

واقع اللغة الإعلامية في الإعلام الجزائري

بلجيلالي مريم

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم meriembeldjilali@hotmail.com

أ.د حنيفة بن ناصر

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم pr.bennnceur@gmail.com

تاريخ النشر: 2020/08/13

تاريخ القبول: 2020/05/11

تاريخ الاستلام: 2019/12/19

ملخص:

تعد قضية استعمال اللغة في الإعلام العربي من بين أكثر القضايا التي شغلت عقول المهتمين والباحثين كون أن اللغة هي رمز من رموز الهوية والعروبة في مجتمعنا العربي الإسلامي، والمتبع لإعلامنا العربي يرى أنه يوظف العامية في خطابه الإعلامية إلى جانب الفصحى. وفي ظل هذه الظاهرة تطرقنا لهذا الموضوع لمعرفة أهم النقاط التي تثير الجدل كواقع اللغة الإعلامية في الجزائر، ما سبب لجوء الإعلام الجزائري إلى استعمال العامية؟ وهل يضر هذا الأمر باللغة الفصحى؟ وما هي التوصيات المقترحة التي يمكن تقديمها؟ كلمات مفتاحية: الإعلام، اللغة العربية الفصحى، العامية.

Abstract: The issue of using the language in Arab media is considered among the most important issues that occupied the minds of the interested and researchers, since language is a symbol of identity and Arabism in our Arabic Muslim community. In addition, follower of our Arab media sees that our media to employ slang beside the classical Arabic in the media discourse. In light of this phenomenon, we discussed this issue, to know mains points that rise controversy, such as the reality of the media language in Algeria, what is the reason for the Algerian media resorting to the use slang? Does this matter harm in classical language? What are the suggested recommendations that can be made?

KEY WORDS: Media, classical Arabic, slang.

بلجيلالي مريم: meriembeldjilali@hotmail.com

1-مقدمة: حازت اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام اهتمام أهل اللغة وأهل الإعلام معا حيث أنّ الإعلام يحتاج إلى لغة يوصل بها رسالته إلى المتلقي واللغة تحتاج إلى من ينشرها ويعممها ويضعها في الاستعمال العام الحي.

يعد موضوع استعمال العربية الفصحى من طرف الإعلاميين من موضوعات الساعة في الواقع الثقافي العربي الراهن، فاللغة العربية الفصحى لم تشهد في مراحلها المتعاقبة ما تشهده اليوم من تحددٍ ومخاطر في عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهو ما دفع بالمهتمين بها إلى إيجاد حلول عملية تناسب العصر ولا تحافي جمالياتها ومواطن إبداعها.

لقد قدمت الوسائل الإعلامية المختلفة لغة جديدة اصطلح عليها من قبل الإعلاميين والباحثين باللغة الإعلامية، وهذه الأخيرة تتنوع بحسب الوسيلة ونوع البرامج. لذا فالحديث عن واقع اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام متشعب وواسع. ومن خلال هذا البحث حاولنا عرض هذه القضية ومعرفة أهم النقاط فيها وأهم التوصيات المقترحة لحل هذه القضية.

ومن أهم النقاط التي طرحت ما يلي:

2-مصطلح اللغة الإعلامية: على الرغم من شيوع هذا المصطلح وتداوله في الكثير من الكتب والدراسات فإنه لا يوجد تعريف محدد أو معين له، فالكتب تجنح لتوصيف اللغة أكثر مما تجنح لتعريفها ومن بين أهم التعريفات نذكر:

يوضح الدكتور "عبد العزيز شرف" مفهوم اللغة الإعلامية: "إنّ اللغة الإعلامية هي ظاهرة مركبة خاضعة لكل مظاهر النشاط الثقافي من علم وفن وموسيقى وفن تشكيلي، هذا إضافة إلى الجانب السياسي والتجارة والاقتصاد والموضوعات العامة" وأضاف الدكتور شرف أنّ «اللغة الإعلامية هي لغة معرفية تقوم على الوظيفة الهادفة وتتضمن اتصالا ناجحا أساسه الوضوح والسلاسة والتبسيط فهي لغة عملية تعبر عن الحياة والحركة والعمل والإنجاز" ويضيف أيضا بقوله " إنّ اللغة الإعلامية فن تطبيقي لا يقصد لذاته، دائما يهدف إلى تحقيق غايات معينة وأنّه يؤدي وظائف محددة منها الأخبار والإعلام والتفسير، أو الوضوح والتسلية أو الامتناع والتسويق،

