



LARBI TEBESSI – TEBESSA UNIVERSITY
UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA-

جامعة العربي التبسي - تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الإعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية
الشعبة: إعلام واتصال
التخصص: سمعي بصري

العنوان: اللغة الإعلامية في الفضاءات العربية
دراسة تحليلية لشريط الأخبار لبعض القنوات الإخبارية.

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل.م.د "
دفعة: 2020

إعداد الطالب: دهام علاء الدين إشراف الدكتور: طبي منير

جامعة العربي التبسي - تبسة
لجنة المناقشة:
Universite Larbi Tebessi - Tébessa

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
قراد راضية	أستاذة محاضرة -أ-	رئيسا
طبي منير	أستاذ محاضر -أ-	مشرفا ومقررا
معمر ربوح	أستاذ مساعد -أ-	عضوا ممتحنا

- شكر و عرفان -

الحمد لله رب العالمين والصلوة والسلام على سيدنا محمد وأصحابه أجمعين ومن تبعهم لإحسان إلى يوم الدين.

وبعد نتقدم بالشكر إلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع الذي هو ثمرة خمس سنوات من الكفاح.

ونخص بالشكر والتقدير الأستاذ المحترم طي منير الذي لم يتخل علينا مما أعطاه الله من علم ونسأل الله أن يسد خطاه.

وأقدم أسمى التحيات إلى أمي وأبي وإخوتي وأبناء إخوتي الذين لم يقصروا في إزعاجي طيلة أيام الدراسة.

وفي الأخير أقدم تحية الوفاء لأصدقاء النضال في الإقامة الجامعية وأصدقاء الدراسة والشكر موصول إلى كل من علمنا حرفاً.

- ونحمد الله على كل حال -

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
--	شكر وتقدير
--	فهرس المحتويات
--	فهرس الجداول
أ	مقدمة
الفصل الأول: الجانب المفاهيمي والمنهجي للدراسة	
02	أولا الجانب المفاهيمي
02	1- تحديد إشكالية وتساؤلات الدراسة
04	2- أسباب اختيار الموضوع
05	3- أهمية الدراسة
05	4- أهداف الدراسة
06	5- الدراسات السابقة
18	6- تحديد مفاهيم الدراسة
20	7- المدخل النظري للدراسة
22	ثانيا الجانب المنهجي للدراسة
22	1- منهج الدراسة
23	2- مجتمع البحث والعينة
24	3- أدوات جمع البيانات
29	4- مجال الدراسة

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

31	1- عرض وتحليل البيانات
51	2- نتائج الدراسة
51	- نتائج الدراسة الجزئية
56	- نتائج الدراسة العامة
58	خاتمة
60	قائمة المصادر والمراجع
--	الملاحق
--	الملخصات

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	البيانات الأساسية عن وحدات الشريط الإخباري المراد تحليلها.	31
02	نوع المواضيع في الشريط الإخباري.	32
03	وظائف اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري.	33
04	سمة قصر الألفاظ والعبارات في اللغة الإعلامية.	34
05	سمة الإيناس في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري.	35
06	سمة تكرار الألفاظ والأرقام في اللغة الإعلامية.	36
07	وضوح اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري.	37
08	الجاذبية في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري.	38
09	طول الجمل في الأخبار الواردة في الشريط الإخباري.	39
10	مصادر الأخبار في الشريط الإخباري.	40
11	الشخصيات الفاعلة في الشريط الإخباري.	41
12	النطاق الجغرافي للأخبار الواردة في الشريط الإخباري.	42
13	أشكال الإبراز في الشريط الإخباري.	44
14	مستويات اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري.	46
15	التراكيب اللغوية في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري.	47
16	زمن الشريط الإخباري	48
17	علامات الوقف والترقيم في اللغة الإعلامية.	50

المقدمة

المقدمة:

تشهد وسائل الإعلام في وقتنا الحالي تطورا مستمرا يكاد لا يتوقف والذي أثر على مختلف المجالات المتعلقة بهذا الميدان من صحافة، راديو وتلفزيون وغيرها ونظرا لهذا التطور الحادث ظهر ما يسمى بالبحث الفضائي في الدول التي سبقت في التطور ومن ثم انتقل إلى دول العالم العربي وغيرها من الدول النامية لتحمل معها التغيير في أنماط العمل الإعلامي كافة بالرغم من أن الفضائيات تحقق الفائدة والمعرفة بالنسبة للجمهور العربي وغيره من ترفيه ومعرفة للمعلومات والأخبار، واكتساب بعض المفاهيم الجديدة فيما يخص اللغة والتواصل اليومي.

بالحديث عن اللغة في الفضائيات العربية التي هي واحدة من المحطات التي مرت بها اللغة أو ما يسمى باللغة الإعلامية التي قطعت شوطا كبيرا من أجل الوصول إلى هذه المرحلة باعتبارها تشهد هي الأخيرة تغير مستمرا ونخص بالذكر اللغة العربية أي اللغة الإعلامية أو كما يسميها البعض اللغة الثالثة حيث اكسبها الاعلام اسمه ولها عدة تسميات اخرى، وتخضع للغة الإعلامية إلى عدة عوامل منها القائم بالاتصال والوسيلة. وبالرجوع إلى الوسيلة نستطيع القول ان اللغة الإعلامية في الفضائيات ظاهرة لغوية أحدثت الكثير من الزخم بالنسبة للغة العربية وتم استخدامها بشكلها العام والفصح في جميع برامج هذه الفضائيات مما خلق شبه صراع في المستويات اللغوية وهذا الصراع ليس وليد الساعة بل هو نتاج تطور منذ بدايته وسائل الاعلام بدافع استقطاب جميع شرائح الجمهور المتلقي لأنه يتكون من طبقات مختلفة المستويات التعليمية والفكرية عن طريق تبسيط الالفاظ في مختلف البرامج والنشرات الإخبارية وتم استخدام اللغة الإعلامية في أصغر الأعمال الإخبارية أو التلفزيونية وصولا إلى الشريط الإخباري الذي هو واحد من التطورات الملموسة في الفضائيات التلفزيونية

المقدمة

خصوصا في عالمنا العربي ويعتبر أصغر جوانب الخدمة الإخبارية حيث يحتل مكانا أسفل الشاشة وهو مستمر طيلة اليوم والذي بدوره يحتاج إلى نوع من اللغة الإعلامية تتلاءم مع خصائصه.

سنحاول في هذه الدراسة التعرف على مواصفات اللغة الإعلامية من خلال دراستنا الوصفية التحليلية للغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناه الشروق الإخبارية كنموذج، وتم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين رئيسيين حيث تطرقنا في الفصل الاول إلى الإطار المنهجي والمفاهيمي أما في الفصل الثاني من هذه الدراسة تطرقنا إلى الجانب التطبيقي من الدراسة التحليلية، وبالرجوع إلى الفصل الاول حيث تناولنا فيه الجانب المفاهيمي للدراسة وقد تم تحديد معظم الإجراءات المتعلقة بهذا الجانب والمكونة من تحديد إشكالية الدراسة، وتحديد التساؤل الرئيسي للدراسة، والتساؤلات الفرعية، وأسباب اختيار الموضوع ثم أهمية الدراسة وأهدافها، وصولا إلى الدراسات السابقة والمثابفة يليها تحديد أهم مصطلحات الدراسة وهي كالتالي الفضائيات العربية، اللغة الإعلامية اللغة الإعلامية السمعية البصرية، التعريف الإجرائي لها، والشريط الإخباري وتعريفه الإجرائي وفي الأخير المدخل النظري للدراسة. أما بالنسبة للجانب الثاني فقد تم فيه تحديد الإطار المنهجي للدراسة والمكون من المنهج المستخدم ومجتمع وعينة الدراسة ثم أدوات جمع البيانات التي تم فيها تحديد وحدات وفئات التحليل، وأخير تحديد مجال الدراسة.

أما الفصل الثاني من الدراسة فقد تضمن عرض البيانات المتحصل عليها من الدراسة التطبيقية المتمثلة في تحليل شريط الأخبار لقناه الشروق الإخبارية يليها تحليل لهذه النتائج وفي الأخير تم التعرض إلى أهم النتائج في الدراسة، والإجابة على تساؤلات الدراسة ثم النتيجة العامة للدراسة وخاتمه في الأخير قائمه المراجع والملاحق الخاصة بالدراسة والملخص.

الفصل الأول: الجانب المفاهيمي والمنهجي للدراسة

أولا الجانب المفاهيمي.

1- تحديد إشكالية وتساؤلات الدراسة.

2- أسباب اختيار الموضوع.

3- أهمية الدراسة.

4- أهداف الدراسة.

5- الدراسات السابقة.

6- تحديد مفاهيم الدراسة.

7- المدخل النظري للدراسة.

ثانيا الجانب المنهجي للدراسة.

1- منهج الدراسة.

2- مجتمع البحث والعينة.

3- أدوات جمع البيانات.

4- مجالات الدراسة.

أولاً: المجال المفاهيمي:

1- تحديد إشكالية وتساؤلات الدراسة:

بلغ الاتصال والإعلام في عصرنا أقصى مداه ودخلت مختلف الوسائل الإعلامية إلى بيوت المواطنين ونقلت الكلمة الإعلامية إلى شتى أنحاء القطر العربي والدولي بفضل التطور الحاصل في هذه الوسائل مثل البث الفضائي في القنوات التلفزيونية وتكنولوجيا الاتصال الحديث التي حولت الصحافة المكتوبة إلى إلكترونية تفاعلية وغيرها من التطورات التي طرأت على هاته الوسائل.

