اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي

"الفيسبوك أنموذجاً" - Face book

د.عبد الملك ردمان الدناني و أ. محمد محمود المشايخ

المقدمة:

في عصر التّطورات الواسعة والمتسارعة، التي تكاد أن تتجاوز في سرعتها كافة المُحَدّدات، لا بد من العمل المتواصل والمتابعة لوسائل الاتصال الحديثة وتعاملها مع اللغة، تنظيراً وتطبيقاً، بلا كلل ولا ملل؛ حتى يتحقق للغة الإعلامية مَبْدآن؛ هما: الشمول؛ أي استيعاب كافة المعاني المطلوبة للتعبير عنها، والدقة؛ أي إبراز المعنى كما هو، من دون لبس أو غموض.

وما ترتّب على التطور التقني Technology في الاتصال Communication بروز عنصر المعرفة بصفته عنصراً قائماً بذاته، إذ اعتمد هذا التطور على العقل البشري، والتقنيات الدقيقة بمختلف أنواعها، ومنها الحاسوب الآلي Computer، وشبكة المعلومات الدَّوْليّة - الإنترنت Internet، وتَدَفُّق المعلومات وتنظيمها واختزانها واستردادها وتوصيلها بسرعة فائقة[١]. وهذا التطور من أهم التطورات الحديثة؛ لأنه أدى إلى تطور الاتصال ووسائله، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل من خلال شبكة الإنترنت، والألياف الضوئية Fiber Optics Cables، حيث فتحت أمام البشر مجالات واسعةً ومتعددةً للاتصال الإنسانيّ والمعرفة بمختلف فروعها والفكر بكافة آفاقه[٢].

ومن يتابع ويدقق ما تبثُّهُ مواقع التواصل الاجتماعي وتقنيات المعلومات Information Technology، الحديثة والمتطوّرة، يمكن أن يجدَ الضعفَ والتردي الذي وصلتْ إليه اللغة العربية، من حيث:

١-ركاكة اللغة العربية المستخدمة في التحرير والكتابة.

٢-كثرة الأخطاء اللغوية والإملائية والنحوية.

٣-اختلاط العاميّة بالفصيحة، حتّى ليتعذّر فَهْمُ المراد من قول الإعلاميّ.

٤-انتشار السّجع، ورصف الكلام والألفاظ من دون النظر إلى معانيها.

لذلك سنقدم في هذا البحث رؤيةً علميةً واقعيةً من خلال رصد بعض ملامح وتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعيّ، والدور الذي تقوم به هذه المواقع في هذا الشأن باستخدام كلمات ومفاهيم أجنبية وعاميّة، والترويج لتعميقها في عقول الجماهير المستخدمين لها، لا سيما منهم النشْء والشباب المتابعين والمستخدمين لها، من خلال دراسة تطبيقية على موقع الفيسبوك، وتتكون الدراسة من ثلاثة مباحث، خصص الأول منها للإطار المنهجيّ، وتناول المبحث الثاني العلاقة الجدليّة القائمة بين اللغة العربيّة ومواقع التواصل الاجتماعيّ، وخصص المبحث الثالث للدراسة التحليليّة لموقع الفيسبوك.

المبحث الأول / الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة:

تركزتْ هذه الدراسة على واقع اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، بحكم أن الاتصال في اللغة المعاصرة يُعَد بمثابة الشريان الذي تتدفق منه اللغة العربية بآلاف الكلمات والتعبيرات الضرورية، التي يمكن أن تعجز المجامع اللغوية عن ملاحقتها ومتابعتها، وحين تتنبّهُ المجامعُ لهذه الكلمات المستحدثة تكون قد فرضت نفسها على أبناء العربيّة، فصارت وسائل الاتصال الحديثة هي التي تقود المجامع اللغوية وتتقدم مسيرتها، ما تتخذه المجامع من قرارات من قبيل تخريج وتسويغ ما هو مستخدم فعلاً، لا تقديم ما يمكن استخدامه للمعاني المتجددة. ويعود أهميّة البحث لسببين أساسيين:

ISBN: 978 - 9953 - 0 - 2970 - 2

- السبب الأول: أنّ اللغة العربيّة مرتبطةٌ بهوية الأمة ومعبّرةٌ عنها، وهي مخزن معارفها.
- والسبب الثاني: أنها مرتبطة بالواقع المعيشيّ اليوميّ، حيث إن لغة الاتصال هي زاد المعرفة اليوميّ لكافة فئات المجتمع العربيّ، مثقفين ومتعلمين.

فضلاً عن أن صناعة اللغة وتشكيلها يأتي من مصدرين أساسيّين؛ أولهما التعليم وثانيهما وسائل الاتصال، فدَوْرُ الاتصال في ذلك هو الأبرز والأكثر تأثيراً، لفرقٍ جوهري بين الاثنين؛ هو أن التعليم يخص فئة المتعلمين، وليسوا هم النسبة الغالبة في الوطن العربي، وأما وسائل الاتصال فتخاطب كافة أفراد المجتمع، وتشكل اللغة والتعبير المتجدد لدى الجميع.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تهتم بتشخيص وتوضيح واقع اللغة العربيّة في مواقع التواصل الاجتماعيّ، من خلال دراسة استقصائيّة تحليلية لموقع الفيسبوك؛ لما لهذا الموقع من متابعة واسعة، واستخدام مكثف من جهة الجمهور العربيّ.

ثالثاً: هدف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى الآتي:

- التعرف على وقع اللغة العربيّة في موقع التواصل الاجتماعي، لاسيما موقع الفيسبوك.
- التعرف على الأخطاء اللغوية في الرسالة الاتصاليّة لموقع الفيسبوك.
- الكشف عن التجاوزات التي تُبَرَّزُ في الكتابة المستخدمة في موقع الفيسبوك.

رابعاً: تساؤلات الدراسة: تسعي هذه الدراسة الإجابة على العديد من التساؤلات، يمكن إيجازها بالآتي:

١- ما اللغة العربيّة المستخدمة في موقع التواصل الاجتماعيّ "الفيسبوك"؟
٢- هل توجد سلبيات مصاحبة للكتابة في موقع الفيسبوك؟
٣- ما طبيعة الأخطاء اللغوية المتكررة في التحرير الصحفي لموقع الفيسبوك؟
٤- ما الإمكانيات اللغويّة لمواقع الاتصال التي تُنشر من خلال الفيسبوك؟

ويمكن صياغة فرضيات الدراسة على النحو الآتي:

- توجد علاقة قويّة بين اللغة العربية المستخدمة وما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي.
- يهتم الكُتّاب والإعلاميّين باستخدام اللغة العربية السليمة لنشر كتاباتهم في موقع الفيسبوك.

خامساً: منهج البحث:

تعّد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلة التي تعتمد على استخدام منهجي التحليل والاستقصاء، بعدها تنسب المناهج لتحليل المضمون ووصف المحتوى مما تمّ استقصاؤه وتتبُّعُهُ من موقع الفيسبوك.

المبحث الثاني: اللغة ومواقع التواصل الاجتماعي:

وفي هذا الإطار سوف نقسم المبحث إلى قسمين:

أولاً: نظرة إلى مواقع التواصل الاجتماعي والفيسبوك

أ- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها:

تشير الدراسات العلميّة السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي احتلتْ ترتيباً متقدِّماً في الاعتماد عليها من جهة الجمهور المستخدم، بوصفها مصدراً للحصول على المعلومات المتصلة بالعديد من القضايا المجتمعية العامة، حيث إنها تقدمت على وسائل الاتصال التقليديّة كالصحف والإذاعات والتلفزيون، بما يعكس أهمية مصادر المعلومات التي تروج لها مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا الاجتماعيّة لدى الجمهور المستخدم لها بالنظر لما تتميز به من سرعة انتشارها ومواكبتها للأخبار ومن خلال التحديث المستمر والسريع لما تَنشُرُهُ[٣]، ووفقاً لتقرير اقتصاد المعرفة العربيّ يقدر عدد مستخدمي الإنترنت في الوطن العربيّ نحو ٢٢٦ مليون مستخدم مع حلول عام ٢٠١٨[٤]. ويعكس هذا العدد الكبير للمستخدمين حالة التطور المستمر الحاصل في الاستخدام العالميّ للإنترنت، لاسيما إذا ما تم مقارنة هذا الرقم بعدد المستخدمين العرب في منتصف عقد التسعينيات من القرن العشرين[٥].

وفيما يتصل بطبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، تشير التقارير السنويّة إلى أن مستخدمي موقع "الفيسبوك" بلغوا نحو ١,٤ بليون مستخدم و٤٧٪ من مستخدميها لديهم تواجد على المواقع الاجتماعية[٦]، وفي ظل التنامي المتسارع والمستمر في عدد المستخدمين للمواقع تعددت أهدافها

وتنوعت استخداماتها، أظهر الإصدار السّابع من سلسلة تقرير الإعلام الاجتماعي العربيّ استمرار نمو هذه المواقع يرافقه زيادة ملحوظةً في الأثر على الواقع الثقافي والاجتماعي والعلاقة بين المجتمعات والحكومات في دول الوطن العربيّ، حيث بلغ عدد مستخدمي موقع الفيسبوك في الوطن العربيّ ٢٤٥ مليون مستخدم٧.

وتعّد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الوسائط الاتصالية التي تجمع بين هذه الخصائص، بعد أن انتشرتْ بشكلٍ واسعٍ على الإنترنت، وتضاعف عدد مستخدميها في دول العالم؛ فموقع واحد مثل الفيسبوك Facebook، يستخدمه أكثر من بليون مستخدم حولَ العالم، وفق إحصائيّة حديثة نُشرتْ في عام ٢٠١٦٨.

