



بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

كلية علوم الإتصال

بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الإتصال إختصاص (راديو وتلفزيون)

بعنوان:

**فاعلية اللغة الإخبارية في إقناع المنلقي بمدنوى الرسالة
الإعلامية**

**(دراسة وصفية بالنطبيق علي قناة الشروق الفضائية من
وجهة نظر الخبراء والمختصين 2018 - 2019م)**

Effectiveness of the News Language in Convincing the
Audience of the Content of Media Message.

(A Descriptive Study Applied on AShoroq News Satellite Channel from
the Point of View of experts and Specialists 2018 - 2019)

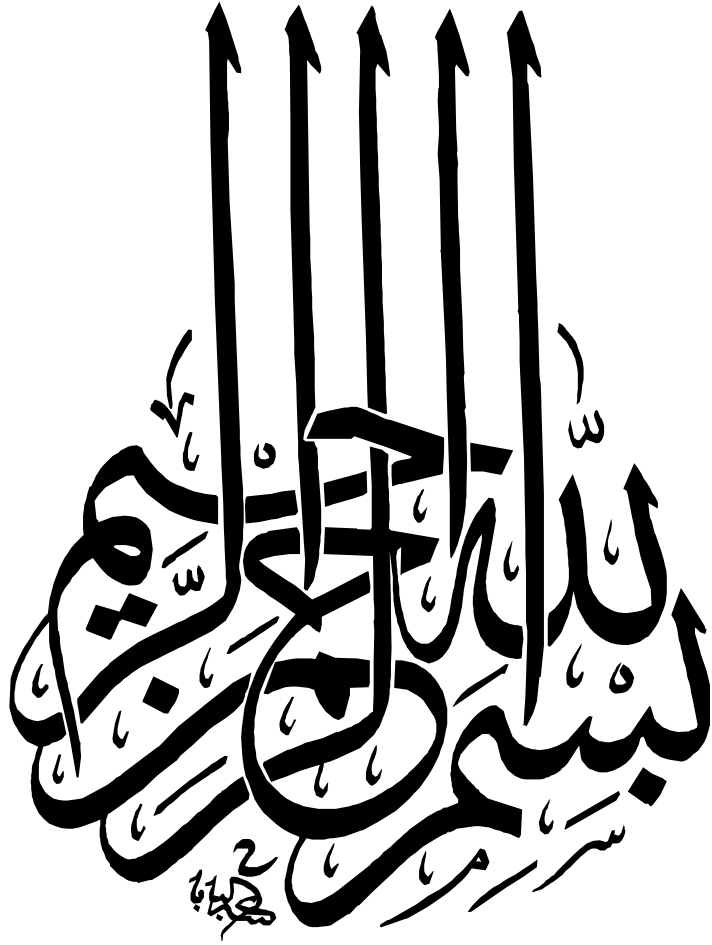
إشراف الدكتور :

ياسر بابكر علي محمد

إعداد الطالب

صديق السيد البشير الخليفة

2020م - 1441هـ



الآية

قال تعالى :

(وَلَقَدْ نَعْلَمُ أَنَّهُمْ يَقُولُونَ إِنَّمَا يُعَلِّمُهُ بَشَرٌ لِّسَانُ الَّذِي يُلْحِدُونَ إِلَيْهِ
أَعْجَمِيٌّ وَهَذَا لِسَانٌ عَرَبِيٌّ مُبِينٌ (103))

صدق الله العظيم

سورة النحل

الإهداء

إلى والدتي التي علمتني أن تلقي العلم والمعرفة هو السبيل الأوحى لتحقيق الكثير من المكاسب على مختلف الأصعدة.

إلى والدي ، الذي علمني مبادئ اللغة العربية من خلال تلاوته للقرآن الكريم أثناء الليل وأطراف النهار بصدق ومحبة وتبذل.

إلى أسرتي الصغيرة التي تحملت معي مصاعب الحياة وتجاوز التحديات ، من أجل إكتساب العلم.

إلى أسرتي الكبيرة التي عانت معي ، لتجاوز آلام الحياة وتحقيق الآمال لبلوغ الدرجات العلى علما وعملا.

إلى كل معلمي بلادي ملح الأرض ، وكل من علمني حرفا أو شيئا من المعرفة ، تقديري ومحبتني لهم.

إلى الأساتذة والزملاء في الحقل الإعلامي عموما ، وفي قناة الشروق الفضائية على وجه الخصوص.

إلى كل الأصدقاء والأهل والمعارف

تحية للدكتور ياسر بابكر علي محمد ، لما قدمه لي من نصائح وارشادات علمية وعملية ثم تفضله بالموافقة وقبول الإشراف على هذا البحث.

والشكر لله من قبل ومن بعد

الشكر والعرفان

الحمد لله رب العالمين الذي قيض لنا إنجاز هذا البحث والذي حمل عنوان (فاعلية اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية دراسة وصفية بالتطبيق علي قناة الشروق الفضائية من وجهة نظر الخبراء والمختصين) في الفترة من سبتمبر 2018 إلى أغسطس 2019م ، وبعد رحلة بحثية أعانني فيها الكثير من الأساتذة والزملاء ، بجانب مكاتبات ومؤسسات علمية وإعلامية ، قدموا لي الكثير بلا من أو أذى ، فتحوا لي عقولهم وقلوبهم ، نصحا وإرشادا ، تقييما وتقويما للبحث ، شكر و عرفان للمؤسسة الرائدة في مجال العلم والمعرفة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، أساتذة وطلابا وعاملين ، الجامعة التي أتاحت فرصة ذهبية في تلقي جرعات من العلم والمعرفة وإنتاج هذا البحث ، وفي مقام الوفاء يمتد الثناء والتقدير إلى قلعة العلم والمعارف كلية علوم الإتصال بذات الجامعة ، كلية فتحت لي أبواب قاعاتها ومكاتبها ومكتبتها العامرة بشتى صنوف المعرفة من أجل أن أنجز هذا البحث ، بجانب شكري يمتد إلى مكاتبات جامعات الخرطوم و أمدرمان الإسلامية والإمام المهدي والدار السودان للكتب ، إضافة إلى الزملاء بمجلة السود بقيادة الزميل الدكتور مصطفى سيد المبارك والذي أضاف الكثير لهذا البحث ، شكري لأسرة قناة الشروق الفضائية إدارة وعاملين والذين عملوا على دعم البحث بالفكر والمال والمادة البصرية من مكتبها العامرة ، شكر و عرفان للجنة تحكيم الاستبانة المكونة المتمثلة في الدكتورين عبدالمولى موسى محمد وصالح موسى علي .

شكر وتقدير للدكتور: مصطفى سيد المبارك و الطيب عمر و محمد صالح محمد صالح ، فخري عبدالقادر و السر علي سعد و عصام الدين الشمباتي والمترجم الزميل الصحافي أبي مصطفى و شكري للزميل الصحافي والمصور جمال هاشم خلف الله الذي بدأت معه أولى خطواتي في العمل التلفزيوني حيث وقفت لأول مرة أمام عدسته قبل سنوات لإنتاج أول عمل إخباري لقناة الشروق الفضائية ، شكر إستثنائي للأستاذ بابكر الطاهر مدير الأخبار بقناة الشروق الفضائية (سابقا) والذي فتح لي مساحات رحبة بالانتقال من العمل في الصحافة الورقية إلى الكتابة للتلفزيون ، خالص شكري لذين أسهموا في كل السمنارات التي عقدت لمناقشة هذا البحث أمثال د. مجذوب بخيت د.أسامة حسب الرسول ، د.إنتصار محمد البلولة ، شكر و عرفان لكل من أسهم في إنجاز هذا البحث ، شكر للدكتور ياسر بابكر علي محمد والذي لم يبخل على بعلمه ووقته لإخراج هذا البحث بالصورة المطلوبه ولتفضله بالموافقة للإشراف على هذا البحث.

المستخلص

تناولت الدراسة فاعلية اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية دراسة وصفية بالتطبيق على قناة الشروق الفضائية من وجهة نظر الخبراء والمختصين في الفترة من سبتمبر 2018 إلى أغسطس 2019م ، وذلك لمعرفة الأثر المباشر لغياب المعايير للغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية لقناة الشروق الفضائية.

هدفت الدراسة إلى معرفة فاعلية اللغة الإخبارية وأثرها على المتلقي في المجمل وبشكل تفصيلي إلي تحقيق عدد من الأهداف أهمها التعرف على الأسباب التي تدفع المتلقي لمتابعة البرامج والنشرات الإخبارية بقناة الشروق الفضائية والإمام بالأشكال الفنية والإخبارية التي تحظى بإعجاب المتلقي للرسالة الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية.

تمثلت مشكلة الدراسة في إحساس الباحث بالمشكلة من خلال عمله في القنوات الفضائية في مواقع قيادية منذ العام (2011م) وإرتباط عمله بعملية إنتاج البرامج التلفزيونية من بناء الفكرة وإعداد البرنامج وتنفيذه ويأتى إحساس الباحث بالمشكلة من عدة عوامل أهمها دور اللغة الإخبارية في إيصال الرسالة الإعلامية ووجوب تطوير هذه اللغة بما يواكب التطور الكبير الذي تشهده الفضائيات ويمكن صياغة السؤال الرئيسي ما هي فاعلية اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية على قناة الشروق؟

تطرقت الدراسة إلى مجموعة من الأسئلة متمثلة في ماالبرامج الإخبارية وأنواعها بقناة الشروق الفضائية و ما هي اللغة الإخبارية وأنواعها المستخدمة في البرامج والنشرات الإخبارية بقناة الشروق الفضائية و إلى أى مدى نجحت اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي.

توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج، أهمها نجاح اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية لقناة الشروق الفضائية ،يعتمد على تجويد اللغة العربية والإهتمام بالمفردة واللفظ والبناء اللغوي للأخبار مع النطق الصحيح لمخارج الحروف والكلمات والجمل الإخبارية ،مع ضرورة التدريب والتأهيل المستمر لطاقت الأخبار العامل بالقناة ، وتوصل الباحث إلى أن قناة الشروق الفضائية تحتاج للمزيد من التجويد والتطوير في إتباعها للمعايير اللغوية الصحيحة ، وذلك بسبب عدم إستقرار الأطر البشرية التنقل لمعظم الطاقم المؤسس لقنوات أخرى.

توصل الباحث إلي توصيات عديدة منها الإهتمام بالمفردة واللفظ البناء اللغوي للأخبار مع النطق الصحيح لمخارج الحروف والكلمات والجمل الإخبارية لدورها فباإقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية. وبذل المزيد من التجويد والتطوير في إتباع القناة للمعايير اللغوية الصحيحة ، لإستقرار الأطر البشرية، مع عدم تكرار محتوى الموضوع لانه من الأسباب التي تدفع لمتابعة النشرات والبرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية. رفع مستوى القائم بالإتصال بالتدريب المهني المستمر على المعايير المهنية واللغوية السليمة

Abstract

The study investigated the effectiveness of the news language in convincing the audience of the content of media message: a descriptive study applied on Al-Shorooq satellite TV from experts' and specialists' point of view during the period from September 2018 to August 2019, in order to know the direct impact of the lack of news language standards that convince the audience of the content of Al-Shorooq Satellite TV media message.

The study aimed to identify the effectiveness of the news language and its impact on the audience in general, and to achieve a number of objectives, particularly; to identify the reasons that motivate the audience to watch programs and news of Al-Shorooq Satellite TV, and to find out the editorial forms of programs and news that present the media message of Al-Shorooq Satellite TV and admired by the audience.

The problem of the study was represented in that the researcher experienced the problem through his work in senior posts in satellite TV channels in since (2011) whereas his job is correlated with the process of producing TV programs including; building ideas, preparing and presenting the program. The researcher experienced the problem due to several factors the most important the role of news language in media message delivery. News language needs to be improved to keep pace with the great development witnessed by satellite TV channels. Therefore, the main question of this study can be formulated as follows: What is the effectiveness of the news language in convincing the audience of the content of the media message on Al-Shorooq Satellite TV?

The study discussed several questions represented in: What are the news programs and their types in Al-Shorooq satellite TV? What is the news language and its types used in the programs and news of Al-Shorooq satellite TV? To what extent does the news language used succeed to convince the audience?

The researcher arrived at a number of findings, the most important include: The success of the news language to convince the audience of the content of the media message of Al-Shorooq satellite TV depends on improving Arabic language and paying attention to a word, pronunciation and linguistic construction of news, in addition to the correct pronunciation of letters, clauses and sentences of news. Continuous training and qualifying courses should be organized for the news team at Al-Shorooq satellite TV. The researcher concluded that Al-Shorooq satellite TV needs further improvement and development in adopting the proper linguistic standards due to the instability of human frame and the movement to other TV channels.

The researcher arrived at some recommendations, including: Attention should be paid to a word, pronunciation and linguistic construction of news, and to the correct pronunciation of letters, a word, clauses and sentences of news for its role in convincing the audience of the content of the media message. Effort should be exerted to adopt, improve and develop the correct language standards, and to encourage human frames to stay. The programs content is not preferred to repeat because it is one of the reasons for lack of interest in watching news and programs on Al-Shorooq Satellite TV. Communicator's performance should be raised by professional continuous training on the proper professional and language standards.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع	
أ	الإستهلال	1
ب	الإهداء	2
ج	الشكر والتقدير	3
د	المستخلص	4
هـ	Abstract	5
و	قائمة المحتويات	6
الفصل الأول - الإطار المنهجي		
1	مقدمة	7
2	مشكلة البحث	8
2	أسئلة البحث	9
2	أهداف البحث	10
3	أهمية البحث	11
3	منهج البحث	12
3	مجتمع البحث	13
4	عينة البحث	14
5	مصطلحات البحث	15
7	هيكل البحث	16

15-7	الدراسات السابقة	17
16	النظرية الموجهة للبحث	18
الفصل الثاني: البرامج الإخبارية		
20	المبحث الأول : اللغة الإخبارية	19
37	المبحث الثاني :الأخبار، التطور والمصادر	20
46	المبحث الثالث : إستخدامات اللغة الإخبارية والأخطاء الشائعة	21
الفصل الثالث: المتلقي ومحتوى الرسالة الإعلامية		
70	المبحث الأول : مفهوم المتلقي	22
79	المبحث الثاني: محتوى الرسالة الإعلامية	23
86	المبحث الثالث : الفضائيات والأخبار	24
الفصل الرابع : الدراسة الميدانية		
105	ولاً : مجتمع الدراسة	25
105	ثانياً : لإجراءات المنهجية للدراسة	26
106	ثالثاً : عرض وتحليل البيانات	27
107	إبعاً : تفسير البيانات	28
114	خامساً : إختبار الفروض	29
125	سادساً : مناقشة النتائج	30
134	سابعاً : النتائج	31
136	ثامناً : التوصيات	32
	تاسعاً : المصادر والمراجع	33
	عاشراً : الملاحق	34

فهرست الجداول

الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
106	النوع	4 - 1
107	العمر	4 - 2
108	الحالة الإجتماعية	4 - 3
109	المؤهل العلمي	4 - 4
110	التخصص	4 - 5
112	الخبرة العملية	4 - 6
113	الثبات والصدق	4 - 7
114	متابعة البرامج بقناة الشروق	4 - 8
115	متابعة البرامج الإخبارية بقناة الشروق	4 - 9
117	الأشكال الفنية والإخبارية بقناة الشروق	4 - 10
118	اسباب متابعة البرامج الإخبارية بقناة الشروق	4 - 11
119	لغة نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية	4 - 12
119	لغة تقديم النشرات	4 - 13
120	وصاف اللغة المستخدمة في تقديم النشرات والبرامج الإخبارية	4 - 14
121	المعايير اللغوية في تحرير وعرض الرسائل الإخبارية	4 - 15
122	المعايير اللغوية الأكثر التزاماً في تحرير وتقديم البرامج الإخبارية	4 - 16
123	تجويد وتطوير المعايير اللغوية في قناة الشروق	4 - 17
125	البيانات الموضوعية	4 - 18
127	المعايير اللغوية	4 - 19
128	جدول مربع كاي	4 - 20

فهرست الأشكال

الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
106	النوع	4 - 1
107	العمر	4 - 2
108	الحالة الإجتماعية	4 - 3
109	المؤهل العلمي	4 - 4
111	التخصص	4 - 5
112	الخبرة العملية	4 - 6
115	متابعة البرامج بقناة الشروق	4 - 7
116	متابعة البرامج الإخبارية بقناة الشروق	4 - 8
117	الأشكال الفنية والإخبارية بقناة الشروق	4 - 9
118	اسباب متابعة البرامج الإخبارية بقناة الشروق	4 - 10
119	لغة نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية	4 - 11
120	لغة تقديم النشرات	4 - 12
121	وصاف اللغة المستخدمة فى تقديم النشرات والبرامج الإخبارية	4 - 13
122	المعايير اللغوية فى تحرير وعرض الرسائل الإخبارية	4 - 14
123	لمعايير اللغوية الأكثر التزاماً فى تحرير وتقديم البرامج الإخبارية	4 - 15
124	تجويد وتطوير المعايير اللغوية فى قناة الشروق	4 - 16

الفصل الاول الإطار المنهجي

1- مقدمة :

تعد وسائل الإتصال لها أهميتها القصوى في هذا العصر لما لها من أثر على المجتمعات والدول وقد استفادت وسائل الإتصال من التطور اللغوي بشكل عام وعلى التلفزيون بشكل خاص خاصة وأن التلفزيون يعتبر من أهم وسائل الإتصال الجماهيري وله دور في صناعة الرأي العام للشعوب. وإحدى الإستخدامات الأساسية بالنسبة للمشاهد هي التسلية وتمضية وقت الفراغ بالإضافة إلى الحصول على المعلومات ومشاهدة آخر الأخبار.

التطور الذي شهده التلفزيون منذ ظهوره مر بمراحل عدة حتى أمكننا رؤية البرامج التلفزيونية بشكلها الراهن وكان ظهور التلفزيون نتيجة طبيعية لتطور اللغة الإخبارية التي ظهرت على وسائل أخرى كالراديو ومر التلفزيون بمراحل عدة من خلال شكل الجهاز والبت وتطور إنتاج البرامج الإخبارية نفسها شكلا ومضمونا فكان له تأثير كبير على العصر الراهن وعلى الجمهور والرأي العام من خلال ما يقدمه من برامج ومن هذا المنطلق يكتسب التلفزيون بأهدافه وعناصره وأساليبه أهميته وموقعه المتقدم في أولويات صناعة الإعلام.

ويحوز التلفزيون في عملية صناعة الإعلام على أهمية قصوى ومن واقع قدرته على الوصول إلى الجمهور من خلال أشكال إخبارية مختلفة أهمها نشرات الأخبار التي كانت ولا زالت لها أثرا كبيرا على الجمهور المتلقي وتؤدي البرامج الإخبارية دوراً أساسياً في برامج التلفزيون المختلفة سواء أكانت ترفيهية أم سياسية أم اجتماعية أم تثقيفية طبقاً لما تفرضه طبيعة التلفزيون وتحقق اللغة الإخبارية دعماً كبيراً لتقديم الخدمة الإخبارية بطرق جاذبة للمتلقي وتسهم في تقديم كم كبير من المعلومات المفسرة والمحللة للأحداث الجارية.

تعتبر قناة الشروق الفضائية قناة إخبارية متنوعة ، تملكها مؤسسة الشروق الإعلامية ، وتعنى بالشأن السودان خاصة والشأن العربي والأفريقي والدولي بشكل عام ، وهي قناة مستقلة ، لا تمثل حزبا سياسيا ، وإنما عامة الجمهور السوداني ، وتتطلق من أهدافه ومصالحه على مستوى الفرد والمجتمع والوطن ، وتبث باللغة العربية على مدار 24 ساعة من السودان.

وتتمثل رؤية القناة أن تكون مؤسسة إعلامية متكاملة في مجالاتها ورسائلها ووظائفها وتنوع إنتاجها ، حتى تتحقق لها الريادة الإعلامية على مستوى السودان والتميز على المستويين العربي والأفريقي ، كما يتحقق لها في ذات الوقت الإستقرار المالي والربحية التجارية (الدليل العام لقناة الشروق الفضائية 2014م)

2- مشكلة البحث:

نشأ إحساس الباحث بالمشكلة من خلال عمله فى القنوات الفضائية فى مواقع قيادية منذ العام (2011م) وارتباط عمله بعملية إنتاج البرامج التلفزيونية من بناء الفكرة وإعداد البرنامج وتنفيذه ويأتى إحساس الباحث بالمشكلة من عدة عوامل أهمها دور اللغة الإخبارية فى إيصال الرسالة الإعلامية ووجوب تطوير هذه اللغة بما يواكب التطور الكبيره الذي تشهده الفضائيات ويمكن صياغة السؤال الرئيسي للمشكلة فى الآتي:

ما هي فاعلية اللغة الإخبارية فى إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية على قناة الشروق؟

3- أسئلة البحث:

تسعى كل دراسة منهجية للإجابة على مجموعة من الأسئلة المحورية وتقود بدورها للإجابة على سؤال البحث الرئيسي (احمد، ص29، 2000)

1. ما مدى فاعلية استخدام اللغة الإخبارية فى إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية بقناة الشروق الفضائية؟

2. ما اللغة الإخبارية وأنواعها المستخدمة فى البرامج والنشرات الإخبارية بقناة الشروق الفضائية؟

3. إلى أى مدى نجحت قناة الشروق فى استخدام اللغة الإخبارية لإقناع المشاهدين ؟

4. ما مدى إسهام اللغة الإخبارية فى إيصال المضمون للمتلقي؟

4- أهداف البحث:

تهدف الدراسة إلى معرفة فاعلية اللغة الإخبارية وأثرها على المتلقي فى المجمل وبشكل تفصيلي تهدف الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف منها مايلى :

1- التعرف على الأسباب التي تدفع المتلقي لمتابعة البرامج والنشرات الإخبارية بقناة الشروق الفضائية.

2- الإلمام بالأشكال الفنية والإخبارية التي تحظى بإعجاب المتلقي للرسالة الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية.

3- التعرف على أنواع اللغة الإخبارية المستخدمة بقناة الشروق الفضائية.

4- الكشف عن سمات اللغة الإخبارية المستخدمة في البرامج والنشرات الإخبارية بقناة الشروق الفضائية.

5- تحديد المعايير اللغوية الأكثر التزاماً في تحرير وتقديم النشرات والبرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية.

6- إثراء البحث العلمي في مجال اللغة والبرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية.

5- أهمية البحث :

تتلخص أهمية البحث في الآتي:

أولاً: يرصد البحث اللغة الإخبارية ومدى إتباعه الوسائل والأساليب التي تجعلها جاذبة لإهتمام المشاهد وذلك من خلال استخدام الأساليب المتطورة التي تؤدي إلى إحداث الراحة النفسية بتقديم العرض والمضمون الأفضل للمشاهد بما يمكنه من المتابعة والإستيعاب للمادة المعروضة وهذا هدف مهم.

ثانياً: وتتبع أهمية هذا البحث لخلو المكتبة السودانية من بحث متخصص يعالج اللغة التلفزيونية خاصة في البرامج الإخبارية التي تؤدي دوراً أساسياً في إعطاء توضيح لإتجاهات القنوات الفضائية لاسيما بعد التطور الكبير الذي حدث .

ثالثاً: البث الفضائي والذي ساعد على التقارب الإنساني والحضاري بين شعوب العالم مما أدى إلى إزدهار البرامج الإخبارية أي ان اللغة الإخبارية يجب أن تكون قادرة علي إحداث الأثر وإيصال الرسالة.

6- منهج البحث:

يستخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي وهو منهج رئيسي في البحوث الإعلامية وذلك بهدف معرفه أساليب وأنواع اللغة الإخبارية وتحديد فاعليتها.

ويأتى إختيار الباحث للمنهج التحليلي لأن البحوث الوصفية يكون الباحث قادراً على أن يحدد بوضوح ما الذى يريد ويساعد على الحصول على البيانات والمعلومات وأوصاف عن ظاهرة أو

مجموعة من الظواهر موضوع البحث (حسين ، 1996 ، ص66)

7- مجتمع البحث:

تمثل مجتمع البحث من مجموعة من الخبراء والمختصين في مجال علوم الاتصال في القنوات الفضائية .

أدوات جمع البيانات:

يستخدم الباحث عدة وسائل لجمع البيانات منها :

- الإستبانة

يعتمد الباحث في الإستقصاء على استخدام إستمارة بحث (استبيان) يجيب عليها خبراء ومتخصصون من العاملين في القنوات الفضائية لمعرفة الجوانب المتعلقة اللغة الاخبارية.

- الملاحظة

- أتاحت للباحث فرصة العمل في قناة الشروق وعدد من القنوات السودانية مما جعله يتعرف عن قرب على طريقة الممارسة وقد ساهمت الملاحظة العملية في تكوين المعرفة التي يكمل بها معلوماته في البحث .

- المقابلة

يجرى الباحث عددا من المقابلات مع مبحوثين مستهدفين من الدراسة ، من قيادات العمل الإعلامي.

- دراسة وصفية تطبيقية

دراسة تعتمد على وصف البرامج الإخبارية في الفترة من سبتمبر 2018- أغسطس 2019م ، وإجراء مقارنات ببرامج (إخبارية) في فترات سابقة لتبيين أوجه التطور والإختلاف.

الإطار المكاني للبحث والإطار الزمني للبحث:

حدد الباحث الإطار المكاني فضائية (الشروق) وقد جاء الإختيار لعدة أسباب موضوعية أهمها قناة (الشروق) حققت الإستمرارية منذ بدايتها (2007م). وكذلك لسعة إنتشارها .

وحدد الباحث الفترة من سبتمبر 2018- أغسطس 2019م ، وذلك لأن البرامج الإخبارية شهدت خلال هذه الفترة استقرارا وتطورا ملحوظا في عدد من الجوانب الفنية والمضمون .

مصطلحات ومفاهيم الدراسة :

مفاهيم الدراسة

فاعلية

فاعلية : لغة : من مادة (فعل)، قال الفيروز آبادي : الفعل : حركة الإنسان ، أو كناية عن عمل متعدد ، أو وصف في كل ما هو فاعل (القاموس المحيط ، ص ، 1043 ، 695).

(إختلف الباحثون في تعريف (الفاعلية) وتحرير مصطلحها نظرا لعوامل مختلفة منها الفلسفة التي تنطلق من تعريفات ، وكذلك المرحلة الزمنية المخاذية لمفهوم الفاعلية.

التعريف الإصطلاحي : الفاعلية هي قوة كامنة داخلية تبعث في النفس القدرة على العمل الدؤوب والحركة المستمرة من أجل تحقيق أفضل النتائج على المستوى الفردي والإجماعي ، (الفاعلية) الأثر المباشر لأفكارنا على أرض الواقع ، فكل عمل أو قول لا يحقق نتائج عملية ، يكون فاقدا للفاعلية ، والفاعلية هي إسم نشاط قائم على التأثير والقدرة على إحداث أثر قوي مثل فعالية الأدوية المضادة للقلق ، قال مالك بن نبي : الفاعلية هي حركة الإنسان في صناعة التاريخ) إذا تحرك الإنسان تحرك المجتمع (بن نبي ، تأملات ، ص 125)

والفاعلية يستعاض بها بدلا من إسم فاعل النشاط ، مثلا ، مدى فاعلية برنامج تدريبي على أطفال منشأة تعليمية.

التعريف الإجرائي : مدى فاعلية اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية.

اللغة الإخبارية

اللغة : لغة : من الفعل (لغى) (معجم المعاني) ، وعرفت اللغة قديما بأنها عبارة عن مجموعة أصوات يعبر بها الفرد عن أغراضه واحتياجاته ، وعرف العلماء اللغة : على أنها مجموعة من الإشارات الصالحة للتعبير عن حالات الإنسان الفكرية والإرادية والعاطفية (الشعور) ، أو أنها الوسيلة التي يمكن من خلالها تحليل الصور والأفكار الذهنية إلى خصائصها ، والتي يمكن من تركيب الصور والأفكار مجددا في أذهاننا وأذهان الآخرين من حولنا ، وذلك من خلال كلمات وتركيبها في وضع كاف.

اللغة عبارة عن نسق من الرموز والإشارات التي تشكل في النهاية إحدى أدوات المعرفة ، واللغة هي إحدى أهم وسائل الإحتكاك والتفاهم والتواصل في شتى ميادين الحياة بين الأفراد في المجتمع

الإخبارية

لغة : مصدر الفعل (أخبر) والجمع (أخبار) : الخبر : هم ماينقل ويحدث به قولا ، أو كتابة ، لغة : إسم مؤنث منسوب إلى أخبار ، رسالة إخبارية : تقرير مطبوع يزود بأخبار ومعلومات ذات أهمية لجماعة معينة ، إخبارية : مصدر صناعي من أخبار : خبر منقول بطريقة سرية ،

إخباري : إعلامي مهتم بنشر الأخبار ، الإخباري من الأفعال : الذي يعبر عن إخبار ، كالفعل
قال و روى

إجرائيا :

ويقصد باللغة الإخبارية ، اللغة التي تكتب ويحرر بها النصوص الإخبارية في وسائل الإعلام ،
المقروءة والمسموعة والمرئية ، كالأخبار والتقارير والإستطلاعات في البرامج الإخبارية ، والبحث
عن مدى مساهمة اللغة الإخبارية في لإقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية المقدمة بقناة
الشروق الفضائية.

الإقناع :

لغة : إقناع (إسم) ، مصدر أقنع ، حاول إقناعه برأيه : أن يجعله يسلم به عن رضى ، الإقناع
خير من الترغيب والترهيب ، وأقنع (فعل) ، أقنع ، يقنع ، إقناعا ، فهو مقتنع، والمفعول به قنع
إصطلاحا : هو التأثير في المواقف ، والمعتقدات ، والنيات ، والدوافع ، أو السلوكيات ، فهو
مصطلح مظلة النفوذ ، الإقناع هو عملية تهدف إلى تغيير موقف أو سلوك شخص (أومجموعة)
تجاه حدث معين ، فكرة ، شئ ، أو أى شخص أو أشخاص آخرين ، يتم بإستخدام كلمات
مكتوبة أو منطوقة لنقل المعلومات ، أو المشاعر ، أو للاستدلال ، أو مزيج منها.
أى الإقناع هو عملية التأثير على قيم الشخص الآخر ومعتقداته ومواقفه وسلوكه ، ويشكل مفهوم
التأثير مفتاح عملية الإقناع.

إجرائيا : ويقصد به بمدى فاعلية اللغة الإخبارية في لإقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية
المقدمة بقناة الشروق الفضائية.

المتلقي

لغة : من الفعل (تلقى) ، يتلقى ، تلقى ، والمفعول به متلقي (معجم المعاني)

إصطلاحا : المتلقي هو المشارك الإيجابي والأصيل في العملية الإتصالية

إجرائيا : متلقي البرامج الإخبارية ومدى فاعلية اللغة الإخبارية في إقناعه بمحتوى الرسالة
الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية.

المحتوى

لغة : محتوى لغة (إسم) ، وهي إسم المفعول من إحتوى وجمعها محتويات.

إصطلاحا : محتوى الكتابة (ما تتضمنه من آراء وأفكار ، ومحتويات الفكرة : مضمون.

إجرائيا : ما تحتويه البرامج الإخبارية من أساليب تحريرية ولغوية ومدى إقناعها للمتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية.

الرسالة الإعلامية

الرسالة : لغة من الفعل (أرسل)

إصطلاحا : تعني وضع الأفكار في رسائل وأشكال فنية وتخطب المتلقي ، أى أنها المضمون المعد إعدادا جيدا من حيث المنطق الإتصالي والحجج الإعلامية والشواهد التي تهدف إلى إقناع المتلقي المستهدف ، والهدف من الرسالة الإعلامية هو التأثير على المتلقي وإقناعه ، كما أنها تتسم بالوضوح والبساطة والسلاسة والشمول والإيجاز والتنوع ، وهي عبارة عن حلقة وصل بين المرسل والمستقبل، كما عرفها الإيطالي الشهير ويمبرتوايكو بأنها تلك الرسالة التي تضيف إلى معارفنا معارف جديدة.

إجرائيا : ويقصد بها الرسالة الإعلامية التي تقدمها قناة الشروق الفضائية من برامج إخبارية ومدى فاعلية لغتها الإخبارية من إقناع المتلقي بمحتواها ، لغة ، وتحريرا ، وأساليب

هيكل البحث:

اشتمل البحث على أربعة فصول ، الفصل الأول الإطار المنهجي والفصل الثاني اشتمل على البرامج الإخبارية متمثلة فى ثلاثة مباحث المبحث الأول : اللغة الإخبارية والمبحث الثاني الأخبار ، التطور و المصادر اما المبحث الثالث اللغة الإخبارية والأخطاء الشائعة، الفصل الثالث يحتوي على المتلقى ومحتوى الرسالة الاعلامية : المبحث الأول الرسالة الإعلامية ومهارات الإقناع و المبحث الثاني محتوى الرسالة الإعلامية ، اما المبحث الثالث اشتمل على الفضائيات والأخبار الفصل الرابع يحتوى على الدراسات الميدانية.

الدراسات السابقة :

تتبع أهمية الدراسات السابقة وأهمية إدراجها من أنها تنير الطريق للباحث ، كذلك معرفة الأساليب المنهجية التي إتبعها الدراسات السابقة فتسهم بشكل فاعل فى صياغة الدراسة الحالية من خلال استرشاد الباحث بالنتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة .

الدراسة الاولى :

(استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية) (البرنية ، ص14 ، 2005م)

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية ، وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية. وقد تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها (٤٠٠) مفردة تم إختيارها من ثلاث جامعات في قطاع غزة، واستخدم الباحث منهج المسح الميداني بإستخدام استمارة استبيان لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى:

- يعتمد ٥٤,٧ % من المبحوثين على القنوات الإخبارية الفضائية العربية في الحصول على المعرفة بالقضايا العربية.

- أهم القنوات الإخبارية العربية الفضائية التي يحرص الشباب الجامعي الفلسطيني على مشاهدتها مرتبطة بما حصلت عليه من تكرارات هي: الجزيرة، العربية، الإخبارية، النيل. ANB. وال ANN للأخبار.

- أهم المواد التي يقبل المبحوثين على مشاهدتها بالترتيب كانت: مواجيز الأخبار، النشرات الإخبارية، البرامج الحوارية، وأهم الموضوعات المفضلة هي البرامج السياسية والموضوعات الدينية، والموضوعات الثقافية.

واتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في دراسة الفضائيات كوسيلة إتصال جماهيري واختيار شكل من أشكال البر امج .

ولكنها اختلفت معها في كون هذه الدراسة تطرقت للقنوات الفضائية الإخبارية العربية بشكل عام بينما اقتصرت الدراسة الحالية على فاعلية اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية

الدراسة الثانية:

(إتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني) (قبلان 2008م) وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف إتجاهات المشاهدين تجاه البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني ومدى رضي المشاهدين وأنماط البرامج المختلفة

منهد الدراسة : منهج المسح

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- الدوافع التي تدفع المشاهد الأردني لمتابعة التلفزيون الأردني دوافع وجدانية .
- يلجأ المشاهد الأردني لمشاهدت التلفزيون الأردني لمعرفة الأخبار المحلية .

- إرتفاع متوسط المؤشرات الحسابية للإتجاهات السلبية للمشاهدين مقارنة مع الإتجاهات الإيجابية نحو برامج التلفزيون الأردني المختلفة .

-وقد إتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في التأكيد على دورالتلفزيون كأحد الوسائل الإعلامية التي لها تأثيرا وأبعادا سياسية بالإضافة إلى القضايا المجتمعية والثقافية الأخرى، وإختلفت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في كون الدراسة السابقة ركزت على تلفزيون الأردن، بينما ركزت الدراسة الحالية على فضائية الشروق إستهدفت الدراسة الحالية اللغة الإخبارية ، ولكن الباحث إستفاد من الدراسة السابقة التعرف إتجاهات المشاهدين نحو البرامج الإخبارية .

الدراسة الثالثة:

(اتجاه طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة البرامج الإخبارية في قناة القدس الفضائية) (الترك ،2011م)

وقد هدفت هذه الدراسة إلى:

معرفة إتجاه طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة البرامج الإخبارية في قناة القدس الفضائية ومعرفة دوافع المشاهدة أسباب المشاهدة ومعرفة مدي ملائمة هذه البرامج لجمهور المتلقي منهج المسح الميداني عبر استخدام أداة الإستبانة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- كشفت الدراسة ان هناك اقبال كبير من قبل المبحوثين علي مشاهدة قناة القدس.

- تتمتع اللغة الإخبارية في القناة بفعالية وتأثير كبير علي جمهور المتلقين.

تتفق الدراسة مع الدراسة الحالية في تناول البرامج والإخبارية وفعاليتها تجاه الجمهور فيما تختص الدراسة بقناه القدس

الدراسة الرابعة:

(فاعلية تقنية الصورة في إنتاج البرامج الإخبارية دراسة تطبيقية على تلفزيون السودان) ، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الإتصال تخصص راديو وتلفزيون من جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2015م من إعداد الطالبة فاطمة محجوب عبدالرحمن محمد.

وهدف الدراسة إلى مواكبة تقانة الإنتاج وتوظيفها وتوظيف تقانة الصورة في الأخبار وإمتلاك القدرة على المنافسة والإبداع الإخباري ومدى إنعكاس تقنية الصورة في إنتاج برامج الأخبار

واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي والذي تتكون عينته من خبراء في مجال الإعلام والعاملين في مجال برامج الأخبار وطبقت عليهم أدوات البحث والملاحظة والمقابلة والاستبانة واستخدام التحليل الإحصائي SPSS وتكمن أهمية البحث أو الدراسة تكمن في أنها تتناول الصورة لكونها تمثل عماد البرنامج التلفزيوني ولما لها من خصائص يعتمد عليها في نقل وتسجيل الأحداث ، لما تمثل من ديمقراطية المعرفة ولما تنتج من فهم لدى المتعلم والجاهل وعبرها يعبر الحدث حواجز اللغة واختلاف الثقافات.

ويهدف البحث إلى مواكبة تقانة الإنتاج وتوظيفها وتوظيف تقانة الصورة في الأخبار وإملاك القدرة على المنافسة والإبداع الإخباري وتكثيف الجهود لاستقطاب جمهور جديد بجانب زيادة المعرفة والثقافة البصرية لدى المشاهد وفقا لقيمة الأخبار والقدرة على والتميز لمواكبة تسجيل الأحداث اليومية ومدى انعكاس تقنية الصورة في إنتاج برامج الأخبار.

ونشأت مشكلة البحث نتيجة لضعف الصورة التلفزيونية من حيث تكوينها واستخداماتها بجانب قصور في التوظيف الأمثل لتقانة إنتاج الصورة الإخبارية وإصراف عدد من المشاهدين مشاهدة التلفزيون السوداني خصوصا الأخبار ، وأن تلفزيون السودان ورغم إدخال التقنيات الحديثة من وقت مبكر ، إلا أنها لم توظف التوظيف الأمثل ، مما أدى قلة المشاهدين مما استوجب دراسة المعايير المحددة التي من شأنها تخفيف وإصلاح هذا الجانب ، استنادا على التجارب والمعايير العالمية المنفق عليها والتي تحكم الأداء في مجال استخدام التقنيات في الأخبار.

وأسفرت الدراسة عن نتائج ، أهمها أن السبيل الأمثل في توظيف الصورة في الأخبار هي تفاعل الجمهور مع الحدث والجاذبية وزيادة المتابعة وزيادة التنافسية وزيادة المصداقية والإقناع ، لا توجد في التلفزيون بالصورة المطلوبة ، بجانب المشكلات أو التحديات التي واجهت توظيف تقنية الصورة بالإخبار هي عدم مواكبة الأجهزة وقلة التخصص والتدريب للكادر وضعف السياسات التحريرية وضعف قناعات الإدارة العليا والمسئولة ، والأدوار تؤدي تقانة الصورة في الأخبار التلفزيونية وهي : مدى تعبير الصورة عن الحدث ومواكبة القناة لتكنولوجيا المعلومات ومقدرة المراسل على تغطية الأحداث والخبر التلفزيوني متكرر ويؤدي إلى الملل وأن مستقبل توظيف الصورة الخبرية في تلفزيون السودان تعتمد على كفاءة الكادر ومستوى الأداء الإخباري والمحتوى والشكل الإخباري بصورة كبيرة

وأوصت الدراسة بضرورة تدريب الكادر على تقانة الصورة ومستحدثات الثقافة البصرية مما يسهم في جودة الصورة ونقاء البث التلفزيوني ومتابعة التعرف على الأجهزة والمعدات وذلك من خلال المعارض العالمية والمؤتمرات في مجال العمل التلفزيوني والتي توفر المواكبة والمعرفة على أحدث الأجهزة ذات المواصفات العالمية وتبادل الخبرات مع الدول المتقدمة في مجال الإنتاج التلفزيوني والتقني ، بجانب الحاجة الماسة لقيام مدينة إنتاج إعلامي وضرورة توظيف الصورة الخبرية في تلفزيون السودان التوظيف الأمثل بجانب تخصيص قنوات إخبارية على نسق قناة الجزيرة حتى يتطور الأداء بالمنافسة الحرة والموضوعية والاستفادة من إمكانيات التقنيات العالمية الموجودة في تطوير الأخبار شكلا ومضمونا ومواكبة المستجدات في هذا المجال .

وانتقلت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في دراسة الفضائيات كوسيلة إتصال جماهيري واختيار شكل من أشكال البرامج كما إتفقت معها في دراسة البرامج بالقنوات الفضائية في السودان وقد استفاد الباحث من هذه الدراسة في معرفة الأثر المباشر للصورة الإخبارية في البرامج والنشرات الإخبارية في تلفزيون السودان بجانب تعرفه على المشكلات التي واجهت توظيف تقنية الصورة بالأخبار في التلفزيون والتي من بينها قلة التخصصية غياب التدريب وضع السياسة التحريرية ، بجانب استفادته من الدراسة في الدور الذي تلعبه الصورة في البرامج الإخبارية وذلك لأن التلفزيون كوسيلة إتصال جماهيري قائم على الصورة ، والدراسة الحالية هي الجزء الأساس والمكمل للإنتاج الإخباري في القنوات الفضائية ، وتختلف دراسة الباحث عن الدراسة أعلاه في كون الدراسة تبحث في فاعلية تقنية الصورة في إنتاج البرامج الإخبارية وهي مكمل لعناصر أخرى مكونة للبرامج الإخبارية بينما دراسته تبحث في فاعلية اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوي الرسالة ، وباعتبار أن اللغة هي المكمل للرسالة الإعلامية

الدراسة الخامسة:

وجاءت الدراسة تحت عنوان (توظيف المعايير المهنية في إنتاج البرامج السياسية التلفزيونية بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الإتصال قسم الإذاعة والتلفزيون جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2016م)، وهي من إعداد طالبة بخيتة أحمد محمد الحسن وإشراف الدكتورة نهى حسب الرسول ، وهي دراسة وصفية تحليلية على برنامج (وجهات نظر) بقناة الشروق الفضائية في الفترة من أبريل 2015م إلى أبريل 2016م ، وتهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على المعايير المهنية لإنتاج البرامج السياسية بقناة الشروق الفضائية ، والتعرف على مدى

تطبق المعايير المهنية لإنتاج البرامج السياسية وتوضح المعوقات التي تعترض إنتاج البرامج السياسية ، وتسعى الدراسة إلى للإجابة على السؤال التالي : كيف توظف المعايير المهنية في إنتاج البرامج السياسية بقناة الشروق الفضائية ، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وأدوات المقابلة ، والملاحظة ، وتحليل المضمون ، وخرجت الباحثة بنتائج ، أهمها التأكيد على تميز البرامج السياسية في قناة الشروق الفضائية بقوة مواضيعها ومواكبتها لما يدور في الساحة المحلية والعالمية ، ويتوقف نجاح البرامج السياسية على مدى تطبيقها للمعايير المهنية ، وكشفت الدراسة أن معوقات البرامج السياسية تشمل التشريعات الإعلامية ، السياسة التحريرية للقناة ، حساسية القادة السياسيين احيانا من فتح بعض الملفات ، وتبني البرامج السياسية مواقف سياسية قد لا تعبر عن هوية القناة وأوصت بالدراسة بضرورة مواكبة قناة الشروق الفضائية للأحداث في الساحة المحلية والدولية وعلى قناة الشروق الفضائية الإلتزام بالمعايير المهنية من أجل ضمان جودة إنتاج البرامج السياسية بجانب الإلتزام بثبات المعايير المهنية وأهمية ضبط معيار وضوح الهدف وتسلسل الأفكار وسرعة التحليل والاستنتاج لتحقيق الأهداف التي من أجلها تم عمل البرنامج وأهمية إلتزام مقدمي البرامج بسيناريو البرنامج (الإسكربت) وعدم إظهار خفلياتهم السياسية في البرامج مع ضرورة تدريب مقدمي البرامج السياسية حتى يواكبوا التطور العالمي والإحترافي من حيث الخفة والرشاقة مع ضرورة إتاحة المزيد من الحريات لكي يتم تناول القضية بكل جوانبها وعدم تكرار الضيوف في الحلقات نسبة لوجود كوادر كثيرة ومؤهلة مع أهمية استصحاب التقارير الوثائقية التي تعطي خلفية تاريخية للقضية محل المناقشة والذي من شأنه وضوح القضية المطروحة في البرنامج وأهمية أن تقدم البرامج السياسية الحل ببعضايا محل المناقشة كما أوصت الدراسة بالإهتمام بالموثرات الجمالية ، مثل الصورة وشكل افستديو والديكور .

وقد استفاد الباحث من هذه الدراسة في كونها تطرقت بالبحث في جوانب مهمة من البرامج التلفزيونية كالبرامج السياسية في القنوات الفضائية السودانية ، خاصة وأن هذه البرامج واجهتها الكثير من المعوقات أبرزها التشريعات الإعلامية وعدم وضوح السياسة التحريرية للقنوات الفضائية وتقاطعاتها من السلطة السياسية وتدخلاتها في الشأن الإعلامي من خلال ما اسمى بالخطوط الحمراء ، وقد إقق الباحث في دراسته مع الدراسة السابقة في كونها تركزان على دراسة البرامج بقناة الشروق الفضائية ، وتتبعان المنهج الوصفي التحليلي ، وتختلفان في أن هذه

الدراسة تطبق على برنامج (وجهات نظر) ، أما جوهر إختلاف بين الدراستين في أن الدراسة الحالية تركز على البرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية ، أما الأولى تبحث في البرامج السياسية بقناة الشروق الفضائية ، أما دراسة الباحث والتي تحمل عنوان (فاعلية اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية) فتعمل وفق المنهج الوصفي التحليلي للبرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية من خلال معرفة الأثر المباشر لغياب المعايير المهنية للغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية وذلك بهدف تجويد اللغة الإخبارية المستخدمة في قناة الشروق الفضائية ، بجانب الحرص على إستخدام عناصر الإبهار البصري للبرامج الإخبارية بما يقنع المتلقي بالمحتوى الإعلامي لرسالة القناة ، لغة وصورا ومحفزات بصرية وفنية وإبداعية.

الدراسة السادسة:

(البرامج الإخبارية التلفزيونية ودورها في تشكيل الصورة الذهنية للمجتمعات بالتطبيق على برنامج حديث الساعة في قناة bbc العربية _ السودان نموذجا) ، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الإتصال تخصص راديو وتلفزيون من جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا (2017م) من إعداد الطالبة آمنة إبراهيم محمد وإشراف الدكتور عبدالمولي موسى محمد.

ونبعت أهمية الدراسة من الدور المتعاطم الذي تقوم به البرامج الإخبارية في التأثير المباشر وغير المباشر وعبر التراكم المعلوماتي في تشكيل الصورة الذهنية للمجتمعات على المدى القصير والبعيد وعلى المستويين الإقليمي والعالمي وإنعكاس ذلك على القبول أو الرفض لدى المجتمعات الأخرى .

والدراسة التي جاءت بعنوان (البرامج الإخبارية التلفزيونية ودورها في تشكيل الصورة الذهنية للمجتمعات بالتطبيق على برنامج حديث الساعة في قناة bbc العربية _ السودان نموذجا) وتهدف الدراسة إلى لمعرفة مدى إلتزام قناة bbc العربية بالمعايير الأخلاقية والمهنية في تناول الإخباري لقضايا المجتمعات ، والتعرف على الأبعاد الاستراتيجية للمعالجة الإخبارية لقناة bbc العربية ، كذلك معرفة إلى أي مدى تعمل المعالجة الإخبارية لقناة bbc العربية في تشويه الصورة الذهنية للمجتمعات وفقا للسياسة التحريرية وغاياتها ، والتعرف على مدى إلتزام القائم بالإتصال في قناة bbc العربية بالمعايير الأخلاقية والمهنية لأداء رسالته الإعلامية تجاه الآخر ولو أدى ذلك إلى مخالفة السياسة التحريرية لقناة bbc العربية.

