

أسباب ضعف اللغة العربية في لغة الخطاب الإعلامي المعاصر ، وطرق الارتقاء بها.

د/ حسين خميس محمود شحاتة

مقدمة

تكمن أهمية اللغة في أنها أهم مميزات الجنس البشري عن غيره من المخلوقات التي يتعامل معها في محيط حياته ، ووجوده على هذه الأرض، كما تُعدُّ وسيلة التفاهم ، ووعاء الحضارة ، بالإضافة إلى أنها ترسخ في عقول أبنائها منذ الصغرى أفكارًا وعاداتٍ وتقاليدٍ هي جماع الثقافة الخاصة بالمجتمع ، ومن ثمَّ فإن نظرة الفرد والشعب إلى الحياة والكون و الوجود— هي غالبًا — نابعة من إرثه اللغوي الذي ارتضعه ، وترى عليه يوما بعد يوم ، ولذلك كان من الطبيعي أن تحظى اللغة باهتمام الشعوب على امتداد التاريخ الإنساني⁽¹⁾ . يقول مصطفى صادق الرافعي: إنما اللغة مظهرٌ من مظاهر التاريخ ، والتاريخ صفة الأمة، كيفما قلبت أمر اللغة — من حيث اتصالها بتاريخ الأمة واتصال الأمة بها — وجدتها الصفة الثابتة التي لا

(1) انظر: اللغة العربية ، مشكلاتها وسبل النهوض بها ، دكتور السيد خضر ، ط 1 ، بدون دار نشر ،

تقول إلا بزوال الجنسية ، وانسلاخ الأمة من تاريخها ⁽¹⁾. ولقد حباننا الله - معاشر العرب - بلغة تُعدُّ من أعرق اللغات منشأ ، وأعزها جانباً ، وأبلغها عبارة ، وأغزرها مادة ، وأسلسها نطقاً ، وأجملها حروفاً ، وأعذبها موسيقى، وقد فاقت أخواتها السامية جميعاً، فكان لها هذا التراث الجليل الذي نعتر به جيلاً بعد جيل، وبقيت هي حية مزدهرة بالرغم مما مرَّ بها في عصور الركود ، وما تعرضت له من دعوات مشبوهة ؛ كاستبدال العامية باللغة الفصحى. ولا أحسب لغة قطّ تجاري لغتنا العربية في تراثها الثرى، مصداقاً لقول الشاعر: وكم عزّ أقوامٌ بعز لغاتٍ .

يقول المستشرق الفرنسي (لوي ماسينيون) : اللغة العربية لغة وعي ، ولغة شهادة ، وينبغي إنقاذها سليمة بأي ثمن للتأثير في اللغة الدولية المستقبلية، واللغة العربية بوجه خاص هي شهادة دولية يرجع تاريخها إلى ثلاثة عشر قرناً ⁽²⁾. ومع تطور وسائل الإعلام - في عصرنا الحاضر - بأنواعها المختلفة ، لاسيما المرئية منها ، وظهور شبكات الاتصال، وتكنولوجيا الفضاء، أضحت الحفاظ على اللغة العربية ضرورة أكثر من ذي قبل ، وخصوصاً بعدما تبنت هذه الوسائل - بصورها المختلفة (المسموعة - المقروءة - المرئية) - لغة للخطاب الإعلامي وسمت بأنها عامية ضعيفة مبتذلة ، لوسمعتها الأولون ماتوا كمدًا وحسرة على ما صار إليه حال اللغة العربية . فعلى سبيل المثال نرى أنّ الإعلانات - وخصوصاً التلفازي منها - كانت ولا زالت انتصاراً للعامية، وترويجاً للغات الاجنبية ، ونشرًا للنطق المعيب لكلمات العربية، وإفساداً للذوق الفني والخلقي واللغوي لدى أكثر الشعوب . ومن ثمّ أضحت هذه الوسائل معاول هدم للغة ، تفسد استقامة اللسان ، وتهوي بالذوق اللغوي إلى الحضيض. والله درُّ حافظ إبراهيم ، إذ يقول على لسان اللغة :

أرى كلَّ يوم بالجراند مزلقاً من القبر يدنيني بغير أناة
وأسمع للكُتّاب في مصر ضجة فأعلم أنّ الصائحين نُعاتي
أيهجرني قومي - عفا الله عنهم إلى لغة لم تتصل برواة؟

ومن ثمّ يقوم هذا البحث على محورين أساسيين :

المحور الأول: الأسباب الحقيقية لتدني مستوى لغة الخطاب الإعلامي المعاصر، سواء أكان ذلك على مستوى وسائل الإعلام المسموعة ، أم المقروءة ، أم المرئية .
المحور الثاني : العوامل التي يمكن عن طريقها الإرتقاء بلغة الخطاب الإعلامي المعاصر.

(1) انظر : اللغة العربية في وسائل الإعلام، للدكتور فاروق مهني ، والدكتور مبروك عبد الحليم ، دار المعرفة للطباعة ، القاهرة ، 2009-2010م، ص: 10

(2) انظر: المؤلفات الصغرى (بالفرنسية) ، لوي ماسينيون ، بيروت ، دار المعارف ، 1963م، ص: 625 .
نقلا عن فلسفة اللغة العربية ، دكتور عثمان أمين ، بدون دار نشر ، ص: 9

أولاً : المحور الاول أسباب ضعف اللغة العربية في لغة الخطاب الإعلامي المعاصر :

