

## أثر الخطاب الإعلامي في التنمية اللغوية لمتلقي الوسائل الإعلامية

"دراسة وصفية تحليلية"

د/ زياد محمود مقدادي

أستاذ الأدب القديم ونقده المساعد

قسم اللغة العربية/ كلية العلوم والآداب بمحائل

جامعة الملك خالد / السعودية

### الملخص:

سعى هذا البحث إلى تحديد أهمية النص الإعلامي وأثره في إثراء لغة المجتمعات، وتوضيح طبيعة النص الإعلامي المؤثر في القراء والمتلقين، وعمد إلى تحليل بعض النصوص الإعلامية من حيث البناء اللغوي. واعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي الذي ساعد في الوصول إلى النتائج المذكورة. وتوصل البحث إلى أن اللغة الإعلامية تؤثر بطريقة مباشرة وغير مباشرة في المتلقين، وأن التزام الإعلاميين بنص إعلامي سليم يعني حصول المتلقين على نتائج إيجابية تتمثل بإفادتهم من لغته العربية السليمة البعيدة عن الركاسة والضعف.

**الكلمات المفتاحية:** أثر، الإعلام، تنمية، الخطاب، اللغة، المتلقي.

## The impact of media discourse on the linguistic development of media recipients

"Analytical Descriptive Study"

Dr. Ziad Mahmoud Miqdadi

Professor of ancient literature and his assistant criticism

Department of Arabic Language / Faculty of Science and Arts in Mahayel

King Khalid University / Saudi Arabia

### Abstract:

This research sought to determine the importance of media text and its impact on enriching the language of societies and to clarify the nature of the media text influential readers and recipients, it deliberately analyzed some information texts in terms of linguistic structure. The research adopted the descriptive analytical approach that helped to reach the results mentioned. The research found that media language, directly and indirectly, affects recipients, The commitment people of media professionals to audio media means that recipients get positive results by taking advantage of their sound Arabic language, which is free of thinness and weakness.

**Keywords:** development, discourse, impact, language, the media, the recipient.

## المقدمة:

أضحى النصّ الإعلاميُّ بأشكاله المختلفة مادةً متداولةً لدى جميع الشعوب والمجتمعات، مستمداً هذا الانتشار من التطورين التكنولوجي والتّقني اللذين أتاحا الوصول إلى الوسائل الإعلامية للاطلاع عليها والاستفادة منها بسرعة ودقة وتكلفة أقلّ، ونظراً للانتشار الكبير للوسائل الإعلامية فإنّ أعداد متلقّي النصّ الإعلامي تزداد كلّ يوم باطراد مستمر، ولأنّ هؤلاء المتلقين يقبلون على تلك الوسائل قراءة واستماعاً فإنّ تأثيرهم بها ذو مظاهر مختلفة، ومن هنا برزت مشكلة هذا البحث، المتمثلة بالسؤال الآتي: ما أثر الخطاب الإعلامي في تطوير لغة متلقّي الوسائل الإعلامية؟

وبرزت أهمية هذا البحث من خلال وقوفه على قيمة النصّ الإعلامي وأثره في القراء والمتلقين هذا من جانب، ومن جانب ثانٍ لتوضيح حدود لغة النصّ الإعلامي.

وجاء البحث في مقدمة وثلاثة مباحث، المبحث الأول بعنوان: (النصّ الإعلامي وأثره في إثراء لغة المتلقين)، والمبحث الثاني بعنوان: (الحدود اللغوية للنصّ الإعلامي)، والمبحث الثالث: (دراسة تحليلية لنصوص إعلامية مختارة)، وتلا ذلك خاتمة أبرزت أهم النتائج والتوصيات التي توصل إليها.

## المبحث الأول: النصّ الإعلامي وأثره في إثراء لغة المتلقين:

يمثل الخطاب الإعلامي نتاجاً خاصاً يعنى به الإعلاميون ويخرجونه في الوسائل الإعلامية المختلفة التي باتت واسعة الانتشار في وقتنا الحاضر، ويعني اعتماد متلقّي الخطاب الإعلامي على مادته المكتوبة أو المنطوقة تفاعلهم معه، هذا من ناحية ثم التأثير بأساليبه اللغوية التي اعتمدها الكاتب من ناحية ثانية، وهذا يتفق مع خاصية اللغة التي تعدّ وسيلةً أساسيةً للتواصل بين أبنائها، ومن هنا فإنّ قراءة النصّ الإعلامي بأشكاله المختلفة ستترك أثراً بيّناً وواضحاً يساهم في تطور لغة قارئيه وإثرائها.

ويتأثر القارئ في هذا المجال بما يقرؤه؛ لأنّ طبيعة لغة النصّ وثراءها ينعكسان بصورة غير مباشرة على المتلقي، وكون النص خطاباً فثمة طرف آخر يستقبله مباشرة؛ لأنه - أيّ الخطاب - كما وصفه رولان بارت "يسير قدماً باتجاه واحد"، (رولان بارت، ١٧) وهذا الاتجاه يستقبله القارئ بنهم ويركّز فيه تركيزاً واضحاً لا سيما إذا أخذنا باعتبارنا أنّ قراءة أيّ نصّ إعلامي هي قراءة طوعية وليست مفروضة من جهة أخرى أكاديمية أو غيرها، فالقارئ في هذا المجال يقرأ برغبة مستمرة.

