

الكتابة الإعلامية

DGM123

أ. عبدالفتاح نبيل

المحاضرة الأولى

- اللغة الإعلامية وتأثيرها في التحرير الإعلامي

- الفرق بين التحرير الإعلامي والتحرير الأدبي

- لغة الصحافة ومميزاتها



محتويات

المحاضرة الأولى

اللغة الإعلامية وتأثيرها في التحرير الإعلامي

تكون اللغة الإعلامية لأي وسيلة إعلام جماهيرية مشتقة أساساً من لغة المجتمع الذي تصدر فيه، فاللغة العربية تشكل أساس اللغة الإعلامية التي تستخدمها وسائل الإعلام العربية أو الناطقة بالعربية

ويقول خبراء الإعلام إن اللغة العربية تشكل النبع الأساس الذي يستقي منه الإعلاميون لغتهم الإعلامية وعلى من يأمل أن يكون إعلامياً ناجحاً في المستقبل أن يتقن اللغة العربية إتقاناً تاماً حتى يمتلك أهم أدوات مهنته.

وأكد الخبراء أن الإعلامي الناجح يجب أن يكون قادرًا على استنباط لغة تتناسب مع مميزات وسيلته التي سيعمل فيها، سواء أكانت صحافة مطبوعة أم إذاعة مسموعة أم تلفزيون مرئي أم صحافة إلكترونية.

تطور اللغة الإعلامية والعوامل المؤثرة فيها:

تشكل اللغة الإعلامية عاملاً مهماً من العوامل التي تأثرت بالتطور التقني للوسائل الإعلامية، فأية تغييرات تصيب الفنون التحريرية لابد أن تنعكس على طبيعة العلاقات داخل المضمون التحريري والعكس صحيح أيضاً.

وبالتالي فإن التطورات التقنية وتأثير تطور مميزات وسائل الإعلام دون أدنى شك، وكما تركت أثرها في طبيعة الأسلوب والكتابة والتحرير، تركت أثرها في الأداة التي يتم عبرها فك الرموز اللغوية وهي اللغة الإعلامية.

فالحركة المستمرة التي تسببها طبيعة العمل الإعلامي داخل المؤسسة الإعلامية، سواء أكانت مطبوعة أم مسموعة أم مرئية أم صحافة إلكترونية تؤدي إلى تحركات وتغييرات وتعديلات تطرأ على اللغة التي تكتب بها الفنون التحريرية.

فاللغة الإعلامية هي مادة حية تنمو وتكبر وتذبل فيها فروع وتنمو فروع أخرى كالشجرة، فإن تسارع التطورات واحتدام المنافسة بين الوسائل الإعلامية كان له بالغ الأثر في محاولة الوسيلة الإعلامية، مهما كان نوعها، التفرد والتميز من خلال امتلاكها قاموساً لغوياً متطوراً يعطي الوسيلة طابعها وشخصيتها ويضيف إليها عاملاً مهماً من أهم عوامل النجاح.

ولم يحدث أن جمدت اللغة الإعلامية في وسيلة إعلامية، ورغم أن لغة الصحافة المطبوعة بدأت بداية أدبية بحتة، فكانت اللغة الصحفية هي لغة الأدب وكانت الأخبار الصحفية والمقالات تكتب باستخدام أساليب الجناس والطباق أو على شكل المقامات.

إلا أن مثل هذا النوع من الكتابة الأدبية لم يكن مفيداً في الكتابة للصحف وذلك لوجود فروقات كبيرة بين التحرير الأدبي والتحرير الإعلامي من حيث الطريقة والأسلوب والهدف والنتائج المرجوة.

الفرق بين التحرير الإعلامي والتحرير الأدبي

تدور جدالات وحوارات خلافية بين الإعلاميين المهنيين العرب حول موقع اللغة الإعلامية من اللغة الأدبية، يعتقد البعض أن اللغة الإعلامية هي لغة أدبية إنشائية تستخدم في بعض الأحيان أساليب الخطابة، وهناك من يتحدث عن (لغة وسطى) تجمع بين الفصحى والعامية، وهو اقتراح يسيئ إلى اللغة العربية وينال منها

وهناك فروقات كبيرة تبدو واضحة بين التحرير الإعلامي والتحرير الأدبي، فالتحرير الإعلامي مدعو دوماً إلى الالتزام بقيود ومحددات أهمها البساطة والوضوح والدقة وتحقيق انتقال المعلومات إلى المتلقي بأيسر السبل وأبسطها.