أو الإعلان والتعليم والتنشئة الاجتماعية"¹

ويرى الدكتور "جان جبران" اللغة الإعلامية: "هي الأداة التي تمكن الجمهور من التحكم في الوقت وعدم الخضوع لسرعة الصوت بحيث يستطيع أن يسبق الكلمات أو يتوقف عند بعضها متذوقا ويستطيع أن يرتد إلى الوراء وأن يسقط بعضها أيضا" وأضاف د. جبران بقوله "إن اللغة الإعلامية تعتمد على الكلمة كأساس لتأسيس الكتابة وكون هناك عناصر أخرى مساعدة تعين على تأمين الوضوح والإفهام منها هندسة العناوين والصور الثابتة والرسوم البيانية والجداول الإحصائية الرسوم الكاريكاتورية وهذه كلها يأخذها الصحفي في الحسبان عند التأليف"²

3- خصائص اللغة الإعلامية:

- أ.الوضوح: تعد هذه السمة من أبرز سمات لغة الإعلام، حيث يجب أن تكون الكلمات والجمل والمعاني واضحة كل الوضوح حتى تحقق الأهداف المسطرة.
- ب.المعاصرة: المقصود بالمعاصرة هو أن تكون الكلمات والجمل والتراكيب والتعبيرات متماشية مع روح العصر.
- ج. الملائمة: وهو أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من جهة ومع الجمهور المستهدف من جهة أخرى.
- د.المجازية: المقصود بها أن تكون الكلمات والعبارات قادرة على التعبير والشرح والوصف بطريقة حية ومشوقة تجذب الجمهور وتشوقه لزيادة الإتياع.
- هـ. الاختصار: وهو أيضا من أبرز خصائصها، حيث لا بد أن تكون اللغة قادرة على الاختصار والإيجاز.
- و.المرونة: يقصد بها أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة ودون تعسف وتستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجه أكثر من موضوع.
- ز.الاتساع: حيث يجب أن يكون عدد المفردات كبيرا بحيث تلي الاحتياجات المختلفة.
- ح.القابلية للتطور: وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية.

4-مزايا اللغة الإعلامية:

يحرص الإعلام الناجح على الاستعانة باللغة العربية سهلة الألفاظ قريبة المعاني، القادرة على الإفهام وتحقيق الاستيعاب والوصول إلى العقول من غير استئذان للتأثير، كما يجب أن يستعين الإعلامي بالاستخدام اللغوي الذي يتناسب مع مستوى الفهم والاستيعاب للمشاهد لذلك يجب أن تتجلى بمزايا نذكر منها:⁴

- 1 — يجب أن تتجنب اللغة الإعلامية الصيغ الأدبية الراقية التي لا تتوافق مع قدرات الجمهور بل يجب أن تكون سهلة.
- 2 أن تتجنب المظاهر البلاغية والإيحاءات الجمالية والفنية.
- 3 — ينبغي أن تبتعد عن استخدام العبارات المقتبسة.
- 4 — أن تحرص على مراعاة القواعد النحوية والصرفية والإملائية لأن أي خطأ يؤدي إلى تشويه غير مقبول في المعاني.
- 5 — اللغة الإعلامية تميل إلى استخدام الجمل القصيرة لتحديد المعاني، ولتجنب الانزعاج والضجر.
- 6 — اللغة الإعلامية لا تميل إلى الجمل الطويلة التي تستدعي الوقت الطويل لفهمها واستيعابها.
- 7 — اللغة الإعلامية تعتمد على الإيجاز والوضوح في الكتابة والقول.