وأُسفرت الدراسة عن نتائج ، أهمها أن مواطن الدول النامية يثق في تناول الإخباري لقناة bbc العربية أكثر من ثقته في وسائل الإعلام الوطنية وأن أنظمة الحكم في الدول النامية تؤثر سلباً على تناول الإخباري لوسائل الإعلام الوطنية ، وأن المعالجة الإخبارية لقناة bbc العربية تعمل على تشويه الصورة الذهنية للمجتمعات في الدول النامية، وأن قناة bbc العربية تهتم بقضايا الكوارث الطبيعية كالأزمات والحروب والنزاعات والفقر في السودان أكثر من غيرها. وأوصت الدراسة بأن على جهات الإختصاص والتي يؤول إليها أمر التخطيط والسياسات العامة المتعلقة بوسائل الإتصال الوطنية إتاحة حرية التعبير لهذه الوسائل حتى تتمكن من جذب المشاهد الوطني لمتابعتها وبالتالي عدم اللجوء إلى وسائل الإعلام الدولية ذات الأهداف والغايات الخاصة بها وأن على القائمين على هيئة الإذاعة البريطانية الإلتزام العلمي والمهني المجرد من استخدامات الصورة الذهنية في تناول أخبار الآخرين ، دون الإساءة إلى الصورة الذهنية لهذه المجتمعات ، والعمل على إنشاء المزيد من القنوات المتخصصة في البرامج الإخبارية في إطارها العام والخاص ، حتى تتمكن من مجاراة وسائل الإعلام الدولية والتفوق عليها في رصد صورة ذهنية إيجابية للوطن.

واتفقت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في دراسة الفضائيات كوسيلة إتصال جماهيري واختيار شكل من أشكال البرامج . وهو البرنامج السياسي ، واستفاد الباحث من الدراسة ومن خلال نتائجها وتوصياتها وكأهمية الإلتزام بالمعايير المهنية في إنتاج البرامج الإخبارية ، مع دور البرامج في تشكيل الصورة الذهنية للمجتمعات ، واستفاد الباحث من أهمية الدراسة والتي تمكن في الدور المتعاطف الذي تقوم به البرامج الإخبارية في التأثير المباشر وغير المباشر في تشكيل الصورة الذهنية للمجتمعات ، من خلال تعرفه على اللغة والأساليب المستخدمة في البرامج الإخبارية لقناة bbc العربية خاصة تلك التي تسهم أو تءثر بشكل كبير في تشكيل الصورة الذهنية للمجتمعات

ولكنها اختلفت معها في كون هذه الدراسة تطرقت للقنوات الفضائية

الإخبارية العربية وتناولها للشأن السوداني بينما اقتصرت الدراسة الحالية على لغة البرامج الإخبارية في قناة فضائية سودانية ومدى إسهام فاعلية اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية.

الدراسة السابعة :

(المعايير المهنية في إنتاج الأخبار - دراسة تطبيقية على قناة الشروق الفضائية في الفترة من ديسمبر 2018م إلى فبراير 2019م)

وقد هدفت الدراسة لمعرفة الأثر المباشر لغياب المعايير المهنية والقيم الإخبارية على الإنتاج الإخباري في القناة ، مع التركيز على أهمية توضيح السياسات التحريرية من أجل تقديم خدمة إخبارية متطور تطبق فيها المعايير المهنية لإخراج منتج إخباري جاذب ، تتوفر فيه قيم الصدق والحياد بطريقة إحترافية ماهرة ، تنقل الخبر بمهنية عالية وتفسح مساحة للرأى والرأى الآخر ، وتم إستخدام المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت صحيفة الإستقصاء كأداة رئيسية للدراسة ، وزعت على عينة عمدية بلغ قوامها ثلاثون مفردة للخبراء والمختصين وخلصت الدراسة إلى نتائج أهمها : أن قناة الشروق لا تلتزم بالمعايير المهنية والقيم الإخبارية في طرحها الإخباري وأن السياسة التحريرية للقناة غير واضحة بالنسبة لمحري الأخبار ومنتجها والقائمين بالإتصال الآخري وأن القناة لم تفرد مساحة للرأى والرأى الآخر في تغطيتها للأحداث والإحتجاجات التي بدأت في السودان منذ ديسمبر 2018م وظلت مستمرة حتى خروج هذه الدراسة.

وتوصلت الدراسة بما يلي : توضيح السياسة التحريرية التي تتبعها قناة الشروق الفضائية للقائمين بالإتصال ولمحري الأخبار ، وأن تلتزم القناة بالمعايير المهنية والقيم الخبرية في تعاطيها مع الأحداث ، مع التركيز على معايير الحياد والنزاهة والمصداقية ، إتاحة مساحات كافية للرأى والرأى الآخر وحرية التعبير.

وإتفقت الدراسة مع الدراسة الحالية في دراسة الفضائيات كوسيلة إتصال جماهيري وإختيار فضائية سودانية للتطبيق عليها وهي قناة الشروق الفضائية ، بجانب إتفاق الدراستين في إختيار البرامج الإخبارية لدراستهما ، بحثت الدراسة في المعايير المهنية للأخبار في قناة الشروق ، أما الدراسة الحالية فبحثت في اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية ، وكلتا الدراستين توصلتا إلى تجاهل القناة تغطية الأحداث الأخيرة التي شهدتها البلاد ، وعدم وضوح السياسة التحريرية لقناة الشروق مع ضرورة التدريب المستمر للكادر العامل بقناة الشروق الفضائية.

النظرية الموجهة للبحث نظرية الاستخدامات والاشباع

تمهيد للنظرية:

تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباع، إحدى النظريات المفسرة لدور الجمهور وتلبية حاجاته عبر وسائل الإعلام، والدور الذي يؤديه في تحريك عملية الاتصال، لكونها قائمة على الحاجات والدوافع، وذات علاقة بنفسية الفرد، حيث إن جوهر النظرية تقوم على أن الفرد يتعرض بوسائل الإعلام، بغرض اشباع حاجات معينة، وأن رغبته وارتباطه بالإعلام، أصبح بغرض سد فجوات نفسية، ودوافع تحركه لتلبية حاجات معينة.

التطور التاريخي للنظرية

جاءت نشأة النظرية بعد دراسات وبحوث، في مطلع القرن العشرين، وكان مؤداها معرفة رغبات الجمهور، وأسباب التعرض لوسائل الإعلام، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للجمهور، فكانت بداية نشأة النظرية عبر الباحث الياهو كاتز، في العام 1959، ووجود بعد بحثه أن هناك أسباب منطقية تدفع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام، وأن الخلفيات الثقافية للأشخاص تتحكم في الاقبال على وسائل الإعلام. ترى النظرية أن هناك جمهور إيجابي، يستخدم الرسالة الإعلامية، ليشبع حاجة معينة، وبذلك أصبح على وسائل الإعلام أن تحرص على معرفة توجهات الجمهور، وما يشبع رغباته. (المزاهرة، 2012، ص 173 و 174).

واهتم بهذه النظرية، كل من الباحثين لازارسفيلد، وويلبور شرام، وريفيز، ودينيس ماكويل، ورأى الباحث الأخير، أنه من المهم دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد، وتعرضه لوسائل الإعلام، (المزاهرة 2012، ص 175)

إلا أن الظهور الأول للنظرية، كان في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، الذ ألفه بلملر وكاتز، في العام 1974، وحدد فيها كاتز الوظائف الأربع التي من الممكن أن تشبع حاجة الفرد، وهي حاجات المنفعة أو التكيف، والدفاع عن الذات، والتعبير عن القيم، والوظيفة المعرفية. (المزاهرة ، 2012، ص 176، 177).

أما ماكويل بدوره، فصنف الحاجات والوظائف، مثل حاجات الإعلام والتحديد الهوية الشخصية، والتماسك والتفاعل والترفيه. (المزاهرة، 2012، ص 176 و 177)

مرتكزات وفروض النظرية

فالعلاقة بين الاستخدام والإشباعي ريفيها "كاتتر" أن لدى كلفرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد من خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات... فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام والمصادر الأخرى، نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية و النفسية... وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملا في إشباعها.

ويعكس هذا النموذج الفروض الأساسية التي تقوم عليها النظرية والتي يمكن تلخيصها في الآتي:

1- إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية، استخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به.

2- إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه وحاجاته، وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، ومن ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.

3- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

4- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدره الإشباع حاجاته دون الآخر.

5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة، بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

وهذه الفروض طرحت عديدا من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها الجمهور في إدراك حاجاته وتحديد نشاطه، وكذلك العوامل البيئية التي تؤثر في نشوء الحاجات ودعمها، وقرار الجمهور باستخدام إشباع هذه الحاجات. (عبدالحميد ، 1998 م)

ووفق النظرية، يختار الجمهور مضموناً من وسائل الإعلام المختلفة، ويقع الاختيار على الوسيلة التي تشبع حاجاته، مثل حاجات التنفيس أو الترفيه، والمعلومات، وهذه الاشباع المقصود بها، تنقسم إلى نوعين، الأول، هو الاشباع الذي يحققه الجمهور بعد البحث والوصول إليه، واشباع الحاجة بالتعرض للوسيلة الإعلامية، وتسمى الاشباع المطلوبة، أما النوع الآخر، وتكون هنا الاشباع التي تتحقق بعد استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، بعد التعرض واكتساب القيمة والمنفعة، وتحقيق الاشباع لدوافع الأفراد، وتسمى الاشباع المتحققة أو المكتسبة. (المزاهرة ، 2012م ، ص 202، 200)

النقد الموجه للنظرية

1-القول بأن الفرد هو الذي يختار الوسيلة الإعلامية التي تشبع احتياجاته، وبما يحققه له المضمون، أمر مبالغ فيه، حيث توجد العوامل الاقتصادية وغيرها التي تحول دون تحقيق الاشباع. (المزاهرة ، 2012م ، ص 204)

2-إن هناك إشكالية تتمثل في عدم معرفة مفهومي النشاط، والمنفعة، حيث تعدد الكلمات التي تصب في المفهومين، بالنظر إلى استخدامات وسائل الإعلام، حيث إن الملاحظ أن الإعلام هو الذي يضع الوظائف، ثم يأتي اختيار الفرد عليها. (عبدالحמיד ، 1997م ، ص 227)

3-وجود جدل حول طريقة قياس استخدام المتلقي للوسيلة الإعلامية، وطريقة القياس نفسها، وزمنه، سواء كان خلال التعرض أو بعده. (المزاهرة ، 2012م ، ص 204)

4-يمكن أن تستغل النظرية، لنشر المحتوى السلبي، والهابط، ويمكن التبرير بالقول إن ذلك تلبية لاحتياجات الجمهور، وهذا رأي الباحث دينيس ماكويل. (المزاهرة ، 2012م ، ص 205)

أسباب تطبيق النظرية على الدراسة الحالية

تأتي فئة البرامج الإخبارية، كغيرها من الفئات، ضمن إهتمامات وسائل الإعلام وظائف التلفزيون العديدة كالترفية والتوعية وغيرها ، كما تمتاز البرامج الإخبارية بالجاذبية وتقع تحت دائرة إهتمامات المتلقيدوافع نفسية واجتماعية ، وأتى الاختيار على هذه النظرية، للاستناد عليها في هذا البحث، نظرًا لأنها النظرية التي تعبر عن وجود حاجات تحتاج لإشباعها، ومن الوسائل التي تعمل على ذلك، هي وسائل الإعلام، وبما ان موضوع الدراسة عن فاعلية اللغة الإخبارية في

إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية ، فإن الاستناد جاء على أن البرامج والنشرات الإخبارية تعاني من تراجع في لغتها الإخبارية م ، تراجع على مستوى صياغة الأخبار وغياب عناصر الإبداع اللغوي والفني، وكما هو معلوم أن وسائل الإعلام تعمل، كما تنص النظرية، على إشباع حاجات الجمهور، منها حاجات الترفيه والمعلومات، والتوعية والتنقيف، وعلى ذلك، فإن الاستناد على النظرية جاء بعد دراسة اللغة الإخبارية في القنوات الفضائية، خاصة قناة الشروق الفضائية لتظهر الفجوة الممثلة في تراجع الأسلوب اللغوي في البرامج والنشرات الإخبارية بجانب المحتوى الإخباري الذي يشبع رغبة المتلقي، ويخاطبهم، ويؤدي المهام التي تعتقد النظرية ان الجمهور يقبل على الإعلام من أجل إشباع رغباته غيرها.

الفصل الثاني

البرامج الإخبارية

المبحث الأول : اللغة الإخبارية

المبحث الثاني: الأخبار، التطور ، المصادر

المبحث الثالث: إستخدامات اللغة الإخبارية والأخطاء الشائعة

البرامج الإخبارية

المبحث الاول

اللغة الإخبارية :

الأخبار العمود الفقري للإعلام عبر العصور وفي كل الوسائل الإعلامية ، وتمثل الأخبار الطريق الفاعل لمتابعة الأحداث ، كما يمثل الخبر العنصر الأساسي في العملية الإعلامية في وسائل الإعلام، سواء في مجال الصحافة أو الراديو أو التلفزيون وغيرها من وسائل الاتصال.

ووجدت الأخبار إهتماما كبيرا في السنوات الأخيرة وخاصة مع مطلع الألفية الجديدة خاصة في مجال التلفزيون حيث ظهرت قنوات متخصصة فقط في خدمة الأخبار مما أدى إلى أن يشهد مجال الأخبار تطورا كبيرا يتوازى مع هذا الإهتمام في الجوانب المختلفة لصناعة الخبر وأساليب إعدادها وإخراجها وكان من المؤكد أن يشمل هذا التطور لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوابله والشكل الذي يصل به إلى المتلقي وما يفترض فيه من صيغ مهنية وشروط أهمها الحيادية والموضوعية.

وزادت الحاجة إلى مهنية نقل الأخبار من كل مكان في العالم لما لها من تأثير في العالم وبخاصة في مناطق النزاعات بمهنية ولغة متطورة خاصة مع التطور اللغوي الهائل في وسائل نقل الأخبار عبر الفضائيات والشبكات العنكبوتية والصحف الإلكترونية .(خنفر، 2006م، ص 395).يؤكد خبراء الاتصال انه حينما يحصل المتلقي على رسالة إعلامية من وسيلة إعلامية غير التلفزيون كالإنترنت تفيد بوقوع أحداث تهمه يسارع إلى القنوات التلفزيونية ليتابع البث المباشر بالصوت والصورة وهو ما يؤكد ان التلفزيون يعد الوسيلة الأولى والأفضل في مجال الأخبار، هذا بالإضافة إلى أن الغالبية تعتبر التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر صدقا في المجال الإخباري، وفي رسالة الماجستير التي قمت بإعدادها أثناء عملي كرئيس تحرير في مركز الأخبار بتلفزيون البحرين والتي تحمل عنوان «العوامل المؤثرة في صناعة الأخبار - دراسة مقارنة بين نشرات الاخبار في قناة البحرين وقناة الجزيرة» أكدت ان مهمة أخبار التلفزيون هي تنوير الرأي العام بالأنباء الداخلية والخارجية و إيقافه على مختلف التيارات والأحداث العالمية.

فهي تبلغ المواطنين بجميع الأحداث المهمة والمثيرة للاهتمام سواء في الداخل أو الخارج. كما تطلعهم على الأحداث السياسية والتطورات التي تحدث في المجتمع ،لكي يتمكنوا من تكوين الرأي الخاص بهم، والاشترك بأنفسهم في الشؤون العامة، وأخبار التلفزيون لديها القدرة التي تنفرد بها عن

الأخبار في أجهزة الإعلام الأخرى، لأنها تعرض صورة المجتمع ذاته، وليس ثمة ما يضارع التلفزيون في قدرته على أن يكون مرآة تنعكس عليها صورة المجتمع.

والحقيقة التي يجب ان نعيها هي ان النجاح في الأخبار سواء كانت المحطة متنوعة البرامج أو متخصصة فيها هو الذي يكسب المحطة هويتها في أذهان المشاهدين ويعزز من صورتها ومكانتها عند متابعتها بعد مراحل وأعوام من الممارسة المهنية الراقية، والمصداقية العالية و الاحتراف الرفيع. (حبيب، 2015م، العدد 13482).

وبالتالي يمكننا القول إن الخبر في الفضائيات لم يعد الخبر الصحفي الذي يعطي وصفاً إعتيادياً لحدث معين يحظى بالإهتمام بل أصبح صناعة مميزة لها سماتها وأساليب عرضها، وهذه الصناعة الصحفية تتفاعل معها اليوم عوامل عدة تسهم في تطور وسائل نقلها الى المستقبلين وبالتالي تكوين الرأي العام تجاه أية قضية. ولأن عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الإتصال والمعلوماتية، نجد العملية الإخبارية قد تعقدت تبعا لعالم مليء بالصراعات المختلفة من إيديولوجية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية، تركت آثارها واضحة في إنتاج العملية الإخبارية.

ونجد أن هناك تباينا من وسيلة إلى أخرى ومن مؤسسة إلى أخرى في تناول الأخبار وطريقة التعرض لها، فهناك من الصحف ما يتناول خبرا ما في الصفحة الأولى أو يعطيه ملفا كاملا، وهناك ما لا يتناوله أصلا أو قد يشير إليه في بضعة أسطر، كما إن هناك من النشرات الإخبارية الإذاعية أو التلفزيونية ما يهتم بموضوعات محددة ويتبع سياسة ما في طرح وترتيب الأخبار، وأخرى تخالفها تماما في التوجه وحتى عرض الصور المرتبطة بالخبر وتتسق مع لغته.

وقدمت الطفرة الكبيرة في مجال نقل الأخبار بشكل مباشر وكذلك التطور الكبير في مجال تقنية الاخبار التلفزيونية كإحسان وسيلة إعلامية لنقل الأخبار، ليصبح دور التلفزيون لامتثال له في تقديم المادة الإخبارية التي تتمتع بجاذبية فائقة دون وسائل الإعلام الأخرى" كما يتميز التلفزيون كجهاز إخباري بأنه يقدم لنا الأحداث في مشاهد متكاملة تعتمد الصوت والصورة والحركة واللون. ويرجع تفوق التلفزيون على باقي وسائل الإعلام بوصفه مصدر الأخبار بحسب الحيدري إلى ("تكتيكات الصورة المستخدمة في إنتاجها واستقبال الجمهور لها وذلك لما تحتويه من عناصر جذابة تكسبه حيوية ومصداقية أكبر، بأنه يساعد في عدم نفور المشاهد من مشاهدة أخبار الأمس غير الطازجة إذا ما سمعها أو قرأها وهنا نقطة مهمة جدا). (الشعبي، 2004، ص 23)

تطور الخبر:

لا بد من ذكر العوامل المؤثرة في صناعة أخبار التلفزيون ، ذلك لأنه وفي السنوات القليلة الماضية، ومع تنامي وتعددية الفضائيات الإخبارية المتخصصة، تعاضم دور وسائل الإعلام في إدارة الصراعات المختلفة ، ومن ثم أصبحت القنوات الإخبارية نتيجة للملكيات الاحتكارية تنتج نحو تأطير الأحداث والموضوعات، أي تقديم أجزاء معينة من الحقائق وفق أطر محددة تعبر عن مجموعة من الآراء والأفكار والتصورات التي تتفق مع توجهات تلك القنوات الإخبارية ، وهوما يعرف في عالم الاتصال بنظرية التأطير.

وقد عرفها الباحث الأكاديمي الإعلامي أحمد عبد الرحمن العرفج في مقال له بعنوان التيسير في مفهوم نظرية التأطير ونشر في جريدة المدينة بأنها وضع الأحداث والأشخاص في إطار معين، بحيث يجعل المتلقي يحكم على القضية بحسب ما هو متوافر عنده من معلومات حولها. وبالتالي فإن المعلومات التي تصله تقوده إلى اتخاذ أحكام وفق ما تصنعه نظرية التأطير وأجندة المعلومات التي ترسلها. (حبيب، 2015م، العدد 13482) ، هذا بالإضافة إلى ان هذه النظرية قد تستخدم في إزالة التركيز عن حدث مهم من اجل إشغال الرأي العام بحدث أقل أهمية.

وفي دراسة للباحث الأكاديمي الجزائري إسماعيل القاسم بعنوان «القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها» أكد الباحث ان كل وسيلة إعلامية تتبع الجهة التي تمولها وهي لاتستطيع الخروج على السياسة الإعلامية المرسومة لها، ويعرف خبراء الاتصال السياسة الإعلامية للتلفزيون بأنها التوجه الذي تتبناه القناة وفقاً لمعايير و أسس تحدد ذلك الوجه وصولاً إلى أهداف معينة ، وقد تكون السياسة الإعلامية العنصر الأساسي الذي يؤثر في انتقاء الأخبار وترتيبها وكذلك يؤثر في إنتاج البرامج وكيفية معالجتها.

وقد أكد العديد من خبراء الاتصال على دور وسائل الإعلام وخاصة القنوات الإخبارية في إدارة العديد من الصراعات الدولية ،من خلال تقديم تصورات بشأن الأطراف المشاركة فيها، وإضفاء الشرعية على بعضها، وتجريد البعض الآخر من الشرعية وإبراز قضايا هامشية، وتجاهل قضايا أخرى أكثر أهمية، بل ان بعض الباحثين اتجه لتأكيد أهمية وسائل الإعلام في تطور الصراعات وأنها ليست مراقبا محايداً في تغطية الأزمات والصراعات. (حبيب، 2015م، العدد

(13482)

لذلك فإن تطور أخبار التلفزيون قد مرت عبر نصف قرن بتغيير كبير في الكم والكيف، حتى أصبحت اليوم من أهم المواد التي يقدمها التلفزيون، بل أصبحت أحد أسس برامج التلفزيون المهمة ، وزاد الوقت المخصص لها ، وتضاعفت القوى البشرية الجديدة العاملة فيها" (الجابري، 2006 . ص 53)

ويرى عبد العزيز تركستاني أن "التلفزيون أصبح يؤدي دورا واضحا في تكوين (الصورة الذهنية) عند الأفراد عن الدول والمواقف والأحداث، بل يمكن القول أيضا إنه يؤثر في الطريقة التي يدرك فيها الناس الأمور، والطريقة التي يفكرون بها، وفي سلوكهم نحو عالمهم الذي يعيشون فيه" (تركستاني، 2004، ص 45)

ويتمتع التلفزيون كجهاز إعلامي بالفورية التي تزيد من واقعيته ويتفق النقاد على أن التلفزيون يبلغ ذروة الكفاءة الاعلامية عند تغطية الأحداث فور وقوعها . ولعل النقل المباشر للحروب والمؤتمرات والفعاليات والأنشطة الأخرى في جميع أنحاء العالم جعل من التلفزيون مصدرا رئيسا للجمهور على إختلاف شرائحه وثقافته . وبرزت أهمية إستثنائية للتلفزيون كجهاز إعلامي من خلال الأحداث التي تمت مشاهدتها ومتابعتها عبر شاشات التلفزيون .

ولذلك فإن التلفزيون بإعتباره ضمن تصنيفات الإعلام المرئي يؤثر على المتلقي (يكتسب من خلال سلوكيات الأفراد الذين يقضون وقتا أطول أمام هذه الوسيلة الإعلامية على حساب ما يخص الأنشطة الأخرى ، والإنبهار بالمواضيع المطروحة خاصة إذا كانت تقدم بأسلوب درامي مؤثر أن من المستحيل تأكيد عادة مشاهدة التلفزيون تلبي إحتياجات محددة ، غير أن التعرض الطويل لهذه الوسيلة الإعلامية يمكن أن يمهد لإفتقاد الروح المعنوية لدى المتلقي والإحساس بعدم الأمن وصعوبة التكيف وإفتقاد الأصدقاء بسبب غياب الصلات الإجتماعية خاصة (بالنسبة لشريحة مجتمعية مهمة هي شريحة الأطفال والشباب الذين لديهم الأكثر عرضة للتأثر بهذه الوسيلة الإعلامية إجتماعيا وأخلاقيا وسلوكيا). (جابر ، 2015 ، ص 39).

فقد استطاعت الأقمار الصناعية نقل أخبار التلفزيون مما كان له الأثر الواضح في تحسين وتطوير أخبار التلفزيون، فأصبح أغلب ما يحدث في العالم في متناول يد الإنسان ومهما بعدت المسافات فإن الخبر يكون مشاهدا عبر العالم خلال دقائق من خلال القنوات.

مفهوم الخبر التلفزيوني :

تؤدي أخبار التلفزيون دوراً كبيراً في التأثير على الجماهير وتشكيل آرائهم وميولهم وتوجيههم إلى قضايا معينة وصرف نظرهم عن أخرى ولعل هذا كان من أهم أسباب اختيار هذا الموضوع ليكون محل للدراسة.

هذا بالإضافة إلى أن المواد الإخبارية من أهم المواد التي تقدمها المحطات التلفزيونية المختلفة، وقد اثبت بعض الباحثين أهمية الأخبار في حياة الإنسان عن طريق دراسة مايعانيه الفرد من وحدة وشعور بالقلق في غياب الأخبار،حتى أنه عبر أحد المبحوثين بقوله: إنني أشعر في غياب الأخبار بأنني فقدت صديقاً عزيزاً .

ولاننسى أننشرة الأخبار تعد بمثابة نافذة يطلع فيها المشاهدون وهم في منازلهم على العالم الكبير، وندرك مدى خطورة التلفزيون كجهاز إخباري حينما نعلم ان الإنسان يحصل على 98% من معارفه عن طريق حاستي السمع والبصر ، وتزداد دهشتنا حينما نعلم ان المرء يحصل من هذه النسبة على 90% من معرفته عن طريق البصر أو الرؤية فإذا أضفنا إلى ذلك أن التلفزيون يمكن ان يصل إلى آلاف الملايين من المشاهدين في منازلهم في آن واحد لاستطعنا ان ندرك دوره الخطير . (حبيب، 2015م، العدد 13482)

أساس الخبر التلفزيوني هي الصورة ثم يأتي الكلام مكمل لها ومتى ما فقدت هذه الخاصية فإنه سيكون أقرب للخبر الإذاعي.

وكان للتطور اللغوي الأثر الأكبر علي الخبر التلفزيوني وعلي تأثيره المضطرب على الجمهور المتلقي ويعرّف محمد معوض وبركات عبد العزيز الخبر التلفزيوني بأنه " أساس نشرات أخبار التلفزيون وعنصرها الأول. وهو خبر مسجل أوحى ينشأ في موقع الحدث، ويتولى طاقم التغطية الإخبارية تغطيته من جميع جوانبه ، ويتكون من مجموعة من اللقطات المصورة واحدة تلو الأخرى مرتبطة ببعضها. واذ يعتمد الخبر التلفزيوني بالدرجة الأساس على الصورة المتحركة والصوت ، فإنه يقدم أحداثا وحقائق تهم عددا مهما من الناس. ذلك أن الخبر التلفزيوني يتعامل مع أكثر من حاسة ، مما يزيد من مقدرته على الجذب والوصول والتأثير في المتلقين ، حتى بات يطلق على العصر الذي نعيشه (عصر الصورة)". (معوض و عبد العزيز، 2000 ، ص 67).

تعريف الخبر التلفزيوني:

لابد لنا منذ البداية ان نتعرف على ماهية الخبر التلفزيوني كي يتسنى لنا معرفة العوامل المؤثرة في صناعته، بالنسبة لتعريف «الخبر التلفزيوني» فإنه بحسب دراسة للأستاذ محمود حسن إسماعيل عن دور أخبار التلفزيون أكد انه لا يوجد اتفاق على تعريف محدد ومقتنله. وأن التعريفات بين محطات التلفزيون تختلف طبقاً للأهمية التي توليها كل محطة للأخبار، وطبقاً للسياسة التي تتبعها تلك المحطة.

ويمكن القول: ان الخبر التلفزيوني هو الحدث الذي تتوافر فيه القيمة «المرئية» وقيمة «الصحة» بالإضافة إلى قيمة أو أكثر من القيم الخبرية المتعارف عليها مثل: الاهتمام، القرب، المعلومات، الفورية، التأثير وغيرها، ويصلح للنقل التلفزيوني فنياً وأخلاقياً. وتكتسب الأخبار معناها وفقاً لما تراه عيون، وماتسمعه آذان من يلاحظها، وبالتالي فإن الخبر من وجهة نظر شخص ما قد لا يكون خبراً من وجهة نظر شخص آخر، أي أن الملاحظات (الأخبار) التي ينقلها المراسل تخضع للإعتبارات البيئية والجغرافية والإتجاهات الإقتصادية الإجتماعية لمن يقوم بنقل الأخبار.

والأخبار: هي أي شيء يشبع أو يغذي حب استطلاع الإنسان سواء كان رجلاً أم امرأة وبناء على هذا المعنى فالأخبار شئ عالمي. (حبيب، 2015م، العدد 13482)

يعرف خبراء الاتصال الخبر: بأنه سرد لشيء حقيقي، وبأنه الشئ الذي وقع فعلاً. بينما يرى آخرون أن الخبر هو السرد الحقيقي والكامل للعالم الإجتماعي، في حين أكد البعض على الدقة بالنسبة للأخبار ويرون ان الخبر عبارة عن تقرير عن حدث يحتوي في الوقت المناسب على معلومات جمعها بدقة وكتبها صحفي مدرب بغرض خدمة القارئ أو المستمع أو المشاهد.

وتؤكد الدكتورة مي العبدالله سنو في كتابها (التلفزيون في لبنان والعالم العربي) انه مع ظهور التلفزيون اهتمت المحطات التلفزيونية في كل دول العالم «بالأخبار» حيث أصبحت مادة أساسية للتلفزيون، ووظيفة مهمة من وظائفه ولقد ظل الخبر التلفزيوني محتفظاً بطابعه الصحفي في بدايات ظهوره ، إلى أن أصبح له كيانه مستقلاً، وقواعد خاصة تميزه عن الخبر في باقي الوسائل الإعلامية. (حبيب، 2015م، العدد 13482).

الفرق بين أخبار التلفزيون والراديو والصحافة:

ويجمع الباحثون الإعلاميون على أن لغة الإعلام تتمثل أساسا في إشارات منطوقة أو مكتوبة أو مصورة ، تمر من خلالها الرسالة الإعلامية إلى الجمهور ، حيث لا يتم الإعلام الكامل ، إلا إذا وجد رجل الإعلام اللغة التي يقتضيها الحال للتعبير عن طبيعة المعلومات والأفكار أو المشاهد والأحداث.

وبما أن القائمين على العملية الاتصالية في وسائل الإعلام المختلفة ، يسعون لكي تدرك رسائلهم أكبر عدد من الناس ، فقد حرصوا على أخذ هذا الأمر بعين الاعتبار في الممارسة. علاوة على ذلك ، فاللغة الإعلامية مطالبة بملائمة عباراتها مع طبيعة الأحداث المعالجة (بفتح اللام) .. فمن الجلي أن أسلوب نقل المعلومة من مختبر البحث ، يختلف عن رصد حشد من الناس ، ويختلف عن وصف مأساة إنسانية ، كما يختلف عن التعبير عن جدل فكري ، وأيضا عن وصف مؤمن في لحظة تعبهه وخشوعه ، وبذلك يمكننا نعت اللغة الإعلامية بأنها لغة كل شيء. وبما أن اللغة الإعلامية مسخرة للإضطلاع بتلك المهام كافة ، فإن أدواتها التعبيرية والفنية ينبغي أن تستجيب لمقتضيات التنوع ، وكذلك لخصوصيات الوسيلة الإعلامية.(علي ، 2017م ، ص 99).

لكل وسيلة إعلامية خصوصيتها والتي تفرض بالتالي نمط وتكنيك معين في تناول الأشكال الإعلامية عليها لهذا نجد أن هناك إختلافا كبيرا بين الحوار أو التحقيق أو الخبر بين الصحافة والراديو والتلفزيون وهنا نستعرض الفوارق في جانب الخبر حيث نجدا أولا ان الأخبار التي تكتب للإذاعة والتلفزيون تختلف عن تلك التي تكتب للصحف ، و"غالبا ما يفكر الكاتب الذي يكتب للإذاعة والتلفزيون في الكيفية التي سيكون عليها وقع الكلمات ، وتكويناتها ، على أذن المستمع ، وفق القاعدة التي نقول أنطق الأخبار وأنت تكتبها". (سليمان ، 2003 ، ص 116)

ويقول أدوين واكين واصفا ما يكتب للإذاعة ،"إنه في حالة الراديو، تحل الأذن محل العين، ونرتد إلى الكلمة المنطوقة. صحيح أن جميع العبارات المذاعة، تقرأ من نصوص مكتوبة ، ولكنها معدة بحيث يصغي إليها الجمهور، وليست معدة للقراءة. إذ يتلقى المستمع الرسائل المذاعة، فإنها لا تلبث أن تتقضي سريعا ، وتزول بمجرد سماعها. فالكلام المنطوق -على نقيض المطبوع- لا بد له

من أداء مهمة الاتصال من اللحظة الأولى. فالكلام حين يكتب، ويدون، يمكن قراءته، وإعادة قراءته، أما حين ينطق به فهو يتلاشى" (إل هيليراد، 2003، ص 70).

ولا يختلف إثنان في أن اللغة العربية تعتبر من أهم اللغات العالمية ملائمة للأسلوب الإذاعي، فقد شكل الشعر العربي النموذج الأمثل فيجدلية المشافهة، وكما يقول الشاعر: "والأذن تعشق قبل العين أحيانا". .. كذلك يتيح ثراء اللغة العربية للصحفي والإذاعي بأن يعرض مادته، وفق الأسلوب الأكثر سحرا ووضوحا، يقول الأستاذ "بيتر ويليت"، أحد رواد الأخبار الإذاعية في الولايات المتحدة الأمريكية: إن المستمع يستتجد بخياله الخاص، لتصوير المنظر، والمخبر الإذاعي الممتاز هو الذي يستطيع أن يصور المنظر بنفس الدقة والإتقان اللذين يلتزمهما المصور، فعلى المخبر الإذاعي أن يرسم بالكلمات صورا حية".

ويسعى رؤساء التحرير في محطات الإذاعة والتلفزيون في العالم بصفة مستمرة إلى مراجعة المادة الإخبارية، حيث يكون إختيارهم للكلمات مقصودا، وقائما على دراسة دقيقة لطبيعة اللغة المستخدمة، والإطار الدلالي للألفاظ، أو مدى ما تحدثه من تأثير. (علي، 2017، ص 105). ويعرف معجم المصطلحات الإعلامية الكتابة للإذاعة بأنها: "الكتابة باللغة التي يستعملها الناس عادة، والتي تتميز بالإيجاز، والوضوح، لإثارة إهتمام عامة الناس، كما تكتب للحديث، لا للقراءة". (إلبرت، 2000، ص 20)

وإن العربية بإستطاعتها التأقلم مع أى أسلوب إذاعي أو تلفزيوني، نظرا لثراء مفرداتها وتنوعها، وقوة تعبيرها، وصدى كلماتها، وما نلاحظه _ اليوم _ من قصور في اللغة المذاعة عندنا، يعود إلى الصحفيين أنفسهم، الذين لا يتحكمون في اللغة، أو فنيات الكتابة، التي يقتضيها الاتصال الإذاعي الناجح. والأكثر فظاعة في الأمر أن هناك من يجعل من اللغة العربية كبش فداء لنقائص الصحفيين، ويوصمها ظلما وزورا بعيوب هي بريئة منها.

هذا الواقع يفرض على القائمين على الوسائل السمعية البصرية، الناطقة بالعربية، ألا يتركوا أمر الأسلوب لصحفي وحده لأنه من النادر أن تجد صحفيين إذاعيين يكتبون نصوصا لا تحتاج إلى مراجعة وصقل. (علي، 2017، ص 107)

قام أحد أعضاء مجمع اللغة العربية بسوريا، بدراسة خمس نشرات من نشرات الإذاعة السورية، خلال يناير 1983م، ثم قدم نقدا لغة الخبر الإعلامي قائلا: إن الخبر أول ما يقصده قارئ الصحيفة، أو المستمع إلى الإذاعة، فوجب أن تكون العناية به صوغا وأداء، من حيث سلامة

لغته ، وجودة أدائه . وإذا كان لكل فن بلاغته فبلاغة الخبر هي في سرعة وعي القارئ أو السامع دون عناء ، باللفظ السهل الموجز ، الخالي من التزييق ، أو التفخيم ، أو الإبتدال ، وألا يتقل الخبر بالعواطف السلبية ، أو الإيجابية" ويضيف قائلاً : تعنى الجملة العربية بالحدث قبل المحدث ، لذلك كثيرا ما يتصدرها الفعل ، وحين تقوم أغراض بلاغية تدعو إلى العناية بالمحدث أولا ، فإنهم يقدمونه ، وهذا طبعا غير وارد في الأخبار. (علي ، 2017م ، ص 107)

مميزات لغة الإذاعة :

تتسم بالوضوح ، الإقتصاد ، السلاسة ، الشمول والسرعة ، المباشرة والواقعية، و البساطة والإيجاز.

وليس ثمة بديل للأسلوب المباشر للجملة ، ولبناء القصة الخبرية .. وعندنا تكون القصة الخبرية مكتملة في ذهنك ، فينبغي عليك عندئذ أن تحيكها بطريقة مباشرة ، وعليك أن تتجنب استخدام الجمل الاعترافية ، أو شبه الجملة في بداية الجملة (...) ، وينبغي أن تجذب المقدمة (مقدمة الخبر) الإهتمام إلى العنصر الرئيس في القصة الخبرية ، ولا ينبغي أن تحشوها بحقائق عديدة ، ولا تحاول حشد العناصر وهي : (من، ماذا ، متى، أين ، لماذا ، كيف) في المقدمة ، لأنك بذلك تفقد أذن المستمع ، عن طريق تحميله بما لا يطيق. (علي ، 2017م ، ص 108)

ونجد إن الخبر المذاع كتب ليستمع، ولهذا فإن صياغة أخبار الإذاعة تتجه إلى إحداث الأثر السريع، بالعرض المباشر، والكلمات المؤثرة، والجمل القصيرة المقتضبة ، والفقرات القصيرة، والكلمات المنتقاة بعناية. ويوضع الخبر الإذاعي والتلفزيوني إذن في أقصر صيغة، ليؤدي المعنى في أقصر وقت، فالمطلوب لهذا الخبر مباشرة أكثر، وتركيزاً أعمق، وبساطة أوضح.

هناك تشابه كبير بين الخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني ذلك أن الإذاعة قد سبقت الشاشة الصغيرة في تقديم الأخبار بحوالي عقدين من الزمن واستطاعت أن تؤسس تقاليداً وممارساتها الصحفية وتطور لها أسلوباً مميزاً عن أسلوب الجريدة ... وحين ظهر التلفزيون أفاد كثيراً من الفن الإذاعي الذي يشترك معه في مخاطبة الأذن ... وهنا تستطيع القول أن الخبر التلفزيوني يعتمد كثيراً على قواعد كتابة الأخبار الإذاعية مع الأخذ بنظر الحسبان وظيفة الصورة ومكانتها العظيمة في النشرة الإخباريَّة. يبراز قواعد كتابة الأخبار الإذاعية هي:

1. الجمل قصيرة وبسيطة.
 2. يذكر الفاعل مع فعله سوية إذا أمكن.
 3. عدم استخدام الجمل المعقدة والكلمات النادرة.
 4. في الخبر الإذاعي الكلمات كتبت لكي تقرأ ولذلك لا بد أن تكون سهلة النطق.
 5. استخدام أقل ما يمكن من الضمائر.
 6. حداثة الخبر الإذاعي.
 7. في الخبر الإذاعي تستخدم عبارة وصيغة قبل الإسم.
 8. لا تبدأ الجملة بمقتبس في الأخبار الإذاعية ولا يترك إسم المصدر في نهاية المقتبس.
 9. لا تبدأ الجملة بالإحصاءات وكثرة الأرقام.
 10. استخدام المبني للمعلوم.
 11. الحذر من تغطية أخبار الجريمة.
- وبدوره، فإن الخبر التلفزيوني يكون على وجه العموم أقصر من الخبر الإذاعي، إذ إن الصورة تكمل النص المكتوب للخبر. وهناك قاعدة عامة للخبر التلفزيوني، هي أنه ما دامت الصورة تكمل الخبر، فلا يجوز إذن أن يتعرض للتفاصيل، حتى لا يوزع انتباه المشاهد بين الصوت والصورة. ومن الأهمية ربط الرواية بالصورة، أي أن تسير الكلمة المذاعة جنباً إلى جنب مع الصور المرئية.
- والخبر التلفزيوني شأنه شأن الخبر الإذاعي " لا يمكن إختزاله من النهاية أو من أية نقطة أخرى بل إنه وحدة متماسكة تبنى معلوم متجانس الأجزاء له مقدمة و متن وخاتمة وا إذا حذف أي جزء منه يصبح لا معنى له تماماً مثلما لو حذف الفصل الأخير من مسرحية متقنة الصياغة".
- (راضي، 2005، ص 30).

ومن أهم النقاط الأساسية التي لا بد أن يقف ويتأمل فيها كاتب الخبر التلفزيوني أكثر من

غيره هي :

- الإيجاز.
- خلفية الخبر.
- التعبير المجازي.
- لباقة الحديث.

التطابق بين الصورة والكلمة.

أكثر الكلمات للمذيع وأقلها للصورة.

مشاهدة تربط الفيديو قبل كتابة الخبر.

الإفادة من الصوت الطبيعي.

توافق النص مع منطق الصورة.

ووجود الصورة إلى جانب الكلام الموجز الذي يرافقها قد جعل كاتب الخبر التلفزيوني "يتوخى الإيجاز بأقصى درجاته ولكن هذا الإيجاز يجب ان يكون وافيا وهذا يعني أن على كاتب الخبر التلفزيوني أن يدع الصورة تصف الحدث لجمهور المشاهدين . (جواد،2002، ص 9) وهذا يعني أن خصائص الخبر الإذاعي هي ليست ذاتها خصائص الخبر التلفزيوني الذي كتب للمشاهدين وليس للمستمعين فقط ، إذ تؤدي الصورة مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع ، لذلك فإن الصورة ما هي إلا إعادة تشكيل الواقع ، حتى نشرات الأخبار التلفزيونية ولاسيما التسجيلية ايضا تعيد تشكيل الواقع ، فهذه الفقرات إختيرات وعدلت من ثلاثة مراكز للإختيار : الوقت والمساحة والتكنيك.

تلك المراكز تعكس النظام الداخلي للبنية أو السياق الذي يتفق مع تكنيك الوسيلة المستخدمة ، وهذا السياق يفرض خطوتين أساسيتين :

أ- تثبيت الحدث : في زمن معين يهتم المتلقي.

ب- ضغط الحدث : ذلك لأن كادر الكاميرات لا يتسع لنقل جميع المعلومات ، إذن يجب أن يضغط الحدث : ثقافيا ، وسياسيا ، ودينيا في زوايا معينة ليعكس الدلالات والرموز التي نريد التركيز عليها ، وهذا يمكن القول : إن هذا الكادر لضغط الواقع في ركن معين فقط أو زاوية معينة فقط. (البطريق وعبدالغفار ، 2005م ، ص 92).

إن الكلام في الصورة الفيلمية مهمته التوضيح ، وإتمام المعاني ، وبخاصة في الأفلام الإخبارية ، الوثائقية ، أو التربوية ، أو التاريخية ، وفي مجمل الأفلام الأخرى الموجهة إلى طبقة معينة من الناس ، تتمتع بقدرة متوسطة على الاستيعاب والإدراك والتفسير .. إن تصوير إعصار ضرب إحدى الولايات المتحدة الأمريكية ، لا يعطي محصلته الإخبارية إذا لم يشر فيه إلى المكان والزمان ومقدر الخسائر المادية وعدد الضحايا ومسار الريح ونتائجها المرتقبة ... إلخ.

وبما أن الإعلام السمعي البصري ، يشكل المصدر الأساس للإعلام والمعرفة في المجتمع ذي الأمية والفئات التي لا تتقن العربية ، وتتنوع فيه اللهجات ، فإنه يمكن أن تستغل الإذاعة والتلفزيون من أجل تعزيز الرصيد اللغوي للأفراد ، ومنحهم الفرصة لاتسياب الألفاظ الجديدة ، ونطقها النطق السليم.(علي، 2017م ، ص 109،108) وتشير دراسات لغوية عديدة إلى أن لغة تلاميذ المراحل الأولى من التعليم هي مزيج مما يسمعونه في الإذاعة والتلفزيون ، وفي الحديث اليومي ، وكذلك في المؤسسة التعليمية ، وبذلك لم تعد المدرسة تحتكر عملية إثراء الرصيد اللغوي للتلميذ. وهذا الواقع يفرض على القائمين على المؤسسات الإعلامية السمعية البصرية أن يحرصوا أشد الحرص ، عند استخدامهم العبارات ، والألفاظ في تبليغ الأخبار والمعلومات(علي ، 2017م ، ص 109)

نصيحة لمحرري الخبر الإذاعي والتلفزيوني في قول:"إذا لم تكن هناك حاجة لكلمة معينة، أحذفها ، وإذا لم تضيف الجملة توصيل المعلومة شيئاً أحذفها.الحشو ما هو إلا إعاقة للتفكير.لاتحاول لأن تكتب كل شئ عن شخصاً وحدثاً وفكرة . إنك لا تستطيع ذلك، وإذا استطعت فمن يرغب في سماع ذلك "(هانك، 1988 ، ص 24)

ويقول ليناردو راي تيل و رون تيلور : " هناك حدودا لما يقوله صحافيو الإذاعة والتلفزيون، وإن غالبية هذه الحدود مفروضة، ليست بالقانون ولكن بالوقت وبالقدرة على إجتذاب الجمهور، وتحديات الوقت تفرض على الأخبار المذاعة والمتلفزة، قيدين هامين: أولاً: إن كتاب الصحافة المنطوقة، مجبرون على إختصار أخبارهم، بحيث لا يمكنهم التطرق إلى كل مواضيع الأحداث، التي تتناولها الصحافة المكتوبة، ثم إن تحقيقاتهم لا تتضمن الكثير من التفاصيل ، كما هو الشأن في الصحافة المكتوبة.

ثانياً: هو صعوبة الوصول إلى أحسن نتيجة من خلال حصر وضغط الكتابة. وهناك فروق جوهرية بين الكتابة للعين، والكتابة للأذن، فمعالجة الخبر الإذاعي، تتطلب الأخذ باللغة السهلة المبسطة ، والإعتماد المباشر على أسلوب التخاطب والحوار " (تيل راي و تيلور،1998، ص 38).

فبالإضافة إلى ضرورة الأخذ بعين الإعتبار أثر الوسيلة الإعلامية في صوغ الأساليب ، ينبغي الإهتمام إلى اللغة ذاتها .. وفي هذا السياق نرى ضرورة ما يأتي :

1- الحرص على سلامة اللغة ، واحترام قواعد النحو والصرف.

2- محاولة توظيف من العامية ، الألفاظ التي هي من أصل اللغة العربية والتي بدأ يأفل استخدامها.

3- العمل على إدخال كلمات من صلب اللغة العربية ، ووضعها في جمل ، من أجل توظيف الاستئناس بها ، وجعل المستمع يعي سياق توظيفها التوظيف السليم.(علي ، 2017م ، ص 109).

ولذلك فإن تحرير الخبر التلفزيوني يقتضي "إستخدام إسلوب المشافهة ، وهو يقوم على سهولة اللفظ وقصر الجمل ومركز المعاني، مع التخلص من جمود قواعد الصرف والنحو، وإستخدام صيغة المخاطب بدلا من صيغة الغائب، مع عدم إستخدام الأشعار والأمثال والحكم (المصدر السابق ص 33) "كما ينبغي ملاحظة الشريط الصوري على الشاشة لغاية ربط الكلمات التي يصيغها المحرر مع الصورة.

بحكم طبيعته وخصائصه، فإن التلفزيون يحتوي على كل وسائل التعبير البصرية ووسائل التعبير الصوتي كالكلمة منطوقة والألحان والمؤثرات الصوتية وهذا ما يجعل التلفزيون وسيلة اتصال متميزة، إذ تساعد الصورة على تدعيم رسالتها لإعلامية. لهذا فإن الكتابة للتلفزيون كما جاء في كتاب الخبر الإذاعي والتلفزيوني للباحث محمد معوض والباحث بركات عبدالعزيز تعتمد على البساطة والوضوح والصدق والألفة، فالكاتب للتلفزيون يعرض من خلال مايكتبه للشاشة الصغيرة العالم على اتساعه بما فيه من أحداث. وهنا الكاتب يخاطب من خلال ما يكتبه شتى فئات الناس على اختلاف طباعهم واتجاهاتهم وذلك عن طريق لغة مشتركة تستفيد من حركة الصورة والاتصال اللغوي. وتسمى لغة التلفزيون عادةً اللغة المرئية التي تتجه إلى الهدوء والتبسيط والخلو من التكلفة. والمشاهد عندما يتعامل مع التلفزيون يتعامل معه كصديق حميم يستقبله في منزله لينقل إليه الأحداث الواقعية ويفيض عليه بالإنفعالات الصادقة، فالتلفزيون وسيلة إعلامية ذاتية بمعنى أن المشاهد يشعر بأنه قريب من المتحدث أو مقدم البرنامج. إن الأساس الأول والبدائية الحقيقية لفن الكتابة للتلفزيون أن يتعرف الكاتب على عناصر ومقومات صياغة الرسالة التلفزيونية وكيفية استخدامك لعنصر منها لأن هذه العناصر هي مفردات لغة التلفزيون التي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن أفكاره ومعلوماته. (حبيب، 2015م، العدد 13482).

والكتابة للتلفزيون تختلف عن الكتابة لوسائل الإعلام الأخرى لأنها كتابة للعين والأذن معا، وفي التكامل والتطابق بينهما نجاح لمحري أخبار التلفزيون . ويشير الدكتور عبدالستار جواد في كتابه صناعة الأخبار إلى "أبرز قواعد كتابة الأخبار الإذاعية والتلفزيونية محددًا لها بما يأتي:

1- الجمل قصيرة ومبسطة

2- يذكر الفاعل مع فعله سويًا إذا أمكن، ويفضل أن لا تأتي عبارات إعتراضية

3- لا تستخدم الجمل المعقدة والكلمات النادرة والأساليب الأدبية الخاصة.

