

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية الأدب و الفنون

قسم اللغة العربية

تخصص اللغة و الإعلام

مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر الموسمة بـ

# اللغة و الإعلام التّأثير و التّأثر " جريدة الشروق نموذجا

تحت إشراف الدكتور :

عز الدين حفار

من إعداد الطالبة :

غنو مريم

السنة الجامعية :

2014-2015 م

# دعاء

## يارب

لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت ، و لا أصاب باليأس إذا فشلت، بل  
ذكرني دائما أن الفشل هو التجارب التي سبقت النجاح ، يارب علمني التسامح  
هو أول مراتب القوة .

و حب الإنتقام هو أول مظاهر الضعف ، يارب إذا جردتني من المال فاترك  
لي الأمل ، و إذا جردتني من النجاح فاترك لي قوة العناد حتى أتغلب على  
الفشل ، و إذا جردتني من الصحة فاترك لي نعمة الإيمان ، يارب إذا أسأت  
إلى الناس أعطيني شجاعة الاعتذار ، و إذا أساء الناس إلي أعطيني شجاعة  
العفو ، و إذا نسيت ذكرك لا تنساني سبحانه لا علم لنا إلا ما علمتنا أنك العليم  
الحكيم .

# شكر و تقدير

بعد الحمد و الشكر لله عز و جل على تيسيره و توفيقه لنا في الحياة  
و خاصة في مشوارنا الدراسي ، و الذي قدرنا على إتمام هذا العمل و  
أمدنا بالقوة و العزيمة .

نتقدم بجزيل الشكر و العرفان إلى الذي بث روح الجهد و المثابرة ، و لم  
يبخل علينا بالمساعدة و النصح و التوجيه لدكتور المحترم " عز الدين  
حفار " و كان الشرف أن نعمل تحت توجيهه مما سهل لنا إنجاز هذا  
العمل .

فنتقدم إليه بخالص الشكر و العرفان ، و إلى جميع أساتذة قسم اللغة  
و الإعلام جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم .

دون أن ننسى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد

# الإهداء

- \* إلى من حبي لهما لا يزول إلى من رضاها من رضا الرب و الرسول.
- \* إلى من لا تمل عيني من رؤياها و لا لساني يتعب من ذكراها، و لا قلبي يتهاون من الشوق لسواها... إلى أمي الحنون و إلى والدي العزيز كرمه الله
- \* إلى من كانوا لي نعم الأصدقاء، ووقفوا بجانبني في الشدة و الضيق
- \* إلى من وجودهم أثار و أضاء لي الطريق .
- \* إلى جميع إخواني وخاصة المدلل أيوب .
- \* إلى من ساندوني في الأفراح ، و لم ييخلوا عليا بنصائحهم و إرشاداتهم إلى أستاذي الفاضل الذي تولى توجيهي و تأطيري " حفار عز الدين "
- \* إلى صديقتي و كل من أحبهم قلبي، و يعز عليه فراقي
- \* إلى كل من أسدى إلى النصح يوما .

مفصلة

خاتمة

الفصلين

# الفصل الأول

لغة الصلوة



# الفصل الثاني

اللغة الإعلامية

# الفصل الثالث

تطبيقية

الملاقي

قائمة المصادر

والمرجع

لطالما تم اعتبار اللغة ظاهرة اجتماعية إنسانية ترتبط بالوجود البشري ، و تشكل القناة الرئيسية التي تحقق التواصل بين جميع الأفراد فيما بينهم ، أو مع باقي المؤسسات في المجتمع ، فاللغة بنية صغرى ضمن نظام أكبر و هو السياق الاجتماعي الذي يكسبها مجموعة من الخصائص و المميزات التي تنبع من طبيعة الواقع الذي تنشط فيه فارتقاء اللغة هو من رقي المجتمعات و عمق ثقافتها و تأصل هويتها .

و من أبرز الوسائل التي لا تستطيع إلا أن تستعين باللغة كوسيلة لإيصال مضامينها إلى قطاعات الجمهور ، نجد وسائل الإعلام التي عملت على نشر اللغة العربية و تعميقها بين الناس ، و كذا على تحقيق التنمية اللغوية عن طريق ما يعرف بالتنشئة الاجتماعية ، إضافة إلى الدور الذي قامت به المؤسسات الإعلامية في تطوير اللغة خلال المراحل الزمنية السابقة ، فهذه الوسائل قد أكسبت اللغة مجموعة من الخصائص التي تختلف باختلاف نوع الوسيلة الإعلامية ، حيث نستطيع أن نقول أنه نتيجة للعولمة و للتطور المذهل الذي شهدته الوسائل الإعلامية استطاعت أن تنشئ هذه الأخيرة لغة خاصة بها ، و أن تؤثر من خلالها على طبيعة اللغة لدى الفرد في المجتمع ، وهذا تبعا للانتشار الواسع لها و خاصة الصحافة المكتوبة التي في عهد الإعلام الجديد و العصر الرقمي و صحافة المواطن لا تزال تحتفظ بمكانتها الإعلامية ، بحيث تعتبر أداة فاعلة ، فالصحافة إذن مسؤولة اجتماعية مهمة تضطلع بها و سلامة اللغة هو الجوهر الأساسي لتجسيد ما يعرف باللغة الإعلامية من الممكن أن يؤدي إلى الارتقاء باللغة بدل الانحطاط، و من هنا لمسنا جملة من الإشكاليات التي تستدعي الدراسة و التحليل لمعرفة هل لغة الصحافة تنتمي إلى مستوى اللغة الإعلامية؟ و هل اللغة أثرت في الإعلام؟ أم العكس؟ أم التأثير متبادل و كلاهما مكمل للأخر ، و لمعالجة هذا الموضوع و دراسة مختلف زواياه قمت بهذه الدراسة التي قسمتها إلى ثلاثة فصول ، الفصل الأول المعنون " لغة الصحافة ، أما الفصل الثاني فعنوانه باللغة الإعلامية ، أما الفصل الثالث كان تطبيقي فتضمن نموذج يتمثل في ملئ استمارة و طرح بعض الأسئلة تتعلق بمدى قدرة الصحف في التأثير على الطلبة من الجانب اللغوي؟ و مدى مقروئية و تصفح لجريدة الشروق؟ فتضمن التحليل للفئات التي قمت باختيارها من أجل الخروج بنتائج دقيقة و موضوعية يمكن أن يكون بابا جديدا لدراسات

أخرى ، فضلا على عرض النتائج تفسيرها  
تلخص مجمل هذه الدراسة .  
و تحليلها، انتهاءا بالخاتمة التي

## - لغة الصحافة :

لاشك أن الصحافة العربية - وكما سبقت الإشارة في تمهيد هذا الفصل قد أحدثت تطورا كبيرا في لغتنا العربية إلى الحد الذي دفع عبد الله كنون عضو مجمع اللغة العربية لإلى أن يكتب عن "الصحافة وتجديد اللغة"<sup>1</sup> في إشارة واعتراف واضح بأثر الصحافة في تطور اللغة ، وتجديدها ، والذي لا شك فيه أن شهادة كهذه تصدر عن مجمع اللغة العربية فإنها تمثل دلالة لا يخطئ أهميتها أحد .

لقد أشار عبد الله كنون "إلى أكبر تطور عرفته لغتنا العربية في عصرنا الحاضر كان على يد الصحفيين، ومحرر الصحف ، فإن هذه الفئة من جملة الأقلام تواجه عملا يتطلب منها إنتاجا يوميا متنوعا ، يملأ أنهار الصحيفة على اختلاف صفحاتها، وهذا العمل ليس كعمل الجامعي في تطلب المصطلح، ولا كعمل المجمع في تخريج هذا المصطلح على رؤية في الأمر ، وسعة من الوقت ، بل هو وحي اللحظة وتفكير الآونة." "

وهذا التجديد في اللغة الذي نجده في عمل الصحافة هو تطوير لها باحتضان ماجد من معاني والأفكار، من غير تبديل ولا تغيير في القواعد والأحكام.. وتلك من البراعة في الأداء والمقدرة في التعبير اللتان أوجدتهما الصحافة ولغة الصحفيين.

يقدم عبد الله كنون مئات الألفاظ الجديدة التي أدخلتها الصحافة دائرة اللغة العربية، وهو ينسب للصحافة فضل إضافتها إلى اللغة العربية، مؤكدا أن آلاف الألفاظ والتراكيب التي لا نعرف لها واصفا ولا صانعا، والتي أصبحت من صميم اللغة العربية وثروتها الواسعة التي لا تعرف حدا، هي من عمل رجال الصحافة وابتكارهم ، إما بالترجمة من اللغات الأجنبية وإما باستعمال المجاز والاستعارة توسعا في دلالات الكلمات، وإما بالوضع المحي الذي يجئ عفو خاطر، ويكون مطابقا للقواعد وأحكام اللغة من اشتقاق وتعريب وغيرهما ، وإذا كان البعض يرى أن كثرة الاشتقاق تفسد اللغة أو تؤدي إلى تسممها فإن

<sup>1</sup> عبد الحميد يونس ، مجتمعنا ، سلسلة مكتبة الأسرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة، 1998 ص 34 .

أستاذ لعلم اللغة يذهب إلى القوة بأن معايير التسمم ، وبناء على هذا الرأي يمكننا أن نذهب مع القائلين بأن مجال الاشتقاق واسع رحب ، ويبقى أن يكون الاشتقاق سليماً مع بناء اللغة . ولعل نظرة إلى تاريخ الصحافة بصفة عامة - يكشف عن وجود لغة خاصة بالصحافة وأن هذه اللغة يمكن تحديد السمات التي تميزت بها في

1- عكست اللغة الصحفية الواقع الاجتماعي والحضاري واللغوي للمجتمع، ويمكن رصد ذلك من دراسة اللغة التي استخدمتها صحافة كل مرحلة تاريخية في حياة المجتمع المصري.<sup>1</sup>

2- أن لغة الصحافة كانت مرآة بينت تطوراً أساليب الكتابة العربية وعكس. صورة صادقة لحركة التطور الاجتماعي والأدبي واللغوي، فصحف القرن التاسع عشر في مصر تبين لنا كيف تطور الأسلوب من المحسنات اللفظية والألفاظ الغربية وركاكة الأسلوب، إلى الوضوح والبساطة والأدلة المنطقية. كما برزت في النص الأول من القرن العشرين مجموعة من المجالات الأدبية والثقافية ، أثرت لغة الصحافة ، ولغة الأدب ، وكان لها أثر عظيم في النهضة الأدبية واللغوية في عالمنا العربي ، وبرزت أيضاً في النصف الثاني في القرن العشرين لغة الخبر والجملة القصيرة في الصحافة .

### - مفهوم اللغة الصحفية :

- يؤكد لنا كل من ليلى عبد المجيد محمود علم الدين "2004" بأن هناك لغة خاصة بالصحافة ، وأن هذه اللغة الصحفية قد تميزت بالسمات التالية :

أولاً: أن اللغة قد عكست الواقع الاجتماعي والحضاري واللغوي الذي يعيشه المجتمع، فلغة صحيفة الوقائع المصرية يظن من يقرأها أن القارئ عليها من الأعاجم وليسوا عرباً ولغة الصحافة في الثورة العربية خطابية تعتمد على إثارة الشعور وإلهاب العواطف وهي لغة الألفاظ الطنانة الرنانة وتمثل واقع الثورة العربية وظروفها .

<sup>1</sup> د.محمود خليل، د.محمد منصور هببة، إنتاج اللغة الاعلامية في النصوص الاعلامية، جميع حقوق الطبع محفوظة للمركز، 1422هـ، 2002 ، ص37 ، 38.



ثانياً: أنها أي لغة الصحافة كانت مرآة بينت تطور أساليب الكتابة العربية وعكست صورة صادقة لحركة التطور الاجتماعي والأدبي واللغوي. فصحف القرن التاسع عشر في مصر تبين لنا كيف تطور الأسلوب من المحسنات اللفظية والألفاظ الغربية وركاكة الأسلوب إلى الوضوح والبساطة والأدلة المنطقية كما برزت في النصف الأول من القرن العشرين مجموعة من المجلات الأدبية والثقافية أثرت لغة الصحافة ، وأثرت لغة الأدب ، وكان لها أثر عظيم في النهضة الأدبية واللغوية في الوطن العربي .

وبرزت في النصف الثاني من القرن العشرين لغة الخبر والجملة القصيرة في الصحافة والتي تجسدت وتأسلت على يد صحيفة أخبار اليوم الأسبوعية التي صدرت في 11 نوفمبر 1944.<sup>1</sup>

### خصائص اللغة الصحفية :

توجد مجموعة من الخصائص لا بد من توافرها في اللغة الصحفية على نحو الذي أشار إليه الدكتور محمود خليل 1998 منها:

#### 1- البساطة :

فأسلوب الكتابة الصحفية لا بد أن يكون مفهوما للقراء ويتحقق ذلك باستخدام لغة سهلة تبلغ بها المعني دون الحاجة إلى استخدام الكلمات الصعبة غير المألوفة والتي تصد القارئ عن القراءة والبساطة لا تعني الانزلاق إلى استخدام اللغة العامية لأن الكاتب فئات قبل كل شيء والعامية تخلو من الفن .

