

عنوان البحث

توظيف المستوى اللغوي والنحوي لتعلمي العربية غير الناطقين بها الراغبين بالعمل الصحفي

ماهر أبو علي<sup>1</sup>

<sup>1</sup> جامعة إسطنبول آيدن، تركيا.

البريد الإلكتروني: maher.ka84@gmail.com

المعرف العلمي: <https://orcid.org/0000-0003-1053-5052>

HNSJ, 2022, 3(6); <https://doi.org/10.53796/hnsj368>

تاريخ القبول: 2022/05/10م

تاريخ النشر: 2022/06/01م

المستخلص

اختصرت في هذا المقال كيفية توظيف المستوى النحوي واللغوي لتعلمي العربية الناطقين بغيرها، والراغبين بالعمل الصحفي والإعلامي، حيث إن هناك مستويات عديدة لا بد للعامل في الحقل الصحفي أن يدركها جيداً، لكن أهمها هو المستوى النحوي واللغوي، فقد وجدت الدراسات السابقة أن أغلب الصحفيين والإعلاميين يعانون بالدرجة الأولى من قواعد النحو، ولأن ضبط الكلمات بشكل خاطئ يقود - بالتأكيد - إلى الفهم الخاطئ للمعلومة المراد إيصالها، فصار التركيز على النحو لازماً وضرورياً أكثر من أي وقت مضى، خاصة مع انتشار وسائل الإعلام وتطورها من التلفزيون والراديو والصحيفة إلى وسائل التواصل الاجتماعي بأنواعها المختلفة. إضافة إلى ذلك، فإن المستوى اللغوي صار مهماً أيضاً، لأننا نعلم جيداً أن الكلمة في اللغة العربية تحمل أحياناً أكثر من معنى، فسلبت الضوء على الفرق بين اللغة الإعلامية واللغة العربية الفصحى، وعلاقتها ببعضهما البعض، لتجاوز الأخطاء التي قد يقع فيها الصحفي أثناء قيامه بعمله وتواصله مع الجمهور.

الكلمات المفتاحية: لغة الإعلام - الكتابة الصحفية - مستويات اللغة.

## RESEARCH TITLE

**EMPLOYING THE LINGUISTIC AND GRAMMATICAL LEVEL OF  
NON-NATIVE ARABIC LEARNERS WHO WISH TO WORK AS A  
JOURNALIST****MAHER ABO ALI<sup>1</sup>**<sup>1</sup> Istanbul aydin University, Turkey.

EMAIL: maher.ka84@Gmail.com

**Scientific identifier: <https://orcid.org/0000-0003-1053-5052>**HNSJ, 2022, 3(6); <https://doi.org/10.53796/hnsj368>**Published at 01/06/2022****Accepted at 10/05/2021****Abstract**

In this article, I summarized how to employ the grammatical and linguistic level of non-native Arabic learners and those wishing to work in the press and media, as there are many levels that the worker in the journalistic field must understand well, but the most important of them is the grammatical level, as most linguists and linguists have found that Primarily from the rules of grammar, and because adjusting words incorrectly leads - of course - to a misunderstanding of the information to be conveyed, so focus on the grammar has become necessary and necessary more than ever, especially with the spread and development of the media from television, radio and newspapers to social media of various kinds.

In addition, the linguistic level also became important, because we know very well that the word in the Arabic language sometimes carries more than one meaning, so it sheds light on the difference between the media language and the classical Arabic language, and their relationship to each other, in order to overcome the mistakes that the journalist may make while doing his work. And his communication with the public.

**Key Words:** Media language - Editing - language levels.

## المقدمة:

تعددت الأهداف وراء اندفاع متعلمي اللغة العربية لغير الناطقين بها، فمنهم من يتعلمها لأغراض عامة من أجل التواصل مع العرب، ومنهم من اندفع إلى تعلم العربية لأغراض خاصة، كالدخول في مضمار تدريس اللغة العربية ونشرها، أو دراسة الدين الإسلامي وتفسير القرآن الكريم وفهم الحديث النبوي الشريف، أو الرغبة بفهم الثقافة العربية وقراءة الكتاب العربي والتاريخ العربي، أو من أجل العمل الدبلوماسي كالمسؤولين والسياسيين الراغبين بالعمل في البلاد العربية وحضور المؤتمرات والندوات، ومنهم من يطمح بالعمل في مجال الصحافة والإعلام باللغة العربية، - والذي سيكون محور بحثي - وغيرها الكثير من الأغراض والأهداف.

فيقبل نوعياً من الطلاب غير الناطقين بالعربية، وهم العاملون في مجال الإعلام كالمذيعين والصحفيين، على دراسة اللغة العربية للأغراض الإعلامية، حيث تركز البرامج التعليمية المعدة لهم على لغة وسائل الإعلام وقواعد النحو بصفة خاصة، بهدف معرفة القدرات الإعلامية الكائنة في التراكيب اللغوية لتمثيل فكرة الإعلام، سواء في اللغة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية. وانطلاقاً من أهمية اللغة في العمل الصحفي، عمدت مؤسسات إعلامية وشبكات إخبارية على تقديم دورات في قواعد النحو والصرف للصحفيين، لتمكينهم من اللغة السليمة التي بها يوصلون رسالتهم إلى الجمهور.

