern and digital language, whether we like it or not.

Keywords: Media; Arabic language; Digital transformation; Social media; Arab societies

يعدّ ترميز الرسالة أو المضمون أحد أهم عناصر النموذج والعملية الاتصالية؛ فترميز الرسالة بنجاح من قبل الباث يسهل عملية فهمها من قبل المتلقي، والإخفاق فيه يدخل تشويشًا على النشاط الاتصالي يؤدي إلى فشله، ويتطلب نجاح ترميز الرسالة حذق الباث والمتلقي عملية الترميز وآلياته ومعانيه، وتختلف أساليب وآليات ترميز الرسالة الإعلامية باختلاف نوع الاتصال؛ فتكون رموزًا لفظية، أي حروفًا وكلمات، إذا كان الاتصال لفظيًا، مكتوبًا أو منطوقًا، ورموزًا غير لفظية، أي إشارات وحركات وإيماءات وأصوات، إذا كان الاتصال غير لفظي.

والاتصال غير اللفظي هو الاتصال الذي تستخدم فيه لترميز الرسالة، "الإشارات ولغة الجسد لتوصيل المعاني والأفكار والمشاعر من المرسل إلى المستقبل أو العكس، وكل أنواع الاتصال التي تعتمد على اللغة غير اللفظية في توصيل المعاني"<sup>1</sup>، أما الاتصال اللفظي فيستخدم فيه اللفظ لترميز الرسالة ونقلها من الباث إلى المتلقي؛ هذا اللفظ يكون إما منطوقًا فيستعين المتلقي بحاسة السمع لفك رموز الرسالة وإدراك معانيها، أو مكتوبًا فيستعين المتلقي بحاسة البصر لفك ترميز الرسالة وإدراك ما تضمنته من معاني ومقاصد وأهداف؛ فالاتصال اللفظي هو الذي "يتم باستخدام الألفاظ سواء كانت منطوقة أو مكتوبة، بهدف توصيل الأفكار والمعلومات والبيانات والمشاعر، وهذا النوع من الاتصال لا يمكن أن يتم بمعزل عن طرق الأداء الأخرى غير اللفظية، مثل التعبير بالصور والموسيقى والحركة واللون، ويصبح لغة إذا حقق للإنسان هدفه في نقل أحاسيسه وأفكاره إلى الآخرين"<sup>2</sup>، وتعتمد وسائل الإعلام منذ تبنّيها اللغة لنشر مضامينها، مختلف أنماط اللغة المرئية (الكتابة) والمسموعة (الإذاعة) للتواصل مع جماهيرها، فالكلام هو المظهر المنطوق من اللغة، بينما الكتابة هي المظهر المقروء منها، فعلاقة وسائل الإعلام باللغة هي إذن علاقة وطيدة وقديمة وهي كذلك علاقة مصلحة؛ فوسائل الإعلام في حاجة إلى اللغة بشتى أنواعها وأشكالها ومستوياتها لنشر مضامينها وبثها إلى أكبر عدد

من الجماهير، واللغة في حاجة إلى وسائل الاتصال والإعلام لضمان انتشار واسع لدى أكبر عدد ممكن من الجماهير.

إشكالية البحث:

نحاول في بحثنا هذا فك رموز العلاقة بين وسائل الإعلام واللغة العربية عبر التاريخ، ودراسة مدى تأثر اللغة العربية من عدمه، في شكلها واستعمالاتها وانتشارها، بالتحول الرقمي وتطور وسائل الاتصال والإعلام، من خلال طرح التساؤلات البحثية الآتية:

- هل شهدت اللغة العربية حراكًا، وهل عرفت تغيرات، على مستوى الشكل والمضمون والاستعمالات، نتيجة التحول الرقمي وتطور وسائل الاتصال والإعلام؟
- ما مدى مساهمة وسائل الاتصال والإعلام في نشر اللغة العربية ودعمها؟
- هل تشكلت وسائل الاتصال والإعلام معيارًا لقياس الحراك اللغوي؟
- إلى أي حد تعبر الممارسات اللغوية الإعلامية عن واقع اللغة في المجتمعات العربية؟

أهداف البحث:

يسعى إذن بحثنا هذا إلى: رصد ووصف مدى تأثر اللغة العربية بعدها أداة لترميز الرسالة والمضامين الاتصالية الإعلامية عبر الزمن بالتحول الرقمي وتطور الاتصال والإعلام، من خلال:

- وصف العلاقة بين اللغة العربية ومختلف وسائل الاتصال والإعلام من زاوية تاريخية.
- رصد أهم خصائص هذه العلاقة وتمثاتها.
- تحديد وشرح الأهداف التي اعتمدت اللغة العربية لتحقيقها تاريخيًا.
- وصف واقع اللغة العربية وسماتها في وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة المكتوبة، ووسائل الإعلام السمعية البصرية).
- رصد الممارسات اللغوية في وسائل الإعلام التقليدية والحديثة واتجاهات الرأي حولها.
- وصف وتحليل واقع وملامح واستخدامات اللغة العربية في وسائل الإعلام الحديثة والميديا الاجتماعية.

مناهج البحث وأدواته:

يعدّ بحثنا هذا بالأساس بحثًا كميًا يندرج ضمن البحوث الوصفية، التي تهدف إلى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة، وذلك من خلال تحديد ماهية الأشياء، حتى تتمكن من تشخيص واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام بدقة ووضوح، وتحديد ملامحها وأشكالها وكيفية استعمالها ووظائفها وأهم ملامحها حاليًا بعد الرقمنة الواسعة والشاملة والتطورات التكنولوجية، كان لزامًا علينا وصف

وتحليل علاقة وسائل الإعلام واللغة في سياق زمني تاريخي يصف التطورات التي عرفها ويعيشها المشهد الإعلامي العربي، ودراسة انعكاساتها اللغوية، وهو ما سيمكّننا من معرفة ما إذا كانت اللغة العربية عرفت حراكًا وتغيّرات بسبب هذه التطوّرات في شكلها وتراكيبها... وهل تغيّرت استعمالاتها ووظائفها أم لا، نتيجة ذلك؟ وحرصًا منّا على أن يكون بحثنا واقعيًا وجدّيًا ويستجيب لقواعد البحث العلمي اعتمدنا لإنجازه:

- المنهج التاريخي، لأن "هذا المنهج يربط بين الحاضر والماضي والمستقبل... ويدور حول الجهود التي يبذلها الباحثون لتحليل مختلف الأحداث التي حدثت في الماضي بهدف الوقوف على مضامينها وتفسيرها بالشكل الذي يوضح تأثيرها على واقع المجتمعات، والاستفادة من العبر والدروس، ويستخدم المنهج التاريخي للحصول على أنواع مختلفة من البيانات والمعلومات ذات الطابع المعرفي، وذلك لتحديد تأثير الأحداث الماضية على مشكلات وقضايا الأفراد والمجتمعات الحالية"<sup>3</sup>، ولأن المنهج التاريخي يستقي البيانات والمعلومات اللازمة لوصف الظاهرة المدروسة من مصادر عديدة ومتنوعة، تشمل الوثائق والمطبوعات والمخطوطات والأرشيف والتسجيلات، وكذلك الأشخاص الذين شهدوا أحداثًا معينة عن قرب، اعتمدنا لفهم وشرح خصائص ومميزات اللغة العربية في وسائل الاتصال والإعلام خلال مختلف الحقبات الزمنية التي مرت بها، على الكتب والوثائق والمراجع العلميّة، وكذلك المصادر التوثيقية ومواقع وسائل الإعلام بشتى أنواعها وما تحتويه من أرشيف مكتوب ومسموع ومرئي.

- المنهج الوصفي، الذي يهتم برصد الظاهرة حتى يتسنى فهم جوهرها وما تنطوي عليه من مضمون، الذي يدرس حاضر الظواهر والأحداث، على عكس المنهج التاريخي، الذي يدرس ماضيها، واستخدمنا أداة الملاحظة لوصف واقع اللغة العربية وسماتها واستخداماتها في مختلف مواقع ومنصات الميديا الاجتماعية من خلال القيام بجولات وزيارات ثاقبة ومتأنيّة لمواقع التواصل الاجتماعي والانضمام إلى عديد من غرف النقاش والدردشة التي تخصّ موضوع بحثنا.

وقد قسمنا بحثنا هذا إلى قسمين أساسيين: يعنى القسم الأول بدراسة وتحليل المسار التاريخي وتطوّر علاقة اللغة العربية بوسائل الإعلام التقليدية (الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون)، حتى نفهم ونستوعب واقعها وملامحها في ظل الرقمنة، وخصّصنا القسم الثاني للبحث في أهم مميّزات واستعمالات اللغة العربيّة في وسائل الاتصال والإعلام الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي، التي أفرزتها الثورة التكنولوجية والتحولات الرقمية.

