



أهمية اللغة في الخطاب الإعلامي العربي دراسة تحليلية على عينة من الإعلاميين بدولة الإمارات

*مصطفى حميد الطائي و عبده محمد داؤود حافظ

كلية الإعلام، جامعة عجمان، الإمارات العربية المتحدة
كلية العلاقات العامة والاتصال، جامعة الفجيرة، الإمارات العربية المتحدة

الكلمات المفتاحية:

لغة الخطاب
المحتوى الإعلامي
الخطاب الإعلامي
التأثير

الملخص

هدفت الدراسة إلى تشخيص واقع اللغة العربية في المجتمعات العربية، وبيان أهمية دورها في الخطاب الإعلامي العربي. سيما وأن اللغة تمثل أداة للفكر والتعبير، تمتلك القدرة على التأثير وإحداث التغيرات الاجتماعية والثقافية.... كما يظهر دورها في تطوير مهارات الإعلاميين العرب وتمكينهم من صياغة خطاب إعلامي مؤثر. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي لتوصيف مشكلة الدراسة والمنهج التحليلي لتحليل بيانات الدراسة الميدانية التي توصلت إلى عدد من النتائج كان أهمها :
تبين من نتائج الدراسة أن (86%) يعتقدون بأهمية لغة الخطاب الإعلامي في تطوير مهارات الإعلاميين مقابل (14%) لا يعتقدون بأهمية هذا الدور. وتوصلت الدراسة إلى أن (89%) من أفراد العينة يعتقدون بأهمية دور اللغة العربية في تطوير مهارات الإعلاميين. مقابل (11%) لا يعتقدون بأهمية هذا الدور. كما بينت النتائج أن (85%) من العينة يفضلون اللغة العربية على اللغات الأجنبية في دراسة الإعلام وأن (50.5%) منهم متخصصون في العلاقات العامة. وفضلا عن ذلك أوضحت النتائج أن (55%) من أفراد العينة يعتقدون بأفضلية التعيين في الوظائف للمتخرجين من برامج عربية، في حين يرى (39.5%) أن الأفضلية للمتخرجين من برامج إنجليزية وكان هناك (5.5%) يرون أن الأفضلية في التعيين للمتخرجين من برامج أجنبية أخرى.

The importance of language in the Arab media discourse An analytical study on a sample of media professionals in the United Arab Emirates

*Mustafa Hameed AL-Taie, Abdu Mohamed Hafiz

Faculty of Mass communication , Ajman University , UAE.
Faculty of Mass Communication , University of Fujairah-UAE.

Keywords:

language of discourse
media content
media discourse
influence

ABSTRACT

The study aims to diagnose the authenticity of Arabic language in Arab societies, and to identify the language role in Arab media discourse. Hence the language functions as the medium of thought and expression where it has the capacity to influence and bring about growth in other societies. In addition to that it plays an important role in developing the skills of Arab media professionals enabling them to formulate an influential media discourse. The researcher uses a descriptive approach in order to describe the problem of the study and its analytical approach. There were a number of results.

The results show that (86%) of the sample believe in the importance of language in media discourse and its role in developing the skills of Arab media professionals, compared to (14%) who do not believe in its importance. The study shows that (89%) of the sample believe in the importance of Arabic language role in developing the skills of media professionals. In contrast, (11%) of the sample do not believe in the importance of its role. The results also show that (85%) of the sample prefer the Arabic language to foreign languages to study and learn media science, and also the results show that (50.5%) of the sample are specialists in public relations. In addition, the results show that (55%) of the sample believe that job employment is preferable to graduates from Arab programs, whereas

*Corresponding author:

E-mail addresses: altaamhk@gmail.com , (A. Hafiz) Abdudawood1@gmail.com

Article History : Received 10 August 2021 - Received in revised form 17 December 2021 - Accepted 20 December 2021

(39.5%) believe that preference is given to graduates from English programs, and there are (5.5%) who see preference in employment is to graduates from other programs.

المقدمة

التي جمعت فيها البيانات الميدانية، أما المعلومات النظرية واستكمال متطلبات البحث فقد امتدت إلى 2021.

- الحدود الجغرافية والبشرية: يتحدد الإطار الجغرافي والبشري للدراسة بالمتخصصين بالإعلام من العاملين بمؤسسات الإعلام وطلبة الإعلام في الجامعات العاملة بدولة الإمارات العربية المتحدة.
- الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة:

الاتجاهات النظرية المفسرة لموضوع الدراسة: استندت الدراسة إلى نظرية بناء المعنى أو تركيب المعاني التي تطورت من المنظومة اللغوية وتعرف النظرية بصفة عامة على أنها: رؤية فلسفية تقوم على منظومة من الأفكار المتكاملة، والافتراضات والمبادئ، التي تربط الصورة الذهنية بالواقع، وتحاكي المستقبل. وتأسيساً على هذا التصور فإن الدراسة تستند في أهدافها وإجراءاتها النظرية والميدانية إلى نظرية بناء المعنى إذ يرى صاحب هذه النظرية جورج هيربرت ميد أن المقدرة على الاتصال بالآخرين تعدّ مفتاحاً لأفكارهم، وتمكّن من توقع تصرفات الآخرين وما سوف يعتبرونه سلوكاً اجتماعياً مقبولاً. فنحن لا نعلم ماذا يحصل في أي مكان في العالم، إلا من خلال ما نخبرنا به وسائل الإعلام كونها أضحت مصدراً رئيسياً لمعلوماتنا نخبرنا بما يحيط بنا [2]. حيث أجريت بعض الدراسات حول كيفية نقل المعاني عن طريق الأصوات والكلمات بين الأفراد، وأوضحت هناك فروع معرفية لدراسة الأصوات وتركيب المعاني بمضامين متنوعة مختلفة تستخدم لشيء الأغراض، وكان من نتائج الأبحاث التي قام بها العديد من المتخصصين في هذا المجال: ظهور علاقة وثيقة بين تركيب اللغة، و الطريقة التي يستخدم بها الناس اللغة لإثارة المعاني. ونتيجة للجهود الكبيرة التي أسهم فيها العديد من الباحثين من توظيف هذه النظرية في وسائل الاتصال الجماهيري، لمضاعفة تأثير المعاني والدلالات اللغوية، التي تستخدمها وسائل الإعلام للتأثير في المجتمعات، وقد طور الباحثون في تأثير وسائل الاتصال الجماهيري المبدأ الذي قام على: أن المعاني وتفسيراتها للواقع، ما هي إلا تركيبات اجتماعية. إلا أن فريقاً من الباحثين يرى: بأن وسائل إعلامنا توسع أكثر مما تقلص ما يصل إلى أسمعنا وأبصارنا. يمكن الإشارة هنا إلى أن وسائل الاتصال الجماهيري اليوم تعمل بمبدأ التحجيم والتضخيم، أو التقليل والتسطيح، وفقاً لما تتطلبه مصالح القائمين عليها، فما زلنا نرى تمثيلاً واقع اللغة العربية في الخطاب الإعلامي:

1. إن واقع اللغة العربية في المجتمعات العربية ينعكس بصور وأشكال مختلفة على الواقع العربي من خلال وسائل الإعلام، مما يؤكد وجود إشكالية تتجسد على أرض الواقع بمظاهر متعددة يمكن أن نوجزها بالنقاط الآتية [3].
شروع الأخطاء النحوية في العربية المستخدمة في الخطاب الإعلامي في العديد من وسائل الإعلام العربية والناطقية بالعربية.

- 1 . شيوع الكتابة بالعامية في العديد من الخطابات التي تبثها وسائل الإعلام المسموعة والمرئية ومواقع التواصل الاجتماعي.
- 2 . كثرة استخدام المصطلحات الأجنبية للتعبير عن مفاهيم عربية تختلف في مدلولاتها ومعانيها.

إن تراجع اللغة الفصحى وعدم صياغة لغة إعلامية مشتركة متفق عليها بين المؤسسات التعليمية والتدريبية والمهنية أصبح يمثل ظاهرة عامة في المجتمع

ستركز هذه الدراسة على أهمية اللغة في الخطاب الإعلامي، بوصف اللغة أداة للتعبير عن مضامين وسائل الإعلام بمختلف قنواتها، ودراسة واقع اللغة بوسائل الإعلام الناطقة بالعربية، وبيان أسباب اختيار العديد من الطلبة اللغة الإنجليزية لدراسة الإعلام بدلاً عنها، على الرغم من أن وسائل الإعلام لا يمكنها أن تؤثر في آراء الجماهير واتجاهاتها، إلا من خلال الرموز التعبيرية التي تفهمها هذه الجماهير وتتفاعل مع مدلولاتها اللفظية، وعندما يتعلق الأمر بإعداد الخطاب الإعلامي وتأهيل القائم بالاتصال تصبح اللغة أكثر أهمية، لكي يتمكن القائم بالاتصال من إيصال المضامين التي تشبع حاجات المتلقي، وتحقق أهداف المؤسسات الإعلامية. سيما وأن ثورة الإعلام والمعلوماتية حصلت فيها تطورات لغوية في المفردات والمفاهيم والاصطلاحات انعكست في مضامين وسائل الإعلام. تستوجب التوقف عندها ودراسة مدلولاتها وتأثيراتها المستقبلية على سلامة اللغة وقدرتها على الإقناع [4] لذلك جاء الإحساس بمشكلة الدراسة وتشخيصها من الشعور العميق بأهمية اللغة في الخطاب الإعلامي العربي، الذي يعكس صورة المجتمعات العربية أمام الشعوب العالمية الحديثة، التي يمكن وصفها بمجتمعات الكلمة والصورة. وتتعاظم أهمية المشكلة حينما ندرك أن الخطاب الإعلامي لأية أمة: إما أن يدينها ويشوه صورتها في أذهان الرأي العام، أو يحسن صورتها ويرفع من مكانتها بين الأمم

لذلك نسعى عن طريق هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على واقع اللغة العربية في المجتمع العربي المعاصر.
2. بيان أهمية اللغة في الخطاب الإعلامي العربي.
3. التعرف على دور اللغة العربية في تطوير مهارات الإعلاميين.
4. تشخيص تأثير لغة الخطاب الإعلامي على ثقافة الشباب.
5. التعرف على دوافع الشباب العربي في دراسة الإعلام باللغات الأجنبية.
6. بيان أفضلية التوظيف في مؤسسات الإعلام العربي للمتخرجين من برامج عربية أم أجنبية.

– تساؤلات البحث: ستجيب الدراسة عن التساؤلات الآتية:

1. ما حقيقة واقع اللغة العربية في المجتمع العربي المعاصر؟
2. ما أهمية اللغة في الخطاب الإعلامي المؤثر؟
3. ما دور اللغة العربية في تطوير مهارات الإعلاميين؟
4. ما دوافع الطلبة العرب لدراسة الإعلام باللغات الأجنبية؟
5. ما أثار الخطاب الإعلامي على ثقافة الشباب العربي؟
6. هل تفضل المؤسسات الإعلامية العربية توظيف المتخرجين من برامج إعلام عربية أم أجنبية؟

– حدود الدراسة: تلتزم الدراسة بالحدود الآتية:

- الحدود الموضوعية: تلتزم الدراسة بموضوعها الموسوم: أهمية اللغة في الخطاب الإعلامي العربي "دراسة تحليلية على عينة من الإعلاميين بدولة الإمارات، حيث تم الشروع بالدراسة الميدانية اعتباراً من 1.11.2019 - إلى 25.2.2020 وهي المدة الزمنية

الجماهير في المجتمع الدولي الحديث، إن أساليب التخاطب في وسائل الاتصال الجماهيري التي أصبحت تستخدم الليونة والعاطفة والرقعة في خطاباتها، يكون بإمكانها مغازلة الأحاسيس والمشاعر بكلمات تتسم بالجاذبية والتشويق. مما يمكنها من جذب قطاعات واسعة من الجماهير، خاصة وأن اللغة العربية تمتلك مقومات المنطق والبلاغة اللغوية والإيقاع والموسيقى التي تمكنها من التأثير في المتلقين من خلال تنوع أساليب الخطاب مما يجعلها قنوات قادرة على جذب الجماهير لمتابعة برامجها والتأثر بمضامين هذه البرامج.