4- الكلمات كتبت لكي تقرأ لذلك لا بد أن تكون سهلة النطق

5- استخدام أقل ما يمكن من الضمائر". (عبد الستار جواد، 2002، ص 29)

ومع تطور الوسيلتين الإعلاميتين فإن الإذاعة اليوم تنافس التلفزيون في استقطاب الجمهور. ويقول توم فنتوم " قبل الحادي عشر من سبتمبر كان حجم مستمعي الإذاعة الوطنية العامة إن. بي. آر لا يتجاوز في أميركا 15 مليون مستمع، لكن هذا الرقم قفز ليصل إلى نحو 19 مليون، ثم بلغ 22 مليون يوميا في عام 2004 . بمعنى أنه إزداد بنسبة 51 في المئة على مدار 4 سنوات فقط ، في حين لا تتجاوز زيادة الإقبال في نفس هذه الفترة الحاسمة على كبرى قنوات التلفزة الأميركية نسبة تتراوح 7، 7، في المئة و 4، 11 في المئة فقط " (توم فنتوم، 2006، ص 218). ويبرر فنتوم ذلك بإعتبار أن الإذاعة شكلت "بديلا ناجحا يجسد كفاءة المؤسسة الإعلامية الإخبارية غير الهادفة للربح، والتي نقلت وحللت كل ما يتعلق بأحداث سبتمبر دون الخضوع لضغوط الممولين كما هو حال التلفزيونات الأميركية ، مبينا أن الأحداث الكبرى هي التي تدفع الناس إلى التماس هذه النوعية من الخدمات والمؤسسات الإعلامية . وهو ما يعني مزيدا من المسؤولية ، وبيان الموقف المعبر عن ذات المؤسسة الإعلامية وهويتها الحقيقية" (المصدر السابق ، ص 220)

- الدقة : وهي نقل الخبر بأمانة مع ذكر تفاصيله الدقيقة دون حذف يخل بسياق الحدث، ودون مبالغة تؤدي إلى فهم مغاير للحقيقة .

- الصدق أو الصحة : ونعني به قيام الخبر على وقائع صحيحة غير مصطنعة أو مفتعلة .

- الموضوعية : أي إختفاء ذاتية الصحفي أو الجهاز الإعلامي عند صياغة الخبر أو إختيار الصور والمادة الفلمية التي سيتم بثها. ويمكن لزاوية الإلتقاط ونوعية الأشخاص المرافقين للخبر والتركيز على تفاصيل دون أخرى أن تؤدي إلى فهم خاطيء لحقيقة الحدث .

- التوازن الخبري والبحث عن وجهات النظر المختلفة دون الإنحياز إلى وجهة نظر دون أخرى أو التعقيم عن موقف طرف أساسي مؤثر في الحدث .

ولعل من شبه المستحيل أن تتحقق مثل هذه الصفات بشكل مطلق ، فلكل قناة تلفزيونية خطها السياسي وجمهورها المستهدف ومواقفها من القضايا المطروحة. وذلك بدوره يؤثر على قرار بث الخبر من عدمه ، وعلى طريقة تناوله ، وعلى التفاصيل التي يجب التركيز عليها دون غيرها . وتضع كاروليندي انالويسست مواصفات للأخبار التلفزيونية هي:

"الوضوح ،حسن الإنتقاء، جودة الصياغة ، الإيجاز، التطابق بين الصورة والتعليق المصاحب لها ، وتجنب الترهل والإطناب او حشو الأخبار بمفردات لاضرورة لها". (الحيدري، 2005، ص 49) ويقول هوفس ، إن"خبر التلفزيون هو صورة الخبر .. مهمته أن يجعل المشاهدين يرون الحدث .وهذا يعني إن على كاتب الخبر التلفزيوني أن يدع الصورة تصف الحدث لجمهور المشاهدين". (جورج ، 1990،ص117)

وهناك"خصائص عدة تتعلق بذات الخبر التلفزيوني ومنها:

1. الإيجاز :

تقديم عبارات موجزة ودقيقة ولايعني الإيجاز تغييب الحقائق مطلقا.

2. التطابق بين الصورة والصوت:

للخبر التلفزيوني عنصرين هما الصورة والصوت

الصورة : سواء كانت هذه الصورة فيلما أو صورا ثابتة أو رسوما بيانية أو صورا من المصدر .والعنصر الثاني الصوت الذي لها تأثيره الخاص وسحره على النفوس، "ويمثل الصوت العامل

الثاني للصحفي التلفزيوني والعامل الأول بالنسبة للصحفي الإذاعي" (شرف، 1988،ص 35)

وإيقاع الصوت يتغير حسب نوعية الخبر، "فعندما نكون بصدد إلقاء خبر مفرح أو التعليق على مقابلة رياضية مثلا يكون إيقاع الصوت سريعا وقويا، وعندما ننتقل للحديث عن خبر محزن ك وفاة شخصية مهمة وعزيزة على المشاهدين نخفض من إيقاع الصوت ومن سرعته ويكون الصوت منخفضا وحزينا، ولا بد أن يظهر الحزن على تراسيم الوجه لكي يكون هناك تفاعل بين الصوت والصورة .. وهكذا" (المصدر السابق ، ص 37) أي أنه يجب في مجال التلفزيون أن يتناسب الكلام مع محتوى الصورة.

3. الوضوح :

لابد أن تتميز لغة الخبر بالبساطة فهي ضرورية دون الإخلال بالحقيقة ولا بد من تحديد المصطلحات والجمل بشكل دقيق وحدد للتعبير عن المعنى الحقيقي والواضح كثيرا ما تتلاعب وسائل الإعلام بالكلمات لتغيب الحقائق كتسميتها لحدث بعينة بمصطلح يبرره مثل تسمية الإحتلال تحرير كما حدث مع إحتلال العراق من قبل القوات الأمريكية والذي قدمه الإعلام الأمريكي علي أنه تحرير. (العياضي، 1999، ص 49)

وفي السودان إتجهت بعض الفضائيات إلى تسمية إنفصال الجنوب بالإستقلال بإعتبار أن السودان الشمالي كان محتلاً فإستخدام كلمة (إستقلال) بدلا عن (إنفصال) يغير كثيرا في المعنى الكلي للخبر ويعزز فكرة معينة.

مميزات وأنواع الأخبار الصحفية :

وإذا كان هناك ثمة تشابه بين الخبر الإذاعي والتلفزيوني ، فإن كتاب الأخبار الصحفية يهتمون بكتابة النصوص التي لها متابعة كبيرة من قبل القراء، حيث يعتبر الخبر الصحفي وسيلة لنقل وتداول الحقائق الآنية الحدوث والمعلومات الجديدة. بينما كاتب الخبر الإذاعي أي الخبر المسموع يجب عليه أن يكتب ويلقي الخبر بكلمات وجمل وطريقة سهلة تسلسلة لا تحتوي على أي كلمات وألفاظ معقدة حتى لا يمل السامع منه. أنواع الخبر الصحفي يوجد عدد من الأنواع التي تخص الأخبار الصحفية ومن هذه الأنواع:

1. التقرير الإخباري: إن التقرير الإخباري هو عبارة عن نص صحفي يقوم على توضيح خبر معين، فتكون التقارير الإخبارية منتشرة بصورة يومية على الصفحات الأولى في الصحف. وتهتم التقارير الإخبارية تداول ومناقشة مواضيع وقضايا محلية ودولية ، و قد تكون هذه المواضيع حديثة العهد أو تشغل الرأي العام منذ فترة. وتتمثل أهمية التقرير الإخباري في شرح التفاصيل والجزئيات الصغيرة التي تتعلق بمحتوى التقرير والأسباب والعوامل التي ينتج عنها حدوث الخبر. ويوجد مثال على التقرير الإخباري، خبر صحفي عن ارتفاع أسعار الذهب، يبحث فيها لأسباب التي أدت إلى ذلك.

2. الريبورتاج: إن الريبورتاج هو عبارة عن التقرير الذي يتم تصويره ، حيث يتم إعداد هذا الخبر الصحفي من خلال وسيلة إعلامية مرئية تلفزيونية . وفي الفترة الأخيرة صار يتم إعداده عن طريق

مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة التي توفر خاصية تصوير الفيديو. يقوم التقرير المصور بعرض الخبر بالصوت والصورة، وذلك حتى يتم توثيقه بصورة أفضل، ويساهم التقرير المصور أيضا في التأكد من موثوقية الخبر ومدى صحته، ومن الأمثلة التقرير المصور، تقرير مصور حول أطفال الشوارع.

3. المقابلات الصحفية: وهي عبارة عن الأخبار التي يحصل عليها الصحفي من مصادرها بصورة مباشرة، وعادة ما يكون هذا المصدر هو الشخص المسؤول عن الحدث، وتتم هذه المقابلات الصحفية سواء من خلال المصادفة أو عن طريق تحديد موعد مسبق. ويتم تلخيص المقابلة الصحفية سواء بكتابتها في صورة خبر صحفي أو بتصويرها تلفزيونيا. ويعتمد كل من محتوى المقابلة والمدة الزمنية الخاصة بها على نوعية وطبيعة الحدث والخبر الذي يرتبط بها. ومن الأمثلة على المقابلات، إجراء مقابلة صحفية مع شخصية سياسية ، أو أديبة مشهورة.

4. السبق الصحفي إن السبق الصحفي يعني ان يحصل الصحفي على الخبر بصورة حصرية ، وخاصة الوسيلة الإخبارية ، والإعلامية. وكافة وسائل الإعلام تسعى إلى الحصول على سبق صحفي عن الكثير من الأحداث، وخاصة التي ترتبط بشخصيات مشهورة ، مثل، الفنانين والكُتاب، والرياضيين ، وغيرهم. وعندما يتم الحصول على سبق صحفي ، يتم كتابة كلمة حصري عنده ، وذلك للدلالة على الخصوصية. وإن الوسيلة الإعلامية التي حصلت على الخبر، هي أول من حصل عليه، ومن الأمثلة على السبق الصحفي. (عبد الحميد، 2015م).

المبحث الثاني

الأخبار والتطور والمصادر

يعرف خبراء الاتصال الخبر: بأنه سرد لشيء حقيقي، وبأنه الشيء الذي وقع فعلاً. بينما يرى آخرون أن الخبر هو السرد الحقيقي والكامل للعالم الاجتماعي، في حين أكد البعض على الدقة بالنسبة للأخبار ويرون ان الخبر عبارة عن تقرير عن حدث يحتوي في الوقت المناسب على معلومات جمعها بدقة وكتبها صحفي مدرب بغرض خدمة القارئ أوالمستمع أو المشاهد.

وتؤكد الدكتورة مي العبدالله سنة في كتابها (التلفزيون في لبنان والعالم العربي) أنه ومع ظهور التلفزيون إهتمت المحطات التلفزيونية في كل دول العالم « بالأخبار» حيث أصبحت مادة أساسية للتلفزيون، ووظيفة مهمة من وظائفه ولقد ظل الخبر التلفزيوني محتفظاً بطابعه الصحفي في بدايات ظهوره، إلى أن أصبح له كيان مستقل، وقواعد خاصة تميزه عن الخبر في باقي الوسائل الإعلامية. (حبيب، 2015م، العدد 13482).

وعلى الرغم من أن هناك تشابها كبيرا في مصادر الأخبار لكل وسائل الإعلام إلا أن لكل وسيلة خصوصيتها ومصادرها المختلفة عن الوسائل الأخرى ويتميز عن وسائل الإعلام بمصادر يحصل من خلالها على مادته الإخبارية المصورة. وهناك مصدرين رئيسين للأخبارهما:

1. المصادر الذاتية : وهو مايعتمد فيها التلفزيون على كوادره في الحصول على الأخبار مثل المندوبين أو المراسلين الخارجيين.

2المصادر الخارجية : وهي وكالات الأنباء والإتفاقات الخاصة والأذاعات المحلية و الأجنبية والصحف والنشرات والوثائق" (أبو زيد، 1991 ، ص 61)

وفيما يلي عرض لأهم هذه المصادر وكيفية إستخدامها وتوصيفها في إعداد الأخبار التلفزيونية:
المراسلون والمندوبون:

يؤدي مراسلو ومندوبو أخبار التلفزيون دورا مهما في تغطية أخبار التلفزيون إذ" يشكل وجودهم في مواقع الأحداث بصحبة طاقم التصوير، المصدر الأبرز للقصة الإخبارية التي يقومون بتغطيتها سواء من حيث المعلومات أوالتطورات الإخبارية الخاصة بها، وهو ما يحدد غالبا الطريقة التي سيتعامل معها محرر الخبر من داخل غرفة الأخبار في التعليق عليها. (الحسيني، 2005 ، ص110). كما يؤدي محرروا الأخبار التلفزيونية دورا مهما في مجال الأخبار إعدادا وتحريرا

وغيرها ، حيث يعد محرر الأخبار في الصحافة التلفزيونية العمود الفقري لصناعة الأخبار وأحد العناصر الهامة في فريق العمل الإخباري في القنوات التلفزيونية ولهذا يجب أن :

- يتمتع بحس إخباري قوي فهو يعرف القصة الإخبارية المتميزة وتغطيتها.
- تحديد المحرر أهم الأحداث التي سيتم إذاعتها من ذلك الكم الكبير من الأحداث اليومية.
- تحرير القصة الإخبارية بدمج المعلومات من عدة مصادر وصياغتها في إطار قصة إخبارية متماسكة ، وفي إطار صياغة المحرر لقصته الإخبارية تدور عدة تساؤلات في ذهنه منها : هل قمت بتغطية القصة الإخبارية بدقة وموضوعية وعدالة من خلال تناول كافة أطراف المشكلة ومختلف جوانبها ؟ ما هي التبعات والنتائج الإيجابية والسلبية لإذاعة القصة الإخبارية ؟ هل قمت بفضح مصادري السرية أثناء تحرير القصة الإخبارية سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ؟ هل إلتزمت بالحياد في صياغة القصة أم تدخلت آرائي الشخصية والذاتية في تحريرها؟(الحتو ، 2012م ، ص 222)

ويعتمد المحرر الأساسي في إطار عمله وصياغته لقصصه الإخبارية بشكل كبير على مصادره الشخصية من مسؤولين ومتخصصين ، بالإضافة إلى قواعد البيانات المباشرة كمصادر لصياغة القصص الإخبارية وتحريرها ، بالإضافة إلى النقاش والحوار بين المحرر ورئيس التحرير للتعرف على وجهة نظره حول اختيار قصة إخبارية معينة وكيفية معالجتها. وتوجد في هذا الإطار مجموعة من القواعد المتعلقة بعمل محرري الأخبار في غرفة تحرير الأخبار أهمها :

- إن العمل في مناخ جماعي قد يحمس بعض المحررين غير الجادين لإنجاز قصصهم الإخبارية بشكل أسرع وأفضل.
- إن العمل في غرفة تحرير الأخبار يساعد المحرر المبتدئ على التعرف على إطار السياسة التحريرية غير المعلنة للقناة ، من خلال احتكاكه بزملائه أثناء تحرير القصص الإخبارية، حيث يتفهم ظروف المجتمع بشكل أوضح يرشده _ الزلام الأقدم _ لاختيار قصصا إخبارية لا تصطدم _ بشكل كبير _ مع عادات وتقاليد وأفكار مجتمعه والخط التحريري للقناة ، وأهمية مراعاة ذلك أثناء معالجته لتلك القصص الإخبارية.

- وتوجد علاقة مباشرة بين رئيس التحرير والمحريين ، حيث يكون هناك اجتماعا يوميا بينهم في بداية اليوم في العادة تم فيه مناقشة كافة الإمكانيات المتاحة لتغطية أكبر وأهم عدد ممكن من القصص الإخبارية.(الجتو ، 2012م ، ص 222، 223)

وللحصول علي تغطية إخبارية جديدة في التلفزيون ، هناك خمس خطوات لزيادة فرص الحصول على تغطية جيدة للتلفزيون " (الشلبي و العياري، 2003،(49)،ص 107) وهي :

1. ان يكون الخبر غير عادي .

- 2.أن ترافق الخبر صورة يمكن أن يبصرها الجمهور .

- 3 إختيار المراسل المناسب

- 4 أن يكتب المراسل خبره وكأنه محرر غرفة الأخبار .

- 5 العلاقات العامة الجيدة التي تمنح المراسل أو المحطة سبقا .

إن المراسل التلفزيوني يؤدي دورا مهما في نقل الأخبار وتحقيق فورية النقل وسرعته ، كما إنه ينقل الخبر بعيون القناة وبشكل مختلف عن رؤى قنوات أخرى وربما خدمة لأغراض أخرى. ويعد المراسل التلفزيوني المصدر الأساس لأخبار التلفزيون، شأنه في ذلك شأن بقية وسائل الإعلام . ففقدرة وسيلة الإعلام على تغطية أخبار أي مجتمع ترتبط أساسا بقدرتها على تغطية وقائع وأحداث هذا المجتمع من خلال مشاركة مندوبيها . لذلك نلاحظ وجود مندوبين متخصصين في الصحافة المتقدمة يغطون أخبار البلد ، وكذلك بقية بلدان العالم الرئيسية أو المهمة خبريا ومن مراكز التوترات العالمية أيضا .

واستثمر الجيش الأميركي المراسلين بشكل كبير خلال مرحلة غزو العراق لأغراض دعائية ، حيث نشر مراسلو بعض الفضائيات الاميركية ضمن وحداته ليقوموا بتقديم صور وأخبار تقدم وجها واحدا من الأحداث ، وتؤكد إقبال التميمي"إن مراسل قناة "فوكس" الأميركية كان يستقل إحدى الدبابات الأميركية حينما كان ينقل بشكل مباشر دخول وحدات أميركية بغداد من جهة شارع المطار يوم 6 نيسان 2003 وتجوالها حول جامع أم الطبول ومن ثم عودتها إلى المطار الذي جرت فيه معركة شرسة في حينها"(التميمي ،2004، ص 207) لقد كان ذلك المشهد مؤثرا في وعي الرأي العام الدولي لطبيعة الحرب ونتائجها، إذ استخدمت الولايات المتحدة الصورة والمراسل التلفزيوني في تسويق رؤيتها للأحداث وفي خلق الإنطباع بانتصارها في الحرب.

وتحرص الفضائيات على أن يكون المندوب التلفزيوني على قدرة وكفاءة عاليتين من حيث ثقافته العامة ، وفي الشخصية ، وحتى في اللياقة البدنية . ومعلوم "مقدار الجهد الذي بذله وببذله مندوبو المحطات الفضائية ، خلال الأحداث والحروب وفي المناطق الساخنة (الماجد، 2008 ، ص 19)، وقد يكون المراسل دائما في البلد الذي يرسل إليه ، ويشترط في هذه الحالة أن يتقن لغة ذلك البلد، وأن تكون لديه معلومات جيدة عن ثقافته وتقاليدته الإجتماعية والدينية والسياسية ، هذا فضلا عن ضرورة إلمامه بجغرافية وتضاريس البلد . وقد يكون المراسل متحركا حيث يرسله التلفزيون لتغطية حدث ما في بلد ما ويفترض في هذا النوع من المراسلين نفس المواصفات التي يجب أن تفترض في المراسل الدائم ولكن بشكل أقل .

يقول بيل غايتس رئيس شركة مايكروسوفت "إن من يسيطر على الصورة يسيطر على العقول" (العياري وآخرون، 2006، ص 40) وهي مقولة توضح درجة توجيه الإعلام والتحكم عن طريقه بالعالم من خلال الصورة ، فالصورة تعبر عن الأشياء أكثر من الكلمات بكثير ، وتأثيرها أقوى من تأثير التقارير الصحفية والعبارات المصاغة بإحكام ، لذلك فإن غياب المراسلين عن موقع الحدث يجعل القنوات التلفزيونية تلجأ إلى التغطيات المتحيزة في معظمها نتيجة إعتماها على وكالات الأنباء العالمية أو المحلية .

وكالات الاخبار:

يعرّف أديب خضور وكالة الانباء بأنها "المؤسسة التي تمتلك إمكانيات واسعة تمكنها من استقبال الأخبار ونقلها وتستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأخبار في عدد كبير من دول العالم. كما تستخدم العديد من المحررين في مركزها الرئيسي يتولون تحرير المواد الإخبارية عالمية كانت ، أم محلية وإرسالها بأسرع وقت إلى مكاتب الوكالة في الخارج للتوزيع المحلي على الصحف ومحطات الإذاعة وإلى وكالات الأنباء المتعاقد معها والصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون خارج المناطق المشتركة فيها مباشرة" (خضور ، 2002، ص 231)

وتوصل وكالات الأنباء أخبارها إلى الجمهور من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية المعروفة كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون. وهي المصدر الرئيس للأخبار على اختلاف أنواعها. وتقوم وكالات الأنباء بحسب قدراتها بدور عالمي مهم في نقل وتبادل الأنباء عبر القارات حيث تؤهلها للقيام بهذا الدور قدراتها التكنولوجية وكوادرها البشرية المدربة التي تستعين بها في جمع الأنباء وتوزيعها بلغات عديدة في مختلف أنحاء العالم. هذا فضلا عن قدراتها المادية التي تجعلها

قدرة على نقل أخبار العالم وتشكيل التصورات عن الأشخاص والشعوب والثقافات والوصول إلى كل إنسان على سطح الكرة الأرضية" (باسكير، 1989، ص 128).

ويعد سليمان تقي الدين وكالات الأنباء " مصنع الأخبار في العالم تستخدمها الدول كافة ، فهي مؤسسات كاملة وإحتكارات دولية لا يستهان بها تستخدمها الدول الكبرى في تنفيذ سياستها نشرًا وهجومًا ودفاعًا ودسائس فهي السلاح الرابع مع أسلحة البر والجو والبحر " (تقي الدين، 2004، ص 156) فيما يرى معوض وبركات أن الوكالات العالمية للأنباء "تهيمن على نحو "90%" من أخبار العالم وتسعى هذه الوكالات إلى أن تثبت وجهة نظرها (أيديولوجيتها) من خلال هذه الأخبار ويبدو ذلك واضحاً عند حدوث الأزمات" (معوض و بركات ، 2000 ، ص 63).

وعلى الرغم من إعتقاد قناة الشروق الفضائية على مراسليها وكاميرات مصوريها في تغطية أخبار السودان ، إلا أنها تعتمد كذلك على وكالات عالمية للأنباء التلفزيونية في تغطية اخبارها العالمية فيما تشكل الوكالة المحلية ومراكز الاخبار نسبة في تغطياتها وأهمها:

• وكالة السودان للأنباء

• المركز السوداني للخدمات الصحفية

وإذا نظرنا إلى الفضائيات العالمية بشكل عام لوجدنا أنها تعتمد الخبر الرئيس الذي تنقله أكبر شبكتين ، وهما رويترز واسيوشيتدبرس ، ويطمنون إليه أكثر من إعتمادهم على الخبر الذي ينقله المراسل الميداني . ومن هنا يقعون في فخ تأويل هاتين الشبكتين للخبر. وكان الصحفي والمراسل المحترف مورت روزنبلو Mort Rosen Blum الذي عمل سنوات طويلة مراسلاً لوكالة أنباء (AP) قد قدم نصيحة للمراسلين من أبناء مهنته استقاها من خبرته الطويلة في صناعة الأخبار وتقادي الرقباء وأنظمة الإعلام الصارمة قائلاً " عندما يدركه الوقت (أي المراسل) فإنه يقدم الرشوة ، يخادع ، يكذب ، يصرخ أو يتحالف مع أقرب شيطان دونما لحظة واحدة من التردد" (كابلان ، 2006 ، ص 419).

إن سياسة الوكالات تقوم على السرعة في بث الأخبار الساخنة وأن تقاريرها الإخبارية تخلو من تفسيرات الأحداث. ويدل الإرث التاريخي ذو الأمد الطويل لوكالات الأنباء الدولية ، على تراكم الخبرة واستمرارية الحصول عليها ، مع أنه يشير . في بعض الأحيان بصورة ضمنية . إلى صلابة في التنظيم . ويرى محمد شومان " أن التكيف الذي أظهرته الوكالات الدولية بعد الحرب العالمية الثانية، يؤكد أن مثل هذه الصلابة لم تعد قائمة ، ودليل ذلك ما حصل لوكالة اليوناييتدبرس

الأمريكية التي أعلنت إفلاسها في نهاية الثمانينيات من القرن العشرين ، ووكالة يونايتد برس انترناشيونال (United Press International) التي تأسست عام 1907 ، وهي متخصصة في توزيع الأخبار للإذاعة والتلفاز، وفي عام 1982 تحولت إدارة هذه الوكالة إلى شركة (ميدان نيوزكوربوريشن) (Mefdia News Coperation) ، وتخدم (UPI) أكثر من 92 دولة حول العالم ، وقد اشترتها مجموعة من رجال أعمال سعوديين وانضمت إلى مركز تلفاز الشرق الأوسط (MBC) في 1992/6/28، بعد أن اشترتها شركة (Infotech) الأمريكية لإنقاذها من الإفلاس ، وتعمل هذه الوكالة باسم شركة (Worldf Wide News Inc) " (شومان، 2005، ص 39)

ولا يخلو عمل مراسلي وكالات الأنباء الدولية من مخاطر على حياتهم أو حريتهم كما هو الحال في سوريا أو اليمن أو العراق وجميع مناطق الصراعات في العالم، وكثيراً ما تعرض بعضهم للخطف أو الإعتقال أو الإغتيال وبعضهم يتهم بالتعاون مع أجهزة المخابرات وينحرف بمهمته الأصلية. وتتحدث وكالات الأنباء الدولية عن أن مراسليها يتعرضون في بعض الدول وفي بعض الأحيان إلى إنتقام من قبل السلطات المحلية بسبب نشرهم بعض الأنباء أو بسبب النشاط الذي يقومون به ولم توافق عليه تلك السلطات. وبالرغم من عدم وجود إحصائية عن مثل هذه العمليات إلا أن المغالاة في الحديث عنه أمر واضح للعيان. وهو قد يخفي وراءه في الغالب أغراضا تستهدف البلد المعني ؛ فإصرار السلطات مثلا على نشر تصحيح للنبأ في الصحف أو إرسال رسالة إحتجاج أو تصحيح إلى الرئيس المباشر للصحفي الذي نشر النبأ أمور لا يمكن عدّها " إنتقاما وحتى عندما يطلب من المراسل مغادرة بلد ما لنشره خيراً كشف معلومات مثلاً ، فإن ذلك يعد حقاً من حقوق ذلك البلد ، وقد يكون تطبيقاً لنص من إتفاق وجود المراسل في ذلك البلد . ويرى خالد عمر أن التجارب تشير إلى أن " مراسلي وكالات الأنباء الدولية يشعرون بوجه عام بحرية أكبر في إرسال ما يريدون إرساله من أنباء من الحرية التي لدى الصحفيين المحليين، وخاصة عند وجود إشراف حكومي مباشر أو قوي على وسائل الإعلام المحلية ، وهناك تفسيرات عديدة محتملة لوجود هذا الشعور عند أولئك المراسلين" (بن قفة ، 2000 ، ص 19)

الإذاعات والصحف :

تشكل الإذاعات مصدرا من مصادر الأخبار في التلفزيون . وتحسب لهذا المصدر أهمية كبيرة في أوقات الثورات والأزمات بشكل عام ، وبخاصة عندما يمنع مراسلو وكالات الأنباء من بث أخبارهم ، أو عندما تغلق الحدود ويصبح البلد في حالة طوارئ فتصبح هذه الإذاعات هي المصدر الوحيد

للأخبار. أما التعامل مع أخبار الإذاعات فيتم على غرار التعامل مع أخبار الوكالات . كما تعد الصحف من مصادر الأخبار وإن كانت أهميتها قد تقلصت في الوقت الحاضر بفعل إنتشار الوكالات المتخصصة وشبكات المعلومات الألكترونية وغيرها من التقنيات المعاصرة . وتمثل الإذاعة السودانية مصدرا رسميا يمكن الإعتماد عليه في نشر الأخبار عبر الفضائيات سيما فضائية الشروق .أما بخصوص المصادر الإخبارية في قناة الشروق فيشكل المراسلين المصدر الأول للأخبار .

إلى ذلك ، يلخص مختصون في علوم الإتصال مصادر الأخبار في ثلاثة عشر مصدرا أجملت في التالي :

1- المراسلون Reporters

هم اكبر مصدر للأخبار بالنسبة لمحطات الاذاعة وقنوات التلفزيون، وتصر معظم هذه المؤسسات على ان يكون المراسلون من أهل المدينة التي يغطون اخبارها، وهم يتصلون يوميا بالناس ويدونون ملاحظاتهم ، كذلك يتبضعون من اسواقها ويدخلون احيائهما من أجل معايشة الأحداث.

2- المعارف Contacts

حين يقع حدث كبير، يقوم المراسل بالاتصال بمعارفه ، اي الاشخاص الذين يعرفهم، معتبرا اياهم مصدرا للمعلومات، وغالبا مايدون اسمائهم وارقام هواتفهم في دفتر مخصص لهذا الغرض.

3- الملفات Files

غالبا ما تقوم المؤسسات الإعلامية بتنظيم الملفات من 1-31 اي على عدد أيام الشهر، وغالبا ما يتم حفظ معلوماتها في جهاز الحاسوب بغرفة الاخبار، ويتم الرجوع إلى الأحداث التي وقعت في الماضي من خلالها، فضلا عن فتح ملف لكل حدث، اذ يفتح ملف لمحاكمات ويتم اضافة الأخبار الخاصة بالمرافعات إليه ، حتى يتطور الارشيف بمرور الأيام ويتحول إلى ملف شهري.

4- ضبط المكالمات Cheek calls

الأحداث التي تقع ، من قبيل السطو المسلح والحرائق وحوادث الطرق، تعرف في بريطانيا باسم "الأحداث العاجلة" وتعرف في الولايات المتحدة باسم "الأحداث الجديدة" وتتمثل المصادر الرئيسية لهذه الاخبار بخدمات الطوارئ كالإطفاء والشرطة والاسعاف وخفر السواحل..الخ، والتي تستقبل الاتصالات الخاصة بالطوارئ عن طريق طلب رقم هاتف الخدمة، ومن ثم ترك رسالة شفوية ، ومثل هكذا تسجيلات يمكن أن تصبح للمراسل مادة أولية للأخبار .

5- إذاعة خدمات الطوارئ Emergency services

ليكون المراسل على دراية بالأخبار، ينبغي الإستماع إلى إذاعة خدمات الطوارئ، لمعرفة أخبار الجرائم والسرقات والحرائق.

6- السياسيون Politician

يعد السياسيون المصدر الأهم للأخبار، فكل مراسل ينبغي ان يعرف أسماء السياسيين على النطاق المحلي والحكومي والاحتفاظ بأرقام هواتفهم او موبايلاتهم.

7- جماعات الضغط Pressure groups

تعد البيانات التي تصدر عن جماعات الضغط ، مصدرا اخر من مصادر الاخبار، وتتمثل هذه الجماعات بالاتحادات والنقابات والجمعيات والمنظمات التي تشكل مصدرا للضغط على الحكومة.

8- نشرات الأخبار News releases

يرمي المحررون في الاذاعة والتلفزيون كل يوم، اكد اسما من الأخبار بعد الانتهاء من قرائتها، والتي تصل مقابل الاشتراك في نشرات وكالات الانباء، عن طريق البريد الالكتروني والفاكس، ويتم رمي الأخبار لأنه المتعد تمثل لأي قيمة للجمهور، لكن بعض تلك الاخبار يمكن ان تكون بمثابة مصدر للوصول إلى أخبار أخرى.

9- العاملون بالقطعة Freelances

تدفع معظم محطات الاذاعة والقنوات التلفزيونية اموالا مقابل حصولها على الاخبار من العاملين بالقطعة، الذين يرفضون العمل بشكل دائم مع مؤسسة بعينها.

10- خدمات الكابل ووكالات الأنباء Wire services and news agencies

تعد خدمات الكابل ووكالات الانباء ، اهم المصادر الخارجية، وتتمثل بوكالات الانباء الدولية وابرزها وكالة الانباء البريطانية (رويترز) Reuters التي تملك (70) مكتبا حول العالم وتزود مشتركها بالأخبار عن طريق الاقمار الصناعية، ولديها اكثر من (200) مراسل في (85) دولة ، ومن الوكالات العملاقة الأخرى ، وكالة الأنباء الأمريكية (اسوشيتدبريس) AP ووكالة الأخبار التلفزيونية WTV التي تزود مشتركها بالأخبار و الصور على مدار 24 ساعة.

11- شبكة المعلومات The network

يتم عن طريق هذه الشبكة معرفة اخبار المنظمات التي يمكن الاعتماد عليها في الحصول على اخبارها.

12- الوسائل الإعلامية الأخرى Other news media

بعض المراسلين يتابعون وسائل الإعلام التي تنافس المؤسسات التي يعملون فيها للتأكد من أنهم ماضون قدما في الاتجاه الصحيح، كذلك للتأكد في ما اذا كان هنالك خبر نسوه اوفقدوه. فمن المهام الاساسية للمراسل،التأكد من ان الاحداث التي تحتاج الى تغطية تدخل ضمن مهامه.

13- المواد المشتركة Shred materials

يشارك عدد من القنوات التابعة لهيئة الاذاعة البريطانية BBC ومحطاتها الاذاعة في بناية واحدة ، لذلك فهي تستعين ببعضها البعض ، وتشبه هذه العملية المقايضة.

المبحث الثالث

إستخدامات اللغة الإخبارية والأخطاء الشائعة

وإذا اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها ، فإنها تحاول كذلك أن تحرص على خصائص أخرى في الأسلوب ، وهي البساطة ، والإيجاز ، والوضوح ، والنفاذ المباشر ، والتأكد ، والأصالة ، والجلاء ، والاختصار ، والصحة ، ويدعو أساتذة الصحافة الكتاب إلى استخدام الألفاظ المألوفة ، توخياً للفهم ، وتجنب الألفاظ العلمية والاصطلاحية النادرة ، بيد أنه إذا اقتضت الضرورة ذلك ، فينبغي شرحها ، وإعطاء المفهوم الحقيقي لها ، بالتفسير والتبسيط ، في تعميق المفاهيم الأصلية ، وإشاعتها على أوسع نطاق بين الجماهير .

ومن بين المهمات الأساس للصحفي تحويل أكثر الموضوعات غموضاً أو علمية إلى جمل عربية بسيطة أسلوباً ، ومفهومة معنى .

لقد كان كبار الأدباء حين يكتبون في الصحافة ، لا يستعملون المفردات والجمل التي لا يدرك معناها الجمهور ، الذي يتوجهون إليه ، ويجعلون من أسلوبهم همزة الوصل ، بين الحقائق العلمية والأدب الرفيع ومستوى فهم القراء .

وكثيراً ما يخطئ بعض الكتاب في نصوصهم التي يكتبونها ، فيستخدمون كلمات في غير مكانها الصحيح ، إما جهلاً بأصول اللغة صرفاً ودلالة وتركيباً وما يتصل بضبط العلاقات التي تربط بين الكلمات ، وإما استسهالاً ومجاراة للخطأ دون بذل جهد في تحري الصواب . وقد استشعرت تلك الأخطاء في الكتابة بوجه عام ، وفي الصحافة بوجه خاص ، إذ لم يعد المصححون يعنون إلا بتصحيح الخطأ الإملائي أو النحوي ، أما الأخطاء الكثيرة التي تقع في التركيب والدلالة وحروف الجر وغيرها من الأدوات فلا تكاد تلقى اهتماماً يذكر . (القنيعير ، 2010م ، العدد 15273) .

ولذلك فإن الاستعمال الخاطئ للغة ، سواء أكان داخل وسائل الإعلام ، أو خارجها ، يعطل فكر أهله ، ويشل قدرات الناس الذهنية ، ويفسد لسانهم ، وعندما تمر المجتمعات بفترات سيئة في تاريخها ، ينعكس ذلك على لغة الإعلام ، لأن الواقع بشذوذه وتشابكه وتعقيده عندما ينعكس في الإعلام لابد أن تبدو صورة الشذوذ والتشابك والتعقيد في اللغة المستخدمة أيضاً (علي ، 2017 ، ص 104، 103، 100) .

وفي كل لغات العالم، توجد كلمات دخيلة لكنها مع مرور الزمن تأخذ مكانها بين مفردات هذه اللغة أو تلك وتتداول على الألسن حتى تنتفي عنها صفة "دخيلة"، وهذا تماماً هو الحاصل مع الأخطاء التي تسلت إلى اللغة العربية، فمع كثرة استخدامها انتشرت حتى أصبحت شائعة وانطبعت في الأذهان ولم تعد تلفت الانتباه إلا لذوي التخصص، فانقلب الخطأ في أذن المتلقي والسامع إلى صواب.

ولم تكن اللغة العربية يوماً أماً جافةً أو كياناً هامداً لا يؤول نحو الاستمرار والتجديد، بل لأنها أشبه ما يكون بالكائن الحي الذي ينمو ويتطور ويتعزز من حين إلى آخر للانكسار والمرض. والخوف الأكبر في حالتنا اليومي كمن في تقاعس الناطقين باللغة الأم عن التصدي لطاعون الإنحلال للأغوي و بالتالي الإستسلام للركود الحضاري والمعرفي. بإمكاننا تسويغ الأسباب المباشرة وغير المباشرة لضعف اللغة العربية، عبر مختلف الأطر المرتبطة بنشأة هذه اللغة. إلا أن واقع اللغة المتفقر ومستوى الإنحدار الذي آلت إليه الأمور، لا يبشر بخير. فهل باستطاعة الصدحافة المكتوبة اليوم تثبيت دعائم اللغة العربية وإحداث نقلة نوعية في مسار تطويرها؟ (عثمان، المركز التربوي للبحوث والإنماء، <https://www.crdp.org/mag-description?id=10821>

ولذلك توصف اللغة العربية بأنها لغة شاملة جامعة يفهمها العربي في أي مكان. ولهذا نحن نستخدم اللغة العربية الفصحى ولا نلجأ إلى استخدام اللهجة العامية أبداً. بالتأكيد هناك بعض الكلمات تظهر هنا وهناك عند الضيوف عندما نسألهم و يجيبون في بعض الأحيان باللهجة العامية، هذا ليس من شأننا، لكن الصحفي العامل في بي بي سي يكتب ويذيع ويقرأ بالفصحى وهي اللغة المفهومة عند العرب جميعاً.

اللغة الإخبارية:

نستخدم قناة الشروق اللغة العربية الفصحى، ومن المهم هنا أن تكون اللغة بسيطة وواضحة ومختصرة لأنه بهذه الطريقة يستطيع المشاهد والمستمع والقارئ أن يفهم ما نقول، فالجمل الطويلة المعادة تنفر الجمهور. نحن نتعامل أيضاً بحذر مع المصطلحات التي يكون لها أحيانا دلالات سياسية. فمثلاً، مصطلح "إرهاب" يتم التعامل معه بمهنية وموضوعية في إطار الحفاظ على حيادية المؤسسة. أما في ما يتعلق بالترجمة فلا بد من الحرص على تجنب الترجمة الحرفية الآلية من خلال ترجمة المعنى الذي يقصده كاتب النص باللغة الأجنبية. وهذا يساعد على جعل

المادة التحريرية بسيطة ومفهومة ومن المقبول إستخدام مفردات أجنبية أحيانا إذا كانت شائعة ومعروفة مثل كمبيوتر أو استراتيجية.

وقناة الشروق عرف عنها استخدامها للغة الفصيحة؛ الدقيقة والواضحة والمفهومة. إن الإستخدام الدقيق والجيد للغة العربية مهم للجمهور .

ولا بد لأي وسيلة إعلامية من الإنتباه الى المصطلحات الشائعة التداول في السابق، فمثلا مصطلح "إرهاب" أو "إرهابي" صار لهما مفهوم سياسي حاليا، وهنا يجب أن نتوخى الدقة والحذر في عدم إساءة استخدام مصطلحات كهذه، وإلها ب مشاعر بعض الناس. ويجب ان يعبر المصطلح عن حيادية وموضوعية واضحة في تغطيتنا الإعلامية، وهو ما يعكس الرقي المهني والنزاهة في التعامل مع عناصر النص المختلفة، ومنها المصطلحات المتداولة والشائعة. من المهم أن نكتب بلغة بسيطة وواضحة ومختصرة حتى نكون مفهومين لدى الجمهور. الجملة الطويلة المعقدة منفرة وتؤثر على وضوح المعلومة والقدرة على إيصالها بسلاسة، ونحن معنيون بأن يفهم الجمهور ما نقول..

من المهم جدا أن ينقل المترجم المفهوم الذي يتضمنه التقرير أو المادة المترجمة، وليس الجروح نحو الترجمة الآلية، لأنه معني " بنقل وإيصال المعنى والمضمون الذي أراد أن يوصله الكاتب الأصلي للتقرير أو المادة. المترجم الكفاء هو الذي يستطيع أن يفهم بعمق اللغة الأخرى مثل فهمه وسيطرته على لغته الأم، وهو بهذا يتمكن من جعل النص المترجم نصا مفهوما وواضحا لا غموض أو إرتباك فيه.

استخدامات اللغة العربية:

أصبح للإعلام الأثر الفعال على سير الإنسان وإتجاهاته وسلوكه في الحياة ولهذا أصبح للمرسل في الرسالة الإعلامية سواء أكان مديعا أو غيره أثرا عظيما في حياة الجماهير المتلقية لهذه الرسالة وإذا كان لوسائل الإعلام كلها أثرا كبيرا فإن للمذيع أثرا كبيرا ، وذلك لأنه يتوجه لعامة الناس بفئاتهم المختلفة ، عامة ومتقفين ، فهو يخاطب جماهير عريضة غير متجانسة.

ووسيلة المذيع لجذب الجماهير هي اللغة التي يستقبلها المستمع عن طريق السماع ، ومن هنا لابد أن تكون لغته صحيحة وسليمة بإعتبار أنها وظيفة تعليم مباشر ، حتى يكون لها الأثر الإيجابي لدى المستمعين فيتأثرون بها (سعيد ، 2014م ، ص 4).

اللغة العربية قادرة على إحتواء المصطلحات الجديدة ونحن نتداول ونبحث في المصطلح الجديد لنرى إذا كان هناك بديل مناسب في اللغة العربية أم لا إذا كان المصطلح بلغة أخرى شائعا ومتداولاً فنحن نستخدمه حتى لا نخرج عن المألوف والمعروف. ونحن أيضاً نبتعد عن إستخدام لغة مفتعلة، ولا ضرر من إستعارة بعض الكلمات من لغات أجنبية كالإنجليزية وغيرها إذا كانت شائعة ومتداولة.

ويمكن للإعلام أن يخدم اللغة العربية ويساعد على ترقيتها بطرق ستنصل الألسن وتهذبها ، لغة وأداء ، ويساعد هذا على تنمية الملكة اللغوية لدى المتلقي ، مما يساعد على الإرتقاء بالإعلام نفسه ، ويصبح بهذا مسانداً للعملية التعليمية والتربوية في المجتمع.

ومع أهمية الصحافة والدور الذي تؤديه في عملية النهوض باللغة العربية، فإنه ليس من المبالغة في شئ إذا قلنا أن الصحافة المكتوبة تمثل الأداة الحديثة لإحياء اللغة العربية ونشرها ومما لا شك في أن الوسائط المكتوبة من صحف ومجلات، توفر انتشار اللغوي بشكل سليم وتضمن الألفة في سماعها، لذا يجب الإهتمام بلغة الصحافة نظراً لكونها الشاهلاً على حيوية اللغة العربية، التي قد أصابها قدر كبير من الإهمال ومن تدني الإلمام بها.

تؤدي الصحافة المكتوبة، أولى وسائل الإعلام ظهوراً في العالم العربي دوراً مهماً في نشر الوعي الاجتماعي والعلمي والسياسي بين أفراد المجتمع، فضلاً عن كونها أسلوباً تواصلياً بين مختلف الحضارات والشعوب. ومهم خصائص الصحافة، الإتمارية المنتظمة والسريعة في نقل الحدث، ولأجل ذلك اتجهت اللغة الصحفية، منذ جذبت، إلى الذعة الوظيفية للإخباريَّة، أكثر مما اعتنت بالوجهة الجمالية الكامنة في اللغة. ورداً على ذلك هذه النزعة من ميزات الصحافة، حيث استطاعت بسببها أن تنشئ لغة تجمع بين فصاحة العبارة وسهولتها ففقرت الفصحى من أذهان العامة لكن تلك السهولة والبساطة قد جنحتا في كثير من الأحيان نحو الخطأ، حتى تعددت عثرات اللغة الصحفية، وجنت على اللغة الفصحى.

كثيراً ما يخطئ كتاب الأخبار والمقالات في نصوصهم التي يكتبونها ويستخدمون كلمات في غير مكانها الصحيح ، لأن بعضهم يجهل الأصول للغة ومعاني لكلمات، وآخرون يستسهلون المعاني الدارجة في العامية ليضعوها محل الفصحى الصحيحة. (عثمان، المركز التربوي

للبحوث والإتماء، <https://www.crdp.org/mag-description?id=10821>

فإن اللغة الإعلامية وهي توجه إلى فئات مختلفة لابد أن تكون مبسطة حتى يفهمها عامة الناس فكان لابد من صحتها وسلامتها وهي اللغة العظيمة التي خلدها القرآن العظيم في قوله تعالى (أنا نحن نزلنا الذكر وإنا له لحافظون) (سعيد ، 2014م ، ص 5،4)

الدقة وحيادية اللغة:

تتعدد المصادر الإخبارية ولكن المصادر لابد من مراعاة نقل المعنى بدقة وليس نقل الكلمات. والمقصود هنا ليس مجرد إلتزام حرفية النص فحسب، ولكن أيضا إدراك السياق الذي تأتي فيه الكلمة، وأن المرادفات المتداولة لبعض الكلمات الإنجليزية قد تحمل معنى مختلفا عن المقصود في النص الأصلي. على سبيل المثال: كثيرا ما يرد الفعل الانجليزي Alleged أو claimed في سياق الأخبار ، وينقل في اللغة العربية على أنه إدعى أو زعم. وتحمل الكلمتان العربيتان قدرا من التشكيك في صحة ما "يزعم" قوله، أكثر مما يحمله النص الإنجليزي أحيانا. والإلتزام بقواعد المؤسسة الاعلامية التحريرية في ضرورة الحياد في نقل الخبر يتطلب استخدام كلمات لا توحي للمتلقي بأن كاتب الخبر له موقف مما ورد فيه. وهناك فرق كبير بين: قال رئيس وزراء دولة ما إن قوات دولة أخرى إنتهكت حدود بلاده، مقارنة بالقول: إدعى أن قوات تلك الدولة إنتهكت حدود بلاده. فالعبارة الثانية فيها قدر من التشكيك في صحة ما قيل وميل إلى عدم تصديقه.

المفردات الأجنبية والأخبار:

يذكر الإسم الكامل للمصطلح الأجنبي، إذا اقتضى الأمر استخدامه، يتبعه المصطلح نفسه عند وروده للمرة الأولى، مثل: القوة الدولية للحفاظ على إستقرار أفغانستان (إيساف).

رئيسي ورأس

main أو ما شابهها يعبر عنها بكلمة أساسي أو رئيسي، وذلك لشيوعها ولتفادي الخلط مع كلمة رئيس President، كما نفضل استخدام الفعل رأس/ يرأس بدلا من ترأس/ يترأس.

ألقاب التقخير

لا تستخدم ألقاب التعظيم والتقخير: سيادة، جلالة، فخامة، سمو، معالي، نيافة، دولة، سعادة، صاحب السمو الملكي ولاتذكر الرتبة العسكرية والدرجة العلمية في قناة الشروق لأنها تفسر بالسي جي والصورة.

طريقة رواية الخبر:

القاعدة العامة في تقارير الأخبار هي أن يكون المذيع أو المراسل "راويا" ينقل الحدث ولكنه ليس جزءا منه. وهناك استثناءات يكون فيها المراسل / الراوي جزءا من الحدث مستخدما ضمير المتكلم. يحدث هذا بالدرجة الأولى عندما تكون تجربة الراوي عنصرا أساسيا في التقرير. على سبيل المثال فإن تقريرا عن إرتفاع أسعار النفط وشح الوقود وتداوله في السوق السوداء قد لا يتطلب أن يكون الكاتب جزءا من الموضوع، إلا إذا قرر أن يتناول الموضوع من خلال تجربة ذاتية يبحث فيها بنفسه عن وقود للسيارة ويمر من خلالها بمصاعب تدبيره في السوق السوداء.

التعريف والتكبير

ينبغي توخي الحرص في استخدام أَل التعريف لان إستخدامها في غير موضعها قد يضر بالمعنى. والميل لإضافة ألف ولام التعريف عند الترجمة كثيرا ما يخل بالقصد. على سبيل المثال هناك فارق كبير بين القول: صيادلة أمريكيون يمتنعون عن بيع وسائل منع الحمل، مقارنة بالقول: الصيادلة الأمريكيون يمتنعون عن بيع وسائل منع الحمل. الصياغة الثانية تعني أن الصيادلة الأمريكيين جميعهم قرروا المقاطعة.

أسماء المنظمات وألقاب الخبراء

يفضل ذكر الأسماء الفعلية لبرلمانات الدول ومؤسساتها الأخرى والشخصيات تأتي صفة الإعتبارية أولا ثم إسمه في ثانية في قناة الشروق.