وتقوم مواقع التواصل الاجتماعيّ، بنشر المعلومات والصور والتعليقات والوسائط المتعددة Multimedia، فضلاً عن اكتشاف وبناءِ علاقات مع المستخدمين والتفاعل معهم من خلال الموقع الواحد في ظل توفر أساليب عمليّة في الاتصال والخدمات اللازمة التي تتيح المشاركة والتفاعل والنشر بسهولة، وبما يسمح بإنشاء مجتمعات افتراضيّة عامة، أو ذات طابعٍ متخصصٍ مهْنِيٍّ أو ثقافيٍّ أو اجتماعيٍّ أو غير ذلك من المجالات، ومن أمثلتها موقع "الفيسبوك"، و"تويتر" و"اليوتيوب" وغير ذلك من المواقع الأخرى٩.

ويرى (عبد الله الرعود ٢٠١٢)، في تعريفه لمواقع التواصل الاجتماعي بأنها، مجموعة حديثة من وسائل الإعلام على شبكة الإنترنت تشترك بالعديد من الخصائص، منها١٠:

- المشاركة: تُشَجّعُ المساهماتِ وردود الفعل والتعليقات من أي مستخدم.
- الانفتاح: خدماتها مفتوحةٌ لردود الفعل والمشاركة، وتبادل المعلومات والتعليقات.
- المحادثة: تعتمد على المحادثة باتجاهين، بعكس وسائل الإعلام التقليديّة.
- التّجمع: تتيح إمكانيّة التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعّال.

وبحسب تقرير وسائل التواصل الاجتماعيّ في الوطن العربيّ الذي نُشر عام ٢٠١٥، "بقمّة روادِ التواصل الاجتماعيّ العرب في دبي"، فإن التواصل هو السبب أو الدافع الرئيس الذي يجعل الناس يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعيّ في المقام الأول (٥٥٪)، يليه الحصول المعلومات ومشاهدة مقاطع الفيديو والاستماع إلى الموسيقى ومشاركة الصور كثاني أهم سببٍ لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (١٢٪)١١؛ لذلك تسعى هذه المواقع إلى تحقيق العديد من الغايات والدوافع، منها١٢:

١. دينيّة أخلاقيّة: Religious and moral:
٢. تجاريّة، إعلانيّة: Commercial:
٣. سياسيّة: Political:
٤. تعليميّة: Educational:
٥. ترفيهيّة: Recreational:
٦. ثقافيّة: Literary/aesthetic:
٧ Social-psychological:

وتتشابه مواقع التواصل الاجتماعي المنتشرة على شبكة الإنترنت في خصائصها وتطبيقاتها، كما ظهرت بعض المواقع العربية، لكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها المواقع الاجتماعية الكبرى، على الرغم من تطوير نظامها والشبكة التي تجمع مستخدمي الموقع، وتقدم لهم العديد من الخدمات، ومن المواقع العربيّة، مواقع مكتوب، إخوان بوك، شبكة مدينة، فايع وإكس، وغير ذلك من المواقع١٣.

وهناك العديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي يتم استخدامها ومتابعتها باللغة العربيّة، تتجاوز تطبيقاتها أكثر من مائة (١٠٠) موقعاً، بعضها تعمل من خلال أجهزة الحاسب الآلي Computers، وبعضها الآخر تعمل من خلال الهواتف الذكيّة Smartphones، ومنها موقع الفيسبوك، موضوع دراستنا الحالية.

وأصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أهم استخدامات الإنترنت، إذ تجاوز أعداد المستخدمين من الجنسيّات العربية عام ٢٠١٨، ١٣٠ مليون مستخدم في الدول العربيّة١٤. وهذه النتيجة تعكسُ التوسع الذي تشهده وسائل الاتصال الحديثة وتقنيات المعلومات في ظل تطور الإنترنت.

ب) موقع الفيسبوك: Face Book:

يعّد موقع الفيسبوك من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي ظهوراً، حيث بدأ استخدامه عام ٢٠٠٤، ويتيح هذا الموقع لمستخدميه الاتصال والتواصل فيما بينهم بفاعلية وسهولة، حيث يقوم المستخدم بإنشاء ملف خاص به Profile، يتضمن اهتماماته المختلفة، من نصوص وصورٍ ومقاطعَ فيديو، ويستطيع تبادلها مع الآخرين برسائل خاصة أو عامة، وتكوين مجموعات من الأصدقاء، ويمكن لأي مستخدم الدخول إلى موقع الفيسبوك

ISBN: 978 - 9953 - 0 - 2970 - 2

والتفاعل مع المستخدمين الذين يعرفهم أو التعرف إلى أشخاص جدد يستطيع التعرف على ما يسمحون له به من معلومات تتصل بهم وبأصدقائهم١٥.

وقد وصل عدد مستخدمي الفيسبوك، حسب موسوعة ويكيبيديا في العالم إلى أكثر من ١,٣٩ مليار مستخدم نَشِط، فيما بلغ عدد مستخدميه في الوطن العربي ٣٢ مليون مستخدم، حسب تقرير لكلية دبي للإدارة الحكوميّة، لذلك يُعَد "الفيسبوك" فضاء للتواصل الاجتماعيّ والتبادل الثقافي والنقاش السياسيّ، بهدف إعادة تشكيل خارطة العلاقات البشرية على شبكة الإنترنت١٦. وتشير الإحصائيات إلى أن ٨٠٪ من مستخدمي الفيسبوك هم من فئة الشباب، فالموقع يوفر خيارات متعددة، يرى فيها الشباب فضاءً افتراضياً لا يعترف بالحواجز، وربما يكون ذلك أهم سبب يدفعهم للإقبال على استخدامه١٧. ويوفر الفيسبوك خدمات عديدة للمشتركين، منها١٨:

١- الصور: Photos: يتيح إمكانية إعداد ملف للصور الخاصة بالمستخدم، ويستعرضها مع أصدقائه.
٢- الفيديو: Video: يوفر إمكانية تحميل الملفات الخاصة بالمستخدم، ومشاركتها على الموقع نفسه.
٣- الحلقات: Groups: ويمكن المستخدم من إعداد مجموعات نقاش في موضوع من الموضوعات.
٤- الأحداث الهامة Events: ويتيح الإعلان عن حدث ما جري حدوثه، وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.
٥- الإعلان: Market place: ويمكّن المستخدم من الإعلان عن أي منتج يريد أن يروج له، أو البحث عنه.
٦- الإشعارات: Notifications: تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بالتحديثات.

ثانياً: واقع اللغة العربيّة في مواقع التواصل الاجتماعي والفيسبوك

أ- إشكاليات اللغة المستخدمة في الاتصال:

تتمايز مستويات اللغة المستخدمة في الاتصال، بحسب الشكل الذي تأخذه من بين أشكال المادة الإعلامية، وتتكون لغة الاتصال من جزأين متكاملين هما: التحرير، والتصحيح؛ ففي مرحلة الإنتاج يتولى الكاتب صياغة النص الإعلامي وفق أحد العنصرين السالفين، وأهمّ ما يخضع للتأثير في تشكيل اللغة:

- عامل الزمن؛ فالكاتب في سباق مع الوقت، لا يُسمحُ له بإمعان التفكير والتأمل، لاستحضار أفضل العبارات وأبلغها، وإن كان قادراً على ذلك لوَجَدَ من الوقت ما يكفي.
- المساحة الخبريّة: يلتزم الكاتب بعدد محدد من الكلمات، تفرض عليه أن يختصر النص؛ لكي لا يزيد على المساحة المخصصة له في وسيلة الاتصال للنشر، وربما يحدث العكس، فيطلب منه إدخال كلمات زائدة ومرنة، ليستوعب مساحةً أكبرَ أو ليأخذَ وقتاً أطول.
- الثقافة اللغويّة للكاتب؛ فالكاتب يستمدُّ كلماته من مخزونه اللغويّ، فتأتي لغته مرآةً لفكره اللغويّ، وهنا يتفاوت الكُتّابُ في قدرتهم على إيصال المعنى بوضوح ودقة، فالمتمكن من القدرة اللغوية العارف بالفروق بين معاني الألفاظ، هو القادر على إيصال المعلومة من دون لبس أو غموض.

أما في حالة وجود المشرفين اللغويين، فهم يتولّونَ تشذيبَ النصِ وتهذيبَهُ، وفقاً لقواعد اللغة العربيّة وأساليبها، للمحافظة على سلامتها ونقائها ووضوحها.

ولابد من القول إن الكاتب عند صياغته للخبر، تعترضه إشكالات، تتحمل جزءاً من المسؤولية. وإن كان هو المسؤول الأول .ومن تلك الإشكالات:

- مستوى الجمهور: هل على الكاتب أن ينزل إلى مستوًى أكثر الناس بساطةً، فيُبَسّطُ لهم اللغةَ والتعبيرَ، لدرجة السطحيّة، أم عليه أن يرتفع بمستوى المتلقي، بلغة راقية وسليمة؟ إنها مشكلة الجماهيريّة، التي طُرحت منذ القِدَم للمبدعين؛ من شعراءَ وغيرهم، وبناءً على قناعة الكاتب تجده يتصرف في مواجهتها، وإن كان معظمهم يميلون إلى التّبْسيط.
- الانهزام النفسيّ أمام اللّغة الأجنبيّة؛ يظهر ذلك عند بعض الكُتّابِ الذين تجدهم يفضلون استخدام مصطلحات ومفاهيمَ أجنبية، لا لسبب سوى من باب أنّه يستعرض بها ويفتخر بأنه يفهمها، على الرغم من وجود بديل لها في اللغة العربيّة، فمثلاً عبارة "الإيتيكيت" عبارة فرنسيّة غريبة على اللسان العربيّ، وهي لا تزيد على معنى "الذوق" التي تتقطّرُ رقةً وسلاسةً. و"جاليري" في اللغة الإنجليزيّة التي تعني "معرض" ينطبق عليها الأمر كذلك.