وكما نعرف جميعاً أن اللغة والكلام هي من أهم وسائل التخاطب والتأثير، حيث أنها تشكل عقول الناس وتصوغ رؤيتهم للحياة التي يفسرون بها واقعهم، لذلك تسعى كل وسيلة إعلامية إلى استخدام اللغة التي تتناسب مع جمهورها ومحركات واقعه. وهذا ما تفعله الكثير من الفضائيات العربية والعالمية وذلك من أجل اجتذاب التعقيد والتوجه إلى التوضيح في طرحها للقضايا باستخدام لغة إعلامية تخاطب كافة شرائح المجتمع وكما تحدثنا في السابق عن التطور الحادث في وسائل الإعلام الذي فرض بدوره تسارعا خصائص اللغة والجمهور على حد سواء لذا أصبحت الفضائيات تراعي هذه الاعتبارات وتبسط في اللغة حتى وصل التوضيح في اللغة إلى استعمال الكلمات الدخيلة.

ومما سبق يتبين أن اللغة الإعلامية لغة للاتصال بال جماهير تتميز بالمرونة والقدرة على الحركة فهي لغة حركية، وهذه الصفة تتمثل في استيعابها لمنجزات الحضارة وروح العلم وواقعية المجتمع الجديد، حيث مكنت لغة الإعلام للفصحى في التعبير الحضري الشامل للحياة العامة في البيت والمصنع والمتجر والسوق.

ولهذا فإن الإعلامي والمتكلم في التلفزة يشيع ألفاظا جديدة فهو من هذه الناحية عمل لغوي ضروري من أجل أن تواصل العلامة أداء دور وظيفي في عملية الإبلاغ فتكون قادرة على مواكبة تجربة الجماعة في الكون¹.

وهنا يمكن القول أن اللغة الإعلامية تحاول مواكبة تطور الأحداث الراهنة والتعبير عنها بشكل مفهوم لدى جميع الفئات وبشكل سريع وعلى سبيل التمثيل شريط الأخبار في الفضائيات، الذي يقدم معلومات إخبارية مهمة ويمثل واحد من الأساليب المعتادة اليومية التي نقدمها القنوات الفضائية، لأنه يكاد يكون نشرة إخبارية مستمرة وعلى ما يبدو فإنه يمثل إضافة جديدة في العمل الإخباري الفضائي المعاصر.

وبما أن اللغة الإعلامية هي واحدة من مركبات شريط الأخبار والذي يكون على شكل نص مكتوب أسفل الشاشة حيث يمكن تصنيفه على شكل لغة إعلامية مقروءة، كلغة الصحافة والانترنت والنصوص على اختلافها وهي اللغة التي تحتاج إلى كثير من الدقة والعناية في صياغتها، إذ تفتقر إلى العوامل السمعية والمرئية المساندة في التأثير، فالقارئ يتعامل مع نص مكتوب ويفترض أن أية رسالة إعلامية يراد نقلها إليه ينبغي أن تظهر في الكتابة السليمة، ويفترض أن الرسالة المراد نقلها إليه ينبغي أن تكون متضمنة في النص ولا شيء سوى النص². وباعتبار الشريط الإخباري خدمة إخبارية آنية ومستمرة فهذا يفرض نوع من الضغط على الكتابة أو اللغة الإعلامية وهذا ما دعانا إلى طرح التساؤل الرئيسي كما يلي:

- ما هي مواصفات اللغة الإعلامية في الفضائيات العربية من خلال شريط أخبار قناة الشروق الإخبارية

كنموذج من حيث الشكل والمضمون؟

¹ شريف حسن محمد النجار، الإعلام السفطائي، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، ص ص 40، 41.

² حنان اسماعيل أحمد عميرة، مذكرة حول التراكمات الإعلامية في اللغة العربية، دراسة لغوية تطبيقية، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في اللغة العربية، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، أيار 2004، ص 12.

التساؤلات الفرعية:

- 1- فيما تتمثل أهم مواصفات اللغة الإعلامية في شريط أخبار الفضائيات العربية حيث الشكل؟
- 2- فيما تتمثل أهم مواصفات اللغة الإعلامية المستخدمة في شريط أخبار الفضائيات العربية من حيث المضمون؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- علاقة الموضوع بالتخصص باعتبار اللغة الإعلامية من أولويات العمل السمعي البصري.
- الميول والرغبة في دراسة الموضوع.

الأسباب الموضوعية:

- محاولة تسليط الضوء على اللغة الإعلامية السائدة في الفضائيات العربية.
- اكتشاف بعض الأخطاء في اللغة الإعلامية المستخدمة في بعض الفضائيات العربية وذلك من خلال الملاحظة البسيطة وأداة تحليل المضمون.
- جدة الموضوع وذلك من خلال استخدام اللغة الإعلامية في شريط الاخبار وقلة الدراسات حول هذا الموضوع.

3- أهمية الدراسة:

- تنطلق أهمية الدراسة من أهمية اللغة الإعلامية في حد ذاتها التي تعتبر أداة رئيسية في التخاطب مع الجمهور.
- تستمد اللغة الإعلامية أهميتها من أهمية التلفزيون الذي صار يجذب عدد كبير من الجماهير خاصة من خلال تطور التكنولوجيا الفضائي وأيضاً الأثر الذي أحدثه هذا الأخير على اللغة الإعلامية.
- تكمن أهمية هذه الدراسة أيضاً في كونها تعالج أحد الوسائل المستخدمة في نقل الأخبار والذي هو شريط الأخبار في القنوات الفضائية والتأثير الذي أدخله على اللغة الإعلامية المستخدمة في بناءه.
- الأنية المستخدمة في عرض الأخبار والأحداث بصفته خدمة مستمرة على مدار اليوم.

4- أهداف الدراسة:

- نريد من خلال دراسة هذه الوصول إلى مجموعة من الأهداف وهي كالتالي:
- التعرف على مواصفات اللغة الإعلامية المستخدمة في الفضائيات العربية وذلك من خلال شريط الأخبار من حيث الشكل.
 - التعرف على مواصفات اللغة الإعلامية المستخدمة في الفضائيات العربية وذلك من خلال شريط الأخبار من حيث المضمون.

5- الدراسات السابقة والمشابهة:

من خلال إجراء عملية بحث في التراث العلمي والاطلاع على عدد من الدوريات العلمية التي تناولت موضوعات لها علاقة بالدراسة والأبحاث التي تناولت موضوع اللغة الإعلامية والتي لها ارتباط بموضوع الدراسة.

الدراسة الأولى:

رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة في جامعة منتوري - قسنطينة - من إعداد الطالبة قراد راضية وتحت إشراف الأستاذ: حسين خريف سنة 2008/2007 تحت عنوان اللغة الإعلامية في التلفزيون الجزائري دراسة تحليلية وصفية لبرنامج صباح الخير بالقناة الأرضية¹.

وتمحورت إشكالية الدراسة حول مواصفات اللغة الإعلامية المستخدمة لتقديم البرامج في التلفزيون الجزائري من حيث الشكل والمضمون وجاءت الأسئلة الفرعية كالتالي:

- فيما تتمثل أهم مواصفات اللغة الإعلامية المستخدمة لتقديم البرامج في التلفزيون الجزائري من حيث الشكل؟
- فيما تتمثل أهم مواصفات اللغة الإعلامية المستخدمة لتقديم البرامج في التلفزيون الجزائري من حيث المضمون؟

وتضمنت الدراسة فرضيتين وذلك من أجل الإجابة عن التساؤلين الفرعيين وهما كالتالي:

¹ قراد راضية، اللغة الإعلامية في التلفزيون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2008.

- الفرضية الأولى: مواصفات بسيطة للغة الإعلامية المستخدمة لتقديم البرامج التلفزيونية الجزائرية من حيث الشكل.

- الفرضية الثانية: مواصفات بسيطة للغة الإعلامية المستخدمة لتقديم البرامج التلفزيونية الجزائرية من حيث المضمون.

الجوانب المنهجية للدراسة:

وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة وذلك انطلاقا من الهدف العام المحدد للبحث وهو محاولة معرفة مواصفات اللغة الإعلامية المستخدمة لتقديم البرامج في التلفزيون الجزائري وذلك من خلال التحليل الكمي والكيفي للمعطيات وتفسيرها.

عينة ومجتمع الدراسة:

وتم اختيار مجتمع الدراسة ومفردات البحث في هذه الدراسة كالتالي:

تم اختيار التلفزيون الجزائري كمجتمع للدراسة لأنه يمثل القطاع السمعي البصري الوحيد في ذلك الوقت واختير برنامج صباح الخير كمفردة للبحث لأنه برنامج متنوع يحتوي على مختلف الفقرات التي تخدم موضوع الدراسة.

واختار الباحث العينة العشوائية المنتظمة كعينة لدراسته وقد تم اختيار المدة الزمنية 03 أشهر من وقت بث البرنامج وذلك من خلال فترة 02 نوفمبر 2007 إلى غاية 29 جانفي 2008 وقد تم تسجيل 12 عددا من خلال أسلوب الدورة.

أدوات جمع البيانات:

تم استخدام في هذه الدراسة عدة أدوات لجمع البيانات وهي كالتالي:

-أداة تحليل المضمون، والتسجيل بأشرطة الفيديو والملاحظة.

وخلصت الدراسة بأهم النتائج التالية:

نتائج تخص الشكل: أي شكل اللغة الإعلامية المستخدمة في برنامج صباح الخير، حيث ظهرت

مواصفات اللغة الإعلامية المستخدمة بسيطة وتحقق ذلك في مختلف الأركان المكونة للبرنامج.

- نتائج تخص المضمون: حيث كانت مواصفات اللغة الإعلامية بسيطة من حيث مضمونها.

- الكشف عن أهمية اللغة الإعلامية المستخدمة في التلفزيون ودورها في نقل الرسالة الإعلامية للجمهور.

الدراسة الثانية:

هذه الدراسة هي رسالة دكتوراه في اللغة العربية بعنوان "التراكيب الإعلامية في اللغة العربية - دراسة

تطبيقية - من إعداد الطالبة حنان إسماعيل أحمد عمايرة تحت إشراف الأستاذ محمد حسن عواد، قسم اللغة

العربية وأدبها كلية الدراسات العليا، الأردنية، أيار 2004¹.

