

160 اللغة الإعلامية

تأليف : سامي الشريف و أيمن منصور ندا - 2004
أختصار : ياسر الهواري - 2010

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

على الطلبة المسجلين في مادة اللغة الاعلامية دورمارس 2010 الالتزام بالتالي :

اولا : في الجزء الخاص بدكتور محمود خليل علي الطلبة الالتزام بالمحاضرات (4 محاضرات) والتطبيقات الخاصة بالدكتور وكذلك المحاضرات التليفزيونية التي سبق وان سجلها الدكتور بنفسه وكل ذلك موجود علي صفحة الطالب وايضا تباع في منفذ التوزيع بالمركز .

ثانيا : في الجزء بالدكتور محمد الباز اخبرنا الدكتور بأن المقرر في هذه المادة لهذا الترم هو كالتالي :

- الوحدة الثانية : اللغة الاعلامية المفهوم والخصائص **
- الوحدة الثالثة : اسلوب الكتابة الإذاعية ومؤهلات الكاتب **
- الوحدة الخامسة : لغة الأخبار في الراديو والتلفزيون **
- الوحدة السادسة : لغة الصحافة (المقرر من صفحة 121 وحتى صفحة 136 فقط) **
- الوحدة السابعة : لغة بيانات العلاقات العامة والرسائل الاعلانية **

وفيما عدا هذه الاجزاء غير مقرر هذا الترم في الجزء الخاص بدكتور محمد الباز

مع تمنياتنا بالنجاح والتفوق

ايمان نور الدين ، رشا عبد الغني
مساعدتا تدريس (معيدات) إعلام
3 يونيو 2010

2. اللغة الإعلامية : المفهوم و الخصائص**

لم يكن يدري الشيخ إبراهيم اليازجي عندما ألف كتاب "لغة الجرائد" أنه بصدد التأسيس لمنظور بحثي جديد في اللغة ، و بعد 30 عام قام الشيخ عبد القادر المغربي بتأليف كتاب "تعريب الأساليب" و هو محاولة جادة لترسيخ المنظور الذي أبدأه اليازجي . و الواضح أن الشيخين قد وجدا أختلافا بين اللغة المعيارية و لغة الصحف ، و قد ذهب البعض إلى أن الصحافة خاصة و الإعلام عامة لهم دور في تجديد اللغة ، و من هؤلاء عضو المجمع اللغوي عبد الله كنون الذي ألف كتاب "الصحافة و تجديد اللغة" حيث أشار في كتابه إلى أن الصحافة تعمل على تجديد المعاني و الأفكار مع الألتزام بقواعد اللغة ، و تلك هي براعة الصحافة .

و بالانتقال من الصحافة إلى بقية وسائل الإعلام نجد أن الإذاعة و التلفزيون قد كان لهما دور في تطوير اللغة و تخليق مفردات و كلمات خاصة بهما ، و الأمر ينطبق أيضا على الأنترنيت فالمتعمن في لغة الرسائل الإلكترونية يدرك على الفور أن هناك لغة جديدة خلقتها تلك الوسيلة الجديدة . و التفسير ببساطة أن كل وسيلة إعلامية تسعى إلى خلق و إستخدام اللغة الأكثر ملاءمة و مصداقية بهدف التأثير في الجمهور و صياغة رؤيته ، و من ثم تعديل سلوكه الإجتماعي .

مفهوم اللغة الإعلامية : لا يوجد تعريف محدد لهذا المصطلح فكل الكتب و الدراسات تنجح إلى توصيف اللغة و ذكر خصائصها و ليس لتعريفها ، و على كل فيمكننا أن نعرف اللغة الإعلامية بأنها : " هي اللغة التي تشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام و تعتبر القاسم المشترك في كل فروع المعرفة" .

و يضيف د. عبد العزيز شرف أن لغة الإعلام هي لغة الحضارة فقد حققت تحولا عظيما بتضييق المسافة بين لغة الخطابة و لغة الكتابة و فتحت الباب للغة الفصحى لتنتشر في كل مكان. و يرى أن كل كلمة في لغة الإعلام تترك مجموعة من الإنطباعات في ذهن المتكلم و المستمع . و يذهب د. محمد سيد إلى تحليل ذلك فيقول أن علماء اللغة يهتمون بعلم الدلالة أما علماء الإعلام فيهتمون باللغة كوسيلة للاتصال فيهتمون بالإطار المشترك بين المرسل و المستقبل حيث تدور الرسالة في ذلك الإطار ، و كلما كان المرسل متمكن من اللغة كلما نجح في عملية الأتصال .

لغة الإعلام على الخريطة اللغوية : عرف العلماء النثر بأنه الكلام المرسل من قيود الوزن و القافية ، و قد قسموه إلى : نثر عادي (كلام الناس) ، نثر علمي (أكاديمي) ، نثر فني (الأدبي) ، نثر عملي (الصحفي).

و السؤال الذي يطرح نفسه الآن : هل لغة الإذاعة (راديو و تلفزيون) هي نفسها لغة الصحافة أما أنها تعتبر نثر عادي ؟ ، فبالرغم من التفاوت الكبير بين البرامج الإذاعية إلا أن فندريس فرق بين لغة الصحافة المكتوبة و لغة الإذاعة المنطوقة . فهو يرى أن اللغة المكتوبة تتسم بتناسق و تتابع الجمل و حروف الوصل و الأسماء الموصولة و تحتوي على أدوات و أقسام و هي مرتبة في تسلسل منطقي مع ضرورة عدم الخلط بين

اللغة الأدبية و لغة الصحافة ، أما اللغة المنطوقة فتفقد ذلك التسلسل المنطقي و تعتمد على الترتيب الأنفعالي وفق الأهمية الذاتية التي يحددها المتكلم .

و عموما فإن لغة الإعلام ليست لغة خاصة تستعملها جماعة محددة من الأفراد مثل اللغة القانونية التي يستعملها أهل القانون أو اللغة الطبية التي يستعملها الأطباء ، و إنما هي لغة عامة تقوم بمعالجة كافة الزوايا القانونية و الطبية و الدينية إلخ و لكن بلغة الإعلام . بأختصار لغة الصحافة غير لغة الإذاعة ، و لغة الإعلام عموما غير لغة الأدب .

الخصائص العامة للغة الإعلام :

1. **واضحة :** و يرجع ذلك إلى طبيعة الوسائل و خصائص الجمهور ، فطبيعة الإذاعة لا تتيح الفرصة للمستمع أن يعيد سماع ما فاتته أو سقط منه ، و أما الجمهور فهو متنوع الفئات و يميل غالبا إلى العجلة و ليس لديه الرغبة في التركيز في المضمون لذا يجب أن تكون الكلمات واضحة و تحقق الهدف من الأتصال .
2. **جذابة :** القدرة على الحكيم و الشرح و الوصف بطريقة مسلية و مشوقة حتى تجذب الجمهور .
3. **مختصرة :** الجمهور بطبيعته غير قادر على الأستمرار في متابعة الإسهاب في الشرح ، فليس المجال هنا للتفصيل الأكاديمي ، فالصفحات محدودة و الوقت في الإذاعة محدود لذا يجب الأختصار و الإيجاز .
4. **معاصرة :** بمعنى أن تكون اللغة متماشية مع روح العصر و إيقاع الحياة ، فلا مكان للجمل الطويلة و الكلمات المعجمية المركبة ، فلغة الثلاثينات تختلف عن لغة الخمسينات و الستينات و هكذا وصولا إلى الآن نجد أن لغة الآن تختلف عن لغة العقود السابقة مما يشير إلى أن لغة الصحافة تتسم بالقابلية للتطور .
5. **ملائمة :** يجب أن تلائم الوسيلة و الجمهور ، فلغة الراديو ذات طابع وصفي فهي تتجه لحاسة السمع فقط لذا يجب أستكمال باقي الحواس باللغة ، أما لغة الصحافة فتستهدف الفئات الإجتماعية و تعليمية و إقتصادية ، و من ثم فهي يجب أن تلائم ذلك الجمهور ، و هكذا .
6. **المرونة و الأتساع :** القدرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور و معالجة أكثر من قضية . القدرة على تلبية الأحتياجات المختلفة و الأتساع لتغطية كل الموضوعات و الأتساع للأتصال مع الثقافات الخارجية و الترجمة منها بشكل يومي .

3. أسلوب الكتابة الإذاعية و مؤهلات الكاتب **

إذا كانت اللغة الإعلامية عموماً تتسم بالوضوح و الجاذبية و التشويق فإن خصائص لغة الإذاعة (الراديو و التلفزيون) خصوصاً هي أكثر ضرورة لتتسم بتلك الصفات ، خاصة و أن طبيعة الوسيلة و الجمهور تختلف ، فإذا كانت الصحيفة أو منشورات العلاقات العامة يمكن قراءتها مرات و مرات فإن إسترجاع المادة الإذاعية غير ممكن ، بالإضافة إلى أن طبيعة الجمهور المستهدف في الإذاعة يتسم بالتباين في التعليم و المستوى الإقتصادي و الإجتماعي ، و المطلوب ممن يكتب للإذاعة (الراديو و التلفزيون) أن يراعي المستوى المتوسط من الإدراك و إجتذاب أكبر عدد من هؤلاء الأفراد المتباينين . و فيما يلي خصائص النص الإذاعي و خصائص الكاتب :

أولا خصائص الأسلوب الإذاعي و خصائص النص :

يوصي الخبراء بضرورة أن يتسم النص الإذاعي بالوضوح و الحيوية و التنوع و الإيجاز بهدف جذب أهتمام الجمهور و التأثير فيه في أقصر وقت ممكن حيث يجب أن تكون الجمل قصيرة مختصرة حتى تصل الرسالة بسهولة . فالدراسات تشير إلى ضرورة صياغة الجمل في عدد محدد من الكلمات يستغرق إقارؤها مدة زمنية قصيرة و محددة لأن طول الجمل و صعوبتها يشتت التركيز و القدرة على الإستيعاب ، و مما لا شك فيه أن عامل الأختصار يرتبط بعامل الوضوح و ضرورة البعد عن المهجور من اللغة و تجنب المصطلحات الفنية و المهنية و الأدبية التي لا يعرفها غير المتخصصون و حدهم . و هم يلخصون ذلك فيقولون : " هو الأسلوب الذي يصلح أن يخاطب به جدة في التسعين من عمرها لا تسمع جيداً (حيث تحتاج اللغة للوضوح و سرعة في الأداء) و طفلاً لا يتجاوز الـ 14 سنة (حيث تحتاج اللغة لألفاظ حيوية تناسب عمره) و رجلاً ناضجاً" ، أضف إلى ذلك ضرورة أن تتسم اللغة بالمسحة الذاتية و التي تتمثل في الصوت البشري و تفاعله مع النص .

النص الإذاعي يعتمد على **حاسة السمع** و لذا فهو يعتمد على أسلوب الحديث ، و لذلك ينصح الخبراء ممن يكتب للإذاعة أن ينسى كل شيء عن الإذاعة و الميكروفون و الجمهور و يتخيل أنه يتحدث لصديق أو قريب ، ثم يبدأ في الكتابة ، و عليه أن يستخدم كلمات يغلب عليها المودة و البساطة و يجب أن يهمل بالكلمات قبل كتابتها ، و أن يقرأ ما كتب بصوت عالي حتى يسمع بأذن مستمع فيستطيع أن يقرر المفردات المناسبة للجمهور ، و أضعف الإيمان أن يقرأ ما كتب بعينه و يتأمله جيداً و يلاحظ الفكرة الأساسية في النص . و لكن بأي لهجة يتم إذاعة النص؟ و الواقع أن الفصحى لا تناسب المستمعين الأميين و أنصاف المتعلمين ، لذا يفضل الأعتد على لغة إذاعية عامية أقرب ما يكون إلى الفصحى السليمة . و قد وضعت الإذاعات العربية قاموساً لنفسها يعتمد على اللغة الفصحى التي يفهمها الجميع و إن تخففت من الإعراب و تخلت عنه جزئياً .

الشروط الواجب توافرها في النص الإذاعي : تختلف أشكال النصوص الإذاعية و تتعدد فهناك الشكل

الدرامي التمثيلي ، و السردى و الحوارى بين شخصين أو أكثر ، و المسابقات ، و الغنائي ، و شكل المجلة أو الريبورتاج ، و قد يجمع البرنامج الواحد بين عدد من هذه الأشكال .

و تنقسم النصوص الإذاعية إلى كاملة و غير كاملة ، النص الكامل يعتمد على المؤلف أو الكاتب كليا بحيث يكتبه كاملا و لا مجال للمذيع أو المخرج أو الممثل في الحذف أو الإضافة أو التصرف ، أما النص الغير كامل فهو نص مفتوح يترك فيه الحرية للمذيع أو المخرج أو الممثل بالتصرف و هو بمثابة خطوط عريضة للعمل فقط و يصلح ذلك النوع في المقابلات و الندوات. و هناك مجموعة شروط عامة ايجب توافرها بالنص :

1. **تحديد الهدف و الجمهور :** بداية يجب أن يحدد الكاتب الهدف الذي يريد تحقيقه من تواصله مع الجمهور (توجيه ، إرشاد ، ترفيه ..) ، و نوعية هذا الجمهور (شباب ، نساء ، أطفال ..) ، و كلاهما يتحكم في شكل البرنامج و النص و مدة العرض . و قد أنتهت الدراسات إلى تحديد نوعيت الجمهور من حيث :

- النوع : جمهور خليط من أطفال و نساء و رجال في شتى مراحل العمر مختلفون في الأفكار و الآراء و الأمراض و العاهات .

- التعليم : شخص متوسط التعليم أو أمي أو عالم أو مجهول .

- الأهتمامات : ليس مضطر للأستماع أو المشاهدة ، له أهتمامات خاصة و عامة ، يريد أن نقدم له شيء يفيده و يمتعه و يتوقع في المادة المقدمة الصدق و الواقعية ، يشاهد في وسط أسري و لذا يرفض كل ما لا يتفق مع قيمه و تقاليد المجتمع و الأعراف السائدة ، لا يستمع إلا لما يتفق مع إداركه ، له ذكاء و قدرات و لا يستخف بعقله و ذوقه ، يحكم على العمل بنفسه لأنه يشاهد البرامج منفردا أو في جماعة صغيرة بعكس المسرح و السينما التي تتأثر بنفسية الجماهير ، لا يتأثر بالشهرة و لا يحفل بالصيت ، ينصب أهتمامه في البرامج الدارمية على المضمون و المشاركين في العمل ، له أهتمامات سياسية و فكرية و فنية متباينة .

- بيئة الإستقبال : فهناك من يتلقى المادة الإعلامية في حالة إسترخاء أسري داخل المنزل بعكس جمهور السينما الغير متجانس و الذي يبذل الجهد و المال ليشاهد الفيلم ، قد يتلقى المادة الإعلامية و هو غير منتبه أثناء أداء عمل منزلي أو مكتبي أو قيادة السيارة .

2. **التشويق و إثارة الأهتمام :** فلا بد أن يكون النص مشوقا سواء كان سياسيا أو ترويحيا أو دعائيا ، بحيث يحكي و يشرح و يصف بطريقة مسلية و مشوقة حتى يجذب إنتباه الجمهور ، و لا بد أن يتسم بذلك منذ السطور الأولى و تتطور وقائع النص لتصل إلى ذروة الموقف . و لا يعنى ذلك الأبهار الأجوف و العزف على الغرائز و أستنفارها ، كما أن الجودة لا تعني التعقيد ، فالسهولة و البساطة لا تعنى السطحية أو أهمال القيم الجمالية و الإبداعية و الفنية ، فأكثر الأعمال إبداعا تعالج المضمون بعمق في إطار من البساطة .

3. **الخضوع لعامل الوقت :** لا بد من مراعاة مدة عرض البرنامج و الألتزام بمواعيد ثابتة ، فالبرنامج يعرض في مواعيد ثابتة على مدار الأسبوع و يستغرق مدة محدودة و يتم تحديد عامل الوقت وفقا لطبيعة البرنامج و نوعه و هدفه و سياسة المحطة . و لذا يتحكم عامل الوقت في طريقة كتابة النص بحيث يتم صياغة الفكرة لتتناسب مع الوقت دون زيادة أو نقصان يخل بمدة عرض البرنامج .

4. **الخضوع للذوق و الأداب العامة :** فطبيعة الإذاعة (الراديو و التلفزيون) كوسائل تخاطب الأسر و تصل إلى المنزل تجعل من الواجب الألتزام بالأداب العامة و الذوق و الأخلاق و الأعراف السائدة في المجتمع ، فلا يجوز مثلا تقديم مواد الجنس و المقامرة و العري و العنف و التعرض بشكل محرف للأديان أو إزدرائها و المساس بمشاعر الأقلبيات أو أصحاب العاهات أو أي مهنة أو حرفة.

ثانيا الكاتب الإذاعي :

الكاتب الإذاعي : هو الشخص الذي يتخصص في كتابة النصوص للراديو أو التلفزيون . و غالبا ما يتخصص في لون واحد من ألوان الكتابة كتحرير الأخبار أو كتابة النصوص الدرامية أو إعداد البرامج المنوعة أو الكلامية ، و يمكن سرد أنواع الكاتب فيما يلي :

1. **الكاتب أو المؤلف :** و هو الأديب أو الفنان أو الصحفي الذي يكتب المادة الإبداعية .
2. **السيناريست :** هو كاتب النص السينمائي أو التلفزيوني و هو النص المتعلق ببرنامج أو فيلم أو تمثيلية ، حيث يقوم بإعادة كتابة النص بطريقة خاصة بحيث يمكن ترجمته بواسطة الكاميرا إلى لقطات و مشاهد تحكي قصة أو موضوع ، و قد يكون هو نفسه كاتب الموضوع (مؤلف القصة) .
3. **كاتب الحوار :** و هو يتولى تهيئة الحوار في القصة إذاعيا بحيث تعبر عن الموقف و الحدث و تكشف طبيعة الشخصية و أبعادها النفسية . و الحوار هو الألفاظ و الجمل المنطوقة المتبادلة بين الممثلون و التى تكشف الأحداث و المواقف و المعاني التى تتضمنها القصة . و قد يكون هو نفسه مؤلف القصة و السيناريست ، و لكن في الغالب يكون الكاتب شخص و يكون السيناريو و الحوار لشخص آخر حيث أن السيناريو و الحوار هما المعالجة الإذاعية للقصة حتى تصلح للثبث الإذاعي .
4. **المعد :** و هو الشخص المسؤول عن الإعداد الفني للبرنامج الإذاعي بحيث يتلاءم مع طبيعة الوسيلة (راديو أو تلفزيون) ، و يدخل في ذلك اختيار الموضوع و كتابة الحوار و الترتيب للمقابلات و الندوات و الأتصال بالأشخاص و إقناعهم بالمشاركة و متابعة كل الجوانب الفنية للبرنامج . و قد يكون هو نفسه المذيع و قد يكون شخص آخر .
5. **المحرر :** و هو الشخص المسؤول عن تحرير الأخبار ، بمعنى إعادة صياغتها لتتفق مع سياسة المحطة ، و يتضمن ذلك إضافة أو حذف أو تعديل جمل أو كلمات أو أرقام أو تواريخ . و قد يكون هو نفسه المذيع أو شخص آخر . و التحرير ليس عملا إبتكاريا فهو يعتمد على وجود نص مسبق يقوم بإعادة صياغته.

خصائصه : يتوقف نجاح الكاتب الإذاعي على عدد من الصفات هي :

1. **الموهبة الذاتية و الإستعداد الشخصي :** فالكاتب الإذاعي هو مبدع لابد أن يكون لديه إستعداد الفطري ، و لكن لابد أن يصقله بالعلم و التدريب و الممارسة و كثرة الإطلاع و القراءة و التخصص في أحد المجالات .
2. **فهم طبيعة الوسيلة و خواصها :** فالكاتب الإذاعي يجب أن يراعي طبيعة الوسيلة التى يكتب لها و قيودها ، فهو ليس كاتباً أدبيا و ليس محرر نشرة مطبوعة أو كتاب مدرسي أو مقال أدبي ، و لكنه يهتم بالعين و الأذن لذا ينبغي أن تكون كتاباته بمثابة تصوير للأفكار و المعلومات و الوقائع و المفاهيم .
3. **فهم طبيعة الجمهور خواصه :** الذي يكتب له بحيث يستطيع التأثير فيه من خلال النص .
4. **الثقافة التى تتصل بالعمل الإذاعي :** فيجب أن يكون ملم ببعض المعارف الأساسية و العلوم و الفنون التى تتعلق بالعمل الإذاعي كالدراما و الموسيقى و التذوق الفني و التمثيل و المدارس و النظريات الأدبية و الفنية

و الكتابة للأطفال و علم النفس و الكتابة للإعلانات التجارية ، و الإلمام ببحوث التسويق و علم النفس الاجتماعي و سيكولوجية الفرد و الجماعة ، و فنون الصحافة و وسائل الإعلام ، و النظريات إلخ .