## الإطار النظري والدراسات السابقة:

ترى دراسات العلاقة الجدلية بين اللغة والإعلام ومدى تأثيرهما المتبادل أن "العلاقة بين اللغة والإعلام لا تسير دائماً في خطوط متوازية؛ فالطرفان لا يتبادلان التأثير، نظراً لانعدام التكافؤ بينهما، الإعلام من هذا المنظور هو "الطرف الأقوى، ولذلك يكون تأثيره في اللغة بالغاً إلى الدرجة التي تضعف فيها خصائصها المميزة وتلحق بها أضراراً تصل أحياناً لحد التشوهات"<sup>4</sup>.

على صعيد متصل، تبدو العلاقة بين ازدهار اللغة وكفاءة المؤسسات الإعلامية وتقنيها بواجباتها الإخبارية والترفيهية والتعليمية والثقافية... وبأخلاقيات العمل الاتصالي والإعلامي طردية، "فكلما ازدهرت لغة من اللغات، كان الإعلام بوسائله المتنوعة أقوى الأسباب في ازدهارها، وما ضعفت لغة وتراجعت أدوارها، إلا وكان من بين أسباب هذا التراجع قصور وسائل الإعلام في القيام بواجباتها تجاه اللغة"<sup>5</sup>، هذا الاستنتاج أكدته عدة دراسات، ففى بحث حول "اللغة العربية في وسائل الإعلام"<sup>6</sup> يرى على القاسمي أنّ "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 الأصلية، وذلك لأنّ الإعلام العربي يتخبط في استعمال لغة التواصل، فيخلط بين اللهجات العامية واللغة الأجنبية والعربية الفصيحة، ولعلّ التخبط اللغوي الذي يجد الإعلام العربي نفسه فيه، ناتج عن التخبط اللغوي في الإدارة والتعليم والقضاء والمؤسسات الاقتصادية والحياة العامة؛ فالإعلام مجرد وسيلة يمكن أن تؤدّي خدمات جليّة إن أحسن استعمالها، أو تؤدّي إلى أضرار اجتماعية بالغة إن أسء استعمالها أو استندت إلى سياسات تجانب الصواب".

إشكاليات اللغة في علاقتها بالإعلام مرجعها كذلك إلى: "الاشتباك الأكاديمي بين اللغة العربية والإعلام، حيث إن الإعلام بشكله المنهجي وحدوده النظرية والمعرفية المتداولة علمياً في الوقت الحاضر، نشأ وتطور نظرياً وتطبيقياً في الغرب؛ بل وحقق إنجازاته وإعجازاته في الغرب، وثمة إشكالية أخرى تمثلت في تحدّد ما زال قائماً أمام الأداء الموضوعي المنشود لأي بنى تعبيرية لغوية في حقل الإعلام، خاصة الجنوح الفطري للعربية نحو الانزياح الشعري، وهو جنوح يستوجب الترويض حرصاً على تحقيق الهدف الصعب (حيادية الناقل)، ويزيد من صعوبة عملية الترويض هذه، ارتباط اللغة بالخصائص النفسية والروحية المتراكمة عبر قرون، إضافة إلى أن اللغة العربية لغة

وظيفية في المقام الأول والأخير؛ مما يستوجب ضرورة إعادة النظر في العلاقة بين اللغة العربية والإعلام<sup>7</sup>.

فيما يرى محمود أبو فروة الرجبي، في بحثه: وسائل الإعلام والتوعية اللغوية ونشرها<sup>8</sup> أنّ اللّغة العربيّة تواجه تحديّات كبيرة مثلها مثل لغات العالم كله، باستثناء الإنجليزيّة، خاصّة مع طوفان إنترنت، والتقنيّات الحديثة التي أسهمت في سيادة اللّغة الإنجليزيّة، ومن المهمّ تشجيع وسائل الإعلام على استعمال اللّغة العربيّة الفصيحة السليمة، وتدريب صنّاع الخطاب الإعلامي على ذلك؛ إلا أنّ هذا الأمر لا نلمسه في الواقع، ورغم سيادة اللهجات المحليّة في وسائل الإعلام المسموعة، والمرئية إلا أنّ العربيّة الفصيحة ما زالت سيّدة الموقف في وسائل الإعلام المقرّوءة، وهناك نقاط يمكن تنفيذها من أجل تقوية مكانة اللّغة العربيّة في نفوس النّاس، وتوّ عرفنا خطورة وسائل الإعلام، وتأثيرها في النّاس لأدركنا أهميّة وجود مشروع شامل لنشر العربيّة، وتقويتها، وترسيخها في وسائل الإعلام الحديثة.

وحول التحديات التي تواجه اللغة العربية، سعى وليد بن محمد السراقبي إلى إمطة اللثام عن بعض منها من خلال بحثه حول: اللغة العربية بين تشويه الإعلام والإعلان<sup>9</sup>، ويرى الباحث أن "هذه اللغة هي أقوى مقومات وحدتنا القومية، على مر الزمان والتاريخ، ويأتي كل من الإعلام بنوعيه المسموع والمرئي، والإعلان بأشكاله، في جملة التحديات الساعية بقصد أو بغير قصد إلى إلحاق الهزيمة بلغتنا العربية، وإحلال اللهجات العامية، أو اللغات الأجنبية محلها"، ولم يقتصر البحث على التنظير فحسب؛ بل قرن الكلام النظري بالنقد والتحليل، وجهد في تتبع عدد من الفضائيات العربية للوقوف على ما تخلفه موادها الإعلامية والإعلانية من آثار ضارة، وتشويهات تسيء إلى لغتنا العربية، وانتهى البحث إلى تقديم بعض الاقتراحات التي تنهض بلغتنا، وتعمل على إبقائها حية معافاة.

وفي دراسة تحت عنوان: واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام العربية في ضوء إشكالية الفصحى والعامية، حاول جمال عيسى ميلود، بدوره، التعرف على واقع اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام العربية في ظل الرقمنة، فخلص إلى عدة نتائج منها أن: "صحافة العربية تميزت بسيادة الفصحى المعاصرة، وتغييب شبه كامل للهجات العامية، ولم ترد العامية في المقالات باستثناء الاستشهاد بالأمثال الشعبية والعبارات المأثورة، وأن معظم البرامج في القنوات الفضائية العربية تميل إلى توظيف العاميات المحلية واللهجات الممزوجة بالألفاظ الأجنبية، ووجود اللغة الهجينة «العربيّزي» وانتشارها على الإنترنت

ووسائل الإعلام الجديدة، وأيضًا انتشار استخدام المصطلحات الأجنبية بدلًا من العربية بشكل واسع<sup>10</sup>.

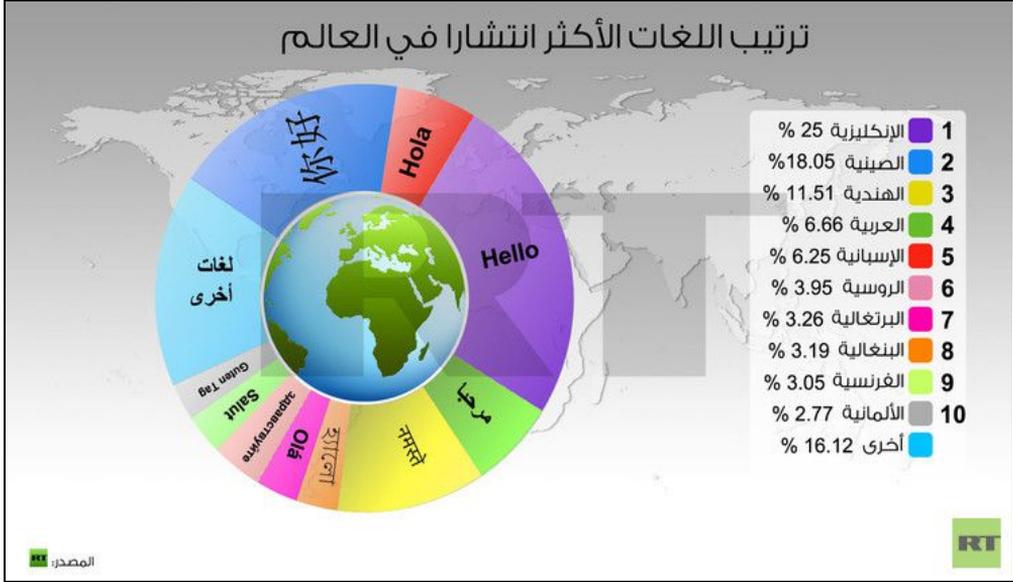
**التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:**

لئن تطرقت كل الدراسات السابقة التي اعتمدها بإطناب إلى علاقة اللغة العربية بوسائل الإعلام، خاصة من خلال رصد ملامحها وخصائصها والتشويها التي لحقت بها بسبب استعمالاتها، وأهم التحديات التي وجب عليها رفعها للمحافظة على موقعها وسلامتها؛ إلا أن هذه الدراسات اقتصرت على رسم ملامح اللغة العربية واستعمالاتها في وسائل الإعلام التقليدية، وبعد أن الغاية الأساسية من البحث العلمي هي تقليص الفجوة البحثية، سواء كانت منهجية أو نظرية أو تطبيقية أو مفاهيمية، من خلال تناول مواضيع وقضايا بحثية لم يقع التطرق إليها سابقًا أو إكمال ما توقف عنه الباحثون السابقون، استفدنا من هذه الدراسات لاختيار زاوية بحثية جديدة مختلفة على مستوى الإشكالية: من خلال دراسة علاقة اللغة العربية في وسائل الإعلام في إطار التطور الذي عرفته وما زالت يوميًا تشهده بسبب التحول التكنولوجي والرقمي، وعلى مستوى المنهجية المعتمدة: من خلال وضع بحثنا في سياق تاريخي متحول، واستخدام الملاحظة لتحديد ووصف ملامح اللغة العربية في وسائل الإعلام الحديثة والحالية.