¹ حنان إسماعيل أحمد عمايرة، مذكرة حول التراكيب الإعلامية في اللغة العربية، دراسة لغوية تطبيقية، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في اللغة العربية، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، أيار 2004.

واهتمت هذه الدراسة بمعرفة القدرات الإعلامية الكائنة في التراكيب اللغوية، مما يؤهلها لتمثيل فكرة الإعلام في اللغة المكتوبة، وقد درست بعض المحاور الوظيفية، كالبعد الاجتماعي والنفسي وتأثيرهما في مدى التحكم بمستوى اللغة بساطة وتعقيدا، وإيجازا وإطنابا.

تساؤلات الدراسة:

وتحاول الدراسة التطبيقية أن تجيب عن تساؤلات عدة أهمها: هل ثمة فرق من الناحية الإعلامية بين لغة الخبر الصحفي المجرد "الذي يذكر الأخبار والحوادث دون تحليل" ولغة الخبر الصحفي المفسر "الذي قوامه التحليل والتفسير والتأويل"؟

- وهل يحتاج النوع الثاني إلى استعمال مكثف للتركيب لكونه يستلزم بطبيعته الناع والتأثير أكثر من الأول؟
- ومن التساؤلات المطروحة عن القصة: كيف تختلف اللغة الإعلامية في القصة الحديثة عنها في القديمة؟ وهل هناك خصوصية إعلامية لكل منها تنبع من فوارق في البناء والمضمون؟

الجوانب المنهجية للدراسة:

منهج الدراسة: اعتمد الباحث في هاته الدراسة على المنهج الوصفي وذلك في إحصاء وجمع البيانات الخاصة بعينة الدراسة وأما التطبيقي كان في تحليل النتائج وتفسيرها.

عينة ومجتمع الدراسة:

لقد اختار الباحث في هذه الدراسة التطبيقية عينة من الأخبار الصحفية المجردة والمفسرة، والقصص القصيرة، والشعر، وقد روعي في الاختيار التكافؤ الكمي في اختيار هذه العينات وحتى لا يطغى موضوع واحد على سائر الموضوعات.

أدوات الدراسة:

تم استخدام مدونات من أجل جمع الشواهد والكلمات من عينة الدراسة وإحصائها بغرض تحليلها وتفسيرها.

نتائج الدراسة:

- حيث خرج الباحث في هذه الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها:

- بلورة صورة للإعلام اللغوي في جانبه التركيبي.

كما أسفرت الدراسة عن بيان عدد من الخصائص التي يتسم بها الخطاب اللغوي في أشكال متباينة (الخبر والقصة والشعر إلخ) إذ كان لكل لون سماته وطريقته الخاصة في التعبير عن الإعلامية. وكانت الإعلامية في كل نص من النصوص تتسجم، بل تلتحم بطبيعة اللون الكتابي الذي تنتمي له.

الدراسة الثالثة:

هذه الدراسة عبارة عن مقالة تم نشرها في مجلة الباحث الإعلامي لجامعة بغداد وهي متاحة على الأنترنت من إعداد الدكتور رعد جاسم الكعبي، والدكتورة إيمان عبد الرحمان وهي موسومة بعنوان بناء الشريط الإخباري "السبتايتل" في القنوات الفضائية العربية، قناة العربية - دراسة حالة 2007- كلية الإعلام جامعة بغداد تم نشرها سنة 2008 العدد الرابع¹.

¹ رعد جاسم الكعبي، بناء الشريط الإخباري "السبتايتل" في القنوات الفضائية، دراسة حالة قناة العربية، مجلة الباحث الإعلامي، ع4، كلية الإعلام، جامعه بغداد، العراق، 2008.

مشكلة الدراسة:

تلخص مشكلة هذا البحث في إحساس الباحثين بوجود ضعف وغموض في بناء "سبتايتل" في بعض

الفضائيات العربية.

تساؤلات الدراسة:

وتمخضت إشكالية الدراسة عن عدة تساؤلات وهي كما يلي:

- ما حجم إنقراطية "سبتايتل" قناة العربية؟

- ما مدى الاهتمام الإنساني في "سبتايتل" قناة العربية وهل يتطابق هذا الاهتمام مع المقاييس المعتمدة للكتابة

الصحفية الجيدة؟

- ما الموضوعات السائدة في "سبتايتل" قناة العربية؟

- ما طبيعة المصادر السائدة في "سبتايتل" قناة العربية؟

- ما حجم التعبيرات التقنية في "سبتايتل" العربية؟

الجوانب المنهجية في الدراسة:

منهج البحث: حيث استخدم الباحثان تحليل المضمونات كمنهج للبحث وكما استخدم معادلة جانينغ لقياس

مؤشر الغموض وهي معادلة معترف بها دولياً.

عينة البحث: وتم اختيار العينة الفرضية واستخدمها الباحثان عن طريق المصادقة من طرف الباحثان ويتم

عليه بناء واختيار شريط أخبار يوم 2007/03/06 من الصباح حتى لمساء والخاص بقناة العربية الإخبارية.

مجال البحث: بتحديد مجال البحث بدراسة "سبتايتل" قناة العربية الفضائية لشهر آذار 2007.

نتائج البحث:

- توصل الباحثان إلى نتائج وهي كالآتي:

- تبين من خلال البحث أن مقياس الغموض لسبتايتل قناة العربية هو مؤشر يقع أسفل الجدول المتسلسل هو ضمن خط الخطر وهو مؤشر كبير للغموض وهو يلائم طالب في الصف السابع في المدرسة الأمريكية على وفق معادلة جانينغ.

- إن التعبيرات الإنسانية والكلمات الشخصية لم تصل إلى الحد أو المستوى الجيد للكتابة الصحفية، إذ بلغت الكلمات التي تشير إلى الناس 2.1% أما أسماء الأعلام فبلغت 1.2% حيث أن الضمائر بلغت 0.2% وهو أقل بكثير من المستوى المعتاد.

- وأظهر البحث ان الحوادث هي ضمن المضامين السائدة وسبتايتل (الشريط الإخباري) حيث وصلت إلى أكثر من 35% من المضامين تليها السياسية فالاقتصادية ثم الرياضة فالصحة فالعسكرية.

الدراسة الرابعة:

هي عبارة عن رسالة ماجستير في اللغة العربية وأدبها تحت عنوان: "المستويات اللغوية في الخطاب الإعلامي المرئي" من إعداد الطالبة "اماني اسماعيل عبد السلام الشريف" إشراف الأستاذ نهاد الموسى، قسم اللغة العربية وأدبها، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، أيار 2008¹.

¹ أماني إسماعيل عبدالسلام الشريف، المستويات اللغوية في الخطاب الإعلامي المرئي، دراسة تطبيقية لغوية، رسالة مقدمة لنيل درجة ماجستير في اللغة العربية وأدبها، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، الأردن، 2008.

وقد اهتمت هذه الدراسة بالكشف عن مستويات اللغة العربية في الخطاب الإعلامي المرئي وكيف تتمكن اللغة في مستوياتها المتباينة من خدمة الأغراض الإعلامية المختلفة، وكيف يمكن أن يحدد الخطاب الإعلامي مستوى اللغة وفقا لمطالبه في مخاطبة الجماهير.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن عدة تساؤلات أهمها:

أ- ما الأنحاء التي يتخذها الخطاب اللغوي في الإعلام المرئي؟

ب- هل يمثل تباين المستوى اللغوي في تراوحه بين المحكي والفصيحة مشكلا في الإعلام يستحق الدراسة؟

ج- هل لاستعمال المستوى المحكي مآرب في توجيه الخطاب نحو زاوية معينة، أو رؤية معينة؟

المنهج المستخدم في الدراسة:

حيث اعتمد الباحث في هذه الدراسة على تسجيل مادة البحث مباشرة من الفضائيات عينة الدراسة وتم

تصنيفها في مدونات تصنيفا نوعيا يرتبط بالمستويات اللغوية للخطاب المستعمل ثم تحليلها.

نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج بعد الاستقراء والتتبع سنذكر بعضها:

- وضوح التباين اللغوي في الخطاب الإعلامي المرئي الذي يتراوح بين النموذج والمثال الفصيح، والعلمي وفقا لغايته.

- ارتباط المستوى الفصيح بخطاب معين، أبرزه الديني والتاريخي، والإخباري، والبرامج الثقافية، وبعض المسلسلات الأجنبية المدبلجة، والبرامج المترجمة والأفلام الوثائقية والتسجيلية.

- تسخير كل ما في الفصحى بجماليتها، وأليتها وإلقائها في إعلانات مدروسة القصد والغاية لهدف نفعي وجدوى اقتصادية.

- إن شروطا وقيودا، يلتزمها الإعلام في تأطير الخطاب مع المستوى اللغوي، فشرط المقدس يحتم استخدام الفصحى في البرامج الدينية، والمسلسلات التاريخية حسب الشروط التاريخية وشروط الجهوي والمحلي في توظيف العمومية في الأفلام والإعمال المختصة والموجهة للشباب ومن الشباب.

الدراسة الخامسة:

وهي تتمثل في مقالة تم نشرها في "مجلة الأثر" وهي متاحة على الأنترنت وهي من إعداد الدكتور عبد الله عويقل السلمي تحت عنوان "الأثر اللغوي للقنوات الفضائية" دراسة ميدانية، قسم اللغة العربية، كلية الأدب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز جدة، السعودية، جوان 2017¹.

مشكلة الدراسة:

يسعى هذا البحث إلى الكشف عن جوانب التأثير اللغوي الذي تتركه القنوات الفضائية على المتلقي، سواء من خلال القراءة الصامتة للشريط الإخباري وهو أقل قنوات التأثير اللغوي، وتنمية مهارة القراءة العامة،

¹عبدالله عويقل السلمي، الأثر اللغوي للقنوات الفضائية العربية، دراسة ميدانية، مجلة الأثر ع28، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة، المملكة العربية السعودية، جوان 2017.