ألقاب الخبراء والمحللين السياسيين

لا يتم في قناة الشروق تجنب ألقاب مثل: محلل سياسي، أو خبير، اوباحث وذلك منعا لتلويين

الخبر (<http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/language/arabic-style->)

guide/article/art20130702112134008 - تاريخ الدخول 3-7/2018م)

مقدمة التقرير التلفزيوني:

التقرير ومقدمته يكملان بعضهما بعضا، لذا من الأفضل ان يعد الصحافي مقدمة تقريره بنفسه، بالتنسيق مع معد النشرة. وتنطوي المقدمة على أبرز زوايا الموضوع وأحدثها، وبخاصة ما لا يمكن التعبير عنه بالصور (إذا كتب الموضوع للتلفزيون). وفي الأخبار المتحركة التي تتغير تفاصيلها مع مرور الوقت يفضل أن توضع التفاصيل المتغيرة في المقدمة وليس في صلب التقرير. على سبيل المثال توضع أعداد الضحايا والمصابين في مقدمة التقرير لتجنب إعادة

انتاجه مع كل تغيير في الأعداد المعلنة. وتتضمن المقدمة إسم المراسل وموقعه بأشكال عدة بعضها تقليدي مثل: تقرير مراسلنا مصطفى عبيد الله من الولاية الشمالية . إلا أن الأفضل أن يشار إلى إسم المراسل ومكانه بصياغات مختلفة مثل: مراسلنا مصطفى عبيد الله الذي شارك في فعاليات مهرجان البركل وهذا مستخدم أيضا في قناة الشروق.

الحوار على الهواء:

يؤثر أسلوب إدارة الحوار إلى حد كبير على انطباع المشاهدين والمستمعين عن المحطة وأسلوبها. وطريقة إجراء الحوار لا بد أن تعكس قدرا كبيرا من الحياد، وقدرة على تقليب جميع وجهات النظر وطرح الأسئلة التي قد لا تطرح على الضيوف في محطات أخرى، مع الإلتزام باحترام الضيف مهما كانت إتجاهاته.

و ينوب المحاور عن الجمهور ويسأل الأسئلة التي يتوقع أن يرغب الجمهور في الحصول على إجابات عنها. ولكنه في الوقت ذاته لا ينبغي أن يتبنى ما يتصور أنه وجهة نظر المشاهد بحيث تبدو كما لو كانت وجهة نظره الشخصية. لا بد أن يشعر الضيف، في حدود المعقول، بأنه أعطي الفرصة للتعبير عن رأيه وللأجابة بحرية على ما طرح عليه من أسئلة. ولكن هذا لا يعنى أن تترك له المساحة للترويج والدعاية. ولا بد للمحاور أو معد الحوار أن يقبل الموضوع على كل وجوهه، ويطلب إيضاح التناقضات في ما قد يطرح من خلال إجابات المسؤولين أو من خلال التباين بين ما يقولونه وما يفعلونه على أرض الواقع. أو بين ما يقولونه الآن وما قالوه في السابق. وينبغي أن يعامل مختلف الضيوف بالقدر ذاته من الاحترام وأن تواجه حججهم بالدرجة نفسها من الاختبار والتمحيص.

الأخطاء اللغوية في وسائل الإعلام العربية وأسبابها:

1- إنتشار دعوى إستعمال العامية في وسائل الإعلام بحجة أنها لغة التفاهم والتداول وأن الفصحى لا تلبى متطلبات المعاصرة.

2- عدم إستعمال اللغة العربية في كثير من ميادين العلم الحديث وخاصة العلوم التطبيقية.

3- إنتشار دعاوي ترك الإعراب لصعوبته وجفافه وتسكين أواخر الكلمات وترك رسم الهمزة.

4- ضعف العلاقة بين المتخصصين والمبدعين من جهة ووسائل الإعلام الجماهيري من جهة

أخرى وعدم وجود برامج توجيه إعلامي من قبل الأكاديميين وخاصة في جانب تقويم اللغة وتصحيح مسارها.

5- إتهام بعض المثقفين الحدائين للغة العربية بالعجز عن مسايرة المعاصرة، ومهاجمة التراث ومحاولة إغائه.

6- توجيه برامج تغريبية خاصة تضعف صلة بدينه ولغته في ظل ثقافة العولمة وذوبان الهوية وفرض نتاج إستهلاكي ركيك.

7- حالة الضعف والإنهزام النفسي وفقدان الثقة بالذات الحضارية.

8- تتحمل المؤسسات التعليمية مسؤولية كبيرة عن هبوط المستوى

اللغوي. (http://www.albadronline.com/?p=3850 - تاريخ الدخول 3-7-2018م)

عدم الإهتمام بعلوم القرآن وسائر العلوم الشرعية.

نماذج من الأخطاء اللغوية الشائعة:

وإذا كان ولكون اللّغة الإعلامية تتطلّب الوضوح والبعد عن الألفاظ المبهمة والأساليب الغامضة ، فإن ذلك لا يعني أن يلجأ المحرّر دائماً إلى الألفاظ نفسها والصدّ ياغة المعتادة.

أ- الضعف اللغوي الذي يعاني منه الجيل الجديد، والذي لا ينجو منه سوى القليل.

ب -- _ الأخطاء اللغوية الناتجة من الترجمة الارتجالية التي يقوم بها العديد من

الصدّ حافيين، حيث يظهر المصطلح المترجم ركيكاً لوبعيداً كل البعد من المعنى المحتمل لإيصاله.

ج - غياب القوانين الخاصة بحماية اللّغة العربيّة.

د- الفشل لذّريع في استعمال علامات الوقف والترقيم، ولعلّ ذلك يرجع إلى جهل بعض

الصدّ حافيين ببناء الجملة.

هـ- التآثير الواضح للّغة المنطوقة في اللّغة المكتوبة.

و- عدم تطوير مناهج اللّغة العربيّة في الاختصاصات كافّة ، وفي كليات الإعلام بشكل خاصّ .

(عثمان، المركز التربوي للبحوث والإنماء ، -https://www.crdp.org/mag-

description?id=10821

ويدرك علماء اللغة العربية المحدثين بأن جميع الناطقين بالضاد ، مهما كان مستواهم العلمي

والتقافي والأكاديمي من كتاب وأساتذة وطلاب وإعلاميين - يلغون في القول ويسقطون في

الكلام عندما يتحدّثون العربية ، ويحرقون قواعدها ، بلا أيّ تحرج ، أي أن اقتتراف الخطأ أو

التصحيف لا يتقصران على بعض الأفراد أو المجموعات ، بل هي سمة مشتركة وشائعة

ومنفشية ، وربما مقبولة وعادية بين جميع أبناء الضاد. (أمون ، ص 7)

و(مع إزدهار وسائل الإعلام ، وانتشار القنوات الفضائية الإخبارية كنت أتابع كل النشرات الإخبارية التي تبث وأرصد الأخطاء واسجل الهفوات ، وهي كثيرة ، ثم أرجع إلى أمهات الكتب ، من معاجم وموسوعات ، لاستيقن من صوابها أو خطئها ، وبمرور الوقت ، تكونت لدى لائحة طويلة من الأخطاء (أمون ، ص 7) التي يقع فيها الإعلاميون والمحللون السياسيون ، باستمرار منذ سنوات ، ودون أى مسعى منهم لتصحيحها أو تحنيها أو تلافيها (أمون ، ص8).

وبعض هذه الأخطاء في هذين المستويين ، وأعني الدلالي والتركيبى، مستشهدة على الصحة اللغوية بأي من القرآن الكريم ما أمكن ذلك :

النسبة إلى اللغة تكون بضم اللام «لُغوي» أما فتحها فيؤدي إلى خطأ في الدلالة فتبدو الكلمة وكأنها منسوبة إلى اللغو؛ كقولهم: «الدراسات اللغوية» بفتح اللام؛ وهو حسب لسان العرب: السقط وما لا يعتد به من كلام وغيره ، ولا يُحصل منه على فائدة ولا نفع (وإذا سمعو اللغو أعرضوا عنه) القصص 55.

من الأخطاء الشائعة في العربية الحديثة، الخطأ في استخدام الفعل إعتبر إذ يقال: اعتبرت فلاناً صديقاً، واللغة العربية لا تستخدم إعتبر بهذا المعنى لأنه يعني اتخاذ الأمر عبرة؛ إرلاً في ذلك لعبرة لمن يخشى) النازعات 26، والصواب أن يقال: عدت فلاناً صديقاً؛ (وقالوا ما لنا لا نرى رجالاً كنا نعدهم من الأشرار) ص 62، ولم يقل كنا نعتبرهم. (القنعيير، 2010م، العدد 15273).

ومعظم المخالفات للأصول اللغوية والنحوية والصرفية والشوائب اللغوية والأخطاء التي تلحق العربية ، قراءة وكتابة ، والتي تنزلق على أقلام الكتاب وألسنتهم ، يمكن تلخيصها في النقاط الآتية :

- خطأ في ضبط حروف الكلمة.
- تعدي أفعال بالحرف ، وهي متعدية بنفسها.
- تعدي أفعال بنفسها ، وهي متعدية بالحرف.
- تعدي أفعال بحرف لا يلائمها ، ويخل بمعناها.
- استخدام مصادر غير واردة في العربية.
- استخدام أفعال غير واردة في المعاجم.

- استخدام بعض الأفعال بمعان بعيدة كل البعد - إن لم نقل مناقضة - عن تلك التي أوردتها المعاجم.

- الخلط بين اسم النوع واسم المرة.

- تأنيث المذكر وتذكير المؤنث.

- تحريف بناء الجمع.

- تخفيف بعض الأفعال حيث يجب التشديد ، والتشديد حيث يجب التخفيف (آمن ، ص ، ص)
(9).

- وهناك نماذج من الأخطاء التكررة في وسائل الإعلام :-

- 1- أخطاء في نطق بعض الحروف : فيجب إخراج اللسان في الثاء والذال والطاء ، كما يجب التفريق بين الغين والقاف.

- 2- أفعال يجب أن تنطق مبنية للمجهول مثل أحتضر(بضم الهمزة والتاء وكسر الضاد) ، ومثل أشتهر ، أستشهد ، توفي ، عني به ، هرع إليه.

- 3- من الأخطاء يقولون : حضر السيد الوزير والذي قام بجولة في المصنع ، فهذه الواو لا معنى لها.

- 4- يقولون : لم ولن نوافق على ذلك ، والصواب : لم نوافق ولن نوافق.

- 5- كلمات أجنبية لها مقابل في العربية ، مثل : سايكزليجي - نفسي ، راديو - مذياع ، استراتيجية - خطة ، كمبيوتر - حاسوب ، كوميديا - ملهات ، تراجيديا - مأساة ، تلفون - هاتف ، أجزخانة - صيدلية ، الكبرى - الجسر ، خانة - مكان ، لوجستي - إمداد.

- 6- يقولون دكتور خديجة كرار ويقولون رجاء حسن خليفة الأمين العام للمرأة والصواب الدكتورة والأمينة ، لأن هذه الصفات مشتركة بين الرجال والنساء ، فلا بد فيها من التاء.(سعيد ، 2014م ، ص 5،6)

وهذه نماذج من الأخطاء الشائعة في وسائل الإعلام :

ومن الأخطاء في وسائل الإعلام ، حيث يخطئ كثير ونفي التفريق بين الاسم والمسمى، إذ يستخدمون المسمى وهم يريدون الاسم ،ومثل ذلك ما ورد في الصحف: اعتماد مسمى «جدة التاريخية» بدلاً عن «جدة القديمة»! والصواب هو اعتماد اسم «جدة التاريخية» فهو الاسم ، أما المسمى فهو الموقع الذي سيطلق عليه الاسم، وقديماً قيل: لكل مسمى من اسمه نصيب، فكل

من يحمل لهما اسماً كان إنساناً أم جماداً هو في واقع الأمر مسمى، ولهذا جاء في القرآن الكريم: (وعلم آدم الأسماء كلها) البقرة ٣١، ولم يقل المسميات لأنها هي التي تحمل الأسماء، ومثله قوله تعالى: (إنهي إلا أسماء سميتوهما) النجم ٢٣، ولم يقل مسميات. وقوله: (ولله الأسماء الحسنى فادعوه بها) الأعراف ١٨٠. وأصبح هذا الخطأ شائعاً بصورة كبيرة مستفزة؛ في الأحاديث والكتابات وعناوين الصحف البارزة.

وأخيراً من أكثر الكلمات المستخدمة استخداماً خاطئاً كلمة (تم) ليس في الصحافة فقط، بل هو استخدام شائع في الكتب والمحاضرات والأحاديث والإعلانات، مثل: تم افتتاح المؤتمر، وتمت ترقية فلان، وتم بيع السيارة، وهكذا، وقد ورد الفعل (تم) في القرآن الكريم بصيغته المختلفة للدلالة على الإتمام وإكمال ما نقص؛ كما في الآيات: (فتم) ميقات ربه أربعين ليلة) الأعراف 142، (وتمت كلمة ربك صدقاً وعدلاً) الأنعام 115، (لمن أراد أن يتم الرضاعة) البقرة 233، (وتم نعمته عليك) يوسف 6، (يقولون ربنا انعم لنا نورنا) التحريم 8، (ثم أتوا الصيام إلى الليل) البقرة 178، (اليوم أكملت لكم دينكم) أتممت عليكم نعمتي) المائدة 3. ونلاحظ الاستخدام الحديث ليس فيه ما يدل على إكمال شيء ناقص، بل هو مجرد فرار من صيغة الفعل المبني للمجهول، فبدلاً من قولهم: أفتتح المؤتمر، يقولون أفتتاح المؤتمر، وبدلاً من قول فلان يقولون تمت ترقية فلان... وصاروا يعبرون عن المعنى بثلاث كلمات: تم افتتاح المؤتمر، بدلاً من التعبير بكلمتين: أفتتح المؤتمر، وهذا أسلوب ركيك؛ فكثيراً ما رأينا جمال التعبير في القرآن عن الأحداث المختلفة بصيغ المبني للمجهول، كما في قوله تعالى: (إذا الشمس كورت) وإذا النجوم انكدرت، وإذا الجبال سُدرت، وإذا العُشُراءُ طلت، وإذا الوحوش سُدرت، وإذا البحار سُدرت، وإذا النفوس سُدرت، وإذا المؤؤدة قُتلت، بأي ذنب قُتل...). (القنيعير، 2010م، العدد 15273).

أدت الحرب بهم إلى الهلاك 21-

الصواب: أدت الحرب الهلاك إليهم يقول الله تعالى: "إن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات إلى أهلها وإذا حكمتم بين الناس أن تحكموا بالعدل إن الله نعماً يعظكم به إن الله كان سميعاً بصيراً" سورة النساء.

قتل العدو والمرأة الأسير أو قتل العدو الأسيرة: 22-

إن اسم المفعول على وزن فعيل يستوي فيها المذكر والمؤنث إذا كان الموصوف مذكوراً نقول:
هذا رجل أسير وهذه امرأة أسير.

تأكدت من الأمر أو الخبر: 23-

الصواب: تأكد الأمر أو الخبر لي.

ففي اللغة: تأكد الأمر والأمر تؤكد من الربط والشدة والإحكام فالتأكيد لا يقع على الأشخاص بل على الأشياء والأمور.

قام بمؤامرة لقتل فلان: 24-

الصواب: قاما أو قاموا بمؤامرة، لأن المؤامرة اتفاق جنائي خاص بين شخصين أو أكثر.

نتأمل من فلان خيراً: 25-

الصواب: نأمل من فلان خيراً لأن معنى تأمل: دَقَّ ، النظر أو تدبر وتفكر.

تقول وكالات الأنباء أن الوزير استقال: 26-

الصواب: تقول وكالات الأنباء إن الوزير استقال، السبب: لأن همزة إن تكسر بعد لفظ القول.

نعيد عليكم قراءة الأخبار أنفة الذكر: 27-

الصواب: نعيد عليكم قراءة الأخبار المذكورة أنفاً أي من وقت قريب، يقول الله تعالى: "ومنهم من يستمع إليك حتى إذا خرجوا من عندك قالوا للذين أوتوا العلم ماذا قال آنفاً أولئك الذين طبع الله على قلوبهم واتبعوا أهواءهم" سورة محمد.

28- الخطر بعيد عنا:

الصواب: الخطر بعيد منا، يقول الله تعالى: "مسومة عند ربك وماهي من الظالمين ببعيد"

سورة هود وقوله تعالى: "ويا قوم لا يجرمنكم شقاقي أن يصيبكم مثل ما أصاب قوم نوح أو قوم

هود أو قوم صالح وما قوم لوط منكم ببعيد" سورة هود.

29- ينبغي له ألا يسافر:

الصواب: لا ينبغي له أن يسافر، قال تعالى: "وما ينبغي للرحمن أن يتخذ ولداً" سورة مريم.

30- بما أننا أتمنا الاستعداد فعلينا الانطلاق:

الصواب: ولما كنا قد أتمنا الاستعداد فعلينا الإنطلاق لم يستعملها العرب وليس لها أي مسوغ

نحوي أو صرفي أو دلالي.

31- يتوه الإنسان في الصحراء:

الصواب: يتيه الإنسان في الصحراء، قال الله تعالى: "قال فأنها محرمة عليهم أربعين سنة يتيهون في الأرض فلا تأس على القوم الفاسقين" سورة المائدة.

32- أجلى العدو عن المدينة بمعنى (انسحب):

الصواب: جلا العدو عن المدينة، السبب: لأن أجلى فعل متعدٍ فمن الممكن أن نقول أجلى العدو السكان عن المدينة.

33- استجمع العدو قواه:

الصواب: استجمع العدو بمعنى تجمع من كل صوب، السبب: لأن الفعل استجمع لازم وليس متعدياً.

34- أهبذ هذا الأمر:

الصواب: استحسن هذا الأمر، السبب: لأن حب فعل ماضٍ جامد للمدح اسم إشارة فاعلة والفعل الماضي الجامد لا يصاغ منه مضارع ولا أمر ولذلك لا يجوز قولنا فلان يهبذ السفر أو يا فلان هبذا السفر.

35- تحجيم المقاومة:

الصواب: إضعاف أو محاصرة أو تقييد المقاومة، السبب لأن حجب الدُّجامة، ودِ جامٌ فم الدابة دُجامة، وأحجم عن الشيء: كفَّ عنه وكل هذه المعاني خارج سياق العبارة.

36- خاف العدو من المقاومة:

الصواب: خاف العدو المقاومة، قال الله تعالى: "لئن بسطت إلى يدك لتقتلني ما أنا بباسط يدي إليك لأقتلك إني أخاف الله رب العالمين" سورة المائدة.

37- دخل المحتل إلى المدينة:

الصواب: دخل المحتل المدينة، قال تعالى: "ودخل المدينة على حين غفلة من أهلها فوجد فيها رجلين يقتتلان هذا من شيعته وهذا من عدوه فاستغاثه الذي من شيعته على الذي من عدوه فوكزه موسى فقضى عليه قال هذا من عمل الشيطان إنه عدو مضل مبين" سورة القصص.

38- دخل الشرطة بدون سلاح:

الصواب: دخلت الشرطة دون سلاح، السبب: لأن دون ظرف مكان منصوب مبني على الفتح لا يسبق بحرف جر.

39- على الرُّحْب والسعة (بفتح الراء)

الصواب: على الرُّحْب والسعة (بضم الزاء)، والسبب: لأن الرُّحْب هو أحد مصدرى الفعل رَحِب المكان رَحْباً ورحابةً.

40- تراوحت قيمة الذهب صعوداً وهبوطاً :

الصواب: راوحت قيمة الذهب صعوداً وهبوطاً، والسبب: لأن الفعل تراوح لا يكون فاعله إلا مثني أو جمع.

41- لاريب أن النصر قريب:

الصواب: لا ريب في أن النصر قريب، قال تعالى: "ذلك الكتاب لا ريب فيه هدى للمتقين" سورة البقرة.

42- سميته باسم جميل:

الصواب: سميته اسماً جميلاً، قال تعالى: "إن الذين لا يؤمنون بالآخرة ليسمون الملائكة تسمية الأنثى" سورة النجم.

43- ساهم في إنجاز المفاوضات:

الصواب: أسهم في إنجاز المفاوضات، السبب: لأن ساهم معناها تبارى بالسهام، قال تعالى: "فساهم فكان من المدحضين" سورة الصافات. وتأتي بمعنى قاسم وأخذ بنصيب أي أخذ سهماً لذلك نقول شركة مساهمة.

44- أساء به ظناً :

الصواب: أساء به الظن، السبب: فلا يجوز تنكيراً على التمييز لأن أساء فعل متعدٍ والظن مفعول به فوجب تعريفها بأل.

45- شادّة في الاصطلاح:

الصواب لا مَشَادَّة في الاصطلاح، السبب: أي لا مجادلة في ما تعارف الناس عليه وشاح خاصم وماحك وجادل.

46- لا طاقة لي على هذه المهمة:

الصواب: لا طاقة لي بهذه المهمة، وقال تعالى: "قالوا لا طاقة لنا اليوم بجالوت وجنوده قال الذين يظنون أنهم ملاقو الله كم من فئة قليلة غلبت فئة كثيرة بإذن الله والله مع الصابرين" سورة البقرة، وقال تعالى: "ربنا ولا تحملنا ما لا طاقة لنا به واعف عنا واغفر لنا وارحمنا أنت مولانا فانصرنا على القوم الكافرين" سورة البقرة.

47- عجز عن الإجابة على التساؤلات:

الصواب: عجز عن الإجابة، قال تعالى: قُبِعَتْ اللهُ غَرَاباً يَبْحَثُ فِي الْأَرْضِ لِيُرِيَهُ كَيْفَ يُوَارِي سَوْءَ أَخِيهِ قَالَ يَا وَيْلَتَا أَعَجَزْتُ أَنْ أَكُونَ مِثْلَ هَذَا الْغَرَابِ فَأُوَارِي سَوْءَ أَخِي فَأَصْبَحَ مِنَ النَّادِمِينَ“ سورة المائدة.

48- اعتذر النائب عن الحضور:

الصواب: اعتذر النائب عن عدم الحضور، السبب: لأنه إن اعتذر عن الحضور يكون قد حضر وحضوره لا يدعو إلى الاعتذار.

49عُرْفَتُهُ عَلَى الْمَشْكَلَةِ:

الصواب:عُرْفَتُهُ الْمَشْكَلَةُ، قَالَ تَعَالَى: وَالَّذِي أَسْرَ النَّبِيَّ إِلَى بَعْضِ أَزْوَاجِهِ حَدِيثًا فَلَمَّا نَبَأَتْ بِهِ وَأَظْهَرَهُ اللَّهُ عَلَيْهِ عَرَفَ بَعْضُهُ وَأَعْرَضَ عَنْ بَعْضٍ فَمَا نَبَأَهَا بِهِ قَالَتْ مِنْ أَنْبَأِكْ هَذَا قَالَ نَبَأَنِي الْعَلِيمُ الْخَبِيرُ“ سورة التحريم.

50- أَعْتَقِدْ بِصِحَّةِ الْأَمْرِ:

الصواب: أَعْتَقِدْ صِحَّةَ الْأَمْرِ، السبب: لَأَنَّ الْفِعْلَ أَعْتَقَدُ يَتَعَدَى بِنَفْسِهِ دُونَ الْحَاجَةِ إِلَى حَرْفِ الْبَاءِ.

51- وَجَدْنَا عَلَى الْبَابِ رَجُلًا:

الصواب: وَجَدْنَا لَدَى الْبَابِ رَجُلًا، قَالَ تَعَالَى: ”وَاسْتَبَقَا الْبَابَ وَقَدَّتْ قَمِيصَهُ مِنْ دُبُرٍ وَأَلْفِيَا سَيِّدَهَا لَدَى الْبَابِ قَالَتْ مَا جَزَاءُ مَنْ أَرَادَ بِأَهْلِكَ سُوءًا إِلَّا أَنْ يُسْجَنَ أَوْ عَذَابٌ أَلِيمٌ“ سورة يوسف.

52- عود على بدء:

الصواب: عود إلى بدء، السبب: لأننا نقول: عاد إليه ولا نقول عاد عليه أي رجع إليه.

53- محمد شاهد عيان:

الصواب: محمد شاهدُ عيان، السبب: لأن عيان هي مصدر الفعل عاين معاينة أو عياناً.

54- استغاث بجيرانه:

الصواب: استغاث جيرانه، قال تعالى: ”إِذْ تَسْتَغِيثُونَ رَبَكُمْ فَاسْتَجَابَ لَكُمْ أَنِّي مُمَدِّمٌ بِالْفِئْتَانِ مِنْ السَّمَاءِ الْمَلَائِكَةُ مُرْدِفِينَ“ سورة الأنفال.

55- جلس علي يمين فلان:

الصواب: جلس عن يمين فلان، قال تعالى: "لقد كان لسبأ في مسكنهم آية جنتان عن يمين وشمال كلوا من رزقكم ربكم واشكروا له بلدة طيبة ورب غفور" سورة سبأ وقال تعالى: "إذ يتلقى المتلقيان عن اليمين وعن الشمال قعيد" سورة ق.

56- استخراج فلان رأي فلان:

الصواب: طلب رأيه أو إلتمسه أو جس نبض رأيه لأن الفعل استمزح لم يرد في العربية من مشتقات الفعل، فزج.

وهناك نماذج من الأخطاء الشائعة في استخدام الأفعال مثل:

المبني للمجهول والمبني للمعلوم

يستخدم الفعل المبني للمعلوم في الصياغة الأخبارية، لأنه أكثر مباشرة، ولا يُستخدم المبني للمجهول إلا استثناءً. فلا يصح أن يُقال مثلاً: "وهو الأمر الذي دُدَّ من قبلا الحكومة الإسرائيلية". فالصحيح أن يقال: "وهو الأمر الذي حدّته الحكومة الإسرائيلية"، وهذا الأسلوب أكثر رشاقة وأسهل في الأداء.

أخطاء شائعة في استخدام الأفعال

تعديّة الفعل بالحرف وهو متعدّد بنفسه: تعديّة الفعل الذي يتعدّى بنفسه بواسطة حرف الجر، مثلاً: "وقد قبل الرئيس بالموضوع"، والصواب القول: "قبل الموضوع"، دون التعديّة بالباء، كالقول "قرار الحكومة بإقالة..."، فالصواب القول "قرار الحكومة إقالة".

أخطاء تتكرر في الكتابة الصحفية

يجمع هذا البند أخطاء شاعت في الكتابة الصحفية. ولكثرة وقوع البعض فيها، رغبتنا في أفراد بند خاص بها.

- شَنَّ الحرب على، وليس شَنَّ الحرب ضد

- "أطلق النار على المهاجمين"، وليس "أطلق النار ضدّ المهاجمين"

- "ردود الفعل"، وليس "ردود الأفعال"

- أمّا فلان فقال، وليس "ومن جانبه قال فلان"، أو "بدوره قال فلان"

- نستخدم أحلى للمكان مثل: "أخلت السلطات الإسرائيلية مستوطنة نيتساريم"

- ونستخدم أجلى للأحياء "أجلت فرق الإسعاف من بقي حياً بعد القصف"

- "في أقرب وقت ممكن"، وليس في أسرع وقت ممكن، فالوقت لا يسرع

- "أعلن إفلاسه"، وليس "أعلن عن إفلاسه"

- "السؤال المطروح"، وليس "السؤال الذي يطرح نفسه"

- "شارك في المفاوضات"، وليس "دخل على خط المفاوضات"

- تُحدَّث عن الموضوع"، وليس تُحدَّث حول الموضوع"

- اتَّفَق على" وليس اتَّفَق حول". (أكاديمية بي بي سي)

<https://www.bbc.co.uk › collections › language-ar>

وهناك بعض الأخطاء على المستويين الدلالي والتركيبى ، مستشهدين بذلك على الصحة اللغوية
بأى من الكريم ما أمكن ذلك مثل :

يقولون: حدث ذلك منذ فترة ، ويقصدون: منوقتٍ قصير، لَو دة قصيرة ؛ لكن دلالة «فترة»
عكس ذلك ؛ إذ تعني وقتاً طويلاً من الزمن قد يبلغ قرناً (يا أهل الكتاب قد جاءكم رسولنا يبين
لكم على فترةٍ من الرسل) المائدة 16، قال بعض المفسرين: إن هذه الفترة أي مدة الانقطاع بين
رسول وآخر بلغت نحو ستة قرون.

ومثل ذلك قولهم أقيمت عنده برهة ، ويقصدون فترة قصيرة، وفي لسان العرب: «البرهة - بضم
الباء وفتحها - الحين الطويل من الدهر...» والصواب أن يقولوا للمدة القصيرة من الزمن:
هنيهة.

يقولون: لأنفُ الذكر، والصواب أن يقال: المذكورُ أدفاً، أي: المتقدم ذكره ، أو السالف للذكر؛ لأنَّ
آ(فأ) ظرف زمانٍ وليس اسماً مشتقاً من الفعل الثلاثي أنفَ «على صيغة اسم الفاعل وأنفَ
منه تستكف وتتره...».

يقولون: حضر فلان الحفل سلهاماً منه في تشجيع المواهب، و الصواب : مساهمة منه في
تشجيع المواهب؛ لأن إسهاماً مصدر الفعل أسهم، ويعني: أسهم الرجلان إذا اقتراعا، والإسهام
الاقتراع، أما المساهمة فمصدر للفعل ساهم الذي يعني المشاركة ، فالمساهمة المشاركة. ومن
هنا نلاحظ رأياً زيادة في المبنى تؤدي إلى تغيير المعنى

ومن الأخطاء قولهم: لم أزره أبداً؛ لأن (بداً) ظرف زمان يدل على الاستقبال والاستمرار، ولا يأتي
في سياق الماضي ، والصواب : لن أزره أبداً، بدليل قول الله تعالى: فقلْ لن تخرجوا معي أبداً)
التوبة 83، أو: مازرته قطُ ، لأن «قطُ» ظرف للماضي على سبيل الاستغراق، أي يستغرق

مامضى من الزمن، ويؤتى به بعد النفي للدلالة على نفي جميع أجزاء الماضي. وفي الحديث :
«ما خرج رسول الله صلى الله عليه وسلم في يوم فطر قطُّ حتى يأكلَ تمراتٍ» .
يقولون: نفذ الشيء يريدون انتهى، «نفذَ السهم أي مرَّ ، ومثله: نفذَ الماء من الصنبور.
والصواب: نفذ ؛ وتدل على الشيء إذا انتهى وفنى، قال تعالى: (لو كان البحر مدادا لكلمات ربي
لنفد البحر) الكهف 109، وقوله: (ما عندكم ينفد وما عند الله باق) النحل 96.
يقولون: هذا الأمر بمثابة كذا ، والصواب : هذا الأمر بمنزلة كذا؛ لأن المثابة تعني الملجأ، قال
تعالى: (وإذ جعلن البيت مثابة للناس وأمناً) البقرة 125
يقولون: نواياه حسنة ، ومنه سفير النوايا الحسنة ، والصواب: النيات؛ لأنها جمع نية ،
وفي الحديث: «إنما الأعمال بالنيات» ولم يقلب النوايا.
يقولون: كافة الصحف ،و الصواب: الصحف كافة؛ لأن «كافة» تعني: جميع، أو كل، ولا تقبل
(كافة) الإضافة إلى ما بعدها، أي: لاتقبل الوقوع في ضمن الجُملة، وهي هنا منصوبة على
الحالية دائماً .
يقولون: أسفْتُ له وأسفْتُ للأمر، والصواب: أسفْتُ عليه أو على الأمر، وأسف على الأمر: ندم
عليه؛ والندم يستصحب دائماً حرف الجر (على) لا (اللام) ، ودليل هذا قوله تعالى : (وتولى
عنهم وقال يا أسفي على يوسف) يوسف 84
يقولون: حرمه من الإرث، فيعدُّون الفعل (حرم) إلى المفعول الثاني بحرف الجر (من).
والصواب: حرمه الإرث بنصب مفعولين، لأن الفعل (حرم) يتعدى إلى مفعولين تعدياً مباشراً .
يقال ضحك الجميع عليه ، والصواب ضحك الجميع منه ، ودليل ذلك ما جاء في القرآن: (فتبسّم
ضاحكا من قولها) النمل 19، وقوله: (فاليوم الذين آمنوا من الكفار يضحكون) المطففين 34.
بتقديم الجار و المجرور على الفعل يضحكون من الكفار .
يقولون : أصغى الحضور للخطاب ، والصواب أصغى الحضور إلى الخطاب؛ لأن أصغى إليه:
مال بسمعه نحوه. والآية 113 من سورة الأنعام تقول: (ولتصغي إليه أفئدة الذين لا يؤمنون
بالآخرة).

يقولون: ينبغي عليه أن يفعل كذا ، والصواب ينبغي له؛ قال تعالى: (لا الشمس ينبغي لها أن
تدرك القمر) يس 40، وقوله: (وما علمناه الشعر وما ينبغي له) يس 69.
يقولون: اعتذر منه، والصواب : اعتذر إليه، قال تعالى: (قالوا معذرة إلى ربكم). الأعراف 146.

يقال: أعتذر عن عدم حضوري الحفل، إذ تستخدم كلمة (عدم) بكثرة بسبب الجهل بالكلمة المضادة المعبرة عن المراد، ومثله: أعتذر عن عدم معرفتي بالخبر، والصواب: أعتذر عن غيابي عن الحفل، وأعتذر عن جهلي بالخبر.

يقولون: لا يخفى عن العاقل، والصواب: لا يخفى على العاقل؛ لأن الفعل (يخفى يتعدى بحرف الجر (على)، وهذا ماورد في القرآن الكريم: (إن الله لا يخفى على هشيء في الأرض ولا في السماء)

يقولون: لازالت السماء تُمطرُ، والصواب: مازالت السماء تُمطرُ؛ لأن مازال من أفعال الاستمرار لماضية التي تُنفى ب (فمط)، أو زليله بقولنا: لا يزالُ ع (وَاهُمُ حَتَّى جَعَلْنَا هُمُ

حَصِيدًا خَامِدِينَ) الأنبياء 15، أما (لا) فينفى بها فعل الاستمرار إذا كان مضارعاً، كقوله وَلَا تَزَالُ تَطَّلِعُ عَلَى خِزْيَانٍ مِّنْهُمْ (المائدة 13). (القنيعير، 2010م، العدد (15273))
أخطاء شائعة:

- لا تقُلُ القُبُولُ بضم القاف، بل قُلِ القُبُولُ بفتحها"

- لا تقُلُ اللُّغْزَةَ بفتح الثاء، بل قُلِ اللُّغْزَةَ بضمّ الثاء، أي على وزن قُرْجَةٍ بضمّ الفاء

- لا تقُلْ لَدَبُ الإِرَادَةِ بفتح الصاد، والصواب القولُ لَدَبُ الإِرَادَةِ بضم الصاد

- لا تقُلْ "ينبغي على الأمة الحفاظ على هويتها بفتح الهاء"، بل الصواب القولُ هُوتُها بضم الهاء

- لا قُطِبَ مَّامُ الأَمَانِ بفتح الصاد، بل قُلْ صِدِّ مَامُ الأَمَانِ، أي بكسر الصاد وبدون تشديد الميم

- لا تقُلْ تُقَدِّمُ لَكُمْ هَذَا لَدَلَّةً بفتح اللام، والصواب القولُ لَدَلَّةً بكون اللام م. ولعل الدافع

للخطأ هنا أنها تجمع على لَدَلَاتٍ بفتح اللام في جمع المؤنث السالم

- الاسم الثلاثي الساكن العين إذا كان على وزرفَعَلَّةً، وكانت فاؤه مفتوحة، وعينه غير معتلة

، ولم يكن وصفاً، فإنه يُجمع على وزن فَعَلَاتٍ. نقول مثلاً "كُعبَةٌ، كَعَاتٌ، سَوَاجِدَةٌ،

سَدَجَاتٌ"، ونهْ ضَوْفَةٌ هَضَاتٌ"، بخلاف ما إذا كان معتل العين مثل "بيضة وثورة وشوكة"، فهي

تُجمع على النحو التالي: بِيَضَاتٍ وَثُورَاتٍ وَشُوكَاتٍ، بتسكين عين الكلمة المعتلة.

- لا تقُلْ "هذا شاهدعِ يان" بفتح العين، والصواب أن تقول شاهدعِ يان" بكسر العين، لأن

المصدر هو غَايَنُ يَعَايِنُ عَيَانًا وَمَعَايِنَةً. نقول أيضا "قاتل قتالاً ومقاتلة"، و"سابق سباقاً

ومسابقة"، و"جاهد جهاداً ومجاهدة".

- لا تَقُولُ "رجالاً أكفاء"، سواء بتشديد الفاء أو بتخفيفها ، بمعنى القدرة أو الاستطاعة ، والصواب القول "أكفءاء"، وهي جمع كفي، أي ذو القدرة والاستطاعة. أمَّا كَفَاءَاء ، فهي جمع كُفَاء ، أي الشبيه والنظير، أو الند (ولم يكن له كفوا أحد). وأكفَاء هي جمع كفيف ، وهو الأعمى.

- وعَدَدٌ، من الوعد، تعني أن تؤمِّل شخصاً خيراً ، أو أَعَدَّ دَ ، فهي من الوعيد ، وهو التهديد ، أي تؤمِّلُه بالشر .

- لا تخلط بين "اسم" و"مسمَّى"، فمن الأخطاء الشائعة استخدام كلمة "مسمَّى"، ويراد بها "الاسم".
يُقال خطأً "سنحارب الإرهاب تحت أيهمسَّى".

الدقة

لا يجوز استخدام حروف الجرِّ في غير موضعها، مثل وضع الباء محلَّ "في"، أو "عن" محل "من"، أو الباء محل اللام. ومن الأخطاء الأخرى في الأسلوب كهذا المثال: "سبقو أن انتفقا على المضي في المشروع، فالواو هنه قحمة لا معنى لها، والصواب أن يقال: "سبق أن انتفقا على المضي في المشروع".

وكذلك عبارة "خصوصاً وأن هذا الأمر له أهميته"، فالواو هنا أيضاً قحمة ولا ضرورة لها، ولا معنى لها، والصواب القول "خصوصاً أن هذا الأمر له أهميته". والأفضل أن تؤخِّر خاصة في آخر الجملة وتُجرِّ بالباء، فيقال "وبخاصة أن الأمر له أهميته".

ومنذ لك ، جملة "كما وأنَّ الإنسان مسؤول عن نفسه أولاً"، وهذا خطأ، فالصواب أن يقال "كما أنَّ الإنسان مسؤول عن نفسه أولاً".

وهناك أخطاء في نطق بعض الأدوات النحويَّة ، مثل الخطأ فينطقون "التفسيرية" ، فيقال "أعلن أنَّ لامجال للتنازلات"، بتشديد النون فيأنَّ "، والصحيح تخفيفها وتسكينها.

الإيجاز

الإيجاز من لوازم الصياغة الإخبارية، فالتعبير عن الفكرة يكون بأقلِّ عدد من الكلمات، وعدم اللجوء إلى الإطناب. ومن الصيغ الركيكة الشائعة هنا استخدام أكثر من فعل للدلالة على الحدث، وخاصة الفعل قام مثل القول "قامت القوَّات الحكومية بقصف المدينة"، والأفضل القول "قصفت القوَّات الحكومية المدينة".

<https://www.bbc.co.uk> > collections >

language-ar

وملهمَّ العثرات والأخطاء الشائعة في كتابات الصَّحَّافيين:

1- إسقاط الألفاظ العامية على محتوى الصِّحْف والمجالات، وهذا من أعظم ما جنته الصِّحْف حافة على الفصحى، لأذنه في شيوخ الألفاظ والأساليب العامية في الصِّحْف حافة تكريسا لها في أوساط المجتمع من جهة ، ودفن للألفاظ الفصحى من جهة أخرى.

وحدّ المحرِّرين في استخدام العامية أنّهم يطلبون الأسهل والأقرب لفهْمهم، لكن لبيت الأمر يقتصر على هذه المصطلحات! بل إنه يتعداه إلى كتابة مقالات كاملة باللهجة العامية وتُذيل هذه المقالات بأسماء كبار الكتاب والأدباء في العالم العربي. كما تمتلئ صفحات الجرائد والمجلات بالإعلانات المصوغة بلهجة عامية، والدليل على ذلك، أن أغلب مجلات الأطفال يصاغ محتواها بالعامية، مع أنّها من المفترض بهذه المجالات أن تمثل إحدى الوسائل ترسيخا للغة العربية الفصحى لدى الناشئة، وأتقرّ بهم منهوتشجّ معهم على استعمالها.

2- الابتعاد عن الرقيّ في أساليب الخطاب الإعلامي والكتابة الصِّحْفية مع شيوخ الأخطاء النحوية والأساليب اللغوية الركيكة. وباستطاعتنا أن نعدّم تلك الأخطاء على أغلب الوسائل الإعلامية العربية المكتوبة والمسموعة. ولابد هنا من ذكر أحد أهم الأسباب القابعة خلف الشرود المهني ضمن آلية كتابة أي خبر. فالخطأ الرئيس يكمن في توصيف لغة الإعلام كأسلوب يندرج ضمن آلية الكتابة الصِّحْفية، وبالتالي تحريرها من القواعد النحوية والصِّحْفية، وفقاً لذريعة استنادها إلى الأحداث الفجائية. إنّ انتشار الوسيلة الإعلامية وتغطيتها مساحات شاسعة يحدث عليها أن تبحث الونّ في خطابها الإعلامي ، حتى تكون إحدى أدوات الذّهوض بلغة الإعلام.

3- اللجوء إلى سبغ الألفاظ وتكرارها في سياق كتابة الخبر الصِّحْفية. ففي اللغة الإعلامية عموماً، واللغة الصِّحْفية

على وجه الخصوص ، هنا كما يمكن تسميته بالقوالب الجاهزة التي تصبّ فيها المالم الصِّحْفية، فلوتتبعنا طريقة كتابة خبر معين في عدد من الصِّحْف، فسنجّل صياغةً لخبر تكاد تكون متماثلة من حيث المفردات المستخدمة، والأساليب التعبيرية، في أغلب هذه الصحف.

لا تظهر المخاوف فعلياً إلا بعد الاطلاع على النتائج التي وتصل إليه بعض المفكرين الذين أشاروا إلى موت اللغة بالمعنى الوضعي للكلمة أي الانقراض النهائي من الوجود. هذا الزوال المنوط بفترة زمنية لن تزيد عن بضعة عقود لاحقة تتبدى وراء أسوارها ملامح النهوض بلغة عربية متينة. السّؤال لذي يفرض نفسه الآن: ما هو العلاج؟ إذ لا يكفي أن نعدّد أعراض المرض ونحذّر من عواقبه الوخيمة ثمّ لا نصف علاجاً أو لا نفضّ طريقاً للخلاص. (عثمان

، المركز التربوي للبحوث والإنماء، <https://www.crdp.org/mag->

[description?id=10821](https://www.crdp.org/mag-description?id=10821)

وأخيراً نحاول أن نستعرض هنا عشرة من تلك الأخطاء الشائعة التي اعتدنا عليها دون أن نعلم أنها خطأ.

1. مبروك

من أشهر تلك الكلمات المتداولة يومياً في حديثنا كلمة "مبروك" التي نستخدمها عند التهنية بمناسبة سعيدة ، والأصح أن نقول مبارك ، لأن مبروك اسم مفعول من الفعل "ك" أي برك الجمل أو بركت الدابة ، والصواب أن نقول مبارك، بارك الله الشئ وفي هو عليه: جعل فيلغير و البركة.

2. تواجد

كثيراً ما نسمع كلمة تواجد ويقصد بها وجود الشخص في مكان معين، وهذا من التعابير الخاطئة فتواجد تعني إظهار الوجد وهو الحب الشديد أو الحزن.

3. مدراء

كذلك تترد على الأسماع مدراء جمعاً لكلمة مدير، والصحيح مديرون أو مديرين حسب موقعها من الإعراب، فتجمع جمعاً لمذكر السالم.

4. مؤخراً

الصحيح أخيراً كأن يحصل الأمر في الفترة الأخيرة ، أما مؤخراً فتعني حصول الأمر بعد تأخير.

5. لندّ فايات

والكثير يلفظها بكسر النون مع أن الصواب هو لفظها بضم النون ذفايات جمع نفاية على وزن فُعالة مثل قمامة.

كتروج من

خطأ شائع والصواب تزوج فلان بفلانة وليس منها حتى إن بعض المذاهب الفقهية تعتبر عقد الزواج التي تستخدم فيه صيغة "زوجت فلانا من فلانة" باطلاً، وفي الآية القرآنية: "وزوجناهم بحور عين".

7. الماء الشروب

ويقصد بها الماء الصالح للشرب لكن في المعجم الشرُّ وب: الماعِ شرب عُلَى ه لقلة عذوبته، وبالتالي العبارة لا تنطبق على الماء الذي نستخدمه في حياتنا اليومية ، نشره ونستعمله في النظافة و غيرها.

8.سائر

كلمة سائر شائعة على أنها تعني "كل" لكنها غير ذلك فهي تعني الباقي من الشيء، ففي المعجم،السائر من الشيء: باقيه، فمثلا تقول جريت سائر الحلول، وهذا يعني أنك جريت بعضها وليس كلها.

9.هكذا تصرفات

كثيراً ما تستخدم في الإعلام هكذا تصرفات أو هكذا اقرار، والصحيح القول: تصرفات كهذه أو قرار كهذا.

10.أخصائي

الأصح أن نستخدم اختصاصي، فنقول الدكتور فلان اختصاصي في أمراض الصدر مثلاً، فالفعل اختص اسم الفاعل منه اختصاصي.

هذه الأخطاء والعبارات غير الفصيحة انتشرت في اللغة العربية بسبب استسهال للخطأ أو الجهل به ، واللامبالاة من قبل بعض دور النشر ووسائل الإعلام واعتمادهم على مقولة "خطأ مشهور خير من صواب مهجور"،المقولة التي لاتزال تقض مضجع المهتمين بسلامة اللغة والغيورين عليها لأنها الشماعة التي يعلق عليها كثيرون أخطاءهم وتجاوزاتهم في حق اللغة.

مقترحات للارتقاء باللغة العربية.(موقع قناة العالم ، 7 أبريل 2018م،الساعة 06:25 ،بتوقيتغرينتش ، المادة في الرابط التالي :

[/https://www.alalamtv.net/news/3479706](https://www.alalamtv.net/news/3479706)

وهذه مقترحات عملية في إطار تصوّرٍ متعدّد الأوجه للارتقاء باللاغة العربية من خلال وسائل الإعلام وتحديد الصّحافة المكتوبة:

أ- دعوة القائمين على الإعلام الصّحافة للعمل على تعميم العربية الفصحى كلغة أساسية لجميع وسائل الإعلام العربية.

ب- إدراج مادة قواعد اللّغة العربية وعلم الدلالات فليقرّر الدرّاسي لكليات الإعلام.

ج- إصدار قواميس تتعلّق بالخصوصيات اللّغوية لكل المؤسسات الإعلامية.

د- تفعيل التعاون بين أقسام اللّغة العربيّة في الجامعات من ناحية، والهيئات الرسمية للدولة ووسائل الإعلام من ناحية ثانية.

هـ- تنظيم مهنة المصدّحين اللّغويين للمقالات الصّحفية وإنشاء نقابة خاصة بهم. (عثمان، المركز

التربوي للبحوث والإنماء ، <https://www.crdp.org/mag-description?id=10821>

الفصل الثالث

المتلقي ومحتوى الرسالة الاعلامية

المبحث الأول : مفهوم المتلقي

المبحث الثاني : محتوى الرسالة الإعلامية

المبحث الثالث : الفضائيات والأخبار

المبحث الاول

مفهوم المتلقي

إن تناول موضوع اللغة ودراسته لا بد أن يكون المتلقي جزء منه وقد تمت دراسة المتلقي عبر تاريخ طويل في كثير من الجوانب سيما الإعلامية والأدبية وقد عدد من النظريات للمتلقي ولكن أبرز هذه النظريات ما ظهر مؤخرا وهي التي تولي عناية بالغة لسياق التلقي والمتلقي؛ وذلك من خلال إنتاج معاني وتأويل النصوص إنطلاقا من خبرات المتلقي وتكوينه الشخصي لأنَّ فعل التلقي يختلف من شخص لآخر حسب تكوينه النظري والميول والرغبات، وحسب قدرته الاجتماعية والثقافية التي يحملها؛ وكل هذا يشكل مخزونا أو مرجعيته الخاصة به. (سالم، 2000، ص ص 44، 48)، وهذا ما سمي بديمقراطية المتلقي، أي لا توجد سلطة لصاحب الرسالة، بل المتلقي حر في إيجاد تأويلات ومعاني تتناسب مع فهمه وذوقه وتطلعاته المختلفة.

ونظريتي لم تنشأ من فراغ؛ وإنما كانت هناك إرهاصات ساعدت على تطوُّرها، حيث ترجع بداياتها الأولى إلى ما كان يعرف عند (أرسطو) باسم "التطهير" في كتابه "فن الشعر"؛ إذ أن فكرة "التطهيري" مقولة أساسية من مقولات التجربة الجمالية، يكتسب الجمهور فيها دورا أساسيا من خلال استجابته للأعمال الأدبية والفنية.

وفي الفكر الأرسطي ساد مفهوم التطهير كوظيفة للأعمال الأدبية في علاقتها بالجمهور الذي يندمج مع العمل الدرامي من خلال المماثلة التي يقيمها بين المحاكاة (العالم الرمزي) والطبيعة (العالم الطبيعي). وانطلاقاً من هذه الوضعية للتلقي كان للنص السلطة على المتلقي في الكشف عن مكبوتاته التي تنفجر في لحظة الاندماج التام بين المشاهد والدراما.

