

الملخص

تتقصى هذه الدراسة التحولات المستحدثة على خارطة الخطاب الإعلامي العربي المعاصر الذي جدّد أدواته التواصلية مستفيداً من مقدرات التكنولوجيا الحديثة، وهذه الأخيرة نجحت في نقل التواصل الإعلامي نقلات مشهودة، فجعلت من خطاب الصورة القائم على الإثارة والإدهاش والتدفق مادة إعلامية أساسية تتقدم على خطاب الكلمة القائم على الإقناع والإمتاع والتأمل. والسؤال الأساس الذي تطرحه الدراسة: ما واقع اللغة عامة والعربية خاصة ضمن التصور الجديد للإعلام؟ وما معالم تسيّد الصورة في الواقع الإعلامي الجديد؟ وهل استثمار الأمر لخدمة قضايا الأمة أم شكل بطريقة أو أخرى تبعية للآخر؟ ثم ما معالم اللغة الإعلامية التي تدعم خطاب الصورة؟ وهل راعت هذه اللغة قوانين الأمن اللغوي واحترمت حرمة اللغة؟ أم أنها وقعت في فخ تبديد اللغة واستهلاكها، بدلا من إنتاجها وحماية الذوق اللغوي للمتلقى؟

لقد أفلحت وسائل الإعلام - رغم تسيّد ثقافة الصورة - باستنهاض لغة إعلامية موسومة بسمات المعاصرة، أضحت هي اللغة الأكثر رواجاً واستعمالاً بين عامة الناس إطلاقاً. وبات الإعلام بفضل لغته أهم وسائلنا القولية على الإطلاق. إنّ هذا التسيّد في لغة الخطاب الإعلامي المعاصر غير العلاقة بين الفصحى ولغة الإعلام المعاصر من علاقة امتداد إلى علاقة استبدال، ومن ثمّ تراجعت مسؤوليات هذا الخطاب في مسألة النماء

اللغوي. وحتى تواكب الدراسات اللغوية واقع الإعلام المتجدد لا بدّ من أن تتحول، في تقييم أداء اللغة الإعلامية، من رصد التجاوزات اللغوية وتصويبها إلى إعادة الوعي بالكلمة وطاقتها الإبلاغية والبلاغية، وسلطتها التأثيرية والإقناعية في مواجهة تدفق الصور المتسارع الذي جاء على حساب سلطان الكلمة والعقل وإعادة الدور التوجيهي للمثقف الذي حولته الصورة إلى مثلق عاجزٍ عن التقييم، نتيجة ما تمارسه سرعة التدفق من قمع ذهني تمنع التفكير من الانطلاق خارج نطاق الصورة وتسلمه إلى نطاق صورة أخرى وهكذا دواليك.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، اللغة العربية، الصورة

Abstract

This study investigates the new trends and changes that have taken place on the modern discourse of the Arabic media that renews its tools benefiting from modern technological abilities. Modern technology has succeeded in developing the social media in a considerable way. It made the visual discourse that depends on impressing and action, a media content that is preferred to the discourse that depends on talk that depends on convincing and exciting. The main question of the study is finding out the place that Arabic language has in this new vision of media. The other question is finding out whether this new vision of media has been used to support the Arabic nation's questions, or it is just dependent on the other nations. What are the features of the information language that support visual discourse? Does this language has into consideration the linguistic security and respects the value of the language. The media has evoked a media language of modern features. That language has started to be used among people in a considerable rate. In the virtue of information, our language has become our strong tool to convey our messages. In order to follow the new media development, those who are interested in the language, must shift their interest from focusing on linguistic mistakes. They must give attention to the word, and its ability to convey the message, its rhetorical

power, and its convincing ability as oppose to the visual media, that made the educated people unable to evaluate what they receiving as a result of the rapid way of receiving the visual media.

تمهيد:

غادرنا زمن كان فيه الإعلام يتمثل دور القدوة اللغوية والموجه الثقافي، الذي يتخذ من صلاح الأفكار نبزاساً، ولا نأسف على ذلك الزمان إلا بالفدر الذي نألم فيه على وضع الكلمة في هذا الزمان. إن نظرة تأملية للنصين الآتين تعيننا على تصور تفاوت دور القدوة اللغوية في التوجيه الثقافي عبر الزمن حتى الوصول إلى الدرجة التي يعرفها كل منا في وسائل الإعلام اليوم. ففي افتتاحية العدد الأول من صحيفة الوقائع المصرية الصادرة عام ١٨٢٨م يرد النص التالي: "الحمد لله باري الأمم، والسلام على سيد العرب والعجم، أما بعد، فإن تحرير الأمور الرفاعة مع اجتماع بني آدم المتدبجين في جمعية هذا العالم، ومن ائتلافهم وحركاتهم، وسكونهم ومعاملاتهم، ومعاشراتهم التي حصلت مع احتياج بعضهم بعضاً، هي نتيجة الانتباه والتبصر بالتدبير والإتقان، وإظهار الغيرة العمومية، وسبب فعّال، منه يطلعون على كيفية الزمان والحال"^(١)، وفي افتتاحية العدد الأول من صحيفة "لسان الحال" يقول محرر هذه الصحيفة ومؤسسها " خليل سر كيس عام ١٨٧٧م- : "الحمد لله الذي يسبّح بحمده في الغدو والآصال وينطق مفصّحاً بتعداد آلائه، لسان الحال حمداً يدوم آناء الليل وأطراف النهار، ما غرّد قُمرِيّ أو ترنم هزاز"^(٢).

ولا أعلّق من عندي على الفرق بين النصين، لإنني أُجلّ جهود رواد الإعلام عبر هذه المدة الزمنية، ولكني أريد أن أقول إن القاعدة في كل الأحوال أنك "إذا أردت أن تكتسب لغة ما أو أن تجودها أو أن تحظى بخواصها، فما عليك إلا أن تداوم الاستماع إليها قدر الاستطاعة، فتستقرّ قواعدها وظواهرها الأساسية في الذهن"^(٣). إن الإعلام مضافاً إليه التعليم يُعدان منبرين أساسيين لرواج اللغة، واللغة سادن الأفكار الأمين، وبها يكون التفكير، ومن خلالها تتنامى الأفكار من جيل إلى جيل. إنها سلسلة مادية من تعاقب السبب والنتيجة، وإن اكتساب اللغة يحدث فقط بسبب التفاعل بين قدراتنا العقلية ومحيطنا الاجتماعي^(٤). وكلما كان نظام هذه اللغة مهيباً للمرسل والمستقبل عبر قنوات التواصل تيسرت عملية التفكير وتعززت المعلومات، إلا أن ما نخشاه كل الخشية هو تراجع اللغة في نفوس أبنائها! واللغة هي داعم أساسي في تكوين الهوية؛ لأنها "أضخم عملية فكرية تنموية تنشئ الحضارة وتتمثلها وتعبّر عنها، وهي ذات رصيد حضاري لا حدود له، ولهذا فإن نمو لغتنا وازدهارها وقيامها بدورها الفكري هو معلم من معالم حياتنا المعاصرة، وطريق أساسي من طرق بناء المستقبل"^(٥).

"إن أهمّ شروط النجاح في اللحاق بركب الحضارة المعاصرة رهن بنجاحنا في تأهيل لغتنا العربية للتعامل مع التقدم المذهل في الاتصالات ... لقد تلاحت اللغة مع تكنولوجيا المعلومات تلاحماً شديداً يزداد يوماً بعد يوم، ولذا فإن قدرة مجتمعاتنا العربية على اللحاق بركب هذه الثورة المعرفية التكنولوجية، تتوقف بصورة أساسية على نجاحنا في تأهيل هذه اللغة العظيمة لهذه المواجهة الحضارية الحاسمة"^(٨) ، والإعلام في محصلته تمثيل يتم داخل كيان اللغة وطريقتها وأسلوبها، مما يعني أن هناك تناسباً طردياً بين الحضارة والتقدم من جهة، واللغة من جهة أخرى. وفي الوقت الذي تتنازل فيه وسائل الإعلام - بسبب توغل العاميات والخلط بين اللغات- عن شروط اللياقة اللغوية فإنها من حيث قصدت أو لم تقصد تفقد خيوط التواصل مع جمهورها رويداً رويداً، لأنها حجّمت اللغة وخصّصتها فتتناقص الجمهور القادر على التواصل بها، ولا يجوز بأي حال من الأحوال تفويض اللغة من أجل التكنولوجيا، فاللغة معادل للذات ولا يجوز أن تهمّش الذات أو تشوّه.

تنبعث الفصحى من مقومات حضارية وفكرية أنتجها أقبامها ، فلكل مدّ لغوي سياق تاريخي ومنبع فكري خاص به يتم وضعه من خلال ضوابط خاصة، ليمثل قاسماً مشتركاً للأمة الواحدة، ومعبراً عنها. ومن هنا تعد العربية حاضناً شرعياً لفكرنا واجتهادنا، بل

إن اللغة نبض حياتي خاضع للتطور والارتقاء والمرونة. وتقدمها أو تأخرها رهنٌ بمدى استعمالها في المجتمع، فهي من ناحية تنمو وتبلغ أوج نضجها وعنفوانها، إذا لم يُقصها المجتمع من الاستعمال في أيّ من قطاعاته وأنشطته، وهي من ناحية أخرى تتعطل في مسيرة نموها وتطورها ونضجها إذا وقع إقصاؤها جزئياً من الاستعمال في المجتمع، وهي في حالة الثالثة تتعرض إلى الموت الفعلي إذا حرّمها المجتمع بالكامل من دنيا الاستعمال"^(٩) ، فالهوية تترجم باللغة واللغة تترجم بالعقل.

وقد حافظت العربية طوال سبعة عشر قرناً خلت على أنظمتها الصوتية والصرفية والنحوية، وسمحت لنظامها الدلالي بالتطور لمواكبة المتغيرات "بينما يشهد العلم في اللسانيات التاريخية أن الأربعة قرون كانت فيما مضى هي الحدّ الأقصى الذي يبدأ بعده التغير التدريجي لمكونات المنظومة اللغوية"^(١٠) . إلا أنّ هذا الرسوخ في تاريخ العربية لم يساعدها على لها الظهور الذي تستحقه في وسائل الإعلام العربية اليوم، وأنا لا أقصد أن تحافظ وسائل الإعلام في طرحها على توظيف العربية في طاقتها المتقدمة ورونقها الأخاذ - كما عرفناها في كتب التراث - بل أن تعدّ اللغة ضمن مستوى مرّن من مستويات الفصحى يناسب حركية الإعلام وتسارعه.

إنها الأداة الأوحى للتعبير عن خواصنا وهويتنا.