تجدر الإشارة إلى أن الاهتمام بلغة الخطاب وتطوير أساليب الخطاب ومهارات التواصل مع الجمهور يرفع من مستويات الأداء، وينوع ويجدد من أساليب الخطاب وفقاً لحاجات الجمهور غير المشبعة، ففي الخطاب السياسي يكون بإمكان وسائل الإعلام استخدام أساليب مختلفة يغلب عليها طابع الحماسة والإثارة الوجدانية، التي تلهب المشاعر. كما أن مخاطبة المتلقين أثناء النوم والخلود إلى الراحة يختلف عن خطاب البيضة وتوارد الخواطر. وبذلك فإن تنوع أساليب الخطاب اللغوي في وسائل الإعلام يرفع من أهمية اللغة العربية واستخداماتها في وسائل الإعلام الحديثة وفي ذات الوقت يرفع من أهمية وسائل الإعلام ذاتها.

وفي ضوء ما تقدم ينبغي التنبيه إلى ضرورة توخي الحذر من قبل الإعلاميين بعدم إساءة استخدام اللغة وتهجينها بالمصطلحات الأجنبية الغربية، وإقحامها في مفردات من لهجات عامية وأجنبية متعددة، تثقل لغة الخطاب الإعلامي وتخرجه من قواعده العلمية، وتسهم في تعقيده وإساءة فهمه من قبل الناطقين به، مما يدفعهم إلى تفضيل التعاطي مع وسائل إعلام وافدة تتحدث بغير لغتهم بعد هجرهم لغتهم الأم.

دور اللغة العربية في تطوير مهارات الإعلاميين:

إن إجادة اللغة له دور كبير في رفع كفاءة و مهارة الفرد في الأداء و الممارسة المهنية بصرف النظر عن المجال الذي يعمل فيه الفرد ، فقد أكدت بعض الدراسات المهمة بهذا الموضوع أن تعلم اللغة - أي لغة - يتم من خلال ممارسة مهاراتها الأساسية فتعليم اللغة يبدأ بتعليم مهارات: (الاستماع، التحدث أو الكلام ، القراءة، و الكتابة ، التفسير والتحليل) حيث تُعد هذه العوامل الأساسية لإجادة اللغة، و هذه المهارات الوظيفية الخمس تندرج تحتها مهارات أخرى فرعية كثيرة، فمهارة الاستماع بوصفها المهارة الأساسية لبقية المهارات اللغوية الأخرى تندرج تحتها : مهارة الاستماع المركز، مهارة الاستماع غير المركز، مهارة الاستماع المتبادل، مهارة الاستماع التحليلي، مهارة الاستماع الناقد... الخ، و مهارة التحدث أو الكلام يمكن أن تندرج تحتها مهارات فرعية مثل: مهارة الإلقاء و الحوار، مهارة المناقشة و المناظرة... الخ، و مهارة القراءة تندرج تحتها مهارة القراءة الناقدة أو الفاحصة و مهارة القراءة الخاطفة أو السريعة... الخ. ومهارة الكتابة يمكن أن تُدرج تحتها مهارة الكتابة الوظيفية مثل كتابة التقارير، وكتابة التقرير البحثي أو تلخيصه أو إعادة صياغته [7] ومهارة التحليل والتفسير تندرج تحتها مهارات: الاستنباط والاستنتاج والربط بين المعاني ودلالاتها ... ومن ذلك أيضاً مهارات الكتابة الإبداعية مثل: كتابة المقال الصحفي أو القصة الخيرية أو التحقيق الصحفي أو التقرير الصحفي وغير ذلك من المهارات الإبداعية الأدبية المطلوبة وخاصة بالنسبة للعاملين في المجال الصحفي والإعلامي عموماً [8] .

و يبحث هذا المحور في دور اللغة العربية في تطوير المهارات الإعلامية لدى الدارسين بها و توظيفها لأغراض تخدم أهداف المحتوى الإعلامي و الممارسين

العربي بمختلف أقطاره، ولم يكن مقصوراً على الإعلام وحده، وإنما شمل مجالات التعامل المختلفة، فالعامية أصبحت تستخدم في السياسة والفن وواجهات المحلات التجارية وأسماء المقاهي وأسماء الأفلام والمسرحيات، فضلاً عن العديد من الأنشطة الثقافية والسياسية، حتى أن بعض المجالات العربية أضحت تحمل أسماء أجنبية مثل: (فلاش) و(ستارلايت)...، وهناك قنوات تلفزيونية عربية تحمل أسماء أجنبية مثل (دريم) و(إم بي سي) و(ستار ، وفوشن، وأكشن... الخ) و فضلاً عن ذلك هناك برامج تلفزيونية تضي على ذات الطريق ، فنسمع عن برنامج باسم (زوم) وآخر عنوانه (فلاش شو) وثالث بعنوان (ويك اند).. الخ

إزاء هذه الظواهر، أصبح مهماً للغاية أن نتوقف عند هذا الواقع لنشخص اتجاهاته وأثاره المستقبلية .

تجدر الإشارة إلى أنه مهما كانت الآراء المتعلقة بضعف اللغة العربية، ومهما تعددت الممارسات اللغوية الخاطئة في القرآن الكريم يبقى مرجعاً لتصحيح المفاهيم الخاطئة التي تطرأ على اللغة ومحفزاً لاستمرارها وتطورها. وإذا كان هناك من يتحدث عن انقراض بعض اللغات من بين اللغات السائدة اليوم، والتي يصل عددها إلى (6700) لغة حسب إحصاء منظمة اليونسكو، فإن اللغة العربية ليست من بين تلك اللغات المرشحة للانقراض في الحاضر أو المستقبل [4] لأنها تمثل هوية أمة تعد من أقدم الأمم وأعرق الحضارات وموطن الرسالات، وهذا الأمر يحتمل وسائل الإعلام العربية مهمة توظيف خطابها الإعلامي في إظهار هوية الأمة.

أهمية اللغة العربية للخطاب الإعلامي:

لا يمكن لأحد أن يشك في أهمية اللغة، كونها تمثل الرئة التي يتنفس منها الناطقون بها، فاللغة تعطي المعنى للحواس بوصفها المنظومة الرمزية التي يفسر بها العقل المعرفة الإنسانية، ولأنها المحفز لسلوك الإنسان المعبر عن المعاني الروحية والأخلاقية، وبها يتم تشكيل العلاقات الاجتماعية، وتميز هوية المجتمعات. لذلك يرى العقاد أن الحملة على اللغة من أعداء الأمة هي حملة على لسان الأمة وأدائها وثمرات تفكيرها وتقاليدها الاجتماعية وعقيدتها الدينية، لأن زوال اللغة العربية لا يبقى للعربي والمسلم قواماً يميزه عن سائر الأمم [5].

ولابد من الإشارة في هذا المجال إلى أن إهمال اللغة وضعف استخدامها وتهجين خطابها الإعلامي أدى إلى عزوف الشباب عن تعلمها والاهتمام بها وبثقافتها واتخاذ مواقف سلبية اتجاهها والتذرع بصعوبتها، الأمر الذي أضعف مهارات الناطقين بها لأسباب نفسية واجتماعية، ولشعور الشباب العربي، بأن اللغة العربية هي لغة ثانوية وليست أساسية [6].

وتأسيساً على ما تقدم فإن أهمية اللغة تتأتى من مقدار اهتمام وسائل الإعلام بها، والتعاون والتنسيق بين المؤسسات الأكاديمية والمهنية لتطوير مفردات الخطاب الإعلامي، وتشجيع الشباب على الاعتزاز بها وإتقان تعلمها والتخلق بأدائها، كونها الوسيلة التي تفصح عن طبيعة الشخصية العربية والإسلامية. وكان من المفترض أن تزداد أهمية اللغة العربية بعد ارتباطها بوسائل الإعلام، كونها أصبحت الأداة التي تعبر عن هوية الإعلام العربي، والوسيلة المسنولة عن تنقية الصورة العربية والإسلامية التي عمل الإعلام المعادي على تشويهها أمام الرأي العام العربي والعالم.

كما ينبغي أن يتصاعد الاهتمام باللغة بعد ارتباطها بالوسائل التقنية الحديثة، لأنها أصبحت الأداة الأكثر فعالية في الاتصال والتواصل مع

الإعلامي إلى فضاء مفتوح أمام سيل المعلومات والأخبار المنقولة إلى القراء والمستمعين والمشاهدين ممن ليس لهم تكوّن علمي أو ثقافة تؤهلهم للتمييز بين المفردات العربية والأجنبية والكلمات التي تعبر عن غير معانيها ، وقام هؤلاء بنقل تلك المفردات إلى منصات وسائل التواصل الاجتماعي، مما أدى إلى شيوع اللهجات العامية وتلاشي اللغة الفصحى. ويستثني فريق من الباحثين الصحافة المطبوعة، مشيداً بدورها في تكوين مصطلحات وألفاظ الحضارة ونشرها فشكّلت رصيماً جديداً للعربية الفصحى في العصر الحديث [13].

لذلك فإن تطوير المهارات الإعلامية للعاملين بتخصص الإعلام لا يتم إلا من خلال إجادة استخدام اللغة وإتقان معانيها ودلالاتها. فاللغة وعاء ذلك كله وإذا تراجعت اللغة ضعفت مهارات معدي ومقدمي الخطاب الإعلامي وضعفت مستويات الاتصال والتواصل ولذلك تبرز أهمية اللغة للعاملين في الإعلام من خلال النقاط الآتية [14]:

1. تسهم اللغة في تنمية القدرات الصوتية وتنظيمها وتطويرها وفقاً لأهداف الخطاب.
2. للغة دور في تطوير إمكانات العاملين والدارسين وتعودهم على الدقة والنظام وقوة الملاحظة والمقدرة على التفسير والتحليل.
3. تسهم اللغة في تنمية وتطوير حواس المتعلم والمتدرب وتمكنه من توظيف هذه الحواس في إتقان لغة الخطاب الإعلامي.
4. تعمل على توسيع مداركات الدارسين للغة العربية وإكسابهم مهارات جديدة في مجال الكتابة والإلقاء.

ومن هنا فإن أهمية الثقافة اللغوية الحديثة للعاملين في المجالات الإعلامية المتعددة تصبح ضرورة لا غنى عنها، كما أنّ هنالك ضرورة لتأسيس منظومة متكاملة تربط وسائل الإعلام ومصادر المعلومات بينك للمصطلحات لتمكين الإعلاميين من تقليل الأخطاء اللغوية " وتدريب الإعلاميين على تنقية رسائل وسائل الاتصال من الأخطاء اللغوية والمصطلحات الأجنبية وإيجاد البدائل الملائمة لها [15].