تتأكد مما سبق العلاقة الثابتة بين العناصر الثلاثة، النصّ والمبدع والمتلقّي، وهي العلاقة ذاتها التي عُنيّت بها الدراسات اللغوية والنقدية التي تُعنى بدراسة النصّ الأدبي، مع اختلاف في طرائق تناول هذه العلاقة بين الدراسات النقدية وموضوع الدراسة هذه، فالغرض في هذه الدراسة تأكيد أثر النصّ الإعلامي الذي يقدّمه شخص يسمى كاتباً إعلامياً، ويتلقاه آخرون تختلف مستوياتهم اللغوية من جانب ودرجة إفادتهم من أساليب تلك النصوص من جانب ثانٍ. ولأنّ النصوص الإعلامية متفاوتة في مستوى بنائها اللغوي فإنّ المقصودة منها في التأثير هي تلك النصوص التي تتميز ببناء لغوي سليم، وكان كاتبها حريصاً على إخراجها بقوالب سليمة وبعيدة عن الضعف والركاكة، وتحتوي على صيغ وعبارات مؤثرة في متلقيها. ما يجعل قراءة تلك النصوص ذات أثرين - كما تمت الإشارة سابقاً - ، أحدهما يتعلق بمضمون ما تتمّ قراءته من حيث فهمه وإدراك المقصود منه، والآخر يتعلق بمدى تأثيره على لغة القارئ، ونلاحظ أنّ الأثر الثاني أساسيٌ لتحقيق الأول، وهذا يتّضح من العلاقة التي وصفها اللغويون، حين رأوا أنّ "اللغة نظام خاص من العلامات أو الإشارات المعبرة عن الأفكار". (فيرديناند دي سوسير، ٤٥).

وتتحدد أهمية النصّ الإعلامي في تطوير لغة جمهوره من خلال التواصل الفعّال بينهما، "فالتواصل يتم مع الوسائل المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفاز، واستمرارية الإصدار واستمرارية الإرسال تعني استمرارية العمل، ومن ثمّ استمرارية التأثير، مع اختلاف قدر التأثير تبعاً للظروف والوقائع، ومدى قابلية المتلقين في حالي الحرب والسلام". (جابر قميحة، ٧٤).

إنّ العلاقة المطرّدة بين القارئ والنّص تأتي بشكل أساسي من عملية التواصل المستمر والفعال، وهذا التواصل أساس مهم كي يستفيد المتلقون من لغة النصوص الإعلامية ويتأثروا بها تأثراً واضحاً، وكلما استمر القراء بمتابعة الوسائل الإعلامية ازداد ارتباطهم بها وتعلّقوا بمضامينها وركّزوا عليها بشكل لافت لتصبح فيما بعد مرجعيات معرفية لهم، ومتى أصبحت مرجعاً معرفياً فهذا يعني أنّ لغتها أصبحت عنصراً مشتركاً بين كاتبها ومتلقّيه - لا سيما - المتلقون دائمو القراءة.

ويجب أن نلتفت في هذا السياق إلى أنّ لغة الوسائل الإعلامية لها أثرها الكبير في تنشئة المجتمع الذي تستهدفه، "فالنظام الاجتماعي الذي تظهر في إطاره وسائل الإعلام يعد من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، وأي نظام اجتماعي يضم قيماً ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على قبول المواطنين لها، ويمكن أن تعتبر هذه المهمة متصلة بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، وبالتالي فإنّ وسائل الإعلام تعكس هذا الاهتمام بمحاولاتها المختلفة لأجل المحافظة على القيم الثقافية والاجتماعية"، (جيهان رشتي، ٣٠٥). وأمر آخر غاية في الأهمية "ما يحصل من انعكاسات لغوية في ثورة المعلومات في مجال المفردات والمصطلحات التي تدخل عالم الإعلام والاتصال. (تيسير أبو عرجة، ١١٢) ومؤكّد أنّ الوسيلة لتحقيق ذلك هي الإقناع، ولن يتمكّن المرسل أو صاحب الرسالة من إقناع متلقي خطابه ما لم تكن أدارته اللّغة السليمة.

ولو نظر القارئ إلى مدى انتشار الوسائل الإعلامية في هذا العقد من الزمان لوجد أنّ انتشارها واسع بشكل لم يُعرف من قبل حتى باتت تغطي معظم أرجاء المعمورة، والوسائل الإعلامية التي تقدّم نصّها باللّغة العربية كثيرة جداً، "إذ إنّ اللّغة العربية في طليعة اللغات الإعلامية بين لغات العالم الشرقية أو الغربية". (عبد العزيز أشرف، ٢١٩). وهذا يجعلنا ندرك الأثر اللغوي لها، الذي تنعكس آثاره على متلقيها في مختلف البلدان العربيّة. "لأنّ الإعلام العربي بأشكاله المختلفة يساهم بصفة مؤثرة في نقل الوقائع اليومية ومعالجة القضايا الراهنة بلغة عربية مقبولة، فاستطاع بذلك تضيق الهوة بين اللهجات العامية والفصحى، وهو مما يساعد على إشاعتها وترسيخها". (محمد المختار ولد أباه، ٥٧٩).