- ضعف التكوين اللغويّ، وذلك مرتبط بالنظرة الدونيّة إلى اللغة العربيّة والنظرة الفَوقيّة للغات الأجنبيّة، فالقضيّةُ إذن ثقافيّةٌ واجتماعيةٌ، وهذه إشكاليّة قائمةٌ يحتاج تناولها إلى مساحة واسعة من الطرح والتّحليل، ويمكن أن يتم تناولها من جهة زملائنا المشاركين بالمؤتمر في أوراقهم البحثيّة فهو مجالٌ حيويٌّ مهمٌّ.

ب- تأثير وسائل الاتصال على اللغة العربية:

كان لظهور وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة، في بدايتها الأولى مُثيراً لإعجاب الناس جميعاً، ولفئة المثقفين، لاسيما أهل اللّغة، وقد احتلّت وسائل الاتصال مكان الوالدين والمدرّسين في نقل العلم والمعرفة إلى الأفراد، فأصبح التعليم يتمّ خارج القاعة الصفيّة، وأصبحت الكميّة الفائقة من المعلومات التي تنقلها وسائل الاتصال تفوق كميّةَ المعلومات التي يحصل عليها الطالب في قاعة الدرس، وشكّلَ هذا تحدياً لاحتكار الكُتّاب بوصفه مساعداً أساسيّا في العمليّة التعليميّة، وأحدث شرخًا في جدار الفصل الدراسيّ وأدّى إلى الإرباك١٩.

واللغة العربيّة بوصفها أهم مقومات الهُويّة الثقافيّة للأمة العربيّة هي أوّل ما تستهدفه وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات الحديثة والمتطورة؛ لأنها الوعاء اللغويّ الحضاريّ الذي تجسد فيه وجود الأمة الروحيّ والفكريّ والفلسفيّ والأدبيّ٢٠. وتتعرض اللّغة العربيّة إلى تشويه متعمّد من جهة وسائل الاتصال، وتساهم مواقع التواصل الاجتماعي العربية في جزء كبير من هذا التشويه، ناهيك عن خطورة الغزو الثقافيّ الغربيّ.

وقد يقولُ قائلٌ إننا بحاجة إلى اللهجة×، لأنها فاكهةٌ على مائدة اللغة، لكنّ الفاكهةَ لا تقوم مقامَ وجبة الغذاء، إذ لا بد من الاهتمام باللغة العربيّة والحفاظ عليها، والسّعي إلى تعزيز استخدام اللغة العربيّة السليمة بقدر الإمكان في وسائل الاتصال، لاسيما ما يتصل بالكتابة عن الأنشطة الاجتماعيّة والثقافيّة والدينيّة في مواقع التواصل الاجتماعيّ، وقد لا يكون الخوف من استخدام اللغة العاميّة؛ لشعبيّتها فحسب، إذ إنّ في العاميّة ما قد يكونُ أصلاً في اللغة العربيّة الفصيحة؛ كتخفيف الهمزة في الكلمات، فهذا متعارفٌ عليه في دول الخليج عموماً؛ فقول (نستانس) بدلاً من (نستأنس)، فقريش - وهي أفصح العرب - كانت تميل لتخفيف الهمزة لثقلها فكانت تقول (فاس ، راس)٢١، ولكنّ الخوف الأكبر هو استخدام العاميّات التي نُقلتْ من اللغات الغربيّة وطُبّقتْ عليها قواعد العربيّة عُنوةً، وهذا معروف في لهجة أغلب عاميّات الدول العربيّة، ومن هذه العاميّات نأخذ نموذجاً من لهجة أهل الإمارات في كلمة (كاب) بمعنى (قبعة)، فهي أصلٌ منقولٌ من اللغة الإنجليزيّة (Cap)، وكذلك كلمة (لِيْت) بمعنى (مصباح الضوء) وهي كذلك منقولةٌ من اللغة الإنجليزيّة (Light).

لذلك أشارت توصيات عديدة للوزراء المسؤولين عن الشؤون الثقافيّة في الوطن العربيّ خلال اجتماعاتهم المنعقدة بين الحين والآخر إلى دعوة الجهات المختصة في الأقطار العربيّة إلى تشجيع استخدام اللّغة العربيّة السليمة المبسّطة في وسائل الاتصال، لاسيما في تقديم الأخبار والمعلومات، والقضايا الاجتماعيّة، والثقافيّة، وذلك لتيسير تبادل البرامج وضمان تبادلها والإفادة منها عربيّاً٢٢.

أما في ظل انفتاح مواقع التواصل الاجتماعيّ على بني البشر بلغات أهل الأرض، يمكن أن تنشأ للناس لغةٌ جديدةٌ، فيها مفرداتٌ عربيّةٌ وإنجليزيّةٌ وفرنسيّةٌ، من قبيل الترويج لمظاهرَ عولمة الرسالة الإعلاميّة! التي تحدث من خلال تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعيّ، وكتابة بعض الكلمات الأجنبيّة في النّصّ العربيّ في المواقع، مثل كلمة Hilo و OK الإنجليزية وBravo الفرنسيّة وE-mail البريد الإلكتروني، والرسالة Message، وFace book موقع التواصل الاجتماعيّ، وغيرها من الكلمات٢٣.

ويمكن أن يكون مدعاةً للاهتمام الإشارة إلى العناية باللغة في الشعوب الغربيّة؛ فنجد أنّ الأكاديميّة الفرنسيّة في باريس تصدر باستمرار نشرات تحذّر من استخدام الكلمات المستوردة، وفي مونتريال، فإنّ من يسمّونهم شرطة اللغة التّابعين لحكومة كيبك يجولون الشوارع، ويغيّرون أسماء الشوارع والمحلّات من الإنجليزيّة إلى الفرنسيّة، وأنفقوا ما يقارب من ٦٠٠,٠٠٠ دولار على تغيير إشارة STOP أي قِف بالإنجليزية إلى ARRET أي قِفْ بالفرنسيّة٢٤.

وهذا ما يؤكد الدور الذي تلعبُهُ اللغة الإعلاميّة في تحديد صور الأمم والثقافات في أذهان شعوب دول العالم الأخرى، لاسيّما في عصر تتسارع فيه وسائل الاتصال لنقل المعلومة، حتّى لكأنّ المعلومةَ غدتْ البديلَ المشروعَ للواقع٢٥. وأثبتت النّزاعات والحروب الحديثة أنّ المهارة في

ISBN: 978 - 9953 - 0 - 2970 - 2

استخدام اللغة الإعلاميّة والدعائيّة كانت سلاحاً خطيراً، ووسيلة فتّاكة، وأداةً فاعلةً من أدوات الدّعاية السياسيّة٢٦.

إنّ الاستعمال الخاطئ للغة، سواءٌ أكان في وسائل الإعلام أم في التعامل اليوميّ بين البشر، يعطّل فكر أهلها، ويعيق قدرات الناس الذّهنيّة، ويفسد لسانَهم، وعندما تمرّ المجتمعاتُ بمراحلَ سيّئة في تاريخها، ينعكس ذلك على لغة الإعلام؛ لأنّ الواقع بشذوذه وتشابُكه وتعقيده عندما ينعكس في الاتصال، لا بدّ أن تبدو صورة الشّذوذ والتشابُك والتعقيد في اللغة المستخدمة٢٧.

وتساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تهميش اللغة العربيّة، من خلال تقديم معظم الكتابات على موقع الفيسبوك، وغيرها من المواقع باللهجات المحليّة الصرفة، والخطير في الأمر هنا أن معظم مستخدمي هذه المواقع هم من الشباب والمراهقين فيتأثرون بهذه الكتابات٢٨، حتّى أنهم أصبحوا يكتبون اللغةَ العربيّة بالحروف الإنجليزيّة.

إن غرسَ اللغة السّليمة في نفوس الناشئة منذُ الطفولة يُعد عاملاً مهماً في المحافظة على لغتنا العربيّة قويّةً متماسكةً منيعةً في الاحتواء، وعصية على الانكسار والتّراجُع أمام محاولات السيطرة والتذويب اللغويّ والثقافيّ والتاريخيّ، وفرضُ الهيمنة باسم العولمة يُلغي الشخصيّةَ الوطنيّةَ والذاتَ القوميّةَ ومقومات السيادة والاستقلال٢٩، لذا يجب تكريس برامج الأطفال (أفلام كرتون) لخدمة اللغة العربيّة، من خلال الزّجّ بأكبر قدر ممكن من مفردات اللغة العربيّة، وسَبَقَ أن سجّلَ برنامج "افتح يا سمسم" السّبْقَ في هذا المجال المهم.