أو خلال الاستماع والمشاهدة، ويسعى الباحث أيضا من خلال هذه الإشكالية إلى محاولة قياس التأثير اللغوي زعن مدى متابعة عينة الدراسة للقنوات الفضائية ويظهر هذا من خلال التساؤلات التالية.

تساؤلات الدراسة:

- ما التأثيرات اللغوية للقنوات الفضائية بصفة عامة؟
- كيف يمكن قياس الأثر اللغوي على المتلقي؟
- هل هناك وسائل إعلام أخرى تؤثر لغويا على المتلقي؟
- ما المساحة التي مسحها للعينة؟

الجوانب المنهجية في الدراسة:

منهج البحث: تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي التحليلي الميداني من أجل تفسير الظاهرة وفقا لطبيعة المشكلة البحثية.

عينة ومجتمع الدراسة:

تم اختيار مجموعة من القنوات لمعرفة تأثيرها على المتلقي، بصورة قصدية لعوامل تتعلق بلغة هذه القنوات وبنسبة عالية التي تحظى بها من المشاهدين نتيجة للأوضاع السياسية والعسكرية التي شهدتها المنطقة العربية خلال العقد الأخير وتم دراسة عينة من المشاهدين بلغت 300 مفردة شملت 180 مفردة من الذكور، و120 مفردة من الإناث وتم اختيارهم بطريقة عشوائية من مجموع المشاهدين في المملكة العربية السعودية وسوريا ومصر والمغرب والجزائر وماليزيا.

مجال الدراسة وحدودها:

الحدود المكانية للدراسة وكما ذكرنا في السابق أن الباحث قد اختار عدة مناطق في العالم العربي وهي كالتالي جدة السعودية، البلدية الجزائر، مراكش المغرب، كوالالمبور ماليزيا، اللاذقية سوريا، المنصورية مصر. الحدود الزمانية: العام 1436هـ.

بعض النتائج التي توصلت لها الدراسة:

- 1- إن الفئات العمرية من 40 لأقل من 50 سنة هي الفئات الأكثر مشاهدة لقناتي الجزيرة والعربية حيث وصلوا إلى مرحلة النضج العقلي والرغبة في الحصول على معلومات جادة لما يدور من حولهم على اختلافها سواء اقتصادية، سياسية أو عسكرية.
- 2- يقضي أكثر من نصف عينة الدراسة وقتا كبيرا في متابعة وسائل الإعلام.
- 3- إن لبعض القنوات الفضائية القدرة على التأثير اللغوي، مثل القدرة على تكوين الجمل بطريقة صحيحة، والتعرف على الثقافة العامة.
- 4- يري بعض عينات الدراسة اللغة العربية في القنوات، حيث تخصص حتى الدول الأجنبية قنوات لها ناطقة باللغة العربية، ولكن الالتزام باللغة العربية الفصحى يكون في بعض القنوات العربية فقط مثل الجزيرة والعربية حيث ان هاتين القناتين تنميان القراءة الصامتة وخاصة في شرائط الاخبار التي تبث بصورة مستمرة.

التعليق على الدراسات السابقة:

في ضوء اطلاعنا على هذه الدراسات السابقة سنحاول التعليق عليها، وذلك من خلال الفرق بين هذه الدراسة والدراسات السابقة:

- تقع هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية مع جميع الدراسات التي تم ذكرها.
- تعد الدراسات التي تناولت موضوع اللغة الإعلامية قليلة نسبياً لكن وجه الاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة يختلف من خلا عينة الدراسة التي تأخذ شريط الأخبار الذي تقل فيه الدراسات والبحوث.
- تعتمد دراستنا على تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات وهذا يتوافق مع دراسة الطالبة قراد راضية وجاسم الكعبي أما باقي الدراسات فهي تستخدم أدوات أخرى لجمع البيانات.
- إن موضوع الدراسات السابقة يهتم بدراسة اللغة الإعلامية والمنطوقة من خلال البرامج في الفضائيات العربية أو الخطاب الإعلامي المرئي أما الدراسة الحالية فهي تركز على اللغة الإعلامية المستخدمة في شريط الأخبار أي اللغة البصرية المكتوبة.

نقاط الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تتنوع الدراسات السابقة من حيث الهدف والأهمية والعينة المستخدمة وكذلك النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات، مما أفاد الدراسة الحالية في تحديد الأطر المنهجية للدراسة.
- اعتمدت الدراسة الحالية في تحديد المشكلة وصياغة التساؤلات والأهداف العامة للدراسة وذلك من خلال ما سبق من الدراسات التي تم ذكرها.

- الاستعانة بالدراسات السابقة في تحديد وحدات التحليل وفئاته.

6- تحديد مفاهيم الدراسة:

الفضائيات العربية:

هي بث تلفزيوني فضائي يتم عبر الأقمار الصناعية المنتشرة في الفضاء الخارجي ويتم استقبال هذا البث من خلال الأطباق اللاقطة والتي تسمى باللغة الأجنبية Satellite ويعتبر وجود القنوات التلفزيونية العربية ضرورة عصرية فرضتها الظروف والأحداث والتقدم التكنولوجي في عصر الأقمار الصناعية والبث المباشر وثورة الاتصال¹.

اللغة الإعلامية:

اختلف الباحثون في تعريف لغة الإعلام فاطلقوا عليها تسميات مختلفة مثل اللغة الثالثة التي تتوسط اللغة العامية والفصحى ويعرفها البعض على أنها النثر العلمي الذي ظهر مع ظهور الصحافة وتقع في منطقة وسطى بين لغة النثر الفني أي لغة الأدب النثر العادي أي اللغة التخاطب اليومي و أيضا هي اللغة التي تمتاز بالبساطة والوضوح وتناهى ما أمكن عن صفات التعالي على القراء أو التقصير أو الغرابة وجاءت تسميتها فصحي العصر تمييزا لها من فصحي التراث وعامية المثقفين والمتنورين وهي جامعة لصحة الفصحى وسلامتها ووضوح العامية وبساطتها².

¹ نياض محمد، بردي الديحاني، ظاهرة القنوات التلفزيونية الفضائية، مجلس الأمة الأمانة العامة، قطاع البحوث والمعلومات، إدارة الدراسات والبحوث، الكويت، يناير 2000، ص 08.

² فادية المليحة الحلواني، لغة الإعلام العربي، مجلة جامعة دمشق، قسم اللغة العربية، كلية الأدب، جامعة دمشق، 2015، ص 15.

ويعرفها أيضا أحمد حمدي اللغة الإعلامية بأنها اللغة المألوفة وذلك بأن أهدافها تتوجه بشكل أساسي إلى تقديم المعلومات دون بهارج ولا مؤثرات لغوية ويهتما بالدرجة الأولى أن تكون وسيلة تعبيرية لا تثير إشكالات لدى المتلقي ولا تأويلات قد تؤدي إلى انحرافات أو تشويهات تطال مضمون الرسالة الإعلامية¹.

اللغة الإعلامية السمعية البصرية (التلفزيونية):

يعرف أحدهم اللغة الإعلامية السمعية البصرية بأنها اللغة التي تستخدم في الإعلام السمعي البصري وهي لغة مفهومة وبسيطة، حيث تعتمد هذه اللغة على مزايا التلفزيون تجعلها قريبة من فهم المتعلمين والأميين على حد سواء وهذا التعريف قصر اللغة في الألفاظ فقط بينما توسعت في تعريف آخر حيث ورد تعريف اللغة الإعلامية التلفزيونية (السمعية البصرية) بأنها اللغة المألوفة التي تقوم على الرمز المشترك سواء كان صورة، كلمة، أو حركة وغير ذلك².

التعريف الاجرائي للغة الإعلامية:

هي لغة سهلة وواضحة تتوسط اللغة الفصحى واللغة العامية ولا ترتقي إلى مستوى اللغة الفصحى ولا تنزل إلى مستوى الدارجة حيث تمكن جميع فئات الجمهور معنى وادراكها.

وسنتطرق في موضوع بحثنا هذا إلى دراسة اللغة الإعلامية المستخدمة في الفضائيات العربية من جانب واحد فقط وهو دراسة شريط الاخبار واستبعاد اللغة المنطوقة والصورة والحركة وهذا ما يتماشى وأهداف الدراسة.

¹ قراد راضية، اللغة الإعلامية في التلفزيون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2008، ص11.

² المرجع السابق، ص13.

شريط الاخبار:

يعرف عبد النبي خزعل على انه العناوين الموجزة للأخبار التي تظهر كنصوص متلفزة أسفل الشاشة

على شكل شريط متحرك وأيضا عناوين فرعية إخبارية مهمة تتصف بالإيجاز وعنصري الإثارة والأهمية¹.

التعريف الإجرائي:

هو عبارة على نشرة اخبارية مكتوبة تمر في شريط متحرك أسفل شاشة التلفزيون بشكل مستمر وفوري.

7- المدخل النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية لها أهمية في مجال الدراسات الإعلامية، وذات صلة بموضوع الدراسة

وهي نظرية تحليل الأطر الإخبارية News Framing Analysis حيث تسمح بقياس المحتوى الضمني

للسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار

والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية الوجدانية لتلك القضايا، وترجع

أهمية النظرية الأطر الخبرية كونها تقدم تفسيراً علمياً منتظماً لكيفية حدوث التأثيرات المعرفية الوجدانية لوسائل

الإعلام على الجمهور، بمختلف فئاته وخصائصه الديمغرافية².

¹ رعد جاسم الكعبي، بناء الشريط الاخباري "السبتايتل" في القنوات الفضائية، دراسة حالة قناة العربية، كلية الإعلام، جامعة بغداد

2008، <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/index.php/abaa/article/view/478> ، شوهده: 2019/11/28، على الساعة:

10.15.

