

## الباب الأول

### لغة الصحافة وخصائصها

نريد في هذا الباب مناقشة الدعوة إلى إيجاد لغة خاصة لوسائل الإعلام، وأهم

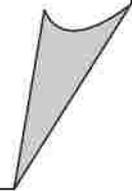
ملاحظ هذه اللغة الخاصة، ودور أجهزة الإعلام في شيوع الأخطاء اللغوية.

ويمكن تناول هذا الباب في فصلين:

الفصل الأول: الدعوة إلى لغة إعلامية جديدة

الفصل الثاني: دور أجهزة الإعلام في شيوع الأخطاء اللغوية

\* \* \*



## الفصل الأول

### الدعوة إلى لغة إعلامية جديدة

لاشك أن وسائل الإعلام أداة اتصال واسعة تخاطب قطاعات واسعة من الناس ولها طبيعتها الخاصة في استقاء ونشر المعلومات، وقد أثرت في المترادفات اللغوية التي تستخدم في لغة الكتابة بشكل عام والكتابة الصحفية بشكل خاص، ومن هنا نشأت الدعوة إلى إيجاد ما يسمى بلغة الصحافة الجديدة.

يذهب بعض الباحثين إلى أن للصحافة لغة معينة لها علاماتها وخصائصها المميزة؛ لأن لألفاظها قيمة محددة باللحظة التي تستخدم فيها، فالكلمات التي تستخدم في لغة الصحافة تستعمل تبعاً لقيمتها الوقتية لا تبعاً لقيمتها التاريخية.

كما أن تعدد أغراض وأشكال الصحافة أدى إلى تعدد لغاتها؛ لأن وسيلة التعبير في شكل أو غرض تختلف عن وسيلة التعبير في شكل آخر لأن كل شكل يأخذ خصوصيته، ولأن هذا التعدد لا يتعد عن اللغة الأم فهي أشبه بالأبناء الذين انحدروا من صلب واحد وتربوا في رحم واحد، فلما خرجوا إلى الحياة تعددت اهتماماتهم ومسالكهم.

إلا أن هذا التعدد والانقسام لا ينفي ولا يضعف ولا يقلل من أنهم اشتركوا جميعاً في نشأة واحدة وانتموا إلى أصل واحد، وأصبح لدينا - سواء أردنا أم لم نرد - لغة للصحافة ولغة للأدب<sup>(١)</sup>.

معنى آخر يضيفه أصحاب هذا الرأي وهو مرتبط بطبيعة الجمهور الذي يتلقى الرسالة الإعلامية حيث إن لغة الصحافة ينبغي أن تكون في متناول الكافة والأوساط من الناس مما يفرض عليها في بعض الأحيان الخروج على مقتضيات اللغة، أو لا يجعلها تلقي إليها الببال الذي ينبغي أن تلقى إليها.

إن ارتفاع مستوى اللغة في الصحافة محكوم بما عليه القراء من ثقافة وتعليم، فكلمة زادت ثقافتهم، وزادت درجة تعليمهم ارتفع مستوى اللغة في الصحف بالنسبة نفسها واقتربت لغة الصحافة من اللغة الصحيحة<sup>(٢)</sup>.

(١) مجمع اللغة العربية، مجلة المجتمع ج٤٧ ص١٥٧، ١٥٨.

(٢) المصدر نفسه ص١٥٩.

المهم أن تكون الرسالة مناسبة للجمهور المستقبل لها من ناحية القدرات الفعلية والمستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي؛ حتى تترك هذه الرسالة الأثر المطلوب<sup>(١)</sup>.

ويردد علينا بعض الباحثين أن لغة الضاد الأصلية لا تتناسب مع وسائل الإعلام الجماهيرية في هذا الوقت؛ لأنه لا يفهمها بعضهم ولا تفي بمطالب العلوم، ولذا تشتد الحاجة إلى لغة عربية جديدة، وميسرة، ومعبرة ومنسجمة مع حاجة كل وسيلة إعلامية، وخصوصاً، بعد التحول الهائل في تكنولوجيا وسائل الإعلام الجماهيرية، واعتمادها أداة فعالة في عملية التنمية القومية<sup>(٢)</sup>.