لكن، ورغم كل الدورات المقدمة والدراسات السابقة، برزت المفاجأة الكبرى مع اصطدام أغلب الإعلاميين بقواعد النحو والصرف، نظراً لاستصعابها من وجهة نظرهم، فعندما تنظر إلى كتاب النحو والصرف تكاد تشعر بالتباعد بينك وبينه بسبب كبر حجمه وكثافة معلوماته، إلا أن التبسيط والاختصار بطريقة مشوقة، تجعل الهدف المنشود أقرب وأكثر راحة.

## أهمية البحث:

يشكل البحث لبنة أساسية ترشد الراغبين بالعمل الصحفي والإعلامي إلى كيفية كتابة الخبر الصحفي والتقرير التلفزيوني باللغة العربية وغيرها من الأغراض الإعلامية، بلغة عربية سليمة خالية من الأخطاء، حيث يلبي حاجات المتعلم ويزوده بمهارات هامة في مجالي الصحافة والإعلام، ومستويات اللغة العربية المطلوبة لا سيما اللغوية منها والنحوية.

## أهداف البحث:

1. التعرف على الفرق بين اللغة الإعلامية واللغة العربية الفصحى.
2. وصف ملامح اللغة التي تُصاغ بها الصحافة والإعلام.
3. أهمية قواعد النحو في العمل الصحفي والإعلامي.
4. توضيح المستوى اللغوي اللازم للدخول في المجال الصحفي والإعلامي.
5. كيفية العمل على تطوير مهارة الكتابة في وسائل الإعلام (المرئية - المسموعة - المكتوبة).

**مشكلة البحث:**

تتجلى صعوبة البحث فيما يلي:

1. اختلاف التراكيب اللغوية المستخدمة في وسائل الإعلام المتنوعة (المرئية، المسموعة، المقروءة)، مما يجعل الوقوف على جزئياته أمراً مجهداً.
2. قلة الأبحاث التي تتناول مناهج معينة لمتعلمي اللغة العربية الراغبين بالعمل الصحفي والإعلامي.
3. عدم توفر معاني المصطلحات الإعلامية باللغة العربية وصعوبة تعريبها.

**فرضيات البحث:**

- هناك اختلاف بين استخدام الروابط اللفظية في الإعلام والصحافة، وتلك الروابط المستخدمة في اللغة العربية بشكلها المعياري.
- تشابه خصائص ومميزات التراكيب العربية في الوسائل الإعلامية على مختلف أنواعها ( المرئية - المسموعة - المقروءة).
- هناك علاقة طردية بين امتلاك الصحفي للمخزون النحوي واللغوي وبين إنتاج المحتوى الصحفي.
- يوجد تطابق في الصياغة الخبرية بين الإعلام العربي والإعلام غير العربي.

**أسئلة البحث:**

1. ما هي الصعوبات التي تواجه متعلمي اللغة العربية غير الناطقين بها الراغبين بالعمل الصحفي والإعلامي؟
2. ما هي طبيعة العلاقة بين اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام واللغة العربية في شكلها المعياري؟
3. هل تحقق اللغة العربية الفصيحة جميع غايات الرسالة الإعلامية؟
4. ما هو المستوى النحوي واللغوي المطلوب لمتعلمي اللغة العربية غير الناطقين بها الراغبين بالعمل الصحفي؟

**حدود البحث:**

زمانية: 2022 م

مكانية: تركيا

**منهج البحث:**

اتبع المنهج الوصفي، الذي فرضه طبيعة البحث وأهدافه.

