

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة مستغانم

كلية الآداب والفنون

قسم الأدب العربي



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الأدب العربي
تخصص: المعالجة الآلية للغة العربية

الموضوع:

اللغة الإعلامية في الصحف الإلكترونية
جريدة: الشروق نموذجاً

من إعداد الطالب: بإشراف الأستاذ:

• د. أحمد كوفي

• عباسة محمد

السنة الجامعية: 2014-2015

مقدمة:

لطالما تم اعتبار اللغة ظاهرة اجتماعية انسانية 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 وهو السياق الاجتماعي الذي يكسبها مجموعة من الخصائص والمميزات التي تنبع من طبيعة الواقع الذي تنشط فيه، فارتقاء اللغة هو من رقي المجتمعات وعمق ثقافتها و تأصل هويتها.

إذ تعد اللغة موضعا رئيسيا في عملية الاتصال، فهي تؤثر وتتأثر بكل ما يحيط بها بما في ذلك وسائل الاتصال الجماهيري التي تتخذ من اللغة ركيزة لإيصال مختلف الرسائل الإعلامية إلى الجمهور، " فرجل الإعلام يجب أن يستخدم اللغة التي يقتضيها الحال للتعبير عن طبيعة المعلومات، الأفكار، المشاهد والآراء"¹ بحيث يتم ملائمة هذه اللغة حسب المضمون المعالج.

فقد عملت وسائل الاعلام على نشر اللغة العربية الفصحى وتعميمها بين الناس ، وكذا على تحقيق التنمية اللغوية عن طريق ما يعرف بالتنشئة الاجتماعية، إضافة الى الدور المهم الذي قامت به المؤسسات الاعلامية في تطوير اللغة خلال المراحل الزمنية السابقة، فهذه الوسائل قد أكسبت اللغة مجموعة من الخصائص التي تختلف باختلاف نوع الوسيلة الاعلامية، حيث نستطيع أن نقول أنه نتيجة للعولمة وللتطور المذهل الذي شهدته الوسائل الاعلامية استطاعت أن تنشأ هذه الأخيرة لغة خاصة بها وان تؤثر من خلالها على طبيعة اللغة لدى الفرد في المجتمع وهذا تبعا للانتشار الواسع لها وخاصة الصحافة الإلكترونية التي شملت الاعلام الجديد والعصر الرقمي حتى أحرزت مكانتها الاعلامية والتأثيرية، بحيث تعتبر أداة فاعلة في تشكيل الوعي السياسي ، الثقافي ، والاجتماعي، والعلمي بين أفراد المجتمع، وكذا صناعة الرأي العام كما تعد مصدرا من مصادر التثقيف اللغوي، هذا في حالة الاستعمال الجيد للغة العربية الفصحى تحديدا، لكن عندما ينحرف الصحفيون الى المساس بجوهر اللغة والعمل الى تهجينها بطرق مختلفة دون أن يضعوا بعين الاعتبار أنه يجب المحافظة عليها لأنها ليست فقط شأنا محليا بل هي صلتنا المشتركة بين الشعوب العربية والأمة ككل،

¹محمود خليل، انتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، د. ط، الدار العربية، 2009م، ص40.

فإلصحافة إذن مسؤولة اجتماعية مهمة تضطلع بها، وسلامة هذه اللغة هو الجوهر الأساسي لتجسد ما يعرف باللغة الإعلامية التي تصطبغ بسمات لا ينبغي أن يحيد عنها رجال الإعلام، فالفهم الخاطئ للغة الإعلامية من الممكن أن يؤدي إلى الانحطاط باللغة بدل الارتقاء بها.

فإلصحافة الإلكترونية الجزائرية تحديدا أصبحت مجالا مفتوحا لبروز مجموعة من الإشكاليات التي تساهم في تدهور اللغة الأم، كالمزج بين العامية والفصحى الذي يخل باتساق اللغة، ويجعل منها لغة هجينة، إلى جانب انتشار مفردات وألفاظ دخيلة وأجنبية على نحو كلمات منحوتة، إلى جانب ذبوع الأخطاء الشائعة التي تصبح متداولة حتى في المؤسسات الأكاديمية والتربوية، وهذا ما يحقق ما يسمى بالعنف اللساني في الإعلام الذي يؤدي إلى تشويه لغة المتلقي، و" يفسده لسانيا على مستوى النحو، القواعد وضوابط اللغة"، وبالتالي تفقد هذه الأخيرة رمزيها وقيمتها في المجتمع.

وهكذا نستطيع القول أن الدور الذي تحققه الصحافة الإلكترونية فيما يتعلق باللغة قد تغير، فبدل أن تنتقل لغة الصحافة إلى الشارع انتقلت لغة الشارع إلى الصحافة، فمضى عاديًا استخدام كلمات وجمل كاملة مأخوذة من لغة الشارع المكونة من خليط العامية، الفصحى، والفرنسية، وهذا ما يؤثر سلبًا على اللغة السليمة، ومن بين أبرز الجرائد التي تظهر من خلالها هذه الإشكاليات نجد جريدة الشروق التي تعد مجالًا في هذه الدراسة، فياترى هل هذه الأساليب تضيف شيئًا للغة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية؟

على ضوء ما سبق ذكره نتلخص إشكالية الدراسة فيما يلي:

هل تخضع اللغة المستخدمة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية إلى خصائص اللغة الإعلامية السليمة؟

ومن خلال هذا الطرح استطعنا اقتراح فرضيات تدوب في هذهاالتساؤلات التالية:

1. ما طبيعة الألفاظ التي يستخدمها الصحفيون في جريدة الشروق للتعبير عن المضامين الصحفية؟
2. هل تستخدم اللغة العامية بشكل دائم داخل الكتابات الصحفية في جريدة الشروق اليومي، وهل يرتبط هذا بنوعية المضمون المعالج؟
3. ما مدى انتشار الأخطاء اللغوية والأخطاء الشائعة في جريدة الشروق؟

4. إلى أي مدى تراعي جريدة الشروق سلامة الجانب التركيبي للغتها، بالنظر إلى النوع الصحفي الحامل للمادة الإعلامية؟

أمدوافعي لاختيار هذا الموضوع فتتعلق بالفضول العلمي حوله، والرغبة في ملامسة الظاهرة اللغوية في الصحف الإلكترونية الجزائرية، كما استوقفتني بعض الملاحظات الهامة التي تحمل آثار خطيرة والتي تعزز المثل القائل: " خطأ مشهور خير من صواب مهجور".

وتستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع المعالج، ومن اللغة التي ستكون محل الدراسة، فاللغة العربية الفصحى لغة القرآن الكريم التي يجب أن ترتقي بها وسائل الإعلام وتقوم بتطويرها، خاصة أن المؤسسات الإعلامية لها تأثيرها على الفرد والمجتمع ككل، بحيث تهدف هذه الدراسة إلى:

- إبراز واقع الممارسة الإعلامية فيما يخص الكتابات الصحفية في الجرائد الإلكترونية الجزائرية.
 - محاولة الكشف عما تتميز به لغة الصحافة الجزائرية الإلكترونية، ومدى قربها أو بعدها عن ما يعرف باللغة الإعلامية، وذلك بالتعمق في الدراسة الكمية والتحليلية للظاهرة اللغوية.
 - تبيان عما إذا كانت اللغة المستعملة في الصحافة المكتوبة لغة هجينة والوقوف على الأسباب التي تؤدي إلى هذا الأمر في حالة تجسده.
- كما نجد لهذه الدراسة سابقة لها تتمثل في رسالة ماجستير تحت عنوان " لغة الجرائد، مظاهر التطور اللغوي في الصحافة " :- دارة منصور من جامعة الجزائر، 2005.

قامت الباحثة في هذه الدراسة بتحليل التراكم اللغوي في جريدة الخبر للكشف عن ما هو شائع في الكتابات الصحفية من استعمالات لغوية، وقد اعتمدت في ذلك على المنهج الوصفي، وقد توصلت كنتيجة أساسية إلى أن: لغة الصحيفة غير متينة نظرا لعدم وجود توازن لغوي.

ودراسة أخرى :- نعيمة حمو بعنوان: " العدول النحوي في لغة الصحافة ، جريدة الشروق اليومي نموذجا" جامعة مولود معمري بتيزي وزو، 2011.

قامت خلالها الباحثة بدراسة ما يعرف بالعدول أو الإنزياح اللغوي، بحيث درست الجوانب النحوية والإعرابية وكذا الصرفية، وكانت دراستها وصفية تحليلية.¹

¹ الحاج عيسى سعيدات، الإنقرائية الإعلامية للجرائد اليومية الجزائرية، دراسة تحليلية أسلوبية للأخبار الداخلية خلال الفترة سبتمبر 2006-2007، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص25.

وبناء على الإشكالية المقترحة قمت بضبط الموضوع تحت عنوان " واقع اللغة الإعلامية في الصحف الإلكترونية "، ولمعالجته ودراسة مختلف زواياه قسمته إلى مدخل وثلاثة فصول، بداية بالإطار النظري المشكل من فصلين، الأول يتضمن ماهية الصحافة بأنواعها وأهم وظائفها وخصائصها وكذا السمات الاتصالية التي تميزها عن الصحافة المكتوبة، و الفصل الثاني الذي يعد جوهر هذه الدراسة وهي اللغة الإعلامية وتطرق من خلاله إلى وضع الإطار العام لهذه الأخيرة مفاهيمها وخصائصها وضوابط المادة الصحفية وأخيرا الإشكاليات التي تعيق تطور هذه اللغة في ضوء الرسالة الإعلامية الفورية.

أما الفصل التطبيقي فتضمن التحليل الكمي و الكيفي للفئة التي قمت باختيارها من أجل الخروج بنتائج دقيقة وموضوعية يمكن أن تكون بابا جديدا لدراسات أخرى، فضلا على عرض النتائج، تفسيرها وتحليلها، انتهاء بالخاتمة التي تلخص مجمل ما جاء في هذه الدراسة.

وللوصول إلى نتائج معمقة عن الطبيعة اللغوية للصحف الإلكترونية فرضت علينا صيغة البحث اعتماد المنهج الوصفي التحليلي الذي يمكن من استقصاء مظاهر الانزياح اللغوي لهذه المادة.

ولإثراء الموضوع واستجلاء المفاهيم اغترفنا من معين بعض المصادر أهمها " القرآن الكريم"، و " لسان العرب" لصاحبه، و"الصاحح" للجوهري، ومعاجم لغوية وأخرى إعلامية، ومراجع مختلفة تتعلق بمتطلبات الدراسة.

تعتبر الصحافة من أقدم وسائل الإعلام، ارتبط ظهورها بتطور الحضارة الغربية في أوائل القرن السابع عشر، لكن الانطلاقة الحقيقية للصحافة، بدأت في النصف الثاني من القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين، حيث يرجع الفضل لبروز السلطة الرابعة تاريخياً إلى الحضارة اليونانية.

لقد قيل أن السلطة آنذاك كانت تعلق منشورات إخبارية على الجدران تتضمن القرارات المتخذة من طرف الدولة وذلك ليتسنى للمواطنين معرفة ما يجري حولهم.

أما الصحف فقد ظهرت في عصر النهضة بأوروبا وكانت آنذاك على شكل رسائل إخبارية مكتوبة باليد وكان تداولها محصوراً بين التجار وكانت تتضمن أحداث الحروب والأوضاع الاقتصادية والأعراف والعادات.

وفي عام 1450م ولدت تقنية الطباعة على يد " يوهانس جوتنبرغ " من مدينة " ماينز " الألمانية، لتحدث طفرة في مجال المعلومات المكتوبة، وفتح هذا الاختراع الطريق أمام انتشار الصحف بشكل غير مسبوق، فقد أصبح صدور جريدة دورية ومتجددة أمراً في متناول اليد، وبدأت المحاولات لطباعة المنشورات غير الدورية، تلتها المجلات الشهرية.

أما أول صحيفة بالمعنى المفهوم اليوم فكانت صحيفة " رولاسيون " الأسبوعية، وتعني " علاقة " وتأسست في مدينة "ستراسبورغ" الألمانية عام 1605م، ومن بعدها توالى انتشار الصحف في "بازل" 1610، "برلين" 1617، "لندن" 1621، و "باريس" 1631، وتبعها مدن أوروبية عديدة، إلا أن ملامح الصحافة الحديثة لم تظهر إلا مع نهاية الحرب العالمية الثانية.

وفي سنة 1910 اكتملت تقريبا جل الملامح الرئيسية للصحف الحديثة، أما بالنسبة للصحافة العربية تأخرت عن التحديث، حيث أن الكتاب الذين دونوا تاريخ الصحافة العربية ذكروا أن بداياتها كانت على يد سلطات الاحتلال العثمانية والفرنسية والبريطانية، وكانت أهدافها أن تكون وسيلة للدفاع عن وجودها في الدول العربية.¹

¹ إدريس ولد القابلية: الموقع الإلكتروني: www.Alhiwar.org/masp

وتغيرت الغاية بعد الاحتلال لبدء ظهور الصحف الوطنية، ويذكر أن أول صحيفة تبنتها الأصوات العربية هي صحيفة "التنبيه" المصرية و التي ظهرت قبل قرنين من الزمن رغم وجود مصادر تشير إلى انطلاقة الصحيفة العربية في "حلب"، أين وجدت أول مطبعة في المشرق العربي.

ومن بين الصحف والمجلات التي صدرت في العالم العربي¹:

- عام 1828 صدرت "الوقائع" المصرية في مصر.
- عام 1847 صدرت "المبشر" في الجزائر.
- عام 1960 صدرت "الرائد" في تونس.
- عام 1898 صدرت "حديقة الأخبار" في لبنان.

ومع اختلاف الصحافة من فترة زمنية إلى أخرى اختلفت وظائفها باختلاف الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لكل مجتمع.

فالوظيفة الواحدة لا تمارس بنفس الأسلوب والدرجة في كل مجتمع وفي كل مرحلة تاريخية بل يتوقف هذا على عوامل كثيرة بعضها يتصل بطبيعة المجتمع ونظامه السياسي، الاجتماعي، وبعضها يتصل بمدى الحرية المتاحة لوسائل الاتصال الجماهيري في هذا المجتمع وللصحافة على وجه الخصوص، وبعضها يتصل بالعوامل الخاصة بالسياسة التحريرية للصحيفة أو الصحف التي تقوم بهذه كالاتجاه السياسي والإيديولوجي.

كما تمارس الصحافة وظائف لا تمارسها في غالب المجتمعات كوظيفة الكشف عن الفساد و الانحرافات الملموسة في المجتمعات الديمقراطية و كذا المشاركة في التنمية.²

ويرى بعض الدارسين أن للصحافة وظيفة اجتماعية سامية هدفها توجيه الرأي العام عن طريق وسائل نشر الصحيفة، ومادتها الإعلام الذي لا يتناول فقط الأخبار، إنما هناك موضوعات تكمل الأخبار وهي التعليقات و يضعها البعض في الصف الأول ولا تستكمل

¹ منيرة سليم: المقال الالكتروني: <http://www.burnews.com>

² محمد منير حجاب: وسائل الاتصال والنشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، دط، 2008، ص93.

الصحافة ووظيفتها بدون العناية بالموضوعات التثقيفية في كل ميدان من الميادين التي تتصل بحياة الناس على اختلاف فئاتهم¹ و يقدم الدكتور "شرف عبد العزيز" مجموعة من الوظائف المهمة للصحافة يحددها في ما يلي:

- الإعلام عن الشؤون العامة و الأحداث الجارية، و تفسيرها أو التعليق عليها، وأنها أداة لمزاولة الحياة اليومية "معرفة كل ما يتعلق لأخبار السينما والبورصة والاعلانات والوفيات والارصاد الجوية والمواصلات" ثم الراحة من عناء العمل أي كقيمة ترفيهية للراحة من الهموم الشخصية، والظهور بمكانة اجتماعية مرموقة في الندوات الاجتماعية وغيرها وأخيرا لتنمية الصلات الاجتماعية طالما تعني بالجانب الإنساني.²

- الأخبار أو الإعلام.

- التفسير أو الشرح و التوضيح.

- التوجيه أو الإرشاد.

- التسلية أو الإستفسار أو الترفيه.

- التسويق أو الإعلان.

- التعليم أو الوظيفة الاجتماعية.

1- الأخبار و الإعلام:

تزويد القراء بالأخبار الداخلية والخارجية والتي تهم بلادهم بصفة عامة ويتعين على الصحافة أن تقدم القدر الكافي من هذه المعلومات حتى يستطيع الناس أن يكونوا رأيا عاما سليما في شؤونهم الداخلية والخارجية، وبذلك يستطيعون تحقيق الديمقراطية السليمة ومن ثم فإنه ينبغي عرض الأخبار وبالطرق المبسطة والأشكال المسيرة، حيث يسهل على القارئ متابعتها والاهتمام بها، ووظيفة الأخبار من الوظائف الأساسية التي لا يمكن للصحافة أن

¹ابراهيم عبد الله المسلمي: نشأة وسائل الإعلام و تطورها، دار الفكر العربي للنشر، د.ب.ن، د.ط، 2005، ص200.

²ابراهيم عبد الله المسلمي، المرجع نفسه، ص201.

تقوم لها قائمة بدونها، فحب الاستطلاع لمعرفة الأنباء والاطمئنان إلى البيئة هي صفة مميزة من بين صفات الإنسان الاجتماعية.¹

2- التفسير و الشرح و التبسيط:

نشأت هذه الوظيفة حديثا بعد أن تعقد المجتمع وازدادت تخصصاته وترامت أبعاده وأصبح معظم ما يجري فيه غير مفهوم للإنسان العادي مما يتطلب من الصحفي شرحا لمغزاه وتفسير طبيعته، فالصحافة الحديثة مسؤولة عن تقديم المعلومات إلى الجماهير بصفة مبسطة ومألوفة للقارئ العادي وخالية من التفاصيل العلمية المعقدة¹ وتعني هذه الوظيفة تقديم المزيد من التفاصيل وتوضيح الأحداث المختلفة والموضوعات والقضايا المثارة في مجتمع ما مما يعطي لهذه الأحداث أو الموضوعات دلالتها المختلفة ويساعد على فهمها وإدراكها وتكوين وجهة نظر أو رؤية حولها.

3- التوجيه و الإرشاد:

وتنطوي وظيفة التوجيه والإرشاد على مهمة أساسية من مهام الصحافة ألا وهي القيادة. فالمفروض أن تكون الصحافة بمثابة المعلم أو الرائد أو القائد فهي التي تأخذ بيد الجماهير، وتساعد الناس على حسم الأمور، فتقضي على التردد وتحذر من الارتباك وتحمل المشعل في مقدمة الجمهور لكي تنير له الطريق وعليها أن تقف دوما في جانب الحق والعدل والخير والفضيلة وبذلك تصبح سلطة الصحافة في مواجهة النقد والتوجيه بمثابة السلطة الرابعة إلى جانب السلطة التشريعية والسلطة القضائية والسلطة التنفيذية.²

4- الإمتاع و التسلية:

يرى "ستيفنسون" أن الإمتاع والتسلية هما هدفان أساسيان للإعلام بوجه عام بحيث

¹ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 95.

² المرجع نفسه، ص 96.

أصبحت الأحداث السياسية تقدم بطريقة درامية، وقد لاحظ أن الإيقاع الإعلامي يسير على أساس فترات من الأخبار تمثل التوتر يعقبها فترات من الترقية تمثل الهدوء والاسترخاء وضرب مثلا بالصحافة الحديثة، فإلى جانب الأخبار والمقالات والأحاديث رسوما شيقة، وصور جذابة، وكاريكاتير ونكت وقصص وتمثيلات وهكذا يبدد الإمتاع الترفيهي كل آثار الضغط الإخباري والتوتر العصبي، ويذهب بعض النقاد إلى أن وظيفة الترفيه قد تفسد الصحافة لأنها تصرف الجماهير عن الأحاديث الجادة.

وقد تلجأ الحكومات الدكتاتورية إلى مثل هذه الصحافة الترفيهية لصرف النظر عن الأحداث الجادة وتخلق الواقعية و المشكلات الحقيقية و قتل روح النقد عند الناس، لكن الحقيقة أن الصحيفة كوسيلة إعلام ينبغي أن تتصف بالتوازن فلا شرف في الجد إلى حد العبوس، ولا تتطرق إلى الترفيه إلى حد العبث، وإنما ينبغي أن تسد الحاجات الإنسانية بما فيها من جوانب جادة وأخرى ضاحكة.¹

يمكن القول بصفة عامة أن الصحافة تقوم بالتخفيف عن القراء من أثار التوتر والمعاناة اليومية و مساعدتهم على قضاء أوقات فراغهم لأساليب مناسبة تحقق لهم الفائدة والمتعة و ذلك من خلال نشر القصص والروايات المسلسلة، وأبواب الحظ والكلمات المتقاطعة والمتسابقة والألغاز، و نشر الصور الطريفة و الرسوم الساخرة.