ضعف دور اللغة العربية في الخطاب الإعلامي العربي:

إنّ طغيان اللغات الأجنبية على حياتنا المهنية وعلاقتنا الاجتماعية أصبح يرى في الممارسات الحياتية كافة كالبيع والشراء ونماذج السلوك، حتى أصبح الناطق باللغة العربية يشعر بالغربة في بيئته ومحيطه الذي نشأ فيه، نتيجة لتأثر الشباب العربي بالثقافات الأجنبية، خاصة وأن الاستعمار القديم خلف بعد خروجه من هذه الدول تركه ثقافيةً ثقيلة تسببت في وجود فراغ ثقافي نتج عنه ظهور أزمنة عديدة، كان من أهمها أزمة الهوية عند الشباب العربي. وقد تجسدت تلك الأزمة في ضعف الكفاية اللغوية للعديد من الإعلاميين العرب في التعبير عن هويتهم ونموذجهم الثقافي والحضاري الذي يميزهم عن الأمم الأخرى، وقد انعكست مظاهر تلك الأزمة في ظواهر متعددة عند الشباب منها: القلق والانفعالية والهروب من المسؤولية وضعف الطموح وضمور الإبداع وفقدان الانتماء والخجل من التراث وتفضيل اللغات الأجنبية على العربية واستبدال أساليب المجاملة العربية بالأجنبية "It's nice seeing you" وقولهم "I'm fine" في سياق التعبير عن السرور بلقائك وحسن الحال [16] وكان من بين أهم أسباب تلك الظواهر:

1. القصور في توظيف اللغة العربية في الخطاب الإعلامي العربي لرسم ملامح الهوية؛ يظهر ذلك بوضوح في تسمية المجال والشركات بأسماء

لهذه المهنة، فاللغة العربية لها دور كبير في تطوير مهارات الإعلاميين الدارسين بها و خاصة مهارات الإلقاء والتقديم التي تعد من أهم المهارات بالنسبة للإعلاميين، وتزداد أهمية امتلاك المهارات اللغوية وتوظيفها في الإعلام ، لتطوير الأداء الإعلامي الذي هو بأمرس الحاجة إلى التطوير المستمر، خاصة بعد أن انتشرت الأخطاء اللغوية على ألسنة الإعلاميين و خاصة المذيعين في إذاعة النشرات والمقابلات والحوارات الإذاعية والتلفزيونية ، كما أنّ هنالك ضعفاً في الأساليب اللغوية للإعلاميين وركاكة في لغة الإعلان في الصحف و الإذاعة و التلفزيون، وهذا مرجعه إلى ضعف المهارات اللغوية لدى القائمين على الاتصال. فالمواد الإعلامية تتطلب إعداد ومراجعة قبل تقديمها، سواء كانت إعلاناً أو برنامجاً إذاعياً أو تلفزيونياً أو مقالاً صحفياً. وهنالك أسباب لهذا الضعف في اللغة العربية لدى الإعلاميين العرب أهمها [9]:

1. ضعف التكوين العلمي والمهني للإعلامي: يظهر ذلك في اللغة العربية منذ فترة دخوله في المراحل الأولى للدراسة؛ وقد نتج عن ذلك شيوع أخطاء في اللغة العربية و خاصة لدى الإعلاميين الجدد المتخرجين من الجامعات، و قد تمثلت هذه الأخطاء في إهمال كتابة همزة القطع أو الخلط بينها وبين همزة الوصل، و من ذلك أيضاً الخلط بين تاء التانيث المربوطة المتصلة (ة) و هاء الضمير المتصلة (له)، و من ذلك أيضاً الخلط بين الألف المقصورة (ى) و الممدودة (أ) و من الأخطاء الشائعة في اللغة العربية أيضاً عدم كتابة الحروف المنطوقة كالألف الفارقة في الأفعال المتصلة بواو الجماعة مثل: ذهبوا. وقد أدت مثل هذه الأخطاء الشائعة إلى ما يسمى بظاهرة الالتباس في اللغة، والالتباس هو: كل عبارة تردّ محتملة لأكثر من تأويل واحد [10]

2. استخدام المصطلحات الأجنبية بدل العربية: شاعت عملية استعمال المصطلحات الأجنبية على الرغم من وجود البديل العربي و توفره لتحقيق الهدف المراد، فقد حدث إصراف كبير في استخدام المصطلحات الأجنبية، و بات الإقبال عليها بلا حدود و جعلت العربية الفصحى في معزل عن الواقع العملي، الذي يستدعي استخدام مصطلحات جديدة بسبب تنوع الأنماط العلمية و تجددتها المستمر مع تتابع حركة التنقيب و الإبداع في واقع الحياة الحديثة ، حيث أشاع المستشرقون الغربيون وخصوم العربية بين أبنائها أنها لغة أدب فحسب، وأنها لا تصلح لأن تكون لغة فكر وعلم واكتشاف [11]؛ بدعوى أنها تفتقر إلى قوالب المصطلحات، وتفتقد القدرة على إمداد البشرية بحاجتها من المصطلحات العلمية التي تعبر عن المعاني المستحدثة، وكان ذلك من مبررات استخدام المصطلحات البديلة من تلك اللغات بوصفها لغات علوم ومعرفية في حضارة القرن الحادي والعشرين.

وللأسف فقد ترسخ هذا الاعتقاد في نفوس كثير من أهل اللغة العربية وخاصة فئة الشباب وسطرت ذلك أقلام كتاباتهم وتضمنته مقالاتهم وأبحاثهم فإذا بكلمات مثل: التكنولوجيا، الفيزيولوجيا، الأرشيف، المودل، البرجوازية، الديمقراطية، أصبحت تُسمع من المذيعين ومقدمي البرامج في مناسبات شتى ولم يتم التحرك نحو إيجاد البدائل اللغوية العربية الملائمة. وهكذا وجدت هذه المصطلحات الأجنبية طريقها مهدداً إلى اللسان العربي. وبذلك شاعت العديد من المصطلحات الأجنبية في ثقافتنا العربية على الرغم من أنها دخيلة على لغتنا [12].

3. تفشي العامية: العامية خليط من كلمات أجنبية واشتقاقات لغوية وتركيبات محلية شاعت بعد ظهور وسائل الإعلام وتطورها بعد أن كانت حبيسة بيئات محلية ضيقة ، فقد أدى التطور التقني إلى تحول العمل

وفي هذا المحور نحاول إبراز الدوافع الحقيقية التي تدفع بالشباب العربي في الجامعات العربية إلى دراسة الإعلام باللغات الأجنبية عوضاً عن العربية بالنقاط الآتية:

1. استخدام اللغات الأجنبية كمظهر للتميز: ويُقصد بذلك استخدام اللغة كمميزٍ فردي وطبقي، يظهر ذلك بين المتأثرين بالغزو الثقافي والفكري، من الذين يعتقدون بأن هجر اللغة الأم وتبني أية لغة أجنبية يمنحهم المكانة الاجتماعية في الوسط الذي يعيشون فيه. وقد زاد هذا من اعتقاد الشاب العربي بأن المتحدث باللغات الأجنبية له امتياز وتميز خاص بين أقرانه لكي ينظرون إليه نظرة خاصة فيما نوع من الاحترام والتبجيل، على الرغم من أن إتقان اللغة الأم والاعتزاز بالهوية لا يمنع من تعلم اللغات الأخرى.

2. الاعتقاد بالحصول على فرصة عمل أفضل: يعتقد البعض أن إتقان أية لغة أجنبية، يمكن الباحث عن فرصة عمل من الحصول على فرص أكبر في التوظيف، والحصول على ترقية مناصب وميزات مختلفة عن الآخرين، وهذا الاعتقاد ليس صحيحاً بالذات بالنسبة للعاملين في المجتمعات العربية، فهذه المجتمعات ترغب بمن يخاطبها بلسانها وبرموزها التعبيرية التي تفهمها، وقد يكون ذلك صحيحاً بالنسبة للتخصصات الأخرى كالطب والعلوم التقنية ورغم ذلك فلا ينبغي لمن يحتاج إلى لغة أجنبية أن يترك لغته الأصلية. أما بالنسبة للإعلام في البلاد العربية فإن فرص العمل فيه تتوقف على توفر المهارات الأساسية في العمل الإعلامي وعلى رأسها المهارات الوظيفية التي تعتمد على اللغة ووظائفها مثل: لغة الجسد والصورة والصوت.. التي تمكن الإعلامي من التأثير في المتلقي الذي هو الأساس يتحدث اللغة العربية.

توظيف اللغة في الخطاب الإعلامي:

توظيف اللغة في الخطاب تعبير عن إمكانيات محرر الخطاب في استثمار اللغة في كل عنصر من عناصر الخطاب بما يحقق أهداف القناة الإعلامية في التعبير والتأثير والتغيير والترفيه والإرشاد والتوجيه والإقناع... باعتبار اللغة الوعاء الذي يحمل فكر الأمة وتراتها، والأداة التي يتمكن الإعلامي بواسطتها من صياغة خطاب نجاحه الذي يجسد الوظائف الآتية:

أ. الوظيفة الاجتماعية: الخطاب الإعلامي يجسد العلاقات الاجتماعية بمختلف صورها وأشكالها ويتيح إمكانية التفاعل في إطار الاتصال والخبرة المشتركة التي تتعلق بالاهتمامات المشتركة بين الأفراد والجماعات الاجتماعية في المجتمع من خلال الوسيط الذي يشرف ويوجه الأنشطة المختلفة بإدارة ناجحة. بهدف قضاء حاجات الفرد الأساسية في المجتمع الذي يعيش فيه. وتجسيد المصالح العليا للمجتمع.

ب. وظيفة الحفاظ على الهوية: لا يمكن لأية أمة الحفاظ على هويتها وترائها ونقله جيلاً بعد جيل إلا من خلال لغتها [19]: إن دور اللغة في الخطاب يعد وسيلة من وسائل تصوير المشاعر الإنسانية والعواطف البشرية التي لا تتغير بتغير الزمان والمكان، فالحب والسرور ونشوة النصر والشعور بالظلم عواطف تلازم الإنسان منذ بدء الخليقة وهي مستمرة ما استمرت حياته على الأرض ولا يمكن التعبير عنها إلا من خلال المنظومة اللغوية الموظفة في الخطاب الإعلامي.

غير عربية، واستخدام لغة هجين في التخاطب، وهذه ظاهرة تنتشر في كل أنحاء العالم العربي وبين كل الطبقات وفي كل المناطق والقرى، ويُطلق أحد اللغويين على هذه الظاهرة مصطلح "الاستعجاب" ويعدها بما يمكن تسميته بالضمور في الهوية الحضارية [17].

2. الافتقار إلى الخطاب التربوي الموجه إلى الأطفال: لعل من العوامل التي لها تأثير كبير على ثقافة الطفل العربي وتنعكس في سلوكه وممارسته المهنية المستقبلية، البرامج التي يتعرض لها في المراحل المبكرة من حياته (مرحلة الحضنة أو الروضة والمدرسة) فاللغة التي ينشأ عليها الطفل تشكل اتجاهاته الفكرية المستقبلية، وطرق تفكيره وثقافته المشكلة لسلوكه وطرق تفاعله مع الآخرين ومن ثم مقدرته على بلورة شخصيته، ونظرته إلى العالم المحيط به، فالطفل يميل إلى اللغة الأم التي اعتاد عليها منذ سن طفولته الأولى [18].

فعندما تروج دور الحضنة ورياض الأطفال الخاصة في الوطن العربي لبرامجها الأكاديمية وأنشطتها المتعلقة بالأطفال من خلال أنشطة دعائية تركز على تسويق الثقافات الأجنبية، وتعلن برامجها باللغات غير العربية وتعطيها الأولوية في اهتماماتها، وتكمل هذا الدور بعض وسائل الإعلام العربية والناطقة بالعربية، ودون النظر إلى النتائج المستقبلية التي سوف تترتب على تبني مثل هذا الخطاب، ومن الطبيعي أن يضعف دور اللغة الأم ويتلاشى تأثيرها فيحدث خلط في المفاهيم بين ما تعلمه الطفل في أسرته وما تعلمه من المؤسسات التربوية والتعليمية والإعلامية فيصاب الطفل بالتشتت الذهني وعدم التركيز وضعف الانتماء والولاء الوطني، وضعف التكيف مع البيئة الاجتماعية والانسلاخ عن النظام القيمي السائد في المجتمع، وربط ولائه بالثقافة المرتبطة باللغة الأجنبية التي تعلمها..

1. الغزو الثقافي من خلال إعلام العولمة، تعد اللغة من أهم أدوات

الغزو الثقافي، الذي جعل العديد من الشباب العربي يعتقدون ان أية لغة في العالم يمكن أن تميزهم وتنتشلهم من واقعهم الراضين له باستثناء إتقان لغتهم الأم العربية، التي لم تعد صالحة للتظاهر. ولمواجهة مثل هذه المعتقدات الخاطئة، لابد من خطاب إعلامي توعوي يدعو إلى الاعتزاز باللغة العربية والإيمان بتميزها وبخصائصها التي تكفل لها الاستمرار والقدرة على استيعاب المستجدات ومواجهة التحديات التي تواجه المجتمعات المعاصرة.

دوافع الشباب العربي لدراسة الإعلام باللغات الأجنبية.

تنبؤ اللغة العربية مكانة عالمية مرموقة بين لغات العالم، كونها لغة القرآن الكريم و السنة النبوية الشريفة، واللغة التي شاعت بها العلوم والفنون في الحضارات الإسلامية المتعاقبة، وبذلك فهي تجمع بين أبناء الأمتين العربية والإسلامية في وعاء لغوي واحد، كما أنها تعد - و باتفاق معظم اللغويين بمن فيهم بعض المستشرقين - من أكثر اللغات التي تمتلك المقومات اللغوية التي تمكنها من استيعاب متطلبات العلوم والفنون والآداب، غير أن هذه الشهادة لم تشفع للغة العربية وتشهد لها بالأصالة والمعاصرة ولم تقع أبناءها بتبنيها ، فاللغة العربية اليوم تتعرض إلى تحديات محلية عربية وعالمية ، أدت إلى تهميشها ومحاولات لإقصائها عن مسارات التوظيف والاستثمار والتطور والوقوف بوجه توسعها وانتشارها بدعاوى غير واقعية ، وقد دفع هذا التهميش العديد من أبنائها إلى محاولة الهروب منها و هجرها وتبني لغات أخرى بدلاً من تبنيها وتطويرها.