وتعتمد اللّغة العربية - كغيرها - من اللغات المستعملة في وسائل الإعلام على مصادر مختلفة لتقدم نصّاً ذا خصائص معينة يناسب الحقل الإعلامي الذي ينتسب إليه، ما يؤكّد أنّ أقسام التحرير في تلك الوسائل تُعنى بشكل أساسي على صياغة ما يتم تقديمه كي تحقق المؤسسة الإعلامية أهدافها التي من أهمها جذب أكبر قدر من القراء أو المستمعين أو المشاهدين.

ويمكن القول: إنّ الفئة المستهدفة التي تقصدها المؤسسة الإعلامية تحدّد طبيعة النّص الإعلامي الذي تقدمه لهذه الفئة، وكلما ارتفع المستوى الفكري لهذه الفئة ارتفع مستوى اللّغة التي يتم مخاطبتها بها. خاصة أنّ جمهور الإعلام: "جمهور عريض تتفاوت أعمار أفراد وحظوظهم من الثقافة والمعرفة". (منير البعلبكي، ٢٢٦). وأنّى كان مستوى الجمهور الإعلامي فإنّ بعض الدارسين رأوا أنّ لغة الإعلام أفادت اللّغة العربية كثيراً، "فالإعلام والصحافة - بوجه خاص - قد حققتا للغة العربية كل ما كان يأمل فيه المجددون من رجال اللّغة، وكل ما نادى به الغيورون على هذه اللّغة من وجوب تبسيطها بحيث يفهما أكبر عدد ممكن من القراء، ومن وجوب تزويدها بالحيوية الكافية حتى لا يضيق بها أحد من القراء، بل من وجوب تطويرها حتى تتسع للتعبير عن كل جديد، أو مستحدث في الأدب والعلم والفن جميعاً". (جيهان رشتي، ١٧٢).

ولكن يجب أن نكون حذرين من تعميم هذا الرأي؛ "لأنّ ثمة إعلاميين يكتبون وينقلون الأخبار دون أيّة عناية في لغة نصوصهم، وقد اكتفوا في الخبر وحسب، وما دروا أنّ سلامة لغة النّص دليل نجاحهم". (زياد مقدادي، ٢٢).

وهكذا، يتأكد ممّا سبق أنّ للنّص الإعلامي أثراً واضحاً وبيّناً في تطوير لغة قرائه وإثرائها، وهذا ما يدخل في نطاق استجابة القراء أو رجوع الصدى، والسبيل إلى تحقيق ذلك يأتي من زاويتين متحدتين، أولاهما الكتابة الإعلامية بأساليب توافق أساليب العربيّة السليمة البعيدة عن الركاكة والضعف، وثاني

هاتين الزاويتين تعمق القراء وتفهمهم ما يقرؤونه ومواصلة قراءة الصحف والمواقع الإعلامية التي تقدّم نصّاً إعلامياً سليماً ومعبراً.

### المبحث الثاني: الحدود اللغوية للنص الإعلامي:

من المؤكّد أنّ الحديث عن حدود لغة النصّ الإعلامي لا يضع صاحبه أمام قيد يجعله يفكر كيف ينتج نصّاً كمعلقات الجاهليين أو خطبة قس الإياديّ، أو خطبة زياد ابن أبيه، أو كتابات الجاحظ أو مقامات الهمذاني، أو رسالة ابن زيدون... إنّما المراد أن يكون ما يكتبه نصّاً يمتلك مقومات الصحة اللغوية الأساسية، وبيتعد عن الأخطاء الشائعة التي يكثر ورودها على ألسنة متحدثي العربية في حياتهم اليومية، وأن ينأى بنفسه ما استطاع عن الأخطاء النحوية والصرفية التي لا يليق ظهورها في نصّ قد يقرؤه مئات الآلاف من جمهور الوسائل الإعلامية المختلفة، "واللغة العربية التي ندعو إلى استخدامها ليست العربية التراثية، إنما هي العربية السهلة المبسطة التي تعبر عن المادة تعبيراً مباشراً منتجاً". (جابر قميحة، ١٤٠).