1- الإعلانات (المسموعة - المقروءة - المرئية) . حيث وسمت لغة هذه الإعلانات بأنها

لغة عامية مبتذلة ، ترمي إلى ترويح العامية بشتى صورها ، وإفساد الذوق اللغوي والخلقي لدى أكثر المشاهدين والمستمعين ، وتأتي خطورة هذه الإعلانات - وخصوصاً التلفازي منها- في أنها من أكثر المواد الإعلانية مشاهدة. فقد أثبتت إحدى الدراسات التي أجريت على عينة عشوائية من الاطفال المصريين أن 75% من أطفال العينة يشاهدون الإعلانات بانتظام ، وأنّ 16% تتسم مشاهدتهم بالانتظام النسبي. بينما لم تزد نسبة عدم المشاهدة بانتظام عن 9% فقط . ورصدت إحدى الدراسات عدد الإعلانات التي مدتها 30 ثانية ويشاهدها الطفل سنويا بأنها 20000 إعلان . وعدد الإعلانات التي شاهدها رجل بلغ 65 عاما هي مليوناً إعلان . كما أنّ من أهم النتائج التي تمخضت عن هذه الدراسة : أنّ الإعلان التلفازي يمثل العامل الأول في تحريك الطلب على السلع لدى الطفل ، وذلك بنسبة 44% ، وأنّ للإعلان قدرةً كبيرةً على تشكيل أنماط استهلاكية للطفل تظل لصيقة به ⁽¹⁾ . وهذا له أثر سلبي بلا شك على التكوين اللغوي للطفل في مرحلة عمره الأولى ، فقد رأى عدد من الباحثين أن المشاهدة الزائدة للتلفزيون لها تأثيراتها على الطريقة التي بها تنمو عقول الأطفال ، ومن بين هذه التأثيرات ما يلحظه المرء في جانب اكتساب الطفل للغة ، ففي السنوات الأولى المبكرة حيث يكون الدماغ مطواعا وحساسا ، فإن مشاهدة التلفزيون تطيل في الوظائف المهيمنة للجانب الأيسر للدماغ مما يسبب حالة تشبه النشوة ، فحينما يشاهد الطفل أكثر من 20 ساعة أسبوعيا ، فإن التلفزيون يشبط نمو الوظائف اللفظية والمنطقية للجانب الأيسر من الدماغ ، ومن ثم يتم إعاقة النمط الذي يحتاجه الدماغ لنمو اللغة بمشاهدة التلفزيون أثناء هذه المرحلة اللغوية الحساسة للطفولة . ⁽²⁾ وقد ترجع قوة جذب الإعلانات - للأطفال بخاصة - إلى أسباب متعددة، من أهمها:

1- قصر الفترة الزمنية التي يستغرقها الإعلان، فهو في الأغلب الأعم لا يستغرق أكثر من خمس دقائق.

2- تنوع أسلوب عرض الإعلانات، فبعضها يعتمد على سرعة الحركة ، وبعضها يأتي في صورة مشهد تمثيلي .

(1) انظر: الأطفال ومحتوى الإعلانات في التلفزيون ، بحث للدكتور سامي الشريف، منشورات الدارة ، العدد الرابع، ص:218

(2) انظر : مقال بعنوان " التلفزيون ودوره في حياة الأطفال وثقافتهم " للدكتور صالح خليل أبو أصبع ، موقع صيد الفوائد .

3- تجنبها العرض التقريري الجاف الذي يعتمد على كتابة الإعلان على شاشة التلفاز ، و يقرؤها المذيع. وهذا اللون لا يرتفع في تأثيره إلى مستوى الإعلانات التي فيها حظ كبير من الفن والبذخ .

4- تأتي هذه الإعلانات بين فقرات طويلة ، كالأفلام ، والبرامج الثقافية ، ونشرات الأخبار ، ومباريات كرة القدم ، فكأنها "وقفه راحة" لالتقاط الأنفاس بعد مشاهدة معروضات طويلة.

5- أنّ الإعلان نجح في توظيف العناصر العلمية والنفسية الحديثة ، التي تضمن للإعلان النجاح والشروع؛ من خدع تصويرية ، وحوار فني .⁽¹⁾ ومن الجدير بالذكر أنّ الإعلانات هي أقدر الأعمال التلفازية على الترسب والبقاء في نفس المشاهد وحافظته ؛ وذلك لأن هذه الإعلانات تتكرر عشرات المرات في فترات مختلفة ، وقد يتكرر الإعلان الواحد مرات متعددة في يوم واحد ، زيادة على ما يتوافر فيه من خفة ، وجمال ، وطرفة ، وخدمة فنية عالية . ويمكن حصر أهم الآثار السلبية للإعلانات على اللغة العربية ، فيما يلي

:

أ- الترويج للعاميات : با تحاذا أسلوبًا أمثل للأداء الإعلاني ، وخصوصًا إذا كان الإعلان رفيع المستوى من الناحية الفنية . يقول الدكتور فهمي هويدي: في صحيفة الأهرام القاهرية - التي هي من أهم الصحف العربية وأقدمها - ثمة إعلان ينشر كل يوم جمعة بعرض ثمانية أعمدة يقول: إن ماكانش عندك أولاد-أكفل يتيم في بيتك. وفي الإعلان خليط من عامية الخطاب ، وركاكة الفصحى ، والخطأ النحوي. وذلك ليس استثناء ، ولكنه تجسيد للغة كاملة ، أصبحت تهيمن على المواد التحريرية والإعلانية في الصحف ، ناهيك عن تلك التي تستخدم في التلفزيون والإذاعة . وفي نفس الصحيفة ظهر ذات يوم إعلان كامل على صفحة كاملة لأحد المصارف ، تقول كلماته "كل اللي حوَّشناه حطيناه في الشقة ، حنجيب العفش إزاي " أي : كل الذي ادَّخرناه وضعناه في السكن ، فكيف سنحصل على الأثاث إذن؟ . والإجابة عن السؤال هي أنّ البنك حاضرٌ للإقراض وحل المشاكل .⁽²⁾ والنماذج على انتشار هذه العاميات في

(1) انظر : الإعلام الإذاعي ، دكتور إبراهيم إمام ، ص: 143 ، بدون دار نشر.

(2) انظر: مقال بعنوان " واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام " للدكتور فهمي هويدي ، ص: 2 ، موقع المنظمة

الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة . (www.isesco.org.ma)

الإعلانات التليفزيونية كثيرة لا تحصى، ولا تُعدّ، حتى أنّ العامية صارت الأصل الذي تُكتب، وتُعرض به هذه الإعلانات. ويفسر الدكتور هويدي ذلك بقوله: ربما عرّف للمعلنين أنّ الكتابة بالعامية تسهل التوصيل إلى المتلقي، ولذلك فإنهم لا يباليون بالفصحى، ولا بالنحو، يشجعهم على ذلك - لاريب - أنّ الصحف لم تعد تكثر بالغة التي يظهرها الإعلان؛ لأنّ كلّ اهتمامها منصبّ على مدخوله وحصيلته. (1)

ب- الترويج للغات الأجنبية: وخصوصاً الإنجليزية، وذلك بعرض إعلانات باللغة الإنجليزية، أو بتطعيم الإعلانات العربية بكلمات أجنبية. فهذا - على سبيل المثال - إعلان في التليفزيون المصري عن أحد الأفلام المصرية، وفي الإعلان يظهر الفنان محمد رضا متلاعباً بالعربية، والإنجليزية قائلاً: أنا مثّلت أكثر من ميث فلم (فيلم) سلمائي (سينمائي)، وكان آخر فلم (فيلم) " جُنْدِين فَنَجْن " وهو يقصد الفيلم الأمريكي (Golden Fingers) بل إنّ الأمر وصل إلى أنّ هناك إعلانات بأكملها تُعرض باللغة الإنجليزية، كما في إعلانات بعض المشروبات، والملابس. ومن المؤسف - حقاً - القول بأنّ هناك بعض الإعلانات للعمل في وظيفة معلمين للغة العربية في الدول الخليجية تُعرض باللغة الإنجليزية.