تهدف إلى تحديد دور اللغة في عملية الاتصال الجماهيري، وتشخيص العوامل المؤثرة في كل بعد من أبعادها. فضلاً عن تشخيص ما يحصل للجمهور من أجواء شعورية وفكرية وسلوكية عند عملية التعرض، وسريان اللغة في عملية الاتصال، والتأثيرات الخارجية والداخلية التي تحصل بفعل عوامل مختلفة.

وقد اعتمد الباحث بعض نماذج الاتصال مثل: ويفر وشانون وشرام وغيرهم لتفسير علاقة اللغة بالإعلام، واستخلاص بعض المصطلحات والمفاهيم التي تمهد لعلاقة اللغة بعملية الاتصال.

وتوصل الباحث إلى تفسيرات مستخلصة من النماذج التي اعتمدها في تفسير عملية الاتصال من خلال اللغة، كان من أهمها: التركيز على معاني المصدر وتعامل المرسل باللغة لتحقيق ما يريد من الرسالة وما يريده الجمهور، كما توصل إلى عملية ترميز المعاني لغوياً على وفق قدرات الوسيلة، وفضلاً عن ذلك توصل إلى: أن هناك معوقات اجتماعية ونفسية وطبيعية تواجه سريان اللغة من المرسل إلى الجمهور المتلقي في عملية الاتصال.

- وان دراسة (عكوباش هشام، 2020) التي كانت بعنوان: إشكالية اللغة في وسائل الإعلام الجزائرية [23].

اقتربت كثيراً من مشكلة دراستنا عندما هدفت إلى دراسة المشهد اللغوي، والبحث في التعدد والتصادم اللغوي في الجزائر ثم تقييم العلاقة بين المشهد اللغوي والفضاء الإعلامي، وإظهار موقع اللغة في الخطاب الإعلامي، اعتمد الباحث أسلوباً سردياً وصفيّاً نظريّاً للتعريف بالمشهد اللغوي في الجزائر وعلاقته بالخطاب الإعلامي وتوصل إلى عدد من الاستنتاجات كان أهمها: يتصف المشهد اللغوي في الجزائر بالتنوع اللساني وبروز ظاهرة الازدواجية اللغوية الثنائية والثلاثية، نتيجة لمبررات تاريخية ولسانية، أدت إلى التصادم والصراع داخل المجتمع الواحد. وهيمنة اللغة الفرنسية على الإعلام المكتوب منذ الاستقلال، على الرغم من تبعية معظم القنوات الإعلامية إلى القطاع العام، تمت المحافظة على مكانة اللغة العربية في وسائل الإعلام الجزائرية، تحمل المناهج الإعلامية خلفيات سياسية وأيديولوجية جعلتها تظهر بمواقف متباينة اتجاه اللغة في الجزائر.

وغياب مشروع إعلامي وطني يبني هوية المجتمع الجزائري بكل مكوناته بعيداً عن الألوان والمسميات.

واهتمت دراسة (صويلح هشام، 2019) بالإعلام والحجاج " مظاهر الحجاج اللغوي في مقالات صحافة الرأي" [24]

وكان من أهداف الدراسة وضع الخطاب الصحفي على محك النظريات اللغوية الحديثة. والكشف عن أهم مظاهر الحجاج اللغوي في خطاب مقالات الرأي العام. ورصد أهم الأدوات اللغوية التي يوظفها الصحفي في التأثير على المتلقين.

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي لتوصيف مشكلة البحث والمفاهيم النظرية المتصلة بها، كما استخدم المنهج التحليلي لتحليل متغيرات الدراسة واستخلاص النتائج. ومن خلال اعتماد الباحث على منهجية التحليل الإقناعي توصل إلى نتائج كان من أهمها: الفعل الحجاجي، وهو كل فعل يمنح المتلقي دلالة جيدة للاعتقاد بما نقوله. كما توصل إلى أن أي رابط لغوي يمكن أن يكون حجاجياً، إذا كان خادماً للإقناع أو في خدمة الدفاع عن الرأي، وأن اللغة تؤدي وظيفتها الحجاجية في الخطاب إذا ارتبطت بمقاصد المتكلم أو المتحدث، بعدما يحملها بالأفكار والحجج الإقناعية والمعتقدات التي يسعى إلى تبليغها وإقناع الجمهور بها.

ونظراً لأهمية اللغة في حياة المجتمع لا يستطيع أي مجتمع الاستغناء عن لغته مهما كانت الأسباب، وبالتالي تصبح هناك حاجة ماسة إلى الاهتمام باللغة وإجادتها والاستمرار في تطويرها من خلال وسائل الإعلام لتواكب المتغيرات في الحياة الاجتماعية العصرية.

خاصة بعد الاطلاع على تجارب الشعوب ونجد أن الأمم تقدمت بالاعتماد على لغاتها مثل: ماليزيا وتركيا والصين...

الدراسات السابقة: لم نجد دراسات مطابقة أو بنفس الاتجاه الذي ذهبت إليه دراستنا سوى بعض الدراسات التي اقتربت في بعض عناصرها من هذه الدراسة ونستعرض هذه الدراسات كما يلي:

- دراسة (عبد الله محمد 2018)، [20] التي كانت بعنوان: الوسائل الرقمية والتقويم اللغوي بين ضرورة الإبقاء وفكرة الاستغناء. هدفت الدراسة إلى: بيان أثر غياب الرقيب اللغوي بوسائل الإعلام، التعرف على التجديد في البناء اللغوي الرصين لصياغة النص العربي، معرفة مدى اعتماد منهج التصحيح اللغوي في النصوص الأدبية والعلمية، إمكانية تنقية اللغة العربية من الهجين وإعادة تركيبها بشكل سليم.

وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي لتوصيف الظاهرة اللغوية في ضوء تطور تقنية المعلومات، واعتمد المنهج المعياري لتقويم الظاهرة اللغوية المجتمعية، وإخضاعها إلى المتخصصين في اللغة للتأكد من القواعد والأساليب المستخدمة فيها، ركز الباحث على أسلوب تحليل النصوص اللغوية المستخدمة بوسائل الإعلام وتقويمها لغوياً من خلال المنهج التحليلي، وقد توصل الباحث إلى عددٍ من النتائج كان من أهمها: التقويم اللغوي أو حركة التصحيح التي تعد مهمة لتقويم النصوص اللغوية. أسهمت وسائل الإعلام الرقمية الحديثة في نشر الأخطاء اللغوية على نطاقٍ سريع من دون وجود الرقيب. ينبغي للمؤسسات التعليمية وغيرها من المؤسسات التي تستخدم اللغة أن تلتزم بمنتسبها باعتماد اللغة السليمة في كتابة النصوص. كان للقرآن الكريم دور في حفظ اللغة العربية مقارنة باللغات الأخرى.

أما دراسة (الدناني والمشايخ، 2020) عن دور اللغة العربية بمواقع التواصل الاجتماعي [21].

فقد هدفت إلى: التعرف على واقع اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، وتشخيص الأخطاء اللغوية في الكتابة على موقع الفيسبوك، والكشف عن التجاوزات التي تحصل في الكتابة على هذا الموقع. كانت الدراسة وصفية تحليلية اعتمدت منهجية تحليل المضمون من خلال تقسيمها إلى إطار منهجي وإطار نظري وإطار التحليل في الدراسة التطبيقية، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج التي ركزت على وجود تجاوزات دلالية في الكتابات على الفيسبوك وتجاوزات تنصل بالضعف التحريري في معظم الكتابات. وكان من أهم الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة: إن الكتاب والإعلاميين لا يستخدمون اللغة العربية السليمة عند نشر كتاباتهم في مواقع التواصل. هناك آثار سلبية لمواقع التواصل على اللغة العربية. هناك عدم اهتمام باللغة العربية المدونة في مواقع التواصل، وتوصي الدراسة بضرورة أن تحرص المؤسسات الإعلامية على إعداد دورات تطويرية للإعلاميين في اللغة العربية وقواعدها النحوية، وتفعيل دور المجامع اللغوية لمتابعة ما ينشر على مواقع التواصل ...

وكانت دراسة (الهيبي هادي نعمان، 2007) التي كانت بعنوان: فلسفة اللغة والإعلام [22]

مناقشة الدراسات السابقة:

خطابها الضعيف على السلبيات متجاهلة نشر أية إيجابيات.

■ وتأسيساً على ما تقدم فإن نظرية بناء المعنى تعد من أنسب النظريات العلمية التي يمكن الاسترشاد بها لإنجاز هذه الدراسة، كونها تقدم تصورات علمية واقعية للباحثين، حول الأسس العلمية لإعداد الخطاب الإعلامي المؤثر، عن طريق توظيف الرموز الدلالية تامة المعنى في صياغة الخطاب وتهئية سبل شحن المنطق عاطفياً وعقلياً لتفعيل التواصل مع الجمهور المستهدف.

Abbreviations and Acronyms

مجتمع الدراسة: مصطلح علمي منهجي يراد به كل ما يمكن أن تعمم نتائج الدراسة عليه من خلال أخذ عينة منه تمثله.

ولغرض تحديد عينة الدراسة بشكل دقيق لابد من توصيف مجتمع الدراسة.

توصيف مجتمع الدراسة:

ينبغي توصيف مجتمع الدراسة، لبيان نوع التجانس في المجتمع الذي على أساسه يتم تحديد نوع العينة وحجمها، سيما وأن موضوع الدراسة يتعلق بالعلمين والدارسين للإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة، التي تعد إطاراً مناسباً للعينات التطبيقية حيث يضم المجتمع أشخاصاً عاملين من جميع الجنسيات العربية، ذلك أن مجتمع الإمارات يشكل مركزاً عربياً وعالمياً للنشاط الاقتصادي والعلمي والثقافي، يتواجد فيه شباب عرب وأجانب من مختلف الأقطار العربية ومن معظم دول العالم للدراسة والعمل وممارسة مختلف الأنشطة.. وأن هذا التنوع في المجتمع الإماراتي يجعله مؤهلاً للبحث في مثل هذه الموضوعات التي تعتمد على تنوع الخبرات والتخصصات العلمية، فضلاً عن تنوع الخصائص العامة للمبحوثين.

2. تصميم أداة الدراسة: (الاستبانة): تعد الاستبانة من الأدوات الأساسية لجمع المعلومات من خلال مسح عينة ممثلة لمجتمع الدراسة، لذلك قمنا بتصميم استبانة تتكوّن من ثلاثة أقسام تناول القسم الأول: الخصائص العامة للمبحوثين كونها من المتغيرات التي تؤثر في نتائج الدراسة. وتضمن القسم الثاني معلومات أولية تتعلق بأهمية اللغة في الخطاب الإعلامي.

3. أما القسم الثالث فقد تم تخصيصه للبحث في الأسباب التي أثرت في لغة الخطاب والأثار الناجمة عن ذلك، خاصة وأن هناك تفاوتاً كبيراً في مستويات الإجابة لإعداد الخطاب الإعلامي وتقديمه بين الخطاب العربي والخطاب الأجنبي وخاصة الإعلام الغربي، فضلاً عن بيان اللغة الأكثر تأثيراً في ثقافة المتلقي والأكثر تأثيراً في تطوير المهارات لدى العاملين بوسائل الإعلام.

4. عينة الدراسة: تقسم عينة الدراسة إلى الأقسام الآتية:

أ- نوع العينة: تم اعتماد أسلوب العينة العمدية وذلك لأن مشكلة الدراسة تهم المتخصصين في الإعلام من العاملين بوسائل الإعلام المختلفة، والدارسين والمتدربين، ويعد هذا النوع من العينات شائعاً في أبحاث المنهج الوصفي. حيث تتاح للباحث فرصة اختيار الأشخاص المناسبين لهذا النوع من البحوث ممن يقدرّون أهمية اللغة في إعداد الخطاب الإعلامي المسموع والمرئي والمقروء.