ولا بدّ من التنبيه إلى أنّ البعد عن الوقوع في الخطأ أو اللحن غاية ينشدها كثيرٌ ممن يباشرون الناس في خطاباتهم وأحاديثهم أو كتاباتهم، "وإذا كانت الصحة اللغوية مطلباً عسراً حتى على المتخصصين، فلا بدّ أن نقدر مدى صعوبتها على غير المتخصصين، سواء كانوا من كتاب المقالات، أو قارئ النشرات، أو المذيعين، أو مقدمي البرامج". (أحمد مختار عمر، ٢٠). والأخطاء اللغوية في النصّ الإعلامي ستعكس بالضرورة على جمهور المتلقين، لكن حسبما يرى بعض الدارسين فإنّها في الإذاعة والتلفزيون أشدّ تأثيراً من الصحافة، "فأيّ تشويه يلحق بالعربية على القنوات الفضائية هو أشدّ خطراً، وأدخ أثراً من أيّ تشويه مماثل، يقع في صحيفة أو مجلة أو كتاب، لأنّ هذه كلّها موجهة إلى جمهور من الناس، مؤلف من متّقين ومتعلّمين، وهؤلاء - بوجه عام - قادرون على التصويب، أمّا برامج القنوات الفضائية فتصل إلى الناس أجمعين، وهم - بوجه عام - غير قادرين على التصويب، ومن كان قادراً على ذلك لا يسعفه الوقت، فبعد انتهاء البرنامج يكون قد سبق السيّف العذل". (جورج صدقي، ٥٧٨). وإلى جانب الابتعاد عن اللحن، فإنّ المجتمع اليوم "أحوج ما يكون إلى بعث اللفظ الدقيق في لغتنا وإحياء الفروق بين الألفاظ لتكون لدينا لغة تصلح أن تكون أداة للإعلام العربي". (عبد العزيز أشرف، ٢١٥، ٢١٦). والمراد باللفظ الدقيق ذلك اللفظ المعبر عن فكرة الإعلامي تعبيراً سليماً، دون الحاجة إلى بحث عن المعاني التي قد تشير إليها.

وتجدر الإشارة في هذا السياق إلى أنّ كثيراً من المتخصصين تعقبوا أخطاء الإعلاميين ورصدوها في دراسات مختلفة، ولا يتسع المقام لذكر هذه الدراسات، وقد فصلّ بعضهم في الأخطاء الواردة في استعمالات الإعلاميين، وسيكتفي هذا البحث - نظراً لحدوده المنهجية - بذكر الحدود العامة للغة الإعلامية.

وانطلاقاً من الحاجة الماسة لنصّ إعلامي سليم فإنّ سلامته يجب أن تتمثل بما هو آت:

- **السلامة النحوية:** يعدّ الالتزام بهذا الجانب من أهمّ جوانب سلامة النصّ الإعلامي؛ لأنّ الالتزام بقواعد النحو يعدّ التطبيق الأهم لتمثّل الفصحى في الحديث المنطوق والمكتوب، وطالما التزم الإعلام بقواعد علم النحو فهذا يعني أنّ القارئ أمام نصّ كتّب وفق تلك القواعد التي تعارف عليها النحويون وأصلوا لها منذ أن وجد علم النحو، وهو ما تُعنى به البلاد العربية في مدارسها ومعاهدها العلمية المختلفة، التي تقدمها لأبنائها في مراحل التعليم المختلفة.
- ولا بدّ من التنبيه إلى أنّ السلامة النحوية في النصّ الإعلامي ضرورة ملحة ولا يجوز الخروج عليها، عدا ما وقع سهواً دون قصد. وعلى الرغم من العناية الرسمية باللّغة العربية وضرورة السلامة النحوية في النصّ الإعلامي فإنّ كثيراً من النصوص تعج بالأخطاء النحوية كرفع المنصوب ونصب المرفوع، وإعراب الأسماء الخمسة، وأحكام المثني وجمع المذكر السالم، وأحكام العدد والمعدود، وصرف الممنوع من الصرف ومنع المصروف، وإثبات ما يجب حذفه

أو حذف ما يجب إثباته... وما يرافق ذلك من أخطاء تركيبية تخلّ بالمعنى المقصود الذي يقصده الكاتب.

- **السلامة الصرفية:** تقترب السلامة الصرفية في النصّ الإعلامي في أهميتها من سلامته نحويًا؛ لأنّ علم الصرف هو العلم الذي يهتم ببنية الكلمة، فيجعل المتكلم أو الكاتب يختارها وفق ما تعارف عليه الصرفيون، ومتى تمّ بناء الكلمة بناء سليماً فإنّ المعنى يكون مفهوماً وواضحاً لدى المخاطب دون الحاجة إلى إمعان نظر أو طول تفكير. وتتنوع الأخطاء الصرفية التي يقع فيها الإعلاميون، كالأخطاء في ضبط حروف المضارعة وضبط عين بعض الصيغ، والأخطاء في جمع المقصور أو الممدود، والأخطاء في بعض أحكام النسب والتصغير، والأخطاء في الإسناد إلى الضمائر، وغير ذلك من الأخطاء التي تخلّ بفصاحة النصّ الإعلامي وسلامته.

