

تقييم الأداء اللغوي لوسائل الإعلام ودور هذه الوسائل في استخدام اللغة العربية الفصحى

(من وجهة نظر طلبة الصحافة والإعلام في جامعة البترا)

أ.د. تيسير أبو عرجة
جامعة البترا/ قسم الصحافة والإعلام

بسم الله الرحمن الرحيم

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على موقف طلبة الصحافة والإعلام في جامعة البترا من المستوى اللغوي الذي تقدّم به المواد الإعلامية المختلفة في وسائل الإعلام، وما هو رأي هؤلاء الطلبة باستخدام العامية في ما تقدمه وسائل الإعلام من برامج ومواد إعلامية، وكيف يقيم الطلبة الأداء اللغوي لوسائل الإعلام، وما الدور المطلوب من هذه الوسائل في تعزيز استخدام اللغة العربية الفصحى، إضافة إلى دور الجامعات وأقسام وكلّيات الإعلام فيها التي تعنى بإعداد الإعلاميين وتأهيلهم.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها:

- اختيار العينة اللغة الفصحى بنسبة ٨٠,٥% للأخبار والتقارير الإخبارية.
- اختيار العامية بنسبة ٥٠,٥% للدراما الإذاعية والتلفزيونية، بينما جاء استخدام الفصحى والعامية معاً بنسبة ٤٤,٥%.
- حصلت حوارات المندوبين مع الجمهور العام على استخدام الفصحى والعامية معاً بنسبة ٤٥,٥% بينما حصلت العامية على ٣٨,٨%، والفصحى بنسبة ١٥%.

- حصلت الفصحى على النسبة الأعلى للبرامج الثقافية والأدبية وهي ٧١,٤% تلاها
الفصحى والعامية معاً بنسبة ٢٥,٩%.
- حصلت الفصحى على النسبة الأعلى للبرامج العلمية وهي ٧٥%، بينما جاءت
الفصحى والعامية معاً بنسبة ١٨,٢%.
- حصلت الفصحى على النسبة الأعلى للبرامج الدينية وهي ٥٤,١%، تلاها في
النسبة الفصحى والعامية معاً وهي ٣٩,١%.
- حصلت العامية على النسبة الأعلى للبرامج الاجتماعية والمنوعات وهي ٥٣,٢%،
تلاها الفصحى والعامية معاً بنسبة ٤٠,٥%.
- حصلت الفصحى والعامية معاً على النسبة الأعلى للبرامج الرياضية وهي
٤٣,١%، تلاها العامية بنسبة ٣٩,٥%.
- وحصلت العامية على النسبة الأعلى في برامج المسابقات وهي ٦٣,٦%، تلاها
الفصحى والعامية معاً بنسبة ٣٠%.

مَهَيِّدٌ

لغة الإعلام بين الفصحى والعامية

ينشغل أهل الفكر والعلم، والحريصون على لغة الضاد، بالكيفية التي تظهر بها لغتنا العربية في وسائل الإعلام، والوضعية التي آلت إليها على ألسنة المتحدثين والمتحاورين والإذاعيين، ومستخدمي الوسائل الإعلامية كافة. وهذا الانتشار الكثيف للهجات العامية، والخلط في الأحاديث بين اللغة العربية واللغات الأجنبية، والزعم بأن العربية صعبة الفهم، صعبة الاستعمال، غير قادرة على تلبية الأفكار المطلوبة للحديث والحوار.

ومما زاد في طغيان العامية، هذه الكثرة الهائلة في وسائل الإعلام والاتصال، وحاجتها لتغطية مساحاتها الزمنية بالكثير من البرامج والمقابلات والاتصالات، والمسابقات والإعلانات، ومخاطبتها شرائح واسعة من المجتمع، متباينة في ثقافتها، وقدراتها على التعبير، واستخداماتها لمفردات اللغة، ناهيك عن عدم قدرة، أو رغبة، أو محاولة من يحاورونهم من الإعلاميين، أن يستخدموا اللغة الفصيحة، من خلال طرح الأسئلة وإدارة الحوارات، وإيصال الأفكار للناس، بالقلب اللغوي الفصيح البسيط الميسر والسهل، الذي يكون محافظاً على سلامة القواعد من نحو و صرف، مع استخدام المفردات البسيطة، التي تمتاز بالسهولة والمعاني الواضحة.

إننا ندرك خطورة الموقف من اللغة في وسائل الإعلام، مع هذا الانتشار الكثيف للقنوات الفضائية، التي تستقطب، على اختلاف أنواعها وتخصصاتها، نسبة عالية من المشاهدة، وتعتبر مصدراً أساسياً للمعرفة بأحوال المجتمعات والعالم من حولنا. هذه القنوات التي تقدم كل ألوان البرامج والأفلام والمسلسلات، ولكن حظ الثقافة الجادة فيها قليل، وحظ الإبداع الأدبي فيها أقل، ويتم فيها التضحية باللغة العربية الفصحى بمنتهى السهولة، وهي مغرقة في اللهجات العامية، وعديد برامجها

يقدم بمسميات عامية، فيما عدا تلك البرامج القليلة الجادة التي يطل فيها المثقفون والمفكرون، ويكون فيها للفصحى نصيب أكيد.

وقد عمق أمر طغيان العامية في وسائل الإعلام، لجوء الإذاعات الخاصة، على كثرتها، إلى الترفيه والبرامج الخفيفة، والاستعانة بالمذيعين والمذيعات الذين يكرسون في برامجهم وحواراتهم مع الجمهور، اللهجات العامية.

إن التساؤلات التي تثار، عندما يذكر دور الإعلام إزاء اللغة العربية في الجانب الإيجابي، تتمثل بالقدرة التي تملكها وسائل الإعلام على نشر اللغة، وإغنائها بالألفاظ والمفردات والمصطلحات، وتكريس استخدام الفصحى في البرامج والحوارات السياسية والاجتماعية، وهي تمتلك خاصية التكرار والتأثير والقدرة على التواصل والتوصيل بطريقة مشوقة، وكذلك قدرة وسائل الإعلام على إثراء القاموس اللغوي من جديد المفردات والمصطلحات في عالم السياسة والاقتصاد والاجتماع والتقنيات الحديثة، سواء بواسطة التعريب أو الترجمة أو التوليد والاشتقاق، مما يعطي لوسائل الإعلام دوراً مهماً من هذا القبيل، وقدرة وسائل الإعلام على التعريف بالنتائج الأدبية والثقافية، وما تحفل به جماليات الصورة واللغة والموسيقى، مما يعزز التدوق الأدبي والفني، ويجعل للإبداع مكانه المرموق والمؤثر في حياة الناس.

أما هذا الدور السلبي الذي يرتبط بالأداء الإعلامي، في تعامله مع اللغة، فإنه يتمثل ميدانياً بما يلحق باستخدامات اللغة العربية في وسائل الإعلام، من أخطاء النطق والنحو، في حالة المواد الإعلامية المقدمة بالفصحى، ومن خطيئة تجاهل الفصحى واعتماد العامية كلياً في وسائل الإعلام.

ولعل ما يدفعنا الى التوقف أمام هذا الأداء اللغوي لوسائل الإعلام، ما نراه من أخطاء على ألسنة المذيعين والمذيعات من: أخطاء في قراءة الأعداد والأرقام، وفي نطق الأسماء الأجنبية، وفي نطق أسماء الأشخاص والبلدان. وما نراه من

سطة للعامة في الإذاعات الشبابية التي تسمى إذاعات أُل FM التي تقدم برامجها الحوارية ومنوعاتها وموادها الترفيهية باللهجة العامية. وما نراه من طغيان للعامة في الإعلانات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية، التي تركز العامة، وتزداد خطورتها نظراً لتكرارها واتصالها بحاجات الناس من سلع وخدمات، وما نراه من استخدام للعامة، أو الفصحى المليئة بالأخطاء، وغير الملتزمة بقواعد النحو العربي السليم، في الرسائل الهاتفية القصيرة التي تنتشر بكثافة في الأشرطة التلفزيونية المتحركة التي تعرف برسائل S.M.S، والتي تبدو لمن يقرأها أنها غير خاضعة لأيّة مراجعة تضبط بها ما تعج به من أخطاء.

وكذلك الأمر في الحوارات والمحادثات التي تتم عبر شبكة الانترنت، وتكون غالبيتها بالعامية، إضافة إلى كتابة هذه اللهجة العامية موضوع الحوار، بالحروف اللاتينية، ناهيك عن كتابة عديد العبارات بواسطة مفردات ورموز واختصارات غير قابلة للفهم.

أما الصحافة المطبوعة، فهي الوسيلة الوحيدة التي ما تزال تحرص على العربية الفصحى، ويحرص كتاب الأخبار والمقالات فيها، على سلامة القواعد والتعبير اللغوي الواضح، فيما عدا نسبة قليلة نجدها أحياناً في ضعف الصياغة، والتراكيب اللغوية، تكون ناشئة عن ضعف الإعداد اللغوي والقصور في التدريب لدى بعض المحررين، وكذلك ضعف الاهتمام بالمراجعة والتدقيق اللغوي.

وقد جاء الإعلان عن المشروع الوطني لحماية اللغة العربية في سبتمبر ٢٠١١ في العاصمة الأردنية (عمان) مؤكداً على أهمية حماية اللغة العربية تحت شعار (لغتي هويتي). وقد تشكلت لهذا المشروع لجنة برئاسة الدكتور ناصر الدين الأسد بمبادرة من (مركز البيرق الأردني للدراسات والمعلومات) الذي يرأسه (بلال حسن التل) وجاء في بيان الاجتماع الأول للجنة أنها بحثت مبررات إطلاق

المشروع الوطني للدفاع عن اللغة العربية والمتمثلة بالمسؤولية الوطنية والقومية والدينية تجاه اللغة العربية لمواجهة ما تتعرض له اللغة العربية من تهيمش يتجسد في حجم التراجع الذي أصاب استعمالها ومكانتها في المجتمع الأردني. بالإضافة الى تغليب العامية على الفصحى، خاصة في وسائل الإعلام. وأكدت اللجنة على أن اللغة هي الأداة الرئيسية لبناء أي مشروع حضاري لنهوض الأمة. وأن اللغة هي الحافظة للهوية الوطنية، وهي أداة بناء العواطف والمشاعر والتعبير عنها. وخلصت اللجنة إلى أن حالة التراجع التي تمرّ بها اللغة العربية من حيث الاستخدام تستدعي هبة شعبية ورسمية لإنقاذ لغتنا وهويتنا الوطنية والقومية(١).

