جامعة الأزهر
حولية كلية اللغة العربية
بنين بجرجا

ثنائية اللغة والإعلام:
الواقع اللغوي في الإعلام السعودي أنموذجا

الدكتور

خالد بن سليمان بن عبدالله القوسي

أستاذ مشارك في قسم علم اللغة التطبيقي في معهد تعليم اللغة العربية،
وعميد الدراسات العليا في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ـ الرياض.

العدد الرابع والعشرون

للعام ١٤٤١هـ / ٢٠٢٠م

الجزء الثالث

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٩٤٠/ ٢٠٢٠م

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

ثنائية اللغة والإعلام: الواقع اللغوي في الإعلام السعودي أنموذجا

خالد بن سليمان بن عبدالله القوسي

أستاذ مشارك في قسم علم اللغة التطبيقي في معهد تعليم اللغة العربية، وعميد الدراسات العليا في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ـ الرياض.

البريد الإلكتروني: kalidjak@gmail.com

اللغة هي قناة التواصل والتعبير والحجاج ونقل المعرفة وتشكيل الوعي بين الناس عبر التاريخ، وهي عنوان هوية المجتمع وقناة التواصل بين الأجيال، فهي سجل التاريخ والفكر والثقافة والتراث.

وفي المقابل فإن الإعلام ـ بكل قنواته المقروءة والمسموعة والمرئية ـ أصبح الوسيلة الحديثة للاتصال الجماهيري، والأداة الرئيسية لتشكيل وعي الإنسان المعاصر، سواء في البلدان المتقدمة أو في البلدان المتخلفة، فهو ناقل الخبر، ومشكّل الوعي، وموجّه الرأي، وصانع القناعات، وناقل المعرفة، ومصدر الترفيه والتسلية.

وهذا يعني أننا نتحدث عن اثنين من أهم مكونات الفكر والثقافة، ومشكّلات الهوية والحضارة، وبينهما تقاطع وتماسّ في كثير من التفاصيل وتكامل في الأدوار؛ فالإعلام بحاجة إلى اللغة، واللغة بحاجة إلى الإعلام.

ومن هنا جاء هذا البحث ليدرس هذه الثنائية: اللغة والإعلام، ودور كل منهما في صناعة الآخر.

وقد تم تقسيم الدراسة إلى مبحثين: الأول يناقش ثنائية اللغة والإعلام، طريق دراسة دور الإعلام الحضاري، والقيمة الثقافية والحضارية للغة، وجوانب التأثر والتأثير بين اللغة والإعلام.

أما المبحث الثاني فيناقش الواقع اللغوي في الإعلام السعودي أنموذجا، لبيان التقاطعات بين الحقلين المعرفيين. ويندرج تحته استعراض السياسات اللغوية للملكة العربية السعودية، ومساهمة المملكة الفاعلة في المجالس والفعاليات الدولية الإعلامية، ودور الإعلام السعودي في دعم اللغة العربية، عن طريق استعراض مسارات الإعلام المتعددة: الإعلام المكتوب، والمسموع، والمرئي، والإعلام الجديد، ولغة الإعلان.

وتم إكمال البحث باستعراض النتائج والتوصيات.

الكلمات المفتاحية : اللغة ، الإعلام ، الواقع اللغوي ، الإعلام السعودي ، ثنائية اللغة .

Bilingualism and Media:
The Linguistic Reality in Saudi Media as an Example

Khalid bin Suleiman bin Abdullah Al-Qousi
Associate Professor, Department of Applied Linguistics at the Institute of Arabic Language Teaching, and Dean of Graduate Studies at Imam Muhammad bin Saud Islamic University - Riyadh.
Email: kalidjak@gmail.com

Language is the channel of communication, expression, pilgrims, the transfer of knowledge and the formation of awareness between people throughout history, and it is the title of the society's identity and the channel of intergenerational communication, it is the record of history, thought, culture and heritage.

On the other hand, the media - with all its print, audio and visual channels - has become the modern means of mass communication, and the main tool for shaping the awareness of modern man, whether in developed countries or in underdeveloped countries, it is the carrier of the news, the form of awareness, the opinion-oriented, the maker of convictions, the transmitter of knowledge, the source of Entertainment and amusement.

This means that we are talking about two of the most important components of thought and culture, and the problems of identity and civilization, and between them intersect and touch on many details and complementarity in roles;

Hence this research came to study this dualism: language and media, and the role of each in making the other.

The study was divided into two topics: The first discusses bilingualism and information, the way of studying the role of civilized media, the cultural and civilizational value of language, and the aspects of influence and influence between language and media.

As for the second topic, it discusses the linguistic reality in the Saudi media as an example, to show intersections between the two fields of knowledge. Under it is a review of the linguistic policies of the Kingdom of Saudi Arabia, the Kingdom's active participation in international media councils and events, and the role of Saudi media in supporting the Arabic language, by reviewing the various media tracks: written, audiovisual, new media, and advertising language.

The research was completed with a review of the results and recommendations.

Keywords: language, media, linguistic reality, Saudi media, bilingual.

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة

اللغة هي قناة التواصل والتعبير والحجاج ونقل المعرفة وتشكيل الوعي بين الناس عبر التاريخ، وهي عنوان هوية المجتمع وقناة التواصل بين الأجيال، فهي سجل التاريخ والفكر والثقافة والتراث.

واللغة كائن حي، تنمو وتتطور، تقوى وتضعف، وتصح وتمرض، وتتجدد وتشيخ، وتحيا وتموت. ويخضع ذلك لأسباب ومعطيات وظروف متعددة يُسهم الإنسان في صناعتها والتحكم بها. ومن أهم تلك الأسباب وعي الإنسان بقيمة اللغة وأهميتها في الحضارة البشرية، ومن ثمَّ صناعة البيئة الملائمة لحياتها وتجددها.

وفي المقابل فإن الإعلام ــ بكل قنواته المقروءة والمسموعة والمرئية ــ أصبح الوسيلة الحديثة للاتصال الجماهيري، والأداة الرئيسية لتشكيل وعي الإنسان المعاصر، سواء في البلدان المتقدمة أو في البلدان المتخلفة، فهو ناقل الخبر، ومشكّل الوعي، وموجّه الرأي، وصانع القناعات، وناقل المعرفة، ومصدر الترفيه والتسلية. وهذا يعني أننا نتحدث عن اثنين من أهم مكونات الفكر والثقافة، ومشكّلات الهوية والحضارة، وبينهما تقاطع وتماسّ في كثير من التفاصيل وتكامل في الأدوار؛ فالإعلام بحاجة إلى اللغة، واللغة بحاجة إلى الإعلام.

ومن هنا جاء هذا البحث ليدرس هذه الثنائية: اللغة والإعلام، ودور كل منهما في صناعة الآخر.

وسيعمد الباحث إلى دراسة الواقع اللغوي للإعلام السعودي، لبيان هذه التقاطعات بين الحقلين المعرفيين.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

المبحث الأول

ثنائية اللغة والإعلام، ويندرج تحته

أولا: الإعلام ودوره الحضاري:

تقوم وسائل الإعلام بدور بالغ في التأثير على الأفراد والمجتمعات، فهي تؤثر في عقولهم، وتشكّل قناعاتهم، ومواقفهم الخاصة، وتغيّر في آرائهم وسلوكياتهم، وتقوم بتقليص الزمان، وتجاوز المكان، واختصار المسافات، وتجاوز المحيط الجغرافي. فالصحف، والمجلات، والأفلام، والإذاعة، والتلفاز؛ جميعها قادرة على جمع الكثير من الجماهير المتعددة والمتفرقة والمتباعدة؛ بحكم المكان والجغرافيا واللغة والعرق والثقافة والدين. وذلك عن طريق إرسال ثقافة معينة لكل فئات المجتمع. فالإعلام قادر على إزالة الفروقات والاختلافات بين تلك الفئات، وقادر على صياغة هوية ثقافية لغوية جامعة. فتشكيل الهويات، وتكوين التكتلات الثقافية جزء مهم من العمل الذي يقوم به الإعلام.

إن تجاوز مركزية مكان المرسل، وشيوع وتعدد أماكن المتلقي، والقدرة على الوصول إلى المتلقين بكل أطيافهم ومستوياتهم العمرية والثقافية والاجتماعية ميزة خطابية يقوم الإعلام بالإفادة منها في خلق ثقافة للمجتمعات، وتنمية التجانس والتآلف فيها، وتغذية روح الولاء والانتماء إليها.

إن الإعلام هو أحد الأدوات الأهم لبناء وتشكيل وعي الإنسان المعاصر، وبناء ثقافته، وتكوين شخصيته، وصياغة إرادته، وهو أحد الأدوات الأهم لبناء الشخصية الوطنية الواحدة، وصون مقوماتها، وتطوير بناها، وهو أداة لخلق البيئة الثقافية، وخلق الروابط الاجتماعية والسياسية.

إن تأثير الإعلام يفوق تأثير كل وسائل المعرفة الحديثة، بما فيها التعليم؛ فالطلاب يجلسون أمام أجهزة الإعلام أكثر مما يجلسون على مقاعد الدراسة. فضلا عما تتمتع به البرامج الإعلامية من إبهار وتشويق وتنوّع وتقنيات، أكثر مما يتمتع به التعليم بكثير. ويمكننا القول بأن الإعلام هو الصانع والمؤثر الرئيس في المجتمعات. فهو مصدر المعلومة، وناقل المعرفة والثقافة، ومكوّن القيم والعادات، ومشكّل التوجهات، والمتحكم في سلوك الأفراد والقيادات في المؤسسات المدنية والحكومية، والموجّه للقرارات في القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية. يقول بورديو: (ومثل الخيط في الإبرة، فإن التلفزيون الذي يسعى لأن يكون أداة لتسجيل الأحداث، يصبح أداة لخلق الواقع).[١]

(١) بيير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة وتقديم: درويش الحلوجي، دار كنعان للنشر، دمشق، ٢٠٠٤م، ص ٥٤.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

ثانيا: اللغة قيمة ثقافية وحضارية:

اللغة رداء الفكر ولباسه، وهي الناطق الرسمي باسم الأمة، والمعبر عن حياتها، وهي أداة الحاضر وصورة التاريخ، وانعكاس الألوان الحضارية والاجتماعية للأمم. وهي الجسر الذي يربط الماضي بالحاضر، والحاضر بالمستقبل، فهي كالعملة الأبدية، ومن حقها أن تُحمى وتصان، كما تُحمى العملة من التزوير.

وبناء على ذلك فهي في قلب الصراع الحضاري الأممي، ومن هنا تأتي أهمية الحفاظ على اللغات القومية، ففي بقائها بقاء للأمم.

اللغة ليست أداة للتواصل أو وعاء لحفظ التراث الإنساني فحسب، لكنها هي التي تعطي للإنسان تميزه وقدرته على التفكير والإبداع. وهي مرتبطة ارتباطا جوهريا بهويته. والهوية جزء من الذات. يقول المفكر الألماني هردر: (إن اللغة القومية، بمنزلة الوعاء الذي تتشكل به، وتحفظ فيه، وتنتقل بواسطته أفكار الشعب... إن قلب الشعب ينبض في لغته... إن روح الشعب تكمن في لغة الآباء والأجداد)[١].

ويقول كذلك: (لما كانت اللغة بمنزلة مكمن القلب والروح للأمة، يترتب على كل أمة أن تتمسك بلغتها الخاصة تمسكها بحياتها. والتمسك باللغة يجب أن يعتبر واجبًا وحقًّا في وقت واحد).[٢]

(١) انظر: ساطع الحصري، ما هي القومية، بيروت، دار العلم للملايين، ١٩٥٩م، ص ٥٦.
(٢) المرجع السابق، ص ٥٦.

ويؤكد ذلك ــ أيضا ــ الفيلسوف الألماني "فيخته" بقوله: (أينما توجد لغة مستقلة توجد أمة مستقلة، لها الحق في تسيير شؤونها وإدارة حكمها).(١)

وقد فطن العلماء والمفكرون ــ منذ القدم ــ إلى العلاقة الوثيقة التي تجمع بين لغة أمة من الأمم بحضارتها وفكرها، وإلى أن اللغة تقوم بعمل مهم في صياغة عقلية الفرد والمجتمع، وهو ما ذهب إليه "إدوارد سابير" من أن اللغة تنظم تجربة المجتمع، وهي التي تصوغ عالمه وواقعه الحقيقي، وأن كل لغة تنطوي على رؤية خاصة للعالم. وأنها أساس تشكيل الأفكار، ودليل على النشاط الفكري للفرد والمجتمع، وهي الأساس الذي تنبني عليه الهوية الاجتماعية، علاوة على الهوية الفردية.(٢)

إن كثيرا من علماء اليوم يُعرّف اللغة بوعاء الثقافة، ويربط بين اللغة والإدراك، فالشكل أو الوعاء هو الوحدة الأساسية للإدراك.(٣)

إن حياة اللغة رهن باستعمالها، وجعلها لغة التواصل، والسعي إلى تطويرها وتوسيع مجالها، وحملها على الاستجابة لحاجات الأفراد والمجتمعات. وتلك مسؤولية يشترك المجتمع كله فيها.

وبناء على ذلك فإن صراع اللغات يتجاوز كونه صراع ألسنة، إلى كونه صراع حضارات وثقافات. فاللغة تمثّل الهوية الثقافية لكل أمة، وعلى

---

(١) المرجع السابق، ص ٥٦.

(٢) إدوارد سابير، اللغة: مقدمة في دراسة الكلام، ترجمة المنصف عاشور، الدار العربية للكتاب، تونس، ١٩٩٧، ص ١٥٥.

