



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية الآداب والفنون

قسم الادب العربي

تخصص: اللغة العربية والإعلام



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في اللغة والإعلام

الموسومة:

اللغة الإعلامية في الصحافة المكتوبة
_ "جريدة النهار أنموذجاً" _

إشراف الاستاذ:

- المكروم سعيد

إعداد الطالبة:

- دقيش حليلة

السنة الجامعية:

2017/2016

الإهداء

الحمد لله القادر المقتدر، من هو أطفن من العباد وأحن من الآباء الذي قال

في كتابه الجليل " فَلَا تَقُلْ لَهَا أَفِي وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهَا قَوْلًا حَرِيمًا "

إلى من رافقتني بدعائها منذ أن فتحت عينها على الدنيا وعلمتني كيف

أسعد وابنني الحواجز امام رياح الفشل إليك يا أعز وأغلى أم أمي الحبيبة رحمتها

الله وأسكنها فسيح جنانه

إلى من علمني السير على مبدأ الأخلاق والعلم والبسني ثوب الاحترام إليك يا

منبع الحياة والعطاء أبي أطل الله في عمره.

إلى من كانت بسمتهم ونظرتهم تبعث في نفسي القوة وحب الحياة إخوتي:

جمال، عبد القادر، وإلى زوجة الأخ أمينة والكتكوتة نجمة

إلى رفيقتي اللواتي أمضين أوقات لا تنسى إلى الأبد: حبيبة، عائشة، نعيمة،

زهرة، ابتسام، حنان، بلنكة.

وإلى صديق العائلة والمقرب للموالد العزيز "المقدم".

إلى من شرفني بإشرافه الأستاذ المحترم "المكروم السعيد". الذي كان صبورا

امام هفواتي والذي ساعدني على انجاز هذه المذكرة.

إلى من نسيهم قلبي ولم ينسهم قلبي.

دقيش حليلة

ح د اء

اللهم ارزقنا بالألفه ألفة وبالباء بركة وبالتاء توبة وبالثاء ثوابا وبالجيم جمالا وبالحاء حكمة
وبالغاء غلانا وبالذال دلوا وبالذال ذكاء وبالراء رحمة وبالزاي زلفة وبالسين سناء
وبالشين شقاء وبالصاد صدقا وبالضاد ضياء وبالطاء طهارة وبالظاء ظفرا وبالعين علما
وبالغين غناء وبالفاء فلاحا وبالقاف قربة وبالكاف كفاية وباللام لطفنا وبالميم موعظة
وبالنون نورا وبالهاء هداية وبالواو وصالة وبالياء يسرا و صلى الله على سيدنا محمد
الذي بذكره تطمئن القلوب وتنفرج الكرب وتستمد العيوب وعلى آله وصحبه
أجمعين.

إلهي أسألك بأعز من نأجاك وأفضل من دأجك أن تمطر على قلبي شأبيب عطفك
وسأئب رضاك وتلقى فيه حلوة ذكرك وتوقظ من غفلاته حتى لا يشاهد سواك
وتثنية على طاعتك وتقوية على تقواك يا من تحسنت الأشياء ببهاء جمالك وازدهرت
بظهور سنائك اتنا كفلا من رحمتك وارزقنا نورا نمشي به تنجلي أمامه تكاثف الظلمات
وتتزع به مناهج السعادة وسبل الخيرات.

قال الله تعالى " وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْكَ أُنِيبُ "

صدق الله العظيم.

كلمة شكر

إن كان لا بد من الشكر، فالمستحق هو خالقنا الله سبحانه عز وجل، الذي أمدني بالصحة والعافية، وأثار بصيرتي في ظلمة أشواق الحياة، والذي أسأله أن يزيدني من فضله.

والحمد لله الذي قدرني على تقديم هذا العمل المتواضع في مجال البحث العلمي، كما أشكر كل من قدم لي يد العون ولم يبخل علي بما يعرفه، وكل من ساندني في كتابة ولو حرفاً من حروف هذه المذكرة وأولهم الأستاذ المشرف " الكروم سعيد " الذي

نمروني بفيض نصائحه وتوجيهاته، فهو الذي علمني:

كيف بالعلم تنار الأبصار وكيف بالعلم تستنهض الضمائر

كما أتقدم بأسمى معاني الشكر والعرفان والتقدير إلى كافة أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة المذكرة.

وفي الأخير أشكر كل من تعلمت على يديه وكان سبباً في التنوير والمعرفة الصادقة.

يميل الإنسان بطبعه إلى الاجتماع وإقامة العلاقات مع الغير، فالإنسان كائن اجتماعي لا يستطيع العيش بمفرده وينتج عن هذا الاجتماع اتصال متبادل وتفاعل مشترك يتعرض فيه الفرد لشتى عمليات الاتصال فمنها البسيطة التي تمر من خلال أحداث يومية متتابعة ومنها المعقدة التي تتضمن أهداف معقدة سلفا تطمح لتحقيق مكاسب سواء مادية أو معنوية فتؤدي بالفرد إلى تغيير بعض من عاداته، سلوكياته وحتى اتجاهاته.

ومع التطورات التي يشهدها هذا العصر ظهرت وسائل إعلامية جديدة ساهمت بدورها في تطوير وتحويل اللغة جذريا، واستطاعت تنمية اللغة العامة بوسائلها الاتصالية التي أنشأت كلمات لم تكن موجودة من قبل على الصعيد الاقتصادي والسياسي، والاجتماعي، وقد اقترن هذا التطور بظهور لغة من نوع جديد غير اللغة الأدبية بمستواها التذوقي الجمالي، واصبح ما يسمى باللغة الإعلامية واللغة المستخدمة في وسائل الإعلام (الصحافة، الإذاعة، التلفاز).

وهذا النمط اللغوي الذي أصبح يشكل نوعا إعلاميا متميزا داخل الصحافة المكتوبة شكل لنا منطلقا لبحثنا هذا من خلال محاولة التعرف على اللغة الإعلامية في الصحافة المكتوبة على اعتبار ان الرسالة الإعلامية هي من اهم عناصر عملية الاتصال الإعلامي وبالتالي فإن اهم عناصر الاتصال يتمثل في اللغة او الرسالة الإعلامية التي يتصل من خلالها فرد بآخر او جهة اخرى.



وعليه يمكننا طرح الاشكالية التالية: ما مكانة اللغة الإعلامية في الصحافة المكتوبة؟ وهل يمكن ارجاع بسبب مزج لغة الصحافة بين العامية والفصحى عبر اجهزة الإعلام إلى فشل المجامع والمؤسسات اللغوية في علاج الظاهرة؟

وراء اختيار هذا الموضوع الذي وسمناه ب "اللغة الإعلامية في الصحافة المكتوبة جريدة النهار _ أنموذجا _ عدة أسباب أهمها:

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث.
- الميل إلى البحوث الميدانية باعتبارها تفسح مجالاً واسعاً للبحث والقدرة على ملامسة الظاهرة اللغوية في وضعها الحي والطبيعي.
- تتيح لي فرصة التحليل في الموضوع، وكذلك الاقتناع بما نحله وما نصل إليه من نتائج ملموسة قريبة من الواقع اللغوي.
- الرغبة في التوسيع أكثر في مجال اللغة الإعلامية الذي أصبح يفرض نفسه في كل المجالات من خلال الإحاطة بمختلف أبعاده.
- وتتمثل أهمية هذه الدراسة في كونها تتوجه إلى مرفق حيوي وهام في المجتمع وهو الإعلام وفيها يتم الوقوف على ما تدوره أجهزة الإعلام بمختلف أنواعها من اخطاء لغوية والبحث في أسباب شيوعها بين الجماهير.

- واقتضت طبيعة الموضوع أن نتبع منهاجاً وصفيًا إحصائيًا، وهو المنهج الوصفي الذي يسعى لوصف الظواهر اللغوية كما هي موجودة في الواقع وصفاً دقيقاً ومتعمقاً.

أما بالنسبة لبنية البحث فلقد قسمناه إلى مقدمة فيها سبب اختيار الموضوع والأشكالية وما تحمله من فرضيات، وقسمنا بحثنا إلى ثلاثة فصول الأول والثاني نظري أما الثالث فكان تطبيقي ثم خاتمة.

فجاء الفصل الأول النظري الذي عنوانه، سمات اللغة الإعلامية مقسماً إلى مفهوم اللغة الإعلامية وخصائصها وبين لغة الإعلام وأشكال اللغة الأخرى ثم الفرق بين اللغة الإعلامية واللغة الأدبية ثم اللغة الإعلامية بين الفصحى والعامية.

أما الفصل الثاني فكان عنوانه (الإعلام والاختفاء الشائعة) تطرقت إلى مفهوم الإعلام ومجالات تأثير وسائله ثم مفهوم الخطأ الشائع وعوامل حدوث الخطأ الشائع وتفسيره، كما تناولنا في هذا الفصل الحلول لتفادي الأخطاء اللغوية الشائعة.

أما الفصل الثالث التطبيقي والمعنون ب (واقع اللغة الإعلامية في جريدة النهار) ويحتوي على مبحثين الأول مخصص حول لمحة عن جريدة النهار، أما المبحث الثاني حول تحليل الاستبانة وفيه قمنا بتحليل الاستبانة لموزعة على

مقدمة:

الصحافيين والإعلاميين في اللغة، والمتقنين حول احصاء ورصد الأخطاء الشائعة
وختمنا الجزء التطبيقي بنتائج البحث وخاتمة.

ومن اهم المصادر والمراجع في البحث مدخل وسائل الإعلام لشرف عبد
العزیز، وككل باحث وباحثة فقد واجهتني بعض الصعوبات أثناء انجاز هذه
الدراسة، إلا اننا تمكنا من تجاوزها، وذلك بالإصرار والعزم على بلوغ الغاية
المنشودة وفي قطف ثمار هذا العمل المتواضع وتقديم ما يخدم اللغة العربية ولو
بصورة محتشمة.

وفي الختام لا يفوتني ان اتقدم بجزيل الشكر وعظيم الثناء لأستاذي المحترم
الدكتور " لمكروم سعيد " الذي علمني أن أجيد البحث، واسعى للأفضل دائما
معرفة ومنهجية ومد لنا يد العون والنصائح القيمة، وأخيرا أرجوا من الله تعالى أن
يوفقني في هذا البحث.