² نصير تامي، مذكرة حول المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية

المتخصصة، دراسة تحليلية مقارنة قناة الجزيرة القطرية وقناة العربية السعودية رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم

الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2013، ص103.

ويرى محمد عبد المجيد ان مفهوم الإطار الإعلامي يتمثل في كونه عملية هادفة تقوم بها وسائل الإعلام، والقائمون بالاتصال فيها بإعادة تنظيم المحتوى الإخباري، ووضعه في إطار من أطر اهتمامات المتلقين وإدراكهم أو المغزى الذي يستهدفه بعد إعادة التنظيم¹.

والنظرية الأطر الخبرية تسمح بقياس المحتوى الضمني غير الصريح للمعالجة الإخبارية بوسائل الإعلام، وتستخدم أيضا في الدراسات الإعلامية التي تعتمد على تحليل المضمون ولهذا السبب تم توظيف مدخل الأطر الخبرية من أجل التعرف على المحتوى الإعلامي للغة الإعلامية من خلال شريط الأخبار في الفضائية الإخبارية الشروق من حيث الشكل والمضمون².

¹ المرجع السابق، ص 104.

² المرجع السابق، ص 104.

ثانياً: الجانب المنهجي للدراسة:

1- منهج الدراسة:

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية والتي تعرف بأنها محاولة لجمع أوصاف ظاهرة لغرض استخدام البيانات تأييد الظروف الراهنة، ويكون الهدف كشف الوضع القائم وتحديد كفاءته عن طريق مقارنته بمستويات أو معايير ثم اختيارها أو إعدادها وهي أكثر طرائق البحث استخداماً¹.

وبما أن دراستنا تتمحور حول اللغة الإعلامية في شريط الاخبار لقناة 'الشروق' الإخبارية فهي حتما سوف تتبع المنهج الوصفي، وذلك من خلال محاولة وصف الظاهرة.

حيث أن المنهج الوصفي يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو أحداث معينة بطريقة نوعية في مدة

زمنية معينة أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون².

وانطلاقاً من هدف هذا البحث المتمثل في التعرف على مواصفات اللغة الإعلامية لشريط الأخبار من

حيث الشكل المضمون وكذلك التعرف على مستوياتها تم الاعتماد على المنهج الوصفي لأنه هو الأقرب لوصف

اللغة الإعلامية من الناحية الكمية والكيفية.

¹ عزيز داود، مناهج البحث العلمي والتربوي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006، ص17.

² سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، دار الكتاب الجامعية، ط1، دولة الإمارات العربية، الجمهورية اللبنانية،

2017 ص 162.

2- مجتمع البحث والعينة:

مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها سواء أكانت هذه المفردات بشر، أو مؤسسة، أم نشاط تربوي وغير ذلك. ومجتمع بحثنا هو الفضائيات العربية.

عينة الدراسة:

اخترنا كعينة لدراستنا قناة "الشروق" الإخبارية حيث تم هذا الاختيار على أساس أن قناة الشروق الإخبارية هي واحدة من الفضائيات العربية التي تبث من خارج الجزائر التابعة لمجمع الشروق ولكنها تستهدف الجمهور الجزائري ولديها مكاتب داخل الوطن، وأيضا نسبة المشاهدة المعتبرة محليا.

وقد تم أخذ مدة 13 يوما من وقت ظهور شريط الاخباري وامتدت الفترة من 22 ديسمبر 2019 إلى غاية 02 جانفي 2020 حيث تم تسجيل 13 عدد من الشريط الاخباري معتمدا على العينة القصدية وهذا ما يخدم أهداف البحث¹ وكان الدافع من اختيار هذا النوع من العينات راجع إلى خصوصية الشريط الإخباري كعينة لدراسة في حد ذاتها حيث يعتبر خدمة إخبارية مستمرة يصعب التحكم فيها وايضا ضيق الوقت الممنوح لإجراء هذه الدراسة لا يسمح باختيار نوع اخر من العينات، كما لقينا صعوبات في اختيارها وسحبها.

¹ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، دار الكتاب الجامعية، ط1، دولة الإمارات العربية، الجمهورية اللبنانية، 2017 ص 162.

3- أدوات جمع البيانات:

أداة تحليل المضمون:

يعد تحليل المضمون أداة وصفية دراسة محتويات الإرساليات والخطابات والنصوص والمحفوظات الشفوية والمكتوبة إما بطريقة كمية وإما بطريقة رمزية بمعنى أن تحليل المضمون يهدف إلى اختيار عيناته من المحتويات الدلالية الإعلامية أو السياسية ومن جهة أخرى هناك من يعرف تحليل المضمون بأنه دراسة إحصائية وكمية ورمزية للمعاني والمضامين التي تتضمنها المادة الأساسية¹.

حيث لجأنا إلى استخدام تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات في هذه الدراسة وهذا يعود إلى أهمية دراستنا للغة الإعلامية لشريط الأخبار محاولة الابتعاد عن الذاتية في القيام بهذا البحث لأن تحليل المضمون يعتمد وحدات وفئات قابلة للعد والقياس ويقوم بوصف الظاهرة من الناحية الكمية والكيفية.

الملاحظة: وهي المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما مع الاستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة الظاهرة وهي تحتاج إلى يقظة عقلية دائمة، واهتمام نفسي وذهني بموضوع البحث² وعليه تم الاعتماد على هذه الأداة من أجل التعرف على اللغة الإعلامية المستخدمة في الشريط الاخباري لقناة 'الشروق' الإخبارية وذلك باستخدام الملاحظة دون المشاركة.

¹ لؤي عبد الفتاح، زين العابدين حمزاوي، أساسيات وتقنيات ومناهج البحث، جامعة محمد الاول، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، المغرب 2010 - 2011، ص 27- 28.

² حامد الطاهر، منهج البحث بين التنظير والتطبيق مع دليل عملي لكتابة البحوث والرسائل العلمية، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، ط 2، مصر، أكتوبر 2008، ص 51.

مادة التحليل: إن مادة التحليل في هذه الدراسة تشتمل اللغة الإعلامية المستخدمة في بناء الشريط الاخباري "الالفاظ المكتوبة" لقناة الشروق الاخبارية طيلة فترة الدراسة مع استبعاد شريط العاجل ومختلف الالفاظ المنطوق والصور.

وحدات التحليل:

وحدة الكلمة: إن وحدة الكلمة أصغر وحدة من الوحدات المستعملة في تحليل المحتوى وتتضمن الوحدة ومكوناتها كالجمله مرادفة لما أطلق عليها لزوال الرمز وليس المصطلح¹، وتم الاعتماد على هذه الوحدة في دراستنا من أجل تحديد وقياس اللغة الإعلامية من خلال الكلمات الواردة في الشريط الإخباري.

وحدة الزمن: وتستخدم هذه لقياس الزمن المخصص لمادة التحليل ونحن في هذه الدراسة استخدمنا هذه الوحدة من أجل قياس زمن الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية وعليه سيتم قياسه بـ«الدقيقة».

وحدة الموضوع: وتقوم هذه الوحدة بتصنيف المواضيع وفقا لموضوعاتها وتم اللجوء إلى هذه لوحدة من أجل التعرف على نوع الموضوعات السائدة في الشريط الإخباري للقناة عينة الدراسة ومحاولة تصنيفها حسب النتائج المتوصل إليها من خلال التحليل.

وحدة الشخصية: ويقصد بها في موضوع دراستنا معرفة الشخصيات الفاعلة في الأحداث التي ينقلها الشريط الإخباري وهي تستخدم في العادة لمعرفة سمات الشخصيات الفاعلة في المادة الإعلامية المراد تحليلها.

¹ عاطف عدلي، العبد زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ط1، ص210.

فئات تحليل المضمون:

فئات الموضوع «ماذا قيل»:

فئة نوع المواضيع: وهي المواضيع المستخدمة أو سائدة في الشريط الإخباري وهي كالتالي: «رياضي، اقتصادي، حوادث، ساسي، اجتماعي، عسكري، أمني، قضائي».

فئة وظائف اللغة الإعلامية: ويقصد بها الوظائف التي تحققها اللغة الإعلامية المستخدمة في الشريط الإخباري وتم اختيار هذه الوظائف لأنها تخدم اللغة الإعلامية المستخدمة وأهداف الدراسة وهي كالتالي:

- الوظيفة الإخبارية: وغرضها نقل المعلومات والأخبار ونقل الحقائق لا غير.

- الوظيفة الإقناعية: وغرضها إقناع المتلقي برأي معين أو جهة نظر وهذا ظهر من خلال استخدام الحجج والأرقام والنسب في الشريط الإخباري.

- الوظيفة التعبيرية: والغرض منها هو التعبير عن المشاعر والأحاسيس بلغة جذابة من خلال استخدام محسنات اللغة المختلفة.

فئة سمات اللغة الإعلامية: ويقصد بها مجموعة المميزات التي تتصف بها اللغة الإعلامية المستخدمة في عرض الشريط الإخباري والتي تجعله قريبا من المتلقي وهي:

- سمة القصر في الجمل والعبارات: ونعني بها الإيجاز وتجنب الحشو اللفظي والابتعاد عن الإطناب ويتضح ذلك من خلال طول الجمل الاعتراضية وهي الجمل التي تحتوي على ألفاظ ليست من أركان الكلام الأساسي فكثير هذا النوع من الجمل يعيق الفهم، والمباعدة بين أركان الجملة وتتألف الجملة من ركنين أساسيين هما المسند والمسند إليه وهما المبتدأ والخبر في الجملة الإسمية والفعل والفاعل في الجملة الفعلية فكلما كانت مباعدة

بينهما زاد الحشو في الكتابة¹، استخدام الجموع الثقيلة «جمع الجموع» مثل كلمة ضغوط فهي وحدها تعتبر جمع واستخدام هذا النوع من الكلمات التي تعتبر جمع في الأصل يتسبب في الثقل لدى القارئ².