وعلى الرغم من أن الترفيه أو التسلية يعد من الحاجات الأساسية للإنسان إلا أن اهتمام غالبية الصحف به عادة ما يكون محددا أو تزداد نسبته في الصحف الشعبية.

الإعلان:

وهو الوظيفة الخامسة من وظائف الفن الصحفي، وهو نشاط معروف منذ أقدم العصور، لكن الإعلان الصحفي لم يعرف إلا بعد اختراع الطباعة، و نشأة الصحافة، كما

¹ صالح اشرف، مقدمة في الصحافة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، د.ط، 2004، ص146.

أخذ مكانته الإعلامية عقب الثورة الصناعية، حيث أدى إلى استخدام الآلة وسرعة الإنتاج وزيادته الضخمة مع خفض التكاليف إلى ضرورة استهلاكه على نطاق ضخم.

فالإعلان يساهم في تسويق السلع والخدمات، ويقرب بين المنتجين والموزعين والمستهلكين.

6- التثقيف و التنشئة الاجتماعية:

تسعى الصحافة إلى تحقيق تكامل المجتمع بتنمية الأفق العام ووحدة الفكر بين أفراده وجماعته وتقوم بتثبيت القيم، المبادئ والاتجاهات والعمل على صيانتها، والمحافظة عليها، ويدخل في ذلك توعية المواطنين بالسياسات والإجراءات، ويوسع مجال الحديث والمشاركة والمناقشة بترويج الاصطلاحات الجديدة المتعلقة بالنواحي التكنولوجية والثقافية بطريقة التبسيط والتفسير.

والصحافة تقوم أيضا بوظيفة التثقيف وتطلع الناس على عادات الأمة وتقاليد الحضارة وطقوسها وأنماط سلوكها مما يهيئ للفرد أساليب التعامل مع الناس والتكيف مع البيئة.¹

¹صالح أشرف، مرجع سبق ذكره، ص 147.

الفصل الأول

الصحافة الإلكترونية

المبحث الأول: ماهية الصحافة

أ. التعريف اللغوي

ب. الصحافة المكتوبة

ج. الصحافة الإلكترونية

المبحث الثاني: وظائف الصحافة الإلكترونية

المبحث الثالث: خصائص الصحافة الإلكترونية

المبحث الرابع: السمات الاتصالية للصحافة الإلكترونية

الفصل الثالث

دراسة وصفية تحليلية لجريدة الشروق

1- بطاقة تعريفية عن جريدة الشروق واليومي.

2- تقنيات الدراسة

3- وحدات التحليل

أ. وحدة الكلمة

ب. وحدة الجملة

4 - فئات التحليل

5 - دراسة وصفية تحليلية لجريدة الشروق ونموذجها.

أ. فئة اللغة

ب. فئة أشكال العبارات والجملة

الفصل الثاني

اللغة الإعلامية

المبحث الأول: مفهوم اللغة الإعلامية

المبحث الثاني: خصائص اللغة الإعلامية

- أ. البساطة والوضوح
- ب. المعاصرة
- ج. أسلوب الدقة والتجسيد
- د. سلامة اللغة

المبحث الثالث: صياغة المادة الصحفية

المبحث الرابع: ضوابط الجملة الصحفية

المبحث الخامس: أبعاد اللغة الإعلامية

المبحث الأول: ماهية الصحافة

التعريف اللغوي:

الصحافة كلمة محدثة تدل على مهنة من يجمع الأخبار والآراء، وينشرها في صحيفة أو مجلة، والنسبة إليها صحافي، والصَّحْفِيُّ من يزاول حرفة الصحافة.

- ❖ شرح ابن منظور كلمة (الصحيفة) في لسان العرب¹ حيث قال: (الصحيفة هي التي يكتب فيها، والجمع صحائف وصُحُفٌ وصُحُفٌ، وفي التنزيل: (إن هذا لفي الصُّحُفِ الأولى، صُحُفِ إبراهيم وموسى)²، يعني الكتب المنزلة عليهما.
- ❖ في المعجم الوسيط الكتاب: جمعه صُحُفٌ. (صَحَّفَ) الكلمة: كتبها أو قرأها على غير صحتها؛ لاشتباهه في الحروف. (تَصَحَّفَتِ) الكلمة أو الصحيفة: تغيرت الخطأ. (الصَّحَافَةُ): مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة. والنسبة إليها: صحافي. (الصَّحَّافُ): من يصنع الصَّحَافَ و يشتغل ببيعها. (الصَّحْفَةُ): إناء من آنية الطَّعام. (الصَّحْفِيُّ): من يأخذ العلم من الصَّحِيفَةِ لا عن أستاذ. ومن يُزاول حرفة الصَّحَافَةِ. (الصَّحِيفَةُ): ما يكتب فيه من وَرَقٍ ونحوه. ويطلق على المكتوب فيها³.

- ❖ وفي الصحاح⁴ في اللغة الصَّحْفَةُ كالقصة، والجمع صحائف. والصَّحِيفَةُ: الكتاب، والجمع صُحُفٌ وصَحَائِفٌ. والمُصَحَّفُ والمِصْحَفُ. قال الفراء: وقد استثقلت العرب الضمَّة في حروف فكسروا ميمها وأصلها الضمُّ، من ذلك مِصْحَفٌ، ومِصْحَفٌ، ومِصْحَفٌ، ومِصْحَفٌ، ومِصْحَفٌ، ومِصْحَفٌ، لأنها في المعنى مأخوذة من أَصْحَفَ أي جمعت فيه الصحف، وأُطْرِفَ أي جُعِلَ في طرفيه عَلمان، وأُجْبِدَ أُلْصِقَ بالجسد. والتَّصْحِيفُ: الخطأ في الصحيفة.

¹ أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (ابن منظور)، لسان العرب، دار صادر، 2003، ج9، ص 237.

² القرآن الكريم: سورة الأعلى، الآيتين 18، 19.

³ إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، تحقيق مجمع اللغة العربية، ط 4، مكتبة الشروق الدولية، 2004، باب الصاد، ص 564.

⁴ إسماعيل بن حماد الجوهري، الصحاح؛ تاج اللغة وصحاح العربية، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، ط 4، دار العلم للملايين، 1990، م 2، ص

وتجدر هنا الإشارة إلى كثيرا من الناس ينطقون مصطلح الصحافة بفتح الصاد على وزن حماسة، مع أن الصحيح هو الصحافة بكسر الصاد بحكم كونها مهنة أو حرفة ، وأسماء الحرف توضع على وزن فعالة بكسر الفاء مثل التجارة والنجارة والنخاسة والوراقة والعتارة.

الصحافة المكتوبة:

في معجم المصطلحات الإعلامي تستخدم كلمة صحافة بمعنى (presse) و هي مرتبطة بالطبع و الطباعة، و نشر الأخبار و المعلومات ¹، و تعني أيضا (journalisme) و هي علم فن إصدار الصحف من جرائد و مجلات، و يشتمل ذلك على كتابة و تحرير مواد الصحفية، و (journaliste) بمعنى الصحفي، و هو الذي يمتن الصحافة ².

و تعني أيضا: " كل الوسائل، المنشورات و المطبوعات التي تعتمد على الكتابة دون غيرها من الطرق الاتصالية الأخرى، حيث تستخدم لتوصيل رسائل إلى الجمهور المتلقي و التي تشمل الصحف، المجلات و الدوريات غير أنها تفتقر لخصائص وسائل إعلامية أخرى، كالصوت، الصورة، و الوسائل المتعددة (multimédia) " ³.

في قاموس أكسفورد تستخدم كلمة صحافة (presse) بمعنى: شيء مرتبط بالطبع و نشر المعلومات، فالصحافة المكتوبة تعني كل ما يطبع على ورق، و يوزع في مواعيد دورية، و ينقسم من حيث الطبيعة الشكلية وطبيعة المضمون إلى الجرائد و المجلات، كما تنقسم من حيث مواعيد الصدور إلى يومي، أسبوعية، شهرية، نصف شهرية، دورية.

و هناك من يعرف الصحافة المكتوبة بأنها: " مهنة تغطية الأخبار، كتابتها، تحريرها، تصويرها فوتوغرافيا، و من ثم تقديمها إلى الجمهور " ⁴.

¹ كرمشليبي، معجم المصطلحات الاعلامية عربي انجليزي، ط 1 ، دار الشروق، القاهرة، 1989 ، ص 458.

² المرجع نفسه، ص 315.

³ طارق سيد احمد خليفي، معجم مصطلحات الاعلام، دار المعرفة الجامعية، ط 1، 2008 م، ص 181.

⁴ محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، المجلد الرابع، دط، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003 م، ص 1490 - 1491.

الصحافة الإلكترونية:

الصحافة الإلكترونية مصطلح يأتي كترجمة لأكثر من تعبير أو مسمى و تأتي كتعبير عن المصطلحات الآتية: الصحافة الفورية (online journalism) النسخ الإلكتروني (electronic edition) و الصحف الرقمية (digital news papers) و يعد مصطلح الصحافة الإلكترونية أكثر شيوعاً في الكتابات و الدراسات الإعلامية العربية، و تبلور ذلك على المستوى الإنتاجي في ظهور ما يسمى بالصحافة المباشرة أو الفورية و هي الصحف التي يتم إصدارها و نشرها على شبكة الانترنت و قواعد البيانات التي تقدم خدماتها للجمهور نظير اشتراك مثل: أمريكا أون لاين وديالوج و بروجي... و غيرها و يتخذ شكل جرائد على شاشات الحاسبات الإلكترونية وتشمل صفحاتها على الصور و الرسوم و الصوت و الرسوم المتحركة و قد تأخذ عدة أشكال، فقد تكون نفس نسخة الجريدة المطبوعة،¹ أو موجز بأهم محتويات الجريدة المطبوعة أو طبعات سابقة من الجريدة أو الأرشيف للقصص الإخبارية أو منابر ومساحات للرأي و خدمات مرجعية.

ويعرف البعض الصحافة الإلكترونية بانها: " تجمع بين مفهوم الصحافة و نظام الملفات

المتابعة و المتسلسلة، فهي منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية المرتبطة بموضوعات عامة أو ذات طبيعة خاصة و غالباً ما تكون متاحة عبر شبكة النان أو غيرها من الخدمات التجارية الفورية، و لذا فإن هذا المفهوم يدخل في إطار مفهوم استمرار الجريدة على الخط أو الصحيفة الفورية.²

فيما يشير المصطلح في معظم الكتابات الأجنبية إلى تلك الصحف أو المجالات الإلكترونية المستقلة أي التي ليس لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة فمن أهم التعاريف التي تشير إلى هذا المصطلح:- تعريف الدكتور إحسان محمود الحسان: " هي الصحف التي تستخدم الانترنت كقناة لانتشارها بالكلمة و الصورة الحية و الصوت أحياناً و بالخبر المتغير آنياً".³

¹ طارق سيد أحمد الخلفي، معجم مصطلحات الإعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط 1، 2008، ص 117،

² طارق سيد أحمد الخلفي، المرجع نفسه، ص 117

³ عبد الأمير موبيتا الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، د.س.ن، صص 78- 79.

المبحث الثاني: وظائف الصحافة الإلكترونية

1. **خدمة البحث:** حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الويب و بعض الصحف تتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة و تقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوع، و بعض الصحف تشترط الدخول على مزود الخدمة الخاصة بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث و تتفاوت قوة و كفاءة خدمة البحث من صحيفة الإلكترونية أخرى، بل و تختفي هذه الخدمة من بعض مواقع الصحف العربية كموقع صحيفة الخليج الاماراتية.
2. **خدمة ووظيفة البحث في الأرشيف:** و تنصب هذه الخدمة على الأرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول و هي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي تنصب على البحث داخل الصحيفة الإلكترونية و تتفاوت خدمات الأرشيف التي تقدمها الصحف الإلكترونية، سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يريد المتصفح الوصول إليها.
3. **خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة المطبوعة:** و تقتصر هذه الخدمة على الصحف الإلكترونية الكاملة المختلفة عن الصحافة الورقية إذ يتيح الموقع للمستخدم امكانية مطالعة النسخ الورقية و ما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير من محتويات الصحيفة الإلكترونية .
4. **خدمة تقديم الإعلانات إلى الصحيفة المطبوعة:** من خلال نشر أسعار الاعلانات في الصحيفة الورقية، طبيعة الخدمات الاعلانية التي تقدمها بالإضافة سبل الاتصال بقسم الاعلانات و طلب نموذج نشر اعلان بالصحيفة.
5. **خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية:** و هي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك بطريقة سهلة، و تسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان.¹
6. **خدمة مجموعات الحوار:** وهي خدمة تقدمها الصحيفة للقراء للتعبير عن آراءهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها.

¹ عبد الأمير مويث فيصل، المرجع السابق، ص 113.

7. **خدمة البريد الإلكتروني e-Mail:** و تختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى فالصحف الصغيرة يقتصر الأمر على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل الكترونية إلى المحررين، أما الصحف الإلكترونية الكبيرة، فإنها توسع نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة انشاء بريد الكتروني شخصي على الموقع، كما تقدم نشرة اخبارية يتم ارسالها يوميا على بريد المستخدم.
8. **خدمة الارشاد إلى الأخبار الحديثة والموضوعات الهامة:** و تقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور.
9. **خدمة خريطة الموقع:** و تعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة و سهلة للمستخدم كمواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة.
10. **خدمة الإجابة عن الأسئلة الأكثر طرحا:** و تتضمن الإجابة عن الأسئلة يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الاستعراض أو المشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض الموقع وتمائل هذه الخدمة خدمة المساعدة، التي يتم تزويد الكمبيوتر بها.¹
11. **تساهم في تطوير قدرة القراء و تنميتها على الوصول إلى المزيد من المعلومات:** إذ تحتوي الصحيفة الإلكترونية على مجموعة أفضل من الأحداث الاخبارية و الصفحات الرياضية.
12. **نشر أفضل المقالات:** و ذلك في أبرز الأحداث و تقديم معلومات أكثر شمولا و كذا فضول السبل الوصول إليها.²

المبحث الثالث: خصائص الصحافة الإلكترونية

أولاً: يتصدر هذه الخصائص الإمكانية المتاحة لتحقيق التفاعلية مع القراء و المستخدمين، فالقارئ أو المستخدم لديه الخيار المطلق في التجول بين الصفحات و العناوين و الموضوعات بما يلبي حاجاته، بالتتابع يراه في علاقته بوقت و مكان و بيئة الاستخدام.

بالإضافة إلى إمكانية الحصول على التغذية العكسية أو برجع الصدى الفوري من القارئ أو المستخدم و يظهر هذا جليا في الحصول الفوري على استطلاعات الرأي العام حول الموضوعات

¹ عبد الأمير مويث فيصل، المرجع السابق، ص 113.

² المرجع نفسه، ص 114.

و القضايا المثارة على الصفحات أو موضوعات المواقع و التي تعد في الوقت نفسه نتائج فورية للاستطلاعات التي تجريها بتكرار استخدام الموقع و التجول بين صفحاته

بالإضافة إلى النشر الفوري للآراء و الأفكار الخاصة بالمستخدمين من خلا الأساليب المختلفة للاتصال بهذا الموقع و هذه الخاصية لا يمكن أن تتوفر في الصحف المطبوعة التي تتأثر في استقبال ردود أفعال القراء و آرائهم بالوقت المخصص للمراجعة و التحرير و عملية الطباعة و التوزيع.

ثانياً: استخدام نظم النص الفائق (hypertext) و الوسائل المتعددة (multimedia) و الوسائل

الفائقة (hypermedia) في إنتاج المواد التحريرية حيث يمكن للقارئ أو المستخدم الوصول من خلال الروابط (links) إلى شروح أكثر تفصيلاً و موضوعات ذات علاقة بما هو منشور فالخبر المنشور في صحف الشبكات على سبيل المثال لا يقف عند حدود تغطية الحدث في نفس توقيت حدوثه فقط و لكن الصحف تنشر بجانب ذلك شرحاً أو تفسيراً للأحداث أو الأماكن أو الشخصيات التي يتناولها الحدث يمكن أن يرجع إليه سلسلة متتابعة من الشروح و التفسيرات ذات العلاقة بعناصر الخبر المنشور في أكثر من مستوي من مستويات المعلومات المنشورة بنظام النص الفائق و هو ما لا تتمكن الصحف المطبوعة من تقديمه لاكتفائها بتقديم ما يتم طبعه على صفحاتها فقط. ويمكن للقارئ الرجوع إلى الأرشيف أو المراجع أو الموسوعات في حالة الرغبة في الحصول على تفسيرات أو شروح أكثر تفصيلاً في عمليات قراءة أخرى.¹

و إذا كانت الصحف المطبوعة لا تزيد إمكانياتها عن حدود نشر النصوص و الصور

الفوتوغرافية الثابتة فإن مواقع صحف الشبكات يمكن أن تقدم بجانب ذلك صور الفيديو و الرسوم المتحركة و الموسيقى و المؤثرات الصوتية المصاحبة للحدث أو جزءاً من شريط الفيديو بالصورة و الصوت للأحداث أو الوقائع المنشورة في مواقع هذه الصحف بتوظيف نظم الوسائل الفائقة، و هو ما لا يمكن أن توفره الصحف المطبوعة.

¹ محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها و تطورها، دار الفجر، القاهرة، ط1، 2007، ص 118.

ثالثاً: الأنية والتحديث المستمر، حيث تتفق صحافة الشبكات مع الصحافة التلفزيونية في أن الخبر لم يعد تسجيلاً للوقائع والأحداث، وإنما أصبح الخبر هو الحدث نفسه نظراً لتطور تقنيات التسجيل والبث المباشر عبر الأقمار الصناعية، وهو ما تتسم به صحافة الشبكات التي لا ترتبط بموعد خاص للصدور الدوري، ولكن الارتباط الأهم بوقت الوقائع والأحداث، أما في صحف الشبكات فإن الطبعة إذا جاز لنا التمثيل بها تكون مع كل حدث جديد، أو مع كل جديد في الحدث الواحد بتوقيت حدوثه حيث تتيح النظم الرقمية إمكانية الدخول على الموقع والتحديث المستمر لمحتوى الصفحات بما يتفق مع الأحداث المستجدة أو ما يتجدد فيها أو تطوير المعلومات واستكمالها، أو متابعة الوقائع والأحداث، أو نشر الآراء والأفكار التي تدور حول الوقائع والموضوعات المنشورة مع تسجيل تاريخ التحديث وساعته، ولهذا تكون متابعة الوقائع والأحداث ليس بالأمر السهل إذا لم يكن القارئ أو المستخدم مرتبطاً بموقع صحيفة الشبكات ويعود إليها بين الوقت والآخر، مما نتج عن ذلك الآن تطورات تسير في اتجاه تصميم برامج خدمات تقوم بدور الوكيل الإعلامي (media agent) والذي يقوم بدوره بمتابعة البث الإعلامي على المواقع وتجميعها في خدمة واحدة تكون جاهزة للعرض أو القراءة بناء على تعليمات المستخدم أو القارئ.

رابعاً: توفير قاعدة المعلومات (database) من الموضوعات المنشورة في هذه الصحف من تواريخ سابقة تقابل الأرشيف الصحفي، يتم تصنيفها وتبويبها و عرضها من خلال بوابات ومحركات بحث خاصة بالصحيفة تقدم معلومات مضافة تفيد القارئ في الرجوع إليها أثناء عملية التصفح والتجول بين صفحات أو موضوعات الصحيفة تبعاً لحاجاته مثل خدمة بحث تفصيلي أوبحث متقدم، التي تقدمها الكثير من هذه المواقع لإتاحة الأخبار المنشورة في تواريخ سابقة وطلبها بناء على التصنيفات الخاصة بالبحث أو البحث التفصيلي أو المتقدم (advancedsearch) بالتاريخ و الموضوع و التوزيع الجغرافي أو خلال فترة معينة.¹

وهكذا و مع استخدام النظم الرقمية في التخزين و المعالجة و الإتاحة فإنه لا يمكن مقارنة الأرشيف الصحفي في المؤسسات الصحفية بقاعدة البيانات لما تتميز به من قدرة فائقة على تخزين المعلومات و سهولة في عملية الإتاحة و السرعة في الوصول إلى المعلومات الصحفية ذات العلاقة بالمحتوى المقروء أو الذي يتم تصفحه أو التجول خلاله في صحف الشبكات.

¹المرجع السابق، ص119.