تعتبر اللغة الاعلامية الوسيلة التي يتم من خلالها الاعلام من نقل للأفكار وتتنوع بتنوع وسائل الاعلام، فاللغة المستخدمة في الاذاعة تختلف بشكل كبير عن لغة التلفاز. وهذه الأخيرة تختلف عن اللغة المستخدمة في الصحف كونها تجمع بين الصوت والصورة عكس اللغة الاعلامية المتداولة في الصحف التي تفنقر إلى هذه العوامل السمعية البصرية¹. كما أنها تعتبر الكلام المنطوق، او الكتابة، أو الاشارات التي ترسل بواسطة وسائل الاتصال المعروفة والشائعة في عصرنا وهي الصحافة، الاذاعة، التلفزيون، الأنترنت عبر سلسلة التفاعلات متبادلة بين المرسل والمستقبل والرسالة.

وكما تهدف اللغة الاعلامية إلى مناشدة حاسة الجمال عند القراء بل تتعدى هذا إلى أهداف محددة كالأخبار والاعلام التسلية، الاعلان، الاقناع. وكذا العلوم والتنشئة الاجتماعية. ومراعاة قواعد اللغة الاعلامية هو اختيار الألفاظ المناسبة وترتيبها بالترتيب الصحيح والتأليف بينهما تأليفاً ويخرج النصوص الاعلامية المختلفة معدة على وجه معقول منسقة الاجزاء مرتبطة الوحدات منظومة بصورة تخلو من التنافر والشذوذ².

إن الاعلام مادة هامة وأساسية إلا أنه يعبر عن حاجة اجتماعية ووسائله تلعب دور في عملية تفاعل الانسان مع محيطه وقد طرأت تغيرات على الاعلام عن طريق الثورة

¹ محمود خليل هبية محمد، انتاج اللغة الاعلامية في النصوص الاعلامية، القاهرة، (د.ط)، 2002، ص

² المرجع نفسه، ص29.

التكنولوجية لكن لم تغير من وظيفته ودوره. وهذه التغيرات أضافت أدوات جديدة. لوسائله (الانترنت) كعولمة الاعلام والثقافة. إذن مفهوم الاعلام يجمع مختلف الوسائل ويتهدى مجرد تبني تجهيزات وممارسات العمل الصحفي بل هو مفهوم يتعلق بالدراسة لذلك يؤكد على ان رسالة الاعلام لابد ان تكون ملتزمة بالقيم والتقاليد النبيلة فالإعلام ليس مجرد تقنية بل هو رسالة نابغة بالحياة وقيمها لكي يكون صوتا للحقيقة وليس منيرا لتبرير الظلم. ولا تعدو اللهجات أن تكون أدوات ووسائل للتعبير البيئي الضيق¹.

وقد التزم رجال الاعلام بالقواعد اللغوية الصحيحة وحرصوا على اتخاذ اللغة الفصحى لغة حديث وكتابة يقدمون بها برامجهم ويكتبون بها مقالاتهم واحاديثهم ويعبرون بها عن مختلف الامور كان ذلك دليل على رقي اللغة الاعلامية في جميع مجالاتها وأنها تتمتع بخصائص إعلامية أيضا تجعلنا نلاحظ أننا نتفق مع غايات الاعلام الحديث من حيث أنه أداة وظيفية وليست فنا جماليا يقصد لذاته ولا شك أن بغض دعاوي استخدام العامية في وسائل الاعلام لا يعتبر تعبيراً موضوعياً فغن اللغة الاعلامية التي تحملها أجهزة الاعلام هي التي يفهمها من يتكلمون العربية على كافة الأصعدة وفي مختلف المستويات وبين الشعوب العربية.²

¹ فؤاد أحمد الساري، وسائل الاعلام النشأة والتطور، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، (د.ط)، (د.س)، ص 31.

² المرجع السابق، ص 32.

فالإعلام لا يمكن ان يجد التربة الخصبة التي ينمو فيها والمجال الذي يمارس فيه نشاطه بدون لغة تصوغ رسائله وتنقل الأفكار التي تتضمنها وأجهزته تلتزم العربية السليمة وهي أحسن مصدر للتعليم اللغو ومحاكاتها.

ولغة الإعلام هي الفصحى السهلة المميّزة في مستواها العلمي عن المستويين العلمي التجريدي والتذوق الجمالي وهذا المستوى العلمي الفصيح في اللغة يعين الرجل العادي على التزود بالثقافة في مفهومها العام. ويأخذ إلى مجال من الفكر أوسع وأرحب.¹

فالصفحة المطبوعة هي الوسيلة التي يمكن للجمهور فيها ان يجد درجة الحركة والنشاط فهي تستمر في القراءة أو التوفيق عنها ويتمكن أيضا من الرجوع بملاحظة القراءة إلا أن هذه الحاجات والايجابيات التي تميز الصفحة المطبوعة قد لا تكون ذات أهمية كبيرة بالنسبة للجمهور العادي ولكنها تمثل كل شيء بالنسبة للجمهور العادي ولكنها تمثل كل شيء بالنسبة للجمهور المهم ومن ثم فهي بمثابة المصدر الرئيسي للمعلومات.

ومن المعلوم أن العلماء قد انفقوا جهودا مضية ووقتا طويلا في البحوث للرسالة الإعلامية من كتابتها وتحديدها وفنون صياغتها حيث أنه يتخيل المرء ان زاوية الرسالة هي الوحيدة التي شغلت الباحثون الزوايا الأخرى غير أن المواقف الاتصالية أشمل وأعظم فهي مواقف سلوكية تقدم فرصا متزايدة للمشاركة في الخبرة وتحقيق الاهداف وكسب المعرفة للسيطرة على البيئة من خلال الرموز فلغة الفن الصحفي والاعلامي تقوم على الوظيفة

¹ المرجع نفسه، ص 32.

الهادئة والوضوح والاشراق وتكاد تكون فنا تطبيقيا قائما بذاته فالفن الصحفي تعبير اجتماعي شامل ولغته ظاهرة مركبة خاضعة بمظاهر النشاط الثقافي من علم وفن.¹

فالصحافة واجهزة الإعلام لها تأثير كبير على اللغة فهي التي خلصت النشر العربي من الزخارف اللفظية كالسجع والطباق وغيرها من المحسنات البديعية التي كانت تعتبر عبئا على التعبير واحلت محل هذا الأسلوب المزخرف الأسلوب المرسل السهل السريع الذي يحرص على المادة الفكرية والعاطفية والتعبير عنها. أكثر ما يحرص على اللغوية والزخرفة اللفظية وكان للصحافة فضل كبير في خلق لغة الإعلام التي تجمع بين البساطة والجمال وسرعة الاداء.

فالصحافة تعمل على إرضاء حاجة قديمة تتمثل في نشر الأنباء وإعلام الرأي العام بالأحداث يوما بعد يوم ولكنها تعد تاريخيا من أقدم وسائل الإعلام مقارنة بالسينما والراديو والتلفزيون ومن أنواعها نجد: المجلات الأسبوعية، الجرائد اليومية، والدوريات بحيث تعد الصحيفة المطبوعة إحدى وسائل التأثير على العاطفة الإنسانية والتفكير والسلوك وهي تنفرد بنقطة ضعف معينة تتمثل في نفس الوقت مصدرا لقوتها إذ أنها وسيلة الاتصال الجماهيرية الوحيدة. التي تحظى بصوت الانسان ومن ثمة تفتقد عنصرا معيناً يتمثل بالنسبة لكل من الإذاعة والتلفزيون والسينما مصدرا للتفاعل والجاذبية.²

¹ يوسف مرزوق، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار المعرفة الجامعية، ط1، 2009، ص 59.
² حنان اسماعيل عمارة، الترويج الاعلامي في اللغة العربية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، 2001، ص 28.

فهو يهدف إلى نشر ثقافة التواصل بين الناس ونقل المعاني والأفكار إليهم فهو أداة وظيفية فالصحفي يكتب لكل الناس في كل الأوقات وعليه جعل رسائله مفهومة لدى جميع القاء.

وإن مسؤولية الصحف لها أهمية كبيرة بحيث تقوم بمهمة تعميم المفردات والمصطلحات العلمية وهي تثري القاموس اللغوي وبلغتها غير المعقدة وجملها القصيرة وعناوينها البارزة تسهم في نشر اللغة العربية فهناك كلمات ارتبطت بأحداث تاريخية مرت بها الجزائر في فترة معينة وأسهمت بدورها في تنمية الرصيد اللغوي للمشاهدين والمستمعين.¹

كما ان الجملة في الصحافة تتميز بالواقعية عكس الجملة في الأدب التي تركز على الخيال والبلاغة اللفظية. ففي الصحافة المكتوبة ينبغي استعمال الأسلوب العلمي المأدب² فطبيعة الجملة الصحفية هي تداولية وصفية تتسم بالعمق والمباشرة. وقصر الجمل، فالصحافة تعتمد على اللغة المضغوطة إلى الاقتصاد في اللغة لكن قصر الجمل لا يعني تدهور الأسلوب بل العكس .

¹ يوسف مرزوق، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، مرجع سابق، ص 60.

² سامي عياد حنا وآخرون، معجم اللسانيات الحديثة، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، (د.ط، 1997، ص 129.

تعريف اللغة الإعلامية:

إن تحديد مفهوم اللغة الإعلامية لا يستغني عن نتائج الدراسات اللغوية بمختلف ميادينها إذ تمدها بما تهتدي إليه من ظواهر لغوية وما تكشفه من بحوث فنية تفيد في دراسة لغة الإعلام وتهذيب ألفاظها وتوسيع نطاقها وترقية مفردات جديدة على مفرداتها وتدعيم خصائص هذه اللغة الإعلامية من تبسيط وسلامة ووضوح واقترب شديد من لغة الواقع الحي المثقف دون أو هبوط إلى العامية فاستخدام اللغة العلمية التي تعبر عن الحياة والحركة والانجاز هي اللغة الإعلامية المؤثرة حقاً¹.

استخدام مصطلح اللغة الإعلامية في القنوات التلفزيونية مع تطور البث الرقمي وانتشار الفضائيات، ضمن المعلوم أن اللغة الإعلامية المستخدمة في الصحافة، فاللغة بما انها نسق من الاشارات موجود في كل مجتمع وان كل كلمة تقوم مقام رمز، فإن الكلمات أصلاً ليست رموزاً اصطلاحية مجردة وإنما هي تراكيب لغوية تهدف إلى نقل المعاني، وان ليست رموزاً اصطلاحية مجردة وإنما هي تراكيب لغوية تهدف إلى نقل المعاني.²

وان مدلولها الرمزي يتغير في سياق الكلام كل مرة تستعمل فيها فتعطي دلالة ونكهة خاصة تختلف عن سياقاتها خاصة عندما يتعلق الأمر بالتعبير الإعلامي وينقل

¹ محمد نادر، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2007، ص 31.

² المرجع نفسه، ص 32.