**أ اللغة العربية لغة العصر أم لغة الماضي؟**

يجب الإشارة أولاً وقبل كل شيء إلى أنه رغم أن اللغة العربية يتكلمها أكثر من 295 مليون نسمة<sup>11</sup>، ورغم تطوّر وسائل الإعلام العربية بكل أنواعها: المقروءة والمسموعة والإلكترونية كلّها وكيّفًا؛ إلا أن البحوث والدراسات حول اللغة العربية واستعمالاتها ما تزال قليلة نسبيًا، ويحتّم تغيير وتطوّر مهامّها وطرق توظيفها الاهتمام أكثر بدراستها والبحث فيها وفي مسيرتها وأشكالها واستعمالاتها ورسم أهدافها المستقبلية وفق ما تتطلبه المرحلة.

## ترتيب اللغات الأكثر انتشارا في العالم



واعتمدت وسائل الإعلام إلى جانب التعليم، خلال السنوات التي تلت استقلال معظم الدول العربية المستعمرة (1950 - 1960)، أداة لتنفيذ ودعم السياسات اللغوية في الدول العربية، وبطريقة غير مباشرة ما تتضمنه وتسعى لنشره هذه السياسات من أفكار وآراء ومواقف سياسية، وحمايتها من التشويه من منطلق قومي-عربي، ولكن مع بدايات السنوات الـ 90 الأخيرة، ظهرت وانتشرت لغة جديدة ليست بالفصحى ولا بالعامية سميت بعدة مسميات مثل: "لغة الإعلام"، و"اللغة الوسطى"، و"اللغة الثالثة"؛ هذه اللغة المحدثه اجتاحت كل المضامين الإعلامية (البرامج الحوارية والرياضية والاجتماعية والثقافية...)، ماعدا البرامج الإخبارية التي تمسكت بنشر وبث مضامينها باللغة العربية الفصحى المكتوبة وكذلك المقروءة، هذه اللغة الإعلامية، هي لغة سهلة تميل إلى الإيجاز، وتعتمد ألفاظاً مألوفاً تخضع لحقيقة بسيطة هي: الوضوح والدقة والمباشرة<sup>12</sup>، وبما أن وسائل الإعلام تتوجه إلى شرائح المجتمع كافة بمختلف مستوياتهم الثقافية والعلمية واللغوية...، فقد لاقت هذه اللغة نجاحاً كبيراً لدى الجماهير كافة، وتبنتها كل وسائل الإعلام بأنواعها: المكتوبة والمسموعة والمرئية، ولوحظ كذلك في هذه الفترة تفاقم ظاهرة اللجوء إلى التعددية اللغوية من قبل عديد من الدوريات، وداخل صفحات الدورية نفسها (صدور صحف بعدة لغات أجنبية خاصة الفرنسية والإنجليزية، وكذلك صحف ومجلات تعتمد لغتين مختلفين في نفس العدد - العربية والفرنسية، أو العربية والإنجليزية)، وكذلك اجتياح بعض القنوات الأجنبية المشهد الإعلامي في بعض الدول العربية (القناة

الفرنسيّة Antenne 2، وراي أونو RAI UNO الإيطاليّة في تونس...)، إلى جانب ظهور وسائل إعلام تعتمد لغات محليّة ومناطقية، يبين هذا الاختراق اللغوي للمشهد الإعلامي العربي، ويؤكد عجز وسائل الإعلام العربيّة على الحفاظ على اللّغة العربيّة الفصحى كلفة إعلام، كما كان الشأن قبل السنوات الـ90، مثلما عجزت كل التدابير والقوانين والأوامر المتخذة في شتى البلدان العربيّة على تعريب لافتات المحلات التجاريّة والمؤسّسات الحكوميّة والوثائق الإداريّة، خاصّة في الجزائر ومصر وتونس.

تفاقت إذن ظاهرة اللّغات الهجينة في وسائل الإعلام أكثر فأكثر مع انتشار العولمة وتزايد عدد الإذاعات والقنوات التلفزيونيّة الفضائيّة وظهور الإنترنت ووسائل الاتصال والإعلام الحديثة، فتعلّقت الأصوات من داخل الوطن العربي وخارجه، بعضها يدعو إلى "التفتح على اللّغات الأجنبيّة وتجاوز سياسات الانغلاق، باسم القوميّة العربيّة ومسيرة التقدم والتطوّر الاتّصالي والإعلامي الذي يشهده العالم" مستدّين إلى تقرير برنامج الأمم المتّحدة للتنمية لسنة 1996، الذي عدّ أنّ "الإشكالات التي يواجهها العالم العربي مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بغياب الإصلاحات اللغويّة العميقة التي تتطلبها المرحلة"<sup>13</sup>.

وقد استشهد مناصرو التفتح على اللّغات الأجنبيّة ببعض الدراسات التي عبّر فيها الناطقون باللّغة العربيّة عن "حبهم للّغة العربيّة الفصحى وتعلّقهم بها لأنها لغة القرآن والثقافة والتراث العربي الأصيل؛ إلّا أنّهم يعدونها لغة منغلقة ومنكمشة وغير متفتّحة على العصر وعلى الحداثة"<sup>13</sup>.

قابل هذه الأصوات والدعوات إلى الانفتاح على اللّغات الأجنبيّة تنديد ومعارضة شديدة من قبل المحافظين الذين يطالبون باحترام قداسة اللّغة العربيّة بعدّها لغة القرآن الكريم، ويرون أنّ "اللّغة متطوّرة بتطوّر الناطقين بها، فإذا تخلّفوا وعزفوا عنها وعن قوانينها بسبب استلابهم للغة أخرى؛ فذلك يزيد من الهوة المتسعة بين اللّغة وأهلها فيحكمون عليها بالجمود وعلى قوانينها بالتخلّف عن مجاراة "تطوّرهم" اللغوي والفكري المستلب بأشكال وأنماط أجنبيّة"<sup>15</sup>.

كما ساندت موثيق الشرف الإعلامي في كل البلدان العربيّة هذا الموقف، مشدّدة على ضرورة الحفاظ على اللّغة العربيّة الفصحى واعتمادها في وسائل الإعلام، كلفة تخاطب أساسيّة؛ إذ تنصّ المادة التاسعة من ميثاق الشرف الإعلامي العربي، المعتمد من قبل مجلس وزراء الإعلام العرب أنّه: "على الإعلاميين العرب أن يحافظوا على سلامة اللّغة العربيّة وبلاغتها ويصونونها من مزالق العاميّة والعجمي، ويعملون على نشرها بين أبناء الأمة العربيّة لتحلّ تدريجيّاً محلّ اللهجات العامّة وذلك دعماً للتفاهم بينهم".

بقي أن نشير إلى أن أغلب الدراسات والتحليل تؤكد أن اللغة بمختلف أنواعها وأصنافها هي في الحقيقة نتاج اختلاط لغوي وحضاري وفكري وثقافي فرضته ظروف (عسكرية/ حروب/ مبادلات تجارية...)، وأن اللغات خليط بين أصوات وألفاظ وكلمات وتراكيب ولهجات وقواعد لغوية صرفية ونحوية... فأثر الامبراطورية الرومانية واضح وجلي في ما يسمّى باللغات "اللاتينية"، وأثر وانعكاسات اللغة العربية على اللغة الإسبانية المنطوقة حاليًا في كل البلدان الناطقة باللغة الإسبانية، خاصة بلدان أمريكا اللاتينية بارزة وجلية.