والمستعين بهذه اللغة سيغدو متمتعاً بكثير من خصائصها وسماتها، إذ تقدم طواعية ومرونة ودقة في الاستعمال تعزز الوضوح في وسيلة الاتصال بين المرسل والمستقبل، وفي المقابل، فإن الخروج على قواعدها المتنوعة إنما هو إرباك لأبنيتها المحكمة، " ومن الأكيد أن الصحفي الذي يكون زاده اللغوي ضحلاً سينتج - بلا ريب - نصوصاً مشوهة، تنقصها الصلابة والدقة وقوة التعبير، وقد نعيب لغتنا والعيب فينا"^(٩)، وعلى ما يبدو أن الخطاب الإعلامي المعاصر لما يستفد من هذه المقدرات وعلو المكانة.

اللغة الإعلامية بوصفها نظاماً يخاطب الجماهير :

ما الحاجة الداعية إلى تأسيس مستوى لغوي جديد يخصّ الإعلام يمكن أن نطلق عليه اللغة الإعلامية؟ بداية لا بد من الإشارة إلى أن تعدد مستويات التواصل في اللغة الواحدة أمرٌ تلقائيٌ لا بد منه، فلكل مقام مقال، فلا عجب أن تكون هناك لغة إعلامية وأخرى اقتصادية وثالثة سياسية ورابعة قانونية وهكذا، نابعة من أعراف وقوانين اللغة الأم، بل إن ذلك يدعم فرضية "حضارة اللغة"، وتعني بأنه ثمة حضارة معينة هي حضارتنا الإنسانية يرتبط وجودها ارتباطاً قوياً باللغة، بحيث يمكن القول إنه لولا وجود اللغة لما قامت هذه

الحضارة أو ظهرت حضارة أخرى من نوع مختلف عن حضارتنا المعروفة....ومن هنا تختلف الثروة اللفظية من عصر إلى آخر، بل في اللغة الواحدة تختلف هذه الثروة اللفظية من عصر إلى آخر بالنسبة لحياة اللغة نفسها - ذلك أنه بقدر ما تزيد حاجيات المجتمع وتُثري معانيه يزيد عدد هذه المجموعات الصوتية حتى تكون متجاوبة تماماً مع هذه المعاني وتلك الحاجيات"^(١٠). إن اللغة هي في الأساس وسيلة تواصل فاعلة والموضوع الذي نتحدث فيه يفرض علينا مفردات محددة، والجمهور المتلقي يفرض علينا شكلاً من أشكال السهولة أو الصعوبة والعصر الذي نعيشه يفرض علينا كيفية هذا التواصل، فاللغة داخل هذا الإطار " ظاهرة اجتماعية وضرورة من ضرورات كل مجتمع لأنها أهم وسيلة يلجأ إليها لِيتمّ التفاهم بين الأفراد فيما يتصل بحياتهم اليومية والاجتماعية والأدبية والفنية"^(١١).

ومن هنا، ومع نشأة الصحافة في الوطن العربي أبان عصر النهضة الحديث في بدايات القرن التاسع عشر في مصر، كان لا بد من التعامل مع العربية الفصحى لتوليد لغة جديدة أو مستوى لغوي جديد يتناسب مع جمهور الصحافة متعدد الثقافات، فخطاب الصحافة هو خطاب للعامة لا خطاب للنخبة، ومما ساعد ذلك شعور عدد كبير من مفكري عصر النهضة بصعوبة التواصل من خلال العربية الفصحى فعلياً"^(١٢)، وهذا عائد إما مسaireً للدعوات التخريبية أو من أجل التباعد الكبير

وهي لغة ليست بتعقيد الفصحى وسموها وعلو شأنها ولا بدنو العامية وانزياحاتها المتكررة المحصورة بإقليم دون آخر .

إن هذه اللغة الإعلامية أو ما يسمى "بالفصحى المبسطة" أو "العامية المفصحة" أو "الأدب العاجل" أو "اللغة الثالثة" ، قد بدأ النزوع إليها على يد الأدباء أولاً في أعمالهم الأدبية؛ كتوفيق الحكيم في مسرحيته (الورطة) ١٩٦٤م ، إذ كانت لغته أقرب إلى الدارجة منها إلى اللغة الوسطى بين الفصحى والعامية. وأثناء مثل هذه المحاولات وغيرها على صعيد الأدب المتبني آنذاك من قبل صحافة عصر النهضة كان لابد من التوسط بين الفصحى والعامية في لغة التخاطب مع الجمهور ، فمالت هذه اللغة إلى التبسيط الشديد، وهذا يظهر قصداً عند تعريف الكتابة الإذاعية كمثل على جنس إعلامي شائع، حيث يعرف معجم مصطلحات الإعلام^(١٨) الكتابة الإذاعية بأنها: "الكتابة باللغة التي يستعملها الناس عادة، والتي تتميز بالإيجاز والوضوح، لإثارة اهتمام عامة الناس". وأمر الوضوح والبساطة لا يمثل في مجمله تعدياً على صلاحيات الفصحى ومقدّراتها، فلغة الإعلام "على الرغم من خصوصيتها وتميزها عن أنواع النثر اليومي، إلا أن وسطيتها - أي موقعها بين النثر العلمي والأدبي ولغة الحديث اليومي - تمنحها قوة الاستخدام، وحسن التبليغ، وشساعة الانتشار وطول الملازمة"^(١٩) .

وقد دفع ظهور هذه اللغة الوسيطة بعض الكتاب إلى إعادة تصنيف أنواع النثر وتقسيمها

الذي نشأ بين الفصحى واللهجات ، وإما تمثيلاً " للنحاة الجدد " أو المحدثين العرب الذين تجاوزوا البحث اللغوي القديم في الأنساب اللغوية إلى إيجاد القوانين المتحركة في متغيرات اللغة^(١٣) . وقد انقسم الاهتمام بالمسألة اللغوية آنذاك إلى اتجاهين^(١٤) ؛ اتجاه يدافع عن العربية الفصحى ويهاجم دعاة العامية ، وآخر يدعو صراحة إلى إحلال الدارجة محل الفصحى، بينما يحاول تيار توفيق ثالث استتباب الحلول التوفيقية وتركيزها . ولكننا لا يمكننا بالضبط تحديد تاريخ لنشأة هذه اللغة الوسيطة التي يسعى الإعلام لتأسيسها من الفصحى نفسها ، بل ويصعب علينا ذلك ، إذ تبقى المتغيرات اللاحقة باللغة من جراء الاستعمال قوية تحجب عنا نقطة البدء التي صدرت عنها^(١٥) .

فاللسان الواحد متعدّد الدرجات صعوداً وهبوطاً ولنا أن نتأمل لهجات التواصل اليومية، ثم المعاملات الرسمية، فالتصريحات المرتجلة ولغات العلوم والإخبار والنقد والأدب. إنه سلم متصاعد لمستويات متعددة. من هنا كان لابد من ظهور مستوى لغوي جديد يمكن أن نسميه اللغة الإعلامية ضمن هدف التواصل دون لبس، واللغة الإعلامية ضمن هذا النطق ذات هدف وظيفي لا هدف جمالي و"التوصيل الفكري في اللغة الوظيفية ، يأتي قبل أي هدف آخر"^(١٦) . فاللغة الإعلامية في هذا السياق هي "لون من ألوان اللغات الوظيفية، يتدرج في " وظيفيته" إلى الحد الأقصى فيما يعرف بلغة الأخبار"^(١٧) ،

تعبير ضغط الجمل والتخلص من العبارات الفائضة في اللغة الإنجليزية بدلالة اقتصادية saving words وأصبحت عملية توفير الكلمات عنصراً أساسياً، بل المهمة الأولى في فن التحرير .

(٣) العزل والانتقاء : وهذا عامل رهن لسياسة المؤسسة الإعلامية. ويتخذ هذا المبدأ تجليات خاصة في لغة الصحافة، ومن المعروف أن هذا المبدأ هو أحد الأسس التي تقوم عليها عملية الإبداع الفني أو الإنشاء الأدبي،... فإظهار بعض الحقيقة ينطوي على انحياز، وهو اللفظ الأقرب إلى نقيض الموضوعية .

وهذه المحددات التي ورد ذكرها آنفاً سيرت لغة الإعلام باتجاه سمات تميزها عن باقي المستويات اللغوية، وهي سمات مجبولة بمحددات صارمة قوامها الوضوح والصدق والمباشرة، فالإعلاميون يشترطون في اللغة الإعلامية : "الوظيفة الهادفة والوضوح والإشراق"^(٢٢) . واللغة الإعلامية تعبير وظيفي بالدرجة الأولى هدفها الاتصال بالناس وبـ"الفكر والإدراك والنشاط الحركي والشخصية الإنسانية بشكل عام"^(٢٣) ، لتلبي بذلك الحاجات التي أنيطت بها .

أما البنية اللغوية المبسطة للغة الإعلامية، فقد حرصت اللغة الإعلامية خلال فترة نضجها على أن تتحرر من بعض القيود اللغوية، وهذا ما حفز بعض الباحثين^(٢٤) على الوقوف عند بعض هذه التحررات من مثل:

إلى "النثر العادي ، النثر العلمي ، النثر الفني، النثر العملي (الصحفي) ، والحاجة إلى لغة يمثل هذه السمات دفع بشكل مباشر أدباء الصحافة إلى ابتكارها وتأسيسها ووضع شروطها : "على الأسلوب الصحفي أن يتخذ شكلاً سهلاً ، يقترب من الأسلوب الدارج . وعلى الصحافة أن تقدم الأحداث اليومية ببساطة ووضوح وواقعية ، مبتعدة عن الاستعارات والكنيات والتشبيهات والألفاظ الزائدة ، وعن كل تعقيد ، حتى يسهل على جميع القراء فهم محتواها ، على الرغم من تفاوت مستوياتهم الثقافية"^(٢٥)، إلا أن مسألة الوضوح والتبسيط قد أوقعت اللغة الإعلامية بخلاف ممتد مع اللغويين، ويبدو أن الخوف من تدني مواصفات اللغة الفصحى إثر الإكثار من توظيفها، ومن ثم الوقوع في الأخطاء، قد حتم على القائمين على وسائل الإعلام أن يفلسفوا لغة بمواصفات يمكن أن تتماشى مع شروط العمل الإعلامي .

تخضع اللغة الإعلامية لطائفة من المحددات هي^(٢٦) :

(١) السرعة : وهي السمة التي باتت تضبط إيقاع الحياة بحركة متسارعة انعكست على أوجه الوجود الإنساني المختلفة ، وتمارس مقتضيات السرعة دورها على الصحافة المطبوعة والمسموعة والمرئية على ما يعرف بعامل المساحة .

(٢) المساحة : وهو عامل اقتصادي حاسم فحذف كلمة فائضة من أي نص تحريري من شأنه أن يوفر على المؤسسة الكثير، وقد اقترن

أنها أصبحت بديلة عن الفصحى في دور التعليم والثقافة والمحافل السياسية.