من حيث المشكلة وموضوع الدراسة يعد موضوع دراستنا من الموضوعات الحديثة التي لم نجد من بحث في هذا الموضوع، حيث ركزت الدراسات التي اطلعنا عليها على الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام، والتقويم اللغوي والاستخدامات اللغوية بمواقع التواصل في الإعلام الجديد، وتوظيف اللغة في نماذج الاتصال، فضلاً عن البحث في أهمية اللغة في الحجاج والحوار والأخطاء الشائعة في لغة الإعلام...، ولم نجد في الدراسات الأجنبية من بحث بهذا الموضوع، كونه من الموضوعات التي تهتم الباحثين العرب، أما في المنهجية فقد ركزت الدراسات السابقة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، ودراسات نظرية اعتمدت على التوصيف النظري واعتمد بعضها الآخر على تحليل مضامين نصوص محددة من الخطاب الإعلامي، بينما اعتمدت دراستنا على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي والقيام بدراسة ميدانية تكوّنت عينتها من (200) مبحوث من العاملين والدارسين بالتخصصات الإعلامية المختلفة.

- منهجية الدراسة: تعتمد الدراسة على استخدام المنهج الوصفي لتوصيف مشكلة الدراسة وتحديد إطارها ووضع الأهداف والتساؤلات واختيار أدوات جمع المعلومات، واستخدام المنهج التحليلي لتحليل المعلومات وتفسير نتائجها واستخلاص النتائج النهائية.

نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تقوم على وصف المشكلة العلمية وتحليلها واستخلاص النتائج التي تقدم حلولاً علمية للمشكلة مجال البحث. وتستخدم الدراسات الوصفية في البحوث الإنسانية والاجتماعية، التي تبدأ بتشخيص المشكلة وتحديد الأهداف وصياغة التساؤلات وتحديد الفئات الاجتماعية المستهدفة التي تجرى عليها الدراسة، واختيار الأداة المناسبة لجمع المعلومات لتحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج النهائية ممنهجاً للواقع، أكثر مما نرى الواقع على طبيعته، وأن هذا التمثيل لا بد وأن يؤثر فينا، سيما ونحن نعيش في عصر الإعلام والعولمة، وأن من سمات هذا العصر: الاتصال بالواقع الصوري المفترض، ومطلوب منا أن نصدق بهذا الواقع الصوري، الذي تصطبغ أحداثه اصطناعاً، لتضليلنا عما يجري في الواقع الحقيقي من أحداث.

□ تجدر الإشارة إلى أن بناء المعنى يقوم على أسس ثلاثة هي: المعرفة واللغة والسلوك الفيسي. وفي ضوء ما ذهب إليه نظرية بناء المعنى يمكن القول: إن مهارات تركيب الرموز اللغوية تمكّن الإعلامي من صياغة الخطاب المؤثر الذي يمنح الحقائق نصيبها من العرض، ومما يزيد من قوة تأثير الخطاب الإعلامي الذي يجتاز الحدود ويلغي الحواجز اللغوية براعة الخطاب اللغوي المدعم بالصور، سيما وأن الصورة أضحّت أداة للتحكم والتضليل والتوجيه والتأثير في كافة المجتمعات [] فالصورة الدعائية وطريقة توظيفها في الخطاب يفعل من قدرة الخطاب على الاقتناع وخلق الاستعمالات لدى المتلقي في أي مكان من العالم، مما يجعل هذا النوع من الخطاب مؤثراً وفاعلاً في البيئة الخارجية، وهو ما تفتقر إليه وسائل الإعلام العربية، حيث تشير العديد من المؤشرات الواقعية إلى حاجة الإعلام العربي في كافة البلدان العربية إلى خطاب إعلامي خارجي مدعم بالصور يعكس حقيقة الواقع الذي تعيشه المجتمعات العربية، ويركز اهتمامه على العوامل المشرقة التي تبعث الأمل في نفوس المجتمعات العربية، ويقنع الرأي العام الخارجي، بأن المجتمعات ليست بهذه الصورة السوداوية، التي أرعبت العام بفعل الصور المضللة التي بلغت بنقلها بعض وسائلنا الإعلامية خاصة تلك التي تركز في

الباحث أن المرأة العربية حينما تحررت أصبح لها طموح كبير في منافسة الرجل في ميادين التعليم والعمل بالمقابل انكفاً دور الرجل في بعض المجالات الحياتية.

الجدول (02) يوضح المستوى التعليمي لأفراد عينة الدراسة.

مستوى التعليم	العدد	النسبة
ثانوي	69	34.5%
جامعي	126	69%
عليا	5	2.5%
المجموع	200	100%

يتضح من الجدول (02) أن نسبة العاملين في العينة من حملة الشهادة الجامعية بلغت 63% وهي أكبر من نسب التعليم الأخرى، وهذه الظاهرة تكاد تكون متشابهة في معظم المجتمعات الحديثة، حيث تكون نسب التعليم الابتدائي والثانوي في الوظائف في أدنى مستوياتها. لأن الشباب لديهم الرغبة والطموح في مواصلة التعليم الجامعي قبل البحث عن فرصة عمل، كما أن فرص العمل تتاح لحملة الشهادة الجامعية أكثر من الحاصلين على الشهادات الدنيا، وكذلك حملة الشهادات العليا يشكلون نسب قليلة لم تتجاوز أكثر من 2.5%. في العينة، وقد تعود أسباب ذلك إلى أن أغلب الشباب يميل إلى الزواج والعمل بعد الحصول على الشهادة الجامعية وأن هناك نسبة قليلة من الذين يرغبون بمواصلة دراساتهم العليا.

الجدول (03) يظهر التخصص العلمي لأفراد عينة الدراسة.

التخصص	العدد	النسبة
إذاعة وتلفزيون	46	23%
علاقات عامة	101	50.5%
تصميم جرافيكي	41	20.5%
صحافة	12	6%
المجموع	200	100%

وفي مجال التخصص شكل المتخصصون في العلاقات العامة نسبة 50.5% وهو أكثر من نصف العينة تليها نسبة المتخصصين في الإذاعة والتلفزيون بنسبة 23% ثم التصميم الجرافيكي 20.5% فالصحافة 6% وهي أدنى نسبة وذلك لسرعة وشمولية التطورات التي حصلت في التخصصات الإعلامية الأخرى مقارنة بالصحافة وقد تعود أسباب نسبة الارتفاع بتخصص العلاقات العامة في العينة لأن العلاقات العامة يعملون بكافة المؤسسات إذ لا توجد مؤسسة لا تشتمل على قسم للعلاقات العامة فضلاً عن العاملين في التسويق.

الجدول (04) يوضح جنسية المبحوثين من أفراد عينة الدراسة.

الجنسية	العدد	النسبة
مواطن	91	45.5%
وافد عربي	98	49%
وافد آسيوي	11	5.5%
المجموع	200	100%

يوضح الجدول (04) أن نسبة الوافدين في العينة تشكل 49% وهي نسبة تقارب من نسبة المواطنين المكونة من 45.5% أما الأجانب فلم يشكلوا سوى 5.5% ونستدل من النسب السالفة أن العرب يشكلون الأغلبية في عينة الدراسة، وتعود أسباب ذلك إلى أن الإمارات تعد من مراكز النشاط العالمية في مجتمع عربي يجذب طالبي العمل العرب أكثر من غيرهم. كما أن طبيعة الموضوع ونوع العينة كانت من الأسباب التي ركزت على العرب والراغبين بالمشاركة من غير العرب وخاصة من مزدوجي اللغة.

الجدول (05) يوضح مهنة المبحوث في العينة.

المهنة	العدد	النسبة
موظف حكومي	58	29%

ب- تحديد حجم العينة وأسلوب سحبها: بما أن الإعلام من العلوم الاجتماعية التي تهتم بالوصف والتحليل للظواهر الكلية في المجتمع لاستخلاص النتائج، ولما كان المجتمع الكلي من السعة التي يصعب معها مسحه، كان لا بد من سحب عينة منه تمثله عن طريق استخدام أسلوب الانتقال من الجزء للتعميم على الكل طالما كانت الظواهر الاجتماعية تتكون من أعداد كبيرة من المتغيرات التي يصعب حصرها واستحالة مقابلة وملاحظة كل مفردة تحت شروط مضبوطة. لذلك يلجأ الباحثون إلى اعتماد أسلوب العينات لحل هذه الإشكالية، لأن العينات تمكن الباحث من اختيار المفردات المعبرة عن ظواهر المشكلة المبحوثة. كما تتيح له إمكانية تعميق البحث في النتائج وتعميمها على المجتمع الكلي فضلاً عن اختصار الوقت والجهد والتكلفة، وعندما تسحب العينات المسحوبة بالأسلوب العشوائي فإنها تعطي لكل فرد في المجتمع فرصة مساوية للآخر لأن يكون ضمن العينة [25] أما تحديد حجم العينة فقد تم وفقاً للمعايير العلمية من خلال تطبيق قانون موزر بدرجة انحراف معياري مقدارها (15) لمجتمع غير متجانس فكان عدد أفراد العينة 198 تم تقريبها إلى 200 مبحوث على الرغم مما أكدته العديد من الباحثين بأن قرار تحديد حجم العينة يقرره الباحث وفقاً لطبيعة المجتمع وموضوع البحث والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها [26] ومن أجل الدقة تم الاسترشاد بقانون موزر في القرار النهائي لتحديد حجم العين وتم تحديد عدد من المؤسسات الإعلامية المهنية والتعليمية لاختر العينة العمدية منها وكان من بينها تلفزيون الشارقة وعجمان وإذاعة أم القيوين وصحيفة الخليج وكلية الإعلام عجمان وكلية الاتصال الشارقة وكلية الإمارات للتكنولوجيا.

3. الإجراءات الميدانية:

1. اختبار الصدق الظاهري لأداة الدراسة: لإعطاء دالة صدق الاستبانة تم عرض فقراتها على (6) من المحكمين من ذوي الخبرة والتخصص في الإعلام وعلم الاجتماع واعتمد الباحث نسبة اتفاق مقدارها (80%) فما فوق لتقرير مدى قبول الفقرة الصادقة من عدمه، وبعد مراجعة المحكمين لفقرات الاستبانة المكونة من خمس عشرة فقرة تم إلغاء ثلاث فقرات وتعديل فقتين واكتسبت صحيفة الاستبانة صيغتها النهائية بعدد (12) فقرة.
2. اختبار الثبات لأداة البحث: لاختبار ثبات صحيفة الاستبانة تم الاعتماد على أسلوب إعادة الاختبار عن طريق اختيار عينة عشوائية من (10) مبحوثين من العينة الرئيسية وزعت عليهم الاستبانة وتم إعادة الاختبار بعد أسبوعين وبعد استخدام الباحث معامل ارتباط بيرسون في المعالجة الإحصائية بلغ معامل الثبات 82% وهو معامل ثبات يقيس استقرار إجابات المبحوثين عبر الزمن.