#### 2 - الدقة والتجسيد :

فقد تؤدي البساطة إلى الوضوح ولكن الدقة والتجسيد ضروريان أيضاً لأنهما يمنعان الوقوع في مزالق التثرثرة والضياع في متاهات المفردات العيبية وتكون الدقة في اختيار

<sup>1</sup> أنظر، سامي الشريف ، أيمن منصوري بدا ، اللغة الإعلامية ، المفاهيم ، الأسس ، التطبيقات كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، 2004 ص 121.

الكلمات المناسبة التي تعبر عن الوضع أو الحالة النفسية أو الحقيقة تعبيراً مباشراً أو التي تسمح بالتداخل بين معنيين أو أكثر أو بالارتباك في اكتشاف المدلول الواحد .

### 3- السلامة اللغوية.

بمراعاة القواعد السليمة للإملاء والتطبيق لقواعد النحو والصرف وحسن استخدام علامات الترقيم . فأسلوب الصحفي يجب أن يلتزم بكافة قواعد وأصول اللغة .

### 4- هناك قواعد لغوية معينة.

لا بد أن تحكم الأسلوب الصحفي باستخدام الأفعال المبنية للمعلوم بدلاً من الأفعال المبنية للمجهول ، واستخدام الجمل القصيرة بدلاً من الجمل الطويلة ، والجمل البسيطة بدلاً من المعقدة والمركبة والابتعاد عن الجمل الاعتراضية ، بالإضافة إلى ضرورة الابتعاد عن المصطلحات الغامضة التي تربك القارئ .

ولابد أن يحتفظ الكتاب الصحفيون للأسلوب الصحفي بهذه الخصائص لسببين:

### 1- عامل السرعة.

فالسرعة في الحياة اليومية جعلت من الصعب على الصحفي أن يجد الوقت اللازم لكتابة الحبر الصحفي كتابة أدبية وكان عليه أن يكتبها بأقوى وأسهل أسلوب فأعداد المادة الصحفية يتم في ضيق من الوقت خاصة الأخبار التي تقل قيمتها إذا لم يتم نشرها بسرعة.

### 2 - العامل الثاني :

يصل بالجمهور نفسه وهو يتصل أحيانا بطريق غير مباشر بعامل أيضا فالكثير من القراء يريدون أن تقدم لهم الأخبار في أسلوب سهل لا يدعو إلى تعمق في التفكير في معنى من المعاني ، وإلى جانب ذلك فإن غالبية القراء من أوساط المثقفين قد لا يفهمون الأسلوب الصعب والغامض.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> سامي الشريف ، أيمن منصورى بدا ، اللغة الإعلامية ، المفاهيم ، الأسس ، التطبيقات كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، 2004 ص 122 - 123.

**- وظائف الصحافة المكتوبة .**

إن للصحافة المكتوبة عدة وظائف تؤديها داخل المجتمع ، وقد نمت هذه الوظائف وزادت بتعدد المراحل التاريخية التي مر بها المجتمع الجزائري الذي تصدر فيه الصحيفة حيث تضيق كل مرحلة تاريخية ووظائف جديدة للصحافة التاريخية .. ومن أهم وظائف الصحافة المكتوبة <sup>1</sup> :

**1- الأخبار والإعلام :**

ويقصد بها أن تزود الصحافة القارئ الأخبار الداخلية والخارجية التي تهتمه أو تهتم بلاده بصفة عامة ويتعين على الصحافة أن تقدم القدر الكافي من ضده المعلومات حتى يستطيع الناس أن يكونوا رأيا سليما في شؤونهم الداخلية والخارجية وبذلك يستطيعون تحقيق الديمقراطية سليمة ومن ثم فإنه ينبغي عرض الأخبار بالطرق المبسطة والأشكال المسيرة حتى يسهل على القراء متابعتها والاهتمام بها .

ويتفق العلماء على أن نشر الأخبار لا بد وأن يتصف بالموضوعية والثقة والأمانة ولا بد تكون الأخبار حديثة الوقوع ومهمة للجماهير وذات مغزي بالنسبة لهم .

**2- الشرح والتفسير :**

الحديثة مسؤولية عن تقديم المعلومات إلى الجماهير بصورة مبسطة ومألوفة للقارئ العادي ولما كان الأصل في تكوين الرأي العام مرتبطا ارتباطا وثيقا بما تقدمه الصحافة من معلومات وما تزوده به قراء من بيانات وأخبار ، فقد أصبح من الضروري بيان طبيعة الحقائق والمعلومات مع الاستعانة بالصور والعناوين وشتي الفنون الطباعة الصحفية ولا شك أن العمود الفقري للفن الصحفي الحديث هو عنصر التبسيط والتجسيد والتطوير الذي يحاول تقديم أعقد المشكلات السياسية والاقتصادية وغيرها باصطلاحات الإنسان العادي <sup>2</sup> .

**3- التوجيه والإرشاد :**

<sup>1</sup> محمد فريد عزت، مدخل إلى الصحافة، القاهرة، د د ن، 1993، ص 240.

<sup>2</sup> فاروق أبو زيد، نشأة ، وسائل الاتصال وتطورها ، ط 1، دار النهضة العربية ، بيروت، 33، 2006، ص 34 .

يحتاج الصحفي إلى أكثر من مهمة لنقل أفكاره وتفسيرها لأنه ينقل الإيمان بهذه الأفكار وهذا الإيمان لا ينتقل بمجرد حرارة العاطفة ولكنه يؤثر ويدوم إذا ما يتعلق بحرارة الفكر ولكن التوجيه والإرشاد لم يعد محرر مقالات بلاغية أو خطب ، بل أنه إلى العكس من ذلك يتطلب منهجا خاصا في التحرير يقوم على الدليل والبرهان ، ويعتمد على الحقائق والصور والإحصاءات الدقيقة وهذه وسائل الإقناع والتوجيه والإرشاد وهي التي تعطيه من القوة والتأثير ما لا يمكن أن تحققه الألفاظ الضخمة الجوفاء .<sup>1</sup>

#### 4 - الإمتاع والتسلية:

وهي وظيفة قديمة قدم البشرية عندما كان المعني مثلا يقوم بتسلية الناس وإمتاعهم برؤية الغريب والطريق والعجيب من القصص الواقعية والخالية على السواد ، ورثت الصحافة هذه المهمة الخطيرة التي تخفف العبء عن النفوس والعقول ، وتجعل الحياة محتملة رغم ما فيها من متاعب ، وهكذا تصبح التسلية ذات أثر نفسي حميد .<sup>2</sup>

#### 5- الإعلان والتسويق:

الإعلان نشاط إعلامي قديم قدم العصور لكنه لم يعرف إلا بعد اختراع الطباعة ونشأة الصحف<sup>3</sup> والإعلان الصحفي يقوم على الكتابة الإعلانية التي تهدف إلى تأشير في نفس القارئ وعلى المحرر الإعلاني أن يكشف الفكرة التي سوف يتحدث عنها في الإعلان باحثا عن مزايا السلع وطرق أدائها لوظيفتها، أو أفضليتها على منافسيها والأسلوب الإعلاني قد يكون منطقيا، ولكن أغلب الإعلانات تركز على استغلال الدوافع النفسية وتستخدم الأسلوب الوجداني .<sup>4</sup>

#### 6- التثقيف والتنشئة الاجتماعية :

<sup>1</sup> محمد فريد محمود عزت ، مدخل إلى الصحافة ، القاهرة ، 1993 ، ص 241 .

<sup>2</sup> طلعت همام : مئة سؤال عن الصحافة ، الفرقان للنشر والتوزيع ، الأردن، ط 2، 1998 ، ص 33 - 34 .

<sup>3</sup> فاروق أبو زيد ، نشأت وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية ، بيروت، ط 1، 2006، ص 64 .

<sup>4</sup> حسين عبد القادر ، الصحافة كمصدر للتاريخ ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ط 1 ، 1969، ص 16 .

يسعى الفن الصحفي لتكامل المجتمع بتنمية الاتفاق العام ووحدة الفكر بين أفراده وجماعته ويقوم بتثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والعمل على صيانتها والمحافظة عليها ويدخل في ذلك نوعية المواطنين بالسياسات والإجراءات، ودعم الدفاع بإعلام المواطنين بالتهديدات الخارجية والداخلية على الأمن القومي ويوسع مجال الحديث والمشارك والمناقشة بترويج اصطلاحات جديدة المتعلقة بالنواحي التكنولوجية والثقافية بطريق التبسيط والتفسير إذا كانت الصحافة تعمل على دعم العادات الاجتماعية السائدة فإنها ترحب بالتعديلات والتغيرات التي يمكن للجماعة أن تطبقها وتقبلها وتنطوي عملية التنقيف والتنشئة الاجتماعية على توعية والإيقاظ والتنبيه وبث روح المسؤولية والإيمان بالقيم والمبادئ والشعور بالولاء العميق للأمة وهنا يقوم الفن الصحفي بتجسيم الأهداف ، وسرح خطط وإعداد المواطن للعمل في الحرب والسلام على سواء .

#### 7- وظيفة تاريخية :

تعتبر الصحافة مصدر للتاريخ حيث تقوم بتسجيل وقائع الحياة مصدر للتاريخ حيث تقوم بتسجيل وقائع الحياة الاجتماعية وبالتالي أصبحت هذه الوظيفة مصدرا من مصادر التاريخ حيث أن سرعة تطور العالم أدى إلى ظهور ثورة في المعلومات التي تجاوزت كل التوقعات المؤرخين ، ولم يعد في قدرة الكتاب المطبوع بشكله المعروف أن يلبي حاجة المؤرخين إلى رصد الواقع التاريخية المتلاحقة أو لمتابعتها وهو الدور الذي نجحت الصحافة في القيام به وتكون الصحف مصدرا رئيسا للمؤرخ حيث يتعلق ، الأمل بتسجيل وقائع الحياة اليومية أو رصد الاتجاهات الفكرية للأحزاب .

الصحافة كمصدر للتاريخ تقوم بوظيفتين :

- رصد الواقع وتسجيلها للاحتفاظ بها للأجيال المقبلة .
- القيام بقياس الرأي العام وآراء الجماعات والتيارات المختلفة إزاء وقائع أو قضايا تاريخية معينة .

اللغة الصحفية ولسان الأمة:

إن اللغة الصحفية تأخذ الكثير من سماتها من طبيعة لسان قومها ذاته ، وهكذا فإن الطريقة التي تتحدث بها الأشياء تختلف من ثقافة إلى أخرى ، وعلى سبيل المثال فإن بعضهم في أمريكا اللاتينية ، يملون فيما يبدو إلى اللغة المبالغ في زخرفتها في القصص الإخبارية ، وهم على استعداد لقراءة ما يكتبه الصحفي، أو الكاتب ، لأسباب أسلوبية ، بل إن بعض الكتاب في أمريكا اللاتينية ، يشعرون بأن استخدام نفس الكلمة مرتين في حالة وجود مرادف لها ، يمثل جريمة ضد الأسلوب<sup>1</sup> وتؤثر اللغة الإعلامية في تصورات الناس، وفي استجلاء حقيقة الأحداث والأشياء وفي إغناء الرصيد المعرفي واللغوي للجمهور، ومن أجل ذلك فإنه من سوء التدبير بمكان أن يترك لمن هب ودب أمر استخدام الأسلوب الصحفي .

ويتساءل الباحث الاجتماعي الجزائري الدكتور عبد الله شريط قائلا : إن لغة الصحافة اليوم ربما حققت شوطا في هذا الغرض ، وإن بقي من بين فصحاءنا من يتعالى عن استعمال لغة الصحافة استكبارا أجوفا ، ولكن ألا يكون من العجيب أن نترك أمرا خطيرا كهذا لا يبحثه علماء الاجتماع ، ولا علماء اللغة ولا علماء المجامع اللغوية، ويبقى لمبادرات الصحفيين، هم على ما هم عليه من ضعف المستوى في المواد العلمية، وفي المادة اللغوية وفي معرفة مشكلات المجتمع جميعا معرفة معمقة :

ثم يردف قائلا : إننا بوصفنا علماء الاجتماع، ليس من شأننا، ولا من اختصاصنا أن نتولى نحن تبسيط قواعد اللغة . وحذف ما فيها من حشو، وابتكار أساليب جديدة في تعليمها وكتابتها ، ولكن من شأننا ومن اختصاصنا أن نطالب علماء اللغة بذلك:

وما يحب التبنية إليه هنا ، أن الأسلوب الصحفي ،ينبغي أن يكون هادفا في صياغته و ملما بمقاصده ... وكما يقول محمد حسين هيكل : فإن الكلمة الإنشائية تزول ، وتبقى الكلمة التي تعكس واقعا هو جزء من تصور الناس .

<sup>1</sup> مصطفى محمد الحسناوي , واقع لغة الإعلام المعاصر ، مرجع سبق ذكره، ص79.