(٣) انظر: john Lyons, language and linguistics, Cambridge university press, 1981, p 303.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

أساس تلك الهوية تتحدد علاقات الأمم ببعضها، تقاربا وتباعدا، ولاء أو عداء. وقد أظهر "صموئيل هنتنغتون" ذلك بجلاء، في كتابه "صدام الحضارات"، حيث يرى أن الهوية الثقافية في العالم الجديد هي العامل الرئيس الذي يشكل تقاربات الدولة وعداءاتها، ويصبح السؤال (من أنت؟) ذا أهمية كبيرة، وعلى كل دولة أن تجد له إجابة. وتلك الإجابة هي هويتها الثقافية التي تحدد مكان الدولة في السياسة الدولية، وتحدد أصدقاءها وأعداءها.(١)

إذن اللغة ولاء وانتماء، قبل أن تكون أصواتا وحروفا. يقول "بسمارك" ــ حين سئل عن أفظع الأحداث التي حدثت في القرن الثامن عشر ــ : (أن المستعمرات الألمانية في شمال أمريكا اتخذت اللغة الإنجليزية لغة رسمية لها).(٢) وأثبت التاريخ صدق نظرة بسمارك، ففي الحربين العالميتين الأولي والثانية كان ولاء الولايات المتحدة الأمريكية لإنجلترا، وليس لألمانيا. بالرغم من أن بعضا من صنّاع القرار هم من أصول ألمانية. ولا شك أن اللغة المشتركة بين الأمتين (أمريكا وانجلترا) هي من أبرز أسباب هذا الولاء.

إن اللغة ذات قيمة وتأثير بالغ في تشكيل الهوية والثقافة لكل أمة من الأمم، وإذا تأملنا في اللغة العربية من حيث قيمتها ومكانتها في تشكيل

---

(١) صموئيل هنتنغتون، صدام الحضارات وإعادة بناء النظام العالمي، ترجمة: مالك عبيد أبرشهيوه ومحمود محمد خلف، الدار الجماهيرية الليبية للنشر والتوزيع والإعلان، ليبيا، ١٩٩٩م، ص٧٦.

(٢) انظر: محمود أحمد السيد، شؤون لغوية، دار الفكر بدمشق، ودار الفكر المعاصر، لبنان، ١٩٨٩م، ص٩.

الحضارة العربية والإسلامية؛ فإننا سنجدها بمثابة العمود الفقري للحضارة الإسلامية. فهي اللغة الحاملة لخاتم الأديان، وهي لغة القرآن الذي يتلقاه مليار و٦٠٠ مليون مسلم، بل هي معجزة الله الكبرى في كتابه المجيد، حيث جاء {بِلِسَانٍ عَرَبِيٍّ مُبِينٍ}،(١) وهي اللغة الحاملة للحضارة الإسلامية والعربية، تلك الحضارة التي أنارت العالم قرونا طويلة. فاللغة تحوّلت من كونها لغة عرق، إلى كونها لغة دين وحضارة، وتحولت من كونها لغة عصر من العصور، إلى كونها لغة لكل العصور. كما أنها أقدم اللغات الساميةِ، وهي اللغة الرسمية لثلاث وعشرين دولة ذات ثقل عالمي، وهي اللغة المستخدمة في البقاع المقدسة (مكة والمدينة وبيت المقدس)، وهي اللغة الرابعة في العالم من حيث متحدثيها، وفقا لكثير من الإحصائيات.(٢) وهي إحدى اللغات الأكثر طلبا للتعلّم في كل أنحاء العالم، وإحدى اللغات الست التي تكتب بها وثائق الأُمم المتحدة(٣)، بموجب القرار رقم ٣١٩٠، الذي اتخذته الجمعية العامة للأمم المتحدة بتاريخ ١٨ديسمبر عام ١٩٧٣م، في دورة انعقادها الثامنة والعشرين. وأشارت الجمعية العامة في حيثيات القرار إلى أهمية دور اللغة العربية في صون الحضارة والثقافة الإنسانية

---

(١) الشعراء، ١٩٥.

(٢) وفقا لدراسة ألمانية أجراها أولريخ آمون، أستاذ علم اللغات في جامعة دوسلدورف، ونشرتها وسائل إعلامية كثيرة، منها مواقع الواشنطن بوست، وموقع قناة روسيا اليوم وغيرها:
http://arabic.rt.com/news/786982-%D8%AA%D8%B1%D8%AA%D9%8A%D8%A8-%D9%84%D8%BA%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%B4%D8%A7%D8%B1/

(٣) موقع الأمم المتحدة: http://www.un.org/ar/sections/about-un/official-languages/index.html

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

ونشرها، وكون العربية لغة ١٩ دولة عضواً في الأمم المتحدة، وهي لغة عمل في بعض وكالات الأمم المتحدة، ولغة عمل ولغة رسمية في منظمة الوحدة الأفريقية.(١) ونتيجة لذلك تم اعتماد استخدام اللغة العربية في منظمة الإسكوا (اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا).

وقد استُخدمت اللغة العربية في اليونسكو ـ لأول مرة ـ أثناء الدورة الثالثة للمؤتمر العام التي عقدت في بيروت عام ١٩٤٨م.

وأُدرجت اللغة العربية ضمن لغات عمل المجلس التنفيذي لليونسكو عام ١٩٧٤م، بناء على قرار للمؤتمر العام للمنظمة يقضي بمنح العربية المكانة ذاتها التي تتمتع بها لغات العمل في المجلس.(٢)

(١) ناصر الغالي، اللغة العربية في المنظمات الدولية، من منشورات مركز الملك عبدالله الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، ١٤٣٦هـ، ص ١١.

(٢) اللغة العربية في المنظمات الدولية، ص ١٣.

ثالثا: اللغة والإعلام؛ تأثر وتأثير:

ناقش كثير من العلماء المتقدمين والمعاصرين موضوع وظائف اللغة، كالوظيفة التعبيرية الانفعالية، والوظيفة التأثيرية والإعلامية، والوظيفة التمثيلية والوظيفة الحجاجية، وغيرها. وهي وظائف اعتمدها العالم الروسي "جاكبسون"[1]، ومنها الوظيفة الإعلامية، وتتمثل في الآليات والأساليب والصيغ المستخدمة في الإخبار عن حقائق أو أحداث معينة، أو عن نوع من المعرفة، كالتقارير والنشرات الإخبارية، والمعلومات العلمية المختلفة، ونحوها.

إن المتأمل في العلاقة بين اللغة والإعلام يدرك أن كلا منهما يخضع لسلطة الآخر، فالإعلام مضطر لأن يستخدم وسيلة للتواصل مع المتلقين، وليس هناك أبلغ من اللغة للتواصل، وكلما كانت اللغة مفهومة لشريحة أكبر من المتلقين، كلما ساعد ذلك على انتشار المادة الإعلامية بشكل أكبر. والانتشار الأكبر يعني النجاح في تغطية الكلفة الإنتاجية، بل ويعني تحقيق فوائد معنوية ومادية وربحية أكبر.

وتستطيع اللغة أن تمنح الإعلام كثيرا من الخصائص، مثل بيان العلاقات المتغيرة بين الإنسان والإنسان، وبين المرء وبيئته الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو المادية، أو غير ذلك من العلاقات.

لقد أثبت علماء الدلالة أن الألفاظ تؤثر على الجهاز العصبي للإنسان، كما أن اختيار الألفاظ هو الذي يساعد على التحكم في اتجاهات الناس

(1)Roman Jakobson: Essais de linguistiquegénérale, traduit de l'anglais et préfacé par Nicolas Ruwet, Minuit, Paris,1963.P213 – 214.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

وتصرفاتهم[١]. ولما كان خبراء الإعلام يهدفون إلى تعديل الاتجاهات وتكوين الآراء؛ لكسب التأييد وتعبئة الشعور عن طريق الوعي والتنـــوير، وســـعيا لخلق سلوكيات اجتماعية سليمة، فإن هذا يعني أن نتائج علم الدلالة من أهم البحوث التي بمكن أن يفيد منها هؤلاء الخبراء.

لقد حقق علم اللغة ــ بمنهجه في تحليل البنيـــة والدلالـــة ــ درجـــة عالية من الدقة، بحيث أصبح كثير من المشتغلين بعلوم الاتصال بالجمـــاهير يطبقون الأسس المنهجية للتحليل اللغوي، أو تحليل البنية اللغوية في بحـــث عمليات الاتصال بالجماهير المختلفة، فبدأ التمييز بين الدراســـة الوصـــفية للبنية وبين الدراسة التطورية لها. وتوصلوا بالتمييز بين العناصر الرمزيـــة الدالة وما تدل عليه في إطار المجتمـــع، وأخـــذ البـــاحثون فـــي الاتصـــال بالجماهير يبحثون في اللغة باعتبارها عنصرا أساسيا في عمليـــة الاتصـــال الإعلامي.[٢]

ويمكن للإعلام أن يفيد من نتاج الدراسات اللغوية بمختلف ميادينهـــا في تدعيم خصائص اللغة الإعلامية من تبسيط وسلامة ووضوح، وتهـــذيب الألفاظ، وتوسيع نطاقها، وترقية مفرداتها، وإدخال مفـــردات جديـــدة علـــى قاموسها.

وأحسب أن الخطاب الإعلامي بحاجة ماسة لأن يفيد مـــن الإمكانـــات الخلاقة للغة العربية، وبحاجة إلى الإفادة من المناهج الأسلوبية والتداوليـــة والتفكيكية للغة، وبحاجة إلى الإفادة من مناهج تحليل الخطاب والحجاج.

---

(١) انظر: منقور عبد الجليل، علم الدلالة، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، ص٥٧.

(٢) انظر: صقر خوري ، الفكر واللغة، مجلـــة المعرفـــة الســـورية، العـــدد ٤٩٦ ، ٢٠٠٥م، ص١٧٩.

وفي المقابل فإن اللغة تأثرت بالإعلام، لاسيما الإعلام المكتوب، حيث يرى المهتمون بهذا الشأن أن الإعلام ذو تأثير بالغ في إحياء اللغات أو إماتتها، وفي التطور اللغوي، من حيث الألفاظ والأساليب، ومن حيث استخدام معاني واستعمالات جديدة للألفاظ، ومن حيث استخدام أساليب سلسة وسهلة. كما أن الإعلام قادر على تربية الملكات اللغوية ورعايتها وتنميتها. وكلما كانت لغة الإعلام راقية سامية سليمة، كلما ظهر ذلك على سلوك الناس وألسنتهم. كما أن هجر الإعلام للغة الوطنية يؤدي إلى هجر الثقافة والقيم المرتبطة بها. والفراغ اللغوي والثقافي يؤدي إلى أن تقوم اللغات والثقافات الأجنبية بملئه.

وقد استطاع الإعلام تحقيق التنمية اللغوية، وإضافة عبارات لا تحصى، وأَثْرَت حركتها بأن جعلت فيها حيوية تتفق مع روح العصر. فضلا عن كونها غدت مصدرا لاكتساب اللغة. فاللغة تكتسب بالسماع والمحاكاة، ووسائل الإعلام غدت من أهم مصادر التلقي اللغوي.

وقد ناقش الدكتور جابر قميحة في كتابه "أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية"(١) ما حققته وسائل الإعلام من إيجابيات وسلبيات في التعامل مع اللغة العربية. ويمكن إجمال الإيجابيات فيما يأتي:

١ــ المباشرية، والوصول إلى أفكار الموضوع وصولا مباشرا دون التوقف عند نتوءات فكرية فرعية، ويظهر ذلك بصفة خاصة في نشرات الأخبار والتعليق عليها.

(١) من إصدارات نادي المدينة المنورة الأدبي، الكتاب رقم ١٠٥، مؤسسة المدينة للصحافة، دار العلم، جدة، ١٤١٨هـ .

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

٢ــ السهولة والوضوح. فلم تعد تستخدم الغريب أو المهجور من ألفاظ اللغة. وتصدق هذه الميزة على البرامج التراثية كالتفسير، والتوعية الدينية، وتقديم الكتب القديمة وتحليلها.

٣ــ التخفف من الأثقال اللغوية والخيالية، إلى حد التخلص التام أحيانا من الصور البيانية، فأحلت التعبيرات المباشرة السهلة محل العبارات البيانية.

٤ــ استطاعت لغة الإعلام التقريب بين اللهجات المحلية، واللغة الأم.

٥ــ أمدت وسائل الإعلام اللغة العربية بكثير من الألفاظ والعبارات والتراكيب الجديدة المولدة، وكثير منها مترجم عن اللسان الأجنبي.

أما الجوانب السلبية في تعامل الإعلام مع العربية، فيمكن إجمالها فيما يلي:

١ ــ أن التليفزيون صرف الناس، ولاسيما الأطفال والناشئة عن القراءة، وعن نشاطات لغوية مفيدة.

٢ــ أن الإعلانات ــ وخصوصا التلفازي منها ــ كانت تنتصر للعاميات، وتستخدم اللغات الأجنبية، وتستخدم العربية الفصيحة بكثير من الأخطاء، لا مما يؤدي إلى إفساد الذوق اللغوي.

٣ــ تبنّي وسائل الإعلام للأخطاء الفادحة في استعمال المفردات والجمل والتراكيب، والأخطاء في مخارج الحروف، ونطق الكلمات العربية بلكنة عامية، أو استبدالها بكلمات أجنبية.

المبحث الثاني:

الواقع اللغوي في الإعلام السعودي أنموذجا،

ويندرج تحته:

أولا: السياسة اللغوية للمملكة العربية السعودية:

إن أي تنمية بشرية تسعى إلى تطوير كيان الإنسان وكيان الأوطان تحتاج إلى سياسة وتخطيط محكمين. ولا يختلف تخطيط السياسة اللغوية ــ في أسسه وأصوله ــ عن تخطيط السياسة الاقتصادية أو أية سياسة أخرى، فهو ينبني على مسح الحاجات وتحديد الأولويات، ورسم الأهداف القريبة والغايات البعيدة، واختيار الوسائل والسبل الملائمة، وفق تقنيات محددة، في الكلفة، والزمن، والآلية.(١)

فثمة اتفاق على أن اللغة مقوّم أساس من مقومات الثقافة والهوية الوطنية، وأساس من أسس تشكيل الوحدة القومية. فتشعّب اللغات قد يؤدي إلى مشكلات متعددة، قد تصل إلى حد التشتت الثقافي والتفرق السياسي. فالوحدة اللغوية مرتبطة بالوحدة الثقافية والسياسية، وهي جميعها مرتبطة بالقوة الاقتصادية.