5. **الثقافة العامة :** و هى ما يتصل بالسياسة و التاريخ و الأقتصاد و المجتمع ، و كلما كانت هذه الثقافة

موسوعية ، كلما ساعد الكاتب على النجاح في مهمته ، فهي تثري رصيده من الأفكار و المعلومات .

6. **معايشة الواقع :** فالكاتب لابد أن يكون جزءا من البيئة و المجتمع بحيث يدرك قضاياها و مشاكله و يكون

قادر على تفسير مواقف الناس ، و ذلك يمنح الكاتب أفكارا و شخصيات لا حصر لها ، و من ثم تعينه على تأمل سلوك الناس .

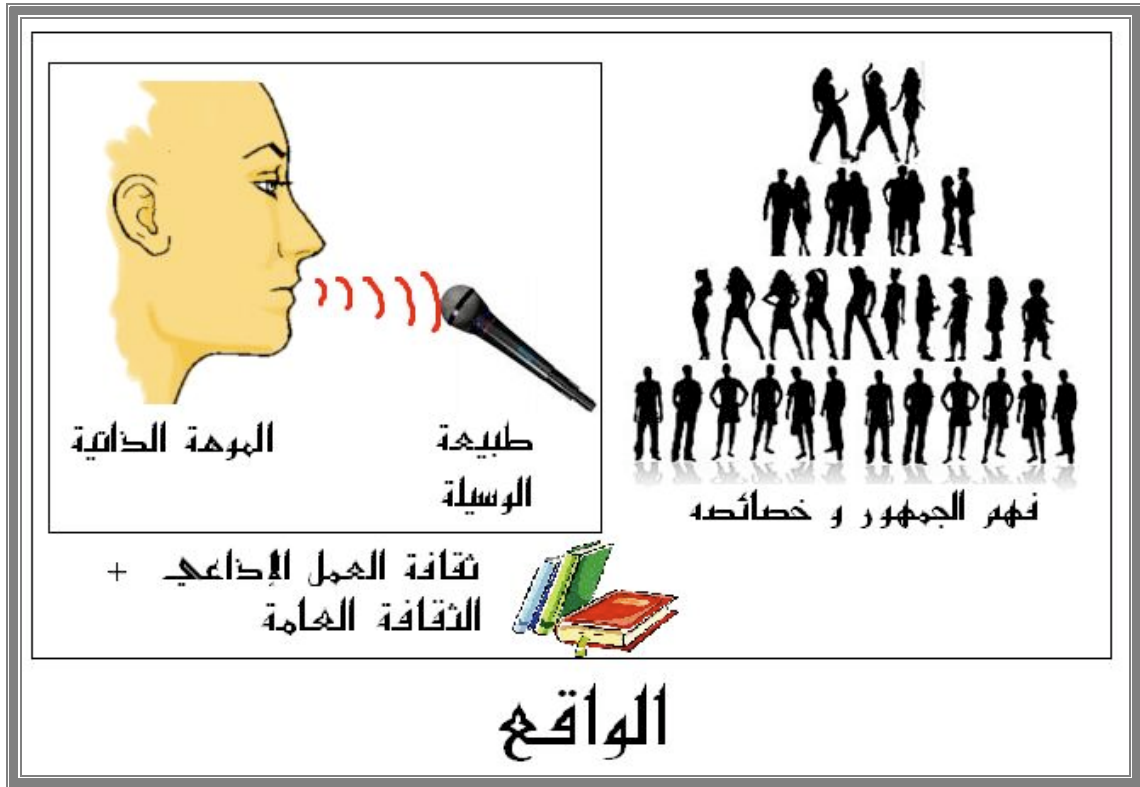
7. **المرونة و القدرة على مواجهة المفاجآت :** فالعمل الإذاعي يخضع لكثير من المفاجآت و الظروف المتغيرة

، فقد يحدث طارئ فلا يحضر أحد الضيوف إلى البرنامج أو أحد الممثلين للتصوير ، و قد يتعذر الحصول

على تصريح من السلطات للتصوير ، لذا يجب على الكاتب أن يتحلى بالمرونة لمواجهة مثل هذه المواقف

بل و تحمل التوترات التى تحدث ، و العمل تحت ضغط الوقت و مواعيد التصوير و النقل الخارجي و حتى

داخل الإستديوهات و البث المباشر إلخ ، مع ضرورة الإلتزام بمواعيد البرامج و البث .



5. لغة الأخبار في الراديو و التليفزيون **

عوامل نجاح الخبر الإذاعي : (الدقة | السرعة | الوضوح | الموضوعية)

- **الدقة :** و ذلك يتطلب اللجوء إلى أكثر من مصدر للتحقق من صحة الخبر و الأرقام و الأسماء و الأحداث ، و قد يأتي الخطأ من الاستعجال في إذاعة الخبر دون التحقق من صحته ، و في العموم كلما تحررنا الدقة كلما كنا أقرب إلى المصدقية .
- **السرعة :** فالخبر يعد سلعة سريعة التلف ، فإذا لم يذاع وقت حدوثه فقد أهميته ، و لكن يجب تحري الدقة حتى لا نقع في فخ الأخطاء التي تضيع مصداقية الخبر و القناة .
- **الوضوح :** لا بد أن يصاغ الخبر بوضوح بحيث تصل الرسالة مباشرة و بأقل جهد للمستمع و المشاهد ، و هنا يقع على عاتق المحرر مسؤولية تحرير الخبر بوضوح ، فيجب عليه أن يفهم الخبر و يكون نصب عينيه أثناء التحرير أن هدفه الرئيسي هو إعلام الجمهور بسرعة عن الخبر .
- **الموضوعية :** بمعنى نقل الحقيقة مجردة من وجهات النظر و الآراء و الاتجاهات .

أساسيات كتابة الأخبار الإذاعية : (الأختصار | البساطة | الفورية | الأسماء | المصادر)

تبدأ القصة بتجميع الأخبار و اختيار ما يصلح منها للبت و توزيعها على المحررين و هذه هي مهمة رئيس التحرير ، ثم يأتي دور المحررين بإعادة تحرير الخبر ، و هؤلاء متخصصين في مجالات شتى كالسياسة و الاقتصاد و الرياضة إلخ . و ينبغي على هؤلاء المحررين مراعاة 5 اعتبارات أو أسس في تحرير الخبر هي :

□ **أولا الأختصار و الإيجاز :** حيث يجب تقسيم الجملة الطويلة إلى **جمل قصيرة** حتى يستطيع المزيغ تنظيم نفسه و يقرأها بسهولة ، و في نفس الوقت تكون يسهل على المشاهد و المستمع إستيعابها بسرعة . كما يجب **تجنب التطويل** فكثرة الأرقام و الأحصاءات و التواريخ تشتت الذهن و لا يستطيع متابعتها إلا المتخصص فقط ، بالإضافة إلى احتمال الخطأ فيها أثناء الإعادة ، و لذا يفضل تقريب الأرقام إلى عقود مثال: لا نقول 44989 بل نقول حوالي 45 ألف ، لا نقول في عام 1965 بل نقول في الستينات من القرن العشرين .

□ **ثانيا البساطة و الوضوح :** **إستخدام لغة مباشرة :** تجنب الجمل الإستهلاكية الطويلة مثل (في خطابه بمناسبة أحتفالات عيد العمال التي أقيمت في شبرا الخيمة أمس ، أعلن الرئيس حسني مبارك صرف منحة عيد العمال) ، و كذلك تجنب الجمل الإعتراضية مثل (أعلن ياسر عرفات رئيس منظمة التحرير الفلسطينية ، في خطابه الذي ألقاه أمس في أفتتاح إجتماعات المجلس الوطني الفلسطيني الجزائري بالجزائر ، إعلان الدولة الفلسطينية المستقلة) ، و أخيرا تجنب إستخدام الصفات و الظروف و ضمير الغائب بمعنى أن يكون الفاعل قريب من الفعل و يجب ذكر الأسماء ، **تجنب الغموض** في الكلمات التي تحتمل أكثر من معنى أو الكلمات المعجمية الغير متداولة و الصعبة الفهم أو المصطلحات الفنية التي لا يفهمها إلا المتخصصين .

□ **ثالثا الفورية :** بداية يجب أن يلتزم المعد بترتيب النشرة من الأخبار الأحدث إلى الأخبار الأقدم ، ثم يجب استخدام صيغ المضارع والحالية قد الأماكن مثل (الآن ، وقت إعداد النشرة ، منذ قليل ، لا تزال ...).

□ **رابعا كتابة الأسماء :**

1. **تكرار الأسماء :** يجب عدم المبالغة في الإسماء فكثرتها تشتت التركيز عن مضمون الحدث و من ثم يجب ألا يذكر الإسم إلا إذا كان له أهمية في الأحداث .
2. **الأسماء الصعبة :** يجب حذف الأسماء الصعبة الغير معروفة للجمهور و غير ذات الأهمية مثل : (استقبل وزير الخارجية المصري أحمد ماهر السيد كوسينوتيران سفير الإكوادور لبحث العلاقات ...)
3. **الأسماء الأجنبية :** يجب أن تكتب بحروف صوتية و بالإنجليزية حتى يسهل على المزيغ نطقها .
4. **الأسماء و المناصب :** يجب ذكر المنصب أو الوظيفة قبل الأسم بأعتبار أنه الأساس في الحدث ، مع إستثناء بعض الأسماء اللامعة جدا في العالم .
5. **التوحيد :** بمعنى ضرورة الأتفاق بين المحررين على توحيد طريقة كتابة و نطق الألفاظ الأجنبية ، و التأكد من صحة الأسم فمثلا يجب الأتفاق على إسم سكرتير الأمم المتحدة (كوفي عنان ، أو كوفي أنان)

□ **خامسا ذكر المصادر : الترتيب :** يفضل ذكر المصدر في البداية قبل الخبر ، إلا في بعض الأحوال حيث

يكون الحدث أكبر و أهم من ذكر المصدر و في هذه الحالة يتأخر ذكر المصدر مثل خبر عن أنقلاب عسكري في أحد البلاد فالخبر أهم من المصدر . **الأهمية :** ترجع الأهمية في ذكر المصدر إلى :

- **الموضوعات الخلافية :** فالموضوعات التى تتشابه فيها الأراء و وجهات النظر يفضل ذكر المصدر ضمانا للحيادية حتى لا يفهم المتلقي أن ذلك رأي القناة أو المزيغ و إنما هو رأي المصدر ، مع ضرورة توخي الحذر في الأمور التى فيها تجريح فلا يجب الخوض فيها لأن ذلك لن يعفي المؤسسة الإعلامية من المسؤولية القضائية حتى و إن نسبة الخبر لمصدره .
- **المسؤولية القانونية :** بعض الأخبار قد يكون لها تأثير في الحياة كقضية طلعت مصطفى و تأثيرها على البورصة بأرتفاع أو أنخفاض أسهم مجموعته ، و لذا يجب ذكر المصدر حتى تحمي المؤسسة الإعلامية نفسها من أي مساءلة قانونية في حالة وجود خطأ في الخبر .
- **إضفاء القوة و الأهمية :** فأحيانا ذكر المصدر يضيف القوة للخبر و يؤكد على مصداقيته .

كتابة الأخبار الإذاعية :

1. **الجملة الأفتتاحية (المقدمة) :** تعتبر المقدمة الجيدة هى مفتاح الخبر الجيد لذا يجب ان تكون قصيرة و

جذابة و تشد الأنتباه ، و تستخدم الإذاعة أسلوب الهرم المقلوب بمعنى كتابة أكثر عناصر الخبر أهمية في البداية ثم تتدرج العناصر الأخرى حسب أهميتها لتصل إلى رأس الهرم (بداية القصة) ، و يفيد ذلك الأسلوب في سرعة تزويد الجمهور بأهم الأحداث و إمكانية قطع الخبر في أي لحظة للانتقال إلى أخبار أخرى . و فيما يلي أهم قواعد إعداد المقدمة :

- التركيز : فيجب أن تكون مركزة و موجزة و تجيب على أحد الأسئلة : ماذا ، متى ، أين ، لماذا ، كيف ؟ ، و يجب تجنب ذكر الآراء في المقدمة .
- القصر : كلما كانت المقدمة قصيرة كلما كانت ناجحة ، فيجب ألا تزيد المقدمة عن جملتين .
- الحيوية : يجب جذب المستمع بالأسلوب الرشيق المتسم بالحيوية و الجاذبية .
- 2. **جسم الخبر :** و فيه يتم سرد القصة الخبرية و تطوراتها ، و إذا لم تكن هناك تفاصيل كثيرة فقد يعطى وقت أطول للمقدمة .
- 3. **الجملة الختامية :** حتى نحتفظ بالمتلقي لآخر وقت يجب أبتكار خاتمة تجعله منتظر للنهاية ، و لذا قد تحتوي الخاتمة على معلومات جديدة أو تشير إلى متابعة بقية النشرة لمعرفة آخر الأخبار .
- 4. **العرض :** درجت معظم الإذاعات على صياغة الأنباء الموجزة بجمل إسمية ، و التفاصيل تبدأ بجمل فعلية . و قد تلجأ في نهاية النشرة إلى التذكير بأهم العناوين و بنفس الصياغة و الترتيب الذي جاءت به في بداية النشرة ، و هذا يتيح للذين لم يشاهدوا النشرة من أولها أن يكونوا على دراية بأخر الأخبار .

تقديم النشرة الإذاعية : (الصوت| القصة | الميكروفون | الجمهور | الوضوح)

لا شك أن الأنطباع الذي يتولد لدى الجمهور تجاه النشرة يأتي من الصياغة و الإعداد الجيد (و قد تحدثنا عنها في السطور السابقة) و من ميكانيكية التقديم (موضوع الحديث في السطور التالية) . يشعر المشاهد و المستمع و كأنه دعا المزيع إلى منزله ، و لذا يجب أن يراعى المزيع الأدب دون تكلف أو رسميات ، و يسمى مزيع الأخبار Newsreader - Newscaster و يقع على عاتقه نجاح النشرة ، و **يجب أن يتحلى مزيع الراديو :**

1. **التعبير الصوتي الجيد :** لا يفترض أن يكون صوت المزيع جميلا ، و لكنه يجب أن يكون معبرا ، فالتحكم في طبقات الصوت و حسن الأداء و معدل متوسط لسرعة الأداء و التعبير يضفي الجاذبية على النص و يجذب المتلقي ، و على النقيض فالقشل في التعبير و توضيح مخارج الحروف و الفصل بين الجمل يؤدي إلى الأشمزاز و النفور .
2. **التألف مع القصة الخبرية :** إن الجماهير تولى ثقة أكبر للمزيع الذي يكون مستوعبا للنص و متعايشا معه ، لذا ينصح الخبراء بضرورة أن يشارك المزيع في تحرير النص أو يحرره بنفسه لأن ذلك سيعطيه الفرصة للأطلاع على موضوعات النشرة و تفاصيل الأخبار و تحرير الأخبار بما يتناسب مع طريقته الشخصية في الألقاء و الأداء ، و أضعف الأيمان أنه إذا لم يكن المحرر فعليه أن يطلع على النشرة قبل البث بوقت كافي حتى يكون مستوعبا لما سيقدم ، و من الأخطاء الفادحة التي يقع فيها بعض المزيعين أنهم يدخلون إلى النشرة دون الأطلاع على محتوى الأخبار ، بل و أحيانا تصله الأخبار و هو أمام الميكروفون فيقرأها مباشرة ، و من الأخطاء الشائعة أيضا أن يقدم المزيع بعض الأخبار بطريقة أداء الواجب دون إكترات .
3. **فهم طبيعة التعامل مع الميكروفون و الاستوديو :** يجب على الزيع أن يعرف كيف يتعامل مع هذا الجهاز و من التعليمات الواجب مراعاتها أنه يجب على المزيع أن يجلس بوضعية تمكنه من :

- رؤية مهندس الصوت في غرفة المراقبة : حيث يجب الأمام بالأشارات المتفق عليها مع مدير الأستوديو و المهندس الصوت .

- رؤية ساعة التوقيت : حيث يجب مراعاة الوقت و مراقبة ساعة التوقيت حتى لا يفاجأ بآنتهاء الوقت .
- التحكم في الميكروفون : حيث يجب مراعاة أن أي صوت أو حركة تصدر أمامه سوف تجد طريقها للمكروفون مثل تقليب الأوراق ، مما قد يحدث تشويش لدى الجمهور ، و ذلك يعيب النشرة .
- تنظيم عملية التنفس : أثناء قراءة النشرة و ألا يفتح المزيع فمه بطريقة تظهر أنفراج الشفتين في كل مرة يبدأ فيها الكلام لأن ذلك يعيب المذيع .
- و قد يضطر المزيع إلى تلقي بعض الأخبار و هو على الهواء لذا يجب أن يتعامل معها بثقة دون إرتباك
- 4. **القبول الجماهيري :** المزيع كبقية زملائه العاملين في الإذاعة مهمتهم جميعا توصيل المعلومات و الأفكار و الأحاسيس للمستمع بأكبر قدر من الفعالية و التأثير .
- 5. **البساطة و الوضوح :** يجب على المزيع أن يكون موضوعيا و صادقا و أميناً و دقيقاً حتى ينجح في مهمته الرئيسية و هى إعلام الجماهير ، بأختصار يجب أن يكون واضح و بسيط حيث أنه يتعامل مع جماهير متنوعة من حيث الثقافة و المستوى التعليمي و لكي يصل لكل هذه القطاعات المتنوعة يجب ألا يخطئ و لا يلحن . و من الأخطاء الشائعة أن بعض المزيعين يلغون الأخبار بطريقة عصبية متشنجة ظنا منهم بأن ذلك يعطي النشرة أهمية أكبر و الواقع أن ذلك صار الآن مجالا لسخرية و تهكم الجمهور ، خاصة و أن النشرة ليست بضرورة تحمل أنباء للحروب و الدمار ، فقد تحمل أخبار سارة ، و حتى الأخبار الجادة و الخطيرة فإن بساطة المزيع في تقديمها تهدئ من روع المشاهد و تقلل من حدة الخبر .

تقديم النشرة التليفزيونية :

لقد تطورت الشبكات الإذاعية لتدخل مجال التليفزيون و قد حدث ذلك في الولايات المتحدة مثل شبكات CBS و NBC و ABC ، و الأمر نفسه حدث في كثير من البلاد النامية حيث لا مفر من الأعتدال على الإذاعيين فهم أقرب الكوادر التى يمكنها القيام بذلك العبء ، لذا نجد أن أغلب العاملين في التليفزيون قد تلقوا تدريباتهم في البداية في الإذاعة أو كانوا يعملون كإذاعيين ، و من ثم فإن جميع المبادئ الخاصة بالراديو تنسحب على العمل في التليفزيون . و مع ذلك نجد بعض الأختلافات بين النشرة في الراديو و التليفزيون ، فنشرة الراديو مدتها 10 دقائق و تعتمد على الصوت فقط بينما في التليفزيون تمتد لنصف ساعة و يدخل فيها عنصر الصورة المتحركة و هذا يتطلب مهارات إضافية في الإعداد و الإنتاج يمكن إجمالها في :

□ **أختيار اللقطات :** فالأساس أن الفيلم يتحدث عن نفسه ، فكلما تم أختيار اللقطات بعناية كلما كانت معبرة عن المضمون ، و هناك أعتبرات مهمة يجب مراعاتها في أختيار اللقطات :

1. **الحركة Action Shots :** التليفزيون وسيلة درامية تعتمد على الحركة ، لذا يجب على المعد أن يهتم بأختيار الصور التى فيها حركة و التى تعبر عن مضمون الخبر ، فصورة ألسنة اللهب وحدها لا تكفي فيجب أضافة صور لرجال الأطفال و هم يحاولون إخماد النار ، و صورة المتهم في قفص الإتهام وحدها لا تكفي بل يجب إضافة صور للمحاميين و هم يتحدثون إليه و القضاة يتشاورون و إنفعالات الجمهور في قاعة المحكمة و هكذا. مع مراعاة الإعتدال في ذلك ، فالتليفزيونات الغربية يعاب عليها كثرة إستخدام صور الحركة حتى صارت النشرة عندهم مزدحمة بالحركة و العنف لدرجة أن

المظاهرة السلمية لا يتم التركيز فيها إلا على الجوانب السلبية كبعث الإشتباكات الجانبية بين المتظاهرين و الشرطة أو صور لمتظاهرين يقومون بإنفعالات أو ذوي مظاهر شاذة و مبالغ فيها ، و مثل هذه المبالغت في الحركة قد تضر بمصمون الخبر و يترك تأثيرا سلبيا و توترا لدى المشاهد .

2. **النقاط التكميلية Cover Shots :** لقطات الحركة تشير إلى صلب الحدث ، و لكن لأستكمال الصورة العامة لابد من إضافة صور إضافية توضح الملامح الأساسية للقضية و أطراف الصراع و الزمان و المكان و الظروف و البيئة المحيطة و لقطات تمهيدية للدخول إلى لقطات الحركة التي هي صلب الموضوع . فمثلا في حالة المظاهرة السلمية السابق الإشارة إليها يجب إضافة لقطات تكميلية كرجال الشرطة و عرباتهم و اللافتات و الشوارع التي تحدث فيها المظاهرة و مسارها و المباني من حولها و يفضل اللقطات الواسعة لتبين موقع الحدث ثم صور تمهيدية أقرب للمظاهرة و المتظاهرين .