المعلومات في إطار ما يسمى اللغة الإعلامية، ويمكن تعريف اللغة الإعلامية بأنها الأداة التي يقوم الإعلاميون من خلالها بتحويل المعلومات والأفكار إلى مادة مقروءة أو مسموعة أو مرئية يمكن تلقاها وفهم واستيعاب ما تحمله من مضامين توضح في أشكال فنية معينة.

فهي اللغة التي تشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام وهي قاسم مشترك في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم الاجتماعية والانسانية والفنون والآداب ذلك لأن مادة الإعلام هي التعبير عن المجتمع والبيئة تستمد عناصرها في كل فن وعلم ومعرفة.¹

فاللغة هي وسيلة الإعلام أو منهج الذي تنقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل، فاللغة اللسانية والاشارات والصور وغيرها كلها وسائل لنقل الرسالة. ويذهب الدكتور عبد العزيز شرف كذلك إلى أن الكلمات في وسائل الإعلام بها صورتان من الوجود: وجود القوة ووجود الفعل الأمر المستوحى من فلسفة أرسطو فكل كلمة تسمع أو تتطرق تترك في أثرها مجموعة من الانطباعات في ذهن كل متكلم وسماع، يبشرك الأول بطريق إيجابي خاصة

¹ محمد نادر، لغة الخطاب الإعلامي، مرجع سابق، ص 93.

في وسائل الإعلام بوصفه مهما في الاتصال، والثاني بطريق سلبي بوصفه مستقيلا وبشكل المعنى المشكلة الجوهرية في علم الإعلام اللغوي.¹

اللغة الاعلامية هي لغة مباشرة تصل إلى الهدف الذي تقصده بطريقة فورية عن طريق البساطة والايجاز والوضوح. واستعمال المصطلحات براءة نتيجة ظاهرة التداخل اللغوي ومن وراء ذلك عليها توظيف قصر العبارات واستخدام الجمل البسيطة السريعة إلى الاستيعاب والفهم والتي تعمل على جذب السامع بهدف الارتقاء بالمفهوم العادي ليكون مقبولا وجميلا.

ونقول أن الإعلام هو التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وسلوكها وميولها واتجاهاتها، وتعد لغته اهم أسباب نجاحه وهي في العادة تبنى على نسق علمي اجتماعي عادي، تحرص على مراعاة القواعد اللغوية بمراعاة البساطة في الأسلوب والاختصار.

وتحمل الدقة والوضوح اللذين يستلزمان صدق الإخبار.²

فالعلاقة بين الإعلام واللغة إنما هي علاقة عضوية فالإعلام لا يمكن ان يجد الرتبة الخصبة التي ينمو فيها . والمجال الذي يمارس فيه نشاطه بدون لغة تصوغ

¹ سامي الشريف وأيمن منصور، نداء اللغة الإعلامية المفاهيم الأسس التطبيقات، كلية الإعلام،

القاهرة، ط1، 2004، ص 34.

² صالح بلعيد، اللغة العربية العلمية، دار هومة، ط1، 2003، ص 130.

رسائله وتنقل الأفكار التي تضمنها. فاللغة كما هو معروف تكتسب بالسماع والمحاكاة فإن أجهزة الإعلام حين تلتزم العربية السليمة هي أحسن مصدر لتعليم اللغة ومحاكاتها. والتقريب بين اللغة السليمة واللغة المحكية¹.

وعلى الرغم من شيوع مصطلح الإعلامية وتداوله في كثير من الكتب والدراسات فإنه لا يوجد تعريف محدد ودقيقاً لهذا المصطلح إذ أن الكتب والدراسات تجنح لتوصيف هذه اللغة أكثر مما تجنح لتعريفها وتميل إلى ذكر خصائصها وسماتها أكثر مما تميل إلى ذكر عناصرها ومحددات اختلافها وتمييزها ومن ذلك ما ذهب إليه البعض من أن اللغة الإعلامية هي اللغة التي تشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحتة تستمد عناصرها من كل فن وعلم².

يذهب الدكتور عبد العزيز شرف إلى أن الإعلام هي لغة الحضارة وقد كان من طبعها أن يسعى الإعلام للإفادة من مزايا اللغة العربية حضارياً ويعرفها بأن اللغة الإعلامية هي ظاهرة مركبة خاضعة لكل مظاهر النشاط الثقافي من علم وفن وموسيقى وفن تشكيلي³.

¹ المرجع نفسه، ص 131.

² عبد العزيز شرف، مدخل وسائل الإعلام، دار الكتاب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 1999، ص 250.

³ المرجع نفسه، ص 251.

إن كل رسالة إعلامية يجب أن تستخدم أسلوب معين يناسب الجمهور من المستمعين والمشاهدين أو القراء من الناحية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية ليتحدى فيهم الأثر المطلوب ورجل الإعلامية أن يدرك أن واجبه الأول هو مساعدة الجمهور على فهم الكلمات التي تصوغ الرسالة الإعلامية صياغة لغوية واضحة تمكنه من فك رموزها واستيعابها وفهم محتوياتها ولا تعنى باللغة الإعلامية أنها لغة بنية على شق عملي اجتماعي عادي فهي في جملتها فن مستخدم في الإعلام بوجه عام.

يقول عبد العزيز شرف "استعمال اللغة الفصحى للإعلام ليس مطلباً عسير المنال فلغة الإعلام هي الفصحى السهلة المبسطة في مستواها العلمي والمرونة والعمق هي الخصائص التي تجعلها تنبض بالحياة والترجمة الامنية من المعاني والأفكار .

إذا كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها فإنها¹ تحاول كذلك أن تحرص على خصائص أخرى في الأسلوب وهي البساطة والإيجاز والوضوح والنفاز المباشر والتأكيد والأصالة والاختصار، فأصبحت اللغة الإعلامية تجنح إلى الاستغناء عن الكلمات الزائدة كأداة التعريف التي لا لزوم لها وأدوات التعريف اللازمة فلا تستغني عنها اللغة الإعلامية بأي حال من الأحوال كذلك تستغني عن الأفعال التي لا قيمة لها.

¹ احمد مختار، أنا واللغة والمجتمع، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2002، ص 192.

ففي استقصائنا عن كل هذه التعابير اقتصاد ذهني ومادي هو سمة من سمات لغتنا الإعلامية المباشرة.¹

إننا لا نعني باللغة الإعلامية ما توصف به اللغة العلمية من تجريد نظري إنما نريد باللغة الإعلامية أنها لغة بنيت على نسق عملي اجتماعي عادي فهي في جملتها فن يستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام.

هذه الخاصية في اللغة العربية ظاهرة من تركيب مفرداتها وقواعدها تركيب يرمي إلى النمذجة والتبسيط أخص الخصائص في اللغة الإعلامية التي تستخدم الرموز المجسدة أو الانماط أو النماذج التي تقوم مقام التجربة الفردية أو الجماعية لتنظيم التجارب الإنسانية العديدة.²

وتلك السمة البارزة في اللغة العربية هي التي جعلت استاذنا الراحل عباس محمود العقاد يذهب إلى ان علماء اللغات لا يعرفون لغة قوم تتراءى لنا صفاتهم وصفات أوطانهم من كلماتهم وألفاظهم كما تتراءى لنا أطوار المجتمع العربي من مادة ألفاظه ومفرداته في أسلوب الواقع وأسلوب المجاز ومن ذلك يبين ان اللغة العربية لغة دالة ترمي إلى النمذجة والتبسيط من خلال منهج لوضع الألفاظ للمعاني الجديدة يختار صفة من

المرجع السابق، ص 193.¹

عبد العزيز شرف، مدخل وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 129.²

صفات الشيء الذي يراد تسميته أو بعض أجزائه أو نواحيه أو تحديد وظيفة عمله واشتقاق لفظ يدل عليه من اللفظ الدال على صفته أو جزؤه أو ناحيته أو وظيفته.¹

في هذا الموضوع تختلف الأمم وتتفاوت في نظرتها للأشياء وفي وضعها للألفاظ الجديدة التي تطلقها على المسميات وفي اللغة العربية تؤكد هذه الصلة بين المدلول الأصلي للفظ والمعنى المقصود منه أو الشيء المسمى.²

خصائص اللغة الإعلامية:

تتميز اللغة الإعلامية بسمات شتى وهي تختلف بطبيعة الحال عن لغة العلوم والدراسات 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 غن تحرص على خصائص أخرى في الأسلوب وهي البساطة والإيجاز والوصول والنفاز المباشر والتأكد والأصالة والاختصار والصحة هذا ويدعوا أساتذة الصحافة الكتاب الى استخدام الألفاظ المألوفة توخيا للفهم وتجنب الألفاظ العلمية والاصطلاحية النادرة إلا إذا اقتضت الضرورة ذلك فينبغي شرحها واعطاء المفهوم الحقيقي لها والتوسل بالتفسير والتبسيط في تعميق المفاهيم الأصلية واشاعتها على أوسع نطاق بين الجماهير فمن بين المهمات الأساسية للصحفي تحويل أكثر الموضوعات

¹ المرجع السابق، ص 130.

² عبد العزيز شرف اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت، ط1، 1991، ص 59.

غموضاً أو علمية إلى جمل عربية بسيطة أسلوب ومفهومة المعنى ومن هنا يمكن إبراز خصائص الأسلوب الصحفي أو اللغة الإعلامية في النقاط التالية¹:

-البساطة والوضوح:

تعتبر هذه السمة من أبرز سمات لغة الإعلام ويرجع ذلك إلى طبيعة وسائل الإعلام من ناحية وإلى خصائص جمهورها من ناحية أخرى، فالجمل والمعاني وإن 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 قصد هذه المفردات وإيجاز الجمل غير البساطة لا تعني الانزلاق إلى استخدام اللهجة العامة.²

-المعاصرة:

يقصد بها أن تكون الجمل والتراكيب والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح العصر متنسقة مع إيقاعه فالجمل الطويلة والكلمات المعجمية والجمل المركبة لا تكون مناسبة للغة الإعلامية إلا في موضوعات معينة ومحددة فالأسلوب الصحفي قد تخطى عن تلك

¹ محمود محمد خليل محمد هيبية، إنتاج اللغة الإعلامية، في النصوص الإعلامية، مرجع سابق، ص 40.

² المرجع نفسه، ص 41.