وفي ظل هذا الواقع المعقد جدا ، لا ينبغي إقبال كاهل الصحفي ينصيب مفرط من المسؤولية فيما يتعلق بالأسلوب ، لأن المجتمع الذي ينسط في كتفه الصحفي ، يؤثر بدوره في أسلوبه ومن ذلك مثلا : الأسلوب الذي يصرح به الأشخاص النافذون في المجتمع ، والأسلوب الذي تصاغ به الخطب ، والأسلوب المعتمد في المؤسسات التعليمية ، والأسلوب الذي يتجاذب به الناس أطراف الحديث في حياتهم اليومية .

وأحيانا تتم تنقية "اللغة التي يستخدمها بعض الشخصيات الرسمية ، وأمن يكتبون رسائل إلى المحررين، وذلك بواسطة المحررين للتخلص مما بتلك الرسائل أو التصريحات من أخطاء لغوية ، وألفاظ سوقية ، وعملية التنقية التي تتم ليست بضرورة لحماية مصدر الأخبار فعادة ما يكون التبرير لها هو أن التعليق الذي ذكره المصدر ، يصبح أكثر وضوحا ، وأقرب إلى فهم القارئ ، أو أن الجمهور سوف يتعرض بشدة على الألفاظ المستخدمة في الأصل .

### بعث الروح في المخزن اللغوي :

وفي خضم التحولات الجارية اليوم على كل المستويات، يجد الأسلوب الصحفي نفسه أمام تحدي مواكبة المستجدات، فاللغة مؤسسة قارة، أما الحقيقة فهي سيرورة ديناميكية ، فالواقع يتغير "بسرعة" أما اللغة فتتغير بوتيرة أقل، بالمقارنة وهي لا تتجاوب مع ما يحدث في الواقع إلا بعد حين .

قد يعتمد الصحفيون عن قصد ، أو غير قصد ، إلى جعل عبارات أكثر تداول دون غيرها وفي حياة الناس ، يقع الأمر نفسه ، حيث يظل كم هائل من الألفاظ نائما في ثنايا القواميس والمؤلفات الجادة ، ينتظر من يوقظه من سباته ، فمثلا يتراوح عدد الألفاظ في اللغة الإنجليزية ما بين 500 و600 ألف كلمة ، وهذا المخزون اللغوي ، لا يستغل إلا ما تيسر منه ، ذلك أن الأفراد لا يستخدمون في مسار المحادثة اليومية إلا حوالي 5000 كلمة وتحتوي القصة أو الرواية ما يقارب . 10000 كلمة .

إن الاستعمال الخاطئ للغة ، سواء أكان داخل وسائل الإعلام، أم خارجها، يعطل فكر أهله ويشل قدرات الناس الذهنية ، ويفسد لسانهم ، وعندما تمر المجتمعات بفترات سيئة في

تاريخها ينعكس ذلك على لغة الإعلام ، لأن الواقع بشذوذه وتشابكه وتعقيده عندما ينعكس في الإعلام لا بد أن تبدو صورة الشذوذ والتعقيد والتشابك في اللغة المستخدمة أيضا .



- مفهوم اللغة الإعلامية:

يبقى مصطلح اللغة الإعلامية وتداوله في معظم الكتب والدراسات إلا أنه لا يوجد تعريف محدد أو معين لهذا المصطلح ، إذ أن كل الدراسات والكتب تسعى إلى توصيف هذه اللغة أكثر مما تسعى لتعريفها وتميل إلى ذكر خصائصها وسماتها أكثر مما تميل إلى ذكر عناصرها ومحددات اختلافها وتمييزها ، ومن ذلك قول البعض أن اللغة الإعلامية هي : اللغة التي تشيع على أوسع نطاق في المحيط الجمهور العالم ، وهي قاسم مشترك في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب ذلك لأن مادة الإعلام هي التي تعبر عن المجتمع والبيئة ،"كما عرفها البعض الآخر على أنها : " الأداة التي يقوم الإعلاميون من خلالها بتحويل المعلومات والأفكار إلى مادة مقروءة أو مسموعة أو مرئية يمكن تلقيها وفهم واستيعاب ما تحمله من مضامين توضع في أشكال فنية معينة " .

يقول الدكتور عبد العزيز شرف أن لغة الإعلام هي لغة الحضارة وقد كان طبيعياً أن يسعى الإعلام إلى الإفادة من مزايا اللغة العربية حضارياً ، ويتحقق التحول العظيم بتضييق المسافة بين لغة الخطاب ولغة الكتابة ، ويفتح الطريق أمام اللغة الفصحى لتسرب في كل مكان<sup>1</sup> وليكون لها في التعبير الإعلامي سلطان ، واللغة هي وسيلة الإعلام أو المنهج الذي تنتقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل ، فاللغة اللسانية والإشارات ، والصور كلها وسائل لنقل الرسالة ولا وتعدي باللغة الإعلامية ما توصف به اللغة الأدبية من تذوق فني جمالي .

أو ما توصف به اللغة العلمية من تجريد نظري، إنما هي لغة بينت على نسق علمي اجتماعي، عادي فهي في جملتها فن يستخدم في الإعلام بوجه عام ، حيث تعرف على أنها : عبارة عن ظاهرة مركبة خاضعة لمظاهر النشاط الثقافي تهدف إلى تحقيق اتصال ناجح يقوم على أساس الوضوح والسهولة "فاللغة الإعلامية<sup>2</sup> لا تهدف إلى مناشدة<sup>3</sup> حاسة الجمال

<sup>1</sup> سامي شريف ، أيمن منصور ندا ، اللغة الإعلامية: المفاهيم، الأسس، التطبيقات، القاهرة ، د.ط، 2004، ص34.

<sup>2</sup> سامي شريف، أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية: المفاهيم-الأسس-التطبيقات، ص34.

<sup>3</sup> مصطفى محمد الحسنوي، واقع لغة الإعلام المعاصرة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ط 1، 2001، ص 65 .

عند القراء ، بل تعدد هذا إلى تحقيق أهداف محددة كالأخبار والإعلام ، التسلية، الإعلام الإقناع وكذا التعليم والتنشئة الاجتماعية .

إن لغة الإعلام هي لغة فصحة سهلة مبسطة في مستواها العلمي ، فقد امتازت وسائل الإعلام بإظهار خصائص العربية التي تمتاز بها كالعق والمرونة وهذه الخصائص هي التي تجعل اللغة تنبض بالحياة، والإتساع للألفاظ والتعبيرات الجديدة التي يحكم صلاحيتها الاستعمال الذوق والشيوخ ، والترجمة الأمنية للأفكار ، ويقتضي تعميم الفصحى المشتركة في مرحلة الاتصال الإعلامي المعاصرة ذلك أن وسائل الإعلام تشكل مقياس نشاط الناس وعلاقتهم فالوسيلة الإعلامية تتفاعل مع القالب الثقافي الذي تعمل في إطاره .<sup>1</sup>

يرتبط الأسلوب الصحفي بالممارسة أشد الارتباط وبالواقع الحي الملموس ، ويجرد اللحظة عند تشكلها الأمر الذي يجعل بعضهم ينعت الصحفي ب "مؤرخ اللحظة" والأسلوب الصحفي ب "الأدب العاجل" ، حيث يقول نصر الدين العياضي، في كتابه مسائلة الإعلام: "لم تظهر لغة النص الصحفي بين عشية وضحاها، بل تطورت بع سنوات من الممارسة التي صقلتها الواقع التالية: ارتقاء المستوى الثقافي للجمهور، ملموسية المواضيع التي تتناولها الصحافة والوجود الفعلي والحقيقي للواقع، الأماكن والأشخاص وكذلك المردود الآني الذي ينظر أن تحققه الصحافة "في قول النقاد أن النشر الصحفي يقف في منتصف الطريق بين النشر الفني، أي لغة الأدب وبين النشر العادي، أي لغة التخاطب اليومي ،وله من النشر العادي ألفته وسهولته وشعبيته ،وله من الأدب خطة من التفكير وخطة من عنوبة التعبير ،ولعله انطلاقاً من ذلك المفهوم للنشر العلمي، أطلق بعض أستاذة الصحافة على لغة الصحافة بأنها "الأدب العاجل" فلغة الإعلام تتمثل أساساً في إشارات منطوقة أو مكتوبة أو مصورة ،تم من خلالها الرسالة الإعلامية إلى الجمهور.<sup>1</sup>

فالقائمون على العملية الاتصالية في وسائل الإعلام المختلفة يسعون لكي يدرك رسائلهم أكبر عدد ممكن من الناس ، فقد حرصوا على أخذ هذا الأمر بعين الاعتبار في

<sup>1</sup> مصطفى محمد الحناوي ، واقع لغة الإعلام المعاصرة ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن، دط، 2011 ،

الممارسة ، وبما أن اللغة الإعلامية مسخرة للاصطلاح تبلك المهام كافة ، فإن أدواتها الفنية والتعبيرية ينبغي أن تستجيب لمقتضيات التنوع ، وكذلك لخصوصيات الوسيلة الإعلامية<sup>1</sup>.

### - خصائص اللغة الإعلامية .

اتسمت اللغة الإعلامية بسمات شتى، وهي تختلف عن لغات العلوم والدراسات، لأنها تتجاوز مخاطبة الفئات المتخصصة إلى الجمهور الواسع، ذي المستويات المتفاوتة، وإذا كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوي المصطلح عليها، فهي تحاول الحرص على خصائص أخرى في الأسلوب، وهي البساطة، والإيجاز، والوضوح والنفاد المباشر، والتأكد والأصالة، والاختصار والصحة، ولهذا يدعو أساتذة الصحافة الكتاب إلى استخدام الألفاظ المألوفة توخيا للفهم وتجنب الألفاظ العلمية والمصطلحات النادرة، إلا إذا اقتضت الظروف ذلك، فينبغي شرحها، وإعطاء المفهوم الحقيقي لها بالتفسير والتبسيط في تعميق المفاهيم الأصلية، وإشاعتها على نطاق أوسع، بين الجماهير، فمن بين المهمات الأساسية للصحفي تحويل أكثر الموضوعات غموضا إلى جمل بسيطة سهلة أسلوبا، ومفهومة المعني ومن هنا يمكن أن نبرز خصائص الأسلوب الصحفي أو اللغة الإعلامية في النطاق التالية إلا وهي<sup>2</sup>.

### 1 - البساطة والوضوح :

والوضوح هي ميزة من ميزات لغة الإعلام ويرجع ذلك إلى "طبيعة وسائل الإعلام من جهة وإلى خصائص جمهور من جهة أخرى ، فالجمل والمعاني إن لم تكن واضحة فسيعيق هذا التحقيق أهداف الوسيلة الإعلامية، كما أن تجسيد البساطة ينحصر في تحقيق ثلاثة أمور وهي تواتر عدد كبير من المفردات المتداولة بكثرة في الحياة اليومية على مدار النص ، قصر هذه المفردات وإيجاز الجمل غير أن البساطة لا تعني الانزلاق إلى استخدام اللهجة العامية .

### - المعاصرة .

<sup>1</sup> مصطفى الحسناوي ، واقع لغة الإعلام المعاصر ، المرجع سبق ذكره ، ص 65 .

<sup>2</sup> محمود خليل ، محمد منصور هيبية ، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية ، د.ط ، 2002، ص 40.

يقصد بها أن تكون . "الكلمات والجمل والتراكيب والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح الأصل متنسقة مع إيقاعه ، فالجمل الطويلة والكلمات المعجمية والجمل المركبة لا تكون مناسبة للغة الإعلامية إلا في موضوعات معينة ومحدودة " فالأسلوب الصحفي قد تخلي عن تلك التراكيب المعقدة ، والسرد الذي كان يضيفه الطابع الأدبي على الصحافة ككل ، حيث أن جانب العملي هو الذي أصبح يفرض صفة المعاصرة في الكتابة الإعلامية.<sup>1</sup>

### - أسلوب الدقة والتجسيد :

"الدقة والتجسيد ضروريان لأنهما يمنعان الوقوع في مزالق التثرثرة والضياع في متاهات المفردات الغيبية ، فالدقة تكون باختبار الكلمة المناسبة التي تعبر عن الوضع أو حالة النفسية أو الحقيقة تعبيراً مباشراً والتي لا تسمح بالتداخل بين معنيين أو أكثر من كلمة .<sup>2</sup> ويمكننا أن نحصر الأسباب التي تؤدي إلى عدم الدقة حسب نيوسوم "newsom" في الأسباب التالية :

1. عدم وجود إمام كاف لدى المندوبين بخليفة الخبرية .
  2. ضغوط توقيت صدور الصحيفة التي تدفع الصحفيين إلى عدم الاهتمام .
- كما يصف جلال الدين الحمامصي الأسباب التالية :<sup>3</sup>

1. الرقابة التي تدفع الصحفي لاستخدام تعبيرات مطاطية غير محددة .
2. أخذ المعلومة من مصادر مضللة
3. الإعلاء على مصدر واحد للمعلومة .<sup>4</sup>

### سلامة اللغة :

<sup>1</sup> محمود خليل ، محمد منصور هيبية ، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية القاهرة، دط ، 2002 ، ص 40-41.

<sup>2</sup> المرجع نفسه ، ص42 .

