واقع استعمال اللغة العربية في التلفاز والفضائيات

بوزيدي محمد

جامعة مصطفى اسطمبولي- معسكر / الجزائر

medb1972@hotmail.fr

تاريخ استلام المقال: 2016/12/30

تاريخ التحكيم: 2017/01/29

The reality of the use of Arabic on television and satellite channels

BOUZIDI Mohamed
University of Mascara/ Algeria
medb1972@hotmail.fr

Received:30/12/2016
Revised: 29/01/2017.

واقع استعمال اللغة العربية في التلفاز والقنوات

الدكتور بوزيدي محمد

جامعة مصطفى اسطمبولي- معسكر / الجزائر

medb1972@hotmail.fr

ملخص

يهدف هذا المقال إلى معالجة والوقوف على أهم ما يمكن أن تقدمه اللغة العربية في استعمالها في مجال السـمعي والبصري وبالأخص التلفزيون، وإمكانية استيعابها للتقنيات الحديثة للإعلام، ومدى استجابتها لمتطلبات المستحدثات الاتصالية في مجال التلفاز؛ أي تكون قادرة على تبليغ رسالة إعلامية لجميع الفئات المكونة للمجتمع الواحد.

الكلمات المفتاحية : اللغة ،التلفزيون ،العملية التواصلية ،الإعلام والاتصال ،التكنولوجيا .

The reality of the use of Arabic on television and satellite channels

BOUZIDI Mohamed

University of Mascara/ Algeria

medb1972@hotmail.fr

Abstract

This article aims to address and stand on the most important thing they can offer Arabic language in use, in the audio field and the visual and especially TV and the possibility of assimilation of modern techniques of information, and their responsiveness to the requirements of innovations communication in the field of television, that is, be able to Report an informational message to all constituent groupsof a community.

Keywords : The language ,TV, Communicative process, media and Communication, Technology.

مقدمة:

تبدو العلاقة بين اللغة العربية والإعلام علاقة متلازمة متكاملة ، فالإعلام دون لغة رصينة مبسطة لا يستقيم أمره واللغة دون إعلام متطور ، لا يمكنها أن تؤدي رسالتها في الانتشار وتعميم الذوق الراقي ، و المساهمة في توفير شروط النهوض بالمجتمع ، نحو الأفضل.

كما أن اللغة هي واحدة من الأدوات الرئيسية لتبليغ مكونات الحضارة والاهتداء بسبل التقدم ، وهي أيضا دعامة أساسية لتحقيق وتحقق العمل التواصلي ودعامة رئيسية للعملية التربوية والتعليمية إن هي خضعت لقوالب مرنة في التعلم و التلقين نجد ذات الأمر بالنسبة للإعلام ، باعتباره مجموعة من الآليات الناقلة للمعرفة ، وللرسائل الحضارية شريطة أن يفهم دوره و وظائفه مع الاستيعاب لمكوناته التقنية. إذ يعتبر رسالة ووسيلة وكلاهما يعتمدان على اللغة .وهذه الأخيرة تعتمد عليهما ويمكن للإعلام بثلاثيته البنائية ولترابية عمله ، أن يرتقى باللغة ويساهم إلى حد ما في تطويرها ،ويمكنه أن يكون عنصر تأخر اللغة ، في حالة غياب الشروط الكفيلة بفهم واستيعاب الإعلام في مكوناته وشروطه¹، غير أن أمر هذه العلاقة ليس سهلا يسيرا ، فمن النادر أن نجد في مجتمع من المجتمعات وحدة لغوية يسهل معها التعامل مع الإعلام ، ويسهل على هذا الأخير التعامل مع اللغة فغالبية المجتمعات تتكون من أعراق ومجموعات بشرية قد لا تستعمل لغة واحدة بل لغات متعددة ، وهذه التعددية ليست عائقا في حد ذاته على اللغة العربية ، ولا على الرسالة الإعلامية مادامت تعددية داخل المجتمع الواحد.