جداول الخصائص العامة لعينة الدراسة:

الجدول (01) يبين جنس أفراد العينة:

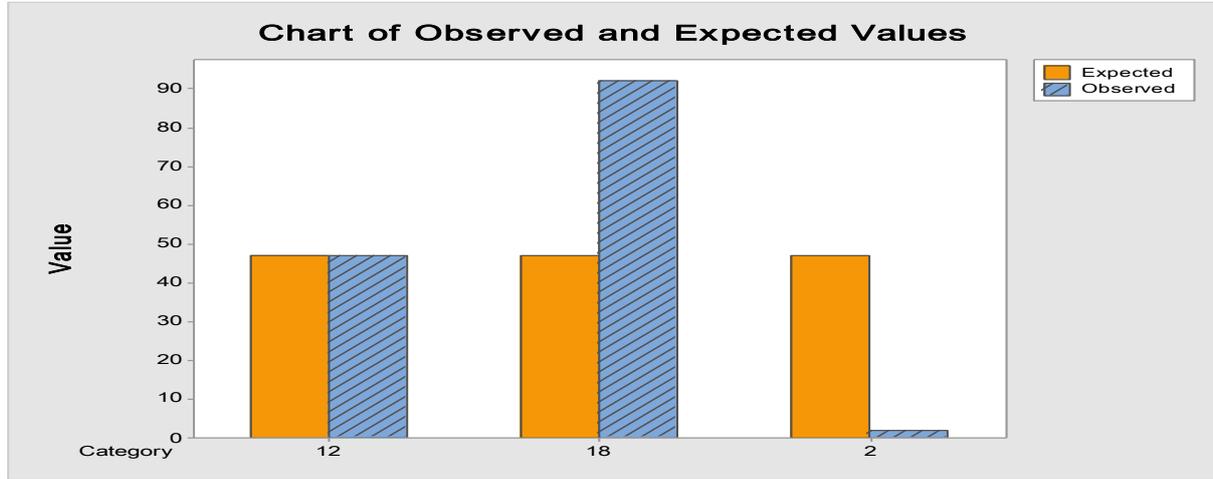
الجنس	العدد	النسبة
ذكر	91	45.5%
أنثى	109	54.5%
المجموع	200	100%

يوضح الجدول (01) أن نسبة الإناث بلغت 55.5% مقارنة بالذكور 45.5% وهو أمر مألوف بمجتمع الإمارات والعديد من المجتمعات العربية حيث تزيد نسبة الإناث عن الذكور بمختلف المؤسسات الإعلامية والتعليمية، ويعتقد

الأكبر في العينة كونهم الأكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة، وبالمقابل اشتملت العينة على (29%) من الموظفين في القطاعات الإعلامية الحكومية، ويأتون في المرتبة الثانية، أما الموظفون في القطاع الخاص فكانت نسبتهم (23.5%) وهم النسبة الأقل في العينة، لقلة المؤسسات الخاصة التي خضعت لهذه الدراسة

موظف قطاع خاص	47	23.5%
طالب إعلام	95	47.5%
المجموع	200	100%

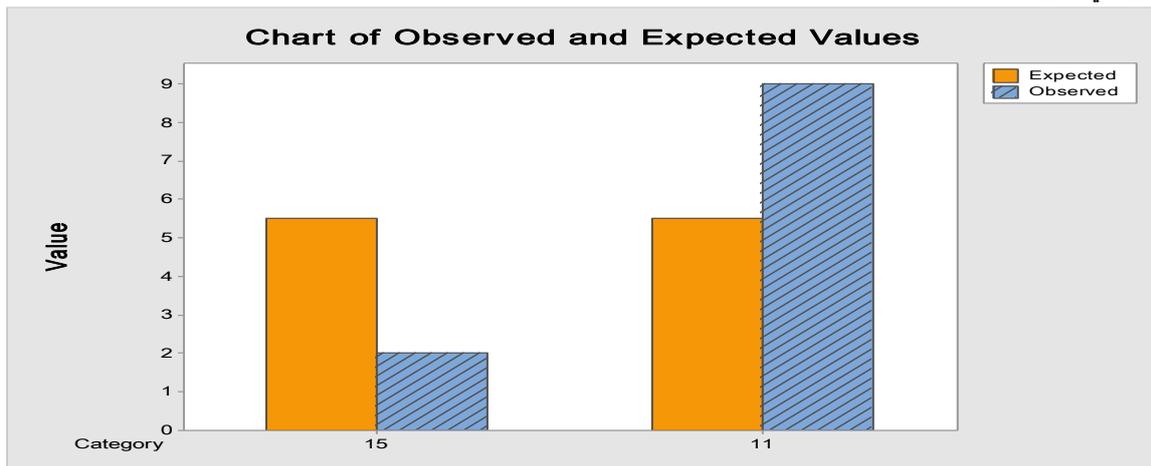
يبين جدول المهنة أن هناك (47.5%) من أفراد العينة هم طلبة إعلام وأن غالبيتهم يجمعون بين العمل في المؤسسات الإعلامية والدراسة وهم النسبة تحليل بيانات الدراسة الميدانية:



الشكل البياني (01) يظهر اللغة الأكثر أهمية للخطاب الإعلامي وفقاً لمتغير مستوى التعليم.

نستخلص من نتائج البيانات المتعلقة بالشكل وجود علاقة تأثير وتأثر بين متغير أهمية اللغة في الخطاب الإعلامي ومتغير مستوى التعليم عند مستوى دلالة 0.05، ويعتقد أغلبية عينة الدراسة بأهمية اللغة العربية في الخطاب الإعلامي إذ بلغت نسبتهم (70.5) مقارنة بأهمية اللغات الإنجليزية والأوربية والشرقية للخطاب الإعلامي العربي.

توضح النتائج المستخلصة من الشكل (01) وجود علاقة تأثير وتأثر بين متغير أهمية اللغة في الخطاب الإعلامي ومتغير مستوى التعليم عند مستوى دلالة 0.05 وفقاً لاختبار كاي تربيع. وتبين من النسب المئوية أن (70.5) من الباحثين يؤكدون أهمية اللغة العربية في الخطاب الإعلامي مقابل (0.16) يرون أهمية اللغة الإنجليزية و(9.5) يعتقدون بأهمية اللغات الأوربية و(0.03) يرون أهمية اللغات الشرقية وكان هناك (0.01) يعتقد أن الأهمية في لغات أخرى غير التي ذكرت.



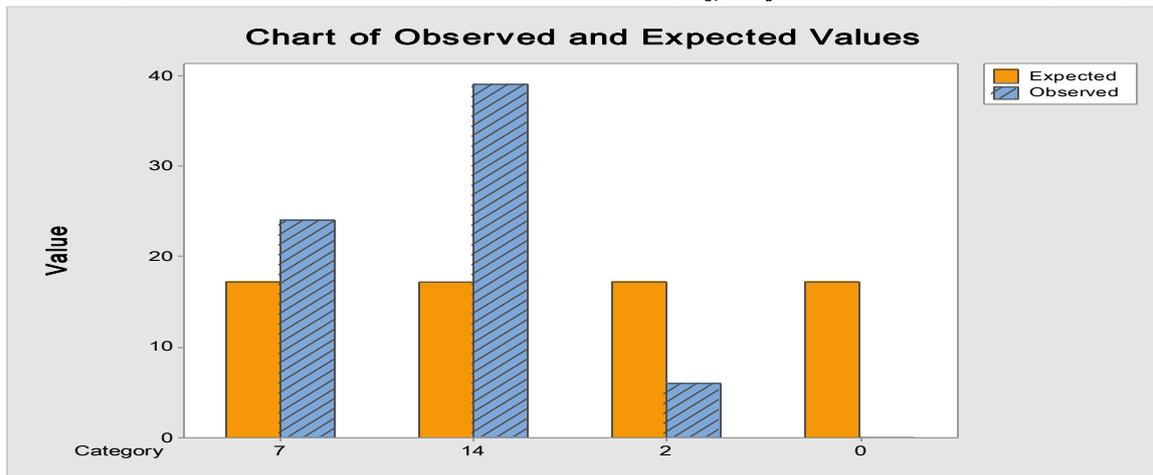
الشكل البياني (02) يبين مدى تأثير لغة الخطاب الإعلامي في ثقافة الشباب العربي وفقاً لجنسية المبحوث.

العينة يرون أنهم تأثروا من التعليم والثقافة الذاتية، ويرى (4%) أنهم تأثروا بمصادر متعددة، وكان (1.5) لم يتأثروا كونهم من جنسيات غير عربية ولا يجيدون اللغة العربية إلا بشكل محدود.

وبذلك نستدل على أن لغة الخطاب الإعلامي تؤثر في ثقافة الشباب العربي بنسبة (41%) من الجمهور العربي ولم يتأثر أحد من الجنسيات غير العربية، ويعتقد (59%) من المبحوثين أنهم تأثروا بمصادر أخرى. يعتقد الباحث أن

أظهرت نتائج الشكل (02) كاي تربيع عند مستوى الدلالة (0.05) ان متغير الجنسية للمبحوث له علاقة في متغير تأثير لغة الخطاب الإعلامي على ثقافة الشباب العربي حيث وافق (41%) من العينة على أن لغة الخطاب تؤثر في ثقافة الشباب بينما يرى (18%) أنهم تأثروا ولكن ليس بلغة الخطاب في الإعلام العربي، ويرى (13%) أن التأثير كان من الأسرة، في حين يعتقد (11.5) أن تأثرهم جاء من خطاب القنوات الأجنبية، وكان (11%) من

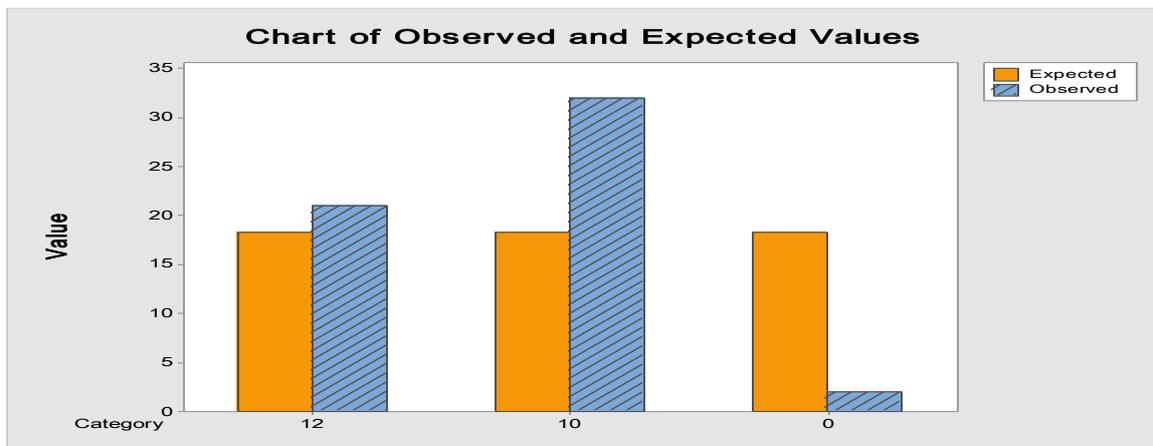
السبب في عدم تأثر أكثر من نصف العينة بالخطاب الإعلامي العربي إلى تعدد وتناقض مصادر هذا الخطاب، وضعف تعبيره عن اهتمامات الجمهور العربي.



الشكل البياني (03) يوضح مدى تفضيل المبحوث دراسة الإعلام باللغات الأجنبية حسب التخصص.

ونستخلص من هذه البيانات أن (85%) من العينة يفضلون اللغة العربية على اللغات الأجنبية في دراسة الإعلام وأن (50.5%) منهم متخصصون في العلاقات العامة، وتعود أسباب هذا الميل لتخصصي العلاقات العامة في دراسة الإعلام باللغة العربية إلى أن العاملين في هذا التخصص يعملون في مؤسسات الغالبية ممن يمارسون الأنشطة فيها من العرب.

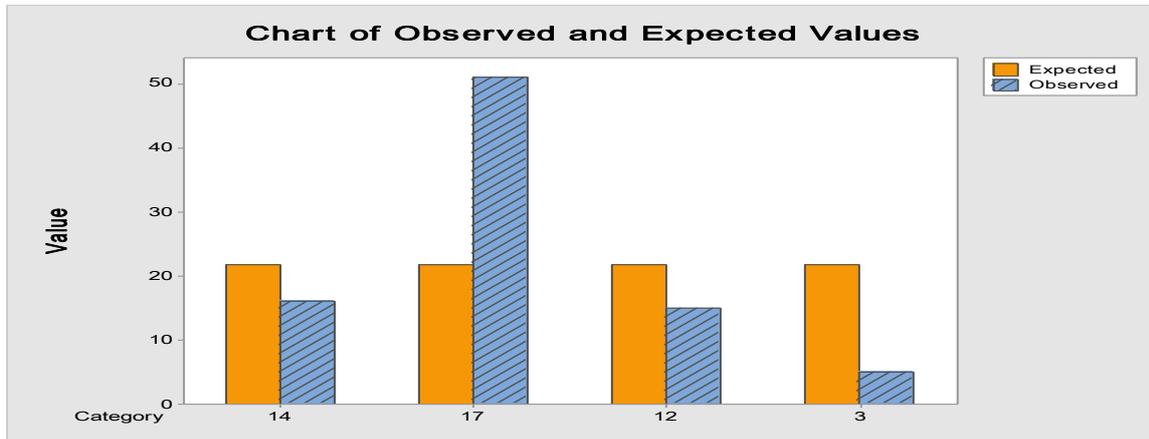
تبين من الشكل (03) وجود علاقة تأثير بين التخصص الإعلامي لأفراد عينة الدراسة ومتغير تفضيلهم دراسة الإعلام باللغات الأجنبية عند مستوى دلالة (0.05). كما أظهرت النتائج أن (85%) من الدارسين للإعلام في العينة يفضلون دراسته باللغة العربية، مقابل (15%) يفضلون الدراسة باللغات الأجنبية وكان (50.5%) منهم متخصصين بالعلاقات العامة، و(0.23%) في الإذاعة والتلفزيون، و(20.5%) في التصميم الجرافيكي، (0.06%) بتخصص الصحافة.