وجاء في محاضرة للدكتور ناصر الدين الأسد، إن بين أيدينا ردوداً عملية فعلية حاضرة وليست كلامية نردّ بها على اتهام الآخرين للغة العربية بالقصور لكن الحقيقية التي لا بدّ من الاعتراف بها أننا نواجه مشكلة في اتهام اللغة العربية وتقاعسها وعدم قدرتها على القيام بواجبها في ملاحقة علوم العصر وبدأ هذا يتسرب إلى النفوس وبدأنا بكل أسف نحن أنفسنا نكرّر هذه الاتهامات للغة العربية، وأي اتهام من الخارج يمكن أن ننفر منه وأن نستعد للإجابة عليه،إنما حين يصبح هذا الهجوم منا نحن يقوم به نفر من أبناء هذه الأمة، أبناء هذه اللغة فقد أصبحت القضية تستحق أن نتوقف عندها وأن نحاول النظر في معالجتها.

وحول انتشار العامية في وسائل الإعلام العربية، قال الأسد: أنظروا في التلفزة في البلاد العربية قاطبة، وكيف أن السيادة(للهجات العامية) المختلفة التي تفرق بين أبناء الوطن العربي، وهي السائدة في جميع المسرحيات، في جميع الأغاني، في جميع الندوات، حتى الندوات الفكرية بين المثقفين، يبدأ أحدهم باللغة العربية السليمة الفصيحة، ولكنه لا يكاد ينطلق حتى يعوج لسانه ويمضي باللهجة المحلية العامية(٢).

وقال (نهاد موسى) في دراسة حول (الأخطاء المعجمية والصرفية والنحوية في وسائل الإعلام): إن رجوع النظر في المشهد الإعلامي يفضي بنا إلى مستويات لغوية شديدة التباين، فإذا جهدنا في ضبطها ميّزنا ثلاثة مستويات رئيسة كبرى، مستوى العربية الفصحى (أو الفصيحة) فيما نقرأ في الصحف وما نسمع في الإذاعة والتلفزة من نماذج البيان (قرائناً وحديثاً وشعراً وقصة وأخباراً وتعليقات ومقالة ومسلسلات تاريخية ومترجمة)، ومستوى العربية الوسطى المتمثل في مواقف المشافهة بين المتعلمين والمتقنين في وجوه الخطاب السياسي والاقتصادي والثقافي، ومستوى اللهجات المحكيّة المتمثل في مقابلات العامة والمسلسلات العاميّة. وإنما نقصد هنا إلى المستوى الأول وهو المستوى المتخذ في المكتوب لأنه المستوى الذي يتخذ له الناس نموذج العربية الفصحى حين يقرأون أو يكتبون. أما المستويان الآخران فيفارقان ما نحن فيه لأن كلاً منهما يشبه أن يكون نظاماً لغوياً قائماً بذاته. فعلى الرغم من وجوه الشبه بين العربية الفصحى والعربية الوسطى تظل العربية الوسطى تفارق الفصحى في أنها غير معربة على العموم، وعلى الرغم من مظاهر العلاقة بين العربية الفصحى واللهجات المحكيّة تظل العاميات تفارق الفصحى في أنها غير معربة، وأن أبنيتها الصرفيّة في الغالب تغاير جزئياً أبنية الفصحى، وأن معجمها ينطوي على ألفاظ خاصة غريبة تكاد مفهوماتها وظلال دلالاتها تتحصر في محيطها الاجتماعي المحدود. (٣)

وهذه العاميات، أمرها يثير المخاوف، كما يقول (نور الدين بلبيل) ويؤرق الغيارى على العربية العريقة، ويقلق كلّ من يستشرف بتدبر وأناة آثارها المفزعة في المستقبل، ذلك أن اللهجات العربية بتنوعها تبدو بحق كأنها حرب معلنة على العربية الفصحى من محطات التلفزة. وخطر هذه اللهجات يجيء من كونها تتعدى المظاهر الصوتية، إذ تتضمن كلمات أجنبية دخيلة ومصطلحات ومسميات مرتجلة

بغير خبرة بخصائص اللغة العربية، يسوقها معدون أو مذيعون على نحو مغرق في التسرع ومراعاة الشائع محلياً، أو في مراعاة أذواق الناطقين بها وحدهم، وأحياناً يمعنون في المحلية فيتحدثون بلهجة منطقة بعينها من هذا القطر أو ذاك، وأحياناً تبدو اللهجة متأثرة ببقايا اللغة التي كانت رائجة على السنة المستعمرين، ممن كان لهم وجود في كثير من مناطق الوطن العربي قديماً وحديثاً، أو تبدو متأثرة بألفاظ سقيمة لا مكان لها في مستويات الفصاحة المرتضاه. (٤)

ويقول (وديع فلسطين) إنه ليس ثمة ما يدعى (اللغة العامية) فالعامية ليست لغة بين اللغات، بل هي لهجات جرت على الألسنة مجرى غير مرهون بقاعدة أو بمنهاج، فجاءت عفواً والخاطر والبديهة. فالقول إذاً بأن هناك "لغة" عامية تصاول اللغة الفصحى وتناولها قولاً فيه كثيرٌ من التجوز، لأن اللغة الوحيدة التي تعرفها الضاد هي اللغة التقليدية النظامية الفصحى. والعامية لهجات لا ضابط لها ولا صلة بينها، وهي بغير ماضٍ أدبي عريق أو غير عريق. والتفاهم بالعامية بين أقطار العروبة متعذر (٥)

وتجب الإشارة إلى أن أقسام وكليات الصحافة والإعلام في عدد من الجامعات العربية وكذلك مجامع اللغة العربية في بعض البلدان العربية استشعرت أهمية بحث مسألة اللغة والإعلام ودور هذه الكليات المعنية بالتأهيل الإعلامي في تعزيز استخدام اللغة العربية الفصحى والاهتمام بتمكين الجيل الجديد من الإعلاميين من تعلم اللغة واكتساب مهارات الكتابة السليمة بها. ومن ذلك ندوة جامعة البترا حول اللغة العربية ووسائل الإعلام، والندوة المشتركة التي عقدها منتدى الفكر العربي ومجمع اللغة العربية الأردني بعنوان: اللغة العربية والإعلام وكتاب النص، والمؤتمر الذي عقدته كلية الإعلام بجامعة القاهرة حول العلاقة بين الإعلام واللغة العربية..... الخ.

علماء بأن مناهج كليات الإعلام تتعرض أحياناً للنقد لجهة ضعف الاهتمام بتدريس اللغة العربية في مناهجها.

الدراسات السابقة:

دراسة (تيسير أبو عرجة) (٢٠٠٤)

بعنوان (الثقافة العربية وتقانة الإعلام الجديد) وقد توصلت الدراسة إلى أن التقانة المتطورة أتاحت للعاملين في حقول الثقافة والإعلام فرصاً واسعة للحصول على المعلومات، وإثراء القاموس اللغوي بالمفردات والمصطلحات التي تغطي مناحي التطور في مختلف فروع النشاط الإنساني، بما يعنيه ذلك من زيادة في المعرفة وتوسيع لحقول الدلالة وقدرة على فكّ الرموز الاتصالية، وانتفاع بالتدفق الإعلامي من بقاع الأرض الواسعة، وتضخم كم المعلومات التي يتم استقبالها، وإثراء الأفكار التي يتيحها الاطلاع على الثقافات المغايرة. (٦)

دراسة (سالم المعوشي) (٢٠٠٣)

بعنوان (اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في لبنان - دراسة تحليلية ونقد) وقد ناقشت الدراسة وضع اللغة العربية في الإعلام اللبناني، مبينة أن التراث الاتصالي للبنان ولدّ ثروة كبيرة في مجال الثقافة، ظهرت اللغة فيها ميداناً رحباً للاتجاهات التي تميز بعضها بالجديّة والبعض الآخر بالعبث. وهذا التراث الاتصالي أسفر في الحقبة الأخيرة عن نمط من التعاطي اللغوي، ذهب بعيداً في أدائه الإعلامي إلى حد انهارت معه بعض الثوابت اللغوية، وحصل انزياح في هذا الأداء باتجاه تراجع، يتنكب أساليب قديمة - جديدة مقصودة بغية تيسير إيصال الحقائق الى الناس في أسرع وقت ممكن. وكانت النتيجة أن انبثق تيار جديد في مجال الاتصال يخرج من اللغة الفصحى الأصلية الى اشتقاق أخرى بديلة، تحاول أن تتطبع في دنيا قائمة بذاتها لا سيما في التعبير الشفوي.

وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها :

أولاً : القلق الكبير الذي يساور الناس على مستقبل اللغة العربية في الإعلام المرئي والمسموع.

ثانياً : نجاح الإذاعات في توطين النفس اللبنانية على أسلوب معين من الأداء اللغوي وهو أخطر أنواع التأثيرات.

ثالثاً : عدم اهتمام المسؤولين الرسميين بهذا " الفلتان " اللغوي والتسيب الإعلامي، الأمر الذي ترك الحبل على غاربه من دون رقابة وتوجيه وعناية باللغة القومية المقدسة.

رابعاً : تراجع قسم كبير من المواطنين عن الاهتمام بلغتهم الأم وانسياقهم وراء تلفيقات الإعلام وحبائله في جرّ المواطن الى متهاتات الاستهلاك وسهولة المتناول، والتركيز على المتعة دون الفائدة، والهرب من الالتزام بأكثر المقومات أهمية وهي اللغة.(٧)

دراسة (نيسير أبو عرجة) (٢٠٠٥)

بعنوان: لغة الإعلام بين متطلبات الرسالة والوسيلة والجمهور).

وقد تركزت الدراسة في بحث كيفية إيجاد اللغة المناسبة لوسائل الإعلام في تطورها وتعدّد وسائلها، والدور الذي قامت به الصحافة العربية في الانتقال من أساليب التعبير اللغوية المعقدة الى الأسلوب الصحفي التلغرافي الذي يقترب من لغة المشافهة. وكيف تؤثر التكنولوجيا التي طوّرت أداء الوسائل الإعلامية على لغة الإعلام؛ وما هي اللغة الإعلامية المناسبة لهذه الوسائل وتوصلت الدراسة الى أن هناك صناعة اتصالية تتركز في إنشاء القنوات والمحطات الإذاعية والتلفزيونية العديدة التي تهتم بالترفيه، وتستخدم تكنولوجيا متقدمة في الصوت والصورة. وتهدف الى الريح المادي والحصول على المداخل الإعلانية، دون أن يكون لها رسالة

ثقافية، وتنزلق باللغة العربية الى العامية بأساليب من اللفظ والقول غير المستساغة، والقلق الذي يعتري المعنيين حول طبيعة اللغة المناسبة لوسائل الإعلام، في هذا البث المتواصل، الذي يخضع لعوامل السرعة والمنافسة، وخصوصاً الضعف اللغوي لدى مقدمي البرامج والمذيعين والمتحدثين. بما يحمل معاني الإساءة إلى اللغة العربية الفصحى، بصفتها الدعامة الأساسية للهوية الثقافية، والوحدة الثقافية للأمة، والحرص الذي يبديه الغيورون على اللغة العربية من المثقفين، الذي يرفعون أصواتهم مطالبين بإثراء القاموس اللغوي العربي بالجديد اليومي من المفردات والمصطلحات، التي يمكن إضافتها الى الرصيد اللغوي، وتكون معبرة عن جديد العصر في مختلف نواحي النشاط والتقدم. (٨)

دراسة (أيمن محمد عبد القادر الشيخ) (٢٠٠٨)

بعنوان (اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية).