5-العلاقة بين اللغة والإعلام:

إنّ الحديث في هذا الموضوع ينبع من التأثير العميق الذي يمارسه الإعلام في اللغة، كما الحياة والمجتمع بشكل عام. كما يعتبر ظاهرة جديدة بالتأمل تدعو إلى التساؤل حول قوة تأثير الطرفين كل في الآخر والملاحظ أنّ قوة اللغة في البداية تأتي من قوة أهلها على أكثر من مستوى بما فيها السياسة والحضارة، والعلم والثقافة والأدب. وبما أنّ الواقع المعاصر للأمة العربية والإسلامية يكشف عن ضعف أهل لغة الضاد فمن الطبيعي أن ينعكس هذا الضعف على اللغة العربية نفسها. ونقصد هنا ضعفا الوجود والتأثير. ومع تصاعد قوة الإعلام ووسائله ولغته فإنّ الأخيرة هي الأقوى هيمنة على اللغة العربية ولها الغلبة في النيل من قواعد تلك اللغة التي ليس لها سبيل إلا السير في ركاب الإعلام وسطوته ونفوذه وخدمة أهدافه ومتطلباته خاصة في استمرار وازدهار وسائل الإعلام.⁵

6- واقع اللغة في المشهد الإعلامي الجزائري:

إنّ المتتبع لواقع اللغة في مشهد الإعلام الجزائري يرى أنّ اللّغات المتداولة في الإعلام الجزائري كالأتي:

1 — اللّغة العربية الفصحى: رغم أنّ اللّغة العربية الفصحى هي اللّغة الرسمية في البلاد إلّا أنّها لا توظف إلّا في المناسبات الرسمية والخطب والبرامج الدينية والنشرات الإخبارية ولا تتعدى استعمالها عن ذلك.

2 — اللّغة العامية: وتنقسم إلى لغة أمازيغية في بعض المناطق ولغة عامية قريبة إلى الفصحى في مناطق أخرى، حيث نجد اللّغة الأمازيغية في النشرات الإخبارية التي تقدم باللّغة الأمازيغية، ونجد العامية بلهجاتها المختلفة القريبة إلى الفصحى في الأحاديث والحوارات وحتى اللقاءات الصحفية مع فنانين أو لاعبين.⁶

3 — اللّغة الفرنسية: وتستعمل هذه اللغة على نطاق واسع فهي لغة معتمدة في التدريس وحتى في قطاعات الدولة كما توظف في الحياة اليومية لدى الأفراد، وتظهر في المشهد الإعلامي في النشرات الإخبارية التي تبث باللّغة الفرنسية، كما نجدها متداولة في البرامج المقدمة. إذن يتسم واقع الإعلام الجزائري بتداخل لغوي بين اللّغة العربية الفصحى والعامية بلهجاتها المختلفة إلى جانب اللّغة الفرنسية بشكل كبير في استعمالاتنا اليومية والإعلامية.

1.6 أنواع برامج القنوات الجزائرية:

1 — النشرات الإخبارية: تقدم النشرات الإخبارية في الفضائية العمومية التابعة للدولة خمسة مرات في اليوم (الأولى الثامنة صباحا، الثانية الواحدة زوالا، الثالثة السادسة مساء، الرابعة الثامنة ليلا والخامسة منتصف الليل) وتقدم باللّغة العربية الفصحى دون توظيف اللّغة العامية بينما النشرة المقدمة في السادسة ليلا تقدم باللّغة الأمازيغية، ويختلف التوقيت في تقديم هذه النشرات بين المحطات العمومية والخاصة واستعمال اللّغات حيث نجد النشرات تقدم باللّغة الفرنسية في بعض المحطات الخاصة.

2 — البرامج الاجتماعية: أصبح الإعلام الجزائري يهتم بتقديم هذا النوع من البرامج لما له قبول من طرف الجمهور، وتوظف عدة لغات في هذه البرامج قليلة اللغة الفصحى كثيرة اللغة العامية

بلهجاتها وتكون بحسب مقدمي البرامج والضيوف المستضافة حيث إذا كان الضيف من الشرق نجد لغته المتحدث بها من الشرق الجزائري ولا ننسى اللغة الفرنسية المستعملة مع أي لغة موظفة في هذه البرامج.