ويرى بعضهم إنه من المهم البحث في طبيعة هذه اللغة الخاصة بالإعلام، وفي عناصر تكوينها وسماتها المميزة، إنه لاغضاضة في تسمية هذه اللغة الخاصة الإعلامية (إنشاء إعلامياً) بحيث لا تصبح وجوداً مستقلاً عن اللغة في معناها الواسع، بل جزءاً مميزاً منها، أي: طريقة صياغة وتعامل مع الإشارات والرموز والمرسل والمكتقط، لها أصولها، وقواعدها وعناصرها وسماتها المميزة، من هنا سنتعامل مع التسميتين على أن تكون اللغة في معناها الواسع<sup>(٣)</sup>، بل جزءاً مميزاً فيها، أي: طريقة صياغة وتعامل مع الإشارات والرموز والمرسل والمكتقط، لها أصولها أو قواعدها وعناصرها وسماتها المميزة.

وهذه اللغة الإعلامية الجديدة تضاربت فيها الآراء؛ فهي عند بعض المحدثين تبدو حدثاً لغوياً ثالثاً، بعد الحدث القرآني وبعد حدث النثر الفني<sup>(٤)</sup>.

وهي عند بعضهم الآخر، انتقلت إلى طور جديد، فيه خطر على اللغة، بحيث شذت عن أصولها وأصبح لكثير من الجرائد لغة خاصة بها، تقتضي معجماً بحاله<sup>(٥)</sup>.

وهذا الرأي يناقضه صاحبه بقوله إن الأسلوب الصحافي آذن بانتعاش اللغة، وأن الجرائد انتقلت إلى طور جديد من الفصاحة وجزالة التعبير<sup>(٦)</sup>.

---

(١) د. عبد العزيز شرف، ومحمد عبد المنعم خفاجي: النحو العربي لرجال الإعلام، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٣، ص ١٠٦.

(٢) اللغة العربية والوعي القومي، بحوث ومناقشات الثروة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية، ط ١، بيروت - لبنان، ١٩٨٤، ص ٩٧.

(٣) د. جان جبران كرم: مدخل إلى لغة الإعلام، جار الجيل، ب. ت ص ٢١، ٢٢.

(٤) عبد العال سالم مكرم: القرآن الكريم وأثره في الدراسات النحوية، القاهرة دار المعارف، ١٩٦٨، ص ٣٧٨.

(٥) إبراهيم ناصف اليازجي: لغة الجرائد، مصر، ط ١، ص ٢.

(٦) المصدر السابق.

ونرى أن هذه دعاوى خيالية لا تليق بالبحث الدقيق، ولأن تراثنا لا يخلو من هذه الفصاحة والجزالة، وإذا كانت هناك دعاوى أو حجج بعض المنادين بإيجاد ما يسمى لغة عربية جديدة للإعلام فإن ثمة تحفظات على هذه المنادة:

**أولاً:** أنهم يجعلون تعدد أشكال الصحافة مبرراً لتعدد لغاتها بحجة أنها مثل الأبناء الذين انحدروا من أم واحدة وأب واحد.

ولو قالوا إن تعدد أشكال الصحافة مبرر لتعدد أساليبها، لكان أفضل فستان بين اللغة والأسلوب:

**فالثمة:** قواعد وقوانين ومصطلحات.

**والأسلوب:** جمل وتراكيب تعبر عن مكنون الضمير في حدود تلك القواعد.

فالأشكال الصحافية تختلف باختلاف الأغراض فيكون لكل شكل أسلوب يناسب مقامه وليس لغة.

ثم كيف نحكم على لغة الصحافة ونطوعها مستوى القراء ولا نطوع القراء لمستوى الصحف، بمعنى أننا ينبغي أن نجعل لغة الصحافة - وهي أداة الاتصال الواسعة التي تدخل أكثر البيوت لتعلمهم - نموذجاً لغوياً صحيحاً لما ينبغي أن يكون عليه لغة الخطاب عند الناطقين بالضاد؛ وذلك حتى ترتقي الصحافة بلغتها لترقى معها عقول وألسنة القراء.