تناول فيها الباحث مفهوم اللغة وسماتها ووظائفها وعلاقتها بالعلوم الأخرى، والمحطات التاريخية التي صاحبت تطور وسائل الإعلام المرئية وعلاقتها بتطور البث الفضائي المرئي، بالإضافة الى أبرز خصائصها. وقد توصل البحث الى ضرورة إجراء العديد من الدراسات في إمكانية توظيف اللغة العربية من جميع جوانبها، وأن نوظف البرامج التلفزيونية في وسائل إعلامنا بما يتلاءم وطبيعة هذه البرامج واللغة التي يمكن أن توظف بها فضلاً عن التدريب العملي المنتظم للإعلاميين وهذا من شأنه أن يساهم في التنمية اللغوية. وتأخذ وسائل إعلامنا المرئية الريادة في الاتصال الدولي عبر التمسك باللغة العربية ثقافياً ومنهجياً وسلوكياً وحضارياً (٩).

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في إعداد الاستبانة والمحاور التي تضمنتها والأسئلة التي تنتمي لهذه المحاور، وتحاول الدراسة الحالية، وهي ميدانية، أن تتهج طريقاً مغايراً لما تبنته الدراسات السابقة في الحصول على إجابات لأسئلتها من عينة من الشباب الجامعي الدارسين للصحافة والإعلام، الذين يعدون أنفسهم للعمل في وسائل الاعلام، وفي كافة فروع المهنة الإعلامية، وفي كل من الصحافة المطبوعة والالكترونية، والإذاعة المسموعة والوسائل السمعية البصرية، ومحاولة معرفة موقفهم من الاستخدامات اللغوية في وسائل الإعلام، ومدى تمسكهم بأهمية استخدام اللغة العربية الفصحى، أو الميل إلى العامية بشكل كامل أو جزئي، أو حسب نوعية البرامج والمواد الإعلامية.

مشكلة الدراسة :

تتمحور مشكلة الدراسة حول الانتشار الكبير للهجات العامية في وسائل الإعلام، وضعف استخدام اللغة العربية الفصحى، وخصوصاً في المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية، التي تحقق معدلات عالية من الاستماع والمشاهدة، لما تتصف به من سهولة الاستخدام، ناهيك عن القدرات التأثيرية لهذه الوسائل وهي تقدم الأخبار والنصوص الإعلامية من خلال الصوت والصورة.

إن الصوت الإذاعي يقدم للغة إمكانية توصيلها الى أذان المستمعين بما يسمح لها من إمكانيات تأثيرية تمكنها من النفاذ الى أذن المستمع وذهنه، من هنا كانت أهمية الإلقاء الإذاعي المقنع المتمكن من اللغة الفصحى وقواعدها، وعدم الخطأ في هذه القواعد، لأن الخطأ المحمول على الصوت وعبر الأثير يكون وقعه مؤثراً، وقد يصبح متداولاً، وخصوصاً على السنة الناشئة غير المتمكنين من قواعد اللغة، أو أولئك الذين لم يتعلموا قواعد اللغة، ويتعرفون عليها من خلال الاستماع الإذاعي والتلفزيوني.

ونحن نعلم أن تزايد الوسائل الإعلامية، فرض تقديم مضامين إعلامية يغلب عليها طابع السرعة والتنافس، الأمر الذي قاد الى استخدام مكثف للهجات العامية، ولكن هذه العامية التي قد يصح استخدامها في بعض البرامج والحوارات، وخصوصاً مع الناس البسطاء وغير المتعلمين، فإن هناك خطورة في استخدامها بهذا الشكل الموسع الذي نراه حالياً على ألسنة الفئات المثقفة وفي البرامج الحوارية التي تستضيف المثقفين والمفكرين، ناهيك عن قيام بعض المحطات و القنوات الإذاعية والتلفزيونية بتقديم الأخبار بالعامية، وهي التي تستوجب الحرص على أن تقدم باللسان العربي الفصيح.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى التعرف على موقف طلبة الصحافة والإعلام في جامعة البترا من المستوى اللغوي الذي تقدم به المواد الإعلامية المختلفة في وسائل الإعلام، وما هو رأي هؤلاء الطلبة باستخدام العامية في ما تقدمه وسائل الإعلام من برامج ومواد إعلامية، وكيف يقيم الطلبة الأداء اللغوي لوسائل الإعلام، وما الدور المطلوب من هذه الوسائل في تعزيز استخدام اللغة العربية الفصحى، إضافة الى دور الجامعات وأقسام وكليات الإعلام فيها التي تعنى بإعداد الإعلاميين وتأهيلهم.

أهمية الدراسة:

تحاول هذه الدراسة أن تقدم إسهاماً علمياً ميدانياً حول تقييم الأداء اللغوي لوسائل الإعلام من خلال ما تقدم من مواد إخبارية وإعلامية متنوعة، وبيان المستوى اللغوي المناسب لهذه المحتويات الإخبارية والبرامجية كافة، والدور المطلوب من وسائل الإعلام في تعزيز استخدام اللغة العربية الفصحى، خصوصاً مع بروز الدعوات التي تصدر عن جهات علمية وإعلامية وفكرية محدّزة من خطورة التراجع في استخدام اللغة العربية الفصحى، والميل الى الاستخدام المكثف للهجات العامية في وسائل الإعلام، وخصوصاً الوسائل السمعية، والسمعية البصرية وحوارات الانترنت.

أسئلة الدراسة

يتركز سؤال الدراسة الرئيسي في تقييم الأداء اللغوي لوسائل الإعلام والمستوى اللغوي لوسائل الإعلام والمستوى اللغوي المناسب للمواد الإعلامية ودور وسائل الإعلام في تعزيز استخدام اللغة العربية الفصحى في مواجهة الانتشار الكبير للهجات العامية. ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة التالية:

- ١- ما المستوى اللغوي المناسب للمواد الإعلامية التي يبثها الراديو والتلفزيون؟ هل هو العربية الفصحى، أم العامية، أم كلاهما معاً؟
- ٢- ما أكثر الأخطاء الشائعة التي تحدث على ألسنة الإذاعيين في الراديو والتلفزيون؟
- ٣- ما تقييم المستوى اللغوي الذي تقدم به مواد إذاعات الـ F.M؟
- ٤- ما تقييم المستوى اللغوي لبرامج الأطفال في الراديو والتلفزيون؟
- ٥- ما تقييم المستوى اللغوي للإعلانات الإذاعية والتلفزيونية و الصحفية؟
- ٦- ما تقييم المستوى اللغوي للرسائل الهاتفية القصيرة في الأشرطة التلفزيونية المتحركة (S.M.S)؟
- ٧- ما تقييم المستوى اللغوي لحوارات الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٨- ما تقييم المستوى اللغوي في الصحافة المطبوعة؟
- ٩- ما دور كليات الإعلام وأقسام الصحافة والإعلام في الجامعات في الإعداد اللغوي المناسب للإعلاميين؟
- ١٠- ما دور المؤسسات الإعلامية في ترقية الأداء اللغوي للإذاعيين؟

منهج الدراسة وإجراءاتها :

تم اللجوء الى منهج المسح في السعي الى الحصول على إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبانة المصممة لهذا الغرض.

ويعتبر منهج المسح Survey من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، وتلك التي تستهدف وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة خاصة، ذلك أن هذا المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن

عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدّد نوع البيانات، ومصدرها وطرق الحصول عليها (١٠).

تم اختيار العينة من طلبة قسم الصحافة والإعلام بكلية الآداب والعلوم بجامعة البترا في الفصل الدراسي الأول ٢٠١١/٢٠١٢، وقد تم توزيع الاستبانة في شهر ديسمبر، وكان هناك حرص على أن تشمل العينة ٥٠% من عدد الطلبة المسجلين في القسم في ذلك الفصل وهم ٤٥٠ طالباً وطالبة في كافة السنوات الدراسية الأربع إضافة إلى عدد محدود جداً من طلبة برنامج الماجستير الذي كان حديث النشأة وفيه عدد لا يزيد عن ستة من الطلبة، لذلك تم توزيع ٢٢٥ استبانته وزعت بطريقة عشوائية على الطلبة داخل المحاضرات على مدى يومين، وجرى استبعاد خمس منها لعدم صلاحيتها للتحليل.

وقد تم اللجوء إلى استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) بهدف تحليل ومعالجة البيانات الإحصائية للإجابات، بما فيها المتغيرات المتضمنة في البيانات الشخصية والخصائص الديموغرافية للعينة المبحوثة. وقد بيّن التحليل الإحصائي وتم توظيفه للتوصل إلى حساب التكرارات والنسب المئوية. التي تبين لنا حساب تكرارات المتغيرات الواردة في الجداول الإحصائية ودرجة الموافقة عليها.

مناقشة نتائج الدراسة :

الجدول رقم (١)

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة من طلبة قسم الصحافة والإعلام

| النسبة المئوية | التكرار | الخصائص الديموغرافية | |
|----------------|---------|----------------------|-------------------------|
| ٤٨.٦ | ١٠٧ | ذكر | النوع |
| ٥١.٤ | ١١٣ | أنثى | |
| %١٠٠ | ٢٢٠ | المجموع | |
| ٣٥.٩ | ٧٩ | أقل من ٢٢ | العمر |
| ٥٤.١ | ١١٩ | من ٢٢ - أقل من ٢٦ | |
| ٥.٩٠ | ١٣ | من ٢٦ - أقل من ٢٩ | |
| ٤.١ | ٩ | من ٢٩ - فأكثر | |
| %١٠٠ | ٢٢٠ | المجموع | |
| ٢٠ | ٤٤ | السنة الأولى | المستوى الدراسي الجامعي |
| ١٦.٤ | ٣٦ | السنة الثانية | |
| ١٥.٩ | ٣٥ | السنة الثالثة | |
| ٤٦.٤ | ١٠٢ | السنة الرابعة | |
| ١.٤ | ٣ | الماجستير | |
| %١٠٠ | ٢٢٠ | المجموع | |
| ٨٨.٦ | ١٩٥ | العاصمة | مكان الإقامة |
| ١١.٤ | ٢٥ | المحافظات | |
| %١٠٠ | ٢٢٠ | المجموع | |

| | | | |
|------|-----|---------|---------------------|
| ٦٠.٥ | ١٣٣ | حكومي | نوع التعليم الثانوي |
| ٣٩.٥ | ٨٧ | خاص | |
| %١٠٠ | ٢٢٠ | المجموع | |

يتضح من الجدول الأول الذي يتضمن الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة من طلبة قسم الصحافة والإعلام بجامعة البترا، أن عدد الإناث في العينة أعلى قليلاً من عدد الذكور بفارق حوالي ٣%.