التراكيب المعقدة والسرد الذي كان يضيفه الطابع الأدبي على الصحافة ككل حيث أن الجانب العلمي هو الذي أصبح يفرض صفة المعاصرة في الكتابة الإعلامية.¹

-أسلوب الدقة والتجسيد:

الدقة والتجسيد ضروريان لأنهما يمنعان الوقوع في مزالق التثرثرة والضياع في متاهات المفردات الغيبية فالدقة لا تكون باختيار الكلمة المناسبة التي تعبر عن الوضع أو الحالة النفسية أو الحقيقية تعبيراً مباشراً والتي لا تسمح بالتدخل بين المعذبين أو أكثر من كلمة ويمكننا أن نحصر الأسباب التي تؤدي إلى عدم الدقة حسب بونوسوم في ما يلي:

- ضغوطات توقيت صدور الصحيفة التي تدفع الصحفيين إلى عدم الاهتمام.
- عدم وجود إمام كاف لدى المندوبين بخلفية القصة الخبير كما يضيف جلال الدين الحماصي الأسباب التالية.
- الرقابة التي تدفع الصحفي لاستخدام تعبيرات مطاطية غير محددة.
- أخذ المعلومة من مصادر مختلفة.
- الاعتماد على مصدر واحد للمعلومة.²

¹ محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2003، ص 123.

² محمود خليل هبة محمد، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، القاهرة، ط1، (د.ت)، ص 40.

سلامة اللغة:

الخاصية الأساسية لكتابة الصحيفة هي سلامة اللغة وتحديد بعض ملامح هذه السلامة: الكتابة الإملائية الصحيحة، معرفة تطبيق قواعد النحو والصرف، حسن اختيار المفردات والاستخدام الامثل لعلامات الترقيم والوقف إذ ان الكتابة الإملائية المغلوطة تؤدي إلى تغيير المعنى المقصود إلى معنى آخر مغاير لا علاقة له بالأول كما توجد هناك قواعد لغوية معينة تحكم الأسلوب الصحفي كالاستخدام الأفعال المبنية للمعلوم بدلا من الأفعال المبنية للمجهول واستخدام الجمل القصيرة بدلا من الجمل الطويلة والابتعاد عن توظيف الجمل الاعتراضية بالإضافة إلى ضرورة الابتعاد عن استعمال المصطلحات الغامضة التي تترك القارئ.¹

-الجاذبية:

المقصود بهذه الخاصية أن تكون الكلمة قادرة على الحكي والشرح والوصف بطريقة مسلية ومشوقة في آن واحد فلا وجود لجمهور متشوق ومتلهف إلى الاستماع أو المشاهدة. أو القراء لمضمون جاف حال من عوامل الجاذبية والتشويق فيتم اختيار الكلمات والجمل والعبارات بدقة وعناية فائقة. وهذا من شأنه أن يجذب الجمهور ويلفت انتباههم.

¹ المرجع السابق، ص 40.

الاختصار:

المقصود بخاصية الاختصار انه مهما كان حجم الصحيفة كبير فإنها محدودة في صفحاتها والمطلوب كتابة أكبر عدد من الاختصار ولا بد أن تكون اللغة قادرة على الاختصار والإيجاز¹.

المرونة:

يعني هذا ان تكون اللغة المستخدمة في مختلف الوسائل الإعلامية قادرة على التعبير ووصف مختلف الموضوعات بسلاسة حيث تكون متعددة المستويات وبامكانها مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.

الاتساع:

يقصد بها اتساع اللغة الإعلامية فيجب أن تكون عدد المفردات كبير بحيث يلبي الاحتياجات المختلفة وتتسع اللغة الإعلامية بشكل يومي قد يكون الاتصال بالثقافات الخارجية وضرورة الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات أثر في زيادة حجم اللغة الإعلامية وفي اتساعها.

¹ مصطفى محمد حسناوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، 64.

القابلية للتطور:

آخر خاصية هي القابلية للتطور وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية فلغة الإذاعة في الثلاثينات تختلف عن مثلتها في الخمسينيات والستينيات¹.

بين لغة الإعلام وأشكال اللغة الأخرى:

أن لغة الاتصال الجماهيري هي التي تستخدمها في أجهزة الإعلام العربي المتعلقة بالخبر والمقال الصحفي والحديث والتقرير الصحفي ومقابلة الإذاعة والتلفازية نجدها لغة مباشرة تصل إلى الهدف الذي تقصده بطريقة فورية.

وأصبحت اللغة الإعلامية تنجح إلى الاستغناء عن الكلمات الزائدة كأداة التعريف التي لا لزوم لها أما أدوات التعريف اللازمة فلا تستغني عنها اللغة الإعلامية بحال من الأحوال، كما تسعى اللغة الإعلامية عن الأفعال التي لا قيمة لها وأيضا عن الصفات وظروف الزمان والمكان وأحرف الإضافة كما يمكن للغة الإعلامية لتغادي استعمال حروف الربط للكلمات بحيث لا تميل لغة الإعلام إلى الجمل الطويلة وأحيانا تميل هذه الأخيرة إلى التكرار الذي يعتبر عاملا مهما للقضاء على الغموض وازدواج المعنى. فالصحافي لا يتردد من تكرار كلمات معينة بغرض الوضوح وتبديد كل غموض محتمل على سبيل المثال عند الحديث عن الانفجار السكاني نجد ان عبارات مثل تحديد النسل ،

الامن الغذائي.... إلخ

¹ المرجع السابق، ص 65.

ترد بكثير وذلك رغبة فن الإعلام في تبديد كل غموض محتمل بشأن هذه

التعبيرات.¹

¹ وليد ابراهيم الحاج، اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، دار البداية، ط1، 2001، ص 121.

الفرق بين اللغة الإعلامية واللغة الأدبية:

يوضح الدكتور عبد العزيز شرف التمييز بين اللغة الإعلامية واللغة الأدبية ان لكل كلمة في اللغة الإعلامية يجب ان تكون مفهومة من الجمهور المستقبلين كما يجب أن تعرض بطريقة جذابة تحقق يسر القراء والاستماع أما اللغة الأدبية فإنها تتضمن فنون التورية وازدواج المعنى الذي يؤدي إلى تداعيه وخاصة في الشعر فهي بعيدة تماما عن لغة الإعلام لأنها تقطع التيار الإيصالي الذي يجب أن يضل مجراه صافيا وحين ننظر إلى لغة الإعلام التي تستعملها اليوم في الاتصال بال جماهير نجد أنها لغة مباشرة تصل إلى الهدف الذي تقصده بطريقة فورية.¹

وكذلك يكمن الفرق بين لغة الإعلام ولغة الأدب هو عنصر التكرار الذي يعتبر عاملا هاما للقضاء على الغموض وازدواج المعنى فالصحفي لا يتردد في تكرار كلمات معينة بغرض الوضوح وتبديل كل غموض محتمل.

وتمتاز هذه اللغة أي الإعلامية بالمرونة والقدرة على الحركة والتي تتمثل في استيعابها لمنجزات الحضارة وروح العلم وواقعية المجتمع الجديد وهي أي المرونة تكسبها جملها والجمال شرط أساسي لأي لغة، فاللغة الإعلامية العربية تؤثر الافصاح في التعبير عن ذلك كل تارة بالتقريب في كائن اللغة من الكلمات العربية التي تدل على ما طرا من

¹ عبد العزيز شرف، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص 265.

المسميات وتارة باستحداث ألفاظ وصيغ من المادة العربية تسند الحاجة على التعبير الحضاري في حياتنا الراهنة.¹

اللغة الإعلامية بين الفصحى والعامية:

إذا كانت اللغة الإعلامية هي اللغة الشعرية أو الشاعرة كما وصفها الأستاذ العقاد لغة بنيت على نسق الشعر في أصوله الفنية والموسيقية فهي في مجملها فن منظوم منسق الاوزان والأصوات لا تتفصل عن الشعر في كلام تألفت منه فاللغة العربية هي لغة إعلامية ونريد بذلك أنها لغة بنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث تعرض مواد مبسطة يسهل على الجماهير فهمها كما انها تتماشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده.²

فلألفاظ العربية تدل على تفكير العرب ونظرهم إلى الأشياء واللغة العربية لغة دالة ترمي إلى التبسيط من خلال منهج لوضع الألفاظ للمعاني الجديدة يختار صفة من من صفات الشيء الذي يراد تسميته أو بعض أجزائه أو نواحيه أو تحديد وظيفته وعمله وعليه فإن اللغة الإعلامية لا تختلف في منهج تطويرها للغة كما يريده اللغويين وحراس اللغة وبالرغم من أن الصحفي مطالب بتكييف أخباره، ومقالاته وفنونه التحريرية وفقاً للقوالب الصحفية المنشورة، فإن عليه أن يحرص على القواعد المصطلح عليها في النحو

¹ المرجع السابق، ص 266.

² سامي الشريف وأيمن منصور، نداء اللغة الإعلامية المفاهيم الأسس والتطبيقات، مرجع سابق، ص 123.

والصرف والبلاغة وما إلى ذلك، وإن كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد المصطلح عليها، فإنها تحاول كذلك أن تحرص على خصائص أخرى من بساطة وإيجاز ووضوح ونفاذ مباشر وتأكيد وأصالة وجلاء واختصار وذلك لأن كل كلمة في اللغة الإعلامية يجب أن تكون مفهومة من قبل الجمهور المستقبل كما يجب أن تعرض بطريقة جذابة تحقق يسر القراءة والاستماع.¹

إن أنواع التورية وازدواج المعاني أو الحالات الانفعالية حول الألفاظ وغيرها من فنون الأدب التي تؤدي إلى المعاني الخاصة في الشعر فهي بعيدة تماما عن لغة الاعلام لأنها تقع تيار الاتصال الذي يجب أن يضل مجراه صافيا من هذه الانواع الزخرفية. فاللغة العربية لغة غنية وثرية وبالتالي فهي تقبل أي تجديد أو أي ألفاظ جديدة تطرأ عليها، تلك التي تفرضها واقع الحال أو المرحلة الزمنية والتي لا يمكن التعبير عنها بالألفاظ القديمة التي هي أيضا لم تكن وليدة مرحلة زمنية فمن أهم المقاييس التي يعرف بها ارتفاع اللغات هو مقياس الدلالة على الزمن، وهذا المقياس يصبح من أهم مظاهر اللغة الإعلامية، لان الصحفيين ورجال الإعلام يكتبون لكل الناس في كل الأوقات وليس لجزء من الناس، فكل كلمة تتضمنها عبارات النص الإعلامي يجب أن تكون مفهومة من

¹ المرجع السابق، ص 124.