- **السلامة المعجمية والدلالية:** وتدخل ضمن هذا الباب الحاجة الماسّة لمعرفة دلالات الكلمات المستخدمة في الخطاب الإعلامي، وهي معرفة ترتكز بشكل رئيسي على امتلاك الإعلاميين مكوناً ثقافياً كافياً ومخزوناً معرفياً يعتمدون عليهما عند كتابتهم نصّاً إعلامياً أو إلقاءه كي لا يقعوا في أخطاء تُغيّر الدلالات المقصودة مما يقولونه، ووقف أحمد مختار عمر على أمثلة متعدّدة ومتنوعة للأخطاء الدلالية والمعجمية التي وقع فيها بعض الإعلاميين، فقال: "من أشبع الأخطاء في نطق الأعلام خلط أحد المذيعين بين عُمان وعمّان، وقوله في إحدى النشرات الإخبارية: خليج عمّان. فجمع إلى خطأ الضبط جهلاً بالجغرافيا". (أحمد مختار عمر، ٢٠٩).

إنّ الحديث عن سلامة النصّ الإعلامي نحواً وصرفاً ثم معجمياً / دلاليّاً مسؤولية تقع بالضرورة على المؤسسة الإعلامية التي ينتسب إليها الإعلاميون، ما يفرض عليها أن تضع الشخص المناسب في المكان المناسب، فليس كلّ من يمتلك صوتاً حسناً - على سبيل المثال - جديرًا بأنّ يقدم خبراً عبر المذياع أو التلفاز، وإنما يجب أن يتم اختيار من يمتلك المهارات كافّة وعلى رأسها مهارة إتقان اللغة المكتوبة والمنطوقة؛ لأنّ هذا الشخص يواجه الجمهور مباشرةً.

ومن يعيد النّظر في الخطط الدراسية للجامعات والمعاهد المتخصصة في تخريج الإعلاميين يجد أنّها تخصص نسبة من متطلبات التخرج لمقررات اللغة العربية التي تساهم في تقديم مخرجات تناسب سوق العمل وفق الشروط التي تعتمدها المؤسسات الإعلامية. أما كتاب الصحافة الذين يُعنون بالمقالات بالدرجة الأولى فإنّ عدداً منهم - لا بأس به - يمتلكون الأدوات اللغوية التي تساعدهم على كتابة مقالاتهم بعيداً عن الركافة والضعف، وإلى جانب امتلاك الإعلاميين مهارات اللغة العربية نحواً وصرفاً حري بهم أن يكثروا من الاطلاع والقراءة في العلوم المختلفة؛ لأنّ هذا كفيل بتعريفهم معاني الكلمات وتعريف الفروقات الدلالية بين الكلمات التي تتشابه باللفظ.

وكي يكون النصّ الإعلامي مؤثراً في المتلقين فإنّ بعض المتخصصين وضعوا للغته أبعاداً وخصائص تجعله ذا تأثير مباشر، أذكر من هذه الخصائص:

- **أنّ اللغة الإعلامية لغة مباشرة** أي إنّ الكاتب أو المذيع يدخل إلى موضوعه دون تمهيد مطوّل؛ "لأنّها لغة تتجنب المقدمات الطويلة، وتعالج الموضوعات معالجة شاملة بطرحها للمتلقين، دون مقدمات مسهبة". (جابر قميحة، ٨٦). وهذا يعني أنّ الدخول إلى موضوع النصّ مباشرة يساعد المتلقي على فهم موضوعه والتركيز في قوالبه وصيغته التي ستصبح مع الأيام جزءاً من أسلوبه الخطابية الذي يستعمله في حديثه اليومي.

- **السهولة والوضوح:** يحرص الإعلاميون على توجيه رسالتهم أو خطابهم إلى الجمهور كي يفهم مرادهم، وهذا يستدعي بالضرورة أن يكون الخطاب الإعلامي واضحاً سهلاً وبعيداً عن التعقيد والغموض، لأنّ المتلقي ليس من شأنه أن يفك الشيفرات الدقيقة للنصّ وإنما هدفه أن يفهم ما يقرؤه أو يستمع إليه مباشرة، "وكان كبار الأدباء حين يكتبون في الصحافة، لا يستعملون

المفردات والجمل التي لا يدرك معناها الجمهور الذي يتوجهون إليهم، ويجعلون من أسلوبهم همزة الوصل بين الحقائق العلمية والأدب الرفيع ومستوى فهم القراء". (نور الدين بليبيل، ٦٢). وهذا يؤكد أن سهولة النص ووضوحه عاملان أساسيان في فهم مراده.

- **التخلص من القيود اللغوية:** ويؤكد بعض الدارسين أهمية هذه الخاصية التي تساعد الإعلامي على نقل مراده بصورة مباشرة، "بعيداً عن الأساليب البيانية" (جابر قميحة، ٨٦). التي قد يصعب فهمها على الجمهور الذي يبحث عن المعلومة ويطلبها من خلال الوسائل الإعلامية التي يتلقى خطابها بصورة مباشرة.

إن محاولة تطبيق الخصائص السابقة في إخراج خطاب إعلامي مؤثر لا يتعارض مع السلامة اللغوية المطلوب توافرها فيه، بل إنها تساهم بشكل مباشر في تأكيد هذه الخصائص.