ولابد من استثمار إمكانيّة التّطور التقنيّ في وسائل الاتصال، ومنها مواقع التواصل الاجتماعيّ للحفاظ على اللغة العربيّة، لاسيما بين أبناء المغتربين العرب والأجيال الناشئة، حتى لا تساهم هذه المواقع في انهيار ركائز لغة القرآن الكريم، وتُقوّضُ قواعد اللغة القوميّة للأمة العربية المستمدة من تاريخ وتراث العرب والمسلمين، وضياع قواعدها، وهذا يتطلب تنفيذ التوصيات الرسميّة التي تصدر عن مؤتمرات واجتماعات المسؤولين عن الإعلام العربيّ في هذا الخصوص، الذي يحفظ للغة العربيّة كيانها وديمومتها٣٠.

وللغة العربيّة في وسائل الاتصال ثلاثة مظاهرَ بارزة؛ هي:

- شيوع الأخطاء النّحويّة في العربيةً الفصيحة المستخدمة، ولا أرى ضرورة لعرض نماذجَ منها هنا، لأن لدينا معجمات عديدةً قد تناولتها بالإحصاء والتصنيف.
- شيوع الكتابة العاميّة في المقالات والإعلانات، وهذا يلفتُ الانتباهَ مع شديد الأسف.
- كثرة استخدام المفردات الأعجميّة في ثنايا الخطاب الموجّه إلى المتلقي العربيّ، بل إن هناك مجلّات عربيّةً وبرامجَ إذاعيّةً وتلفزيونيّةً، تحمل أسماءً وعناوينَ أعجميةً مكتوبةً بالأحرف العربيّة؛ فنسمع عن برنامج باسم (زوم) وآخر عنوانه (فلاش شو) وثالث بعنوان (ويك إند)، وغير ذلك من التسميات.

إنّ وسائل الاتصال الحديثة والمتطوّرة تُعادلُ المدرسةَ بالنسبة لجماهيرٍ لا حصْرَ لها من المواطنين الذين حُرموا من فرصة التعليم، وإنْ لم يستطيعوا أن يحصُلوا منها إلاّ على العناصر التي يتّسم مغزاها بأقلّ قدر من الثّراء، ومضمونها بأكبر قدر من البساطة٣١، ولديها القدرة على تمكين اللغة العربيّة من الألسنة، وتيسيرها في الخطاب اليوميّ، وتُعدّ أفضل الوسائل التعليميّة في الارتقاء بمستوى لغة التخاطب، وذلك إن التزمتْ في خطابها اللغةَ العربيّةَ الميسّرةَ، وإن قدّمَتْها بأسلوب سليم سهل وسلس يناسب مستويات المجتمع٣٢.

ومن الضرورة بمكان أن يتنبّه الكُتّابُ في مواقع التواصل الاجتماعي إلى أنّهم يخلقون الذوق اللغويّ، ويفرضون الصوابَ الذي يبدو في أوّل أمره ثقيلاً، لكنّه مع الوقت يصبح مقبولاً وشائعاً٣٣.

وإذا كان الاتصال بالمستوى المطلوب لُغةً وأداءً، يصبح مدرسةً لتعليم اللغة، ومع استمرار السماع له ينضج الأسلوب في الذهن، فتتولّد المقدرة على المحاكاة، فيبدأ الإنسانُ في استخدام اللّغة السليمة في حاجاته وأغراضه وأفكاره، فوسائلُ الاتصال قادرةٌ على تنمية الملكة اللغويّة عند المتلقّي، مما ينعكسُ على مستوى الرسالة الإعلاميّة والارتقاء بها، والتّحوّل من لغة الأميّة والجهل أقصد (العاميّة المتأثرة بغيرها) إلى لغة الفصاحة والعلم والحضارة، والارتقاء بالأداء، وبناء القاعدة اللغويّة والثقافيّة المشتركة، وبذلك يشكل الاتصال موقعًا مساندًا للعمليّة التعليميّة والتربويّة، ولا يتحول إلى وسيلة استلاب ثقافي متقدّمة داخل الأمّة٣٤.

وعلى الرغم من التطور الحاصل في

وسائل الاتصال إلاّ أنها لا تزال قادرة على المنافسة إذا أُحسن استخدامُها وتوجيهها في تكوين المعالم المعنويّة الحقّة للشخصيّة العربيّة؛ لأنّها تسهم في تكوين ذوقهم الثقافيّ والجماليّ وقيمهم وأفكارهم ومواقفهم، وهذه الوسائل المهمّة التي توصل القيم الثقافيّة إليهم، تَصقل النفس، وتُغني العالمَ الروحيَّ من الناحية الفكريّة والأدبيّة والجماليّة؛ لما تُقدّمُهُ من معلومات وقصص وأشعارَ ومقالات وأخبار فنية وثقافيّة، وتنمّي المواهبَ، وتكشفُ عن الأدباءِ المبدعين٣٥.

ت- الإمكانيات اللغويّة للإعلاميين في ظل تطور وسائل الاتصال:

يشير العديد من الباحثين واللغويين إلى أنّ اللغة العربيّة تعيشُ أزمةً حقيقيّةً مع شيوع الأخطاء اللغويّة في التداول نتيجة ضعف تعليمها في المدارس والجامعات، وتظهر الأخطاء اللغوية عند تعامُل مُختلف صُنوف المختصّين والدارسين والمشرفين مع الوسائل الإعلاميّة، فضلاً عن شيوع الأخطاء النحوية في المعاملات الرسميّة في الدولة، وانتشار العبارات الأجنبيّة والمفاهيم التي تحملها الحياة العامّة٣٦.

ويكاد اللغويون والإعلاميّون أن يتفقوا على ضرورة تبسيط العبارة اللغويّة في وسائل الإعلام، ولكنّهم يختلفون في مسالك التّبسيط، فكُتّابُ الصحف أكثرُ تَحَرُّراً في الميدانِ اللغويّ؛ لأنّهم ينطلقون من وهم أنّ اللغةَ ما هي إلاّ وسيلةٌ تخدمُ هدف الرسالة الإعلاميّة، وهو الإبلاغ، وليس من ضرورة تُوجب مراعاةَ هذه الوسيلة وصولاً إلى الغايةِ المنشودة، ثمّ يتذرّعون بصعوبة اللغةِ العربيّة، وتعقيد قواعدها، وعُسر قواعد الإملاءِ فيها، وأخيراً قصورها عن مسايرة ركب الحضارة؛ لأنّها لا تستوعب جميع ألفاظها، وهذا يعطيهم الحقّ في العبث باللّغة وكأنّها ميراثٌ خاصٌّ بهم دونَ سواهم، متناسين أنّ اللغة هي ميراث الأمّة خلال عصورها المختلفة٣٧، كما يرى اللغويون.

إنّ مستويات الوسائل الإخباريّة هذه في الاستخدامات اللغويّة يجب أن يكونَ - على الأقلّ - بمستوى أفضل المتعلمين من القُرّاءِ والمستمعين والمشاهدين، إذا أرادتْ هذه الوسائل أن تحتفظ باحترام الجمهورِ لها٣٨، في الوقت نفسه، كثيراً ما نسمع ونشاهد في وسائل الإعلام الحديثة والمتطورة آراءً من المجتهدين في مجال اللغة، ممّن لم يشتدّ عودُهم بعدُ، فنراهم يتصدّون لتصحيح الأخطاءِ اللغويّة الشائعة، لا عن معرفة ولا عن دراية، بل يحكّمون أهواءَهم في التصحيح والتّصويب، ولا شكّ أنّ دافعهم إلى ذلك حبُّهم للغة العربيّة، وحرصهم على صحّة الكتابة بها، لكنّ حُسنَ النيّة لا يكفي في هذا المقام٣٩.

وبعض الإعلاميين لا يهتمّون باللغة، إمّا عمداً بدافع التبسيط ومسايرة الواقع اللغويّ المتردّي، وإمّا جَهلاً، وهذا منهج العديد منهم، يقول أحد الإعلاميين البارزين في اختصاصه: "نحن نعيش واقع الذين يقومون بالعملية الإعلاميّة، وغالبيتهم من الكتاب والمثقفين والمبدعين، إنّ دراساتهم اللغويّة ضعيفة، وفي بعض الأحيان متدنية"٤٠، وإذا دقّقنا النّظر وجدنا - فعلاً - أداءَ الإعلاميين المتدرّبين بصورة عامّة يُظهر ضعفاً في المفردات وركاكةً في البناءِ واستعاراتٍ مبتذلةً وإفراطاً في استخدام العبارات الجاهزة.

ولا غرر أنْ نجدَ هذا الجانب ينطبقُ على لغات أخرى غير العربيّة، فالكاتب الشّهير "جورج أورويل" يُلقي اللوم على السياسة التي أفسدت اللغة الإنجليزيّة ذات يوم، فأشاعت فيها المختصرات والعبارات الزائفة والألفاظ التي وُظّفت لأغراض دعائيّة ومعان مُواربة وإشارات غامضة. قال في إحدى مقالاته: من الواضح أنّ الانحطاط في اللغة له في النهاية أسباب سياسية واقتصادية، الانحطاط بداهةً ليس راجعًا إلى التأثير السيّئ لهذا الإعلاميّ أو ذاك، ولكن النتيجة تصبح سببًا فتُعَزِّزُ السبب الأوّل، وتحصل النتيجة ذاتها ولكن بشكل مضخّم، وهكذا إلى ما لا نهاية٤١.