ولذلك فإن التخطيط اللغوي أضحى جزءا أساسا من سياسات الدول، وعنصرا مهما من عناصر التخطيط لأمور الدولة كافة. ولا تكاد توجد دولة دون تخطيط لغوي.

---

(١) انظر: محمود فهمي حجازي، رؤية مجمعية من أجل سياسة لغوية. مجلة مجمع اللغة العربية بالقاهرة – مصر، ج ١١٢، (٢٠٠٨). ص ١٥.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

وإذا تأملنا في السياسة اللغوية للمملكة العربية السعودية فسنجدها قائمة على الرفع من شأن العربية، وعلى إعطائها موقع الصدارة في كل مناحي الحياة، ويظهر ذلك جليا ابتداء من اسمها الرسمي، فهي المملكة العربية السعودية، فالصفة الأولى للمملكة هي العربية. وهذا إعلان صريح وواضح لمدى انتماء هذا البلد لعروبته وعربيته.

فالعربية هي اللغة الرسمية للبلاد، في المستويات كافة؛ فهي اللغة الرسمية للتعليم والثقافة والإعلام، والمعاملات الحكومية، وهي اللغة الرسمية في المجال التجاري والصناعي وغيرها.

والمملكة ــ منذ إنشائها ــ لم تفتأ تخط السياسات اللغوية القائمة على تمييز العربية ودعمها، عن طريق القرارات والأوامر والتنظيمات التي تصدرها، من المستويات الإدارية كافة.

وقد قام مركز الملك عبدالله لخدمة اللغة العربية بإصدار مدوّنة جمع فيها الأوامر والقرارات الحكومية، المتعلقة بالسياسة اللغوية للملكة. حيث بلغ مجموع القرارات التي وردت في المدونة مئة وتسعة وأربعين (١٤٩) قرارا، امتدت على مدى تسعين (٩٠) عاما، كان أولها عام ١٣٤٦هـ، وآخرها عام ١٤٣٥هـ .

وأبرز تلك القرارات ذلك الأمر الملكي السامي، ذي الرقم أ / ٩٠ ، المادة (١) من النظام الأساسي للحكم، بتاريخ ٢٧ / ٨ / ١٤١٢ هـ، ونصه: (المملكة العربية السعودية دولة عربية إسلامية، ذات سيادة تامة،

دينها الإسلام، ودستورها كتاب الله ــ تعالى ــ وسنة رسوله ــ صلى الله عليه وسلم ــ ولغتها هي اللغة العربية، وعاصمتها مدينة الرياض).[١]

ومن ذلك ــ أيضا ــ القرارات الصادرة من النائب الثاني لرئيس مجلس الوزراء (رئيس مجلس القوى العاملة)، ذي الرقم ٢ / م ١٦/ ١٤٠٤ هـ، والتاريخ ٧ / ٧ / ١٤٠٤ هـ، ومنها:

ــ تنمية الشعور بأهمية اللغة العربية، عن طريق وسائل الإعلام، والمدارس والجامعات، وخطب الجمع والمواعظ.

ــ يجب استخدام اللغة العربية كأساس للتعامل في المؤسسات والمصالح، مثل المستشفيات والفنادق والمطارات والبنوك وما شاكلها، ويجوز استخدام اللغة الأجنبية في المصطلحات عند الضرورة.

ــ حث وسائل الإعلام على ترجمة المسلسلات الأجنبية وأشرطة الصور المتحركة إلى اللغة العربية صوتا وكتابة.

ــ حث الجامعات ودور النشر على أن تعمل بأقصى طاقة ممكنة على ترجمة المصطلحات الأجنبية الشائعة، والاستفادة مما أنتجته المجامع اللغوية.

ــ حث الجهات الرياضية على استعمال المصطلحات العربية في ميادينهم ...

---

(١)مدونة قرارات اللغة العربية في المملكة العربية السعودية (الأوامر والقرارات والأنظمة واللوائح والتعاميم)، جمع وإعداد مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، ١٤٣٦ هـ، ص ٤٥.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

ـ التأكيد على الشركات بأن تكون اللغة العربية لغة العقود والإعلانات ...

ـ التأكيد على الشركات المورّدة بكتابة أسماء البضائع وأوصافها باللغة العربية ....

ـ التأكيد على الوزارة التجارة ووزارة الشؤون البلدية والقروية بعد الترخيص لأي محل أو مؤسسة تحمل اسما أجنبيا.

ـ قصر استخدام العاملين في الوظائف ذات الاتصال المباشر بالجمهور (كموظفي الاستقبال ..في الفنادق والمطارات ... والمستشفيات وغيرها) على المتحدثين باللغة العربية ...

ـ تشجيع غير العرب على تعلّم العربية، بإيجاد الوسائل الملائمة لذلك، عن طريق برامح التلفزيون.

ـ على جميع الجهات الحكومية المعنيّة تنفيذ ما ورد أعلاه. كل فيما يخصّه).(١)

ويبرز في هذا السياق ـ أيضا ـ توصية مجلس الشورى الصادرة بالتاريخ ١٣٤٦/٣/٢٤ هـ، ونصها: (أن الواجب يقضي بأن يُعتني باللغة العربية اعتناء تاما؛ لأنها اللغة الرسمية للحكومة الحجازية والنجدية، وبالأخص في التجارة التي تدور بين الدوائر، ويحتم لزوم المحافظة على أساليبها الفصحى، مع انتقاء الألفاظ اللغوية ومراعاة القواعد العربية).(٢)

(١) المرجع السابق، ص ٣٨.
(٢) مدونة قرارات اللغة العربية في المملكة العربية السعودية (الأوامر والقرارات والأنظمة واللوائح والتعاميم)، جمع وإعداد مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، ١٤٣٦ هـ. ص ٨.

وامتدادا لوعي الدولة بهذا الدور فقد أصدرت مجموعة من القرارات التي تنص على أن تكون العربية هي لغة الإعلام السعودي، ومن ذلك المرسوم الملكي الصادر بالرقم ٧/٣/١٦/١٠٠٤، المادة ٥ من نظام الإذاعة، والتاريخ ١٣٧٤/٦/١٧ هـ، ونصه: (اللغة الرسمية للإذاعة السعودية هي اللغة العربية، ولها أن تحدث إذاعات بمختلف اللغات الأخرى، في حدود الأغراض المبيّنة في المادة الرابعة من هذا المرسوم).(١)

تلك نماذج عامة للتوجه السياسي اللغوي للملكة العربية السعودية، جاء بعضها ضمن أنظمة صدرت بمراسيم ملكية مثل: نظام وثائق السفر، ونظام الإذاعة، ونظام العمل والعمال، ونظام الدفاتر التجارية، ونظام البيانات والأسماء التجارية، وجاء بعضها الآخر ضمن نصوص أوامر ملكية أو وزارية، أو نحوها. والملفت أن هذه الأنظمة والأوامر تصدر من أعلى السلطات الإدارية والتشريعية في الدولة، وهذا يعكس حجم الاهتمام بالموضوع.

(١) المرجع السابق، ص ١٥.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

ثانيا: مساهمة المملكة الفاعلة في المجالس والفعاليات الدولية الإعلامية:

من الجهود المميزة التي تقوم بها المملكة في المجال الإعلامي مساهمتها الفاعلة في المجالس والفعاليات الإعلامية الدولية والإقليمية، عن طريق عضويتها للعديد من المجالس المنظمة للعمل الإعلامي. ومن القضايا التي تهتم بها تلك المجالس حماية الهوية الوطنية والعربية والإسلامية للدول الأعضاء، وتأتي اللغة من ضمن تلك الاهتمامات، لكونها عنصرا أساسا في الحفاظ على الهوية، وعلى الوحدة الوطنية والعربية والإسلامية.

ومن تلك المجالس:

ـ مجلس وزراء إعلام دول مجلس التعاون الخليجي، ويعمل تحت مظلة مجلس التعاون الخليجي.وقد عقد في السنوات الماضية أكثر من أربعة وعشرين اجتماعا دوريا، آخرها كان في مدينة الرياض.(١)

ـ مجلس وزراء الإعلام العرب، والذي يعمل تحت مظلة جامعة الدول العربية. وقد عقد في السنوات الماضية ستا وأربعين دورة اجتماع.(٢)

ـ المكتب التنفيذي لوزراء الإعلام العرب.(٣)

---

(١) انظر: موقع مجلس التعاون الخليجي، على الرابط: http://www.gcc-sg.org/ar-sa/CognitiveSources/Pages/Agreements.aspx

(٢) موقع جامعة الدول العربية، على الرابط:
http://www.lasportal.org/ar/Sectors/Dep/Pages/DepVersionsDetails.aspx?ReqID=١٦٨&RID=٣٩&SID=٧

(٣) موقع جامعة الدول العربية، على الرابط:
http://www.lasportal.org/ar/Sectors/Dep/Pages/ActivityDetails.aspx?ID=٨٨٠&RID=٣٩&SID=٧

ـ اللجنة الدائمة للإعلام العربي، وقد عقد أكثر من ثمانية وثمانين اجتماع دوري.(١).

ـ مجلس وزراء الإعلام في دول منظمة العالم الإسلامي، وقد عقد أكثر من إحدى عشرة دورة اعتيادية.(٢)

وتقوم هذه المجالس على وضع الخطط والبرامج الإعلامية، التي تهدف إلى التعريف بالحضارة العربية والإسلامية، وبما قدمته من إسهامات هامة للإنسانية من جهة، وتكريس مفاهيم الحوار والانفتاح على الآخر من جهة أخرى، وذلك بالاعتماد على وسائل وتقنيات الاتصال الحديثة.

ومن ذلك ما أصدره مجلس وزراء الإعلام العرب بجامعة الدول العربية، تحت مسمى "ميثاق الشرف الإعلامي العربي"، في نسخة العام ٢٠١٣م، الذي تنص مادته الأولى على ما يلي: (التأكيد على صون الهوية العربية).[٣]

وتنص مادته الثالثة على ما يلي: (تشجيع البرامج الإعلامية بالحفاظ على سلامة اللغة العربية، باعتبارها قوام الثقافة العربية ورمز الهوية العربية، والعمل على نشرها عن طريق تيسير قواعدها والتعريف بجماليات بيانها).[٤]

---

(١) موقع جامعة الدول العربية، على الرابط:
http://www.lasportal.org/ar/Sectors/Dep/Pages/ActivityDetails.aspx?ReID=876&RID=39&SID=7

(٢) انظر: الموقع الرسمي لمنظمة دول التعاون الإسلامي، على الرابط: -http://www.oic-oci.org/home/?lan=ar

(٣) موقع جامعة الدول العربية، على الرباط:
٧http://www.lasportal.org/ar/sectors/dep/Pages/SectorVersions.aspx?SID=

(٤) موقع جامعة الدول العربية، على الرباط:
٧http://www.lasportal.org/ar/sectors/dep/Pages/SectorVersions.aspx?SID=

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

وتنص مادته السابعة على ما يلي: (تكثيف الجهود على الساحة الدولية للتعريف بالوطن العربي، وتاريخه وحضارته وتراثه، وإمكاناته البشرية والمادية والمعنوية).(١)

وجاء في مادته الثالثة عشرة: (الاهتمام المتواصل بتوفير بدائل عربية ثرية ومتنوعة للأشكال الإعلامية والمعلوماتية، التي تتفق وطموحات الإنسان العربي، وتعمل على توسيع مداركه وتنمية ملكاته في البحث والإبداع، وترسيخ اعتزازه بانتمائه إلى الأمة العربية وثقافتها وقيمها)[٢].

وفي نسخة "ميثاق الشرف الإعلامي العربي"، الصادرة عام ٢٠٠٨م، جاء في المادة التاسعة منه:(أن يحافظ الإعلاميون العرب على سلامة اللغة العربية وبلاغتها، ويصونوها من مزالق العامية والعجمي، ويعملون على نشرها بين أبناء الأمة العربية، لتحل تدريجياً محل اللهجات العامية، وذلك دعماً للتفاهم بينهم).

(١) المرجع السابق.
(٢) المرجع السابق.

ثالثا: الإعلام السعودي ودوره في دعم اللغة العربية:

البدايات الأولى للإعلام السعودي تشير إلى أن النشأة الأولى لهذا الإعلام كانت عن طريق الصحافة، حيث تم إنشاء صحيفة أم القرى عام ١٣٤٣هـ في عهد المؤسس، الملك عبدالعزيز آل سعود ـ رحمه الله ـ لتكون النواة الأولى في منظومة الإعلام السعودي الرسمي، وهي تنشر كل ما يصدر عن الدولة من قرارات وبيانات حكومية وتعتني بالشأن الوطني الداخلي.

ثم أمر الملك عبدالعزيز ـ رحمه الله ـ بإنشاء مجلس للدعاية والحج يتبع وزارة المالية للقيام بإطلاع العالم الخارجي وخاصة الإسلامي على أخبار المملكة، وحقيقة ما يجري فيها، وكان ذلك عام ١٣٥٥ هـ. ثم جاءت الخطوة الأهم، وهي إنشاء الإذاعة السعودية، حيث أنشئت بمرسوم ملكي بتاريخ ١٣٦٨/٩/٢٢ هـ، بتوقيع الملك عبدالعزيز ـ رحمه الله ـ بتكليف الأمير فيصل بن عبدالعزيز ـ رحمه الله ـ بتنفيذ الفكرة بهدف ربط المملكة بالعالم الخارجي ونشر الثقافة والمعرفة في البلاد.