3. **لقطات رد الفعل Reaction shots :** ينبغي إضافة رد الفعل حتى تكتمل صورة الحدث فتعبيرات الوجوه هي أفضل مرآة لنقل المعاني و أفضل لقطات لرد الفعل مؤثرة يمكن أن تأخذها من كبار السن و الأطفال . فمثلا إضافة صور لردود أفعال متباينة للجمهور عقب النطق بالحكم في أحد القضايا ، أو إضافة صور للإسعاف و الشرطة في موقع التصادم للإشارة إلى بشاعة الحادث إلخ.

4. **تسلسل اللقطات Sequence :** ينبغي التزام المنطقية في ترتيب الأحداث ، فيجب إضافة صور عامة واسعة حتى يرى المشاهد المشهد العام للحدث ثم صور أقرب فأقرب لننتقل إلى التفاصيل . فمثلا نأخذ صورة واسعة للجامعة Long Shot و هي لقطات تمهيدية Establishing shot ثم نقرب أكثر

Long Shot	مبنى يحترق وسيارة إطفاء	باللقطات المتوسطة Medium Shots للتركيز
Medium Shot	رجال الإطفاء وهم يكافحون الحريق	على قاعة الإحتفالات ثم أخيرا المشاهد القريبة
Close Up	قائد المطافي وهو يلقي أوامره	للشخصيات الرئيسية Close up و التي تشير
Long Shot	عدد من الناجين بملابس النوم	للحدث ككلمة رئيس الجامعة أو إعلان حصول
Close Up	وجه أحد الناجين يبدو عليه الفزع	الطالب على الدكتوراة إلخ . المثال الذي في
Medium Shot	جثث مغطاة بورق الصحف	الإطار يشير إلى إمكانية استخدام الصور لتعبر
Close Up	أقارب الضحايا بصرخون	عن الأحداث بدون تعليق صوتي . و القاعدة أن
Medium Shot	رجال الإسعاف يحملون الجثث بعيداً	التعليق يقلل من قيمة الفيلم ، بل ذهب البعض
Long Shot	الدخان يتصاعد من المبنى بعد إخماد اللهب	إلى أن التعليق يعنى أن الفيلم فشل في تقديم
Close Up	رجال الإطفاء يستعدون للرحيل	القصة الإخبارية بطريقة مفهومة و مقنعة .

5. **اللقطات الصوتية Sound Bites :** و هي الأحاديث القصيرة و مقتطفات من تصريحات المسؤولين و آراء الخبراء و التعليقات الشخصية التي تضاف إلى الفيلم ، أما آراء الجمهور (الشهود العيان) فيطلق عليها VOX POPX ، و كل هؤلاء يقدمون معلومات ذات أهمية لتوضيح زوايا الحدث المختلفة ، و مدة العرض لا تتجاوز 25 ثانية و تستخدم فيها كاميرا واحدة تكون خلف المراسل الصحفي موجهة مباشرة لوجة المسؤول Close Up بحيث يحتل الصدارة في الكادر على بعد مناسب لبيان أهمية ما يقول ، أما اختيار بروفيل (جانب واحد) للمسؤول فهو أمر غير مستحب ، كذلك لا داعي لظهور

المراسل و هو يمسك الميكروفون ، و لكن محطات التلفزيون تصر على ظهور مراسلها بمايك و لوجو الشركة لإثبات تواجدها في الحدث .

6. **اللقطات الوسيطة Cut Away :** حتى نتجنب القفز من مشهد لآخر نلجأ أحيانا إلى اللقطات الوسيطة

التي تفصل بين مشهدين لثواني قليلة مثلا على ذلك ان أحد المسؤولين يظهر بملابس مختلفة تارة في المطار و تارة في قاعة إجتماعات و ليس لدينا غير هذين المشهدين لذا نلجأ للقطات وسيطة تفصل بين صورة المسؤول في المطار و صورته في قاعة الإجتماعات كصورة عامة لسيارات دبلوماسية أو مشهد خارجي للقصر الجمهوري . و اللقطات الوسيطة لها نوعان :

- **اللقطات العكسية Reserve :** و هي اللقطات التي تأخذ للمراسل أو المزيغ في اللقاءات التي تتم ، و كما قلنا سابقا أنه لا يوجد في الـ Sound Bite غير كاميرا واحدة موجهة للمسؤول ، فإنه بعد أخذ اللقاء يتم تسجيل أسئلة المراسل منفصلة ثم يتم إقحامها أثناء عملية المونتاج مع إجابات المسؤول كلقطات وسيطة تم تسجيلها بأثر رجعي أو بشكل عكسي . و يجب أن نلفت الانتباه هنا إلى أن بعض المراسلين يقوم بإعادة صياغة السؤال بطريقة توحى بأن إجابة المسؤول تعني شئ آخر خاصة إذا غير في الترتيب الأسئلة و الإجابات أو حذف بعض الجمل ، بهدف إعطاء مزيد من الإثارة لكن هذا شئ غير أخلاقي ، و الأمانة تقتضي وضع الحدث و الأسئلة و الأجوبة كما هي دون أي تغيير .

- **اللقطات الصامتة Video only :** و هي الإيماءات أو مشاهد لبعض الحاضرين ، و على المراسل أن يتأكد من أن المصور قد أخذ عدة لقطات لإيماءاته و لصور عامة عن الحدث ممكن إدراجها كلقطات وسيطة ، و اللقطات الصامتة هذه قد تحمل بعض الإيماءات ذات العلاقة بالموضوع مثل الحديث عن أزمة بإحدى السلع التموينية يمكن أخذ صور صامتة وسيطة للمواطنين يتدافعون لشراء هذه السلعة و هذا يساعد في إبراز المشكلة أكثر .

7. **اللقطات التقريرية Stand Up :** و فيها يظهر المراسل واقفا أمام الشاشة في مكان الحدث يدلي

بتقريره عن بعض الجوانب الخاصة بالحدث ، و يجب على المراسل أن يحفظ غيبا ما يريد أن يقول أو يرتجله أمام الكاميرا لذا يقوم المراسلين بتسجيل عدة لقطات تقريرية ليختار الأصلح من بينها ليتناسب مع النص الذي سيكتبه و مع رأي الإدارة حتى يضمن إذاعة التقرير الذي قام بإعداده ، أما بقية القصة فسوف يتم كتابتها عندما يعود المراسل إلى مكتبه ، و هي تشبه في الراديو التقارير الوصفية أو التحليلية . و اللقطات التقريرية مفيدة في إثبات تواجد المحطة في قلب الحدث .

و اللقطات التقريرية يجب أن تتسم بالبساطة لذا فإن مدة عرضها تتراوح ما بين 20 – 30 ثانية فقط ، و لا تزيد إلا في حالات قليلة عندما يكون الحدث معقد و يحتاج إلى شرح و تفسير بشكل وافي .

المراسل هنا يشبه المزيغ ، و يسمح له أن يتكلم بصيغة المفرد ، و نظرا لأن ظهوره في حد ذاته ليس عنصرا في الحدث فإنه يجب أن يختار الخلفية بعناية لتتلاءم مع الحدث فإذا كان الحديث عن مؤتمر لا بد أن يظهر في الخلفية قاعة المؤتمرات ، و يستخدم الزووم بكثرة إذا كان الحديث عن مظاهرة حيث يبدأ بلقطة نصفية Medium Shot ثم تتسع اللقطة بالتدريج Zoom out لتظهر صورة المتظاهرين في الخلفية أو العكس من صورة واسعة Long Shot ثم تضيق Zoom in ليبدأ المراسل في الظهور حتى يشغل مركز الصدارة في الكدر . و هي 3 أنواع :

- **الأفتتاحية Opener** : و هي لقطات تبدأ بها القصة الإخبارية و تستخدم في التحليلات الإقتصادية و السياسية و الإذاعة الحية حيث يصعب فيها الحصول على أفلام جيدة ، و هي فيدة لأنها تثبت تواجد القناة في قلب الحدث ، و في غير تلك الحالات لا يحبذ إستخدامها .
- **لقطات الربط Bridges** : و هي تستخدم في منتصف القصة الإخبارية كنوع من الربط بين أجزائها و الإنتقال من جزء لآخر ، و هذا النوع نادر الإستعمال لأنه من الصعوبة إعدادها بطريقة مناسبة بحيث تأتي منسجمة مع بقية التقرير الذي يكتب لاحقا . و أنجح لقطات الربط هي التي يشرح فيها المراسل شئى له علاقة بالخبر مثل الطريقة التي نفذ بها الإرهابيون عملية تهريب السلاح للطائرة ، أو كيف سرق اللصوص ملفات القضايا من إحدى المحاكم .
- **الختامية Closes** : و تظهر في نهاية القصة و تحمل إضافة جديدة للخبر ، كحقيقة جديدة أو رأي يتعلق بموضوع خلافي .

□ **الإعداد النهائي للخبر** : تتراوح مدة الخبر التلفزيوني ما بين 1:30 إلى 2:00 ، و تتسم عملية الإعداد

النهائي للخبر بدرجة كبيرة من التعقيد ، فهناك طريقتين : **الطريقة الأولى** أن يبدأ الصحفي في كتابة الخبر ثم يتم اختيار اللقطات التي تتناسب مع الجمل التي كتبها و في هذه الحالة سواء كان المراسل هو من يكتب الخبر أو شخص آخر فلا بد أن يكون على دراية بالصور المتاحة التي سوف يتم إستخدامها في التقرير ، و **الطريقة الثانية** أن يتم عمل الـ Editing للصور لتكون القصة الصامتة و بعدها يبدأ الصحفي في كتابة التقرير ليتناسب مع الصور . و في الحالتين لا بد من أن يتم التطابق بين الصور و الكلام حتى لا تحكي الصور شئى و الحديث يذهب في إتجاه آخر ، فالإنسجام بينهما أمر ضروري .

و ينبغي أن نشير إلى أن **المقطع Cut** يتكون من عدة لقطات Shots من زوايا مختلفة و مدة المقطع لا تزيد عن 12 ثانية ، و الفيلم الأخباري يتكون من 3 مقاطع على الأقل ، و كل مقطع يحمل أفكار و معلومات محددة ، و كلما زادت التفاصيل في الكدر كلما تطلب ذلك زيادة مدة المقطع فالفقرة التي تعرض شخصين تزيد عن التي تعرض شخص و اللقطات البعيدة تزيد عن القريبة و المتحركة تزيد عن الثابتة ، و يمكن إضافة إعتبرات أخرى كأن يكون المقطع يحتوي على تعليق طويل أو معلومات هامة و كثيرة تتطلب طول فترة العرض ، بالإضافة إلى أن اللقطات التي تحتوى على لوحات و لافتات يجب أن تأخذ وقت طويل يسمح للمشاهد بقراءتها ، و هناك 3 قواعد في عملية إعداد مقاطع الفيلم :

1. **ترتيب عرض المقاطع Order** : بداية يجب أن نشير إلى أن المقطع إذا كان مزدحم بالصور صار الأمر مربك للعين و إذا كان طويل جدا فإنه يبعث على الملل ، لذا ينصح بأن تكون المقاطع متناسبة تماما مع نفس ترتيب الجمل التي يصيغها الصحفي و التي يجب أن تكون قصيرة .
- و القاعدة 1 في الترتيب تقول أنه يجب أن تتناول الموضوع الواحد في المكان الواحد فلا داعي لبعثرة صور رجال الشرطة على طول الفيلم الإخباري و إنما يكتفى بتجميعها معا في مقطع واحد . **القاعدة 2** إما أن تبدأ بلقطات تمهيدية ناعمة تستدرج المشاهد فلا تفاجئه بالحدث أو أن تبدأ باللقطات الأهم كمنظر الضحايا أو التشابك في المظاهرة بهدف جذب الإنتباه . و اختيار أحد الطريقتين يعتمد على المناخ العام السائد في البلد في هذه الفترة ، فالأسلوب الأول يصلح مع المناخ الرتيب و الأسلوب الثاني يصلح في مناخ النشاط . **القاعدة 3** هي الترتيب المنطقي للأحداث كما حدثت مع التركيز على أهمية الحدث و أثره

2. **الأستمرارية البصرية Visual Continuity** : أحيانا نرى الوزير في أحد المقاطع يلبس نظارة ثم في مقطع آخر لا يلبسها ، و لا مانع إذا كان بين المقطعين مقطع أو مشهد فاصل ، لكن إذا كان المقطعين متلاصقين فإن الأمر سيثير تساؤل المشاهد و سيفسد الأستمرارية و الأنسابية في عرض الفيلم . مثلا آخر لو سيارة تسير في أحد المقاطع لا ينبغي أن تبدأ المقطع التالي و السيارة متوقفة و للخروج من هذا المأزق نترك السيارة في المقطع الأول تخرج من الكدر تماما حتى يمكننا أن نعرضها في المقطع التالي و هى متوقفة أو أن نلجأ للقطات وسيطة .
3. **عدم الإستهانة بعقل المشاهد** : فكثيرا ما تحدث أخطاء واهية و يتم تداركها بإهمال ظنا من المعد بأن الأمر سيفوت على المشاهد ، و لكن من المشاهدين من يتمتع بعين ناقدة و زكاء ، أضف إلى ذلك أن عيون منافسيك تراك ، و الجمهور في مجمله هو الحكم النهائي على ما تقدم من عمل .

6. لغة الصحافة **

موقع اللغة الصحفية موقعها بين أنواع النثر و خصائصها :

- **موقعها في النثر :** عرف العلماء النثر بأنه الكلام المرسل من قيود الوزن و القافية ، و قد قسموه إلى :
 - نثر **عادي** : كلام الناس الذي يخلو من الزخرفة و يقصدون به التعبير عن حاجاتهم .
 - نثر **علمي** : أكاديمي تصاغ به الحقائق العلمية .
 - نثر **فني (أدبي)** : و هو النثر الأدبي ، و هو يحمل فنون اللغة و يستخدم في التعبير عن ومضات العقل و المشاعر بإستخدام ألفاظ و تراكيب فنية تلعب على أوتار المشاعر .
 - نثر **علمي** : و هو النثر الصحفي ، و هو يقف بين النثر الفني (الأدبي) و النثر العادي (كلام الناس) ، بمعنى أنه يعيد صياغة كلام الناس التي ألفوها و لكن بصياغة أدبية صحيحة تتسم بالبساطة و المباشرة ، حتى أن البعض يسمونه بالأدب العاجل .

□ **خصائص لغة الصحافة :** (البساطة | سلامة اللغة | مرآة تعكس الواقع و تطور الكتابة)

- **البساطة و الدقة :** فالبساطة تعنى أنها تعبر عن الموضوعات بلغة سهلة يألفها الناس خالية من التعقيدات اللغوية و دون الأنزلاق إلى إستخدام العامية ، و الدقة تعني الوصول للموضوع من أقصر طريق دون الإنزلاق إلى متاهات الثرثرة .
- **سلامة اللغة :** بمعنى مراعاة القواعد و أصول اللغة السليمة كالإملاء و النحو و الصرف و حسن إستخدام علامات الترقيم ، و إستخدام الأفعال المبنيّة للمعلوم و الجمل القصيرة ، و البعد عن الجمل المعقدة و المركبة و الاعتراضية ، و البعد أيضا عن المصطلحات الغامضة التي تربك القارئ .
- **مرآة تعكس الواقع و تطور أساليب الكتابة العربية :** فهي تشير إلى الواقع الإجتماعي و الحضاري و اللغوي الذي يعيشه المجتمع فمثلا لغة الوقائع المصرية تشعر القارئ بأن القائمين عليها من الأعاجم و لغة الصحافة في الثورة العراقية تعتمد على الالفاظ الطنانة و الرنانة التي تلهب الشعور و تثير العواطف . كما تشير إلى تطور حركة التطور الإجتماعي و الأدبي و اللغوي فصحافة القرن الـ 19 تعتمد على ركافة اللغة و إستخدام المحسنات ثم تطور الأمر في القرن العشرين إلى الأسلوب البسيط الواضح المنطقي ، كذلك نجد أنه خلال النصف الأول من القرن العشرين ظهرت المجالات الأدبية و الثقافية التي أثرت اللغة و الأدب و قد أدت إلى نهضة أدبية و لغوية في الوطن العربي ، و في النصف الثاني من القرن العشرين صارت لغة الخبر تعتمد على الجمل القصيرة كما في أخبار اليوم الأسبوعية .

و يلتزم الصحفيين بهذه الخصائص في كتاباتهم لأنها توفر لهم : السرعة التي تتناسب مع واقع الحياة اليومي حيث لا يجد الصحفي متسع من الوقت لتنميق النص بأسلوب أدبي فخم ، لذا يكتفي بصياغة الأخبار بلغة قوية و سهلة في نفس الوقت ، كما توفر لهم سهولة التواصل مع الجمهور فكثير من القراء يريدون أن تقدم لهم الأخبار بأسلوب سهل يخلو من التعمق بالإضافة إلى أن الغالبية من المثقفين لا يفهمون الأسلوب الغامض .

أركان البناء في لغة الصحافة :

□ الركن الأول : التحرير الصحفي كأحد إنعكاسات اللغة الصحفية :

يعتبر التحرير الصحفي هو العنصر الأساسي في المزيج الإبداعي الصحفي ، يمكن بعد ذلك أن تضيف إلى ذلك المزيج عدة مكونات كالتصوير الصحفي و الرسوم و الإعلان و الإخراج الصحفي . و يمكن تعريف التحرير الصحفي بأنه عملية تحويل الوقائع و الأحداث و الأفكار من إطار ذهني إلى لغة مكتوبة مفهومة للقارئ العادي ، تبعد عن المصطلحات العلمية التي لا يفهما غير المتخصصين و كذلك تبعد عن الأسلوب الأدبي المزدهم بالخيال و البلاغة و مخاطبة المشاعر ، فالتحرير الصحفي لغة وسيطة بين اللغة العلمية و الأدبية فهو يعتمد على الأسلوب العلمي المتأدب ، بهدف الوصول و التأثير في القارئ العادي .

إن التحرير الصحفي كعمل متخصص يتم بشكل يومي يعد خطوة من خطوات إصدار جريدة أو مجلة ، و يبدأ الصحفي بالصياغة الفنية أو الكتابة الصحفية لمعالجة المضمون و يتم ذلك في شكل قوالب فنية تفرضها الجريدة أو المقال ، ثم يقوم المحرر بمراجعة المقال بدقة و إعادة صياغته . و يجب أن نشير إلى أن الصحفي أو المحرر قد يقوم بكتابة المادة في الشكل الذي يختاره بنفسه ثم تحريرها ، و ربما قد يكتب المقال و لكن يراجعه المحرر المسؤول ، و المحرر الناجح هو من يقوم بالوظيفتين معا (الكتابة و التحرير) فلا يحتاج إلى الحذف و الإضافة و التغيير في الأسلوب و البناء الفني للنص . حيث يقوم بالعمليات التالية :

1. التأكد من دقة البيانات : بالتشاور مع محرر آخر أو أخصائي جهاز المعلومات بالمؤسسة الصحفية أو بنك المعلومات خارج الصحيفة.
2. الحذف : بمعنى أختصار الكلمات و الجمل و الفقرات الغير ضرورية ، و كذلك حذف الكلمات و الجمل و الألفاظ الصعبة أو تلك التي تشكل جريمة يعاقب عليها القانون أو تتعارض مع الذوق العام ، و أيضا بهدف جعلها تتناسب مع المساحة المخصصة له .
3. إضافة : بعض المعلومات التي تكمل النص بحيث يغطي كل جوانب الفكرة (خاصة في التحقيقات).
4. التعديل : و يشمل صياغة العناوين الرئيسية و الفرعية و كذلك إعادة صياغة النص كاملا بهدف : صقله لغويا و خلق النسيج في الأسلوب و من ثم إراحة القارئ بصريا و فكريا .
5. دمج : النص مع نص آخر أو عمل إشارة لنص آخر في نهاية المقال الصحفي .

و تهدف عملية التحرير الصحفي إلى : جعل النص يتناسب مع سياسة الصحيفة ، و مع المساحة المحددة له داخل العدد بما يسهل الإخراج الصحفي + تصحيح الأخطاء : كالحقائق و المعلومات و الأرقام و الأسماء و العواصم و الهجاء . + إعادة الصياغة : تبسيط و توضيح المعاني ، و الترتيب المنطقي ، مراجعة لهجة النص ، جعله متناغم مع المواد الأخرى كالرسوم و الصور و الأخبار المجاورة .

و يمكن تلخيص هذه الزاوية فنقول : أن التحرير الصحفي هو طريقة الكتابة الفنية التي تتيح للمحرر الصحفي ذو الفكر المتميز أن يقوم بعمله في تسجيل الأحداث و تقديم كافة المعلومات المفيدة و البحث عن العلل و

الأسباب و مناقشة التصريحات و الأفكار و الآراء و الحلول ذات النفع ، بل و متابعة تطورات الأحداث و النتائج ، و يتم ذلك من خلال صياغة عبارات قصيرة متماسكة بواسطة لغة صحيحة سهلة و واضحة و جذابة تكون صالحة للطبع و النشر و التوزيع في الوقت المناسب على صفحات خريفة أو مجلة .