## الدراسات السابقة:

- تعددت الدراسات السابقة التي تحدّثت عن أهميّة اللّغة العربيّة ودورها في العمل الصحفيّ والإعلاميّ، وأذكر منها:
- 1- أجرى الباحث أحمد مصطفى السيّد بحثاً لنيل درجة الماجستير بعنوان "العلاقة بين الصحافة واللّغة وتأثيرها على الكتابة الصحفيّة" عام 1990 م في الجزائر، فتحدّث في البحث عن تأثير اللّغة في تنمية العمل الصحفيّ.
  - 2- أجرت الباحثة حنان إسماعيل أحمد عمايرة بحثاً لنيل درجة الدكتوراة بعنوان "التراكيب الإعلاميّة في اللّغة العربيّة" عام 2004 م، في الجامعة الأردنيّة، تحدّثت في البحث عن مفهوم الإعلاميّة في اللّغة وأهمّيّتها وموقعها من الدرس اللغويّ الحديث.
  - 3- أجرت الباحثة سوسن المقداد رسالة ماجستير بعنوان "تحليل الحاجات اللّغويّة للطلّاب غير المختصّين في اللّغة العربيّة في مواقف الاتّصال اللّغويّ وبناء وحدات مقترحة" في جامعة دمشق عام 2016 م .
  - 4- أجرت الباحثة صبا حيدر رسالة بحث لنيل درجة الماجستير بعنوان "تعليم اللّغة العربيّة لأغراض الإعلام السياسيّ لمتعلّمي اللّغة العربيّة الناطقين بغيرها: دراسة نظريّة وتصميم وحدات تعليميّة" في جامعة دمشق عام 2016 م.
  - 5- أجرت الباحثة سوسن العمري رسالة ماجستير بعنوان "الرّوابط اللّفظيّة في لغة الإعلام لمتعلّمي اللّغة العربيّة الناطقين بغيرها - المستوى المتقدّم - دراسة تحليليّة و برنامج مقترح" في جامعة دمشق عام 2017 م.
  - 6- أجرت الباحثة آلاء عيسى عنوان بحث لنيل درجة الماجستير بعنوان "تحليل احتياجات متعلّمي اللّغة العربيّة للغرض الإعلاميّ من الناطقين بلغات أخرى وتصميم وحدات تعليميّة - المستوى المتقدّم نموذجاً" في جامعة دمشق عام 2017 م.
  - 7- رسالة ماجستير قدّمها الطّالب علي عمر إبراهيم طاحون، في جامعة القدس المفتوحة، بتاريخ 29- 3 - 2022 وكانت بعنوان "التّجديد في لغة الإعلام.. الإعلام الفلسطينيّ أنموذجاً"، وجاءت الرّسالة في ثلاثة فصول، عرّفت الإعلام العربيّ وإظهار المفهوم اللّغويّ والاصطلاحيّ ومعرفة مدى تأثير لغة البرامج المتوّعة في لغة المتلقّي. وخلص الباحث إلى عدد من التّوصيات انبثقت عن نتائج الدّراسة، من أهمّها الحرص على التنمية اللّغويّة لمقدّم البرامج بدورات متقدّمة في اللّغة والتّدقيق اللّغويّ للبرامج المختلفة قبل عرضها على وسائل الإعلام، والعمل على تطوير برامج عديدة تساعد غير الناطق في تعلّم العربيّة وبيان أهمّيّتها في المجتمعات الأخرى.

## مفهوم اللّغة

عرّف كثيرٌ من اللّغويين والباحثين اللّغة، فذهبوا إلى تعريفاتٍ شتّى، لكنّ معظمهم اجتمعوا على أنّها رموزٌ وإشارات وأداة من أدوات المعرفة التي تشترك في التفاهم والاحتكاك بين البشر، فهي ترتبط بالتّفكير ارتباطاً وثيقاً، ومنها تُصاغ الأفكار ضمن قالب لغويّ معيّن، لذلك فاللّغة تتطور من خلال اكتساب مفردات جديدة وأفكار جديدة قابلة للتطور أيضاً. وقد عرّف ابن جنّي في الخصائص بأنّ "اللّغة أصواتٌ يعبر بها كلّ قوم عن أغراضهم"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> ابن جنّي، أبو الفتح عثمان، الخصائص، ج1، تحقيق محمد علي النجار، ص23.

وفي دائرة المعارف الأمريكية، جاء تعريف اللغة على أنّ "اللغة يمكن تحديدها بأنها نظام من المعلومات الصوتية الاصطلاحية"<sup>2</sup>. وعلى ضوء تعريف ابن جنّي، قامت دراسات اللغة على أنّها أصوات منطوقة وليست حروفاً مكتوبة، ينطقها البشر كأعضاء في مجموعة اجتماعية ومشاركين في ثقافتها، فوظائفها تشمل التواصل والتعبير عن الهوية واللعب والتعبير التخيلي والعاطفة.

أمّا في رأي علماء الغرب، فقد عرّفها دوسيسير بأنها كل ما يمكن أن يدخل في نطاق النشاط اللغوي، من رمز صوتي أو كتابي أو إشارة، أي أنّ اللغة تعني الكيان العام الذي يضمّ النشاط اللغوي الإنساني في صورة ثقافية منطوقة أو مكتوبة معاصرة أو متوارثة<sup>3</sup>.

يقول الدكتور إبراهيم أنيس تحت عنوان "نشأة الكلام": "لم يظفر بحث من البحوث اللغوية بقدر وفير من التأمل والتفكير مثل الذي ظفرت به نشأة اللغة، ومع هذا، فقد كانت النتيجة دائماً سلبية، ولم يهتد الباحثون بعد كلّ ما بذلوه من جهد، إلى رأي يجمعون عليه أو يطمنون إليه، ففي كلّ العصور - ومنذ الحضارة الإنسانية القديمة - والعلماء لا ينقطعون عن البحث في نشأة الكلام وأصله، ويفترضون في هذا الفروض، حتى أوائل القرن العشرين، حين بدأ العلماء ينصرفون عن هذا الفرع من البحث ويرون أنّه من مسائل ما وراء الطبيعة، وأن لا جدوى من الاستمرار فيه"<sup>4</sup>