خامسا: تخضع إدارة هذه المواقع واستخدامها وتصميمها وإنتاجها وأساليب الإنتاجية والتصفح فيها للضوابط والأسس الخاصة التي وضعتها الأجهزة والمؤسسات الخاصة بأعمال الشبكة العالمية للمعلومات ومواقعها والتي نجدها في مجموعة البروتوكولات و النظم الخاصة بالانترنت (internet protocols) وهي عديدة و متنوعة وتعالج أبعادا متنوعة لضمان جودة نشر المعلومات و تأمينها، و تعمل صحف الشبكات في إطار هذه البروتوكولات وتنفيذها، وتعتبر إطارا عاما للكتابة و التحرير و الإخراج واستخدام نظم عرض النصوص والوسائل المتعددة وأساليب التخزين والإتاحة والتجول وغيرها مما يشكل تنظيما للعرض والتصفح في وقت واحد، وإن كان ذلك لحد الآن لا يمنع من ابتكار أساليب خاصة تكمن من الدخول لهذه المواقع وتحريف معلوماتها أو تشويهها، بحيث تجعلها في خدمة أهداف سياسية أو اقتصادية وصراعات المصالح و لهذا لابد لقارئ صحف الشبكات أن يكون واعيا و مدركا لهذه الأساليب و ذلك من خلال التأكد من مصداقيتها بالتجول في أكثر من موقع متخصص والذي يقدم نفس نوعية المحتوى والمعلومات.

سادسا: يفرض اختفاء الصفحات الداخلية لصحيفة الشبكات ضرورة وجود أسلوب للتعرف على هذه الصفحات و استدعائها و يتمثل هذا الأسلوب في ضرورة تصميم صفحة خاصة في البداية تمثل واجهة تفاعل المستخدم (interface user) أو الصفحة الرئيسية (home page) أو دليل الصفحات و الإطارات الداخلية أو المتصلة بالصفحة أو الإطار الرئيسي التي تقترب من فهرس المحتويات مع اقترابها من شكل الصفحة الأولى في الصحف المطبوعة التي تشمل رأس الصفحة وهم الأخبار الرئيسية مع إمكانية نشر إشارات إلى الصفحات و الموضوعات الداخلية المرتبطة وأرقام صفحاتها وليس كل الموضوعات أو الصفحات، أما واجهة تفاعل المستخدم فهي تعتبر نقطة البداية الأولى لتصفح صحيفة الشبكات والتجول خلال صفحاتها وموضوعاتها بنظام النص الفائق و لذلك تقوم بمهمة تعريف القارئ و توجيهه إلى كل الصفحات وموضوعاتها الداخلية و يتم تصميمها لتحقيق هدف التعريف بالصحيفة و محتواها، فتشمل رأس الصفحة الأولى في الصحف المطبوعة، وأهم الأخبار أو الموضوعات ثم تنظيم عرض الإشارات الخاصة بالصفحات والموضوعات الداخلية، و قوائم الاختيارات الأخرى وصناديق الاستفتاء على الموضوعات مع نوافذ الوسائل المتعددة الأخرى التي يمكن استخدامها مثل: " الفيديو و اللقاءات

الصوتية أو البرامج المصورة، و مشاركات القراء بالكتابة أو الصورة أو لبصوت أو المنتديات والأرشيف الخاص بها والخدمات و المساعدات... و غيرها لتلبية حاجات القارئ أو المتلقي" ¹

المبحث الرابع: السمات الاتصالية للصحافة الإلكترونية

تتصف الصحافة الإلكترونية بمجموعة من السمات الاتصالية والتي يجعلها تتميز عن

الصحافة المطبوعة الورقية والمتمثلة في ما يلي:

1- التفاعلية: والتي تعد أحد الإمكانيات القوية الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة² فسمّة التفاعلية تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم بالممارسة المتبادلة أو التفاعلية (interactive communication) بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية، التي يستطيع الفرد (أ) أي يأخذ فيها موقع الفرد (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك بالنسبة للمستقبل ويطلق على القائمين بالاتصالها لفظ مشاركين بدلاً من مصادر وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال كالممارسة الثقافية والتبادل والتحكم في بعض النصوص المتلفزة.³

إضافة إلى كل هذا فسمّة التفاعلية تكون مجسدة على أرض الواقع من خلال القدرة على خلق التفاعل مع القارئ، فالقارئ هنا يستطيع التحاور و المناقشة و إبداء الآراء مع الكتاب و النقاد والقراء الآخرين حول نقاط مختلفة.

الآنية: تعد من أهم السمات الاتصالية و هي كل ما تصدره الصحيفة الإلكترونية في الوقت الحقيقي لتحريرها إذ أنها تسبق الصحف المطبوعة في توقيت الصدور حيث بوسع القارئ الأمريكي تصفح الصحف اليومية على الساعة الثانية عشر مساءً في حين تصل إلى الموزعين الساعة السادسة صباحاً و إلى صناديق البريد عند الظهر.⁴

¹ محمد منير حجاب، المرجع السابق ص 121.

² شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية " دراسات في التفاعلية و تصميم المواقع"، الدار المصرية اللبنانية، د ب ن، ط 2، 2005، ص 26

³ عبد الأمير مويث الفيصل، المرجع السابق، ص 24.

⁴ عبد الأمير مويث الفيصل، المرجع السابق، ص 25.

أي أن يكون الحدث جديد (on-line) فالصحافة الإلكترونية تلقب بالصحافة الفورية أو المباشرة فهي تستهدف إحاطة متصفحها بالأخبار الجيدة فور وقوعها.

التحديث: تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية آنية (on-line) تستهدف إحاطة متصفحها بالتطورات الحالية في مختلف المجالات و ينطلق عمل الصحف الإلكترونية على تحديث بشكل مستمر طوال اليوم من رغبتها في مسايرة الطبيعة الخاصة بالإنترنت التي تعد المباشرة والفورية إحدى أهم سماتها.¹

أي أنه يمكن إتمام التحديث كل بضع دقائق مما يجعلها سباقة في نشر الأخبار و المعلومات لحظة وقوعها و شتان الفرق في أن يجد القارئ نفسه أمام الحدث لحظة حدوثه وفي أن يجد القارئ نفسه منتظرا مثل الصحف الطباعة حتى تظهر.

الوسائط المتعددة: هي وسيلة من وسائل إنتاج وتقديم المنتج الإعلامي أو التعليم تمزج بين المواد المنتجة بتكنولوجيات النص والصوت والصورة الثابتة، ولقطات الفيديو في المنتج الواحد وتعد الوسائط المتعددة إحدى التكنولوجيات الحديثة التي تساهم في زيادة فاعلية الاتصال الإنساني وتحقيق سير الاتصال بين البشر ، خاصة وأنها قد جمعت بين خصائص وسمات وسائط الاتصال التقليدية، فجمعت النصوص التي تميز الصحافة المطبوعة والأصوات التي تميز الراديو، والصور الثابتة والصور المتحركة، التي تميز السينما و التلفزيون، وبالتالي فهي وسيلة لتحسين المنتج الإعلامي وزيادة فاعليته تسمح للمتلقي بالتفاعل معه وتمثل هذه الوسائط فيما يلي:²

نظام الفيديو تكست: وهو يقوم على نقل و توصيل المعلومات و الأخبار إلى داخل المنزل بتكاليف معقولة و ذلك عن طريق استخدام جهاز التلفزيون أو أي جهاز آخر أو يقوم المشترك باستدعاء الأخبار المطلوبة من خلال الأنظمة بالضرب على لوحة المفاتيح تظهر الصفات المطلوبة مطبوعة على الشاشة فورا.

² فاروق محمد ابوزيد، مقدمة في علم الصحافة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ب ط 1999، ص12.

²المرجع نفسه، ص27.

نظام الأوديو سكت: يعد من أكثر الأنظمة انتشارا في العالم فقد حقق شعبية كبيرة نظرا لقدرته على تحقيق قدر كبير من التفاعلية بين المرسل والمستقبل وكذا يمكن المستخدم من استرجاع أية معلومات ووقت ما يريد.¹

لوحات النشرات الإلكترونية: وهي تزود مستخدمي الحاسب بالمعلومات و هي ليست كأنظمة الفيديو سكت حيث لا تقدم المعلومات في شكل صفحات أو إطارات بل تدفق النصوص والمعلومات بشكل متواصل.

الأقمار الصناعية: وهي جهاز يدور بنفس سرعة الأرض وتركب عليه محطات الاستقبال والإرسال و تستقبل البرامج المرسله من المحطات التلفزيونية الأرضية الأخرى ترسلها إلى أية محطة استقبال على الأرض ثم ترسلها بدورها إلى جميع أجهزة استقبال الأفراد على مساحات كبيرة من سطح الكرة الأرضية.²

¹حسني محمد نصر: الانترنت والإعلام الصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، د.ب.ن، ط 1، 2003، ص55.
²احمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري اللبناني، د.ب.ن، ط 2، 1994، ص53.50.47.

تمهيد:

هناك مجموعة من العوامل تكمن وراء التطور اللغوي المتسارع الذي يعرفه العالم اليوم، وقد أصبح من المسلم به أن أهم هذه العوامل أشدها تأثيرا، إيجابا و سلبا ، تتمثل في وسائل الاعلام المكتوبة ، السمعية و المرئية ، التي أثرت وتأثر بشكل عميق ليس فقط على البنيات الداخلية للمجتمع بل تأثر أيضا في قيمه و ثقافته ، وعلى رأسها اللغة بوصفها الأداة الفعالة لتداول المعلومات و توجيه المتلقي و الجمهور على وجه العموم. و إذا كانت كل أشكال وضروب المعرفة الإنسانية تخلق لغتها الخاصة، فإن لوسائل الإعلام والاتصال أيضا لغتها الخاصة، وأساليبها التي تميزها عن باقي أشكال الخطابات الأخرى. غير أن الملاحظ في الآونة الأخيرة، أنه بدل أن تؤثر اللغة في الإعلام صارت خاضعة لسيطرته وتستسلم بطواعية لتدفقه اللغوي و المعلوماتي.

المبحث الأول: مفهوم اللغة الإعلامية

على الرغم من شيوع مصطلح اللغة الإعلامية و تداوله في كثير من الكتب والدراسات إلا أنه لا يوجد تعريف محدد أو معين لهذا المصطلح، إذ أن كل الكتب والدراسات تجنح لتوصيف هذه اللغة أكثر مما تجنح لتعريفها، و تميل إلى ذكر خصائصها وسماتها أكثر مما تميل إلى ذكر عناصرها و محددات اختلافها وتمييزها، ومن ذلك قول البعض أن اللغة الإعلامية هي: "اللغة التي تشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك في كل فروع المعرفة و الثقافة و الصناعة و التجارة و العلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون و الآداب ذلك لأن مادة الإعلام هي التي تعبر عن المجتمع و البيئة" ، كما عرفها البعض الآخر على أنها: "الأداة التي يقوم الإعلاميون من خلالها بتحويل المعلومات والأفكار إلى مادة مقروءة أو مسموعة أو مرئية يمكن تلقينها وفهم واستيعاب ما تحمله من مضامين توضع في إشكال فنية معينة".¹

يقول الدكتور عبد العزيز شرف أن لغة الإعلام هي لغة الحضارة وقد كان طبيعيا أن يسعى الإعلام إلى الإفادة من مزايا اللغة العربية حضاريا، ويحقق التحول العظيم بتضييق المسافة بين لغة الخطاب و لغة الكتابة، ويفتح الطريق أمام اللغة الفصحى لتتسرب في كل

¹ سامي شريف، أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية: المفاهيم - الأسس - التطبيقات، ط، القاهرة، 2004، القاهرة، ص 34.

مكان و ليكون لها في التعبير الإعلامي سلطان، و اللغة هي وسيلة الإعلام أو المنهج الذي تنتقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل، فلغة اللسانية و الإشارات، و الصور كلها وسائل لنقل الرسالة. ولا نعني باللغة الإعلامية ما توصف به اللغة الأدبية من تذوق فني جمالي، أو ما توصف به اللغة العلمية من تجريد نظري، إنما هي لغة بنيت على نسق عملي، 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 و السهولة"، فاللغة الإعلامية لا تهدف إلى مناقشة حاسة الجمال-عند القراء، بل تتعدى هذا إلى تحقيق أهداف محددة¹ كالإخبار و الإعلام، التسلية، الإعلان، الإقناع وكذا التعليم و التنشئة الاجتماعية.

كما أن اللغة الإعلام هي الفصحى السهلة المبسطة في مستواها العملي، فقد امتازت وسائل الإعلام بإظهار خصائص العربية التي تمتاز بها كالمرونة و العمق وهي الخصائص التي جعلها تنبض بالحياة والترجمة الأمينة للأفكار، و الاتساع للألفاظ و التعبيرات الجديدة التي يحكم صلاحيتها الاستعمال، الذوق و الشيوخ، و يقتضي تعميم الفصحى المشتركة في مرحلة الاتصال الإعلامي المعاصرة ذلك أن وسائل الإعلام تشكل مقياس نشاط الناس وعلاقتهم، فالوسيلة الإعلامية تتفاعل مع القلب الثقافي الذي تعمل في إطاره¹.

كما يرتبط الأسلوب الصحفي بالممارسة أشد الارتباط و بالواقع الحي الملموس، ويجرد اللحظة عند تشكلها الأمر الذي يجعل بعضهم ينعت الصحفي ب " مؤرخ اللحظة" والأسلوب الصحفي ب " الأدب العاجل"، حيث يقول الدكتور (نصر الدين العياضي) في كتابه "مسألة الإعلام": " لم تظهر لغة النص الصحفي بين عشية و ضحاها، بل تطورت بعد سنوات من الممارسة التي صقلتها الوقائع التالية: ارتفاع المستوى الثقافي للجمهور، ملموسية المواضيع التي تتناولها الصحافة و الوجود الفعلي و الحقيقي للوقائع، الأماكن والأشخاص، وكذلك المردود الأنبي الذي ينتظر أن تحفقه الصحافة"، كما يقول النقاد أن النشر الصحفي يقف في منتصف الطريق بين النشر الفني، أي لغة الأدب و بين النشر العادي، أي لغة التخاطب اليومي، وله من النشر العادي ألفته و سهولته وشعبيته، وله من الأدب حظه من التفكير، وحظه من عذوبة

¹ سامي شريف، أيمن منصور ندا، المرجع السابق، ص 35.

التعبير، ولعله انطلاقاً من ذلك المفهوم للنثر العملي، أطلق بعض أساتذة الصحافة على لغة الصحافة بأنها "الأدب العاجل"، فلغة الإعلام تتمثل أساساً في إشارات منطوقة أو مكتوبة أو مصورة، تمر من خلالها الرسالة الإعلامية إلى الجمهور

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 الممارسة، وبما أن اللغة الإعلامية مسخرة للاضطلاع بتلك المهام كافة، فإن أدواتها الفنية والتعبيرية ينبغي أن تستجيب لمقتضيات التنوع، وكذلك لخصوصيات الوسيلة الإعلامية¹.

المبحث الثاني: خصائص اللغة الإعلامية:

تتميز اللغة الإعلامية بسمات شتى، وهي تختلف عن لغات العلوم و الدراسات المتعمقة، لأنها تتجاوز مخاطبة الفئات المتخصصة إلى الجمهور الواسع، ذي المستويات المتفاوتة.

وإذا كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها، فإنها تحاول كذلك أن تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها، فإنها تحاول كذلك أن تحرص على خصائص أخرى في الأسلوب، وهي البساطة و الإيجاز، و الوضوح، و النفاذ المباشر، و التأكد، والأصالة الاختصار، والصحة، ويدعو أساتذة الصحافة الكتاب إلى استخدام الألفاظ المألوفة، توخياً للفهم، وتجنب الألفاظ العلمية و الاصطلاحية النادرة، إلا إذا

اقتضت الضرورة ذلك، فينبغي شرحها، و إعطاء المفهوم الحقيقي لها، و التوسل بالتفسير و التبسيط، في تعميق المفاهيم الأصلية، وإشاعتها على أوسع نطاق، بين الجماهير. فمن بين المهمات الأساسية للصحفي تحويل أكثر الموضوعات غموضاً أو علمية إلى جمل عربية أسلوباً، ومفهومة معنى، ومن هنا يمكن إبراز خصائص الأسلوب الصحفي أو اللغة الإعلامية في النقاط التالية:

¹مصطفى محمد الحسنوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، ط 1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2011، ص 65.

أ. البساطة و الوضوح:1

تعتبر هذه السمة من أبرز سمات لغة الإعلام و يرجع ذلك إلى " طبيعة وسائل الإعلام من ناحية و إلى خصائص جمهورها من ناحية أخرى، فالجمل و المعاني إن لم تكن واضحة فسيعيق هذا تحقيق أهداف الوسيلة الإعلامية.

كما أن تجسيد البساطة ينحصر في تحقيق ثلاث 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".

ب. المعاصرة:

"يقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتراكيب والتعبيرات اللغوية متماثية مع روح العصر متنسقة مع إيقاعه، فالجمل الطويلة والكلمات المعجمية والجمل المركبة لا تكون مناسبة للغة الإعلامية إلا في موضوعات معينة ومحدودة." ²

فالأسلوب الصحفي قد تخلى عن تلك التراكيب المعقدة، والسردي الذي كان يضيفه الطابع الأدبي على الصحافة ككل، حيث إن الجانب العملي هو الذي أصبح يفرض صفة المعاصرة في الكتابة الإعلامية.

ج. أسلوب الدقة والتجسيد:

" الدقة والتجسيد ضروريان لأنهما يمنعان الوقوع في مزالق التثرثرة والضياع في متاهات المفردات الغيبية، فالدقة تكون باختيار الكلمة المناسبة التي تعبير عن الوضع أو الحالة النفسية أو الحقيقة تعبيراً مباشراً والتي لا تسمح بالتداخل بين معنيين أو أكثر من كلمة" ³ ويمكننا حصر الأسباب التي تؤدي إلى عدم الدقة في:

- ضغوط توقيت صدور الصحيفة التي تدفع الصحفيين على عدم الاهتمام.
 - عدم وجود إمام كاف لدى المندوبين بخلفية القصة الخبرية.
- كما يضيف جلال الدين الحامصي الأسباب التالية :

¹ محمود خليل، محمد منصور هيبية: إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، د.ط، القاهرة 2002، ص40.

² المرجع نفسه، ص 41.

³ محمود خليل، المرجع السابق، ص42.

- ✓ الرقابة التي تدفع الصحفي لاستخدام تعبيرات مطاطية غير محددة
- ✓ أخذ المعلومة من مصادر مضللة
- ✓ الاعتماد على مصدر واحد للمعلومة¹

د. سلامة اللغة:

الخاصية الأساسية للكتابة الصحفية هي سلامة اللغة وتحدد بعض ملامح هذه السلامة : الكتابة الإملائية الصحيحة ، معرفة قواعد النحو و الصرف ، حسن اختيار المفردات والاستخدام الامثل لعلامات الترقيم و الوقف ، اذ ان الكتابة الاملائية المغلوطة تؤدي الى تغيير المعنى المقصود الى معنى آخر مغاير لا علاقة له بالأول . كما توجد هناك قواعد لغوية معينة تحكم الأسلوب الصحفي كاستخدام الأفعال المبنية للمعلوم بدلا من الأفعال المبنية للمجهول ، واستخدام الجمل القصيرة بدلا من الجمل الطويلة والابتعاد عن توظيف الجمل الاعتراضية ، بالإضافة الى ضرورة الابتعاد عن استعمال المصطلحات الغامضة التي تربك القارئ².

المبحث الثالث: صياغة المادة الصحفية:

يعتبر المنتج الذي تقدمه وسائل الاعلام منمطا كأى انتاج تفرزه الثقافة الجماهيرية، و يعتقد أن التتميط هو الشرط الأساسي للاتصال الجماهيري الذي يسمح بصياغة الرسالة الاعلامية وفك رموزها ، وتتجلى تقاسيم هذا التتميط في مختلف المستويات ، فالأشخاص الفاعلون هم ذاتهم ، والنص الجيد المضاف ينمط بدوره ويدمج في الكل ، فالمنتج الاعلامي ليس واحدا على مستوى الأسلوب أو المضمون، هذا الأخير الذي نقصد به منظومة الأفكار، المشاعر، العواطف والانفعالات التي يتضمنها النص الصحفي الذي يملك بنية ذهنية منطقية تتمثل في الحجج، الأفكار، البراهين، والأدلة، ويملك بنية نفسية عاطفية تتجسد في المناخ الانفعالي الذي يسود النص الصحفي³.

¹ محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003م، ص123

² محمود خليل، محمد منصور هيبية، المرجع السابق، ص40.

³ نصر الدين العياضي، اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، بنعكنون، الجزائر، 1990م، ص8 .