الشكل البياني (04) يوضح دور اللغة العربية في تطوير مهارات الإعلاميين وفقاً لمتغير مستوى التعليم.

كما بينت الدراسة أن (89%) من أفراد العينة من يعتقدون بأهمية دور اللغة العربية في تطوير مهارات الإعلاميين. مقابل (11%) لا يرون هذه الأهمية.

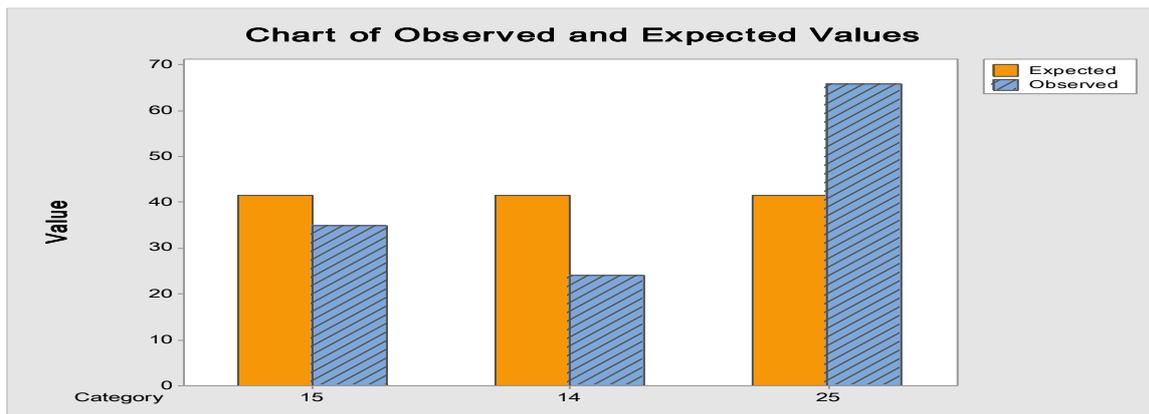
أوضحت النتائج المستخلصة من الشكل (04) أن مستوى التعليم للمبحوث يؤثر في متغير اعتقاده بدور اللغة العربية في تطوير مهارات الإعلاميين عند مستوى الدلالة (0.05).



الشكل البياني (05) يوضح مدى اعتقاد المبحوثين باللغة الوظيفية الأكثر تأثيراً في الجمهور وفقاً لتخصص الإعلامي.

وخلاصة البيانات المتعلقة بهذه الشكل البياني تشير إلى أن اللغة الصوتية المنطوقة تعد الأكثر تأثيراً في الجمهور حيث مثلت نسبة (43.5%) تليها لغة الصورة بنسبة (23%) وقد تعود أسباب ذلك إلى أن غالبية الجمهور يتأثر بما يسمع ويرى، أما عملية التأثر والتأثير من خلال اللغات الوظيفية التعبيرية والدلالية فتحتاج إلى خبرات ومهارات لا يجيدها ويحلل دلالاتها ويفسر معانيها إلا المتخصصون وذوو الخبرات الكبيرة، أما التأثر عن طريق القراءة للخطابات المدونة فتتطلب جهداً وتركيزاً لذلك يفضل الجمهور الاستماع والمشاهدة.

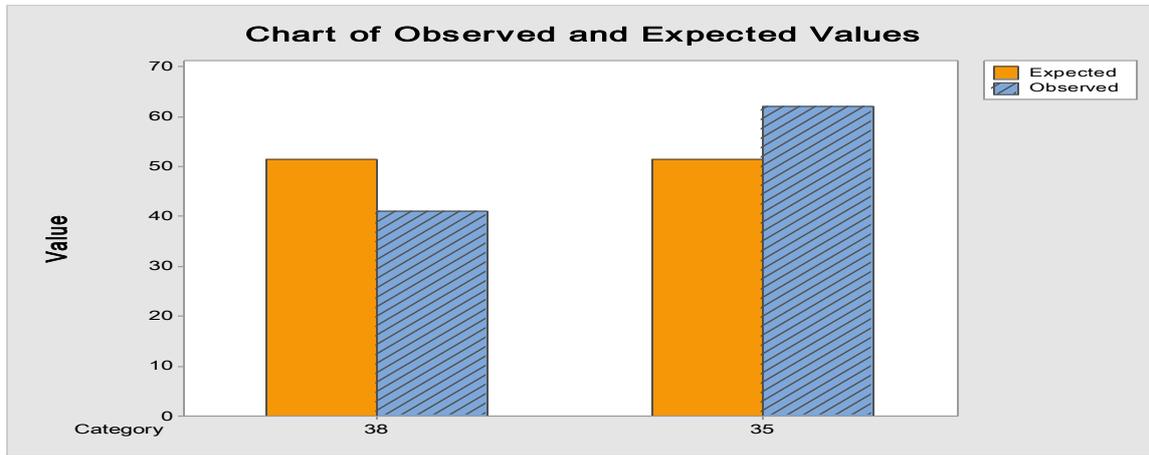
أظهرت النتائج في الشكل (05) أن متغير اللغة الوظيفية المؤثرة في الجمهور، له علاقة تأثير بمتغير التخصص الإعلامي للمبحوث عند مستوى دلالة (0.05). كما اتضح أن (43.5%) يعتقدون بأن اللغة الصوتية أو اللفظية المستخدمة بوسائل الإعلام أكثر تأثيراً بالمتلقي بينما يرى (23%) بأن لغة الصورة هي الأكثر تأثيراً في المتلقي، ويعتقد (12%) بأن اللغة المقروءة هي الأكثر تأثيراً، وكان هناك (11%) يعتقدون بأهمية لغة الجسد في التأثير على الجمهور، أما اللغة الإيحائية فلم يعتقد بأهميتها في التأثير سوى (10.5%).



الشكل البياني (06) يوضح مدى اعتقاد أفراد عينة الدراسة بدور لغة الخطاب الإعلامي في تطوير مهارات الإعلاميين حسب الوظيفة.

متوسطة، وكان هناك (14%) فقط ممن لا يعتقدون بأهمية الخطاب الإعلامي في تطوير مهارات الإعلاميين. ونستدل من البيانات الجدولية التي يجسدها الشكل البياني أن (86%) يعتقدون بأهمية لغة الخطاب الإعلامي في تطوير مهارات الإعلاميين مقابل (14%) لا يعتقدون بأهمية دور الخطاب الإعلامي في تطوير مهارات الإعلاميين.

اتضح من النتائج المتعلقة بالشكل (06) وجود علاقة تأثير بين وظيفة المبحوث ومتغير اعتقاده بأهمية لغة الخطاب الإعلامي في تطوير مهارات الإعلاميين عند مستوى دلالة (0.05). وأظهرت النتائج أن (58.5%) من أفراد العينة يعتقدون بأهمية لغة الخطاب الإعلامي في تطوير مهارات الإعلاميين بدرجة كبيرة، و(27.5%) يؤمنون بهذا الاعتقاد ولكن بدرجة



الشكل البياني (07) يبين أفضلية التعيين للمتخرجين من برامج عربية أو أجنبية وفقاً لمتغير النوع.

الإعلامي العربي تعدد وتناقض مصادر هذا الخطاب، وضعف تعبيره عن اهتمامات الجمهور العربي.

بينت النتائج أن (85%) من العينة يفضلون اللغة العربية على اللغات الأجنبية في دراسة الإعلام وأن (50.5%) منهم متخصصون في العلاقات العامة، وتعود أسباب هذا الميل لمتخصصي العلاقات العامة في دراسة الإعلام باللغة العربية إلى أن العاملين في هذا التخصص يعملون في مؤسسات عربية، وأن الغالبية ممن يمارسون الأنشطة فيها هم من العرب.

توصلت الدراسة إلى أن (89%) من أفراد العينة يعتقدون بأهمية دور اللغة العربية في تطوير مهارات الإعلاميين. مقابل (11%) لا يعتقدون بأهمية هذا الدور.

أشارت النتائج المتعلقة بتأثير وظائف اللغة في الخطاب الإعلامي الموجه إلى الجمهور العربي إلى أن اللغة الصوتية المنطوقة تعد الأكثر تأثيراً في الجمهور، حيث شكلت نسبة (43.5%) تليها لغة الصورة بنسبة (23%) وقد تعود أسباب ذلك إلى أن غالبية الجمهور يتأثر بما يسمع ويرى، أما عملية التأثر والتأثير من خلال اللغات الوظيفية التعبيرية والدلالية فتحتاج إلى خبرات ومهارات لا يجيدها ويحلل دلالاتها ويفسر معانيها إلا المتخصصون وذوو الخبرات الكبيرة، أما التأثر عن طريق القراءة للخطابات المدونة فتتطلب جهداً كبيراً وتركيزاً لذلك يفضل الجمهور الاستماع والمشاهدة.

تبين من نتائج الدراسة أن (86%) يعتقدون بأهمية لغة الخطاب الإعلامي في تطوير مهارات الإعلاميين مقابل (14%) لا يعتقدون بأهمية دور الخطاب الإعلامي في تطوير مهارات الإعلاميين. وقد تعود أسباب عدم قناعة هذه القلة من العينة بعدم إمكانية اللغة العربية بتطوير مهارات الإعلاميين كونهم من ثقافات غير عربية.

أوضحت النتائج أن (55%) من أفراد العينة يعتقدون بأفضلية التعيين في الوظائف للمتخرجين من برامج عربية، في حين يرى (39.5%) أن الأفضلية للمتخرجين من برامج إنجليزية وكان هناك (5.5%) يرون أن الأفضلية في التعيين للمتخرجين من برامج أجنبية أخرى.

أوضحت النتائج في الشكل (07) أن متغير النوع لعينة الدراسة يؤثر في مدى اعتقاد المبحوث بأفضلية التعيين للمتخرجين من برامج عربية أو أجنبية عند مستوى دلالة (0.05).

فقد أوضحت النتائج أن (55%) من أفراد العينة يعتقدون بأفضلية التعيين في الوظائف للمتخرجين من برامج عربية، في حين يرى (39.5%) أن الأفضلية للمتخرجين من برامج إنجليزية وكان هناك (5.5%) يرون أن الأفضلية في التعيين للمتخرجين من برامج أجنبية أخرى.

نتائج الدراسة:

أسفرت الدراسة عن العديد من النتائج المتعلقة بأهمية اللغة في الخطاب الإعلامي العربي نذكر أهمها فيما يلي:

أكدت العديد من نتائج الدراسات المتعلقة بواقع اللغة العربية وأهميتها للخطاب في الإعلام العربي أن اللغة العربية تعاني الإهمال وعدم الاهتمام والتجاهل على الرغم من أنها من اللغات الحية غير المرشحة للانقراض في المستقبل المنظور، سيما عند مقارنتها بـ (6700) لغة سائدة في العالم، ورغم الأعداد الكبيرة من الناطقين بها في العالم.

أظهرت النتائج المستخلصة من الدراسة أنه على الرغم من إساءة استخدام اللغة العربية من قبل العديد من وسائل الإعلام والمستخدمين لما يسمى بـ "الإعلام الجديد" إلا أنها أسهمت بتطوير وظائف اللغة العربية ومهارات العاملين بوسائل الإعلام العربية.

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة تأثير وتأثر بين متغير لغة الخطاب الإعلامي ومستوى التعليم لأفراد عينة الدراسة عند مستوى دلالة 0.05، ويعقد أغلبية أفراد عينة الدراسة بأهمية اللغة في الخطاب الإعلامي العربي إذ بلغت نسبتهم (70.5%) مقارنة بأهمية الخطاب الإعلامي باللغات الإنجليزية والأوربية والشرقية التي لم تحصل إلا على نسبة (29.5%).