عامة القراء وجمهور المستقبلين، ولهذا تظهر بلاغة اللغة الإعلامية من علامات الزمن في انفعال لغتنا الام.¹

وهذا راجع إلاّ اذ عامل الوقت يلعب دورا رئيسيا في تغطية الأخبار وتحريرها وإخراجها من جهة، كما يتميز الإعلام بالدورية والايقاع من جهة أخرى، فهو يروي حدثا يعينه في إطار زمن محدد.²

فاللغة التي تدل الزمن بعلامات مقررة في الفعل أنسب وأصلح للإعلام من اللغة التي خلت من تلك العلامات وبمقدار الدلالة تكون هذه اللغة الإعلامية أكثر من تلك أن الكلمات لا تستعمل في واقع اللغة الإعلامية تبعا لقيمها التاريخية، ذلك ان الألفاظ في الإعلام قيمة وقتية أي محددة باللحظة التي تستعمل فيها وقيمة المفردات خاصة بالاستعمال الوقتي الذي تستعمله، وقد تمر لحظة تستعمل فيها كلمة ما استعمالا مجازيا، ولكن هذه اللحظة لا تطول لان اللفظة في اللغة ليس لها إلا معنى واحد في الوقت الواحد.³

إن استخدام اللغة العربية بشرطها الفصح والعامية في وسائل الإعلام ومدى وملائمة كل منهما في الوقت نفسه أدى إلى ظهور تيارين، تيار يؤيد استخدام اللغة العربية الفصحى

¹ محمد نادر، لغة الخطاب الإعلامي، مرجع سابق، ص 38.

² المرجع نفسه، ص 39

³ محمد، عبد المطلب، لغة الإعلام بين الفصحى والعامية، ضمن، مجلة الباحث العلمي، جامعة بغداد، كلية الإعلام، العدد الأول، 2005، ص 177.

في وسائل الإعلام والآخر يرفض هذا المبدأ داعياً إلى استخدام العامية بدلا منها، إذ يرى التيار الأول (الفصيحي) أن استخدام العامية تعتبر تهجينا وإفساد للغة والثقافة، وان اللغة العربية الفصحى تؤدي إلى فوائد عدة منها تنمية الحسن الفني لجمالية اللغة وخلق مناعة مستمرة تجاه عوامل التجزئة على الصعيد القومي والوطني، بينما سيؤدي استخدام العامية إلى تكريس التجزئة الوطنية والقومية وبالتالي فهي انتحار.¹

بينما يرى التيار الآخر أن واقع الحال يفرض استخدام العامية، فهي اللغة المشتركة الأقرب إلى فهم الجمهور، وهو ما ترجعه الباحثة " فريال مهنا " في جنوح اللغة الإعلامية من خلال الاستعانة بالعاميات إلى أن وسائل الإعلام الجماهيري صنعت جمهوراً، اعلامياً يحتوي على شرائح أمنية أو شبه أمنية أبجدياً وثقافياً مما جعل الفصحى تشكل حائلاً اصطلاحياً وتواصلية وتأثيرياً لا يمكن تخطيه إلى باللجوء إلى العاميات إلى أغلب موادها أن ذلك هو الوسيلة المثلى لاستقطاب الجمهور، مدفوعة باعتقاد أن مواكبة العصر والتطور ومحاكاة الأمم الأكثر تقدماً.²

إذن، ما يستوجب الابتعاد عن الفصحى. واللجوء إلى العامية زد على ذلك المضامين الهابطة لبعض المواد (البرامج) وخاصة الترفيهية إضافة إلى تمسك بعض الأوساط

¹ المرجع السابق، ص 178.

² محمد، عبد المطلب، لغة الإعلام بين الفصحى والعامية، مرجع سابق، ص 177.

الثقافية والأكاديمية بحرفية اللغة العربية إلى حد التعصب مما يدفع العديد من القائمين على الإعلام نحو التخلي التدريجي عن اللغة الفصحى.¹

¹ المرجع نفسه، ص 178.

تعريف الإعلام:

لغة: مشتق من علم وهو فعل ثلاثي مزيد بحرف واحد من علم وأعلم على وزن أفعل من فعل.

وقد جاء في " لسان العرب " لابن منظور العلم نقيض الجهل، علما علما وعلم هو نفسه ورجل عالم وعليم وعلمت الشيء يقال ما علمت بخبر قدومه، أي ما شعرت، علم الأمر ونعلمه اتقنه وعلمت يتعدى إلى مفعولين: نقول علمت عبد الله عاقلا، ويجوز أن نقول: علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته¹.

وورد في القرآن الكريم في قوله تعالى: " وَتَلَّمَّ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّمَا تَمَّ مَرَضُهُمْ تَلَّى الْمَلَائِكَةُ فَقَالَ أَنْبِئْنِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ عَادِقِينَ قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ " ²

صدق الله العظيم

يقول العرب استعمله الخبر. فأعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد طلب معرفته فلغويا يكون معنى الإعلام نقل الخبر، وهو نفس المعنى الذي يطلقه العلماء على عملية الإعلام.³

¹ ميشال فوكو، حفريات المعرفة، تر: سالم يقوت، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط2، 1987، ص 76.

² سورة البقرة، الآية: 31_32.

³ عبد الحافظ، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، 1888، ط1، ص 84.

اصطلاحاً: هو التعبير بقضايا العصر وبمشاكله وكيفية معالجتها في ضوء النظريات. والمبادئ المتعددة من نظام أو دولة من خلا وسائل الإعلام المتاحة فهو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها في الوقت أنه الإعلام يقوم على تزويد الناس بقدر كبير من المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة يكون هدفه التنوير والتثقيف ونشر الاخبار التي تنساب إلى عقول الناس وترفع مستواهم الثقافي والأخلاقي كما تنشر تعاونهم لخدمة المصلحة العامة.¹

وهو كافة أوجه النشاط الاتصالي التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والاحاطة الشاملة لدى فئات من الجمهور المتلقي للمادة الاعلامية وبما يساهم في تزويد الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة.²

الإعلام يعكس في النهاية الواقع الاجتماعي النفسي ويكاد يكون المرآة التي نرى فيها صورة مجتمع ما ولا نبالغ غز قلنا أن الإعلام أصبح يمثل حاجة أساسية فالإعلام

¹ علي عبد الفتاح، إدارة الإعلام، دار البازوني العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص 145.

² مختار الفتاح الستوس، الإعلام الدولي الأسس والمفاهيم، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2001، ص 13.

هو الذي يشير إلى عنصر خاص بالمعرفة ترتبط بحاجة اجتماعية وهي الاتصال بين الأفراد داخل المجتمع وخارجه.¹

أطلق اسم الإعلام حديثاً على ذلك الجانب من الاتصال الذي يتعلق بتمكين الناس من التزود بالحقائق والمعلومات والأخبار بمختلف الوسائل المتاحة في العصور المختلفة ابتداءً من قرع الطبول ونفع الأبواب حتى أعظم الوسائل تقدماً في العصر الحديث مثل التلفزيون والإذاعة وبهذا المفهوم يعتبر الإعلام موجوداً منذ القدم.²

يقول فرنان تتيرو " الإعلام هو نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور.

يعرفه الدكتور ابراهيم امام " إن الغاية الوحيدة من الإعلام هي الاقناع عن طريق المعلومات والحقائق والارقام والاحصاءات ونحو ذلك.³

الإعلام بهذا هو " سياق معاصر منظم ومقبول من الجميع وبات يكون محيطاً عاماً حقيقياً ومنتسحاً قادراً على جذب الآخرين والتحكم بوعيهم".⁴

¹ المرجع السابق، ص 14.

² داليا محمد تيمور زكي، الوعي السياسي والتنمية السياحية ومفاهيم وقضايا، مؤسسات الجامعة، ط4، 2008، ص 129.

³ ابراهيم امام، دراسات في الفن الصحفي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1969، ط1، ص 44.

⁴ رفيق السكري، الإعلام والإعلام العربي المعاصر، دراسة في الواقع والمتغيرات، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، ط1، 2001، ص 49.

أطلق اسم الإعلام حديثاً على ذلك الجانب من الاتصال الذي يتعلق بتمكين الناس من التزود بالحقائق والمعلومات والاختبار بمختلف الوسائل المتاحة في العصور المختلفة ابتداء من قرع الطبول ونقع الأبواق حتى أعظم الوسائل الإعلام تقدمها في العصر الحديث مثل التلفزيون و الإذاعة.¹

الإعلام كما يعرفه الدكتور عبد اللطيف حمزة هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثانية التي تساهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبير موضوعياً من عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم، فرسالة الإعلام هي الاقناع عن طريق المعلومات والحقائق الموثقة وهو يقوم على الوضوح والدقة في الرواية ويلتزم بالصدق، الأمانة وهو يخاطب العقول لا الغرائز ويستخدم التوضيح والشرح والتفسير والتعليق والجدل المنطقي في تحقيق غايته.

هناك تعريف مختصر وموجز للعالم الألماني " أوتوجروث " حيث يعرف الإعلام أنه التغيير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت فالإعلام تعبير موضوعي ومعنى ذلك أنه ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الصحفي او المذيع أو رجل

¹ داليا محمد تيمور زكي، الوعي السياسي والتنمية السياحية ومفاهيم وقضايا، مرجع سابق، ص 129

السننما أو التلفزيون وإنما هو تعبير موضوعي خالص بمعنى أنه يقوم على الحقائق أو الأرقام أو الاحصاءات.¹

مجالات تأثير وسائل الإعلام:

يملك الإعلام القدرة على البصر والسمع إلى آفاق بعيدة على مضاعفة الأصوات والكلمات طالما هناك من يسمع ويقرأ لذا يقع على عاتق الإعلام مسؤولية كبيرة لإخبارنا بما يدور في الأفق من موضوعات ويحدد ما يجب القيام به اتجاه هذه الموضوعات وللإعلام وظائف في المجتمع نستطيع ان نوجزها في الآتي:²

الإخبار والإعلام:

هو تزويد الجمهور والبيانات الصحيحة من الأحداث والقضايا والظواهر والمشكلات وأحيانا تكون هذه المعلومات ليس في حاجة إليها مما يساعد الفرد على تكوين رأي واتجاه ما يدور من أحداث ويشكل وعيه بالقضايا المطروحة والاحداث.

نشر الثقافة:

هو عرض مجموعة من القيم والمفاهيم والمعتقدات وأساليب الحياة المختلفة سواء المحلية أو الدولية بغرض التأثير على الجمهور بتعديل معتقداتهم او ميولهم وخاصة تلك

¹ محمد منير حجاب، الإعلام السياسي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2002، ص 54.

² داليا محمد تيمور زكي، الوعي السياسي والتنمية السياحية ومفاهيم وقضايا، مرجع سابق، ص 132

الخاطئة فالإعلام يعمل على توسيع آفاق الجمهور ومجال حياتهم وبضاعف من تجاربهم بمشاهدة أحداث ما كانوا يتخيلوا حدوثها وجها لوجه.