3 — **البرامج الدينية:** كانت تقتصر على استعمال العربية الفصحى في هذه البرامج الدينية وفي خطب الجمعة إلا أن هذه البرامج الدينية أصبحت تستعمل اللغة العامية وكذا اللغة الأمازيغية لشرح بعض الأحاديث الدينية التي تكون بالفصحى ويصعب على العامة فهمها، فمثلا إذا كان المتصل قبائلي فنجد الإمام يشرح باللغة الفصحى والعامية ويعيد الشرح باللغة الأمازيغية وهكذا... فالبرامج الدينية أصبحت لا تخلو من استعمال العامية بلهجاتها المختلفة.

4 — **البرامج الثقافية المتنوعة:** تتنوع هذه البرامج في المحطات التلفزيونية الجزائرية سواء كانت محطات عمومية أو خاصة، وتمتاز اللغة المستعملة في هذه البرامج الثقافية بالتنوع، حيث نجد لغة عامية بلهجاتها المختلفة معها لغة فرنسية ونادرا ما نجد لغة فصحى.

5 — **النشرات الجوية:** ونجد هنا استعمال الفصحى والعامية.

6 — **البرامج الرياضية:** هنا نجد توظيف العامي وقليل من الفصحى، وكثير من الألفاظ الفرنسية.

7 — **المسلسلات التلفزيونية:** تبث القنوات الفضائية الجزائرية بنوعها العمومي والخاص مختلف المسلسلات حيث نجد المسلسلات الجزائرية وتكون بلهجات الجزائرية المختلفة، المسلسلات السورية والمصرية وتكون باللهجة السورية والمصرية، كما نجد المسلسلات التركية والتي تكون باللغة التركية ومترجمة باللغة العربية الفصحى، ونجد أيضا مسلسلات أجنبية باللغة الفرنسية أو الانجليزية وتكون الترجمة بالعربية الفصحى من أسفل. كما لا ننسى المسلسلات الدينية التي لا تبث إلا باللغة العربية الفصحى.

7 — **مستويات اللغة العربية ومكانتها في الوسائل الإعلامية:**

من خلال تنوع وسائل الإعلام وتعددتها صار بالإمكان الحديث عن مستويات متعددة من طرق الكلام المستخدمة في الإعلام العربي وحتى الإعلام الجزائري، وهذه المستويات هي:

— مستوى العربية الفصحى السليمة: في نشرات الأخبار والبرامج الدينية وهي تظهر على لسان المجيدين ومحبي العربية.

— مستوى الفصحى الناقصة: تطلق على لغة المثقفين والصالونات وتسمى باللغة الثالثة وهي تُسقط الإعراب في درج الكلام حتى اعتبرها البعض حلا وسطاً بين الفصحى والعامية وهي التي شاعت في معظم الإذاعات العربية.

— مستوى العامية العامة: هي التكلم بلهجة عامية مشتركة بين جميع أفراد بلد ما أو منطقة جغرافية إقليمية على نطاق أوسع كالوطن العربي.

— مستوى العامية المحلية: هي فرع من العامية لبلد معين.

— المستوى المشوه بالأجنبية.⁷

8-أسباب واقع اللغة الإعلامية في الإعلام الجزائري

يعود أسباب واقع اللغة الإعلامية في الإعلام الجزائري إلى عدة أسباب وظروف نذكر منها:

1 — أصل سكان الجزائر الأصليين وهم البربر مما ولد هذه اللغة الأمازيغية. بمختلف لهجاتها في المجتمع الجزائري.

2 — الاستعمار الفرنسي ونتائجه على البلدان: من بينها الجزائر التي سعى الاستعمار إلى طمس هويتها بفرض لغته على حساب اللغة العربية الفصحى.

3 — ضعف المستوى الثقافي للجمهور الذي لا يستوعب اللغة العربية الفصحى مما جعل رجال الإعلام متخوفين من توظيفها إلا في القليل.

4 — الغزو الفكري للإعلام الأجنبي الذي فرض لغات وأفكار جديدة.