ويمكن حصر مجالات الضعف البارزة في وسائل الاتصال عامّة وقاعات التحرير الصحفي على وجه الخصوص، في الآتي٤٢:

- اضطراب في فهم معاني الكلمات، واستخدام لفظة مكان أخرى مناسبة في الأصل.
- القصور في استعمال علامات الترقيم، ولعلّه يرجع إلى جهلهم ببناء الجملة.
- التأثير الواضح للغة المنطوقة Spoken على اللغة المكتوبة Written، والمناخ الذي توفّره وسائل الاتصال الأخرى، المحطّات الإذاعية والقنوات التلفزيونية المحليّة والعالميّة.
- شيوع اللغة المتخصّصة Jargon بالحرف والصناعات والعلوم، الذي أربك اللغة اليوميّة، فبدلاً من التوصيل صارت هذه اللغة تلبّي حاجات الأفراد الذين يمارسون مهنةً محددةً؛ فالإعلامي إمّا

ISBN: 978 - 9953 - 0 - 2970 - 2

أن يقاوم هذه اللغة أو أن يأخذ بها، وبذلك يحدث الإرباك. واقترح "فاينر" لمعالجة نواحي الضعف المتقدّمة٤٣:

- استخدام المحرر للمفردات بشكل فاعل.
- الدقّة في استخدام قواعد الإملاء والترقيم.
- الاقتصاد والدقّة في استخدام الكلمات.
- البساطة في البناء اللغويّ بعيداً عن التعقيد.
- وضوح المعنى من دون موارية أو التفاف.
- تطهير اللغة من الكمّ الهائل من الحشو.
- تعليم الإعلاميّ أسلوب بناء المفردات في سياقٍ لغويٍّ، لا كيفية استخدامها فقط.
- الاهتمام بالمبادئ الأوّليّة لبناء الجملة النّحويّة والتركيب.

ث- خصائص اللغة الإعلاميّة:

انصبّت جهود الباحثين في لغة الإعلام على أن تكون اللغةُ قادرةً على إيصال المعنى بأقصر لفظ، وأغزر معنًى؛ وهو (الإيجاز) في العربيّة، مع اعتماد الشفافيّة والإثارة التي تقتضيها عمليّة الجذب والتشويق٤٤، وواقع الأمر أنّ منهجَ البحث الإعلاميّ في اللغة إنّما يهدف إلى البحث في ماهيّة اللغة من حيث كونها أداةَ اتّصالٍ يستخدمها المشتغلون في وسائل الإعلام، بحيث ينصبُّ المنهجُ على البحث في اللغة الإعلاميّة بمستواها العمليّ الاجتماعيّ؛ فيعدّها كيانا خاصّا متميّزَ الملامح والسّمات، مستقلّاً عن اللغة بمستوييها التذوّقي الفنيّ الجماليّ والعلميّ النّظريّ التجريديّ٤٥، مع ضرورة التّنبُّه على أنّ هذا يجب ألاّ ينحطّ باللغة الإعلاميّة إلى هاوية العاميّة أو المزدوجة المشوّهة، ويجب أنّ تتّسمَ لغةُ الإعلاميِّ بسلاسة العبارة، وعُذوبة الحديث، وقُرب الفكرة، وأن يبتعدَ ما أمكنَ عن إجهاد المتلقي وإعناته بلون من ألوان البحث في الموضوعات المجرّدة٤٦.

وأكّدتْ فنون التحرير الصحفيّ على لغة المرسل في إعداده للرسالة الإعلاميّة، واشترطت فيها: اختيار الألفاظ المناسبة والوضوح والدقّة والإيجاز والربط بين أجزاء الموضوع والعرض بأسلوب ممتاز٤٧.

وكانَ المفكرُ "أرنست همنغواي" قد وجّه للإعلاميين نصيحةً بأن يستخدموا جُملاً قصيرةً وفقرات قصيرةً ولغةً ثرَّة، وأن يبذلوا قصارى جهدهم من أجل شفافيّة العبارة٤٨؛ لأن اللغة اقتصادٌ، ويجب عدم الإسراف في استخدامها، كما كتب "جورج أورويل" نصيحةً للإعلاميين تذكّرنا برسالة عبد الحميد بن يحيى الكاتب للكُتّاب، قال يخاطب الإعلاميّ فيها٤٩:

- لا تستخدم المجاز أو التشبيه أو الوسائل البيانيّة الأخرى.
- أسْقط الكلمةَ إذا أمكن إسقاطُها من النّصّ.
- لا تستخدم لفظة طويلة إذا كانت لفظة قصيرة تُغني عنها.
- لا تستخدم عبارة أجنبيّة أو علميّة أو عاميّة ما وجَدْتَ لها بديلاً فصيحًا شائعًا.
- لا تتورّع عن خَرق هذه القواعد كلّها بدلَ أن تستخدم لفظًا وحشيًّا ساقطًا.

وينبغي أنّ يتّخذَ الأسلوبُ الإعلاميُّ شكلاً سهلاً يقترب من الأسلوب الدارج، وعلى وسائل الإعلام أن تقدّمَ الأحداثَ اليوميّةَ ببساطة ووضوح وواقعيّة، مبتعدةً عن الاستعارات والكنايات والتشبيهات والألفاظ الزائدة، وعن أيّ تعقيد، حتّى يسهلَ على القُرّاء فهم محتواها، بغضّ النظر عن تفاوت مستوياتهم الثقافيّة٥٠.

ومرّت لغةُ الإعلام بمراحلَ من التطوّر شهدتْ خلالَها جهوداً حثيثة من جهة الإعلاميين، أسهمتْ مُجْتَمِعَةً في تشذيب لغة الإعلام، وتهذيب مفرداتها، وصقل أساليبها، وجعلها بسيطةً واضحةً ترتفعُ عن العاميِّ المبتذل والوحشيِّ الغريب، كيما تصل إلى أوسع قطاعات المجتمع ضمن مهمّتها الاتّصاليّة٥١.

ج- اللغةُ العربيّةُ في وسائل الاتصال:

لا يمكن تهميش الدور المؤثر لوسائل الاتصال فيما أصاب اللغة العربية من تغيّر، ولا نبالغ إنْ قلنا إنّ العربيّةَ المعاصرةَ مدينةٌ للغة الصحافيّة بما تتمتّع به الآن من مرونة ويُسْر، والأسلوبُ الإعلاميُّ في التعبير هو الأسلوب الذي يجتمع الناسَ على فهمه وعلى محاكاته حين يتكلمون أو يكتبون، ونَفَذَ هذا الأسلوب إلى سكان الوطن العربيّ، بل أصبح هو الأسلوب الذي يجتمع العربَ على فهمه ومحاكاته٥٢.

وأدّتْ وسائلُ الاتصال الحديثة هذا الدّورَ المهمَّ للغة لأسباب عديدة: أهمّها سعةُ انتشارها؛ وهذه الميزةُ هي التي ضخّمت نفعها للغة أو ضررها للغة، وجعلت دورها خطيراً، كما أن لغة الإعلام لا بدّ أن تعكس الواقع الاجتماعيّ، فلغةُ الصحافة في التطور العربيّ خطابيّةٌ تعتمد على إثارة الشعوب وإلهاب العواطف، وهي لغة تستخدم الألفاظ الطنّانة الرنّانة، وتمثّل واقع الثورة العربية٥٣.

ويرى بعضُ الباحثين وجود محاذيرَ

خطيرة لوسائل الاتصال بقولهم: وسائل الاتصال من أخطر وسائل نشر المعرفة بما تشتملُ عليه من موادَّ ذاتَ صلة بالفنون الأدبيّة والفنّ والاجتماع والاقتصاد وغير ذلك من فنون العلوم، وهي بهذا الاعتبار إحدى أخطر وسائل إذاعة اللغة ونشرها وتنويع أساليبها وإدخال المصطلحات المستحدثة إليها، وهي وسائل وأدوات بيَد متولّيها ومستعملها، فيمكن أن تكونَ أدواتُ بناء، ويمكن أن تكون أدواتُ هدم٥٤. كما يرى بعض الباحثين وجود تأثيرات سلبيّة للاتصال في اللغة العربيّة، ففي رأيهم أنّ استخدام اللغةَ العربيّةَ قلّلَ من مستوى الدّقّة على مستويات عديدة، بعضها يظهر في استخدام عبارات أو ألفاظ ذواتَ معان مختلفة استخداماً ترادُفيّا استبدالياً، فلا فرق مثلاً بين الأفعال طالب، طلب، ناشد، دعا، التمس، ولا فرق بين أمثلة أكّد، شدّد، ركّز، ولا بين شجب، ندّد، استنكر، أنكر على٥٥، كما يرى بعض الباحثين أنّ حرّيّة التصرّف في اللغة التي منحها الصحفيُّ لنفسه تركتْ جملةً من الآثار السيّئة التي يمكن أن نُشيرَ إلى أبرزها، في الآتي٥٦:

١- التوسّعُ في الاشتقاق من دون مراعاة الضوابط اللغويّة في هذا المجال.
٢- ظهور تعبيرات وألفاظ في الصُّحف بدعوى أنّها أخفُّ وقعًا على مسامع القُرّاء مع وجود ألفاظ عربيّة صحيحة تؤدي المعنى المراد إيصالُهُ.
٣- استعمالُ كلمات عربيّة الأصل، لكنّها غيرُ موفّقة في الدلالة على المعنى المقصود.
٤- الاستهانة بالقواعد النحويّة.
٥- تغليب العاميّة، في وسائل الإعلام السمعيّة والبصريّة والإعلان.
٦- الكتابة بأساليبَ جديدة هي تقليدٌ للأسلوب الأجنبيِّ ومحاكاةٌ له، والابتعاد عن الأساليب العربيّة.
٧- فسْحُ المجال لانتشار العديد من المصطلحات الأجنبيّة مع وجود ما يقابلها في العربيّة.
٨- استخدام لغة عويصة أو مرتخية، وذاك بإفراغ الألفاظ والعبارات من معانيها ومضامينها.
٩- تكريس الأخطاء الشائعة، وعدم الأخذ بما يُنبَّه على ضرورة تصحيحه منها بدعوى أنّ الخطأ المشهورَ خيرٌ من الصواب المهجور.
١٠- التوسّعُ في دائرة دلالات الألفاظ، وتحميلها معانٍ جديدة لم تكن تدلّ عليها من قبلُ، متناسين أنّ الألفاظ العربيّةَ التي أصابها تطوّرٌ دلاليٌّ، أو أصابت حظًا من التطوّر، ألفاظاً قليلةٌ، ثمّ إنّ التطوّر الذي أصابَها لم يخرجْ بها غالبًا عن دلالاتها الأولى.