### المبحث الثالث: دراسة تحليلية لنصوص إعلامية مختارة:

لعل من المفيد في هذا المبحث الوقوف على نموذج نص إعلامي تم إخراجته وتحريره بصورة سليمة من حيث اللغة، حتى يكون البحث منصفاً في وصف لغة الخطاب الإعلامي من جانب، وكي لا يكون الحديث مقتصرًا على الأخطاء التي يقع فيها الإعلاميون من جانب آخر.

جاء في خبر نُشر في صحيفة عكاظ بتاريخ ١١/ شوال/ ١٤٤٠ هـ تحت عنوان: ((استمرار تسليم "الفلل الجاهزة" في ٢٠ مشروعاً ضمن سكني))، "واصل برنامج «سكني» التابع لوزارة الإسكان تسليم الفلل الجاهزة في عدد من المشاريع المنتشرة في عدد من مناطق المملكة، حيث استمر التسليم خلال شهر مايو الماضي في نحو ٢٠ مشروعاً تتوزع في ٧ مناطق حول المملكة، إذ تمت إجراءات التسليم بعد استكمال المستفيدين لعمليات الحجز وتوقيع العقد النهائي.

وأوضح برنامج «سكني» في بيان صحفي اليوم (الجمعة) أنه تم خلال الشهر الماضي تسليم فلل سكنية في ٦ مشاريع بمنطقة الرياض تشمل إسكان رماح، الدوامي، ثادق، شقراء، العيننة، والمجمعة، بالإضافة إلى مواصلة التسليم في مشروع الخرمة في منطقة مكة المكرمة، ومشاريع الوزارة في المنطقة الشرقية. بمحافظة الخبر والمبرز و(إسكان الأحساء ١ والأحساء ٢) وإسكان حفر الباطن...". (صحيفة عكاظ).

من خلال نظرة سريعة في الاقتباس السابق يتضح أولاً أنّ العنوان جاء معبراً وموافقاً للمضمون الذي يتحدّث عنه، "والعنوان يمثل الإشارة الأولى التي يصادفها المتلقي عندما يبدأ عملية القراءة". (موسى ربابعة، ١٦٠). ولو وقف القارئ على هذا العنوان لتبين مضمون النص قبل أن يشرع في قراءته، أما النص فنجد أنه صيغ صياغة سليمة ومعبرة، وخلا من الأخطاء النحوية، والتركيبية، والصرفية، والإملائية، وتم استخدام المفردات المناسبة لموضوعه، كما ابتعد عن الغموض والتعقيد، اللذين يرهقان الجمهور، ودخل الكاتب إلى الموضوع مباشرة دون إطالة أو مقدمات، ولم يستخدم الجمل البيانية التي لا تصلح لمثل هذا النوع من النصوص؛ لأنّ توظيفها في مثل هذا النوع من النصوص قد يسبب التشتت للقراء والمتلقين.

يتبين مما سبق كيف ساعدت السلامة اللغوية على فهم المراد من الخطاب الإعلامي وهذا من أهمّ العناصر، ومما لا شك فيه أنّ هذا النموذج مثال لكثير من النصوص التي تُكتب ويتم تحريرها بمتابعة من متخصصين، وبالتالي فإنّ قراءة مثل هذا النصّ الإعلامي بصورة مستمرة ومطرّدة ستعكس آثاره على المتلقي؛ لتجعله يتأثر بأساليبه اللغوية البسيطة والواضحة والسليمة في الوقت ذاته.

ومن الجدير بالذكر أنّ كثيراً من المؤسسات الإعلامية باتت تخصص في هيكلتها أقساماً للتحرير والمراجعة، وهي أقسام يجب أن تتشارك مع خريجي اللغة العربية ومتخصصيها". (عبدالله الطيب، ٥٣٨) ومفيد أن يشرف عليها مختصون أكفاء يمتلكون معرفة كافية في علوم اللغة العربية، ويوظفونها في إنتاج

خطاب إعلامي سليم، وهذا يجعل كثيرًا من المهتمين يقبلون على تلك الوسائل الإعلامية ويتابعونها بشكل مستمر؛ لأنّ النصّ أو الخطاب الإعلامي الذي يقرؤونه مفهوم وواضح وخال من العيوب والأخطاء.

أمّا الحديث عن النصوص الإعلامية التي تعاني ضعفًا لغويًا - إن جاز التعبير - فهو أمر واضح وقد لفت كثيرًا من المهتمين والمتخصصين، حتى أنّ إبراهيم اليازجي المتوفى مطلع القرن الماضي - رحمه الله - ذكر ذلك فقال: "بيد أننا مع ذلك كله لا نزال نرى في بعض جرائدنا ألفاظًا قد شدّت عن منقول اللّغة فأنزلت في غير منازلها، واستعملت في غير معناها فجاءت بها العبارة مشوهة وذهبت بما فيها من الرونق". (إبراهيم اليازجي، ٢). وتتبع آخرون الأخطاء التي ترد في الكتابات الصحفية بشكل خاص، وأفرد بعضهم كتبًا متخصصة بهذا الشأن؛ كي ينبهوا الكتاب الإعلاميين لبعض من الأخطاء الشائعة الورد في كتاباتهم. ويقف البحث على نموذج من الكتابات الصحفية التي تكثر فيها الأخطاء ملحوظ.