ففي طيات هذا البحث سنحاول رصد العلاقة القائمة بين اللغة المستعملة في الإعلام - خطاب الإعلامي- ونخص بالذكر في هذا المقام اللغة العربية الفصحى ، واللغة الوسطى - اللهجات العامية - وهذا كله من أجل التنقيب و البحث في علاقة الإعلام باللغة رسالة ووسيلة.

اللغة العربية والإعلام :

إن الحديث عن اللغة العربية واستعمالاتها في الإعلام ، يطرح تساؤلا منهجيا وهو أي لغة نقصدها ؟هل اللغة العربية في إطارها البنائي الفصيح هي المقصودة ، وهل هي قادرة على التعبير عن مضمون الرسالة التي نريد إبلاغها أيا كان هذا المضمون ثقافيا وتراثيا و حضاريا ، وهل اللغة العربية الفصحى في وضعها الحالي يمكن أن تسير التطور في جميع مراحلها ومجالاته؟²

و أمام المؤشر السوسيولوجي العمراني، كما يذهب العلامة ابن خلدون ، الذي يؤكد إن ثمة رديفا للغة العربية ، وهو اللهجات العربية منها و غير العربية. ففي العالم العربي ليس تعدد اللهجات بتعدد دوله ، ولكن داخل الدولة الواحدة لهجات تعكس طبيعة الوحدة الجغرافية التي تنتمي إليها ، وثمة لهجات تنحدر من نسب غير عربي الذي تعكسه الأقليات داخل هذا البلد أو ذلك³.

من هنا ، تطرح على الباحث اعتبارات منهجية ، جوهرية تفرض إعادة صياغة التساؤلات عن طبيعة العلاقة القائمة بين اللغة العربية والإعلام ، وعن مدى قدرتها على نقل رسالة إعلامية محددة ، وبوسيلة إعلامية محددة ، ثم هل اللغة العربية يمكن أن تكون لغة إعلامية مؤثرة في المستمع ليرتقي بلهجته إلى مستوى اللغة، وأن يتم تهذيب الذوق وإزالة ما يمكن إزالته من الشوائب الزائدة في اللسان العربي ، وخارج هذا الاعتبار ، فإن الإعلام إذا ما احترم القواعد البنائية للغة العربية تمكنه أن يساهم في نقل ثروة لغوية غنية إلى الجمهور للرفع من مستواه الإدراكي و المعرفي و الثقافي⁴ .

والتكلم عن الفوائد المتبادلة بين اللغة العربية في استعمالها المختلفة وفي الإعلام بالأخص ، أو استعمالات الإعلام لها يفرض علينا المقام أن نؤكد على أن ما يعرفه الإعلام من تطور تكنولوجي ، وبالأخص على مستوى البث الفضائي الذي زاد من دقته وساعد على انتشار وتعميم الرسالة الإعلامية ، وفرض صياغة ما يمكن أن نسميه بمنهجية التوازن بين القدرات الأدائية الفائقة لوسائل الإعلام البصري خاصة ، وبين قدرات اللغة على التعامل مع هذا المعطى ولقد أدى هذا الأمر إلى ظهور لغة وسطية توافقية تسعى إلى تهذيب اللهجات ورفعها إلى مستوى اللغة ، إن اللغة الوسطى هذه اعتبرت بمثابة لغة مشتركة والتي بإمكانها أن تكون لغة الإعلام 5 .

إن البحث في قدرات اللغة العربية على التعامل مع تكنولوجيا الاتصال التلفزيوني ، جعل المهتمين من الباحثين و المنظرين في مجال الإعلام والاتصال يطرحون مقاربات منهجية تتعلق باللغة وماهيتها ، باعتبارها وسيلة فعالة لنقل المعرفة والتعبير عن المفاهيم المعقدة 6 ، وهل يمكنها أن تبني علاقة مع التلفاز في شكل صيغة محددة ، يمكن أن يتلقاه عامة الناس ، ويفهمون ما تصله من مضامين ، أم أن اللغة تعني شيئاً آخر ، قد يرتبط بالقواعد اللغوية التي تحدد شكل نظامها ونوعية توجهها ومسار صرفها ، على اعتبار أن الصرف في نظر اللغويين أم العلوم والنحو أبوها .وكيفية تهذيب اللهجات ورفعها إلى مستوى اللغة (اللغة الوسطى) كلغة الإعلام 7 .