ج- الترويج للأخطاء اللغوية: التي تجري على ألسنة شخصيات الإعلان، ولاسيما إذا كان الإعلان يعتمد على التمثيل والحوار، ويسهل هذا الترويج إذا ما كانت شخصيات الإعلان من الشخصيات التمثيلية المحبوبة للجماهير بصفة عامة، والأطفال بصفة خاصة. ولسنا مبالغين إذا ما قلنا بأنه لا توجد جملة واحدة في الإعلانات منضبطة لغويّاً.

د- الترويج لعادات نطقية غير صحيحة: كترقيق المفخم، وتفخيم المرقق، ونطق الذال زائماً، والصاد سيناً، والتاء طاءً..... فعلى سبيل المثال تقول إحدى المذيعات في أحد البرامج:

- سدك الكول.....بدلا من صدق القول.

- تاه حسين.....بدلا من طه حسين.

(1) انظر: مقال بعنوان " واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام " مرجع سابق، ص: 2

– أعداء الناديبدلا من أعضاء النادي.

– فدل الأمهاتبدلا من فضل الأمهات.

هـ- **إفساد الذوق اللغوي والأدبي:** وذلك بتعمد استعمال قوالب مستهجنة، وغريبة، وركيكة في الإعلان، مثل بعض الكلمات التي صارت بمثابة عبارات محفوظة بين الشباب .⁽¹⁾ مثل (اللي علي علي) ، و(اللي ملوش كبير يشترى كبير)، و(كمنننا) .

2- **الترويج للكلمات الأجنبية :** حيث تسللت بعض الكلمات الأجنبية إلى لغة وسائل الإعلام المختلفة ، وتعبير أدق ، استدعاء العاملين بقطاع الإعلام من ، صحفيين ، ومذيعين لألفاظ أجنبية ، واستخدامها فيما يذيعون ، ويكتبون ، وخصوصًا في برامج التليفزيون الحرة ، أي غير المكتوبة ، والتي تعتمد على الحوار ، والمناقشات العفوية التلقائية . ولو كانت هذه الكلمات تمثل مصطلحات علمية لقلنا ربما رجع السبب إلى الجمع اللغوي ، الذي لم يرق بدوره في تعريب ، أو ترجمة هذه المصطلحات . ومن ثم يمكن التماس العذر لهؤلاء . لكن المؤسف - حَقًّا - أنها كلمات وعبارات عادية من لغة التعامل اليومي ، ولها في العربية ألف مقابل . ولا نستطيع أن نفسر ذلك إلا أنه من رواسب عقدة الخواجة ، وأن وراءه شعورًا بالنقص والإفلاس اللغوي . مما دفع هؤلاء المتحدثين إلى أن يلجئوا إلى اللغات الأجنبية لتغطية هذا الإفلاس اللغوي ، ولإيهام الآخرين بأهمية ذاته . ففي أحد برامج التليفزيون المصري ، جرى هذا الحوار عن الكتاب والمكتبات الجامعية ، فقال أحد المتحدثين _ وكان مسئولًا كبيرًا - : المكتبات عندنا دلوقتي حاجه تكسف (ver poor) ، ولو سألتني عن الحل ، الحل (very easy)، ثم في أثنا حديثه يقول : لكن (level) مش هوه⁽²⁾

بل بلغ الأمر إلى أن أسماء بعض القنوات الفضائية صارت أسماء أجنبية ، مثل قناة دريم المصرية ، وقناة (أون تي في) المصرية أيضا . وجدير بالذكر أن هذا الأمر يتحمله أيضا المثقفون الذين يتحدثون ويكتبون في هذا الوسائل الإعلامية بهذه اللغات الأجنبية . حتى صار الآن من العيب أن يتحدث المثقف دون أن يذكر بعض المصطلحات الأجنبية في كلامه . ويرى عالم اللغويات (تشارلز كيفر) أن موت اللغة يتحقق عندما يهتم المرء بأن يتحدث بلغة أخرى، يجد أنها أكثر فائدة له ، اقتصاديًا ، وفكريًا . وقد كتب الأستاذ أنيس منصور قائلا: الفرنسيون شديداً الاعتزاز بلغتهم الجميلة القادرة

(1) انظر: أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية ، بحث للدكتور جابر قميحة نقلاً عن كتاب

" اللغة العربية في وسائل الإعلام " ، مرجع سابق ، ص: 73-74

(2) انظر: المرجع السابق ، ص: 82-83

على التعبير الدقيق عن كل شيء في الفلسفة، والأدب، والعلوم. لذلك يرفضون استخدام تعبيرات أمريكية، أو أسماء إنجليزية؛ للدلالة على ما يريدون، ففي ذلك اتهام للغة الفرنسية. (1)

3- تدني مستوى لغة الأداء الإعلامي في وسائل الإعلام، وهذا التدني يظهر في صور أربع:

أ- شيوع الأخطاء النحوية بصورة كبيرة في المادة الإعلامية، سواء أكانت (مسموعة - مقروءة - مرئية) . مثل : نصب الفاعل ، ورفع المفعول ، ورفع اسم إنَّ ، ونصب اسم كان

ب- شيوع الكتابة بالعامية في المقالات والإعلانات ، وفي تقديم البرامج التلفزيونية والإذاعية .

ج- كثرة استخدام المفردات الأعجمية في ثنايا الخطاب الموجه إلى المتلقي العربي، وفي بعض الأحيان تنشر الصحف العربية إعلانات كاملة باللغات الأجنبية، حتى أنّ هناك بعض المجلات العربية والبرامج الإذاعية والتلفزيونية تحمل أسماء أعجمية، مكتوبة بالأحرف العربية .