اللغة الإعلامية بوصفها سلطة مؤثرة على الجماهير :

باتت لغة الإعلام تحمل بين طياتها خطاباً مؤسساتياً، سيمياؤه الواضح والسهولة ، مما دفع بأديب مروة^(٢٥) للإشادة بفضل الخطاب المؤسساتي للصحافة على اللغة العربية، إذ يرى أن شيوع الأسلوب السهل المشرق الذي وصلنا إليه اليوم في الكتابة بالعربية، لا يعود الفضل فيه لمعلمي اللغة في المدارس والكلليات، ولا يعود الفضل فيه إلى الكتّاب والأدباء القدامى، بل الفضل الأول في هذا الأسلوب يعود إلى صحافة اليوم، وذلك لأن لها الفضل في تطويع اللغة وجعلها مرنة تفي بمتطلبات العصرية - والكلام لأديب مروة- وتستوعب التطورات العظيمة التي صاحبت النهضة في ميادين الحياة المختلفة، فقد أشاعت ألفاظاً، واستحدثت أخرى ، وابتكرت مصطلحات، ووسّعت من آفاق اللغة، ووطورت أساليبها في العلوم والفنون، والاجتماع والسياسة.

وهذه الملامح والحيثيات والنتائج التي أفرزتها اللغة الإعلامية فيما سبق هي نتاج قانون السلطة ، بمعنى أنها كامنة في حال السلطة وممارستها وارتباطها بالآخر. وعندما تقوم القوة مع الآخر تصبح سلطة ، وعندما ينتج الرفض والخضوع والإخضاع بمعنى السيطرة. وتتجلى قوة السلطة مصدراً للإحساس والتقويم منذ أن تتكون أو تظهر، وهي إذ تلتمس الاتصال بالآخر يتولد منها عالم من اللغة والمؤسسات^(٢٦) . إن القوة ضمن ما سبق ليست

- الاستغناء عن الكلمات الزائدة ، كأدوات التعريف ، والصفات ، وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وحروف الربط التي لا ضرورة لها .

- استخدام الألفاظ المعرّبة الأكثر استعمالاً من الألفاظ العربية .

- تطابق بنائها مع أبنية الفصحى .

- محدودية القوى البيانية والمجازية التي تحملها .

- أسلوبها تقريرى مباشر .

- توظيف قاموس محدود من المفردات متعارف عليه من قبل المتلقين .

- الابتعاد عن الألفاظ الغريبة والوعرة .

- التساهل في توظيف المفردات العامية أو الأجنبية إن كانت شائعة فغاية التواصل أبلغ من أسلوب التواصل .

- جعلها قصيرة يسيرة الفهم والاحتواء .

- قوالها اللغوية ثابتة ثبات الجنس الصحفي نفسه .

هذا ، وقد أفلحت اللغة الإعلامية في تحديد قاموس لغوي يخصّها عنوانه التبسيط والشيوع والانتشار، والتخاطب مع مختلف طبقات المتعلمين وحتى غير المتعلمين. ومن خلال ذلك حققت هذه اللغة غايتها التواصلية بالسرعة المطلوبة والمساحة المعقولة، وقد أسست هذه اللغة لنفسها منزلة تفضل العامية فيها الفصحى، فلا هي اللغة المعقّدة بفصاحتها ومقاييسها وأبنيتها، ولا هي العامية المتحللة من القيود بعيداً عن أي مقياس، ومن ثم استطاعت أن تحقق انتشاراً واسعاً امتدّ إلى آفاق بعيدة، حتى

بالمعنى الاعتدائي السلبي بل هي كما أوضحها بالاندييه " قدرة التأثير فعلياً على الأشخاص والأمور ، بالتماس مجموعة من الوسائل التي تتحرك بين الإكراه والإقناع ، وتتحول فتغدو إمكانية متاحة لأحدهم داخل علاقة ما، تسمح له بتوجيه الأمور حسب مشيئته" (٢٧) ، وهذا التوضيح ينطق المسألة السلطوية من إطار العنف إلى إطار الإقناع والحيلة والممارسة .

ونظرة فاحصة على واقع الخطاب الإعلامي المعاصر ستكشف لنا أن "للإعلام" لغة " انت الآن تفرض حضورها في مختلف المحافل والميادين ، بل إن هذه اللغة أصبحت الأداة الرئيسية للتعبير من حيث الكم، ومن هذا "الحيز" أيضاً، فقد أصبحت أوسع الأواني التي تضم الإنجازات الفكرية والتكنولوجية المعاصرة. ولما أضحت وسائل الإعلام هي الوسيلة الأهم بين وسائل نشر المعرفة الإنسانية، فقد أضحت لغة الإعلام بمرونتها، الأداة الأولى للتنقيف والتعليم غير المؤسسي . ومن أجل ذلك لا نبالغ إذا قلنا إن الإعلام ، بفضل لغته بات أهم وسائلنا القولية على الإطلاق" (٢٨) ، والأمر فيما بات ظاهراً ما عاد يقف عند حد التكهن، بل إن المنظمة العربية للثقافة والعلوم (ايسيسكو) (٢٩)

حذرت من تفاقم سلطة الإعلام بلغته المنتشرة التي لا تحتكم إلى قيود محددة إذ تصرح بأن العربية لم تعرف عبر تاريخها الطويل ما تعرفه اليوم من سرعة في النمو، واندفاع التطور ومسايرة المتغيرات ، بحكم عوامل كثيرة ونتيجة لأسباب متعددة ، أقواها ، النفوذ

الواسع الذي تمتلكه وتمارسه وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية ، والذي يبلغ الدرجة العليا في التأثير على المجتمع ، في قيمه ومبادئه ، وفي نظمه وسلوكياته ، وفي ثقافته ولغته ، وعلى النحو الذي يفقد بعض المجتمعات هويتها الحضارية ، وينال من خصوصيتها الثقافية ، وفي المقدمة منها الخصوصية اللغوية . إن العلاقة بين اللغة والإعلام لا تسير دائماً في خطوط متوازية ، فالطرفان لا يتبادلان التأثير، نظراً إلى انعدام التكافؤ بينهما، لأن الإعلام هو الطرف الأقوى، ولذلك لن يكون تأثيره في اللغة بالغاً الدرجة التي تضعف الخصائص المميزة للغة، وتلحق بها أضراراً تصل حد التشوهات التي تفسد جماله .

إن مثل هذه المخاوف تعود إلى الحضور الشديد لوسائل الإعلام المختلفة في حياة الناس من صحافة وفضائيات وإذاعات ووسائل عاجلة، والبعض اعتمد هذه الوسائل كمرجعيات ثقافية لغوية ينهل على حساب المقروء المغيب. والمعلومات يعاد تشكيلها عن طريق تقييد تصور محدد للواقع، فيفكر المتلقي وينطق ضمن الكيفية التي ارتضاها له الإعلام المسيطر (٣٠) ببلاغته الإلكترونية التي عززت وضاعفت من بلاغة الصور المرئية والتقليدية المدعمة بمؤثرات متعددة تتوسل حواس الإنسان وغرائزه وتسيطر عليها.

اللغة الإعلامية بوصفها انحرافاً:

إن انطلاق لغة الإعلام بسلطة لا تحدّها إلا سلطة مماثلة بات يشكل تهديداً لسلطة العربية الرافدة لعربية الإعلام ، والمشكلة لا تكمن تماماً في تفرد الخطاب الإعلامي بلغة خاصة ذات شروط خاصة بقدر ما هي كامنة في انفكك لغة الإعلام المعاصر من شروط العربية الفصحى وشيوعها، بل وسيطرتها على لغة عموم المتلقين، فما عادت غايتها تواصلية بل تخللتها قيم الانحراف والانزياح والخداع والتضليل والغموض وذكر أنصاف الحقائق ، والتضخيم والتعتيم إلخ .

وأول مظاهر هذا الانحراف الانقلاب على الفصحى والتشكيك بأهليتها لخوض المعترك الإعلامي، فهي لغة صعبة مقصورة على الواجبات الدينية، بل يغالي بعض الإعلاميين^(٣١)

من مواقفهم فيرون أن العربية الفصحى لغة مية تدفعنا إلى الفخر في استعمال اللغة الميسرة ، فلا وجود للفصحى أساساً في قواميسنا الإذاعية ... لقد تم إجهاضها منذ وقت. ويؤكد بعض الدارسين^(٣٢) بأننا لا نملك إلا أن نعترف بأن الفصحى منيت بخسائر متلاحقة منذ دخول التلفاز إلى المنطقة العربية في الخمسينات .. وأن الصراع بين الفصحى والعامية سيختصره التلفاز وعلى شاشته الصغيرة ذات الفعل الكبير يتقرر مصير اللغة وشكلها، والمسارات المستقبلية التي ستتحدها لتواكب العصر وعلومه

ومخترعاته وتقنياته المعقدة ، ومن جملة هذه الخسائر^(٣٣) :

- التوسع في الاشتقاق ، دون مراعاة الضوابط اللغوية في هذا الميدان .
- ظهور تعبيرات وألفاظ خاصة في الصحف بدعوى أنها أخف وأطف على مسامح القراء على الرغم من وجود ألفاظ عربية صحيحة تؤدي المعنى المراد .
- استعمال كلمات عربية الأصل إلا أنها غير موفقة في الدلالة على المعنى المقصود .
- الاستهانة بقواعد النحو .
- الكتابة بأساليب جديدة هي تقليد للأسلوب الأجنبي .
- إفساح المجال لانتشار كثير من المصطلحات الأجنبية على الرغم من وجود ما يقابلها في اللغة العربية.
- استخدام لغة ملتوية أو مرتخية وذلك بإفراغ المعاني من محتوياتها أو الانحراف بها عن الصدق الذي هو سمة أداء الفصحى.
- تكريس الأخطاء الشائعة وعدم الأخذ بالصواب بدعوى أن الخطأ المشهور خير من الصواب المهجور.
- التوسع الدلالي وتحميل الألفاظ معاني جديدة لم تكن تدل عليه من قبل .

أما أحلك مظاهر هذا التحول فهو النزوح الإعلامي نحو العامية علماً بأن "العامية من الناحية الاتصالية قد تؤدي دوراً محدوداً جداً،

الخوري^(٣٧) جهداً كبيراً في تتبع تاريخ مثل هذه الدعوات .

لقد تفاقم أمر الدعوة إلى العامية في وسائل الإعلام إلى الحد الذي نجحت فيه بعضها - وعلى الأخص في لبنان- في " إيجاد وضع لغوي جديد لا تبدو تزامم الصحافة المكتوبة وتطلقها لغة إعلام الناس. وتبدو وتيرة هذا الانتقال للغوي من حالة إلى حالة جديدة ... فقد أخرجت الأبحاث من دائرة الصراع التقليدي مثلاً بين الفصحى والعامية ، إلى دائرة " الصراع " بين اللغة الصحافية ومحكيات العامة من الناس ولهجاتهم ، وبدت الوسائل الإذاعية والتلفزيونية مزودة بقدرات جذب هائلة وخفية ، تأسر اهتمام الجمهور ... بما يورث الصحافة المكتوبة ملامح مآزق خطيرة ، جعلتها تباشر أيضاً في اعتماد المحكيات المكتوبة على صفحاتها من دون أي تردد ، بحثاً ربما عن القراء"^(٣٨) ، وبدل أن تتأثر الصحافة بالأدب بوصفه لغة سامية وخطاباً متقدماً تحولت العلاقة إلى علاقة طرد، وبدأ الانفصال متدرجاً بين اللغة الإعلامية والعربية والفصحى لصالح المحكيات كحليف أوثق وأيسر من الفصحى .