<sup>3</sup> عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الاعلام، دار الكتاب المصري اللبناني، ط1، 1409 هـ، 1989 ، ص87.

<sup>4</sup> محمد حسام الدين المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، دط ، 2003 ، ص 123.

الخاصية الأساسية للكتابة الصحفية هي سلامة اللغة وتحدد بعض ملامح هذه السلامة: الكتابة الإملائية الصحيحة ، معرفة تطبيق قواعد النحو والصرف حسن اختيار المفردات والاستخدام الأمثل لعلامات الترقيم والوقف ، إذ أن الكتابة الإملائية المغلوطة تؤدي إلى تغيير المعنى المقصود إلى معني آخر مغاير لا علاقة له بالأول ، كما توجد هناك قواعد لغوية معينة تحكم الأسلوب الصحفي كاستخدام الأفعال المبينة للمجهول ، واستخدام الجمل القصية بدلا من الجمل الطويلة والابتعاد عن توظيف الجمل الاعتراضية بالإضافة إلى ضرورة الابتعاد عن استعمال عن المصطلحات الغامضة التي تربك القارئ.<sup>1</sup>

- **المرونة** : ويقصد بها أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة ودون تعسف ويقصد بها أن تكون متعددة المستويات بحيث تستطيع مخاطبة أكبر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية .

- **الاتساع** : يجب أن يكون عدد المفردات كبيرا بحيث تلبي الاحتياجات المختلفة واللغة الإعلامية متسعة بشكل يومي وقد يكون للاتصال مع الثقافات الخارجية وضرورة الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات أثره في زيادة حجم اللغة الإعلامية وفي اتساعها.

### القابلية للتطور :

وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية ، فلغة الإذاعة في ثلاثينيات غير مثلتها في الخمسينيات والستينيات وهذه بدورها تختلف عن مثلتها في السبعينيات وحتى التسعينيات ولغة وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة مختلفة عما سبقها، صحيح أن بها عناصر ضعف ولكنها أصبحت أكثر قدرة على التعبير وأكثر قدرة على الجذب.<sup>2</sup>

### علاقة الإعلام باللغة .

<sup>1</sup> محمود خليل ، محمد منصور هيبه ، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية ، القاهرة ، دط ، 2002 ، ص 40 .

<sup>2</sup> د . مصطفى محمد الحسنوي ، واقع الإعلام المعاصر ، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن - عمان ، ط 1 ، 2011 ص 24 .

في ضوء تحليل العلاقة بين اللغة والإعلام، فإن اللغة ليست وسيلة من وسائل الاتصال بالمفهوم الإعلامي للوسائل، ولكن الاتصال وظيفية من وظائف اللغة<sup>1</sup> ولهذا كان النقاد العرب قد عرفوا النشر بأنه الكلام المرسل من قيود الوزن القافية، وقسموه إلى نشر علمي ونشر عادي، ونشر فني، فإن ظهور الصحافة العربية في القرن التاسع عشر الميلادي دفع بعض أساتذة الصحافة والأدب معا إلى إضافة ما أسموه بالنشر العلمي أي النشر الصحفي وهو نوع يقف في منطقة وسطي بين لغة النشر الفني أي لغة الأدب، والنشر العادي (أي لغة التخاطب اليومي)، وقد قصد هؤلاء أن هذا النوع الجديد يأخذ من النشر العادي سهولته وشعبيته، ولهذا أطلق بعض أساتذة الصحافة على اللغة التي تستخدمها الصحافة العربية بأنها الأدب العاجل .

ويتساءل الدكتور محمد سيد محمد: هل لغة الإذاعة (الراديو والتلفزيون) هي لغة الصحافة؟ ويشير إلى أن الإجابة غير دقيقة، ذلك أن برامج (الإذاعة والتلفزيون) ومحطاتها تتفاوت فيما بينها من حيث المستوى اللغوي والمستوى الثقافي، ولكن المؤكد أن لغة الإذاعة تنتمي إلى اللغة المنطوقة بينما لغة الصحافة تنتمي إلى اللغة المكتوبة، وهناك فرق بينما يوضحه فتدريس<sup>2</sup> .

حين يصف اللغة المكتوبة بأنها منسقة بما فيها من جمل تابعة، وحروف وصل، وأسماء موصولة .

وبما تحتوى من أدوات وأقسام، والعناصر التي تسعي اللغة المكتوبة به إلى أن تسلكها في كل متماسك، تبدو في اللغة المتكلمة منفصلة مقطعة الأوصال، ويرى أن الترتيب في اللغة المتكلمة يختلف عنه في اللغة المكتوبة كل الاختلاف، فليس هناك ذلك الترتيب المنطقي الذي يمليه النحو الجاري بل ترتيب له منطقة ولكنه منطقي انفعالي، فيه ترص الأفكار، ليس وفقا لقواعد الموضوعية التي يفرضها التفكير المتصل، بل وفقا للأهمية الذاتية التي يخلعها عليها المتكلم أو التي يريد أن يوحي بها إلى سامعه .

<sup>1</sup> عثمان أمين، في اللغة والفكر، معهد البحوث والدراسات العربية - القاهرة ص37.

<sup>2</sup> ماريو باي، ترجمة أحمد مختار عمر، أسس علم اللغة: عالم الكتب، القاهرة، ط3، 1983، ص 35.

ولعل هذا ما أكده عبد الوارث عسر حين تحدث عن من الإلقاء حيث أكد أن هناك علاقة وثيقة بين الإلقاء وبين الشخصية ، بما يعتبرها من إحساس وانفعالات، مشيراً إلى أن هذه الإحساسات والانفعالات تختلف هي أيضاً باختلاف الشخصيات ، ويضرب مثلاً بانفعال الحزن ، حين يعترى إنساناً "مؤمننا" أي إنساناً يؤمن بالاستسلام إلى القوة القاهرة الغالبة التي تدبر هذا الكون ، وتقدر للإنسان أقداراً تقع له فجأة ، وليس في مقدوره أن يعلم بها قبل وقوعها ... هذا الإنسان إذا اعتراه إحساس (الحزن) فإنه يبدو منكسراً مستسلماً يحاول الصبر ويحاول الرضا بما وقع له ، وتأتي كلماته حين يتحدث تعبيراً عن تلك المعاني ، وكذا يبدو وصوته .<sup>1</sup>

وقد ارتبط نمو وسائل الإعلام الجماهيري ارتباطاً عضوياً مع ما يحدث على صعيد تكنولوجيا المعلومات خاصة على جبهتي الإلكترونيات الدقيقة والاتصالات وإن كان الراديو التليفزيون قد نجحاً في تحويل إعلام الكتلة أو الجماهير ، فإن تكنولوجيا المعلومات تسعى حالياً لنقل الإعلام الجماهيري إلى مرحلة الإعلام المتخصص ، وعلى حين كان الحديث في الماضي .

- كما يذكر الدكتور نبيل علي<sup>2</sup> عن البث على نطاق واسع Broadcasta نسمع حالياً عن البث على النطاق الضيق Narroucast بهدف تصويب الشحنة الإعلامية لفئات بعينها إن الإعلام يتجه من نظام بث الرسالة نفسها لعامة مشاهديه إلى نظام يتيح للمشاهد أن ينتقى مواد إعلامه وتحديد مواعيد استقباله لها ، أو اختيار موضوعات جريدته من ضمن قاعدة كبيرة من المواد الجاهزة للنشر ، وتحديد شكل إخراج هذه الجريدة Personnalisez وما كان ذلك ليحدث دون التقدم الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصالات .

وأياً ما كان أمر هذا التقدم التكنولوجي ، وتأثيراته ، وأياً ما كانت العوامل ، والمستجدات التي تستخدمها وسائل الإعلام على اختلافها ، فإن القاسم المشترك بينها جميعاً مع التفاوت

<sup>1</sup> ماريو باي، ترجمة أحمد مختار عمر، أسس علم اللغة: عالم الكتب، القاهرة، دط، 1983 ، ص35.

<sup>2</sup> نسيم الخولي، الكتابة الإعلامية المبادئ والأصول، دار المنهل اللبناني، بيروت . ط.2، ص24 .

الطبيعي - هو اللغة ، فكل وسيلة إعلام تسعى جاهدة إلى استخدام اللغة الأكثر ملائمة ، والأكثر مصداقية ، لدى جمهورها ، وهي حين تستعين بمعطيات تكنولوجية في الجمهور الملتقي ، ذلك أن اللغة تشكل عقول الجمهور ، وتصوغ رؤيته التي بها يفسر بها واقعه، ويستوعبه ، ويتكيف معه ويوجه سلوكه في التعامل مع هذا الواقع .

والأمر الآخر يجدر بالاهتمام في هذا الصدد أن أكثر من المفردات الشائعة الاستخدام عبر مختلف وسائل الإعلام والحياة معا كالتعليم ، والأمية ، والإعلام واللغة والنص، والرمز، والذاكرة الجمعية ، والابتكار يصعب على الفرد تحديد ما إن كانت هذه المفردات ضمن أبجدية الثقافة ، أو ضمن أبجدية المعلومات ، ولعل مرجع هذه الصعوبات على حد قول الدكتور نبيل على أن هناك تداخلا واضحا بين منظمتي الثقافة والمعلومات ، وهو تداخل تتجلى أوجهه على مستوى التعريف أو خصائص المنظومة ، أو وظيفتها ، وتعد اللغة إحدى أدوات وسائل الإعلام في نقل هذه المنظومة أو تلك ، وبالتالي التأثير الواضح لها على مجتمعاتها ، فالثقافة التي تنقلها تلك الوسائل مهمتها توحيد الناس في مجتمع خاص بهم من خلال تراكيب اللغة والرموز والمعتقدات والجماليات فضلا عن التداخل الشديد في العلاقات التي تربط بين منظمتي الثقافة والمعلومات مع مؤسسات الحكم والتعليم والإعلام والاقتصاد وغيرها.<sup>1</sup>

وربما جاز في هذا الإطار التمهيد التأكيد على أن العلاقة الوثيقة بين الإعلام واللغة إلى القول بأنه ينبغي علينا ألا ننظر إلى اللغة ليس باعتبارها فقط وعاد الفكر أو أداة التواصل بل هي التي تشكل رؤيتنا وسلوكنا ، وعليها يتوقف أداؤنا الاجتماعي الشامل ، ومنه جاز الفصل بين أزمات واقعنا ، وأزمة لغتنا ، وأمتنا اللغوية لم تترك جانبا منها إلا وتناولته ، وشواهد كثيرة وعميقة ، فجوات في نظم تعقيدها .

وتختلف نظم تعليم العربية وتعلمها ، وترخص أهلها في قواعد استخدامها الصحيح ناهيك على أن اللغة الإعلامية التي نستخدمها في الصحافة العربية ، وأجهزة الإذاعة عندنا من راديو وتلفزيون ، ليؤكد خطورة الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام ، في مواجهة أزمة

<sup>1</sup> أنظر: عبد العزيز شرف ، اللغة الإعلامية ، دار الحيل ، بيروت ، ط 1 ، 1991 ص 12 .



اللغة ، والعمل على تجاوزها والحيلولة دون أن تكون وسائل الإعلام - بوعي أو غير وعي - أداة لترسيخ تلك الأزمة اللغوية التي تعالی منها المجتمعات العربية .

### تأثير اللغة العربية على لغة الصحافة

في الأساس ذو حملة وثيقة بالمستوى الثقافي للإعلام العربي باعتبار اللغة هي أداة التعبير عن هذا المستوى بما تحمله في حد ذاتها من منطق ومعرفة وعلم وقدرة على الإفصاح تبقي هي المعيار الأدق لمدي ارتقاء الإعلام أي إعلام ، إلى المستوى الذي تتطلبه رسالته الحقيقية ، بعد أن أخذ يزداد في عالمنا كل يوم قوة إلى قوة ، وحتى ليصح القول ، إننا نعيش الآن عصر الإعلام ، كما نعيش عصر تكنولوجيا ، وهنا تبرز أهمية العدة الثقافية التي لا بد من أن يتزود بها الإعلام إن هو شاء أو أريد له أن يرتفع إلى مستوى رسالته الحضارية التي يفترض فيه أن يؤديها . فكلما كانت هذه العدة غنية ، كان الإعلام قوى وأفعل وأعمق أثرا في تكوين العقل العام ، وفتح آفاق التطور الإنساني أمامه ، وتمهيد سبل مشاركته وبالتالي ، في بناء صرح الحضارة المتشامخ ، ولقد مضي الزمن الذي كان يصح فيه أن يزاول الإعلام بجميع وسائله المرئية والمسموعة والمكتوبة على حد سواء ، ببداية ثقافية أو قل انطلاقا من ثقافة ضحلة ليس لها أي صلة بعلم النفس الفردي ولا بعلم النفس الجماعي ، وليس لها أي صلة كذلك أو لها صلة ضعيفة كل ضعف بما بلغته الإنسانية ، في مختلف فروع المعارف العلمية أو الفلسفية أو الأدبية بأرقى دراجاتها ، فإعلام كهذا هو بالأحرى عامل تقهقر بما هو عامل تجهيل ، بدلا من أن يكون عامل تقدم بما هو عامل قيادة .<sup>1</sup>

وفي إطار العدة الثقافية الضرورية للإعلام تظهر لنا أهمية اللغة في الإعلام باعتباره الوعاء الأكمل الحاصل التراكم الثقافي في أمة من الأمم عبر التاريخ ، وباعتبارها الأداة التي لأغنى عنها بأي حال في عملية الإعلام عبر رسائل الإعلام المرئي والمسموع فضلا عن الإعلام المكتوب ، ولا مجال للمقارنة ، في مدي الفعل الإعلامي بين اعتماد لغة راقية تكثر عصارة التجارب الحضارية للأمة بخاصة ، وبسائر الأمم بعامة ، وبين اعتماد

<sup>1</sup> سمير كبريت ، اللغة العربية وإعداد رجال الإعلام ، دار النهضة العربية ، ط 1 ، 2010 م ص 7-98 .