د- ضعف المستوى اللغوي لمقدمي البرامج التلفزيونية والإذاعية، وكذلك بالنسبة للصحفيين وللكتّاب في شتى وسائل الإعلام المختلفة .

4- الدعوة إلى انتشار العامية، ونبذ الفصحى - باعتبارها رجعية وتخلفاً - من قبل بعض

وسائل الإعلام، وبعض الفضائيات، وبعض البرامج والمسلسلات التي تسخر من الفصحى ومتحدثيها. حتى أنّ هناك بعض القنوات الفضائية باتت تسخر من اللغة العربية ليل نهار، بل وصل الأمر إلى أن بعض هذه القنوات راحت تربط بين التحدث بالفصحى وبين الجهل والتخلف والإرهاب. كما في فيلم " الإرهابي " لعادل إمام، حيث ربط هذا الفيلم بين اللغة العربية الفصحى وبين الإرهاب، وصوّر اللغة الفصحى بأنها اللغة التي لا يتحدث بها إلا الإرهابيون. مما أسهم في تشويه صورة اللغة العربية الفصحى. كذلك في بعض الأفلام القديمة، مثل أفلام نجيب أنطونيوس الريحاني، كانت أفلامه تسخر من العربية ومتحدثيها، وليس أدلّ على ذلك من دور المأذون في هذه الأفلام، عندما كان يدخل قائلاً: السلام عليكم..... أين العروس " بشكل يستدعي السخرية والاستهزاء. وفي دراسة أجريت على عينة من الشباب الجامعي حول دور الفضائيات في نشر الثقافة العربية، ذكر نسبة 45% من المبحوثين أنّ القنوات الفضائية أدت إلى تحريب الذوق اللغوي العربي، من خلال استعمال العامية الفجة، ومسلسل الأخطاء اللغوية الشائعة والمتكررة، والتوظيف السيئ لأسماء البرامج، إضافة إلى ضعف مستوى مقدميها. (2)

(1) انظر: مقال للأستاذ أنيس منصور في أهرام الأربعاء 25-5-1994م

(2) انظر: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، تأليف نور الدين بلبيل، كتاب الأمة، السنة الحادية والعشرون، ط 1، وزارة الأوقاف، الدوحة، أكتوبر 2001م، ص: 113-114

كذلك أشارت إحدى الدراسات التي حاولت رصد بعض البرامج التي تبثها بعض الإذاعات والتلفزيونات العربية في تلبية احتياجات الأطفال . وجد أنّ اللهجة العامية هي الغالبة على هذه البرامج الموجهة للطفل، يليها استخدام لهجة تجمع بين الفصحى والعامية. ومما لا شك فيه أنّ هذه العامية تؤثر سلبيًا على هذا الطفل في فترة تكوينه اللغوي الأولى . يقول الدكتور مازن المبارك : الدعوة إلى العامية دعوة جاهل أو شعوي، وهي لاتعني - اجتماعيًا - غير التقاطع، والانزواء، ووقوعه المجتمعات الضيقة . ولاتعني - قومياً وسياسياً - غير تفكيك وحدة الأمة ، وتمزيق شعوبها، والإكثار من كياناتها المتجزئة. ولاتعني - إسلامياً - غير إنشاء جيل بلا قرآن .⁽¹⁾

5- غياب ما يُسمّى بالرقابة اللغوية على وسائل الإعلام .

إذا كانت الدول تنشئ القوانين، وتسنّ التشريعات لحماية عملاتها من التزوير، فمن باب أولى أن تُصان اللغة من التدنيس والتدليس، حتى لا يتعرض العلم والفكر الذي تحمله إلى الإفلاس . ومن ثمّ وجب وضع هيئة رقابية لغوية عليا على كل ما يصدر عن وسائل الإعلام ، وهذه الهيئة منوط بالمراقبة اللغوية لكل ما يصدر عن شتى وسائل الإعلام ، بصورها المختلفة (المسموعة - المقروءة - المرئية) . ويُسمح لهذه الهيئة باتخاذ إجراءات قانونية صارمة وراعدة لمن يتعدى على اللغة ، ويخالف هذه القواعد التي وُضعت من قبل هذه الهيئة . يقول الدكتور مازن المبارك : ليست حماية الأمة بحماية أرضها فقط ، ولكنها - قبل ذلك - بحماية لغتها من الضعف، والاضمحلال، والضياع .⁽²⁾ ومن ثمّ ينبغي مراقبة كلّ ما يُطرح في هذه الوسائل، وعدم السماح بعرضه أو نشره إلا إذا كان ملتزماً بقواعد اللغة العربية ، والقيم الأخلاقية والدينية .

6- استخدام القنوات الفضائية للهجات المحلية في تقديم برامجها .

حيث يندر أو يقل استخدام اللغة العربية الفصحى في هذه القنوات الفضائية، والتي تبنت خطاباً إعلامياً مشبعاً باللهجات المحلية . وكان من الممكن أن تكون هذه الفضائيات أفضل الأوعية التي تُعيد الحياة للعربية الفصحى على ألسنة المشاهدين العرب ، بيد أنّ هذه القنوات تخلت عن ذلك . يقول الدكتور سامي الشريف : فمع انتشار الفضائيات العربية أصبحت اللهجات العربية أكثر شيوعاً في إطار الرغبة في تأكيد وجود الثقافات الفرعية داخل الثقافة العربية، الأمر الذي يقوّض أحد أسس الوجود العربي ذاته

(1) انظر: اللغة العربية في وسائل الإعلام ، ص: 12

(2) انظر: المرجع السابق ، ص: 12

، ويُدعّم تناحر الثقافات العربية الفرعية .⁽¹⁾ يقول الدكتور علي لغزيوي : إن هذه الوسائل الإعلامية قد ساعدت بشكل أو آخر على بزوغ اللهجات المتعددة مرة أخرى ، مما أسهم في ضعف اللغة العربية الأم .⁽²⁾