II واقع وسمات اللغة العربية في وسائل الإعلام التقليدية عبر التاريخ: (الصحافة المكتوبة ووسائل الإعلام السمعية البصرية)

1. المشهد الإعلامي العربي:

1.1 فترة ما قبل 1980م:

1.1.1 الصحافة المكتوبة:

تميّزت الصحافة المكتوبة في البلدان العربية إلى حدود سنة 1980م بالتنوع والتعدد على عكس وسائل الإعلام السمعية البصرية، وأدت دورًا أساسيًا، خاصة في بلدان الشرق الأوسط، وقد كانت الصحافة العربية بشكل عام، تتكوّن في تلك الفترة من صحف حكومية، وأخرى تصدرها بعض الأحزاب السياسية، ودوريات مستقلة، وكذلك مجلات أغلبها أسبوعية أو شهرية، إلى جانب بعض الدوريات الدولية، مثل صحيفة "الحياة" التي تمويلها المملكة العربية السعودية ومقرها لندن وأغلب صحافييها لبنانيون، وصحيفة "الشرق الأوسط"، وهي صحيفة سعودية ولها نسختها المغربية التي تطبع في الدار البيضاء، ونذكر كذلك صحيفة "العرب العالمية"، أول صحيفة عربية يومية أسّسها عام 1977م في لندن الصحفي والوزير الليبي الراحل أحمد الصالحين الهوني وتوزّع في الدول العربية وكذلك الأوروبية، وكانت كل الدوريات التي تؤثت المشهد الإعلامي العربي إلى حدود 1980م تصدر في لغة واحدة: العربية أو الفرنسية أو الإنجليزية، وقد كانت أغلب الصحف الصادرة في الشرق الأوسط تصدر باللغة العربية، رغم تواصل صدور بعض الدوريات باللغة الفرنسية، وكذلك اللغة الإنجليزية، أمّا في منطقة المغرب العربي، فإلى جانب الصحف الصادرة باللغة العربية التي أغلبها وطنية ومحلية، فإن الصحف الصادرة بلغة أجنبية كانت تعتمد في معظمها اللغة الفرنسية لفترة طويلة، أمّا الصحف والمجلات التي تصدر بلغتين مختلفين في العدد نفسه، فيلاحظ أن محتواها ومواضيعها ومضامينها تختلف باختلاف لغة الصدور، على غرار المجلة المغربية "نساء المغرب"، التي تصدر كذلك باللغة الفرنسية تحت عنوان Femmes du Maroc وبمضامين مختلفة

باختلاف اللّغة، كما أصدرت بعض الجهات السياسيّة صحفًا بلغات مختلفة مثل "حزب الاستقلال" الذي أصدر صحيفة "العلم" باللغة العربية وصحيفة "الرأي" L'opinion باللغة الفرنسية.

### 2.1.1 وسائل الإعلام السميّة البصريّة

سخّرت وسائل الإعلام السميّة البصريّة الحكوميّة إلى حدود سنوات 80، في كل البلدان العربيّة، التي كانت تهيمن على معظمها أيديولوجيا القوميّة العربيّة، لبناء الدولة، وقد كان المشهد الإعلامي السمي المرئي في كل بلد يقتصر على إذاعة واحدة وقناة تلفزيونيّة واحدة، وهي في أغلبها قنوات موروثّة عن النظام الاستعماري الذي كان يحكم البلاد قبل الاستقلال، (في مصر "راديو ماركوني" تحوّل إلى "إذاعة جمهورية مصر العربيّة من القاهرة"، وفي المغرب "راديو المغرب" أصبح "الإذاعة المغربيّة"...)، وتتمثل أهمّ الخصائص اللغويّة في هذه الإذاعات والتلفزيونات في:

- هيمنة اللّغة العربيّة الفصحى على معظم البرامج، خاصّة البرامج الإخباريّة.
- وجود بعض البرامج التي تبث باللّغة العاميّة التي تهتم خاصة بالفنون الشعبيّة والأغاني والمسرحيّات والمسلسلات... الخ.
- ظهور بعض الممارسات اللغويّة التي تمزج اللّغة العربيّة الفصحى باللغات العاميّة واللهجات المحليّة، خاصة في البرامج الحواريّة.
- اختصار اعتماد اللّغات الأجنبيّة على ما يسمى "بشريط الأنباء باللغة الأجنبيّة" (الفرنسيّة بالنسبة لدول المغرب، والإنجليزيّة بالنسبة لدول المشرق).
- الغياب الكلّي للغات المحليّة غير العربيّة، مثل الأمازيغيّة في المغرب وتونس، ولغة الهدندوه في السودان... الخ.

وقد لوحظ بداية من سنوات 80، تحوّل عميقة في اللّغة المستعملة في وسائل الإعلام وظهور لغة هجينة تجمع بين العربيّة والفرنسيّة أو العربيّة والإنجليزيّة، بسبب انتشار الإعلانات والومضات الإشهاريّة، التي تعتمد اللّغات الأجنبيّة، خاصّة في مصر خلال سنوات حكم السادات وتبني سياسة "الانفتاح"، التي أدت إلى ظهور عدّة برامج وإعلانات إنجليزيّة وبريطانيّة<sup>16</sup>، وعرفت كذلك سنوات 80، هيمنة شبة مطلقة لوسائل الإعلام (صوت العرب، وإذاعة القاهرة...)، والمسلسلات والأفلام السينمائيّة المصريّة على المشهد الإعلامي العربي، مما أسهم بشكل لافت في انتشار اللهجة المصريّة في كل البلدان العربيّة وجعلها الأكثر فهمًا من قبل المواطنين العرب، وقد هيمنت في هذه الفترة 3 إذاعات على المشهد الإعلامي السمي العربي، هي: إذاعة BBC، وإذاعة Monte

Carlo، وإذاعة Voice of America، هذه الإذاعات الدولية كانت تتمتع بشعبية كبيرة لدى الجماهير العربية، وكانت تبث برامجها باللغة العربية الفصحى، وتشغل صحافيين من كل الدول العربية، وبذلك كانت تجمع بين عدة لهجات محلية (تونسية، ومصريّة، ومغربيّة، ولبنانيّة،...).

إذن، إلى حدود سنوات 80، كانت وسائل الإعلام السميّة والبصريّة، تحت سيطرة كليّة للحكومات التي أرادت توظيفها لنشر اللّغة العربية والحفاظ عليها من التشويه، هذه الإرادة سرعان ما اصطدمت بواقع الممارسات اللّغوية في هذه الوسائل التي تعتمد لصياغة مضامينها وخطاباتها لغة منطوقة مختلفة عن اللغة العربية الفصحى، وهو ما أدّى إلى ظهور ما يسمّى باللّغة "الوسطى"، أو اللّغة "الثالثة"، أو اللّغة "الإعلامية"، وقد لاقى الانتشار الواسع لهذه اللّغة معارضة شديدة من قبل "حماة اللّغة العربية الفصحى"، الدّاعين إلى "القضاء" على اللّغات الأجنبيّة في وسائل الإعلام "حفاظًا على القوميّة العربية"، كما تميّزت هذه الفترة بالهيمنة الكبيرة للمضامين الإعلامية والمسلسلات والأفلام السينمائية والموسيقى المصريّة؛ إلّا أنّه في أواخر سنوات 80، لوحظ تقهقر كبير ومهم للغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام، خاصّة السميّة البصريّة، وصعود لافِت للانتباه للغة "الوسطى" واللغات العاميّة، وكذلك لغات صحفية تجمع بين العربية والفرنسيّة، أو العربية والإنجليزية، بحسب الدول والمناطق: ففي المغرب على سبيل المثال، فقدت الإذاعة والتلفزيون هيمنتها على المشهد الإعلامي مع ظهور إذاعة Medi 1 الفرنسية المغربية، وقناة TVM2 التلفزيونية (أول قناة مشقّرة في العالم العربي)، وفي لبنان أدّت الحرب الأهلية (1975-1990) إلى انتشار القنوات الإذاعيّة والتلفزيونيّة الخاصّة والحزبيّة والمذهبيّة على غرار "LBCTV : تلفزيون القوّات اللبنانيّة المسيحية التي تحوّلت بعد الحرب إلى قناة تلفزيونية تجاريّة"<sup>16</sup>.

### 3. 1. 1 تأثيرات وسائل الإعلام على الممارسات اللغوية

#### 1.3.1.1 التأثيرات على اللغة المكتوبة

شكّلت وسائل الإعلام مخبرًا لغويًا لصناعة ما سمي باللّغة "العربية العصرية العامة"، وقد أدت وسائل الإعلام العربيّة دورًا أساسيًا في بروز هذه اللّغة خاصّة في شكلها المكتوب، فقد جاءت في شكل كلمات مركّبة مستوحاة من اللّغات الأوروبيّة، ومتأثّرة بالسّمات الصوتيّة على مستوى التراكيب والخصائص النحويّة، وتميّزت هذه اللّغة بالتحوّل "من تراكيب تحتوي فعلاً وفاعلاً ومفعولاً به، إلى تراكيب تحتوي فاعلاً وفعلاً

ومفعولاً به، خاصة في عناوين الصحف<sup>18</sup>، جاء هذا التحول نتيجة التأثيرات اللغوية الأجنبية، وكذلك اللغة العامية، ويلاحظ كذلك<sup>19</sup>:

- اللجوء أكثر فأكثر إلى اعتماد المبنى للمجهول (تم/ سيتم غداً توقيع اتفاقية...).
- الاستعمال المكثف للمقدر (اعتقال عدد من المشجعين...).
- الاستهام المتفاهم من اللغات الأجنبية خاصة الإنجليزية (each other بعضهم البعض)، والفرنسية (l'un et l'autre / أحدهم والآخر) ( / a joué un rôle important لعب دوراً كبيراً...).
- استتباط نمط لغوي إعلامي مكتوب "كما والجدير بالذكر".

- بروز اختلافات لغوية وطنية ومناطقية، بالأساس، على مستوى المفردات والتراكيب والأشكال، مثل: ("اليد العاملة" في البلدان المغاربية، و"القوة العاملة" في دول الشرق الأوسط...).