لغة باهية جوفاء لا تحمل من الثقافة القومية ولا من الثقافة الإنسانية شيئاً ، حتى لكانها مجرد ذبذبات صوتية ينعق بها ناعق .

أما أثر لغتنا العربية الفصحى في إعلامنا العربي ، باعتبارها جانباً من أهم جوانب العدة الثقافية لمزاولة عملية الإعلام ، فيستمد أهميته بما سبق أن أشرنا إليه من أن اللغة في العمل الإعلامي، بأن أساسي باعتباره أدواته الأولى ووسيلته الرئيسية ، إذ لا إعلام من غير لغة وعلى مستوى اللغة سواء كانت عربية أم أجنبية ، يتوقف إلى حد كبير مستوى الإعلام ولا بد من التمييز في الكلام على لغة الإعلام بين الصحافة المكتوبة ووسائل الإعلام الأخرى المسموعة والمرئية (الإذاعة والتلفزيون) ، ذلك أن شأن اللغة في الصحافة ، لا يتصل إلا بالكتابة ، أي بتحرير الأخبار والمقالات وتصحيحها بعد تنضيد أحرفها ، أما في وسائل الإعلام الأخرى ، المسموعة والمرئية ، فله ، إلى جانب الكتابة ، جانب آخر هو جانب القراءة ( أو الإلقاء ) .<sup>1</sup>

هناك طريقتان تعمل وسائل الإعلام من خلالهما على تعبير النطاق الكامل لنشاطنا الاتصالي و أولهما التأثير على الطرق التي نتحدث بها كل لنطق ملا ، وقواعد النحو ، والصرف وتركيب الجمل ، والطريقة الأخرى هي التأثير على اللغة بوجه عام من خلال توسع كمية الكلمات التي نستخدمها وتعديلها ، وعن هذا الطريق لعمل وسائل الإعلام كنوع من السوق تتنافس فيه أشكال مختلفة للتأثير في طريق اتصالنا . هذه التأثيرات تميل تعبير واستقرار الكلام والمعاني .<sup>2</sup>

وقد قامت الكتب بذلك إلى حد معين منذ أن ظهر الكتاب وذلك بالنسبة كما أن الصحف قامت بنفس الوظيفة بعد أن أصبحت بعد أن أصبحت شائعة بين الناس .

وما زالت الصحف تفعل ذلك يومياً عند ما تقدم لنا المادج مطبوعة لمفردات اللغة التي نستخدمها بطريقة تتفق مع قواعد النحو ، والصرف ،وتقدم أيضاً أساليب مختلفة للتعبير وبينما تتال وسائل الاتصال الجماهيرية قسطاً أكبر فأكثر من عملية اتصالاتنا كلها

<sup>1</sup> سمير كبريت ، المرجع نفسه ص 10.

سمير كبريت ، اللغة العربية وإعداد رجال الإعلام ، دار النهضة العربية ، ط 1 ، 2010 م ص 7- 98 .

فإنه من الطبيعي أن تتوقع أن يزداد تأثيرها على مفردات اللغة عندنا ، وهي الرموز التي نستخدمها في الحديث ، وعلى المعاني التي تربط بينها وبين هذه الرموز وعلى العادات التي نتفق عليها للربط بين الاثنيين ، أي الرموز والمعاني ، وقد أصبح من الواضح أن وسائل الإعلام قد وسعت كثيرا جدا من مفردات اللغة التي نستخدمها فقد أضيف مئات الكلمات الجديدة ، وما كان من الممكن أن تأخذ طريقها إلى اللغة من دون أن يتم تقديمها ونشرها بسرعة عن طريق وسائل الإعلام.<sup>1</sup> إن وسائل الإعلام لها تأثيرات هامة على لغتنا وعلى معانيها وهي تفعل ذلك بطرق عديدة ، فهي تنشئ كلمات جديدة لها معاني جديدة تتصل بها ، وهي توسع المعاني وذلك عن طريق إزاحة المعاني القديمة جانبا ، وفوق ذلك كله فهي تعمل على استقرار عادات المعاني بالنسبة لمفردات اللغة التي نستخدمها .

ويمكن بكل سهولة توضيح عملية إنشاء كلمات جديدة بواسطة وسائل الإعلام عن طريق التدفق الدائم للكلمات الجديدة ، ومعاني تتصل بها تقدمها وسائل الإعلام لجمهورها غير أن عملية توسيع مفردات اللغة تختلف عن عملية إنشاء كلمات جديدة ، فهناك كلمات كثيرة لها معاني محددة ومستقرة من قبل ولكن وسائل الإعلام تضيف إليها معاني جديدة ، من خلال الصور التي تعرضها وعلى سبيل المثال فإن تعبير إيكولوجي كان في وقت من الأوقات يشير إلى تعبير فني تستخدمه فئة محدودة ، العلماء للإشارة إلى نظام من العلاقات المتوازنة بين الكائنات في بيئة محلية ، غير أن ذبوع استخدامها عن طريق وسائل الإعلام أدى إلى أن يكون لها معني أكثر عمومية وأقل فنية ، فهو الآن يشير بغموض إلى القلق حول حماية البيئة من التلوث.<sup>2</sup>

### - التأثير المتبادل بين اللغة والإعلام .

<sup>1</sup> مالفين ديفلر ، ساند رابول روكيش ، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة (عبد الرؤوف كمال) ، الدار الدولية لنشر والتوزيع ، د ط ، 1993 ، ص 368 .

<sup>2</sup> مالفين ديفلر ، ساندرا بول ، مرجع سبق ذكره ص 370 .

<sup>2</sup> نبيل راغب ، العمل الصحفي المقروء ، المسموع ، والمرئي ، الشركة المصرية العالمية للنشر لتوتجمان : لبنان ، د ط 1999م ص 95 .

نرى بأن هذا العصر كان مشهودا بالتطور الكبيرة في وسائل الإعلام كما شهد هذا العصر تحولا في اللغة ، خاصة بلغة الإعلام ، عملت هذه اللغة على إنجاح وسائل الإعلام حتى واكبت العصر ، ودلت على قدرة هذه اللغة بوصفها أداة متميزة من أدوات الاتصال ، وعلى تأثيرها في مشاعر الناس ، ولقد تأثرت للغة بوسائل الاتصال ، حتى جعلت المهتمين باللغة يقولون : إن ما وصلنا إليه من أسلوب سهل مشرف في هذه اللغة يعود بفصل إلى الصحافة ولا يعود لأي أحد آخر".<sup>1</sup>

### 1- التأثير الإنسان واللغة :

لقد تعددت المدارس وتضاربت الآراء واختلفت المناهج والسبل ، من أجل الكشف عن أسرار اللغة وقوانينها ، سواء على مستوى نظامها المعتمد من لدن الناطقين بها ، وكيفية تأدية الناطقين لها متخذين من النزعات المعيارية أو الوصفية أو السلوكية، أو التوزيعية أو التحويلية مناهج لذلك .

وعلى الرغم من أن وظيفة اللغة لا تقتصر في الواقع على أداء عملية التواصل الذي يبقى المظهر الاستعلائي الأساس للغة ، ويقتضي هذا التواصل نقل الدلالات والمعاني بوساطة الإشارات الصوتية<sup>2</sup> واللغة منذ أن وجدت كانت أداة اتصال ، وتواصل وإعلام وهي مازالت في المقام الأول إلى أن شهد تطورا تقنيا هائلا في وسائل الإعلام المختلفة وقدرة هائلة في تحمل مضامين جديدة ، فإن أثر هذه الوسائل في تطوير اللغة وبنائها أو هدمها وتأخيرها غير محدود ، والناظر في قدرة وسائل الإعلام يجدها قد زودت العربية بألفاظ من مثل : الهيكلية ، و الخصخصة أو الخوصصة ، والبرمجة، فاضلا عن الألفاظ الأخرى من قبيل : الاستنساخ ، والعقوبات الذكية ، وغسيل الأموال، الناتج المحلي ،

<sup>1</sup> أنظر هادي نهر ، الكفايات التواصلية والاتصالية دراسات في اللغة والإعلام، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط1 ،1424هـ، 2003، ص24،

والنتاج القومي الإجمالي ، والتضخم المالي ، وعجز الميزانية ، ودول الطوق ، وتجميد الأموال، و ثورة المعلومات ، وطريق المعلومات السريع ، كلها جديد مستحدثت الإعلام .<sup>1</sup>

### اللغة وسيلة إعلام :

إن وظيفة اللغة الأساس وظيفة إعلامية ، وقد ارتبط استعمال هذه الوظيفة عبر العصور بالاصطلاح والاتفاق على الدلالات التي تحملها البني اللغوية ، وعلى النظام المعهود بين الناطقين: هذا من زاوية ، ومن زاوية أخرى اتصلت هذه الوظيفة أيضا على صعيد الخاص والناس ليست كلها معلومات عادية تتعلق بأمر الحياة اليومية، بل أن تلك المعلومات في غاية الأهمية، تؤثر على حياة الملايين تمتلئ بها الإذاعة والتلفاز والصحف والاجتماعات الجماهيرية، وكلها يحاول التأثير على مستقبلين، أو إقناعهم، بالإيمان بمبدأ، أو تغيير سلوكهم ، أو بشراء بضاعة ، وهكذا أصبح الاتصال بالجماهير علما اجتماعيا جديدا معقدا يوجه صوب جمهور كبير نسبيا غير متماثل وغير معروف الاسم ، تعددت وجوهه وأشكاله فهناك الاتصال السلبي واللاسلكي، وهناك الاتصال اللغوي الذي تكون الجماهير طرفا مباشرا فيه ، وصارت اللغة منطوقة منطوقة أو مكتوبة، بحيث تتمكن من دفع مجموعة من الناس إلى السير .

في الشوارع ، وإلى تحريض مجموعة أخرى على قذفها بالحجارة ،فبإمكان اللغة إخفاء سلوكنا السيئ ، مع إبراز مثلنا العليا وتطلعاتنا ،وقد ترتب على وجود هذه الصلة بين اللغة والإعلام أصبحت حيوية اللغة تقاس زيادة على كثرة استعمالها في التخاطب اللغوي اليومي العفوي على مدى تكون فيه وسيلة إعلامية فاعلة ومؤثرة ، وقد برزت إزاء هذه الصلة على أن اللغة أداة واضحة يمكن الاعتماد عليها في اتصال الناس ببعضهم البعض.<sup>1</sup>

### 3-علم الإعلام اللغوي :

الإعلام Information في أظهر تعريفاته هو"كل عنصر قادر على أن يعبر عنه بواسطة رمز أو إشارة وفضلا على أن الإعلام أداة اتصال فإنه يشكل في جوهره عملية مخططة ومنظمة ، وقائمة على أسس علمية موضوعية تهدف إلى بث ، وتوضيح

<sup>1</sup> بليل نور الدين ، الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام ، سلسلة كتاب الأمة ، قطر ، د.ب. ، 2001 ص 44.

المعلومات ونشر الحقائق والتعرض للأحداث والوقائع بصورة تساعد على إدراك أبعادها دون تحريف أو تغيير بحيث يكون تأثيرها على الأفراد والجماعات من أجل تعميق الوعي بعد أن أصبح لها الأثر العميق الشامل على سلوك الناس في كل مكان وأصبح استعمال اللغة عنصرا أساسيا في تلك الوسائل يخضع لدراسات لا حصر لها وصار الإعلام والإعلان والدعاية من شجرة واحدة لها جذر مشترك ألا وهو التبليغ الذي تشكل اللغة 2

- أصبح الحديث عن نظرية التواصلية يفترض بنا التحدث أو لا عن القضايا التي تتوخي هذه النظرية اللسانية مراعاتها في مجال الإعلام وظهرت مفاهيم جديدة لا بد من الوقوف عليها كشرط من شروط نجاح الإعلام في الإبلاغ والتأثير ومن هذه المفاهيم نذكر ما يلي:

### 1- نظرية الاحتمالات الممكنة :

ترى احتمال وقوع الحدث المعين احتمالا كبيرا، تنعدم كمية المعلومات المتوافرة لدينا عند إعلاننا بوقوع الحادث والعكس حين يكون الاحتمال نادرا .