بالرغم من وجود أصول وتقاليد عامة لصياغة المادة الصحفية، فإن الصحف داخل هذا الإطار تملك حرية عزف نعمات متميزة، تتيحها لها الامكانيات و الطاقات التعبيرية

التي تنطوي عليها معظم اللغات الحية، والتي تكاد تكون لا نهائية، بحيث تمنح كل كاتب أسلوبه المتميز. ذلك أن التنوع الأسلوبي لا يتناقض مع الشخصية المتميزة للصحيفة لأنه يمنحها ثراء وأبعادا وأعماقا وقدرة على التجدد والاستمرار و المواصلة و التطور، وصياغة المادة الصحفية ليست قاصرة على الصياغة الأسلوبية فحسب بل هي صياغة فكرية و اعلامية ثقافة، ولا تبرز أهميتها على مستوى تنسيق المساحة و الشكل الفني فحسب، بل هي مهمة أيضا على مستوى المضمون الفكري، والتوجه الثقافي و التنويري للصحيفة. كما أنها عملية¹ تحتاج الى مهارات خاصة فهي ليست قاصرة أيضا على الصياغة اللغوية التي يجب أن تكون رشيقة و جذابة بل و شفافة ، بحيث توصل المضمون دون أية عوائق أو حواجز، بل تمتد لتشمل المنظور الفكري الذي يجب أن يتسق مع التوجه الاستراتيجي العام للصحيفة، ذلك أن الصياغة في حد ذاتها هي ابداء رأي بلورة منظور معين² .

ولعل من أهم المهارات التي تتطلبها صياغة المادة الصحفية قدرة المحرر على التعبير السريع المتسق الخبر و هذا لا يتأتى الا عن طريق المامه بكل الخلفيات المتعلقة بهذا الخبر اذ يجب أن يكون مسلحا دائما بخلفية معرفية واسعة و عميقة، ودراية متجددة بدوامات الأحداث الراهنة و المواقف الطارئة حتى يستطيع صياغة الخبر في سياقه .

الموضوع السليم، كما أن المعيار الأساسي لصياغة المادة الصحفية يتمثل في السرد النابض بالحياة من خلال سياق محكم و أسلوب متدفق و لا يمكن للخبر أو المحرر أن يقوم بهذه المهمة إلا من خلال سياق محكم و أسلوب متدفق و لا يمكن للمخبر أو المحرر أن يقوم بهذه المهمة إلا من خلال خطة منطقية وتصور شبه نهائي للسرد ككل، بالإضافة إلى تمكنه من أسرار الصياغة اللغوية، و إذا كان الأسلوب العلمي في الدراسات الأكاديمية

¹المرجع نفسه، ص9.

² نيبيل راغب، العملا للصحفيا المقروء، المسموع، والمرئي، ط1، الشركة المصرية العالمية للنشر لوجمان، لبنان، 1999م. ص 95 .

يفرض على الباحث إن يكتب بأسلوب تقريرى و مباشر بل جاف و بارد في بعض الأحيان، بحيث يقتصر على التعامل مع الجانب العقلاني للقارئ، و ينأى عن إثارة أية انفعالات يمكن أن تقلل من تركيزه العقلي، فإن أسلوب الصياغة الصحفية ليس بهذه الصرامة و الجفاف لأنه يخاطب قطاعات عريضة و مختلفة و متنوعة من جماهير القراء.

تلعب الصياغة دورا حيويا في ترسيخ دعائم صداقية الجريد بمرور الأيام، فالصياغة الدقيقة الخالية من اللبس أو الغموض أو التحريف، الأخطاء النحوية أو المطبعية تشعر القارئ بأن في الصحيفة عين ساهرة ويقضه و بالمرصاد لكل ما لشأنه المساس لأصول العمل الصحفي كما يجب أن يكون، فالصحيفة المحترمة تحرص على الشكل كما تحرص على المضمون، فمثلا لا تخطئ في كتابة الأسماء الأجنبية ولا تكتبها بهجاء يختلف من مرة إلى أخرى أو تحرف في تصريحات نصية المنقولة عن شخصيات مسؤولة، مما قد تترتب عليه مشكلات شائكة، كما أن الأخطاء النحوية تعتبر سبباً في جبين الصحيفة التي تعجز عن توظيف اللغة بالرغم من أنها أدواتها الرئيسية في توصيل رسالتها إلى القراء¹.

و برغم وجود المراجعين اللغويين في كل الصحف فإنه يتحتم على كل صحفي وكاتب و محرر و مراسل أن يتمكن من ناصية اللغة التي يكتب بها لأنه تمكن فكري و منهجي، كما أنه تمكن لغوي و أسلوبى.

وصياغة المادة الصحفية لا تعتمد على اللغة الأدبية فحسب و إلا ابتعدت عن الواقع و توغلت في سراديب الخيال و إنما تستفيد من الأسلوب العلمي في تحريه الدقة و التحليل الموضوعي و الاتساق المنطقي و مخاطبة عقل القارئ و التعامل معه باحترام و تقدير، وتوظف أيضا طاقات التعبير الأدبي و إمكاناته القادرة على إثارة انفعالات القارئ و لكن في حدود، وإيقاظ ملكة التخيل و الاستقرار و تحويل السرد الخبري إلى تجربة وجدانية و نفسية و ذهنية ممتعة للقارئ الذي يشعر عند إذن بعلاقته الحميمة بما يقرأ.

و المزاج بين الأسلوب العلمي الأدبي في صياغة المادة الصحفية كفيل بتوصيلها إلى اكبر قطاعات ممكنة من جماهير القراء الذين يصعب حصرهم في فئات محددة يمكن

¹نبيل راغب، العمل الصحفي المقروء، المسموع، و المرئي، المرجع السابق، ص 99-104.

التوجه إليها مباشرة، فهناك القارئ الباحث عن الحقائق الجوهرية في الموضوعات المنشورة و هناك " القارئ اللاهث وراء الدلالات الكامنة وراء السطور، وهناك القارئ الذي يمارس القراءة بحثاً عن الإثارة و الانفعال و غير هؤلاء من القراء من باب الأمزجة و التوجهات و الميول، المشاعر و الأفكار التي يستحيل تقنينها و تصنيفها ببساطة و لذلك كان المزج بين الأسلوب العلمي و الأدبي من أفضل الأسلحة التي استخدمتها الصحافة للتأثير في مختلف القطاعات الغامضة من جماهير القراء" ¹ فلغة الصحافة تتعامل مع الواقع و لهذا تصنف على أنها لغة براجماتية و إجرائية، و ليست إنشائية فهي تتعامل مع الواقع لتصبح وظيفتها تواصلية إقناعية بالدرجة الأولى.

من المعايير المهمة في صياغة المادة الصحفية نجد " الدقة في التعبير و الأسلوب، بحيث يجب على المحرر أن يتجنب الاصطناع، التكلف، المبالغة و التهويل أو إعطاء الأخبار والأحداث أهمية لا تستحقها أو معالجة موضوع ما بصفة شخصية، كذلك هناك تعابير أصبحت مملة لكثرة استهلاكها و مع ذلك يظن بعض المحررين أن استخدامها يقربهم من قلوب القراء، في حين أنهم لا يدركون أن القراء من الممكن أن يصابوا بحساسية ضدها، وبالتالي يرفضون الموضوع الصحفي برمته. ودقة العبارة الصحفية تصبح ضرورة ملحة في الأحداث الكبرى، فيجب عدم التسرع في نشر معلومات غير مؤكدة. وهناك معيار آخر يتمثل في عدم التشبع أو الانحياز، فهذه النقطة ضرورية للمحافظة على صورة الصحيفة من الاهتزاز، فضلا على حتمية التمسك بالأسلوب المهذب و الراقى في التعبير عن الموضوعات المطروحة، فهو الواجهة الحضارية الرفيعة لكل الصحف المحترمة، فالصحافة بحكم أنها مواكبة تحليلية، و تقويمية لأحداث الحياة اليومية، المحلية و العالمية يجب أن تهتم بلغة الصيانة للمضمون" ² الإعلامي، فالصحيفة إذن هي التي تفرض الرقي على القارئ، فهي من الممكن أن ترتفع من ذوقه الخاص، و التعبير اللغوي الراقى لا يعني تجنب الألفاظ الفجة و السوقية أو الجارحة فحسب، بل يعني أساسا التمكن من جماليات اللغة.

¹المرجع السابق، ص 110.

²نبيل راغب، العمل الصحفي المقروء، المسموع، والمرئي، مرجع سبق ذكره، ص 115.

كانت صلة القارئ بالمادة الصحفية، صلة حميمة، و لا يعتبر عامل السرعة في إخراج الصحفية حجة أو عذرا أو مبررا لصياغة مشوشة أو أسلوب ركيك أو لغة مفككة أو تعبير متعثر، لأن المحرر المتمرس لا يفكر في كيفية استخدام حصيلته التعبيرية أثناء عملية الصياغة، بل يستدعيها من وحي اللحظة و بأسلوب يكاد يكون عفويا و تلقائيا، فهذه الحصيلة التعبيرية تتضاعف مع الأيام و الخبرات، و يصبح مخزونها حافلا بكل الأساليب و المناهج، الأدوات، المفردات، المصطلحات، الصور، الرموز و الدلالات التي تصبح رهن إشارة الكاتب الصحفي متى أراد استدعاءها و استخدامها، و لذلك استطاعت الصحافة أن تنافس الأدب في هذا المضمار. الصياغة الصحفية بطبيعتها ترفض المقدمات المسهبة، و الجمل الطويلة و الاعتراضية التي تصيب القارئ بالملل، و تشتت انتباهه بعيدا عن لب الموضوع، فالصياغة الجيدة تسعى إلى إصابة الهدف من أول وهلة فيندمج القارئ على الفور في تتبعه، هذا على مستوى الشكل، أما على مستوى المضمون فهناك

أخبار و موضوعات و أفكار تضرب على الأوتار الحساسة داخل النفس البشرية، بحيث يتفاعل معها القارئ. التركيز على الموضوعات الجذابة و المفيدة يغني المحرر عن افتعال التوابل الأسلوبية لجذب القارئ، ذلك أن المنظور الذي يحدده اتجاه الموضوعات كفيل بهذا الجذب، و هذا المعيار ينطبق على معظم المواد الصحفية، بما فيها المواد العلمية التي يظنها الكثيرون أنها موضوعات جافة و لا تهم سوى المتخصصين.

و نظرا لأن الصحيفة موجهة لقطاعات مختلفة من الجمهور بمختلف مستوياتهم الفكرية، الثقافية، الاجتماعية و البيئية فإن سلاسة الصياغة تصبح شرطا ضروريا لا يمكن تجاهله، فمن المفضل عدم اللجوء لاستخدام المصطلحات الفنية و العلمية المعقدة التي تحمل في طياتها أبعادا لا يدركها القارئ العادي، و إذا كان لابد من ذكرها فليكن بأسلوب بسيط، موجز و مركز يمنح القارئ مفتاح فهمها و لو في أضيق الحدود، حتى يتسنى له فهم السياق الذي وردت فيه¹.

¹ نبيلا غب، العمال الصحفية المقروء، المسموع، والمرئي، المرجع السابق، 125-127.

المبحث الرابع: ضوابط الجملة الصحفية

لابد للمرسل أن يضع رسالته في شكل معين، أو صيغة محددة من الرموز و الكلمات، و من الطبيعي أن تحتاج هذه الكلمات إلى وسائل الإعلام لتصل إلى الجمهور، ويتوقف نجاح العملية الإعلامية على المدى التناغم بين المرسل و المتلقي و كذا فعالية الرسالة التي ترتبط بالتحريير الإعلامي الذي يمثل صلب العملية الإعلامية الاتصالية،" فالرسالة الإعلامية هي جوهر التحرير الإعلامي الذي نميز فيه جانبين: العناصر التي تتكون منها الرسالة، و البناء أو التركيب الخاص" ¹ بوضع هذه العناصر داخل النص الصحفي، هذا الأخير الذي تعد الجملة من أبرز البنيات المكونة له، بحيث يختلف المحدثون اللغويون في تعريف الجملة فيذكر (fries) أن " الجملة هي مجموعة من الكلمات التي تعبر عن معنى كامل"، بينما يقول دي سوسير أن: " الجملة أحسن نموذج يمثل التركيب، و السياق، فالنص اللغوي يقوم عليها من حيث تأليفها، نظامها، طبيعتها، و من حيث أجزائها، و كذا ما يطرأ عليها من تقديم و تأخير، و من إظهار و إضمار، و ما يعترضها عادة من معان عامة"².

كما تعرف الجملة أيضا على أنها: " الجملة هي الشكل اللغوي المستقل عن طريق أي تركيب نحوي، في أي شكل لغوي أكبر" ³.

و الجملة أيضا هي: " هي مجموعة من المكونات اللغوية مرتبة ترتيبا نحويا، بحيث تكون وحدة كاملة في ذاتها، و تعبر عن معنى مستقل" ⁴.

أما الجملة في الصحافة الإلكترونية تحديدا يجب أن تتميز بمجموعة من الخصائص أهمها ما يلي:

¹ عبدالرزاق محمد الدليمي، فنالتحرير الإعلامي المعاصر، ط1، دار جرير، 2010 م ، ص 37-39.

² فرديناند ديسوسير، دروس في الألسنية العامة، تعريب صالح القردادي - محمد شاوش - محمد عجيبة- دط، الدار العربية للكتاب، تونس، 1985، ص 188.

³ JOHN LYON ,linguistique général ,traduction ,du bois charl lier ,imprimerie HERRISSEY ,France ,1983 ,p 33.

⁴ سامي عياد حناو آخرون، معجم اللسانيات الحديثة، دط، مكتبة لبنان ناشرون، 1997، ص 129.

- الجملة في الصحافة تتميز بالواقعية عكس الجملة في الأدب التي تركز على الخيال و البلاغة اللفظية، ففي الصحافة الإلكترونية ينبغي استعمال الأسلوب العلمي المتأدب أو ما يعرف باللغة الإعلامية. فطبيعة الجملة الصحفية هي تداولية وصفية تتسم بالعمق و المباشرة.
- الصحة المنطقية و ضرورة تجسيدها و هذا ما يتعلق بالبناء الفكري للنص الصحفي خاصة في الجملة بحيث يجب أن تأتي النتائج و الأحكام متفقة مع المقدمات، و أن تنتظم الفكرة الواحدة مع الأفكار المكملة لها خلال السياق.
- قصر الجمل فالصحافة تعتمد على اللغة المضغوطة أي الاقتصاد في اللغة، لكن قصر الجمل لا يعني تهلهل الأسلوب¹ بحيث أن عدد الجمل يجب أن لا يتجاوز 4 داخل الفقر الواحد.
- دقة العبارة و تماسكها مع تجنب التراكم اللفظي مثلا: القول جثة بدل أن نقول جثة هامة.²
- التوجه بالقارئ مباشرة إلى عمق الموضوع دون التفاف أو إسهاب أو فوضى لغوية.
- البعد عن استخدام المحسنات اللفظية.
- عدم تحميل الجملة بمجموعة من الأرقام، البيانات، والمعلومات التي تجعلها جملة طويلة منفرة للقارئ.
- يجب أن تتناسب الجمل المكونة للموضوع في سلاسة وذلك من خلال استخدام الكلمات المألوفة و الالفاظ الشائعة.
- الابتعاد عن استخدام الجمل الاعترافية للمحافظة على ترابط أجزاء الجملة الواحدة.
- استخدام أفعال توحى بالحركة داخل الجملة الصحفية.
- حذف الجمل التي تشكل جريمة في حق القانون.

¹ محمود علم الدين - ليل عبد المجيد، فن التحرير الصحفي للوسائط الإلكترونية، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008 م، ص 15-20.

² نسيم الخولي، الكتابة الإعلامية المبادئ والأصول، ط2، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2009 م، ص 41.

➤ العمل بصيغة فكرة واحدة في جملة واحدة.

➤ استخدام علامات الوقف و الترقيم كضرورة لوضوح الأسلوب و سلامة

فهم القارئ له¹.

يقول الإعلامي والباحث الإنجليزي **ماكس فيتر** : "إنه على الكاتب توخي الوضوح وتجنب التكرار الممل والصيغ المبتذلة والكشحات التي سبق ترديدها ، والإقلال من الإقتباسات "

إذن يجب أن تكون فقرات النص الصحفي متناسقة ومتوازنة بحيث تنتظم في جمل متناغمة الطول أو القصر دون نشاز في الإيقاع، وكذلك الحرص على الربط المحكم بين التفاصيل بحيث يصعب حذف أي جزء منها دون أن يخلل السياق بأكمله، مع الوعي بأهمية الوضوح والتأثير الفعال المباشر على القارئ.

والإهتمام بوحدة بناء الجملة لفظا ومعنى في تسلسل منطقي، وهو " البناء الذي يهتم بتناغم الجملة أكثر من اهتمامه بطولها أو قصرها ، والتمكن من قواعد اللغة نحوها، وصرفها وبلاغتها التي تؤدي بالكاتب إلى وضوح المعنى الذي يؤدي بدوره إلى اتساق البناء اللفظي والفكري للموضوع برمته، وإضفاء القوة والحيوية على الجمل المتتابعة ، وتنمية الحصيلة اللغوية وتعميقها كي تساهم في التعبير الدقيق والمتنوع ، وتجنب البلاغة اللفظية، الزخرفية والإنشائية، لأن البلاغة الصحفية هي بلاغة وظيفية في خدمة المضمون والمعنى والدلالة، وتجنب التعبيرات المستهلكة التي فقدت دلالتها من جراء كثرة الاستعمال، وتأکید المعنى الجوهری بمترادفات مختلفة ومتنوعة تجنباً للتكرار الممل، تفادي التفاهة والابتذال والمحسنات اللفظية والبديعية بقدر الإمكان، وتفضيل المبني للمعلوم على المبني للمجهول، ومنح الموضوع شخصية خاصة به تميزه عن موضوعات أخرى تكون في نفس المجال، هذا فضلا على تجسيد الدقة في اختبار زاوية السرد الخبري خاصة في المقالات

¹ محمود علما الدين-ليلعبعبدالمجيد، فنالتحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 24.

التي تجمع بين الرأي والخبر " فالعبرة من الممكن أن لا تكون بالموضوع نفسه بل بصياغته وطريقة معالجته.¹

المبحث الخامس: أبعاد اللغة الإعلامية

إن تركيز النظر على قضية الفصحى والعامية أو انتشار الأخطاء الشائعة وتأثير الترجمة على اللغة وغيرها من الإشكاليات في الصحافة المكتوبة تحديدا يأخذ في الاعتبار ما للأعلام اليوم من سطوة ونفوذ في عصر ثورة الاتصال، ومن تأثير على الانسان في عصرنا إذ أن مكانة الإعلام هذه تحمل في طياتها فرصا لأن يكون التأثير إيجابيا لصالح الانسان ورقيه وفصاحة لسانه إذا أحسنا توظيف الوسائل الاعلامية في تقديم ما هو مفيد. كما تحمل في طياتها مخاطر تكمن في التأثير سلبيًا إذا وظفت قوى الهيمنة الاعلام لاستلاب الهوية ونشر رطانة اللسان وتعميم قيم هابطة تدعم انحطاط اللغة لدى الأفراد داخل المجتمع ككل.

1. تأثير اللغات الأجنبية والترجمة على لغة الصحافة:

أصبح الإعلام في العصر الحالي يعتمد إلى استخدام " أسلوب الترجمة الحرفية للكلمات والتراكيب الأجنبية، فالمحرر يقوم بالترجمة وفقا لثقافته وتجربته الخاصة وقد يرجع في هذا إلى المعاجم العامة أو المعاجم المتخصصة و قد يلجأ المحرر من جهة أخرى إلى تعريب الكلمات أو العبارات التي لا يجد لها مقابلا في اللغة العربية، فلا ينجح في إيجاد العبارات الملائمة التي تؤدي نفس المعنى و البحث عن البدائل في هذا الإطار يستغرق وقتا زمنيا طويلا، فال مترجمون يميلون إلى التعريب ايثارا للسهولة و ميلا إلى السلامة في أداء المعنى، و هذا ما يشكل خطرا على اللغة العربية الفصحى التي يظهر وجه التأثير فيها بداية على المتن في اللغة هذه الأخيرة التي أصبحت تعاني من كثرة انتشار الكلمات المعربة في الصحافة و على ألسنة الناس أيضا"².

¹ نبيلا رغب، العملا لصحفيًا المقرء، و المسموع، والمرئي، مرجع سبق ذكره، ص 129-130.
² حسن عبد العزيز، لغة الصحافة المعاصرة، ط 1، دار الهانئ لطباعة والنشر، القاهرة، 2002م، ص 70.