أسهمت إذن وسائل الإعلام العربية، انطلاقاً من قواعد اللغة العربية الفصحى، في خلق لغة عصرية عامة متناسقة، وكذلك منفتحة على المشتقات اللغوية الوطنية والمناطقية، أما اللغة العامية، فرغم حضورها المحتشم في هذه الفترة في وسائل الإعلام، فإنها كانت تعتمد أساساً في البرامج والمضامين الفكاهية أو مضامين الأعمال الميدانية، التي تحتوي شهادات المواطنين والأمثلة الشعبية التي يتم نشرها، وكذلك من قبل الدوريات الساخرة التي تعتمد كثيراً الكاريكاتور، كما أثبتت عدّة دراسات أن اللغة الوسطى كانت معتمدة بقوة في وسائل الإعلام العربية، وأن الدوريات كانت تلجأ إلى المعاجم لتصحيح الأخطاء اللغوية التي يقوم بها الصحفيون، وأن تأثيرات اللغة المنطوقة واللغات الأجنبية على مضامين ومحتوى الدوريات واضح وجلي.

### 1. 1. 3. 2. التأثيرات على اللغة المنطوقة

أسهمت وسائل الإعلام السمعية البصرية في انتشار ما سمي باللغة العربية المنطوقة Educated Spoken Arabic إلى جانب اللغة العربية الفصحى، ويشمل مفهوم اللغة العربية المنطوقة مجموعة من الممارسات اللغوية التي تجمع بين اللغة العربية الفصحى والعامية، وقد اعتمد هذا النمط اللغوي خاصة في الاتصالات الرسمية، ويرجع نجاح هذه اللغة في الانتشار السريع إلى أنّ اللغة العربية الفصحى لغة جامدة، ورغم اختلافها من بلد لآخر في بعض النقاط باختلاف اللهجة أو العامية المعتمدة؛ فإن هذه اللغة تعترضها بعض العقبات المتشابهة، رغم اختلاف أماكن ومواطن استعمالها، وتتمثل العقبة الأولى في اختلاف طريقة نطق بعض الحروف من بلد لآخر، فحرف الثاء ينطق تاء في المغرب،

وعليه فإن كلمة "ثقافة" تتطرق "ثقافة"، واختلاف أصوات بعض الحروف من جهة لأخرى على غرار حرف الجيم (ج) الذي ينطق (ق) في مصر (جيد/ قُيِّد)؛ لأنه لا يتم تعطيش حرف الجيم في مصر بعكس بقية الدول العربية، واختلاف بعض الكلمات كلياً على مستوى الحروف المكوّنة والتركيبة من دولة لأخرى ("بتاع" في مصر، "متاع" في تونس، "ديال" في المغرب، "حث" في السعودية، لها كلها المعنى نفسه "التابعة ل").

يستتج إذن، أن تعميم التعليم في كل البلدان العربية خلال هذه الفترة لم يسهم في تقوية حضور اللّغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام، بما أن اللّغة العاميّة هي التي اجتاحت أكثر فأكثر المشهد الإعلامي في كل الدول العربيّة.

## 2.1 فترة ما بعد 1990م

تميز انفتاح المشهد الإعلامي العربي، الذي جاء نتيجة سياسة التحرر الاقتصادي التي انتهجتها معظم الدول العربيّة، والثقل المتزايد للمعلنين ودورهم في النشاط الإعلامي بثلاث سمات أساسية:

- ظهور القنوات التلفزيونية العربية الفضائية.

- انتشار القنوات الإذاعيّة الخاصة الوطنيّة والمناطقية والطائفية.

- ظهور الإنترنت ووسائل الإعلام الإلكترونيّة.

## 1.2.1 ظهور القنوات التلفزيونية الفضائية

يعدّ ظهور القنوات التلفزيونية الفضائية، (BBC Arabic (2008), Rotana (2005), Al hora (2004), Al Arabia (2003), Al Jazeera (1996), Nile Sat (1991), MBC (1994), ORBIT (1994), أحد أهمّ انعكاسات حرب الخليج الأولى على المشهد الإعلامي العربي، ويجسم التنافس الإعلامي الذي ظهر في بداية التسعينات بين بعض الدول (قطر، والمملكة العربية السعودية، ومصر...)، والجهات (أوروبا، ودول الخليج، وأمريكا...)، التي تسعى جاهدة للتوقيع على الساحة الإعلامية الإقليمية والدولية، وقد نتج عن هذا التنافس صعود صاروخي للطلب في سوق المنتج الإعلامي المحلي والأجنبي وانتشار البرامج والمضامين الترفيهية، التي حلّت محل البرامج التوعوية والتربوية والتقليدية، وكذلك البرامج الحوارية، التي أصبحت تهتم وتناقش مواضيع أكثر جرأة: كالعلاقة بين السياسة والدين، والخيانة الزوجية، والمراهقة، والفساد المالي والإداري في بعض الدول ... .

أفرزت هذه البرامج الحوارية "ممارسات لغوية وخطابات إعلامية أكثر صراحة وجرأة وتفاعلية حتى في البرامج الدينية"<sup>19</sup>، أما البرامج المستوردة: المسلسلات والإعلانات

والمَنوعَات...، فقد فرضت اللجوء إلى الدبلجة لتسهيل تلقيها وفهمها من قبل المستمعين خاصة المشاهدين، تمثلت في البداية الدبلجة المعتمدة في تعريب محتويات البرامج الأجنبية إلى اللغة العربية الفصحى؛ إلا أنه بمرور الزمن لوحظ أن وسائل الإعلام خاصة المرئية صارت تعتمد الترجمة إلى اللغات العامية.

على المستوى اللغوي، واصلت القنوات التلفزيونية الفضائية مهمة نشر اللغة العربية الفصحى التي عهدت من قبل إلى القنوات التلفزيونية الوطنية كما رأينا، عبر الأخبار التي تهتم بشؤون الدول العربية كافة، بينما اعتمدت البرامج الأخرى اللهجات العامية وكذلك بعض اللهجات الهجينة (خليط من العربية مع الفرنسية، أو العربية مع الإنجليزية)، وهكذا أصبحت العامية واللهجات المنطقية تسمع في كل الأقطار العربية وتكثف التبادل البرامجي الإعلامي بين الدول العربية، "فانتشرت المسلسلات التركية المعربة باعتماد اللغة السورية"<sup>21</sup>، التي تبثها قناة MBC2 وتستوردها أغلب القنوات التلفزيونية العربية (حريم السلطان...)، كما أسهمت القنوات التلفزيونية الغنائية خاصة قناة Rotana Clip في انتشار اللهجة اللبنانية في أغلب الدول العربية على حساب اللهجة المصرية، التي كانت تهيمن على المشهد الغنائي العربي، وأسهم كذلك ظهور عدة قنوات تلفزيونية خاصة بتمويل خليجي في انتشار أكبر للهجات الخليجية في الدول العربية كافة.

أدى إذن ظهور القنوات التلفزيونية الفضائية وانتشارها إلى اندثار الهيمنة الحكومية على المشهد الإعلامي السمعي البصري في معظم الدول العربية، وتقلص الوزن الثقافي المصري وانتشار أوسع للهجات الوطنية وحتى المنطقية، فحتى رجال السياسة والمسؤولين الكبار تخلوا في تصريحاتهم الإعلامية عن العربية الفصحى وأصبحوا يعتمدون العامية الوطنية، وصارت كل الدول تسعى إلى دعم انتشار لهجاتها المحلية ومنتجاتها الثقافية ومضامينها الإعلامية؛ إلا أن هذا الانتشار الواسع والمكثف للغات واللهجات العامية في كل البلدان العربية واكتساحها للمشهد الإعلامي العربي لم يلق إجماعاً من كل المثقفين والمفكرين والمسؤولين العرب؛ فالانقسام وتباين المواقف والآراء حول اللغة الوسطى أو اللغة الإعلامية ما زال محل نقاش واختلاف بين الداعمين والمعارضين إلى يومنا هذا.

## 2.2.1 انتشار القنوات الإذاعية والتلفزيونية الوطنية الخاصة

رغم أنها استطاعت في زمن وجيز تعويض القنوات الإخبارية الأجنبية وتلبية رغبات وانتظارات الجماهير الإخبارية؛ فإن القنوات الإذاعية والتلفزيونية الدولية أصبحت تعيش وضعا صعبا جزاء المنافسة الشديدة المتأتية من القنوات الوطنية الخاصة التي