من هنا يمكن ، أن نلتمس طبيعة الصلة الموجودة ، بين الإعلام وقدرته على توظيف اللغة ، بما تحمله من قواعد و قوانين يجب التقيد بها ، إذا أريد استعمال اللغة العربية استعمال صحيحا .

ذلك أن اللغة ما هي إلا تعبير عن الفكر وكل فكر لابد من أن يعبر عنه ، وعلى ذلك اعتبرت اللغة ظاهرة اجتماعية من الطراز الأول 8 . ولفهم قدرات اللغة على أن تكون عنصراً جوهرياً في نقل الخطاب الإعلامي ، ورفع بعض الباحثين آليات فهم هذه العلاقة إلى مصاف العلوم معتبرين أن العلاقة القائمة بين اللغة والإعلام يجب أن تقوم على أساس بناء علمي ، هو: علم الإعلام اللغوي وقد أعطوا شرحاً وفيما له ، كما حددوا وظائفه 9 .

وفي هذا السياق ، يمكن أن نستدل بالعلامة ابن خلدون في دراسته للسان العربي وتحديد خصائصه في أربعة : اللغة الأدب ، النحو والبيان 10 ، مع مراعاة خاصية الدلالة وعلاقتها بالنحو كشرط أساسي في الصياغة 11 ، حتى تتمكن من تبيان ومعرفة أصول مقاصد الدلالة 12 .

هذا الطرح التضادي حسم فيه ابن خلدون ، بتأكيد أنه عدم معرفة النحو يؤدي إلى انهيار البناء اللغوي ككل 13 . إن الاتجاه المتبع من طرف ابن خلدون ، والمتمثل في ضرورة اعتبار النحو عنصراً أساسياً في البناء اللغوي يرتبط بوضعنا المعاصر من خلال ما يصطلح عليه بالتحليل الإعلامي الذي يتطلب الدقة في التأليف وحس النظم 14 .

اللغة العربية واستعمالها في الإعلام:

إن التكلم على استعمال اللغة العربية في المجال السمعي البصري ليس بالأمر السهل كما يظن البعض ، وإنما يتطلب دقة مفاهيمية علمية محددة في كيفية توظيف واستثمار المعطيات اللغوية في وسائل الإعلام والاتصال وبالأخص التلفاز من هنا نطرح تساؤلاً منهجياً يتعلق بمدى إمكانية اللغة العربية على استيعاب التقنيات الحديثة للإعلام ؟ وهل بإمكانها أن تستجيب لمتطلبات المستحدثات الاتصالية في مجال التلفاز ؟ وهذا الأمر يرتبط موضوعياً اصطلاحاً عليه بالتحليل الإعلامي الذي يحتاج إلى صياغة تمتاز بالجودة في التأليف ، وإلى قدرة كبيرة ودراية علمية في موضوع من الموضوعات ، التي تتطلب البحث في التراكمات المعرفية على مستوى التراث العربي الذي يزخر بأمثلة متعددة في هذا الصدد ، من ذلك

أن المبدعين القدامى كانوا يشترطون في الكتابة السليمة القابلة للنفاز والاستيعاب ، توافر ثلاثة خصائص رئيسية متصلة ببعضها وهي :

- يتعلق العنصر الأول بصحة ودقة اختيار الألفاظ المناسبة.
- العنصر الثاني يتجلى في كيفية نظم الكلام .
- أما العنصر الثالث فيخص مراعاة الغرض المطلوب من الكلام وقد اشترط وجوب الإشارة إليه ، مما يتطابق ومضمون الكلام بمقتضى الحال 15 .