إن موقف اللغويين المحدثين من تعريب الألفاظ لم يختلف عن موقف القدماء من القضية نفسها فقد انقسم كلا الفريقين إلى: فريق يتوسع في قبول الكلمات الأجنبية و فريق يضيق في قبولها.

بحيث يشكل تعامل " وسائل الإعلام مع المصطلحات الحديثة أهمية قصوى في حياة الأمة العلمية و الثقافية، إذ أن عملية توظيف المصطلح الحديث الوافد، أضحت تثير جدلا محتدما بين أنصار تأكيد الذات و زمرة الانفتاح الكلي على مستجدات العصر و يشير بعض الباحثين إلى ضرورة الانتباه إلى خطورة هذا التدفق الهائل للمصطلحات الأجنبية على لغتنا عبر الاهتمام بها و بدورها، و بالمخاطر الناجمة عن إهمال تطورها، و تأكيد عدم ظهور المصطلح الأجنبي غير المترجم و خاصة بالحروف اللاتينية، لأن هذا يدل إما على جهل الصحفي بالمرادف العربي، أو عدم وعيه لخطورة هذا الأمر، حيث يعطي الانطباع بعجز اللغة العربية عن المواكبة، ويؤكد للقارئ مزاعم ضعف اللغة العربية"¹.

وإذا تنبهنا على أن لوسائل الإعلام قدرة هائلة على صناعة مفردات و تراكيب تحمل مضامين جديدة، فإن أثر هذه الوسائل في تطوير اللغة و بنائها أو هدمها و تأخيرها غير محدود، و الناظر في قدرة وسائل الإعلام يجدها قد زودت العربية بألفاظ من مثل: الهيكلة، والخصخصة و الخوصصة، و البرمجة، و الدبلجة، و الحوسبة، و المأسسة، و العولمة، فضلا عن ألفاظ أخرى من قبيل: الاستنساخ، و العقوبات الذكية، و غسيل الأموال، و الناتج المحلي، و الناتج القومي الإجمالي، و التضخم المالي، و عجز الميزانية، و دول الطوق، و تجميد الأموال، و ثروة المعلومات، و طريق المعلومات السريع، و السوق الاقتصادية، و سوق الأوراق المالية، و سياسة القطب الواحد، و العالم متعدد الأقطاب، و محور الشر، و الحرب على الإرهاب، و الضربات الاستباقية، و الحرب الوقائية،... و هي اصطلاحات أو تعبيرات كلها جديد مستحدث انتشر و اصبح يستعمل بوصفه عربيا محضا.

لكن المشكلة الرئيسية هنا كما يرى بعض الباحثين، تكمن في أن البلدان المستهدفة تستمد مصطلحاتها من إعلام غربي قد حاك كل عبارة و مصطلح بعناية ودقة فائقتين من

¹ بليينور الدين، الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، سلسلة كتاب الأمة، ط 1، قطر، 2001م، ص 44.

أجل إثبات موقف ضد البلد المستهدف، أو تحرير مفهوم، أو الترويج لقيمة محددة... وبذلك يتم تنفيذ الغرض من ترويج مثل هذه المصطلحات و المفاهيم التي تمثلها و التي تنكسر في الذهن السياسي العربي، و تنعكس لاحقا بشكل مواقف سياسية.

من خلال تشويه و تقزيم الحقائق و قلب الوقائع و تجاهل حقوق هذه الأمة وطموحاتها المستقبلية. فالإعلام العربي الذي يقوم بإعادة إنتاج المادة الاعلامية من الغرب بكل ما تحويه من مفاهيم مقصودة تتصل بالأسماء و الدلالات يجعلها مألوفة لدى القارئ العربي رغم ما تحويه من سموم موجهة ضد الحق العربي و الوجود العربي الهوية العربية¹.

و اذا أمعنا النظر في صنيع الترجمة والمترجمين، فإننا نقف موقفين متعارضين أحدهما في صالح الترجمة والمترجمين، والآخر على طرف نقيض معه، ويرى بعضهم أننا لانزال نقاسي مما خلفته الترجمة في لغتنا الكريمة، لأن كثيرا من صحف القرن الماضي كانت تعتمد في أكثرها على المقالات المترجمة في شتى العلوم الحديثة، و إن هذه الصحف كانت معرضا عاما لهذه الثقافة، و أن صبغة الترجمة غلبت على هذه الصحف و ينبغي التنبه على خطورة هذا السيل المتدفق من المصطلحات الأجنبية، الذي إذا لم يواجه بشكل مدروس، فإن تدفق آلاف الكلمات و التعابير و المصطلحات الغربية ستطرد اللغة العربية شيئا فشيئا من الثقافة و العلوم و المعلوماتية، و من ثم من الحياة، واللهجات المحلية أعجز من أن تواجه هذا التدفق، أما الفصحى فهي القادرة على التطور و النمو إذا تمت رعايتها بشكل مدروس².

2- اللغة الإعلامية بين الفصحى و العامية:

إذا كانت اللغة العربية هي اللغة الشعرية أو الشاعرة كما وصفها الأستاذ العقاد، لغة بنيت على نسق الشعر في أصوله الفنية و الموسيقية، فهي في جملتها" فن منظوم منسق

¹ بليينور الدين الارنقاء بالعربية في وسائل الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص 44.

² حمزة عبد اللطيف، أدب المقالة الصحفية في مصر، ط 2، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص 85.

الأوزان و الأصوات لا تنفصل عن الشعر في كلام تألفت منه، فإن اللغة العربية كذلك لغة إعلامية، ونريد بذلك إنها لغة بنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث، تعرض مواد مبسطة يسهل على الجماهير فهمها كما أنها تتماشى مع قيم المجتمع و عاداته وتقاليده، فالألفاظ العربية تدل على تفكير العرب و نظرتهم إلى الأشياء¹، و اللغة العربية لغة دالة، ترمي إلى النمذجة و التبسيط من خلال منهج لوضع الألفاظ للمعاني الجديدة، يختار صفة من صفات الشيء الذي يراد تسميته أو بعض أجزائه أو نواحيه أو تحديد وظيفته و عمله، و عليه فإن اللغة الإعلامية لا تختلف في منهج تطويرها للغة عما يريده اللغويين و حراس اللغة، و رغم إن الصحفي مطالب بتكيف أخباره و مقالاته و فنونه التحريرية و وفقا للقوالب الصحفية المنشورة، فإن " عليه إن يحرص على القواعد المصطلح عليها في النحو و الصرف و البلاغة و ما إليها، و إذا كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها فإنها تحاول كذلك أن تحرص على خصائص أخرى من بساطة و إيجاز و وضوح و نفاذ مباشر و تأكيد و أصالة و جلاء و اختصار"²، ذلك لأن كل كلمة في اللغة الإعلامية يجب أن تكون مفهومة من قبل الجمهور المستقبل كما يجب أن تعرض بطريقة جذابة تحقق يسر القراءة أو الاستماع، أما أنواع التورية و ازدواج المعاني أو الهالات الانفعالية حول الألفاظ و غيرها من فنون الأدب التي تؤدي إلى المعاني الخاصة في الشعر فهي بعيدة تماما عن لغة الإعلام لأنها تقطع تيار الاتصال الذي يجب أن يظل مجراه صافيا.

إن اللغة العربية لغة غنية و ثرية و بالتالي هي تقبل أي تجديد أو أي ألفاظ جديدة تطرأ عليها، تلك التي يفرضها واقع الحال أو المرحلة الزمنية التي تتطلب الفاظا خاصة بها لتعبر عن الأحداث و الوقائع التي ترافق تلك المرحلة الزمنية و التي لا يمكن التعبير عنها بالألفاظ القديمة التي هي أيضا لم تكن إلا وليدة مرحلة زمنية، فمن أهم المقاييس التي يعرف بها ارتقاء اللغات هو مقياس الدلالة على الزمن، و هذا المقياس يصبح من أهم مظاهر اللغة الإعلامية، لأن الصحفيين و رجال الإعلام يكتبون لكل الناس في كل الأوقات و ليس

¹ عبدالعزيز شرف، اللغة الإعلامية، المركز الثقافي الجامعي، القاهرة، 1980م، ص 133.

² عبدالعزيز شرف، المرجع نفسه، ص 134.135.

لجزء من الناس في كل الأوقات أو لكل الناس بعضا م الوقت ، فكل كلمة تتضمنها عبارات النص الإعلامي يجب أن تكون مفهومة من عامة القراء و جمهور

المستقبلين، و لهذا تظهر بلاغة اللغة الإعلامية من علامات الزمن في أفعال لغتهم الأم لأن عامل الوقت يلعب دورا رئيسيا في تغطية الأخبار و تحريرها و إخراجها من جهة، كما يتميز الإعلام بالدورية و الإيقاع من جهة أخرى، فهو يروي حدثا بعينه في إطار زمن محدد.

فاللغة التي تدل على الزمن بعلامات مقررة في الفعل انسب و أصلح للإعلام من اللغة التي خلت من تلك العلامات و بمقدار الدلالة تكون هذه اللغة الإعلامية أكثر من تلك. إن الكلمات لا تستعمل في واقع اللغة الإعلامية تبعا لقيمتها التاريخية، ذلك أن للألفاظ في الإعلام قيمة وفتية أي محددة باللحظة التي تستعمل فيها وقيمة المفردات الخاصة بالاستعمال الوقتي الذي تستعمله، و قد تمر لحظة تستعمل فيها كلمة ما استعمالا مجازيا، ولكن هذه اللحظة لا تطول لأن اللفظة في اللغة ليس لها إلا معنى واحد في الوقت الواحد.

إن استخدام اللغة العربية بشطريه الفصيح و العامية في وسائل الإعلام و مدى ملائمة و عدم ملائمة كل منهما في الوقت نفسه، أدى إلى ظهور تيارين، تيار يؤيد استخدام اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام و الآخر يرفض هذا المبدأ داعيا إلى استخدام العامية بدلا منها، إذ يرى التيار الأول (الفصيح) أن استخدام العاميات تعتبر تهجينا و إفسادا للغة¹ و الثقافة، و أن اللغة العربية الفصحى تؤدي إلى فوائد عدة منها تنمية الحس الفني جماليات اللغة و خلق مناعة مستمرة تجاه عوامل التجزئة على الصعيد القومي و الوطني، بينما سيؤدي استخدام العامية إلى تكريس التجزئة الوطنية و القومية، بينما يرى التيار آخر أن واقع الحال يفرض استخدام العامية فهي اللغة المشتركة الأقرب إلى فهم الجمهور¹.

حيث أنه لا جدال في " وجود صراع بين العامية و الفصحى في الحياة اليومية، وهذا الصراع بين اللغتين قد انتقل إلى وسائل الإعلام، بما فيها الصحافة المكتوبة، حيث نجد

¹ عبدالعزيز شرف، اللغة الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 136، 137.

أحد الباحثين الألمانين اللغويين يهاجم الفصحى و يزعم أنها عاجزة عن مسايرة ركب الحياة الحديثة، و ادعى أن الشعب المصري مثلا قد تأخر لأنه لم يستعمل العامية، و عاقته الفصحى عن الابتكار و الاختراع"، كما نجد أحد الباحثين المصريين "أحمد لطفي" يقول أن العربية فقيرة و أن لغة الجمهور هي التي ستخرج الفصحى من جمودها، و أنه يجب إحياء العربية بالعامية، حيث يصبح العامة يتابعون كتابات الصحفيين و الكتاب "إذن و سال الإعلام بصفة عامة تخرب اللغة العربية، و من هذه الوسائل الصحافة المكتوبة"¹

في الاتجاه الآخر نجد الدكتورة فريال مهنا تقول أنه "لا يكمن تبني العامية في وسائل الصحافة المكتوبة وذلك لثلاثة أسباب:

1- إن اقتراب الفصحى من العاميات لن يؤدي إلا إلى تشويه اللغة العربية وإفراغها وضياع ملامحها، لأن أي تمازج يقحم العاميات في الفصحى سيخلق لغة هجينة، غير سوية، غير طبيعية، و سيجعل من اللغة العربية خليطا لا كيان له. و لذلك فإن أي طرح من هذا القبيل من شأنه أن يحقق هدفا واحدا فقط: الانحسار التدريجي للغة العربية و ضياع ملامحها.

2- إذا فرضنا أن نزول الفصحى إلى العاميات هو الحل المتاح لمشكلة اللغة في الإعلام الجماهيري، فنحو أي عامية ستتجه اللغة الفصحى؟ و على قنطرة أي مذياع ستخطو الفصحى لتقترب من هذه العامية؟ إذ من المعروف أن هناك عاميات و لهجات محلية لا حصر لها في المنطقة العربية، و هي عاميات شديدة الاختلاف فيما بينها. هل يعني هذا شيئا آخر سوى أن اللغة العربية ستضطر إلى تشتيت نفسها في اتجاهات متعددة مما سينتهي بها إلى التبعثر الكامل لأن العاميات مجتمعة ستكون قادرة على ابتلاعها.

لا ريب أن تواعلا بهذا المعنى والاتجاه بين العاميات والفصحى سيؤدي إلى تفاقم معضلة اللغة الاعلامية و إلى خلق مشكلات جديدة على صعيد اللغة بشكل عام، لأن العاميات ستحافظ على بقائها بقوة استمرارية العلاقات الإنسانية الأولية، و لأن اللغة العربية الفصحى ستصبح " لغات عربية فصحى" لا قواعد لها ولا أطر.

¹ يوسفز الدين، مجلة الأدب الإسلامي، المجلد التاسع، العدد 36، 2003م.

3- تكمن خطورة دخول العاميات إلى قلب اللغة العربية في أن ذلك يبدو لأول وهلة، حلا توفيقيا معقولا، لا سيما أن الموضوع يطرح وكأن هناك عامية واحدة في العالم

العربي، إلا أن التمعن في هذه التوفيقية يجعلنا ندرك محاذيرها، خاصة و أنها تعرض استنادا إلى معطيات غير واقعية، و تقدم ببساطة لا تتناسب و حجم المشكلة و لا تقدر عواقبها.

ففي ما يرتبط بصعوبة الفصحى و تعقيدها و عدم صلاحياتها لاستقطاب شرائح القطاع الاجتماعي يقول محمود عباس العقاد" و العامية هي لغة الجهل و ليست بلغة الثقافة أو بلغة اليسار... و بين الأغنياء كثيرون لا يحسنون الكلام بغير العامية التي لا جمال لها و لا طلاوة و بين الفقراء من يحسنون التعبير بالفصحى أو يعبرون بالعامية تعبيرا يزينه جمالها و تبدو عليه طلاوتها، فإذا عطفنا على العامية فإنما نعطف على الجهل و نستبقيه و نستزيده، و لا نخفف وطأة الفقر ذرة واحدة بتغليب عبارات الجهالة على العبارات التي تصاغ بها آراء المتعلمين و المهذبين.¹

ترجع الباحثة "فريال مهنا" جنوح اللغة الإعلامية إلى الاستعانة بالعاميات إلى عدة أسباب:

1- إن وسائل الإعلام الجماهيري صنعت جمهورا إعلاميا يحتوي على شرائح أمية أو شبه أمية أبجديا و ثقافيا مما جعل الفصحى تشكل حائلا اصطلاحيا و تواصليا و تأثيريا لا يمكن تخطيه إلا باللجوء إلى العاميات.

2- اعتقاد بعض الوسائل الإعلامية التي تدخل العاميات إلى اغلب موادها، أن ذلك هو الوسيلة المثلى لاستقطاب الجمهور، مدفوعة باعتقاد أن مواكبة العصر و التطور و محاكاة الأمم الأكثر تقدما تستوجب الابتعاد عن الفصحى و اللجوء إلى العاميات.

3- المضامين الهابطة لبعض المواد(البرامج) و خاصة الترفيهية، تحتم استخدام العاميات، لأن الفصحى لا تلاؤم بطبيعتها مع هذا النوع من الثقافات الترفيهية.

¹ فريال مهنا- "نوبلاغة إعلامية معاصرة" - دط، منشور اتجامعة دمشق، الجزء الأول، دمشق، 2004 م، ص78-80.

4- تمسك بعض الأوساط الثقافية و الأكاديمية بحرفية اللغة العربية التراثية إلى حد التعصب مما يدفع العديد من القائمين على الإعلام نحو التخلي التدريجي عن اللغة الفصحى.

و اللغة العربية بسبب هذا الواقع تبدو اليوم من أكثر اللغات حيرة بين الولاء لماضيها و ماضي أصحابها الثقافي، و بين الالتزام بمتطلبات الواقع و الأحداث الجديدة، و حرصا على سلامة اللغة العربية الفصحى من التجزئة و التشتت و الضياع و عدم الهبوط بالمستوى الثقافي اللغوي لدى الجمهور، و في الوقت نفسه عدم استخدام لغة غير قادرة على التعبير عما يجري على أرض الواقع من مجريات جديدة، فان المطلوب هو السعي إلى توازن لغوي خلاق بين الولاء للماضي و الالتزام بالحاضر سواء كان النمط الاتصالي شخصيا أو جماعيا أو جماهيريا، فثمة حقيقة واقعة، و هي أن عملية الاتصال الإعلامي في جميع أنماطها تتوقف على انتقال الرموز ذات المعنى و تبادلها بين الأفراد، كما أن أوجه النشاط الجماعية و معانيها الثقافية تتوقف إلى حد كبير على الخبرات المشتركة من المعاني، فالإتصال في جوهره هو نقل المعاني عن طريق الرموز المتعارف عليها التي يستخدمها الإنسان من أجل التوافق النفسي مع العالم الخارجي، فالرموز هي جوهر وسائل الإعلام و عمودها الفقري و بدونها لا يمكن أن تعمل، و لكي تتمكن هذه الرموز من الوصول إلى أذهان الجمهور (العام) لا بد وجود لغة إعلامية بسيطة و مفهومة و موحدة و مشتركة.¹

يمكن السبب في اللجوء إلى استخدام العامية في الصحافة المكتوبة، و مزجها باللغة العربية الفصحى إلى ضعف التأهيل المهني، و كذا عدم تمكن الصحفيين من اللغة العربية الفصحى و هذا إذا ربطناه بالسياق الاجتماعي للصحفيين نجده يرجع إلى التعليم في حد ذاته.

حيث أن الصلة الوثيقة بين "التعليم و الإعلام " تدعونا حين ننظر فيما يخص "الفصحى و العامية في وسائل الإعلام " إلى النظر في حال الفصحى و العامية في التعليم. وهناك انطباع بأن المدرسة في غالب الأقطار العربية لا تولي العناية الكافية لفصاحة اللسان، وأن مناهج التعليم لم توفق في تعليم اللغة العربية السليمة، وأن موجة تعليم لغات أجنبية اقترنت بإهمال تعليم اللغة الأم. والأسباب وراء هذا الحال كثيرة تتعلق بقيادات التعليم وواقع المدرس داخليا و

¹ فريالمهنا: لغة الإعلام العربي الفصحى العامية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، عدد 2-2000، ص29.

بمؤثرات خارجية. و لذا فإننا نشهد عند كثيرين من الطلاب " تلوثا لغويا" على حد وصف الأستاذ الدكتور كمال بشر للرتانة الشائعة بينهم.

و الحق أن المؤثرات الخارجية لتغليب العامية على الفصحى وجدت مع قيام قوى الهيمنة في الغرب بالتمهيد لغزوهم الوطن العربي و دائرته الحضارية الإسلامية، و قويت هذه المؤثرات حين تمكن المستعمر الغربي من التحكم في وضع مناهج التعليم. و قد كتب كثير عن هذا الموضوع، تجلى من خلاله ما قصدته قوى الهيمنة من هجومها على اللسان العربي¹ الفصيح من هز الهوية، كي تتمكن نشر لغتها و فرض التبعية لها على من اهتزت هويتهم تحقيقا لتسلطها عليهم ثقافيا و اقتصاديا و سياسيا.

3- الأخطاء اللغوية الشائعة و الإملانية في الصحافة المكتوبة:

بالنظر إلى التطور الهائل الذي أحدثته تكنولوجيا الاتصال من ثورة هائلة في قدرة وسائل الإعلام على الانتشار السريع، و بالتالي زيادة الجمهور الذي يتعرض للرسائل التي تبثها تلك الوسائل فان هذه الأخيرة تصبح خطورة تأثيرها أشد، لاسيما إذا تعرض هذا التأثير لقضية اللغة التي تستخدمها وسائل الإعلام المطبوعة، المسموعة و المرئية أيضا.