إذن، يحتل المتلقي عند (أرسطو) موقعا هاما، وذلك من خلال إهتمامه بوظيفة الفن المتحققة في عملية الإستجابة بواسطة المثيرات التي بني بها النص خاصة في بنائه الداخلي، ولا تتحقق إثارة الإنفعالات في نفس المتلقي حتى ينسجم النص ذاته في بنياته وشكله، وتحدث المفاجأة في الأحداث وفي النهايات مما يجعل المتلقي في حالة ترقب لمفاجآت.

ومن هنا يمكننا القول انّ (أرسطو) أعطى الدور الإيجابي للمتلقي وذلك من خلال جعله طرفا ثان يستقبل النصوص الفنية، إذ انطلق منه واعتبر بأنّ وظيفة الفن تتمثل في التطهير؛ فالتطهير يخص الذات المتفاعلة مع الفن في جماله وجلاله، وما تمارسه هذه الذات من إسقاطات عاطفية وخيالية أثناء لقاءها المباشر مع النص، وبالتالي، يعطي التطهير لعملية التلقي حضورها الفعلي في التمكن من المعنى، ومن ثمّ تأويله أو البحث عنه. (عبو، العدد 981، 06/11/12) بارة أخرى، فإنّ العمل الدرامي يؤثر في المشاهد؛ فمشاهدة الجمهور للعنف مثلا يشكل عملية تنقية وتفرغ لشحنة العنف الموجودة عنده، وذلك من خلال عاطفتي الخوف والشفقة التي يظهرها المتلقي نتيجة استقباله للرسالة.

و نجد (ياوس) قد اقترح مفهوما أساسيا في نظريته يتمثل في "أفق التوقع"، والذي يقصد به " الأفكار المسبقة الموجودة لدى المتلقي حول العمل الأدبي، والذي يتكون من ثلاثة عوامل رئيسة"، وهي كما يلي:

- التجربة القبلية التي يملكها الجمهور عن العمل؛
- شكل الأعمال السابقة وموضوعاتها والتي يفترض العمل الجديد معرفتها؛
- المقابلة بين العالم التخيلي والواقعية اليومية.

أي أن معنى النص يتشكل تدريجيا من خلال إندماج بين أفق التوقع وأفق تجربة الحياة الشخصية للمتلقي. ونفس الأمر ينطبق على المدافع الثاني عن نظرية التلقي (إيزر) من خلال كتابه "فعل القراءة" الذي يعارض فيه الشكل الذي يهتم أو لا

وأخيرا بالعمل الأدبي. حيث يولي هذا الكاتب اهتماما كبيرا بذلك التفاعل الذي يحدث بين القارئ والنص ونتاج معنى. أي أن النص هو خبرة أو ممارسة يمكن معايشتها، ومن ثمّ المعنى لا يوجد في النص بشكل كامل؛ وإنما القارئ هو الذي يستتبطه من خلال عملية التواصل، والتفاعل ومختلف الآثار التي يحدثها النص في القارئ. (هولب، ص ص 225، 226).

وهذا ما أدى بـ (إيزر) إلى اقتراح مفهوم "القارئ الضمني"، حيث يرتبط هذا النوع الفنّاء بتصوّر الكاتب وتخيله للقارئ الذي يكتب له؛ أي هو قارئ يمكن اكتشافه في النص وذلك من خلال عملية استمرار إنتاج المعنى. (لعرج، 2007، ص 105)

وينتج التفاعل في الأساس من خلال مفهومين: مفهوم الفجوات (الفراغات) ومفهوم الغياب (النفى). فالمفهوم الأول يقصد به الأشياء المخفية وغير الصريحة في النص. إذ أن هذا الفراغ يأتي ليفتت التماسك النصي ولكي يترك للقارئ مهمة إقامته من جديد، (القاسمي، 2007/01/22:) وهذا ما نجده في التلفزيون الذي يدفع إلى الخيال أقل من الإذاعة، فالفجوات تكون في الإذاعة أكثر لوجود الصوت فقط وعدم وجود الصورة؛ وإنما المتلقي هو الذي يقوم بتشكيل الصور الذهنية وفق فهمه وإدراكه للمعنى، وبالتالي القارئ أو المشاهد هو الذي يقوم بملء هذه الفراغات بخبرته الشخصية ونشاطه التخيلي. وهذا ما نفترضه فيما يتعلق بالفواصل الإشهارية التي يمكن أن يكون لها أثر في خلق الفجوات وآفاق التوقع. أما الغياب فيعطل في النص العناصر المألوفة القادمة من خارج النص. أي أن القارئ يقوم باستحضار عناصر مألوفة ثم يقوم بنفيها وبالتالي، فإنّ القارئ يعمل على إتمام بنية النص من خلال ملء الفجوات والفراغات وتحقق عملية الاتصال بين المتلقي والنص. هكذا يضع (إيزر) القارئ في مركز مشروعه التأويلي، فالقارئ عنده لم يعد طرفا مستهلكا لمعنى النص.

ونجد ان نظرية التلقي التقليد السائد الذي كان يتعامل مع النص بوصفه قاعدة ثابتة للتأويل، وابتعدت عن المفاهيم التأويلية القديمة واضعة القارئ في مركز مشروعها التؤبلي، ومؤكّدة عدم الفصل بين النص المقروء والقارئ. ومن خلال النظرية الجديدة أصبح للقارئ مهمة جديدة لا تختزل في التلقي السلبي للبحث عن المعنى الوحيد والمُحدِّد سلفاً، وإنما يقوم بملء فجوات النص وإدراكه وليس باعتباره كينونة ثابتة، كما يقوم أيضاً ببناء المعنى المتعدّد من خلال التفاعل معه وهذا ما يطلق عليه فعل القراءة. وبالتالي فإن الهدف المنشود الذي سعت إليه نظرية التلقي هو إدراك نظرية عامة للتواصل ذات إختصاصات متداخلة وهي نظرية تحتوي على جميع الإختصاصات. (- محمد الداوي، التلقي العربي لدون كيخوتي...)

(Source: <http://www.thaqafat.uob.bh/show.asp?no=66>. Le 03/03/2008.

تدل كلمة التلقي على استقبال شيء ما، كما تدل أيضاً على العناصر التي تتحكم في قراءة جمهور معين للخطا بالفنيو الأدبي والإعلامي، وبعبارة أخرى ذلك الفعل الذي يمارسه الفرد كإنسان له مكوناته النفسية والذهنية والانفعالية والاجتماعية لتفسير ما يقدم له هذا المعنى، حيث يتضمن الإحساس والذكاء والإدراك وبناء المعنى. (بوكروخ، محاضرات، 2006م)

إنّ، التلقي هو مجموعة من الاتجاهات والنشاطات التي يظهرها المتلقي في تلقيه لرسائل الأعمال الأدبية والفنية والإعلامية، كما يمثل أيضاً الطريقة أو الأسلوب الذي يستخدم فيه المتلقي المعلومات التي يتلقاها من الخطاب مهما كان طبيعته.

ومن جانب آخر، فقد ورد لفظ التلقي في القرآن الكريم بدلا من لفظ استقبال، حيث قد يدل أو يشير إلى عملية التفاعل النفسي مع النص. كما نجد أن الدراسات الحديثة ركزت على لفظ التلقي، وهذا ما نجده شائعا عند كل من (ياوس) و(إيزر)، حيث يعتبر هذا اللفظ هو الجامع لألفاظ القراءة والاستجابة والاستقبال. (العيفة،

2005م، ص 127، 128) إذ أن التلقي هو نشاط ايجابي، يتم في شكل انتقاء لبعض مايقع على حواسنا دون البعض الآخر وينظم الحكم النقدي الذي هو محاولة للارتفاع بفعل التلقي إلى مستوى شعوري وتنظيمي أعلى (سويف، 1999، ص 203)

لكن وكما نعلم، أن مفهوم التلقي في حد ذاته ميدان واسع وعم، فيمكن أن ندرجه في جميع أنواع الخطابات التي يتلقاها الجمهور، إلا أنه في بحثنا نقصد به ذلك التعرض الإعلامي والمشاهدة التلفزيونية للنصوص الإعلامية التي تتدخل فيها مجموعة من العوامل الانتقائية التي تختلف من مشاهد لآخر، وذلك حسب استعمالات هو اختياراته واشباعاته؛ وبعبارة أخرى نقصد به صيرورة المشاهدة التلفزيونية والتي من خلالها يتفاعل المتلقي مع النصوص الإعلامية المشاهدة، ومن ثمّ قد تتأثر بعوامل مختلفة قد تجعلها تتعرض لعرقلة الإدراك والفهم.

إذا كانت جماليات التلقي في الأدب تقوم على أساس الاهتمام بثنائية النص - القارئ، فإنّ جمالية التلقي في التلفزيون تهتمّ هي الأخرى بثنائية المضمون التلفزيوني - المشاهد، لأنّ المشاهدة التلفزيونية ماهي إلاّ عملية تفاعلية تحدثتجراً تعرّض المشاهد للبرامج التلفزيونية في زمن معين. وهذا ما ذهب إليه الباحث (روبرتألان) في محاولته الرامية إلى إسقاط نظرية القراءة في الأدب على التلفزيون. (شعبان، 2008، 2009م، ص 5).

فمن هذا المنظور، لا تعتبر التجربة الجمالية التلفزيونية سوى حالة نفسية شعورية تتولّد لدى المتلقي من بداية عملية التلقي إلى غاية نهايتها (صيرورة اتصالية لمختلف المضامين المشاهدة). بمعنى آخر، تمرّ آلية تلقلي المشاهد للبرامج التلفزيونية بمراحل مختلفة بدءاً من التعرّض، والانتباه، والإدراك والانتقاء للبرنامج المشاهد إلى أن يظهر المتلقي سلوكاً أو موقفاً معيناً مخبراً تعرّضه لتلك الرسالة الإعلامية، ونظراً للدور الذي يحتلّه التلفزيون فإنّه أصبح من أهم وسائل الإعلام

التي يمكن أن تُستغلَّ في جميع مجالات الحياة إلى درجة أن أجاب Piet Hein -
ممثِّل شركة (إنديمول) في البرتغال، ومنتج برنامج Loft Story و Big Brother -
رداً على سؤال طرح له حول أهمية التلفزيون وذلك بقوله: (التلفزيون ، هو أن تخلق
بين كل وصلة إخبارية محتوى يتوفَّر فيه ما يكفي من الإثارة، لجعل الوصلات
الإخبارية تحظى بالمتابعة من لدن المشاهدين (أراق، العدد 29 ، 2006م).
وعليه فإنَّ التلفزيون وسيلة تقدِّم مضامين مختلفة؛ تتعدَّد بتعدَّد نوع الشريحة
أوالجمهور الذي يشاهدها وهذا من أجل تلبية إشباع رغباته وحاجاته ونظر التعدَّد
الوظائف التي يقدِّمها التلفزيون، فإنَّه يعمل على استقطاب أعدادا كثيرة من المتلقين،
وذلك لتقديمه لخدمات مختلفة الممركزة حول الإعلام والتسلية والمتعة والتشويق
والإثارة ، حيث يجد المتلقي ضالته في الاستراحة من جدية أوهزلية الحياة اليومية
الخاصة والعامَّة. وعليه، فإنَّ المشرفين على خريطة
وهندسة البرمجة التلفزيونية يجتهدون ويتقدِّنون في توفير هذه الخدمات بكثرة ،
ولو اضطرَّ الأمر إلى شرائها بأموال باهظة. لذلك فالمهم هو استقطاب أكبر عدد ممكن
من المشاهدين لتحقيق غايات معينة ، قد تكون ذات طبيعة تجارية أو إيديولوجية.
لكن، مقابل هذا فلمُ شاهد يجد نفسه أما مزخماً هائل من البرامج الإخبارية و الغنائية
والرياضية والمسابقات والأفلام والمسلسلات وأيضا الإشهار، خاصة هذا الأخير،
الذي يتميِّز بكونه غير جامد - على عكس إشهارات الصحف والمجلات - بناه
ينطوي على الحركة والحياة، وفيقوَّع. (شعبان، 2008م _ 2009م، ص 5، ص
(6).

كما أن للتلفزيون ميزة خاصة كونه الوسيلة التي تعتمد الطبيعة التلازمية لثنائية
الصوت والصورة في نقل المضمون الإعلامي وله بذلك تأثيراً مزدوج على المتلقي :
الأول هو تأثير الصورة على نفسيته بشكل مباشر ولا يؤثر على عقله ، فأصبحت
هي التي تشكل (الإتجاهات وتصوغ القيم وتوجه السلوك لملايين المشاهدين.

والثاني هو تأثير الكلمة التي يمكن أن تفعل فعلها المؤثر على المتلقي ، إن هي استخدمت بالطريقة الصحيحة والمؤثرة ، وعليه فإن للصورة التلفزيونية أثرا كبيرا على المتلقي من حيث الفهم والإستيعاب ، فهو لا يحتاج إلى عناء وجهد وتحليل لفهم ما يريد أن تقوله الصورة ، فالصورة التلفزيونية تساعد المتلقي الإحتفاظ بالمعلومات الواردة في المضمون التلفزيوني بصورة مباشرة أو غير مباشرة حسب فهم المتلقي ودرجة إستيعابه ، وهذا الإحتفاظ يكون أبقى أثرا وأقل إحتمالا للنسيان خاصة على المدى الطويل ن وقد أثبت التلفزيون نجاح كوسيلة إعلامية يفهمها المتلقي وتؤثر فيه ويتأثر فيها (فمن المعروف أنه كلما زاد التأثير على حواس المتلقين كلما زاد نجاح الوسيلة في تحقيق أهدافها) ، إن دور التلفزيون يزداد أهمية في حياة الناس كل يوم ، فهو يهدم الفواصل بي نلاحقيقة والوهم ، وهو يتمتع بتقنيات إغراء ووصول إلى المتلقي لا يقاوم ، ولطالما أشير إلى أن وسائل الإعلام وفي مقدمتها التلفزيون تساعد على ترسيخ نظام من الأوليات في مجتمع ما حول مشاكله وأهدافه وهي في سعيها إلى تحقيق ذلك ، تعمل على أن تسجل الماضي وتعكس رؤية الحاضر فحسب (وإنما هي قد تؤثر على المستقبل أيضا).

ويعتبر التلفزيون الوسيلة الجماهيرية الأهم والأقوى والأكثر تأثيرا في جمهور المشاهدين ، فهو ينقل أفكارا ومواقف ونماذج للتصرف ، كما أن له تأثيرا جذريا على طرق تفكيرنا وإحساسنا وتصرفاتنا). (جابر ، 2015م ، ص 35 ، 36).

جمالية التلقي:

ونتيجة لمجموعة من العوامل السياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية التي عرفها العالم بعد الحرب العالمية الثانية؛ أدت إلى إحداث طفرة نوعية في مجال دراسات التلقي؛ حيث أصبح الحديث يدور عن الثنائية الشهيرة (النص/القارئ) بدلا من (النص/المؤلف)، فالمتلقي يستطيع أن يظهر سلطته في تأويل وتفسير مختلف المعاني نتيجة فهموا إدراكه لها ولقد انتقلت دراسات التلقي من المجال الأدبي إلى

مجال الاتصال، نظرا لكون الرسائل الإعلامية عبارة عن نصوص يتلقاها ويستقبلها المتلقي، ومرثمة يقوم بتفكيك شفراتها، والاختلاف يتمثل في نوع الوسيلة وحسب. إذن، التلقي هو مجموعة من الاتجاهات والنشاطات التي يظهرها المتلقي في تلقيه لرسائل الأعمال الأدبية والفنية و الإعلامية ، كما يمثل أيضا الطريقة أو الأسلوب الذي يستخدم فيه المتلقي المعلومات التي يتلقاها من الخطاب مهما كانت طبيعته. لكن وكما نعلم، أنّ مفهوم التلقي في حد ذاته ميدان واسع وعمام، فيمكن أن ندرجه في جميع أنواع الخطابات التي يتلقاها الجمهور، إلا أنه في بحثنا نقصد به ذلك التعرض الإعلامي والمشاهدة التلفزيونية للنصوص الإعلامية التي تتدخل فيها مجموعة من العوامل الانتقائية التي تختلف من مشاهد لآخر، وذلك حسب استعمالاته واختياراته واشباعاته ؛ وبعبارة أخرى نقصد به صيرورة المشاهدة التلفزيونية والتي من خلالها يتفاعل المتلقي مع النصوص الإعلامية المشاهدة ، ومن ثمّ قد تتأثر بعوامل مختلفة قد تجعلها تتعرض لعرقلة الإدراك والفهم (شعبان، 2008م - 2009م، ص22).

وإذا كانت نظرية التلقي في بادئ الأمر تهتمّ بالأدب فإنّ الرسائل الإعلامية سواء كانت سمعية أو بصرية تنطبق عليه نفس المتطلبات والشروط المنهجية لأنّ النصّ الإعلامي، المسموع أو المشاهد ما هو إلاّ نصّ مقروء يتم إدخال ميزات جديدة عليه تتعلق بالصوت أو بالصورة تفرضها التقنية في حد ذاتها.

وإذا كانت الأبحاث الأولى في ميدان الاتصال كمية بالدرجة الأولى، تهدف إلى التعرف على حجم الجمهور، ومعدلات التعرّض وتحقيق أكبر قدر ممكن من الربح، فإنّ دراسات التلقيت نسب إلى الجمهور دوراً هاماً في تعامله مع محتويات وسائل الاتصال، فبإمكانه إضفاء تأويلات وتفسيرات على المحتوى الذي يتلقاه. ومرثمة أصبح اهتمام هذه الدراسات من صبا على الكيف بدلا من الكم، أي محاولات معرفة طبيعة الدلالات والمعاني التي ينتجها أفراد الجمهور، التي قد تختلف عن تلك التي

يُضَدَّ مَدَّهَا الْكِتَابُ فِي نِصْوَصِهِمْ ، مَعَ الْمَلَاظَمَاتِ الْوَأُولَى الْوَأُولَى كَانَتْ هِيَ الْآخَرَى تَهْتَمُ بِالْقَائِمِ بِالِاتِّصَالِ وَالرَّسَالَةِ الْإِعْلَامِيَّةِ فِي حَدِّ ذَاتِهَا، وَهَذَا مَا يَنْطَبِقُ تَمَامًا عَلَى الْإِهْتِمَامِ بِثَنَائِيَّةِ (النِّصِّ/المؤلف) فِي الْآدَبِ (شِعْبَان، 2008م _ 2009 م،ص9).

لَقَدْ أَفْرَزَتْ نَظْرِيَّةُ التَّلْقِي فِي الْآدَبِ عِدَّةَ مِصْطَلَحَاتٍ أُسَاسِيَّةٍ لِيُشْرِحَ الْعِلَاقَةَ بَيْنَ النِّصِّ وَالْقَارِئِ، وَمِنْ بَيْنِ هَذِهِ الْمِصْطَلَحَاتِ الْمَرْكَزِيَّةِ مَا يُسَمَّى بِمِصْطَلَحِ " الْقَارِئِ الضَّمْنِي "، فَهَذَا الْآخِيرُ يُعْتَبَرُ الْمِفْتَاحَ فِي عَمَلِيَّةِ تَحْدِيدِ طَبِيعَةِ الْمَتَلْقِي الَّذِي يَسْتَحْضِرُهُ فِكْرِيًّا الْمُبْدِعُ أَتْنَاءَ إِبْدَاعِهِ لِلنِّصِّ. مِنْ هَذَا الْمَنْظُورِ، فَإِنَّ مِصْطَلَحَ الْقَارِئِ الضَّمْنِي يُصْبِحُ مِصْطَلَحًا غَيْرَ دَقِيقٍ لِيُشْرِحَ آلِيَّةَ الْقِرَاءَةِ الَّتِي يَنْتَهِجُهَا مَتَلْقِي النِّصِّ الْمَتَشَكِّلِ بَصْرِيًّا، حَيْثُ يُعْتَمَدُ التَّلْقِي الْبَصْرِيُّ عَلَى أَهْمِيَّةِ الْعَيْنِ بِالدرجَةِ الْوَأُولَى. وَعَلَيْهِ ، كَانَ مِنْ الضَّرُورِيِّ بِالنِّسْبَةِ لِلْبَاحِثِينَ الْإِعْلَامِيِّينَ تَكْيِيفَ الْمِصْطَلَحِ عِنْدَ نَقْلِهِ مِنْ مِيدَانِ التَّلْقِي الْآدَبِيِّ إِلَى مِيدَانِ التَّلْقِي الْبَصْرِيِّ، وَأَسْفَرَتْ الْعَمَلِيَّةُ عَنِ اسْتِبْدَالِ الْقَارِئِ الضَّمْنِي بِالْبَاصِرِ الضَّمْنِي، وَيُشِيرُ هَذَا الْآخِيرُ إِلَى الْبَاصِرِ الْإِفْتِرَاضِيِّ الَّذِي يَنْشَأُ فِي ذَهْنِ الْمُبْدِعِ أَتْنَاءَ تَشْكِيلِهِ النِّصِّ بَصْرِيًّا وَيَتَوَقَّعُ مِنْهُ أَنْ يَفْهَمَ اللَّمْلَدَةُ شَدَاهُ دَةً. (الصفْرَانِي، 2007م،العدد 14283).

إِلَى ذَلِكَ نَجِدُ أَنَّ جَمَالِيَّةَ التَّلْقِي وَالتَّأثيرَ تَرْكُزُ عَلَى الْعُنَاصِرِ التَّالِيَةِ: الْقِرَاءَةُ، وَالْقَارِئُ، وَالتَّجْرِبَةُ الْجَمَالِيَّةُ (الِاتِّقَاءُ بَيْنَ الْقَارِئِ وَالنِّصِّ، وَالمْتَعَةُ الْجَمَالِيَّةُ وَنَتِيجَةُ الْقِرَاءَةِ) فَإِنَّ جَمَالِيَّةَ التَّلْقِي فِي التَّلْفِزِيُونِ هِيَ الْآخَرَى تَهْتَمُ بِالْعُنَاصِرِ السَّالِفَةِ الذِّكْرَ وَالْفَرْقَ الْوَحِيدَ يَكْمُنُ فِي الْوَسِيلَةِ وَحَسَبِ. وَمِنْ ثَمَّ نَجِدُ عُنَاصِرَهَا تَتَمَثَّلُ فِي: الْمَشَاهِدِ، وَالْمَشَاهِدَةِ التَّلْفِزِيُونِيَّةِ، وَالتَّجْرِبَةُ الْجَمَالِيَّةُ التَّلْفِزِيُونِيَّةِ، ضَفَّ إِلَى ذَلِكَ؛ فَإِذَا كَانَ هُنَاكَ أَنْوَاعَ لِقَارِئِ النِّصِّ الْآدَبِيِّ، فَإِنَّ الْمُسَدَّ هَدَّ لِلخَطَابِ الْإِعْلَامِيِّ التَّلْفِزِيُونِيِّ هُوَ الْآخَرُ أَنْوَاعَ نَذَكُرُهُمْ فِيْمَا يَلِي: (الآن، 1991، ص ص 23، 28).

المشاهد المُشَدَّصُ : ويستهدف أكثر هذا النوع المشاهدين المرتبطين ببرامج الأخبار والإعلانات التلفزيونية. حيث ترتبط تسمية هذا المشاهد بمخاطب أو ممثل تلفزيوني، يفترض أنه يقدم رسائل واضحة بدلالات مفهومة إلى المتلقي وكثيرا ما يهيب لنا التلفزيون مشاهدين مشدَّصين على الشاشة.

المُشَاهِدُ الضمني: وهو ذلك الشخص الذي يستحضره منتج الرسالة التلفزيونية في عمله، ويكون مدرجا في الأعمال التلفزيونية القائمة على الخيال كالدراما الفلمية مثولعبارة أخرى، يُسقط المنتج في الرسالة التي ينتجها نوع المُشَاهِد الذي يتصوره، أي يكتب لأشخاص يفترض أنه يعرف قدراتهم على الفهم والتأويل.

- نموذج (النص/ القارئ) :

كما أشرنا سلبقا، تركّز دراسات التلقي الحديثة على العلاقة التي يمكن أن ينشئها القارئ/ المتلقي مع النصوص الإعلامية من خلال صيرورة تفكيك رموزها وفهم معانيها. وتكمن أهمية هذا التوجه في الإستنتاج الذي مفاده أن المعنى الكامن في النص ليس بالضرورة هو نفس المعنى الذي قصده الكاتب. وعليه، نظرا للمكانة التي يحتلها هذا النموذج في الدراسات الإعلامية، فإنّ Daniel Dayan يلخّص أهميته، في مقاله: "أسرار التلقي"، في النقاط التالية:

أنّ المعنى لا يوجد كاملا داخل النص أي أنّ المعنى لا يشكل بالضرورة جزءا أساسيا من النص، وإطلاقا من هذا الاعتبار فإنّ التلقي لا يعني الإستهلاك السلبي للمعاني الموجودة في النص، وإنما للمتلقي الحق في إضفاء واستنتاج معاني جديدة؛

(Sonia LIVINGSTONE, Georges pornpidou, 1989,)

أنّ دراسات التلقي تعيد النظر في المتلقي، وذلك من خلال دوره النشط وتمتّعه بقدرة تأويلية لفك رموز النص المستهلك، كما يمكنه أيضا أن يقاوم ضغوطات الجماعات الإيديولوجية التي تفرض عليه نمطا معينًا من المعاني، وبالتالي فإنّ قدرة المتلقي على التأويل مرتبطة بتعدد معاني .

أحّ التلقي يحدث ضمن سياق إجتماعي يكون فيه دور المتلقي ايجابي، حيث أنّ المقلي أثناء تلقيه للنصوص الإعلامية يقوم بتشكيل دلالات النص، وبالتالي فإنّ هذه الدلالات تشكّل محور اهتمام الدارسين وليس النص في حد ذاته. من غير المعقول القيام، بصفة آلية، بفك رموز رسالة مثلما تم تشفيرها، لأنّه يوجد هناك تباين واضح بين سياق التلقي وتعدد المدونات.

ونجد أنّ دراسات الجمهور مرت بتطورات ومراحل مختلفة، بداية من النظرة التقليدية فيما يتعلق بالتأثير المطلق ولمعرفة الرهانات الحالية اللّصيقة بدراسات الجمهور ودراسات التلقي تحديداً، لآبد من العودة والتذكير ببعض الأعمال المنجزة قرابة نصف قرن في حقل دراسات جمهور وسائل الإعلام، وهذا عبر المراحل التالية:

1- دراسات الإشباع: لقد أدى إدراك نتائج الفروق الفردية والتباين الاجتماعي بين أفراد الجمهور، وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى ظهور منظور جديد للعلاقة بالجمهور ووسائل الإعلام، وكان هذا تحوّلًا من فكرة الجمهور كعنصر سلبي إلى عنصر فاعل في انتقاء واختيار الرسائل والمضامين المفضّلة من وسائل الإعلام.

2- أنموذج التأثير:

يعتبر هذا التوجه بمثابة الإنطلاقة الحقيقية لميدان دراسة تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور، حتى وإن كان هذا الأنموذج يعتبر قديماً قد تجاوزه الزمن، إلا أنّ هذا الأنموذج يعتبر بمثابة الحلقة الأولى المشكّلة لسلسلة الدراسات التي أنجزت في ميدان بحوث الإتصال.

3- سياسية لوسائل الإعلام: يرتبط هذا التوجه بدراسة وتحليل العلاقة التي تربط كلا من بنية النظام السياسي والإقتصادي والأيدولوجي مع وسائل لإعلام، إذ أنّ الجديد الذي جاءت به هذه الدراسات هو ذلك الإهتمام الذي ينصب على دراسة السياقات الإجتماعية التي يتم من خلالها تلقي الرسائل الإعلامية. ولقد ظهر هذا

الإتجاه في تحليل الظاهرة الإعلامية ببريطانيا في إطار ما يسمى " بمدرسة برمنغهام " Ecole de Birmingham التي تُعرف أيضا بإسم بالدراسات الثقافية.

المبحث الثاني : محتوى الرسالة الإعلامية :

والحديث عن متلقي التلفزيون يبدأ بمعرفة مفهوم لغة التلفزيون ، ذلك لأن معرفة المعنى الحقيقي لتلك اللغة والقوانين التي تحكم نسقها الداخلي والذي يكو النص المكتوب ستساعدنا على تتبع المعنى الحقيقي لمضمون المعرفة التي ينقلها التلفزيون ، هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى ، فإن تحليل مضمون الفكر والمعرفة التلفزيونية لا بد أن يسبقه معرفة حقيقية لمفردات تلك اللغة حتى نضع هذا الفكر التلفزيوني في موقعه الحقيقي ونصل بذلك على حقيقة المعنى الكامن.

وإذ كنا نعتبر الإعلام التلفزيوني وسيلة من وسائل نقل الظواهر ، أي نقل الظاهرة لمعرفة الواقع الإجتماعي أو السياسي أو الثقافي ، فيمكن تعريف الظاهرة الإجتماعية كمقومة أساسية للتعبير من خلال الوسيلة ، فبدون العرف على الظاهرة أو القضية أو الحدث معرفة دقيقة ، ومدى إرتباطها بالنظام الإجتماعي لن نستطيع التعبير بتلك اللغة ؛ ذلك لأن المضمون التلفزيوني هو محور التواصل الثقافي ، والمعرض الذي يحمل مضمونا ونتاج فكر وثقافة وفن مجتمع له مواصفات وذاتية وشخصية محددة - هذا الوضع يحتم علينا دراسة وحصر مفهوم مقومات لغة المرئيات.

ويعتبر ذلك النوع من الدراسات التي تنطلق من واقع وماهية الأشياء دراسة نقدية ، بالمعنى الذي وضعه سارتر ، وليست دراسة تراجعية ، أي نبدأ بأصل الأشياء ثم ننتبع تطورها إلى أن نصل إلى واقعها الحالي (البطريق وعبدالغفار ، 2005م ، ص 87).

ويفيدنا هذا المنهج الموضوعي في دراسة الظاهرة الإعلامية أو الحدث الإعلامي أو الثقافي أو السياسي أو الإجتماعي إلى تتبع الأحداث وترجمتها وتفسيرها إلى معلومات وأخبار ترتبط بحقيقة هذا الوضع ، كما يفيدنا في تكوين الخبر أو الحدث

التلفزيوني ، فالمعلومات التي تدور حول الأحداث لا يمكن تناولها جميعها بل ننتقي منها ، أى نختار ما يمكن أن يساعد على إختيار الجمل التلفزيونية الأكثر قدرة على كشف الحقائق لتحقيق نوع من المشاركة بين الكاتب والجمهور المتلقي(البطريق وعبدالغفار ، 2005م ، ص 88).

لذلك ووفق ما تقدم وفيما يتعلق بالمتلقي والتفزيون ، فقد طرحت إشكاليات تلقي الرسالة الاعلامية من أواخر القرن الماضي ، وجميعها تشير إلى أن التلقي لا يعني الإستيعاب السلبي للمعاني وإنما حرية التفسير والتأويل أقوى من ذلك، إذ يمثل هذا الأخير ديناميكية تعكس الإختلاف الموجود بين المتلقين نتيجة إستيعابهم لمعاني

مختلفة والإبصار الضمني.(BERTRAND, 1999, p 197)

إنّ ظهور مفهوم الباصر الضمني لم يأت من فراغ، وإنما هو مبني على تحوّل سابق جرت تفاصيله على مستوى آلية الذات المبدعة التي تحوّلّت بدورها من الإبداع الكتابي إلى الإبداع البصري وهذا التحوّل الخارجي فرض على الذات إجراء تحوّل داخلي تمثّل في الباصر الضمني الذي يقوم بالدور الذي يقوم به القارئ الضمني ولكن على صعيد قناة تلقي تتمثّل في العين وفي خضم التحوّل من التلقي الأدبي إلى التلقي البصري كان لا بدّ للمتلقي أن يتعلّم فن التلقي بعينه أي " الإبصار "، من خلال التفاعل مع المعطيات البصرية للنص وتدريب باصرته على هذا النوع من التلقي وهذا يعني أن سلطة إنتاج الدلالة انتقلت من المبدع إلى المتلقي، وتحوّل المتلقي الباصر إلى مبدع، وتحوّل النصّ المذوّج بصرياً من حقيقة قائمة بذاتها إلى حقيقة تنشأ وتتكوّن من اللحظة التي تقع فيها عين المشاهد على النصّ.

فالتلقي البصري لا يتألف إلاّ من مجموعة مشاهدات واستنتاجات أثناء تلك المشاهدات التي من شأنها أن تعطي النصّ ما يستحقه من دلالات. وقد حاول (آيزر) أن يمنح القارئ الباصر القدرة على منح النصّ سمة التوافق أو التلاؤم (من خلال الدلالات التي ينتجها) أن التوافق ليس معطى نصياً وإنما هو بنية من

بنيات الفهم التي يمتلكها القارئ وبينها بنفسه لأنه مقصود لذاته بقصد تحقيق الإستجابة والتفاعل النصي الجمالي.

- التلفزيون وأثره على المتلقي:

وتملك وسائل الإعلام ، خاصة التلفزيون إمكانات مهمة تستطيع من خلالها التأثير على الجمهور المتلقي ، فهي تستطيع تكوين قناعات جديدة وتقنيد أخرى قائمة وإضفاء الشرعية على أمر ما من خلال الإقناع وحشد الطاقات بإتجاهاته ، كما أن هذه الوسائل تستطيع أن تخلق نوعا معينا من الجمهور يؤمن بما تطرحه حتى وإن كان يخالف قناعاته حيث الإتساق بين ما يطرح وتكراره يرسخان الفكرة المطروحة ويجعلانها مقبولة للتصديق والإيمان بها من قبل الجمهور المستهدف ، وتساهم وسائل الإتصال في التأثير المتدرج على الفرد المتلقي من حيث تكوين فكره السياسي والثقافي من خلال إمداده بالمعلومات والمعارف وصولا إلى تشكيل آراءه ومعتقداته وإتجاهاته ومن ثم سلوكه داخل المجتمع.(جابر ، 2015م ، ص 20).

لذلك يمتلك التلفزيون قدرة كبيرة على تشكيل آراء الجمهور وتكوين قناعات جديدة من خلال وسائل الإعلام المنافسة وهي الصحف والإذاعة ، لثنائية الصوت والصورة ، وإمكاناته الكبيرة أيضا في إضفاء هالة إثارة تجلب إنتباه المتلقين.

وقد أصبح التلفزيون في أحيين كثيرة عاملا مساعدا في صنع الأحداث وفي أحيين كثيرة مشاركا فيها ، والجمهور المتلقي قد لا يصغي إلى أية وسيلة إعلامية أخرى إذا كان ما تقوله مخالفا لمكا تقوله الصورة ، إذ أن الصورة يمكن أن تقول ما تعجز عنه الكلمات.(جابر ، 2015م ، ص 20).

ولمعرفة تأثير التلفزيون على المتلقي ، إذ لا بد من معرفة الصورة أو الصور المتحركة والتي يمكن أن تعلن عن خبر أو معلومة معينة ، سياسية أو إجتماعية أو إنسانية فيمكن القول : إن الصورة الواحدة تحتوي على نوعين من الرموز تؤثر على إدراك الجمهور :

1-رموز تكنولوجية

Codes TECHNO

2-رموز إنسانية

CODES HUMAINS-3

وبالنسبة للصور المتحركة فهي تمثل لتلفزيون لأن التلفزيون هو عبارة صورة كما يقولون ، وبالنسبة للصور المتحركة التي تنقل بواسطة التلفزيون فضلا عن أنها خطوط أو إشارات ضوئية تجسد وتنقل مادة التعبير ، فهي تمر بعدة مراحل إضافية (على إعتبار أن الرسالة التلفزيونية هي رسالة مركبة) حتى تصل إلى المتلقي - فكل مرحلة من هذه المراحل التكنولوجية هي محصلة هذه الرموز على إعتبار أن لكل مرحلة رموزها التكنولوجية ، هذه المراحل يجب أن تكون متكاملة ومتداخلة حتى تعطي الإنطباع المطلوب ، أى أن الرسالة التلفزيونية تمر بسبع مراحل أساسية هي:

1-المصدر أو الهدف أو مادة المعلومات.

2-الرسالة الخام.

3-الإرسال.

4-القناة.

5-أداة الإستقبال.

6-الرسالة.

7-الجمهور المتلقي.

إذن فالصورة المتحركة هي صورة مركبة أو رسالة مركبة ، فكل مرحلة من المراحل التكنولوجية السابقة تحتوي على رموز معينة ، أى أن كل مرحلة من المراحل تمثل نقلة أو مرحلة متقدمة في طريق توصيل المعلومة أو المعلومات من المصدر أو الشئ الممثل إلى المتلقي.

ولان التلفزيون الشامل يحتوي خمسة أنواع من المحتوى تشمل :

1-الأخبار.

2-الدراما ، مثل المسلسلات والأفلام والمسرحيات.

3-الأغاني والموسيقى.

4-نقل المناسبات والأحداث ، سواءا دينية أو إجتماعية أو سياسية أو رياضية.

5-البرامج التلفزيونية بتصنيفاتها وأنواعها وقوالبها المختلفة.

6-وهذا المحتوى المتنوع يكون غالبا في القنوات الشاملة ، أما القنوات

المتخصصة ، فتقتصر على نوع واحد من المحتوى ، أو مجال إهتمام معين

بإستخدام أكثر من شكل تلفزيوني.(الشميمري ، 2010م ، ص 220).

ولذلك ومن خلال التلفزيون يمكن إدراك الرسائل التلفزيونية من خلال تعاقب

المراحل المختلفة ، ومحصلة تلك المراحل التكنولوجية تؤدي إلى ذبذبات ، تلك

الذبذبات قد حولت إلى إشارات ضوئية متعاقبة ومتصلة تساهم مساهمة فعالة في

مرحلة إدراك المتلقي للكادر الفيلمي ، أو الصورة ، أو المشهد الفيلمي.

فأى خطأ يخلل أى مرحلة من هذه المراحل المتعددة يمكن أن يؤثر في عملية

الإدراك.(البطريق وعبدالغفار ، 2005م ، ص 93 ، 94 ، 95)

فإنّ دراسات التلقي بريادةDavid Morleyكّلت طفرة نوعية في مايتعلق بدراسات

الجمهور، حيثتوجّه هذا الأخير إلى دراسة فعل التلقي في حد ذاته، خاصة بعد

الانتشار الواسع الذي عرفته وسائل الإعلام عامة و التلفزيون خاصة كتكنولوجية

منزلية ، فهذه الأخيرة أحدثت تغييرات وتعديلات لدى الجمهور المشاهد سواء من

الناحية النفسية أو الاجتماعية، وبالتالي على مستوى تلقيه للرسائل الإعلامية، حيث

يقضي جل المشاهدين وقتا طويلا وهم يشاهدون ويتفاعلون مع برامجه، بدءا من

الفئات العمرية الصغيرة إلى غاية الفئات العمرية الكبيرة ، علما أن عملية تلقيهم

(المشاهدة التلفزيونية) لهذه البرامج تخضع لعمليات الانتباه والفهم والإدراك والتأويل،

وبالتالي وجود أي عائق قد يؤدي إلى عرقلة هذه العملية. (شعبان ، 2008م - 2009م ، ص11).

وعليه فإن علماء الإتصال (هارولد إنس ومارشال ماك لوهان وجور . ج. جرنر) يبشرون يقدم مجتمع يخضع لسيطرة وسائل الإتصال بشكل كامل من حيث تأثيرها العميق والطويل الأمد على طرق التلقي والقيم وسلوكيات الأفراد. إن تأثير وسائل الإتصال ومنها التلفزيون ، مشروط بالدرجة الأولى بردة فعل المتلقي التي هي (مرتبطة بثقافة وسطه الإجتماعي أو طائفته ، ويسبب كون التلفزيون وسيلة إتصالية لها تأثير مباشر وغير مباشر على جمهور المتلقين). (جابر ، 2015م ، ص36).

وبالتالي فإن هناك عدة متغيرات تمرّ بها تجربة المشاهدة حسب (شرام ودونالد روبرت) ينبغي أخذها بعين الإعتبار تتمثل في الإستعداد العقلي والمعايير الإجتماعية والعلاقات الإجتماعية، وبالتالي فإنّها تجربة معقّدة تتداخل فيها ثقافة المشاهد وثقافة المنتج، كما تتداخل فيها قوة تأثير الرسالة التلفزيونية مع قدرة الفرد المشاهد على الإنتقاء والاختيار أثناء التعرض، (لعبان ، العدد 19، 2005، ص 42، 48). والتي تكون في شكل إستجابات شعورية ونفسية تتمثل في: ارتياح المشاهد أو غضبه، رضاه أو نقده لما يشاهده.

و نستطيع أن نلخص جوهر التجربة التلفزيونية من خلالها عملية التلقي: (بوكروح، 2006/12/17، من 10 سا - 11:30 سا).

- **التطهير:** هذا المفهوم له علاقة بالتأثير الإنفعالي لدى المتلقي، وما هو إلاّ عبارة عن الإنفعال الذي يحرر المَشَاهِد من المَشَاهِد الضّارة، وينتج هذا النوع من الانفعال خاصة عندما يشاهد المتلقي أعمال العنف ممّا يؤدي به إلى تفريغ شحنة العنف الموجودة عنده، وهذا ما يؤدي إلى خلق متعة آنية بالنسبة إليه؛

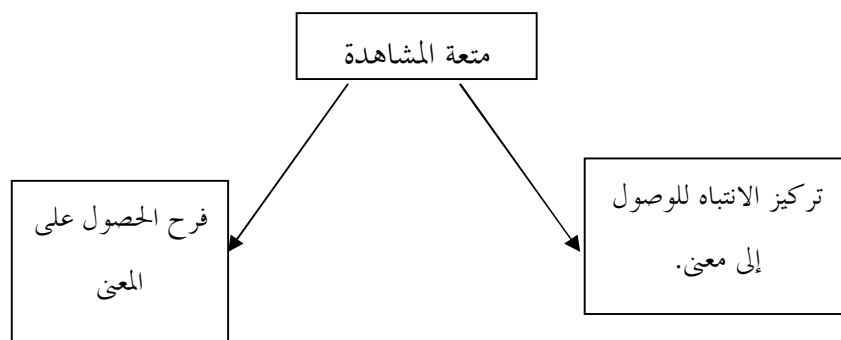
- التمثّل أو التماهي: يدل على العملية السيكولوجية غير الواعية، حيث يميل الإنسان من خلالها إلى التشبه بإنسان آخر، أي يتقمص عاطفياً ويمثّل المشاهد التي يشاهدها في البرنامج. فمثلاً، يرى المُشاهد في مشهد عذاب البطل هو عذاباً لنفسه، وهذا ما يسمى بمفهوم التقمص العاطفي أو الذكاء العاطفي، وبالتالي فعملية التمثّل ما هي إلاّ عملية نفسية يحاول من خلالها الفاعل معايشة نفس الوضعية ولكن خيالياً.

- التأثير ويتم ذلك من خلال اندماج المشاهد مع العرض المشاهد، مما يؤدي به إلى شعوره وكأنه أمام شيء حقيقي. وبالتالي يولّد لديه متعة المشاهدة من ثمّة التأثير على شعوره ونفسيته؛

- التأويل يتم في هذه المرحلة ضمن التجربة التلفزيونية، تفسير الخطاب الذي تلقاه المُشاهد إنطلاقاً من خبراته الشخصية وتنشئته الإجتماعية، وبالتالي التعرف على دلالات ومعاني النص التلفزيوني وهذا طبعا بعد توظيفه لأدواته الإدراكية الخاصة به.

المتعة التلفزيونية:

المتعة قد لا تكتمل بصفة نهائية، وذلك لتدخل عدّة متغيرات مرتبطة، بالدرجة الأولى، بوجود وصلات إشهارية التي قد تؤثر على المتلقي في إستمرار انتباهه وتركيزه على البرنامج ممّا قد يؤدي إلى التأثير عليها (متعة التلفزيونية) من جهة، ومن جهة أخرى المتعة التي يجدها في الومضات الإشهارية هي الأخرى لا تكتمل نظراً لمحدودية وقت الومضة في حدّ ذاتها، إلاّ أنّ المشاهد إذا وجد هناك إغراء ومتعة في البرنامج المشاهد فقد يرجع لمتابعته بعد الوصلة الإشهارية وهذا ما يمكن تلخيصه في الشكل الآتي:



شكل يوضح مراحل التجربة التلفزيونية

ومن هنا نقول إنّ التجربة التلفزيونية ما هي إلاّ تجربة إعلامية تستدعي مشاركة سيكولوجية من طرف المشاهد، لأنّ التلفزيون ما هو إلاّ وسيلة يوظّف الصورة والصوت ممّا

يؤدي إلى جذب المشاهد نحوه وجعله يوظف قدراته للتفاعل والمشاركة من خلال عمليات الإنتباه والإدراك والتأويل التي يوليتها لنشاط المشاهدة.

ومن واقع وتأثير المتعة التلفزيونية على المتلقي ، فإن المضمون التلفزيوني قادر من خلال إستخدامه لثنائية الصوت والصورة بطريقة فعالة عبر الخطاب المباشر على أن يخلق أن يخلق إحساسا لدى المشاهدين بأنهم وجها لوجه مع من يتحدث إليهم ويملكون أيضا إتصالا بصريا وهميا معه. ولذلك فإن المضمون التلفزيوني الأكثر جدية ووضوحا وبعدا يجد التجاوب الأكبر من قبل الجمهور خاصة وأن هذا الجمهور لا يتلقى معلومات منافسة قد تنتقص من مصداقية ما يشاهده ، كما أنه لا توجد لهذا الجمهور مصلحة شخصية في مقاومة أو رفض ما يعرض عليه إذا كان لا يستهدف تغيير المواقف والقناعات والأراء.

لذلك فإن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتمادا على مصادر غير شخصية للخبرة ، وأن صناعة الثقافة الجماهيرية أصبحت منتجا تقدمه وسائل الإعلام ويقف في مقدمتها التلفزيون الذي ينفرد بالإستخدام غير الإنتقائي من قبل الجمهور ، والناس يمتصون المعاني التي يقدمها التلفزيون بشكل واع مما يخلق وجهات نظر وغرس معتقدات جديدة لديهم.

وفي ظل إزدحام خريطة البث التلفزيوني بكم هائل من القنوات الفضائية التي تنتوع برامجها من الشكل والمضمون.

وأصبحت تحتل مساحة في وسائل الإتصال الجماهيري ، ومن بينها التلفزيون على إمكانات كبيرة تمكنها من التأثير على الجمهور المتلقي.(جابر ، 2015م ، ص 15 ، 16).

وخلاصة القول أن التلفزيون استطاع أن يتجاوز الأشكال الذي يواجهه الأميين وأنصاف المثقفين في الكلمة المقروءة وأختها المذاعة ، حيث استطاعت الصورة التلفزيونية أن تفسر ما تعجز عنه الكلمات ، فتجاوز التلفزيون بذلك عائق الأمية لدى الأفراد.

وتتجلى قدرة التلفزيون على إيجاد الإثارة وتوليدها وذلك إنطلاقا من أهم وظائفه الإتصالية المهمة ، وقد سار التلفزيون على هذا المنوال منذ بدايته وحتى الآن وبطبيعة إنتقائية حيث يتم إنتقاء ما سيتم تقديمه على الشاشة وإخاذ قرارات بخصوص كيفية تصويره وتنظيمه وترتيبه و(جرعات) الإثارة التي (تصب) فيه ، وهذا يوضح جزءا من مقدرة التلفزيون على أن (يصدم) المتلقين الذين قد لا يعرفون مسبقا أشياء عن الظروف والأحداث التي تم تصويرها ، ولكن لم يطلعوا عليها بصريا وتفصيليلا.(جابر ، 2015م ، ص 21 ، 22).

المبحث الثالث

الفضائيات والأخبار

يعتبر هذا العصر هو عصر المعلومة بكل ماتعني الكلمة وقد شكلت وسائل نقل المعلومة العنصر الأهم في تشكيل العصر الراهن وكانت الأقمار الإصطناعية عصب ثورة كبيرة في عالم اليوم باستخدامها في نقل المعلومات والأخبار صوتاً وصورة ، وسجل التاريخ بذلك للإنسانية نقلة كبيرة في عالم الإتصال ، وتحققت من خلال إطلاق الأقمار الاصطناعية أحلام الكثير من العلماء ، أمثال العالم البريطاني (آرثر كلارك) الذي تكهّن عام 1945 بأن "فكرة الأقمار الإصطناعية ستمثل الجهاز العصبي للإنسان" (ارفنك إي، 1988، ص 33) . وما أن جاء العام 1962 حتى بدأت تلك الأحلام تتحقق بإرسال مرئي عبر الأطلنطي عن طريق أول قمر اصطناعي أمريكي أطلق عليه اسم (تليستار 1) وهكذا بدأت الثورة الحقيقية في عالم الاتصال الحديث، باستخدام الأقمار الاصطناعية في الإتصالات الهاتفية و البث المسموع والمرئي و التبادل الإخباري و نقل المعلومات بشكل فوري وبكم هائل. و"زاد من قدرة الأقمار الإصطناعية على نقل المعلومات، استخدام الحاسب الآلي في تخزين وعرض واسترجاع ونقل خلاصة ما أنتجه الفكر البشري طوال قرون عدة ، في أقل حيز متاح، وبأسرع وقت ممكن ، فصار بإمكان الإنسان من خلال ذلك الحصول على المعلومات في أسرع وقت وأقل تكلفة وبشكل غزير، مما جعل العالم قرية صغيرة وصغيرة جداً" (شطاح ، 2005. ، ص 62) أو يمكننا القول إنه أصبح عبارة عن هاتف صغير تضعه في جيبك.