□ **الركن الثاني : الأسلوب الصحفي :**

يمكن تقسيم الأسلوب الصحافي من حيث اللغة إلى : الأولى لغة تحرير الأخبار و التحقيقات و الأحداث ، و الثانية لغة ذاتية خاصة بكتابة المقالات بأنواعها . هناك دلائل و مؤشرات تشير إلى أن هناك أسلوب للكتابة الصحفية له محدداته و سماته و مقتضياته ، و من هذه المؤشرات شكل الصحيفة المطبوع (كوسيلة اتصال) ، و دورية صدورها (يومي - إسبوعي) ، و سمات الجماهير التي تتنوع (من حيث الأهتمامات و التعليم و الجنس و السن و المكان و المستوى الإجتماعي) ، و الدراسات الإستطلاعية حول أساليب التحرير الصحفي (منها التاريخي ، و منها المقارن بين الصحف ، و منها التحليلي الذي يحلل محتويات جريدة).

فمثلا في حالة الجريدة اليومية : لكي تتمكن من القيام بوظيفتها الأساسية و هي الوظيفة الإخبارية يجب أن يتسم الأسلوب بالأختصار و البساطة و الواقعية نظرا لطبيعة الجريدة و دورية صدورها حيث الأخبار التي تغطيها كثيرة و لا يتسع المجال للتحليل و الشرح . و حتى فيما يتعلق بالوظيفة التفسيرية نجد الجريدة مضطرة إلى الميل إلى التخصص بعض الشيء لذلك تقوم بفرد مساحات للشرح و التحليل فيما يعرف بالأبواب و هنا يختلف الأسلوب من باب لأخر فباب الرياضة غير باب الأقتصاد و هكذا . و تفسير الأحداث و القضايا يتطلب أسلوب صحفي يميل إلى التبسيط و الدقة و التحديد بحيث يفهما المتخصص و القارئ العادي على حد سواء . فالصحيفة المعاصرة هي حلقة وصل بين منابع الخبر و الجمهور و عليها ترجمة كل الأحداث التي قد تكون غاية في التعقيد و التحيز في شكل حيادي و بسيط بهدف التأثير في الرأي العام و تكوينه .

و يمكن تقسيم الأسلوب الصحافي من حيث المستوى الفني : حيث يختلف الأسلوب الصحفي بأختلاف الفنون و الأنماط و الأطر فتقترب حيننا من المستوى الأدبي و حين آخر من المستوى العلمي و هكذا و نجد أنفسنا في النهاية أمام المستويات الصحفية التالية :

- **المستوى الإخباري :** للأخبار الصغيرة و المتوسطة و الكبيرة و المواد و الفنون الأخرى.
- **المستوى التسجيلي (التقريري) :** و تتسم بالأسلوب القصصي و الموضوعات و التقارير الإخبارية و غيرها من المواد و الفنون الأخرى .
- **المستوى التفسيري :** و هو درجة أعلى تعتمد على المقارنة و تتسم بالإتجاهات الحديثة في الكتابة حيث لا يقتنع أصحابها بالجانب التسجيلي فقط ، و يغلب على طابعها أسلوب المقال . و من أمثلة ذلك التحقيقات الصحفية التي تأتي في شكل مقال الأفتتاحية ، أو التعليق ، أو التفسير إلخ.
- **المستوى الوصفي :** و يتداخل مع المستويات السابقة و يغلب عليه الطابع السردي لمجريات الأحداث و يأخذ شكل مقال أو يوميات أو رحلات أو خواطر و تأملات أو مناسبات أو إعترافات .

- **المستوى العلمي :** و هو ما يتسم به المحرر العلمي و العسكري و الأقتصادي و الزراعي و غيرهم من المتخصصين .
- **المستوى الأدبي (العلمي المتأدب) :** حيث يتسم بالذوق الأدبي ، و يظهر جليا في العناوين و المقدمات و النهايات للأحاديث و التقارير المصورة و التحقيقات الصحفية العامة و ما يتصل منها بالمجلات خاصة . و من أشكاله اليوميات و الأعمدة .
- **المستوى العام :** يجمع فيه الكاتب بين أكثر من مستوى من المستويات السابقة أو بينها كلها ، و من أشكاله التحقيقات المتميزة مثل (التحقيق في المشكلات ، تحقيقات الدارسة الصحفية ، الدراسة الشخصية ، الحملات الصحفية) ، و حملة التحقيقات الصفية ، و المقالات القائدة الموقعة ، و اليوميات ، و المقالات التحليلية . و يظهر ذلك المستوى في أفكار التحقيقات التي تستحق و غالبا يشترك فريق من المحررين الصحفيين في إعداد التحقيق يعملون كفريق عمل .

و الأسلوب الصحفي يتكون من 4 مكونات تتعلق بصحة :

2. **النحوية و الصرفية :** فيجب ضبط الإعراب و علامات البناء و أصول النطق و الهجاء السليم .
3. **المنطقية :** فيجب أن يتسم المقال أو الخبر بالبناء الفكري المنطقي بحيث تأتي تتسلسل الأفكار في منظومة واحدة و تأتي النتائج و الأحكام متفقة مع المقدمات ، فيصير البناء الكلي للنص منسجم لا تتناقص فيه المعاني مع بعضها و لا مع رأي الكاتب و لا مع القيم الإنسانية و لا مع الحقيقة (سواء كان ذلك في ميدان العلم أو التاريخ أو الحياة أو الطبيعة).
4. **الأسلوبية العامة أو البلاغة :** بمعنى أن يصيغ النص وفق متطلبات اللغة العربية الفصيحة و يحقق شروط البلاغة ، دون أن يخل بأساس البساطة و الوضوح .
5. **الأسلوبية الخاصة أو الصحفية :** بمعنى مراعاة وظائف و أهداف و سياسة الصحيفة و جمهورها ، مع الحفاظ على المكونات الثلاثة السابقة و على أساس البساطة و الإيجاز و الأصالة و الأختصار و الصحة.

و هناك معايير يجب أن يراعيها الصحفي في كتابة مادته الصحفية :

1. **الموضوع :** يجب الألتزام بالحيادية و الموضوعية و أخترام قدسية الخبر يتكون من فقرات ، و الفقرة تتكون من 4 جمل كحد أقصى و بإجمالي يصل إلى 75 كلمة ، و السطر يشتمل على 35 حرف كحد أقصى .
2. **الصياغة الفنية داخل الموضوع يجب أن تتسم بـ : استخدام علامات الترقيم مثل () ، " " ، - : . + استخدام ألفاظ بسيطة بمعنى أختيار الكلمات القصيرة المألوفة و المعبرة مثل (الديمقراطية و الدكتاتورية و الدبلوماسية و الحرب الباردة إلخ) ، و الفعل المضارع ، و الفعل المبني للمعلوم ، أما الفعل المبني للمجهول فأحيانا يعطي للأسلوب قوة ، بالإضافة إلى استخدام الألفاظ المستحدثة حتى و لو ظهرت غريبة للقارئ . + الأستغناء عن الكلمات الزائدة كأدوات التعريف و ظرف الزمان و المكان و حروف الربط و الجمل الطويلة و التكرار و كل ما يعتبر حشو لا لزوم له ، كذلك عدم استخدام صيغة التفضيل "أفعل" فمثلا (كلمة مثيرة أدق من كلمة المباراة الأكثر إثارة) ، و أيضا عدم استخدام الكلمات التي تحمل معنيين ، و يجب تجنب استخدام الجمع المركب مثل (جمع طريق هو طرق و ليس طرقا لأن طرقا هي جمع الطرق) ، و استخدام المثني في موضعه مثل (سار محمد إلى المعهد على قدميه ، و ليس على أقدامه) .**

3. **الأسماء :** تأتي في أول ظهور لها كاملة ، و لا مانع من أن تأتي مختصرة بعد ذلك ، مع ضرورة ذكر الألقاب العلمية و الدينية و غيرها التي تشتهر بها الشخصية ، و إذا كانت الشخصية لا تحمل لقباً فيمكن وصفه بلقب "السيد فلان " .
4. **الأرقام :** تكتب الأرقام من واحد إلى تسعة بالحروف و كذلك أرقام القرون و بعض الأرقام داخل الجمل مثل (المائة أو خمسة في كل عشرين) ، أما الأرقام فتكتب للدلالة على نتائج المباريات و في المال و الأقتصاد و الوقت و الإحصاءات خاصة تلك التي تحمل كسور و إن كان يستحب ذكر الكسور بالحروف إذا لم تكن مقترنة بأرقام صحيحة .
5. **الترتيب :** يجب ترتيب الأفكار بشكل منطقي أو زمني حتى تكون القصة مترابطة حول محور رئيسي .
6. **المصدر :** يجب ذكر المصدر مضمراً أو صراحة ، و لك الحق في التصرف في النص ، أو أن تذكر النص بين قوسين إقتباس و ذكره كما هو دون تصرف مع إضافة كلمات مثل (قال ، صرح ، أعلن).

□ **الركن الثالث : خطوات التحرير الصحفي : (مش مهم)**

□ **خطوات تحرير الإخبار :**

1. التخطيط لتغطية الخبر (أم الأخبار المفاجئة فلا يخطط لها) ، و يتم ذلك من خلال تحديد محاور الخبر و نقاطه الرئيسية و جميع الخلفيات المتعلقة به من قسم المعلومات أو الأرشيف .
2. جمع المعلومات المتعلقة بالخبر من المصادر المختلفة البشرية و الوثائقية .
3. إنقاط الصور الفوتوغرافية المناسبة للخبر بواسطة المحرر أو المصور الصحفي .
4. مراجعة المادة المكتوبة و المصورة و إستكمالها .
5. تقييم المادة المكتوبة و المصورة و تحديد صلاحيتها للنشر بواسطة المحرر المسئول أو رئيس القسم أو مدير التحرير أو نائب رئيس التحرير أو رئيس التحرير أو كلهم حسب تدفق العمل Work Flow .
6. تجهيز الرسوم اليدوية التعبيرية الساخرة (الكاريكاتيرية) و التوضيحية .
7. اختيار البناء الفني للنص (شكل النص) : قد يكون عمود أو ريبورتاج إلخ.
8. التحرير ثم المراجعة ثم التقييم النهائي للنص و تحديد أولويات النشر .

□ **خطوات تحرير الحديث و التحقيق :**

1. اختيار فكرة النص و بلورتها و مراجعتها و إقرارها من المحرر المسئول .
2. جمع الخلفيات و التفاصيل الخاصة بفكرة النص الصحفي من المعلومات المكتوبة و المصورة و المرسومة من قسم المعلومات الصحفية أو من أرشيف المحرر الخاص .
3. جمع المعلومات اللازمة للنص بواسطة المحرر أو فريق العمل .
4. إنقاط الصور الفوتوغرافية و تجهيز الرسوم المناسبة للنص الصحفي .
5. مراجعة و إستكمال المعلومات التي تم جمعها .
6. تقييم المادة الصحفية و تحديد مدى صلاحيتها للنشر بواسطة المحرر المسئول .
7. اختيار الشكل الفني المناسب للنص الصحفي مثل الحديث الصحفي و نمط الأسئلة و الإجابات .
8. تحرير النص و المراجعة الشاملة للنص لغوياً و معلوماتياً و أسلوبياً و قانونياً و تعديل ما يلزم.

9. التقييم النهائي و تحديد أولويات النشر .

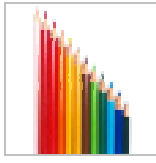
□ خطوات تحرير المقال :

1. تحديد فكرة النص الصحفي .
2. جمع المعلومات اللازمة كخلفيات مكتوبة و مصورة و مرسومة ، و كذلك جمع المعلومات الراهنة .
3. أختيار الشكل الصحفي أي نوعية المقال و نمطه الفني (أفتتاحي ، يوميات) .
4. تحرير المقال .
5. المراجعة اللغوية و الأسلوبية و المعلوماتية و القانونية ، و تعديل ما يلزم إلا في حالة كبار الكتاب المتمرسين .
6. التقييم النهائي و تحديد أولويات النشر .

7. لغة العلاقات العامة و الرسائل الإعلانية **

أولا لغة منشورات العلاقات العامة و بياناتها :

إن من أهداف إدارة العلاقات العامة هو الإعلام عن أهداف المؤسسة و نشاطاتها و مشروعاتها و محاربة الشائعات و شرح سياسة المؤسسة لجمهور العاملين و المتعاملين معها و العمل على كسب تأييد الرأي العام و ثقته في المؤسسة و خدماتها ، و ذلك من خلال أمداد الجمهور بمعلومات صحيحة . و من أجل ذلك تصدر إدارة العلاقات العامة منشورات توزع على الجمهور (الداخلي و الخارجي) ، و يجب أن تتسم لغة هذه المنشورات بـ :

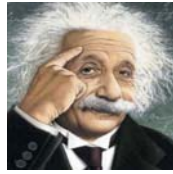


1. **الإنقرائية Readability** : و يقصد بذلك القابلية للقراءة و النفاذ بسرعة للعقل و سهولة الحفظ و التذكر ، و لذلك يرى رودلف فليش ضرورة استخدام **الكلمات الرشيقة و القصيرة ذات المقطع الواحد** ، و يجب البعد عن **الجمل المركبة** و يجب ألا تزيد كلمات الجملة عن 17 كلمة ، و الاعتماد على **الإشارات الشخصية** كالأسماء و الألقاب و الضمائر و الكلمات التي تشير إلى القرابة و أن تمثل 10% من النص . و قد أورد فليش قائمة سوداء **The 60 Word Blacklist** و هي تضم الكلمات متعددة المقاطع التي يجب تجنبها ، و في المقابل أشار إلى ميزات الكلمات القصيرة ، و بالرغم من أن حديثه كان منصبا على الإنجليزية إلا أن كثير من المبادئ تعتبر عامة و تنسحب على أي لغة .
2. **الأنسيابية Flow** : بمعنى أن تنساب الأفكار بسلاسة بحيث تسلم فكرة للفكرة التي تليها في منطوية و جاذبية فإذا إستدعت فقرة تساؤل يجب أن تجيب الفقرة التالية عنه . و من ثم فإن القارئ لن يستطيع أن يتوقف حتى ينتهي من النص ، فلا يجب أن نترك فجوة في النص تشعر القارئ بالملل و عدم ترابط الأفكار .
3. **المباشرة** : بمعنى أن يمس الكاتب موضوعه مسا مباشرا و محدد ، و أن يصل إلى النقطة التي يريد من أقصر طريق بلا غموض و لا معاني مشكوكا في صحتها .
4. **الوضوح Clarity** : الصفات الثلاثة السابقة تضيف صفة الوضوح على الرسالة بما يساعد على فهمها و ذلك جوهر الأتصال الناجح حيث يفهم المستقبل الرسالة ، و لكي يتم الوضوح يجب أن يتسم النص بـ :
 - **الكلمة يجب أن تحمل معنى واحد محدد** و إن كانت تحمل أكثر من معنى فعلى الكاتب توضيح مقصده و التأكيد على المعنى بكلمات أخرى ، فالتكرار يساعد على الوضوح ، مع مراعاة عدم الإكثار منه لأن الحشو يؤدي إلى الملل و يفقد القارئ القدرة على التركيز و المتابعة و ربط أطراف النص .
 - **تقديم الأمثلة و استخدام المقارنات** التي تساعد على الوضوح ، فالأشياء تتمايز بضعها .
 - **الترقيم** يساعد على الأمام بمحتويات الرسالة و فهمها ، و الدليل أن الطلاب حين يذكرون يلجأون إلى ترقيم الفقرات و وضع علامات تساعد على التذكر . كذلك تساعد علامات الترقيم على معرفة نهايات الفقرات و الجمل و التفسيرات و الجمل الإعتراضية .

5. **التلوين Color** : يجب على الكاتب أن يلون أساليبه في النص حتى يجعل النص جذاباً للقارئ ، و من الأساليب المستخدمة في اللغة الطباق و الجناس و الكناية و الإستعارة و إستخدام الجمل الإسمية بدل الفعلية ، و البدء بظرف الزمان و المكان أو البدء بسؤال أو نداء أو أمر ، و كذلك البدء بمثال صارخ يشد الأنتباه ، و اختيار الكلمات و الأشتاقات و التراكيب الجديدة ، و هذا كله يكسر الملل و يجعل الأسلوب عذبا و جذابا .

ثانيا لغة الإعلان :

إن الكتابة للإعلان ليست مجرد كتابة إنشائية و إنما هي مزيج من المهارات اللغوية و الفهم الاقتصادي و القدرة على الإبداع تحت ضغوط الوقت و قيود المساحة المكانية و الزمنية . و كلما جود المعلن في تقديم النص الإعلاني كلما كان أقدر على جذب إنتباه عدد أكبر من الجمهور و التأثير في إتجاهاتهم ، فالنص الإعلاني الجيد هو ما تكون قراءته أسهل من إهماله . و يمكن إجمال القواعد الأساسية لكتابة النص الإعلاني الفعال في :



1. **كن واضحا** : فبالرغم من أهمية الموهبة و المهارة إلا أن الكتابة للإعلان تتطلب الوضوح من خلال إستخدام لغة سهلة و مصطلحات محددة و واقعية و تراكيب نحوية بسيطة حتى يفهمها القارئ بحيث يفهم الفكرة البسيطة و المعقدة بنفس الدرجة من الوضوح ، لذا ينصح بإستخدام جملا قصيرة و كلمات مألوفا و سهلة القراءة ، و تجنب الحشو المفرطة و الأختصار المخل ، و الأفرط في إستخدام علامات الترقيم لأنها تقتل تدفق النص خصوصا الفصلات .

2. **كن مختصرا** : كلما قصر النص كلما أدى عمله بنجاح أكثر ، و لكن يجب ألا يكون ذلك على حساب المضمون و المعلومات الواجب ذكرها في النص . فأفضل طريقة للوصول بين نقطتين (المرسل و المستقبل) هي الخط المستقيم و هي الطريقة التي يفضلها الناس .

3. **كن مركزا** : فالتعميم في عرض الرسالة الإعلانية قد يؤدي إلى خدمة السلعة المنافسة خاصة في حالة السلع المتشابهة ، لذا تجنب الطريقة المباشرة في عرض المزايا و أن يضع في إعلانه المواصفات و المزايا الإضافية التي تميز سلعته عن السلع المنافسة من حيث الشكل و القوة و الملامح و الخصائص حتى لا يختلط الأمر على المستهلك و يشتري سلعة أخرى منافسة ، مع الإشارة إلى المزايا الأصلية بطريقة مباشرة و ملموسة . و يجب مراعاة تقسيم المزايا على عدد من الإعلانات من أجل التركيز و عدم تشتيت القارئ بين المزايا العديدة ، و يجب أن تنزل هذه الإعلانات بشكل متسلسل متتابع و ليس بشكل متوازي ، بحيث تترك فرصة للجمهور أن يستوعب كل إعلان على حدة قبل البدء في بث الإعلان التالي .

4. **كن مبدعا** : تجنب الكلاشيهات الجاهزة و أعتد على إبداعك و التجديد في أفكارك و كلماتك ، فالكلاشيهات الجاهزة و الجمل التقليدية الشائعة تجعل الإعلان رتيب و كأنه نسخة مكررة من الإعلانات الأخرى و من ثم يصرف القارئ عن الأستمرار في قراءته للنهاية ، لذا يجب أن تضع في ذهنك أن ذلك هو الإعلان الأول و الأخير من نوعه و كأن القارئ لم يقرأ مثله من قبل و لن يقرأ مثله بعد ذلك .