5 — اعتقاد القائمين على الوسائل الإعلامية بأن إدخال العاميات إلى أغلب برامجها وموادها وسيلة مثلى لاستقطاب الجمهور ظنا منها أن مواكبة العصر والتطور ومحاكاة الأمم الأكثر تقدما تستوجب الابتعاد عن الفصحى واللجوء إلى العاميات وإلى اللغات الأجنبية.⁸

6 — إنَّ اللجوء إلى العاميات للدلالة المباشرة على المعاني المتعارف عليها، ولسهولة استخدامها وحسن وقعها، وفي قدرتها على التعبير عن المعاني المقصودة.⁹

7 — ضعف المستوى اللغوي للمذيعين والصحافيين يجعلهم يلجئون إلى استخدام العامية ولغات أخرى ولتفادي ذلك يجب انتقاء المذيعين بعناية فائقة للحفاظ على اللغة العربية الفصحى.

9- لماذا يلجأ الإعلام إلى استعمال العامية؟

يلجأ الإعلام والقائمين عليه إلى الاستعانة بالعامية لعدة اعتبارات نذكر من بينها:

1. اعتبار الفصحى أنها تشكل حائلا اصطلاحيا وتواصليا وتأثيرا لا يمكن تخطيه إلا باللجوء إلى العاميات.

2. اعتقاد الكثير من الوسائل الإعلامية والقائمين عليها أن استعمال العامية يساعد على استقطاب الجمهور.

3. اعتقاد القائمين على تحضير البرامج أن العامية تلائم طبيعة البرامج أكثر من الفصحى.

4. تمسك بعض الأوساط الثقافية والأكاديمية بحرفية اللغة العربية التراثية إلى حد التعصب¹⁰.

ومما تقدم يمكننا القول إن اللغة العربية من أكثر اللغات حيرة بين الولاء لماضيها وبين الالتزام لمتطلبات الوقائع والأحداث الجديدة.

10- الصراع بين اللغة العربية الفصحى والعامية:

تعتبر اللغة العامية الجزائرية لغة كل الفئات الاجتماعية، لغة الأمي والمتعلم، لغة الغني وفقير، لأنها تضم اصطلاحات محلية مختلفة، ويرجع علماء اللغة انتشار استعمال العامية إلى:

1. سهولة العامية خللوها من الإعراب:

هي لغة بسيطة مفهومة وواضحة لا تخضع لقواعد النحو والصرف والإملاء عند كتابتها ونطقها ما يجعلها سهلة الاستعمال.

2. صعوبة الفصحى:

يُرجع البعض صعوبتها إلى قواعدها النحوية والصرفية كما أنّ تعلمها يتطلب وقتاً طويلاً وجزءاً كبيراً من عمر الإنسان، لهذا يرى البعض أن تحلّ العامية بدل الفصحى لأنها لغة البيت والشارع وهي لغة التي يتعلمها الطفل منذ نشأته.

3. تكاليف الفصحى:

إنّ تعليم اللغة العربية الفصحى يتطلب إمكانيات مادية وبشرية ضخمة عكس العامية فهي هبة لسانية طبيعية مجانية.¹¹

11- اللغة العربية في الإعلام: التلوث اللغوي وسيادة العامية:

يعد الحديث عن علاقة اللغة العربية بوسائل الإعلام من الأمور ذات الأهمية على اعتبار أنّ وسائل الإعلام هي التي تستقطب إليها الجماهير العربية أكثر بكثير إذا ما قورنت بالكتاب مثلاً، حيث أنّ معظم الوسائل الإعلامية تلجأ إلى التعامل باللهجات المحلية والعامية الفقيرة من حيث البناء المنطقي للغة وكثرة الأخطاء اللغوية (النحوية والصرفية.....) حيث أصبحت هذه القنوات تقدم ما يطلبه الجمهور ويعتبره مثيراً وليس ما يفيده، وبذلك تكون اللغة العربية الفصحى هي أولى التنازلات حرصاً على زيادة المشاهدة، حيث أنّ بعض الفضائيات تدعو إلى إحلال العامية بدل من اللغة الفصحى بحجة أنّها أكثر فهماً وتقبلاً لدى الجماهير العربية وقرينة من القلب والأذان معاً.