إن التطور الإعلامي كانت له آثار إيجابية على اللغة في بعض الأحيان ، ولكن كانت له في الوقت نفسه آثار سلبية على الفصحى ففي الوقت الذي كان فيه الإعلام الجماهيري عاملاً في التكامل القومي والتوحيد، فإن التوسع فيه جر إلى استعمال اللهجات العامية، بشكل مفرط ، وهذه ارتبطت بالإقليمية ، ومن شأنها أن تكون عاملاً في تكريس التجزئة إذا استمرت وتضخمت ، وتوسعت على حساب الفصحى<sup>(١)</sup>.

---

(١) اللغة العربية الوعي القومي، ص ٩٨.

**ثانياً:** إن لغة الصحافة والإعلام بوجه عام حققت التعادلية بين الخصائص اللغوية وشعبية الصحافة ووسائل الإعلام<sup>(١)</sup>، وهي عند آخرين خلقت أفاقاً جديدة للغة وأعطت نمطاً مشرفاً.

نقول: إن هذا تساهل غير مشروع في حدود اللغة؛ لأن الإعلام أضر باللغة، وإننا عندما نطالب بلغة فصيحة فإننا لا نريد الفصيحة المتوعرة، أو الغريبة الألفاظ، أو الفصيحة الصعبة.

ولكن نريد أن يكون الكُتَّاب كما قال عنهم الجاحظ: ما رأيت أمثل طريقة من هؤلاء الكُتَّاب فإنهم التمسوا من الألفاظ ما لم يكن متوعراً حوشياً ولا ساقطاً سوقياً. فاللغة المنتقاة التي جمعها النحاة القدامى وغربلوها نتج عنها ألفاظ رائقة تعتبر ثروة لأي كاتب.

فليس من أتى بلفظ محصور يعرفه طائفة من الناس دون طائفة - لا يخرج من بلده ولا يتصرف من مكانه - كالذي لفظه سائر في كل أرض، معروف بكل مكان، كما ليست الجزالة والفصاحة أن يكون حوشياً خشناً، ولا أعرابياً جافاً ولكن حال بين حالين<sup>(٢)</sup>.

وياليت كتابنا يفعلون كما فعل الكُتَّاب الذين وصفهم الجاحظ وابن رشيق فتكون عندنا لغة فصيحة مكونة من ألفاظ فصيحة متداولة، لا أن نتساهل لدرجة أن يخطئ أحد في أوليات اللغة، في مرفوعات ومنصوبات الأسماء، يخطئ حتى في استخدام حروف الجر وقواعد الإملاء ثم نقول بعد ذلك إن الإعلام نافع للغة العربية أو جاد في إنصافها.

**ثالثاً:** إن استخدام الفصحى في وسائل الإعلام عامةً والصحافة خاصةً، بجانب أنه يساعد على ارتفاع المستوى اللغوي فإنه يستهدف التغيير في سلوك الفرد والجماعة بحيث يتعامل العرب جميعاً مع وسائل الإعلام بدون عوائق اتصالية<sup>(٣)</sup>.

(١) النحو العربي لرجال الإعلام، ص ٣٧.

(٢) أبي علي الحسن بن رشيق القيرواني الأزدي: العمدة، تحقيق محي الدين عبد الحميد، دار الجيل، بيروت، لبنان، ج ١، ١٩٧٢، ط ٤، ص ٩٣.

(٣) النحو العربي لرجال الإعلام، ص ٥٨.

وإذا كان القارئ يفضل الاطلاع على الصحيفة القريبة منه فإنه يفضل أيضًا الصحيفة التي تحافظ على سلامة اللغة على غيرها<sup>(١)</sup>.

فمن العبث أن نطالب بلغة جديدة؛ لأن لغتنا العربية الأصلية تصلح لكل مجالات التعبير، وهذا التهاون والتقليد والتبعية جعل اللغة تهون علينا فنترك استخدام الفصحى ونبحث عن لغة جديدة مدعين أن ألفاظ العربية من الصعوبة بمكان، مع أننا نجد من أهم مميزات اللغة العربية أن بها مترادفات كثيرة ولنا أن نأخذ منها ما يصلح لنا، وليس هذا منهجًا جديدًا؛ فالإعلام بكل فصائله هو التعبير عن واقع قائم نعيشه في وسائل متباينة يختلف الأداء اللغوي في كل منها.