المبحث الثالث/ الدراسة التحليلية للمواقع الإخباريّة في الفيسبوك

لعل الحديث عن استدامة اللغة العربيّة مرهونٌ بإمكانيّة العناية والتطبيق، ولم يكن في هذا الزمن أكثر تطبيقاً لاستخدامها من مواقع التواصل الاجتماعيّ، وأخصّ بذلك "الفيسبوك"، لكثرة مَن يرتاد هذا الموقع الإلكتروني - كما أسلفنا سابقاً - من مستخدمي اللغة العربيّة؛ من الإعلاميين والعوام.

لذلك شرعنا بالاستقصاء في موقع الفيسبوك عمّن يجب أنْ يكونوا أكثر استخداماً وعنايةً للغةِ العربيّةِ من الجانبِ التطبيقيِّ، فكانَ الأجدَرُ أن نرى المواقعَ الإعلاميّةَ؛ لدورها الهامّ في ربط كتاباتها الإعلاميّة بأسس اللغة العربيّة وقواعدها، ناهيك عن الدور التوعويّ في استخدام اللغة العربيّة وتراكيبها.

فتمّتْ متابعةُ بعضاً من المساحات الإخباريّة على موقع الفيسبوك، واستطعنا أنْ نرصدَ العديدَ من التجاوزات اللغويّة والدَّلاليّة في تراكيب الكتابة الإعلاميّة، وهي على النحو الآتي:

أولاً: التجاوزات الدَّلاليّة:

وأبدؤها باستخدام اللغة الإعلاميّة لكلمة (اعتبر) لإفادة معنى (أعدّ)، فقد خلطتْ الكثير من الكتابات الإعلاميّة بين استخدام اللفظتين السابقتين، وهناك بونٌ كبيرٌ في الجانب الدّلاليّ لكل لفظة؛ فـ(اعتبر) بمعنى اختبر وامتحن وتعجّب واتعظ، و(أعدّ) بمعنى عامل٥٧، فالكتابات الإعلاميّة تخلط بين الاستخدامين في الدلالة، ومن هذه الإعلانات (قوات الاحتلال تقتحم مدينة نابلس، ... ، الذي يعتبره اليهود مكان عبادة لهم...) (نافذة الإمارات الإخباريّة ٢١/يناير/٢٠١٩)، فجاءت (يعتبره) في الإعلان السابق بمعنى (يُعامله) ولا يوجد من معاني (يعتبر) ما يدل على هذه الدلالة، بل الأولى أنْ يكون الاستخدامُ لـ(يُعِدُّه). ومن الأمثلة الإعلاميّة على هذا الاستخدام (... ويُعتبر التحالف السعوديّ – الإماراتيّ من أقوى التحالفات العالميّة اقتصادياً ... وتُعتبر سوق الطيران المشتركة مرحلةً متقدمةً في التكامل الإقتصاديّ ...) (نافذة الإمارات الإخباريّة ٢٠/يناير/٢٠١٩) وغيرها.

ومن التراكيب الدلاليّة التي تمّ

ISBN: 978 - 9953 - 0 - 2970 - 2

رصدها في الكتابة الإعلاميّة استخدام (كاف والتشبيه) بما لا يجوز أنْ يُشبّه٥٨، ويُؤْتَى بها للدلالة على كلمة (بصفة)، فهذا التركيب دخيلٌ إلى اللغة العربيّة، ويعدُّ هذا التركيب دخيل الترجمة الحرفيّة في اللغة الإنجليزيّة، والتي أجازت استخدام كلمة (as) بمعنى (مثل) في تراكيبها، فهي في اللغة الإنجليزيّة للدلالة على الاستقصاء٥٩، وهذا مالا ينطبقُ على العربيّة ألبتّة.

ومن أمثلة هذه الإعلانات (... ويأتي البيان الإسرائيلي كترجمة لسياسة تل أبيب الجديدة...) (نافذة الإمارات ٢١/ يناير/٢٠١٩)، والصواب (... بصفته ترجمة...).

ومن التجاوزات التي تمّ رصدها في الكتابة الإعلاميّة، إغفال استخدام ياء النسب مع الاتجاهات الأربعة، ومثل هذه الأنماط التركيبيّة استخدمتها العرب للدلالة إلى تحديد الموقع، فإنْ قُلتَ جملة (بيتي غرب البلد) فالدلالة أنّ البيت خارج حدود البلد من المنطقة الغربيّة، أما قولك (بيتي غربيّ البلد) فهذا يعني أنّ البيت داخل حدود البلد من المنطقة الغربيّة، وهذا النمط الدلاليّ أغفلته بعض وسائل الإعلام.

ومن أمثلة هذه التجاوزات الدلاليّة (...تساقط ثلوج كثيف جنوب الأردنّ ...) (الوكيل الإخباري ٢٠١٩/١/٣) وهنا الدّلالة المقصودة (تساقط الثلوج في المنطقة الجنوبيّة من الأردنّ) وليس (تساقط الثلوج من المنطقة الجنوبيّة خارج الأردنّ)، لذلك يجبُ أنْ تكونَ ياء النسب متّصلةً بكلمة (جنوب) لإسقاط الدلالة المقصودة بصورتها الصحيحة على الاتجاه.

ومن أمثلتها ما وردَ في الإعلان الآتي (...اجتمع الرئيس المصريّ عبد الفتاح السيسي ... من الوصول إلى قرية خان يونس شرق مدينة القدس المحتلة...) فمنطقة خان يونس هي ضمن الحدود الإقليميّة للقدس لذلك الصواب أنْ يكون (شرقيّ القدس) (الإمارات اليوم ٦/ يناير/٢٠١٩). وكذلك ما ورد في الإعلان الآتي (...جثمان الشهيد محمد النباهين الذي ارتقى عقب قصف .... استهدف مرصداً للمقاومة شرق مخيم البريج...) (الأخبار العاجلة ٢٢/يناير ٢٠١٩)، وهنا المقصد من مكان القصف المنطقة الشرقيّة من مخيم البريج؛ فالصواب أنْ نقول (شرقيّ مخيم البريج) وغير ذلك من الأمور.

ومن الدلالات التي لا تُرتَضى في الكتابات الإعلاميّة استخدام (ساهم) بدلاً من (أسهمَ)، فكلمة (ساهم) تأتي بمعنى الاقتراع وهي تحتمل المشاركة٦٠، وتحمل معنى الخسارة، وهذا واردٌ في قول الله تعالى عن يونس ـ عليه السلام ـ عنما اقترع، فَغُلِبَ في هذا الاقتراع: (فَسَاهَمَ فَكَانَ مِنَ الْمُدْحَضِينَ) (الصافات ١٤١)، أما أسهم فتأتي للإعانة على الشيء، والإعانة تحمل المعاني الإيجابيّة في الدلالة؛ لهذا يجب التفريقُ بين (ساهم) و (أسهم).

وبالنظر في الكتابة الإعلاميّة لوحظ أنّ بعض المواقع تضع اللفظَ الصحيح موضعهُ، ولكن لوحظ أنّ بعض آخر من المواقع الإعلاميّة لا تلتزم بهذا التركيب ومن هذه الإعلانات (محمد بن راشد يزور بلديّة دبي ... بهدف المساهمة في بناءِ مدينةٍ سعيدة...) (نافذة الإمارات ٢٠/ يناير/٢٠١٩)، فجاء المعنى للإشارة إلى الإعانة في البناء وما تحملُهُ من إيجابيّة، فكلمة (الإسهام) هي أحقّ اللفظتين دلالةً في أن تحلّ في هذا الموضع.

ومن هذه الإعلانات (...وسيسهم القمر في توفير البيانات اللازمة ... من خلال توفير البيانات اللازمة للمساهمة في النظام الوطنيّ لإدارة انبعاثات الغاز الدفيئة...) (نافذة الإمارات ٢٠/ يناير/٢٠١٩)، ونلحظ في هذا الإعلان مرّةً استخدموها بالصورة الصحيحة ومرّة حادوا عن الصواب.

ثانياً: تجاوزات متعلقة بالضعف التحريريّ:

وهذه التجاوزات هي ذاتها التجاوزات النحويّة والإملائيّة، وقد يُعزى وجودها إلى ضعف وقلّة الخبرة المتعلقة بالمحرر الصحفيّ ذاته، وارتضينا تسميتها بهذا الاسم لكثرة شيوعها في الكتابات الصحفيّة.