إن مسألة الانحراف والتحول لم تعد تقتصر على بعض التجاوزات اللغوية التلقائية في قواعد العربية كأخطاء الميزان الصرفي، والتعدي، والأسلوب، والجمع، وتوظيف الدخيل، وتطبيق قواعد النحو والإملاء والترقيم، والعدد، والاشتقاق غير المبرر، فهذا الرصد عائد إلى فترة التجاذب والتبني بين

لا يتجاوز وظيفتها الخاصة بالفهم في حدود المنطقة التي تلهج بها، بيد أنه ينقلص دورها كلما ابتعدنا عن موطن اللهجة، وحتى محاولات فهمها تظل صعبة المنال، في حين إذا تعلق الأمر بالعربية الفصحى، فالقواميس التي وجدت لهذا الغرض، يمكن أن تقدم خدمات جليلة لمن يريد فهمها أو التعمق فيها"^(٣٤) ، وسر هذا التحالف بين لغة الإعلام والعامية كامن في التسريع والتواصل والاستحواذ مهما كانت الوسيلة، بل إن الفصحى غدت في نظر بعض وسائل الإعلام تعوق التمدن والرقى فدعت إلى اعتماد العامية؛ "لأنها سهلة منتشرة في الوطن العربي، وقد تخطى الأمر اعتماد اللهجات صيغة كلامية تختلف باختلاف الشعوب والتوجهات والمستويات الثقافية إلى اعتبارها لغة بوصفها الجانب الحي منها ، فلا ضير من نقل العامية، إذاً ، من لغة الحياة اليومية إلى لغة التأليف والكتابة والمعاملات"^(٣٥) ، ولأنيس فريحة قول في ذلك ، إذ عزا " الفروق اللغوية بين العامية والفصحى التي هي فروق أساسية جوهريّة تبرّر اعتماد العامية لغة قائمة بذاتها، سواء أكان هذا في النظام الصوتي أو التركيبي أو النحوي أم في المفردات . وسبب الخطأ في الزعم أن العامية والفصحى لغة واحدة راجع إلى سهولة الانتقال من العامية إلى الفصحى عند عامة المتأدبين"^(٣٦) ، وتاريخ الدعوة للعامية طويل يعود إلى عام ١٩٨٨ ، وقد بذل نسيم

عنها على الإطلاق مهما كانت لغة الضيف وموقعه ، وهي لا تتوانى عن إجراء مقابلتها الطويلة وتابعتها بالعامية حتى لو أن الضيف بقي متشبثاً بإجاباته بالفصحى^(٤١).

النموذج الثالث : تلفزيون المستقبل (Future) ، وهذه فضائية عربية يعود تأسيسها إلى عام ١٩٩٢ ، وقد باشرت بثها الفضائي عام ١٩٩٤ والمشكلة في أن أخبار " المستقبل لا تتجاوز الساعة والربع يوميا . بما فيها الإعلانات والموسيقى والتحقيقات والأحاديث ، بحيث لا تتجاوز حصة الفصحى منها عشرين دقيقة خلال ربع ساعة تشغلها المحطة التي تأتي كلها بالعامية وفي مستويات ولهجات متعددة وبرامج متنوعة^(٤٢) . أما في باقي برامجها فالمقدمات مفصّحة أحيانا وما تبقى يكون بعامية مهذبة رصينة ، فضلا عن أسماء البرامج التي هي في معظمها بالعامية أو بالأجنبية .

وعلى ما يبدو فإن العربية في هذا القرن باتت تحضر نفسها لما يشبه الانهيار ، فانحياز التلفاز إلى العربية المبسّطة أو العامية سوف يحدد لغة القرن الجديد ، "ولا جديد في القول أن المحكية صارت لغة رسمية ولغة الرسميين، وفي الإعلام الخاص والعام"^(٤٣) ، ولن نستغرب تعالي مزيد من صيحات التحذير من انحدار اللغة على مستويات متدنية على مستوى اللغة الإعلامية المعاصرة أو على مستوى التحالف مع العامية والألفاظ الأجنبية، والسبب أن المرجو من لغة الإعلام لم يعد ضمن حساباتها .

العربية الفصحى وعربية الإعلام. أما ما يلوح في الأفق فهو أن التجاذب حاصل بين العربية الإعلامية الميسرة واللغات العامية ، ولهذا الأمر أمثلة ونماذج :

النموذج الأول : " صحيفة "الأستاذ" في مصر ، نجدها مثلاً لوعي الظروف الموضوعية للفصحى والعامية ، فقد خصّصت باباً للعامية ليتمكن قراء الصحيفة من متابعة الأفكار الإصلاحية"^(٣٩).

النموذج الثاني: " المؤسسة اللبنانية للإرسال (LBC) ، إذ حدث في مقابلة مع إحدى القائمات على هذه المؤسسة "دوللي غانم" أشارت إلى أن مؤسستهم هي أول من بدأ استعمال اللغة العربية الميسرة في وسائل الإعلام المرئية حتى إنه كانت لدينا الفكرة في أن تكون الأخبار كلها باللغة المحكية كي تطول كل طبقات الناس المثقفة أو غير المثقفة، لكن كان الخوف ألا يتقبلها الناس لأنهم اعتادوا سماع الأخبار بالفصحى"^(٤٠) .

أما برامجها ولناخذ على سبيل المثال ، برنامج " حوار العمر" الذي يعد حواراً طويلاً هو البداية والنهاية بالنسبة إلى من يؤلف موضوع الحوار الذي يتم تقديمه أساساً عبر مجموعة من المحطات والصور والأفكار التي يأتي مصحوبة بنصوص مقروءة مسبوكه بلغة سهلة عامية محببة وقريبة عبر عدد من الأسئلة والنقاط المحورية التي يتم التركيز عليها ، تتفرع منها مجموعات من الأسئلة الأخرى التي يستلزمها الحوار . وتبدو مقدمة البرامج راضية عن لغتها العامية . لا تحيد

التحوّل إلى ثقافة الصورة :

قطعت وسائل الإعلام شوطاً طويلاً في الارتحال من الطابع شفهي إلى المكتوب إلى المرئي ثم متعدد الوسائط. وقد حقّق الإعلام في محطاته الأخيرة المرتبهة للثقافة البصرية "قفزة بالتوحيد العالمي للمنظورات"^(٤٤)، عبر الفوتوغرافيا والفضائيات والحواسيب والهواتف الذكية. وقد تحوّلت هذه الوسائل من (تقنيّة) إلى (سوسيو-تقنيّة)، مستهلة عصرًا بصرياً جديداً يجعل المرئي والحقيقي على طرفي نقيض في حالة من التوسل إلى الواقعي لإثبات وجوده، ولعلّ البصر هو أقصر الطرق للإيهام بالواقع.

إنّ تركيز الإعلام الجديد على النظام البصري جعله "يمارس قيادة صارمة للعقول إلى درجة لا يتمّ التفكير فيه بوصفه كذلك. إنه نظام سلطة يقومّ نفسه على أنه بدهي، فما يرينا من العالم هو أيضاً ما يعمينا عن النظر إليه"^(٤٥). وجبروت الصورة كفيل بالغاء أيّ خطاب وبهدم أكبر سلطة.

وسلطة المرئي اليوم توحى - في وجه من وجوها - بديمقراطية الصورة؛ لأنّ الجميع يشاهدونها بالمقدار نفسه أكان حاكماً أم محكوماً. وعند الدخول إلى مختبرات إعداد الصورة وتتابع مجالاتها المرئية تكتشف خلاف ذلك، مما يعني تغيير قاعدة الهيمنة، وإعادة تشكيل مجالات التواصل^(٤٦)، وانفلات العلاقة بين المجال الديمقراطي، والمجال الواسطي والمعلوماتي. وهذه الأخيرة - المعلوماتية- باتت "توحّد طبقات برج بابل

بكاملها من بكين إلى نيويورك مروراً برأس الرجاء الصالح. لكن بمجرد ما تُطفأ الشاشة يتبقى الوصول إلى البصائر التي تنظّم كل عالم مرئي"^(٤٧). مع صعوبة ذلك، فالصورة لا تلغيها إلا صورة أخرى، لأنها قائمة على إدراك حسيّ مباشر، بينما اللغة تقوم على الفهم والتفكير.

ولنا أن نوازن بين نظرة كل من إفلاطون وديكارت وعصر الشاشة في تعاملهم مع الأفكار^(٤٨) بالتوازي مع رحلة وسائل الإعلام بين الشفهيّ والمكتوب والمرئيّ، إفلاطون يستعين ب(أسطورة الكهف) فيرى أن علينا الثقة بالأفكار المعقولة فقط، وديكارت يستعين ب (خطاب المنهج) فيرى بوجود الثقة بالمرئي عبر نظام وقياس وصياغة جيدة، أما عصر الشاشة فينادي بأن لا ثقة بالأفكار؛ لأنّ المهم هو جودة الصورة.

الإعلام الجديد وتزاوج التقنيات:

تتجاوز وسائل الاتصال اليوم فكرة التواصل بأفراد المجتمع من أجل التقارب و اللحمة وصولاً إلى المحافظة على الهوية ثم الانتقال إلى فكرة أكثر تعقيداً ألا وهي السيطرة والهيمنة بفضل ما تتمتع به من تكنولوجيا متنامية مدعومة برأس المال واقتصاد السوق. إنّ لكل وسيلة إعلامية تواصلية "خصوصية" تكنولوجية معينة تترك آثارها البالغة الأهميّة على شكل وأسلوب ولغة ومضمون الأنواع الصحفية المستخدمة فيها، وقد بلغ هذا الطابع الخاص درجة من التطور أوجدت أنواعاً

٨. التدويل Globalization: (الكونية

العالمية وتجاوز الزمن والمسافة).

٩. التعقيد وكثافة الاستخدام: (معقدة

ومرتفعة التكلفة).

١٠. الاحتكارية: (يسيطر عليها النخبة).

وقد حَقَّق ما سبق انحساراً بالمادة الورقية، وزيادة في وتيرة الحياة بسبب "سهولة الاستخدام، وقوة الجذب.. والقدرة على التواصل مع مختلف فئات الجمهور والقدرة على تحديث البيانات والمعلومات واعتبارها فضاءً واسعاً لحرية التعبير.. وتعدد منتجي الخطاب الإعلامي، واختلاط التعامل بهذه الوسائل بين النخب والشرائح الواسعة من الجمهور، وسهولة التصفح وتحميل المواد وسرعة التعرف على الآراء الواردة وردود الفعل السريعة على الرسالة الإعلامية.. وإشباع الحاجات المعرفية والعاطفية والحاجات إلى الاندماج"^(٥١)، وهذا ما يُعبّر عنه بثورة التواصل، وهي مجتمع يقوم على "تزاوج التقنيات الكهربائية ووسائل الإعلام البصرية الذي أفضى إلى ظهور وضع اجتماعي وثقافي جديد"^(٥٢)، بعد أن كان الاعتماد الأكبر على النص (الصحافة) والصوت (الإذاعة).