ومن أبرز سمات القرن العشرين انتشار وسائل الإعلام وتنوعها وقدرتها الكبيرة على نقل المعلومات بشكل فوري وسريع، وتأثيراتها الكبيرة على المتلقين، وعدم إعترافها بالحدود ولا الأقاليم ، كانت ، فانتسعت مدارك الأفراد وإطارهم الدلالي بشكل لم يسبق له مثيل، بحيث لم يعد في الإمكان عزل الناس عقلياً أو سيكولوجياً عن بعضهم بعضاً ، لأن ما يحدث في أي مكان من العالم وفي أي بقعة منه ، يترك آثاره على الأجزاء الأخرى ، فالعالم اليوم هو قرية الأمس" (الجمال، 1991، ص 173) وفي ظل هذا التحول يمكن تقرير حقيقة غاية في الأهمية هي أن " القنوات الفضائية قد أثارت من المناقشات والجدل العلمي أضعاف ما أثارتها وسائل الإعلام الأخرى (مارتن و شومان، 1998 ، ص 43). ويقول الصادق الرابع " إنه يمكن إدراك خطورة نمط الإعلام الفضائي ، ذلك أن العالم يشهد ميلاد بيئة إعلامية جديدة أبرز خصائصها التواصل الآني ، وتجاوز الحدود ، والإنعقاد من

الرقابة ، وتعددية في قنوات الاتصال مع تفاعل بين المادة الإعلامية والمستقبل" (الربيع ، 2004 ، ص 43)

وكان استخدام الأقمار الاصطناعية في الإتصال والإعلام "استجابة لضرورة عصرية ملحة نابعة من أهمية الإعلام والإتصال في عالم اليوم على النطاقين المحلي والعالمي . فقد برز الإتصال والإعلام وأصبح إحدى أهم قنوات التواصل والتفاعل بين شعوب العالم ودوله دون أدنى اعتبار للنطاقات الجغرافية أو الحدود السياسية أو السيادة الوطنية ، أو حقوق الدول في السيطرة على ما يقدم لشعوبها من معلومات عبر قنوات الإتصال المختلفة ، مما أدى إلى ظهور ظاهرة عالمية الإتصال ، وانتشار القنوات الفضائية الحكومية والتجارية ، واحتدام المنافسة بينها في مجالي التسويق السياسي والتجاري . كما أدى إلى تجدد الدعوات لإقامة نظام إعلامي جديد على المستويين الوطني والدولي بعد أن أصبحت تحت تصرف الإنسان أنماط جديدة وقوية للإتصال" (إل ماكفيل ، 2005، ص140).

وأمكن إرسال كم لا حصر له من المعلومات عن طريق استخدام الأقمار الإصطناعية ذات القوة الاتصالية العالية ، مما ساهم في التأثير في فهم الإنسان وقناعاته تجاه المواقف المختلفة : إبلاغا ، وإقناعا ، وتوجيها ، وحوارا ، وبأشكالها المختلفة ، صوتا ، وصورة ، ونصا ، من مصدرها على الأرض إلى جهاز المستقبل مباشرة من غير اعتبار للزمان والمكان . وعلى ذلك فكل مجتمع من مجتمعات اليوم عرضة لإختراق الفضائيات لأجوائه حاملة مضامين إعلامية شرقية أو غربية دون إذن مسبق بتجاوز الحدود، مما مثل إنفتاحا على العالم لم يسبق له مثيل . وما ذلك إلا ثمرة للرقى المنتابع في العلوم والتقنيات، وبخاصة علوم الفضاء وتقنيات الإتصال .

والعالم اليوم هو عالم المعلومات والإعلام، إذ يتم "تقل حوالي 35 مليون كلمة يوميا . ويتم نقل عشرات الألوف من ساعات بث البرامج التلفزيونية من المحطات المختلفة فيالعالم، كما تنشر آلاف العناوين من المجلات والصحف والكتب. إن المعلومات التي يحصل عليها الإنسان حالياً خلال عقد واحد تعادل المعلومات التي حصل عليها خلال مئتاالسنين من القرون الماضية ، فإلى ما قبل خمسين عاماً كانت تمضي أربعون سنة حثنتتضاعف معلومات الإنسان العلمية، أما في الوقت الحاضر فإنّ هذه الفترة قد تقلصتإلى أربع سنوات. قد يكون هذا هو السبب في تسمية عالم اليوم بعالم المعلومات، وما يهملاليوم كثيراً هو معرفة سبب الإتساع الذي لم يسبق له مثيل في حجم هذه المعلومات." (الخالدة ، 2005، ص ..) وسرعة نقلها ، واستغلت السياسة الحديثة الإعلام بكل

ما استطاعت من دهاء وقوة ، وعملت على توظيف طاقته لصالح الرأي السياسي والأهداف السياسية الخاصة و العامة.

وقد أدى الإهتمام العالمي بالإعلام ووسائله إلى السيطرة والتحكم بالخطاب الإعلامي ، مما إستدعى تطويره وجعله صناعة متقدمة. ونتيجة هذا الإستغلال فإن توم فنتون يقول: "ان أوضاعا سياسية تخالطها أوضاعا اقتصادية ومؤسسية أفضت إلى تدهور مهنة الأخبار ، فكان أن إفتقدت الموضوعية والحساسية الحرفية، وجنحت أكثر فأكثر نحو الإثارة والمزايدة والإفتقار إلى دقة الخبر وأهمية تمحيصه وتقصي جوانبه. فجاءت المعلومات أقرب إلى الشعارات، وتحولت الأنباء إلى شذرات مشتتة ، وإلى لقطات ومضات تبعد عن أصول المهنة كما وضعها وبلورها روادها الكبار. وهو ما كان كفيلا بأن يفضي إلى أضرار بالغة وفادحة أصابت وعي الجماهير . ملايين المشاهدين - سواء بتعتيم هذا الوعي ، أو بتتميط هذا الوعي" (فنتون ، 2006 ، ص 5).

وشهدت تكنولوجيا أقمار الاتصالات خلال الثلاثين عاماً الماضية تقدماً سريعاً، بحيث "طورت خلال هذه المدة الوجيزة ستة أجيال من الأقمار الصناعية، وكان الجيل الأول يستطيع نقل 240 مكالمة هاتفية وقناة تلفزيونية واحدة، والجيل الحالي من الأقمار الصناعية يستطيع نقل 12 ألف مكالمة هاتفية، وأكثر من قناة تلفزيونية. وكان عدد الأقمار الصناعية حسب التقييم الدولي للأقمار الصناعية عام 1993م ثمانية أقمار، زادت الآن إلى (24) قمراً منها (5) أقمار أمريكية وأهم هذه الأقمار TDF الفرنسي، و TV SAT الألماني، و TELE السويدي، و BSKYB البريطاني، وهوتبرد الأوروبي، وأتلانتيك بيرد، وإسبانيا ونابلسات وغيرها. أما عن أقمار الخدمة الثابتة فيبلغ عددها عام 2005م إلى (160) قمراً تبث من خلالها (6000) قناة تلفزيونية و(3000) إذاعة، وهناك بعض القنوات تبث عبر أكثر من قمر صناعي" (ماكفيل ، 2005 ، ص198). لتحقق اكبير قدر من المشاهدة.

ونجد أن عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الإتصالات والمعلوماتية . وهكذا نجد ان "العملية الإخبارية قد تعقدت تبع العالم ملئ بالصراعات المختلفة من أيديولوجية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية ،تركزت أثرها الواضح في العملية الإخبارية ، وإمتد هذا التأثير ليشمل صياغات الأخبار و قوانينها ولغتها وأساليبها " (فنتون ، 2006 ، مصدر سابق ، ص 43)

ونجد أن النظام العالمي الجديد للأخبار عزز أهمية الخبر التلفزيوني وكرس دوره في إدارة الأزمات والصراعات ، وأصبح التحكم في مراكز الإتصال العالمية أحد مصادر القوة السياسية ، فالشبكات الإخبارية العالمية، وإن بدت مستقلة في سياستها، إلا أنها في واقع الأمر تخضع لسياسات حكوماتها وما تريد أن تبثه وكيف تبثه (محمد، 2007 ، ص 89)

والأخبار الفضائيات جعلت التلفزيون يساهم في تكريس ونشر وعي سياسي حداثي، وذلك بترسيخ قيم الديمقراطية وحقوق الإنسان و حقوق المواطنة ، وحرية التعبير، والحق في الاختلاف في إطار قيم الوحدة الوطنية والقومية والإنسانية... وغيرها من القيم السياسية الإيجابية" (شومان، 1999، ص151)

القناة الفضائية كوسيلة إخبارية :

وتناولت أغلب البحوث والدراسات في مجال الإعلام، ولا سيما المرئي منه، أهمية الوسائل المرئية بشكل عام والفضائية بشكل خاص كمصدر من مصادر الأخبار، نتيجة لإعتماد المتلقي على هذه الوسيلة بالدرجة الأولى في تلقي الأنباء. فقد كشفت استطلاعات الرأي في الولايات المتحدة الأميركية أن "أغلبية الجماهير من مواطني أميركا (نسبة 83 في المئة) تحرص على أن تستقي الأخبار من التلفزيون.. .في حين أن نسبة أقل من ذلك بكثير (42 في المئة) قالت إنها تستقي المعلومات من الصحف المطبوعة ونسبة 19 في المئة تستقي أخبارها من الراديو المسموع، بينما توجد نسبة 15 في المئة تتابع الأخبار على شبكة الانترنت الحاسوبية (فنتون، 2006، ص 67).

وأصبح التلفزيون أسرع الوسائل الإعلامية في نقل الأخبار بصورة واقعية بل وتفوق في هذا المجال تفوقاً عظيماً ، ويؤكد خبراء الاتصال انه حينما يحصل المتلقي على رسالة إعلامية من وسيلة إعلامية غير التلفزيون كالإنترنت تفيد بوقوع أحداث تهمة يسارع إلى القنوات التلفزيونية ليتابع البث المباشر بالصوت والصورة وهو ما يؤكدان التلفزيون يعد الوسيلة الأولى والأفضل في مجال الأخبار ، هذا بالإضافة إلى أن الغالبية تعتبر التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر صدقاً في المجال الإخباري ، وفي رسالة الماجستير التي قمت بإعدادها أثناء عملي كرئيس تحرير في مركز الأخبار بتلفزيون البحرين والتي تحمل عنوان «العوامل المؤثرة في صناعة الأخبار – دراسة مقارنة بين نشرات الاخبار في قناة البحرين وقناة الجزيرة» أكدت ان مهمة أخبار التلفزيون هي تنوير الرأي العام بالأنباء الداخلية والخارجية وإيقافه على مختلف التيارات والأحداث العالمية. فهي تبلغ

المواطنين بجميع الأحداث المهمة والمثيرة للاهتمام سواء في الداخل أو الخارج. كما تطلع المواطنين على الأحداث السياسية والتطورات التي تحدث في المجتمع ، لكي يتمكنوا من تكوين الرأي الخاص بهم، والاشتراك بأنفسهم في الشؤون العامة، وأخبار التلفزيون لديها القدرة التي تتفرد بها عن الأخبار في أجهزة الإعلام الأخرى، لأنها تعرض صورة المجتمع ذاته، وليس ثمة ما يضارع التلفزيون في قدرته على أن يكون مرآة تعكس عليها صورة المجتمع.

والحقيقة التي يجب ان نعيها هي ان النجاح في الأخبار سواء كانت المحطة متنوعة البرامج أو متخصصة فيها هو الذي يكسب المحطة هويتها في أذهان المشاهدين ويعزز من صورتها و مكانتها عند متابعيها بعد مراحل وأعوام من الممارسة المهنية الراقية ، والمصادقية العالية والاحتراف الرفيع. (حبيب، 2015م، العدد 13482).

لذلك أحدثت الفضائيات وماتزال إنقلابا حقيقيا في المفاهيم بات معها المستقبل مفتوحا على تحديات كثيرة وكبيرة ، ومع تطور تكنولوجيا العلوم وعلوم الإعلام والاتصال ، أصبحت كذلك (الصورة) التلفزيونية هي سيدة التعبير ، حيث أن التلفزيون هو صورة في المقام الأول ، وتتمتع الصورة التلفزيونية بقدرة كبيرة في الإستحواذ على إهتمام المتلقي وحواسه وكأنها فعل ساحر ، عن ذلك يقول ماري وين ☺ أن التدفق الهائل والمتغير بإستمرار للصورة والأصوات الخارجية من الصندوق العجيب والتنوع غير المنتظم للمشاهد التي تصدم العين وهدير الصوت البشرية وغير البشرية التي تنقض على الأذن يدخل المشاهد في وهم عيش تجربة كثيرة التنوع.

أى أن التلفزيون له القدرة على خلق واقع جديد يعيشه المتلقي نظرا لخصوصية في كونه وسيلة إعلامية لها تأثير مزدوج على المشاهد من خلال الصورة والكلمة - وقد ركز الباحثون والدارسون على أهمية المحتوى الذي يعرضه التلفزيون وركزوا في هذا الجانب على سلوكيات المتلقي حاضرا ومستقبلا (جابر ، 2015م ، ص 14).

ولذلك يمكننا القول بأن الفضائيات اليوم باتت في مقدمة وسائل الإتصال الجماهيري ومن أبرزها بوصفها الأقوى والأقدر على نقل الأحداث والمعلومات لحظة وقوعها، والأكثر إقناعاً وتأثيراً على المتلقين، لكونها قد جمعت كافة سمات التلفزيون الذي يتمتع بخاصيتي الصوت والصورة ، إضافة إلى الفورية التي تقدم المواد الإخبارية في نفس زمن ومكان حدوثها ، بصورة لا يمكن أن تصل إليها وسائل الإعلام الأخرى ، كما تقدم لنا المشاهد متكاملة للأحداث في صورة واقعية. هذا علاوة على أن الفضائيات أضافت إلى الصورة المرئية عناصر الحوار و المشاركة و التعمق و التركيز

على التفاصيل من قبل الجمهور ومن مختلف بقاع العالم . وهذه بالطبع ليست إلا بعض المزايا التي جعلت من القنوات الفضائية في مقدمة وسائل الإعلام .

ولأهمية الفضائيات في تحقيق التواصل بين دول العالم "سعت هذه الدول إلى إقامة محطات فضائية خاصة ومتخصصة ، فباتت تمثل إحدى أهم دعائم السيادة الوطنية للدول واللسان الناطق بإسمها، بالإضافة إلى تمثيلها لشخصية الدولة وأداة من الأدوات القادرة على نقل التراث والحضارة ، والتعبير عنها وطرح الآراء والأفكار (الدليمي ، 2005 ، ص56).

وتعد القناة الفضائية الأفضل من بين كل وسائل الإتصال الجماهيري بوصفها تجمع كل مقومات العمل الصحفي (المقروء والمسموع والمرئي) في قالب واحد يتمتع بالسرعة والشمول والمصادقية ومساحة الإنتشار الكبيرة عبر الأقمار الإصطناعية وأعداد المشاهدين المتزايدة ، فأخبار القناة الفضائية تتمتع بالفورية في نقل الخبر (تشاطرها في ذلك الإذاعة)، فهي تنقل الأخبار بشكل فوري من أي مكان في العالم، بل وحتى من الفضاء الخارجي، كما يحدث في حالة نقل الصور التي تلتقطها المركبات والمسابير الفضائية لبعض الكواكب أو الأقمار. وتتفرد في كل ذلك بالصورة التي تتمتع بخاصية مخاطبة حاسة البصر، وهي الحاسة التي يعتمد عليها الإنسان في حصوله على اغلب المعلومات التي يخترنها في ذاكرته طوال حياته. فالتعلم بشكل عام يعتمد على "حاسة البصر، وتُعطي هذه الحاسة أهمية في تعلم الخبرات واكتسابها تصل من 72.83 % كنسبة في تعلم واكتساب الخبرات والمهارات والمعارف (الجمال، 1991، ص203) وينبع إيمان المختصين والخبراء بهذا الأسلوب في تلقي المعلومات من إعتمادهم على الفرضية التي ترى " بأن الفرد يدرك الأشياء التي واها إدراكا أفضل وأوضح مما لو قرأ أو سمع شخصاً يتحدث عنها" (عبد الحميد ، 1997، ص 19) . ولذلك ظهرت تسميات في هذا المجال مثل التعليم البصري ، والتعليم السمعي ، والتعليم البصري والسمعي . وتعتمد هذه التسمية على إفتراض يقول " بأن الفرد يحصل على أكبر قدر من خبراته عن طريق حاستي السمع والبصر" (المصدر السابق - ص 20)

ويعتبر البث بالصورة والنص والصوت سيفا ذا حدين إذ تشكل الأخبار التي تبثها الفضائيات والتي تتقاطع مع الصورة التي ترغب مجموعة في تكريسها في أذهان الرأي العام ويرى هيربرت شيللر من أن " الذاكرة البشرية يسهل أن تختزن وأن تستدعي الصور ذات الدلالة المرتبطة بمخزون الذاكرة الموروثة أو المكتسبة" (أ. شيللر، 1990، ص 87).

لذلك فإن المضمون التلفزيوني قادر على أن يستخدم الصوت والصورة بطريقة فعالة وفريدة ، عبر الخطاب المباشر الذي يجد فيه المشاهدون أنفسهم وجها لوجه مع من يتحدث إليهم مباشرة على الشاشة ويملكون أيضا إتصالا بصريا وهميا بالمتحدث.

وإنطلاقا من ثنائية الصوت والصورة فإن التلفزيون أصبح في مناطق كثيرة من العالم الوسيلة الإتصالية المهمة التي يستخدمها المشاهدين بشكل روتيني كمصدر رئيس وموثوق للحصول على المعلومات.

وإنطلاقا من إفتراضية أن التلفزيون يمارس تأثيرا على تشكيل وتحديد موقف الجمهور وسلوكه ، فإن من هذه المواقف والسلوكياتما يتعلق بالتحريض على أعمال العنف ن أو على تقليد ما تمت مشاهدته على شاشة التلفزيون . هذا التقليد الذي يعني في علم النفس التربوي (إكتساب السلوك والتصرف من خلال تقليد نموذج مثالي ، إنساني أو غير إنساني يعجب به المتلقي وخاصة الطفل فيسير على منواله .(جابر ، 2015م ، ص 37 ، 38).

ولذلك فإن الفضائيات كوسيلة إخبارية تُعنى بالأحداث والوقائع السياسية على مستوى العالم كله، وتستميل المشاهدين إلى التعرض للأخبار ومتابعتها، ومع تطور البث الحي عبر الفضائيات في تقديم الأحداث المصورة زادت حفز المشاهدين إلى إهتمام أكبر بالفضائيات ، مما ضاعف الإهتمام بالأحداث والوقائع المنقولة عبر أخبارها.

والأخبار ليست في حقيقة الأمر صورة للأحداث ، لأنالخير اليوم هو ما تنتقيه القناة التلفزيونية من بين الأحداث وتقدمه عبر شاشتها ، وهو يمسي خيرا لأنه حدث تم إنتقاؤه من بين أحداث كثيرة . وهذه القنوات تجعل نسبة منالجمهور لا تحيا أجواء أحداث العالم بقدر ما تحيا أجواء وجهات النظر التي تفصح عنها تلك الأخبار ، حيث إن الأخبار لا تقتصر على الأحداث والوقائع فحسب ، بل تشمل ما يطلقه القادة والسياسيون والمفكرون من تصريحات وآراء ووجهات نظر وتوقعات . كما ان الأخبار تشكل أنماطا متعددة للسلوك السياسي الذي يحمل الكثير من الدلالات،كالإنتخابات وطريقة إبداء الرأي السياسي ، والمطالبة بالحقوق ، وما إلى ذلك (الدليمي ، 2005، مصدر سابق، ص86) والأخبار تؤثر بشكل كبير في العملية السياسية والتفاعل المجتمعي معها .

كما أن الأخبار ليست في حقيقة الأمر صورة للأحداث، أيضا للغة التي يتم تناولها بها مما ينعكس علي الحقيقة بشكل أو بآخر.

إذن فإن قد يعتبر الخبر العنصر الأول في المادة الإعلامية يتوافق مع القيم الإخبارية ، يشبه قواعد الإذاعة لحد كبير، لهذا نذكر ملخص قصير عن قواعد نشرة الأخبار في التلفزيون.

1. كل سبعة اسطر تساوي دقيقة وهي المدة التي يستغرقها قارئ النشرة لكل سبعين كلمة أي سبعة اسطر، ويتراوح طول نشرة الأخبار ما بين (20-30) دقيقة في الأيام العادية بينما تصل إلى (60) دقيقة وأكثر في الحالات الاستثنائية ذات القضايا الساخنة مثل حالة قصف قطاع غزة ، أحداث العراق وأسوريا وأخبار تنظيم "داعش" وغير ذلك وفق نوعية الأحداث والسياسة العامة للدولة.

2. تتكون نشرة الأخبار من مقدمة موجزة ، نسميها موجز النشرة أو عناوين الأخبار ،جسم النشرة، وهو الذي يشتمل على جميع الأخبار، وفي نهاية النشرة ملخص النشرة والأفضل أن يكون الملخص أكثر تفريعاً من مقدمة النشرة.

3. تصاغ الأخبار بلغة إخبارية وليست أدبية ويتم استخدام صيغة المضارع ، للدلالة على المتابعة والفورية مما يجذب المستمع ويفضل عدم استخدام ضمير الغائب.

4. كلمات الخبر تتسم بالبساطة وعدم التعقيد بكلمات نادرة أو صعبة للنطق، يستخدم جمل قصيرة، واضحة، لاتسبب اللبس، ويجب التقليل من استخدام الضمائر.

5. استخدام المترادفات، لأنها تثري الخبر و لاتسبب ملل وتشتيت للمشاهد لكثرة تكرار الكلمات في الخبر.

6. لاتبدأ الجملة باقتباس، ولايترك المصدر في نهاية الاقتباس.

7. المقدمة في الخبر التلفزيوني لاتزدحم بكل المعلومات، ولاتجيب عن كل الأسئلة الستة ، حتى لاتشتت المشاهد ، وتجذبهم بطريقة سلسة ، حيث تجيب المقدمة غالبا عن: ماذا؟من؟ أين؟ متى؟ بينما يجب جسم الخبر عن "كيف؟لماذا؟".

8. لاتبدأ الجملة بالإحصاءات وكثرة الأرقام، ولاتستخدم أكثر من رقمين أو ثلاثة في الفقرة الواحدة (تواريخ، أزمان، أرقام،نسب).

9. الفعل قريبا من فاعله قدر الإمكان التعريف بالأشخاص القائمين بالحدث بذكر الأسماء والوظائف والأعماري أتي قبل الاسم. (الحاج، 2015 م).

أهمية نشرات الأخبار في التلفزيون :

والحديث عن أهمية نشرات الأخبار في التلفزيون يبدأ من التلفزيون والذي يتميز بخواص عديدها أهمها 1- التلفزيون هو أهم وسائل الإتصال في العصر الحاضر وأكثرها تأثيرا.

2- يتميز التلفزيون بالتطور الهائل في إمكانياته على مستوى الصوت والصورة واللون والحركة والمؤثرات بأنواعها ، ونوعية الشاشات أحجامها وإمكانياتها والتقنيات التفاعلية ، وتقنيات الوضوح العالي.

3- يتميز التلفزيون بالانتشار العالمي بالبت المباشر عبر الأقمار الصناعية ، حتى أصبحت القناة الفضائية الواحدة قادرة على الوصول إلى جميع قارات العالم من خلال ستة أقمار فضائية فقط.

4- يتميز التلفزيون بأنه متاح دوما في متناول جميع المشاهدين بشكل مستمر ومتواصل ، ولا يحتاج المشاهد غلأى بذل جهد ، وإنما يمكنه الإسترخاء والمتابعة. (الشميمري ، 2010م ، 219).

لهذا فإن نشرة أخبار التلفزيون كما يعرفها خبراء الاتصال هي: العرض الإخباري الذي يقدم للمشاهد على شاشة التلفزيون على الهواء مباشرة ، ويعتمد هذا العرض أساسا على الخبر. وتسعى أخبار التلفزيون إلى تزويد جماهير المشاهدين بالأخبار الداخلية والخارجية التي تهمهم وتهم بلادهم بصدق وموضوعية لإشباع صفة حب الاستطلاع التي تعد أبرز صفات الإنسان، وبحسب علماء الاجتماع فإن رغبات الفرد الأولية وحاجاته إلى الطعام والمأوى ترتبط برغبات اجتماعية أخرى، كالتعرف على الأشخاص الآخرين واختبار البيئة وجمع المعلومات المفيدة عن الطبيعة والإنسان والحيوان، وهذه هي أهم سمة من سمات الإنسانية التي تساعد على التكيف مع البيئة ، والانسجام مع غيره من الناس وبالأخص الذين يعيشون معه لأن هذا التكيف دليل على الصحة النفسية و السلامة الاجتماعية ، ويذهب البعض إلى أن الإنسان «نفس إعلامية» تتغذى بالخبر، وتنمو بالفكر و تصحب اللحن الجميل فالإعلام حاجة من الحاجات الإنسانية.

وهنا يجب تأكيد حق الجماهير في أن تعي و تناقش ماحولها ،وينص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على أن من حق الإنسان أن يعلم ، ويقصدب الإعلام أوالإخبار: تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة ، التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في مشكلة من المشاكل، أو واقعة من الوقائع ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية

الجماهير واتجاهاتها وميولها ، وهنا يعرف الباحث الكبير الدكتور إبراهيم إمام ، الإعلام بأنه: التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها، وفي نفس الوقت فالإعلام تعبير موضوعي وليس ذاتياً من جانب القائم بالاتصال.

وتتزايد أهمية أخبار التلفزيون يوماً بعد يوم وبصورة كبيرة كنتيجة مباشرة لماتحقق من تقدم كبير في مجال الأرقام الصناعية على نحو لم يسبق له مثيل في تاريخ البشرية ، ولقد أصبح في متناول جميع الدول إمكانية الاستفادة من تكنولوجيا الفضاء في بث الأخبار و استقبالها. (حبيب ، 2015م، العدد 13482).

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

أولاً : مجتمع البحث

ثانياً : الإجراءات المنهجية للدراسة

ثالثاً : عرض وتحليل البيانات

رابعاً : تفسير البيانات

خامساً : إختبار الفروض

سادساً : مناقشة النتائج

سابعاً : النتائج

ثامناً : التوصيات

تاسعاً : المصادر والمراجع

عاشراً : الملاحق

الدراسة الميدانية

أولا : قناة الشروق الفضائية ، النشأة والبرامج الإخبارية

قناة الشروق الفضائية

أنشئت قناة لاشروق الفضائية في العام 2007م ، حيث بدأ بثها بشكل رسمي في يناير 2008م من مدينة دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة ، وانتقل الإنتاج الإعلامي لمكتبها الرسمي من دبي إلى الخرطوم في العام 2013م ، إلى أن أكملت كل العمليات الفنية بعد إنتقال البث إلى السودان.

أولى رسائلها المساهمة في نهضة السودان ، وتعزيز السلام والإستقرار والتنمية ، وذلك إنطلاقا من مكوناته الحضارية وتنوعه الثقافي و الإصني والإجتماعي ، ومن موقعه كمعبر للتواصل والتفاهل الرعبي والإسلامي والأفريقي ، وذلك ضمن سياسة إعلامية راسخة تلتزم بمبادئ المهنة وأخلاقتها ، وتحترم حق الجمهور في المعرفة وحرية الرأي والتعبير .

الأهداف الإستراتيجية للقناة :

من أهم الأهداف الإستراتيجية لقناة الشروق الفضائية هي

المساهمة في نهضة السودان دولة وشعبا

المساهمة في تعزيز السلام والإستقرار للسودان

المساهمة داخليا وخارجيا

المساهمة في دعم عملية التنمية والتقدم

المساهمة في تعزيز علاقات السودان العربية والأفريقية والإسلامية والدولية

المساهمة في تنمية هوية الجهور الوطنية ، وبناء جيل المستقبل

إحتلال رتبة الصدارة لدى الجمهور السوداني وكسب تقدير المشاهد العربي

تحقيق الإكتفاء الذاتي من الإيرادات

جمهور القناة

الأسرة ، الشباب ، النخب ، المرأة ، الطفل ، الجمهور العام.

وظائف القناة :

التنمية ، الأخبار ، الترفيه ، التوعية ، الترويج.

القوالب الفنية المستخدمة :

الأخبار ، الحوارات / المنوعات ، الدراما ، الوثائقيات ، المباريات ، الكرتون.

التوزيع الموضوعي :

سياسي ، إقتصادي ، ديني ، ثقافي ، رياضي ، علمي ، تاريخي.

التوزيع الجغرافي :

سودانيو الداخل / سوداني الخارج / الوطن العربي / أفريقيا / العالم الإسلامي.

الشعار الرئيسي للقناة :

شمس السودان التي لا تغيب

الشعار الرئيسي البصري للقناة :

قرص الشمس يجلس على كلمة الشروق ، وبداخله قوس زخرفة من الجهة العليا اليمنى

المبادئ التحريرية العامة :

هي مجموعة من الأسس والقواعد العامة التي يجب على جميع العاملين في الإنتاج والتحرير مراعاتها والعمل بها ، أثناء الإعداد أو التقديم للمادة الإعلامية للقناة ، في نشراتها وبرامجها المختلف ، وهذه المبادئ هي :

1- دقة المعلومات :

يقصد بالمعلومة كل ما يتم جمعه وبنه في برامج القناة الإخبارية وفير الإخبارية من بيانات وأراء وأفكار ، والدقة هي التأكد من صحة نسب هذه المعلومات إلى أصحابها بصورة قطعية لا تقبل الشك أو الإحتمال ، ويتم ذلك عن طريق الآتي :

* عند ورود المعلومة في شكل خبر مكتوب أو شفهي يجب أولا التحقق من صحة مصدر المعلومة والتأكد من ورودها منه ، ثم التأكد من صحتها من مصدر آخر على الأقل ، ويستثنى من هذا الإجراء إذا وردت موثقة بالصورة والصوت.

* وإذا كانت المعلومة واردة من مصدر معروف وموثوق وتعزز التحقق من ذلك من مصدر آخر ، تنتسب المعلومة إلى مصدرها عند بنها.

* الإعتماد على مصادر المعلومات من المؤسسات المعروفة والمشهود لها بالخبرة والكفاءة المهنية ، ويمنع نقل أى معلومة عن مصادر مجهولة أو فردية أو غير محترفة ، وعند ورود معلومات بالغة الأهمية من مثل هذه المصادر ، يتم التحقق من صحتها من مصدرين موثوقين

على الأقل ، ويجب الإلتزام بما سبق من قبل جميع الصحفيين العاملين في غرفة الأخبار والمراسلين العاملين في الميدان.

* المعلومات الواردة من مراسلي القناة مقدمة على المعلومات الواردة من وكالات الأنباء ، أو أى مصادر أخرى ، إذا تعارضت معها (2)

2- الحياد :

ويقصد به إتخاذ موقف محايد تجاه الأحداث والموضوعات والأشخاص والهيئات والمؤسسات التي يتم ذكرها في نشرات أخبار قناة الشروق الفضائية وبرامجها ، مع ضرورة عدم الإنحياز إلى أى طرف أو موقف أو رأى أو إتجاه ، ويتحقق ذلك بإتباع ما يأتي :

* عدم إدراج أى آراء شخصية أثناء إعداد وتقديم الرسالة الإعلامية.

* عدم الإشادة أو الثناء بالأشخاص أو الجهات صاحبة الموقف أو الآراء المطروحة أو الإنتقاص منها.

* مع أهمية عدم إظهار أى ملامح إنفعالية إرادية أو غير إرادية على وجه مذيع النشرة ، أو مقدم البرنامج توحى للمشاهد بمواقف معينة.

* عدم تلوين قراءة النشرات والقصص الإخبارية ، بما يوحي بتبني المذيع أو المراسل أو القناة لمواقف معينة من الموضوعات المطروحة.

3- التوازن :

ويقصد به تناول الأحداث والموضوعات والقضايا من جميع أوجهها وجوانبها ، وذلك عن طريق الآتي :

* عرض وجهات النظر المختلفة في الأحداث والقضايا وعدم الإكتفاء بوجهة نظر واحدة أو وجهتى نظر ، سواء في النشرات أو البرامج.

* عرض المواقف المختلفة للأطراف المعنية تجاه الأحداث والمجريات.

4- العدل :

ويقصد به تحري المساواة في عرض المواقف ووجهات نظر الأطراف المعنية بالأحداث والقضايا المختلفة ، ومنها :

* المساواة في توزيع الوقت والعرض على ضيوف النشرات والبرامج.

* المساواة في نوعية ومستوى معالجة القضايا ذات الطبيعة الواحدة ، كالمؤتمرات والانتخابات.

* المساواة في عرض الفرص والأقوال الشخصية المرتبطة بحدث معين.

السياسة التحريرية :

إلى جانب المبادئ التحريرية الأساسية الأربعة المذكورة سابقا ، تلتزم القناة بمجموعة من

السياسات التحريرية العامة والخاصة والتي تشمل :

الأخلاق المهنية

بالإضافة إلى المبادئ الأساسية السابقة تلتزم قناة الشروق الفضائية في تغطياتها الصحفية

ومعالجاتها البرمجية بالسلوكيات و الأخلاقية التالية:-

- إحترام حقوق الملكية الفكرية.
- بذل أقصى الجهد في تقصي الحقائق وجمع المعلومات.
- تجنب التمييز بسبب الهوية أو اللون أو الدليل أو العرق.
- احترام راء الطير بغض النظر علىهويتهم أو لونهم أو دينهم أو عرقهم.
- المحافظة على الخصوصية الشخصية للأفراد ما لم يكونوا مل الهيئات العامة.
- الحفاظ على سرية مصادر المعلومات وعدم إفشائها مهما كانت الضغوط والإراءات.
- تجنب عبارات التهويل أو التهويل.
- تجنب العبارات المبتذلة والخارجة على الأدب.
- تجنب تجريب الأفراد والهيئات.
- تجنب استثارة الطرائل والعواطف التي تدفع إلى أفعال وسلوكيات ير مسؤولة.
- رفض أو مبالغ مادية أو هدايا أو امتيالات مل الجهات صاحبة المصلحة في الأخبار أو البرامج.

- الحفاظ على مضمون الخبر كما هو دول تحريف أو تصحيف مهما كانت الدوافع والأسباب.

خصائص النص الصحفي

حرصا من قناة الشروق الفضائية على تحقيق أعلى مستويات الفهم لدى الجمهور دون لبس أو غموض ، تركز القناة في نصها الإخباري على إعداد نص صحفي بصورة مبسطة تتناسب مع جمهور المشاهدين الذي يتسم بأنه منشغل الذهن وليس مجبرا على المشاهدة أو الإستماع وذلك بتحري الخصائص التالية :

- 1- إختصار العبارة : حذف أى كلمات أو عبارات زائدة مما يتكرر عادة للتوضيح أو الإطناب والتأكد والإسترسال دون إخلال ، بحيث لا يكون الإختصار على حسابالمعنى العام.
- 2- التعبير المباشر : التعبير عن المعنى المقصود بصورة مباشرة دون لف أو دوران ودون أن يدخل المشاهد في التفكير والبحث عن المعنى المقصود ، أى أن يكون فهم المشاهدين له على درجة واحدة.
- 3- وضوح المعنى : إستخدام الألفاظ والعبارات التي توضح المقصود كما ينبغي أن يكون ، والتأكد بعد ذلك من أن العبارة تحتوي على المعنى المطلوب دون زيادة أو نقصان ودون لبس أو غموض.
- 4- بساطة اللغة : إستخدام المفردات والتراكيب البسيطة المألوفة التي تتناسب مع متوسط جمهور المشاهدين وتجنب المفردات والتراكيب التي تتناسب مع الفئات الخبوية المتخصصة.
- 5- سلامة النحو : بتحري قواعد النحو في النص المقروء أو المكتوب للنشرات أو لبرامج التي تقدم باللغة الفصحى.

خصائص المادة البصرية:

تعتبر المادة البصرية المعروضة في نشرات القناة وبرامجها المختلفة سواء أكانت صورة أو تصميمًا توضيحيًا أو إعلانيًا ، تعتبر مادة إعلامية تنقل للمشاهد مضمونًا معينًا شأنها في ذلك شأن النص اللغوي ، ويجب أن تتوفر فيها الخصائص التي تضمن سهولة نقل المعنى دون لبس أو غموض ، ومن هذه الخصائص :

- 1- توظيف العناصر البصرية الموضوعية والنفية لخدمة المعنى الأساسي الذي يراد نقله للمشاهد دون أن تطغى عليه أو تتعارض معه ، حتى وإن كانت قيمتها الفنية عالية.
- 2- عدم إستخدام عناصر بصرية تتعارض مع المعنى الأساسي.
- 3- بناء العناصر البصرية كالديكور والألوان والإضاءة بما يعزز المعنى ولا يشتت ذهن المشاهد.
- 4- الحد من العناصر البصرية الفنية المتحركة خلف المذيعين والضيوف حتى لا يشتت ذهن المشاهد.
- 5- البساطة في أزياء وماكياج المذيعات حتى لا ينشغل ذهن المشاهد عن المعنى الأساسي إلا في البرامج التي تقتضي ذلك.

المشاهد والكلمات المحظورة:

حيث إن القناة تتطلق في أهدافها الإستراتيجية من مصلحة الجمهور السوداني خصوصا والعربي بشكل عام وتنتهي إليها ، فإن على القناة تحقيقا لهذه المصلحة ومراعاة لقيم الجمهور وعاداته وثقافته فيما تنتجه وتبثه له من مضمون بصري وسمعي ، والإلتزام بالضوابط التي تساعد على تحقيق وفي مقدمتها :

1- اللغة : منع الكلمات النابية والشتائم والعبارات العاطفية المثيرة للغرائز والإنفعالات غير المسئولة.

2- العري : منع مشاهد العري الكلي أو الجزئي المثيرة للغرائز والإنفعالات غير المسئولة.

3- المرأة : الإحتشام وعدم الظهور بلباس لا يستر ما بين الرقبة والركبتين أو يلتصق بالجسد بصورة فاضحة.

4- القبلة : منع مشاهد التقبيل العاطفية بين الرجل والمرأة.

5- الجنس : منع أى مشاهد جنسية مباشرة أو غير مباشرة ، كاملة أو ناقصة وإن لم تكن في حالة تعري.

6- العنف : منع المشاهد العنيفة المحرصة على العنف.

7- القتل والدم : منع مشاهد القتل التفصيلية اقربية وما يصاحبها من تعذيب ودماء ، والإكتفاء بالمشاهد البعيدة ، ما لم تكن ظروف الموضوع تقتضي نشر/بث شئ منها بموافقة مدير الأخبار أو مدير البرامج بحسب إختصاص كل منهما.

8- الرعب : منع مشاهد العرّب الواقعية والخيالية.

9- السحر والشعوذة : عدم الترويج لأعمال السحر والشوذة أو الإشادة بها.

* تؤمن القيادة بمسئوبيتها الإجتماعية تجاه الجمهور المخاطب عامة ، وبدورها في تطوير أوضاعه وظروف حياته ، والمساهمة في حل مشكلاته وتحقيق تطلعاته ، ولذلك تعتمد خطابا إعلاميا تصالحيا تنمويا على المستوى المحلي والولائي والمركزي من جهة ، وعلى المستويين الإقليمي والدولي من جهة أخرى.

* تعطي القناة أولويات للأحداث والموضوعات والقضايا التي تخص حقوق الإنسان من قتل واستغلال وإنتهاكات وتجاوزات.

* إنطلاقاً من مسؤوليتها الإجتماعية تجاه الجمهور والمؤسسات ، تقوم القناة بدورها الرقابي على الأداء العام للمؤسسات التنفيذية العامة والخاصة ، بهدف الإشادة بما حققتة من إنجازات من زاوية ، ومن زاوية أخرى عكس مواقع الخلل والقصور .

* في كل برامجها تمنح قناة الشروق الفضائية الأولوية للجمهور السوداني داخل وخارج البلاد من خلال ما يطمح إلي من عرض لإهتماماته من قضايا وموضوعات سياسية أو خدمية أو إقتصادية أو ثقافية أو رياضية أو إخبارية أو غيرها.

* توزيع القناة الأهتمام بالموضوعات والقضايا والضيوف بين العاصمة والولايات. (فضل المولى ، رسالة ماجستير 2019مصفحة 53 _ 54).

أولاً : الأخبار في قناة الشروق الفضائية

بناء النشرة الإخبارية في قناة الشروق الفضائية :

يعتمد بناء النشرة الإخبارية في قناة الشروق الفضائية إلى حد كبير على ترتيب الأخبار ، وعادة يكون الخبر الأول خبراً قوياً وجديداً وذات أهمية بالغة ، ويكون الخبر خفيف على النفوس ، وبينهما يجب مراعاة التجانس في ترتيب الأخبار ، حيث يتم الإنتقال من خبر لآخر بطريقة سلسلة لا تثير الملل في نفس المتلقي ، كما أنه ليست هناك قواعد ثابتة ومحددة في ترتيب الأخبار ، بل الرؤية الخاصة للقائمين بالإتصال في النشرة (مدير إدارة الأخبار ، رئيس قسم الأخبار ، المنتج ، المحرر أو الصحفي) ، والتقاليد السائدة التي يمكن الإسترشاد بها في نشرة أخبار قناة الشروق الفضائية :

1- القيمة الخبرية

2- التنوع

3- التوزيع الجغرافي

4- الربط الطبيعي

5- الأجزاء

6- التوقيت

تقدم قناة الشروق الفضائية نشراتها الإخبارية بطريقة إحترافية ، وذلك وفقاً للآتي :

* تقدم عناوين الأخبار في بداية النشرة ، وتعاد في نهايتها ، مع ذكر الموقع الإلكتروني للقناة للإستزادة من الأخبار وتفاصيلها.

* في العرض الرئيسي للأخبار والمسمى (السودان هذا المساء) ويعد عناوين المقدمة يذكر موضوع الساعة ، ويسمى (قضية المساء) ، وهو يناقش خبرا من الأخبار المهمة أو تقريرا يتحدث عن قضية تهم قطاعا كبيرا من الناس ، ويتم مناقشة قضية المساء وإلقاء الضوء عليها ، من خلال التحليل والنقاش عبر الهاتف ، أو عبر الصوت والصورة من خلال الأقمار الإصطناعية ، أو بتقنية الهاتف المرئي (tv you back) وذلك مع مراسل القناة في موقع الحدث ، أو مع ضيف يتم تحديده بالإتفاق من إدارة الأخبار ومنتج النشرة.

* تعالج نشرات الأخبار في قناة الشروق الفضائية بنظام الملفات ، بحيث يرتبط الملف الأول بعناوين النشرة ، وإذا كانت أخبارا مهمة ، أو أحداث تحتاج للتحليل والعرض يتم استضافة مراسل القناة من موقع الحدث ، أو أحد الضيوف ، وذلك بهدف عرض وتحليل الخبر أو التقرير مثار النقاش ، ويطلق على هذا الحوار dtl وهو إنتقال عبر الأقمار الإصطناعية.

* تقارير الولايات والتي يعدها مراسلو القناة عبر مكاتبها المنتشرة في كل ولايات السودان ، وهي تسهم في عكس الحراك الولائي وأخبار الولايات في مختلف المجالات.

البرامج الإخبارية في قناة الشروق الفضائية :

ومن خلال برامجها المختلفة تعتمد قناة الشروق الفضائية على برامج إخبارية وتفصيلاتها كالاتي :

النشرة المحلية :

وتعني النشرة المحلية بقناة الشروق الفضائية بعرض الأخبار والأنشطة السياسية والخدمية والإجتماعية والثقافية في كل ولايات السودان ، وكغيرها من النشرات الأخرى تحتوي على عناوين مقدمة ، وعنوان منتصف ، بجانب عناوين الختام ، هذا فضلا عن إجراء حوار مباشر أو عبر الهاتف مع مراسل القناة ، أو أحد الضيوف ، وذلك بهدف إعطاء تفاصيل إضافية حول الموضوع.

النشرة الإقتصادية :

وتهتم النشرة الإقتصادية بقناة الشروق الفضائية بالموضوعات الإقتصادية المحلية والإقليمية والعالمية ، وتعكس مختلف أوجه النشاط الإقتصادي ، خاصة في قطاعات المال والأعمال ،

كما تعرض تفاصيل الأسواق المالية ، وأسواق المحاصيل ، بالإضافة إلى أسواق العملات والذهب والمعادن والنفط وغيرها ، كما يمكن إشتتضافة المراسل أو مختص حول خبر معين أو تقريراً محدداً ذا علاقة إقتصادية ، وكغيرها من النشرات فإنها تحوي عناوين مقدمة وختام ، بالإضافة لعنوان المنتصف.

مواجيز الأخبار:

ومن خلال برامجها ونشراتها الإخبارية تقدم قناة الشروق الفضائية مواجيز أخبار ، وذلك على رأس الساعة ، إبتداءً من التاسعة صباحاً وحتى العاشرة مساءً ، فيما عدا الساعات التي تبدأ فيها نشرات الأخبار.

الشريط الإخباري :

والشريط الإخباري بقناة الشروق الفضائية ، هو شريط يقع أسفل الشاشة ، ويعمل على تقديم خدمة إخبارية على مدار الساعة ، ويحتوي على أهم الأخبار السياسية والإقتصادية والعلمية والرياضية والثقافية والعالمية.

التحليل ومناقشة النتائج

أولاً : مقدمة:

إن الهدف الرئيس من هذه الدراسة هو دراسة فاعلية اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوي الرسالة الإعلامية وذلك بالتطبيق على قناة الشروق الفضائية في الفترة من سبتمبر 2018 إلى أغسطس 2019م تم عرض الاستبانة على عدد (3) محكمين ذو خبرة، حيث تم توزيع عدد (50) نسخة من الاستبانة لعدد من الخبراء والمختصين في مجال الإعلام واللغة والإدارة و المنتجين والمراسلين والمذيعين والصحفيين في عدد من المؤسسات الإعلامية وقد تم إختيار عينة عمدية من تلك المؤسسات. حيث يتناول البحث تفصيلا من نتائج عملية التحليل الإحصائي للبيانات الأولية الخاصة بهذه الدراسة وكذلك مناقشة تساؤلات وفرضيات هذه الدراسة كما يتناول هذا البحث وصفا لمنهج الدراسة ولأفراد مجتمع الدراسة وكذلك أداة الدراسة المستخدمة وطرق إعدادها كما تم حساب كل من معاملي الصدق والثبات لعبارات وفقرات الاستبيان حتي يتم التأكد من مدى فهم المبحوثين لعبارات الدراسة، وتقنين أدوات تلك الدراسة وتطبيقاتها وعرض التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة، والتي تم فيها إستخدام بعض الأساليب الإحصائية عن طريق برنامج SPSS.

ثانيا: مجتمع الدراسة

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، يتكون مجتمع الدراسة من (الخبراء والمختصين في اللغة والإعلام والإدارة) ، حيث قام الباحث بتوزيع عدد (50) استبانة على المبحوثين وحتى يتم الحصول على نتائج تتصف بأنها دقيقة قدرالإمكان ، حيث حرص الباحث على تنوع عينة الدراسة من حيث شملها على التالي:

- 1-الأفراد من مختلف النوع (ذكر وأنثى)
- 2-الأفراد من مختلف العمر
- 3-الأفراد من مختلف الحالة الإجتماعية
- 4-الأفراد من مختلف المؤهل العلمي
- 5-الأفراد من مختلف التخصص
- 6-الأفراد من مختلف الخبرة العملية

فيما يلي وصفاً لأفراد الدراسة وفقاً للمتغيرات أعلاه وهو ما يسمى بخصائص المبحوثين
1- النوع :

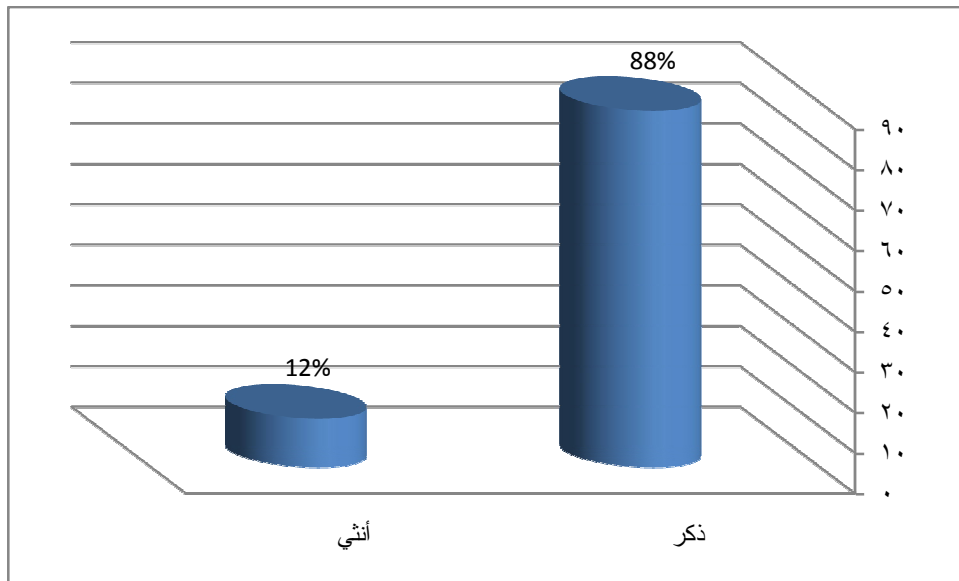
يوضح الجدول رقم (4-1) والشكل رقم (4-1) لتوزيع التكرار ي لأفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع

الجدول رقم (4-1)

النوع	تكرارات	النسبة المئوية %
ذكر	44	88
أنثى	6	12
المجموع	50	100

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (4-1)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

يتضح من الجدول رقم (4-1) والشكل رقم (4-1) أن أفراد الدراسة في متغير النوع، حيث بلغ عدد الذكور في العينة (44) فرداً وبنسبة (88%) ، في حين أن الإناث بلغ عددهن (6) أفراد وبنسبة (12%)، ويرى الباحث أن إرتفاع نسبة الذكور قد يعزى ذلك إلى أن البرامج الإخبارية، ذلك للمصاعب التي تصاحب عمليات الإنتاج الإخباري من إعداد وتسجيل وتحرير وإرسال ، لذلك تجذب الذكور للعمل فيها أكثر من الإناث، اللاتي يحبذن العمل في أقسام أخرى في مجال الإعلام خاصة البرامج الثقافية والسياسية والترفيهية.