### 2 - مفهوم الاقتصاد :

هو الذي دعا المهندسين واللغويين البحث عن أسير السبل وأكثرها اقتصاديا لإيصال أكبر كمية من المعلومات بأدنى مصروف من الطاقة ، وقد اعتمد اللسانيون في البحث عن السمات الملائمة أو غير ملائمة في عملية التواصل اللغوية .

3- إزالة التشويش أو التكرار:<sup>1</sup> يكون باستغلال الطاقة معنية والمناسبة في البحث عن الإشارة الملائمة إلى العناصر المشوشة في قناة الاتصال ومن هنا بدأ الباحثون بدراسة طرائق تحليل الرسالة الإعلامية وبيان محتواها ومدى استجابة المستقبل لها ، وكذلك قدمت لنا الدراسات في مجال تحليل الأسلوب الإعلامي : معايير اللغوي ، وخصائصه الأسلوبية من مصداقية Gedibility وعنوا بها استخدام اللغة بشكل يجعلها مقبولة ، وصادقة عند استخدامها وعلى المدى البعيد، والثبات Consistency: أي الخلو من المتناقضات،

<sup>1</sup> هادي نهر ، الكفايات التواصلية والاتصالية دراسات في اللغة الإعلام ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، ط 1، 2003 - 1424 ص 32 .

"والبساطة والوضوح sipmlicity and carity، والإيجار Brevity والموضوعية Objectioity، والتشويق Pleasantness وما يحتاجه الفرد ، أو الجماعة من المعرفة إذا أريد الاتصال المؤثر بالآخرين يذكر ويدنس بما ظن من المعرفة .

1 -أولهما : معرفة القوانين اللغوية التي تضمن له ، الاستعمال اللغوي الصحيح .

2 -ثانيهما : معرفة الأسس التي تنظم استخدام هذه القواعد بغية إعداد الرسائل حيث يكفل هذا النوع تحقيق الملائمة مع البيئة والأشخاص يجري معهم ، وبخلافه فإن المرسل سيبدو غريبا عن البيئة وأفرادها ، لأن الأسلوب أداة وصل بين البيئة والشكل اللغوي أي اللغة والموقف الذي تستعمل فيه ، ويبقى عوامل نجاح أو أسباب فشل الرسالة الإعلامية في الإبلاغ والتأثير، ورأوا في هذا المجال أن الفشل يتجلى في عدم إدراكها حقيقة أن الكلمات ليست سوى أصوات رمزية ، ويرجع هذا الخطأ إلى الإيمان بالقوة السحرية للكلمات تعطينا ضمانات بالقياس إلى الأشياء ، فنحن نتصور أن الاسم والجرس جميل الموقع يدل على جودة ضع الشيء .

دراسة أثر وسائل الإعلام على اللغة في المجتمع تبرز لنا عدة أبعاد مختلفة لهذه المسألة :

التأثير الإعلامي على اللغة يأخذ أبعادا مختلفة ، منها ما يؤثر على وعي وإدراك الجمهور ، وخاصة عندما يكون مستوى التأثير على اللغة في حد ذاتها ، هذه الأخيرة التي تعد وعاء للفكر ، وهذا التأثير لا يكون ، بمعزل عن الواقع الاجتماعي وإنما يكون مرتبطا بأبعاد أخرى.

**فالبعد الأول :** هو أن الاستعمال الخاطئ للغة داخل وسائل الإعلام يفسد الفكر الوطني ويعطل من قدرات الناس الذهنية ، فمن أخطار اللغة استعمالنا إياها استعمالا لا إراديا دون يقظة أو وعي ، فقد يقع للكثيرين من الناس الوهم بأنهم يفكرون حين يتكلمون أو يكتبون ، بحيث أنهم يتشبهون بالألفاظ التي تسود صفحات الجرائد مثلا ، فالنقاد والمفكر ينهبون دائما الأخطاء الجسيمة التي تتمخض عن انتشار الإشتقاقات اللفظية وشيوع النزعات الببغائية ، فاللغة لا ينبغي أن تكون عقبة في سبيل الفكر .

- **البعد الثاني** : هو البعد التاريخي للمسألة ، بمعنى ارتباط لغة الإعلام ، بمعنى ارتباط لغة الإعلام في كل فترة تاريخية بالواقع الحضاري واللغوي بصفة خاصة فعندما تمر المجتمعات بفترة سيئة من تاريخها ينعكس ذلك على لغة الإعلام ، لأن الواقع بشذوده وتشابكه وتعقيده عندما ينعكس في الإعلام لا بد أن تبدو وصورة الشذوذ والتشابك والتعقيد في لغة الإعلام أيضا <sup>1</sup>.

- **البعد الثالث** : هو البعد الديمقراطي ، أو بمعنى آخر هو مدى الحرية المتاحة في المجتمع للرأي والتعبير ، لأن لغة الإعلام لا تنفصل عن حرية الرأي في أي مجتمع من المجتمعات ، فالصحافة بطبيعتها نشؤها وبحكم وظيفتها الحضارية لا تزدهر تؤدي خدماتها على الوجه الأكمل إلا إذا كانت حرة تتنافس في كشف الحقائق ، فالصحافة شديدة التأثر بشكل النظام السياسي الذي تصدر في ظله ، وفي هذا الصدد يشير محمد عبد الغني على ظهور ألفاظ خاصة في الصحف يراد بها تجنب استخدام الألفاظ الأصلية للمعاني ووضع تعبيرات أخف وقعا على مسامع القراء وال جماهير وقد تكون تلك العبارات من وضع الجهات المسؤولة أو من وضع الصحافة نفسها مثل القول : تحريك الأسعار بدل زيادتها ، التجاوزات بدل جرائم ، ترشيد الاستهلاك بدل تقليله ، لنكسة بدل الهزيمة ... وهذا الجانب حسب محمد عبد الغني يمكن أن نسميه مرض اللغة بالنفاق أو الخوف أو الضعف وهذا قد يؤدي إلى عواقب وخيمة فإفراغ المعاني من مدلولاتها الحقيقية باستخدام لغة ملتوية سلبيا على المجتمع بأكمله <sup>2</sup>.

- **البعد الرابع** : وهو البعد المرتبط بالظروف المعاصرة لوسائل الاتصال من سعة الانتشار والنفوذ والعالمية ، حيث يذهب الباحثون اللغويون للقول بأن اللغة سلعة للتصدير والاتصال المتبادل <sup>3</sup> نفى عالمنا المعاصر لا يوجد مجتمع متحرر تماما من نفوذ المجتمعات الأخرى.

<sup>1</sup> عبد العالي رزاقى، الخبر في الصحافة ، الإذاعة، التلفزيون ، والانترنت، دار هومة، الطبعة الاولى، 2004، ص70.  
<sup>2</sup> محمد سيد ، الإعلام واللغة ، دراسات إعلامية ، سلسلة البحوث الإعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ط1 ، 1984 ، ص

17-14.

<sup>3</sup> المرجع نفسه ص 17.



- البعد الخامس : وهو البعد المهني ، وهو البعد الذي تتجلى من خلاله الممارسة الإعلامية ، وهو أهم الأبعاد وأوسعها في بيان الأثر المتبادل بين وسائل الإعلام واللغة .
- مزايا اللغة الإعلامية :

يحرص الإعلامي الناجح على استعانة باللغة العربية السهلة الألفاظ ، القريبة المعاني ، القدرة على الإفهام وتحقيق الاستيعاب الوصول إلى العقول من غير استئذان للتأثير في النفوس المتعطشة إلى المعرفة ، واستشارة ما تبتغيه من الأفكار ، أما الاستخدام اللغوي الذي يستعين به الإعلامي ، ينبغي أن يتناسب مع مستوي الفهم والاستيعاب الفكر للإنسان القارئ أو المستمع أو المشاهد فالإعلام هو فن مخاطبة الناس لإقناعهم واستمالتهم ودفعهم إلى التصرف والتطبيق لذلك ، لا بد من أن تتحلى اللغة الإعلامية بمزايا أساسيته كثيرة نذكر منها ما تؤكد التجارب والاختبارات سلامة التميز بها :

1. اللغة الإعلامية هي لغة تنطلق مباشرة من الإعلامي ، كاتبها كان أو مذيعة ، لتصل إلى الهدف المقصود ، بطريقه سريعة .
2. اللغة الإعلامية ينبغي أن تتجنب الصيغ الأدبية الراقية ، لأن أكثر الناس يريدون أن تتوافق قراءاتهم أو أسماعهم مع قدراتهم على الفهم السريع من غير معوقات لغوية أو معنوية
3. اللغة الإعلامية ينبغي أن تتجنب المظاهر البلاغية والإيحاءات الجمالية والفنية للألفاظ فسرعة إدراك المعاني ضرورة يحرص عليها الإعلامي لإراحة المنتبغ للمعلومات والأخبار .
4. اللغة الإعلامية ينبغي أن تبتعد عن استخدام العبارات المقتبسة ، التي تتضمنها المقابلات الإعلامية والمقالات الصحافية والأخبار المعرفية ، بسبب اضطرار القارئ أو المستمع أو المشاهد، إلى التمهّل قليلا لفهم الترابط بين الكلام المستخدم وبين العبارات التضمينية المقتبسة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> د - سمير كيريت ، اللغة العربية وإعداد رجال الإعلام ز دار النهضة العربية ، ط 1 ، 2010 م ص 42 .

5. اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد النحوية والصرفية - بالإضافة إلى قواعد الإملائية في الكتابة - فأى خطأ في التحريك - لفظ الخدمات الإعراب - أو غلط في التصريف والتعبير في بنية الكلمات ، يؤدي إلى تشويه غير مقبول في المعاني ولبس فيها وغموض .

6. اللغة الإعلامية هي لغة مرنة لينة طيعة ، تستوعب المنجزات الحضارية من نواحي التسمية اللفظية والدلالة المعنوية ، بصيغ سهلة ، تكشف قدرة اللغة العربية على الانسجام والتصرف ، لإفهام القارئ أو المستمع أو المشاهد وحس إيصال المعلومات إليه.

7. اللغة الإعلامية تحرص على استخدام أساليب الكتابة السهلة، بالابتعاد عن التقديم والتأخير ما لم تكن هناك ضرورة ووضع الجمل بين قوسين، أو شرح العبارات في نهاية الكتابة أو الكلام.

8. اللغة الإعلامية تميل إلى استخدام الجمل القصيرة، للإسراع في إيضاح الدلالات المعنوية، وتحديد المعاني المقصودة بدقة وإيجاز، ولمنع الانزعاج والضجر والسأم من التفكير بالمعاني المقصودة.

9. اللغة الإعلامية لا تميل إلى الجمل الطويلة لكثرة المعاني التي تتضمنها، مما يستدعي الوقت الطويل لفهمها واستيعابها، كما تفرض إنعام الفكر والتأني في القراءة أو الاستماع لفهم هذه المعاني.

10. اللغة الإعلامية تعتمد الإيجاز والوضوح في الكتابة والقول، فخير الكلام ما قل ودل.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> المرجع نفسه ص 43 .

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم

كلية الأدب و الفنون

قسم لغة و إعلام

الموضوع : اللغة و الإعلام التأثير و التأثير

" جريدة الشروق " نموذجا " دراسة عن طريق الإستبيان

أنا الطالبة غنو مريم ، سنة ثانية ماستر بتخصص لغة و إعلام بجامعة مستغانم ، قسم لغة و إعلام ، أقوم حاليا بإنجاز مذكرة تخرج بعنوان : " اللغة و الإعلام التأثير و التأثير ، جريدة الشروق نموذجا " .

لذلك نرجو من سيادتكم التفضل بالإجابة على أسئلة هذه الإستمارة ، التي لن تأخذ إلا بعض الدقائق من وقتكم ، و هذا من أجل المساهمة في إنجاز هذا العمل الموجه لأغراض البحث العلمي ، و نعدكم بعدم الكشف عن هويتكم .

ملاحظة :

- ضع علامة ( x ) في خانة الجواب الذي تختاره و لا تشطب الأسئلة التي لا توافق عليها .

- نرجو منكم الإجابة على كل الأسئلة .

شكرا مسبقا لمساعدتكم لنا و نقدر لكم هذا الجهد .

**- الدراسة الاستطلاعية :**

وجهنا الدراسة الاستطلاعية المتعلقة بموضوع اللغة و الإعلام التأثير و التأثير

"جريدة الشروق نموذجاً" إلى فئة معينة ، تمثلت في طلبة قسم اللغة و آدابها بمختلف مستوياتهم ليسانس ، ماستر ، و دكتوراه ، حيث شملت العينة 80 مبحوثاً ، كما اقتصر المجال الزمني المحدد من بداية شهر أفريل حتى شهر ماي 2015.

تم بناء الإستمارة من خلال محورين أساسيين هما :

**1 -المحور الأول : يتعلق بالأسئلة .****2 -المحور الثاني : تمثل في أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال الدراسة .****- أسباب اختيار الموضوع :**

إن تعرضنا لموضوع اللغة و الإعلام التأثير و التأثير ، جريدة الشروق و دورها في إثراء الرصيد اللغوي لدي طلبة اللغة تخصص لغة و إعلام لم يأتي من العدم إنما كان نتيجة لأسباب و عوامل نوردتها على النحو التالي :

- الرغبة في إجراء مذكرة حول الزملاء في التخصص مع تسهيل مجتمع البحث كي تكون المعطيات محدودة و سهلة التحليل ، و بالتالي إستخلاص نتائج يمكن تقييمها .
- الكشف عن مدى قدرة الصحف في التأثير على الطلبة من الجانب اللغوي .