أما سن الطلبة المشاركين في العينة فقد تركزت النسبة الأعلى وهي ٥٤.١% للعمر ما بين ٢٢ سنة إلى أقل من ٢٦ سنة تليها نسبة أقل من ٢٢ سنة وهي ٣٥.٩% وكانت النسبة الأقل لفئة العمر من ٢٩ سنة فأكثر وهي ٤.١%.

ويتضح من توزيع العينة على سنوات الدراسة، أن فئة السنة الرابعة حظيت بالنسبة الأعلى وهي ٤٦.٤%، تلتها في النسبة السنة الأولى وهي ٢٠%، فالسنة الثانية والثالثة بنسبة متقاربة، وجاءت النسبة الأقل لطلبة الماجستير وهي ١.٤%.

أما متغير مكان الإقامة فكانت النسبة الأعلى للعاصمة وهي ٨٨.٦ بينما جاءت نسبة المحافظات ١١.٤%.

وفيما يتصل بمتغير التعليم الثانوي، فإن النسبة الأعلى جاءت للتعليم الحكومي وهي ٦٠.٥% بينما شكلت نسبة التعليم الثانوي في المدارس الخاصة نسبة ٣٩.٥%.

الجدول رقم (٢)

المستوى اللغوي المناسب للمواد الإعلامية في الراديو والتلفزيون

| المجموع | المستوى اللغوي المناسب | | | | | | المادة الإعلامية |
|---------|------------------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|---|
| | الفصحى والعامية | | العامية | | الفصحى | | |
| | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | |
| ٢٢٠ | ١٤.٥ | ٣٢ | ٥.٠ | ١١ | ٨٠.٥ | ١٧٧ | ١-الأخبار والتقارير الإخبارية |
| ٢٢٠ | ٤٤.٥ | ٩٨ | ٥٠.٥ | ١١١ | ٤.٥ | ١٠ | ٢-الدراما الإذاعية والتلفازية |
| ٢٢٠ | ٤٥.٥ | ١٠٠ | ٣٨.٦ | ٨٥ | ١٥.٩ | ٣٥ | ٣-حوارات المنذوبين مع الجمهور العام |
| ٢٢٠ | ٢٥.٩ | ٥٧ | ٢.٧ | ٦ | ٧١.٤ | ١٥٧ | ٤-البرامج الثقافية والأدبية |
| ٢٢٠ | ١٨.٢ | ٤٠ | ٥.٥ | ١٢ | ٧٥.٠ | ١٦٥ | ٥-البرامج العلمية |
| ٢٢٠ | ٣٩.١ | ٨٦ | ٦.٨ | ١٥ | ٥٤.١ | ١١٩ | ٦-البرامج الدينية |
| ٢٢٠ | ٤٠.٥ | ٨٩ | ٥٣.٢ | ١١٧ | ٦.٤ | ١٤ | ٧-البرامج الاجتماعية وبرامج المنوعات |
| ٢٢٠ | ٤٣.١ | ٩٥ | ٣٩.٥ | ٨٧ | ١٦.٨ | ٣٧ | ٨-البرامج الرياضية |
| ٢٢٠ | ٣٠.٠ | ٦٦ | ٦٣.٦ | ١٤٠ | ٥.٩ | ١٣ | ٩-برامج المسابقات |

يتضح من الجدول أن المستوى المناسب للأخبار والتقارير الإخبارية هو اللغة الفصحى بنسبة ٨٠.٥%، بينما اختارت العامية نسبة ٥%، واختارت الفصحى والعامية معاً نسبة ١٤.٥%.

واختارت العينة للدراما الإذاعية والتلفزيونية استخدام العامية النسبة الأعلى وهي ٥٠.٥%، بينما جاءت نسبة الفصحى لا تزيد عن ٤.٥% لهذه المواد، وحصلت الفصحى والعامية معاً على نسبة ٤٤.٥%.

وكذلك الأمر حصلت حوارات المندوبين مع الجمهور العام على أعلى نسبة للفصحى والعامية معاً وهي ٤٥.٥%، بينما حصلت العامية على النسبة التالية في الأهمية وهي ٣٨.٦%، وكانت النسبة الأقل للفصحى وهي ١٥.٩%.

وحصلت الفصحى على النسبة الأعلى للبرامج الثقافية والأدبية وهي ٧١.٤%، تلتها في الأهمية الفصحى والعامية معاً بنسبة ٢٥.٩%، بينما حصلت العامية على النسبة الأقل وهي ٢.٧%.

وحصلت الفصحى على النسبة الأعلى للبرامج العلمية وهي ٧٥.٠%، بينما جاءت الفصحى والعامية معاً في المرتبة الثانية بنسبة ١٨.٢%، وكانت النسبة الأقل للعامية وهي ٥.٥%.

وحصلت الفصحى على النسبة الأعلى للبرامج الدينية وهي ٥٤.١%، تلتها في النسبة الفصحى والعامية معاً وهي ٣٩.١%، بينما حصلت العامية على النسبة الأقل وهي ٦.٨%.

وحصلت العامية على النسبة الأعلى للبرامج الاجتماعية والمنوعات وهي ٥٣.٣%، تلتها الفصحى والعامية معاً بنسبة ٤٠.٥%، وكانت النسبة الأقل للفصحى وهي ٦.٤%.

وحصلت الفصحى والعامية معاً على النسبة الأعلى للبرامج الرياضية وهي ٤٣.١%، تلتها العامية بنسبة ٣٩.٥%، وكانت النسبة الأقل للفصحى وهي ١٦.٨%.

أما برامج المسابقات فكانت النسبة الأعلى فيها للعامية وهي ٦٣.٦% تلتها الفصحى والعامية معاً بنسبة ٣٠.٠%، وكانت النسبة الأقل للفصحى وهي ٥.٩%.

الجدول رقم (٣)

الأخطاء الشائعة على ألسنة المذيعين في الراديو والتلفزيون

| المتغير | درجة الموافقة | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|--------|---------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| | موافق بشدة | | موافق | | غير موافق | | محايد | | لا أعظم | | المجموع |
| الأخطاء الشائعة في المواد الإعلامية | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | |
| | ١- الأخطاء النحوية | ٥٨ | ٢٦.٤ | ١١٤ | ٥١.٨ | ١٠ | ٤.٥ | ٢١ | ٩.٥ | ١٧ | ٧.٧ |
| ٢- أخطاء النطق السليم | ٣٢ | ١٤.٥ | ١٠٦ | ٤٨.٢ | ٣٢ | ١٤.٥ | ٤٠ | ١٨.٢ | ١٠ | ٤.٥ | ٢٢٠ |
| ٣- أخطاء في قراءة الأعداد والأرقام | ٤٠ | ١٨.٢ | ٩٢ | ٤١.٨ | ٤١ | ١٨.٦ | ٣٣ | ١٥.٠ | ١٤ | ٦.٤ | ٢٢٠ |
| ٤- أخطاء في نطق الأسماء الأجنبية | ٥٧ | ٢٥.٩ | ٧٧ | ٣٥.٠ | ٣٦ | ١٦.٤ | ٤٠ | ١٨.٢ | ١٠ | ٤.٥ | ٢٢٠ |
| ٥- أخطاء في نطق أسماء الأشخاص والبلدان | ٢٨ | ١٢.٧ | ٧٢ | ٣٢.٧ | ٦٨ | ٣٠.٩ | ٤٥ | ٢٠.٥ | ٧ | ٣.٢ | ٢٢٠ |
| ٦- أخطاء في تقديم وتأخير الجمل مما يحرف المعنى عن موضعه الصحيح | ٤١ | ١٨.٦ | ٦٩ | ٣١.٤ | ٤٤ | ٢٠.٠ | ٣٩ | ١٧.٧ | ٢٧ | ١٢.٣ | ٢٢٠ |

حصلت الأخطاء النحوية على ٢٦.٤% وأخطاء في نطق الأسماء الأجنبية على ٢٥.٩% وهما أعلى نسبتي في فئة موافق بشدة، وحصلت الأخطاء النحوية على ٥١.٨% وأخطاء النطق السليم على ٤٨.٢% وهما أعلى نسبتي في فئة موافق، وحصلت الأخطاء في قراءة الأعداد والأرقام على المستوى الثالث في فئة موافق بشدة وهي ١٨.٢% وموافق بنسبة ٤١.٨%.

وكانت أعلى النسب في فئة (محايد) لـ أخطاء في نطق أسماء الأشخاص والبلدان، تلتها أخطاء في النطق السليم، وأخطاء في نطق الأسماء الأجنبية. وكانت

النسبة الأعلى في درجة غير موافق لأخطاء في نطق أسماء البلدان والأشخاص، والنسبة الأقل في هذه الدرجة لفئة الأخطاء النحوية.

أما درجة لا أعلم فكانت النسبة الأعلى فيها لفئة أخطاء في تقديم وتأخير الجُمْل مما يحرف المعنى عن موضعه الصحيح، والنسبة الأقل فيها لـ أخطاء في نطق أسماء الأشخاص والبلدان.

الجدول رقم (٤)

تقييم المستوى اللغوي الذي تقدم به مواد إذاعات F.M

| درجة الموافقة | | | | | | | | | | المتغير | |
|---------------|---------|---------|--------|---------|-----------|---------|--------|---------|------------|---------|--|
| المجموع | لا أعلم | | محايد | | غير موافق | | موافق | | موافق بشدة | | المستوى اللغوي للمواد الإذاعية |
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| ٢٢٠ | ٣.٢ | ٧ | ٦.٨ | ١٥ | ٩.٥ | ٢١ | ٤٥.٠ | ٩٩ | ٣٥.٥ | ٧٨ | ١ - تقدم هذه الإذاعات موادها البرامجية باللهجة العامية |
| ٢٢٠ | ٣.٢ | ٧ | ١٠.٥ | ٢٣ | ٢١.٨ | ٤٨ | ٣٤.٥ | ٧٦ | ٣٠.٠ | ٦٦ | ٢ - تهتم بتقديم الأخبار باللغة العربية الفصحى |
| ٢٢٠ | ٣.٠ | ٧ | ١٢.٧ | ٢٨ | ١٢.٧ | ٢٨ | ٤٣.١ | ٩٥ | ٢٨.١ | ٦٢ | ٣ - تقدم برامجها الحوارية والمنتوعات باللهجة العامية |
| ٢٢٠ | ٣.٦ | ٨ | ٧.٣ | ١٦ | ١٥.٩ | ٣٥ | ٣٤.٥ | ٧٦ | ٣٨.٦ | ٨٥ | ٤ - يتم التركيز على العامية بحجة أن هذه الإذاعات شبابية |
| ٢٢٠ | ٣.٢ | ٧ | ٦.٨ | ١٥ | ١٤.٥ | ٣٢ | ٣٥.٠ | ٧٧ | ٤٠.٥ | ٨٩ | ٥ - بإمكان هذه الإذاعات تنمية الاهتمام باللغة العربية الفصحى لدى الشباب |
| ٢٢٠ | ٤.٥ | ١٠ | ٩.١ | ٢٠ | ٩.٥ | ٢١ | ٣٣.٦ | ٧٤ | ٤٣.٢ | ٩٥ | ٦ - تستطيع هذه الإذاعات تكريس الفصحى إلى جانب الجهد المطلوب من المدارس والجامعات |

تركزت درجة الموافق بشدة في نسبتها الأعلى وهي ٤٣.٢% لفئة "تستطيع

هذه الإذاعات تكريس الفصحى الى جانب الجهد المطلوب من المدارس والجامعات"

تليها بنسبة ٤٠.٥% ، فئة "بإمكان هذه الإذاعات تنمية الاهتمام باللغة العربية

الفصحى لدى الشباب".