- **سمة الإيناس:** وهي استخدام العبارات والأفكار المألوفة وتجنب الكلام المبهم وتنقسم في هذه الدراسة إلى الأفكار المألوفة والأفكار غير المألوفة في اللغة الإعلامية للشريط الإخباري.

- **سمة التكرار:** وهي تكرار الألفاظ وتكرار الأرقام في اللغة الإعلامية للشريط الإخباري.

- **فئة وضوح اللغة الإعلامية:** وهي استخدام اللغة الإعلامية السهلة والبسيطة والواضحة وتنقسم في هذه الدراسة إلى الكلمات الواضحة والكلمات غير الواضحة في الشريط الإخباري.

- **فئة الجاذبية في اللغة الإعلامية:** وتعني قدرة اللغة الإعلامية المستخدمة في بناء الشريط الإخباري على الوصف والحكي بطريقة جذابة.

ويمكن تقسيم عوامل الجاذبية في اللغة الإعلامية استخدام «الأسماء الشخصية، الضمائر» حيث أن استخدامها يزيد من درجة جاذبية النص وكلما زادت الأسماء الشخصية داخل النص كان أكثر جاذبية³.

- **فئة الطول:** وهي تعني عدد الكلمات الواردة في الشريط الإخباري والتي تصنف ما بين الجمل الطويلة، المتوسطة والقصيرة، ويقدر متوسط الجملة بـ 15 كلمة يعني أن الجملة الطويلة مكونة من أكثر من 15 كلمة، والجملة القصيرة أقل من 15 كلمة.

¹ يحي باسم عياش، إنقرائية الأخبار في الصحف الفلسطينية الإلكترونية «دراسة تحليلية وميدانية»، رسالة ماجستير في الصحافة، قسم الصحافة والإعلام، كلية الأدب والصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015، ص 111 ص 114.

² سيد أحريمو، الإيجاز في الكتابة الصحافية، معهد الجزيرة للإعلام، 2020، ص 26.

³ يحي باسم عياش، مرجع سابق، ص 106.

- فئة المصدر: ويقصد بهذه الفئة هو ظهور مصادر الأخبار الواردة على الشريط الإخباري وهذا يتعلق برغبة القناة عينة الدراسة في إظهار مصادرها إلى الجمهور من عدمه وتنقسم إلى الأخبار التي بمصادر «مصادر رسمية، مراسلون وصحفيون، وكالات أنباء» والتي بدون مصدر أي الأخبار مجهولة المصدر.

فئة الفاعلين: ونقصد بها في هذه الدراسة الأشخاص الفاعلين في الأحداث التي وردت أسماؤهم في الشريط الإخباري والتي قامت بدور ما وتم ذكرها.

فئات الشكل «كيف قيل»:

- فئة النطاق الجغرافي: وهي المجال المكاني الذي يرتبط به الخبر الوارد ذكره في الشريط الإخباري حسب النطاق الجغرافي له وينقسم إلى «المحلي، الإقليمي والدولي».

- فئة أشكال الإبراز: وهي المواصفات الشكلية التي تدخل في بنية الشريط الإخباري وهي تنقسم إلى «تغيير لون الخط في الشريط الإخباري، تغيير حجم البنط».

- فئة مستويات اللغة الإعلامية: وتعني بذلك الشكل الذي تظهر عليه اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري وهي عموما ما بين:

* اللغة العربية الفصحى: وهي اللغة المستخدمة في التعليم والإنتاج الفكري والأدبي وهي تخضع إلى قوانين وضوابط وقواعد تحكم أصواتها وحروفها.

* العامية: وهي لغة التخاطب اليومي وهي تتحرر من كل قواعد النحو والصرف عكس الأولى.

* اللغة الأجنبية: ونقصد بها اللغات الأجنبية الدخيلة مثل «اللغة الفرنسية واللغة الإنجليزية».

* **المزيج المختلط:** وهي الدمج بين اللغة العربية واللغات الأجنبية أو كتابة اللغة الأجنبية بحروف عربية في الشريط الإخباري.

- **فئة التراكيب اللغوية:** وهي المركبات والأجزاء اللغوية التي تتكون منها اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري وهي تنقسم إلى تغليب الجمل الإسمية على الجمل الفعلية، والأخطاء النحوية والصرفية، والأخطاء الإملائية والتي تشكل خلل في تركيبية اللغة الإعلامية.

- **فئة الزمن:** ونعني بها الزمن الذي استغرقه كل شريط إخباري من بدايته حتى نهايته والذي يقدر بالدقيقة.

- **فئة علامات الوقف:** وهي علامات خاصة توضيحية بين أجزاء الكلام المكتوب تساعد القارئ على تقسيم الجمل وتنظيمها وتنقسم إلى «النقطتان الرئيسيتان (:)، الشرطة (-)، الشولتان ""، الشرطتان --، الخط المائل /،...» وغيرها من العلامات المستخدمة داخل اللغة الإعلامية للشريط الإخباري التي تساعد على فهم النص.

4- مجال الدراسة:

يتحدد مجال البحث بدراسة شريط الاخبار لقناه "الشروق" الإخبارية في الفترة الممتدة ما بين

2019/12/21 إلى غاية 2020/01/02.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة.

1- عرض وتحليل البيانات.

2- نتائج الدراسة.

- نتائج الدراسة الجزئية.

- نتائج الدراسة العامة.

1- عرض وتحليل البيانات:

تحليل الشريط الإخباري للقناة عينة الدراسة:

الجدول رقم (01) يمثل البيانات الأساسية لوحداث الشريط الإخباري المراد تحليله:

المدة الزمنية لشريط الإخباري	وقت تسجيل الشريط الإخباري	تاريخ تسجيل الشريط الإخباري
05 :00	20 :00	21/12/2019
05 :47	20 :00	22/12/2019
--	20 :00	23/12/2019
10 :16	20 :00	24/12/2019
08 :05	20 :00	25/12/2019
05 :51	20 :00	26/12/2019
05 :12	20 :00	27/12/2019
04 :29	20 :00	28/12/2019
04 :28	20 :00	29/12/2019
07 :27	20 :00	30/12/2019
06 :17	20 :00	31/12/2019
05 :13	20 :00	01/01/2020
05 :51	20 :00	02/01/2020
72.26 د	المجموع	

يبين الجدول (01) وحدات الشريط المختار كعينة لدراسة حيث تجد في الجدول أعلاه 13 وحدة من

الشريط الإخباري على غرار يوم 2019/12/23 الذي لم يتم فيه تسجيل أي شريط إخباري وذلك بسبب تغطية

القناة عينة الدراسة لحدث من الأحداث المهمة عن طريق شريط العاجل الذي حل مكان الشريط الإخباري

وقدرت المدة الزمنية لإجمالي الوحدات في الشريط الإخباري 72 دقيقة و26 ثانية أما باقي وحدات الشريط الإخباري فهي تتفاوت فيما بينها من حيث المدة الزمنية لكل وحدة كما هو مبين في الجدول.

الجدول رقم (02) يمثل فئة نوع المواضيع في الشريط الإخباري.

نوع المواضيع في الشريط الإخباري	التكرار	النسبة
حوادث	26	18%
اقتصادي	22	15.5%
عسكري	16	11.5%
ثقافي	15	10.5%
رياضي	15	10.5%
سياسة	15	10.5%
أمني	13	9.5%
قضائي	11	7.5%
اجتماعي	08	6%
المجموع	141	100%

يتبين من الجدول رقم 02 والذي يمثل فئة نوع المواضيع في الشريط الإخباري حيث أن مواضيع الحوادث هي الأولى بنسبة 18% في حين بلغت المواضيع الاقتصادية نسبة 15.5% أما المواضيع العسكرية جاءت بنسبة 11.5% تليها كل من المواضيع الرياضية والسياسية والثقافية بنسبة 10.5% لكل منها وسابعا المواضيع الأمنية بنسبة 9.5% تليها المواضيع القضائية بنسبة 7.5% وفي الأخير جاءت المواضيع الاجتماعية بنسبة 6.5%.

يتبين لنا بعد ملاحظة وتحليل الجدول السابق أن مواضيع الحوادث في المرتبة الأولى وهذا ما يتوافق مع دراسة " جاسم الكعبي " ثم تليها المواضيع الاقتصادية ثم العسكرية بنسبة أقل، وهذا التقسيم له علاقة بالأحداث التي تحرص القناة عينة الدراسة على متابعتها ويظهر هذا أيضا في باقي الجداول الأخرى خلال فترة الدراسة مثل الجدول رقم 11 الذي يمثل فئة الفاعلين في الشريط والجدول رقم 12 الذي يمثل فئة النطاق الجغرافي للأخبار حيث أن فئة المصادر الإخبارية وكان أغلب المصادر المصرح بها من جهات رسمية داخلية وفئة الشخصيات الفاعلة في الشريط الإخباري شخصيات سياسية وعسكرية بنسبة كبيرة وفئة النطاق الجغرافي للأخبار أغلب الأخبار ذات نطاق محلي ووطني وهذا ما فرض نوع المواضيع السائدة في الشريط الإخباري وتأثر القناة بالأحداث السياسية والاقتصادية للبلاد.

الجدول رقم (03) يمثل فئة وظائف اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري.

وظائف اللغة الإعلامية	التكرار	النسبة
الوظيفة الإخبارية	172	83.5%
الوظيفة الاقناعية	15	7.5%
الوظيفة التعبيرية	19	9%
المجموع	206	100%

يظهر من خلال الجدول 03 والذي يمثل وظائف اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية حيث تصدر الوظيفة الإخبارية المرتبة الأولى بنسبة 83.5% تليها الوظيفة التعبيرية بنسبة 9% وفي الأخير تأتي الوظيفة الاقناعية بنسبة 7.5%.