أما من المنظور الحديث، فإن الشروط الأساسية للتحضير الإعلامي، تعتمد على مدى دقة اختيار الألفاظ المناسبة والربط فيما بينها ليكون التأليف محكما ومناسبا و مطابقا، مع مقتضيات قواعد اللغة في صياغة تشكيل كل متكامل مترابط الوحدات الداخلية، خاليا من الشذوذ والنشار، واعتمادا على ذلك ، فإن السياق العام للتحضير الإعلامي لابد أن يعنى ويهتم بدراسة و تأليف الكلام ، تأليفا دقيقا مرنا الصياغة ، سهل التناول في الاستيعاب بخصوص الرسالة الإعلامية¹⁶.

لكن الملاحظ في استعمال و تداول اللغوي، في وسائل الإعلام المختلفة، وبالأخص الراديو والتلفاز سجل خروجها عن المؤلف اللغوي، الذي تفرضه قواعد اللغة العربية تحديدا. مما ساعد في ظهور وميلاد اللغة الوسطى أو اللغة الثالثة وبداية التخلي النسبي عن اللغة العربية الفصحى في بعض المواقف الحوارية والبرامج التثقيفية والترفيهية.

وفي هذا المنحى، نجد في الأدبيات الصادرة خلال العقد الأخير نماذجا متميزة، مما ساهمت به وسائل الإعلام في تركيب وإعادة تركيب اللغة عن طريق نشر وتداول مصطلحات جديدة، بعد إخضاعها إلى ما اعتبر عاديا و مألوف من قواعد اللغة العربية ، وتعددت الأمثلة على ذلك كاستعمال :

اسمين للدلالة على الظرفية المكانية.

علم يليه اسم علم بينهما شرطة فاصلة نحو قمة بوش - بلير.

ظرف يدل على المكان والزمان، يليه اسم تلحق به النسب مثل الأشعة فوق البنفسجية¹⁷ .

ولقد أثار هذا المنحى اللغوي الجديد، والمتعلق بوسائل الإعلام جدلا واسعا حول قدرة هذا الاتجاه على صياغة اللغة العربية، صياغة جديدة وحول مدي قدرته على أن يؤثر في المتلقي، فهناك من اعتبر اللغة الوسطى أو التعبير الإعلامي الجديد خروجاً على ما ألفه العرب من قواعد وتراكيب مؤكدين أن وسائل الإعلام بهذا التوجه في استعمال اللغة العربية يؤدي لا محالة في نهاية المطاف إلى هدم ما تبنته المدرسة في محاولة حثيثة لتعليم اللغة العربية وترسيخ قواعدها لجيل المستقبل .

اللغة العربية وتقنيات الإعلام التلفزيوني:

تعتبر اللغة في البرامج الإعلامية المختلفة وعاء للثقافة و التراث والحضارة، فضلا عن أنها القضية المحورية بين دعاة التمسك باللغة العربية الفصحى والمطالبين باعتماد اللهجة المحلية¹⁸ .

وفي هذا المنحى تعددت الآراء واتسعت رقعة الخلاف، فمنهم من سلك منهجا يتعلق بخلق توافق بين شروط العمل الإعلامي وبين قواعد اللغة، بالقدر الذي أعطى صياغة جديدة لم تكن في غالب الأحيان مقبولة لدى جميع الأطراف، إذ اعتبر بعض اللغويين أن تكييف اللغة مع الشرط التقني ومتطلباته أدى إلى عدم احترام القواعد النحوية التي تعتبر

شرطا أساسيا لبناء لغة إعلامية سليمة، ونقل المعرفة والتعبير عنها بصدق ، مما يسهم في إفراز لغة رصينة بعيدة أن تكون عربية بقواعدها وقوانينها .

في المقابل يعتقد التقنيون المختصون في مجال الإعلام التلفزيوني أن متطلبات التطور التكنولوجي، أضحت تتطلب الخروج عن طابع اللغة العربية القرائية ليتم وضع أسس لغة تواكب التطور المجتمعي و التواصل، و نادوا بضرورة التخلي عن اللغة الفصحى نظرا لما تطرحه من تشدد في احترام قوانينها وقواعدها 19، وبناء لغة إعلام بديلة فاعلة مؤثرة تتميز بالبساطة، وينبغي أن تكون موجهة إلى كافة الجمهور دون استثناء.