وفي سبيل استكمال بناء الإعلام السعودي، صدر المرسوم الملكي بتاريخ ٦/١٧ / ١٣٧٤ هـ بتسمية الإذاعة "بالمديرية العامة للإذاعة".

بعد ذلك تم إنشاء المديرية العامة للصحافة والنشر، وتم ربط الإذاعة بها، ثم صدر نظام المطبوعات والنشر عام ١٣٧٨هـ .

ومع تزايد الاهتمام بالإعلام محلياً ودولياً واتساع النطاق، واتساع أدوار الإعلام لتتجاوز دور القيام بالإخبار، وتتحول إلى مصدر للمعرفة، أصدر الملك فيصل ـ رحمه الله ـ المرسوم الملكي بتاريخ ١٠/٩/ ١٣٨٢هـ

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

بتحويل المديرية العامة للصحافة والنشر إلى "وزارة الإعلام" لتشرف على وسائل الإعلام، وفي خطوة متقدمة باتجاه ربط المعرفة والثقافة بالإعلام صدر قرار مجلس الوزارء ــ عام ١٤٢٤هـ ــ بتعديل مسمى وزارة الإعلام إلى "وزارة الثقافة والإعلام".(١)

١ ــ الإعلام المكتوب:

مرت الصحافة في المملكة بعدة مراحل، بدأت قبل بداية العهد السعودي عن طريق صدور بعض الصحف، ومنها: حجاز (١٣٢٦هـ، ١٩٠٨م) في مكة المكرمة، شمس الحقيقة (١٣٢٧هـ، ١٩٠٩م) في مكة المكرمة، الإصلاح الحجازي (١٣٢٧هـ، ١٩٠٩م) في جدة، المدينة المنورة (١٣٢٧هـ، ١٩٠٩م) في المدينة المنورة، الرقيب (١٣٢٧هـ، ١٩٠٩م) في المدينة المنورة، صفاء الحجاز (١٣٢٧هـ، ١٩٠٩م) في جدة؛ القِبْلة (١٣٣٥هـ، ١٩١٦م) في مكة المكرمة، وهي الصحيفة الرسمية للحكومة، مجلة جرول الزراعية (١٣٣٨هـ، ١٩٢٠م) بمكة المكرمة، جريدة الفلاح (١٣٣٨هـ، ١٩٢٠م) بمكة المكرمة، بريد الحجاز (١٩٢٤م) في جدة.

لم تكن هناك مطابع في ذلك الوقت سوى مطبعة الولاية التي أُسست عام ١٢٩٩هـ، ١٨٨٢م، والتي كانت تطبع صحيفة حجاز وشمس الحقيقة، كما أسست في جدة مطبعة الإصلاح عام ١٣٢٧هـ، ١٩٠٩م، والتي كانت تطبع الإصلاح الحجازي.

(١) موقع وزارة الثقافة والإعلام: http://www.moci.gov.sa/ar-sa/ministry/about/Pages/default.aspx

وفي العهد السعودي الحديث تطورت الصحافة بتطور التعليم وانتشاره. ونما الوعي الصحفي والأدبي بين أفراد الشعب بنمو الثقافة وانتشار التعليم. وتأسست المطابع في المدن الكبرى، وتبارى أفراد الشعب في إصدار الصحف والمجلات.

مرت الصحافة السعودية بمراحلثلاث. لكل مرحلة منها شأن في تقدم الصحافة وتطورها وازدهارها. وهي صحافة الأفراد، وإدماج الصحف، والمؤسسات الصحفية.

صحافة الأفراد: (١٣٥١-١٣٧٩هـ، ١٩٣٢- ١٩٥٩م) كان كل من آنس في نفسه الكفاية والقدرة على إصدار صحيفة أو مجلة، والتزم بتطبيق نظام المطبوعات والمطابع وطلب من الحكومة ذلك، تمنحه الحكومة امتياز إصدار الصحيفة أو المجلة المطلوبة. فكثرت الصحف والمجلات وصارت تصدر بإمكانات محدودة وبعضها لا يستطيع الصدور بانتظام. ومن الصحف الأولى التي صدرت في العهد السعودي قبل دمج الصحف: أم القرى (١٣٤٣هـ، ١٩٢٤م) في مكة المكرمة، صوت الحجاز (١٩٣٢م) امتدادًا لبريد الحجاز في مكة المكرمة؛ المدينة المنورة (١٣٥٥هـ، ١٩٣٦م) في المدينة المنورة؛ اليمامة (١٣٧٣هـ، ١٩٥٣م) في الرياض؛ أخبار الظهران (١٣٧٤هـ، ١٩٥٤م) في الدمام؛ حراء (١٣٨١هـ، ١٩٦١م) في مكة المكرمة؛ الأضواء (١٣٧٧هـ، ١٩٥٧م) في جدة؛ عرفات (١٣٧٨هـ، ١٩٥٨م) في جدة؛ الندوة (١٣٧٨هـ، ١٩٥٨م) في مكة المكرمة؛ القصيم (١٣٧٩هـ، ١٩٥٩م) في بريدة؛ عكاظ (١٣٧٩هـ، ١٩٥٩م) في الطائف.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

وقد وُلدتْ إلى جانب الصحف اليومية مجلات في مختلف الثقافات لتنير الطريق للباحثين والقراء المتعطشين للعلوم والمعارف، فقد صدر العديد من المجلات في تلك الحقبة منها: الإصلاح، عن شعبة الطبع والنشر بالمديرية العامة للمعارف بمكة المكرمة؛ والمنهل بالمدينة المنورة، والنداء الإسلامي بمكة المكرمة، ومجلة الحج بمكة المكرمة، ومجلة الغرفة التجارية والصناعية بجدة، وقافلة الزيت عن أرامكو بالظهران، ومجلة الرياض بجدة، ومجلة الإذاعة من وزارة الإعلام، ومجلة وزارة الزراعة، والادارة العامة عن معهد الإدارة العامة، والإشعاع بمدينة الخبر، وهجر عن النادي الأدبي بمعهد الأحساء العلمي، والخليج العربي بمدينة المبرز بالأحساء، ومجلة الجامعة عن جامعة الملك سعود بالرياض؛ ومجلة الروضة، وهي موجهة للطفل العربي السعودي، من مكة المكرمة؛ وقريش بمكة المكرمة. ومجلة التجارة والصناعة بمكة المكرمة؛ ومجلة الجزيرة بالرياض، ومجلة الرائد في جدة، والمعرفة عن وزارة المعارف بالرياض، وراية الإسلام بالرياض، والرياضة بمكة المكرمة، ومارد الدهناء عن مصلحة السكك الحديدية بالدمام، وحماة الأمن عن وزارة الداخلية، ومجلة كلية الملك عبدالعزيز الحربية بالرياض، وتجارة الرياض عن الغرفة التجارية والصناعية بالرياض، وأخبار البترول والمعادن عن وزارة البترول، ومجلة المالية والاقتصاد عن وزارة المالية، ومجلة الندوة بمكة المكرمة، ومجلة الجيش العربي السعودي بالرياض، ومجلة رابطة العالم الإسلامي بمكة المكرمة، ومجلة كلية التربية بمكة المكرمة، ومجلة العرب عن دار اليمامة للبحث والترجمة والنشر بالرياض، ومجلة الجناح الأخضر عن الخطوط الجوية السعودية بجدة، ومجلة الرياضي بجدة، ومجلة الجامعة الإسلامية بالمدينة

المنورة، ومجلة المدينة المنورة التجارية عن الغرفة التجارية، ومجلة الاقتصاد عن الغرفة التجارية بالدمام، ومجلة الخفجي عن شركة الزيت العربية [١]

واليوم يصدر عدد كبير من الصحف والمجلات الورقية السعودية، ومنها: جريدة اليوم، جريدة عكاظ، جريدة الرياض، جريدة الجزيرة، جريدة البلاد، جريدة الشرق الأوسط، جريدة الحياة، جريدة الوطن، جريدة المدينة، جريدة الاقتصادية، جريدة الندوة، جريدة الرياضية، جريدة الرياضي، جريدة الشرق، ومجلة اليمامة، مجلة المعرفة، والمجلة العربية، مجلة الفيصل، مجلة المنهل، مجلة القافلة، مجلة الرجل، مجلة هي، مجلة الجميلة، مجلة سيدتي، مجلة باسم وغيرها، فضلا عن المجلات العلمية، والمجلات المتخصصة التي تصدرها الجامعات والمستشفيات والمؤسسات المتخصصة.

والواقع الجميل أن هذه الصحف والمجلات السعودية الرسمية والتجارية ــ على اختلاف توجهاتها: السياسية والثقافية والاقتصادية والفنية والرياضية، كلها تلتزم بالعربية الفصحى، وهي بهذا تقدم واقعا لغويا أفضل حالاً من الوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة.

ولا شك أن هذا الحراك الصحفي الثقافي كان له بالغ الأثر في خدمة المعرفة بشكل عام، وخدمة العربية بشكل خاص. إذ التزمت كل تلك الصحف باستخدام العربية الفصحى، واستطاعت أن تطوّع اللغة، وأن تقدم لنا لغة سلسة مرنة، تفي بمتطلبات العصر، وتستوعب كل التطورات والمنتجات والتعبيرات والمصطلحات الجديدة، واستطاعت أن تصقل كثيرا من الأساليب

(١) تقرير في جريدة اليوم السعودية، الثلاثاء ٤ مارس ٢٠٠٨م، العدد ١٢٦٨١،على الرابط:
http://www.alyaum.com/article/2565525

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

اللغوية، وأن تطوّر في دلالات الألفاظ والمصطلحات، وفي الأساليب اللغوية، وفي التفاعل مع الفنون والعلوم والأغراض كافة.(١)

وتكمن العلاقة الوطيدة بين الصحافة المكتوبة واللغة في كون الإعلام بحاجة إلى صياغة لغوية تجتمع فيها الحيثيات اللغوية، والحيثيات الاجتماعية، بحيث يستخدم الصحفي المستوى العلمي الاجتماعي من اللغة، وهو المستوى الذي يضمن له وصول الرسالة الاتصالية بشكل مباشر، دون أي غموض، أو احتمالات تأويلية غير مقصودة. فالاتصال في جوهره هو نقل المعاني عن طريق الرموز المستخدمة والمتعارف عليها، من أجل التوافق النفسي مع العالم الخارجي. فالرموز هي جوهر وسائل الإعلام وعمودها الفقري وبدونها لا يمكن أن تعمل، وهذا يعني ضرورة وجود لغة إعلامية سلسة ومفهومة وموحدة ومشتركة. فالرسالة الإعلامية تفقد قيمتها عندما ينعدم الفهم أو تتعدد المعاني في الرسالة الواحدة.(٢)

وبناء على ذلك فإن اللغة الإعلامية تحرص على الالتزام بالقواعد اللغوية والاجتماعية العامة، كما تحاول أن تلتزم بخصائص أخرى من بساطة وإيجاز ووضوح ونفاذ مباشر وتأكيد وأصالة وجلاء واختصار.(٣)

كما أن ذلك يتطلب النزول إلى المستويات الاجتماعية للغة، وهذا يعني استعارتها شيئا من اللهجات المحلية، لتكون لغة وسطى ومشتركة، تصل إلى طبقات المجتمع كافة.

---

(١) انظر: محمد حسن عبد العزيز، لغة الصحافة المعاصرة، دار الفكر العربي – القاهرة، ٢٠٠٢م.

(٢) انظر: عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت، ص٩٧.

(٣) عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت، ص١٣٤.

فاللغة المشتركة لغة موجودة وقائمة بين أفراد وجماعات، وقد تختلف لديهم صور التكلم، وظروف التكلم التاريخية والاجتماعية، فتقوم لغة وسطى لتقرب تلك الفروقات.(١)

غير أن هذه الصورة الجميلة للصحافة، ودورها الإيجابي في خدمة العربية لم تكن مثالية دائما، فقد كان يشوبها بعض الهنات، نتيجة لضعف بعض كوادر الكتابة، فالأخطاء اللغوية، والإغراق في الاقتباس من العامية، وتهجين الفصحى يضعف من إنجاز لغة مشتركة سليمة.

وقد أفادت اللغة العربية من الصحافة في جانب آخر، وهو تنمية مهارة القراءة بالعربية، وهي إحدى المهارات المهمة في كل لغة. وبالرغم من أن الصحافة كانت هي وسيلة المعرفة والأهم؛ إلا أنها لا تزال ذات أهمية وحضور واضحين، فهي الناقل لكثير من الأعمال الأدبية والفكرية، وهي الناقل للأخبار السياسية والاجتماعية والرياضية وغيرها، وهي الناقل للإعلانات التجارية.

كما أن اللغة العربية أفادت من الصحافة في تنمية مهارة الكتابة لدى الناس، إذ إن تكرار رؤية الكلمات مكتوبة بشكل صحيح، لا سيما الكلمات ذات الإشكال الكتابي، كالكلمات المهموزة، وذات الحروف التي تنطق ولا تكتب أو تكتب ولا تنطق، أقول: إن اعتياد العين على رؤية النماذج الكتابية الصحيحة يؤدي إلى تعلم الناس لهذه المهارة. فاللغة سلوك اكتسابي.

فضلا عن كون الصحافة كانت ديوان الأعمال الأدبية، والمقالات اللغوية، والمواد التعليمية، فهي ديوان المجتمع.