" فالممارسات اللغوية في وسائل الإعلام قد انحدرت إلى ارتكاب ما يمكن أن يسمى بالخطايا اللغوية التي تتم بوعي أو بغير وعي بحيث تروج للعديد من الأخطاء التي تصطدم بقواعد العربية و أصولها و تصطدم بواقع المجتمعات العربية و تاريخها، و تراثها و ثقافتها و انساق في هذا وراء مقولات و سياسات و أفكار خاطئة لتبرر أخطاءها بمقولة: 'خطأ شائع خير من صواب مهجور'، و هذه الظاهرة أطلق عليها الباحثون مدلول: الانزياح أو العدول، الانحراف، الانتهاك أي التجاوز باللغة عن المعاني المألوفة و تحل مضمون الرسالة الإعلامية من مجرد الإخبار إلى جعله معرفة و جعل اللغة في حد ذاتها بحثا معرفيا، فالاستعمال الخاطيء للغة في وسائل الإعلام يفسد الفكر الوطني، و يعطل من قدرات الناس الذهنية"² كما أن البعد التاريخي للمسألة يكشف عن تغلغل ظاهرة الخطأ الذي بلغ حد الإفساد،

¹ أحمد صدقي الدجاني، الفصحى العامية في وسائل الإعلام انطباعات و اقتراحات، مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، العدد 91، ص 204.

² سامي شريف، أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية، المفاهيم - الأسس - التطبيقات، مرجع سبق ذكره، ص 163.

فاللغة كانت قضية صحفية عند ابراهيم البازخي، بحيث تمخضت التصويبات اللغوية في هذا الصدد في عدة كتب مثل : لغة الجرائد للbazخي.

ففي الوقت الحالي ينبغي تطبيق الشروط الأساسية للتحضير الإعلامي تختصر في أن الإعلامي عليه أن يختار الألفاظ المناسبة و يربط فيما بينها ليكون التأليف مناسباً، و مطابقاً، مع مقتضيات قواعد اللغة في صياغة تشكل كلا متكاملًا منسق الأجزاء مترابط الوحدات

الداخلية، خالياً من الشذوذ و النشاز، على أن هذه الصياغة السليمة لغويا المراعية لقواعد اللغة العربية، لا يمكن أن تكون كذلك إلا بالتشبه بقواعد النحو، حافظاً على ترتيب الكلمات.

و اعتماداً على ذلك، فإن السياق العام " للتحضير الإعلامي " لابد أن يعنى بدراسة وتأليف الكلام، تأليفاً دقيقاً، مرناً الصياغة، سهل الاستيعاب بخصوص الرسالة الإعلامية¹ من بين الاستعمالات الخاطئة في لغة الصحافة المكتوبة نجد:

- تغليب الجمل الإسمية على الجمل الفعلية في الاستعمال.
- عدم المطابقة في الجنس، كتذكير ما حقه التأنيث، أو تأنيث ما حقه التذكير، وكذا جمع ما حقه الأفراد و أفراد ما حقه الجمع.
- تعدية الفعل المتعدي بنفسه بحرف جر، فهذا خطأ شائع منتشر في لغة الصحافة، حيث أن الفعل المتعدي لا يكتب مع حرف جر بل يحتاج إلى مفعول به.
- الخلط بين همزة الوصل و القطع، أو عدم كتابتها من الأساس.
- ارتكاب الأخطاء الإملائية التي تجعل الكتابة الفصحى غير صحيحة.
- استعمال كلمات زائدة لا يحتاجها المعنى و لا تؤدي أي وظيفة في الجملة الصحفية.

أما الأخطاء المطبعية فتعتبر من المعايير التي تمس الصاغة الصحفية في الصميم فعلى الرغم من أنها تقع خارج نطاق عمل المخبرين و المحررين و المراجعين اللغويين، فإنها يمكن أن تشوه المعاني و الدلالات و تنحرف بعيداً عن المقصود منها، كما أنها يمكن أن

¹محمد طلال، اللغة العربية في الإعلام والتلفاز، دراسة تحليلية، المعهد العالي للإعلام والاتصال، المملكة المغربية، 2003م، ص18.

تصيب الجمل و الفقرات باللبس و الغموض و هذا ما يوحى للقراء بان الصحيفة غير منضبطة و لا تحترمهم بالقدر الكافي و أي تبرير لمثل هذه الخطاء هو في حقيقته عذر أقبح من ذنب.

1. بطاقة تعريفية عن جريدة الشروق اليومي:

جريدة الشروق اليومي هي صحيفة جزائرية يومية تصدر باللغة العربية، لها نسخة الكترونية باللغة العربية، الفرنسية و الإنجليزية متوفرة في موقعها الرسمي.

تأسست هذه الجريدة سنة 1990¹، وكانت تسمى مجلة الشروق العربي، و دقمان أرفيس هو من أطلق عليها هذه التسمية، وهي تعتبر من أقدم الجرائد الجزائرية الخاصة، وتم اختيارها كمجال للدراسة، وفق نتائج استطلاعات الرأي التي قامت بها شركة IMMAR الفرنسية² والتي احتلت فيها الشروق اليومي المرتبة الأولى في الجزائر من حيث السحب، الرواج والانتشار بين أوساط الجمهور.

2. تقنيات الدراسة:

اعتمدتنا لتحليل الموضوع المدروس على تقنية تحليل المحتوى التي تعتبر الأنسب لدراسة المادة الإعلامية المكتوبة في الصحف، حيث يعرف تحليل المحتوى بأنه: " أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم، الكمي والظاهر لمادة من مواد الاتصال³، فبهذا تحليل المضمون يشتمل على الجانب الكمي والكيفي مما يؤدي إلى التعمق في البحث، وتحليله بشكل أدق.

وحدات التحليل:

¹ الموقع الإلكتروني لجريدة الشروق اليومي، <http://www.echoroukonline.com>

² IMMAR MAGREB: هو الفرع المغربي للمعهد IMMAR الفرنسي الذي تأسس سنة 1990م بالعاصمة باريس، والمتخصص فيدراسات الخبرة والإحصاء، وعمليات تسير الأراء والاستشارة في مجال التسويق، وهو أكبر معهد في مجال النشاط هفياً سو أفا إفريقيا، وبلدانها داخلاً إفريقيا لفرانكفونية .

³ عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكناية الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، د. ط، الجزائر، 1985، ص 28.

لما كان تحليل المضمون من أدواره القيام بوصف عناصر المضمون وصفاً كمياً، فمن الضروري أن يتم تقسيم هذا المضمون إلى وحدات مستقلة أو عناصر محددة حتى يمكن القيام بدراسة كل عنصر أو حساب التكرار الخاص به.

فوحدة التحليل تعرف بأنها: " الشيء الذي يتم عده فعلاً" وهي أصغر عناصر تحليل المحتوى، لكنها في ذات الوقت من أهم هذه العناصر، ووحدة التحليل قد تكون كلمة، جملة، رمزا، أو حتى نصاً كاملاً.

اخترنا لتحليل الموضوع المدروس وحدتين أساسيتين للعد و القياس وهما:

أ. وحدة الكلمة:

تعد الكلمة من أصغر مقاطع النصوص وقد تخص كل المحتوى بحسابها وتصنيفها حسب طبيعتها، أو وظائفها في النص، كأن تصف الكلمات إلى أفعال أو أوصاف أو نعوت، كما يمكن أن يخص التحليل بعض الكلمات الدالة فقط والتي تحملها الإشكالية، كما يمكن للباحث من جهة أخرى اختيار بعض الكلمات الدالة قبل التحليل للبحث عن درجة استعمالها في المحتوى ودلالاتها¹، واستخدامنا في هذا الصدد وحدة الكلمة في سياق الجملة.

ب. وحدة الجملة:

تتحد الجملة من الناحية اللغوية برموز تشير إلى بدايتها ونهايتها كالفاصلة والنقطة كما تحدد بأوصاف كالفعل والفاعل والمفعول به والنعت وحروف الجر، وهي تختلف في بنائها من لغة إلى أخرى، حسب القواعد المتعارف عليها في كل منها، وفي حالة استعمالها في تحليل المحتوى فإن الباحث يأخذ بعين الاعتبار تلك القواعد في حساب الجمل الدالة التي تساعد على إعطاء أبعاد مفيدة لحل إشكالية من جهة، ولمعرفة عددها واتجاهها من جهة أخرى. كأن يقول أن المحتوى يحتوي على 120 جملة ذات البناء المعين و 57 جملة غير ذلك². هذا على سبيل المثال لا الحصر، واستعملنا في هذه الدراسة وحدة الجملة في سياق الفقرة.

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 133.

² يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط 1، الجزائر، 2007، ص 25.

3. فئات التحليل:

يعرف محمد عبد الحميد فئات التحليل على أنها: " التقسيمات والتوزيعات والأركان التي يعتمدها الباحث في توزيع وحدات التحليل المتواصل إليها في المادة المدروسة وهذا بناء على ما تحدد فيه من صفات أو تختلف فيه من خصائص¹.

سنركز في هذا المجال البحثي على فئات الشكل وبالتحديد فئة اللغة التي سيتم تقسيمها إلى مجموعة من الفئات الفرعية، والتي من خلالها سنقوم بدراسة الألفاظ المستخدمة في التعبير عن المضمون الصحفي، وكذا دراسة صياغة الجملة الصحفية في العمود الصحفي، حيث اخترنا العمود لأنه يعتبر من أهم الأنواع الصحفية الموجودة في الجريدة والتي لها جمهور خاص، لسيما أن بنية العمود لها سمات تميزها عن باقي الأنواع الصحفية الأخرى.

بنيت الدراسة التطبيقية على أساس فئتين رئيسيتين تم تقسيمهما إلى مجموعة من الفئات والجدول الفرعية:

- فئة اللغة.

- فئة شكل العبارات و الجمل.

كما تم الاعتماد على وحدتي الجملة و الكلمة للقيام بتحليل الكتابات الصحفية في مختلف الأعداد التي تم اختيارها عن طريق العينة العشوائية البسيطة، بحيث تم تحليل المادة الاعلامية في كل الصفحات باستثناء الصفحات الاشهارية و الاعلانية، نظرا لأنها تملك لغة ذات خصوصية على خلاف الكتابة الصحفية المتعلقة بالمواضيع السياسية، الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية وكذا الرياضية.

في هذا الاطار التطبيقي اعتمدنا على:

- التحليل الكمي الرقمي للبيانات.

- التحليل الكيفي للبيانات.

حيث يرتبط تحليل المضمون بالاتجاه الكمي، حيث يعتمد التحليل الكمي على العد والقياس لفئات التحليل، من أجل التوصل إلى نتائج حول المادة المدروسة، تعبر عن المضمون تعبيراً صحيحاً و تعبدنا عن دائرة التقديرات الذاتية. والتحليل الكمي هو عرض المحتوى

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، عالم الكتب، د. ط، ديوان المطبوعات الجامعية، 2000، ص 13.

بطرق منظمة، تترجم فيها ظواهر المحتوى والبيانات الوصفية فيه إلى أرقام يقدمها الباحث في شكل جداول تساعد على 3 أمور هامة:

- 1- المعالجة الإحصائية للبيانات.
 - 2- إبراز الاتجاهات السائدة في المحتوى.
 - 3- المقارنة بين البيانات بعضها ببعض، وبينها وبين الدراسات الأخرى.¹
- ومنه تعتبر الصفة الكمية أحد المحددات الأساسية لتحليل المحتوى في التطبيقات المعاصرة.²

4. دراسة وصفية تحليلية جريدة الشروق نموذجاً العدد رقم: 4634 - 31 جانفي 2015

أ. فئة اللغة:

فئة طبيعة اللغة المستخدمة:

سنقوم في هذا المجال بدراسة الكلمة التي يعرفها النحويون بأنها: "قول مفرد أو هي اللفظ الموضوع لمعنى مفرد"، حيث سندرس طبيعة الألفاظ التي تم توظيفها للتعبير عن مضامين مختلف الكتابات الصحفية.

الجدول رقم (1): الكلمات العامية

تعرف الكلمات العامية على أنها مجموعة من الصفات اللغوية التي تنتمي إلى بيئة خاصة، ويشترك في هذه الصفات جميع أفراد هذه البيئة، وهذه الصفات اللغوية منها ما يتعلق ببنية الكلمة، ومنها ما يتعلق بالألفاظ ودلالاتها.³

نجد أيضا **أندري مارتيني** يقول: "أن الأنماط اللغوية المحلية تمتد عبر مناطق واسعة، وتسيطر على جميع حالات التفاهم⁴، كما يعرف رويتر العامية على أنها: "السلطة الكلامية

¹ أحمد رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، ط 1، القاهرة، دار الفكر العربي، 1987، ص 145.

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 221.

³ مجدي وهبة، كامل المهندس، معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب، ط 2، مكتبة لبنان، بيروت، 1984، ص 320.

⁴ أندري مارتيني، مبادئ في اللسانيات العامة، ترجمة (أحمد الحموي)، د ط، المطبعة، دمشق، 1985، ص 155.

لمجموعة أكبر من الناس تتكلم لغة واحدة". وتعرف لغة العامة أيضاً على أنها: اللغة التي تتشكل من مفردات تختص بها فئات أو فئة، أو طبقات اجتماعية شعبية.¹

الكلمات العامية التي قمنا باستخراجها تضم مختلف الألفاظ التي نستعملها للتواصل في لغة الخطاب اليومي وتم توظيفها في الكتابات الصحفية لهذا العدد من جريدة الشروق.

الرقم	الكلمة العامية	التكرار	النسبة
1	الحقرة	12	14,54%
2	الفيستا	02	02,40%
3	حراقة	20	24,09%
4	التبهديل	01	1,20%
5	الزاولية	02	02,40%
6	الرزانة	02	02,40%
7	ارواح	02	02,40%
8	درت	02	02,40%
9	شحال	02	02,40%
10	يقولك	02	02,40%
11	اللوطو	05	06,82%
12	الزهر	02	02,40%
13	حك تريح	02	02,40%
14	الهف	01	1,20%
15	رانا هنا	01	1,20%
16	الفوط	02	02,40%
17	والدينا	01	1,20%
18	برك	01	1,20%
19	راك	01	1,20%
20	تشومير	01	1,20%
21	دلالي	01	1,20%
22	علاه	01	1,20%
23	لهيه	01	1,20%
24	تكويت	01	1,20%

¹سمير سعيد حجازي، معجم المصطلحات الحديثة في علم النفس، الاجتماع، ونظرية المعرفة، ط 1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص243.

25	كبة	01	%1,20
26	انعلو	01	%1,20
27	مش ملك	01	%1,20
28	تتباهى بيها	01	%1,20
29	أميار	01	%1,20
30	والو	01	%1,20
31	عس	01	%1,20
32	التبلعيط	01	%1,20
33	الهدرة	01	%1,20
34	الزايذة	01	%1,20
35	تشارك الفم	01	%1,20
36	بلا فايذة	01	%1,20
37	التبزنيس	01	%1,20
38	بابور	01	%1,20
39	الخرطي	01	%1,20
40	فيلات	01	%1,20
-	المجموع	83	%100

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الكلمات العامية التي تم استخدامها للتعبير عن الأفكار و المضامين الإعلامية في هذا العدد وصل تكرارها الإجمالي إلى 83 كلمة، وأعلى نسبة احتلتها كلمة "حراقة" بـ 24,09%، لتليها كلمة "الحقرة" بنسبة 14,54%، لتتراوح نسب الألفاظ المتبقية ما بين 1,20% و 02,40%.

حيث يميل الصحفيون إلى استخدام جملة من الكلمات العامية التي يعتبرونها مألوفة بالنسبة للجمهور القارئ، وهذا على اعتبار أنها تلامس الواقع الحي للناس، فكلمة حراقة لها بديل في اللغة العربية وهي مهاجرين غير شرعيين، وكلمة الحقرة تعني الظلم الاجتماعي والتهميش والاستبداد بالناس، غير أن الصحفيين يصرون على استخدام هذه الألفاظ العامية تحديداً خاصة أن موضوع الهجرة غير الشرعية من أكثر المواضيع التي تحظى بالمعالجة الإعلامية في الصحف، فالصحافة إذن تلجأ إلى إدخال هذه المفردات العامية بغرض الوصول إلى كل قطاعات الجمهور وكذا لتحقيق جانب الحجاج والإقناع بما تقدمه من أفكار، فالوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير، بما فيها الفئة الشبه أمية،

و ذات الثقافة المتوسطة هي الحجة التي يتذرع بها الصحفيون فيما يتعلق باستخدام العامية.

فمن المستوى التعليمي، توصلت الدراسة¹ إلى أن 63,8% من قراء "الشروق اليومي" هم من أصحاب المستوى العالي، مقابل 55% من أصحاب المستوى الثانوي، و 51,2% من أصحاب المستوى المتوسط، 39,2% من أصحاب المستوى الابتدائي و 11,3% بدون مستوى.

فالباحثون في مجال اللغة والإعلام، وعلم الاجتماع انقسموا بين مؤيد ومعارض لاستخدام وسائل الإعلام والصحافة تحديداً للعامة، فهناك من يرى أن الفصحى لغة عاجزة، وغير قادرة على مواكبة العصر، وهناك فريق آخر يشدد على أن استخدام العامية يؤدي إلى تشويه اللغة العربية الفصحى، وهذا ما يزيد من معضلة اللغة الإعلامية.²

كما يمكن ربط هذا الأمر بالمستوى التعليمي للقائمين بالإتصال، فعندما نتحدث عن "الفصحى والعامية في وسائل الإعلام" يجب أن نرجع هذا إلى السياق الاجتماعي للصحفيين أيضاً حيث يجب أن ننظر إلى حال الفصحى والعامية في التعليم. وهناك انطباع بأن المدرسة في غالب الأقطار العربية لا تولي العناية الكافية لفصاحة اللسان، وبالتالي لجوء الصحفيين لتوظيف العامية في كتاباتهم الصحفية يكون ناجماً من ضعفهم اللغوي، والتعليمي.³

جدول رقم(2): فئة الكلمات الدخيلة و المعربة:

هناك فرق بين الدخيل و المعرب، فالمعرب هو اللفظ الأجنبي الذي غيره العرب بالنقص، الزيادة، أو القلب، كما تعتبر الكلمات المعربة تلك الألفاظ التي تمت صياغتها بصيغ عربية عند نقلها بلفظها الأجنبي إلى اللغة العربية الفصحى دون أن تخضع لمقاييس هذه الأخيرة، أما الدخيل فلا يكون فيه التغيير على مستوى البنية أو الصوت بل ينقل إلى العربية بصورته التي كان عليها في لغته الأصلية، أي أنه يترك على صورته الحقيقية.

فلفظ التداخل يدل على تحوير (remaniement) البنى الناتج من ادخال عناصر أجنبية في مجالات اللغة، مما يؤثر على مجموع النظام الفونولوجي، و جزء كبير من الصرف والتراكيب، فالتداخلات التركيبية تتمثل في تنظيم بنية جملة ما في لغة أصلية وفق بنية اللغة

¹الموقع الإلكتروني لجريدة الشروق اليومي، <http://www.echoroukonline.com>، 30 مارس 2015.

²فريال مهنا، المرجع السابق، ص 78 – 80.

³ أحمد صدقي الدجاني، الفصحى والعامية في وسائل الإعلام، ص 204.

الدخيلة، فعندما نتحدث في لغتنا عن مقابل صعب العثور عليه لكلمة في لغة أخرى، نستخدم مباشرة هذه الكلمة بتكييفها مع نطقنا.¹

ففي هذا الجدول قمنا بدراسة مختلف الألفاظ و المصطلحات التي لا وجود لها في اللغة العربية الفصحى، والتي من الممكن أن تكون كلمات، معربة، دخيلة، أو حتى كلمات عامية خاصة بدول أخرى غير العامية الجزائرية.

الرقم	الدخيل والمعرب	التكرار	النسبة	أصل الكلمة أو ما يقابلها في العربية
01	مناجمت	3	4.83%	كلمة انجليزية مشتقة من الفعل to manage الذي يعني دبر وأدار، وتعني إدارة وتقنية وتسيير مؤسسة.
02	الباركينغ	7	11.29%	موقف السيارات
03	توب	1	1.61%	الطراز الأول، ممتاز، أعلى مستوى
04	الهولوكست	1	1.61%	مصطلح استخدم لوصف الحملات الحكومية لألمانيا النازية لغرض التصفية العرقية لليهود، وهي كلمة يونانية الأصل.
05	الموديل	2	3.22%	نوع، نموذج، طراز
06	الميركاتو	3	4.83%	كلمة إيطالية تعني السوق بالعربية
07	الداربي	1	1.61%	وهي تعني وجود منافسة بين فريقين من نفس المنطقة
08	بلاش	1	1.61%	كلمة مصرية تعني لا داعي.
09	كروموزومات	1	1.61%	أحد التراكيب الخطية التي تظهر عند انقسام الخلية.
10	فليكسي	1	1.61%	كلمة استحدثت من قبل شركة جيزي، وتعني بتعبئة الرصيد.
11	ديكور	1	1.61%	تصميم وتزيين.
12	بدك تمشي فيك	1	1.61%	كلنات لأغنية لبنانية.