وتركزت درجة موافق في نسبتها الأعلى وهي ٤٥.٠% في فئة " تقدم هذه الإذاعات موادها البرمجية باللهجة العامية" تليها بنسبة ٤٣.١%، فئة " تقدم برامجها الحوارية والمنوعات باللهجة العامية".

وكانت النسبة الأعلى في درجة غير موافق وهي ٢١.٨% لفئة " تهتم بتقديم الأخبار باللغة العربية الفصحى". وجاءت أعلى نسبة في درجة محايد وهي ١٢.٧% لفئة "تقدم برامجها الحوارية والمنوعات باللهجة العامية" أما فئة لا أعلم فكانت أعلى نسبة فيها وهي ٤.٥% لفئة "تستطيع هذه الإذاعات تكريس الفصحى إلى جانب الجهد المطلوب من المدارس والجامعات".

الجدول رقم (٥)

تقييم المستوى اللغوي لبرامج الأطفال في الراديو والتلفزيون

| المتغير | درجة الموافقة | | | | | | | | | | |
|--|---------------|--------|---------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| | موافق بشدة | | موافق | | غير موافق | | محايد | | لا اعلم | | المتغير |
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | |
| ١- برامج الأطفال حقل تربوي مهم لتعليم اللغة الفصحى | ١٥٣ | ٦٩.٥ | ٤٤ | ٢٠.٠ | ١٦ | ٧.٣ | ٥ | ٢.٣ | ٢ | ٠.٩ | ٢٢٠ |
| ٢- تتيح هذه البرامج الفرصة للأطفال للتحدث بالفصحى في سن مبكرة | ١٢٠ | ٥٤.٥ | ٦٦ | ٣٠.٠ | ٢٠ | ٩.١ | ١٠ | ٤.٥ | ٤ | ١.٨ | ٢٢٠ |
| ٣- تستطيع هذه البرامج غرس أهمية اللغة الفصحى لدى الأطفال لكي يتشبهوا بهم بحيواتها | ١١٩ | ٥٤.١ | ٦٤ | ٢٩.١ | ٢٢ | ١٠.٠ | ١٢ | ٥.٥ | ٣ | ١.٤ | ٢٢٠ |
| ٤- تستطيع هذه البرامج تقديم الحوافز والمكافآت للأطفال المبدعين في قراءة القرآن الكريم والقصائد الشعرية | ١٢٢ | ٥٥.٥ | ٦٧ | ٣٠.٥ | ١٧ | ٧.٧ | ١١ | ٥.٠ | ٣ | ١.٤ | ٢٢٠ |
| ٥- تستطيع هذه البرامج البث الميداني من المدارس لتحفيز على تشجيع المواهب والمبدعين والمتحدثين باللغة الفصحى | ٩٨ | ٤٤.٥ | ٧٩ | ٣٥.٩ | ٢٢ | ١٠ | ١٣ | ٥.٩ | ٨ | ٣.٦ | ٢٢٠ |
| ٦- تفشل هذه البرامج بسبب ضعف الإعداد والتقديم والتركيز على شريحة واحدة معينة من الأطفال | ٧٣ | ٣٣.٢ | ٦٨ | ٣٠.٩ | ٢٨ | ١٢.٧ | ٣٠ | ١٣.٦ | ٢١ | ٩.٥ | ٢٢٠ |

كانت أعلى نسبة وهي ٦٩.٥% لدرجة موافق بشدة لمتغير (برامج الأطفال
حقل تربوي مهم لتعليم اللغة الفصحى)، بينما كانت النسبة الأقل لدرجة موافق بشدة
وهي ٣٢.٢% لمتغير (تفضل هذه البرامج بسبب ضعف الأعداد والتقديم والتركيز على
شريحة واحدة معينة من الأطفال). وجاءت أعلى نسبة لدرجة موافق وهي ٣٥.٩%
لمتغير (تستطيع هذه البرامج البث الميداني من المدارس للتحفيز على تشجيع
المواهب والمبدعين والمتحدثين باللغة الفصحى). والنسبة الأقل لدرجة موافق وهي
٢٠% لمتغير (برامج الأطفال حقل تربوي مهم لتعليم اللغة الفصحى). وكانت النسبة
الأقل لدرجة غير موافق وهي ٧.٣% للمتغير السابق ذكره، وجاءت أعلى نسبة
لدرجة محايد وهي ١٣.٦% لمتغير (تفضل هذه البرامج بسبب ضعف الإعداد
والتقديم ... الخ). أما درجة لا أعلم فكانت النسبة الأعلى فيها وهي ٩.٥%
لمتغير (تفضل هذه البرامج بسبب ضعف الإعداد والتقديم ... الخ). وكانت أقل نسبة
في درجة لا أعلم وهي ٠.٠٩% لمتغير (برامج الأطفال حقل تربوي مهم لتعليم اللغة
الفصحى).

الجدول رقم (٦)

تقييم المستوى اللغوي للإعلانات الإذاعية والتلفزيونية والصحفية

| المجموع | درجة الموافقة | | | | | | | | | | المتغير | |
|---------|---------------|---------|--------|---------|-----------|---------|--------|---------|------------|---------|--|--------------------------|
| | لا أظن | | محايد | | غير موافق | | موافق | | موافق بشدة | | | المستوى اللغوي للإعلانات |
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | | |
| ٢٢٠ | ٠.٥ | ١ | ٧.٣ | ١٦ | ١٤.١ | ٣١ | ٣٩.٥ | ٨٧ | ٣٨.٦ | ٨٥ | ١- تقدم غالبية الإعلانات باللهجة المحلية | |
| ٢٢٠ | ١.٤ | ٣ | ٦.٨ | ١٥ | ١٠.٥ | ٢٣ | ٣٨.٢ | ٨٤ | ٤٣.٢ | ٩٥ | ٢- تساهم لغة الإعلان بتكريس اللهجة العامية نظراً لتكرارها واتصالها بحاجات الناس | |
| ٢٢٠ | ٤.٥ | ١٠ | ١٣.٦ | ٣٠ | ٢٤.٥ | ٥٤ | ٣١.٤ | ٦٩ | ٢٥.٩ | ٥٧ | ٣- تستطيع القنوات الإذاعية والتلفزيونية اشتراط استخدام اللغة الفصحى في الإعلانات | |
| ٢٢٠ | ٢.٧ | ٦ | ١٢.٧ | ٢٨ | ١٧.٧ | ٣٩ | ٣٨.٢ | ٨٤ | ٢٨.٦ | ٦٣ | ٤- تستخدم الإعلانات الكثير من الكلمات الأجنبية | |
| ٢٢٠ | ٢.٧ | ٦ | ٧.٣ | ١٦ | ٧.٣ | ١٦ | ٤٠.٥ | ٨٩ | ٤٢.٣ | ٩٣ | ٥- تؤثر الإعلانات على الحصيلة اللغوية للأطفال نظراً لتكرارها وإخراجها الفني | |
| ٢٢٠ | ٤.١ | ٩ | ٥.٩ | ١٣ | ١٠.٩ | ٢٤ | ٣١.٨ | ٧٠ | ٤٧.٣ | ١٠٤ | ٦- يعتقد المعلنون أن العامية أكثر قدرة من الفصحى على ترويج السلع المعلن عنها | |

تركزت النسبة الأعلى في درجة موافق بشدة وهي ٤٧.٣% على متغير (يعتقد المعلنون أن العامية أكثر قدرة من الفصحى على ترويج السلع المعلن عنها) تلاها في ذلك بنسبة ٤٣.٢% المتغير الذي يقول (تساهم لغة الإعلان بتكريس اللهجة العامية نظراً لتكرارها واتصالها بحاجات الناس).

أما النسبة الأقل في درجة موافق بشدة، فكانت ٢٥.٩% لمتغير (تستطيع القنوات الإذاعية والتلفزيونية اشتراط استخدام اللغة الفصحى في الإعلانات). وكانت أعلى نسبة في درجة موافق وهي ٤٠.٥% لمتغير (تؤثر الإعلانات على الحصيلة اللغوية للأطفال نظراً لتكرارها وإخراجها الفني). يليها بنسبة ٣٩.٥% متغير (تقدم غالبية الإعلانات باللهجة المحلية). وتحققت أعلى نسبة لدرجة غير موافق وهي ٢٤.٥% لمتغير (تستطيع القنوات الإذاعية والتلفزيونية اشتراط استخدام اللغة الفصحى في الإعلانات).

وجاءت أقل نسبة في درجة غير موافق وهي ٧.٣% لمتغير (تؤثر الإعلانات على الحصيلة اللغوية للأطفال نظراً لتكرارها وإخراجها الفني). وكانت أعلى نسبة في درجة محايد وهي ١٣.٦% لمتغير (تستطيع القنوات الإذاعية والتلفزيونية اشتراط استخدام اللغة الفصحى في الإعلانات). أما درجة لا أعلم فكانت أعلى نسبة فيها وهي ٤.٥% للمتغير السابق ذكره. وأقل نسبة فيها وهي ٠.٥% لمتغير (تقدم غالبية الإعلانات باللهجة المحلية).