ومن خلال نتائج هذا الجدول الموضح أعلاه ان الوظيفة الإخبارية تحتل المرتبة الأولى بنسبة لوظائف اللغة الأخرى "الوظيفة الاقتناعية والتعبيرية" الموضحة في الجدول وذلك لأن لغة الأخبار هي لغة توصيلية لا تهدف إلى غرض آخر جمالي¹. ويتوافق هذا مع دراسة "حنان إسماعيل الشريف" وجاءت فئة الوظيفة الإخبارية الجدول 02 لصالح فئة مستويات اللغة الإعلامية فئة مستوى اللغة العربية الفصحى الجدول 14 وأيضاً في صالح فئة الوضوح في الجدول رقم 07 التي بلغت نسبة الكلمات الواضحة 99.66% وهذا لأن لغة الخبر تكون واضحة في أغلب الأحيان.

سمات اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري:

الجدول رقم (04) يمثل سمة القصر في الجمل والعبارات في الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	سمة القصر في الجمل والعبارات في الشريط الإخباري
30.5%	15	طول الجمل الاعتراضية في الشريط
69.5%	34	المباعدة بين أركان الجملة في الشريط
00%	00	استخدام الجموع الثقيلة
100%	49	المجموع

الجدول رقم 04 يوضح سمة قصر الجمل والعبارات في الشريط الإخباري حيث كانت نسبة المباعدة

بين أركان الجملة في الشريط الإخباري «المبتدأ والخبر في الجملة الاسمية والفعل والفاعل في الجملة الفعلية»

¹ حنان إسماعيل، أحمد عميرة، مرجع سابق، ص100.

كان بنسبة 69.5% وتليها طول الجمل الاعتراضية بنسبة 30.5% وفي الخير تتعدم الجموع الثقيلة بنسبة 00%.

ويتضح لنا من خلال نتائج الجدول السابق أن هناك مبادعة بين أركان الجملة في الشريط الإخباري وهناك استخدام للجمل الاعتراضية بنسبة أقل في حيث ينعدم استخدام الجموع الثقيلة في الشريط الإخباري حيث لاحظنا أن هذه النتائج ليست في صالح فئة الإيجاز والقصر في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لأن الجمل القصيرة أوعى إلى الذهن لأن الإيجاز من خصائص اللغة الإعلامية.

الجدول رقم (05) يمثل سمة الإيناس في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	سمة الإيناس في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري
100%	206	الأفكار المألوفة
00%	00	الأفكار غير المألوفة
100%	206	المجموع

جدول رقم 05 والذي يوضح سمة الإيناس في اللغة الإعلامية للشريط الإخباري ويظهر من خلال الجدول أن جميع الأفكار الواردة في الشريط الإخباري هي مألوفة بنسبة 100% في حين تتعدم الأفكار غير المألوفة وهذا ما يتفق مع دراسة "قراد راضية" وهذه الفئة تخدم فئة وضوح اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري

الموضحة في الجدول 07 لأن الأفكار كل ما كانت مألوفة كانت أكثر وضوحا كلما فهمها الجمهور وتأثر ببيها بشكل أفضل¹.

الجدول رقم (06) يمثل سمة تكرار الألفاظ وتكرار الأرقام في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناة

الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	سمة تكرار الألفاظ والأرقام في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري
69.69%	23	تكرار الألفاظ
30.31%	10	تكرار الأرقام
100%	33	المجموع

الجدول رقم 06 يمثل تكرار الألفاظ والعبارات وتكرار الأرقام في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري وجاءت نسبة تكرار الألفاظ والعبارات في المرتبة الأولى بنسبة 69.69% وتليها نسبة تكرار الأرقام بنسبة 30.31%.

ويتضح لنا من خلال النتائج السابقة في الجدول الموضح أعلاه أن تكرار الألفاظ والعبارات كان بنسبة كبيرة، وهو امر ضروري من أجل تعميم المفردات وتشبيها في ذهن المشاهد والتكرار من سمات اللغة الإعلامية

¹ روبرت هيلارد، الكتابة للإذاعة والتلفزيونات ووسائل الإعلام الحديثة، ترجمة مؤيد حسن فوزي، العين، الإمارات العربية المتحدة، الكتاب الجامعي، 2014، ص88.

وهو ضروري في الأخبار التلفزيونية إذ ليس في وسع المشاهد أن يعود إلى مراجعة الكلام مرة أخرى¹ ولكن الإكثار منه قد يتسبب في الملل لدى المشاهد.

الجدول رقم (07) يمثل سمة فئة وضوح اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	فئة وضوح اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري
99.66%	23	الكلمات الواضحة
0.34%	09	الكلمات غير الواضحة
100%	2686	المجموع

الجدول رقم 07 يبين فئة وضوح اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري ويظهر أن أعلى نسبة سجلت

كانت من قبل الكلمات الواضحة بنسبة 99.66% أما الكلمات غير الواضحة كانت بنسبة 0.34%.

ومن خلال قراءتنا لهذا الجدول يتبين لنا أن أغلب الكلمات في اللغة الإعلامية لشريط لأخبار كانت

واضحة بنسبة كبيرة مقارنة بنسبة الكلمات غير الواضحة وهذا جيد بالنسبة للغة الإعلامية في الشريط الإخباري

لأنه كلما ان طرح لأفكار ببساطة ووضوح كلما فهمها الجمهور بشكل أفضل².

¹ إبراهيم العمور، تقييم الصحفيين لمهنة صحافة الأخبار في التلفزيون الأردني، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة البتراء، الأردن، 2015، ص58.

² مؤيد حسن فوزي، الكتابة للإذاعة والتلفزيونات ووسائل الإعلام الحديثة، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص88.

وحسب مقارنة الجدول السابق بالجدول 17 حيث بلغ مجموع تكرارات علامات الترقيم والوقف في هذا الجدول 296 تكرار مما يخدم هذه الفئة وذلك لأن استخدام علامات الوقف والترقيم ضروري لوضوح الأسلوب ولغة الكتابة وكما ذكرنا في السابق أن هذه الفئة استقادت من فئة سمة الإيناس في الجدول رقم 05.

الجدول رقم (08) يوضح فئة الجاذبية في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري:

النسبة	التكرار	الجاذبية في الشريط الإخباري
86.81%	145	أسماء الأعلام
11.19%	20	الضمائر الشخصية
02%	03	أسماء الجمع
100%	167	المجموع

يمثل الجدول رقم 08 فئة جاذبية اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري وحلت أسماء الأعلام في الأول بنسبة 86.81% بعدها الضمائر الشخصية بنسبة 11.19% وفي الأخير أسماء الجمع بنسبة 02% بمجموع تكرارات 167 تكرار.

وتؤكد نتائج الجدول السابق أن أسماء الأعلام كانت موجودة بنسبة كبيرة مقارنة بالضمائر الشخصية وأسماء الجمع وهذا ما يخدم فئة الجاذبية في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري ومع العلم أن معظم أسماء الأعلام هي لشخصيات فاعلة في الشريط الإخباري كما يظهر الجدول رقم 11 تم ذكر أسماءهم الشخصية بدلا من ذكر مناصبهم أو وظائفهم في الدولة.

الجدول رقم (09) يمثل فئة طول الجمل في الأخبار الواردة في الشريط الإخباري:

النسبة	التكرار	فئة طول الجمل في الشريط الإخباري
56%	116	أكثر من 15 كلمة
06%	12	15 كلمة
38%	78	أقل من 15 كلمة
100%	206	المجموع

تبين نتائج الجدول رقم 09 الذي يوضح فئة طول الجمل في الشريط الإخباري حيث أن طول الأخبار التي أقل من 15 كلمة بلغت 38% والجمل المكونة من أكثر من 15 كلمة بلغت نسبتها 56% والجمل المكونة من 15 كلمة في الأخير بنسبة 02%.

ويتبين من خلال نتائج الجدول الموضح أعلاه أن معظم الأخبار الواردة في الشريط الإخباري تتكون من الجمل الأكثر من 15 كلمة وأما الأخبار المكونة من أقل من 15 كلمة هي بنسبة أقل في حين الجمل التي تتكون من 15 كلمة تحل في المرتبة الأخيرة وهذا يعني أن الجمل في الشريط الإخباري تتسم بالطول من ناحية عدد الكلمات، وبمقارنة الجدول السابق مع لجدول رقم 04 الموضح لسمة القصر في اللغة الإعلامية للشريط الإخباري يتبين أن هناك نوع من الحشو في اللغة الإعلامية المستخدمة في الشريط الإخباري.

ومن خلال ملاحظتنا لعينة الدراسة الممتدة من 2019/12/21 إلى غاية 2020/01/02 تبين لنا أن مصدر هذا الحشو هو ممثل في تصريحات شخصيات فاعلة في الشريط الإخباري ويمكن أن نستدل على ذلك

بالجدول الموضح لفئة علامات الترقيم والوقف في اللغة الإعلامية رقم 14 حيث فيه نسبة النقطتان الرئيسيتان في المرتبة الأولى والتي يكون موضع استخدامها عادة في سياق التوضيح عموماً أو بعد قول¹.

الجدول رقم (10) يمثل فئة مصادر الأخبار في الشريط الإخباري:

النسبة	التكرار	مصدر الأخبار في الشريط الإخباري
49.40%	85	بدون مصدر
27.31%	47	جهات رسمية
04.10%	07	مراسلون
19.19%	33	أشخاص أو شهود عيان
00%	00	وكالات أنباء
100%	172	المجموع

تظهر نتائج الجدول رقم 10 الموضح أعلاه المتعلق بفئة مصادر الأخبار في الشريط الإخباري للقناة عينة الدراسة، وبلغت نسبة الأخبار صريحة المصدر "بمصدر" 50.6% وهذا ما يختلف مع دراسة جاسم الكعبي، وكانت نسب المصادر موزعة على أربع نسب فرعية وهي الجهات الرسمية بنسبة 27.31% ثم الأشخاص وشهود العيان بنسبة 19.19% والمراسلون بنسبة 04.10% وفي الأخير وكالات الأنباء بنسبة 00%. أما الأخبار التي كانت دون مصدر كانت نسبتها 49.40%.