---

(١) محمد نادر السيد، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة ، ص٣٨ ــ ٣٩.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

كما أن المؤسسات الصحفية تقوم بجهود ثقافية وعلمية رائدة ومؤثرة، ومن ذلك:

ـ نشر الكتب الثقافية واللغوية الدورية، ومن ذلك ما تنشره جريدة الرياض، تحت مسمى "كتاب الرياض" وهو إصدار شهري، صدر منه حتى الآن قرابة ١٦٠ كتابا، بدأ أول إصدار شهري منذ عام (١٩٩٣)م . يطرح فيه كل شهر موضوعا مختلفا في معارف متنوعة، ويعده نخبة من المفكرين والكتاب العرب، كما يعتبر من أهم المساهمات التي تقدمها جريدة الرياض للثقافة العربية.(١)

ومن ذلك ما تصدره "المجلة العربية" من كتب وسلاسل. حيث دأبت المجلة العربية على إصدار سلاسل كتب منذ العام ٢٠١٠م، لتكون مركزاً ثقافياً أكثر شمولية، بمعدل كتاب كل أسبوعين. وتغطي إصدارات الكتب المجالات التالية.:

ـ كتاب العدد: وهو إصدار شهري، بدأ منذ العدد ٢٤٠ لشهر محرم عام ١٤١٨ هـ على إهداء قرائها كتيباً بعناوين مختلفة في التراث والآداب والتاريخ والعلوم وكافة الموضوعات ذات الطابع الثقافي، وقد صدر منه ١١٣ كتابا حتى الآن.

ـ كتاب العربية (الترجمة): سلسلة تعنى بترجمة أهم الكتب وأحدث الإصدارات من اللغات المختلفة.

ـ كتاب العربية (المفاهيم): وهي سلسلة تعنى بالمفاهيم العالمية الحديثة.

---

(١) موقع جريدة الرياض: http://www.alriyadh.com/page/alriyadh_books

ـ كتب الأطفال: وهي سلاسل كتب موزعة على فئات الأطفال العمرية.(١)

ومن ذلك ما تصدره مجلة الشرق الأوسط تحت مسمى "سلسة أكاديمية الشرق الأوسط"، وصدر عنها مجموعة من الكتب، ومنها: كتاب "التدريب الصحافي"، وكتاب "المحرر الصحافي"، وكتاب "أسلوب الشرق الأوسط".(٢)

ومن ذلك أيضا الملاحق الثقافية والأدبية التي تصدرها الصحف السعودية، حيث تصدر جريدة "المدينة" عدة ملاحق، منها ملحق "الرسالة" (يصدر كل جمعة) و"الأربعاء" (يصدر كل أربعاء).(٣)

ـ كرسي جريدة الجزيرة للدراسات اللغوية الحديثة(٤): وهو كرسي بحثي أقامته جريدة الجزيرة بالتعاون مع جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن؛ وذلك لتحقيق نقلة نوعية في مجال البحوث والدراسات اللغوية، تتمحور مناشطه حول: المعجم التركيبي، وحوسبة اللغة، والتدريب على المهارات اللغوية، وعلم النص، والانتشار الجغرافي لصحيفة الجزيرة، والترجمة اللغوية. وتتمحور مجالات مشروعاته الكرسي في: علم النص،

---

(١) انظر: موقع المجلة العربية:
http://www.arabicmagazine.com/Arabic/AboutUs.aspx
(٢) انظر: موقع جريدة الشرق الأوسط:
http://aawsat.com/home/international/section/academy-series
(٣) انظر: موقع جريدة المدينة: http://www.al-madina.com/issue
(٤) انظر موقع جريدة الجزيرة:
http://www.al-jazirah.com/2015/20150910/fe13.htm

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

والتعبيرات الاصطلاحية، والمحور الجغرافي، ولسانيات الحاسوب، والتدريب على المهارات اللغوية، والترجمة اللغوية.

وقد أقام الكرسي عشرات المناشط من نـــدوات ومحاضـــرات وورش عمل وحلقات نقاش، شارك فيها عشرات الأكاديميين والباحثين مـــن عـــدة جامعات عريقة؛ سعودية وعربية.

واستطاع الكرسي أن يحدث حراكـــاً علميـــاً لغويـــاً وجغرافيـــاً على مستوى الجامعات بمنطقة الرياض، كما أنّـــه قد حقق الشراكة العلمية بـــين جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، وجامعة الملك سعود، وجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وجامعة الأمير سلطان الأهلية، ومدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، ومعهد الإدارة، والنادي الأدبي، والجمعيـــة العلميـــة السعودية للغة العربية.

وأصدر الكرسي عددا كبيرا من الكتب، ومنها: كتاب تحولات العصـــر الرقمي وآثارها على اللغة العربية، وكتـــاب الحاســـوب والبحـــث اللغـــوي: المدونات اللغوية نموذجا، وكتاب التعليم الإلكتروني في خدمة اللغة العربية، وكتاب اللغة العربية والطفل تحديات وتجـــارب، وكتـــاب وســـائل التواصـــل الاجتماعي وأثرها على اللغة العربية، وكتاب المصدر الصناعي في وســـائل الإعلام: مقالات صحيفة الجزيرة أنموذجاً، وكتاب الأشكال الأدبية الـــوجيزة في فضاء تويتر، وكتاب دراسات حديثة في اللسانيات والأدب (اثنـــا عشـــر بحثًا مترجمًا من الإنجليزية والفرنسية والألمانية إلى اللغة العربية)، وكتاب أبحاث تطبيقية في اللغة العربية والإعلام الجديد، وكتاب كشـــاف الأخطـــاء اللغوية في الصحافة، وغيرها.

كما أصدر الكرسي تطبيقات إلكترونية، ومنها:تطبيق مفردات القرآن، وتطبيق كرسي بحث صحيفة الجزيرة، وأصدر مقررات إلكترونية، ومنها: مقرر التحرير الكتابي عرب ١٠١، ومقرر التدريبات اللغوية عرب ٢٠٢.(١)

٢ـ الإعلام المسموع:

أ ـ الإذاعات الحكومية:

بدأتْ رحلة الإذاعة في المملكة العربية السعودية في ١٨ يوليو ١٩٤٩ م، حيث أصدر الملك عبد العزيز مرسوماً ملكياً بتأسيس الإذاعة السعودية، وفوض نائبه في الحجاز ـ الأمير فيصل ـ بالقيام بمسؤولية الإشراف على الإذاعة. وفي يوم ١٩ رمضان ١٣٦٨هـ ـــ الموافق ١٩٤٩/٥/٢٠م أذيع أول برنامج تجريبي للإذاعة السعودية من جدة، بينما كان أول يوم عرفت فيه المملكة العربية السعودية الإذاعة عن طريق البث الرسمي هو ٩ ذو الحجة من عام ١٣٦٨هـ ، وذلك حينما افتتحت الإذاعة إرسالها في حج ذلك العام بكلمة من الملك عبد العزيز – يرحمه الله – لحجّاج بيت الله الحرام، ألقاها نيابة عنه ابنه الأمير فيصل – يرحمه الله – . في البداية كان مقر الإذاعة في جدة، ثم أنشئت في مكة المكرمة عام ١٣٧١هـ محطة إذاعية أخرى.

أما النظام التأسيسي للإذاعة السعودية فصدر بمرسوم ملكي بالرقم ٧/٣/١٦/١٠٠٤ والتاريخ ١٣٧٤/٦/١٧هـ ، يقضي بإنشاء مديرية عامه مستقلة للإذاعة تتبع رئيس مجلس الوزراء. وجاء في المادة الخامسة منه: (اللغة الرسمية للإذاعة السعودية هي اللغة العربية، ولها أن تحدث إذاعات

(١) استقيت المعلومات من تقرير لأستاذ الكرسي، أ.د. نوال الحلوة.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

بمختلف اللغات الأخرى، في حدود الأغراض المبيّنة في المادة الرابعة من هذا المرسوم).[١]

وفي سنة ١٣٧٥ هـ ـ ١٩٥٥م صدرت مجلة الإذاعة. وتسعى الإذاعة السعودية إلى تحقيق أهدافها في نطاق السياسة الإعلامية من خلال الإذاعات المتخصصة، كل في مجاله، وهي:

ـ إذاعة نداء الإسلام:

بدأت عام ١٣٨١هـ وكانت تسمى إذاعة صوت الإسلام، وتهدف إلي التعريف بالإسلام ومبادئه وأحكامه.

ـ إذاعة القرآن الكريم:

بدأ بثها في عام ١٣٩٣هـ وتهدف إلى بث القرآن الكريم وتفسير آياته وتعليم قراءاته بالإضافة إلى نقل المسابقات المحلية والدولية الخاصة بحفظ وتلاوة القرآن الكريم.

ـ البرنامج العام والبرنامج الثاني:

تم افتتاح إذاعة الرياض عام ١٣٨٤هـ وتم توحيد بث البرنامج العام بين إذاعتي الرياض وجده في مطلع شوال ١٣٩٩هـ. وقد بدأ البث الإذاعي للبرنامج العام مستقبلاً من الرياض والبرنامج الثاني من جدة عام ١٤٠٣هـ

ـ البرنامج الأوروبي (بقسميه الانجليزي والفرنسي):

يهدف إلى نشر الدعوة الإسلامية وإبراز محاسنها، وبث البرامج الإعلامية عن المملكة، وتحقيق رغبات المستمعين خاصة الجاليات المقيمة

(١) المرجع السابق، ص ١٥.

بالمملكة بإنتاج وبث برامج المنوعات والبرامج الفنية والثقافية، وتغطية المناسبات والأحداث المحلية والعالمية.

ـ البرامج الموجهة:

نشأت فكرة البرامج الموجهة منذ النشأة الأولى للإذاعة السعودية، ففي حج عام (١٣٦٩هـ - ١٩٥٠م) رأى المسؤولون أن تجمع الحجاج في المشاعر المقدسة يستلزم توجيههم إلي التمسك بآداب الإسلام، وآداب الحج فاختيرت اللغتان الإندونيسية والأوردية، لتكونا أول لغتين تقدم بهما الإذاعة السعودية برامج موجهة.(١)

وتتميز الإذاعات الحكومية بكونها تقدم مضمونا فكريا جيدا، وبكونها تولي العربية شيئا من الاهتمام، حيث تبث عددا لا بأس به من البرامج اللغوية والأدبية والبلاغية والثقافية. كما أنها تلتزم بالعربية الفصحى في بث نشرات الأخبار، وبعض البرامج الدينية واللغوية والثقافية. ومن تلك البرامج ـ مثلا ـ ما يلي:

(١) موقع وزارة الثقافة والإعلام:
http://www.info.gov.sa/SectDetails.aspx?id=19

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

البرامج الخاصة عن اللغة العربية بإذاعة القرآن الكريم

تسلسل	اسم البرنامج	اسم المعد	عدد الحلقات	المدة	سنة الإنتاج
١	لغة القرآن	رمضان عبدالتواب	١٠٠	١٥ق	١٣٩٥هـ
٢	من أسرار اللغة في القرآن والسنة	د. محمود الطناحي	٣٨٦	١٠ق	١٤١٦هـ
٣	نظرات لغوية في القرآن الكريم	د. صالح العايد	٣٣	١٠ق	١٤٠٦هـ
٤	منزلة العربية بين علوم القرآن	د. محمد السبيهين	٧٢	١٠ق	١٤٢٨هـ
٥	دروس في اللغة العربية	د.عبدالعزيز اسماعيل	٢٢١	١٥ق	١٤٠٦هـ
٦	دروس في النحو العربي	د.حسن الحفظي	١٢٠	١٠ق	١٤١٤هـ
٧	فقه اللغة وخصائص التعبير	د.عبدالغفار حامد هلال	١١١	١٠ق	١٤٠٢هـ
٨	بلاغة المتشابه اللفظي في القرآن	د. محمد الصامل	١١٥	١٠ق	١٤١٩هـ
٩	مفردات القرآن الكريم	يحي المعلمي	٩٢	١٠ق	١٤٠٦هـ
١٠	ورقات في اللغة	ناصر الصالح	١٠١		١٤٣١هـ

ب ـ الإذاعات الخاصة:

يوجد في المملكة العربية السعودية مجموعة من الإذاعات الخاصة. والتي تبثّ بنظام الإف إم، فهي:

إم بي سي إف إم ــ بانوراما إف إم ــ مكس إف إم ــ يوإف إم ــ ألف ألف إف إم ــ روتانا إف إم.

وهي تبث بعض البرامج بالفصحى كالأخبار والبرامج الدينية وبعض البرامج الثقافية. غير أن واقعها اللغوي يحتاج إلى شيء من التأمل. فالغلبة فيها للعامية، واللافت للنظر أن أسماء أكثرها باللغة الإنجليزية، فضلا عن أسماء بعض البرامج، وهو ما يعني أن المؤمل منها أكبر من واقعها.

والحق أن الإذاعة ظلت محتفظة برونقها وسحرها، ومحتفظة بجمهورها العريض، ومثبتة قدرتها التأثيرية، وقدرتها التنافسية مع وسائل الإعلام الأخرى، وذلك نتيجة توفر عدة معطيات، منها قلة كلفتها الإنتاجية وقلة كلفة التلقّي، وقدرتها على تخطّي الحواجز الجغرافية، والوصول السريع إلى المتلقين، وتنوّع المتلقين، فهي تبثّ لجميع الأعمار والطبَقات، وسهولة تلقي الناس عنها، فهي لا تحتاج إلى ظروف تلق مرهقة، كالقراءة والمشاهدة، فهي تعتمد على الأذن فقط. كما أنها تناسب جميع فئات المجتمع، حتى الأمّيّ منهم. وتتميز بقدرتها على خلق التخيل المباشر، والقدرة على التأثير، والقدرة على خلق التقارب الذهني بين المرسل والمتلقي، ما تتميز بثرتها على الإثارة والتنويع، فهي تقوم بالإخبار، وتقوم بالتثقيف، وتقوم بالتعليم، وتقوم بالترويح والتسلية، وتقوم بالدعاية والترويج. وتمتاز بالحيوية التي تنبض في الصوت الإنساني، والمؤثرات الصوتية والموسيقية. وهذا يعطي المستمع شعوراً بالمشاركة لا يحسه القارئ للكلمة المكتوبة. وللكلمة المسموعة أثرها القوي في الإيحاء وإثارة العواطف، ومن هنا تخلق الإذاعة الشخصيات المؤثرة.[١]يقول مارشال ماك لوهان: (إن الكلمة المنطوقة تستثير الحواس الخمس في المستمع بشكل درامي).[٢] ويقول بيير بابان: (من المؤكد أننا نسبح في الصوت بفضل الأدوات الإلكترونية).[٣]

(١) انظر: فوزية فهيم، الفن الإذاعي، المركز العربي للثقافة والعلوم، السلسلة الثقافية، د.ت ، ص٢٩.