**- منهج البحث :**

بما أن دراستنا كانت حول ما مدى إقبال الطلبة الجامعيين على إقتناء جريدة الشروق ، و الإهتمام بموضوعها المختلفة ، حيث إعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي ، و ذلك بتحليلها من خلال وضع إستمارة .

**تحديد المفاهيم .**

**الطلبة :** لغة : مشتقة من الفعل طلب ، طلب الشيء ، و حاول وجوده و أخذه إليه ، الطالب الذي يطلب العلم .

اصطلاحا : هو كل حامل لشهادة البكالوريا مسجل في تخصص علمي معين ، يتضمن الطالب المسؤول و المشارك في التعليم و التفكير و المبادرة ، و له قدرات و ميولات و اهتمامات شخصية.

بطاقة تعريفية عن جريدة الشروق اليومي :

جريدة الشروق اليومي هي صحيفة جزائرية يومية تصدر باللغة العربية ، لها نسخة إلكترونية باللغة العربية ، الفرنسية و الإنجليزية ، متوفرة في موقعها الرسمي ، تأسست هذه الجريدة سنة 1990<sup>1</sup> ، و كانت تسمى مجلة الشروق العربي ، و دقمان أرفيس هو من أطلق عليها هذه التسمية ، و هي تعتبر من أقدم الجريدة الجزائرية الخاصة و تم إختيارها كمجال للدراسة وفقا لنتائج ، و كذا نتائج الرأي التي قامت بها شركة IMMAR الفرنسية<sup>2</sup> ، و التي إحتلت فيها الشروق المرتبة الأولى في الجزائر من حيث السحب ، الرواج و الإنتشار بين أوساط الجمهور .

### - رقم الاستثمار :

<sup>1</sup> الموقع الإلكتروني لجريدة الشروق اليومي <http://www.echorokonline.com> 30 مارس 2015 ، الساعة 14.00.

<sup>2</sup> IM MARMZGREB : هو الفرع المغربي لمعهد IMMAR الفرنسي الذي تأسس سنة 1990 بالعاصمة باريس، والمتخصص في دراسات الخبرة والاحصاء ، وعمليات صبر الآراء والاستشارة في مجال التسويق، وهو أكبر معهد في مجال نشاطه في أسواق افريقيا، وبلدان الداخل الافريقي الفرانكفونية.

يرجى منكم وضع العلامة (X) أمام الإجابة التي ترونها مناسبة، ويمكن الإجابة على أكثر من اقتراح .

- السمات العامة :

- الجنس : ذكر  أنثى

- السن : 20-18  23-21  أكثر من 23

- المستوي الجامعي :

سنة أولى  سنة ثانية  سنة ثالثة

سنة أولى ماستر  ثانية ماستر  سنة أولى دكتوراه

سنة ثانية دكتوراه

- التخصص : .....

- مكان الإقامة :

المدينة  الريف  شبه حضري

- المحور الأول :

1- هل أنت من متصفح جريدة الشروق ؟

دائما  أحيانا  غالبا  نادرا

2- لماذا تتردد على صفحة الأخبار خصوصا ؟

لأنها من وجهة نظري مفيدة بنسبة كبيرة :

لأنها تمدني بأهم الأخبار اليومية :

لأنك مهتم من المهتمين و المنتبهي للأحداث و التطورات

2 - ماهي المضامين المفضلة لديك في الشروق اليومي ؟

- الأخبار السياسية

- أخبار الإقتصاد و البورصة

- الموضوعات الثقافية و الأدبية

- الموضوعات الرياضية

- الموضوعات الدينية

3- هل تتصفح جريدة الشروق كل يوم ؟

نعم  لا

4- ما أسباب اختيارك لجريدة الشروق ؟

لأنها جريدة موضوعية  تنفرد بالسبق الصحفي

5- هل تتفاعل مع المضامين الإعلامية للشروق ؟

نعم  لا

6- ماهي الاختيارات و البدائل المتاحة التي تتردد عليها ؟

مادة خيرية فقط  معلومات اقتصادية  ترفيه  تسويق

7- برأيك  أية المميزات التالية في إختيارك لشروق ؟

- تصميمه الجذاب

- توفر روابط لمواد متصلة بالموضوع

- أسلوب كتاباته سهلة و مفهومة

- يوفر كافة التفاصيل التي تساعدك على فهم النص

- سهولة التعليق على المادة المكتوبة

8- هل يعتبر الطالب جريدة الشروق مرجعا لإثراء الرصيد اللغوي و تطوير مستواه ؟

نعم  لا

9- هل لمقروئيتها دور في إثراء الرصيد اللغوي ؟

دائما  أحيانا  نادرا



الجداول :

- السمات العامة

جدول رقم (1) يبين توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس :

النسبة	العدد	التعداد	الجنس
43,75 %	35		ذكور
56,25 %	45		إناث
100 %	80		المجموع

المصدر : الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على استمارة البحث

### 1-البيانات الشخصية عن المجتمع :

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على ملامح و خصائص المبحوثين و خلفياتهم و كثيرا ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحليل البيانات و المعطيات الميدانية ، حسب ما تقتضيه متغيرات الدراسة و أهدافها .

و من هذا المنطلق إشتملت إستمارة هذه الدراسة على محور خاص بالبيانات الشخصية ضم أسئلة تتعلق بالجنس ، السن ، المستوى التعليمي ، و مكان الإقامة و هي كلها متغيرات يمكن أن يكون لها دور في التأثير على نتائج الدراسة أي علاقة هذه المتغيرات بمدى مقرؤوية الصحف و تأثيرها على الطالب من الجانب اللغوي و مدى الإقبال عليها ، و تفاعل الأفراد مع المواد الإعلامية التي تقدمها هذه الصحف كان مثلا عوامل لإقامة في مدى تداول الأفراد مع المواد الإعلامية التي تنشرها وسائل الأعلام ، أو التخصص في الإهتمام بهذه المضامين أو السن في مستوى الوعي و الثقافة .

- جدول رقم (2) يبين توزيع أفراد العينة وفق السن :

النسبة	العدد	التعداد	السن
12.5 %	10		20-18
43.75 %	35		23-21

أكثر من 23	35	43.75%
المجموع	80	100%

المصدر : الجدول من إعداد الطالبة إعتقادا على إستمارة البحث

1 - **الجنس** : يتضح من خلال الجدول رقم 1 أن مجموع أفراد عينة المبحث هو 80 فرد موزعة حسب الجنس إلى 35 ذكور و 45 إناث أي ما يمثل 43.75% لفئة الذكور ، 56.25% لفئة الإناث ، و بذلك يظهر أن هذا التوزيع غير متساوي .

2 - **توزيع الفئات العمرية** : لقد قمنا بتوزيع مستويات السن حسب الفئات التالية :

\* **الفئة الأولى** : من 18-20 سنة ، الفئة الثانية من 21-23 سنة ، الفئة الثالثة أكثر من 23 سنة ، و هي الفئات العمرية الممكن تواجدها بالجامعة كمجتمع بحث دراستنا . بحيث قدر عدد الأفراد في الفئة الأولى ب 10 مفردة بنسبة 12.5% من مجموع أفراد العينة ، أما أفراد الفئة الثانية و اللذين يتراوح سنهم ما بين 21-23 سنة سيشكلون نسبة 43.75% من مجموع أفراد العينة ، أما الفئة الأخيرة و التي تمثل الأفراد الذين يتراوح سنهم ما بين 24 سنة ، فأكثر فتشكل 43.75% أي مجموع 35 فردا لكل فئة .  
 قد أفرزت النتائج أن كل من فئة 21-23 سنة و فئة أكثر من 23 متساويان و يتشكلان الأغلبية بما يتجاوز الفئة العمرية 1 من 8-20 التي في الأخير حسب الجدول .

- جدول رقم (3) يبين توزيع أفراد العينة وفق متغير المستوى الجامعي :

النسبة	العدد	التعداد السن
3.75%	03	السنة أولى
3.75%	03	السنة ثانية
25%	20	السنة ثالثة

السنة أولى ماستر	23	28.75%
السنة ثانية ماستر	25	31.25%
السنة أولى دكتوراه	4	5%
السنة ثانية دكتوراه	2	2.5%
المجموع	80	100

المصدر : الجدول من إعداد الطالبة إعتامدا على إستمارة البحث

- بعدما تم التطرق في المرحلة الأولى :

- بصفة عامة ، و ما تعلق بهذا الإستخدام من أثر ، و ذلك حسب ما توفر لنا حوله من مادة إخبارية ، سنحاول مدى قدرة الصحف في التأثير على الطلبة من الجانب اللغوي ، و مدى الإقبال عليها؟.

جدول رقم (4) يبين توزيع أفراد العينة وفق المستوى الجامعي :

النسبة المئوية	العدد	التخصص
6.25%	5	أدب عربي
7.5%	6	الدراسات الأدبية
7.5%	6	الأدب المعاصر

أدب و حضارة العربية	3	3.75%
اللغة و الإعلام	8	10%
الدرس النحوي في ضوء الدراسات اللسانية الحديثة	17	17.50%
فرع الأدب و الحضارية العربية	15	16.25%
المجموع	60	100%

المصدر : الجدول من إعداد الطالبة إعتقادا على استمارة البحث

4- التخصص : يتبين من خلال الجدول رقم 4 كيفية توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص الجامعي ، حيث يؤثر التخصص المتبع من طرف الطلبة بدرجة كبيرة على مطالعة الصحف سواء كانت مطبوعة أو إلكترونية و يتوزع أفراد العينة حسب التخصص إلى خمسة فئات رئيسية ، تحتل فيها وسائل الإعلام و المجتمع بنسبة 33.75% و البالغ عددهم 27 طالبا و هي نسبة متفاوتة بالنسبة إلى التخصصات الأخرى ن أما طلبة الأدب العربي سنة أولى و ثانية فتقدر نسبتهم ب 6.25 % من مجموع أفراد العينة و البالغ عددهم 5 طلبة و 7.5 % في تخصص الدراسات الأدبية و عددهم 6 طلبة ، ما يقابل نسبة 7.5 % في تخصص الأدب المعاصر و البالغ عددهم 6 طلبة و نسبة متساوية و 7.75 % في تخصص أدب و حضارة العربية و البالغ عددهم 3 طلبة 6.25 % في تخصص اللغة و الإعلام و البالغ عددهم 5 طلبة ، ما يقابل نسبة 10 % و البالغ عددهم 8 طلبة 17.50 % في تخصص الدرس النحوي في ضوء الدراسات اللسانية الحديثة ( دكتوراه ) و البالغ عددهم 14 ، 10.25 % في تخصص فرع الأدب و الحضارة العربية ( دكتوراه ) و البالغ عددهم 13 طالب و طالبة .

جدول رقم (5) يبين توزيع أفراد العينة وفق مكان الإقامة :

النسبة المئوية	العدد	التعداد مكان الإقامة
53.75%	43	المدينة
20%	16	الريف
26.25%	21	شبه حضري

المجموع	80	%100
---------	----	------

المصدر : الجدول من إعداد الطالبة اعتمادا على استمارة البحث

### 5- مكان الإقامة :

يتبين من خلال الجدول رقم (5) كيفية توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة بحيث تمثل 20% من مجموع أفراد العينة و البالغ عددهم 16 أولئك اللذين يقطنون في الريف في مقابل نسبة 53.75% ، ممن يقطنون شبه الحضري ما يقابل نسبة 26.25% و هكذا يتضح أن أفراد عينة البحث محل الدراسة كانوا في معظمهم من سكان المدينة.

### جدول (6) يبين تصفح جريدة الشروق :

النسبة المئوية	التكرار	التعداد تصفح
%58.75	47	دائما
%42.85	28	أحيانا
%20.87	19	غالبا
%9.25	10	نادرا

المصدر : الجدول من إعداد الطالبة إعتمادا على إستمارة البحث

- نلاحظ من خلال الجدول أن النتائج المتحصل عليها لدي متصفحى الجريدة حسب هذه المتغيرات أن أكبر نسبة و هي 58.75% تم تسجيلها لدى مختلف فئات أفراد العينة من الإناث و المقيمين بمناطق شبه الحضري، و الريف و اللذين تتراوح أعمارهم ما بين 21 و 23 سنة إضافة إلى الذكور المقيمين بالريف و شبه الحضري ، من مختلف الفئات العمرية و لكن بصفة أحيانا و هذا يدل على كثرة الشباب الإناث و كثرة تصفحهم للجريدة ، أما الذين يتصفحونها أحيانا نسبة عالية تقريبا ، و بالمقابل تم تسجيل نسبة 9.25 % و منه نستنتج الشروق لفت إهتمام كبير من طرف المتصفحين لهذه الجريدة .