5. **تخير كلماتك بعناية :** عليك اختيار الكلمات التي تؤدي الوظيفة البيعية على أكمل وجه و ذلك في حدود الإطر التي يعمل الإعلان داخلها و التي تتمثل في القوانين و المنافسين و الظروف المحيطة و البيئة و غيرها . و معنى ذلك أن تزن كل كلمة حتى تقدم المضمون المطلوب دون حدوث لبس أو خروجاً عن الأطر المحددة . و خير مثال على ذلك أن تقدم عهود و إتفاقيات مع القارئ فهي طريقة سريعة و شخصية و طبيعية و مؤثرة فأحاديث الناس العامة تقوم على الإتفاقات و العهود .
6. **أكتب بصيغة المضارع و المبني للمعلوم :** خاصة في النصوص الطويلة حتى لا يفقد القارئ تركيزه مع الإعلان ، و يمكن إستخدام المبني للمجهول في النصوص القصيرة بهدف الأثارة و سرعة التأثير .
7. **سهولة الانتقال بين الجمل و الفقرات :** فلا بد أن يتدفق النص بنعومة ، يجب تجنب النقلات الصناعية و الجمل المفتوحة و التغيرات المفاجئة الحادة فذلك يصيب القارئ بالملل .
8. **ضع تعليق على الصور :** تشير الدراسات إلى أن من العادات القرائية للجمهور قراءة التعليقات التي أسفل الصور و الرسوم ، و هذه نقطة مهمة يجب أن يدركها المحرر .
9. **ترجمة المعنى :** فالنصوص الأجنبية قد لا تصلح للقارئ العربي لذا يجب ترجمتها بتصريف حتى تصلح للجمهور العربي ، فالمحرر يستوعب النص الأجنبي و يعيد صياغته بالعربي دون إلتزام حرفي .
10. **إستخدم أسلوب ملينة بالحيوية و الوضوح :** أبتعد عن العبارات المبتذلة و الركيكة و حاول أن تستخدم الكلمات و الجمل البراقة و المدهشة و التي تحتوي على عنصر المفاجأة حتى تنعش القارئ و تجعله يستمر في قراءة النص و يجب أن تختار كلمات دقيقة و سهلة التذكر و تضعها في سياق سهل الأستيعاب كي تحقق هضم الإعلان و تمثيله بسهولة و بسرعة في عقل القارئ .
11. **أستخدم أسلوب المقارنات :** فالشكل المقارن يضيف طابعا دراميا على سلعتك و كأنها في مجال منافسة ، و المقارنة توضح تفوقها .
12. **أكتب من أجل الجمهور :** أكتب من وجهة نظر القارئ لا من وجهة نظرك فيجب أن تكتب ما يرضي القارئ و يقنعه ، و لا تتردد في إستخدام الضمائر الشخصية (You , Your) و ضع في إعتبارك أنك تتكلم لشخص واحد فتحدث له كصديق حميم و بقدر من الخصوصية ، و تجنب الزهو بنفسك فلا تستخدم (We , Us , Our) ، كذلك يجب أن تكتب بطريقة منطقية لزيادة إحساس القارئ بالنص .
13. **إستغل إمكانياتك :** حدد أفكارك و حاول ألا تسعى لتحقيق كل شئ في نفس الوقت ، فمن حاول صيد أكثر من عصفور ربما فقدهم جميعا . كذلك إستغل موهبتك قدر المستطاع ، و أعمل على تحقيق الإثارة في النص ، و تأكد في أن حماسك تتدفق في النص الذي تكتبه .



المحاضرة الأولى : الأسلوب الصحفي

انقسم الباحثون في المجال الصحفي عند حديثهم عن الأسلوب إلي اتجاهين:

- الأول : تحدث عن مجموعة من الخصائص التي يجب توافرها بالأسلوب الصحفي دون محاولة تعريفه.
- الثاني : حاول تقديم تعريف للأسلوب الصحفي .

الاتجاه الأول : خصائص الأسلوب الصحفي :

تحدث بعض أصحاب هذا الاتجاه عن لغة الصحافة أو الأسلوب الصحفي مشيرين إلي أنه مستوي من التعبير يتميز عن كل من الأسلوبين العلمي والأدبي، حيث يقف الصحفي في هذا المستوي وينظر إلي الأحداث نظرة غيرية لا ذاتية وبالتالي فهي مخالفة لنظرة الأديب كل المخالفة.

فنظرة الصحفي إلي الأشياء قائمة علي المنفعة التي تعود علي المجتمع وتعبيره عنها لا يشترط فيه جمال الأدب الخالص ولا دقة العلم الخالص لأنه إنما يعبر بلغة الحياة اليومية بكل ما في هذه اللغة من بساطة ووضوح وحيوية، ومن هنا كان الصحفي أقدر الناس علي الإفهام الجماهيري علي أوسع نطاق.

وعلي هذا نجد النثر الصحفي يقف في أرض وسط بين لغة النثر الفني والنثر العادي أي لغة التخاطب اليومي، له من النثر العادي سهولته وشعبيته وله من الأدب حظه من التفكير وعذوبة التعبير.

وقد بدأ الأسلوب الصحفي في بداية نشأته متأثراً بالأسلوب الأدبي وبالخصائص المختلفة التي تميزه كالسجع والجناس والطباق واستخدام الحكم والأخيلة الصور البيانية، ولكن شيئاً فشيئاً استطاعت الصحافة أن تتحرر من هذه القيود وتطور لنفسها أسلوباً خاصاً تميزت به عن النثر الفني الأدبي وذلك من خلال استخدام ألفاظ وتراكيب معينة أصبحت وكأنها تقاليد توشك أن تخلق لغة جديدة تقترب من حصيلة اللغة عند أقل الناس معرفة مع محاولة الاحتفاظ قدر الامكان من حيث الشكل بالقواعد التي تحكم اللغة.

وقد حدد أصحاب هذا الاتجاه مجموعة من الخصائص التي لا بد من توافرها في الاسلوب الصحفي:

- 1- **البساطة:** فأسلوب الكتابة الصحفية لا بد أن يكون مفهوماً للقراء ويتحقق ذلك باستخدام لغة سهلة تبلغ بها المعني دون الحاجة إلي استخدام الكلمات الصعبة غير المألوفة التي تصد القارئ عن القراءة.
- 2- **الدقة والتجسيد:** فقد تؤدي البساطة إلي الوضوح، ولكن الدقة والتجسيد ضروريان أيضاً لأنهما يمنعان الوقوع في مزالق الثرثرة والضياع في متاهات المفردات المجردة، وتكون الدقة في اختيار الكلمات المناسبة التي تعبر عن الوضع أو الحالة النفسية أو الحقيقة تعبيراً مباشراً والتي لا تسمح بالتداخل بين معنيين أو أكثر مما يؤدي إلي الارتباك في اكتشاف المدلول الواحد.

3- **السلامة اللغوية:** بمراعاة القواعد السليمة للإملاء والتطبيق الدقيق لقواعد النحو والصرف وحسن استخدام علامات الترقيم. فالأسلوب الناجح لابد أن يلتزم بكافة قواعد وأصول اللغة.

4- **قواعد أخرى:** هناك قواعد أخرى لابد أن تحكم الأسلوب الصحفي كاستخدام الأفعال المبنيّة للمعلوم بدلاً من الأفعال المبنيّة للمجهول واستخدام الجمل القصيرة بدلاً من الجمل الطويلة والجمل البسيطة بدلاً من الجمل المركبة والمعقدة والابتعاد عن الجمل الاعتراضية، بالإضافة إلى الابتعاد عن الجمل الاعتراضية التي قد تربك القارئ.

ولابد أن يحتفظ الصحفيون للأسلوب الصحفي بهذه الخصائص لسببين :

1- **عامل السرعة:** فالسرعة في الحياة اليومية جعلت من الصعب علي الصحفي أن يجد الوقت اللازم لكتابة الخبر الصحفي كتابة أدبية وكان عليه أن يكتبها بأقوى وأسهل أسلوب فأعداد المادة الصحفية يتم في ضيق من الوقت، وبخاصة الأخبار التي تقل قيمتها إذا لم يتم نشرها بسرعة.

2- **عامل الجمهور:** ويتصل هذا العامل أحياناً بطريق غير مباشر بعامل السرعة. فالكثير من القراء يريدون أن تقدم لهم الأخبار في أسلوب سهل لا يؤدي إلى التعمق في التفكير في معني من المعاني، وإلى جانب ذلك فإن غالبية القراء من أواسط المثقفين قد لا يفهمون الأسلوب الصعب والغامض. ويلاحظ علي هذا الاتجاه في تحديد مفهوم الأسلوب ما يلي:

أ. إن معظم أصحاب هذا الاتجاه هم من الكتاب العرب الذين تناولوا الأسلوب الصحفي دون محاولة تعريفه واكتفوا بالإشارة إلى أن هذا الأسلوب يقع في منتصف الطريق بين الأسلوب الأدبي والأسلوب التخاطب العادي، وحدد أصحاب هذا الاتجاه مجموعة من الخصائص التي يجب أن تتوافر في هذا الأسلوب كالبساطة والدقة والتجسيد والسلامة اللغوية وغير ذلك.

ب. ركز أصحاب هذا الاتجاه في فهمهم لخصائص الأسلوب علي الجوانب اللغوية و فقط، فالبساطة تعني اختيار ألفاظ واضحة ومفهومة واستخدام جمل قصيرة غير معقدة التركيب وما شابه ذلك من جوانب تتصل بعملية التحرير الصحفي للمواد المنشورة ولم يلتفت أصحاب هذا الاتجاه إلى الجوانب المتعلقة بالبناء الفني للمادة والذي يرتبط بعملية الكتابة الصحفية كأحد الجوانب التي تحدد معالم الأسلوب الصحفي.

ج. إن أصحاب هذا الاتجاه حددوا مجموعة من الخصائص العامة للأسلوب الصحفي دون وضع أي معايير عملية لتحديد هذه الخصائص التي يمكن أن توصف بأنها تتسم بقدر كبير من النسبية، فالسهل بالنسبة لقارئ معين قد لا يكون سهلاً بالنسبة لغيره من القراء.

د. إن المدخل الذي يعتمد علي تناول الأسلوب الصحفي بتحديد خصائصه دون تحديد لمفهومه يحول دون دراسة هذا الأسلوب بصورة عملية علي أساس أن تحديد الأداة المنهجية المناسبة لدراسة وتحليل الأسلوب الصحفي لن يتأتى إلا بالتحديد الدقيق لمفهوم هذا الأسلوب.

الاتجاه الثاني : تعريف الأسلوب الصحفي :

الاسلوب الصحفي هو مجموعة القواعد والأحكام التي تتبناها الصحيفة والتي تحكم عملية الكتابة فيها، وتعريف الاسلوب علي إنه: مجموعة معايير تشكل قواعد للاختيار اللغوي، أو علي إنه مجموعة المحددات التي تحكم استخدام الصحيفة لقواعد الهجاء والحروف الكبيرة والاختصارات وشكل العناوين وطريقة كتابة الأرقام رقمياً أو حرفياً، ويتم تحرير هذه القواعد بواسطة مديري التحرير التنفيذيين وتوزع علي الجهاز التحريري في صورة كتب للاسلوب.

وقد أشار أصحاب هذا الاتجاه إلي أن عدم وجود أسلوب محدد للصحيفة سيشعر القراء دون وعي وثمة شيئاً خاطئاً في الصحيفة. ولكل صحيفة من الصحف مجموعة من القواعد التي تحدد اسلوب أي مادة ستطبع علي صفحاتها ويعد الكاتب الصحفي بمثابة الحارس لهذا الاسلوب، وأي صحفي لا يكثرث بهذه القواعد التي تتبناها الصحيفة فإنه يعتبر خانئاً لها. وتتحدد قواعد الاسلوب الصحفي داخل ما يسمى بكتب الاسلوب التي سنشرح المقصود بها فيما يلي:

كتب الاسلوب :

إن وجود أسلوب محدد للصحيفة أو قواعد معينة تحكم هذا الاسلوب لم يكن مشكلة عندما كان يملك الصحيفة فرد واحد يقوم بالكتابة فيها وتحريرها وطبعها وتوزيعها في بعض الأحيان، كل ذلك وفقاً لطريقته وأسلوبه الخاص.

وقد اختلف الأمر بمرور الوقت حيث يشارك في كل عملية من عمليات إنتاج الصحيفة عشرات الأشخاص وبالتالي فقد أصبحت الحاجة ملحة لإيجاد قواعد يتم إتباعها ويلتزم بها علي أن تجمع في كتاب محدد يلتزم به القائمون علي الكتابة والتحرير وأحياناً الإخراج.

والالتزام بهذه القواعد يحقق نوعاً من الوحدة العامة للاسلوب وكذلك الاتساق بين أعداد الصحيفة المتتابعة بما يمنع وقوع أي نوع من التضارب سواء داخل العدد الواحد أو داخل الأعداد المختلفة، ويمكن تلخيص العوامل التي دعت إلي استخدام كتب للاسلوب فيما يلي:

- 1- الحاجة إلى استخدام أسلوب موحد للغة:** وبخاصة فيما يتعلق ببعض المفردات التي يكثر عدد مترادفاتنا ومعانيها مما يعطي للصحيفة مظهراً موحداً ويوفر علي الكتاب والمحررين الوقت المطلوب لتحديد أي هذه الكلمات هي الأصح.
- 2- الحاجة إلى حفظ المساحة:** من خلال استعمال الكلمات الصحيحة المعبرة والمختصرة.
- 3- الحاجة إلى توفير الوقت:** الذي يمكن أن يضيعه المحرر في تقدير أي العبارات أو الأرقام الأصح.
- 4- الحاجة إلى تحقيق وحدة أسلوبية:** تعطي كتب الاسلوب صورة واضحة عن أسلوب الصحيفة الموحد للمحررين الناشئين.

ومعظم الصحف الكبرى في الخارج لها كتب أسلوب خاصة بها ويزيد حجم بعضها عن مائة صفحة، وبالنسبة للصحف الصغرى فإنها إما أن تعتمد علي كتب الاسلوب الخاصة بصحف كبرى أو علي مجموعة من القواعد المفهومة ضمناً وكذلك بعض المبادئ العامة.

محتويات كتب الاسلوب :

هناك **جوانب لغوية** أساسية عادة ما تحتويها كتب الاسلوب تتمثل في :

- 1- الاختصارات الخاصة بأسماء الهيئات والمنظمات والأسماء والألقاب وغير ذلك.
- 2- علامات الترقيم: فكل علامة من علامات الترقيم لها وظيفة معينة ودلالة محددة لابد من معرفتها حتى يستخدمها الصحفي بطريقة سليمة.
- 3- الهجاء: فهناك أخطاء هجائية عديدة تقع فيها الصحف عند ذكر أسماء الأشخاص أو المؤسسات وخصوصاً الأجنبية منها، يضاف إلي ذلك تحديد هجاء بعض الكلمات التي عليها اختلاف.
- 4- الأعداد: والطريقة التي تكتب بها حرفياً أو رقمياً.

وتعد كتب الاسلوب ظاهرة مؤقتة إلي حد ما لأنها تخضع من فترة إلي أخرى لمراجعة شاملة لوحداثها المختلفة، وقد تسفر هذه المراجعة عن حذف بعض مواد وإضافة بعض المواد الأخرى، وتتم هذه المراجعات سنوياً.

وبلاحظ علي أصحاب هذا الاتجاه في تعريف الاسلوب ما يلي:

- 1- إن القول بأن الاسلوب الصحفي عبارة عن مجموعة من القواعد التي تحكم عملية الاختيار اللغوي يعد إشارة إلي المفهوم العام للاسلوب بغض النظر عن نوعه (أدبي - علمي- صحفي) فالمفهوم العام للاسلوب ينظر إليه علي إنه محصلة من مجموعة من الاختيارات المقصودة بين عناصر اللغة القابلة للتداول، فالأسلوب يولد نتيجة لانتقاء المؤلف من بين إمكانيات اللغة الاختيارية التي تقوم بينها علاقات التبادل.
- 2- إن هذه الدراسات في تعريفها للاسلوب ربطته بمتغيرات لغوية هامشية للغاية (كاستخدام حروف كبيرة- وعلامات الترقيم- والاختصارات). والكتاب الذين تناولوا قضية الاسلوب بهذه الصورة لم يعوا حقيقة أن التفرد أو التميز يعد احدي البديهيات في الدارسات الأسلوبية عموماً. فالأسلوب الصحفي يعني التفرد أو التميز وكذلك كافة أنواع الأساليب الأخرى.

وسبب هذا التفرد هو أن الاسلوب الصحفي عادة ما يعكس شخصية معينة، وهذه الشخصية قد تكون شخصية الصحفي أو شخصية الصحيفة، وكتب الاسلوب التي تعد أساس الاسلوب الصحفي في الغرب تتناقض مع هذه الحقيقة، فهي تستخدم من جانب أكثر من صحيفة، وعلي هذا فالأسلوب هنا لا يعكس شخصية محددة للصحيفة.

كذلك فإن استخدام الصحيفة لبعض الجوانب اللغوية الهامشية كالهجاء والترقيم والاختصارات وغير ذلك لا يمكن قبولها كميّار موضوعي لرصد التمايز الأسلوبي في الوقت الذي يتم فيه إغفال عوامل أخرى تتعلق أيضاً بالصياغة اللغوية ولكنها أكثر أهمية كطول الكلمة ونوعها ودرجة تجريدتها وطول الجملة ونوعها ودرجة تعقيدها وطول الفقرة وعدد الكلمات والجمل بداخلها وترتيب الفقرات داخل المادة الصحفية وغير ذلك.

3- إن أصحاب هذا الاتجاه فعلوا مثلما فعل أصحاب الاتجاه الأول فربطوا الأسلوب بخصائص وجوانب متعلقة بالبناء اللغوي للنص وأهملوا البناء الفني له، وقد كانت الناحية الشكلية ملحوظة بصورة واضحة لدى معظم من كتب في الأسلوب، ويقصد بالناحية الشكلية هنا طريقة الأداء أو طريقة التعبير التي شكلها المتكلم، لذا فمعظم التعريفات في هذا الصدد تطلق كلمة الأسلوب على العبارة اللغوية وتعني الجانب اللفظي وأنه في عرف دارسيه يبحث في العبارات اللفظية أو اللغوية.

مفهوم الأسلوب الصحفي: في ضوء العرض السابق لاتجاهات المدرستين العربية والغربية في تحديد مفهوم الأسلوب الصحفي يمكننا تعريفه على النحو التالي:

"الأسلوب الصحفي هو القالب اللغوي والفني الذي توضع فيه المادة الصحفية بحيث يعكس شخصية الصحيفة الناشرة لها أو شخصية الكاتب الصحفي لها".

وليس الأسلوب الصحفي بالأمر الذي يتغير كل يوم أو كل شهر فالطريقة التي تكتب بها الأنباء هي واحدة من الخطط والمبادئ التي يتفق عليها منذ البداية وتصبح بمرور الوقت أمراً روتينياً، وقد يطرأ عليه بعض التغيير البسيط ولكنه تغيير لا يمس في العادة الجوهر أو الأساس مادام الجمهور قد رضي بهذا الأسلوب ويقرأ الجريدة على هذا الأساس، ولا خلاف في أن من مصلحة أي جريدة أن يكون لها بقدر المستطاع أسلوب ثابت للكتابة والتحرير.

والأسلوب الصحفي عادة ما يعكس شخصية معينة ورائه. هذه الشخصية إما أن تكون شخصية الصحيفة أو شخصية الصحفي في حد ذاته. وتظهر شخصية الصحيفة في مواد معينة تتمثل في المواد الخبرية والمقال الافتتاحي، وتظهر شخصية الصحفي فيما عدا ذلك من أشكال لمواد الرأي.

الأسلوب وشخصية الصحيفة: إن الصحف اليومية ليست مما يصح أن يوضع في سلة واحدة من حيث ما تقدمه للقراء من مادة أو من حيث الأسلوب الذي تكتب به هذه المادة، إنها تتشابه في الشكل الفني العام ولكنها حتماً تختلف فيما وراء هذا الشكل العام.

فإنكل صحيفة شخصيتها الخاصة التي تميزها عن الصحف الأخرى، وهناك محددات ثلاثة لهذه الشخصية:

1- محددات ترتبط بالمضمون الموضوعي وأجندة اهتماماتها.

2- محددات ترتبط بالأساليب الفنية للكتابة والتحرير.

3- محددات ترتبط بالأساليب الفنية للإخراج.

وفي ضوء ذلك يمكن القول بأن أسلوب الصياغة الصحفية يتنوع بتنوع شخصيات الصحف، وعلي هذا الأساس يمكن تأكيد حقيقة أنه لا يوجد أسلوب جيد واسلوب رديء والمسألة هي هل يحقق الاسلوب ما يهدف إليه أم لا.

وتعد المادة الخبرية المادة الأساسية التي تعكس شخصية الصحيفة. والمادة الإخبارية إن عكست شخصية كاتبها أو محررها فإنها تخرج بذلك عن محض طبيعتها وما يجب أن تتميز به من موضوعية وحيدة، فالتعبير عن ذات الكاتب أو شخصيته في الكتابة يعد تشويها للخبر واعتداء علي حيده وموضوعيته. فالكاتب الصحفي كشخص ملتزم مهنيًا لا يمكن أن يضع التعبير الذاتي عن نفسه هدفاً أساسياً له عند كتابة الخبر.

فالصحيفة لو تركت لكل كاتب إخباري فرصة للتعبير عن ذاته في صياغة الخبر فإن الأمر سينتهي بها إلي غياب أسلوب محدد لها ولن تحقق بذلك الوحدة والاتساق وستشعر القارئ بأنها صحيفة فوضوية، وهي إن لم تظهر شخصيتها وسمتها الخاصة في المادة الإخبارية التي تعد محور العمل فيها فإنها ستفقد تميزها عن غيرها من الصحف.

الاسلوب وشخصية الكاتب:

من المعروف أن مادة الرأي في أي صحيفة تعبر عن رأي كاتبها الخاص باستثناء المقال الافتتاحي الذي يعبر عن رأي الصحيفة، فالجانب الأكبر من المقالات التي تنشر في أي صحيفة تعبر عن رأي كاتبها الذين يعملون بها أو الكاتب من الخارج فلا يشترط أن يعبر هؤلاء الكاتب عن سياسة الصحيفة بل كثيراً ما تنشر مقالات تخالف سياستها.