بينما التحرير الأدبي يعتمد على ذاتية متحررة من أي قيد تعتمد على الخيال والبلاغة اللفظية، والمادة الأساسية للتحرير الإعلامي تكون من الواقع الذي يتناسب مع سياسة الوسيلة، بحيث يعتمد على نقل الوقائع الآنية اليومية الجديدة، بينما الكتابة الأدبية لا تلتزم بصرامة الواقع، وإنما قد تتأخر وقد تخط ما هو واقعي بما هو متخيل

ويستمد الإعلامي مادته من صميم الواقع ثم يصيغ هذا الواقع محتضناً الوضع العام والشأن العام، أما الأدبي فإنه يتجول بين الواقع والخيال والحلم لينسج ما يختلط في أعماق الكاتب والشاعر من أحاسيس وانفعالات وأفكار وقيم.

لغة الصحافة ومميزاتها

إن لغة الصحافة هي اللغة السريعة المباشرة العادية الواقعية،
وتتميز اللغة الصحفية عن غيرها من الرموز والنظم الإشارية بأنها
في متناول الجميع؛ فهناك ٣ مستويات للتعبير اللغوي:

١. المستوى التذوقي الفني الجمالي ويستعمل في الأدب والفن

٢. المستوى العلمي النظري التجريدي ويستعمل في العلوم

٣. المستوى العملي الاجتماعي العادي وهو الذي يستخدم في الصحافة

وأهم مميزات اللغة الصحفية هي التبسيط والسلاسة والوضوح والاقتراب الشديد من لغة الحديث الواقعي الحي دون إسفاف أو هبوط إلى العامية، وجاذبية وانسيابية ومرونة تمكّن المحرر الصحفي من إدخال مصطلحات جديدة ومفيدة، واستخدام اللغة العملية التي تعبر عن الحياة والحركة والعمل والإنجاز.

أهم صفات اللغة الصحفية السليمة

السهولة:

- بحيث تكون اللغة المستخدمة في نقل الأحداث والوقائع والأفكار قريبة إلى الفهم وبعيدة عن التعمق.

- لتحقيق سهولة اللغة الصحفية فإن الأمر يتطلب عدم استخدام الألفاظ الصعبة أو العبارات غير المألوفة التي تستخدم في العلوم المتخصصة.
- استخدام عبارات جذابة تجسد المعنى وتوضح الفكرة حتى يتمكن الصحفي من نقل القارئ من جوه الخاص إلى جوه الصحفي.

- البعد عن المحسنات اللفظية، ما لم يقتض السياق العام للنص غير ذلك.
- تطابق الوصف مع الموصوف.
- مراعاة قرب الفاعل من الفعل في بناء الجملة وتراكيبها.
- استخدام المبني للمعلوم، إلا إذا استوجبت طبيعة الجملة استخدام المبني للمجهول.

- عدم تحميل الجملة بالمعلومات أو الأرقام أو البيانات التي تجعل منها جملة طويلة يتوه فيها المعنى.
- البدء بالفعل عند صياغة الجملة؛ لأن الجملة الفعلية تعنى بالحدث أكثر من عنايتها بالمتحدث.

الإيجاز والتركيز :

يعني أن تكون ألفاظ الكلام المكتوب على قدر مضمونه وأهميته،
ولتحقيق التركيز في بناء الجملة فإن الأمر يتطلب:

- البعد عن التعبيرات الإنشائية التي لا لزوم لها.

- دقة العبارة وتماسكها وتجنب التراكم اللفظي ووصول المعلومة للقارئ بسهولة دون التفاف أو إسهاب أو فوضى لغوية.
- قصر الجمل والفقرات، فالصحافة تعتمد على اللغة المضغوطة، أي الإيجاز في التعبير أو الاقتصاد في اللغة.

الوضوح:

لتحقيق وضوح الفكرة فإن الأمر يتطلب:

- البعد عن الرمزية ما لم تقتض الضرورة.
- الفهم الواعي للفكرة، فمن لا يفهم لا يستطيع أن يفهم الآخرين.
- إحداث التوازن بين الكلمات الدالة على الحدث أو المعنى المقصود.

التنوع:

نقصد به تنوع مستويات الأسلوب، وإحداث التنوع فإن الأمر يتطلب:

- تغيير العناصر اللغوية وعدم تكرارها في الموضوع الواحد.