من هنا، نلاحظ أن المتطلبات التقنية للعمل الإعلامي التلفزيوني أثرت، وبشكل واضح على البناء اللغوي بنحوه وصرفه. ويمكن ملاحظة أن المشتغلين في إعداد برامج تلفزيونية صاغوا لأنفسهم لغة خاصة بهم تقترب أو تباعد عن فصحي اللغة العربية، وهو ما أدى إلى إقامة ما سماه البعض لغة الإعلام، وهي لغة تأخذ لبوسا حسب نوعية العمل الإعلامي 20.

استعمال اللغة العربية في البرامج الإخبارية للتلفاز:

مما لا شك فيه، أن للإعلام السمعي البصري دورا هاما في ترقية استعمال اللغة العربية بإعتبارها الفكر والذات والعنوان 21، فمن هذا المنطلق تتحكم في عملية صياغة الأخبار من حيث نوعها وتدرج أهميتها مجموعة من الخصائص أهمها:

- أن تصاغ بلغة سليمة .
- أن يتم تكيف اللغة مع تقنيات صياغة الخبر.
- استعمال الجمل القصيرة .
- استعمال الفقرات المناسبة لسياق الموقف (موضوع).

تبعاً لهذا، فإن تقنية صياغة الخبر المشار إليها، لا تعني الخروج عن ضوابط اللغة العربية في الاستعمال، الأمر الذي يفرض إضافة عنصرين آخرين وهما :

- توظيف الألفاظ المعروفة لدى المتلقي، والابتعاد عن الألفاظ البعيدة عن الدونية.
- الاجتهاد قدر الإمكان في تبيان الألفاظ، والتراكيب المعروفة لدى المشاهد.

هذه الشروط بقدر ما تخضع لقواعد اللغة العربية بقدر ما يجب أن تستجيب للمتطلبات التقنية لصياغة الخبر، ومن أهم هذه المتطلبات: ضرورة الإجابة على الأسئلة الستة- أين؟، متى؟، كيف؟، ماذا؟، لماذا؟، من؟ 22

اللغة العربية والبرامج الثقافية والسياسة والإنتاج الدرامي :

تتكون شبكة البرامج في التلفاز الجزائري من برامج ثقافية وأخرى سياسية إضافة للإنتاج الدرامي، وستعنى ملاحظتنا بالإنتاج الوطني للبرامج الثقافية والسياسية والترفيهية، كونها تستعمل في أغلبها اللغة العربية الفصحى، أو تستعمل عامية مهذبة قريبة من الفصحى في البرامج الترفيهية، ولا يسمح باستعمال غير اللغة العربية في البرامج الحوارية كانت ذات طابع سياسي أو ثقافي 23 .

إن معيار استعمال اللغة العربية في هذه البرامج يرتبط أساسا بقدرات المشاركين فيها الثقافية منها والمعرفية، وكذا السياسية، ففي هذا الصدد أكدت بعض البحوث، على أن شخصية ووزن المشارك ونوعية حضوره، تجعل من التعامل مع اللغة تعاملا متميزا، ولما كانت طبيعة البرنامج الثقافي تجعل من المشاركة معادلة ثنائية بين معد ومقدم البرنامج وبين الضيف، الذي قد يكون حضوره إيجابيا، لكن هذه الإيجابية مرهونة بطبيعة الأسئلة المطروحة .

لذا وجب على بعض الإعلاميين ترقية لغتهم والعمل على إدراك أن هناك ثلاث مستويات للتعبير اللغوي : أولها المستوى التذوقي الفني الجمالي ، ويستعمل في الأدب و الفنون ، والثاني هو المستوى العلمي النظري التحريري و يستعمل في العلوم ، والثالث هو المستوى العلمي الاجتماعي العادي الذي يستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام 24.