أنشأتها ودعمتها الدول والحكومات (في مصر برزت إلى الوجود منذ سنة 2000 أكثر من 25 قناة عامّة وخاصّة)، واستحوذت البرامج التي تبثّها القنوات الخاصّة الإذاعية والتلفزيونيّة على أكبر نسب المشاهدة والاستماع (في تونس تحتل منذ سنوات قناة "الحوار التونسي" التلفزيونيّة وإذاعة موزاييك إف إم Mosaïque FM المراتب الأولى في جداول نسب الاستماع والمشاهدة)، تعطي هذه القنوات الجديدة مساحة قليلة للأخبار مقابل مساحة كبيرة ومهمة للبرامج الترفيهية بشتى أنواعها (رياضية، وموسيقى، وسينما، ومسلسلات...)، مما أدى إلى انتشار العاميّة واللغات الهجينة وحتى اللهجات المناطقية على حساب اللغة العربية الفصحى، هذا التمشي اللغوي فرضه جمهور وسائل الإعلام، الذي أكدت دراسات كثيرة "تفضيله البرامج الترفيهية على الأخبار، والعاميّة واللغة الهجينة على اللغة العربيّة الفصحى في البرامج الإذاعيّة والتلفزيونيّة، لسهولة فهمها وقربها منه وبساطتها...<sup>21</sup>، وقد ذهبت بعض القنوات الإذاعيّة والتلفزيونيّة إلى حدّ بثّ أخبار بالعاميّة أو بلغة إعلاميّة تجمع بين اللغة العربيّة ولغة ثانية (الفرنسيّة أو الإنجليزيّة)، أو حتى بلغة أجنبية فقط على غرار قناة LBCI بالنسبة لبعض البرامج، محاولة بذلك، خلق "لغة لبنانيّة متقّمة لتعويض اللغة العربيّة الفصحى<sup>23</sup>، كذلك الشأن بالنسبة للقناة التلفزيونية المصرية OTV التي أسست سنة 2006 وتبث نشرة أخبار بالعاميّة تحت مسمّى "حال الدنيا"، وفي المغرب بعد أن كانت اللغة الفرنسيّة تهيمن على أغلب برامج قناة TV2M حوّلت القناة وجهتها نحو العاميّة التي أصبحت لغة قرابة 70٪ من برامجها، حتى المسلسلات الأجنبيّة المستوردة فقد تمّت "دبلجتها" باللغة الدارجة، على غرار المسلسل المكسيكي "أين أبي"، الذي لاقى نجاحًا جماهيريًا باهرًا (قرابة 5 ملايين مشاهد لكل حلقة).

تفتّح المشهد الإعلامي العربي الذي فرضه كذلك هروب الجماهير في الدول العربية إلى القنوات الأجنبية، ورجبة الحكومات والدول في استرجاع المشاهدين، وبثّ روح الوطنيّة والانتماء لديهم؛ ففي المغرب على سبيل المثال شهدت سنة 2006 نشأة 10 قنوات إذاعية و9 أخرى سنة 2009، بعضها تبث مضامينها باللغتين العربيّة والفرنسيّة (Med1)، وأخرى باللغة العربيّة فقط Radio Sawa لكن أغلب هذه القنوات تبث مضامين تخلط بين العاميّة واللغات الأجنبيّة خاصّة اللغة الفرنسيّة، في شكل تراكيب صحفيّة لا تخضع لأبسط قواعد الصرف والنحو، واتخذت كذلك بعض الإذاعات اللغات المنطوقة كلغة إعلام وتواصل مع الجماهير مثل اللغة الأمازيغية (الإذاعة الأمازيغية، وتمازيغت القناة التلفزيونية)، ولا توجد من بين هذه القنوات قناة واحدة تعتمد لغة

وحيدة، فكل القنوات تبث برامجها معتمدة عدّة لغات في الوقت نفسه، وعدّة لهجات؛ فالأخبار تبث باللّغة العربية الفصحى، أما البرامج الترفيهية فلغتها خليط بين العربيّة والعاميّة واللغة الفرنسيّة، غير أن اللهجة المستعملة تختلف باختلاف جنسيّة القناة؛ لأنّ هذه القنوات تعتمد كثيرًا على إشراك الجماهير في برامجها، وهذه الجماهير تتكلّم خليطًا من العاميّة واللغة العربية الفصحى واللّغات الأجنبيّة (الفرنسية في بلدان المغرب العربي، والإنجليزية في مصر وبلدان الخليج).

تحوّلت إذن وسائل الإعلام السمعي البصري بسبب التطور الكمي والكيفي الذي يشهده القطاع إلى مخابر لغويّة تهيمن عليها وتسيّرهما قوانين سوق الإعلانات التجاريّة ونسب المشاهدة وكل الممارسات التي تسهّل الوصول إلى المستمع أو المشاهد أي المستهلك.

### III وسائل الإعلام الحديثة واللغة العربية

#### 1 الواقع:

تشير آخر الإحصائيات إلى أنّ اللّغة العربية هي رابع أكثر اللّغات استعمالًا وتداولًا على الإنترنت، وأنّها اللّغة الأكثر تقدّمًا وانتشارًا؛ إذ سجل تواجدها على الإنترنت زيادة فاقت 2500٪<sup>23</sup>.

إلا أنّ المضامين التي تبث على الإنترنت باللّغة العربيّة لا تتجاوز 1٪ من المضامين المتداولة والمنشورة على الشبكة العنكبوتيّة.

**Top Ten Languages Used in the Web - March 31, 2020**  
( Number of Internet Users by Language)

TOP TEN LANGUAGES IN THE INTERNET	World Population for this Language (2020 Estimate)	Internet Users by Language	Internet Penetration (% Population)	Internet Users Growth (2000 - 2020)	Internet Users % of World (Participation)
<b>English</b>	1,531,179,460	1,186,451,052	77.5 %	742.9 %	25.9 %
<b>Chinese</b>	1,477,137,209	888,453,068	60.1 %	2,650.4 %	19.4 %
<b>Spanish</b>	516,655,099	363,684,593	70.4 %	1,511.0 %	7.9 %
<b>Arabic</b>	447,572,891	237,418,349	53.0 %	9,348.0 %	5.2 %
<b>Portuguese</b>	290,939,425	171,750,818	59.0 %	2,167.0 %	3.7 %
<b>Indonesian/ Malaysian</b>	306,327,093	198,029,815	64.6 %	3,356.0 %	4.3 %
<b>French</b>	431,503,032	151,733,611	35.2 %	1,164.6 %	3.3 %
<b>Japanese</b>	126,476,461	118,626,672	93.8 %	152.0 %	2.6 %
<b>Russian</b>	145,934,462	116,353,942	79.7 %	3,653.4 %	2.5 %
<b>German</b>	98,654,451	92,525,427	93.8 %	236.2 %	2.0 %
<b>TOP 10 LANGUAGES</b>	5,273,725,132	3,525,027,347	66.8 %	1,188.2 %	76.9 %
<b>Rest of the Languages</b>	2,522,890,578	1,060,551,371	42.0 %	1,114.1 %	23.1 %
<b>WORLD TOTAL</b>	7,796,615,710	4,585,578,718			

<https://www.internetworldstats.com/stats7.htm>

ويعود الحضور المحتشم والضعيف للغة العربية على الإنترنت بالأساس إلى معوقات تقنية مرتبطة بخصائص اللغة العربية وتعقيداتها على مستوى الحروف والتراكيب والبنية؛ فالمبحر على الإنترنت الذي تعود منذ ظهور هذه الشبكة على استعمال اللغة الإنجليزية في أغلب الأحيان يجد صعوبة كبيرة في التعامل مع الحروف العربية، هذه الصعوبات لا تخص اللغة العربية فقط، وإنما كل اللغات غير اللاتينية.

أول الصعوبات التي تعيق استعمال اللغة العربية على الإنترنت هي طريقة الكتابة (من اليمين إلى اليسار) عكس بقية أغلب اللغات التي تكتب من اليسار إلى اليمين، كما أنّ أشكال الحروف العربية تختلف باختلاف موقع الحرف في الكلمة والإمكانية التي تتيحها اللغة العربية بتحويل حرفين إلى حرف واحد بعد مزجها (لام + ألف = لا، مثلاً...)، إضافة إلى صعوبة ترميز الحروف العربية، لأن المنظومة المعتمدة لترميز الحروف على الإنترنت صنعت خصيصاً لترميز الحروف اللاتينية فقط، وقد تمّ إحداث منظومة ترميز جديدة لبقية اللغات إلا أنّها تلاقي صعوبات تقنية جمّة، جعلت الشركات المصنّعة

للتجهيزات الإعلامية والإلكترونية تتحاشى اعتمادها وهو ما أعاق انتشار هذه المنظومة، التي لا تزال حكراً على بعض المؤسسات والجهات والمخابر البحثية المختصة في دراسة اللغات، ولمعالجة هذه الصعوبات والعراقيل التقنية وتجاوزها تسعى بعض الجهات إلى إيجاد حلول عملية في متناول المبحرين على الإنترنت ومنتجي المضامين الإعلامية الإلكترونية، مثل شركة جوجل التي تسعى إلى جعل بعض خدماتها متوافرة باللغة العربية، وكذلك توفير منتجات خاصة بالدول العربية، نذكر منها Google Ta3reeb وهي منظومة تقنية تعريبية تمكّن المبحر على الإنترنت الذي لا يمتلك لوحة مفاتيح باللغة العربية من التحرير والكتابة باللغة العربية، أما موقع "أهلا" الذي تم إطلاقه سنة 2010 فقد مكّن ملايين من المبحرين على الإنترنت من استعمال الدردشة وحذفها، وتقاسم المعلومات وإرسال الرسائل الإلكترونية وتلقيها، من خلال مشاهدة الفيديوهات التعليمية على يوتيوب، وفي الإطار نفسه تسعى عديد من غرف الدردشة المحدثّة إلى تسهيل انتشار اللغة العربية كلفة تخاطب وتواصل على الإنترنت، على غرار غرفة الدردشة "إجابات" التي تجلب أكثر من 100 ألف مستعمل للإنترنت<sup>25</sup>.