وفي هذا الموضع لن أقوم بالإشارة إلى تجاوزات استخدام همزات الوصل موضع القطع والعكس، ولن أُعرِّجَ إلى استخدام الهاء نيابةً عن التاء المربوطة والعكس، ولن أذكر ضعف المحررين في التعامل مع علامات الترقيم؛ لأنّها كثيرةٌ وشائعةٌ في الكتابة الإعلاميّة وظاهرةٌ للعيانِ لكلِّ مَن أردَ أنْ يتصفّحَ أو يقرأ الصحافةَ الإلكترونيّةَ أو المكتوبةَ على السّواء، ورَصَدْنَا منها الكثيرَ الكثيرَ بما لا يتّسعُ ذكرُهُ في هذا البحث.

وسنبدأُ الإشارةَ إلى استخدام الفعل المتعدي على أنه فعلٌ لازمٌ، وفهذا جورٌ

وتعدٌّ برز في الكتابات الإعلاميّة ومن هذه الإعلانات (الكويتُ تعلنُ عن شروطٍ جديدةٍ لاستخراج رخصة القيادة في الخارج ...) (الأخبار اليوم ٢٧/ديسمبر/٢٠١٨) ففي الجملة السابقة استُخدم الفعل (تُعلن) استخدام الفعل اللازمَ وهو متعدٍ٦١، ودليل ذلك قول الرسول الكريم – صلى الله عليه وسلم – "إنّ جبريلَ أتاني فأمرني أنْ أُعلنَ التلبيَةَ " صدق رسول الله٦٢، لذلك يجب أن يكون الصواب (تعلنُ شروطاً جديدةً).

ومما تبيّن من سقطات الكتابة الإعلاميّة وقلّة المعرفة بقواعد اللغة العربيّة لمن يمتهنُ مجالَ التحريرِ الصحفيِّ؛ عدمَ معرفتهم بالعلامات الإعرابيّة لبعض القواعد، فكيفَ للفعل المعتل الناقص (معتل الآخر) أنْ يُجزَمَ بثوت حرف العلّة، وحذفهُ علامةُ إعرابه، فقد ظهر هذا في الإعلان الآتي: (... أعلنَ الإيطالي "زاكيروني" ... ولم تكتفي الجماهير...) (سوشال ٢٩/يناير/٢٠١٩).

ومن الأخطاء التي تكثُرُ في الكتابة الإعلاميّة، استخدام (ال التعريف) مع الألفاظ الموغلة في الإبهام (غير، بعض، كل، سوى...)٦٣، من هذه الإعلانات (... تعترض بن بحر على تصنيف البعض ...) وكذلك (... ولكن الحركة السريعة والحماسة والقوة والرياضة تصور للبعض أنّ تمارينها تتسم بالعنف ...)، كما ظهر تجاوزٌ آخر في الإعلان السابق، هو حذف همزة (ابن) في موضعٍ لا يجوز فيها الحذف (نافذة الإمارات الإخباريّة ٢١/ يناير/٢٠١٩).

ومن الظواهر التي تُظهر وَهنَ المحررين في مجال الإعلان وعدمَ معرفتهم بالقواعد النحويّة خَطؤُهُم في كتابة الهمزة في وسط الكلمات إذا ما اقترنت كتابتها بالعلامة الإعرابيّة، ومن هذه الإعلانات (أعلنتْ المفوضيّة ... بعدما كان مُقرراً إجرائها...) (الأخبار اليوم ٢٧/ديسمبر/٢٠١٨)، فيبدو أنّ كاتب الإعلان لا يعلمُ أن اسم المفعول إذا عَمِلَ عَمَلَ الفعل يأخذ بعده نائبَ فاعلٍ، وعندها يكون إعراب (إجرائها) نائبَ فاعل مرفوع بالضمة؛ فتتغير كتابة الهمزة لتصبحَ (إجراؤها).

في كتابة الأعداد ظهر الإعلان الآتي بساطةَ معرفة المحرر لقواعد كتابة العدد (... وتوقع الشوبكي تخفيض هذا الشهر من فلسين إلى أربع فلسات...)، (الوكيل الإخباري ٢٠١٩/١/٢٢)، إذا يبدو أنّ المحرر لا يعلم أنّ مطابقة العدد للمعدود ومخالفته يجبُ أن تكون لمفرد المعدود لا للجمع، فالصواب هو (أربعة فلسات).

وفي نهاية المطاف أوجزنا الإشارة إلى أهمّ ما شاع في الكتابات الإعلانيّة، وهو أكثرُ من أنْ يُحصى في هذا البحث، لذلك أوجزنا الإشارة إلى هذه الأخطاء، وهي ما تمّ استقصاؤه في المواقع الإخباريّة على الفيسبوك بصورة أسبوعيّة على مدار شهرٍ من التقصي والتحليل.

استنتاجات الدراسة وتوصياتها:

توصلت الدراسة في جانبيها النظري والتحليل إلى جملة من النتائج العلميّة التي تحقق أهدافها، ووردت في ثناياها العديد منها، ومن أهمها:

أولاً: الاستنتاجات:

- إنّ الكاتب في مواقع التواصل الاجتماعي لا يستخدم فيها اللغةَ العربيّةَ السليمة.
- هناك تأثير سلبيّ لمواقع التواصل الاجتماعي في لغة جمهورها المستهدف، يمكن حصرها في ثلاثة مجالات أساسيّة، هي:

١- نشر العاميّة في أوساط المستخدمين والمتابعين لموقع الفيسبوك، أو تسريب اللغة الهجينة من العاميّة والأجنبيّة في ثقافتهم اللغويّة.

٢- نشر أساليب لغويّة ضعيفة، لاسيّما في التركيب والبيان، شاذّة غريبة عن العربيّة الأصيلة وأساليبها.

٣- نشر قوالب لغويّة جاهزة تصبح مع الزّمان مسلمات لغويّة عند عامّة الجماهير العربية.

- تدني مستوى اللغة العربية في معظم الأخبار التي تم تحليليها، ونقص الملكات اللغويّة لدى العاملين في التحرير الصحفي.
- ظهور الوَهَن في استخدام اللغة عند المحررين والكُتّاب على السواء في مواقع التواصل الاجتماعيّ.
- شيوع الأخطاء والأغلاط في مواقع التواصل الاجتماعيّ، وعدم العناية باللغة العربيّة بموقع الفيسبوك، من حيث المجالات؛ النحويّة والصرفيّة والدّلاليّة والإملائية.
- إنّ بعض المواقع الإخباريّة لا ترى في اللغة أهميّةً بمقدار ما ترى أنّ نقل الخبر هو الأهم.
- مُشاركة الترجمة للغة الإعلاميّة في نشرِ كثيرٍ من الألفاظ الدخيلة من لغاتٍ أخرى.

ثانياً: التوصيات:

- العمل على متابعة أداء المحررين والصحفيين على السواء من حيث

ISBN: 978 - 9953 - 0 - 2970 - 2

التكوين اللغويّ، فيتم إقامة دورات تدريبيّةٍ مراكز لتطوير اللغة بشكل دوريّ.

- على مواقع التواصل الاجتماعي توخي الدقّة في استخدام الألفاظ والتراكيب في لغة الاتصال مع الجماهير، بما لا يجورُ على اللغةِ العربيّة.
- تفعيلُ دور المجامع اللغويّة العربيّة والجهات المهتمة بشأن اللغة العربية لتتبُّعِ ما يُنشر في مواقعِ التواصل الاجتماعي، لا سيما الأخبار والمعلومات على الفيسبوك، بحيث يكون لها دورٌ في تقييم أدائها اللغويّ، وهذا التقييم مرهون بديمومة دورها الإعلاميّ، بما يضمن عنايةَ هذه المواقعِ باللغة العربية.
- على المحررين في موقع الفيسبوك نشر الأخبار والمعلومات والآراء والأفكار إلى جماهيرها الواسعة بأقصى قَدْرٍ من الدّقّة والعنايةِ.
- عنايةُ المحررين في المواقعِ الاجتماعيّة، وتدريبهم بما يضمن قدرتهم على التمييز بين الدخيل والفصيح.
- ابتعاد المحررين في مواقع التواصل عن أنماط السّجع، ورصف الكلام والألفاظ على حساب المعاني.
- تمكين المحررين في المواقع الاجتماعيّة من استخدام علامات الترقيم، والكتابة الإملائيّة بالشكل الصحيح.

المصادر والمراجع:

١ الدناني، عبد الملك، تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة الإعلام والمعلومات، المكتب الجامعي الحديث، (القاهرة ٢٠٠٥)، ص١٨.

٢ السيد يسين، العالمية والعولمة، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، ط٢، (القاهرة، ٢٠٠١)، ص٣٤٧.

٣ شاهين، هبه، المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب: دراسة تطبيقية على الجمهورية والصفوة الإعلامية والأمنة، ورقة قدمت إلى مؤتمر دور الإعلام في التصدي لظاهرة الإرهاب، (الرياض، ٢٠١٤)، ص١٤.

٤ اقتصاد المعرفة، التقرير السابع للإعلام الاجتماعي، تقرير، (دبي، ٢٠١٧)، ص٢.

٥ الدناني، عبد الملك، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دار الفجر الجديد، (القاهرة، ٢٠٠٣)، ص١٥٤.

٦ Bullas, J.: ٣٣ Social Media Facts and Statistics You Should Know in ٢٠١٥، الدخول للموقع في ٢٠١٨/٩/١٠، من:
http://www.jeffbullas.com/-٣٣/٠٨/٠٤/٢٠١٥social-media-facts-and-statistics-you-should-know-in-٢٠١٥/#iGlDfYyGfhb٤RdEb.٩٩

٧ الإعلام الاجتماعي العربي، كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، تقرير، (دبي، فبرير ٢٠١٧)، ص٣.