الجدول رقم (٧)

تقييم المستوى اللغوي للرسائل الهاتفية القصيرة في الأشرطة التلفزيونية المتحركة

| المجموع | درجة الموافقة | | | | | | | | | | المتغير | |
|---------|---------------|---------|--------|---------|-----------|---------|--------|---------|------------|---------|--|---------------------------------|
| | لا اعلم | | محايد | | غير موافق | | موافق | | موافق بشدة | | | المستوى اللغوي للرسائل الهاتفية |
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | | |
| ٢٢٠ | ٣.٦ | ٨ | ٣.٢ | ٧ | ١٢.٣ | ٢٧ | ٣٤.٥ | ٧٦ | ٤٦.٤ | ١٠٢ | ١ - تستخدم هذه الرسائل لهجات عامية عربية غير معروفة لكافة الناس في البلدان العربية | |
| ٢٢٠ | ٢.٧ | ٦ | ٦.٤ | ١٤ | ١٥.٩ | ٣٥ | ٤٢.٧ | ٩٤ | ٣٢.٣ | ٧١ | ٢ - تستخدم هذه الرسائل اللغة الفصحى غير الملزمة بقواعد النحو العربي السليم | |
| ٢٢٠ | ٩.١ | ٢٠ | ١١.٤ | ٢٥ | ١٤.١ | ٣١ | ٣٤.٥ | ٧٦ | ٣٠.٩ | ٦٨ | ٣ - تقدم هذه الرسائل مضامين تتعارض مع الوظائف الإعلامية | |
| ٢٢٠ | ٨.٦ | ١٩ | ١٥.٩ | ٣٥ | ٢٣.٦ | ٥٢ | ٢٢.٧ | ٥٠ | ٢٩.١ | ٦٤ | ٤ - تقدم هذه الرسائل مضامين تميل إلى التخصن وإثارة التعرات الإقليمية والطائفية | |
| ٢٢٠ | ١.٨ | ٤ | ٤.٥ | ١٠ | ١٠.٩ | ٢٤ | ٣٠.٠ | ٦٦ | ٥٢.٧ | ١١٦ | ٥ - تستجيب هذه الرسائل المراجعة قبل بثها للتأكد من سلامة اللغة والمضمون | |
| ٢٢٠ | ٥.٩ | ١٣ | ٥.٥ | ١٢ | ٩.١ | ٢٠ | ٢٤.١ | ٥٣ | ٥٥.٥ | ١٢٢ | ٦ - الأغراض الربحية تقف وراء النشر المكثف لهذه الرسائل | |

تركزت أعلى نسبة في درجة موافق بشدة وهي ٥٥.٥% لفئة (الأغراض الربحية تقف وراء النشر المكثف لهذه الرسائل) تليها في النسبة وهي ٥٢.٧%

لفئة (تستوجب هذه الرسائل المراجعة قبل بثها للتأكد من سلامة اللغة والمضمون). وكانت النسبة الأقل لدرجة موافق بشدة وهي ٢٩.١% لفئة (تقدم هذه الرسائل مضامين تميل الى الشخصنة وإثارة النعرات الإقليمية والطائفية). وكانت النسبة الأعلى في درجة موافق وهي ٤٢.٧% لفئة (تستخدم هذه الرسائل اللغة الفصحى غير الملتزمة بقواعد النحو العربي السليم). تليها وبنسبة ٣٤.٥% كل من الفئتين (تستخدم هذه الرسائل لهجات عامية عربية غير معروفة لكافة الناس في البلدان العربية) و (تقدم هذه الرسائل مضامين تتعارض مع الوظائف الإعلامية). وكانت النسبة الأعلى في درجة غير موافق وهي ٢٣.٦% لفئة (تقدم هذه الرسائل مضامين تميل إلى الشخصنة وإثارة النعرات... الخ). بينما كانت أقل نسبة في هذه الدرجة لفئة (الأغراض الربحية تقف وراء النشر المكثف لهذه الرسائل). وكانت أعلى نسبة في درجة محايد، وهي ١٥.٩% لفئة (تقدم هذه الرسائل مضامين تميل إلى الشخصنة وإثارة النعرات الخ). أما أعلى نسبة في درجة لا أعلم، وهي ٩.١% فكانت لفئة (تقدم هذه الرسائل مضامين تتعارض مع الوظائف الإعلامية).

الجدول رقم (٨)

تقييم المستوى اللغوي لحوارات الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي

| المتغير | درجة الموافقة | | | | | | | | | | |
|--|---------------|--------|---------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| | موافق بشدة | | موافق | | غير موافق | | محايد | | لا اعلم | | المجموع |
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | |
| ١- هذه الحوارات تتم في أغلبها باللهجات العامية | ١٢٨ | ٥٨.٢ | ٦٤ | ٢٩.١ | ٢٠ | ٩.١ | ٧ | ٣.٢ | ١ | ٠.٥ | ٢٢٠ |
| ٢- هناك مساحة قليلة في هذه الحوارات باللغة العربية الفصحى | ٩٥ | ٤٣.٢ | ٨١ | ٣٦.٨ | ٢٦ | ١١.٨ | ١٢ | ٥.٥ | ٦ | ٢.٧ | ٢٢٠ |
| ٣- اللهجة العامية في هذه الحوارات تتم باستخدام الحروف اللاتينية | ٨٩ | ٤٠.٥ | ٦٠ | ٢٧.٣ | ٣٤ | ١٥.٥ | ٢١ | ٩.٥ | ١٦ | ٧.٣ | ٢٢٠ |
| ٤- أغلب التعليقات على الصور تتم بالعامية والحروف اللاتينية | ١٠٦ | ٤٨.٢ | ٧٤ | ٣٣.٦ | ١٩ | ٨.٦ | ١١ | ٥.٠ | ١٠ | ٤.٥ | ٢٢٠ |
| ٥- هذه الحوارات بسيطة مهمة لرفع مستوى الأداء اللغوي بالفصحى لو أحسن استخدامها | ١٠٣ | ٤٦.٨ | ٧١ | ٣٢.٣ | ٣٠ | ١٣.٦ | ١٤ | ٦.٤ | ٢ | ٠.٩ | ٢٢٠ |
| ٦- مواقع التواصل الاجتماعي مثل (الفايس بوك والتويتر) وسائل مهمة للإبداع الثقافي والأدبي | ٩٢ | ٤١.٨ | ٧١ | ٣٢.٣ | ٣٢ | ١٤.٥ | ٢٤ | ١٠.٩ | ١ | ٠.٥ | ٢٢٠ |
| ٧- هناك رموز لغوية ومفردات مستخدمة في الحوارات الشبابية يصعب فهمها أنتجتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة | ١٠٩ | ٤٩.٥ | ٧٤ | ٣٣.٦ | ١٧ | ٧.٧ | ١٢ | ٥.٥ | ٨ | ٣.٦ | ٢٢٠ |

جاءت أعلى نسبة في درجة موافق بشدة وهي ٥٨.٢% لفئة (هذه الحوارات تتم في أغلبها باللهجات العامية) تليها بنسبة ٤٩.٥% فئة (هناك رموز لغوية ومفردات مستخدمة في الحوارات الشبابية يصعب فهمها أنتجتها تكنولوجيا الاتصال

الحديثة) وتركزت أعلى نسبة في درجة موافق وهي ٣٦.٨% لفئة (هناك مساحة قليلة في هذه الحوارات باللغة العربية الفصحى). تليها وبنسبة متماثلة هي ٣٣.٦% كل من فئتي (أغلب التعليقات على الصور تتم بالعامية وبالحروف اللاتينية). و (هناك رموز لغوية ومفردات مستخدمة في الحوارات الشبابية يصعب فهمها... الخ) وتركزت النسبة الأعلى في درجة غير موافق وهي ١٥.٥% لفئة (اللهجة العامية في هذه الحوارات تتم باستخدام الحروف اللاتينية) تليها وبنسبة ١٤.٥% فئة (مواقع التواصل الاجتماعي مثل (الفيس بوك والتويتر) وسائل مهمة للإبداع الثقافي والأدبي. وجاءت النسبة الأعلى في درجة محايد وهي ١٥.٩% للفئة السابق ذكرها. والنسبة الأقل في هذه الدرجة وهي ٣.٢% لفئة (هذه الحوارات تتم في أغلبها باللهجات العامية).

أما درجة لا أعلم التي حظيت في كافة الإجابات على النسب المئوية الأقل، فكانت أعلى نسبة فيها وهي ٧.٣% لفئة (اللهجة العامية في هذه الحوارات تتم باستخدام الحروف اللاتينية) بينما كانت النسبة الأقل وهي ٠.٥% لفئتي (هذه الحوارات تتم في أغلبها باللهجات العامية) و (مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك والتويتر وسائل مهمة للإبداع الثقافي والأدبي).

الجدول رقم (٩)

تقييم المستوى اللغوي في الصحافة المطبوعة

| المجموع | درجة الموافقة | | | | | | | | | | المتغير | |
|---------|---------------|---------|--------|---------|-----------|---------|--------|---------|------------|---------|---|----------------------|
| | لا اعتم | | محايد | | غير موافق | | موافق | | موافق بشدة | | | نور الصحافة المطبوعة |
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | | |
| ٢٢٠ | ٠.٩ | ٢ | ٤.٥ | ١٠ | ٣.٦ | ٨ | ٣.٦ | ٦٠ | ٦٣.٦ | ١٤٠ | ١- الصحافة المطبوعة أكثر الوسائل الإعلامية حرصاً على سلامة اللغة العربية | |
| ٢٢٠ | ١.٤ | ٣ | ٥.٠ | ١١ | ٥.٩ | ١٣ | ٢٧.٣ | ٦٠ | ٦٠.٥ | ١٣٣ | ٢- الصحافة وسيلة أساسية لإكساب القراء ثروة لغوية غنية بالمفردات والمصطلحات | |
| ٢٢٠ | ١.٤ | ٣ | ٧.٧ | ١٧ | ١٠.٥ | ٢٣ | ٥٠.٩ | ١١٢ | ٢٩.٥ | ٦٥ | ٣- البعض من مقالات الصحف تحاول الجمع بين الفصحى والعامية | |
| ٢٢٠ | ٠.٥ | ١ | ٦.٤ | ١٤ | ٦.٣ | ١٤ | ٣٣.٢ | ٧٣ | ٥٣.٦ | ١١٨ | ٤- مجالات الأطفال وسيلة مهمة لزيادة المحصول اللغوي عند الأطفال | |
| ٢٢٠ | ٦.٨ | ١٥ | ١٣.٢ | ٢٩ | ٩.١ | ٢٠ | ٤٦.٤ | ١٠٢ | ٢٤.٥ | ٥٤ | ٥- هناك أخطاء نحوية وأخطاء في التركيب اللغوي في بعض المواد الصحفية | |
| ٢٢٠ | ٣.٦ | ٨ | ١٤.١ | ٣١ | ٥.٠ | ١١ | ٤٠.٩ | ٩٠ | ٣٦.٤ | ٨٠ | ٦- أخطاء التحرير الصحفي ناشئة عن ضعف المهية والتأهيل العلمي لدى بعض المحررين. | |
| ٢٢٠ | ٣.٢ | ٧ | ١٢.٣ | ٢٧ | ٥.٠ | ١١ | ٤٢.٧ | ٩٤ | ٣٦.٨ | ٨١ | ٧- الأخطاء الواردة في الصحافة ناشئة عن ضعف الاهتمام بالمراجعة والتدقيق اللغوي | |

تحققت النسبة الأعلى وهي ٦٣.٦% في درجة موافق بشدة لفئة (الصحافة المطبوعة أكثر الوسائل الإعلامية حرصاً على سلامة اللغة العربية) تليها في النسبة وهي ٦٠.٥% فئة (الصحافة وسيلة أساسية لإكساب القراء ثروة لغوية غنية بالمفردات والمصطلحات الجديدة). وكانت النسبة الأقل في هذه الدرجة، وهي