ويرى بعض المهتمين أنّ لجوء المذيعين والمذيعات إلى استخدام العامية كونهم يعانون من الضعف اللغوي وعدم تمكنهم من الفصحى.¹²

12- اللغة العربية في وسائل الإعلام:

تعيش اللغة العربية مأزقاً أوضح ما يكون في وسائل الإعلام على اعتبارها أنّها تمثل الواجهة التي تعكس مختلف التفاعلات الثقافية والقيمة في أي مجتمع ولأنّها كذلك فإنّها تؤدي أخطر الأدوار في الارتقاء باللغة العربية أو الخط من شأنها وذلك للتأثير الكبير والهائل الذي تمارسه هذه الوسائل في حياة الناس.

13-مشاكل وأخطاء اللغة في وسائل الإعلام:

ومشكلة اللغة العربية في وسائل الإعلام لها ثلاثة مظاهر هي:

- شيوع الأخطاء النحوية في العربية الفصحى المستخدمة والتي هي ركيكة في الأساس.
- شيوع الكتابة بالعامية في المقالات والإعلانات وفي تقديم البرامج التلفزيونية والإذاعية.
- كثرة استخدام المفردات الأعجمية في ثنايا الخطاب الموجه إلى المتلقي العربي، حيث في الكثير من الأحيان تنشر بعض المجلات العربية إعلانات باللغات الأجنبية كما أنّ هناك برامج تلفزيونية تحمل أسماء وعناوين أعجمية مكتوبة بالأحرف العربية.¹³

ومن اللافت في العديد من الفقرات التلفزيونية عدم الالتزام بأبسط قواعد المدرسة في كتابة النصوص العربية وقراءتها، محدودية الثقافة اللغوية الكافية، والضمانة لسلامة الأداء، ومن الأمثلة الغزيرة على هذا القصور ما يلي:¹⁴

- الخطأ في تنعيم الجملة أثناء قراءتها.
- نطق الأصوات نطقا معيبا (الخلط بين الصوتين الجهور والمهموس، وبين الصوتين المرفق والمفخخ).
- الخلط بين "أل" الشمسية و"أل" القمرية.
- الخلط بين همزتي الوصل والقطع.
- الخلط بين الحركات الإعرابية ووضعها في غير موضعها.
- الخلط بين المذكر والمؤنث.
- الخلط في تذكير العدد وتأنيثه.
- الخلط بين التاء وهاء السكت كتابة وأداء.
- الخلط بين الظاء والضاد نطقا ورسمًا، وقد عرفت اللغة العربية بأنّها "لغة الضاد" وأهلها "بالناطقين بالضاد".

إنّ وسائل الإعلام أمامها طريقان: أن تنساق وراء التيار الزاحف والضاغط أو أن تمسك بموقع الريادة وتوجيهه، والحقيقة أنّه لا يطلب من رجل الإعلام أن يتحدث إلى الجمهور بلغة سيويه وإنما أقصى ما يتطلب منه هو احترام قواعد اللغة والمعايير المنظمة لها. إنّ الإعلام سلاح ذو حدين فإن كان بالمستوى المطلوب لغة وأداء أصبح مدرسة لتعليم اللغة، أمّا إذا تردى الإعلام إلى مستوى الإسفاف فإن ذلك نذير شؤم على تحوله إلى مستنقع أسن. ومن الطبيعي أن يؤدي هجر اللغة إلى هجر الثقافة والقيم المرتبطة بها، وبذلك يتأسس فراغ لغوي وثقافي تندفق اللغات الأجنبية إلى ملئه.¹⁵

14- هل وفر الإعلام أرضية اللغة الفصحى؟

إنّ من واجب الإعلام أن يسعى نحو تعميم اللغة والالتزام بها، أي الالتزام بالاجتماع القومي الأوسع وبالعروبة، وهذا لا يكون إلّا من خلال اللغة، فكما قال هردر "بأن قلب الشعب ينبض بلغته، وأن روح الشعب مكونة في لغة الآباء والأجداد" ومن هنا يمكن القول أنّ:

❖ ضعف لغة الإعلام الجماهيري في عملية التكامل القومي يسبب شيوع اللهجات العامية.