٨ http://www.socialbakers.com// At ٢٠١٧/٥/١. تاريخ الدخول للموقع ٣٠-١-٢٠١٦.

٩ الكندي، سالم، والصقري محمد، شبكات التواصل الاجتماعي كأدوات تسويقية في مؤسسة المعلومات ودور المستفيد في العملية التسويقية، المجلد١٣، العددان ١-٢، ٢٠١٢، ص٥٢.

١٠ الرعود، عبد الله ممدوح، دور شبكات التواصل الاجتماعى فى التغير السياسي فى تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن ، ٢٠١١،ص٣١-٣٢.

١١ وسائل التواصل الاجتماعي في الوطن العربي، قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، تقرير، (دبي، ٢٠١٥)، ص٢.

١٢ السيد، عبد المولى، ونصحي أحمد، شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، صنعاء: جامعة العلوم والتكنولوجيا، المجلد٧، العدد١٥، ٢٠١٤، ص١٩٣.

١٣ الدناني، عبد الملك، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، مصدر سابق، ص١٥٤.

١٤ اقتصاد المعرفة، مصدر سابق، ص٢.

١٥ عبد الحميد، محمد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط٢، عالم المعرفة، (القاهرة، ٢٠١٧)، ص٣٢٧.

١٦ صادق، عباس مصطفى، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، (عمان، ٢٠٠٨)، ص٢١٨.

ISBN: 978 - 9953 - 0 - 2970 - 2

١٧ الزياتي، عبد الكريم العجمي، استعمالات وتمثيلات الشباب الليبي لوسائل الإعلام الجديد: الفيس بوك أنموذجاً"، ورقة مقدمة لملتقى الصحافة الإلكترونية: مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي، نوفمبر ٢٠١٠، القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ٢٠١١، ص٣.

١٨ الرعود، عبد الله ممدوح، مصدر سابق، ص٤٢.

١٩ فاخوري، محمود، سلطان العربية في مضمار الإعلام، بدمشق، م٧٤ ج٣، ص٦٥٨-٦٥٩. ينظر: تركي، مصطفى أحمد، وسائل الإعلام وأثرها في شخصية الفرد، مجلّة عالم الفكر، م١٤، ع٤، ١٩٨٤، ص٩٩.

٢٠ المقالح، عبد العزيز، العرب وعولمة الثقافة، الثورة الثقافية، ع١٤٠٨٢، صنعاء: مؤسسة الثورة، في ٢٠٠٣/٦/٢، ص١٦.

× من خلال متابعتي لبعض البرامج الترفيهية التي تبثها الفضائية اليمنية خلال شهر رمضان المبارك، لاحظت أن بعض الممثلين يستخدمون مفردات باللهجة العامية التي لا يمكن أن يفهمها المشاهد في بعض مناطق من اليمن، فكيف يمكن أن يفهمها المشاهدون العرب.

٢١ ينظر الخوارزمي، القاسم بن الحسين، شرح المفصل في صنعة الإعراب (التخمير)، تحقيق محمد السيد عثمان، دار الكتب العلمية، بيروت، ٤٢٨/٢.

٢٢ ينظر: مجلة البحوث الإعلامية، تقرير، ع٤، السنة الثانية، ليبيا: طرابلس، شتاء ١٩٩٣، ص١٨.

٢٣ الملاح، ياسر، خير الكلام في لغة الإعلام، مجلة متابعات إعلامية، ع٦٣، صنعاء: يناير/أبريل ١٩٩٩، ص١٧-١٨.

٢٤ شعبان، بثينة، دور اللغة العربية في مواكبة المصطلح الأجنبي في الإعلام المقروء، (دمشق، م٧٤ ج٣)، ص٥٥٩.

٢٥ شعبان، بثينة، دور اللغة العربية، مصدر سابق، ص٥٥٧.

٢٦ جواد، عبد الستار، اللغة الإعلامية: دراسة في صناعة النصوص الإعلامية وتحليلها، عمان: إربد: دار الهلال للترجمة، ١٩٩٨، ص٥٢. وينظر: OSullivan، Tim: Key Concepts in Communication، London; Methuen، ١٩٨٥، s.v. Language

٢٧ محمد، سيد محمد، الإعلام واللغة، القاهرة: عالم الكتب،١٩٨٤، ص١٠-١١.

٢٨ الدجاني، نبيل، ندوة العرب والعولمة، تعقيب، مصدر سابق، ص٣٣٥.

٢٩ صقر، تركي، اللغة العربية والإعلام المقروء، مجلة متابعات إعلامية، ع٦٣، صنعاء: يناير ١٩٩٩، ص١١٤.

٣٠ مكاشفة صريحة لمعرفة الذات، مؤتمر مؤسسة الفكر العربي في القاهرة، صحيفة ٢٦ سبتمبر، ع١٠٣٩، صنعاء:٢٠٠٢/١١/٧، ص٦.

٣١ شومان ماكبرايد، وآخرون: أصوات متعددة وعالم واحد، ص٧٥.

٣٢ عكاشة، محمود، خطاب السلطة الإعلامي، القاهرة: الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، مكتبة دار المعرفة، ٢٠٠٧، ص٧١.

٣٣ شومان ماكبرايد، وآخرون: أصوات متعددة وعالم واحد، ص٤٧-٧٥.

٣٤ بليبل، نور الدين، الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مصدر سابق ص٣٨.

٣٥ أبوفخر، عدنان، الصحافة السورية بين النظرية والتطبيق، بيروت: دار الكتاب العربي، ١٩٨٥، ص٨٥، وينظر الكردي، سعد محمد: الإعلام وتنمية الملكة اللغوية، مرجع سابق، ص٦٣٠-٦٣١.

٣٦ بثينة شعبان، دور اللغة العربية، مصدر سابق، ص٥٥٤.

٣٧ البكاء، محمد عبد المطلب، لغة الإعلام، دار نينوى للدراسات، ٢٠١٠، ص١١٧-١١٨.

٣٨ جواد، عبد الستار، اللغة الإعلامية، مصدر سابق، ص٢١.

٣٩ فاخوري، محمود، سلطان العربية في مضمار الإعلام، مصدر سابق، ص٦٦١.

٤٠ البكاء، محمد عبد المطلب، لغة الإعلام، مصدر سابق، ص١٠٠.

٤١ جواد، عبد الستار، اللغة الإعلامية، مصدر سابق، ص٣٠.

٤٢ جواد، عبد الستار، اللغة الإعلامية، مصدر سابق، ص٢٧.

٤٣ جواد، عبد الستار، اللغة الإعلامية، مصدر سابق، ص٣١-٣٢.

٤٤ جواد، عبد الستار، اللغة الإعلامية، مصدر سابق، ص٣٢.

ISBN: 978 - 9953 - 0 - 2970 - 2

٤٥ شرف، عبد العزيز، المدخل إلى وسائل الإعلام، ص٢٦٣.

٤٦ حمزة، عبد اللطيف، أدب المقالة الصحفية في مصر، ص٢١٤.

٤٧ البكاء، محمد عبد المطلب، لغة الإعلام، مصدر سابق، ص١٠٣.

٤٨ .Honenberg، John: The Professional Journalist، p.٦٢.

٤٩.Orwell، Geore: Shooting an Elephant and other essays، London: Secker Warburg، ١٩٥٠، p. ١٠٠.

٥٠ غنام، عبد العزيز، مدخل في علم الصحافة، بيروت: دار النجاح، ١٩٧٤، ص١٦٠.

٥١ جواد، عبد الستار، اللغة الإعلامية، مصدر سابق، ص٢. وينظر: عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، مصدر سابق، ص٢٤٢.

٥٢ عبد العزيز، محمد حسن، لغة الصحافة المعاصرة، بيروت: المركز العربي للثقافة والعلوم، د.ت.ص٧.

٥٣ محمد، سيد محمد، الإعلام واللغة، مصدر سابق، ص١٤-١٥.

٥٤ الدالي، محمد، في وسائل الإعلام: ثقافة كتابها ولغتهم، دمشق: مجلد ٧٤، جزء٣، ص٥٣٢.

٥٥ بليبل، نور الدين، مرجع سابق، ص٨٧.

٥٦ البكاء، محمد عبد المطلب، لغة الإعلام، مصدر سابق، ص١١٨-١٢٠.

٥٧ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشرق الدولية، مصر، ط٥، ٢٠١١، ص٦٠١.

٥٨ العدناني، محمد، معجم الأخطاء الشائعة، مكتبة لبنان، بيروت، ط٢ ،٢٠١٢، ص٢٦٨

٥٩ أبو زيد، بكر بن عبد الله، معجم المناهي اللفظيّة، دار العاصمة، الرياض، ط٣، ١٤١٧هـ، ص٢٧-٢٨.

٦٠ مجمع اللغة العربيّة، مرجع سابق، ص٤٧٧.

٦١ مجمع اللغة العربيّة، مرجع سابق، ص٦٤٧.

٦٢ الهيثمي، علي بن أبي بكر، غاية المقصد في زوائد المسند، تحقيق خلاف محمود عبد السميع، دار الكتب العلميّة، بيروت، ٢٠٠١، ٥٢/٢.

٦٣ السامرائي، فاضل صالح، معاني النحو، دار الفكر، عمان، ط٤، ٢٠٠٩، ١٢٦/٣.

ISBN: 978 - 9953 - 0 - 2970 - 2