### اللغة الإعلامية

اللغة الإعلامية هي الأداة التي تستعملها الوسائل الإعلامية بشتى أنواعها، لينقل بها الصحفي ما يريد إيصاله إلى الجمهور، فهي تكمن بين العامية والفصحى، لذلك فقد عرّفها علماء الاتصال والإعلام بأنها "اللغة التي يتمّ من خلالها التواصل والاتصال مع الجماهير كافة"<sup>5</sup>. فهي لغة تتّصف بالوضوح، يفهمها عامة الجمهور، دون التعمق في الكلمات الصعبة، لكن بنفس الوقت تتّصف بالجادبية بحيث تولّد عنصر التشويق لدى المتلقي، وينبغي أن تكون مواكبة للتطور الذي يطرأ على المجتمع، خاصّة وأنّ الجمهور يواكب هذا التطور ويريد أن يعرف من خلال وسائل الإعلام ما الذي يحدث ويجري باستمرار.

لا شك أنّ اللغة كانت وما زالت محطّ اهتمام العديد من ميادين الفكر، لكن دورها الوظيفي يختلف باختلاف الميدان، فهي قد تكون أداة تعبير، أو أداة توصيل لنقل الأفكار، ومن هنا نشأت اللغة الإعلامية، تلك اللغة التي اتّسمت بالديناميكية، نظراً لتطورها المستمر، فهي الإطار الذي يصل إلى بناء المنتجات الإعلامية ومناقشة الطرق التي تنقل بها وسائل الإعلام المعنى إلى الجماهير.

تتمثّل طرق عمل لغة الإعلام في نقل المعنى من خلال الإشارات والرموز المقترحة من خلال طريقة إعداد المشهد وتصويره، فالإشارات والرموز في النصوص الإعلامية متعدّدة المعاني، مما يعني أنّها منفتحة على العديد

<sup>2</sup>الزاجحي، عبده، فقه اللغة، دار المعرفة الجامعية، ط 1، ص16.

<sup>3</sup>شاهين، محمد توفيق، علم اللغة العام، ط1، ص16.

<sup>4</sup>أنيس، د.إبراهيم، دلالة الألفاظ، ط 2، ص13.

<sup>5</sup>السيد، محمد نادر، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة

من التفسيرات. ولكل وسيلة إعلامية لغتها الخاصة، التي تستخدمها لتوصيل المعنى، فالتلفزيون يستخدم اللغة اللفظية والمكتوبة، أما الإذاعة فتستخدم الصوت فقط لأنها تخاطب حاسة السمع، أما الصحيفة فتستخدم لغة الكتابة والصورة فهي تخاطب حاسة البصر.<sup>6</sup>

### تعددية المعاني في اللغة الإعلامية

يعرف جيداً كل من يعمل في الحقل الصحفي والإعلامي أن سلاح الصحفي الأقوى هو اللغة، لأن عدم توظيف مفرداتها بشكل صحيح يُفسد الرسالة الإعلامية أو الصحفية ولن تتحقق الأهداف المطلوبة، خاصة مع تعدد المعاني للكلمة الواحدة، فمثلاً، كلمة (وقف) لها معانٍ متعددة، فقد يكون معناها، توقف عن المشي، أو وقف على رجله، أو هو بدون حركة.. إلخ. وعلى الصحفي أن يُحسن استخدام الكلمة في الموضع الذي لا يمكن أن يقدم إلا المعنى المراد إيصاله إلى المتلقي.<sup>7</sup>

### معايير المادة اللغوية لمتعلمي العربية من غير الناطقين بها بغرض الإعلام:

هناك أنماط لغوية معينة ينبغي التركيز عليها لمتعلمي العربية بغرض الإعلام، ومنها:

أولاً - المعيار النفسي: يتمثل بالدوافع النفسية التي تحرك الطلبة وتدفعهم إلى العلم، ولا بد للمحتوى أن يكون مناسباً للحقائق البيئية للطلاب غير الناطقين بالعربية، والتركيز على ميول الطالب واتجاهاته وخبراته.

ثانياً - المعيار الثقافي: الثقافة تمثل منهج حياة الناس وعاداتهم وتقاليدهم وأفكارهم، والمادة اللغوية هي الأداة التي تقدم صورة صادقة عن تلك الحياة بمختلف أنواعها من خلال توظيفها في الإعلام والصحافة، وبالتالي لإغن المادة اللغوية لا بد أن تحاكي الثقافة العربية في مختلف البلدان العربية، لكن ذلك لا يعني أن تهمل الثقافات الأخرى، خاصة في المجتمع الأجنبي الذي يتعلم أبناؤه اللغة العربية، فهناك كثير من المجتمعات غير العربية لديهم معلومات مغلوطة عن المجتمعات العربية، بالتالي لا بد من تصحيحها في أذهان الطلبة غير الناطقين بالعربية.