❖ اختلال التوازن بين اللغة المعتمدة وبين التقدم التكنولوجي الهائل الحاصل في وسائل الاتصال.

❖ غياب الخطط المفصلة، أو المنسجمة مع الأهداف.

❖ ضعف العلاقة بين الاختصاصيين والمبدعين من جهة، وبين وسائل الإعلام من جهة أخرى.¹⁶

15- هل تخدم وسائل الإعلام اللغة العربية أو تفسدها؟

تضيف وسائل الإعلام كل يوم أمرا جديداً إلى مستوى اللغة وبهذا صارت أحد أسباب تطورها فهي تعكس الواقع الذي يعيشه العرب وتظهر مستوى تطوره بين مرحلة وأخرى، فالتطور الاجتماعي يؤدي إلى التطور اللغوي لأنّ اللغة ظاهرة اجتماعية بالمقام الأول وليست وسيلة تواصل بين الأفراد فقط، فالإنسان يفكر باللغة ويجسد تفكيره بها.

وهذا يمكن القول أنّ الإعلام هو الميدان الأهم الذي يؤثر بعمق في لغة الناطقين بالعربية، لأن تأثيره يومي ومتواصل وغير محدد، ويتم بأشكاله المختلفة المكتوبة والمسموعة والمرئية. ولهذا وجب عليه أن يصعد بهم إلى الفصحى بدل أن يتزل بهم إلى العامية.¹⁷

16-الاقتراحات والتوصيات: من بين الاقتراحات والتوصيات التي يمكن أن تساهم إلى جانب غيرها من الرؤى في إعادة المياه إلى مجاريها وجعل اللغة رافداً من روافد النهضة العربية المنتشرة:

- استغلال الرسالة الإعلامية للفضائيات العربية بما يخدم اللغة العربية ويساهم في الارتقاء بها من خلال ضبط النشاط التلفزيوني وإخضاعه للسياسة التربوية الشاملة.
- إنتاج المصطلحات العربية وترويجها إعلامياً والمتابعة المستمرة لأنشطة المجامع اللغوية ومراكز التعريب، وتوظيف جديدها إعلامياً حتى تجذ هذه المفاهيم طريقها للذيق الجماهيري.
- تنمية القدرات اللغوية لدى المذيعين وتنقية الفضائيات من شوائب الخطأ اللغوي، ومما لا شك فيه أنّ التزام القائمين على الإعلام بقواعد اللغة من شأنه أن يضبط التطور اللغوي ويضعه في مجراه الصحيح فيصبح مثل النهر دفقا ونماء.¹⁸
- تبني وسائل الإعلام الدعوة إلى لغة عربية فصحى وتحويل إلى لغة البرامج المقدمة للجمهور لاسيما إذا تم زيادة البرامج الدينية التي تعلّم قواعد النطق بالقرآن وسائر العلوم الشرعية بدلا من الأغاني المبتذلة.
- تشجيع إنتاج البرامج باللغة الفصحى.
- الاكتفاء باللغة العربية الفصحى في ممارستنا والابتعاد عن الألفاظ الغريبة والمعجمية.
- الحرص على اكتساب المهارات اللغوية بالممارسة العملية والابتعاد على النحو الضعيف.
- الاستفادة من تجارب الأمم المتقدمة في بناء تقنيات خاصة تدفع اللغة العربية إلى الأمام وتطويع الأجهزة الحديثة وتطويرها لخدمتها.
- وضع استراتيجية لغوية عربية شاملة وخطة متكاملة مشتركة للإبقاء على العربية لغة علم وعمل وتواصل.¹⁹

15- الخاتمة:

تّمّا تقدم تتضح لنا معالم المشهد الإعلامي الجزائري بوجود تداخل بين اللغة العربية الفصحى والعامية بلهجاتها المختلفة في الخطاب الإعلامي وهو تداخل ساهمت فيه عدة عوامل داخلية وخارجية، ولكن رغم هذا يرجى من القائمين على الإعلام ومؤسساته وكذا المهتمين باللغة العربية وضع استراتيجية تهتم بالدرجة الأولى بإعطاء الأولوية للغة العربية في البرامج الإعلامية للقنوات سواء المحلية منها والخاصة، وكذا تعزيز مكانتها ودورها في المجتمع، إضافة إلى إنتاج المصطلحات العربية وترويجها إعلاميا والمتابعة المستمرة لأنشطة المجمع اللغوية ومراكز التعريب وتوظيف جديدها إعلاميا، كما يرجى اختيار المذيعين من أصحاب الكفاءة اللغوية والتمكنين من اللغة العربية وكذا تنمية القدرات اللغوية لدى المذيعين وتنقية الفضائيات من شوائب الخطأ اللغوي، لأنّ الحفاظ على لغتنا العربية هو الحفاظ على هويتنا وثقافتنا وحضارتنا.

13. المصادر والمراجع

- 01 - عبد العزيز شرف «المدخل إلى وسائل الإعلام» دار الكتاب المصري للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 1999، ص 128، 263، 265.
- 02 - _____ جان جبران كرم "مدخل إلى لغة الإعلام" دار الجليل، بيروت - لبنان، 1992، ص 80، 468.
- 03 - _____ ينظر مصطفى محمد الحسناوي "واقع لغة الإعلام المعاصر" دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، ط 2011، ص 63، 64.
- 04 - _____ ينظر سمير محمد كبريت "اللغة العربية وإعداد رجال الإعلام" دار النهضة العربية، بيروت - لبنان، ط 1431، 1 - 2010، ص 42، 43.
- 05 - _____ ينظر ميادة محمود مهنا «مخاطر اللغة الثالثة ولغة الضاد تتحدى» اليوم الدراسي اللغة العربية والإعلام، تنظيم الإتحاد العالمي لعلماء المسلمين فرع فلسطين، ص 44-45.
- 06 - _____ أحسن خشلة «المسألة اللغوية في الخطاب الإعلامي الجزائري» بحث مقدم للمؤتمر الدولي الثاني للغة العربية - الفترة من 7-10 ماي 2013، ص 113.
- 07 - _____ عباس المصري وعماد أبو حسن "الازدواجية اللغوية في اللغة العربية" المجمع، 1436 - 2014، ص 46.
- 08 - _____ ينظر مصطفى محمد الحسناوي، المرجع السابق ص 62.
- 09 - _____ سمير محمد كبريت، المرجع نفسه السابق، ص 23.
- 10 - _____ ينظر محمد الحسناوي، المرجع نفسه السابق، ص 62.
- 11 - _____ ينظر نصيرة زيتوني "واقع اللغة العربية في الجزائر"، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، المجلد 27، (10)، 2013.

- 12- ينظر د. نصير بوعلي "اللغة وعنف اللسان وفساد الإعلام في الفضائيات العربية الغريزية مقارنة استقرائية" «مجلة الباحث الإعلامي، العدد 35، ص 188، 189.
- 13- ينظر أ سامية إسماعيل سكيك "لغتنا الجميلة بين مطرقة الإعلام وسندان العولمة"، اليوم الدراسي "اللغة العربية والإعلام"، تنظيم الإتحاد العالمي لعلماء المسلمين فرع فلسطين، ص 131.
- 14- ينظر أحمد مختار «أخطاء اللغة العربية المعاصرة عند الكتاب والإذاعيين» عالم الكتب، ط 1 1991، ط 2 1993، القاهرة، ص 41، 43، 45، 46، 48، 121.
- 15- سامية إسماعيل سكيك، المرجع نفسه السابق، ص 132.
- 16- ينظر مصطفى محمد الحسناوي، المرجع نفسه السابق، ص 73-74.
- 17- ينظر فادية المليح الحلواني «لغة الإعلام العربي» «مجلة جامعة دمشق-المجلد 31 العدد الثالث-2015، ص 23-26.
- 18- حسين راضي العايدي «أزمة اللغة العربية ووسائل الإعلام» اليوم الدراسي "اللغة العربية والإعلام" تنظيم الإتحاد العالمي لعلماء المسلمين فرع فلسطين، ص 53.
- 19- ينظر فادية المليح الحلواني، المرجع نفسه السابق، ص 16-17.