أخذت وسائل الإعلام تسهم في نشر الثقافة تنميتها لا سيما الادب لذلك أصبحت لها وظيفة ثقافية ونافست الكتاب منافسة شديدة في أداء هذه الوظيفة بحكم أنها أرخص ثمنًا وأكثر انتشارًا وأسهل قراءة من الكتب لذلك نجد أدبيا لا يكتب في الصحف ذلك لأنها أقوى وسائل الاتصال بال جماهير و غن كانت الأجهزة الآلية كالإذاعة والتلفاز تتنافس الصحافة أيضا في شتى وظائفها.

كما توجد وظائف أخرى يتميز بها الإعلام وهي التعليم والترفيه... إلخ.¹

¹ وليد ابراهيم الحاج، اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، المرجع السابق، ص 106.

مفهوم الخطأ الشائع:

هو الذي يرتكب في العرف اللغوي لكنه يتداول على أساس أنه لا يحمل الخطأ الذي يخل بالأصل ومن ذلك يترك أحيانا على تحريفه على اعتبار الخطأ لا فرق بين الخطأ الشائع المستعمل والصواب المهجور غير المستعمل بل إن الخطأ الشائع أفضل منه ومن هنا يقولون: خطأ شائع أفضل من صواب مهجور.

ومن هنا نرى أن الأخطاء الشائعة لا تنتمي إلى الأخطاء النظامية ولا إلى الأخطاء غير النظامية بقدر ما تمزج بينهما كل حسب نوعية الخطأ. فإن كان الخطأ في المتن اللغوي فهو خطأ نظامي وإن كان في الأداء فهو خطأ غير نظامي، والذي يحدد نوعية الخطأ هو التحليل والتصنيف ويجب التنبه في هذه النقطة إلى أن مفهوم الخطأ الشائع واسع ويمتد إلى جوانب عديدة في اللغة إلا أن ذكرنا الخطأ الشائع ينصرف ذهنيا إلى الأخطاء ذات العلاقة بالمستوى التركيبي¹.

أو جهلهم بالقاعدة بعضها هفوة من الهفوات أو زلة لسان أو قلم كما يقال يأتي أحيانا من دارس اللغة ليقترّب من أداء المتكلم الأصلي لتلك اللغة وبعضها تصدر من لغة الصحافة حيث ساهمت وسائل الإعلام في تفشي الأخطاء الشائعة، لأنها تلقي عن الناس وتقوم بنشر الخطأ على أوسع نطاق فمثلا ساهمت لغة الصحافة في بعض القواعد باعتمادها

¹صالح بلعيد، اللغة العربية العلمية، مرجع سابق، ص 141.

البساطة والايجاز حتى شاع فيها الخطأ، واستغل امام ما تدره تلك الوسائل لدرجة أنك تسمع أحيانا إلى ما يقلق البال.¹

عوامل حدوث الخطأ الشائع:

يرجع إلى مجموعة عوامل والتي يمكن أن نجملها في ما يلي:

- 1- ما تدره مدرسة الشارع من تحريفات وتعابير قريبة من اللغة.
- 2- التسامح اللغوي الذي يحدث نتيجة الاحتكاكات، وتحدث في البداية على نطاق ضيق ثم تتطور إلى أن
- 3-الإعلام وما يدره من أخطاء في التغطيات الصحفية او الندوات التلفزية.
- 4-عدم تكامل البناء اللغوي بين المدرسين فأحدهم يبني القواعد وآخر يهدمها بدعوى (المهم...الفهم).
- 5-القصور والاستيعاب.
- 6-قلو الاستعمال والتطبيق.
- 7-عدم مراعاة النطق السليم للحروف.
- 8-عدم إجراء تصويبات إملائية (حصص التصحيح).²

¹ المرجع السابق، ص 142.

² المرجع نفسه، ص 147.

تفسير الأخطاء الشائعة في وسائل الإعلام:

هناك أسباب أدت إلى الوقوع في الأخطاء ومنها ما يلي:

1- ضعف الصحفيين في النحو والصرف.

2- تأثير العامية.

3- تعميم القاعدة: قد يعرف الصحفيين شيئاً من الحو والصرف ولكن معلوماتهم

ناقصة. فمثلاً عرف بعضهم ان الممنوع من الصرف يجر بالفتحة دون معرفة انه

لو كان مضافاً او معرفة ب "ال" فيجر بالكسرة.

4- التفاضل: فقد رأى بعضهم كما يبدو ان كل ما يرد في اللهجات العامية ليس

فصيحا. فقد رأوا أن يفرضوا تصورهم لما هو فصيح مثل: قالوا تبيئة بدلا من بيئة¹.

5- ربط الحركة الإعرابية بالمعنى: يعرف البعض أن المفعول به منصوب، ولهذا

نصبوا نائب فاعل، فهو مفعول به لم يذكر فاعله، مثل: أصيب جنديين بدلا من

جنديان.

6- ربط الحركة الإعرابية بالموضع: مثلا " إن وأخواتها " يليها اسمها ثم خبرها، فمثلا:

إن المسؤولين الأمريكيون يهددون " فالكلمة الأولى اسم منصوب، والثانية خبر

¹ وليد ابراهيم الحاج، اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، مرجع سابق، ص 134 136.

مرفوع والهم يعرفوا أن ما بعدها هنا صفة لاسم " إن " لا خبر لها، فربطوا الحركة الإعرابية بالموضع.¹

7- عدم اتقان بعض قواعد التركيب:

أ_ أخطاء في المطابقة وأكثر ما ورد منها استعمال "أحدى" بدلا من "أحد" مثل " إحدى الحواجز " فالصواب "أحد الحواجز " مطابقة العدد مع المعدود.

ب_ الخلط بين حروف الجر مثل " أجاب على السؤال " والصواب " أجاب عن السؤال ".

ج_ استعمال عشرينات بدلا من " عشرينيات ".

د_ ادخال " ال " التعريف على غير الوفد الغير الرسمي " غير الرسمي " هو الصواب.²

¹ المرجع السابق، ص 136.

² المرجع نفسه، ص 137.

الحلول لتفادي الأخطاء اللغوية الشائعة:

ولتفادي الوقوع في الأخطاء الشائعة فهناك مجموعة من النقاط والتي يجب اتباعها، وهي

كما يلي:

- 1- إخضاع الصحفيين لامتحانات لغوية صارمة قبل التعيين.
- 2- ضبط كل حروف الكلمة بالحروف.
- 3- تعيين مشرف لغوي قدير يتابع ويصحح الأخطاء.
- 4- عقد دوريات تدريبية أو اجتماعات دورية خاصة بقضايا اللغة.
- 5- إرسال التقارير إلى المشرف اللغوي بالناسوخ ليصحح الأخطاء.
- 6- تدريس مادة في الجامعة إلزامية لطلبة قسمي اللغة العربية والإعلام، واختيارية لغيرهم تتناول الأخطاء الشائعة نظريا وتطبيقيا.¹

¹ المرجع السابق، ص 140 142.

مفهوم الصحافة:

لقد تعددت تعريفات الصحافة واختلفت يبعاً لاختلاف المنطلقات الفكرية لهذا

المفهوم وفي دراستنا هذه سنكتفي باستعراض أبرز هذه التعريفات وأشملها:

المفهوم اللغوي للصحافة:

الصِّحَافَةُ بكسر الصاد من صحيفة جمع صحائف أو صُحُفٌ والصَّحِيفَةُ الوجه أو

الصَّفْحَةُ للوجه هي بشرة الجلد.

وفي قاموس إكسفورد تستخدم كلمة الصحافة بمعنى journal ويقصد بها الصحيفة

journalisme وتعني الصحافة journaliste بمعنى الصحفي، فكلمة الصحافة تشمل

إذن الصحيفة والصحفي في الوقت نفسه¹.

وجاء في الموسوعة العربية العالمية: الصحيفة كل سطح رقيق يكتب عليه والجمع

صحائف و" الصحف " وقد وردت في القرآن الكريم " إِنَّ هَذَا لَفِي الصُّفْهِ الْأُولَى صُفْهِ

إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى " .²

¹ محمد منير دحاب، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، دار الفجر، القاهرة، (د.ط)، 2003، ص 57.

² رحيمة عيساوي، مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث، عمان، 2008، ص 120.

المفهوم الاصطلاحي للصحافة:

يعرف الأستاذ " عبد العزيز مطر " في دراسة تحت عنوان الصحافة في المعجم الجديد إذ يقول: " الشائع أن استخدام الصحافة للدلالة على معنيين، معنى متقابل لكلمة journalisme أي المهنة الصحفية، ومعنى مقابل لكلمة presse أي مجموعة ما ينشر في الصحف.¹

كما تعرف الصحف أيضا الصحافة بأنها العملية الاجتماعية لنشر الاخبار والمعلومات الشارحة إلى الجمهور القراء من خلال الصحف، المطبوعة لتحقيق أهداف معينة.²

كذلك الصحافة هي مهنة البحث عن الحقائق ونشرها بطرق رشيدة تنفع المجتمع والتنمية وهي مسابقة لمعظم وسائل الإعلام والتكنولوجيا على أنها أخذت وأعطت وأثرت بدرجات مع وسائل إعلامية أخرى.³

تعرف الصحافة كذلك بأنها مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات وشرحها ويعلق عليها ويكون ذلك عن طريق مساحات من الورق المطبوعة بأعداد كبيرة وبغرض التوزيع.⁴

¹ ابراهيم عبد المسلمي، مدخل إلى الصحافة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، (د.ط.)، (د.س)، ص 17.

² محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتاب، القاهرة، (د.ط.)، 1999، ص 127.

³ حسن عماد المكاوي، ليلي حسن البيير، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية، القاهرة، (د.ط.)، (د.س)، ص 49.

⁴ فضيل دليو، مدخل الاتجاه الجماهيري، مخبر علم الاجتماع والاتصال، الجزائر، 2003، ص 48.

كما أن الصحافة تمثل في الواقع إحدى الأدوات الأساسية للإعلام، لأنها تؤدي دورا كبيرا في بلورة الرأي العام وتكوينه، هذا الدور لا يقتصر على نقل الاخبار وعرضها والتعليق عليها، بل يذهب إلى أبعد من ذلك وللصحافة رسالة سياسية واجتماعية وثقافية بالنسبة إلى المواطنين. لذا فإن حديثي عن الصحافة سوف ينطلق كل بداية من تحديد المصطلح انطلاقا من التعريفات التي وضعت له.¹

يقول عنها نابوليون " إنني أرهب صرير الأفلام، مما أرهب ذوي المدافع " .