أما البرامج ذات الطابع الدرامي و إنتاج المسرحيات فهي يعتمد أساسا وفي غالبيتها العامية الجزائرية تحمل بين طياتها سلوكات وتقاليد، وقيم محلية قد يرتاح لها المشاهد العادي، لكنها لا تخدم اللغة العربية في الانتشار، كما لا تساعد على ترقية ذوق المثقف.

اللغة العربية و البرامج الإعلانية في التلفاز الجزائري :

من المعلوم أن الإعلانات ليست دائما ذات بعد تجاري، ولكن في أحيان كثيرة يلبس الإعلان لبوسا سياسيا، إن المضمون هنا لا يهمننا، لكن المهم هو بأي لغة ينقل هذا المضمون .

ذلك أن لغة الخطاب الإعلاني تكتسي أهمية بالغة لدى مصيغ الإعلان ،. لأنها ستكون سببا فاعلا في إيصال مضمونه وفي التأثير على المشاهد للاقتناع به ، ثم إن طبيعة تقنية الإعلان ، والتي تركز على مبدأ تكرار الوصلات الإشهارية وإلى إيجاز المكون اللغوي التعبيري تجعل لغتها متحررة من القواعد البنائية للغة العربية ، وهكذا و بالنسبة للتلفاز الجزائري ، نلاحظ أنه أقر لغة جديدة بغية الوصول إلى فعل الشراء ؛ أي خلق جملة من المبررات و الحوافز النفسية التي تقود المستهلك إلى اقتناء هذا المنتج أو الاقتناع بفكرة ما 25، لكن هذه اللغة لم تذهب إلى حد تعزيز مكانة اللغة العربية ، كونها وظفت البناء اللغوي العامي ، في تمرير مضمون خطابه التجاري ، وهذا الأمر لم يكن في صالح دعم وتعزيز اللغة العربية ، لما تحمله العامية من كلمات غير عربية .

لقد أدى استعمال العامية في النشاط الإشهاري التجاري إلى تأكيد جانب من مكونات لغات أجنبية دخيلة، حتى وإن كان التلفاز الجزائري أرضيا ام فضائيا يعتبر من وظائفه يؤدي خدمة عمومية هي في الصالح العام .

وبالرغم من الأهمية التي تكتسبها اللغة العربية الفصحى في التلفزيون، فإن العامية تعتبر لدى المعلن أهم وسيلة لإيصال الإشهار للجمهور والتأثير فيه، لكن ثمة ملاحظة هامة وهي أن الاستعمال الحالي للإشهار في التلفاز الجزائري لا يتناسب مع البث الفضائي للوصلات الإشهارية، إذ أن هذا المنحى اللغوي بقدر ما يخدم الجمهور المحلي فإنه لا يجد له مكانا خارج الجزائر.

خاتمة

وصفوة القول، يتضح أن استعمال اللغة العربية الفصحى في البرامج المختلفة أمر أساسي في نقل نماذج المعرفة والفكر والخروج من دائرة الأمية، سيما وأن اللهجة العامية ليست إلا عربية محرفة دخلتها ألفاظ وتراكيب أجنبية بحسب التأثيرات التي تعرضت إليها، وأن التحريف في العامية ليس مطردا وليس واحدا، فهو يختلف من منطقة إلى منطقة، ويختلف في المنطقة الواحدة من مكان إلى مكان، بل يختلف في الأسرة الواحدة حسب الأجيال التي ينتمي إليها أفراد الأسرة، طبقا لعامل التغير الذي يعتري اللهجات العامية .

تأسيسا على ذلك، فإن الفصحى هي اللغة الاتصالية في الإعلام التلفزي، وقد أثبتت قدرتها على التكيف مع أساليب الخطاب المنوعة التي تتنوع بتعدد الشرائح الاجتماعية واختلاف مستوياتها المختلفة .

ومن هنا تطرح بإلحاح مسألة وضع منظور معياري لما ينبغي أن تكون عليه لغة الإعلام أو تكون عليه اللغة العربية داخل الإعلام التلفزي.