نشر موقع جراسا الإلكتروني بتاريخ ٣٠ / ٦ / ٢٠١٩م مشكلة اجتماعية بعنوان: ((أهلي رافضين زواجي))، وجاء في الموضوع: "الحمد لله على النعم التي أعطاني اياها ربي التي لا تعد ولا تحصى، فقد أنعم علي بنيل شهاده الماجستير، ، بالاضافه اني على قدر من الوسامه، وحالتي الماديه جيده تسمح لي الزواج، المهم قلت للوالده، أن تبحث لي عن عروس فقد اتممت سن ٢٧ عاما وارغب في إكمال نصف ديني، الذي كان ردها امنيتي حياتي أرى ابني بكر متزوج وله أطفال يلبعون حولي، من غذا بإذن الله سابحت لك عن عروس تليق فيك ، بس احب اقول لك أقل من دكتوراه أو مهندسه لن أقبل و أن تكون كنه لي ، انت مش قليل ، عندي قلت لها لا مانع عندي المهم تكون أخلاقها عاليه وليس شرط أن تكون ذات جمال متوسط اقبل، بدأت الوالده تبحث لي عن عروس ومضى سنه وستين وثلاث وهي تبحث لم تجد ، وعندما ادلها على وحده تقول هاي قصيره، هاي عيونها صغار ، هاي سمره، ولا يمكن اقبل فيها كنه لي ، انت شويه عندي ، مشكله ليست في بنات التي أراهن بالعكس كلهم محترمات وما شاء الله ، المشكله بالوالده التي تراني غير مصدقه ، وكأني انا وحيد الذي أحمل شهاده ، المهم تعبت وضاق فيني ولم أعد اصبر ، ثلاث سنوات وهي تبحث ولم تجد هددت بالخروج من البيت إذا لم تجد لي عروس وفعلا نفذت تهديدي وخرجت ولكن أمي وأبي لم يكثرث بما فعلت وقالوا لي اللي بزعل آخرته يرضى ولست أدرى ماذا أفعل بالله كيف افنعمهم برغبتي بالزواج ، لأن طفح الكيل معي". (موقع جراسا الإخباري).

يستدعي التعليق على هذا المنشور كمّا من الجداول التفصيلية للأخطاء الواردة فيه بدءًا من العنوان، وهي أخطاء كثيرة شوهت الموضوع المطروح، وتنوعت بين أخطاء نحوية وإملائية تركيبية ودلالية، ناهيك عن الأخطاء المطبعية التي كانت علامة فارقة فيه.

بدأ العنوان بعبارة: (اهلي رافضين زواجي)، وقد وقعت الكاتبة بخطأ نحوي فجعلت الخبر منصوبًا، ومن الأخطاء النحوية عدم نصب خبر (ليس) في عبارة: (وليس شرط)، ومنه كذلك عدم نصب المفعول في عبارة: (إذا لم تجد لي عروس) وغير ذلك الكثير....

أما الأخطاء الإملائية فلا تكاد تخلو منها عبارة من عبارات الموضوع، وتنوعت بالخلط بين التاء المربوطة والهاء، وهمزتي الوصل والقطع، وغير ذلك، وبالانتقال إلى علامات الترقيم يتبين عدم العناية بها.

وبالوقوف على الأخطاء التركيبية فإنّ الحديث عنها سيلغي النصّ؛ نظرًا لجهل الكاتب بأساليب العربية وطرائقها وعدم التزامه بأدائها استخدامًا.

وبعد هذا العرض الموجز السريع يتضح أنّ كاتبة الموضوع السابق لا تمتلك أدنى مقومات الكتابة؛ ما جعل النصّ مكتوبًا بضعف وركاكة بارزين، وأدى ذلك إلى إعاقه فهمه من قبل المتلقي، ومما لا شك فيه أنّ سبب هذا الضعف هو عدم معرفة الكاتبة بعلم اللغة العربية أو عدم اختصاصها، لكن ذلك لا يمنع من إدارة الموقع مراجعة مثل هذه الكتابات - لا سيما - أنّ الموضوع من الموضوعات المهمة

التي يهتم بها عدد كبير من القراء، ويتضح ذلك من الكم الكبير من تعليقات القراء التي يعقبون بها على مثل هذه الموضوعات، وذلك عائد لأهميتها في حياتهم.

ومثل هذه الصورة من الكتابة المتدنية المستوى نجدها في كثير من المواقع الإلكترونية، وبعض الإذاعات والفضائيات، وأسباب ذلك كثيرة ومتعددة، قد يكون الانتشار الواسع للمؤسسات الإعلامية سبباً رئيسياً في هذا الضعف، "إذ نتج عن زيادة عدد القنوات التليفزيونية زيادة في عدد المذيعين والمذيعات الذين لم يتلقوا نصيباً كافياً من التأهيل والتدريب اللغويين، الأمر الذي ترتب عليه كثرة الوقوع في الأخطاء اللغوية". (سامي الشريف، وأيمن منصور ندا، ص ٢٠٩)، والحال نفسه ينطبق على المواقع الإلكترونية والصحف والمجلات الورقية.