جدول (7) يبين التردد على صفحة الأخبار :

النسبة المئوية	التكرار	التعداد التردد
30.66%	23	لأنها من وجهة نظري مفيدة بنسبة كبيرة
20%	15	لأنها تمدنى بأهم الأخبار اليومية
49.33%	37	لأنك من المهتمين و المتتبعين للأحداث
100%	75	المجموع

المصدر : الجدول من إعداد الطالبة إعتامدا على إستمارة البحث

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أن العينة تهتم بالصحف و بشكل كبير على الأخبار، فلقد بلغت الإجابة عن عبارة " لأنها من وجهة نظري مفيدة بنسبة كبيرة 30.66%، بعدد 23 فردا ، أما التي أجابت بعبارة " لأني من المهتمين و متتبعي للأحداث و التطورات في العالم " ، فقد بلغت نسبتها 49.33%، بعدد 37 فردا من أفراد العينة ، أما التي أجابت بعبارة " لأنها تمدني بأهم الأخبار اليومية " ، فقد بلغت نسبتها 20%، بعدد 20 فردا من مجموع العدد المتحصل عليه ، و هذا يفسر على المبحوثين يهتمون و يترددون على الصحف اليومية لأن طبيعة دراستهم تتطلب تتبع الأحداث و التطورات في العالم .

جدول (8) يبين المضامين المفضلة لأفراد العينة في الشروق اليومي :

النسبة	التكرار	المضامين المفضلة
17.59%	19	المضامين المفضلة الأخبار السياسية
21.29%	23	أخبار الإقتصادية و البورصة
18.51%	20	الموضوعات الثقافية و الأدبية
33.33%	36	الموضوعات الرياضية
9.25%	10	الموضوعات الدينية



المجموع	108	% 100
---------	-----	-------

المصدر : الجدول من إعداد الطالبة إعتامدا على إستمارة البحث

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أن 17.59% من أفراد العينة يفضلون الأخبار السياسية بعدد 19 فردا ، و أما الذين يفضلون أخبار الإقتصادية و البورصة فبلغت نسبتهم 21.29% بعدد 23 فردا ،أما اللذين يفضلون الموضوعات الرياضية فقد بلغت نسبتهم 33.33% بعدد 36 فردا و اللذين يفضلون الموضوعات الدينية فبلغت نسبتهم 9.25% بعدد 10 أفراد ، و هذا يحصر إلى أن المبحثون يميلون و يفضلون الأخبار و الموضوعات الرياضية بكثافة .

جدول (9) يبين تصفح جريدة الشروق كل يوم :

النسبة المئوية	التكرار	التعداد السبب
%68.33	41	نعم
%31.66	19	لا
% 100	60	المجموع

المصدر : الجدول من البحث الميداني ( أبريل – ماي ) 2015.

نلاحظ من خلال الجدول سبب تصفح جريدة الشروق كل يوم أن النسبة 68.33% تتصفح للشروق بعدد 41 فردا ، و نسبة 31.66% لا يتصفحون الجريدة بعدد 19 فردا من أفراد العينة المدروسة .

جدول (10) يبين أسباب إختيار جريدة الشروق من طرف أفراد العينة :

النسبة المئوية	التكرار	التعداد الأسباب الاختيار
54.09%	33	لأنها جريدة موضوعية
45.90%	28	تنفرد بالسبق الصحفي
100%	61	المجموع

المصدر : الجدول من البحث الميداني ( أبريل – ماي ) 2015.

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أن أسباب إختيار الأفراد لجريدة الشروق هي الإنفرد بالسبق الصحفي بنسبة 54.90% و بعدد 28 فردا ، و الموضوعية بنسبة 54.09% و بعدد 33 فردا و هذا ما يعبر أن أفراد العينة من أسباب إختيارهم للشروق هي المتمتع بالموضوعية .

جدول (11) يبين مدى التفاعل مع المضامين الإعلامية للشروق :

النسبة المئوية	التكرار	التعداد التفاعل
93.33%	56	نعم
6.33%	04	لا
100%	60	المجموع

المصدر : الجدول من البحث الميداني ( أبريل – ماي ) 2015.

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول بأن الإجابة بالإيجابية بنسبة للتفاعل مع المضامين الإعلامية بنسبة 93.33% و بعدد 56 فردا ، أما الإجابة بالسلب فكانت بنسبة 6.33% بعدد من إجمالي أفراد العينة المدروسة ، و هذا يقر أن أغلب المبحوثين يتفاعلون مع المضامين الإعلامية الموجودة في الشروق .

جدول (12) يبين الإختيارات و البدائل المتاحة التي يتردد عليها أفراد العينة :

النسبة المئوية	التكرار	التعداد الإختيارات و البدائل
26.37%	24	مادة خبرية فقط
20.87%	19	معلومات إقتصادية
42.85%	39	ترفيه

تسويق	9	%9.89
المجموع	91	%100

المصدر : الجدول من البحث الميداني ( أبريل – ماي ) 2015.

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول نلاحظ أن الشروق توفر لقراءها أدوات و معالم التفاعلية و تقدم عدة إختيارات يتم التفاعل من خلالها من طرف المتصفحين للجريدة ، فقد كانت خيارات الترفيه في المرتبة الثانية للمادة الخبرية فقدار بنسبة %20.87 و بعدد 19 فردا و في المرتبة الأخيرة تأتي خيارات التسويق التي يتردد عليها بنسبة %9.89 بعدد 9 أفراد ، و هذا يقر أن أغلب المبحوثين يترددون على الخيارات التسويق التي يتردد عليها بنسبة %9.89 بعدد 9 أفراد ، و هذا يقر أن أغلب المبحوثين يترددون على خيارات الترفيه الموجودة في الجريدة بنسبة %42.85.

جدول(13) يبين أهمية المميزات التي بها يتم إختبار الشروق حسب أفراد العينة المدروسة :

النسبة المئوية	التكرار	التعداد المميزات
%14.43	14	تصميمه الجذاب
%23.71	23	توفير روابط لمواد متصلة بالموضوع

21	21.64%	أسلوب كتاباته سهلة و مفهومة
13	13.40%	يوفر كافة التفاصيل التي تساعدك
10	10.30%	على فهم النص
16	16.49%	سهولة التعليق على المادة المكتوبة
87	100%	المجموع

المصدر : الجدول من إعداد الطالب اعتمادا على إستمارة البحث 2015.

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول نلاحظ أن عبارة " توفير روابط المواد متصلة بالموضوع " إحتلت المرتبة الأولى بنسبة 23.71% بعدد 23 فردا ، ثم عبارة " سهولة التعليق على المادة المكتوبة بنسبة 16.49% و بعدد 16 فردا ، ثم في المرتبة الرابعة عبارة "تصميمه الجذاب بنسبة 14.43% و بعدد 14 فردا ، و في الأخير عبارة " على فهم النص " بنسبة 10.30% بعدد 10 أفراد و من خلال هذه النتائج فنلاحظ أن الشروق توفر روابط لمواد متصلة بالموضوع ، و هذا لتسهيل مهمة البحث عن المواضيع المتعلقة بالمادة المنشورة .

جدول (14) يبين مدى إعتبار الطالب جريدة الشروق مرجعا لإثراء الرصيد اللغوي و تطوير مستواه :

النسبة المئوية	التكرار	التعداد رصيد تطوير المستوى
50%	30	نعم

30	لا	%50
60	المجموع	%100

المصدر : الجدول من البحث الميداني ( أبريل – ماي ) 2015.

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة إعتبار جريدة الشروق مرجعا لأثرء الرصيد اللغوي و تطوير مستواه بلغت الأجابة بنعم 50% ، ما يقابل من أجاوبا ب لا كذلك كانت نسبة متساوية بنسبة 50%.

جدول (15) يبين دور مقروئية الشروق في إثراء الرصيد اللغوي :

النسبة المئوية	التكرار	التعداد ثراء الرصيد
%93.33	56	دائما
%0.66	04	أحيانا

نادرا	18	%16.33
المجموع	78	%100

**المصدر :** الجدول من البحث الميداني ( أبريل – ماي ) 2015.

نلاحظ من خلال الجدول أن لشروق دور في إثراء الرصيد اللغوي بحيث بلغت النسبة %93.33 من أفراد العينة المدروسة و المثقفة ، أما إجابة نادرا فبلغت %16.33 ، و هذا ما يفسر على أن المبحوثين يهتمون و يترددون على الجرائد بصفة عامة لأن طبيعة دراستهم تتطلب ذلك .



اللغة لبنة أساسية متداولة للتواصل بين الناس، و إذا كانت الدول تنشئ القوانين و تسن التشريعات لحماية العملة من التزوير، فمن باب أولى أو أصح أن تصان اللغة باعتبارها من مرتكزات مكونات الثقافة العربية، و قناة إيصال و تواصل بين الأجيال لبناء مهارات التواصل الإنساني، و جب علينا الحفاظ عليها من مختلف التأثيرات بما في ذلك تأثيرات وسائل الإعلام، حيث أخذت في السنوات الأخيرة تنفرد بمزايا تجعل منها ذات خصوصية داخل اللغة ذاتها ، و تميل إلى معيارية تنتشلها من الفضاضة التي عرف بها حين كان يقصد بها لغة الصحافة ، و بتعدد قنوات الاتصال و حدائتها صار من حق تلك اللغة التي تصاغ بها مواد الإعلام ، وهذا كله نابع من قوة تأثير اللغة الإعلامية على الإعلام و العلاقة بينهما، علاقة المتداخلة ما بينهما هي علاقة شائكة ، بحيث يمكن أن توصف بأنها علاقة العسل و النحل، و إن كان السؤال أيهما يكون العسل و أيهما يبقى النحل .

والله نسأل السداد في الرأي و السلامة في لغو القول.

- رقم الاستمارة :

يرجى منكم وضع العلامة (X) أمام الإجابة التي ترونها مناسبة، ويمكن الإجابة على أكثر من اقتراح .

- السمات العامة :

- الجنس : ذكر  أنثى

- السن : 20-18  23-21  أكثر من 23

- المستوي الجامعي :

سنة أولى  سنة ثانية  سنة ثالثة

سنة أولى ماستر  ثانية ماستر  سنة أولى دكتوراه

سنة ثانية دكتوراه

- التخصص : .....

- مكان الإقامة :

المدينة  الريف  شبه حضري

- المحور الأول :

1- هل أنت من متصفح جريدة الشروق ؟

دائما  أحيانا  غالبا  نادرا

2- لماذا تتردد على صفحة الأخبار خصوصا ؟

لأنها من وجهة نظري مفيدة بنسبة كبيرة

لأنها تمدني بأهم الأخبار اليومية :

لأنك مهتم من المهتمين و المنتبهي للأحداث و التطورات

2- ماهي المضامين المفضلة لديك في الشروق اليومي ؟

- الأخبار السياسية

- أخبار الإقتصاد و البورصة

- الموضوعات الثقافية و الأدبية

- الموضوعات الرياضية

- الموضوعات الدينية

3- هل تتصفح جريدة الشروق كل يوم ؟

لا

نعم

4- ما أسباب اختيارك لجريدة الشروق ؟

تتفرد بالسبق الصحفي

لأنها جريدة موضوعية

5- هل تتفاعل مع المضامين الإعلامية للشروق ؟

لا

نعم

6- ماهي الاختيارات و البدائل المتاحة التي تتردد عليها ؟

تسويق

ترفيه

معلومات اقتصادية

مادة خيرية فقط

7- برأيك [ ] لية المميزات التالية في إختيارك لشروق ؟

- تصميمه الجذاب

- توفر روابط لمواد متصلة بالموضوع

- أسلوب كتاباته سهلة و مفهومة

- يوفر كافة التفاصيل التي تساعدك على فهم النص

- سهولة التعليق على المادة المكتوبة

8- هل يعتبر الطالب جريدة الشروق مرجعا لإثراء الرصيد اللغوي و تطوير مستواه ؟

لا

نعم

9- هل لمقروئيتها دور في إثراء الرصيد اللغوي ؟

نادرا

أحيانا

دائما

# الفهرس

مقدمة: ..... أ - ب

## الفصل الأول: لغة الصحافة.

- لغة الصحافة ..... ص2
- مفهوم اللغة الصحفية ..... ص3
- خصائص اللغة الصحفية ..... ص4
- وظائف الصحافة المكتوبة ..... ص6
- اللغة الصحفية و لسان الأمة ..... ص9

## الفصل الثاني: اللغة الإعلامية.

- ماهية اللغة الإعلامية ..... ص13
- خصائص اللغة الإعلامية ..... ص15
- علاقة الإعلام باللغة ..... ص18
- تأثير اللغة العربية على لغة الصحافة ..... ص21
- التأثير المتبادل بين اللغة و الإعلام ..... ص24
- دراسة أثر وسائل الأعلام على اللغة في المجتمع ..... ص28

## الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

- أسباب اختيار الموضوع ..... ص34
- منهج البحث ..... ص34
- تحديد المفاهيم و المصطلحات ..... ص36
- التساؤلات ..... ص37-39
- دليل الاستمارة ..... ص40
- التحليلات ..... ص40-54
- الخاتمة ..... ص56

- قائمة المصادر و المراجع .....ص57-59
- الملاحق
- فهرس الموضوعات