لذلك لابد من مراعاة التوصيات التالية :

- إيجاد دليل إذاعي تلفزي متضمنا ضبط للكلمات الشائعة، وكشف أبرز الأخطاء اللغوية التي يجب تجنبها، وتوضيح لكل ما ينتهي إلى صياغة عبارة تخلو من اللحن والعجمة.
- التفكير في وضع تصور لما ينبغي أن تكون عليه لغة الإعلام في الجزائر مع الانتباه إلى الخطوات المرجعية لتقليل من استعمال العامية في العمل الإعلامي التلفزي و الرفع من استعمال المصطلح العربي المناسب .
- اعتماد تدريس اللغة العربية الفصحى عبر مراحل التعليم في كليات ومعاهد وأقسام التكوين الإعلامي.
- الحث على تنظيم دورات تكوينية لممارسات العمل الصحفي في مجالات التعريب .

الهوامش:

1. عبد القادر بن شيخ، التلفزيون الهوية والثقافة، منشورات اتحاد الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات، ع43 ، 1999، ص28.
2. علي أجقو، الثقافة الإسلامية وتحديات العولمة، مجلة كلية الدعوة الإسلامية، طرابلس، ع21، 2004، ص301.
3. فريال مهنا، لغة والإعلام العربي بين الفصحى والعامية، مجلة اتحاد إذاعات العربية، 2002، ص31.
4. المرجع نفسه، ص33.
5. عبد العزيز شرف، عبد المنعم خفاجي، النحو لرجال الإعلام، دار الجيل للنشر والطباعة والتوزيع، بيروت، 2001، ص50.
6. علي أجقو ووفاء دريدي، واقع اللغة العربية في القنوات الفضائية العربية، دار الخلدونية للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص28.
7. عبد العزيز شرف، عبد المنعم خفاجي، النحو لرجال الإعلام، دار الجيل للنشر والطباعة والتوزيع، بيروت، 2001، ص30.
8. فريال مهنا، نحو بلاغة إعلامية معاصرة، منشورات جامعة دمشق، 1993، ص87.
9. المرجع نفسه، ص81.
10. محمد طلال، الاتصال في الوطن العربي، المعهد العالي للصحافة، المغرب، 2003، ص50.
11. المرجع نفسه، ص51.
12. المرجع السابق نفسه، ص52.
13. إبراهيم بن مراد، في مسألة الاستعمال اللغوي في برامج الإذاعية والتلفزيون، مجلة اتحاد إذاعات الدولة العربية، ع02، 2000، ص42.
14. المرجع نفسه، ص43.
15. المرجع السابق نفسه، ص42.
16. محمد نجيب التلاوي، مسألة حضور الفصحى في وسائل الإعلام، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، ع02، 2000، ص49.
17. زكي جابر، اللغة العربية والإعلام الجماهيري، منشورات معهد الدراسات والأبحاث للتعريب، المغرب، 1998، ص34.
18. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، مؤتمر الوحدة والتنوع في الثقافة العربية المعاصرة، القاهرة، 11-5، ص207.
19. إبراهيم بن مراد، اللغة العربية في الإذاعة و التلفاز والفضائيات في المملكة المغربية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، الخرطوم، ع2000، 2003، ص45.
20. المرجع نفسه، ص47.
21. حمد محمد الضبيب، اللغة العربية في عصر العولمة، مكتبة العبيكان، الرياض 2001، ط01، ص165.
22. سعيد لبيب، برامج التلفزيون والتكنولوجيا الحديثة للاتصال في الوطن العربي، المجلة العربية للثقافة، ع11، 1991، ص12.

23. محمد نجيب التلاوي، مسألة حضور الفصحى في وسائل الإعلام، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، ع 02 ، 2000 ، ص 45.
24. عبد العزيز شرف، عبد المنعم خفاجي، النحو لرجال الإعلام، دار الجيل للنشر والطباعة والتوزيع، بيروت، 2001، ص 25.
25. سعيد بنكراد، سيمائيات الصور الإشهارية، أفريقيا الشرق، المغرب، 2006، ص 60.