(٢) نقلاً عن: طه محمود طه، وسائل الاتصال الحديثة وأبعاد جديدة لإنسان القرن العشرين، عالم الفكر، العدد الثاني، ١٩٨٠م، ص٥٥.

(٣) بيير بابان، لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي البصري، ترجمة: إدريس القري، دار الفارابي للنشر، سلسلة السمعي البصري، مكناس، المغرب، ص١٨.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

وتتميز الإذاعة بالقدرة البالغة على تحسين المستوى اللغوي لدى المتلقين. فاللغة تكتسب ــ ابتداء ــ بالتلقي السمعي، وبناء على ذلك فهي من أهم وسائل الإعلامي في التأثير اللغوي، فهي تنمي مهارة الاستماع، والفهم والتحليل، وتزيد من الثروة اللغوية، وتقدم المفردات والأساليب في السياقات الاستعمالية المختلفة، وتضيف حيوية وتجديدايتفق مع روح العصر ومتطلباته.

وغني عن البيان أن الكلمة المسموعة أكثر انتشاراً من الكلمة المكتوبة، ولذا فإن لغة الناس تزخر بالكثير الكثير من المفردات والمصطلحات والأساليب المستقاة من الإذاعات.

٣ ـ الإعلام المرئي:

أ ــ القنوات التلفزيونية الحكومية:

ــ القناة الأولى. ــ الإخبارية. ــ الثقافية. ــ الاقتصادية. ــ الرياضية (عدة قنوات).

ــ قناة القرآن الكريم. ــ قناة السنة النبوية. ــ قناة أجيال.

وكل هذه القنوات تبث بالعربية، وتلتزم ــ غالبا ــ بالفصحى.

ــ القناة الثانية: وتبث باللغة الإنجليزية.

ب ــ القنوات الخاصة:

في ظل الثورة التقنية والانفتاح الفضائي ظهرت قنوات تلفزيونية سعودية كثيرة جدا، بعضها يبث من داخل المملكة، وبعضها يبث من خارجها، ومن ذلك مجموعة قنوات الإم بي سي، ومجموعة قنوات روتانا،

ومجموعة قنوات المجد، وغيرها. بعضها يهتم بالسياسة، وبعضها يهتم بالثقافة وبعضها يهتم بالرياضة وبعضها يهتم بالفن، وبعضها يهتم ببرامج الأطفال، ونحو ذلك.

وتلتزم القنوات السعودية ببث نشرات الأخبار، وبعض البرامج الدينية والثقافية والسياسية والوثائقية باللغة العربية الفصحى. وأغلب البرامج والتلفزيونية تستخدم عناوين بالعربية الفصحى. كما أن كثيرا من برامج الأطفال والمسلسلات، لا سيما التاريخية والدينية منها، والأفلام المدبلجة والمترجمة تلتزم بالفصحى، يل إن جزءا من الإعلانات التلفزيونية تلتزم بالفصحى أيضا.

ويظهر استشعار المسؤولية الثقافية لدى القنوات التلفزيونية الحكومية بشكل أكبر من القنوات الخاصة، حيث تكثر البرامج الثقافية والدينية. في حين تركز القنوات الخاصة على البرامج الترفيهية.

وأحسب أن القنوات التلفزيونية كانت تقوم بأدوار إيجابية نحو اللغة والثقافة العربية أكثر مما هو حاصل مؤخرا.

ومن الجدير بالذكر أن التلفزيون هو أكثر وسائل الإعلام استقطابا للجمهور وجذبا له؛ لما يتميز به من عامل الصورة والحركة واللون، والقدرة على إحداث التأثير المطلوب، وأقوى وسائل التواصل بين الأفراد والشعوب، وأكثرها قدرة على تشكيل الهوية الوطنية، والهوية الثقافية، وعلى توحيد الشعور والمحافظة على تراث الأمة وموروثها الثقافي والحضاري.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

فالتلاميذ ــ على سبيل المثال ــ يجلسون أمام جهاز التلفزيون أكثر مما يجلسون فوق مقاعد الدراسة، وبناء على ذلك فهو مصدر المعرفة الأول، ومغذي السلوك البشري الأول، ومن السلوك البشري اللغة.

إن هذه الخصائص التي يتفوق بها التلفزيون على غيره من وسائل المعرفة تجعل منه سلاحا بالغ التأثير، سواء استخدم سلبا أو إيجابا.

ومن إيجابياته تنمية مهارة الاستماع، وتنمية مهارة القراءة في الأعمال المترجمة كتابيا، كما أنه ساهم في تطوير الألفاظ والأساليب والتعبيرات العربية، وفقا لمتطلبات العصر، ذلك أن وسائل الاتصال الإعلامية تعكس أهم العوامل التي تدعو إلى نشأة كلمات في اللغة ، كمقتضيات الحاجة إلى تسمية مستحدث اجتماعي جديد، سواء أكان نظماً اجتماعيا أم اقتصادياً، أم نظرية علمية جديدة أو فلسفية أو مخترعاً مادياً جديداً، ومن ذلك ما ظهر من مفردات كثُر تداولها على الصعيد الاقتصادي والسياسي كالخصخصة أو العولمة أو القطب الواحد ونحوها.(١)

وقد أدى هذا التطور إلى ظهور لغة من نوع جديد غير اللغة الأدبية بمستواها التذوقي الجمالي، وغير لغة العلم، بمستواها الدقيق المباشر. فاللغة التلفزيونية الجديدة تسعى إلى جميع فئات المشاهدين، والى تحقيق المستوى العملي، على الصعيد الاجتماعي للغة.(٢) ذلك أن اللغة الإعلامية لا تهدف إلى مناشدة حاسة الجمال للقارئ بقدر ما تسعى إلى استخدام لغة تضمن اتصالا ناجحا أساسه الوضوح والسهولة.

(١)انظر: محمد نادر السيد، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ص١٥-١٧.
(٢)عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت، ص٢٩.

وفي المقابل فإنه لا يمكننا التغافل عن الأدوار السلبية التي يقدمها التلفزيون على المستوى اللغوي، ويبرز في هذا المسار مسألة ضعف مهارة التخاطب والمحاورة، فالمشاهد يؤدي دور المتلقي دائما، ولا يمارس ــ في المقابل دور المرسل أو المتكلم.

كما أنها تُضعف مهارة القراءة لدى الجمهور، لاسيما الأطفال منهم. وقد أورد الدكتور راشد الفضلي في بحثه "أثر مشاهدة التليفزيون على عادة القراءة عند الأطفال" مجموعة من الدراسات القيمة في هذا المجال، ومنها دراسة العالمَين أندرسون وكولن سنة ١٩٨٨، وقد قدِّمت هذه الدراسة لمكتب التربية الأمريكي القومي حول تأثير مشاهدة التليفزيون على الأطفال في مدينة بولاية أيوا في أمريكا، لم تَعرف التليفزيون من قبل، ثم عرضا للتليفزيون، وقاما بمقارنة نشاطات الأطفال قبل مشاهدة التليفزيون، وبعدها. وأشارت البيانات إلى أن مشاهدة التليفزيون حلَّت محل نشاطات أخرى كاللعب والقراءة، وقد وجد هذان الباحثان دراسات متعدِّدة تؤيد ما توصَّلا إليه.(١)

كما أن من المثالب الظاهرة في السنوات الأخير، لا سيما في القنوات الخاصة غلبة العامية على الفصحى في كثير من البرامج، فضلا عن دخول اللغة الإنجليزية في ساحة الصراع اللغوي الإعلامي، عن طريق بعض أسماء البرامج، وعن طريق استخدام بعض المصطلحات والكلمات الأجنبية في بعض البرامج. ولا يزال الأمل معقودا بتحسّن الحال.

---

(١) راشد الفضلي، أثر مشاهدة التليفزيون على عادة القراءة عند الأطفال، وزارة المعارف السعودية، كلية المعلمين بالدمام، ١٤١٢هـ. ص ص ٢٣ ـــ ٢٤.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

والحق أننا حين نطالب باستخدام الفصحى فإننا لا نطالب الإعلامي بأن يستخدم لغة مقعّرة، موغلة في الغرابة، وإنما نطالبه ــ على الأقل ــ باحترام الحد الأدنى من قواعد اللغة والمعايير المنظمة لها، وأن يلتزم باستخدام المفردات والمصطلحات العربية. وهو ما يضفي على أسلوبه مسحة من الأناقة والجمال، وينأى به عن الإسفاف والرداءة والقصور.

إن دور الإعلام أن يرتقي بمستويات الشعوب، وأن يتمسك بموقع الريادة والتنوير، وأن يقود المجتمعات نحو الأرشد والأفضل، وأن يرفع من المستوى اللغوي والثقافي والأدبي للشعوب. وبهذا يكون الإعلام قد أسهم في تعميم اللغة العربية الفصحى كلغة جامعة مشتركة يفيد منها كل الناطقين بالعربية. فوسائل الإعلام عليها مسئوليات اجتماعية تنطلق منها لخدمة المجتمع بيئياً وسياسياً واجتماعياً واقتصادياً، وهو واجب يحمّلها مسؤولية وتبعية أي اختلال أو أي اهتزاز في التوازن الحضاري بشكله العام والخاص.(١)

وفي هذا الخصوص يقول الدكتور إبراهيم مذكور رئيس مجمع اللغة العربية بالقاهرة: (ولا يفوتني أن أشير إلى أن النهوض باللغة ليس مقصورا على المجامع وحدها، بل هو قبل كل شيء من صنع الكتّاب والأدباء والعلماء والباحثين ورجال الثقافة والإعلام).(٢)

---

(١) انظر: غازي زين العابدين، الإعلام والمجتمع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩٥م، ص ١١.

(٢) عن صحيفة المجاهد الجزائرية، عدد ٢٤/ ٩ / ١٩٩٦م.

٤ ـ الإعلام الجديد:

يبرز في هذا الإطار عدة أنماط:

أ ــ المواقع الإلكترونية للصحف والمجلات والإذاعات والقنوات التلفزيونية السعودية.

ب ــ المواقع الإلكترونية للوزارات والجامعات والمؤسسات الحكومية والأهلية. وفيما يتعلق بخدمة اللغة العربية يبرز موقع مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز لخدمة اللغة العربية، بما يقدم من معلومات وأخبار، وما يقدم من كتب وملفات ودراسات حول اللغة وتقنياتها ووسائل تعليمها ورصد واقعها،(١) والمركز الوطني لتطويرتعليم اللغة العربية وتعلمها(٢)، ومواقع كليات اللغة العربية ومعاهد تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها في الجامعات السعودية، ومعهد الملك عبدالله للترجمة والتعريب(٣)، ومركز اللغويات التطبيقية بجامعة الإمام(٤)، وموقع مكتبة الملك فهد الوطنية(٥)، وموقع مكتبة الملك عبدالعزيز العامة(٦)، ومواقع المكتبات المركزية في الجامعات السعودية، وهي تقدم خدمات جليلة للباحثين.

---

(١) موقع مركز الملك عبدالله لخدمة اللغة العربية: https://www.kaica.org.sa/

(٢) موقع وزارة التعليم:
https://www.moe.gov.sa/ar/news/Pages/arabiclanguagedevelop.aspx

(٣) معهد الملك عبدالله للترجمة والتعريب: http://kaitaimamu.com/

(٤) موقع مركز اللغويات التطبيقية:
https://units.imamu.edu.sa/rcentres/KSCAL/Pages/default.aspx

(٥) موقع مكتبة الملك فهد الوطنية:
http://www.kfnl.org.sa/Ar/Pages/default.aspx

(٦) موقع مكتبة الملك عبدالعزيز العامة: http://www.kapl.org.sa/

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

جـ ــ مواقع التواصل الاجتماعي، وغالبها يستخدم خاصية الكتابة وإضافة المواد الصوتية والصور والأفلام، وتتيح للمؤسسات الرسمية والخاصة والأفراد أن تنشئ حسابات خاصة فيها. وأغلب المؤسسات الحكومية والأهلية تفيد من هذه المواقع في نشر رسائلها.

د ــ مواقع التعليم عن بعد، الخاصة بالمؤسسات الحكومية كالجامعات والخاصة، كالمعاهد الأهلية، والمؤسسات الخيرية، مثل موقع العربية للجميع[١]، ومواقع مكاتب الجاليات ونحوها. ويبرز في هذا الإطار مواقع التعليم عن بعد في أغلب الجامعات السعودية، وموقع الجامعة السعودية الإلكترونية[٢]، حيث تقوم بتعليم وتثقيف الآلاف من الناس، داخل المملكة وخارجها. ومن مجالات التعليم الظاهرة تعليم العربية لغة أولى ولغة ثانية (لغير الناطقين بها).

ولغة هذه المواقع جميعها هي الفصحى، من حيث أسماء المواقع، واللغة المستخدمة فيها، والتعليمات، وغالبية المحتوى المنشور فيها.