من هنا، ومن خلال أهمية النص الإعلامي بمختلف أشكاله حري بالمؤسسات الإعلامية بأشكالها المختلفة أن تُعنى بسلامة خطابها لغوياً؛ لأنّ تلقيها ينعكس أثره على جمهورها.

### الخاتمة:

إنّ الباحث في الخطاب الإعلامي مكتوباً كان أم منطوقاً يجد كمّاً من الملاحظات التي يؤدي النظر فيها إلى نتائج جمة، وهذه هي النتائج التي توصل إليها هذا البحث:

- تؤثر اللغة الإعلامية على المتلقين بطريقة مباشرة وغير مباشرة.
- إن التزام الإعلاميين بنصّ إعلامي سليم يعني الحصول على نتائج إيجابية تتمثل بنشر لغة عربية سليمة بعيدة عن الركافة والضعف، وشواهد هذا النوع من النصوص كثير في الوسائل الإعلامية التي تنتج خطاباً إعلامياً سليماً لغوياً وبعيداً عن الضعف، ومقابل ذلك فإن ثمة وسائل إعلامية لم تعطِ صياغة خطابها أدنى أهمية ما انعكست أثره سلباً على القراء والمتلقين.

### التوصيات:

توصي هذه الدراسة بوضع مجموعة من الضوابط والقيود المتعلقة باللغة على المؤسسات الإعلامية المختلفة المكتوبة والمنطوقة، وأن تكون هذه الضوابط خاضعة لرقابة رسمية يكون فيها لمجامع اللغة العربية دور واضح، يساعد على الرقي بلغة الخطاب الإعلامي، الذي بات مقصوداً بشكل يفرض العناية والاهتمام به.

## المصادر والمراجع:

### الكتب:

- بارت، رولان، **لذة النص**، ترجمة: منذر عياشي، ط ١، حلب، مركز الإنماء الحضاري، ١٩٩٢م.
- بلبيل، نور الدين، **الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام**، ط ١، قطر، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية القطرية، قطر، ٢٠٠١م.
- دي سو سير، فيرديناند، **فصول في علم اللغة العام**، ترجمة: أحمد الكراعين، ط ١، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٥م.
- ربابعة، موسى، **جماليات الأسلوب والتلقي**، ط ١، عمان، الأردن، دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م.
- رشتي، جيهان، **الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، (د.ط)، القاهرة، دار الفكر العربي، (د.ت).
- أبو عرجة، تيسير، **الإعلام والثقافة العربية: الموقف والرسالة**، ط ١، عمان، دار مجدلاوي، ٢٠٠٣م.
- عمر، أحمد مختار، **أخطاء اللغة العربية المعاصرة عند الكتاب والإذاعيين**، ط ٢، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٣م.
- قميحة، جابر، **أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية**، (د.ط)، المدينة المنورة، نادي المدينة المنورة الأدبي، ١٤١٨هـ.
- الشريف، سامي، وندا، أيمن منصور، **اللغة الإعلامية المفاهيم والأسس والتطبيقات**، (د.ط)، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٤م.
- اليازجي، إبراهيم، **لغة الجرائد**، وقف على طبعه مصطفى توفيق المؤيدي، ط ١، القاهرة، مطبعة التقدم، القاهرة، (د.ت).

### الدوريات والمجلات:

- أشرف، عبد العزيز، **اللغة الإعلامية وخصائص العقل العربي**، مجلة الشؤون العربية، العدد ١١، ١٩٨٢م، ص ٢٠٠ - ٢١٩.
- البعلبكي، منير، **الإعلام واللغة الإعلامية**، مجلة مجمع اللغة العربية بالقاهرة، المجلد ٦٢، ١٩٨٨م، ص ٢١٠ - ٢٤٤.
- صحيفة عكاظ، ١١/شوال/١٤٤٠هـ، <https://www.okaz.com.sa/article/1732060>
- صدقي، جورج، **العربية والقنوات الفضائية**، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، مجلد ٧٤، ج ٣، ١٤٢٠هـ، ١٩٩٩م، ص ٥٥٦ - ٥٨٢.
- الطيب، عبدالله، **مشكلة الأداء في اللغة العربية أسباب الضعف**، ووسائل العلاج، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، المجلد ٧٣، العدد ٣، ١٩٩٨، ص ٥٣٥ - ٥٤٠.
- مقدادي، زياد محمود، **كيف للغتنا أن تكون كما هي**. صحيفة القدس العربي اللندنية، العدد ٧٥٥٩، ٧ أكتوبر، ٢٠١٣م، <http://www.alquds.co.uk/?p=91250>

- موقع جراسا الإخباري، ٢٠١٩/٦/٣٠م،  
<http://www.gerasanews.com/article/331064>
- ولد أباه، محمد المختار، ضعف الأداء في اللغة العربية أسبابه وعلاجه، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، المجلد ٧٣، العدد (٣)، تموز، ١٩٩٨م، ص ٥٧٣ - ٥٨٤.