ويتبين لنا من خلال هذا القول أن الصحافة لها وزن ومكانة رفيعة فهي تمثل القلب النابض لجلب المستمع والرأي العام، كما انها سلاح ذو حدين بحيث تعتمد على طبيعة استعمالها.

قال عنها أيضا " إن المقالة الصحافية تساوي جيشا من 300 رجل " .²

¹ رفيق السكري، الإعلام والإعلام العربي المعاصر، مرجع سابق، ص 33.

² المرجع نفسه، ص 34.

التعريف بالمؤسسة لجريدة النهار:

هي جريدة يومية جزائرية مستقلة تصدر عن شركة الأثير للصحافة في حيدرة بالجزائر العاصمة صدرت عام 2007، تعتبر هذه الجريدة أول يومية إخبارية مستقلة في الجزائر تصدر عن صحافيين لم يعملوا في الصحافة المكتوبة الحكومية من قبل، كما أنها لا تتبع لأي حزب سياسي، يدير هذه الجريدة "أنيس رحمانى" الذي كان قد اشتغل من قبل مدير تحرير جريدة الشروق اليومي، يتم سحب جريدة النهار في أربيبببببب مطابع وهي موجودة في الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة وورقلة يصل سحبها اليومي إلى 700 ألف نسخة وتضم الجريدة العديد من الصحفيين الذين يعتبرون من أعمدة الجريدة. فإلى جانب رئيسة التحرير "سعاد عزوز" وهي من كبار المحققين ضمن صحيفة "الخبر" سابقا نجد كل من "محمد بوسري"، "دليلة بلخير"، "حببية محمودي"، "نشيدة قوادري"، "سمير يوسف"، "وسيم بن عورة". وكل هؤلاء من الجيل الجديد في قطاع الصحافة لكنهم اثبتوا مكانة وتفوق كبير في الميدان¹.

وتعتبر من بين الصحف والجرائد الجزائرية التي لها نسبة مقروءة جد مرتفعة وهي عبارة عن صحيفة إخبارية ناطقة باللغة العربية تتناول الاحداث السياسية والرياضية بالإضافة إلى الاقتصاد والثقافة والأمور الاجتماعية على المستوى الحدث المحلي الوطني أو العالمي يسميها البعض الأخبار الجزائرية.²

¹النهار الجديد، أنيس رحمانى [Http:// : www.ennaharonline.com/ar](http://www.ennaharonline.com/ar)

² المرجع السابق.

جدول يوضح توزيع العينة المختارة من جريدة النهار الجزائرية:

| الرقم | العدد | تاريخ العدد |
|-------|-------|-------------------------|
| 01 | 2558 | الأربعاء 17 فيفري 2016م |
| 02 | 2560 | السبت 20 فيفري 2016م |
| 03 | 2563 | الثلاثاء 23 فيفري 2016م |
| 04 | 2564 | الأربعاء 24 فيفري 2016م |
| 05 | 2565 | الخميس 25 فيفري 2016 |

التعليق على الجدول:

يوضح الجدول أهم الأخطاء الصادرة في جريدة النهار لأعدادها الخمس، معتمدين في ذلك على أغلب ما ورد في مقالاتها، مستثنين في ذلك تحقيقات والصفحات الرياضية والإشهارية لأنه كل منهما لغة تميزه ودراسة خاصة به.

الخطوات المتبعة في دراسة الأخطاء اللغوية الشائعة لجريدة النهار (الأعداد الخمسة):

1- تصنيف الأخطاء:

بعد استخراجنا للأخطاء قمنا بتصويبها حسب كل من أعدادها الخمس:

| العدد | الخطأ | الصواب | صفته |
|------------------------|-------------------------|-------------------------------------|--------|
| العدد الأول 2558 | كتاب بنك | الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط | معربة |
| | قشطو على يديكم | شمروا على سواعدكم | عامية |
| | عن إجتماعات وزراء النفط | عن اجتماعات وزراء النفط | املائي |
| | يباع الماتش | بائع المباراة | عامية |
| | الهدرة بالميزان | كلام موزون | عامية |
| | الاعلامي | الإعلامي | عامية |
| | فايسبوك | شبكة التواصل الاجتماعي | املائي |
| | تحفيفة | تسريحة شعر | عامية |
| | بيزنس | معاملات تجارية | معربة |
| | زيكا | فيروس خطير | معربة |
| | داعش | منظمة ارهابية | عامية |
| | أوبيك | منظمة النفط | معربة |

التعليق على الجدول:

من خلال تتبعنا ورصدنا لاهم وأبرز الأخطاء الواردة في جريدة النهار لأعدادها الخمس، فنتبين لنا أنها كثيرة منها 52 خطأ وهذا ما يفسر شيوع الأخطاء الكتابية (إملائي، دلالي، أسلوبية، عامية، معرب) وهذا كله راجع إلى تأثير العامية وإلى جهل بعض الصحفيين للقواعد الإملائية من جهة، ومن جهة أخرى لتقريب المعنى للمواطن وذلك بغرض اسهامه في مسايرة واقعه المعاش بغية خلق أكبر تفاعل مع الموضوع المراد نشره وذلك تجسيدا لخصوصيات الفرد بتوظيف أبسط الكلمات المتداولة في الشارع بعيدا عن اللغة صعبة الفهم لدى المواطن.

مثلا: الفلاح لابد من استعمال العامية لتقريب الصورة والمعنى له بحيث تكون المفردة سواء كانت عامية أم باللهجة البيضاء قريبة من مستواه التعليمي.

الفصل الثالث:

| العدد | الخطأ | الصواب | صفته |
|-------------------------|------------------------------------|--------------------------------|--------|
| العدد الثاني 2560 | فيديوهات | شريط التسجيل | معربة |
| | الإبتزاز | الابتزاز | إملائي |
| | الى | إلى | املائي |
| | المافيا | رجال عصابة | معربة |
| | البارمي | رخصة سيطرة | معربة |
| | جينيرال | رتبة عسكرية | معربة |
| | المعرفة | أصحاب النفوذ | عامية |
| | فيلاتهم | مساكن ضخمة | معربة |
| | بشدة | بشدة | إملائي |
| | اجتماعات ماراطونية تجرى هذه الأيام | اجتماعات مكثفة تجرى هذه الأيام | دلالي |
| | بالإمتناع | بالامتناع | إملائي |
| | ما يقابلش | لا يقابل | عامية |

| | | | |
|--------|----------------------------------------------|----------------------------------------------|--|
| إملائي | الاستغراب | الإستغراب | |
| إملائي | ومترجمين المتحصلين على شهادات التعليم العالي | ومترجمين المتحصلين على شهادات التعليم العالي | |
| أسلوبي | متابع قضائيا | مسبوق قضائيا | |
| أسلوبي | صدور إذن التفتيش | اسدار بأمر التفتيش | |

التعليق على الجدول:

وصفوة ما تم تبيانه من الجدول الثاني أنه هناك أخطاء لغوية شائعة في جريدة النهار من خلال ما تم تحليله لهذه الأخطاء، فالشائع أنه تم توظيف بعض المفردات المتداولة على السنة الشعب يفهمها العامة والخاصة، وذلك بغية ملامسة الواقع المعاش للفرد البسيط لتحقيق ما يعرف بالفاعلية المراد تحقيقها من الموضوع المنشور من أجل تبليغ رسالة إعلامية دلالية، وهذا ما يساهم في جلب اهتمام القارئ وتعلقه بها ينشر في كل عدد، مما ينجم عنه الاستمرارية والديمومة وذلك لاقتراجه من واقعية وخصوصيات العامة والخاصة.

الاستنتاجات:

إن النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة وإن كانت تصب بالدرجة الأولى على وجود توظيف واسع للغة العامية في جريدة النهار إلا أنه لا يمكن تغييب اللغة العربية الفصحى التي ميزت باقي المضامين الاعلامية في الصحيفة، وبالتالي يمكن القول أنه كان هناك توظيف للغة العامية بالموازاة مع اللغة الفصحى، وهو ما يمكن أن نطلق عليه مصطلح الازدواجية في اللغة، حيث لمسنا من خلال الدراسة وجود لغة عامية شكلت عملية تزواج مع اللغة الفصحى بغية خلق أكبر تفاعل مع الموضوع المراد نشره من خلال ما تتميز به من واقعية والقدرة على خصوصيات الواقع بأبسط الكلمات مقارنة بالفصحى، ومن أجل تفادي هذه الأخطاء يجب تعيين مشرف لغوي قدير يتابع ويصحح الأخطاء وعقد دوريات لدراسة قواعد اللغة وزيادة الاهتمام بالعربية في معاهد الاعلام التي تعد الصحفيين.

وكل هذه التوصيات لربما قد تؤدي إلى سلامة اللغة العربية وعدم استعمال

العامية في المقالات الصحفية.

| العدد | الخطأ | الصواب | صفته |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|----------------|
| العدد الثالث 2463 | الفاصيلي | بالتفسيط | معربة |
| | من أجل اعادتهم ألى مقاعد الدراسة حتى لا يكونوا لقمة سائغة للشارع | من أجل اعادتهم ألى مقاعد الدراسة حتى لا يكونوا لقمة سائغة للشارع | دلالي |
| | الحرقة | الهجرة | عامية |
| | للإطاع | للاطلاع | إملائي |
| | سلوقي | نوع من الكلاب | معربة |
| | الفيفا | الاتحاد الدولي لكرة القدم | معربة |
| | زلزال بقوة 5.4 قبالة ساحل إقليمي | زلزال بقوة 5.4 بمحاذاة ساحل إقليمي | عامي أسلوبي |
| | تلسكوب | جهاز رصد النجوم | معربة |

الفصل الثالث:

| العدد | الخطأ | الصواب | صفته |
|-------------------------|----------------------|----------------------|--------|
| العدد الرابع 2564 | سير غاز | الطاقة النفطية | معربة |
| | الشكارة | أصحاب المال | عامية |
| | كلونديستان | سائق سياوة الأجرة | معربة |
| | الكاريكاتور | رسام صور مضحكة | معربة |
| | الإختناق | الاختناق | إملائي |
| | الإصطدام | الاصطدام | إملائي |
| | وتقول لبن يونس | وتقول لابن يونس | إملائي |
| | منظمة الصحة العالمية | منظمة الصحة العالمية | إملائي |

الفصل الثالث:

| العدد | الخطأ | الصواب | صفته |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------|
| العدد الخامس 2565 | مرتي راهي في السبيطار | زوجتي في المستشفى | معربة |
| | المحقورة | المظلومة | عامي معرب |
| | للإتحاد الدولي | للاتحاد الدولي | إملائي |
| | المترشح الايطالو السويسري | المترشح الايطالي السويسري | إملائي |
| | وصل الوزير الأول عبد الملك سلال أولاً إلى نادي الصنوبر | عبد الملك سلال كان أول الحاضرين إلى نادي الصنوبر | أسلوبي |
| | دعاوي الوالدين | دعاء الوالدين | عامية |
| | وقال السعداني أن التغيير | وقال سعداني إنّ التغيير | إملائي |