ثالثاً - المعيار التربوي: يجب مراعاة الجانب التربوي في انتقاء المفردات والتراكيب اللغوية التي تُعتبر أساس العمل الصحفي والإعلامي. وقد وضع الباحثون في هذا المجال مجموعة من المبادئ والشروط التربوية التي يجب مراعاتها، ولعل من أبرزها، ضبط المفردات، والاحتفاظ بالنصوص الأصلية.

رابعاً - المعيار اللغوي: وهو العنصر الأهم من حيث التركيز على بنية الكلمة والتراكيب والنظام الصوتي والنظام الدلالي، لذلك فعند اختيار المادة اللغوية يجب الابتعاد عن القواعد الغامضة أو الصعبة أو القليلة الاستخدام أو ما

<sup>6</sup> شرف، عبد العزيز، اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت، ص12.

<sup>7</sup> أحمد، عماد، اللغة الإعلامية، مقالة، دنيا الوطن، 2009 م.

<https://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2009/12/10/182243.html>

يدخل في إطار تعقيدات النحو، الذي قد يجعل الطلاب ينفرون من تعليم قواعد النحو والصرف، بل يجب تقديم المادة بلغة سليمة فصيحة.<sup>8</sup>

### أهمية دراسة قواعد النحو في الصحافة والإعلام

تعتبر القواعد العمود الفقري لأي لغة من اللغات، وليس العربية فحسب، فالقواعد هي القوالب التي تمكننا من التعبير عن مشاعرنا وأحاسيسنا التي نريد نقلها للآخرين، لكنها سلاح ذو حدين في الوقت ذاته، فبقدر أهميتها إلا أنها تكاد تكون السبب في فشل العمل الإعلامي والصحفي، إن لم نحسن استخدامها، حيث أشارت دراسات إلى أنّ هضم القواعد يؤدي إلى إتقان المهارات اللغوية بصورة جيدة.

وتتعلق أهمية القواعد في مجال الصحافة من كون الصحفيين يلعبون دوراً مهماً وحاسماً في مجال الاتصال مع الآخرين، فاستخدام القواعد النحوية وتوظيفها بشكل صحيح تسهل على الجمهور معرفة الحقائق الواضحة الخالية من العيوب، خاصة وأنّ الخطأ النحوي قد يتسبب في بعض الأحيان بتفسيرات خاطئة لما يحاول الصحفي أو الإعلامي نقله إلى القراء.<sup>9</sup>

### الأسلوب التحريري في اللغة العربية

تركز وسائل الإعلام العربية على استخدام اللغة العربية في الإطار العام، ومن المهم أن تكون اللغة بسيطة وواضحة ومختصرة، كي يستطيع المشاهد والمستمع والقارئ فهم ما يقال، كما ينبغي الابتعاد عن الجمل الطويلة لأنها تنفر الجمهور، ولا بدّ من التأكيد على ضرورة الالتزام بقواعد النحو والصرف، والاتساق في اللغة والأسلوب.<sup>10</sup>

### فنون الصياغة الصحفية في اللغة العربية

الأصل في اللغة العربية هو البدء بالفعل، ولا يُقدّم الاسم إلا إذا كان هناك سبب بلاغي يقتضي ذلك،<sup>11</sup> فعبارة "صرح الرئيس الأمريكي" جملة تقريرية، أما "الرئيس الأمريكي صرح"، فالغرض منها هو تأكيد أنّ الرئيس الأمريكي هو الذي صرح، وليس رئيس أو مسؤول آخر، ولذلك قدّمنا الاسم على الفعل نظراً لأهميته. ولا بدّ من الإشارة إلى ألفاظ التوكيد مثل: (نفس، كل، ذات) وغيرها، تأتي بعد الحدث المؤكّد وليس قبله، فنقول: "أكد الأمر نفسه" وليس "أكد نفس الأمر". كما يُستحسن دائماً التقليل من استعمال الأسماء الموصولة مثل (الذي) و(التي)، لأنّ في ذلك إطالة للجملة، والإطالة أمرٌ غير مستحبّ في الصياغة الإخبارية.

<sup>8</sup> الفارسي، د. حسين، معهد الجزيرة للإعلام

<https://learning.aljazeera.net/ar/node/1028>

<sup>9</sup> حذاد، نبيل، في الكتابة الصحفية، جامعة البتراء، عمّان، الأردن، ط1، 1999 م.

<sup>10</sup> شرف، عبد العزيز، علم الإعلام اللغوي، مكتبة لبنان، بيروت، لبنان، 2000 م.

<sup>11</sup> عمارة، حنان إسماعيل، التراكيب الإعلامية في اللغة العربية، دار وائل للنشر، عمّان، الأردن، 2001 م.