ومن الجدير بالذكر أن الإعلام الجديد يتميز بعدد من الجزئيات التي لا تتوفر في وسائل الإعلام الأخرى، ومنها أنه تجاوز مسألة أن تقوم الوسيلة الإعلامية بدور المرسل، وعامة الناس يقومون بدور المتلقي، بل تحول الجميع إلى مرسلين ومتلقين، وأصبح الإرسال ممكناً وسهلاً لأي شخص يريد ذلك، فهو لم يعد إرسالا هرميا، يأتي من رأس الهرم إلى قاعه، بل إن الغالب فيه أن يأتي من قاع الهرم إلى رأسه. وكأنما هي عملية لتبادل

---

(١) موقع العربية للجميع: http://arabicforall.net/ar

(٢) موقع الجامعة السعودية الإكترونية:
https://www.seu.edu.sa/sites/ar/Pages/main.aspx

الأدوار. وهو من مظاهر العصر الرقمي الذي كسر النخبوية، وسارع إلى زج الناس في خضم تداولية تفاعلية لها تأثير لم يسبق له مثيل.

وهذا كله أحدث انقلاباً هائلاً في الصناعات الاتصالية والإعلامية نفسها، وفي وسائلها وتقاليدها ومحتواها ومسؤوليتها العلمية والأخلاقية، وفي لغتها وفي مستوى الفاعلين فيها. لا سيما في المواقع والصفحات والحسابات الخاصة.

هذا الواقع خلق جوانب إيجابية تتمثل فيما سبق، وفي صقل مهارة الكتابة، لا سيما الإبداعي منها، وخَلَقَ جيلا قادرا على المحاورة والنقد والتحليل. وساهم في تغيير شكل اللغة، حيث اتجه بها إلى الاختصار والاقتصاد في الكلمات بدلا من الإسهاب. كما ساعد في نشر المدونات العربية واستخدام وسائل التواصل كوسائل للتعليم والتثقيف ونشر الأخبار. واستطاعت جهات عدة أن تفيد من هذه التقنيات في نشر المفيد، من كتب وبحوث ومقالات وبرامج ومواد مفيدة.

غير أن مسألة تحوّل الجميع إلى مرسلين قلّل من حجم الرقابة والتمحيص لما يقدّم، فكثُر فيه الغثّ، وتأثر المستوى الثقافي، وضعف المستوى اللغوي، وظهرت لغة جديدة أطلق الخبراء عليها اسم "العربيزي"، وهي اللغة التي يستخدمها بعض الشباب للتواصل في ما بينهم، عبر استخدام الحروف والأرقام الأجنبية لكتابة الكلمات العربية. كما كثُر استخدام المصطلحات الأجنبية بدلا من العربية.

واللافت للنظر أن التقنيات المستعملة لدى بعض البلدان العربية هي من أحدث ما هو متوافر في أسواق الدول الصناعية. والعرب من أكثر

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

المستهلكين لها في العالم، حتى غدت بعض المحطات الإذاعية والتلفزيونية العربية مَعارض لأحدث وأضخم ما هو متوافر في العالم.

والجميل في الأمر هو قيام الشركات الكبرى ذات المواقع الحاسوبية، مثل "قوقل" و"يوتيوب" و"تويتر" و"فيس بوك" و"سناب شات" و"انستقرام" وغيرها بتعريب مواقعها. فاللغة العربية تحتل المركز السابع في قائمة أكثر اللغات استخداما على الإنترنت.(١)

٥ ـ لغة الإعلان:

تكمن أهمية الإعلانات في كونها رسائل قصيرة موجهة، تتكرر بشكل مكثف، على على نحو يجعلها ترسخ في ذهن المتلقي، بحيث يمكن أن يرددها ـــ دون وعي ـــ بمجرد أن يسمع لزمتها الموسيقية أو يشاهد صورة الإعلان. وربما تكون الإعلانات أقدر الأعمال الإعلامية على الاستقرار في ذهن المتلقي؛ لتكرارها ـ وانطوائها على الإثارة والطرافة والإيجاز. وهي ميزة يمكن الإفادة منها في الارتقاء باللغة، عن طريق استخدام مفردات فصيحة، وجمل بليغة، وأساليب تشويقيَّة سليمة. وإذا ما تم ذلك فستكون خدمة كبرى للفصحى.

ونظرا لارتباط الإعلان بالتسويق والبيع فإن صياغته تأتي محكمة من حيث الألفاظ والأساليب والمؤثرات الأخرى. وهذا يعني أن اختيار اللغة المستعملة في الإعلان يتم بعناية كبيرة، فالمعلن يختار أنجع الطرق للوصول إلى إقناع المتلقي ودفعه إلى شراء السلعة، أو تبني الفكرة. إذ لا يلزم أن

(١)انظر: عبير مشخص، دور الإعلام الجديد والإنترنت في إعادة الشباب للغته، صحيفة الشرق الأوسط، الاثنين ٢٦ صفر ١٤٣٥ هـ ٣٠ ديسمبر ٢٠١٣ العدد ١٢٨١٦.

يكون التسويق لسلعة تجارية، بل ربما كان تسويقا لفكرة أو سلوك ما. فقد توظّف هذه الوسيلة الحضاريَّة في توجيهِ المجتمع والارتقاء بمستوى وَعْيه، كاللوحاتِ التي تحذِّر من التدخينِ وتُظهر مضارَّه، وكالأفلام التي تحذر من مخاطر السرعة، أو من استخدام الهاتف الجوال أثناء القيادة، أو كتلك التي تسوّق لشيء من البرامج الحكومية كالتصويت في الانتخابات، ونحوها.

وفي الإعلام السعودي تبرز اللغة الفصحى في كثير من الإعلانات التوجيهية والتثقيفية، وفي اللوحات الإرشادية، ولوحات المرور ونحوها، وجزء من الإعلانات التجارية. غير أن العامية بدأت تغزو عالم الإعلان بشكل ملحوظ. وقد أجرى الدكتور سامي الشريف دراسة بعنوان "الأطفال ومحتوى الإعلانات في التلفزيون السعودي"، وقام بإحصاء لغة الإعلانات التجارية في التلفزيون السعودي، فوجد أن المستخدَم منها باللغة الفصيحة في حدود ٢٥% فقط من مجموع الإعلانات التجارية، والبقية بالعامية.(١)

وهي نسبة تحتاج إلى وقوف الجهات المعنية ـــ كوزارة الثقافة والإعلام، ووزارة التجارة ـــ عندها بحزم. ولا تُعفى الجهات المعلنة أو الوسائل الإعلامية من هذه المسؤولية. فالعربية الفصحى قادرة على حمل الرسالة الإعلانية، وإيصالها بالشكل المطلوب، كما هو الحال بالنسبة لكثير من الإعلانات بالفصحى. كما أن هناك مسؤولية حضارية وثقافية يُفترض أن تسبق مسألة الكسب المادي.

(١) سامي الشريف، الأطفال ومحتوى الإعلانات في التلفزيون السعودي: دراسة تحليلية، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، الكويت، العدد ٧٣،ص ٢٣٦.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

الخاتمة والتوصيات:

أحسب أن البحث استطاع أن يظهر دور كل من اللغة والإعلام في توجيه السلوكيات، وخلق التوجهات، وزرع الولاءات والانتماءات، وتشكيل الهويات.

كما أحسب أنه استطاع أن يظهر حجم الترابط بين اللغة والإعلام، وقدرة كل واحد منهما على التأثير في الآخر.

وفيما يتعلق بدور الإعلام السعودي في دعم العربية، فقد أظهر البحث اهتمام المملكة بسنّ القرارات واللوائح والخطط التي تدعم العربية وتسعى لجعلها في المكانة الأعلى، في المجالات كافة، ومنها المجال الإعلامي.

وأظهر البحثُ الدورَ الذي تقوم به وسائل الإعلام السعودية في دعم العربية، في المسارات التالية: الإعلام المكتوب، الإعلام المسموع، الإعلام المرئي، الإعلام الجديد، الإعلان الإعلامي. كما أظهر البحث الجوانب الإيجابية التفصيلية التي تقدمها تلك الوسائل، دون إغفال لجوانب النقص والقصور في أداء بعض تلك الوسائل.

وأحسب أن السياسات اللغوية للملكة العربية السعودية سياسات واضحة وجيّدة وتفي بالغرض، وأن القصور مردّه وجود مساحة بين سنّ السياسات وإيجاد الآليات العملية لتنفيذها، ومن ثمَّ مراقبتها.

ويمكنني أن أخلص من هذه الورقة ببعض التوصيات التي أحسب أنها ستسهم في تطوير الأداء اللغوي الإعلامي، ودفعه إلى المزيد من المساهمة في دعم للعربية. ويمكن تقسيم التوصيات وفق ما يلي:

فيما يتعلق بالتخطيط اللغوي:

ـ السياسة اللغوية للمملكة سياسة جيّدة ومشـرّفة. وقـد أوردت ـ سابقا ـ أن المملكة أصدرت عشرات القرارات والأوامر التي تحدد السياسة اللغوية للمملكة. غير أني أحسب أن جزءا من تلك القرارات ينقصه وضـع خطط تفصيلية زمنية تحدد آليات التنفيذ.

ـ اتخاذ التشريعات الرسمية التفصيلية التي تلـزم وسـائل الإعـلام باتخاذ اللغة العربية لغة الحديث وتجريم كل من يخالف هـذه التشـريعات، وانتهاج سياسة واضحة تضمن للغة العربية مكانتها اللائقة بها، وفق تصور متكامل مدعوم بعدة تدابير نظامية.

ـ تحديث الأنظمة السعودية المتعلقة باللغة العربيـة تحـديثًا لغويـاً ينسجم والتطورات التي تشهدها بلادنا، انطلاقا من السياسات اللغوية العليا للمملكة.

ـ أن تقوم الجهات الحكومية ذات العلاقة بتوفير الظروف والآليـات المساعدة على استخدام العربية، بأبعادها ومستوياتها المختلفة.

ـ أوصي بأن تنشئ وزارة الثقافة والإعلام هيئة للرقابـة اللغويـة والثقافية، تقوم برصد استشراء العامية والسوقية والمـواد المبتذلـة فـي وسائل الإعلام، وتوقيع العقوبات الرادعة على المخالفات منها.

ـ أن تعيد وزارة الثقافة والإعلام النظر في نظام المطبوعات والنشر. حيث يتكون النظام من تسع وأربعين مادة، ليس من بينها مادة خاصة باللغة العربية، مع ما للمطبوعات من علاقة وثيقة باللغة.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

ـ ضبط الإعلانات التجارية (المكتوبة والمسموعة والمرئية)، وإلزامها باستخدام العربية، وإن كان بلغة مبسّطة.

ـ أن يقوم القطاع الحكومي والخاص بدوره في تبنّي وتكريم أصحاب الأفكار الإبداعية الخلاقة، والتي تخدم العربية في المجالات كافة، كالبرامج الحاسوبية، والبرامج الإعلامية (تلفزيونية، إذاعية، برامج تواصل اجتماعي، وغيرها)، والابتكارات الهندسية والصناعية وغيرها. كم هو جميل أن يبتكر لنا مهندس معماري مبنى أو حديقة على شكل حرف عربي مثلا.

ـ إيجاد آلية لتسريع عملية الترجمة، كأن يتم إنشاء مجمع لغوي أو مجلس أو مؤسسة حكومية، يشترك فيها علماء لغويون وعلماء من التخصصات العلمية الأخرى، تقوم على رعاية العربية، والتسويق لها، وحمايتها. وتقوم على السرعة في ترجمة كل منتج أو مصطلح جديد، بحيث يشيع المصطلح المترجم، قبل أن يشيع المصطلح الأجنبي. إذ إن أي تأخّر في الترجمة أو التعريب يلغي قيمتها.

ـ دعم المجامع اللغوية ومراكز الترجمة والتعريب ماديا ومعنويا، ونشر إنتاجها على أوسع نطاق، كي لا تكون حبيسة الكتب والمجلات المتخصصة. إذ إن تفعيل إنتاجها كفيل بجعل العربية أكثر مواكبة للتطور المعرفي والتقني الحضاري الحديث. ويجب إلزام الجهات ذات العلاقة كالتجارة والإعلام والتعليم بالارتباط المباشر بها، وتفعيل توصياتها.

ـ الإفادة من تجارب الدول الأخرى التي نجحت في تنفيذ سياسات لغوية مميّزة. ومن ذلك التجربة الألمانية.

ـ أن تقوم وزارة الإعلام بدورها في توعية القائمين على القطاع الإعلامي (الحكومي والخاص)، لا سيما ملاك الصحف والمجلات والإذاعات والقنوات، بالقيمة الحضارية للعربية، ولدورها في تشكيل الهوية.

ـ أن تقوم الوزارة بتوجيه العاملين على المؤسسات الإعلامية بضرورة القيام بدورها في نشر العربية والتسويق لها، بين أبنائها وبين الراغبين في تعلمها من غير الناطقين بها.

أما فيما يتعلق بوسائل الإعلام:

ـ توعية الإعلام السعودي أهمية ما يقدم، وتأثير ما يقدم في نفوس المتلقين، لا سيما أن هذا البلد هو بلد الحرمين، وقبلة المسلمين ومصدر الإشعاع الحضاري لهم.

ـ توعية الإعلام دوره الريادي المأمول في تعزيز مكانة العربية في النفوس، فهي لغة الماضي والحاضر والمستقبل.

ـ أن يُفسح الإعلام للفصحى مزيدًا من الوقت، وأن يقدمها في ثوب يغري المتلقين.

ـ تطوير البرامج التعليمية المقدمة من التلفاز، بصفة خاصة، وبعدها عن النمطية المملة، ومن ذلكبرامج محو الأمية.

ـ أن تعتني وسائل الإعلام بإنتاج برامج إذاعية وتلفزيونية مشوقة لتعليم العربية لغير الناطقين بها، وأجزم أنها ستحقق نسبة مشاهدات عالية جدا، فهناك الملايين من العجم يتوقون لتعلّم العربية.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

ـ العمل على تصدير اللغة العربية لدول العالم الثالث، وخصوصا الدول التي ترتفع فيها نسبة المسلمين، ويكون ذلك عن طريق برامج تعليمية مخطط لها بدقة، تذاع عبر الراديو والقنوات الفضائية.