والأسلوب في هذه الحالة يعكس شخصية الكاتب بمكوناتها المختلفة الثقافية والنفسية والاجتماعية وفي هذه الحالة نجد أن أساليب الكتاب حتى في تناول نفس الموضوع تتفاوت تفاوتاً شديداً بما يؤيد المقولة التي تذهب إلي أن الاسلوب هو الكاتب فلا يوجد شخصان ينظران إلي الأشياء نظرة واحدة وتفكيرهما واحد فكل كاتب يضيف شيئاً من شخصيته علي ما يكتب.

المحاضرة الثانية : مفهوم الدلالة

أولا المفهوم العام للدلالة :

الموضوع الأساسي لعلم الدلالة هو دراسة المعنى. ومصطلح المعنى من المصطلحات التي تثير مشكلات عديدة عند محاولة تحديد المقصود به، إذ ينطوي علي مجموعة من العمليات المتداخلة التي تجعله محلاً لاهتمام العديد من الباحثين في مجالات معرفية مختلفة، فلم تكن دراسة المعنى مقصورة في يوم من الأيام علي المجال اللغوي فقط.

وقد خرجت دراسة المعنى ومحاولة معرفة طبيعته وخصائصه أحياناً عن سيطرة علماء اللغة فاشترك في دراسته علماء ومفكرون من ميادين مختلفة كالفلسفة والمناطقة والنقاد وعلماء النفس والاجتماع، كما أسهم في دراسته بعض علماء السياسة والاقتصاد والأدباء والصحفيين. ففضية المعنى من شأنها أن تشغل المستخدمين لأي لغة علي اختلاف طبقاتهم ومستوياتهم الفكرية.

من هنا أصبح موضوع المعنى ملتي لحقول دراسية عديدة لها علاقة مهمة وعميقة بهذا الموضوع، ولكن يبقي أن اهتمامات هذه العلوم بالدلالة تبقي متشعبة في اتجاهات مختلفة طبقاً لمنطلقات الدراسة. ومن المهم الإشارة إلي ضرورة التفرقة بين مصطلح الدلالة أو السيمانتيك ومصطلح العلامات أو السيميوطيقا. فعلم الدلالة يهتم بالعلاقة اللغوية علي وجه التحديد، أما علم العلامات فيتناول العلامات بأنواعها وأشكالها المختلفة لغوية وغير لغوية باعتبارها أدوات لغوية.

فعلم العلامات يهدف إلي تحليل النظم الدالة بأنواعها المختلفة كنظام يشتمل علي مجموعة من العناصر التي لا يشترط أن تكون لغوية كنظام الإعلام في دلالاته علي الدول ونظام إشارات المرور وما يدل عليه من معان وغير ذلك. والعلامة بوصفها مصطلحاً أوسع وأشمل من الكلمة، فهي تحتويها وتتجاوزها، فالكلمة في ذاتها نوع لفظي من العلامات تنطلق قيمتها أو دلالتها من قيمة اللفظ في ثقافة ما، وعلي هذا الأساس جزء من حقل أعم وأفسح هو العلامة.

وقد ثار جدل واسع حول علاقة اللغة الطبيعية بالأنظمة السيميوطيقية الأخرى بين المشتغلين بمجال أنظمة العلامات، وقد أخذ الباحثون المحدثون في إظهار فضل اللغة علي الدلالة السيميوطيقية. فإذا كانت الأشياء والصور ومظاهر السلوك ذات دلالة محتملة فإنه من غير الممكن أن تنتفي علاقتها باللغة، فالعناصر المرئية تعد لغوية، كما يحدث في السينما والإعلانات والصور الكاريكاتورية وغيرها.

كما أن مجموعات الأشياء في الملبس والمأكل مثلاً يمكن أن تصبح نظاماً إن لم تمر من خلال اللغة التي تعزل دلالتها وتسميها، وبهذا الشكل فإن الباحث السيميوطيقي بالرغم من أنه يباشر عمله علي مواد غير لغوية فإنه لا يلبث أن يجد اللغة محيطة به من كل جانب.

ومن هنا يمكن النظر إلي اللغة علي أنها النظام السيميوطيقي المفسر والشارح لجميع الأنظمة العلاماتية الأخرى. فنحن لا نستطيع أن نتحدث عن أي نظام إلا من خلال اللغة الطبيعية، ودلالة أي نظام لا تأتي إلا من ترجمة علاماته إلي علامات اللغة الطبيعية.

وستتناول فيما يلي مفهوم الدلالة داخل مجموعة من الحقول المعرفية التي تخدم في تحديد مفهوم الدلالة الصحفية. وتشمل هذه الحقول: الحقل اللغوي - الحقل الأدبي

أولا الدلالة في حقل اللغة:

يمكن القول بأن موضوع الدلالة ينتمي في الأساس إلي الدراسات اللغوية، وبخاصة عندما يبدأ البحث في هذا المجال في أخذ شكله المنهجي. والدلالة اللغوية هي ما يشير إليه اللفظ من أمر غائب بالنسبة لمجموع مستعمليه. وجزء العلاقة الذي يمكن أن يكون محسوساً وهو اللفظ المسموع أو المقروء يطلق عليه الدال والجزء الغائب يسمى المدلول، وتسمى العلاقة التي تربط بينهما بالدلالة.

فالدلالة اللغوية تمثل علاقة متبادلة بين الدال أي اللفظ والمدلول أي المعني، وهي علاقة تمكن كلاً منهما من استدعاء الآخر، فليس اللفظ وحده هو الذي يستدعي المدلول، بل إن المدلول أيضاً يمكن أن يستدعي اللفظ.

والدلالة اللغوية بالمعني السابق لا يقصد بها المعني المعجمي للفظ. فالمعجم أحد فروع الدراسات اللغوية التي تختلف عن علم الدلالة. وتعد دراسة المعني بالمفهوم الذي يرتضيه اللغويون المعاصرون دراسة أشمل وأعمق مما تقوم به المعاجم من تفسير عام وسطحي لمعاني المفردات والألفاظ، فدراسة المعني علي مستوى المعجم تمثل جزء من جانب واحد فقط من دراسات المعني.

وبعض الدارسين يذهبون إلي أن بحوث المعني علي مستوى المعجم لها فرع مستقل من فروع علم اللغة، فرع تختلف مبادئ الدراسة وأسس البحث فيه عن مبادئ وأسس ذلك الفرع الذي اختص بدراسة المعني بالمفهوم الجديد والذي أشاروا إليه بمصطلح الدلالة.

بل إن علم الدلالة قدم للدراسات المعجمية منهجاً جديداً يساعد في بناء المعاجم بشكل أكثر عملية وذلك في ضوء نظرية حقول الدلالة. فقد أدت هذه النظرية إلي التفكير في عمل معجم كامل يضم كافة الحقول الموجودة في اللغة، وتقسّم فيه المفردات داخل كل حقل علي أساس تفرعي متسلسل.

فاللفظ داخل المعجم يوجد مجرداً من السياق الذي يحدد معناه بدقة سواء كان سياقاً لغوياً أو سياقاً اجتماعياً، بالإضافة إلي أن ألفاظ المعجم في ضوء الأسس الحالية للتصنيف لا تضع هذه الألفاظ في إطار مجموعة المفردات الأخرى التي تشكل حقلاً مفهوماً أو حقلاً دلاليًا واحداً.

لابد إذن من التفرقة بين الوحدة المعجمية والوحدة الدلالية، فحينما يكون التركيز علي صيغة معينة يكون الباحث متحدثاً عن وحدة معجمية وحينما يكون التركيز علي معني هذه الصيغة يمكن للباحث أن يستعمل ما يسمى بالوحدة الدلالية. فالكلمة يمكن النظر إليها علي أنها وحدة دلالية إذا كانت مستخدمة في سياق أو وحدة معجمية إذا كانت بين دفتي معجم.

وإذا كانت اللغة تنتمي إلي نظام فإنها تكتسب بذلك أبعاداً لا يمكن أن نلاحظها عندما تستخدم منفردة، فمن ناحية أولى تدخل الدلالة في علاقات المحور الاستبدالي مع سائر الدلالات الأخرى، ويمكن أن نلاحظ أن دلالتين تتفقان أو تختلفان، وأن أحدهما تدرج تحت الأخرى أو لا تدرج تحتها، وأن دلالة تستلزم أخرى أو تفترض وجودها مما يؤدي إلي القول بأن معجم لسان ما يكون بالغ التنظيم والترتيب، وأن أنواع دلالاته يعرف بعضها بعضاً ويترابط بعضها مع بعض.

فالعلاقات علي المحور الاستبدالي علاقات رأسية يتم فيها استبدال لفظة بأخرى تعبر عن نفس المعني ولكنها تختلف في دلالتها. فهو اختيار علي مستوي المفردات. وهناك نمط آخر من العلاقات الأفقية يتدخل في تشكيل الدلالة اللغوية ويحدث في حالة الحدوث السياقي في الجملة، أو عندما توضع الألفاظ داخل الجمل، وعندما تتركب دلالة يطرأ عليها ألوان من التغيرات الداخلية، إذ يمكن أن تتركب مع بعض الدلالات وتمنع من أخرى.

ويساعد هذا المستوي من البحث الدلالي في فهم العديد من الآليات التي تحكم لغة الإعلام. فمن المتعارف عليه أن الإفهام أي إفهام القارئ ما يريده الكاتب يعد هدفاً أساسياً للكتابة الصحفية والكتابة الإعلامية عموماً.

فلا بد أن تكون دلالة الألفاظ داخل النص الإعلامي واضحة ومفهومة بالنسبة للقارئ حتى يستوعب مضمون النص. والكاتب في هذه الحالة دائماً ما ينطلق من المستوي الفكري والتعليمي لقارنه حتى يتسنى له أن يتجاوز كل عقبات التشويش الدلالي.

ثانياً الدلالة في الحقل الأدبي:

مفهوم الدلالة في الحقل الأدبي لا يقتصر علي معني كل عنصر من العناصر التي تدخل في تكوين العمل الأدبي ولا علي شبكة العلاقات المتبادلة بينها، بل لابد أن تشمل طريقة أدائها لوظائفها وكيفية انتظامها في هذا النسق لتحقيق فعالية جمالية خاصة.

مفهوم الدلالة الأدبية أعقد من مفهوم الدلالة اللغوية، كما أن اكتشاف الدلالة داخل النص الأدبي يتطلب تحليلاً أعمق مما يتصل بكشف الدلالة اللغوية، الأمر الذي يمكن معه القول بأن اكتشاف النوع الثاني من الدلالة يعد خطوة علي طريق اكتشاف الدلالة الأدبية في النص.

فإذا كان الأدب في جوهره كشفاً للإنسان والعالم فإن دلالاته كامنة في طرائقه التعبيرية وأدواته الفنية. وإنتاجها يتمثل عند اكتشافها وممارستها، ولا يتم ذلك إلا بتداخل نصي بين طرفين: أحدهما النص المقروء بكل ما حبل به من نصوص، والآخر هو نص القراءة نفسه عندما يندرج في السياق الكلي الشامل ويصبح جزء من الدلالة.

واكتشاف الدلالة داخل النص الأدبي يمكن أن يعادل اكتشاف الأسلوب بداخله، إذ لا يكتفي في هذه الحالة بتحليل البنية اللغوية داخل النص وتوضيح دلالاتها في إطار سياق لغوي أو اجتماعي أو تاريخي عام، بل يتجاوز المحلل الدلالي ذلك إلى كشف العلاقة بين البنية اللغوية للنص الأدبي وسياق اجتماعي أو تاريخي أو فني خاص، بحيث تستخلص الدلالة من مقارنة النص بغيره من النصوص التي تشترك معه في أحد السياقات السابقة مما يساعد الباحث علي وضع يده علي ملامح اسلوب النص.

ويتصل بهذا المستوي من الدرس الدلالي تناول ما يسمى بالتصورات الأيديولوجية ويقصد بهذا المصطلح مجموعة المضامين التي تحملها الألفاظ الاسمية الداخلة في تكوين الأيديولوجية من حيث هي بناء فكري مميز، والمعيار الأساسي لتميز أيديولوجية معينة عن أخرى في الواقع العيني المعاش هي الجماعة التي ترتبط بوجودها ومصالحها ومصيرها.

فالتصور الأيديولوجي هو المضمون الذهني المرتبط بلفظة معينة وجملة الإيحاءات والدلالات التي تحيط به أو تنبثق عنه. ويرتبط هذا المستوي من الدرس الدلالي بلغة الصحافة. فكثير من الألفاظ التي تزخر بها الصحف تحمل مضامين أيديولوجية وبصفة خاصة في المجالات السياسية وقد شهدت حقبتنا الستينات والسبعينات تداولاً للعديد من الألفاظ التي حملت مضمون الأيديولوجية السياسية والاجتماعية والاقتصادية للعهدين الناصري والساداتي.

ثانياً: دلالة اللغة في الحقل الإعلامي

يتضح مما سبق أن هناك علاقة أساسية بين البحث الدلالي والبحث الإعلامي فكلا النوعين من البحوث يتعامل مع اللغة بشكل أساسي في مستواها المتعلق بالمعني. فعلم الدلالة يتعامل مع الألفاظ وما تعنيه بالنسبة للمتلقي، وعلم الإعلام يتعامل أيضاً مع نسق من الرموز التي تحمل في سياق معين معان معينة بالنسبة للمتلقي.

فالاتصال البشري عموماً والجماهيري خصوصاً يتم عن طريق الكلمات سواء منطوقة أو مكتوبة، ودون اللغة يصبح من المستحيل نقل المعني الدقيق للأفكار والمشاعر إلي الآخرين. ونستطيع أن نقول أن

الكلمة أصبحت ذات معنى وأن هناك لغة مشتركة إذا استخدم كل من المرسل والمستقبل نفس الكلمة بنفس المعنى، أي الدلالة علي نفس الأشياء أو المعاني.

فالدلالة لا تنفصل عن علم الاتصال ومن ثم يمكن النظر إلي دراسات الدلالة علي أنها وثيقة الصلة بالدراسات التي تحاول أن تعمق معرفتنا بآليات الاتصال والإعلام. وتتبع أهمية البحث الدلالي للنصوص الصحفية وكذلك الإعلامية من عدة أسباب:

إن النص الإعلامي يهدف في الأساس إلي نقل معلومة أو رأي أو فكرة معينة بواسطة الرموز اللغوية، فإذا لم تكن هذه الرموز واضحة الدلالة بالنسبة للمتلقي فستفشل العملية الاتصالية في تحقيق أهدافها. وتتطلب هذه المسألة ضرورة أن يكون الكاتب أو المحرر محيطاً بالإطار الدلالي للمتلقي.

فمن غير الممكن أن ينجح الإعلامي في أداء رسالته ما لم يعرف حقيقة الإطارات الدلالية للجمهور ويصمم رسالته الإعلامية التي تهدف إلي تزويد الجمهور بالأفكار والمعلومات أو تعديل اتجاهاته واعتقاداته بما يتفق مع خصوصية هذا الإطار.

فلا بد أن تكون الألفاظ التي تستخدم في الكتابة الصحفية والإعلامية واضحة الدلالة وبعيدة عن الغموض وخالية مما يسمى بالتشويش الدلالي. ويحدث هذا النوع من التشويش نتيجة عدم فهم الرسالة من جانب المتلقي حتى لو تم نقل الرسالة إليه بدقة بالغة. وهناك عدة مصادر لهذا النوع من التشويش:

- الكلمات شديدة الصعوبة.
- اختلاف دلالة الكلمات من المرسل إلي المستقبل.
- الاختلاف في فهم المعنى الضمني بين المرسل والمستقبل- الجمل شاذة التركيب والتي يصعب علي المستقبل إدراك معانيها بسهولة.
- اختلاف المستوي الثقافي بين كل من المرسل والمستقبل.

إن شبكة الألفاظ التي يحتوي عليها النص الإعلامي والتي تستخدم في التعبير عن مجموعة القضايا والأفكار التي يتضمنها تعكس جوانب علي قدر كبير من الأهمية فيما يتعلق بالأبعاد الدلالية للرسالة الإعلامية. فهي تعكس من ناحية رؤية الإعلام لقضايا المجتمع الذي تصدر فيه، أي تعكس العلاقة بين الإعلام والمجتمع.

وهي من ناحية ثانية تعكس الإطار الأيديولوجي الذي تلتزم به الوسيلة الإعلامية في التعبير عن القضايا الاجتماعية، فالعملية التي يتم من خلالها نقل الرسالة الإعلامية بالاعتماد علي اللغة تعد هدفاً للوصف والتحليل اللغوي. فإذا كانت الأنظمة الأيديولوجية توجد ويتم التعبير عنها من خلال اللغة فإنه يمكن الوصول إليها أيضاً من خلال التحليل اللغوي. فالكلمات علي سبيل المثال تقدم تصنيفاً للعالم من وجهة نظر معينة.

يكشف التحليل الدلالي للنص الإعلامي عن درجة الدقة والالتزام في التعبير عن الأحداث والوقائع بصورة موضوعية بحيث تستخدم الألفاظ بدلالاتها الحقيقية دون تزييف للواقع، وقد أصبح من المؤلف الآن أن يستغل بعض الإعلاميين الكلمات استغلالاً سيئاً ويضعوها في معان غامضة غير محددة قصداً إلى خدمة هدف معين. فعلم الدلالة يساعد في دراسة اللغة الإعلامية كقوة فاعلة تستعمل للتوير، ويساعد الإعلاميين كذلك علي فهم قدرة اللغة علي الخداع والتطوير.

يتضح مما سبق أن لعلم الدلالة تطبيقات عديدة في مجال الاتصال الجماهيري وحيث يجري البحث عن التأثيرات الواقعة علي أجهزة الاستقبال نجد لنظرية الرموز والعلامات الطبيعية تطبيقات متزايدة في الوقت الحاضر، فوسائل الاتصال بعامة تحفل بدلالات ومعان مختلفة يمكن أن تكون هدفاً للبحث والتحليل.

ثالثاً: التطور الدلالي في لغة الإعلام

تطور الدلالة ظاهرة شائعة في كل اللغات يلمسها كل دارس لمراحل نمو اللغة وأطوارها التاريخية، ومن يؤمن بحياة اللغة ومسايرتها للزمن ينظر إلي هذا التطور علي أنه مسألة طبيعية دعت إليها الضرورة الملحة.

ودارس التطور الدلالي في لغة من اللغات يستعرض أمامه الأحداث التاريخية للمجتمع الذي يتحدث بهذه اللغة وتلقي دراستها ضوءاً قوياً علي تطور حياتها الاجتماعية، لأن مضمون ما نستخدمه من ألفاظ يتضمن في العادة كل مظاهر حياتنا العامة.

وهنك أسباب عديدة للتطور الدلالي بعضها خارج عن نطاق اللغة ويكون مصدرها الأشياء المسماة والحياة التي يتقلب فيها المتكلمون، وأسباب داخلية تتصل بالصيغ والأشكال اللغوية في علاقتها بالمنظومة الخاصة بلغة من اللغات وقوانينها الخاصة.

ودراسة اللغة الإعلامية التي يقوم بها باحث في الإعلام ليست دراسة في فقه اللغة والقوانين الداخلية الخاصة بها والتي تؤدي إلي تطور دلالتها، وإنما هي دراسة في تأثير الإعلام كظاهرة لغوية وليس العكس. فاللغة هنا ليست هي المتغير المستقل بل تمثل متغيراً تابعاً.

ولو نظرنا إلي التطور الدلالي كنتيجة فإنه يمكن النظر إلي ظروف المجتمع كمقدمة أو سبب، ويمكن النظر إلي لغة الإعلام كإطار يحتوي هذا التفاعل بين المجتمع واللغة. فهيكل المنظومة اللغوية داخل أي مجال من مجالات النشاط الاجتماعي يرتبط بالظروف الساندة فيه.

ففي المجال السياسي علي سبيل المثال نجد أن التعبيرات الوصفية لرئيس الدولة تختلف من فترة تاريخية إلي أخرى ومن نظام حكم لآخر. وإذا قارنا بعض المفردات التي سادت الحياة المصرية- كما عبرت عنها الصحافة- قبل الثورة أثناء الحكم الملكي بالوضع بعد الثورة يمكن أن نلاحظ تفاوتاً كبيراً بينها.

وهذه النتيجة أيضاً يمكن الخروج بها إذا قارنا نوعية الألفاظ المتداولة داخل الصحف المصرية في حقبتى الستينات والسبعينات والمتعلقة بأي قضية من القضايا البارزة داخل أي من مجالات النشاط بالمجتمع المصري كقضية الصراع العربي الإسرائيلي.

فأي لغة من اللغات يمكن النظر إليها كنظام معين من الأنظمة الاجتماعية وهي بهذا الاعتبار خاضعة لتطور مستمر ولكنه في النهاية يمكن النظر إليه علي إنه تطور مشروط بتحويلات الجماعة التي تتكلمها.

فدروس الإعلام يهتم في المقام الأول بتأثير العوامل الخارجة عن اللغة علي التطور الدلالي وهي عوامل كثيرة. فهناك الأسباب الاجتماعية والنفسية والحضارية. فالتطور الاجتماعي يؤدي في أغلب الأحيان إلي تطور لغوي فتموت ألفاظ وتبعث أخرى وتتبدل معاني بعض الألفاظ، وقد يقترن التطور بظهور ألفاظ جديدة.