أوضحت نتائج الدراسة أن لغة الخطاب الإعلامي تؤثر في ثقافة الشباب العربي بنسبة (41%) من الجمهور العربي، ولم يتأثر بها أحد من الجنسيات غير العربية، ويعتقد (59%) من المبحوثين أنهم تأثروا بمصادر أخرى غير الخطاب الإعلامي العربي. ويرى الباحث أن السبب وراء عدم تأثر أكثر من نصف العينة بالخطاب

التوصيات:

يوصي الباحثان بما يلي:

- تعزيز دور اللغة الإعلامية العربية بوسائل الإعلام، باعتبارها أداة تنمي الأفكار والمشاعر العربية وتوحد المجتمعات العربية في الفكر والممارسة وتقرب بين الناطقين بها، كما هو الحال في الأمم الأخرى المجاورة...
- تعزيز الإشراف اللغوي وتصحيح النصوص المذاعة والمنشورة بوسائل الإعلام العربية.
- إلزام المتقدمين لدراسة الإعلام أن يجتازوا اختبار اللغة العربية أسوة باختبارات الأيلتس والتوفل وغيرها من المتطلبات المفروضة باللغة الإنجليزية.

- إعداد مناهج متقدمة لتطوير مهارات الإعلاميين باللغة العربية في النحو والأدب والإلقاء والتقديم.
- ربط إجازة الموافقات في فتح المواقع الالكترونية بتدقيق النصوص لغوياً قبل نشرها في المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.
- اعتماد اللغة العربية لغة أساسية في التعليم مضافاً إليها اللغة الإنجليزية لغة ثانية، لأن معظم المتخرجين العرب سيخاطبون جمهوراً عربياً ويعملون في مؤسسات إعلامية عربية.

هوامش البحث:

- [15] حجازي محمد عبد الواحد، (2008) " التأمير على اللغة العربية، ط 1، مصر - الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، ص 199.
- [16] قاسم محمد جابر والحديدي عبد المحسن، (2016) " ضعف مخرجات تعلم اللغة العربية، ط 1"، المركز التربوي للغة العربية لدول الخليج، ط 1، الكويت، ص 42.
- [17] عطية محمد وجادالله إبراهيم، (2016) "أساليب معاصرة في أسرة بني قسي نموذجاً (الأردن- عمان: دار جليس الزمان، ص 5.
- [18] مختار إبراهيم سليمان أحمد، (2006) "تعلم اللغة العربية عبر الشبكة العالمية، ط 1"، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا، مركز بحوث ماليزيا، ص 35.
- [19] عاشور راتب قاسم والحوامدة محمد فؤاد (2014)، " أساليب تدريس اللغة العربية بين النظرية والتطبيق، ط 4"، الأردن - عمان: دار المسيرة، للنشر والتوزيع والطباعة، ص. 41.
- [20] عبد الله محمد، (2018) " الوسائل الرقمية والتقويم اللغوي بين ضرورة الإبقاء وفكرة الاستغناء"، (بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 10 العدد 41، تموز- أيلول: ص 25.
- [21] 1. الدناني عبد الملك والمشايخ محمد، (2020)، " اللغة في مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك نموذجاً"، (المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 23، مايو ص ص 107-125-126.
- [22] الهبيتي هادي نعمان، (2007)، " في فلسفة اللغة والاعلام"، ط 1، بغداد: الدار الثقافية للنشر.
- [23] عكوباش هشام (2020) " إشكالية اللغة في وسائل الاعلام الجزائرية"، المانيا المركز الديمقراطي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 11، مايو، ص 302
- [24] 24. صويلح هشام، (2019) " الإعلام والحجاج" مظاهر الحجاج اللغوي في مقالات صحافة الرأي " برلين، مجلة الدراسات الإعلامية العدد التاسع، نوفمبر، ص 85.

- [1] أبو عرجة تيسير (2003) الإعلام والثقافة العربية، الموقف والرسالة، ط 1، عمان، دار مجدلاوي.
- [2] نظرية بناء المعنى متاح على الرابط:
<https://almnyalsahafa.wordpress.com/2015/04/23>
- [3] عنكيط احمد والطائي مصطفى حميد، (2014) " دور وسائل الاتصال الجماهيري في تطوير وظائف اللغة العربية، دراسة تطبيقية.
- [4] فهمي هويدي، متاح على الرابط:
http://www.isesco.org.ma/pub/ARABIC/Langue_arabe/p7.htm
- [5] العقاد محمود عباس، (1936) " اشتات مجتمعات في اللغة والادب"، القاهرة: دار المعارف، ص 58
- [6] الديبان إبراهيم بن علي، (د ت) "الصراع اللغوي"، التعليم باللغات الأجنبية في العالم العربي " قسم علم اللغة والدراسات السامية والشرقية، القاهرة: جامعة القاهرة كلية دار العلوم، ص 7.
- [7] الشلاحي رائد سعد ويوسف محمد العويهان (2014)، "مهارات الاتصال اللغوية"، الكويت: مكتبة أفاق.
- [8] عيدروس محسن بن عقيل، (2014) "استخدام عرض واقعي في تعليم اللغة العربية لتنمية مهارة الاستماع"، بحث منشور في وقائع أعمال المؤتمر الدولي الثالث للغة العربية، المجلد الثالث، دبي، ص 382.
- [9] خليل إبراهيم والصمادي إمتنان، (2008) " فن الكتابة والتعبير" ط 1، الأردن - عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص 27.
- [10] الموسى نهاد، (2008) " اللغة العربية وأبنائها - أبحاث في قضية الخطأ وضعف الطلبة في اللغة العربية، ط 1"، الأردن - عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص 123.
- [11] مكتبي، نذير محمد (2009) " الفصحى في مواجهة التحديات"، ط 1، بيروت: دار البشائر الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع 171.
- [12] 12. العكيبي عبد الوهاب (2017) " عولمة اللغة ولغة العولمة، ط 1"، مصر - طنطا: دار الناظمة للنشر والتوزيع، ص 40.
- [13] أماني برهان الدين، " دور اللغة العربية وثقافتها في تطوير مجالي الفكر والتعليم إندونيسيا، بحث منشور في وقائع أعمال المؤتمر الدولي الثالث للغة العربية، المجلد الثاني، ط 1، دب، ص 20.
- [14] سمي فتحي (2014) آفاق الدرس اللغوي في العربية، ط 1، الأردن. إريد، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ص 35.

[25] Julian.L.Simon.Basic Research Methods in Social Science, The Art of Empirical Investigation New York, Random House 1969, pp251-260.

[26] C.A.Moser Survey Methods in Social investigation .London Heinemann, 1983, pp, 115.119

المصادر والمراجع:

- [16]- سهى فتحي (2014) آفاق الدرس اللغوي في العربية، ط1، الأردن. إربد، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ص 35.
- [17]- حجازي محمد عبد الواحد، (2008) "التأمر على اللغة العربية، ط1، مصر - الإسكندرية: دار الوفاء لنشر الطباعة والنشر، ص 199.
- [18]- قاسم محمد جابر والحديدي عبد المحسن، (2016) "ضعف مخرجات تعلم اللغة العربية، ط1"، المركز التربوي للغة العربية لدول الخليج، ط1، الكويت، ص 42.
- [19]- عطية محمد وجادالله إبراهيم، (2016) "أساليب معاصرة في تدريس اللغة العربية وأثرها في تنمية مهارات التفكير، ط1"، [20]- (الأردن- عمان: دار جليس الزمان، ص 5
- [21]- مختار إبراهيم سليمان أحمد، (2006) "تعلم اللغة العربية عبر الشبكة العالمية، ط1"، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا، مركز بحوث ماليزيا، ص 35.
- [22]- عاشور راتب قاسم والحوامدة محمد فؤاد (2014)، "أساليب تدريس اللغة العربية بين النظرية والتطبيق، ط4"، الأردن - عمان: دار المسيرة، للنشر والتوزيع والطباعة، ص 41.
- [23]- عبد الله محمد، (2018) "الوسائل الرقمية والتقويم اللغوي بين ضرورة الإبقاء وفكرة الاستغناء"، (بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 10 العدد 41، تموز- أيلول: ص 25.
- [24]- الدناني عبد الملك والمشايخ محمد، (2020)، "اللغة في مواقع التواصل الاجتماعي" الفيسبوك نموذجا"، (المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 23، مايو ص ص 107-125-126.
- [25]- الهبتي هادي نعمان، (2007)، "في فلسفة اللغة والاعلام"، ط1، بغداد: الدار الثقافية للنشر.
- [26]- عكوباش هشام (2020) "إشكالية اللغة في وسائل الاعلام الجزائرية"، المانيا المركز الديمقراطي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 11، مايو، ص 302
- [27]- صويلح هشام، (2019) "الإعلام والحجاج" مظاهر الحجاج اللغوي في مقالات صحافة الرأي" برلين، مجلة الدراسات الإعلامية العدد التاسع، نوفمبر، ص 85.
- [28]- Julian.L.Simon.Basic Research Methods in Social Science, The Art of Empirical Investigation New York, Random House 1969, pp251-260.
- [29]- C.A.Moser Survey Methods in Social investigation .London Heinemann, 1983, pp, 115.119.
- [1]- أبو عرجة تيسير (2003) الإعلام والثقافة العربية، الموقف والرسالة، ط1، عمان، دار مجدلاوي.
- [2]- نظرية بناء المعنى متاح على الرابط:
https://almnyalsahafa.wordpress.com/2015/04/23
- [3]- غرافي محمد، (2002) قراءة في السميولوجيا البصرية، الكويت عالم المعرفة العدد الأول، المجلد الأول، يوليو سبتمبر.
- [4]- عنكيط احمد والطائي مصطفى حميد، (2014) " دور وسائل الاتصال الجماهيري في تطوير وظائف اللغة العربية، دراسة تطبيقية على عينة من مجتمع الإمارات 2013-2014 م"، بحث منشور في وقائع اعمال المؤتمر الدولي الثالث للغة العربية، الطبعة الأولى دبي، ص 497.
- [5]- فهجي هويدي، متاح على الرابط:
http://www.isesco.org.ma/pub/ARABIC/Langue_arabe/p7.htm
- [6]- العقاد محمود عباس، (1936) " اشتات مجتمعات في اللغة والادب"، القاهرة: دار المعارف، ص 58
- [7]- الديبان إبراهيم بن علي، (د ت) "الصراع اللغوي"، التعليم باللغات الأجنبية في العالم العربي" قسم علم اللغة والدراسات السامية والشرقية، القاهرة: جامعة القاهرة كلية دار العلوم، ص 7.
- [8]- الشلاحي رائد سعد ويوسف محمد العويهان (2014)، "مهارات الاتصال اللغوية"، الكويت: مكتبة آفاق.
- [9]- عيدروس محسن بن عقيل، (2014) " استخدام عرض واقعي في تعليم اللغة العربية لتنمية مهارة الاستماع"، بحث منشور في وقائع أعمال المؤتمر الدولي الثالث للغة العربية، المجلد الثالث، دبي، ص 382.
- [10]- خليل إبراهيم والصمادي إمتنان، (2008) " فن الكتابة والتعبير" ط1، الأردن - عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص 27.
- [11]- الموسى نهاد، (2008) " اللغة العربية وأبناؤها - أبحاث في قضية الخطأ وضعف الطلبة في اللغة العربية، ط1"، الأردن - عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص 123.
- [12]- مكنبي، نذير محمد (2009) " الفصحى في مواجهة التحديات"، ط1، بيروت: دار البشائر الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع 171.
- [13]- العكيبي عبد الوهاب (2017) " عولة اللغة ولغة العولة، ط1"، مصر - طنطا: دار النابغة للنشر والتوزيع، ص 40.
- [14]- أماني برهان الدين، " دور اللغة العربية وثقافتها في تطوير مجالي الفكر والتعليم إندونيسيا، بحث منشور في وقائع أعمال المؤتمر الدولي الثالث للغة العربية، المجلد الثاني، ط1، دب، ص 20.