كما يسعى Google وبدرجة أقل Yahoo إلى دعم اللغة العربية ونشرها على الإنترنت، فقد أحدثت الشركة مواقع بحث تمكّن المبحرين من الحصول على كميات كبيرة ومتنوعة من المعلومات الدقيقة والمختصة، وشملت هذه المواقع 13 دولة حتى حدّ الآن هي: الجزائر، والمغرب، ومصر، وفلسطين، وليبيا، والإمارات العربية المتحدة، والبحرين، وقطر، والمملكة العربية السعودية، والأردن، والكويت، ولبنان، وعمان، كما اشترى محرك البحث Yahoo سنة 2009 الموقع المشهور Maktoob.com.

يلاحظ إذن أنّ اللغة العربية بدأت تتموقع أكثر فأكثر على الشبكة العنكبوتية بفضل جهود بعض الشركات ومحركات البحث، وكذلك بعض المؤسسات والمنظمات العربية التي سعت إلى التعريف بالتراث الثقافي العربي وتوزيعه ونشر اللغة العربية على أوسع نطاق، وقد برز بالخصوص في هذا المجال موقع "الورّاق" الذي يبذل جهوداً كبيرة لدعم اللغة العربية ونشرها في كل أنحاء العالم وترميزها وترقيمها حتى تكون سهلة المنال والاستعمال، عوض التعويل على النسخ الإلكترونية للمصادر الورقية التي تنشر في شكل ملفّات وصور جامدة يصعب اعتمادها واستعمالها وحتى قراءتها في بعض الأحيان<sup>25</sup>، ويمتلك موقع "الورّاق" مكتبة تتضمّن آلاف الكتب والمراجع، وكذلك تسجيلات صوتية وفيديوهات وروابط إلكترونية في كل المجالات الفكرية والثقافية والعلمية ...

## 2 الاستعمالات:

لاحظنا من خلال جولات متمنّنة على مواقع الإنترنت، وتواجد مطول ومستمر على مواقع التواصل الاجتماعي، وفي غرف الدردشة التي تعتمد اللّغة العربيّة لغة تخاطب ونشر للمعلومات والأخبار، ومن خلال تحليل مضامينها، سيطرة تكاد تكون مطلقة، وميلاً جارفاً وعماماً لاستعمال العاميّة وعددًا من اللّغات الهجينة، وحتى بعض اللّغات المستتبطة من قبل الشباب بالخصوص، التي تخلط الحروف من عدّة لغات بالأرقام والرموز، وقد ساعدت ميزة "القدرة على التخفي" التي توفّرها مواقع التواصل الاجتماعي للقائمين على الاتّصال من القيام بعدّة تشويهات للّغة العربيّة بكلّ جرأة ودون أدنى تحرّج، ممّا أنتج لغتي تخاطب وتواصل أساسيتين، اتّفق المختصّون على تسميتها "العربيّة"، وهي مزيج من العربيّة والفرنسيّة ويستعملها سكان بلدان المغرب العربي و"العربيّة" ويتداولها شبّان وشابّات دول المشرق والخليج العربي<sup>27</sup>، مكّنت هذه اللّغات الهجينة من كسر الحدود بين المناطق والدول، وأتاحت فرص نقاش وتبادل للمعلومات والأفكار والآراء أكبر وأكثر للمبحرين على النت والناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي، وكسرت الحواجز بين الخاص والعام، لكنها أفرزت في الوقت نفسه لغة مشوّهة وتراكيب غريبة وكلمات مستتبطة تكتب بأحرف عربيّة وتنطق بلغة أجنبيّة (كانسل/ cancel بيليز/ please قود/ good داكور/ d'accord كاي/ café يب/ Yup...) .

أفرز كذلك التخاطب باعتماد وسائل الاتصال والإعلام الحديثة وعبر الرسائل الخليويّة، لغة جديدة، هي "لغة الأرقام" بين الصم والبكم، "بوادرها كانت في الإمارات العربيّة المتحدة، حيث استطاعت فئة من الصم والبكم إعداد قائمة شبيهة بالقاموس تحمل جملاً وكلمات كثيرة لكل كلمة أو جملة فيها رقم معيّن، وبذلك فإنّ تركيب الأرقام يعني كلمات وجملاً مفهومة لديهم، فمثلاً: رقم 32 يعني "أبي"، ورقم 40 يعني "يوم السبت"، ورقم 432 يعني "مستشفى"، والرقم 566 "صباح الخير"..."<sup>28</sup> .

## 3 المستقبل

رغم صعوبة التكهّن بما سيؤول إليه شكلها النهائي، تبدو سمات وملامح اللّغة العربيّة المستقبلية واضحة جليّة، تختلف اللّغة العربيّة المستقبلية في وسائل الإعلام الحديثة عن اللّغة العربيّة الأصلية:

أولاً على مستوى الشكل والتراكيب: تعتمد اللّغة العربيّة المستقبلية نوعين من الحروف الأبجدية: الحروف العربيّة الأصلية، وحروف جديدة مستتبطة تتكوّن من الحروف اللاتينية وكذلك الرموز الموجودة على مفاتيح الأجهزة الإعلامية واللوحات والجوّالات،

وفي بعض الأحيان الأرقام (يرمز رقم 3 مثلا إلى حرف العاء، ورقم 4 إلى حرف الذال، ورقم 5 إلى حرف الخاء...)، وهكذا تصبح كلمة مشغول تكتب msh3'ool وكلمة مظلوم ma6'loom وتمام الحمد لله Tamam al 7mdllah ! لغة لا يستطيع فك رموزها إلا مواكب و متمكن.

يكمن الاختلاف الثاني بين اللغة العربية الأصلية واللغة المستقبلية في وسائل الإعلام الحديثة في وجود مستويات لغوية متفاوتة في التعابير والخطابات والمضامين نفسها، التي ستولد لغة وسطى شبيهة بما خلفه تعريب الإدارة في العهد العباسي.

#### نتائج البحث:

بعد البحث والتحليل، ومن خلال قراءة تاريخية ومتأنية لعلاقة اللغة العربية بوسائل الإعلام منذ ظهورها، وخلال المراحل والفترات الزمنية التي مرت وما حملته من تغيرات وتطورات وتحولات في طياتها، يتبين لنا أن:

- وسائل الإعلام اعتمدت إلى جانب التعليم، خلال السنوات التي تلت استقلال معظم الدول العربية المستعمرة (1950 - 1960)، أداة لتنفيذ ودعم السياسات اللغوية في الدول العربية وبطريقة غير مباشرة ما تتضمنه وتسعى لنشره هذه السياسات من أفكار وآراء ومواقف سياسية.

- مع بدايات السنوات 90 ظهرت وانتشرت لغة جديدة ليست بالفصحى ولا بالعامية سميت بعدة مسميات، مثل "لغة الإعلام"، واللغة الوسطى"، و"اللغة الثالثة"، هذه اللغة المحدثة اجتاحت كل المضامين الإعلامية (البرامج الحوارية والرياضية والاجتماعية والثقافية...)، ماعدا البرامج الإخبارية التي تمسكت بنشر وبث مضامينها باللغة العربية الفصحى المكتوبة وكذلك المقروءة.

- "لغة الإعلام" عرفت نجاحًا كبيرًا لدى الجماهير كافة وتبنتها كل وسائل الإعلام بأنواعها، وهو ما خلق جدلاً بين مناصري التفتح على اللغات الأجنبية ومعارضين محافظين يطالبون باحترام قداسة اللغة العربية بعدها لغة القرآن الكريم.

- تعميم التعليم لم يسهم في تقوية حضور اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام، بما أن اللغة العامية هي التي اجتاحت أكثر فأكثر المشهد الإعلامي في كل الدول العربية.

- انتشار العامية واللغات الهجينة وحتى اللهجات المنطقية على حساب اللغة العربية الفصحى في القنوات الإذاعية والتلفزيونية فرضه جمهور وسائل الإعلام الذي أكدت دراسات كثيرة "تفضيله البرامج الترفيهية على الأخبار، والعامية واللغة الهجينة على

اللغة العربية الفصحى في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، لسهولة فهمها وقربها منه وبساطتها".

- اللغة العربية هي رابع أكثر اللغات استعمالاً وتداولاً على الإنترنت؛ إلا أن المضامين التي تبث على الإنترنت باللغة العربية لا تتجاوز 1% من المضامين المتداولة والمنشورة على الشبكة العنكبوتية.

- اللغة العربية بدأت تتموقع أكثر فأكثر على الشبكة العنكبوتية بفضل جهود بعض الشركات ومحركات البحث وكذلك بعض المؤسسات والمنظمات العربية.

- الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وغرف الدردشة تسيطر عليها سيطرة تكاد تكون مطلقة العامية وعديد اللغات الهجينة وحتى بعض اللغات المستتبطة من قبل الشباب بالخصوص، التي تخلط الحروف من عدة لغات بالأرقام والرموز.

- اللغة العربية المستقبلية في وسائل الإعلام الحديثة تختلف عن اللغة العربية الأصلية على مستوى الشكل والتراكيب ووجود مستويات لغوية متفاوتة في نفس التعبيرات والخطابات والمضامين.