فمن الخطورة بمكان أن نعزل اللغة عن شروط إنتاجها الاجتماعية والداخلية وهو ما يتجنبه الباحث في الإعلام، حيث يؤدي ذلك إلي نتيجتين متطورتين ومتضادتين في آن واحد، حيث يسمح هذا الإبعاد أو العزل بتطور دراسة اللغة في بنيتها الداخلية والعلاقات المتبادلة بين مكوناته الصوتية والنحوية، ومن ناحية أخرى فبقدر تطور علم اللغة بناء علي هذه الأسس بقدر ما يبتعد عن العلوم الاجتماعية.

ورغم اهتمام دارس الإعلام في الأساس بمتابعة التطور اللغوي الذي يرتبط بالأحداث المختلفة داخل المجتمع وتعكسه وسائل الإعلام إلا أن لغة الإعلام تعد مجالاً خصباً لدراسة التطور الدلالي الذي يصيب اللغة بمقتضى قوانينها الداخلية التي تحكمها.

والباحث في مجال الإعلام عندما يتناول ظاهرة التطور الدلالي لا يتناولها من منطلق الحكم القيمي فيحكم بالصواب وبالخطأ أو الانحراف علي استخدام لغوي معين، فهذا العمل من صميم تخصص الباحث في اللغة وليس الباحث في الإعلام، وهو إن اضطر إلي تقويم ظاهرة لغوية ما في مقابل أخرى كي يحكم بالاستحسان أو العكس فإنه يفعل ذلك قياساً علي معايير الفن الإعلامي وقواعد الكتابة الإعلامية.

فالمدخل الأكثر عملية في هذا الصدد هو المدخل الوظيفي الذي يربط العناصر اللغوية بالوظائف التي تؤديها داخل النص الإعلامي، فيكون تقويم التطور اللغوي هنا مرتبطاً بمدى تحقيقه لوظائف اللغة في النص الإعلامي. وأساس الحكم هنا أنه كلما راعي الكاتب الإعلامي الإمكانيات اللغوية للقراء فيما يقدمه إليهم من مضامين ساعده ذلك علي تقديم نص مؤثر وفعال وقادر علي تحقيق وظائفه وأهدافه

المحاضرة الثالثة : الأنقرائية

الإنقرائية لغة تعني سهولة القراءة ويقصد بها درجة السهولة التي يلاقيها القارئ عند مطالعة نص معين بحيث يفهمه ويستوعب مضمونه بأقل قدر من الجهد و الوقت لما تتمتع به اللغة من سهولة ولما يتمتع به مضمونها من قدرة علي استثارة اهتمامه.

وقد اشتق مصطلح إنقرائية من الفعل قرأ بعد إضافة ألف ونون إليه (إن) لتصبح أنقرأ، والألف والنون زائدة صرفية تعطي معني الطواعية والسهولة مثل كسرته فانكسر وقرأته فأنقرأ أي سهولة ويسر، وقد تم اشتقاق المصدر الصناعي بعد ذلك من الفعل أنقرأ ليكون المصطلح إنقرائية ليعبر عن درجة السهولة أو الصعوبة في لغة الكتابة.

فالإنقرائية اصطلاحاً هي الحد الذي يجد عنده قارئ معين ذي خصائص معينة علي المستوي التعليمي والثقافي والمعرفي نصاً معيناً سهلاً وشيقاً بالنسبة له بحيث يقرأ بأقل جهد وفي أقصر وقت.

وطبقاً للتعريف السابق يمكننا تحديد عناصر أساسية يتبلور حولها مفهوم الإنقرائية تتمثل في:

الفهم: ويرتبط باللغة التي كتبت بها المادة ودرجة شيوع الكلمات وبساطة الجمل المستخدمة في التعبير بحيث لا يجد القارئ صعوبة في فهمها.

الاهتمام: ويرتبط بمضمون المادة المكتوبة أو الموضوعات المطروحة داخلها وقدرتها علي جذب اهتمام القارئ وخلق ميل لديه لمطالعتها .

السرعة: وهي ترتبط بالعاملين السابقين فكلما وجد القارئ مادة معينة مفهومة بالنسبة له وقادرة علي جذب اهتمامه أدي ذلك إلي زيادة معدل سرعته في قراءتها.

نشأة دراسات سهولة وصعوبة القراءة وتطورها:

يمكن القول بأن الاهتمام بالإنقرائية أو مدي سهولة اللغة قديم قدم الكتابة نفسها، فأبي كاتب هدفه أن تقرأ كتاباته وأن يفهم ما كتبه، فالاهتمام بالإنقرائية قديم جداً، عني بها التلموديون في تصنيفهم ودراساتهم لمجموعة الأحكام في التلمود بإحصاء تكرارات ظهور الكلمات والأفكار تتميز المعاني المختلفة عند القراءة.

وفي القرآن الكريم إشارات متعددة إلي الاهتمام بالكلمة والواضحة المبينة. فالله تعالى يقول:

" الرحمن. علم القرآن. خلق الإنسان. علمه البيان" سورة الرحمن. الآيات 1- 4

وإذا نظرنا إلي معنى كلمة البيان التي وردت في الآية الكريمة فسند أن البيان اسم جامع لكل شئ يكشف لنا قناع الكلمة أي معناها. فمقدار الأمر والغاية التي يهدف إليها القائل والسامع إنما هو الفهم والإفهام، بأي شئ بلغت الإفهام وأوضحت المعنى فذلك هو البيان.

وقد ورد أكثر من موضع في القرآن الكريم أنه كتاب واضح ومفهوم، وأنه كتب باللغة التي يفهمها العرب لعلمهم يعقلون ويفهمون ما فيه، والله تعالى يقول:

" أَلَمْ نَلِكْ آيَاتِ الْكِتَابِ الْمُبِينِ. إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ" سورة يوسف.. الآيات 1, 2, 3.

" حم. وَالْكِتَابِ الْمُبِينِ. إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ" الزخرف" .. الآيات 1, 2, 3

ومعنى كلمة البيان التي وردت في هذه المواضع من القرآن الكريم أي المفهوم والواضح.

ولا ننسى هنا أن الرسول صلي الله عليه وسلم كان يقول " خاطبوا الناس علي قدر عقولهم" ويفهم من ذلك ضرورة أن نخاطب الناس بمضمون ولغة مفهومة، فالحديث الكريم يشير إلي أن الناس يتفاوتون في قدرتهم علي فهم ما يقرؤون وما يسمعون نظراً لاختلافهم في القدرة علي فهم وتذكر هذه المعلومات واختلاف خلفيتهم وأبنيتهم المعرفية حول المضامين التي تطرحها الرسالة، وهو ما أمر الرسول الكريم بأخذه في الاعتبار عند مخاطبة الجماهير التي تعد أصنافاً وفئاتاً مختلفة غير متجانسة.

لذا فلا بد أن نخاطب كل فئة بالمضمون الذي تهتم به وباللغة التي تفهمها. وفي النهاية فإننا لا نستغرب هذا الاهتمام في القرآن والسنة بلغة الكتابة أو الخطاب لأن الهدف الأساسي لأصحاب الرسالات هو نقل دعوتهم إلي الآخرين بسهولة ويسر حتى يسهل إقناعهم بها.

بل إنه يمكن القول بأن موضوع الانقرانية كان مطروحاً بطريقة أو بأخرى في التراث اللغوي العربي ولكن ليس تحت هذا العنوان بالطبع، فما كتبه علماء اللغة العرب في العصور المتقدمة في موضوعي البيان والفصاحة أو في موضوع النظم يمكن أن يفيد الدارس لموضوع الانقرانية في اللغة العربية فائدة كبيرة، وقد اعترف الباحثون الغربيون مؤخراً بأهمية الدراسات الحديثة في مجال اللغويات كمدخل لفهم موضوع الانقرانية.

لقد عرف علماء البيان العرب هذا العلم كما يلي: علم البيان عبارة عن مجموعة من الملاحظات والضوابط إذا راعاها الشخص في خطابه أو كتابه بلغت به الحد المطلوب من سهولة الفهم وإيجاد الأثر المطلوب والمقصود في نفس السامع واتصف من ثم بصفتي الفصاحة والبلاغة وهما محورا علم البيان، فالكلام يكون فصيحاً بليغاً إذا كان واضح المعنى سهل اللفظ جيد السبك غير مستكره فج ولا متكلف وخم.

إن من يقرأ التعريف لعلم البيان ويقارنه بالتعريفات المختلفة التي طرحت لشرح مفهوم الانقرانية خاصة تلك التعريفات التي تركز علي خصائص النص المقروء التي تجعله سهلاً سيجد أن هذا التعريف للبيان يقترب إلي حد كبير من هذه التعريفات.

وقد وضع علماء البيان عدداً من القواعد التي يمكن أن تفسر في القارئ لما يقرأ أو السامع لما يسمع، وقد اختص بعض هذه القواعد بالكلمة في حين اختص بعضها الآخر بالجملة والتراكيب المختلفة. فقد أشار علماء البيان إلى أن فصاحة الكلمة تتحقق بخلوها من ثلاثة عيوب.

تنافر الحروف: ومن المعروف أنه إذا تجاوزت بعض الحروف التي تتقارب أو تتشابه في المخرج (كالهمزة والهاء) أو تتشابه في الصفات (كالحاء والظاء) فإن ذلك يؤدي إلى صعوبة النطق، وعادة ما يبرز هذا النوع من الصعوبة في أسماء الأعلام الأجنبية مثل " تشاوشيسكو".

غرابة الاستعمال: وهو كون الكلمة غير ظاهرة المعنى ولا مألوفة في الاستعمال. والغرابة قسمان:

القسم الأول: ما يوجب حيرة السامع في فهم المعنى المقصود من الكلمة لتردها بين معنيين أو أكثر بما يؤدي إلى إيجاد نوع من الغموض الدلالي، ويخفف من هذا الغموض وجود قرينة توضح المعنى، ويمكن أن تضرب مثلاً لذلك يتأرجح الفعل فيما يدل عليه من معني بين البناء للمعلوم والبناء للمجهول خاصة في ظل غياب علامات التشكيل.

القسم الثاني: وهو ما يعاب استعماله للاحتياج إلى متابعة اللغات وكثرة البحث والتفتيش في المعاجم، ويمكننا أن نضع في هذا القسم الكلمات الغربية بالنسبة للقارئ العادي.

مخالفة القياس: وهو كون الكلمة غير جارية علي القانون الصرفي للغة العربية.

وفيما يتصل ببناء الجمل والتراكيب أشار علماء البيان إلى أن فصاحة الجملة والتراكيب تتحقق بخلوها من ستة عيوب:

تنافر الكلمات متجمعة: بمعنى أن تكون ثقيلة في تركيبها علي السمع صعوبة النطق بها متجمعة علي اللسان.

ضعف التأليف: بمعنى أن الكلام جاريًا علي خلاف ما اشتهر به من قوانين النحاة المعتبرة عند جمهور العلماء.

التعقيد اللفظي: وهو كون الكلام خفي الدلالة علي المعنى المراد به بحيث تكون الألفاظ غير مرتبة وفق ترتيب المعاني كما يحدث عند الفصل بين الموصوف والصفة والبديل منه مما يسبب ارتباكاً وإضراباً شديداً.

التعقيد المعنوي: وهو كون التركيب خفي الدلالة علي المعنى المراد به بحيث يعمد المتكلم إلى التعبير عن معني فيستعمل فيه كلمات في غير معانيها الحقيقية فيسئ اختيار الكلمات للمعنى الذي يريده فيضرب التعبير ويلتبس الأمر علي السامع.

كثرة التكرار: سواء كان اسم أو فعل أو حرف وسواء كان الاسم ظاهراً أو ضميراً، فالتكرار يعوق الفهم خاصة عندما لا يكون له هدف.

تتابع الإضافات: فإذا تركنا علم البيان وانتقلنا إلي علم النظم فسنجد أن تراثنا اللغوي زاخر بإجتهادات متميزة بل يمكن القول بوجود نظريات متكاملة للنظم والكتابة قدمها علماء أفذاذ مثل عبد القاهر الجرجاني وابن الأثير، وما توصل إليه هذان العالمان وغيرهما يمكن أن يفيد دارس الانقرانية في اللغة العربية فائدة كبيرة.

وقد حدد ابن الأثير أربع صفات أساسية للنظم الجيد:

أن تكون الألفاظ واضحة بيّنة ليست غريبة في الاستعمال.

أن تكون الألفاظ سهلة في الفهم سهلة في النطق غير مستقلة ولا مستكرهة.

أن تكون كل لفظة من الألفاظ ملائمة لأختها التي تليها غير نافرة عنها ولا مبيّنة لها.

ألا يكون في الألفاظ تقديم وتأخير يستغلق به المعنى فيجئ نظم الكلام مضرباً.

أما إذا جننا إلي عبد القاهر الجرجاني فسنجد أنه أوضح في كتابه دلائل الإعجاز أن بالكلمة نظماً وأن رعاية هذا النظم وإتباع قوانينه هي السبيل إلي الإبانة والإفهام، وأنه إذا عدل بالكلام عن سنن هذا النظم وإتباع قوانينه لم يكن مفهوماً معناه ولا دالاً علي ما يراد منه.

ويمكن مبدئياً القول أننا إذا قارنا هذه النتائج التي توصل إليها علماء البيان وعلماء النظم العرب بالنتائج التي توصل إليها الباحثون الغربيون في مجال الانقرانية فسنخرج من هذه المقارنة بما يلي:

إن الباحثون الغربيين ركزوا بدرجة كبيرة علي النواحي الكمية عند تحديد عوامل السهولة والصعوبة اللغوية وأبدعوا لذلك معادلات كمية عديدة كما سيظهر فيما بعد- كانوا يقيسون عن طريقها طول الكلمة وطول الجملة وخرجوا بنتائج مؤداها أنه كلما زاد طول الكلمة وطول الجملة أدي ذلك إلي صعوبة القراءة.

وهذه الإضافات التي قدمها العلماء الغربيون- في رأبي - ليست بذات قيمة كبيرة، فعند المقاطع في الكلمات ليس هو العامل الحاسم في تحديد درجة صعوبة الكلمة، وعدد الكلمات في الجملة ليس هو العامل الحاسم في تحديد درجة صعوبتها، إذ يمكن أن تحقق الانقرانية في ظل ذلك.

فالكثافة التي تحقق الانقرانية ليست تلك الكثافة التي تميز كلماتها بقلة عدد المقاطع والتي تتميز جملها بالقصر من حيث عدد الكلمات، بل هي تلك الكثافة التي تستثير القارئ عن طريق عذوبة الأسلوب وتحاشي التكرار الممل والبراعة المنطقية.

ولا يخفي أن بعض الكلمات القصيرة يمكن أن تستغلق علي الفهم نظراً لشدة تجريدا أو لشدة تخصصها، كما يمكن أن تستغلق بعض الجمل القصيرة علي الفهم لأنها لا توضح المعني بدرجة كافية.

الفارق الثاني هو أن دراسات الانقرانية التي قام بها الباحثون الغربيون أخذت في الاعتبار القارئ والعوامل المتعلقة به تحديد معايير السهولة والصعوبة اللغوية، ويشكل هذا الجانب إضافة حقيقة، في حين نجد أن علماء البيان والنظم ركزوا علي عوامل السهولة والصعوبة التي تربط بالنص ذاته وتعرقل عملية فهمه.

الفارق الثالث وهو المهم ويتمثل في قيام الباحثين الغربيين بابتكار مناهج ومقاييس علمية لقياس درجة إنقرانية النص كالمعادلات.

علي هذا فإن الباحثين العرب عندما يطالعون نتائج دراسات الانقرانية الحديثة فإنهم لا يطالعون شيئاً غريباً عليهم يشعرون أن لهذه الدراسات جذوراً في دراستنا اللغوية القديمة، وأن هذا الموضوع كان مثاراً، ولكن ليس تحت عنوان الانقرانية، كما أثير علي يد العلماء العرب في مجال البيان والنظم وذلك في أزهى عصور الحضارة العربية الإسلامية ولكن لم يواصل الباحثون العرب المحدثون الدراسة في هذا المجال.

ومع الاعتراف بأن الاهتمام بموضوع الانقرانية يعود إلي فترة بعيدة فإنه لا يمكن القول بأن دراسات الانقرانية في هذه الفترة كانت تتمتع بصفة العلمية لأنها كانت تعتمد علي التقدير الذاتي للباحث، بل كان التقدير الذاتي هو منهج الباحثين في هذا المجال خلال تلك الفترة مما أفقد دراسات الانقرانية صفة العلمية لافتقارها إلي أداة علمية تستخدم في البحث.

ويمكن القول بأن البداية الحقيقية لبحوث الانقرانية تعود إلي عام 1923 عندما بدأت هذه البحوث تأخذ شكلاً منهجياً، فقد شرع الباحثون في هذا المجال في الابتعاد عن أسلوب التقدير الذاتي كأداة غير موضوعية لقياس الانقرانية وبدؤوا في استحداث أدوات بحث جديدة تتميز بموضوعيتها وعلميتها ومنهجيتها، وقد ركزت الدراسات الأولى التي اعتمدت أسلوباً منهجياً في قياس انقرانية النصوص علي الكلمة لتحديد مدي قابلية النص للقراءة والفهم.

كانت هذه الدراسات تتناول النص بتحديد الكلمات السهلة والصعبة كما تدل علي ذلك قائمة مقننة للكلمات، ومن أشهر القوائم التي ظهرت في اللغة الإنجليزية:

قائمة ثورنبايك التي ظهرت في الصورة الأخيرة لها عام 1943 بعد أن ظلت تتطور منذ عام 1921 حتى عام 1943 وفي اللغة العربية ظهرت أيضاً عدة قوائم من أهمها قائمة بريل (1940) وقائمة لطف (1948) وقائمة خاطر (1958) وقائمة البهي بالمغرب (1961).

وتعتمد طريقة اختيار الكلمات في هذه القوائم علي التكرار حيث تفترض أنه عامل أساسي من عوامل سهولة الكلمة، بما أن التكرار الكثير يدل علي الشيوع إذن فقد قام صانعو هذه القوائم بتحليل الكلمات في

ميادين شيوخها لتحديد درجة الشيوخ الخاصة بها مع إدراجها في القوائم تبعاً لذلك وتتلخص ميادين شيوخ الكلمات القائمة التكرارية فيما يلي:

كتب المطالعة والكتب الأدبية.

الجراند والمجلات.

كتب التعليم العام.

المطالعات المتنوعة للنشء والمراهقين.

تكرار العام لجميع هذه الميادين.

وقد شكلت هذه القوائم الأساس المنهجي الذي ارتكزت عليه العديد من دراسات الانقرانية الأولى التي أخذت شكلاً منهجياً، بل يمكن القول بأن الشكل الذي استخدمت به هذه القوائم في قياس درجة السهولة والصعوبة يعد الإرهاصات الأولى التي أعقبها ظهور معادلات الانقرانية التي تعد أشهر أداة منهجية لقياس السهولة والصعوبة في لغة النصوص.

وقد زادت بعد ذلك اجتهادات الباحثين في مجال الانقرانية وتوالي ظهور العديد من المناهج والأساليب الجديدة التي تقيس السهولة والصعوبة مثل أسلوب الرسوم البيانية والجداول وأسلوب الإكمال أو التنمية الذي ابتكره تايلور.

وقد كان العاملون في الصحف ووكالات الأنباء يتابعون باهتمام بحوث الانقرانية والنتائج التي توصلت إليها وشعروا بأهميتها وأهمية النتائج التي أسفرت عنها وخططوا للإستفادة منها، وقد قامت وكالة الأسوشيتدبرس ووكالة اليونائيتدبرس وبعض الصحف الأخرى التي يمتلكها أشخاص بالاستعانة بخبراء في الانقرانية ضمتهم إلي جهازها التحريري كي يقوموا بمراجعة مستويات الكتابة الصعبة وإعادة صياغتها بحيث تصبح مفهومة لمعظم القراء.

المحاضرة الرابعة : لغة الإعلام و علاقتها باللغة الأم

لغة الإعلام .. المفهوم والأهمية:

اللغة في المجال الإعلامي هي الأداة التي يقوم الإعلاميون من خلالها بتحويل المعلومات والأفكار إلي مادة مقروءة أو مسموعة أو مرئية يمكن تلقيها وفهم واستيعاب ما تحمله من مضامين توضع في أشكال فنية معينة.

فعملية الكتابة الإعلامية تنطلق من معلومات الكاتب عن القواعد الأساسية للغة كقواعد الهجاء **Spelling** والترقيم **Punctuation**، يأتي بعد ذلك قدرته علي اختيار المفردات المعبرة عن المعلومة والفكرة، ثم تركيب هذه المفردات في جمل والجمل في فقرات، ومن الفقرات تتكون المادة الإعلامية ككل، وعملية التركيب تلك محكمة بقواعد اللغة التي نكتب بها.