¹لويس جون كالفلي، علم الاجتماع اللغوي، ترجمة محمد يخبان، د ط، دار القصة للنشر، 2006، ص 27.

13	بودي غارد	1	1,61%	حارس شخصي
14	اللوجستية	1	1,61%	كلمة انجليزية، تعني علم وإدارة تدفق البضائع والمعلومات، وتعني فن التسويق.
15	بوليتيك	1	1,61%	كلمة يونانية الأصل، تعني دراسة الدولة ومؤسساتها، كما ترتبط بمفهوم القوة والنفوذ والسلطة.
16	دونجي	1	1,61%	كل ما يشكل تهديداً أو خطراً.
17	كونجي	1	1,61%	إجازة، عطلة.
18	السناتيكو	1	1,61%	حالة من الثبات والاستقرار.
19	ولي زافار	1	1,61%	العمليات والأنشطة التجارية والصناعية.
20	ديسك جوكي	1	1,61%	هي كلمة انجليزية تعني مقدم الأغاني المسجلة
21	الكلاسيكو	1	1,61%	هي المباريات الهامة، وتكون بين فريقين لهما تاريخ حافل، استخدمت لأول مرة في الأرجنتين.
22	الأفانا	1	1,61%	حزب الجبهة الوطنية الجزائرية.
23	الأرندي	5	8,06%	الحزب الوطني الديمقراطي.
24	الأفلان	16	25,80%	حزب جبهة التحرير الوطني.
25	الفييس	1	1,61%	الجبهة الإسلامية للإنقاذ.
26	الأفافاس	2	3,22%	حزب جبهة القوى الاشتراكية.
27	الأرسيدي	5	8,06%	حزب التجمع من أجل الثقافة والديموقراطية.
	المجموع	62	100%	-

يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه أن جريدة الشروق تعتمد إلى استخدام الكلمات المعربة من لغات أجنبية أخرى، وكلمات دخيلة تتم كتابتها بالحرف العربي، على غرار: مناجمت، الباركينغ، بوليتيك، اللوجستية، وغيرها من المفردات التي بلغ عددها 27 بتكرار وصل إلى

62 مرة. أعلى نسبة كانت لـ "الأفغان" بـ 25.80%، تليها "باركينغ" بـ 11.29% نظراً لأن جريدة الشروق في هذا العدد خصصت صفحة كاملة لظاهرة عمالة

الأطفال في مواقف السيارات ورغم أن كلمة "باركينغ" لها مرادف في العربية الفصحى "موقف السيارات" إلا أنه لم يستعمل ونفس الأمر مع باقي المصطلحات الأخرى.

فالجرائدون يلجئون إلى اعتماد التعريب واستعمال الدخيل لتقليص العبارات والجمل ولتسريع وصول الرسالة على حساب اللغة.

جدول رقم 03: فئة تتعلق بتوزيع الدخيل والمغرب في مختلف صفحات الجريدة:

في هذا الجدول عملنا على معرفة انتشار الكلمات الدخيلة والمعربة داخل مختلف صفحات جريدة الشروق، لمعرفة إن كان هذا الانتشار يقتصر فقط على مجال محدد أو غير ذلك، حيث انحصر انتشار هذه الكلمات في الصفحات التالية:

الصفحة الأولى	اسالنتمورث	مراسد الشروق
سيارات	محليات	العالم
رياضة	الحدث	فن

الرقم	الصفحة	التكرار	النسبة
01	الصفحة الأولى	1	1.61%
02	الحدث	15	24.19%
03	محليات	16	25.80%
04	مراسد الشروق	08	12.90%
05	العالم	01	1.61%
06	سيارات	02	3.22%
07	رياضة	05	8.06%
08	اسالنتمورث	11	17.74%
09	فن	03	4.83%
	المجموع	62	100%

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن أكبر نسبة لتواجد الكلمات الدخيلة و المعربة كان في صفحة محليات بنسبة 25,80%، تليها مباشرة صفحة الحدث بنسبة 24,19%، أما صفحة

اسالنتمورث التي تختص بالشأن الأمازيغي فقد احتوت على 11 كلمة دخيلة و معربة بنسبة 17,74%، وتصدرت هذه الصفحات النسب العليا نظراً لأن جل الدخيل و المعرب كان يختص بكلمات ذات شأن سياسي و اجتماعي التي يتم فيها تسليط الضوء على مختلف الأوضاع الاجتماعية، الاقتصادية و السياسية أيضاً.

ويرجع استخدام الصحفيين للدخيل و المعرب كنتيجة لجهلهم بالمرادفات في اللغة العربية الفصحى، و عدم تمكنهم من الترجمة السليمة التي تتطلب وقتاً طويلاً، في حين ان العمل الصحفي يتطلب السرعة في الانجاز، فيضطر الصحفي لنقل اللفظ الأجنبي دون تقصيمدلول هذا اللفظ ، وهذا ما فتح باباً للتأثير الأجنبي على الاعلام المحلي ، بحيث يتم تسويق بعض المصطلحات بشكل مقصود من أجل ارساء مفهوم معين يتمكن من خلاله الغرب من التأثير على الرأي العام في العالم ككل وبأيدي محلية، وهنا نتحدث عن التبعية للأخر، "فاللغة الغالبة تنهال على اللغة المقهورة بطائفة كبيرة من مفرداتها، فتوهن متنها الأصلي و تجرده من كثيرة من مقوماتها، فتكثر تلك المفردات أو تقل تبعاً لدرجة المقاومة التي تبديها اللغة المهزومة، التي شيئاً فشيئاً تسيطر عليها اللغة الغالبة في إطار ما يعرف بالصراع اللغوي، فيتم إحلال استعاراتها و معانيها و انهيار قواعدها اللغوية"¹، حيث تصبح كل الألسن تتحدث بهذه المصطلحات الدخيلة و المعربة.

جدول رقم 04: فئة خاصة بالأخطاء اللغوية:

يختص هذا الجدول بالأخطاء اللغوية، بحيث عملنا على استخراج الجمل التي تشتمل على انحرافات في الصياغة اللغوية، و التي تمثل خروجاً عن قواعد اللغة العربية الفصحى السليمة، فتكون بذلك جملاً غير أصولية هي:² الجملة المبنية على نحو جيد موافق لقواعد اللغة القائمة ضمن الكفاءة اللغوية، بحيث تراعي القواعد في بناء الجملة، أما الجملة غير الأصولية فهي التي تنحرف عن هذه القواعد، فتكون بذلك مرفوضة في عرف اللغة.

¹ عبد الفتاح عفيفي، علم الاجتماع اللغوي، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1990، ص.ص 142-143.
² فندريس: اللغة، تعريب (عبد الحميد الدواحي)، محمد القصاص، مكتبة الانجلو مصرية، دط، مطبعة نخبة البيان، باريس 1950، ص 101.

تم الاعتماد في هذا التحليل على وحدة الجملة، هذه الأخيرة التي تعرف على أنها "الوحدة الأساسية أو الصورة اللفظية التي لها مطلق الأهمية في التعبير، والإفصاح في أي لغة من اللغات"¹. بحيث تمت دراسة الأخطاء اللغوية وفقاً لأنواعها، وللمستويات التالية:

1. المستوى الصرفي:

هو الركيزة الأساسية للنحو و الدلالة، وهو يعني بنية الكلمة ضمن سياق الجملة، فالخطأ في الصيغة الإفرادية أي الصرفية يؤدي إلى خلل في التركيب، ومن ثم إلى وقوع اللبس، فالجانب الصرفي يتعلق بنظام اللغة و يعني بالتصريف كالمطابقة في الجنس بين المذكر والمؤنث، و مثل تعدية الأفعال المتعدية بنفسها.

2. المستوى الدلالي:

أشار ابن الجني² في كتابه الخصائص أن "دراسة الدلالة تتم من خلال العلاقة بين اللفظ واللفظ، و بين اللفظ و المعنى، و بين الحروف مع بعضها البعض"² فالدلالة تدرس "بناء اللفظ و استخداماته، و علاقة الألفاظ بالسلوك و الفكر الإنساني"³ فوضع اللفظ في غير محله و موضعه يسبب إبهاماً للقارئ، و الخطأ في الدلالة يؤدي إلى التغيير في المعنى. فعلم الدلالة، الذي يعني بفهم طبيعة المفردات و الجمل، و كذا أهمية السياق في إيضاح المعنى، فهو لا يقف قط عند معنى الكلمات، و إنما يربطها بالجانب الصوتي، مراعاة الجانب النحوي لكل كلمة داخل الجملة، و دراسة التركيب الصرفي للكلمة"⁴.

3. الأخطاء الإملائية:

وهي تلك الأخطاء التي ترتكب على مستوى الكتابة، الناجمة عن الجهل بأساسيات اللغة وقواعدها.

¹ ميشال زكريا: بحوث السنية عربية، المؤسسة الجامعية، بيروت، ط 1، 1992، ص 49.

² ابن الجني: هو العالم نحوي كبير، ولد بالموصل عام 322 هـ، من أشهر كتبه: الخصائص.

² دوكوريماسيري: مستويات التحليل اللغوي لابن الجني، مجلة مجمع، 2013، مليزيا.

³ عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، د ط، الإسكندرية، 2006، ص 375.

⁴ نعيمة و اكد، الدلالة اللغوية والدلالة الأيقونية للرسالة الإعلانية، مجلة فكر و مجتمع، العدد 9، 2011م، ص 58.

4. أخطاء الحشو:

تتمثل هذه الأخطاء في إضافة حروف أو كلمات زائدة في الجملة، بحيث أن وجودها أو غيابها لا يؤثر على المعنى، فهي بذلك لا تؤدي وظيفة محددة داخل الجملة الصحفية تحديداً.

5. الأخطاء الشائعة:

هي الانحراف في جانب من جوانب اللغة، كما تعرف حسب كمال بشر بأنها: "الخروج عن الضوابط و القواعد الرسمية المتعارف عليها في اللغة لدى أهل الاختصاص".¹

وهذا ما يخل بالنظام اللغوي ككل، والاخلال بالتراكيب والبنية اللغوية يؤثر بدوره على الفهم الصحيح للمعنى لدى الجمهور.

الرقم	الخطأ اللغوي	نوعه	الصواب أو التفسير
01	الفيستا الإعلامية	إملائي	الفيستا الإعلامية لأن الإعلام مصدر من فعل رباعي: أعلم، والهمزة فيه أصلية فتكتب همزة قطع لا همزة وصل.
02	كما أنه تسمح	صرفي	كما أنه يسمح
03	نظن أنهم هم أنفسهم	حشو	"هم" يمكن الاستغناء عنها فهي لا تؤدي معنى خاصاً في الجملة، بل تدخل ضمن الكلمات الزائدة.
04	التي آلت إليها	إملائي	التي آلت إليها.
05	عن اعلان خير	إملائي	إعلان خبرن فهو مصدر من فعل رباعي والهمزة فيه أصلية.
06	أكد ممثلون عن المحتجّين	صرفي	أكد ممثلو المحتجّين، لأن الفعل: أكد يتعدّى بنفسه.
07	حسب المعلومات التي تحصّلت عليها الشروق بناء على معلومات تفيد	حشو	تفيد المعلومات التي تحصّلت عليها الشروق.
08	عاش مساء أمس الأول	دلالي	عاش مساء أول أمس

¹كمال بشر: اللغة بين التطور وفكرة الخطأ والصواب، مجلة مجمع اللغة العربية المصري، القاهرة، 1998.

09	الهجرة الغير الشرعية	إملائي	الهجرة غير الشرعية
10	تعرضت غرفتان أخريان	صرفي	تعرضت غرفتان أخريتان، تذكير ما حقه التأنيث.
11	رجال أعمال وجمعيات وأحزاب همها الوحيد	صرفي	رجال أعمال وجمعيات وأحزاب همهم الوحيد، أفراد ما حقه الجمع.
12	أكد السكان بأنهم	صرفي	أكد السكان أنهم، لأن الفعل: " أكد يتعدى بنفسه.
13	مطالبهم بسيطة تنطلق وهي ضرورة تجسيد	دلالي	مطالبهم بسيطة تنطلق من ضرورة تجسيد.
14	الزيارة التي سيؤديها الرئيس	دلالي	الزيارة التي سيقوم بها الرئيس
15	نقل احد الطلبة	إملائي	أحد الطلبة
16	ينتظرون على أن يقدم لهم الصندوق	حشو	ينتظرون أن يقدم لهم الصندوق
17	البروفيسور من المساهمين الأولين	صرفي	من المساهمين الأوائل
18	أفراد عائلتان يقيمان	صرفي	عائلتان يقيمون
19	لا يجد ممتنها حرج في...	إملائي	حرجا
20	وقوفهم على حراسة السيارات	دلالي	وقوفهم لحراسة السيارات
21	يا مسؤولي سطيف	إملائي	يا مسؤولي سطيف
22	عندما تصبح نادي القضاة التي تتربع فيها شخصيات	صرفي	الذي تتربع فيه شخصيات
23	الالتفاف على محاولة إيجاد دستور	دلالي	الالتفاف لمحاولة إيجاد دستور
24	لم يصدر قرارات مثيلة لقرارات	دلالي	...مماثلة لقرارات
25	جعل زملاءهما ينقلانهم	صرفي	زملاءهن ينقلانهم
26	قال مسئول بالأفان	إملائي	مسؤول
27	يتمنى اهل المنطقة	إملائي	أهل المنطقة
28	حادثة اول امس	إملائي	حادثة أول أمس
29	باكبر واهم شوارع	إملائي	بأكبر وأهم شوارع
30	ليلة اول امس	إملائي	ليلة أول أمس
31	ملات مياه الامطار	إملائي	ملأت مياه الأمطار
32	الارصفة	إملائي	الأرصفة
33	..من ازمة	إملائي	من أزمة
34	مصالح الامن	إملائي	مصالح الأمن
35	امام امواج السيول	إملائي	أمام أمواج السيول
36	مياه الاودية	إملائي	مياه الأودية

37	هناك من يقرأ فيها على أنها تجنب	حشو	هناك من يقرأ فيها على أنها تجنب
38	لم يُعَدِّ سَمِعْ	تركيب	لم يعد يريد سماع
39	ولا يزال لحد كتابة هذه الأسطر تحت العناية	حشو	ويتواجد حالياً تحت العناية الطبية
40	مطلب قديم جديد	دلالي	قديم متجدد الطلب

بلغ عدد الأخطاء في هذا العدد 40 خطأً مختلفاً تقريباً، فمن أبرز الأخطاء اللغوية نجد الصرفية منها، والتي من أبرزها تعديّة الفعل المتعدي بنفسه بحرف جر، في حين أن الفعل المتعدي لا يحتاج إلى حرف جر بل إلى مفعول به¹ مثل: عزم، أعلن، أكد، حيث نقول: عزم المدير حضور الاجتماع، وليس عزم المدير على حضور الاجتماع، ومن الانحرافات الصرفية أيضاً نجد عدم المطابقة في الجنس من خلال تأنيث ما حقه التذكير أو تذكير ما حقه التأنيث، وجمع ما حقه الأفراد وإفراد ما حقه الجمع، زيادة على الخطأ في استعمال حروف الجر مثل إحلال حرف بدل حرف آخر أو إسقاط حرف الجر في الوقت الذي نحتاجه، إضافة إلى الحشو الذي يظهر غالباً من خلال تكرار العبارات والمعاني نفسها داخل الجملة الواحدة أو زيادة الحروف مع الفاعل أو المفعول به دون

وجود ضرورة لغوية لذلك. أما فيما يخص الأخطاء الدلالية فتمثلت في وضع الكلمات في غير محلها مما يغير في المعنى، ومن أكثر الأخطاء الإملائية التي تتكرر كثيراً نجد الخلط بين همزتي الوصل والقطع وعدم كتابة الهمزة في كثير من الكلمات، فالصحفيون لا يفرقون بين همزة الوصل التي نتوصل إليها بالنطق الساكن حيث تسقط الهمزة عند وصل الكلمة بما قبلها، ولا تكون إلا في الفعل الخماسي والسداسي، وفي ما عدا هذا نستعمل همزة القطع التي تظهر وتنطق في ابتداء الكلام، وأثناءه وموقعها في الأفعال الثلاثية والرباعية، ومصادرهما.

جدول رقم 05: بعض الأخطاء الشائعة

¹ شامل شاهين: معجم المنتقى من الخطأ والصواب في اللغة العربي، دار غار حراء، الرياض، (د.ت)، ص 21.

الرقم	نوع الخطأ الشائع	التكرار	الخطأ	الصواب أو التفسير
01	كتابة ما زال، لا زال أو مازالت، لا زالت.	17	للأسف لا زالت تتكرر	لا تزال تتكرر
			بعد الاستقلال لا زالت متمسكة	لا تزال متمسكة
			الجديد لا زال يمتظر	.. لا يزال ينتظر
			الأذان لا زال يرفع	لا يزال يرفع
			...أخرى لا زالت صامدة	لا تزال صامدة
			من الذين مازالوا	ما يزالون
			ما زال تلميذا	ما يزال
			إن التزوير ما زال ممكناً	ما يزال ممكناً
			لا زالت مصدومة	لا تزال مصدومة
			اللاني مازلن يغنين	لا زلن يغنين
			ما زلت لم أقرر	لا أزال..
			لا زالت تعيش في جو	لا تزال تعيش
			ما زلت بعيدة عنها	لا أزال بعيدة
			ما زلت أرثدي الجينز	لا أزال..
			عطائي الفني ما زال	ما يزال
			ما زال المشكل مطروحا	لا يزال المشكل
			الانفصال ما زال قائماً	ما يزال قائماً
02	همزة التسوية	02	يحترم الآخريين سواء كانوا من أصدقائه..	..سواء أكانوا من أصدقائه أم
			سواء من حيث الجانب الفكري	سواء أكان من حيث
03	هاته	01	هاته المسميات	هذه المسميات

إدخال اللام أو الميم على الفعل الماضي خطأ شائع تكرر بكثرة في هذا العدد: 17 مرة، فلا يصح دخول اللام أو الميم على الفعل الماضي، لكي لا ينقلب زمن الفعل إلى المستقبل، فتدخل اللام والميم في هذه الحالة على الفعل المضارع فقط، فنقول "لا يزال"

وليس "لا زال"، وهذا ما ورد في قوله سبحانه عزوجل:

(وَلَا يَزَالُ الَّذِينَ كَفَرُوا فِي مَرِيَةٍ مِنْهُ حَتَّى تَأْتِيَهُمُ السَّاعَةُ بَغْتَةً أَوْ يَأْتِيَهُمْ عَذَابٌ يَوْمٍ عَقِيمٍ)

سورة الحج، الآية 55.

ومن بين الأخطاء الشائعة الموجودة في الجدول أعلاه نجد همزة التسوية التي لا تكتب بشكل سليم في الكتابات الصحفية في جريدة الشروق تحديداً، بحيث تشترط كلمة سواء وجود همزة بعدها مباشرة، ولأنها تسوي بين امرين فنكتب أو لا نكتب أو بين الكلمتين المواليتين لها، مثلما جاء في قول الله عزوجل: (إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا سَوَاءٌ عَلَيْهِمْ أُنذِرْتَهُمْ أَمْ لَمْ تُنذِرْهُمْ لَا يُؤْمِنُونَ) سورة البقرة، الآية 6.

ويرجع هذا اللغظ في اللغة إلى عدم تمكن الصحفيين من ناصية اللغة العربية ومستلزمات تعابيرها، مما يؤدي إلى انتشار الأخطاء الشائعة في الصحف لتصبح متداولة على ألسنة الناس، وليتجسد المثل القائل: " قول مشهور خير من خطأ مهجور".

جدول رقم 06: جدول إحصائي مقارنة بين أنواع الأخطاء اللغوية:

تم بناء هذا الجدول من خلال الجدولين السابقين لإحصاء النسب المتعلقة بتكرار الأخطاء اللغوية وأيها الأكثر استعمالاً في هذا العدد من جريدة الشروق.

الأخطاء اللغوية	التكرار	النسبة
الأخطاء الصرفية	10	16.66%
الأخطاء الدلالية	06	10%
الأخطاء الإملائية	20	33.33%
أخطاء الحشو	05	8.33%
بعض الأخطاء الشائعة	19	31.66%
المجموع	60	100%

يتبين لنا من خلال هذه الدراسة الإحصائية للأخطاء الواردة في هذا العدد أنها متفاوتة إلى حد ما من حيث النسب المئوية، حيث نجد أن الأخطاء الإملائية كان لها تواجد كبير بتكرار 20 مرة وبنسبة 33,33%، تليها بعض الأخطاء الشائعة الأخرى بنسبة 31.66%، لتأتي بعد هذا الأخطاء الصرفية التي بلغت نسبتها 16.66%.