٢٤.٥% لفئة (هناك أخطاء نحوية وأخطاء في التركيب اللغوي في بعض المواد الصحفية) وجاءت النسبة الأعلى في درجة موافق وهي ٥٠.٩% لفئة (البعض من مقالات الصحف تحاول الجمع بين الفصحى والعامية). تليها ونسبة ٤٦.٤% فئة (هناك أخطاء نحوية وأخطاء في التركيب اللغوي في بعض المواد الصحفية). وكانت النسبة الأقل في درجة موافق وهي ٣.٦% لفئتي (الصحافة المطبوعة أكثر الوسائل الإعلامية حرصاً على سلامة اللغة العربية) و(الصحافة وسيلة أساسية لإكساب القراء ثروة لغوية غنية بالمفردات والمصطلحات الجديدة). وركزت أعلى نسبة في درجة غير موافق وهي ١٠.٥% لفئة (البعض من مقالات الصحف تحاول الجمع بين الفصحى والعامية). تليها ونسبة ٩.١% فئة (هناك أخطاء نحوية وأخطاء في التركيب اللغوي في بعض المواد الصحفية). وكانت النسبة الأقل في هذه الدرجة وهي ٣.٦% لفئة (الصحافة المطبوعة أكثر الوسائل الإعلامية حرصاً على سلامة اللغة العربية الفصحى). وركزت النسبة الأعلى في درجة محايد وهي ١٤.١% على فئة (أخطاء التحرير الصحفي ناشئة عن ضعف المهنيّة والتأهيل العلمي لدى بعض المحررين) والنسبة الأقل وهي ٥.٠% لفئة (الصحافة وسيلة أساسية لإكساب القراء ثروة لغوية غنية بالمفردات والمصطلحات الجديدة). أما درجة لا أعلم فكانت النسبة الأعلى فيها وهي ٦.٨% لفئة (هناك أخطاء نحوية وأخطاء في التركيب اللغوي في بعض المواد الصحفية). والنسبة الأقل وهي ٠.٥% لفئة (مجالات الأطفال وسيلة مهمة لزيادة المحصول اللغوي عند الأطفال).

الجدول رقم (١٠)

دور كليات الإعلام وأقسام الصحافة والإعلام في الجامعات في الإعداد اللغوي
المناسب للإعلاميين

| المجموع | درجة الموافقة | | | | | | | | | | المتغير |
|---------|---------------|---------|--------|---------|-----------|---------|--------|---------|------------|---------|--|
| | لا اعلم | | محايد | | غير موافق | | موافق | | موافق بشدة | | |
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| ٢٢٠ | ١.٤ | ٣ | ٦.٤ | ١٤ | ١٠.٥ | ٢٣ | ٣٧.٣ | ٨٢ | ٤٤.٥ | ٩٨ | ١ - يكون ذلك من خلال زيادة مسابقات اللغة العربية |
| ٢٢٠ | ٠.٩ | ٢ | ٤.٥ | ١٠ | ٥.٩ | ١٣ | ٣٥.٩ | ٧٩ | ٥٢.٧ | ١١٦ | ٢ - من خلال التدريب على التحث باللغة العربية الفصحى داخل المحاضرات |
| ٢٢٠ | ٠.٥ | ١ | ٤.١ | ٩ | ٦.٨ | ١٥ | ٣٥.٥ | ٧٨ | ٥٣.٢ | ١١٧ | ٣ - من خلال الأعمال التطبيقية الكتابية والبحثية التي تحرص على سلامة اللغة الفصحى |
| ٢٢٠ | ٠.٩ | ٢ | ٥.٥ | ١٢ | ٤.٥ | ١٠ | ٣٤.٥ | ٧٦ | ٥٤.٥ | ١٢٠ | ٤ - من خلال التدريب على إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية باللغة الفصحى |
| ٢٢٠ | ٠.٩ | ٢ | ٨.٦ | ١٩ | ٨.٦ | ١٩ | ٣٠.٠ | ٦٦ | ٥١.٨ | ١١٤ | ٥ - من خلال حرص الأساتذة على تقديم المحاضرات والمناقشات باللغة العربية الفصحى |
| ٢٢٠ | ١.٤ | ٣ | ١٤.١ | ٣١ | ٢٧.٧ | ٦١ | ٢٩.١ | ٦٤ | ٢٧.٧ | ٦١ | ٦ - من خلال احتساب الأخطاء النحوية واللغوية في درجات تقييم الامتحانات والأعمال الفصلية |

تركزت النسبة الأعلى الموضحة لدور كليات الإعلام وأقسام الصحافة والإعلام في الإعداد اللغوي المناسب للإعلاميين وهي ٥٤.٥% في درجة الموافق بشدة لمتغير (من خلال التدريب على إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية باللغة الفصحى) تلاها بنسبة ٥٣.٢% متغير (من خلال الأعمال التطبيقية الكتابية والبحثية التي تحرص على سلامة اللغة الفصحى). وكانت أقل نسبة وهي ٢٧.٧% هي لمتغير (من خلال احتساب الأخطاء النحوية واللغوية في درجات تقييم الامتحانات والأعمال الفصلية) وهو الأمر الذي اعتبرته العينة المبحوثة من طلبة الصحافة والإعلام في غير صالحهم عندما يتعلق بحصيلة الدرجات التي يحصلون عليها في الامتحانات الجامعية.

وتركزت النسبة الأعلى في درجة موافق، وهي ٣٧.٣% لمتغير (يكون ذلك من خلال زيادة مساقات اللغة العربية) تلاه في النسبة وهي ٣٥.٩% متغير (من خلال التدريب على التحدث باللغة العربية الفصحى داخل المحاضرات). وكانت النسبة الأقل في هذه الدرجة للمتغير المشار إليه آنفاً وهو (من خلال احتساب الأخطاء النحوية واللغوية في درجات تقييم الامتحانات والأعمال الفصلية). وتحققت أعلى نسبة في درجة غير موافق، وهي ٢٧.٧% للمتغير السابق ذكره حول احتساب الأخطاء النحوية واللغوية في درجات التقييم فيما يشبه الاتفاق على حرص الطلبة على عدم تأثر الدرجات التي يحصلون عليها بما ينتج عنهم من أخطاء نحوية ولغوية.

الجدول رقم (١١)

دور المؤسسات الإعلامية في ترقية الأداء اللغوي للإعلاميين الإذاعيين

| المجموع | درجة الموافقة | | | | | | | | | | المتغير | |
|---------|---------------|---------|--------|---------|-----------|---------|--------|---------|------------|---------|---|------------------------|
| | لا اعلم | | محايد | | غير موافق | | موافق | | موافق بشدة | | | دور المؤسسات الإعلامية |
| | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | | |
| ٢٢٠ | ٧.٧ | ١٧ | ٩.٥ | ٢١ | ٤.٥ | ١٠ | ٥١.٨ | ١١٤ | ٢٦.٤ | ٥٨ | ١- يكون ذلك من خلال اختيار الأخطاء لغوياً | |
| ٢٢٠ | ٤.٥ | ١٠ | ١٨.٢ | ٤٠ | ١٤.٥ | ٣٢ | ٤٨.٢ | ١٠٦ | ١٤.٥ | ٣٢ | ٢- يكون ذلك من خلال إخضاع الإعلاميين لاختبارات دقيقة | |
| ٢٢٠ | ٦.٤ | ١٤ | ١٥.٠ | ٣٣ | ١٨.٦ | ٤١ | ٤١.٨ | ٩٢ | ١٨.٢ | ٤٠ | ٣- تقديم دورات تدريبية لغوية لهم قبل التعيين | |
| ٢٢٠ | ٤.٥ | ١٠ | ١٨.٢ | ٤٠ | ١٦.٤ | ٣٦ | ٣٥.٠ | ٧٧ | ٢٥.٩ | ٥٧ | ٤- تقديم دورات بعد التعيين | |
| ٢٢٠ | ٣.٢ | ٧ | ٢٠.٥ | ٤٥ | ٣٠.٩ | ٦٨ | ٣٢.٧ | ٧٢ | ١٢.٧ | ٢٨ | ٥- الحرص على استخدام اللغة الفصحى في هذه البرامج | |
| ٢٢٠ | ١٢.٣ | ٢٧ | ١٧.٧ | ٣٩ | ٢٠.٠ | ٤٤ | ٣١.٤ | ٦٩ | ١٨.٦ | ٤١ | ٦- الحرص على انتقاء المتحدثين الذين يحرصون على التحدث باللغة الفصحى | |

تركزت النسبة الأعلى وهي ٢٦.٤% في درجة موافق بشدة حول الوسائل والأساليب التي تستطيع المؤسسات الإعلامية من خلالها المساهمة بترقية الأداء اللغوي للإعلاميين الإذاعيين في متغير (يكون ذلك من خلال اختيار الألفاء لغوياً) تلاه بنسبة ٢٥.٩% متغير (تقديم دورات تدريبية لغوية لهم بعد التعيين). وكانت أقل نسبة وهي ١٢.٧% ل (الحرص على استخدام اللغة الفصحى في هذه البرامج) وجاءت أعلى نسبة في درجة موافق وهي ٥١.٨% لمتغير (يكون ذلك من خلال اختيار الألفاء لغوياً) تلاه بنسبة ٤٨.٢% متغير (يكون ذلك من خلال إخضاع الاعلاميين لاختبارات دقيقة).

وتركزت النسبة الأعلى في درجة غير موافق وهي ٣٠.٩% في متغير(الحرص على استخدام اللغة الفصحى في هذه البرامج) تلاه في النسبة وهي ٢٠.٠% متغير(الحرص على انتقاء المتحدثين الذين يحرصون على التحدث باللغة الفصحى). وربما يكون اختيار العينة لهذين المتغيرين لعدم الموافقة استشعاراً بصعوبة إيجاد المذيعين الذين يحرصون على استخدام الفصحى في البرامج التي يقدمونها، وكذلك صعوبة انتقاء المتحدثين الذين يحرصون على التحدث باللغة الفصحى في البرامج الإذاعية.

الخلاصة:

- اختارت العينة اللغة الفصحى بنسبة ٨٠.٥% للأخبار والتقارير الإخبارية.
- تم اختيار العامية بنسبة ٥٠.٥% للدراما الإذاعية والتلفزيونية، بينما جاء استخدام الفصحى والعامية معاً بنسبة ٤٤.٥%.
- حصلت حوارات المندوبين مع الجمهور العام على استخدام الفصحى والعامية معاً بنسبة ٤٥.٥% بينما حصلت العامية على ٣٨.٨% والفصحى بنسبة ١٥%.
- حصلت الفصحى على النسبة الأعلى للبرامج الثقافية والأدبية وهي ٧١.٤%، تلاها الفصحى والعامية معاً بنسبة ٢٥.٩%.
- حصلت الفصحى على النسبة الأعلى للبرامج العلمية وهي ٧٥.٠% بينما جاءت الفصحى والعامية معاً بنسبة ١٨.٢%.
- حصلت الفصحى على النسبة الأعلى للبرامج الدينية وهي ٥٤.١% تلاها في النسبة الفصحى والعامية معاً وهي ٣٩.١%.
- حصلت العامية على النسبة الأعلى للبرامج الاجتماعية والمنوعات وهي ٥٣.٢%، تلاها الفصحى والعامية معاً بنسبة ٤٠.٥%.
- حصلت الفصحى والعامية معاً على النسبة الأعلى للبرامج الرياضية وهي ٤٣.١%، تلاها العامية بنسبة ٣٩.٥%.
- حصلت العامية على النسبة الأعلى في برامج المسابقات وهي ٦٣.٦% تلاها الفصحى والعامية معاً بنسبة ٣٠.٠%.
- فيما يتصل بالأخطاء الشائعة على أسنة المذيعين في الراديو والتلفزيون: كانت الأخطاء النحوية بنسبة ٢٦.٤% وأخطاء النطق السليم بنسبة ٢٥.٩% أعلى نسبتين في درجة موافق بشدة. وشكل هذان المتغيران أيضاً أعلى نسبتين في فئة

موافق وهما ٥١.٨% و ٤٨.٢% على التوالي. وحصلت الأخطاء في قراءة الأعداد والأرقام على المستوى الثالث في درجة موافق بشدة وهي ١٨.٢% وموافق بنسبة ٤١.٨%.