## العنوان الصحفي

عند كتابة أي خبر أو مقال في صحيفة أو جريدة، فإن الاهتمام الأول ينصب على العنوان حيث تقع عليه عين القارئ في الدرجة الأولى، وهو مفتاح الدخول إلى الخبر أو المقال، وهنا يجب التنبيه إلى أن العنوان عبارة عن مجموعة من الكلمات غالباً تكون بين (6-12) كلمة، تؤدي مجموعها معنى معيناً، ويعمل على جذب القراء إذا أحسن الكاتب صياغته، ولذلك يجب أن يبدأ العنوان باسم ويُستخدم فيه الفعل المضارع غالباً. مثال: (الرئيس التركي يستقبل نظيره الروسي في أنقرة).<sup>12</sup>

## أهم الأبواب النحوية في لغة الصحافة والإعلام

لا شك أن علم النحو واسع جداً، وليس بوسعنا الحديث عن كل أبوابه في هذا المقال، ولكن سنركز - قدر المستطاع - على بعض الأبواب المهمة التي لا غنى عنها في الحقل الصحفي والإعلامي<sup>13</sup>

## 1- التّعريف والتّكبير

ينبغي توخي الحرص في استخدام (أل) التّعريف لأن استخدامها في غير موضعها قد يضر بالمعنى، على سبيل المثال هناك فارق كبير بين القول: "مواطنون عرب يشاركون الأترك فرحتهم بعيد السيادة الوطنية"، مقارنة بالقول: "المواطنون العرب يشاركون الأترك فرحتهم بعيد السيادة الوطنية"، فالجملة الأولى تعني بعض المواطنين العرب - وليس جميعهم - يشاركون الفرحة، أما الصياغة الثانية تعني أن المواطنين العرب جميعهم يشاركون الفرحة.

## 2- المبتدأ والخبر

يبدأ العنوان الصحفي باسم، وبالتالي فإن متعلم العربية لغرض الإعلام يجب أن يعرف الجملة الاسمية وحالاتها، وحالات المبتدأ والخبر، وقد اشترط النحويون أن يكون المبتدأ معرفة أو ما قارب المعرفة من النكرات، كما تحدثوا عن أحكام المبتدأ، وأنواعه، ثم عكفوا على الخبر وأنواعه الثلاثة (مفرد، جملة، شبه جملة)، ثم بينوا حالات تعدد الخبر، إضافة لجواز تقديم الخبر على المبتدأ ووجوبه، وكذلك حذف الخبر، فالجملة الاسمية (المبتدأ والخبر) في اللغة الإعلامية تحتل المركز الأول من بين التراكيب الإعلامية.

## 3- الجملة الفعلية

نحن نعلم أن أزمنة الفعل ثلاثة (ماضي، مضارع، أمر) ولكل زمن وظيفته، ولكن لا بد أن يكون الفعل في العنوان الصحفي مضارعاً، ولا يصح استعمال الماضي، لدلالة أن المضارع يدل على الزمن الحاضر، وبالتالي لكي يشعر القارئ أنه بحاجة فعلاً ليقراً هذه المادة الصحفية الآن، مثلاً: الجيش التركي يستهدف الإرهابيين عند الحدود التركية العراقية، فهنا الفعل المضارع (يستهدف) يدفع المتلقي لقراءة الخبر ومعرفة تفاصيله، فهو يدل على حدثٍ معاشٍ للقارئ ومزامنٍ لوقته. أما إذا بدأنا بالخبر الصحفي فلا بد من البداية بفعلٍ ماضٍ يكون وقعه قوياً على

<sup>12</sup> عزّام، إسماعيل، هندسة العنوان في البناء الصحفي، مقالة، معهد الجزيرة للإعلام

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/579>

<sup>13</sup> محمود، خليل، إنتاج اللغة في النصوص الإعلامية، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، 2009م

الأذن أو الذهن، فمثلاً نقول: (أكد وزير الصحة التركي شفاء 20 ألف حالة من فيروس كورونا) وأيضاً للفعل الأمر استعماله في الإعلام.. ولذلك لا بدّ لمتعلم اللغة العربية بغرض الإعلام والصحافة أن يتعرّف على أنواع الأفعال الثلاثة ومعانيها وحالات بنائها وإعرابها.

#### 4- المبني للمجهول والمبني للمعلوم

يستخدم الفعل المبني للمعلوم في الصياغة الإخبارية، لأنه أكثر مباشرة، ولا يُستخدم المبني للمجهول إلا استثناءً. فلا يصحّ أن يُقال مثلاً: "وهو الأمر الذي حدّد من قبل الحكومة التركية" فالصحيح أن يُقال: "وهو الأمر الذي حدّته الحكومة التركية"، وهذا الأسلوب أكثر رشاقَةً وأسهل في الأداء.

#### 5- الجملة الخبرية والجملة الإنشائية

لأنّ الإعلام يحمل رسالةً معيّنة يُراد بها الوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور، فلا بدّ من استخدام الجمل المعبرة والموجبة بغرض طلب شيء أو التعبير عن انفعال أو فرح أو حزن أو أيّ مشاعر أخرى، ومن هنا وجب على متعلم العربية بغرض الإعلام أن يعرف الفرق بين الجمل الخبرية والجمل الإنشائية وأغراض كلّ منها.