#### التوصيات:

يوصي الباحث بالآتي:

- تكثيف الجهود المبذولة لدعم مكانة اللغة العربية الفصحى في مختلف وسائل الإعلام.

- العمل على حماية اللغة العربية من التشويه في وسائل الاتصال والإعلام.

- تشجيع وسائل الإعلام على استعمال اللغة العربية الفصيحة السليمة، وتدريب صناع الخطاب الإعلامي على ذلك.

- التصدي أكثر لظاهرة انتشار اللغات الهجينة في وسائل الاتصال والإعلام.

- إلزام المؤسسات الرسمية باستخدام اللغة العربية الفصحى في نشاطها الاتصالي وخلال تواصلها مع جماهيرها ومنسوبيها.

- تطوير ودعم التكوين اللغوي لطلاب وطالبات الاتصال والإعلام.

- التعريف أكثر وبشكل أفضل بالتراث الثقافي العربي وتوزيعه ونشر اللغة العربية على أوسع نطاق.

- دعم الجهود العملية الساعية لتذليل العقبات التقنية التي تعيق انتشار واستخدام اللغة العربية على الشبكة العنكبوتية.

- ترشيد استخدام اللغة العربية للتخاطب ونشر للمعلومات والأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي وفي غرف الدردشة.

## الخاتمة:

استببط القائمون بالاتصال، قصد ترميز الرسائل والمضامين التي تنشرها وتبثها وسائل الاتصال والإعلام الحديثة، لغة أطلقوا عليها مسمى "اللغة الإعلامية"، هذه اللغة التي انتصبت في منتصف الطريق بين اللغة العربية الفصحى واللغة المنطوقة أفقدت اللغة العربية الفصحى الأم بعض خصوصياتها التركيبية والنحوية والصرفية وكذلك الصوتية، ولكنها أضفت عليها في المقابل مسحة شبابية، وأدت إلى ظهور تراكيب ومعان وصوتيات جديدة وتأثيرات لغوية خارجية أجنبية ومغايرة للمألوفة.

هذه التحولات التي شهدتها اللغة العربية استتكرها بعض المتابعين وأقر بضرورتها آخرون، وفي الواقع وجب أن نقر بأن اللغة ككل النشاطات العلمية والثقافية، وككل أدوات الأنشطة الاتصالية والإعلامية متحركة ونشطة ولا يمكنها التموغ والاستمرار والديمومة؛ إلا من خلال التأقلم مع التغيرات والتحولات التي يشهدها محيطها وعالمها، واللغة العربية المستقبلية لا بد لها أن تقبل بقوانين العولمة والتطور الإعلامي والتكنولوجي ومواكبة الاكتشافات والتحولات وتغير الانتظارات والاقتراب أكثر فأكثر من مستعملها، وهم بالأساس من فئة الشباب، الذين هم بصدد كتابة مستقبلهم باعتماد آليات وتراكيب وتعابير لغتهم: لغة رقمية مستحدثة وعصرية شئنا ذلك أم أبينا.

ولقد حاولنا في هذا البحث تحديد ملامح اللغة العربية، في ظل التطورات والتغيرات والتحولات العميقة وغير المسبوقة التي يشهدها قطاع الاتصال والإعلام مضموناً ووسائل وأهدافاً، فتوصلنا إلى استنتاجات طرحناها لعلها تسهم ولو بجزء قليل في صيانة اللغة العربية ودعمها وإزالة العوائق التي تحول دون إشعاعها وانتشارها من خلال وسائل الاتصال والإعلام، ولعل أهم ما توصلنا إليه هو أن التطور التقني يخدم ولا يمحو القداسة، وأن اللغة العربية على مستوى التوظيف الإعلامي في مفترق الطرق، وبمقدورها تمكين البلدان والشعوب العربية من اللحاق بركب الرقي والتقدم والتطور الاتصالي والإعلامي والثقافي والعلمي والاقتصادي؛ إذا سعت هذه البلدان والشعوب إلى إيجاد حلول تقنية وعملية وتوعوية وثقافية تحمي هذه اللغة من الشوائب وتجعلها متفتحة ومواكبة لعصرها ومتطلباته التوافقية، أو أن تكون السبب الرئيسي في تعميق الهوة الاتصالية والإعلامية والثقافية والعلمية بينها وبين بقية بلدان العالم من خلال الإصرار على الانكماش والانزواء والعزلة بتعللة الاختلاف والخصوصية.

## المراجع

- 1 علي منعم القضاة: التواصل الإنساني بين ثورة اللغة وعصر الديجيتال، مكتبة المتنبى، المملكة العربية السعودية، 2013، ص 36.
- 2 علي منعم القضاة: المرجع السابق نفسه.
- 3 هشام عباس زكريا، مصعب عبد القادر وداعة الله: مناهج البحث في الاتصال والإعلام، مكتبة الرشد، المملكة العربية السعودية، 2018، ص 19 .
- 4 عبدالعزيز التويجري: اللغة العربية والعملة، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة - إيسيسكو - 1429 هـ / 2008 م، ص 23.
- 5 عبدالعزيز التويجري: اللغة العربية والعملة، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، مصدر سابق، ص 23.
- 6 علي القاسمي: اللغة العربية في وسائل الإعلام، المركز العربي للتعريب والترجمة والتأليف والنشر، 2010.
- 7 نبيل يوسف حداد: العربية والإعلام، وزارة الثقافة المصرية، 2011.
- 8 محمود أبو فروة الرجبي: وسائل الإعلام والتوعية اللغوية ونشرها، مجمع اللغة العربية الأردني، 2012.
- 9 وليد بن محمد السراخبي: اللغة العربية بين تشويه الإعلام والإعلان، بحوث المؤتمر النقدي الحادي عشر: اللغة العربية في مواجهة التحديات المعاصرة، جامعة جرش الأهلية، كلية الآداب، قسم اللغة العربية، 2008.
- 10 جمال عيسى ميلود: واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام العربية في ضوء إشكالية الفصحى والعامية، المجلة الليبية العالمية، كلية التربية بالمرج، جامعة بنغازي، 2016.
- 11 لغتي... هويتي [www.arabiclanguageic.org](http://www.arabiclanguageic.org)
- 12 إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال الجماهيري، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1999، ص 27.
- 13 [www.un.org/ar/esa/hdr/pdf/hdr14.pdf](http://www.un.org/ar/esa/hdr/pdf/hdr14.pdf)
- 14 [www.alukah.net](http://www.alukah.net)
- 15 علي محمد الدرويش: أزمة اللغة والترجمة والهوية في عصر الإنترنت والفضائيات والإعلام الموجّه، رايت سوب ببلشز، Writescop Publishers، 2005، ص 72
- 16 Adrian, Gully: "The Discourse of Arabic Adverstising. Preliminary investigation". Journal of Arabic and Islamic Studies 1, 1996, 1-49
- 17 Mahmoud, Al-Battal: "Identity and Language Tensions in Lebanon: The Arabic of Local News at LBCF". In A. Rouchdy (ed.), Language Contact and Language Conflict in Arabic. London/New York: Curzon Press. 2002, 91- 115
- 18 D, Parkinson: "Community of Use in Arabic Newspaper Language: The Meaning of the Country". In Reem Bassiouney (ed.), Arabic in the Media: Linguistic Analyses and Applications Leiden: Brill. 2010

- 19 Clive, Holes: Modern Arabic, Structures, Functions and Varieties. London: Longmann, 1995.
- 20 Mohsen, Labib, "Médias arabes et recomposition de l'offre religieuse: l'exemple de la chaîne satellitaire Iqra". In Khadija Mohsen-Finan (ed.), Les Médias en Méditerranée, (2009), 361-376. Arles: Actes Sud.
- 21 Christa, Salamandra: "Television and the Ethnographic Endavor: The Case of Syrian Drama". 2005, Transnational Broadcasting Studies 14.
- 22 Mourad, Haroutunian: "Arab Broadcast Media Scene Toward Decade End". In Arab Media & Society, <http://www.arabmediasociety.com/?article=745>, 2009
- 23 Mahmoud, Al-Battal: "Identity and Language Tensions in Lebanon: The Arabic of Local News at LBCI". In A. Rouchdy (ed.), Language Contact and Language Conflict in Arabic, Op cit, 91- 115
- 24 Un coup de jeune pour l'arabe : la langue métissée de l'Internet : Open Edition Books.cpa.hypothèses.org
- 25 Un coup de jeune pour l'arabe : la langue métissée de l'Internet : Open Edition Books.cpa.hypothèses.org
- 26 Un coup de jeune pour l'arabe : la langue métissée de l'Internet : Open Edition Books.cpa.hypothèses.org, Op cit
- 27 Andrew, Johnson: "New Media, New Languages Choices: Code-Switching and Arabizi in a Meebo Chatroom". Washington DC: Communication à la Georgetown University Round Table on Language and Linguistics 2010.
- 28 وليد إبراهيم الحاج: اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2012.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ramy Gamal:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

English language Editor : Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

## Correspondences

● Issue 56 January 2021 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.