- فيما يتصل بتقييم المستوى اللغوي الذي تقدم به مواد إذاعات الـ F.M تركزت النسبة الأعلى في درجة موافق بشدة وهي ٤٣.٢% لمتغير (تستطيع هذه الإذاعات تكريس الفصحى إلى جانب الجهد المطلوب من المدارس والجامعات) تلاها بنسبة ٤٠.٥% متغير (بإمكان هذه الإذاعات تنمية الاهتمام باللغة العربية الفصحى لدى الشباب). وتركزت درجة موافق في نسبتها الأعلى وهي ٤٥.٠% في فئة (تقدم هذه الإذاعات موادها البرمجية باللهجة العامية).

- فيما يتصل بتقييم المستوى اللغوي لبرامج الأطفال في الراديو والتلفزيون، تركزت النسبة الأعلى وهي ٦٩.٥% في درجة موافق بشدة لمتغير (برامج الأطفال حقل تربوي مهم لتعليم اللغة الفصحى). وجاءت أعلى نسبة لدرجة موافق وهي ٣٥.٩% لمتغير (تستطيع هذه البرامج البث الميداني من المدارس للتحفيز على تشجيع المواهب والمبدعين والمتحدثين باللغة الفصحى).

- وحول تقييم المستوى اللغوي للإعلانات الإذاعية والتلفزيونية والصحفية، تركزت النسبة الأعلى في درجة موافق بشدة وهي ٤٧.٣% على متغير (يعتقد المعلنون أن العامية أكثر قدرة من الفصحى على ترويج السلع المعلن عنها) تلاها في النسبة وهي ٤٣.٢% المتغير الذي يقول (تساهم لغة الإعلان بتكريس اللهجة العامية نظراً لتكرارها واتصالها بحاجات الناس).

- فيما يتصل بتقييم المستوى اللغوي للرسائل الهاتفية القصيرة في الأشرطة التلفزيونية المتحركة، تركزت أعلى نسبة في درجة موافق بشدة وهي ٥٥.٥% على متغير (الأغراض الربحية تقف وراء النشر المكثف لهذه الرسائل)

تلاها في النسبة وهي ٥٢.٧% متغير (تستوجب هذه الرسائل المراجعة قبل بثها للتأكد من سلامة اللغة والمضمون). وكانت النسبة الأعلى في درجة موافق وهي ٤٢.٧% لمتغير (تستخدم هذه الرسائل اللغة الفصحى غير الملتزمة بقواعد النحو العربي السليم).

- فيما يتصل بتقييم المستوى اللغوي لحوارات الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، تركزت النسبة الأعلى في درجة موافق بشدة وهي ٥٨.٢% لمتغير (هذه الحوارات تتم في أغلبها باللهجات العامية) تلاها في النسبة وهي ٤٩.٥% متغير (هناك رموز لغوية ومفردات مستخدمة في الحوارات الشبابية يصعب فهمها أنتجتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة).

- فيما يتصل بتقييم المستوى اللغوي في الصحافة المطبوعة، تركزت النسبة الأعلى وهي ٦٣.٦% في درجة موافق بشدة لمتغير (الصحافة المطبوعة أكثر الوسائل الإعلامية حرصاً على سلامة اللغة العربية) تلاها في النسبة وهي ٦٠.٥% متغير (الصحافة وسيلة أساسية لإكساب القراء ثروة لغوية غنية بالمفردات والمصطلحات الجديدة) . وجاءت النسبة الأعلى في درجة موافق وهي ٥٠.٩% لمتغير (البعض من مقالات الصحف تحاول الجمع بين الفصحى والعامية).

- أما فيما يتعلق بدور كليات الإعلام وأقسام الصحافة والإعلام في الجامعات في الإعداد اللغوي المناسب للإعلاميين، تركزت النسبة الأعلى في درجة موافق بشدة وهي ٥٤.٥% لمتغير (من خلال التدريب على إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية باللغة الفصحى) تلاها بنسبة ٥٣.٢% متغير (من خلال الأعمال التطبيقية الكتابية والبحثية التي تحرص على سلامة اللغة الفصحى). وكانت أقل

- نسبة وهي ٢٧.٧% لمتغير (من خلال احتساب الأخطاء النحوية واللغوية في درجات تقييم الامتحانات والأعمال الفصلية).
- بينما تركزت النسبة الأعلى في درجة موافق وهي ٣٧.٣% لمتغير (يكون ذلك من خلال زيادة مساقات اللغة العربية).
 - وحول دور المؤسسات الإعلامية في ترقية الأداء اللغوي للاعلاميين الإذاعيين، تركزت النسبة الأعلى في درجة موافق بشدة وهي ٢٦.٤% على متغير (يكون ذلك من خلال اختيار الأكفاء لغوياً) تلاه بنسبة ٢٥.٩% متغير (تقديم دورات تدريبية لغوية لهم بعد التعيين) أما النسبة الأعلى في درجة غير موافق وهي ٣٠.٩% فقد تركزت في متغير (الحرص على استخدام اللغة الفصحى في هذه البرامج) تلاه بنسبة ٢٠.٠% متغير (الحرص على انتقاء المتحدثين الذين يحرصون على التحدث باللغة الفصحى).

التوصيات

اعتباراً للدور المهم الذي يضطلع به الإعلام في تعزيز استخدامات اللغة العربية الفصحى، وبناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، نرى التوصية بما يلي:

- تكريس استخدام اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام، ومحاصرة ظاهرة الاستخدام المكثف للهجات العامية، خصوصاً في الوسائل السمعية البصرية.
- اختيار الأكفاء لغوياً من الإعلاميين، الإذاعيين منهم على وجه الخصوص، تلافياً للوقوع في الأخطاء النحوية التي تترك آثاراً سلبية على المستمعين والمشاهدين.
- إخضاع المواد الإعلامية البرمجية والإخبارية كافة للتدقيق اللغوي المتخصص قبل بثها للجمهور.
- الحرص على أن تقوم القنوات الإذاعية والتلفزيونية، ومقدمو البرامج فيها على انتقاء المتحدثين الذين تتم استضافتهم ممن يجيدون التحدث باللغة الفصحى.
- الحرص على أن يستثمر الطلبة الجامعيون، وخاصة منهم، الذين يدرسون تخصصات الصحافة والإعلام، سنوات دراستهم الجامعية في التزود من معين اللغة العربية، والتدرب على سلامة التحدث بها.
- قيام أساتذة الجامعات بالحرص على تقديم محاضراتهم الجامعية باللغة الفصحى، وألا يكون الاهتمام باللغة الأجنبية على حساب اللغة العربية.

الهوامش والمراجع

- (١) البيان الصادر عن الاجتماع الأول للجنة المشروع الوطني لحماية اللغة العربية، سبتمبر ٢٠١١
- (٢) محاضرة الدكتور ناصر الدين الأسد، المركز الأردني للدراسات والمعلومات، منشورة في صحيفة "اللواء" بتاريخ ٢٨/٢/٢٠١٢.
- (٣) نهاد الموسى، الأخطاء المعجمية والصرفية والنحوية في وسائل الإعلام، بحوث ندوة اللغة العربية ووسائل الإعلام، منشورات جامعة البترا، ٢٠٠١، ص ١٠٨-١٠٩.
- (٤) نور الدين بلبيل، الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، كتاب الأمة، العدد ٢٠٠١/٨، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، قطر، ص ١١٢.
- (٥) وديع فلسطين، قضايا الفكر في الأدب المعاصر، ط ٢، دار الجديد، بيروت، ١٩٩٤، ص ١٣-١٤.
- (٦) تيسير أبو عرجة، الثقافة العربية وتقانة الإعلام الجديد، بحث منشور في كتاب ندوة "مستقبل الثقافة العربية في ظل ثورة المعلومات"، رابطة الكتاب الأردنيين، ٢٠٠٢، ص ١٧١.
- (٧) سالم المعوش، اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في لبنان - دراسة تحليلية ونقد، بحث مقدم لمؤتمر مجمع اللغة العربية الأردني، عمان، حزيران، ٢٠٠٣.
- (٨) تيسير أبو عرجة، لغة الإعلام بين متطلبات الرسالة والوسيلة والجمهور، بحث مقدم لندوة "اللغة العربية والإعلام وكتاب النص"، مجمع اللغة العربية الأردني ومنتدى الفكر العربي، عمان، ٢٠٠٥.
- (٩) أيمن محمد عبد القادر الشيخ، اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية، بحث مقدم للمؤتمر الدولي في تطوير العربية، جامعة مالانج الحكومية، السودان، نوفمبر ٢٠٠٨.
- (١٠) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٣، ص ١٢٢.

Abstract

This study aimed at identifying the Opinion of journalism and mass communication students at Petra university towards the linguistic level in which the media materials are revealed, and what is their opinion towards using slang language in media programs, and how they evaluate the linguistic performance of media, and what is the role required from media programs concerning promoting the use of formal Arabic language, in addition to the role of universities, departments and faculties of media that are supposed to prepare and qualify Journalists.

The study resulted in a number of conclusions including:

- The Sample chose formal language for news and news reports with the percentage of 80.5%.
- For Radio and T.V drama, slang language got 50.5%, while using both formal and slang got 44.5%.
- Reporters debates with the public in both formal and slang Arabic Languages got 45.5% while Slang language alone got 38.8% and formal got 15% .
- Formal language got the highest percentage by 71.4% for cultural and arts programs, while using both formal and slang for same programs got 25.9%.
- For scientific programs, formal language got the highest percentage of 75%, while using both formal and slang Arabic Languages got 18.2%.
- For religious programs, formal language got the highest percentage of 54.1%, while using both formal and slang got 39.1%.
- For social and entertainment programs, slang language got 53.2%, while using both formal and slang language got 40.5%.
- For sports programs, using both formal and slang languages got 43.1%, while using slang alone got 39.5%.
- For competitions programs, slang language got 63.6%, while using both formal and slang language got 30%.