2-العمر:

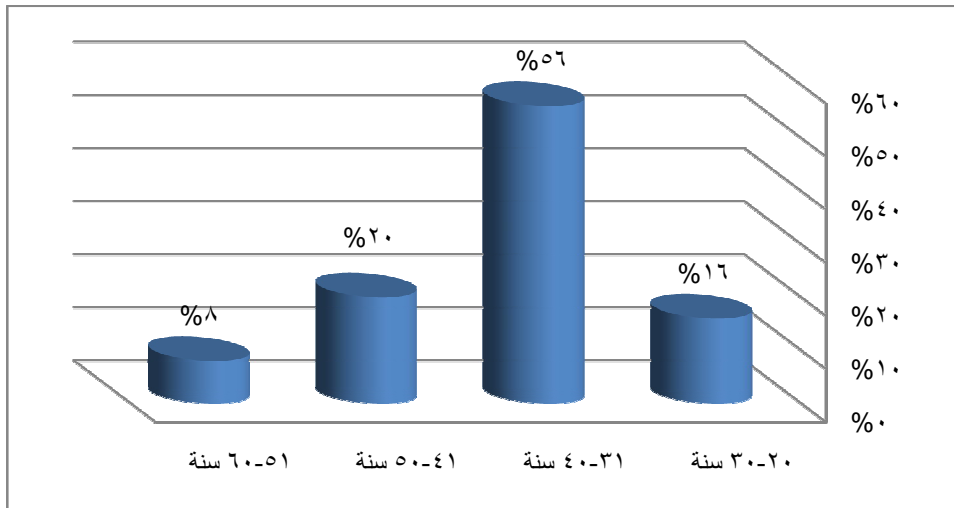
يوضح الجدول رقم (4-2) والشكل رقم (4-2) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر

الجدول رقم (4-2)

العمر	تكرارات	النسبة المئوية %
30-20 سنة	8	16
40-31 سنة	28	56
50-41 سنة	10	20
60-51 سنة	4	8
المجموع	50	100

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (4-2)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

يتضح من الجدول رقم (4-2) والشكل رقم (4-2) أن أفراد عينة الدراسة لمتغير العمر، وفيما يخص الفئة العمرية 30-20 سنة بلغ عددهم (8) أفراد وبنسبة (16%)، في حين أن الذين أعمارهم في الفئة العمرية 40-31 سنة بلغ عددهم (28) فردا وبنسبة (56%) أما الذين أعمارهم في الفئة العمرية 50-41 سنة فقد بلغ عددهم (10) أفراد وبنسبة (20%) و الذين أعمارهم في الفئة العمرية 60-51 سنة بلغ عددهم (4) وبنسبة (8%) ولا يوجد أي فرد عمره كان أكبر 61 سنة ، ومن خلال ذلك يلاحظ الباحث إرتفاع نسبة الشباب ، وهذه ما يشير إلى تمتع الفئة العمرية 40-31 بالخبرة والمعرفة بالعمل الإعلامي ، خاصة عمليات الإنتاج الإخباري ، لغة وإنتاجا وتقديما.

3- الحالة الإجتماعية:

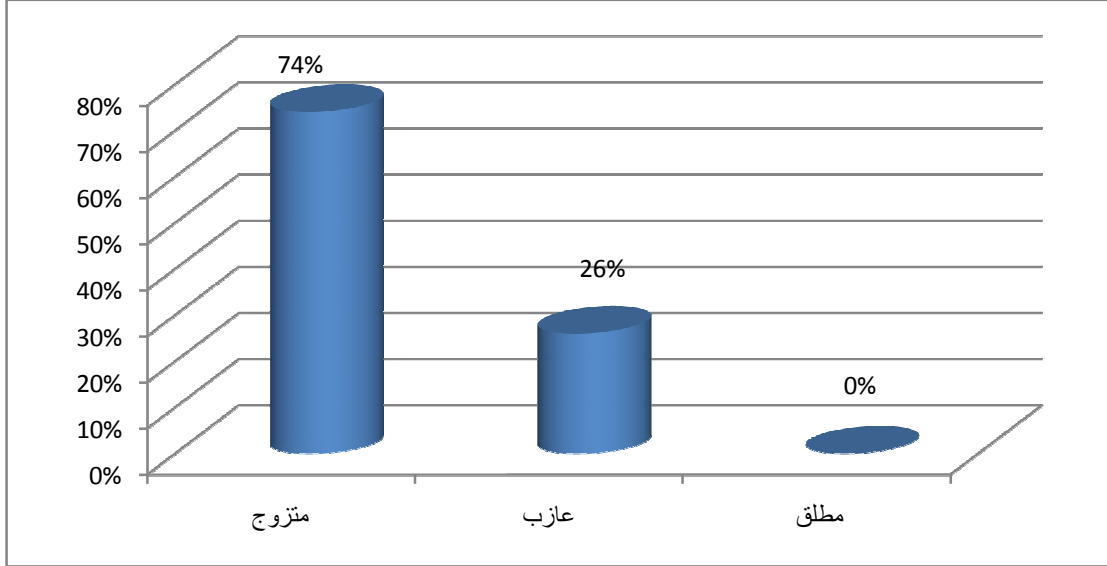
يوضح الجدول رقم (4-3) والشكل رقم (4-3) لتوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الحالة الإجتماعية

الجدول رقم (4-3)

النسبة المئوية %	تكرارات	البيان
74%	37	متزوج
26%	13	عازب
0%	0	مطلق
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (4-3)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

يتضح من الجدول رقم (4-3) والشكل رقم (4-3) أن أفراد عينة الدراسة وفق متغير الحالة الإجتماعية، قد صنفوا إلى متزوجوالذين بلغ عددهم (37) فرداً وبنسبة (74%) في حين أن الذين صنفوا عازب بلغ عددهم (13) فرداً وبنسبة (26%) ولا توجد أي أفراد صنفوا مطلق ضمن عينة الدراسة ، ويرى الباحث أن إرتفاع نسبة المتزوجين هنا تشير إلى إستقرار الكادر الإعلامي إجتماعيا ونفسيا وعقليا ، ما يسهم في تجويد اللغة الإخبارية وإقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية.

4- المؤهل العلمي:

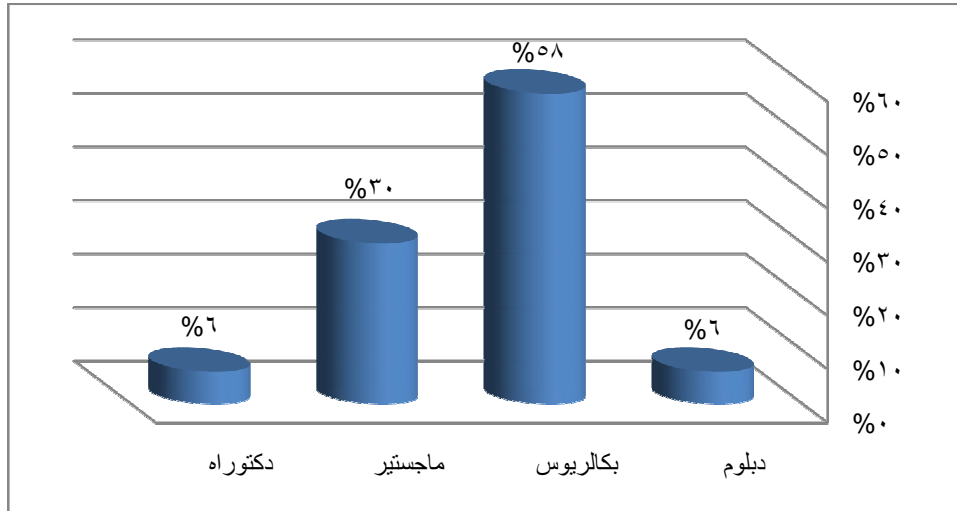
يوضح الجدول رقم (4-4) والشكل رقم (4-4) لتوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة نوع المؤهل العلمي

الجدول رقم (4-4)

المؤهل	تكرارات	النسبة المئوية %
دبلوم	3	6
بكالوريوس	29	58
ماجستير	15	30
دكتوراه	3	6
المجموع	50	100

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (4-4)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

يتضح من الجدول رقم (4-4) والشكل رقم (4-4) أن أفراد الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي، نجد أن الذين مؤهلهم العلمي دبلوم بلغ عددهم (3) أفراد وبنسبة (6%) في حين أن الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس بلغ عددهم (29) فرداً وبنسبة (58%) والذين مؤهلهم العلمي ماجستير بلغ عددهم (15) فرداً وبنسبة (30%) في حين أن الذين مؤهلهم العلمي دكتوراه بلغ عددهم (3) أفراد وبنسبة (6%) في حين أنه لا يوجد أي فرد مؤهله العلمي ثانوي في عينة الدراسة ، ويرى أن إرتفاع نسبة حملة البكالوريوس يشير إلى مهنة الإعلام تحظى بمؤهلين يعملون على تجويد الأداء في العمل الإعلامي.

5- التخصص:

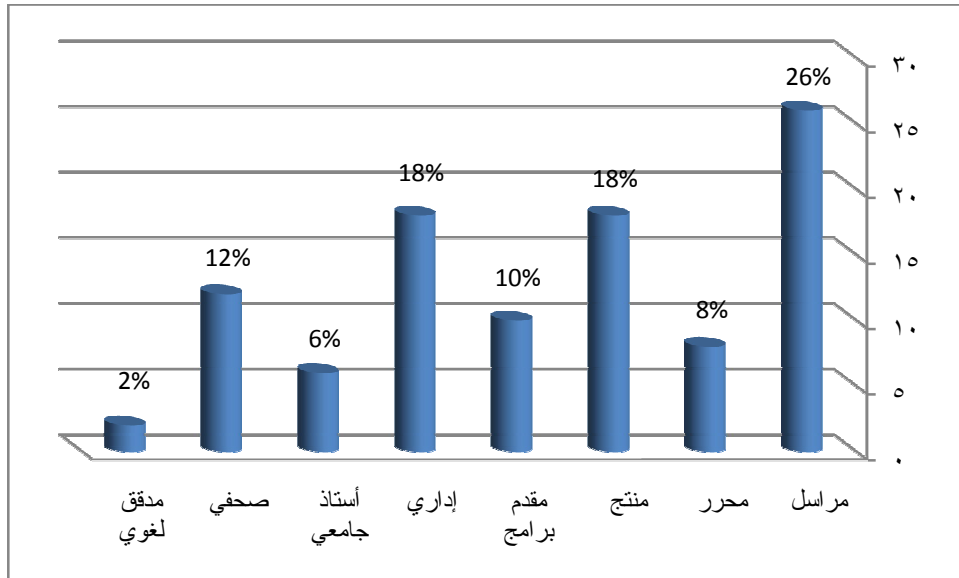
يوضح الجدول رقم (4-5) والشكل رقم (4-5) لتوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق التخصص

الجدول رقم (4-5)

النسبة المئوية %	تكرارات	الوظيفة
26	13	مراسل
8	4	محرر
18	9	منتج
10	5	مقدم برامج
18	9	إداري
6	3	أستاذ جامعي
12	6	صحفي
2	1	مدقق لغوي
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (4-5)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

يتضح من الجدول رقم (4-5) والشكل رقم (4-5) أن أفراد الدراسة وقمتغير التخصص، وفي هذه العينة نجد أن عدد مراسل بلغ (13) فرداً وبنسبة (26%) أما عدد المحررين بلغ (4) أفراد وبنسبة (8%) في حين أن المنتجين بلغ عددهم (9) أفراد وبنسبة (18%) ومقدمي البرامج بلغ

عدددهم (5) أفراد وبنسبة (10%) والإداريين بلغ عدددهم (9) أفراد وبنسبة (18%) أما أستاذ جامعي في العينة بلغ عدددهم (3) أفراد وبنسبة (6%) والصحفيين بلغ عدددهم (6) أفراد وبنسبة (12%) اما المدققين اللغويين بلغ عدددهم فردا واحدا وبنسبة (2%) ، ويرى الباحث والذي يعمل مراسلا تلفزيونيا بأن إرتفاع نسبة المراسلين ، يعود إلى أن المراسل التلفزيوني أصبح يقوم بكل مراحل الإنتاج الإخباري إبتداء من البحث عن المعلومة ، سواء أن كانت حدثا متوقعا أوآخر طارئ ، مروراً بالتصوير والتسجيل وكتابة النص الإخباري ، خبراً أو تقريراً مروراً بقراءة الصوت ، إلى إجراء عمليات المونتاج وحتى إرسال الخبر أو التقرير إلى غرفة الأخبار، لهذا تجد عمل المراسل يفوق عمل المنتجين ، وغيرهم

6- الخبرة العملية:

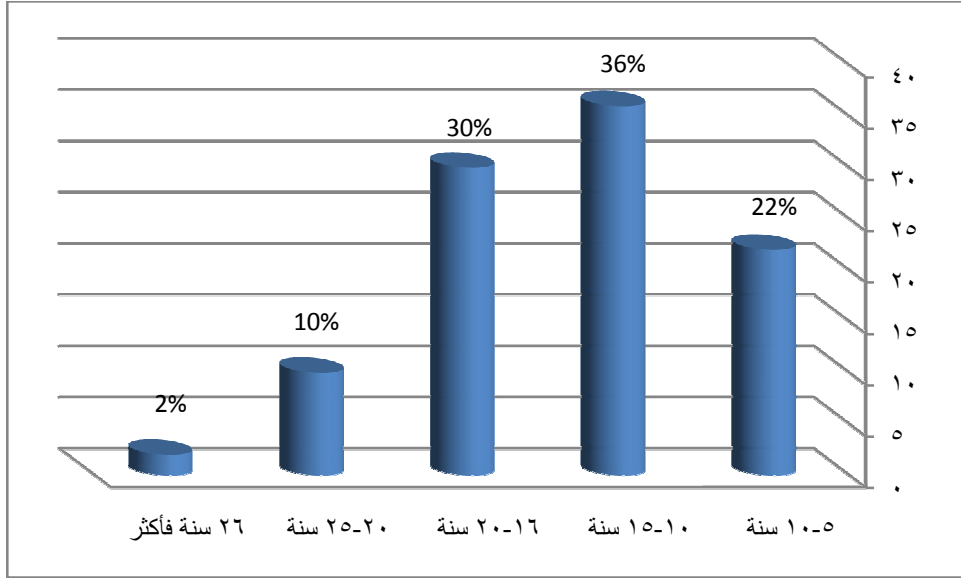
يوضح الجدول رقم (4-6) والشكل رقم (4-6) لتوزيع التكرار ي لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الخبرة العملية

الجدول رقم (4-6)

النسبة المئوية %	تكرارات	الخبرة العملية
22	11	5-10 سنة
36	18	10-15 سنة
30	15	16-20 سنة
10	5	20-25 سنة
2	1	26 سنة فأكثر
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (4-6)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية، برنامج Excel، 2019م

يتضح من الجدول رقم (4-6) والشكل رقم (4-6) أن أفراد الدراسة وفق متغير الخبرة العملية، حيث نلاحظ أن الذين خبرتهم 5-10 سنة بلغ عددهم (11) فرداً وبنسبة (22%) أما الذين خبرتهم العملية 10-15 سنة بلغ عددهم (18) فرداً وبنسبة (36%) و الذين خبرتهم 15-20 سنة بلغ عددهم (15) فرداً وبنسبة (30%) أما الذين خبرتهم 20-25 سنة بلغ عددهم (5) أفراد وبنسبة (10%) في حين أن فرداً واحداً وبنسبة (2%) خبرتهم أكثر من 26 سنة ، ومن خلال ذلك يرى الباحث أن هناك إزديادا في سنوات الخبرة الإعلامية وسط الشباب ، وهو مؤشر يرى الباحث بأنه جيد ويسهم في تجويد العمل الإعلامي وتجويد الإنتاج الإخباري.

رابعاً : وصف الاستبانة :

إحتوت الاستبانة على أقسام رئيسة

القسم الأول: تضمن البيانات الشخصية لأفراد الدراسة، حيث يحتوي هذا الجزء على بيانات حول النوع، العمر، الحالة الإجتماعية، المؤهل العلمي، التخصص، الخبرة العملية

القسم الثاني:البيانات المتعلقة بالدراسة يحتوي هذا القسم على عدد محاور الاستبيان يتكون من مجموعة محاور طُلب من أفراد الدراسة أن يحددوا إستجابتهم عن ما تصفه كل عبارة

رابط : ثبات وصدق أداة الدراسة:

الثبات والصدق الإحصائي:

يقصد بثبات الإختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة كما يعرف الثبات أيضاً بأنه مدى الدقة والإتساق للقياسات التي يتم الحصول

عليها مما يقيسه الإختبار، أما الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين، ويحسب الصدق بطرق عديدة أسهلها كونه يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات وتتراوح قيمة كل من الصدق والثبات بين الصفر والواحد الصحيح، وقد قام الباحث بحساب معامل ثبات المقياس المستخدم في الاستبانة عن طريق معادلة ألفا-كرونباخ وكانت النتيجة كما في الجدول (4-7) الآتي:

الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة على الإستبيان لعدد من محاور الدراسة.

الجدول (4-7)

البيان	عدد العبارات	الثبات	الصدق
الإستبانة	14	0.83	0.91

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

يتضح من الجدول (4-7) أن معاملي الثبات والصدق لإجابات أفراد الدراسة على العبارات المتعلقة بفرضية الدراسة تدل على أن استبانة الدراسة تتصف بالثبات العالي (0.83) والصدق (0.91) مما يحقق أغراض الدراسة، ويجعل التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً .

خامساً : الأساليب الإحصائية المستخدمة

لتحقيق أهداف الدراسة و للتحقق من فرضياتها، تم إستخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- التوزيع التكراري للإجابات

- الأشكال البيانية

- الوسيط

- إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات

- معامل الفاكرونباخ

للحصول على نتائج دقيقة قدر الإمكان، تم إستخدام البرنامج الإحصائي SPSS والذي يشير إختصاراً إلى الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية Statistical Package for Social Sciences إن كل ما سبق ذكره وحسب متطلبات التحليل الإحصائي هو تحويل المتغيرات الإسمية إلى متغيرات كمية، وبعد ذلك تم إستخدام إختبار مربع كاي لمعرفة دلالة الفروق في إجابات أفراد الدراسة على عبارات فرضية الدراسة.

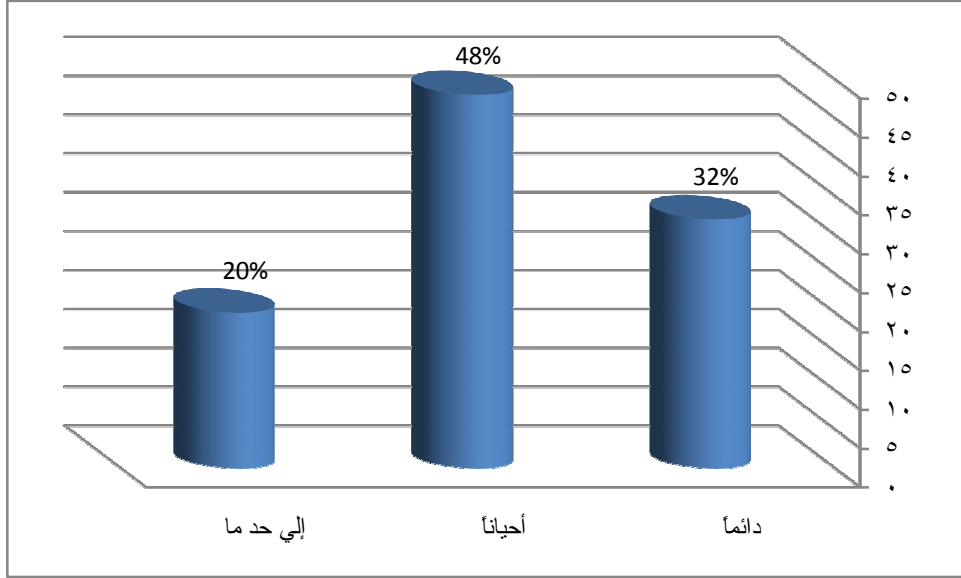
عبارات الاستبانة: البيانات الموضوعية

الجدول رقم (8-4) كيف تتابع البرامج بقناة الشروق الفضائية:

النسبة المئوية %	كرارات	البيان
32	16	ائماً
48	24	حياناً
20	10	إلى حد ما
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (7-4)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

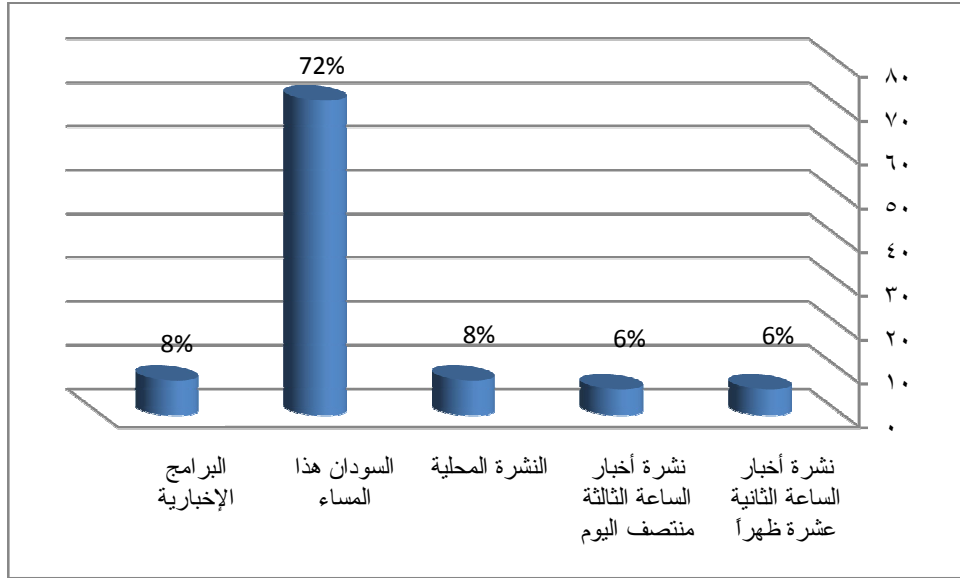
يتضح من الجدول رقم (8-4) والشكل رقم (7-4) الإجابة على السؤال كيف تتابع البرامج بقناة الشروق الفضائية حيث نلاحظ أن الذين أجابوا دائماً بلغ عددهم (16) فرداً وبنسبة (32%) ، ونجد الذين أجابوا أحياناً بلغ عددهم (24) فرداً وبنسبة (48%) ، أما الذين أجابوا إلى حد ما بلغ عددهم (10) أفراد وبنسبة (20%).

الجدول رقم (9-4) إذا كنت من المتابعين للنشرات والبرامج الإخبارية في قناة الشروق الفضائية
فما هي الفترات التي تحرص على متابعتها:

النسبة المئوية %	تكرارات	الفئة
6	3	شرة أخبار الساعة الثانية عشرة ظهراً
6	3	نشرة أخبار الساعة الثالثة منتصف اليوم
8	4	النشرة المحلية
72	36	السودان هذا المساء
8	4	البرامج الإخبارية
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (8-4)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

يتضح من الجدول رقم (9-4) والشكل رقم (8-4) أن إجابات المبحوثين حول السؤال إذا كنت من المتابعين للنشرات والبرامج الإخبارية في قناة الشروق الفضائية فما هي الفترات التي تحرص على متابعتها، نلاحظ أن الذين يتابعون نشرة أخبار الساعة الثانية عشرة ظهراً بلغ عددهم (3) أفراد ونسبة (6%) ، أما الذين يتابعون نشرة أخبار الساعة الثالثة منتصف اليوم بلغ عددهم (3) أفراد ونسبة (6%) والذين يتابعون النشرة المحلية بلغ عددهم (4) أفراد ونسبة (8%) ، أما الذين يتابعون السودان هذا المساء بلغ عددهم (36) فرداً ونسبة (72%) ، والذين يتابعون البرامج الإخبارية بلغ عددهم (4) أفراد ونسبة (8%) ولا يوجد أي فرد يشاهد النشرة الاقتصادية

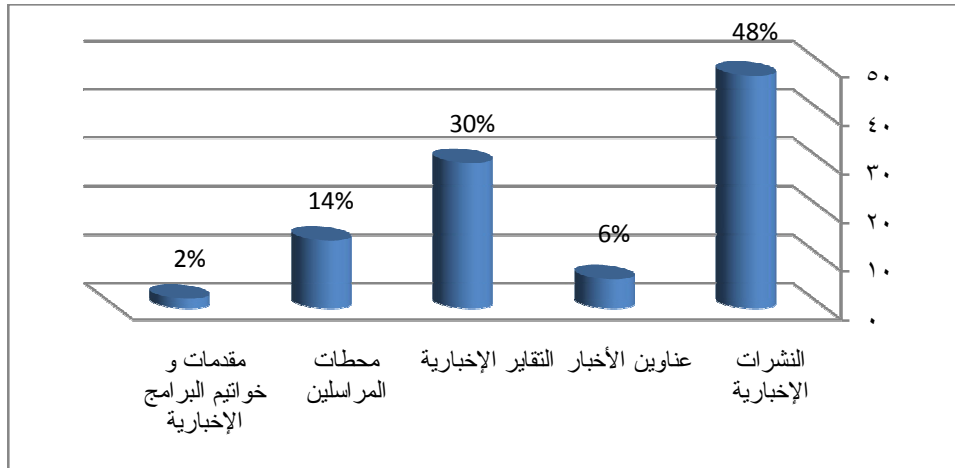
لقناة الشروق ضمن العينة ، ويعزي الباحث إرتفاع نسبة المتابعين لبرنامج السودان المساء الإخباري ، يعزیه الباحث إلى شمولية البرنامج وثباته واستمراريته على مدى سنوات ، بجانب إحتوائه على كل الأخبار في الساحة السودانية وقليل من الأخبار الخارجية إقليمياً ودولياً ، أى أن برنامج السودان هذا المساء تجد فيه أخبار وتقارير واستطلاعات في مجالات السياسة والصحة والإقتصاد والرياضة والثقافة والفنون ، بجانب طرحه لعدد من القضايا اليومية وتركز إدارة القناة على برنامج ، أو نشرة السودان المساء بإعتباره النشرة الرئيسية للقناة ، ويرى الباحث أن النشرة المحلية لا تحظى بالمتابعة المستمرة يعود إلى توقيت بثها في الخامسة مساءً وتوقيتها مع برامج بقناة أخرى تحظى بالمتابعة ، وغياب المتابعة للنشرة الإقتصادية يعزیه الباحث إلى أن النشرة الإقتصادية يتابعها المتخصصون من أهل المال والأعمال والباحثين والأكاديميين .

الجدول رقم (10-4) ما هي أكثر الأشكال الفنية والإخبارية التي تحظى بإعجابك في نوعية الرسالة الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية:

النسبة المئوية %	كرارات	الفئة
48	24	النشرات الإخبارية
6	3	عناوين الأخبار
30	15	التقاير الإخبارية
14	7	محطات المرسلين
2	1	مقدمات و خواتيم البرامج الإخبارية
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية، برنامج spss، 2019م

الشكل (9-4)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

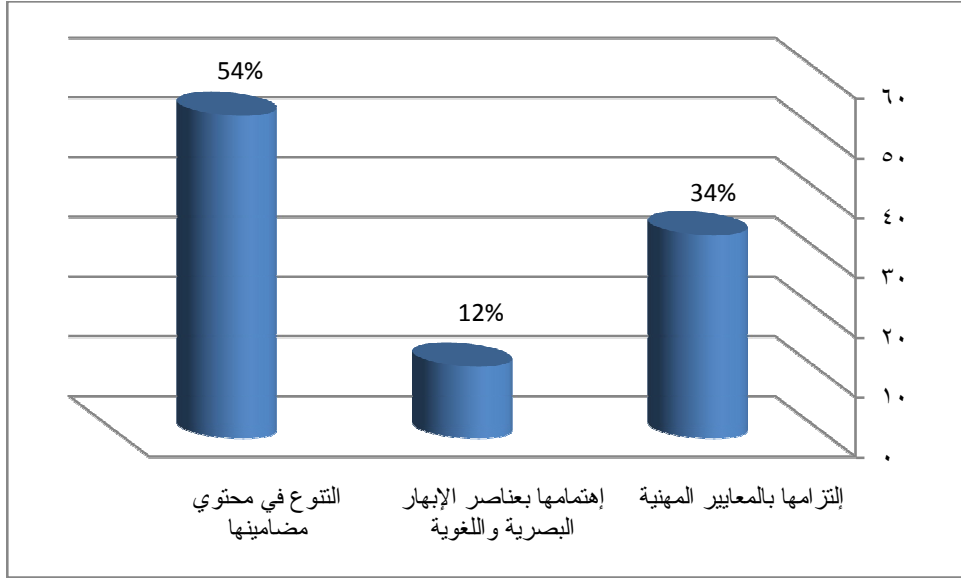
يتضح من الجدول رقم (10-4) والشكل رقم (9-4) الإجابة على السؤال ما هي أكثر الأشكال الفنية والإخبارية التي تحظى بإعجابك في نوعية الرسالة الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية، الذين أجابوا بأن الأشكال الفنية هي النشرات الإخبارية بلغ عددهم (24) فرداً وبنسبة (48%) ، والذين أجابوا بأن الأشكال الفنية هي عناوين الأخبار بلغ عددهم (3) أفراد وبنسبة (6%) ، أما الذين أجابوا بأن الأشكال الفنية هي التقارير الإخبارية بلغ عددهم (15) فرداً وبنسبة (30%) ، أما الذين أجابوا بأن الأشكال الفنية هي محطات المراسلين بلغ عددهم (7) أفراد وبنسبة (14%) ، والذين أجابوا بأن الأشكال الفنية هي مقدمات و خواتيم البرامج الإخبارية بلغ عددهم (1) وبنسبة (2%) يرى الباحث أن النسب وعدد التكرارات يشير إلى أن النشرات الإخبارية تحظى بمتابعة المتلقي دون الأشكال الإخبارية الأخرى وهو ما يحفز القائمين على إدارة الأخبار في قناة الشروق بالمزيد من التجويد والتطوير في الأشكال الإخبارية الأخرى من تقارير إخبارية وعناوين أخبار ومحطات مراسلين ومقدمات وخواتيم نشرات إخبارية.

الجدول رقم (11-4) من بين الأسباب التي تدفعك لمتابعة النشرات والبرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية:

النسبة المئوية %	تكرارات	الفئة
34	17	إلتزامها بالمعايير المهنية
12	6	إهتمامها بعناصر الإبهار البصرية واللغوية
54	27	التنوع في محتوى مضامينها
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (10-4)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

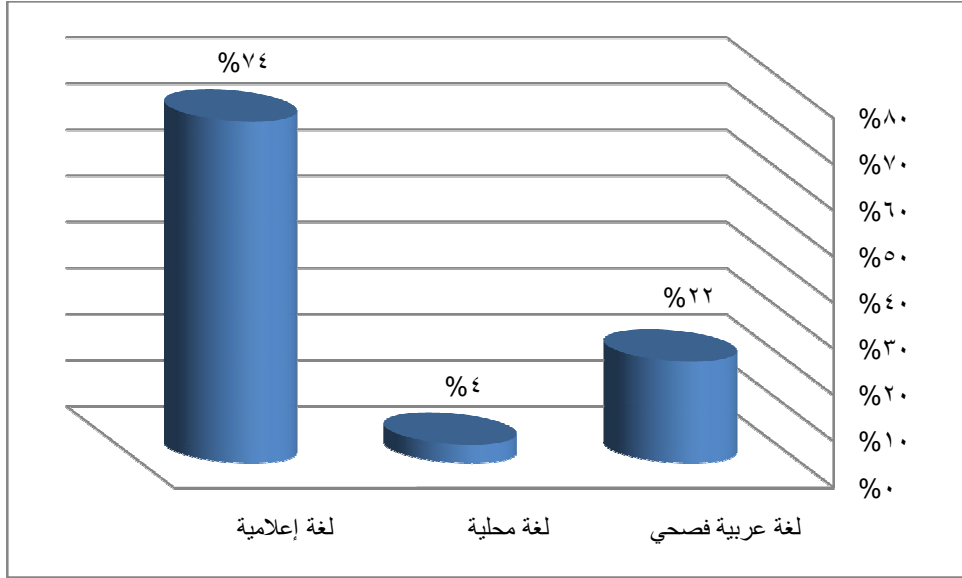
يتضح من الجدول رقم (4-11) والشكل رقم (10-4) الإجابة علي السؤال من بين الأسباب التي تدفعك لمتابعة النشرات والبرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية، نجد أن من الأسباب إلتزامها بالمعايير المهنية بلغ عددهم (17) فرداً وبنسبة (34%) ، كما أن من الأسباب إهتمامها بعناصر الإبهار البصرية واللغويةفقد بلغ عددهم (6) أفراد وبنسبة (12%) ، ونجد أن من الأسباب أيضا التتوع في محتوى مضامينها بلغ عددهم (27) فرداً وبنسبة (54%) ويرى الباحث أن القناة لا تهتم بعناصر الإبهار البصري في برامجها الإخبارية وعدم إلتزامها بالمعايير المهنية في إنتاج الأخبار ، مع تركيزها في المحتوى الإخباري.

الجدول رقم (4-12) تستخدم قناة الشروق الفضائية في تقديم نشرات الأخبار و البرامج الإخبارية :

النسبة المئوية	تكرارات	الفئة
22	11	لغة عربية فصحي
4	2	لغة محلية
74	37	لغة إعلامية
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (4-11)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

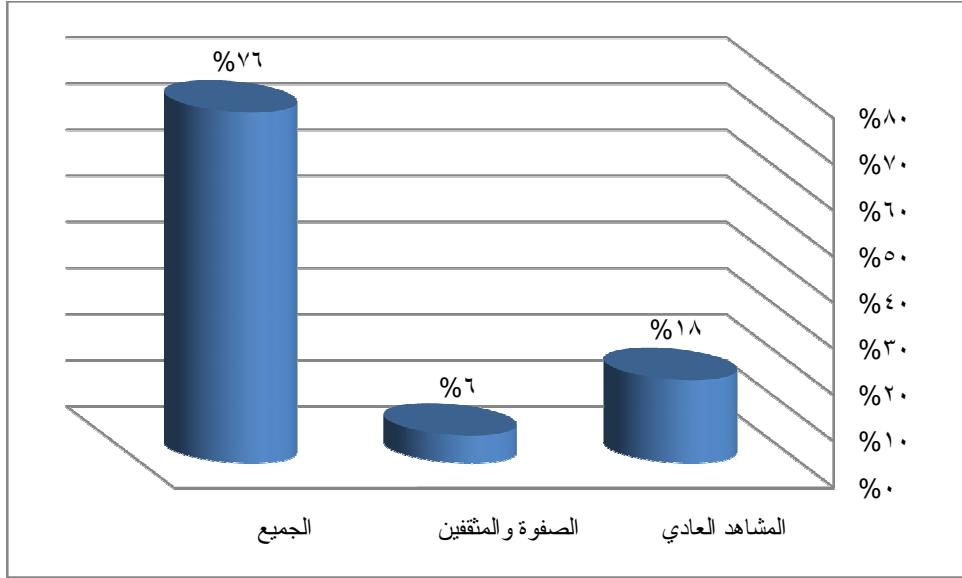
يتضح من الجدول رقم (4-12) والشكل رقم (4-11) إن الذين أجابوا على اللغة التي تستخدمها قناة الشروق في تقديم نشرات الإخبار والبرامج الإخبارية، اللغة العربية الفصحى بلغ عددهم (11) فرداً وبنسبة (22%) ، اللغة المحلية بلغ عددهم (2) فرداً وبنسبة (4%) ، اللغة الإعلامية بلغ عددهم (37) فرداً وبنسبة (74%) ، ولا يوجد استخدام اللغة العامية من خلال عينة الدراسة.

الجدول رقم (4-13) لغة تقديم النشرات والبرامج الإخبارية المستخدمة في قناة الشروق تتناسب :

النسبة المئوية	تكرارات	الفئة
18	9	المشاهد العادي
6	3	الصفوة والمتقنين
76	38	الجميع
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (4-12)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

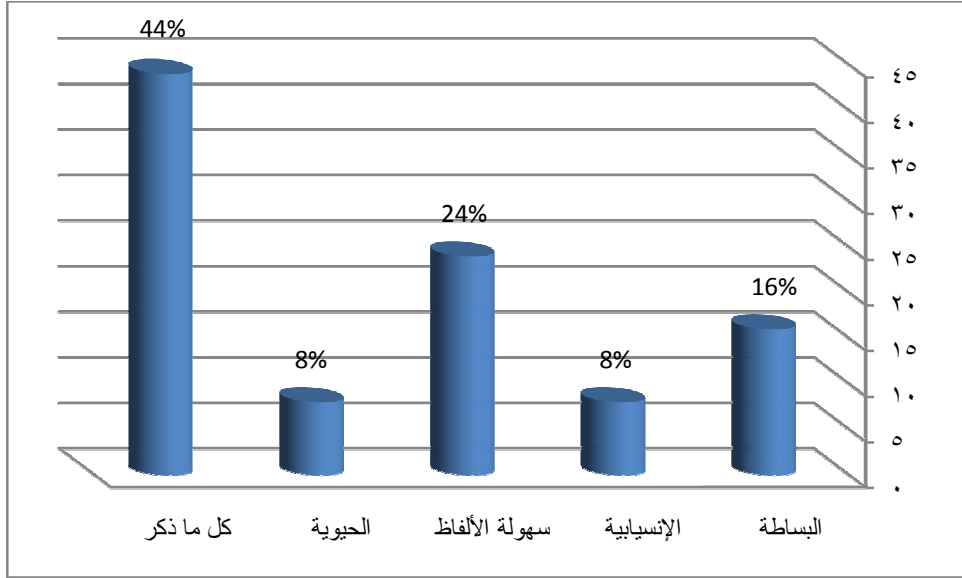
يتضح من الجدول رقم (4-13) والشكل رقم (4-12) أن لغة تقديم النشرات والبرامج الإخبارية المستخدمة في قناة الشروق الفضائية تتناسب مع المشاهد العادي بلغ عددهم (9) أفراد وبنسبة (18%) ، بينما الذين أجابوا بأنها تتناسب مع الصفوة والمتقنين بلغ عددهم (3) أفراد وبنسبة (6%) ، بينما الذين أجابوا بأنها تتناسب مع الجميع بلغ عددهم (38) فرداً وبنسبة (76%) ، ويلاحظ الباحث تراجعاً في لغة الأخبار المستخدمة بقناة الشروق الفضائية ، كتابةً وتحريراً ونطقاً ، بجانب زيادة الكبيرة في عدد كلمات الخبر التلفزيوني ، أو التقرير .

الجدول رقم (4-14) تتصف اللغة المستخدمة في تقديم النشرات والبرامج الإخبارية في قناة الشروق ب :

النسبة المئوية	تكرارات	الفئة
16	8	البساطة
8	4	الإنسيابية
24	12	سهولة الألفاظ
8	4	الحيوية
44	22	كل ما ذكر
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (4-13)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

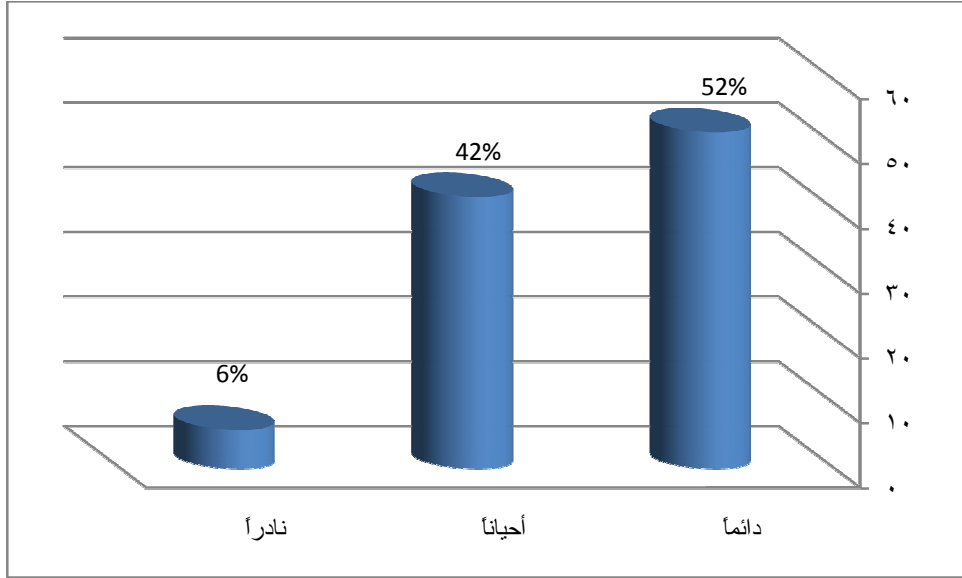
يتضح من الجدول رقم (4-14) والشكل رقم (4-13) أن الإجابة تتصف اللغة المستخدمة في تقديم النشرات والبرامج في قناة الشروق الفضائية تتصف بالبساطة حيث بلغ عددهم (8) أفراد وبنسبة (16%) ، أما الذين أجابوا بأنها تتصف بالإنسيابية بلغ عددهم (4) أفراد وبنسبة (8%) ، في حين أن الذين أجابوا بأنها تتصف بسهولة الألفاظ بلغ عددهم (12) فرداً وبنسبة (24%) ، الذين أجابوا بأنها تتصف بالحيوية بلغ عددهم (4) أفراد وبنسبة (8%) ، أما الذين أجابوا بأنها تتصف بكل ما ذكر بلغ عددهم (22) فرداً وبنسبة (44%).

الجدول رقم (4-15) تراعي قناة الشروق الفضائية المعايير اللغوية في تحرير وعرض رسائلها الإخبارية:

النسبة المئوية	كرارات	الفئة
52	26	ائماً
42	21	حياناً
6	3	أدراً
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (4-14)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

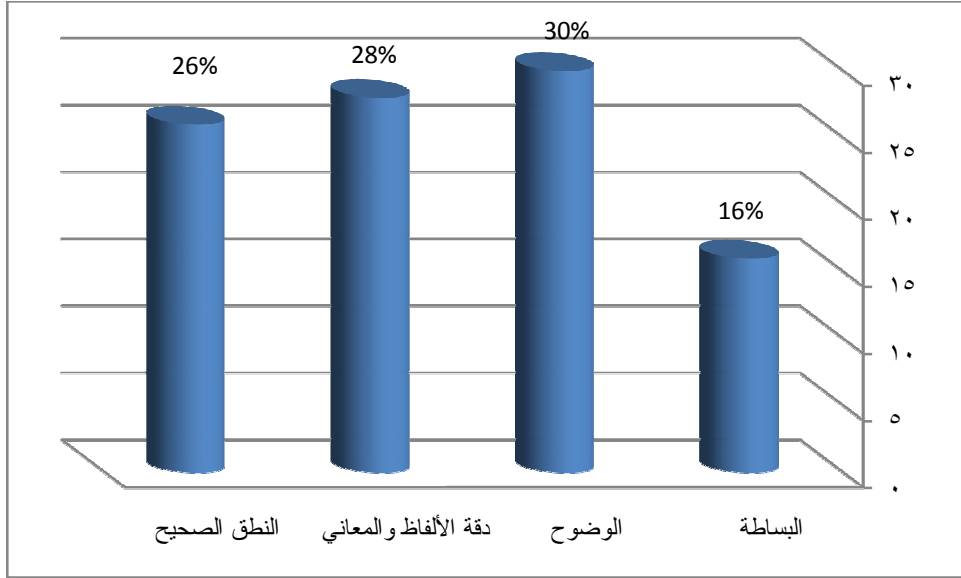
يتضح من الجدول رقم (4-15) والشكل رقم (4-14) تراعي قناة الشروق الفضائية المعايير اللغوية في تحرير وعرض رسائلها الإخبارية الذين أجابوا دائماً بلغ عددهم (26) فرداً وبنسبة (52%) ، الذين أجابوا أحياناً بلغ عددهم (21) فرداً وبنسبة (42%)، والذين أجابوا نادراً بلغ عددهم (3) أفراد وبنسبة (6%).

الجدول رقم (4-16) المعايير اللغوية الأكثر التزاماً في تحرير وتقديم النشرات والبرامج الإخبارية في قناة الشروق الفضائية:

النسبة المئوية	تكرارات	الفئة
16	8	البساطة
30	15	الوضوح
28	14	دقة الألفاظ والمعاني
26	13	النطق الصحيح
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (4-15)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

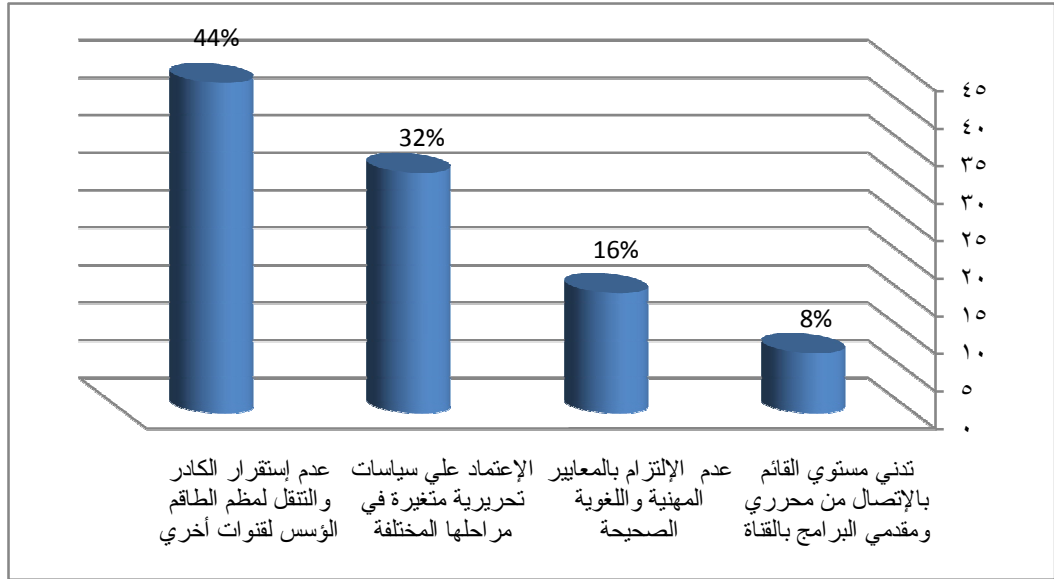
يتضح من الجدول رقم (4-16) والشكل رقم (4-15) المعايير اللغوية الأكثر إلزاماً في تحرير وتقديم النشرات والبرامج الإخبارية في قناة الشروق الفضائية، الذين أجابوا ببساطة بلغ عددهم (8) أفراد وبنسبة (16%) ، بينما الذين أجابوا بالوضوح بلغ عددهم (15) فرداً وبنسبة (30%) ، في حين أن الذين أجابوا بدقة الألفاظ والمعاني بلغ عددهم (14) فرداً وبنسبة (28%) ، أما الذين أجابوا بالنطق الصحيح بلغ عددهم (13) فرداً وبنسبة (26%).

الجدول رقم (4-17) الذي يرى أن قناة الشروق الفضائية تحتاج للمزيد من التجويد والتطوير في إتباعها للمعايير اللغوية الصحيحة يعزي ذلك ل:

النسبة المئوية	تكرارات	الفئة
8	4	تدني مستوي القائم بالإتصال من محرري ومقدمي البرامج بالقناة
16	8	عدم الإلتزام بالمعايير المهنية واللغوية الصحيحة
32	16	الإعتماد على سياسات تحريرية متغيرة في مراحلها المختلفة
44	22	عدم إستقرار الكادر والتنقل لمعظم الطاقم المؤسس لقنوات أخرى
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

الشكل (4-16)



المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج Excel، 2019م

يتضح من الجدول رقم (4-17) والشكل رقم (4-16) الذي يرى أن قناة الشروق الفضائية تحتاج للمزيد من التجويد والتطوير في إتباعها للمعايير اللغوية الصحيحة يعزي ذلك لتدني مستوى القائم بالإتصال من محرري ومقدمي البرامج بالقناة بلغ عددهم (4) أفراد وبنسبة (8%) ، بينما الذين أجابوا بعدم الإلتزام بالمعايير المهنية واللغوية الصحيحة بلغ عددهم (8) أفراد وبنسبة (16%) ، والذين أجابوا بالإعتماد على سياسات تحريرية متغيرة في مراحلها المختلفة بلغ عددهم (16) فرداً وبنسبة (32%) ، والذين أجابوا بعدم إستقرار الكادر والتقل لمعظم الطاقم المؤسس لقنوات أخرى بلغ عددهم (22) فرداً وبنسبة (44%) ، ويرى الباحث ضرورة إحداث إستقرار للكادر البشري بالقناة ، مع الإلتزام بالمعايير المهنية واللغوية الصحيحة ، إلى جانب تمليك العاملين السياسة التحريرية للقناة.