#### 6- الجملة الاعتراضية

تخدم الجملة المعترضة في حقل الإعلام وظائف عديدة منها: تأكيد الكلام وتقوية المعنى، تقرير الكلام وثبوته، التخصيص والثناء، البيان والدعاء وغيرها من الوظائف، ومن هنا وجب على الراغبين بالدخول في العمل الإعلامي أن يعرفوا جيداً الجملة المعترضة ومواضعها، سواء بين الفعل وفاعله أو الفعل والمفعول به، أو بين المبتدأ والخبر، أو بين القسم وجوابه، أو بين الشرط وجوابه، أو بين الصفة والموصوف،.. إلخ.

#### 7- الضمائر

يحتلّ الضمير عدداً كبيراً من المواطن الإعلامية، ومنها، ضمير الفصل الذي يؤكّد ما قبله، وضمير الشأن الذي يأتي في صدر الجملة الخبرية ويدل على استعظام الحدث الإعلامي، والضمائر المتصلة التي تُستخدم في المقالات الإعلامية بشكل كبير، حتّى أنّ المتلقّي يشعر وكأنّ الضمير فعلاً يحمل القضية والمعنى التي يريد الصحفي إيصالها إلى الآخرين. وينبغي التنويه إلى أنّ الضمير يعود على ما قبله، وليس على ما بعده، فالصيغة التالية خطأ: "في تصريحه إلى تلفزيون الشرق، قال رئيس الائتلاف المعارض" الصحيح القول: "في تصريح إلى تلفزيون الشرق، قال رئيس الائتلاف المعارض". والاستثناء الوحيد لهذه القاعدة هو لفظ الجلالة.

#### 8- البدل

يختصّ البدل بنمط من الإعلام، ويتمثّل في أنّ الكاتب أو المتكلم يرغب أحياناً بالتوقّف عند اسم معيّن أو جملة، فيرى أنّ ذكر أحدهما لم يفِ بالغرض المطلوب، ويشعر أنّ هناك حاجةً لتفصيل المزيد حول هذا الاسم أو تلك الجملة وربما يرى أنّه لا حاجة للتفصيل، فيأتي بالبدل مبيّناً أنواعه وتقسيماته، ليوضّح وجهاً من وجوه الإعلام في العربية، ووسيلةً من وسائل المتحدّث في الإبراز والتنويه والتوضيح، وكلّها مفاهيم شديدة الصلة بالإعلام.

## 9- العدد

وهذا من أهم البنود والمعارف التي يجب أن تتوفر في متعلم اللغة العربية بغرض العمل في الصحافة والإعلام، خاصةً وأنه لا يكاد يمرُّ خبرٌ إلا ويحتوي على أعدادٍ وأرقامٍ وأعوام، فيجب التعرف جيداً على حالات العدد وتذكيره أو تأنيثه، وتعريفه أو تنكيهه، وغير ذلك من أحكام العدد.

## 10- الممنوع من الصّرف

وهذا بندٌ مهمٌ للمذيعين، لا سيّما وأنَّ أغلبهم يُلحقون التّنوين بهذا الاسم، فيقول أحدهم: (فصائلٌ متعددةٌ تستعدّ للقتال إلى جانب عناصر الجيش) فكلمة (فصائل) مثلاً ممنوعة من الصّرف ولا يجوز تنوينها، ولذلك وجب لمتعلمي اللغة العربيّة أن ينتبهوا جيداً إلى الممنوع من الصّرف وأنواعه وأسبابه وأوزانه.

## 11- قواعد الجمع والتذكير والتأنيث

إنَّ معرفة قواعد جمع الكلمة العربيّة وتذكيرها وتأنيثها مهمّةٌ جدّاً في الصحافة، لا سيّما مع كثرة الأخطاء الشائعة التي تغزو المواقع الإعلامية.

## 12- همزتا الوصل والقطع

الهمزة هي واحدةٌ من أكثر الأخطاء شيوعاً في الكتابة، طبقاً لعدّة دراسات أجريت على مواقع إخبارية عربيّة، ولعلَّ السبب في ذلك يعود إلى الجهل بأنواعها وقواعد كتابتها.

## 13- استخدام علامات التّرقيم

إنَّ استخدام علامات التّرقيم بمواضعها الصحيحة يجعل المذيع أكثر جرأةً وأناقةً في تقديم مادّته، وكذلك تساعد القارئ في الصحافة المكتوبة على إيصال الفكرة بشكل أوضح وأسهل، نظراً لأنَّ لكلِّ علامة ترقيم دلالة معيّنة.

## تطوير مهارة الكتابة في وسائل الإعلام المكتوبة

العمل الصحفي قد يكون كتابياً أو مسموعاً أو مرئياً، ولكن ينبغي على الراغبين بالعمل في الصحافة المكتوبة، تطوير مهاراتهم الكتابية عن طريق القراءة الكافية للكتاب العربيِّ بكلِّ أنواعه،<sup>14</sup> والاعتماد على التّسويد والتّبييض، مع توظيف قواعد النّحو التي تعلّمها الطّالب، وتكوين مخزون جيّد من الأفعال والصفات التي تحمل الكثير من المشاعر والأحاسيس، إضافةً لتكوين المفردات والتّراكيب وأدوات الرّبط مثل حروف العطف والجرّ والشّرط والاستفهام وغيرها.<sup>15</sup>

<sup>14</sup>سرميني، محمد أنس، اللغة العربيّة الفصحى في الإعلام العربيّ المعاصر، قراءة تحليليّة، دار النور اللبنانيّة، ط1، بيروت، 2014 م.