7- غياب الديمقراطية عن عالمنا العربي . يرى الدكتور فهمي هويدي أنّ غياب الديمقراطية في عالمنا العربي له دور كبير في تدهور أوضاعنا الثقافية ، بما في ذلك هزيمة الفصحى ، وعلو شأن العامية في عموم مجتمعاتنا ، وفي وسائل الإعلام بوجه خاص . وأنّ تلك الأزمة تمثلت في إحكام الرقابة على العقل العام ، وفي تغييب فرصة مشاركة الشعوب في تقرير مصائرنا ، واتساع الفجوة بين السلطة والمجتمع . وتجلى ذلك التغييب في احتكار السلطة لصالح فئات معينة ، وأيضاً في تكرار حالات تولى العسكر للسلطة . وفي حالة العسكر فإننا لاحظنا أمرين: الأول أنّ - أغلبيتهم - كانوا من متوسطي الثقافة العامة بطبيعة تكوينهم ، وتبنوا بصفة دائمة خطاباً عامياً . الأمر الثاني أنّهم تحيّروا بطانتهم من بين ما عرفوا بأهل الثقة ، الذين كان الولاء السياسي هو العنصر الأساسي في اختيارهم ، وهو ما أدى إلى تراجع الكفاءة السياسية والقيمة الثقافية . ولأنّ الإعلام كان السلاح الثاني الأهم - بعد الجيش وأجهزة الأمن - الذي أُستخدِم في تمكين هؤلاء الحكّام ، فإنهم نصّبوا على رأسه نفراً من أتباعهم ، الذين كانوا بدورهم من أهل الثقة ، وبعضهم كانوا من العسكر ، وكان نتيجة ذلك أن تدهور مستوى الأداء الثقافي لتلك الأجهزة، الأمر الذي ترتب عليه كوارث ثقافية كثيرة ، كانت هزيمة العربية الفصحى إحداها .⁽³⁾

8- ضعف التأهيل اللغوي للإعلاميين الذين يعملون في وسائل الإعلام المختلفة . حيث لا توجد معايير لغوية يمكن عن طريقها اختيار هؤلاء العاملين بهذه القطاعات الإعلامية . مما يترتب عليه ضعف المستوى اللغوي لدى العاملين بهذه القطاعات . يقول الدكتور إبراهيم أنيس: إذا نشأنا المذيعين والممثلين تنشئة خاصة ، راعينا فيها العناية بنطقهم ، وجعلنا منهم أداة نافعاً لنشر ذلك النطق النموذجي بين الناس، يسمعونهم فيحاولون تقليدهم، استطعنا بهذا أن نقطع شوطاً بعيداً فيما نهدف إليه من تقريب بين أبناء الدول الشقيقة . ولا مناص من جعل أداة القول - في كل هذا - تلك اللغة الفصيحة التي نقرأها في تراثنا الأدبي القديم ، وفي صحفنا ومجلاتنا الحديثة ، ففيها قدر مشترك كبير

(1) انظر: الفضائيات العربية ، رؤية نقدية ، دكتور سامي الشريف ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2004م ، ص:305

(2) انظر: مقال بعنوان " دور الإعلام والفنون في النهوض بالفصحى ومواجهة التغريب والعامية " موقع صيد الفوائد

(3) انظر: واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام " للدكتور فهمي هويدي، مرجع سابق ، ص: 5

بين جميع البلاد العربية .⁽¹⁾ بل إن معظم المذيعين الإعلاميين هم من خريجي مدارس اللغات والجامعات الأجنبية ، والذين هم بطبيعة الحال ضعاف في المادة اللغوية العربية .ومن ثم يلجئون إلى تراكيب لغوية مهجنة ، وأصوات حركية متنافرة ، والميل إلى استخدام تعبيرات لغوية أجنبية للتعبير عن الفكرة التي يعبرون عنها ، فهناك في مصر مثلاً أكثر من 250 مدرسة أجنبية .

9- تراجع دور بعض القنوات الفضائية الدينية عن دورها في الدعوة إلى الفصحى البسيطة ، البعيدة عن الوحشية والغرابة . حيث تبنت بعض هذه القنوات خطاباً إعلامياً وُسم بأنه محافظ على العربية الفصحى السهلة ، التي يفهمها كل شرائح المجتمع ، إلا أنّ هذا الأمر لم يطل كثيراً ، فما لبثت هذه القنوات أن تراجعت عن هذا الدور ، وبدأنا نسمع فيها خطاباً إعلامياً يميل إلى اللغة العامية . ومنها على سبيل المثال : قناة اقرأ ، وقناة الحكمة ، وقناة المجد ، وقناة الناس..... وغيرها .

10- سيطرة اللغات الأجنبية على معظم وسائل الاتصال الحديثة ، والتي منها المحمول وشبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ، ومواقع الشات سيطرة تامة ، مما انعكس مردوده على اللغة العربية بالسلب . فعلى سبيل المثال نجد أن الكثير من مفردات التواصل بين الشباب العربي عبر هذه الوسائل قد وسمت بأن لغة كلماتها متآكلة ، وحروفها ناقصة ، وتراكيبها مبهمة تجمع بين العامية والفصحى . وبين العربية والإنجليزية ، من ذلك قولهم " يفرط الجهاز بمعنى يعيد ترتيبه ، وهي مأخوذة من الكلمة الإنجليزية " Format "

المحور الثاني : وسائل الارتقاء بلغة الخطاب الإعلامي المعاصر :

1- أن يلتزم الخطاب الإعلامي باللغة العربية الفصحى⁽²⁾ السهلة ، البعيدة عن التقعر والوحشية ، وأعني بالخطاب الإعلامي -هنا- كلّ ما يُقدّم في الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون ، مع مراعاة المستوى الثقافي والفكري للمتلقي . ومن ثمّ ينبغي أن تتميز هذه اللغة الإعلامية المداعة (مسموعة - مقروءة - مرئية) بما يلي :⁽³⁾

-
- (1) انظر: في اللهجات العربية ، دكتور إبراهيم أنيس ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ط3 ، 2003م ، ص:29
- (2) اللغة العربية التي ندعو إلى استخدامها - ليست العربية التراثية الغربية المهجورة التي تميل إلى استخدام قوالب لغوية صعبة الفهم- إنما هي العربية الفصحى السهلة البسيطة ، التي تعبر عن المادة الإعلامية تعبيراً مباشراً ، ملتزمة -في نفس الوقت - بقواعد اللغة العربية ، ومتعددة عن اللغة العامية المتبدلة .
- (3) انظر : اللغة الإعلامية ، دكتور عبد العزيز شرف ، ط1 ، دار الجيل ، بيروت ، 1991 م ، ص:245-250