الجدول (18-4)

ثانياً : البيانات الموضوعية

الرقم	العبارات	قيمة مربع كاي	القيمة الإحتمالية	التفسير
1	كيف تتابع البرامج بقناة الشروق الفضائية	5.92	0.052	غير معنوية
2	إذا كنت من المتابعين للنشرات والبرامج الإخبارية في قناة الشروق الفضائية فما هي الفترات التي تحرص على متابعتها	84.6	0.000	معنوية
3	ما هي أكثر الأشكال الفنية والإخبارية التي تحظى بإعجابك في نوعية الرسالة الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية	36.0	0.000	معنوية
4	من بين الأسباب التي تدفعك لمتابعة النشرات و البرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية	13.24	0.001	معنوية
5	تستخدم قناة الشروق في تقديم نشرات الإخبار والبرامج الإخبارية	39.64	0.000	معنوية
6	لغة تقديم النشرات والبرامج الإخبارية المستخدمة في قناة الشروق تتناسب	42.04	0.000	معنوية
7	تتصف اللغة المستخدمة في تقديم النشرات والبرامج في قناة الشروق ب	22.4	0.000	معنوية
8	تراعي قناة الشروق الفضائية المعايير اللغوية في تحرير وعرض رسائلها الإخبارية	17.56	0.000	معنوية
9	لمعايير اللغوية الأكثر إلتراماً في تحرير وتقديم النشرات والبرامج الإخبارية قناة الشروق الفضائية	2.32	0.509	غير معنوية
10	الذي يرى أن قناة الشروق الفضائية تحتاج للمزيد من التجويد والتطوير في إتباعها للمعايير اللغوية الصحيحة يعزي ذلك ل	15.6	0.001	معنوية

المصدر: إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

ويفسر نتائج الجدول أعلاه كآلاتي:

* كيف تتابع البرامج بقناة الشروق الفضائية حيث بلغت قيمة أختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة الاولى (5.92) وبقيمة احتمالية (0.052) وهى أكبر من مستوي المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة

إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة هذا يعني أن العبارة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم أهميتها بالنسبة للمبحوثين.

* إذا كنت من المتابعين للنشرات والبرامج الإخبارية في قناة الشروق الفضائية فما هي الفترات التي تحرص علي متابعتها حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة الثانية (84.6) وقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوي المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة.

* ما هي أكثر الأشكال الفنية والإخبارية التي تحظى بإعجابك في نوعية الرسالة الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية حيث بلغت قيمة إختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة الثالثة (36.0) وقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوي المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أجابات أفراد الدراسة.

* من بين الأسباب التي تدفعك لمتابعة النشرات و البرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة الرابعة (13.24) وقيمة احتمالية (0.001) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفرادالدراسة.

* تستخدم قناة الشروق في تقديم نشرات الأخبار و البرامج الإخبارية حيث بلغت قيمة إختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة الخامسة (39.64) وقيمة إحتمالية (0.000) وهي أقل من مستوي المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة.

* لغة تقديم النشرات والبرامج الإخبارية المستخدمة في قناة الشروق تتناسب حيث بلغت قيمة إختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة السادسة (42.04) وقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوي المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة.

* تتصف اللغة المستخدمة في تقديم النشرات والبرامج في قناة الشروق ب حيث بلغت قيمة إختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة السابعة

(22.4) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة.

* تراعي قناة الشروق الفضائية المعايير اللغوية في تحرير وعرض رسائلها الإخبارية حيث بلغت قيمة إختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة الثامنة (17.56) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة.

* حيث بلغت قيمة إختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة التاسعة (2.32) وبقية احتمالية (0.509) وهي أكبر من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة هذا يعني أن العبارة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم أهميتها بالنسبة للمبجوثين.

* الذي يري أن قناة الشروق الفضائية تحتاج للمزيد من التجويد والتطوير في إتباعها للمعايير اللغوية الصحيحة يعزي ذلك ل حيث بلغت قيمة إختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة العاشرة (15.6) وبقية احتمالية (0.001) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة.

ثالثاً المعايير اللغوية:

الجدول (4-19)

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق بشدة	لا أوافق
1	ساهمت اللغة المستخدمة في تحرير وعرض نشرات الأخبار بقناة الشروق الفضائية في إيصال المضمون الإخباري إلى المتلقي	9 %18.0	28 %56.0	11 %22.0	2 %4.0	0 %0.0
2	نجاح القائم بالإتصال في إتقان لغة الصورة والإستفادة من عناصر الإبهار البصري في إعداد وتقديم البرامج الإخبارية بقناة الشروق وأدى ذلك دوراً في إقناع المتلقي بإستقبال رسالتها الإعلامية	8 %16.0	18 %36.0	21 %42.0	3 %6.0	0 %0.0
3	متع القائم بالإتصال في تحرير وإنتاج وتقديم النشرات والبرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية بالمواسفات المطلوبة	6 %12.0	24 %48.0	18 %36.0	2 %4.0	0 %0.0
4	إتباع المعايير اللغوية والمهنية الصحيحة في قناة الشروق الفضائية أكسبها إحترام المشاهد ونيل ثقته	12 %24.0	18 %36.0	19 %38.0	1 %2.0	0 %0.0

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

النتائج أعلاه لا تعني أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، إلى حد ما، لا أوافق، لا أوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة، الجدول (19-4) يلخص نتائج الإختبار لهذه العبارات:

الجدول (20-4)

الرقم	العبارات	قيمة مربع كاي	القيمة الاحتمالية	الوسيط	التفسير
1	ساهمت اللغة المستخدمة في تحرير وعرض نشرات الأخبار بقناة الشروق الفضائية في إيصال المضمون الإخباري إلى المتلقي	29.2	0.000	4	أوافق
2	نجاح القائم بالاتصال في إتقان لغة الصورة والإستفادة من عناصر الإبهار البصري في إعداد وتقديم البرامج الإخبارية بقناة الشروق وأدى ذلك دوراً في إقناع المتلقي بإستقبال رسالتها الإعلامية	17.4	0.000	4	أوافق
3	تمتع القائم بالاتصال في تحرير وإنتاج وتقديم النشرات والبرامج اللغوية بقناة الشروق الفضائية بالموصفات المطلوبة	25.2	0.000	4	أوافق
4	إتباع المعايير اللغوية والمهنية الصحيحة في قناة الشروق الفضائية أكسبها إحترام المشاهد ونيل ثقته	16.4	0.000	4	أوافق

المصدر: إعداد الباحث ، من الدراسة الميدانية ، برنامج spss، 2019م

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

* ساهمت اللغة المستخدمة في تحرير وعرض نشرات الأخبار بقناة الشروق الفضائية في إيصال المضمون الإخباري إلى المتلقي حيث بلغت قيمة إختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة الأولى (29.2) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوي المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.

* نجاح القائم بالاتصال في إتقان لغة الصورة والإستفادة من عناصر الإبهار البصري في إعداد وتقديم البرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية وأدى ذلك دوراً في إقناع المتلقي بإستقبال رسالتها

الإعلامية حيث بلغت قيمة إختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة الثانية (17.4) وبقيمة إحتمالية (0.000) وهى أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.

* إتباع المعايير اللغوية والمهنية الصحيحة في قناة الشروق الفضائية أكسبها إحترام المشاهد ونيل ثقته حيث بلغت قيمة إختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة الرابعة (16.4) وبقيمة إحتمالية (0.000) وهى أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.

المقابلات الشخصية:

مقابلة أجرى الباحث مقابلة مع الأستاذ بابكر الطاهر الصافي مدير إدارة الأخبار بقناة الشروق الفضائية (سابقا) بتاريخ الأول من أكتوبر 2018م بمكاتب القناة بضاحية الرياض بالخرطوم ما هي المرحل التي مرت بها البرامج الإخبارية قناة الشروق الفضائية من مدينة دبی بدولة الإمارات العربية المتحدة وحتى إنتقالها إلى العاصمة السودانية الخرطوم؟

عند العودة من دبی إلى الخرطوم ، طبعا هي كانت عودة سريعة جدا ، وذلك لأن نظام إنتاج البرامج الإخبارية الذي كانت تعمل به القناة هو ما يسمى ب (Inews)ولأنه كان موجودا في مدينة دبی ، لهذا عند إنتقال القناة إلى الخرطوم إضطرننا إلى العمل بنظام يدوي لإنتاج البرامج الإخبارية إلى حين تركيب النظام في مكاتب الخرطوم ، وهذه المرحلة سبقتها عمليات تدريب لكل العاملين في إدارة الأخبار من محررين ومنتجين وصحفيين ومذيعين ، لأنهم كانوا سيعملون بذات النظام في الإنتاج الإخباري ، وانت شاهدا على ذلك (يقصد الباحث) ، وعلمنا بذات السياسية التحريرية المتبعة ، فقط تم التعديل إداريا على مستوى هيكل في إدارة الأخبار ، تم إلغاء قسم المراسلين وأبقى على إدارة الأخبار وقسم الأخبار ، وهو تعديل إقتضته العامة للسودان ، أما السياسية التحريرية لم تتغير ، على الأقل في شكلها الكلي ، طبعا تغيرت فيها بعض الأشياء المتعلقة بالوطن نفسه ، بعد أن أصبح دولتين عقب إنفصال دولة جنوب السودان عن السودان في العام 2011م ، وحنم علينا في إدارة الأخبار تغيير جزئي في السياسة التحريرية في سياغ

الظروف السياسية التي حدثت في السودان ، وإنتاج البرامج الإخبارية لم يتغير فيه شيء ، فقط إرتبطت بالسياسة التحريرية بشكل كامل ، بجانب تخفيض في مكاتب المرسلين ، من خمسة وعشرين مكتبا إلى ثمانية عشر مكتبا ، أى عشرة مكاتب أوقفت وذهبت مع إنفصال جنوب السودان ، تقريبا هذه هي مرحلة العودة من دبي إلى الخرطوم وأستمرت البرامج الإخبارية كما هي ، فقط تغيير في الأسماء على حسب الخارطة البرمجية الدورية.

ما هي البرامج الإخبارية وأنواعها المستخدمة في قناة الشروق الفضائية؟

نعم ، هي عبارة برامج مباشرة أو مسجلة ونشرات إخبارية مباشرة ومنها النشرة المحلية وتعني بنشاط الولايات ، حكومات وشعوبا بجانب النشرة الإقتصادية وهي تعني بدنيا المال والأعمال ، إضافة إلى نشرة السودان هذا المساء والأخيرة شاملة لكل القضايا والأحداث المختلفة وتحتوي على أخبار وتقارير واستطلاعات ولقاءات وتحليلات من محللين ومراسلين ومشاهدين ومختصين كل في مجاله ، ما أكسب القناة قاعدة كبيرة من المتابعين لشاشتها.

إلى أى مدى اسهمت اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية؟

طبعا اللغة الإخبارية كما كانت لغة مجردة ، لغة تخاطب الجمهور والمتلقي بشكل عام ، تختطب إحتياجاته ومشاكله وقضاياهم وهمومهم ، كل ما كنت تتسم بالسهولة واليسر في أن توصل المضمون للمتلقي ، نحن أيضا ندعي القول بأننا إلى درجة كبيرة على الأقل في السنوات الأولى حرصنا على أن يكون هموم الجمهور هي ضمن إهتماماتنا عبر نقلنا لمشاكله وقضاياهم للمسؤولين بلغة إخبارية مميزة بشكل كبير خاصة الفقرات التي أنتجتها القناة في ثنايا برامجها الإخبارية ، مثال لذلك (عين الرقيب) و (قضية المساء) و (رسالة إلى مسئول) وغيرها ، وتكاد تكون اللغة الإخبارية للقناة تتسم بالمهنية والحيادية والصدق والسهولة والإنسيابية هي ضمن الأسباب التي أسهمت في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة المقدمة بقناة الشروق الفضائية وذلك بشهادة الخبراء والمختصين ، غير أن الشهادة في مثل هذا الإقناع يرتبط بمراكز لإستطلاع المشاهدين ولقياس الرأي العام وهذه المراكز معدومة في السودان.

ما هي الأسباب التي تدفع المتلقي لمتابعة البرامج والنشرات الإخبارية بقناة الشروق الفضائية؟

هو سبب رئيسي وسهل وبسيط ومرتبطة بالمتلقي ، أى كل ما أحس المتلقي بأن البرامج والنشرات الإخبارية تلامس همومه بصورة شاملة ، ننبأها بصدق وشفافية كل ما أحس بنقلك لها بمهنية ، كان متابعا لك على الدوام ، كذلك قدرة القناة الفنية والتقنية واللغوية على نقل الأحداث التي تقع واستضافة المسؤولين ، هو ما يحفز على متابعة المتلقي لها ، وأعتقد أن قناة الشروق الفضائية من ناحية فنية نجحت في بث مباشر على نقل الأحداث هنا وهناك في كل مناطق السودان للجمهور حية ومباشرة مع استضافتها للمراسلين والمحللين للتعليق عليها ، إلى جانب نقل مباشر للأخبار أسهم بشكل كبير في إقبال المتلقي على شاشة الشروق لمتابعة البرامج الإخبارية.

كيف وظفت قناة الشروق الفضائية التقنيات الحديثة في إنتاج البرامج الإخبارية؟

توظيف التقنية في إنتاج الأخبار كان له دورا كبيرا في إزدياد عدد المتابعين لها منذ سنوات تأسيسها الأولى وإلى وقت قريب ، وظفت القناة تقنيات في برامجها الإخبارية ، من خلال أجهزة صغيرة الحجم سريعة التركيب ، مثلا عند حديثنا عن أجهزة البث المباشر ، ينسحب على جهاز (sng) ، وهي الأجهزة المعروفة التقليدية هي مكلفة ماليا وزمنيا ومعقدة هندسيا وتحتاج في نقلها إلى مواقع الأحداث إلى أيام ، ونحن في قناة الشروق إستخدمنا جهاز يسمى (البقان) وهو جهاز صغير مرتبط بالأقمار الصناعية ، بجانب جهاز (الثريا)، فضلا عن جهاز الهاتف المرئي ، أو (tv you back) ، كل هذه الأجهزة استقدنا منها في طريقة سريعة وسهلة تكفي لنقل الرسالة الإعلامية في حينها مباشرة ، رغم حديث الناس عن جودة الصورة والصوت ، طبعا هذه الأجهزة واجهتها مشاكل ضعف شبكة الإنترنت في السودان ، لأنها تعمل بشكل جيد في ظل شبكة قوية ، لكن في النهاية ما يهم المتلقي بشكل عام هو أن يتعرف على الرسالة الإعلامية المقدمة له دون النظر إلى جودة الصورة وإن كانت هي مهمة بالنسبة للمختصين ، لكن المتلقي يهمله التعرف على الأحداث التي تدور بشكل فوري أولا بأول ، وقناة الشروق نفت مئات التغطيات المباشرة عن طريق توظيف هذه التقنيات الصغيرة والسهلة وأسهم في جعل القناة حاضرة في عكس الأحداث وبثها.

هناك تراجع ملحوظ في مستوى اللغة الإخبارية المستخدمة في البرامج والنشرات الإخبارية بقناة الشروق الفضائية ، تحريراً وأسالياً ؟

الحديث عن التراجع ، حديث صحيح ، لكن دعني أقول ليس تراجعاً في اللغة ، بقدر ما هو تراجع في السياسة التحريرية ، كما أن التراجع لأسباب كثيرة ، أهمها هو عودة القناة من دبي إلى الخرطوم وبالتالي أصبحت على مقربة من صناع القرار تأثيراتهم في السياسة التحريرية للقناة من حين إلى آخر ، رغم أن غياب التدخلات الرسمية للسودان في عمل القناة في سنوات تأسيسها الأولى ، لكن عانت القناة من تدخلات حكومية في سياستها التحريرية وذلك بسبب النهج المهني الذي تتبعه القناة في برامجها الإخبارية أصبح لا يعجب صناع القرار في السودان ، وهو ما أثر بشكل مباشر في تراجع سياستها التحريرية وبالتالي تأثرت بها برمجتها الإخبارية ، لغة وأهدافاً وأسالياً.

قناة الشروق الفضائية لا تهتم بعناصر الإبهار البصري في برامجها ونشرات الإخبارية ، ما هي الأسباب في نظركم؟

عند عودة القناة من دبي إلى الخرطوم استخدمت تقنية ما يسمى بال (vedio all) ، وهي تقنية متطورة وواسعة الانتشار والإستخدام في مختلف القنوات الفضائية الكبرى والعالمية ، وهي تزيد من عناصر الإبهار البصري على البرامج والنشرات الإخبارية وعلى الشاشة بشكل عام ، لكن الحريق التي شهدته استديوهات القناة في الخرطوم قضى على (vedio all) وعلى جهاز كل شئ ، هذا إلى جانب الظروف الإقتصادية القاسية التي مرت بها القناة ، أسهمت بشكل كبير في عدم مساعدة الإدارات في استجلاب جهاز أو تقنية حديثة جديدة للقناة ، وبشكل عام استخدام عناصر الإبهار البصري في برامج الأخبار بقناة الشروق الفضائية مرتبط بتوفر المال اللازم لإستيراد أجهزة حديثة ومتطورة ، وهو ما تفتقده القناة بعد تراجع ميزانياتها العامة والمخصصة للتحديث والتطوير ، ورغم ذلك فإن الأجهزة الموجودة على حداثتها - وقتها - أسهمت بشكل كبير في نقاء الصورة الإخبارية ، رغم نقاء الصورة مرتبط بوجود عناصر الإبهار البصري الأخرى مقارنة بقنوات فضائية كبرى ، تظل أجهزة الشروق قديمة تقنياً.

لماذا توقف تدريب العاملين في إدارة الأخبار على عمليات الإنتاج الأخباري على مستوى التحرير والإعداد والإخراج والتصوير والمونتاج وغيرها؟

أنوسيط إعلامي لا يهتم بالتدريب سيظل متخلفا عن ركب الحداثة والتطور ، ولن يقدم مردودا جاذبا ولا مبهرا ولا مقبولا ، لأن التدريب هو الأساس الذي يمكن من تطور المنتج الإعلامي بشكل عام اخبارا أو برامج أو غيرها ، لاتستطيع تطوير منتجك من غير تدريب للأطر البشرية التي تنتج الرسالة الإعلامية ، وهذه الأطر تحتاج للتدريب المستمر حتى يتسنى لها مواكبة المستجدات الحديثة في وسائل الإعلام ، سنظل الأطر البشرية متوقفة في نقطة متأخرة عن ركب الحداثة في مجال الإعلام والاتصال ، لذلك نسبة للظروف الإقتصادية والسياسية التي مرت بها القناة والسودان ، توقف التدريب في الفترة الأخيرة ، رغم أن القناة في الفترة السابقة كانت تخضع كل العاملين لتدريب مستمر لكنه توقف ، ما ألقى بظلال سلبية على كل منسوبي القناة ، وتراجع بالتالي الأداء ، لغة وإنتاجا وتقنياتا

ما هي مقترحاتكم لتجويد البرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية ، لغة وتحريراً وأجهزة؟

طبعاً ، المقترحات كثيرة جداً ، لكن بشكل عام نقول بإختصار لا جديد بدون تجويد ، لذلك التجويد من أهم مطلوبات هذا التجويد ، هو توفير المال اللازم لكل الأطر البشرية ، رواتباً وإمكانيات تكفيهم مغبة التفكير خارج ساعات العمل والبحث عن بدائل أخرى لدخل إضافي ، والمقترح الثاني هو مرتبط بأهمية مواكبة القناة للتطور التقني الهائل والمتسارع في عالم الإعلام ، وهذا لن يتأتى إلا بالتدريب المستمر للأطر البشرية ، وثالث المقترحات هو التاهيل المستمر للأطر البشرية على تقنيات جديدة وحديثة ومتطورة ، مع ضرورة سعى القناة لإملاكها ، حتى لا يصبح التدريب عليها غير ذي جدوى، مع أهمية رصد ميزانيات للتدريب وإستجلاب أجهزة حديثة ومتطورة ، والمقترح الرابع أهمية وجود سياسة تحريرية مرنة تسهم في تجويد الإنتاج الإخباري ، أي ندعو إلى حرية وإبداع في إنتاج البرامج والنشرات الإخبارية بدون تقييد.

النتائج والتوصيات

أولاً : النتائج : -

1. نجاح اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية لقناة الشروق الفضائية ، يعتمد على تجويد اللغة العربية والإهتمام بالمفردة واللفظ والبناء اللغوي للأخبار مع النطق الصحيح لمخارج الحروف والكلمات والجمل الإخبارية ، مع ضرورة التدريب والتأهيل المستمر لطاقم الأخبار العامل بالقناة
2. التنوع في محتوى مضمون الموضوع من بين الأسباب التي تدفع المشاهد لمتابعة النشرات والبرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية.
3. القناة لا تهتم بعناصر الإبهار البصري في برامجها الإخبارية وعدم إلتزامها بالمعايير المهنية في إنتاج الأخبار ، مع تركيزها في المحتوى الإخباري.
4. النشرات الإخبارية هي أكثر الأشكال الفنية والإخبارية التي تحظى بإعجاب المشاهد في نوعية الرسالة الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية
5. معظم افراد عينة الدراسة يحرصون على متابعة السودان هذا المساء.
6. لغة تقديم النشرات والبرامج الإخبارية المستخدمة في قناة الشروق تتناسب مع الجميع. لأنها تتسم بالبساطة والإنسيابية وسهولة الألفاظ الحيوية .
7. اللغة لم تعد الجاذب الوحيد للمتلقي ، بقدر ما تكون جماليات الرسالة الإعلامية من حيث المضمون والدقة والمصادر ووصحة الأخبار هي المحفز والدافع لجذب المتلقي خاصة في العناوين وما يعرف ب(السي جيهات).

8. أهمية الإعتدال على تجويد اللغة العربية والإهتمام بالمفردة واللفظ والبناء اللغوي للأخبار مع النطق الصحيح لمخارج الحروف والجمل الإخبارية مع أهمية تكثيف الجرعات التدريبية للإستخدام الأمثل للغة نسا وصوتا.

9. ضرورة تعدد مصادر الأخبار مع التركيز على أهمية البساطة والوضوح في أساليب صياغتها مع الإلتزام بالضوابط اللغوية خاصة في نشرات الأخبار.

10. لم تكن القناة محايدة في تغطياتها للأحداث الأخيرة التي شهدتها البلاد ما عرف بثورة ديسمبر حيث إنحازت في تغطياتها إلى جانب المجلس العسكري في الرأى والأخبار والتقارير والبرامج ، وصادرت حق الثوار في التعبير عن آراءهم ، ما إنعكس سلبا في تراجع لغتها الإخبارية ونسبة مشاهديها ، ووصفت من قبل المراقبين للشأن الإعلامي بالقناة شبه الرسمية أو المملوكة للنظام السابق (حزب المؤتمر الوطني).

11. أهمية الإعلاء من شأن المدقق اللغوي وذلك بهدف تجويد اللغة الإخبارية و يمكن قناة الشروق الفضائية من المحافظة على مكانتها وسط مشاهديها وكسب آخرين جدد .

12. يتمتع القائم بالإتصال في تحرير وإنتاج وتقديم النشرات والبرامج اللغوية بقناة الشروق الفضائية بالمواصفات المطلوبة حيث بلغت قيمة إختبار مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ماجاء بالعبارة الثالثة (25.2) وبقيمة إحتتمالية (0.000) وهى أقل من مستوى المعنوية (0.05) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة لصالح الموافقين.

ثانياً : التوصيات : -

1. الإهتمام بالمفردة واللفظ البناء اللغوي للأخبار مع النطق الصحيح لمخارج الحروف والكلمات والجمل الإخبارية لدورها فإقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية.
2. بذل المزيد من الجويد و التطوير في إتباع القناة للمعايير اللغوية الصحيحة ، لإنتقار الكادر وعدم تنقله لقنوات أخرى.
3. عدم تكرار محتوى الموضوع لانه من الأسباب التي تدفع لمتابعة النشرات والبرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية.
4. تكثيف النشرات الإخبارية لانها تحظى بإعجاب المشاهد في نوعية الرسالة الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية
5. تكثيف البرامج التلفزيونية على القناة مثل برنامج السودان هذا المساء، لتقبله من قبل المشاهد.
6. عمل دورات لتاهيل الأطر البشرية بما يحافظ على استقراره واتقانه للعمل.
7. إتباع المعايير اللغوية والمهنية.
8. التطوير المهني واللغوي المستمر ورفع مستوى القائم بالإتصال
9. الإستفادة من الإرث الثقافي اللغوي السوداني وعكسه للعالم الخارجي.
10. العودة إلى تجربة قناة الشروق الفضائية الأولى في التقديم البرامجي والإخباري المشترك بين المذيعين السوداني والآخرين من الجنسيات العربية الشقيقة ، لتطوير اللغة واللهجات.
11. رفع مستوى القائم بالإتصال بالتدريب المهني المستمر على المعايير المهنية واللغوية السليمة.
12. عدم إستقرار الأطر والتنقل لمعظم الطاقم المؤسس لقنوات أخرى.

13. ضرورة إعادة النظر في المحتوى الإخباري بالقناة من حيث تأهيل وتدريب العاملين في إدارة الأخبار من محررين ومقدمين ومنتجين ومراسلين وصحفيين ومدققين على أساليب الإنتاج الإخباري ، مع الإلتزام بالتنوع في المحتوى والمضمون واستخدام أساليب جديدة ، مواكبة في مجال الأخبار.
14. تحديد سياسة تحريرية للقناة وفق الأسس والمعايير المهنية لتكون خطأ واضحا للعمل حتى لا يتاثر المحتوى الإخباري بجانب إنزال ميثاق شرف مهني للقناة على أرض الواقع.
15. مراجعة عمل الأقسام المختصة بالصناعة الخبرية ، مثل المراسلين بالولايات وبقية الكوادر وترتيب أوضاعهم وتوفير بيئة عمل جاذبة تمكنهم من العمل بإحترافية ومهارة.
16. الإعتماد على الكوادر المتخصصة وأصحاب الخبرات في مجال تحرير الأخبار وبناء وإنتاج النشرات والبرامج الإخبارية ، للإستفادة من الخبرات التراكمية.
17. توفير المعينات اللازمة لإنتاج المحتوى البصري للموقع الإلكتروني والشاشة ما يساعد في توصيل الرسالة الإعلامية بشكل إحتراقي وجاذب للمتلقي.
18. ضرورة مواكبة القناة للتطور التقني في طرائق العرض الإخباري لغويا وبصريا ، مع الإفتتاح فنيا على الإستديوهات الحديثة ، لإضافة جماليات للشاشة.
19. أهمية تخلي القناة عن توجهاتها الإيدولوجية ، مع ضرورة إتباعها لسياسة تحريرية مستقلة ، تهدف لعكس الواقع والحقائق المجردة دون تحيز لجهة على حساب أخرى ، مع عدم مصادرة حق الآخرين في التعبير ، وذلك بالإستفادة من مناخ الحريات السائد الآن.
20. تطوير القالب الإخباري ، خاصة في البرامج ونشرات الأخبار والتقارير والمقدمات والإستطلاعات ، من حيث الزمن والنص والصور المتحركة والخرائط الإيضاحية.

21. ضرورة إحكام الرقابة الدورية والتوجيه المستمر لفريق الإنتاج الإخباري ، وذلك بهدف تصحيح الأخطاء التحريرية والفنية لغة وتقنيات ، بغية التطوير والمواكبة.
22. الإهتمام بالجودة والتميز المؤسسي ، وذلك بالتدقيق والمراقبة للأداء العام للعاملين بالقناة عامة ، وعلى مستوى الأخبار خاصة بالتركيز على الجانب اللغوي من حيث الصياغة والإسلوب.
23. استخدام التقنيات الحديثة في المجالات الهندسية المرتبطة بمجالات علوم الإتصال ، عبر عقد شراكات ذكية مع كبريات المؤسسات الإعلامية ، بهدف تبادل الخبرات والتجارب.
24. مواكبة التطور في مجال الكتابة للصورة مع ضرورة إستخدام وسائل التأثير على المشاهد والمتلقي ، وفق رؤى علمية دقيقة.
25. تضمين اللغة الإخبارية في مناهج علوم الإتصال.
26. فتح نوافذ للجمهور للتعبير عن آراءهم ، بهدف صناعة محتوى إخباري (المواطن الصحفي).
27. أهمية إنشاء قسم للتخطيط ، ليقوم بمهام التخطيط لقناة الشروق الفضائية وأن يكون مستقلا عن بقية الأقسام ، حتى يتمكن من تقديم رؤى تخطيطية واضحة تهتدي بها القناة لفترات دورية (ربع سنوية ، نصف سنوية ، سنوية) ، مع ضرورة إعادة صياغة الأقسام بالقناة وتقسيم طواقم العمل إلى مجموعات متخصصة ، كالقسم السياسي ، الإقتصادي ، الرياضي إلخ ، مع أهمية تمتعها بالإستقلال التام عن بقية الأقسام.
28. قناة الشروق الفضائية تحتاج للمزيد من التجويد والتطوير في إتباعها للمعايير اللغوية الصحيحة.

توصيات ببحوث مستقبلية :

يوصى الباحث بالبحوث الآتية :

تعميم فكرة هذه الدراسة على جميع القنوات .

1. فاعلية اللغة الإخبارية وعلاقتها بمحتوى الرسالة الإعلامية.

2. البرامج الإخبارية ودورها في نشر الرسالة الإعلامية.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

أولاً : المصادر: القرآن الكريم

ثانياً : المراجع العربية

1. معجم المعاني الجامع.
2. القاموس المحيط.
3. معجم اللغة العربية المعاصر.
4. المعجم الوسيط.
5. المعجم الغني.
6. المعجم الرائد.
7. المعجم عربي عامة.
8. لسان العرب.
9. (الدليل العام لقناة الشروق الفضائية 2014 م).
10. أديب خضور ، 2002، الإعلام المتخصص ، دمشق ، المكتبة الإعلامية ، ص 231
11. ارفنك إي هانك، 1988 ، اخبار التلفزيون والراديو ، ترجمة . إبراهيم شرف الدين . بيروت . مكتبة الجيل ، ص 24.
12. أشرف راضي ، 2005، تجارب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا . القاهرة- مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان . ص 30.
13. إقبال التميمي ، 2004 ، فضح المستور ، دبي ، الإمارات العربية المتحدة ، مكتبة الأجيال ، ص 207
14. أميرة الحسيني ، 2005 . فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون . بيروت، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع . ص 110.
15. توماس إل ماكفيل ، ترجمة حسني محمد نصر وعبد الله الكندي ، 2005 ، الإعلام الدولي ، النظريات/ الاتجاهات / الملكية ، الإمارات العربية المتحدة ، دار الكتاب الجامعي ، ص 140.

16. حبيب أيمن محمد، 2007 . الخبر التلفزيوني يؤجج حروب الأرض والفضائيات . دراسة تحليلية للخدمات الإخبارية الفضائية مع التلفزيون السعودي، الرياض، جامعة الملك عبد العزيز، ص 89.
17. خالد عمر بن قفة ، 2000 . مفهوم القذف في الصحافة . الجزائر ، منشورات الخبر . ص 19،
18. خدادة سالم، النص وتجليات التلقي، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الكويت، 2000، ص ص 44، 48.
19. راسم محمدالجمال، 1991، الاتصال والإعلام في الوطن العربي . بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية ، ص173.
20. المدخل إلى الإذاعة والتلفزيون – أمجد عمر صفوري – كلية الصحافة والإعلام بجامعة الزرقاء – الأردن.
21. الكتابة للإذاعة والتلفزيون – الدكتورة نسمة أحمد البطريق الأستاذة بقسم الإذاعة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، الدكتور عادل عبدالغفار المدرس بقسم الإذاعة – جامعة القاهرة ، 2005م .
22. مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها ، محمد سليمان الحتو ، الطبعة الأولى 2012م ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن.
23. مناهج كتابة الأخبار وتحريرها ، علي عبدالفتاح ، 2017م ، دار الأيام للنشر والتوزيع – الأردن.
24. الخصائص لابن جني ، الجزء الأول ، تحقيق محمد علي النجار ، ص 23.
25. فقه اللغة ، عبده الراجحي طبعة دار المعرفة الجامعية ، ص 16.
26. علم اللغة العام ، دكتور محمد توفيق شاهين ، الطبعة الأولى ، ص 16.
27. سليمان تقي الدين ، 2004 ، تحولات المجتمع والسياسة والأعلام ، بيروت ، دار الحداثة للطبع والنشر والتوزيع، ص156
28. سمير لعرج، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري: أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، ص 105.
29. الصادق الراجح ، 2004 . الإعلام والتكنولوجيا الحديثة ، الإمارات العربية المتحدة ، دار الكتاب الجامعي ، ص 43.
30. صالح سليمان . الإعلام الدولي . الكويت . دار الفلاح . 2003، ص 116.

31. الأستاذة الدكتورة نجلاء محمد جابر ، دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري ، دار المعتز للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى 2015م - 1436هـ.
32. فهد بن عبدالرحمن الشميميري ، التربية الإعلامية ، كيف نتعامل مع الإعلام ؟ ، فهرست المكتبة الوطنية أثناء النشر ، الطبعة الأولى ، 2010م - 1431هـ.
33. عبد الستار جواد، 2002. فن كتابة الأخبار . عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع . ص 9.
34. عبد العزيز تركستاني، 2004، سيكولوجية التأثير والإقناع عبر التلفزيون . الجمعية السعودية للإعلام و الاتصال . الرياض ص 45،.
35. عبد العزيز شرف . 1988، الأسس الفنية في التحرير الصحفي ، عمان ، دار الفرقان للنشر والتوزيع ، ص 35.
36. عبد القادر عبو، نظرية جمالية التلقي "مركزية القارئ"، جريدة الأسبوع الأدبي، العدد 981، 06/11/12.
37. عزيز لعبان، بعض الأبعاد القيمية في الدراما التلفزيونية: قراءة في تجربة المشاهدة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 19، 2005، ص ص 42، 48.
38. علي الشعبي . 2004 . دور وسائل الإعلام بين التثقيف والترفيه . الكويت . مكتبة الأفق .. ص 23.
39. فاروق أبو زيد، 1991. فن الخبر الصحفي . القاهرة ، عالم الكتب ، ص 61
40. ليناردو تيل راي و رون تيلور، 1998. مدخل إلى الصحافة . جولة في قاعة التحرير . ترجمة حمدي عباس القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع . ص 38.
41. محمد الداوي، التلقي العربي لدون كيخوتي....
42. وضاح خنفر . 2006 . صدقية القنوات الإخبارية في ظل المنافسة على جذب المشاهدين . ابوظبي . مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية . ص 395.
43. محمد الشلبي و منصف العياري . 2003 ، الإعلام العربي: التلفزيون مجالاً، القاهرة ، بحوث اذاعية (49) . ص 107.
44. محمد القاسمي، القراءة والتأويل في النقد الأدبي الحديث، 2007/01/22:.
45. محمد شطاح -2005. الأخبار في التلفزيون نحو إعلام استعراضي وقيم جديدة في التغطية الإخبارية. دراسة . جامعة باجي مختار . الجزائر ص 62.

46. محمد شومان ، أكتوبر 1999. عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي الكويت، مجلة عالم الفكر. المجلد 28، العدد الثاني، ص151.
47. محمد علي شومان ، 2005، الإعلام العربي والعولمة، القاهرة ، مكتبة الفجر ، ص 39.
48. محمد معوض و بركات عبد العزيز، 2000. الخبر الإذاعي والتلفزيوني . القاهرة ، دار الكتاب الحديث . ص67.
49. محمد معوض و عبد العزيز بركات ، 2000. الخبر الإذاعي والتلفزيوني القاهرة، دار الكتاب الحديث ، ص63.
50. محمد ناصر الخوالدة ، 2005، وسائل الإعلام الغربية ، ماكينة التحريض وحروب الكراهية، دراسة ، غزة ، مركز القدس للبحوث والدراسات الاستراتيجية ، ص 14.
51. مخلوف بوكروح، محاضرة في مقياس نظريات التلقي للسنة الأولى ماجستير، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الأحد 2006/12/17، من 10 مساء، 11:30 مساء.
52. مصطفى سويف ، دراسات نفسية في الإبداع والتلقي ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 1999م.
53. سلامة اللغة وصحتها في العمل الإعلامي ، محمد صديق سعيد ، ورقة علمية قدمت في ورشة تدريبية أقامتها هيئة الإذاعة والتلفزيون بولاية النيل الأبيض للعاملين بالهيئة- السودان ، في الفترة من 11- 13 ديسمبر 2014م.
- 54. ثالثاً : المراجع المترجمة**
55. نصر الدين العياضي، 1999، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع - مجموعة دراسات مترجمة ، الجزائر. دار القصة للنشر ، الجزائر ص 49.
56. هانز بيتر مارتن و هارولد شومان، 1998. فخ العولمة . ترجمة عدنان عباس علي الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب . ص43.
57. هانز بيتر مارتن و هارولد شومان، 1998. فخ العولمة . ترجمة عدنان عباس علي الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب . ص43
58. هستر إلبرت ، 2000. دليل الصحفي في العالم الثالث . ترجمة كمال عبد الرؤوف . القاهرة- الدار الدولية للنشر والتوزيع . ص 20.

59. هوفس جورج . 1990 ، كتابة الأخبار الصحفية . بوسطن . ترجمة الياس زكي ، المكتبة العصرية ، بيروت . ص 117.
60. راكليل ساليناس باسكير ، 1989 ، وكالات الانباء والنظام الاعلامي الجديد ، بيروت ، مكتبة المنار ، ص 128
61. روبرت إل هيليراد ، ترجمة مؤيد حسن فوزي، 2003-الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الأعلام الحديثة، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي ، ص 70.
62. روبرت ألان، التلفزيون والنقد المبني على القارئ، ترجمة حياة جاسم محمد، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1991، ص ص 23، 28.
63. ريتشارد كابلان ، 2006، صدقية وسائل الإعلام في الحرب: ظاهرة المراسلين المرافين للقوات المسلحة ، أوظبي مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية . ص 419.

رابعاً: المراجع الأجنبية:

1. Claude Jean BERTRAND, Medias : Introduction à la Presse, la Radio et la Télévision, 2° Ed, Edition Ellipses, Paris, 1999, p 197.
2. Sonia LIVINGSTONE, " The Text – Reader Model of the Télévision Audience", Article présenté au colloque Public et Reception, Paris, Centre Georges pompidou, 1989, in, Daniel Dayan: Les Mystères de la Reception. Source.
1. Source:docs.ksu.edu.sa/DOC/articles40/article400513.doc:
Le14/03/2008
3. The Writing On the Wall: China and the West in the 21st Cdentury, Little, Brown 2006

خامسا : الرسائل الجامعية

64. المعايير المهنية في إنتاج الأخبار ، دراسة تطبيقية على قناة الشروق الفضائية ، هيام

الطاهر حسن فضل المولى ، رسالة ماجستيرصفحة 53 _ 54

65.توظيف المعايير المهنية في إنتاج البرامج السياسية التلفزيونية بحث مق مقدم لنيل

درجة الماجستير في علوم الإتصال قسم الإذاعة والتلفزيون جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2016م ، إعداد الطالبة بختة أحمد محمد الحسن وإشراف الدكتورة نهى

حسب الرسول

66.فاعلية تقنية الصورة في إنتاج البرامج الإخبارية دراسة على تطبيقية على تلفزيون

السودان ، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الإتصال تخصص راديو وتلفزيون من جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2015م من إعداد الطالبة فاطمة محجوب

عبدالرحمن محمد

67.البرامج الإخبارية التلفزيونية ودورها في تشكيل الصورة الذهنية للمجتمعات ، بحث مقدم

لنيل درجة الماجستير في علوم الإتصال تخصص راديو وتلفزيون من جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2017م من إعداد الطالبة آمنة إبراهيم محمد وإشراف الدكتور

عبدالمولى موسى محمد

68. (استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية

العربية، وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية) (البرنية ، ص14 ، 2005م

69.(إتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني) (قبلان

(2008م)

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف إتجاهات المشاهدين تجاه البرامج والخدمة الإخبارية في

التلفزيون الأردني ومدى رضي المشاهدين وأنماط البرامج المختلفة

70.(اتجاه طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة البرامج الإخبارية في قناة القدس الفضائية)

(الترك ،2011م)

71.أثر الفواصل الإخبارية التلفزيونية على عملية التلقي- دراسة استطلاعية لجمهور الطلبة

الجامعيين مذكرة معدة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، من أعداد

الطالبة حنان شعبان وإشراف الدكتور السعيد بومعيزة

سادسا : المجلات والدوريات :

جمال العيفة ، القراءة والمشاهدة في عصر تكنولوجيا الاتصال السمعية البصرية : دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باجي مختار - عنابة ، المجلة الجزائرية للاتصال ، العدد 19 ، الجزائر ، 2005م.

علاء إبراهيم، دراسة عن أهمية الأخبار التلفزيونية والعوامل المؤثرة في صناعتها، صحيفة أخبار الخليج، البحرين، الموقع الإلكتروني ، العدد 13482 ، بتاريخ الجمعة 20 فبراير 2015م

Website:akhbar-alkhaleej.com

رندا عبدالحميد، معلومات ثقافية ، منشورة بصفحة الصحافة والإعلام بصحيفة الثقافية الإلكترونية ، بتاريخ 22 مارس 2015م

<https://almnyalsahafa.wordpress.com> > 2015/03/22

[/https://www.thaqfya.com/types-press-radio-news](https://www.thaqfya.com/types-press-radio-news)

محمد الصفراني ، فضاءات التلقي البصري ، صحيفة الرياض ، العدد 14283 ، بتاريخ 2 أغسطس 2007م ، السعودية

سعيد أراق، اللامعنى وأنظمة الإستفراغ الدلالي، مجلة علوم إنسانية، العدد 29، 2006.

(Source : <http://www.ulum.nl/b138.htm>. Le : (27/02/2008)

سابعا : المواقع الإلكترونية :

واقع اللغة العربية وسبل ترقيتها في وسائل الإعلام المكتوبة (الصحافة) ، زينب محمود عثمان ، المركز التربوي للبحوث والإنماء ، المقال منشور في موقع المركزي الرابط التالي :

<https://www.crdp.org/mag-description?id=10821>

1. تاريخ الدخول 3-7-2018م <http://www.albadronline.com/?p=3850>
2. <http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/language/arabic-style-guide/article/art20130702112134008> تاريخ الدخول 3/7/2018م
3. <http://www.europhtd.net/html/.Le16/01/2008>.
- 4- إليك 10 أخطاء لغوية منتشرة.. تفادها!!-منشورة بموقع قناة العالم بتاريخ 7 أبريل 2018م ، الساعة 06:25 ، بتوقيت غرينتش

<https://www.alalamtv.net/news/3479706/>

الملاحق

الملاحق

ملحق رقم (1)

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

كلية علوم الإتصال

أخي الكريم / أختي الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

استبانة خبراء ومختصين

في إطار تطوير البحث العلمي وفي سبيل التعاون مع الباحثين في الوصول إلى نتائج علمية دقيقة استعان الباحث بالخبراء والمختصين في اللغة وعلوم الإتصال. نرجو كريم تفضلكم بالإجابة على الأسئلة الواردة في الاستبانة لنيل درجة الماجستير في علوم الإتصال في بحث بعنوان:-

فاعلية اللغة الإخبارية في إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية

دراسة وصفية بالتطبيق على قناة الشروق الفضائية في الفترة من سبتمبر 2018 -

أغسطس 2019م

من وجهة نظر الخبراء والمختصين

وكلنا ثقة في إستجابتكم الكريمة على تساؤلات الاستبانة وفقاً لأغراض علمية

وسوف نتعامل معها بسرية .

ونشكركم على حسن تعاونكم معنا

إشراف/

الطالب /

د. ياسر بابكرعلي محمد

صديق السيد البشير الخليفة

2020م-1441هـ

أولاً : البيانات الأساسية :-

1. النوع

أنثى	ذكر

2- العمر:-

61 فما فوق	51- 60 عام	41- 50 عام	33- 40 عام	20- 30 عام

3- الحالة الإجتماعية :-

متزوج	عازب	مطلق

4. المؤهل العلمي:-

ثانوي	دبلوم	بكالوريوس	ماجستير	دكتوراة

5. الوظيفة:-

مراسل	محرر	منتج	مقدم برامج	إداري	أستاذ جامعي	صحفي	مدقق لغوي

6. الخبرة العملية :-

10-5 عام	10 - 15 عام	15-20 عام	20-25 عام	26 عام فأكثر

ثانياً : البيانات الموضوعية :

7. كيف تتابع البرامج بقناة الشروق الفضائية ؟

أثماً	حياناً	إلى حد ما

8. إذا كنت من المتابعين للشرقات والبرامج الإخبارية في قناة الشروق الفضائية فما هي الفترات التي تحرص على متابعتها ؟

الفئة	الإختيار
شرة أخبار الساعة الثانية عشرة ظهراً	
نشرة أخبار الساعة الثالثة منتصف اليوم	
النشرة المحلية	
النشرة الإقتصادية	
السودان هذا المساء	
البرامج الإخبارية	

9. ماهي أكثر الأشكال الفنية والإخبارية التي تحظى بإعجابك في نوعية الرسالة الإعلامية المقدمة بقناة الشروق الفضائية :

الفئة	الإختيار
النشرات الإخبارية	
عناوين الأخبار	
التقارير الإخبارية	
محطات المرسلين	
مقدمات وخواتيم البرامج الإخبارية	

10. من بين الأسباب التي تدفعك لمتابعة النشرات والبرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية :-

إلتزامها بالمعايير المهنية	إهتمامها بعناصر الإبهار البصرية واللغوية	التنوع في محتوى مضامينها

11. تستخدم قناة الشروق في تقديم نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية:

لغة إعلانية	لغة محلية	لغة عربية فصحي	لغة إعلانية

12. لغة تقديم النشرات والبرامج الإخبارية المستخدمة في قناة الشروق تناسب :

المشاهد العادي	قادة الرأي وصناع	الصفوة والمتقنين	الجميع

13. تتصف اللغة المستخدمة في تقديم النشرات والبرامج الإخبارية في قناة الشروق ب :

البساطة	الإنسيابية	سهولة الألفاظ	الحيوية	كل ما ذكر

14. تراعي قناة الشروق الفضائية المعايير اللغوية في تحرير وعرض رسائلها الإخبارية :-

أئماً	حياناً	أدراً

15. المعايير اللغوية الأكثر التزاماً في تحرير وتقديم النشرات والبرامج الإخبارية بقناة

الشروق الفضائية ؟

البساطة	الوضوح	دقة الألفاظ والمعاني	النطق الصحيح

16. الذي يرى أن قناة الشروق الفضائية تحتاج للمزيد من التجويد والتطوير في إتباعها للمعايير

اللغوية الصحيحة يعزي ذلك ل :

الفئة	الاختيار
تدني مستوى القائم بالاتصال من محوري ومقدمي البرامج بالقناة	
عدم الإلتزام بالمعايير المهنية واللغوية الصحيحة	
الإعتماد على سياسات تحريرية متغيرة في مراحلها المختلفة	
عدم إستقرار الكادر والتنقل لمعظم الطاقم المؤسس لقنوات أخرى	

ثالثاً : (تأثير المعايير اللغوية)

17. ساهمت اللغة المستخدمة في تحرير وعرض نشرات الأخبار بقناة الشروق الفضائية في

إيصال المضمون الإخباري إلى المتلقي :-

أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة

18. نجح القائم بالاتصال في إتقان لغة الصورة والإستفادة من عناصر الإبهار البصري في

إعداد وتقديم البرامج الإخبارية بقناة الشروق الفضائية وأدى ذلك دوراً في إقناع المتلقي بإستقبال

رسالتها الإعلامية :-

أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	أوافق	لا أوافق بشدة

19. يتمتع القائم بالإتصال في تحريروا إنتاجه تقدم النشرات والبرامج اللغوية بقناة الشروق الفضائية بالموصفات المطلوبة :-

أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	أوافق	لا أوافق بشدة

20. إتباع المعايير اللغوية والمهنية الصحيحة في قناة الشروق الفضائية أكسبها إحترام المشاهد ونيل ثقته :-

أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	أوافق	لا أوافق بشدة

21- الرؤية المستقبلية لقناة الشروق الفضائية:

ما هي رؤيتك المستقبلية لنجاح قناة الشروق الفضائية في نجاح اللغة الإخبارية بإقناع المتلقي بمحتوى الرسالة الإعلامية ؟

قائمة باسماء المحكمين

الاسم	الجامعة	الدرجة
عبدالمولى موسى محمد	افريقيا العالمية	أ.مشارك
صالح موسى علي	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	أ.مشارك