<sup>15</sup>كرم، جان، مدخل إلى لغة الإعلام، دار الجيل، ط2، بيروت، 1992 م.

## الخاتمة

من خلال دراستي لهذا البحث، توصلت إلى نتيجة مهمة، مفادها أن علم النحو والصرف يرتبط بالصحافة والإعلام ارتباطاً وثيقاً، من حيث التعبير عن فكرة أو حدث ما ومن ثم نقلها إلى الجمهور بأبهي صورة، وبالتالي فإن دراسة الجوانب النحوية للتركيب الإعلامية تعتبر الأكثر شيوعاً في استخدام اللغة الإعلامية، والتي من شأنها أن تُبرز المعنى وتُظهره بشكلٍ أوضح وأدق من خلال استخدام اللغة الواضحة والبسيطة، فالصحفي يحتاج عدّة مهارات على رأسها قواعد النحو والصرف لكي يؤدي رسالته بصدق وأمان.

## التوصيات

1- التأكيد على أهمية تمسك الإعلام بالمستوى اللغوي الفصيح، لأنّ مع انتشار الصحافة ووسائلها بشكل واسع، باتت المخاوف أكثر من قبل حول ضعف اللغة العربية وهيمنة اللهجات العامية، والتي يلعب الإعلام فيها دوراً مهماً في ذلك.

2- العمل على تصحيح بعض الأخطاء اللغوية والنحوية والصرفية والإملائية التي تغزو كثيراً من وسائل الإعلام، حتى أنها صارت جزءاً من عمل عدّة مؤسسات إعلامية، وهذا يكون من خلال التأكيد على أهمية مقررات اللغة العربية في كليات الإعلام، وذلك بهدف تخريج صحفيين وإعلاميين قادرين على التعبير والقراءة والكتابة بلغة عربية سليمة خالية من الأخطاء النحوية والصرفية والإملائية واللغوية.

3- تأليف كتب تؤكد على مستويات اللغة العربية المطلوبة للصحفي والإعلامي مع التركيز على المستوى النحوي والإملائي، إضافة للتعاون بين مراكز الأبحاث اللغوية وتكثيف الجهود في تطوير المستوى اللغوي الإعلامي.

4- ضرورة التخلّص من الكلمات الأجنبية الدخيلة إلى لغة الإعلام العربي، وذلك من خلال العمل على تعريبها، وإلا فالخطر يهدد اللغة العربية الفصيحة خاصة مع انتشار وسائل الإعلام على مختلف أنواعها وأشكالها ووسائلها، فقد باتت في متناول الجميع، وهذا الخطر لا بدّ من العمل على تداركه.

## المصادر والمراجع

- (1) ابن جنّي، أبو الفتح عثمان، الخصائص، ج1، تحقيق محمد علي النجار، ص23.
- (2) الزجاجي، عبده، فقه اللغة، دار المعرفة الجامعية، ط 1، ص16.
- (3) شاهين، محمد توفيق، علم اللغة العام، ط1، ص 16.
- (4) أنيس، د. إبراهيم، دلالة الألفاظ، ط 2، ص13.
- (5) السيد، محمد نادر، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة
- (6) شرف، عبد العزيز، اللغة الإعلامية، دار الجيل، بيروت، ص12.
- (7) أحمد، عماد، اللغة الإعلامية، مقالة، دنيا الوطن، 2009 م.

<https://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2009/12/10/182243.html>

(8) الفارسي، د. حسين، معهد الجزيرة للإعلام

<https://learning.aljazeera.net/ar/node/1028>

- (9) حدّاد، نبيل، في الكتابة الصحفيّة، جامعة البتراء، عمّان، الأردن، ط1، 1999 م.
- (10) شرف، عبد العزيز، علم الإعلام اللّغويّ، مكتبة لبنان، بيروت، لبنان، 2000 م.
- (11) عمايرة، حنان إسماعيل، التراكيب الإعلاميّة في اللّغة العربيّة، دار وائل للنشر، عمّان، الأردن، 2001م.
- (12) عزّام، إسماعيل، هندسة العنوان في البناء الصحفي، مقالة، معهد الجزيرة للإعلام

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/579>

- (13) محمود، خليل، إنتاج اللغة في النصوص الإعلامية، الدار العربية للنشر والتوزيع ، ط1، 2009م
- (14) سرميني، محمد أنس، اللّغة العربيّة الفصحى في الإعلام العربيّ المعاصر، قراءة تحليليّة، دار النور اللبنانيّة، ط1، بيروت، 2014 م.
- (15) كرم، جان، مدخل إلى لغة الإعلام، دار الجيل، ط2، بيروت، 1992 م.