إن التقدم التكنولوجي في تطوير وسائل الإعلام لا يُعدّ مشكلة في حدّ ذاته لو أنه أسهم في تعميق المحتوى التواصلي للمادة

جديدة"^(٤٩)، بالاعتماد على تقنيات تكنولوجية حديثة، وُظفت بدقة لصناعة المضمون التواصلي وإنتاجه، وقد تميّزت هذه التكنولوجيا التواصلية الحديثة بمجموعة من الخصائص^(٥٠):

١. التفاعلية Interactivity: (وتقوم

على فكرة تبادل المعلومات بين المشاركين).

٢. اللاجماهيرية Demessification:

(جعل خبرات القراءة والاستماع خبرات معزولة، ضمن وسائل تواصلية ذات اتجاهات فردية أو مجموعاتية، كالفنّوات المتخصصة بمجال محدّد).

٣. اللاتزامنية Asynchnanization:

(إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد).

٤. القابلية الحركية Mobility: (مرونة

التنقل بوسائل التواصل).

٥. قابلية التحويل Convetibility: (نقل

المعلومات من وسيط إلى آخر).

٦. قابلية التوصيل والتركيب

Connectivity: (لم تعد شركات

صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل

عن بعضها البعض فقد اندمجت

الأنظمة).

٧. الشبوع والانتشار:

جديدة لإدراك الواقع والبعد عن كل ما هو ليس بواقع. وهي كما يصفها الفرنسي ريجيبس دوبري: "شيء يقبل التعرف ولا يقبل الإنكار"^(٥٨). والثقافة البصرية للمتلقي هي من تنظم له تجربته في التعامل معها. والصورة بوصفها خطاباً غير تلفظي تستدعي التأويل وتعدده وتختزل الأبعاد التاريخية الواقعية^(٥٩)؛ لذلك فالصورة "ليست بالضرورة انعكاساً آلياً للواقع، ولا هي نقل حرفي كما يعتقد غالبية الناس"^(٦٠)، مما يعني صعوبة قراءتها لأنها رهنٌ لمعطيات قد يعجز المتلقي عن تليبيتها.

وعليه لم تعد الصورة تمتلك الشفافية اللازمة لنقل ما يحدث بعيداً عن الزيف، وباختصار لا نعلم شيئاً عن ملابسها صنعها وإعدادها وتحريرها ومنتجتها ومراميتها، رغم كمالها وإتقان صنعها وموضوعيتها الظاهرة وبعدها عن الترميز والغموض.. وهذا التقدم التقني في إعدادها كفل لها حسب - بوديارد^(٦١) - أن تكون وسيلتنا الأوحده لمعرفة العالم وما يعرضه من سلع، فطغى الوسيط على طرفي الاتصال طغياناً يقود إلى صنمية الصورة وإكسابها بعداً مقدساً.

تسيّد الصورة:

.. (صدق، لقد شاهدت ذلك على شاشة التلفزيون) تشيع مثل هذه العبارة على ألسنة مستهلكي الإعلام اليوم، أكثر من أي وقت مضى، ويمكن أن نستخدمها

الإعلامية وأسهم في إدراك المرئي والحسي بعيداً عن فكرة الاستحواذ والاجتياح والسيطرة والإثارة المبالغية والمتواصلة^(٥٣)؛ لأن ذلك سيعلي من قيمة الصورة الحسية في الأذهان ويقلص حكماً ملكات الذهن والتجريد والمهارات اللغوية الوصفية والمجازية والخيالية.

يقول عبدالله الغدامي: "لقد جاءت الصورة لتكسر ذلك الحاجز الثقافي والتمييز الطبقي بين الفئات، فوسّعت من دوائر الاستقبال وشمل ذلك كل البشر، لأنّ استقبال الصورة لا يحتاج إلى إجادة القراءة، وهو في الغالب لا يحتاج إلى الكلمات أصلاً"^(٥٤)، فهل يعني ذلك التحول من بلاغة الكلمة إلى البلاغة الإلكترونية.

الصورة واقعاً إيجابياً:

والصورة في أبسط مظهرها تعني "إعادة إنتاج طبق الأصل لشيء ما"^(٥٥)، ولا تقف عند حدود ولا تحترم الخصوصيات؛ لأنها "مجموعة من الدلالات تمارس الفعل وتحتّ على ردّ الفعل"^(٥٦) شرط أن تتكشف الدلالات لرئيتها أكانت دلالات لغوية، نفسية، بلاغية، رمزية.

والصورة في تقدمها عبر الوسائط غدت "وحدة تركيبية حيوية، مؤلفة من جملة من الأدوات الممتزجة والمتفاعلة مع بعضها البعض على المستويين السمعي والبصري"^(٥٧)، من أجل صنع معايير

كالتتقيف والترفيه والإخبار والتوجيه والإعلان، فهي "الأداة المثلى لتحقيق النتائج المرجوة مهما كان مجال الاهتمام"^(٦٦).

وقد أثارت هذه السيطرة رد فعل أحد الباحثين^(٦٧) بقوله إن الأمر لا يتعدى حدود التحميل الزائد للمصطلح وتوسيعه أكثر مما ينبغي ليصل إلى محاولة التهام المناطق السمعية واللغوية وهضمها داخل مدارات الصورة. إن مظاهر تسيد الصورة اليوم حرمت الفرد في كثير من الأحيان ممارسة مبادراته الإدراكية والمعرفية والتأملية ممارسة ذاتية، واختزلت نشاطه الفكري، ونمّطت له الحلول. مع العلم أن شروط صناعة الصورة ثقافياً وإعلامياً "لا تعتمد على المقاييس الفنية والجمالية بقدر اعتمادها على الجذب والإثارة لتسطيح الفكرة والحياة وخلق الوعي المشوّه والمبسّط"^(٦٨).

فرضت ثورة الاتصال على المتلقي المستهلك للمادة الإعلامية "سرعة بالغة وسعة المعلومات وتشابكها، وإلغاء الأبعاد وترابطها، ونقلها بسرعة فائقة، أشكالاً ونماذج متعددة من الأفكار والثقافات من مجتمع إلى آخر، كلها أدت إلى أشكال مختلفة من التغيرات في الحياة الفكرية ومظاهر العادات والقيم الاجتماعية"^(٦٩)، مما يعني تبدل قوى إنتاج المعرفة واختلاف مواقع السلطة.

إن إعلام ما بعد الحداثة^(٧٠)، جعل "ثقافة الصورة لا تملأ علينا دنيانا فقط، بل

للتأكيد على مسألة ما وذلك بالاستعانة بفعل المشاهدة مسنداً لضمير المتكلم، مستبدلين بعبارة (قرأت ذلك) عبارة (شاهدت)، ولا شك أن هناك فرقاً بين المشاهدة بوصفها تمثيلاً حسيّاً، والقراءة بوصفها تمثيلاً عقليّاً زادّه الاستيعاب والفهم.

تعيش الصورة اليوم "منعرجاً هاماً ومهماً في تاريخ حضارة التمثيلات لا سيّما بعد الموجة التكنولوجية العصرية التي اكتسحت كل أساليب الاتصال البشري.. باعتبارها أداة اتصالية لها وزنها ومقدرتها على بلورة الخطاب الإعلامي وتحديد وجهته"^(٦٢)، وقد عزّز ذلك من حضورها وزاد من سيطرتها على مقاليد خارطة الثقافة الإنسانية لتدخلنا إلى ما يسمى بـ "عصر الصورة" ذات الطبيعة الرمزية، مما دفعنا إلى القول بأن "صورة واحدة تساوي ألف كلمة.. غير أنها لا تملك الخصائص الدلالية للغة"^(٦٣). إلا أن طغيان ثقافة الصورة في عصرنا مردّه مسألتان - كما عبّر عنهما مصطفى حجازي في كتابه (حصار الثقافة) - هما: اقتصاد السوق، والمعلوماتية.^(٦٤) وقد سعى "الخطاب الثقافي المعاصر إلى تعظيم شأن الصورة، وهناك ميل عام إلى أنّ الصورة بوصفها خطاباً واتصالياً فنياً خاصاً إذا لم تعبّر عن ثقافة ما بطريقتها الخاصة فسوف تصبح مادة جامدة"^(٦٥)، لذا فهي رهن للتفاعل والتأويل لصرف الجمود عنها. وللصورة الآن دور حاسم في مجالات عدّة،

الواقع السلبي لتحول الصورة إلى ثقافة:

إنّ أبرز واقع سلبي فرضته ثقافة الصورة على الخطاب الإعلامي اليوم هو طغيانها على مساحات كانت تخصّ الكلمة أولاً وأخيراً ، فأصبح إعلاماً قائماً على الصورة داعياً إلى حرية ظاهرة في التأويل والفهم، ويمكننا أن نلخص النتائج السلبية لهذا الطغيان في النقاط التالية:

١. انحسار هيمنة النخب الثقافية من مفكرين وقادة رأي وتربويين، وطغيان فكرة الإغواء المشهدي على حساب ثقافة النخبة، وما رافق ذلك من إشاعة للعاميات والتساهل في التعامل مع الأزواج اللغوي، ومصادرة الرغبات الشخصية وفرض سلوكيات مصطنعة، وإعلاء للهامشي وتقليص للنخبوي^(٧٦)، وفي هذا الصدد يقول الغدامي: "لقد سقطت النخبة الثقافية التقليدية، تلك النخب التي تعودنا عليها فكراً واجتماعياً وسياسياً، وكانت تقود الناس، وتؤثر عليهم، وتشكل رموزاً حيّة لهم ، لقد سقطت هذه وزال دورها وحلّت محلها الصورة"^(٧٧) .

٢. الانفصال في معرض الاتصال: تقدم وسائل الإعلام اليوم نموذجاً للاتصال باتجاه أحادي، مقدمة النسخة على الأصل،

هي تصنعها بشكل متزايد في يسره ونفاذه وشموله"^(٧١) ، ضمن حالة من الطوفان الإعلامي الذي لا محالة يعود عليه بـ "الحتمية التكنولوجية الإعلامية"^(٧٢). وقد يسهم في مضاعفة النتيجة انفتاح شهية المستهلك الإعلامي للتواصل الإلكتروني، وهذا يعود لـ "نظام إبصاري جديد"^(٧٣) لديه الاستعداد والكفاية لصناعة "دنيا الأجيال الجديدة"^(٧٤) ، ولا بأس من استحضار تمييز الفيلسوف الفرنسي جيان بودريارد Jean Baudrillard عندما درس وضع الإنسان في ظل سيطرة ثقافة الصورة، فمايز بين الإنسان المرأة والإنسان الشاشة، والفرق بينهما أن الإنسان قبل عصر الإعلام كان مرآة لأخيه الإنسان. وكي يكون الإنسان مرآة للآخر يجب أن يكون هذا الأمر حاضراً في مواجهة الأنا في علاقة تفاعل متبادل، حيث تنعكس أفعال الأنا على الآخر والعكس. أما مع الإنسان الشاشة فالعلاقة الإنسانية تختلف تماماً ، حيث يصبح الإنسان عارضاً ويصبح سلوكه كاشفاً عن نمط في الشخصية وفي الحياة، وحيث يصبح الجسد أداة عرض لموضات أزياء"^(٧٥) . إن هامش حرية الفرد مهدد بالانحسار مع كل خطوة يخطوها أمام الإعلام الوسائطي الشبكي.