- أ- سمة القصر في الجمل والعبارات ، فلا ينبغي للمذيع أن يعتمد إلى الجمل الطويلة، أو المشاركة ، وعليه أن يتجنب استعمال الجمل الاعتراضية ، وبذلك يسهل على المستمع التقاط الكلمة المذاعة و فهم معناها الإجمالي بلا صعوبة أو عناء .
- ب- تجنب استعمال اللغة المجازية في اللغة الإعلامية إلا لمقتضيات فنية محددة .
- ت- تجنب العبارات المستهلكة ، والألفاظ المبتذلة ، واللوازم اللفظية .
- ث- إعطاء الكلمات حقها الصوقي تبعاً لدلائها المعنوية ، مع الحرص على الوقفات المطلوبة ؛ منعا للبس ، وإفساد المعنى .
- ج- تجنب المشترك اللفظي ، وكذلك ألفاظ الأضداد ؛ لأن ذلك يُوقع السامع والرائي في اللبس .
- ح- تجنب الحشو اللفظي ؛ لأنه من عناصر التشويش في استقبال الرسائل الإذاعية أو التلفازية.
- خ- سمة الإيناس ، عن طريق استعمال العبارات الواضحة الألفاظ ، المألوفة بالنسبة للمستمعين أو المشاهدين ، وتجنب الألفاظ المبهمة أو الغامضة .
- د- إدراك العلاقات الدلالية للألفاظ وفهمها ، مما يساعد المذيع أو المحرر على توظيف اللفظ توظيفاً دقيقاً للدلالة على معنى محدد . لأن القارئ أو المشاهد يبحث عن المعنى .
- ذ- الابتعاد في لغة الخطاب الإعلامي عن الإطناب المفرط ، وصيغ الفعل المعقدة ، والجمل الطويلة ، والنثر المنمق الحافل بالمحسنات البيانية .
- ر- استخدام صيغ الفعل البسيط في جمل بسيطة ؛ لأن هذه الجمل البسيطة أسهل فهمًا من الجمل المعقدة ، فمثلاً الجملة المؤلفة من (فعل + فاعل + مفعول) مثل ، اشترى محمدُ سيارةً . أسهل في الفهم من الجملة المكونة من (فعل مبني للمجهول + نائب فاعل + جار ومجرور) مثل ، أشتريت السيارةً من قبيل محمد .
- ز- يُفضّل استعمال صيغ الفعل المبني للمعلوم على استعمال الفعل المبني للمجهول ، ولا يلجأ للفعل المبني للمجهول إلا عند الضرورة القصوى .
- ولكن ربما اعترض على ذلك بعض الباحثين بقوله ، إنّ التزام العربية الفصحى لن يُمكن فئات الأطفال ، والفلاحين ، والعمال من فهم المراد منها . بيد أنّ هذا الرأي قد فنّده الدكتور جابر قميحة بقوله : إنّ هذا الاعتراض في غير محله للأسباب التالية⁽¹⁾ :

(1) نقلاً عن اللغة العربية في وسائل الإعلام ، مرجع سابق ، ص : 94-95.

1- ثبت -واقعيًا - أنّ الأطفال بعد السادسة أقدّر من الكبار على حفظ القرآن الكريم ، مع فهم كثير من آياته، فتصويرهم بالعجز عن فهم العربية الفصحى تصويرٌ غير دقيق . كما أنّ التلفاز عرض كثيرًا من المسلسلات التمثيلية ، وأفلام الصور المتحركة بالعربية الفصحى ، ولم يجد الأطفال صعوبة في فهم هذه الأفلام أو المسلسلات ، وكانوا متعلقين بها إلى حدّ كبير .

2- الفصحى - بمفهومها الذي قدّمناه- تبقى بالنسبة للمتلقّي - أيًا كان حظه من المعرفة - أسهل بكثير من العامية ، أو العاميات في نطاق الوطن الواحد ، كمصر مثلاً .

3- اللغة العربية التي ندعو إلى استخدامها ليست العربية التراثية ، إنما هي العربية السهلة المبسطة البعيدة عن العامية .

وفي الصدد نفسه يقول الدكتور عبد العزيز شرف : وفي تقديرنا أنّ الفصحى في التلفزيون يمكن أن تلقى نجاحًا من جانب المشاهد العربي في الاستقبال ، ذلك أنّ لغة التلفزيون هي لغة المشاركة في أحداث ومشكلات ، من صنع الواقع أحيانًا ، ومن صنع الخيال أحيانًا أخرى، ولقد أصبحت فرص المشاركة الاختيارية اليوم أعظم بكثير ؛ بسبب التقدم التكنولوجي في قرننا هذا .⁽¹⁾

2- **تنشيط جهود مجامع اللغة العربية** ؛ لكي تضع بين أيدي المعنيين البدائل العربية للمصطلحات الأعجمية التي تشيع بينهم؛ لأنه ما لم يتوافر البديل فإنّ استخدام اللغات الأخرى يُصبح خيارًا وحيدًا. كما أنّ هذه المجامع اللغوية منوطٌ بها عدة أمور:

أ- تيسير اللغة متنًا وقواعد، وكتابةً ، بما يتلاءم مع حاجات العصر ، وخدمة اللغة الإعلامية في وقتنا الحاضر .

ب- السعي لعمل معجم شامل يعرض تطور اللغة في عصورها المختلفة .

ج- العمل على تعريب العلوم .

د- عدم السماح لأي مصطلح عربيّ أو معرّب بالنشر إلا بعد إقرار مجمعي على مستوى

المجامع العربية .

هـ- دراسة الألفاظ العاميّة ، ومحاولة معرفة الأصول التي انحدرت منها هذه الألفاظ ، وعلاقتها

بالألفاظ الفصحى .

(1) انظر : المدخل إلى وسائل الإعلام ، دكتور عبد العزيز شرف ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2000م ، ص :

و- دراسة الألفاظ المتولدة الجديدة ، والتي تجمع بين الفصحى والعامية ، ومدى إقرار هذه الألفاظ المتولدة .