- الانتقال من طريقة إلى أخرى عند عرض الجوانب المختلفة للفكرة أو الموضوع الواحد على حسب طبيعة الفكرة.
- الحذر من الوقوع في الفوضى اللفظية، فالغرض من التنوع ليس مجرد استعراض الألفاظ والعبارات الرنانة، وإنما جذب القارئ.

التشويق:

سمة مهمة وأساسية في اللغة الصحفية بدونها تصبح الصحافة جافة، ولتحقيق هذه السمة ينبغي:

- المحافظة على ترابط أجزاء الفكرة الواحدة.

- المحافظة على تلقائية اللغة، بحيث تتناسب الجمل المكونة للموضوع في سلاسة ولطف
- استخدام الألفاظ الشائعة والبعد عن المترادفات والجمل الاعتراضية واللغة المتكلفة

الألفاظ المستحدثة:

هي سمة تتطلبها طبيعة العمل الصحفي من جراء اتصالها المستمر بوسائل الإعلام الأخرى، ولكثرة استخدامها في الصحف بحيث يشيع استخدامها في وسائل الإعلام الأخرى.

الذروة:

تمثل الخاصية الغالبة في اللغة الصحفية، وهو ما يميز قالب الهرم المقلوب بحيث المهم ذروة الحدث قبل تفاصيله التي تكون أقل أهمية.

الدقة :

فاللغة الصحفية المستخدمة يجب أن تتوخي الدقة بالأسماء والأماكن والصفات.

ولتحقيق صحة اللغة ينبغي على المحرر الصحفي مراعاة ما يلي:

- الاستغناء عن الكلمات الزائدة، كأدوات التعريف التي لا لزوم لها، وظروف المكان والزمان، وأحرف الإضافة وحروف الربط التي لا ضرورة لها كما يجب الاستغناء عن الجمل الطويلة وكل تكرار .
- استخدام الألفاظ البسيطة الصحيحة الواضحة، ما يعني تفضيل استخدام الكلمات القصيرة المألوفة.

- كما ينبغي العناية باستخدام الفعل المضارع، ولا سيما في العناوين وتجنُّب استخدام الألفاظ والعبارات التي تحمل معنيين (حمالة أوجه) أو التباساً في المعنى، أو التي تنطوي على تنافر لفظي ويفضل المبني للمعلوم على المبني للمجهول، كما يجب استخدام المثني في مواضعه الصحيحة فمن الخطأ القول سار على أقدامه أو أغمض عينه.

- يجب ألا تزيد الفقرة في الموضوع الصحفي عن ٤ جمل فقط.
- أن تكون الجملة قصيرة غير طويلة، وافية وتحمل مضموناً يفيد القارئ، ولا يؤدي المعنى، فالجمل الطويلة تثير الملل لدى القارئ، وربما تجعله يفقد المعنى وتدفعه للانصراف عن القراءة.

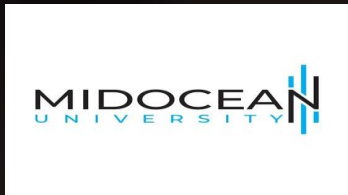
- تنوع استخدام المفردات والتغيير في الأسلوب، فنقل تصريحات طويلة على فقرات يجب معه تنويع الأفعال الدالة عليه، فنستخدم قال ثم أضاف وأوضح وبيّن وأشار بدل أن نستخدم فعل واحد فقط.
- إمكانية استخدام الألفاظ المعرّبة التي انضمت بالتقادم إلى ألفاظ اللغة الإعلامية مثل (كمبيوتر، إنترنت، تلفزيون راديو ديمقراطية استراتيجية ودبلوماسية).

- التأكيد على استخدام إشارات الترقيم، لأنها تقدم خدمات رائعة للنص الصحفي، وأحياناً تغني عن كلمات يمكن أن ترهق الجملة فيمكن الاستغناء عن فعل قال باستخدام (:) والاستغناء عن حرف العطف (و)، بالفاصلة ومعرفة استخدام كل إشارة من إشارات الترقيم.

- الحرص على إظهار اسم الشخصية وصفته في أول الخبر، ولا مانع بعد ذلك من ذكر جزء من اسم الشخصية مع التأكيد على عدم إيراد الأسماء بشكل خاطئ، والتي قد تؤدي إلى مشكلات تعانيها الصحافة بعد ذلك.

الأرقام:

في الصحافة المكتوبة يجب كتابة الأرقام على شكل رقم (١، ٢، ٣، ٤) لأنها تفيد الاختصار والوضوح، وتتيح للقارئ إمكانية التأكد من الرقم لدى وروده.



Thank You