لقد أصبح الأداء اللغوي دراسة علمية لا يستغني عنها أي مشتغل بالإعلام، معلمًا، أو كاتبًا، أو صحافيًا فيجب أن يكون دقيقًا محكمًا، حتى لا يؤدي ذلك إلى لبس أو خطأ في التفكير مصدره عدم الدقة أو الخلط في التعبير<sup>(٢)</sup>.

وأهم ما يتعلمه الكاتب هو النحو والصرف فإن النحو في نظرية الإعلام يرتبط بعنصر الرسالة ارتباطًا مباشرًا من حيث قيامه بوظيفة تعبيرية عن الفكر وهو من هذا الموضوع يكون قاسمًا مشتركًا بين عناصر الإعلام الأخرى كالمرسل والمستقبل، حيث يعاون النحو في التعبير عن الفكر.

فيجب على المحرر أن يتعلم النحو ويفهمه؛ ليقوم بدور المدرس بالنسبة للقراء وهنا يكون النحو الذي يصنع المبادئ أو الأسس التي تحدد الفروق بين الخطأ والصواب في التركيب اللغوي - أوثق ارتباطًا ببناء الرسالة الإعلامية، فيكون معبرًا عن الفكر الإعلامي ومواجهة التشويش في عملية الإعلام، ومن هنا فإن النحو يرتبط بمهارات الاتصال عند المرسل والمحرر.

فالمحرر الناجح لا يغفل دور اللغة في نظرية التحرير؛ فالجمهور يحتاج إلى القراءة الدقيقة المتمثلة<sup>(٣)</sup>.

(١) المصدر نفسه، ص ٩٨.

(٢) النحو العربي لرجال الإعلام، ص ٩٨.

(٣) النحو العربي لرجال الإعلام، ص ١٠٥.

**رابعاً:** إذا كان على الكاتب أو المحرر أن يكون ملماً بعلم النحو وبقواعده وأصوله ومشاهير الأعلام من أهل العربية فيجب عليه أيضاً أن يكون ملماً بعلم الصرف وهو لا يقل أهمية عن علم النحو "فيجب على الكاتب المعرفة به؛ ليعرف أصل الكلمة وزياداتها وحذفها وإبدالها فيتصرف فيها بالجمع والتصغير والنسبة إليها وغير ذلك؛ لأنه إذا أراد جمع الكلمة أو تصغيرها أو النسبة إليها ولم يعرف الأصل في حروف الكلمة وزياداتها وحذفها وإبدالها ضل حينئذ عن السبيل ونشأ من ذلك مجال للعائب والطاعن<sup>(١)</sup>.

إنه من اليسير على أجهزة الإعلام بعامة والصحافة بخاصة أن تعمل على رتق الفتق الذي حدث بين لغة الخطاب ولغة الكتاب؛ لأنه مازال ضيقاً، ولأن اللغة الإعلامية هي القاسم المشترك الأعظم في كل فروع المعرفة - أصبح لزاماً على أجهزة الإعلام أن تسعى للإفادة من مزايا اللغة العربية بين لغة الخطاب ولغة الكتاب، وتفتح الطريق أمام الفصحى لتتسرب في كل مكان وليكون لها السلطان في التعبير الإعلامي<sup>(٢)</sup>.

ونرى أنه إذا كان التعبير البسيط السهل الذي يصفه بعض الباحثين أنه هو التعبير الذي يجب أن تتجه إليه لغة الصحافة - إذا كان هذا التعبير - لن يمس جوهر اللغة العربية بل يسير طبقاً لخصائصها وأساليبها الأصلية والقديمة<sup>(٣)</sup> فلا اعتراض عليه.

\* \* \*

(١) النحو العربي لرجال الإعلام، ص ١٤٠.

(٢) عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام ومستقبل اللغة العربية في عصر القمر الاتصالي العربي ص ١١، مجلة الفن الإذاعي العدد ١٠٧ أكتوبر ١٩٨٥.

(٣) عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، المركز الثقافي الجامعي ب.ت.ص ١٩٠.