يرجع هذا الإسفاف في اللغة إلى ضعف التأهيل المهني للصحفيين، وعدم تمكنهم من اللغة العربية الفصحى، فالعلاقة وطيدة بين التكوين الإعلامي وبين مستوى الأداء الإعلامي، حيث تعود الرداءة في الممارسة الإعلامية إلى هشاشة الرصيد المعرفي، فالصحفيين الجزائريين في البداية دخلوا في الممارسة الإعلامية من خلال الصحافة المفرنسة، وحتى التكوين الإعلامي بعد الاستقلال كان على أيدي أساتذة يتقنون اللغات الأجنبية على حساب العربية الفصحى، فالعامل اللغوي إذا له تأثيره الخاص، ناهيك عن وجود فرق بين ما يدرس كتنظير وبين واقع الممارسة الإعلامية في الوقت الحالي¹.

إضافة إلى أن أغلب المؤسسات الصحفية الجزائرية لا تولي أهمية لوجود المراجعين اللغويين ضمن فرق عملها للتأكد من سلامة اللغة المستعملة في صياغة المادة الصحفية المكتوبة، فلغة الجرائد لا تراعي القواعد اللغوية التي تعمل على ضبط اللغة، بحيث يظهر جليا على اللغة الصحفية في هذا العدد خروج التعبير الإعلامي عن قواعد الصياغة اللغوية الصحيحة. وهذا ما يؤكد عليه الدكتور صالح بلعيد الذي يوقع اللوم على الصحفيين باعتبارهم الفاعلين الأساسيين في مؤسسات الإعلامية حيث يقول:

"إن تردي اللغة العربية وتفشي الأخطاء اللغوية مصدرها الأساسي هي وسائل الإعلام التي انتشرت وكثر الإقبال عليها وهذا ما جعل هذه الوسائل تلعب أخطر الأدوار في الارتقاء باللغة العربية، أو الحط من شأنها نظرا لما لها من نفوذ وسلطة.

● المجموع الكلي للأخطاء الإملائية في هذا العدد وصل الى 13، ففي بعض الأحيان السرعة التي يتطلبها انجاز العمل الصحفي هي التي تسبب وقوع مثل هذه الأخطاء التي تتم أثناء الجمع الإلكتروني، وطبع المادة الإعلامية المكتوبة، وهذا ما يؤدي الى تشويه المعنى

¹ عزي عبد الرحمان، دراسات إعلامية، مرجع سبق ذكره، ص.ص 150-163.

واللغة ككل في ذهن لمتلقي، وهذا ما يعيق إيصال الفكرة، ويشعر القارئ بالتذمر، وبعدم مسؤولية الجريدة اتجاهه، وكأنها لا تحترم فكرة المتلقي ووعيه.

فئة شكل العبارات و الجمل:

تم في هذه الفئة التركيز على دراسة الجانب التركيبي، "الذي يعنى بدراسة بنية الجملة كبنية صغرى من خلال معرفة طريقة تركيبها، وكيفية اشتغالها، ويمكن أن يشكل هذا خطة أولى نحو استيعاب بنية أكبر هي بنية النص الصحفي أو ما يعرف بالبنية الكبرى"¹، فقد قمنا بتحليل نوع صحفي محدد وهو العمود الصحفي في جريدة الشروق اليومي الذي يكتبه جمال لعلمي، وقد اعتمدنا على وحدة الجملة الكلمة، وقسمنا هذه الفئة إلى جدولين:

الأول: يعنى بنوع الجملة و زمن الأفعال.

الثاني: يختص بعددية الجمل الصحفية.

جدول رقم 07: البنية التركيبية للجمل:

عنوان العمود: عاقبوا الغماسين والحشاشين لجمال لعلمي.

تم تقسيم هذا الجدول الى جزئين:

1. نوع الجملة: إسمية فعلية شبه جملة
2. زمن الأفعال: ماضي مضارع المبني للمجهول

زمن الفعل				نوع الجمل				التكرار
المجموع	مبني للمجهول	مضارع	ماضي	المجموع	شبه جملة	فعلية	إسمية	
42	03	31	08	52	09	13	33	
% 100	% 7,14	73,80 %	19,04 %	% 100	17,30 %	25 %	63,46 %	النسبة

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن الجمل الاسمية بلغت أكبر نسبة ب 63,46 %، بينما جاءت الجمل الفعلية بنسبة ضئيلة قدرت ب 25,30 %، في حين أن الجمل التي ابتدأت بشبه جملة بلغت نسبتها 17,30 %، وهذا بالرغم من أن الكتابة الصحفية تتطلب استعمال الجمل تحديداً لأنها تضيفي الحركية والواقعية على النص الصحفي، غير أنه قد تم تغليب

¹ سيدي محمد بوعباد، حفيظة تازوني، مجلة فكر ولغة (دورة أكاديمية محكمة تعنى بالدراسات اللغوية و الفكرية)، ماي 2010، ص14.

استعمال الجمل الإسمية على حساب لفعلية، وكذا تصدر الجار و المجرور الجملة أي أن بداية هذه الأخيرة كثيراً ما تكون شبه جملة مثل: في إطار، من جهته، تحت رعاية..... بعدها كان هذا يتم بقدر مختلف لكن بعد الاحتكاك بالحضارة الغربية حتى في المجال اللساني تغير الأمر الى ما هو عليه الآن، فاللغتين الانجليزية و الفرنسية تكتفیان باستعمال الجمل الاسمية، و كنتيجة للترجمة واستسقاء الأخبار من الوكالات والصحف الأجنبية تم إدخال هذا النمط والأسلوب الجديد على اللغة العربية المعاصرة في الصحافة المكتوبة بما في ذلك جريدة الشروق اليومي الجزائرية. وكما نلاحظ من خلال هذا الجدول أيضاً أن تكرار الأفعال المضارعة كان ب 31 فعل، أما الأفعال الماضية ف 8، بينما كان هناك 3 أفعال مبنية للمجهول فقط، فطغيان استخدام الأفعال المضارعة أمر مطلوب، لأن الفعل المضارع يعني بالحدث أكثر من المتحدث، كما أن دلالة الفعل المضارع أقوى من الماضي بالنسبة للقارئ الصحفي، لأن الفعل يجسد ويمثل الحدث، حيث نجد بخصوص هذا الأمر الزركشي*يقول: " الفعل يدل على التجدد، والحدوث والاسم على الاستقرار والثبوت¹. أما قلة الأفعال المبنية للمجهول ترجع الى أن استعمالها غير محبب في الكتابة الصحفية لأنها توحى بالمصدر المجهول للمعلومة.

جدول رقم 08: عددية الجمل في سياق الفقرة:

في هذا الجدول قمنا بقياس عدد الجمل كبنية صغرى ضمن سياق أكبر وهو الفقرة، وهذا لمعرفة عدد الجمل المستخدمة للتعبير عن مضمون العمود، لكي نتقصى إن كان ما هو معتمد كأسس في الكتابة الصحفية يتم أخذه بعين الاعتبار من الناحية الشكلية أو أن هذا الجانب يتم عشوائياً، وحدد القياس بالنظر إلى أن عدد الجمل الصحفية في الفقرة الواحدة داخل العمود يجب أن يكون بين 4 أو 5 فقرات، ويجب أن لا يتجاوز هذا الحد.

عدد الجمل	4	5	7	9	الفقرات
فقرة واحدة	-	-	X	X	
4 فقرات	X	X	-	-	
عدد الجمل الإجمالي في هذا العدد هو 52 جملة					

¹ فاضل صالح السامرائي، الجملة العربية تأليفها وأقسامها، ط2، دار الفكر، الأردن، 2007، ص161.

يتجلى لنا من خلال الجدول أعلاه أن طول الجمل كان متوازناً في هذا العمود الصحفي الى حد ما رغم وجود فقرة واحدة احتوت على 7 جمل و الأخرى على 9 جمل، مما جعل هاتين الفقرتين طويلتين وهذا ما يسبب مللاً للقارئ، ونفورا من المادة الإعلامية، غير أن بقية الجمل لم تتجاوز الأربع أو الخمس جمل داخل الفقرات المتبقية وهذا ما يتماشى مع ما تتطلبه كتابة العمود أي قصر الفقرات و الجمل في آن واحد، فطبيعة الجملة الصحفية هي تداولية تتسم بالعمق والمباشرة، ناهيك عن أنها جمل مضغوطة تعتمد على الاقتصاد في اللغة.

خاتمة:

تعتمد وسائل الإعلام والاتصال كافة اعتمادا كليا في إيصال رسالتها على اللغة وطرق توظيفها بالشكل الذي ينسجم مع أهداف القائم بالاتصال، وقد صب الباحثون والمتخصصون جل اهتماماتهم في بحوثهم ودراساتهم على تحليلهم للخطاب الاعلامي بالنظر إلى أهميته في بث المعلومات ونشرها ونقل المعارف الثقافية إلى الجمهور المعني في نسق اتصالي مدروس ومخطط له مسبقا ومعبر عنه باللغة الإعلامية المكتوبة والمنطوقة والمرئية وعبر وسائل التكنولوجيا الحديثة.

وقد أخذت لغة الإعلام في السنوات الأخيرة تنفرد بمزايا تجعل منها ذات خصوصية داخل اللغة ذاتها، وتميل إلى معيارية تنتشلها من الحدود والفضاضة التي عرفت بها حين كان يقصد بها لغة الصحافة تحديدا، وبتعدد قنوات الاتصال وحدائتها صار من حق تلك اللغة التي تصاغ بها مواد الاعلام أن تتميز مستقلة عن لغة الأدب بفضاءاتها المجازية وخيالاتها من ثانية.

لقد تجسدت المخاطر التي تواجه الخطاب الاعلامي بثلاثة مصادر كبرى تتلخص في العاميات المفرطة، والترجمة غير المدروسة، والأخطاء في اللغة ذاتها فالمزلق اللهجية تتمثل في ما تحتشد به النصوص الاعلامية من الدرج الذي يعاد إنتاجه للمتلقي كي يلبي مستواه الإدراكي دون الارتقاء به، والتعبير بالعاميات، إضافة إلى إدخال كلمات غريبة على اللغة الأم مما يجعل القارئ يستصعب فهمها، زيادة على ارتكاب الأخطاء في اللغة بسبب هشاشة الرصيد المعرفي لدى الصحفيين، هذا كله يتكامل ليحاول أن يعطي اللغة الاعلامية بعدا آخر هو بعيد عن جوهرها الحقيقي.

لقد ارتاح منظرو اللغة الاعلامية إلى وصفها بأنها لغة عملية تجري بها الأرقام في مناح

سياقي يعطيها ذلك العملي الذي لا يعني هبوطها إلى الدرك الشعبي

المنافي لمهمة الإعلام التثقيفية والارتفاع بالمدارك والأذواق.

إن دراسة اللغة الاعلامية يمكن أن تستفيد من علم اللغة وغيرها من العلوم بمختلف أنواعها

وذلك من خلال القيام بدراسات على الظواهر اللغوية داخل الوسائل الاعلامية مما يؤدي

إلى تهذيب ألفاظ هذه الوسائل الإعلامية وتوسيع نطاقها، وترقية مفرداتها وإدخال مفردات

جديدة وتدعيم خصائص اللغة الاعلامية من تبسيط وسلامة ووضوح واقترب شديد من لغة

حديث الواقع الحي المثقف دون إسفاف أو هبوط إلى العامية.

المصادر والمراجع :

- ❖ القرآن الكريم: رواية تورشعنا نافع، دار الفجر الإسلامي، ط 10، 1423 هـ.
- إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، تحقيق مجمع اللغة العربية: ط 4، مكتبة الشروق الدولية، 2004.
- أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (ابن منظور)، لسان العرب: دار صادر، 2003.
- أحمد رشدي طعيمة، تحليل لمحتوى العلوم الإنسانية. القاهرة: ط 1، دار الفكر العربي، 1987.
- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام: دار الكتاب المصري اللبناني، د. ب. ن، ط 2، 1994.
- إسماعيل بن حمد الجوهري، الصحاح؛ تاج اللغة وصحاح الحارثية، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار: ط 4، دار العلم للملايين، 1990.
- أندريه مارتيني، مبادئ اللسانيات العامة، ترجمة (أحمد الحمو). دمشق: دط، المطبعة، 1985.
- بليلى نور الدين، الارتقاء بالعربية قيو سائلا لإعلام - قطر: سلسلة كتاب الأمة، ط 1، 2001.
- الحاج عيسى سعيدات، الإنقراطية الإعلامية للجزائر اليومية الجزائرية، دراسة تحليلية أسلوبية للأخبار لداخلية خلال الفترة سبتمبر 2006-2007، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2008-2009.
- حسن عبد العزيز، لغة الصحافة المعاصرة - القاهرة: ط 1، دار الهانيل طباعة والنشر، 2002.
- حسني محمد نصر، الانترنت والإعلام الصحافة الإلكترونية: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، د. ب. ن، ط 1، 2003.
- حمزة عبد اللطيف، أدب المقالة الصحفية في مصر - القاهرة: ط 2، دار الفكر العربي، 1985.
- سامي شريف، أيمن منصور ند اللغة الإعلامية: المفاهيم - الأسس - التطبيقات - القاهرة: د. ط، 2004.
- سامي عياد حنا، وآخرون معجم اللسانيات الحديثة: د. ط، مكتبة لبنان ناشرون، 1997.
- سمير سعيد حجازي، معجم المصطلحات الحديثة في علم النفس، الاجتماع، ونظرية المعرفة. بيروت: ط 1، دار الكتاب العلمية، 2005.
- شامل شاهين، معجم المنتقى من الخطأ والصواب في اللغة العربية. الرياض: دار غار حراء، (د. ت).

- شريف درويش، اللبانا لصحافة الالكترونية " دراسات في التفاعل وتصميم المواقع ":
الدار المصرية اللبنانية، د. ب. ن، ط 2، 2005.
- عاطف غيث، قاموس علماء الاجتماع. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، د. ط، 2006.
- عبد الأمير مويता فيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي - الأردن : ط
1، دار الشروق للنشر والتوزيع، د. س. ن.
- عبدالرزاق محمد الدليمي، فن التحرير الإعلامي المعاصر : ط 1، دار جرير، 2010.
- عبدالعزيز شرف، اللغة الإعلامية - القاهرة: المركز الثقافي الجامعي، 1980.
- عبدالفتاح عفيفي، علماء اجتماع اللغوي. القاهرة: د. ط، دار الفكر العربي، 1990.
- عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية. الجزائر:
المؤسسة الوطنية للكتاب، د. ط، 1985.
- فاروق محمد أبو زيد، مقدمة في علم الصحافة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ب. ط، 1999.
- فاضل صالح السامرائي، الجملة العربية تأليفها وأقسامها. الأردن: ط 2، دار الفكر، 2007.
- فرديناند ديسوسير، دروس في الألسنية العامة، تعريب صالح القردادي - محمد شاوش - محمد عجيبة -
تونس : دط، الدار العربية للكتاب، 1985.
- فريال مهنا، " نحو بلاغة إعلامية معاصرة " - دمشق : د.
ط، منشورات جامعة دمشق، الجزء الأول، 2004.
- فنديريس، اللغة، تعريب (عبد الحميد الدواحي)، محمد القصاص، مكتبة الانجلو مصرية. باريس :
د. ط، مطبعة نخبة البيان، 1950
- كرم مشلبي، معجم المصطلحات الاعلامية عربي انجليزي - القاهرة : ط 1، دار الشروق، 1989.
- لويس جون كافي، علماء اجتماع اللغوي، ترجمة محمد حبتان. د. ط، دار القصة للنشر، 2006.
- مجدي وهبة، كاملا لمهندس، معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب. بيروت: ط 2، مكتبة لبنان،
1984.
- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة - القاهرة : ط 1، الدار المصرية اللبنانية،
2003 م.

- محمد طلال، اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز، دراسة تحليلية - المملكة المغربية
:المعهد العالي للإعلام والاتصال، 2003.
- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب . د. ط، ديوان المطبوعات الجامعية،
2000.
- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية : المجلد الرابع، د. ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال المنشأتها وتطورها - القاهرة : ط1، دار الفجر، 2007.
- محمود خليل، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، المجلد .
ط، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009م.
- محمود خليل، محمد منصور، هيئة إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية - القاهرة : د. ط،
2002.
- محمود علم الدين، ليل عبد المجيد، فن التحرير الصحفي لوسائل المطبوعات الإلكترونية - القاهرة
: ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2008.
- مصطفى محمد الحسناوي، واقعة الإعلام المعاصر - الأردن : ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع،
2011.
- ميشال زكريا، بحوث السنية عربية. بيروت: ط 1، المؤسسة الجامعية، 1992.
- نبيل راغب، العمال الصحفي المقروء، المسموع، والمرئي، لبنان :
ط1، الشركة المصرية العالمية للنشر لوجمان، 1999م.
- نسيم الخولي، الكتابة الإعلامية المبادئ والأصول، بيروت : ط2، دار المنهل اللبناني، 2009.
- نصر الدين العياضي، اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، بنعكنون، الجزائر : د.
ط، ديوان المطبوعات الجامعية، 1990م.
- يوسف تمار، تحليل لمحتو بلباحثو الطلبة الجامعيين، الجزائر، ط1، 2007.

المجلات:

- أحمد صدقي الدجاني، الفصحى العامية في وسائل الإعلام انطباعات واقتراحات،
مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، صفحة العدد 91.

- دو كور يما سير ي، مستويات التحليل اللغوي لابن الجني، مجلة مجمع، 2013.
- سيد محمد بو عباد، حفيظة تازوني، دورة أكاديمية محكمة تعنبد الدر اساتال لغوية والفكرية .
مجلة فكر ولغة، ص 14، ماي 2010.
- فريال مهنا، لغة الإعلام العربي بين الفصحى العامية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية ، 2000.
- كما البشر، اللغة بين التطور وفكرة الخطأ والصواب . مجلة مجمع اللغة العربية المصري، القاهرة،
1998.
- نعيمة واكد، الدلالة اللغوية والدلالة الأيقونية للرسالة الإعلانية . مجلة فكر ومجتمع، العدد: 9،
2011.
- يوسف عز الدين، // مجلة الأدب الإسلامي - صفحة المجلد التاسع، العدد 36، 2003.
- LYON JOHN, linguistique général traduction, du bois charllier, France
: imprimerie Herrissey, 1983 .

المواقع الإلكترونية:

➤ الموقع الإلكتروني لجزيرة الشروق اليومي : <http://www.echoroukonline.com>

➤ <http://www.burnews.com>: منيرة سليم: المقال الإلكتروني

الفهرس

الصفحة	العنوان
أ.....	مقدمة
5	المدخل
الفصلاالأول: الصحافةالإلكترونية	
11	المبحثالأول: ماهيةالصحافة
11	أ. التعريف اللغوي
12	ب. الصحافة المكتوبة
13	ج. الصحافة الإلكترونية
14	المبحثالثاني: وظائفالصحافةالإلكترونية
15	المبحثالثالث: خصائصالصحافةالإلكترونية
19	المبحثالرابع: السماتالاتصاليةللصحافةالإلكترونية
الفصلاالثاني: اللغةالإعلامية	
22	المبحثالأول: مفهوماللغةالإعلامية
24	المبحثالثاني: خصائصاللغةالإعلامية
25	أ. البساطةوالوضوح
25	ب. المعاصرة
25	ج. أسلوبالدقةوالتجسيد
26	د. سلامةاللغة
27	المبحثالثالث: صياغةالمادةالصحفية

31	المبحث الرابع: ضوابط الجملة الصحفية
35	المبحث الخامس: أبعاد اللغة الإعلامية

الإطار التطبيقي

دراسة وصفية تحليلية لجريدة الشروق

46	1. بطاقة تعريفية عن جريدة الشروق واليومي
46	2. تقنيات الدراسة
47	3. وحدات التحليل
47	أ. وحدة الكلمة:
47	ب. وحدة الجملة:
48	4. فئات التحليل:
49	5. دراسة وصفية تحليلية لجريدة الشروق ونموذجها
49	أ. فئة اللغة
49	➤ فئة طبيعة اللغة المستخدمة
53	➤ فئة الكلمات الدخيلة والمعربة
57	➤ فئة خاصة بالأخطاء اللغوية
63	ب. فئة شكلا لعباراتو الجمل
64	➤ البنية التركيبية للجمل
65	➤ عددية الجمال في سياق الفقرة
66	الخاتمة
68	المصادر والمراجع
73	الفهرس