3- توفر إرادة سياسية تدرك أهمية اللغة العربية . يقول الدكتور فهمي هويدي : إنَّ الجهد الإعلامي يمكن أن يحقق هدفه على نحو أفضل ، وفي وقت أقصر لو توافرت إرادة سياسية تدرك أهمية اللغة العربية، وتعلن انخيازها لها فيما تمارسه من أفعال ، وما تتبناه من خطاب . نعم إنَّ ثمة دولاً دافعت عن لغاتها بما أصدرته من قوانين، كما حدث في فرنسا مثلاً ، وهذه خطوة مهمة لا ريب ، يُكملها أن تبادر سلطة الإدارة باحترام اللغة الوطنية ، وإظهار التمسك بها .⁽¹⁾

4- ألا يقتصر استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام في القضايا النحوية والأسلوبية فقط ، بل ينبغي أن تتطرق إلى الشعر والنثر والأدب . وكلها معارف ثقافية يمكن أن تعين المقدم التلفزيوني في تقديم البرامج ، فضلاً عن أهميتها في القصص الإخبارية .

5- الارتقاء بالمستوى اللغوي للإعلامي (مذيع - صحفي - كاتب - ممثل) وذلك من خلال عدة أمور :

أ- عمل اختبارات تحريرية ، وشفوية ، وإنشائية⁽²⁾ في اللغة العربية للمتقدمين لشغل الوظائف الإعلامية .

ب- عمل دورات تدريبية في اللغة العربية وفروعها للإعلاميين -الذين يعملون بالفعل - في هذه المؤسسات الإعلامية ؛ للارتقاء بالمستوى اللغوي لديهم .

ج- يجب ألا تكون الترقّيات المادية والأدبية بالأقدمية المطلقة - كما هو واقع الآن- بل يجب ألا يرقّي الإعلامي إلا بعد اجتياز امتحان في اللغة أرفع مستوى من الامتحان الذي تقدم إليه من قبل .

د- أن تُعطى حوافز مادية لكل من يلتزم العربية الفصحى في الإعلام ، تكرّماً له ، وتشجيعاً للآخرين ، حتى ينتهجوا النهج نفسه .

6- وضع معجم إعلامي لغوي إرشادي ميسر ، يشتمل على كُـلِّ ما يحتاج

إليه الإعلامي من المسائل اللغوية . على أن يقوم على وضعه نخبة من كبار

اللغويين ، والإعلاميين ، على أن يحتوي هذا المعجم على :

(1) انظر : واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام ، مرجع سابق ، ص: 6

(2) الاختبار التحريري من خلال الضبط النحوي الكامل لبنى الكلمات في بعض العبارات، أمّا الاختبار الإنشائي فيشمل: كتابة مقال أو خاطرة عن أحد الموضوعات ، أو عمل حوار متخيل بين شخصين . أمّا الاختبار الشفوي = فيشمل: معرفة طريقة نطق الكلمات ، ومخارج الحروف ، وأيضاً معرفة مدى الحفظ لديه ، لأنه ينبغي أن يكون المتقدم حافظاً لثلاثة أجزاء من القرآن على الأقل ، وألا يقل المحفوظ من الشعر عن مائتي بيت ، ومن النثر عن مائة سطر .

- أ- الأعلام العربية والأعجمية ، للأشخاص ، وللمدن . وكذلك المصطلحات العلمية ، وخصوصا التي يكثر ورودها على ألسنة الإعلاميين . ويجب أن تكون هذه الاعلام مضبوطة بالشكل، أما الأعلام الأجنبية فتكتب بالحروف العربية واللاتينية .
- ب- الألفاظ والعبارات التي يحتاج إليها الإعلامي أكثر من غيرها، ويستحسن وضع المفردات في جمل فصيحة تُبيّن معناها .
- ت- الأخطاء اللغوية الشائعة في الإعلام ، مع بيان علة الخطأ في إيجاز شديد .
- ث- مخارج الأصوات ، وكيفية نطق كل صوت .⁽¹⁾

7- توجيه الإعلانات توجيهًا جديدًا يلتزم باللغة الفصحى ، ويسعى إلى نبذ اللغة العامية ، والابتعاد عن المصطلحات الأجنبية ، وتقليص اللهجات المحلية . كما يُراعى في هذه الإعلانات أن تلتزم بالجانب الأخلاقي والديني في كل ما يُعرض .

8- زيادة عدد البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تهتم بنشر اللغة العربية ، وتعليمها للكبار وللصغار معًا . حيث تقلصت هذه البرامج في الفترة الأخيرة ، بل إنها اختفت تماما عن الساحة الإعلامية . وإعادة مرة أخرى سيسهم بشكل مباشر في رفع مستوى لغة الخطاب الإعلامي .

9- بث قناة تلفزيونية تحت مسمى " لغة الضاد " تكون مختصة باللغة العربية ، على أن تهتم هذه القناة باللغة العربية ، وقضايا اللغة العربية ، ومشكلات تعلم اللغة العربية ، وتعرض أيضا لجماليات اللغة العربية ، وسبل الارتقاء بها في كافة القطاعات الرسمية ، وغير الرسمية .

10- إعادة النظر في المادة اللغوية المدروسة في كليات الإعلام ، ومحاولة تكثيف هذه المادة اللغوية بما يهدف إلى رفع المستوى اللغوي والأسلوبي لدى خريجي هذه الكليات .

11- تفعيل دور القنوات الفضائية الدينية التي تتبنى خطابا إعلاميًا محافظا على اللغة العربية الفصحى ، وفي المقابل تقليص بث القنوات الأجنبية في الدول

(1) انظر: أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية ، بحث للدكتور جابر قميحة نقلاً عن كتاب

" اللغة العربية في وسائل الإعلام " ، مرجع سابق ، ص: 93

العربية، لما في هذه القنوات الأجنبية من خطر على القيم الاخلاقية من جهة، و على لغة القرآن من جهة أخرى .

12- مراجعة المناهج الدراسية لمادة اللغة العربية في كافة المراحل

التعليمية، بما يخدم اللغة والطلاب، ويتلاءم مع متطلبات العصر . بحيث تُصبح اللغة العربية مادة سهلة تُخلو من التعقيد والرتابة . وهذا -مما لاشك فيه - سينعكس على لغة الخطاب الإعلامي .

13- إصدار عددٍ من الصحف والمجلات التي تعتنى باللغة العربية

الفصحى ومشكلاتها. على أن تتبنى هذه الصحف والمجلات هموم اللغة ، والتحديات التي تقابلها .ويجب أن تحتوي هذه الصحف والمجلات على ملاحق أدبية ،ولغوية يُعرض فيها بعض الأشعار ، والقواعد النحوية بشكل مبسط للقراء .