التورط في حسيّة أكبر وشيئية من شأنها أن تُفقد الفكر لياقته في التعامل مع الرسالة القائمة على الكلمة، فالصورة تحوّل العقل إلى مستهلك، فتراجع قدراته الذهنية خلاف إعلام الكلمة الذي يدفع للتفكير والتأمل والتفاعل^(٨١) ، حتى لا نصل إلى قطيعة مع الثقافة العقلانية^(٨٢) .

٦. ضعف الملكة اللغوية: إذ يسود إجماع لدى الباحثين المتخصصين بأنّ الأجيال الشابة قد فقدت الملكة اللغوية الراقية في القراءة والكتابة والتعبير وحتى التحوار الاجتماعي المباشر لطول تعاطيها مع عالم الصورة الحسيّ، وعزوفها عن اللغة إلا في النطاق الضيق، كون ثقافة الصورة لا تستدعي المرور بمرحلة القراءة أو الكتابة^(٨٣) .

تلقي الصورة بوصفها خطاباً:

لا بدّ أن نفرّ بأنّ ثقافة الصورة باتت مكوناً أساسياً من مكونات الثقافة اليومية للمستهلك الإعلام، فانفجار المعلومات وتعاضم المنجزات التكنولوجية ، وما تحمله من إفرازات نتائج سلبية في ميدان الحياة وتعميق الهيمنة الاتصالية على النشاط الإنساني وتكريس نماذجها، وأنماطها وثقافتها على المجتمعات النامية، لا يلغي الحقيقة الأخرى بأنّ الثورة الحضارية ينبغي استيعابها وتقبلها بوعي حضاري

والتمثيل على الواقع، والمظهر على الوجود^(٨٤) .

٣. الاعتماد على الإنتاج الأجنبي^(٨٥): إذ يشكل نصف ما تبثّه الفضائيات العربية، فالمادة الترفيهية هي الجزء الأعظم من ساعات البثّ اليومي، مما يحدو بالمستهلك تمثّل أنماط السلوك والقيم الوافدة إليه من الصورة ، فيؤثر على تنشئته الاجتماعية ، وهذا يفتح المجال أمام الاضطراب وعدم الاستقرار وتعميق مشاعر الذاتية، والبعد عن الالتزام الاجتماعي، وتنمية روح الاستهلاك، وتجعل المثقف عرضة للتشويه والاغتراب، وتهافت الفضائيات لتلبية الرغبات مآله الاغتراب المعلوماتي.

٤. الإيهام بالواقعية: فالصورة المصنوعة التي هي مجرد انعكاس للواقع تُتخذ على أنّها هي الواقع ذاته، وتصبح لها مصداقية تفوق مصداقية الواقع الحقيقي، ولا يدرك الناس الطابع الاصطناعي في ثقافة الصورة بديلاً عن الواقع تكون قد اتخذت بُعداً صنمياً^(٨٦) .

٥. تحجيم الذهن والإعلاء من الحسيّة: إن هيمنة ثقافة الصورة أدّت وتؤدي إلى

باعتبارها حقيقة عصرية لها أبعادها الثقافية، وأنّ رفضها لا يلغي تواجد ما دامت تخترق قسراً حدودنا عبر تكنولوجيا الفضاء، مما يستدعي المزيد من العمل الإعلامي المتقدم والوعي العميق بإيجابياتها وسلبياتها، وتحقيق المزيد من التطور في وعي الإنسان العربي وتعميق ثقافته وممارسته الديمقراطية^(٨٤). والأمر لا يقع وحده على كاهل المؤسسة الإعلامية، فالموضوع ذو أبعاد سياسية واجتماعية ونفسية، مما يطرح السؤال الخطير: هل المستهلك يمتلك التشكيل الذهني الذي يؤهله لمواكبة التقدم التقني الذي حققته الصورة بوصفها خطاباً؟ وهل يمتلك الأدوات التي تعينه على النفاذ إلى الجانب المعتم فيها؟

إنّ التعامل مع الصورة رغم أنها مادة معدة سلفاً وجاهزة للاستهلاك " لا يعني التلقي الآلي، وإنما ترتيب المرئي وتنظيم التجربة من خلال الأنساق الإنسانية والثقافية لكل مجتمع، فلكل مجتمع ثقافته البصرية، وكل ثقافة بصرية ليست معزولة عن الثورات التقنية التي تغير في كل عصر شكل ومضامين الصور التي يستحوذ عليها كل مجتمع"^(٨٥).

وعلى المؤسسات الإعلامية^(٨٦). أن تساعد المستهلك في ذلك بإعادة الأساس التقني للإعلام العربي بصيغة الاستيعاب، وليس النقل الآلي، وردّ الاختراق بالاختراق، لتكون الوسيلة الإعلامية

العربية مصدراً مهماً للمستهلك في بناء تصور الثقافة إزاء مشكلات الواقع^(٨٧)، مع القناعة أن مستلزمات فهم الصورة تختلف عن مستلزمات فهم اللغة، فلا يمكن للصورة "أن تكون المرجع في حدّ ذاتها على عكس اللغة التي تحمل مرجعها في ذاتها"^(٨٨)، مما يعني أن الصورة تنتج مرتين، مرة لدى منتجها الأصلي ومرة لدى مستهلكها. يقول محمد العبد صاحب كتاب (النص والخطاب والاتصال): "وللصورة سلطة في التواصل الجمالي والتواصل التداولي جميعاً. للصورة سلطة التأثير الجمالي التبليغي مع "الصور الفنية" ذات الدلالات المتعددة. وللصورة سلطة تغيير السلوك والمواقف فيما يسمى بالصور الوظيفية ذات الطبيعة البراجماتية التي يمكن أن نراها في تسلّح بعض الأنظمة السياسية باستراتيجية الصورة التي فرض هيمنتها وتأثير السياسية المضادة على صفحات الصحف اليومية"^(٨٩). ويخلص محمد العبد إلى المفهوم المركزي لثقافة الصورة، وهو مفهوم "يتسع لدراسة مضمون الصورة والطريقة التي يقدم بها هذا المضمون معاً. نرى لذلك المفهوم وجهين اثنين. إذا كانت الصورة نتاجاً فنياً، فإنّ الوجه الأول لذلك النتاج هو كل ألوان الثقافة التي تدخل في عملية الإنتاج ذاتها، نعني بذلك تقنيات إنتاج الصورة. ويمكن أن نطلق على ذلك الوجه اسم (نص الصورة)، لأنه مرتبط بالبنية أو الشكل.

يُعرض عليهم أحياناً^(٩٢) ، وعليه لا بدّ من إعادة التوازن بين الكلمة والصورة. لقد مرّ على الإعلام عقود كانت الصورة تحضر فيحضر في ضوئها النص الإخباري متآلفاً متفاعلاً ، أما اليوم فإنّ "حضارة الصورة تزحزح حضارة الكلمة شيئاً فشيئاً، حيث نجد أن الأولى (الصورة) تجد طريقها إلى العقل بسهولة كبيرة متخطية كل الحدود الفاصلة، بينما الثانية (الكلمة) ليست إلا أداة لا تحمل أيّ عنصر شكلي من عناصر الشيء الذي ترمز إليه في الوقت ذاته. إن فهمنا للعالم ليس فقط من خلال قراءة الكلمات ، وإنما من خلال قراءة الصورة أيضاً"^(٩٣).

إنّ مجتمع المعرفة هو هدف الإعلام الصائب، الذي يكفل للمتلقي معرفة تعينه على إعادة تمثيلها وإنتاجها والاختلاف معها. والكلمة لها دور مهم^(٩٤) في تحقيق التنمية البشرية في مجال الإعلام وبناء الإنسان. إذ لا بدّ من أن يسهم الإعلام بأدائيه: الكلمة والصورة في تأصيل النزعة الإنسانية في خطابها الثقافي والتشبيث بالعقلانية بوصفها "حتمية ثقافية" لا بدّ من استثمارها في التخفيف من غلواء "الحتمية الالكترونية"، مع ضرورة تعزيز الدراسات الموجّهة للصورة نصاً وخطاباً أسوة بكثافة الدراسات التي تغطي الكلمة الإعلامية.

أما الوجه الآخر، فهو ما يمكن أن يستنبط من منظورات إلى العالم وتوجهات القيم من مضمون الصورة. ويمكن أن نطلق على ذلك الوجه (خطاب الصورة) لأنه مرتبط بالوجه أو المضمون. والعلاقة بين (نص الصورة) و(خطاب الصورة) هي دائماً علاقة تبادلية، علاقة تأثر وتأثير. يُبنى نص الصورة بالتقنيات التي تدفع خطابها على النحو الذي تريده إلى المتلقي. ويُبنى نص الصورة بتقنية داخلية حيناً وتقنية خارجية حيناً آخر، وقد يجمع بين النوعين حيناً ثالثاً^(٩٥).