تحليل الأخطاء:

تمت باستخراج الخطأ وتبيان سبب حدوثه:

| العدد | الخطأ | سبب حدوثه |
|--------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| العدد الأول | كتاب بنك | وهي كلمة مركبة لديها مقابل عربي وهي الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط وذلك لملامسة لواقع الموطن. |
| 2558 | زيكا | وهي كلمة معربة ويقابلها باللغة العربية فيروس خطير وسمي بزيكا لتحديد نوع الفيروس المذكور وتحسيس المواطن بخطورته. |
| العدد الثاني | فيديوهات | كلمة معربة يقابلها في العربية شريط التسجيل وتم توظيفه لأنه مصطلح متداول لدى العامة يتحدث به الأمي والمتقف. |
| 2560 | البارمي | كلمة معربة يقابلها في العربية رخصة السياقة وهي فصيحة ومفهومة. |
| العدد الثالث | فاسيليتي | كلمة معربة يقابلها بالعربية التيسيط بالرغم من وجود كلمات عربية فصيحة إلى أن الكلمة المعربة متداولة بكثرة يفهمها غالبية الشعب وعامتهم. |

| | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| <p>كلمة فصيحة لها أبعاد دلالية متعددة فبإمكاننا القول فريسة سهلة للشارع بدلا من لقمة سائغة.</p> | <p>لقمة سائغة للشارع</p> | <p>2563</p> |
| <p>يقابلها في اللغة العربية الطاقة النفطية، وهي نوع من أنواع وقود السيارات مثل المحروقات.</p> | <p>سير غاز</p> | <p>العدد الرابع 2564</p> |
| <p>كلمة شائعة على ألسنة العامة مقابلها في العربية رئيس المجلس الشعبي البلدي بالرغم من وجود كلمات عربية فصيحة، تعبّر عنها ويفهمها عامة الشعب.</p> | <p>المير</p> | |
| <p>كلمة معربة يقابلها بالعربية المستشفى متداولة على ألسنة العامة مفهومة لدى الشعب وهي فصيحة.</p> | <p>السيطار</p> | <p>العدد الخامس</p> |
| <p>كلمة عامية يقابلها بالعربية مظلومة، وهذه الكلمة تجذب الانتباه وتجعل القارئ لقراءة المزيد من الأحداث.</p> | <p>محقورة</p> | <p>2565</p> |

خاتمة:

من خلال ما تطرقنا إليه نكتشف ان ميراث العلم عند العرب ميراث ضخم لا يحيط به إلا العارفون من الباحثين والمؤرخين والمتخصصين، بتسجيل مراحل تقدم العلوم وما يتم فيها من الاكتشافات المعتبر الذي يدفع بعجلة الرقي البشري، والعلوم عند العرب ليست خرافة او أسطورة للترفيه الخيالي وإذا تحدثنا عن معجزة عربية فتلك المعجزة ترجع إلى اللغة الإعلامية التي تحدث العصور، ونظرا لما يطرأ على لغتنا من تغييرات أردنا ان نختم بحثنا هذا بمجموعة من الحلول الممكنة لتنمية اللغة الإعلامية في وسائل الإعلام.

ربما يمكن تفادي الزلات والهفوات التي يقع فيها الإعلاميون والتخلص منها وذلك من خلال اعتماد جملة من الإجراءات باعتبار أن الإعلام يشكل أحد الروافد الهامة في تنمية اللغة الإعلامية واهم الحلول التي نقترحها هي كم يلي:

1-الاهتمام باللغة الإعلامية والحرص على متابعتها حتى يمكن الحد قدر الامكان من تلك الاخطاء.

2-مراجعة النفس قبل الاداء وفي أثناء ذلك عن طريق التدريب المستمر على أساليب لأداء طرق الإلقاء.

3-تقديم دورات تدريبية للمذيعين ومقدمي البرامج لتنمية كفاءاتهم اللغوية والصوتية.

4-حسن انتقاء المذيعين ممن يمتلكون تأهيلا مناسباً بدور التنقيف اللغوي الصحيح وممن يتمتعون بثقافة لغوية عالية.

5-وضع خطة للارتقاء التدريجي بمستوى اللغة الإعلامية التي تُقدم بها البرامج لكي تصبح تعبيراتها أكثر تداولاً على الألسن تمهيدا لتعميم استعمال العربية الفصحى في جميع البرامج.

فإلصحافة تعد وسيلة إعلامية هامة في حياتنا المعاصرة وتبليغية لا تقل أهمية عن الوسائل الأخرى، وهي بذلك آلية مهمة لإحداث التغيير داخل المجتمع.

فرغم تنوع وسائل الإعلام إلا أن الصحافة المكتوبة تبقى الأكثر شيوعاً في جميع المجالات ولهذه الأهمية كبيرة يمكن تلخيصها في: تحقيق الاتصال، التعليم، التثقيف، ترويج السلع والخدمات، المساهمة في ملئ الفراغ.

وكل ما يصيب لغة الإعلام من أخطاء وأغلاط إلى أنها تظل أحد الروافد المهمة التي أمدت ولا تزال تمد العربية بالألفاظ الجديدة التي تساهم في تجديدها لمنحها القدرة على مسايرة مختلف تغيرات العصر، ويعود لها الفضل الكبير في عملية التثقيف اللغوي وفي تنمية الذخيرة اللغوية.

وبعد قيامنا بالدراسة الميدانية لمحاولة معرفة مدى تأثير لغة جريدة النهار على الجمهور وبعد تحليلنا للجداول توصلنا إلى نتيجة مفادها أن الجريدة تساعد الجمهور على اكتساب السلوكيات الإيجابية المختلفة.

1/ المصادر:

- القرآن الكريم.
- فوكو ميشال و، حفريات المعرفة، تر: سالم يقوت، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط2، 1987.

2/ المراجع:

- ابراهيم الحاج وليد، اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، دار البداية، ط1، 2001.
- ابراهيم امام، دراسات في الفن الصحفي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط1، 1969.
- أحمد فؤاد الساري، وسائل الاعلام النشأة والتطور، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، (د.ط)، (د.س).
- اسماعيل عمارة حنان، الترجيب الاعلامي في اللغة العربية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، 2001.
- بلعيد صالح ، اللغة العربية العلمية، دار هومة، ط1، 2003.
- تيمور زكي داليا محمد، الوعي السياسي والتنمية السياحية ومفاهيم وقضايا، مؤسسات الجامعة.

- حجاب محمد منير ، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، دار الفجر، القاهرة، (د.ط)،
2003.
- حجاب محمد منير ، الإعلام السياسي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2002.
- حسام الدين محمد، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة،
ط1، 2003.
- خليل هبة محمد محمود، انتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، القاهرة،
ط1، (د.ت).
- دليو فضيل ، مدخل الاتجاه الجماهيري، مخبر علم الاجتماع والاتصال، الجزائر،
2003.
- سامي عياد حنا وآخرون، معجم اللسانيات الحديثة، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت،
(د.ط)، 1997.
- السكري رفيق ، الإعلام والإعلام العربي المعاصر، دراسة في الواقع والمتغيرات،
المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، ط1، 2001.
- شرف عبد العزيز ، مدخل وسائل الإعلام ، دار الكتاب للطباعة والنشر والتوزيع،
القاهرة، ط2، 1999
- شرف عبد العزيز اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت، ط1، 1991.

- الشريف سامي وأيمن منصور، نداء اللغة الإعلامية المفاهيم الأسس التطبيقات، كلية الإعلام، القاهرة، ط1، 2004.
- عبد الحافظ، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، ط1، 1888.
- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتاب، القاهرة، (د.ط)، 1999.
-
- عبد الفتاح علي ، إدارة الإعلام، دار البازوني العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014.
- عبد المطلب محمد، لغة الإعلام بين الفصحى والعامية، ضمن، مجلة الباحث العلمي، جامعة بغداد ، كلية الإعلام ، العدد الأول، 2005.
- عبد المسلمي ابراهيم، مدخل إلى الصحافة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، (د.ط)، (د.س).
- عماد المكاوي حسن، حسن ليلى البير، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية، القاهرة، (د.ط)، (د.س).
- عيساوي رحيمة، مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث، عمان، 2008.
- مفتاح مختار الستوس، الإعلام الدولي الأسس والمفاهيم، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2001.

- مختار محمد، أنا واللغة والمجتمع، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2002.
- محمد حسناوي مصطفى، واقع لغة الإعلام المعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011.
- مرزوق يوسف، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار المعرفة الجامعية، ط1، 2009.
- نادر محمد، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2007.
- 3/ المواقع:
- النهار الجديد، أنيس رحمانى [Http// : www.ennaharonline.com/ar](http://www.ennaharonline.com/ar)

فهرس الموضوعات:

الإهداء

دعاء

شكر وعرهان

مقدمة..... أ

14..... مدخل حول اللغة والإعلام

الباب الأول: الجانب النظري

الفصل الأول: سمات اللغة الإعلامية

21..... المبحث 1: تعريف اللغة الإعلامية

27..... المبحث 2: خصائص اللغة الإعلامية

32..... المبحث 3: بين لغة الإعلام وأشكال اللغة الأخرى

34..... المبحث 4: الفرق بين اللغة الإعلامية واللغة الأدبية

35..... المبحث 5: اللغة الإعلامية بين الفصحى والعامية

الفصل الثاني: الإعلام والأخطاء الشائعة

- المبحث 1: تعريف الإعلام.....40
- المبحث 2: مجالات تأثير وسائل الإعلام.....44
- المبحث 3: مفهوم الخطأ الشائع.....46
- المبحث 4: عوامل حدوث الخطأ الشائع وتفسيره.....47
- المبحث 5: الحلول لتفادي الأخطاء اللغوية الشائعة.....50

الباب الثاني: الجانب التطبيقي

الفصل الثالث: واقع اللغة الإعلامية في جريدة النهار

- المبحث 1: مفهوم الصحافة لغة واصطلاحا.....53
- المبحث 2: التعريف بمؤسسة جريدة النهار.....56
- المبحث 3: خطوات دراسة الأخطاء اللغوية الشائعة لجريدة النهار.....57
- المبحث 4: الاستنتاجات.....73
- خاتمة.....75
- قائمة المصادر والمراجع.....78
- الفهرس.....84