ـ على وسائل الإعلام أن تُشرك العلماء والمفكرين في رسم سياساتها وخططها. فالحضارات لا يمكن أن تقوم بمعزل عن العلم والمعرفة. والدول المتقدمة تدرك ذلك جيدا، وتطبقه. فالواقع اللغوي يوجب تكاتف الجهات الحكومية مع المؤسسات العلمية والثقافية لتوعية الإنسان السعودي بالثروة الثقافية اللغوية التي يملك، وبالرابط المباشر الذي يربط اللغة بالدين، وبالحضارة الإسلامية، وبالهوية العربية، وبالانتماء الوطني. إن هذا التفاعل المأمول قادر على خلق واقع حضاري لغوي جيّد، يعيد للعربية قيمتها ومكانتها بين أبنائها.

ـ أن تقوم تلك الجهات بدورها في تدعيم مستوى ثقة الإنسان بدينه، وانتمائه لعروبته، واعتزازه بحضارته، وأنه من (خير أمة أخرجت للناس). وأن ما يمر بالأمة من ضعف هو حالة طارئة، يمكن للأمة أن تعود لسابق مجدها وعزها، وأن ذلك لا يحصل بالذوبان في كنف الحضارات الأخرى، وإنما بالعمل على إعلاء المقدرات التي شرّفنا الله بها. فالعاقل يفخر بما يملك، لا بما يملكه غيره.

ـ أن يسعى الإعلام إلى نقل الوعي بقيمة اللغة من مستوى النخبة إلى مستوى الجماهير. وأن يسعى إلى تقديم لغة سلسة جميلة. فاللغة مستويات متعددة، ومنها ما يؤدي الغرض بشكل سهل ميسّر، يتناغم مع روح العصر، دون أن يُخلّ بحدودها العامة.

أما فيما يتعلق بالمادة الإعلامية:

ــ تحظى المادة الإعلامية المقدمة بالعربية الفصحى بفرصة متميزة في الوصول إلى عدد أكبر من المشاهدين، من الناطقين بالعربية في كل أنحاء الدنيا، وهو ما يتحقق في البرامج التي تُقدّم بالعامية المحلية. والانتشار الأكبر يعني النجاح الإعلامي التواصلي، ويعني النجاح المادي التجاري.

ــ استعمال الفصحى يعني توسيع دائرة التأثير. والإعلام ما خُلِق إلا ليؤثر. كما أنه يوسع دائرة التفاعل الجماهيري، لاسيما وأن القنوات تبث عبر الأقمار الصناعية لكل مناطق العالم تقريبا.

ــ استعمال الفصحى يعني القدرة على تبادل البرامج والأعمال الإعلامية بين الدول العربية، وهو ما يعني تقليل الكلفة، وتحقيق الربحية.

ــ الاهتمام بالملاحق الأدبية في الصحف ، وتخصيص مساحة منها لنصوص تراثية ودروس نحوية، وتصحيح الأخطاء الشائعة، ويكون ذلك بصفة دائمة ثابتة.

ــ ينبغي أن يرقى الإعلام بمادته شكلاً ومضموناً؛ لترقية مستوى ثقافة ومعرفة المتلقّي. فرُقي الشكل يكمن في استخدام لغةٍ فصيحةٍ سليمةٍ ميسّرة، ورقي المضمون يعني تقديم مادة ثقافية ومعرفية ذات قيمة عالية، تعزّز ثوابت الأُمّة، وتواكب مستجدات الساحة الوطنية والعالمية.

ــ أن تقوم تلك الجهات بإبراز مزايا وجماليات العربية. فالعربية من أقدم اللغات الحيّة، وأجملها، وأكثرها قدرة على التطوّر والتفاعل مع معطيات الحياة.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

ـ تعزيز الثقة بين أبناء هذه اللغة بأن العربية قادرة على أن تكون لغة العلم والمعرفة والتقنية والإعلام. وقد كانت كذلك مئات السنين، وما تزال قادرة.

ـ تطوير برامج تعليم العربية للعرب ولغيرهم، والإفادة من الوسائل والتقنيات الحديثة، كالتعليم الالكتروني، والتلفازي، والتعليم بالجوال، ونحو ذلك.

ـ إنتاج برامج تعنى بتسليط الأضواء على أمهات الكتب القديمة والمعاصرة، وإجراء حوارات حولها.

ـ إنتاج برامج تسلط الأضواء على الإنتاج الفكري للعلماءوالأدباء والمفكرين والمبدعين، لاسيما المتعلق منه بالعربية.

ـ نحن نملك سلعة اقتصادية رائجة، لكننا لم نفد منها بالشكل الصحيح، فالطلب على العربية يتزايد، والراغبون في تعلمها تصل أعدادهم إلى مئات الآلاف، وربما أكثر. فيجب أن نقدمها لهم بالشكل المطلوب، وأن نفيد من الوسائل والتقنيات الحديثة، كالتعليم التلفزيوني، والتعليم بالجوال، ونحو ذلك.

ـ دعم الإنتاج الإعلامي الإبداعي باللغة العربية، مثل البرامج الحوارية، والمسلسلات التمثيلية، وأفلام الأطفال الكرتونية، والبرامج التعليمية، ونحوها، ومن ذلك ترجمة الإنتاج الأجنبي، والتأليف باللغة العربية، ومنها التأليف للأطفال كالقصص ونحوها.

أما فيما يتعلق باللغويين والعلماء والمفكرين:

ـ ينبغي أن يقوم المفكرون والمختصون بتوعية الإعلاميين بقيمة اللغة الحضارية والثقافية والفكرية، وارتباطها المباشر بروح الأمة وهويتها واستقلاليتها.

ـ دعم العلاقة بين الاختصاصين والمبدعين من جهة، وبين وسائل الإعلام من جهة أخرى.

ـ يجب أن تستعين وسائل الإعلام باختصاصيين يشاركون في التخطيط والإنتاج البرامجي، ويقومون بالمراجعة والتدقيق لكل الأعمال التي تقدم.

ـ أن يقوم اللغويون بإصدار معجم إعلامي شامل، يضم الأعلام العربية والأعجمية، والألفاظ والعبارات التي يحتاج إليها الإعلامي أكثر من غيرها. وكذلك الأخطاء التي تشيع بين الإعلاميين، مع بيان علة الخطأ وصورة الصواب.

ـ صرف الاهتمام إلى سرعة ترويج المصطلحات العربية للمنتجات والمستجدات الحديثة، إعلاميا وأكاديميا، قبل أن يشيع استخدام المصطلح الأجنبي لها. فعامل الزمن عامل مؤثر، فالأسبق للألسنة هو الذي سيتغلب.

ـ نشر إنتاج المجمع اللغوي على أوسع نطاق، حتى لا يبقى هذه الإنتاج حبيس الكتب والمجلات المتخصصة التي لا يسمع بها إلا القليل. وعلى وسائل الإعلام أن تتلقف كل جديد يصدره المجمع من ألفاظ الحضارة، وتقدمه للناس بصورة دائمة منتظمة.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

ــ أن يقوم علماء العربية والمتخصصون فيها والغيورون عليها والمثقفون والمفكرون بدورهم الواجب في توعية المجتمع ــ بشكل عام ــ وصنّاع القرار ــ بشكل خاص ــ بقيمة العربية، وارتباطها بالحضارة والهوية الوطنية والدينية والسياسية والاقتصادية للمجتمع. وأن يسعوا إلى ربط أواصر التواصل والتعاون مع الجهات المؤثرة في تشكيل الوعي الجمعي، كالتجارة والإعلام ونحوها، وأن يمدوا يد العون لتلك الجهات لرسم خطط عملية لخدمة العربية. فالعزلة بين العلماء وصناع القرار والحدث لا تأتي بخير.

<u>أما فيما يتعلق بالعاملين في مجال الإعلام:</u>

ــ أن يسعى القائمون على الإعلام على إدراج القدرة اللغوية العالية على رأس الحيثيات التي يتم بموجبها اختيار المذيعين، مع العمل الدائم على تطوير وتنمية القدرات اللغوية، عن طريق الدورات المتخصصة.

ــ التأكيد على الإعلاميين بأن الإعلام رسالة ومسؤولية أخلاقية وثقافية، قبل أن تكون مهنة أو تجارة.

ــ توعية وتثقيف العاملين على تنفيذ السياسات اللغوية للملكة. فوعي المنفّذ كفيل بسلامة التنفيذ، والتفاعل الجيّد معه.

ــ التطوير المستمر للعاملين في القطاع الإعلامي (مذيعين، محررين، معدّين ...) من حيث القدرة اللغوية، مع مكافأة المتميزين منهم.

أسأل الله أن ينفع بما كتبت، والله وليّ التوفيق.

المراجع:

ـ بابان، بيير، لغة وثقافة وسائل الاتصال بين الأبجدي والسمعي البصري، ترجمة: إدريس القري، دار الفارابي للنشر، سلسلة السمعي البصري، مكناس، المغرب.

ـ بورديو، بيير، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة وتقديم: درويش الحلوجي، دار كنعان للنشر، دمشق، ٢٠٠٤م.

ـ حجازي، محمود فهمي. رؤية مجمعية من أجل سياسة لغوية. مجلة مجمع اللغة العربية بالقاهرة – مصر، ج ١١٢، ٢٠٠٨م.

ـ الحصري، ساطع، ما هي القومية، بيروت، دار العلم للملايين، ١٩٥٩م.

ـ خوري، صقر، الفكر واللغة، مجلة المعرفة السورية، العدد ٤٩٦ ، ٢٠٠٥م.

ـ زين العابدين، غازي، الإعلام والمجتمع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩٥م.

ـ سابير، إدوارد، اللغة: مقدمة في دراسة الكلام، ترجمة المنصف عاشور، الدار العربية للكتاب، تونس، ١٩٩٧م.

ـ السيد، محمد نادر، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٦م.

ـ السيد، محمود أحمد، شؤون لغوية، دار الفكر بدمشق، ودار الفكر المعاصر، لبنان، ١٩٨٩م.

ـ شرف، عبد العزيز، اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت، ١٩٩١م.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

ـ الشريف، سامي، الأطفال ومحتوى الإعلانات في التلفزيون السعودي: دراسة تحليلية، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، الكويت، العدد ٧٣، ص ٢٣٦.

ـ طه، محمود طه، وسائل الاتصال الحديثة وأبعاد جديدة لإنسان القرن العشرين، عالم الفكر، العدد الثاني، ١٩٨٠م.

ـ عبد الجليل، منقور، علم الدلالة، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، ٢٠٠١م.

ـ عبد العزيز، محمد حسن، لغة الصحافة المعاصرة، دار الفكر العربي – القاهرة، ٢٠٠٢م.

ـ الغالي، ناصر، اللغة العربية في المنظمات الدولية، من منشورات مركز الملك عبدالله الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، ١٤٣٦هـ.

ـ الفضلي، راشد، أثر مشاهدة التليفزيون على عادة القراءة عند الأطفال، وزارة المعارف السعودية، كلية المعلمين بالدمام، ١٤١٢هـ.

ـ فهيم، فوزية، الفن الإذاعي، المركز العربي للثقافة والعلوم، السلسلة الثقافية، د.ت.

ـ قميحة، جابر، أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، من إصدارات نادي المدينة المنورة الأدبي، الكتاب رقم ١٠٥، مؤسسة المدينة للصحافة، دار العلم، جدة ط. ١٤١٨هـ .

ـ مشخص، عبير، دور الإعلام الجديد والإنترنت في إعادة الشباب للغته، صحيفة الشرق الأوسط، الاثنين ٢٦ صفر ١٤٣٥ هـ ٣٠ ديسمبر ٢٠١٣ العدد ١٢٨١٦.

ـ هنتنغتون، صموئيل، صدام الحضارات وإعادة بناء النظام العالمي، ترجمة: مالك عبيد أبرشهيوه ومحمود محمد خلف، الدار الجماهيرية الليبية للنشر والتوزيع والإعلان، ليبيا، ١٩٩٩م.

ـ مدونة قرارات اللغة العربية في المملكة العربية السعودية (الأوامر والقرارات والأنظمة واللوائح والتعاميم)، جمع وإعداد مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، الرياض، ١٤٣٦ هـ.

- Lyons, john, language and linguistics, Cambridge university press, 1981.
- Calvet, Louis Jean, La Guerre des Langues et les politiqueslinguistiques, Hachette Littératures, France, 1999.
- Jakobson, Roman, Essais de linguistiquegénérale, traduit de l'anglais et préfacé par Nicolas Ruwet, Paris,1963.

الترقيم الدولي ISSN 2356-9050
الترقيم الدولي الإلكتروني ISSN 2636 - 316X

فهرس الموضوعات

م	الموضـــــوع	الصفحة
١.	ملخص	٢٦٨٧
٢.	Abstract	٢٦٨٨
٣.	مقدمة	٢٦٨٩
٤.	المبحث الأول : ثنائية اللغة والإعلام، ويندرج تحته	٢٦٩٠
٥.	أولا: الإعلام ودوره الحضاري:	٢٦٩٠
٦.	ثانيا: اللغة قيمة ثقافية وحضارية:	٢٦٩٢
٧.	ثالثا: اللغة والإعلام؛ تأثر وتأثير:	٢٦٩٧
٨.	المبحث الثاني: الواقع اللغوي في الإعلام السعودي أنموذجا،	٢٧٠١
٩.	أولا: السياسة اللغوية للمملكة العربية السعودية:	٢٧٠١
١٠.	ثانيا: مساهمة المملكة الفاعلة في المجالس والفعاليات الدولية الإعلامية:	٢٧٠٦
١١.	ثالثا: الإعلام السعودي ودوره في دعم اللغة العربية:	٢٧٠٩
١٢.	الخاتمة والتوصيات:	٢٧٣٤
١٣.	المراجع:	٢٧٤٣
١٤.	فهرس الموضوعات	٢٧٤٦