تعزيز العلاقة بين الصورة والكلمة:

يقول الفرنسي دوبري - صاحب كتاب حياة الصورة وموتها: "حين يغدو كل شيء مرئياً فلا شيء يغدو ذا قيمة"^(٩٦) ، وكلامه تحذير عام يمكن أن يسقط على الإعلام الذي لا يمكن أن يستغني عن أحد رثتيه، فالصورة كما أسلفت توغلت بدعم من اقتصاد السوق والمعلوماتية، لقد جاء عصر العولمة بالسرعة في كل شيء، والتركيز على ثقافة الصورة أكثر من النص، فالخبر يُصاغ بسرعة، والمقال الصحفي يكتب على درجة من العجلة ، لا تعطي الكاتب مهلة للمراجعة والتدقيق، بل إنّ الصحف التي كانت في السابق توظف مصححين لغويين يبدو أنها تخففت منهم أو قللت من تأثيرهم، فهم لا يقرؤون إلا ما

هل أزمة الإعلام لغوية أم ثقافية؟

كثير من الدراسات التي عقدها لغويون متخصصون لدراسة اللغة الإعلامية تقف عند تقصي هنات اللغة وأغلاط محرريها وهشاشة تراكيبيها، فتؤشّر عليها وتسعى لتصويبها إفادة للمحررين والقائمين على الجهاز اللغوي في الوسيلة الإعلامية. وقد غلب على هذه الدراسة هجائية الإعلام والتباكي على مجد العربية الضائع وتراثها المسلوب عبر صفحات الجرائد وأثير الإذاعات وشاشات الفضائيات وصفحات التواصل الإلكتروني. ومع التقدير الكبير لمثل هذه الجهود البناءة إلا أنها لا تكفي لتوصيف الأزمة التي يعاني منها الإعلام العربي، بل لا جدوى منها في ظل اتساع الهوة بين اللغة والإعلام والسلوك اللغوي اللامعقول الذي تسلكه وسائل الإعلام في تقويض اللغة العربية. ويمكننا تلخيص أبعاد هذه الأزمة في أمرين:

الأول: براغماتية النهج: إذ إن جل وسائل الإعلام العربية تتعامل مع اللغة بنفعية مطلقة من منطلق أنّ اللغة أداة اتصال وحسب، وأنّ دورها يقتصر على إيصال الرسالة حتى لو حملها وسيط فصيح محكم أو عامي متشرذم أو جاء ضمن ازدواجية لغوية في التعبير "اعتقاداً منهم أن لهم سلطة عليها، تجيز لهم أن يعلموها كأبي موجود تنتهي غايته لخدمتهم، وهذا الحال كفيل بأن يربك المعنيين به في تحديد هويتهم وكيل قدرهم"^(٩٥)، وفي ذلك نتيجة

طبيعية لعدم قناعتهم بمحورية اللغة التي نشأوا عليها وتعلموها وفكروا بها وخزّنوا فيها أفكارهم وتجاربهم. إنّ العلاقة التي تجمع أي مجال يستفيد من اللغة العربية كالإعلام والتعليم لا بد أن تكون علاقة منفعة متبادلة، فالعربية تقدم زادها وقدراتها للإعلام، والإعلام يكفل حماية اللغة وانتشارها. أما أن يكون النفع باتجاه واحد، فهذه ذرائعية تبدّد الثقة بين الإعلام واللغة. ولو تمنّعت اللغة عن تزويد الإعلام بأدوات التواصل ومعاجم الدلالة وقواعد النحو والصرف، فهل ستجد وسائل الإعلام أرضية صلبة كما الفصحى لتشكل لها مرجعية واثقة؟ وما القانون اللغوي الذي سيكون فيصلاً بين الإعلام وجمهوره؟ .

ثانياً: العقوق: وهي أزمة أخلاقية بالمجمل! فالإعلام العربي عبر قرنين من الزمان ارتقى وازدهر معتمداً على العربية وأدبائها، فنهل منها وتحلى بأدبياتها وحذا حذوها ردهاً من الزمان، ثم نحت من العربية لغته الخاصة القائمة على احترام الفصحى ضمن قوانين التبسيط والشبوع واليسر تمشياً مع تكنولوجيا العصر وتسارعه، ولم تفرض العربية شروطها على اللغة الإعلامية مع أن العربية هي الممول الأوحد لهذه اللغة الوليدة. لكن الإعلام هيمن على اللغة العربية بوصفه وفرض شروطه عليها، يقول عبدالعزيز التويجري: "فإنّ اللغة في الإعلام تختلف، من وجوه كثيرة، عنها في تلك الحقول من

التخصصات جميعاً، فهي في موقف ضعف أمام قوة الإعلام وجبروته، فقلما تفرض اللغة نفسها على الإعلام، وإنما الإعلام هو الذي يهيمن على اللغة ، ويقتحم حرمة، وينال من مكوناتها ومقوماتها، فتصبح أمام عنفوانه وطغيانه ، طيعة لينة ، تسير في ركابه، وتخضع لإرادته، وتخدم أهدافه، ولا تملك إزاءه سلطة ولا نفوذاً^(٩٦) ، وقد يقول قائل إنّ للإعلام فضلاً على العربية بأن نشرها على أوسع نطاق، ولكن ما حال العربية التي يسوقها إعلام اليوم، وإلى أيّ حدّ تمتلك هذه الصورة مقومات الصمود وملاحم الهوية. يبدو أن مسألة العقوق تتجلى في أنّ الإعلام هو من بات يؤثر في اللغة لا العكس.

على سبيل الحل :

إنّ أمل الخروج من هذا المأزق اللغوي يقتضي الاتفاق بأنّ المسؤولية تقع على الجميع، وأنّ النظرة النمطية للمشكلة لا يمكن أن تقود إلى حلول قريبة للحد من انهيار السلطة اللغوية لصالح التكنولوجيا واقتصاد السوق والمعلوماتية، وأنّ الرغبة في الانتشار والعالمية يجب ألا يطغى على مقومات الهوية. إذ لا بد من الانتصار للهوية أولاً وآخراً ، فهي التي تحصنّ شبابنا من الانحراف والتطرف، وهذا يستدعي:

١. الدعوة إلى التكامل في العمل بين مؤسسات المجتمع جميعاً ضمن أطر

الإعلام والتربية والتعليم والسياسة والفكر والاجتماع والدين، فهذه الأطر هي من تشكل وجه الثقافة. وما الإعلام واللغة إلا مكونان من مكوناتها مع ضرورة الاستفادة من تجارب كثير من الأمم حمت لغتها وحصنتها كاليابان وألمانيا.

٢. تجاوز النمطية في التعامل مع الأزمة والموازنة بين رغبة القائمين على اللغة في تسخير الإعلام منبراً لغوياً تراثي النزعة همّه إحياء التراث والمحافظة عليه، ونظرة القائمين على الإعلام الذين يريدون اللغة مستوعبة لمنطق الحضارة وتمتلك المرونة التي تسعفهم على تقديم المادة الإعلامية التي ترتضيها الوسيلة. إنّ كل ذلك يستدعي تجاوز هذه الدعوات النمطية إلى الحديث عن مسألة الوعي باللغة وتفعيلها في أذهان المتقين، فلا نتوقف عند الإعلام بوصفه لغة ونغفل عنه خطاباً، مؤمنين كل الإيمان بفكرة تعدد مستويات اللغة (الفروع) مع الإقرار بمركزيتها (الأصل) ، فللقضاء لغته وللعلم لغته وللإعلام لغته ... شريطة ألا يتحول التابع إلى متبوع.

٣. لابدّ لوسائل الإعلام أن تراجع سياستها المهنية ، فتتحول عن التعامل

أن يفرض واقعاً أصيلاً للغة في توافقها مع الإعلام التكنولوجي اليوم.

مع العربية من منطلق البراغماتية إلى منطق الشراكة، وأن تتصدى لأي محاولة إضرار بأساسيات اللغة، كون اللغة نظام، والعبث بها يفسد نظامها. لذا لا بد من تطوير قدرات الإعلاميين على اختلاف مهامهم أسوة بالدورات الممتدة التي تحرص الوسائل الإعلامية على إيفاد موظفيها لها، لتطويرهم وتمكينهم ، حتى تتخلص لغتهم من الخيال اللغوي الأجنبي الذي يسكنها، ويقفوا صفا منيعا في مجابهة امتدادات اللهجات العامية ، وإثراء نشرات الأخبار بالأساليب الأصيلة والألفاظ الدالة والمعبرة فالجمهور حتما يتقبلها طالما توافقت وتفكيره.

٤. مقاومة تغول العولمة على وسائل الإعلام باستثمارها والاستفادة من سيورتها، ولا يكون ذلك إلا من في بناء شخصية لغوية واضحة لوسائل الإعلام العربية تظهر في أسمائها وعناوين برامجها ولغة مذييعها، وهذا سيمكنها من فرض منطقتها اللغوية القائم على الوعي بهوية الأمة، وربما يحتاج تحقيق مثل هذا الطرح إلى مبادرة نخبية شجاعة تطرح مشروعها اللغوي التنموي الذي يمكن

الإحالات

- (١٥) للمزيد انظر: جوزف فنديريس: اللغة، ت: عبد الحميد الدواخلي ومحمد القصاص (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٥٠).
- (١٦) حداد، نبيل: اللغة في وسائل الاتصال، مقارنة في السمات والتحديات، ط١ (أعمال المؤتمر الدولي الثاني للنقد الأدبي، القاهرة، ٢٠٠٣) ص ٤٧.
- (١٧) المرجع نفسه.
- (١٨) أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام، ط١، (بيروت دار الكتاب اللبناني، ١٩٨٥) ص ١٧٠.
- (١٩) نور الدين بلييل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٤٤.
- (٢٠) عبد العزيز الغنم: مدخل في علم الصحافة (بيروت، دار النجاح، ١٩٧٤) ١/١٦٠.
- (٢١) نبيل حداد: في الكتابة الصحفية (اربد، دار الكندي، ٢٠٠٢) ص ٤٣-٤٥.
- (٢٢) شرف، عبد العزيز: الإعلام ولغة الحضارة، ١٩٧٤، مجلة اللسان العربي (١)، مجلد ١١، الرباط، ص ٣٦٠.
- (٢٣) ريشل: مارك، اكتساب اللغة، ت: كمال بكداش، ١٩٨٤، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ص ٨.
- (٢٤) زغل، محمد فاتح صالح، الخطاب الأدبي في البث التلفزيوني العربي، ٢٠٠٤، بيروت دار البارودي، ط ١ ص ١٠٩-١١٠، ومحمد عبد المطلب البكاء، لغة الإعلام، ص ١١٥-١١٧.
- (٢٥) مروة، أديب: الصحافة العربية نشأتها وتطورها، ١٩٦١، بيروت، دار مكتبة الحياة، ط١، ص ٤٤١.
- (٢٦) نسيم الخوري: الإعلام العربي وانتهيار السلطات اللغوية، مرجع سابق، ص ١٥٦-١٥٧.
- (١) أحمد شفيق الخطيب: اللغة العربية والإعلام (مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، ع ١٢٠، ٢٠١٠) ص ١١١-١١٨.
- (٢) المرجع نفسه.
- (٣) كمال بشر: اللغة العربية والإعلام المنطوق (مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، ع ١١٩، مايو، ٢٠١٠) ص ٢١٩-٢٣١.
- (٤) للمزيد انظر: علي القاسمي: لغة الطفل العربي (بيروت، مكتبة لبنان ناشرون، ٢٠٠٩) فصل "الطفل واكتساب اللغة".
- (٥) حافظ إسماعيل علوي: نحن واللسانيات، بحث ضمن كتاب "اللسان العربي وإشكالية التلقي" (سلسلة كتب المستقبل العربي، رقم ٥٥، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٧).
- (٦) علي عواض: اللغة العربية والإعلام - تعدد الاستخدام بين المطبوع والمرئي (مجلة شؤون اجتماعية، مجلد ٢٧، عدد ١٠٦، صيف ٢٠١٠) ص ٧-١٢٥.
- (٧) المرجع نفسه.
- (٨) المرجع نفسه.
- (٩) المرجع نفسه، ص ٥٨.
- (١٠) عبد العزيز شرف: علم الإعلام اللغوي، ط١ (بيروت، مكتبة لبنان، ٢٠٠٠) ١٢٤-١٢٥.
- (١١) المرجع نفسه، ص ١٢٤.
- (١٢) نفوسه زكريا سعيد: تاريخ الدعوة إلى العامية وأثرها في مصر (القاهرة، دار المعارف، ١٩٦٤).
- (١٣) للمزيد من التوضيح حول ذلك راجع: نسيم الخوري: الإعلام العربي وانتهيار السلطات اللغوية، مرجع سابق، ص ١٥٦-١٥٧.
- (١٤) المرجع نفسه، ص ١٥٦.