ولا يتباين هذا التصور لمفهوم ووظيفة اللغة في الكتابة الإعلامية عن التصور العام لمفهوم ووظيفة اللغة في الحياة الإنسانية" فالوظيفة الأكثر أهمية للغة تتمثل في استخدامها كأداة للتعبير عن المعلومات والأفكار أو كوسيلة للتفاعل بين الأفراد، ولكي تؤدي اللغة هذه الوظيفة في التعبير والتفاعل فإنها تعتمد علي عدد من الأنظمة تشمل: النظام الصوتي و الحرفي و الدلالي و نظام التركيب .

ويمكننا – من الوجهة البنيوية – القول بأن لغة الإعلام شأنها شأن أية مستوى تعبيرى داخل اللغة العربية تعتمد علي مجموعة من الأنظمة السابقة التي يتأسس عليها النظام اللغوي العام، وإن اختلف أسلوب استفادة لغة الكتابة الإعلامية من معطيات كل نظام من هذه الأنظمة، طبقاً لطبيعة الأهداف التي يتهياها العاملون في وسائل الإعلام من وراء تفعيل عناصرها، عن الطريقة التي تستفيد بها أنماط أخرى من الكتابة منها، مثل الكتابة العلمية والكتابة الأدبية.

وقد اتسمت محاولات كل الباحثين في مجال الإعلام والباحثين في مجال اللغة في تحديد مفهوم لغة التعبير الإعلامي عند حدود نصف خصائص هذه اللغة دون محاولة التحديد المباشر لمفهومها. فقد تحدث الباحثون في مجال الإعلام عن التعبير الإعلامي علي أنه عملية اختيار لغوي يتم علي مستوى المفردات والتراكيب، وهو اختيار محكوم بمجموعة من الخصائص التي يجب أن يتوافر بعضها في المفردات وبعضها الآخر في الجمل، وتتعلق هذه الخصائص، في أغلبها، بالكيفية التي يمكن أن يتحقق من خلالها أعلى درجات الفهم للمادة الإعلامية من جانب الملتقي.

وعرفت لغة الإعلام من خلال الإشارة إلي عدد من خصائصها مثل: التبسيط والوضوح والموضوعية والالتزام بقواعد اللغة المعيارية وأنها نتاج جهد جماعي للمؤسسات الإعلامية وليست إنتاجاً فردياً مثل إنتاج الأديب أو الشاعر.

وقدم أحد الباحثين في مجال اللغة تعريفاً للغة الصحافة يعتمد علي نفي علاقتها باللغة الفنية تم الإشارة إلي ما يجب أن تتميز به خصائص تجعلها يسيرة الفهم لدي القراء الذين يتباينون وأشار إلي أن لغة الصحافة ليست لغة فنية خاصة يمتاز بها مجموعة من الناس، بل هي لغة عامة يتفق من يستطيعون القراءة علي فهمها، وما تقدمه لقرائها يجد طريقه ميسراً إلي لغتهم حين يكتبون أو يتكلمون، وتنتمي هذه اللغة إلي ما يطلق عليه فصحي العصر وهي لغة تكتسب خواصها التركيبية من مصادر ثلاثة:

- 1- الفصحي كما قعدت لها كتب اللغة، ولغة الصحافة تعد امتداداً لها وتطوراً لبعض خصائصها.
- 2- اللغات الأجنبية، بما تسهم به في لغة الصحافة من مفردات وأساليب يتم تعريبها.
- 3- اللغة العامية، بما تقرضه لغة الصحافة منها من مفردات وأساليب، وما يحدثه ذلك أحياناً من تغيير في نظام الجملة.

ويعد مصطلح (الفصحي المعاصرة) مصطلحاً جديداً في الدرس اللغوي العربي، وهو يمثل مرحلة زمنية من المراحل التي تواردت عن العربية الفصحى التراثية، ولا يعني نعت الفصحي بالمعاصرة أن هذه الفصحى لغة أخرى غير فصحي التراث بل هي امتداد واستمرار لها،

ويتسم هذا المستوي اللغوي من مستويات العربية بالسماوات الآتية:

- 1- إن الفصحي العصر ينبغي أن تلتزم بقواعد العربية الفصحى التراثية: الصوتية والحرفية والنحوية والدلالية.
- 2- يعد مجال استعمال الفصحى المعاصرة أوسع استخداماً من (فصحي التراث) فهي تستخدم في لغة الصحافة بفروعها المختلفة ولغة الأدب بفنونه المتنوعة.
- 3- الفصحى المعاصرة هي اللغة المشتركة علي مستوي المجتمع العربي ككل.

وفصحي العصر – كما تمثلها لغة الصحافة – لا تلتزم التزاماً كاملاً بقواعد الفصحى المعروفة في كتب النحو بل تنجح إلي نوع من التغيير في النواحي التركيبية والأسلوبية والدلالية، وأن فصحي العصر هي لغة مكتوبة في الأعم الأغلب، وأشكالها المنطوقة في الغالب مصدرها مكتوب.

تخلص مما سبق إلي أن مفهوم لغة التعبير الإعلامي يتحدد في إطار أداة تعبير ووسيط ناقل للمعلومات والأفكار التي يتحملها المضمون الإعلامي بشكل يؤدي إلي فهم المتلقي لما يعبر عنه أو ينقله منتج المادة الإعلامية، وإغلاق الدائرة الاتصالية فيما بينهما بشكل يسهل عملية تلقي للمضمون كما قصده الكاتب ببذل الحد الأدنى من المعالجة المعرفية المطلوبة.

ولا يخرج هذا المفهوم للغة الإعلام عن المفهوم العام للغة كأداة للتعبير والتواصل، وإن كان يركز علي أولوية مسألة الفهم وسهولة التلقي كضرورة لا بد من تحقيقها في هذه اللغة، لذلك انشغل الباحثون في مجال الإعلام بمجموعة الخصائص التي تفضي إلي تحقيق هذا الهدف عند معالجتهم لمفهومها، في حين انشغل الباحثون في مجال علم اللغة بتحليل درجة الهدف عند معالجتهم لمفهومها، في حين انشغل الباحثون

في مجال علم اللغة بتحليل درجة الالتزام أو جنوح اللغة الإعلامية عن قواعد اللغة المعيارية واهتموا بتوصيفها كمستوي من مستويات التعبير اللغوي المنبثق عن اللغة الفصحى المعيارية.

ويستمد موضوع اللغة في وسائل الإعلام أهميته البحثية من عدد من العوامل:-

1- إن جوهر الرسالة الإعلامية يتمثل في اللغة التي يستخدمها الكاتب في نقل المضمون الذي تحمله، بقدر نجاحه في تفعيل قدرات وإمكانات اللغة في التعبير ونقل المعاني والأفكار بقدر نجاحه في تحقيق الأهداف الوظيفية المختلفة لهذه الرسالة.

2- تمارس لغة الإعلام تأثيراً واضحاً على لغة الجمهور المتعرض لها ولا يتوقف حد التأثير هنا عند مجرد تسرب مفردات القاموس اللغوي الإعلامي إلى القاموس اللغوي الجماهيري، بل يتجاوزه إلى التدخل في بناء تصورات الجمهور عن الأحداث بناء على نوع وخصائص اللغة التي استخدمتها في التعبير عنها.

فاللغة تمنح الفرد نظاماً جاهزاً لتصنيف ما يدركه من حوله، وكنتيجة لذلك فإن الفرد يبصر العالم من حوله من خلال اللغة التي يتحدثها، وتفسير نظرية التحديد اللغوي هذا الأمر إذ تقرر أن اللغة تتدخل في تحديد أفكار الفرد الذي لا يستطيع أن يفكر سوي في إطار الفئات التي تسمح له بها لغته.

1- تعد لغة الإعلام مادة شديدة الخصوبة لتحليل وتتبع أنماط التطور في اللغة الأم (المعيارية) بأنظمتها الفرعية المختلفة (الصرفية- التركيبية- الدلالية) وهو ما التفت إليه الباحثون في علم اللغة فصرفوا العديد من جهودهم في فحص وتحليل أنماط التطور التي أحدثتها لغة الإعلام في اللغة الأم.

*تأثير لغة الإعلام في اللغة الأم:

التطور ظاهرة من الظواهر التي تحكم أية لغة، فاللغة تتميز بطابعها الديناميكي المتغير عند الانتقال من مرحلة إلى أخرى، والتطور يشمل كافة الأنظمة التي تتكون منها اللغة: النظام الصوتي، والنظام الحرفي، ونظام التراكيب ونظام الدلالة، وقد يبدو التطور في قطاع أو نظام معين من هذه الأنظمة أسرع من التطور في نظام آخر، إلا أن الحقيقة الثابتة هي أن التطور ظاهرة قائمة في اللغة سواء تميزت بإيقاعها البطئ في أحيان وإيقاعها السريع في أحيان أخرى.

وينظر اللغويون الي ظاهرة التطور في الكثير من الأحيان نظرة متناقضة، فبعضهم يري أن التطور حالة إيجابية من حالات اللغة تعني الانتقال من طور إلى طور أحسن وأفضل، علي أساس أن اللغة بهذا الانتقال قد أدت وظيفتها فقابلت حاجات الإنسان في حياته المتجددة ولم تقف جامدة أو عاجزة عن مواكبة الحركة الدائبة في المجتمع، وعلي النقيض من ذلك بعض المشتغلين باللغة إلي مظاهر التطور علي أنها نوع من الخطأ وحبثهم في ذلك أن هذه المظاهر، كلها أو بعضها تتضمن بالضرورة خروجاً عن القواعد المحددة التي سجلت في كتب اللغة.

ومنذ نشأة الصحافة كأقدم وسيلة إعلام – علي المستوي العربي- لعبت هذه الوسيلة دوراً أساسياً في تطوير اللغة استجابةً للتحويلات التي وقعت في المجتمع وسعت إلي التعبير عنها، ويمكننا الزعم بأن الصحافة شكلت المؤسسة الرئيسية المنتجة لمجموعة المصطلحات والألفاظ التي استجابت بها مؤسسات المجتمع المصري المختلفة لواقع التطور الحضاري خلال القرنين التاسع عشر والعشرين، وقد لعبت الصحافة دوراً أساسياً في وضع المصطلحات وألفاظ الحضارة الحديثة في بداية النهضة العربية الحديثة، وتعددت بطبيعة الحال اللغوية التي اعتمدت عليها في ذلك بين التغير الدلالي والاشتقاق والتركيب والاقتراض المعجمي، وتاريخ كل كلمة من الكلمات وكل تركيب من التراكيب يمثل جانباً من تاريخ المصطلحات وألفاظ الحضارة في العربية في العصر الحديث، وكان لدوريات رسمية وحكومية مثل روضة المدارس ولدوريات غير حكومية مثل صحف الأهرام ومجلة الهلال دور كبير في تكوين المصطلحات وألفاظ الحضارة ونشرها، وجعل قدر كبير منها رصيماً جديداً للعربية الفصحى في العصر الحديث.

والمشاهد في لغة الصحافة المصرية- بعيداً عن وضع مصطلحات وألفاظ الحضارة الحديثة- أنها تعرضت لتحويلات وتغيرات عكست الأحداث التي مر بها المجتمع المصري عبر مراحل تطوره المختلفة، ورغم أن لغة الصحافة بدت متأثرة بلغة الأدب عند نشأتها، وقد يكون السبب في ذلك أن أغلب كتابها حينذاك كانوا من الأدباء، إلا أنه مع تطور العمل الصحفي وتنوع الاهتمامات والقضايا والموضوعات التي تعالجها بدأت الصحف في التحرر شيئاً فشيئاً من خصائص اللغة الأدبية وشرعت في نحت أسلوب لغوي خاص بها أثرت خصائصه بعد لغة الكتابة الأدبية وغيرها من أنماط الكتابة وبذلك أصبحت لغة الكتابة الصحفية عاملاً أساسياً من العوامل التي تدفع في اتجاه تطور اللغة ككل.

وقد اتسمت لغة الصحافة في أوائل القرن التاسع عشر بصفات النثر خلال تلك الحقبة، فقد كانت مثقلة بالسجع وألوان البديع من جناس ومقابلة، فهي كتكلفة عسيرة لا تصل إلي الغرض المراد لا بعد عسر، ولكن هذه اللغة تطورت بمرور الوقت، واستطاعت أن تؤثر في ميادين أخرى، وقد نتحول إلي اللغة الأدبية الحديثة فنجدها تتلقف كثيراً من موادها من حيز الصحافة.

وقد تنوعت العناصر التي حاول الباحثون في علم اللغة تتبع جوانب تطورها في لغة الإعلام وتحليل أثرها في تطور اللغة الأم، ويلاحظ علي الإجهادات التي قدمها الباحثون في هذا الإطار ما يلي:

1- من الملاحظ أن هذه الدراسات اهتمت بالدرجة الأولى بتحليل التطور الذي أحدثته لغة الإعلام في قطاع المفردات ودلالاتها ودورها في تنمية إثراء القاموس اللغوي العربي بالاعتماد علي القواعد المعيارية للغة في الاشتقاق وتوسيع دلالات بعض المفردات القديمة، في حين قل اهتمام الباحثين في مجال علم اللغة بتتبع التطويرات التي أحدثتها لغة الصحافة علي مستوي التراكيب، ورغم العديد من الإضافات التي قدمتها في هذا السياق وأحدثت بها بعض التحويلات في أساليب بناء الجملة العربية نتيجة التأثير بالعديد من العوامل، أبرزها الترجمة عن وكالات الأنباء العربية، وقد يكون الاهتمام بتتبع التطورات في مجال

التركيب أمر أهم وأخطر بكثير من تتبع التطور في قطاع المفردات يستحق التوقف من جانب الباحثين في مجال علم اللغة، علي أساس ارتباط التراكيب اللغوية بمنطق اللغة ذاته.

2- لم تعنتي هذه الدراسات بتقديم جهد علمي منظم يوصف للغة الإعلام، وخصوصاً لغة الجرائد والمجلات، سواء علي مستوي المفردات أو التراكيب يمكن الاعتماد عليه في بناء برامج كمبيوترية للتصحيح اللغوي والنحوي والأسلوبي شبيهة بالبرامج التي تستفيد منها وتعتمد عليها الصحف الغربية في تحسين مستوي الأداء اللغوي بالمواد الصحفية المختلفة، فمن الضروري أن تتوجه هذه البحوث بدرجة أكبر نحو تحليل مفردات اللغة الصحفية بشكل يؤدي إلي بناء قواميس لغوية دقيقة وشاملة وقابلة للتحديث والتطور، كذلك وضع مجموعة القواعد الأساسية التي تحكم بنية الجملة الصحفية، وتقنين القواعد الأسلوبية التي تستند إليها لغة الصحافة، وغير ذلك من أبعاد، مما يمكن أن يشكل أساساً لبناء برامج كمبيوترية تؤدي إلي تحسين درجة الكفاءة اللغوية للتعبير الصحفي من ناحية، وتؤدي إلي حماية اللغة العربية المعيارية من ناحية أخرى.

وهناك اتجاه يتبنى نظرة سلبية إلي التغييرات التي تحدثها لغة الصحافة في اللغة العربية، اهتمت العديد من الدراسات، في إطاره بتحليل التأثيرات السلبية للغة الصحافة علي اللغة الأم وتبنت رؤية تذهب إلي الصحافة تقوم بدور أساسي في هدم اللغة الفصحى المعيارية **Standard language** بعدم الالتزام بما تنص عليه من قواعد في الاشتقاق أو التركيب وكذلك تلوين قاموس مفردات اللغة بغير ما هو أصيل في فصاحته، إذ يكون وافداً من لغات أجنبية أو اللغة الشفاهية الدارجة.

ويعد تحليل التأثيرات السلبية للغة الصحافة علي اللغة المعيارية من أقدم الاتجاهات التي حكمت تناول الصحافة، ويمتد هذا الاتجاه بجذوره إلي أواخر القرن التاسع عشر عندما أصدر الشيخ إبراهيم اليازجي كتاب "لغة الجرائد" الذي شكل أول محاولة لتحليل الأخطاء اللغوية المختلفة التي تظهر في لغة الكتابة الصحفية وأثرها السلبي علي لغة الجمهور القارئ.

وقد نشر اليازجي في مجلة "الضياء" مقالات تناول فيها لغة الجرائد وبين ما يقع فيه الكاتبون فيها من أخطاء لغوية ونحوية، ثم بدا له أن يجمع هذه المقالات في كتاب أصدره بعنوان لغة الجرائد، وقدم لكتابه بمقدمة ذكر فيها الداعي إلي كتابة هذه المقالات، وهو انتشار الصحف وأثرها في لغة القراء. وقد وجد في لغة الجرائد التي كانت منتشرة في زمنه أخطاء فأراد تصحيحها وبيان وجه الصواب، وشرع بعد هذا التقديم سرد ما يقع في لغة الجرائد من أغلاط لغوية ونحوية، وقد جاوز عدد الألفاظ والتراكيب والعبارات التي ذكرها الثلاثمائة. وقد شكل هذا الكتاب موجهاً أساسياً لعدد من الدراسات التي اجتهدت في تحديد الجديد من التأثيرات السلبية التي أحدثتها لغة الصحافة في اللغة المعيارية، وساء علي مستوي الألفاظ أو التراكيب، علي مدار المراحل المختلفة لتطورها.

ومن الملاحظات الأساسية التي يمكن تسجيلها علي النتائج التي توصلت إليها العديد من هذه

الدراسات:

1- تبنت هذه الدراسات رؤية معيارية بحثية في تقويم وتتبع مظاهر التطور في لغة الكتابة الصحفية، ولكنها أهملت في إطار ذلك العديد من العوامل التي تلعب دوراً في بروز أوجه الخطأ في الأداء اللغوي الصحفي وأهمها:

- الطابع الوظيفي للغة الصحافة: فكثيراً ما يلجأ المحرر الصحفي، لأهداف وظيفية بحثية إلى صياغة جملة من كلمة واحدة أو تكرار الإضافات في عبارة معينة ويكون هدفه في ذلك نقل المعلومة بشكل مختصر أو مكثف يتسق مع طبيعة الكتابة الصحفية

- ظروف العمل الصحفي: والتي تفرض علي الصحفي أحياناً ضرورة الاجتهاد السريع في الترجمة أو الاشتقاق لصياغة مفردة معينة وقد يخطئ أو يصيب في اجتهاده.

- قصور دور مجمع اللغة العربية: حيث يعد المؤسسة المنوط بها متابعة ما يقع في لغة الصحافة من أخطاء في استخدام المفردات والتراكيب مع التزويد المستمر لكافة الصحف بالجديد في هذا السياق، بالإضافة إلي عدم تنبه القائمين عليه إلي أهمية تبني فكرة إنشاء برامج كمبيوترية للتصحيح اللغوي يمكن أن يستخدم علي مستوي الكتاب الصحفيين وغيرهم من الكتاب ، وذلك كجزء من أهدافه في حماية العربية.

2- لسم تعتمد هذه الدراسات، شأنها في ذلك شأن الدراسات التي تناولت التأثيرات الإيجابية للغة الصحافة، علي أطر منهجية واضحة تحدد حجم شيوخ الأخطاء اللغوية علي مستوي المفردات والتراكيب، بالإضافة إلي أنها لم تختبر ميدانياً درجة تأثر القارئ بهذه الأخطاء والشروط التي تحكم ذلك، علي الرغم من انطلاقها أساساً من هذه الفرضية منذ دراسة إبراهيم اليازجي عن "لغة الجرائد"

3- ركزت هذه الدراسات في أغلبها علي تحليل التأثيرات السلبية التي تحدثها لغة الصحافة في اللغة المعيارية، في الوقت الذي قل فيه اجتهادها في البحث في التأثيرات الشبيهة التي تحدثها وسائل الإعلام الالكتروني، وخصوصاً الوسيلة التلفزيونية، وهي تأثيرات أشد خطورة ولا بد من الالتفات إليها خصوصاً وأن مستوي التأثير بالعامية في الرسالة التلفزيونية أعلي بكثير منه في الرسالة الصحفية، كما أن سلبات اللغة تؤثر في جانبين شديدي الخطورة من جوانب اللغة المعيارية وهما الجانب الصوتي والجانب التركيبي والتغيرات التي تقع فيهما أخطر بكثير من التغيرات التي تقع في قطاع المفردات كما سبق وذكرنا، ويكفي في هذا السياق أن نشير إلي الدور الذي تلعبه القنوات العربية الفضائية وخصوصاً الغنائية منها، من دور شديد الخطورة في إحلال الحرف اللاتيني محل الحرف العربي في الكتابة العربية، يظهر ذلك من خلال تلك الرسائل التي يبعث بها المشاهدون وخصوصاً من الشباب إلي بعضهم البعض عبر شريط الرسائل التابع للقناة، وإذا أخذنا في الاعتبار أن هذه المسألة قد أصبحت من الممارسات اليومية التي يقوم بها الشباب من خلال شبكات الهواتف الجواله فلنا أن نتصور بعد فترة ليست بالبعيدة وجود جيل لا يجيد القراءة والكتابة بالعربية إلا من خلال الحروف اللاتينية ليحقق بذلك ما حاول الاستعمار الإنجليزي أن يقوم به علي مدار سنوات الاحتلال وفشل.