14- العمل بشكل كبير ومنتصل على تكثيف برامج محو الأمية ، وانتشار

التعليم ، لأنّ هذين العاملين سيسهمان بشكل كبير في لغة الأداء الإعلامي بالإيجاب . لأنّ الإعلام هو المرآة العاكسة لمختلف تفاعلات المجتمع وتحولاته الثقافية.

15- الرقابة اللغوية على وسائل الإعلام .

وذلك عن طريق تشكيل هيئة " الرقابة اللغوية " والتي تتكون من لجانٍ متعددة يقوم عليها علماء ومتخصصون ،مشهود لهم بالقدرة اللغوية ، وتكون وظيفة هذه اللجان مايلي:

أ- المراجعة اللغوية للصحف قبيل طبعها، بحيث لا تُطبع الصحيفة

إلا إذا أُجيزت من هيئة الرقابة اللغوية ،ويتم عمل هذه الهيئة إلى كل المواد الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون .

ب- مفاضاة كلِّ من يُخالف القواعد والقوانين التي وُضعت من قِبَل هذه

اللجان الرقابية اللغوية .

16- سنُّ بعض القوانين من قِبَل الدولة تُدين كُلاً من يتعدى على

اللغة العربية بالسخرية والتهمك .وهذا أمرٌ ليس بالغريب إذا ما

علمنا أنّ الفرنسيين يفرضون عقوبات على كل من يقوم بإهانة اللغة الفرنسية ، وذلك عن طريق استعمال كلمات إنجليزية أو أمريكية في الحوار ، أو أسماء المحلات . ومن ثم لا تسمح الدولة الفرنسية بالترخيص لأي محل أو شركة أو مؤسسة لا تحمل اسمًا فرنسيًا . فكيف بلغتنا التي كرمها الله من فوق سبع سموات ، فأنزل بها خير الكتب ، على خير الرسل ، في خير أمة .

17- يجب أن نتعامل مع اللغة العربية على أنها لغة إعلامية بطبيعتها.

يقول الدكتور عبد العزيز شرف: اللغة العربية لغة بطبيعتها لغة إعلامية . ونريد بذلك أنها بُنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث ، حيث تعرض مواد مبسطة ، يسهل على الجماهير استيعابها وفهمها. كما أنها تتماشى مع قيم المجتمع ، وعاداته ، وتقاليده ، فالألفاظ العربية تدل على تفكير العرب ونظرتهم إلى الأشياء..... فاستعمالهم للفظ "العامل" للوالي والحاكم ، يدل على أنهم فهموا الولاية بعد الإسلام على أنها عمل من الأعمال⁽¹⁾

(1) انظر: المدخل إلى وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 233

خاتمة

يجدرُ بنا القول في نهاية البحث بأنَّ اللغة العربية لم تنل حَقها بإنصاف في وسائل الإعلام المختلفة، بل إنَّ هذه الوسائل الإعلامية باتت تسهم بشكل كبير في القضاء على اللغة العربية . وعلى الرغم من ذلك فإنَّ الارتقاء باللغة العربية في هذه الوسائل الإعلامية أمرٌ ليس صعبًا ، بل هو أمرٌ ممكن، إذا ما توافرت لدينا إرادة قوية، إرادة تنبع من ضرورة المحافظة على الهوية الإسلامية والعربية . يقول الدكتور طه حسين: إنَّ المثقفين العرب الذين لم يتقنوا معرفة لغتهم ليسوا ناقصي الثقافة فحسب، بل في رحولتهم نقص كبير ومهين .

التوصيات :

- 1- ضرورة التأكيد على أنَّ الحفاظ على اللغة العربية إنما هو من ثوابت المحافظة على الهوية العربية والإسلامية .
- 2- بث قناة تليفزيونية تكون معنية باللغة العربية ومشكلاتها .
- 3- ضرورة تطوير مناهج اللغة العربية، وخصوصا في كليات الإعلام .
- 4- ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام العربية والإسلامية فيما بينها ؛ لتبادل الخبرات والتجارب .

- 5- إعلان جائزة كبرى للقنوات التي تلتزم باللغة الفصحى في برامجها .
- 6- ضرورة وجود هيئة لغوية رقابية على كافة وسائل الإعلام (المسموعة - المقرؤة - المرئية).
- 7- ضرورة وضع خطة عربية إسلامية لمواجهة التحديات التي تواجه اللغة العربية .

المراجع

- 1- المدخل إلى وسائل الإعلام ، دكتور عبد العزيز شرف ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2000م .
- 2- اللغة الإعلامية ، دكتور عبد العزيز شرف ، ط1 ، دار الجيل ، بيروت ، 1991 م .
- 3- في اللهجات العربية ، دكتور إبراهيم أنيس ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ط3 ، 2003م .
- 4- الفضائيات العربية ، رؤية نقدية ، دكتور سامي الشريف ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2004م .
- 5 - الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام ، تأليف نور الدين بليبل ، كتاب الأمة ، السنة الحادية والعشرون ، ط1 ، وزارة الأوقاف ، الدوحة ، أكتوبر 2001 م .
- 6- أثر وسائل الإعلام المقرؤة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية ، بحث للدكتور جابر قميحة نقلاً عن كتاب " اللغة العربية في وسائل الإعلام "
- 7- واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام " مقال للدكتور فهمي هويدي ، ص:2 ، موقع المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة . (www.isesco.org.ma)

- 8- اللغة العربية ، مشكلاتها وسبل النهوض بها ، دكتور السيد خضر ، ط 1 ، بدون دار نشر ، 2003م .
- 9- الأطفال ومحتوى الإعلانات في التلفزيون ، بحث للدكتور سامي الشريف ، منشورات الدارة ، العدد الرابع .
- 10- اللغة العربية في وسائل الإعلام ، للدكتور فاروق مهني ، والدكتور مبروك عبد الحلیم ، دار المعرفة للطباعة ، القاهرة ، 2009-2010م .
- 11- المؤلفات الصغرى (بالفرنسية) ، لوي ماسينيون ، بيروت ، دار المعارف ، 1963م .
- 12- فلسفة اللغة العربية ، دكتور عثمان أمين ، بدون دار نشر .