الإنسانية ، البحرين، عدد ١٧/١٦ ، ٢٠٠٩) ص ٢٩٩.

(٤٥) المرجع السابق، ص ٣٠٧ .

(٤٦) علي القاسمي: السياسة اللغوية في البلدان العربية : الإعلام نموذجاً (مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، ع١٢٠، نوفمبر ٢٠١٠) ص ١٠٠

(٤٧) المعزّ بن مسعود: حياة الصورة وموتها- ثقافة المرئي في بعدها الوسائطي، مجلة العلوم الإنسانية، البحرين، ع١٧/١٦، ٢٠٠٩، ص ٣٠٧.

(٤٨) المرجع نفسه، ص ٣٠٦.

(٤٩) تيسير أبو عرجة: اللغة في الخطاب الإعلامي (الموسم الثقافي الواحد والثلاثون لمجمع اللغة العربية الأردني، تشرين الثاني، ٢٠١٣) ص ص ٣٧١-٤١٦.

(٥٠) محمد الفاتح حمدي: واقع اللغة العربية في ظل استخدام وسائط الاتصال والإعلام الحديثة في نظر الشباب الجامعي الجزائري (مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ع٨، ٢٠١١) ص ص ١٦٨-٢٠٩.

(٥١) تيسير أبو عرجة: اللغة في الخطاب الإعلامي، مرجع سابق.

(٥٢) توفيق الشريف: الصورة والتواصل (المجلة التونسية للدراسات الفلسفية، عدد خاص، سبتمبر ١٩٩٠) ص ص ٢٥-٣٤.

(٥٣) حواس محمد: ثقافة الصورة في زمن العولمة والتأثير السوسولوجي (مجلة التربية، قطر، سنة ٣١، عدد ١٤٣، ديسمبر ٢٠٠٢) ص ص ٢٩٠-٢٩٧.

(٥٤) عبدالله الغدامي: الثقافة التلفزيونية، ط٢ (الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٥) ص ١٠.

(٢٧) جورج بالاندييه : الانتروبولوجيا السياسية ،

ت: جورج أبي صالح (بيروت ، منشورات مركز الإنماء القومي ١٩٨٦)، ص ٣٧

(٢٨) نبيل حداد : اللغة في وسائل الاتصال مقارنة في السمات والتحديات، مرجع سابق، ص ٤٨-٤٩ (٢٩)

www.isesco.org.ma/pub/ARABIC/avarabe/P1.htm

(٣٠) محمد زغل : الخطاب الأدبي في البث التلفزيوني العربي ، مرجع سابق، ص ٨٥.

(٣١) للمزيد ، نسيم الخوري : الإعلام العربي ، مرجع سابق، ص ٢٥٤.

(٣٢) محمد زغل : الخطاب الأدبي ، مرجع سابق، ص ١٠٦.

(٣٣) محمد عبد المطلب البكاء : لغة الإعلام ، مرجع سابق، ص ١١٨-١٢٠.

(٣٤) نور الدين بليل : الارتقاء بالعربية ، مرجع سابق، ص ١١٤.

(٣٥) نسيم الخوري : الإعلام العربي ، مرجع سابق، ص ١٥٩.

(٣٦) أنيس فريجة : نحو عربية ميسرة (بيروت، دار الثقافة، ١٩٥٥) ص ١١٧.

(٣٧) نسيم الخوري : الإعلام العربي، مرجع سابق، ص ١٥٩-١٦٠.

(٣٨) المرجع نفسه ، ص ٢٤١..

(٣٩) نسيم الخوري : الإعلام العربي ، مرجع سابق، ص ١٦٢.

(٤٠) المرجع نفسه، ص ٢٣٦.

(٤١) المرجع نفسه ، ص ٢٦٨.

(٤٢) المرجع نفسه، ص ٢٧٢.

(٤٣) المرجع نفسه ، ص ٤٧٣.

(٤٤) المعزّ بن مسعود: حياة الصورة وموتها- ثقافة المرئي في بعدها الوسائطي (مجلة العلوم

- (٦٨) ياس خضير البياتي: ثقافة الشباب العربي وسلطة الصورة ، الغزو الإعلامي ، والانحراف الاجتماعي (مجلة شؤون عربية، مصر، ع ١١٢، شتاء ٢٠٠٢) ص ص ١٠٦-١٢٠.
- (٦٩) المرجع نفسه.
- (٧٠) (من الدراسات الجادة التي عززت فكرة الصورة في إعلام ما بعد الحداثة دراسة محمد حسام الدين اسماعيل "الصورة والجسد: دراسات نقدية في الإعلام المعاصر"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨. حيث عقد فصله الأول لإعلام ما بعد الحداثة راصداً الظروف الاقتصادية والفكرية والتقنية وراء صعود الصورة وسقوط الكلمة . يضاف إلى ذلك دراسة علي عزت بيغوفيتش : الإسلام بين الشرق والغرب، ط٣ (القاهرة، دار الشروق، ٢٠١٣)
- (٧١) حواس محمد: ثقافة الصورة في زمن العولمة والتأثير السوسولوجي، مرجع سابق.
- (٧٢) المرجع نفسه.
- (٧٣) توفيق الشريف: الصورة والتواصل، مرجع سابق.
- (٧٤) حواس محمد: ثقافة الصورة في زمن العولمة والتأثير السوسولوجي، مرجع سابق.
- (٧٥) أشرف منصور: صنمية الصورة: نظرية بوديارد في الواقع الفائق (مجلة فصول، مصر، ع ٦٢٤، صيف/خريف ٢٠٠٣) ص ص ٢٢٦-٢٣٠.
- (٧٦) زهرة الهامي: في ثقافة الصورة والنخب الدينية، مرجع سابق، ص ٤٧٧-٤٧٨.
- (٧٧) الغدامي : الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص ٤٧.
- (٧٨) شاكِر عبد الحميد : عصر الصورة - السلبيات والإيجابيات، ط١ (الكويت ، سلسلة عالم المعرفة) ، ص ١١١.
- (٥٥) عبدالله بن عتو: هيمنة الصورة: هيمنة الخطاب (مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة ابن طفيل ، ع ٧٤، ٢٠٠٧) ص ٩١.
- (٥٦) المعزّ بن مسعود: حياة الصورة وموتها- ثقافة المرئي في بعدها الوسائطيّ (مجلة العلوم الإنسانية، البحرين، ع ١٦٦/١٧، ٢٠٠٩) ص ٢٩٦.
- (٥٧) سامية عواج: الصورة التلفزيونية والتحليل السيميائي (مجلة الحكمة ، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ع ٢٣، ٢٠١٣) ص ٢٨٣.
- (٥٨) ريجيس دوبري: حياة الصورة وموتها ، ت:فريد الزاهي، (الدار البيضاء، افريقيا الشرق، ١٩٩٢) ص ٣٢.
- (٥٩) عبدالله بن عتو: هيمنة الصورة: هيمنة الخطاب، مرجع سابق، ص ٩١.
- (٦٠) المرجع نفسه.
- (٦١) منصور أشرف: صنمية الصورة - نظرية بوديارد في الواقع الفائق (مجلة فصول، مصر، ع ٦٢٤، صيف/خريف ٢٠٠٣) ص ص ٢٢٦-٢٣٠.
- (٦٢) سامية عواج: الصورة التلفزيونية والتحليل السيميائي، مرجع سابق، ص ٢٨٠.
- (٦٣) محمد العبد: دراسة في الصورة والثقافة والاتصال (مجلة فصول ، مصر، ع ٦٢٤، صيف خريف، ٢٠٠٣) ص ص ١٣٣-١٥٤.
- (٦٤) المرجع نفسه.
- (٦٥) المرجع نفسه.
- (٦٦) زهرة الهامي: في ثقافة الصورة والنخب الدينية (أعمال ندوة الصورة والخطاب، كلية الآداب والعلوم الإنسانية سايس بفاس، المغرب، ٢٠٠٩).
- (٦٧) عادل السيوي: ثقافة الصورة (مجلة فصول ، مصر، ع ٦٨، ندوة ، شتاء ٢٠٠٦) ص ٣٧٦.

- (٩١) المعزّ بن مسعود: حياة الصورة وموتها- ثقافة المرئي في بعدها الوسائطي، مرجع سابق، ص ٣٠٩.
- (٩٢) أحمد الضبيب: اللغة العربية في الإعلام المقروء (مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، ع١٢٦، نوفمبر ٢٠١٣) ص ص١٣٣-١٤٧.
- (٩٣) سامية عواج: الصورة التلفزيونية والتحليل السيميائي، مرجع سابق، ص ٢٨٠.
- (٩٤) علي القاسمي: السياسة اللغوية في البلدان العربية: الإعلام نموذجاً، مرجع سابق.
- (٩٥) خالد سوماني: اللغة العربية لغة حضارة ولغة إعلام (مجلة الممارسات اللغوية ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ، الجزائر، ع٢، ٢٠١١) ص ص ٢٢٣-٢٣٨.
- (٩٦) عبدالعزيز التويجري: مستقبل اللغة العربية، ط١ (منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة ، إيسيسكو، ٢٠٠٤) ص ٧.

- (٧٩) ياس خضير البياتي: المجتمع الخليجي وإشكاليات تأثير الصورة المتلفزة (مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام جامعة بغداد، ع٨، آذار، ٢٠١٠) ص٦٨.
- (٨٠) أشرف منصور: صنية الصورة - نظرية بوديارد في الواقع الفائق، مرجع سابق
- (٨١) ماهر سقا أميني: ثقافة الصورة وثقافة الكلمة،(on-line) :
- <http://www.alkhaleej.ae/supplements/page/7de681ec-9454-485c-ba3f-4a2322fca822>
- (٨٢) حواس محمد: ثقافة الصورة في زمن العولمة والتأثير السوسولوجي، مرجع سابق.
- (٨٣) المرجع نفسه.
- (٨٤) ياس خضير البياتي: ثقافة الشباب العربي وسلطة الصورة ، الغزو الإعلامي ، والانحراف الاجتماعي، المرجع السابق.
- (٨٥) ريجيس دوبري: حياة الصورة وموقعها ، ص٣٢، نقلا عن المعزّ بن مسعود: حياة الصورة وموتها- ثقافة المرئي في بعدها الوسائطي، مرجع سابق.
- (٨٦) ياس خضير البياتي: ثقافة الشباب العربي وسلطة الصورة ، الغزو الإعلامي ، والانحراف الاجتماعي، مرجع سابق.
- (٨٧) توفيق الشريف: الصورة والتواصل، مرجع سابق.
- (٨٨) المرجع نفسه.
- (٨٩) ط١، (القاهرة، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، ٢٠٠٥) ص ٤٣.
- (٩٠) محمد العبد: دراسة في الصورة والثقافة والاتصال، مرجع سابق .