ومن خلال نتائج الجدول السابق يتبين لنا أن الأخبار ذات المصدر جاءت في المرتبة الأولى والجهات الرسمية كانت أكبر نسبة من المصادر الصريحة الأخرى، وهذا راجع إلى سهولة وصول الصحفيين إلى هذه

¹ عادل سالم، علامات الترقيم في الكتابة العربية ومواضع استعمالها، تاريخ الاطلاع 2020/05/26، الساعة 12:26.

<https://www.diwanalarab.com/> علامات-الترقيم-في

المصادر عادة¹ ويربط نتائج الجدول السابق مع نتائج الجدول رقم 11 يتبين أن أغلب الشخصيات الفاعلة في الشريط الإخباري هي شخصيات سياسية وعسكرية داخلية وتمثل مصادر رسمية وهذا يؤكد اعتماد القناة على المصادر الرسمية السهلة مقارنة بالمصادر الأخرى ويظهر من خلال الجدول الموضح أعلاه ارتفاع نسبة الأخبار بدون مصدر "عديمة المصدر" وهذا يظهر عدم رغبة القناة عينة الدراسة في تقديم مصادرها للجمهور ويمكن أن يشكل هذا تقليل في مصداقية المضمون.

الجدول رقم (11) يمثل فئة الشخصيات الفاعلة في الشريط الإخباري:

النسبة	التكرار	الشخصيات الفاعلة في الشريط الإخباري
30.5%	44	مسؤولين في الدولة
8.5%	12	مسؤولين في الحكومة
18%	26	شخصيات رياضية
23.5%	34	شخصيات عسكرية
6%	09	فنانون وأدباء
4.5%	06	شخصيات سياسية أجنبية
2%	03	شخصيات حزبية
1.5%	02	إعلاميون
2%	03	رجال اعمال
3.5%	05	موقوفون وإرهابيون
100%	144	المجموع

¹ مروى علي، مصادر الأخبار بين نشر الأخبار الحقيقية والمعلومات الموجهة، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة،
<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/599>، تاريخ الاطلاع 2020/05/02 على الساعة 13:52.

الجدول رقم (11) يمثل فئة الشخصيات الفاعلة في الشريط الإخباري وسجلت الشخصيات المسؤولة في الدولة المرتبة الأولى بنسبة 30.5% وتليها الشخصيات العسكرية بنسبة 23.5% بعدها الشخصيات الرياضية بنسبة 18% بعدها الشخصيات المسؤولة في الحكومة بنسبة 8.5% ثم الفنانون والأدباء بنسبة 6% تليها الشخصيات السياسية الأجنبية بنسبة 4.5% بعدها تأتي فئة الموقوفون والإرهابيون بنسبة 3.5%، تليها كل من الشخصيات الحزبية ورجال الأعمال بنسبة 2% لكل منهما وتذييل ترتيب الجدول الشخصيات الإعلامية بنسبة 1.5%.

ويتبين من خلال نتائج الجدول أعلاه أن أغلب الشخصيات الفاعلة في الشريط الإخباري هي شخصيات السياسة في الدولة والشخصيات العسكرية التي كانت بنسبة مرتفعة مقارنة بنسب الشخصيات الفاعلة الأخرى وهذا راجع إلى الأحداث السياسية التي عاشتها البلاد خلال فترة التحليل ويتضح ذلك أيضا من نوع المواضيع السائدة في الشريط الإخباري في الجدول رقم 02.

الجدول رقم (12) يمثل فئة النطاق الجغرافي للأخبار الواردة في الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	النطاق الجغرافي للأخبار الواردة في الشريط الإخباري
46.05%	64	محلي
30.21%	42	وطني
23.74%	33	دولي
100%	139	المجموع

تبين نتائج الجدول السابق الذي يبين لنا فئة النطاق الجغرافي في الأخبار الواردة في الشريط الإخباري حيث جاءت فئة الأخبار المحلية في الشريط الإخباري في المرتبة الأولى بنسبة 46.05% وتليها الأخبار الوطنية بنسبة 30.21% وفي المرتبة الأخيرة حلت الأخبار الدولية بنسبة 23.74%.

وبالنظر إلى بيانات الجدول نلاحظ ان هناك تدرج في نسب الأخبار حسب النطاق الجغرافي للشريط الإخباري كما هو مبين في الجدول أعلاه، حيث أن الأخبار المحلية احتلت أكبر نسبة وتليها الأخبار الوطنية ثم الأخبار الوطنية ثم الأخبار الدولية وهذا يدل على اهتمام القناة بالشأن المحلي وتتدرج حسب النطاق الجغرافي للأخبار وذلك لأن الخبر المحلي هو غالباً ما يكون موضع اهتمام وانتباه أكبر قاعدة محلية ممكنة¹.

ويمكن أن نربط بين نتائج الجدول السابق بالجدول رقم 02 الذي يبين نوع المواضيع في الشريط الاخبار واحتلت فيه نسبة المواضيع الحوادث المرتبة الأولى وثم تليها المواضيع الاقتصادية والعسكرية وهذا يؤكد اهتمام القناة عينة الدراسة بالطابع المحلي والوطني مقارنة بالطابع الدولي وهذا جاء لصالح فئة التراكيب اللغوية في اللغة الإعلامية للشريط الإخباري للجدول 15، ويمكن للأخبار الدولية الوافدة من الخارج عبر وكالات الانباء أن يتسبب في أخطاء لغوية بفعل الترجمة الحرفية للألفاظ² وهذا ليس بمعنى التخلي عن الأخبار الوافدة من المصادر الدولية بل يجب ترجمة الالفاظ مع مراعات السياق الدلالي للغة الإعلامية، ومن ناحية أخرى ليست الترجمة استبدال كلمة بكلمة أخرى بل هي من غير شك ترجمة سياقات بأكملها³.

¹ محمد معوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000، ط3، 171.

² رسمية علي أبو سرور، الأخطاء اللغوية النحوية والصرفية في وسائل الإعلام، دار النشر الجامعية، القاهرة، 2011، ص22.

³ عبد العزيز شرف، المدخل إلى علم الإعلام اللغوي، مكتبة لبنان ناشرون، لبنان، 2000، ص108.

الجدول رقم (13) يمثل فئة الإبراز في اللغة الإعلامية للشريط الإخباري في قناة الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	فئة تغيير بنط الشريط الإخباري	فئة تغيير لون الشريط الإخباري	أشكال الإبراز في الشريط الإخباري
				تاريخ تغيير اللون والبنط
--	--	--	--	21/12/2019
--	--	--	--	22/12/2019
--	--	--	--	23/12/2019
%50	02	01	01	24/12/2019
%50	02	01	01	25/12/2019
--	--	--	--	26/12/2019
--	--	--	--	27/12/2019
--	--	--	--	28/12/2019
--	--	--	--	29/12/2019
--	--	--	--	30/12/2019
--	--	--	--	31/12/2019
--	--	--	--	01/01/2020
--	--	--	--	02/01/2020
%100	04	02	02	المجموع

الجدول رقم 13 يوضح الإبراز في الشريط الإخباري طيلة مدة الدراسة التي تبدأ من 2019/12/21

إلى غاية 2020/01/02 حيث كانت نسبة تغيير لون الخط في الشريط الإخباري 50% وكان التغيير في حجم

البنط في الشريط الإخباري بنسبة 50% وكان التغيير في حجم البنط في الإخباري وتغيير اللون في وقت واحد

بتاريخ يومين متتاليين من أيام الدراسة بمجموع 04 تكرارات وذلك كان يومي 24 و 2019/12/25 وحيث لم يتم

تسجيل أي وحدة من الشريط الإخباري في يوم 2019/12/23 وكان ذلك بسبب حدث وفاة قائد أركان الجيش الوطني الشعبي وحل مكان الشريط الإخباري شريط العاجل أو الهام الذي ينقل خبر الوفاة وحيث لم يتم تسجيل أي تغيير في حجم ولون الشريط الإخباري طيلة باقي أيام الدراسة الأخرى.

ومن خلال نتائج الجدول السابق يتبين لنا أن نسبة تغير لون الشريط الإخباري وعدد تكراراته ونسبة التغير في حجم البنط لشريط الأخبار للقناة عينة الدراسة كان متساويا وكان هذا التغير راجع إلى حدث وفاة قائد أركان الجيش يوم 2019/12/23 حيث لم يتم تسجيل أي وحدة من الشريط الإخباري بسبب ظهور شريط العاجل مكانه، وكانت جنازته "قائد الأركان" يوم 2019/12/24 ويوم 2019/12/25 كاستمرار تغطية هذا الحدث من طرف القناة عينة الدراسة ويرجع هذا التغير في أشكال الإبراز الموضحة في الجدول أعلاه من أجل محاولة الكشف عن أهمية الحدث ولقت انتباه المشاهد إليه ويربط الجدول السابق بالجدول رقم 16 الموضح لفئة الزمن في الشريط الإخباري يتبين أن المدة الزمنية المستغرقة ليومي 24 و2019/19/25 سجلا أعلى مدة زمنية مقارنة بأيام الدراسة الأخرى.

الجدول رقم (14) يمثل فئة مستويات اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	فئة مستويات اللغة الإعلامية
98.5%	2645	اللغة العربية الفصحى
01%	38	اللغة العامية
00%	00	اللغة الأجنبية
0.5%	03	المزيج أو المختلط
100%	2686	المجموع (عدد الكلمات)

تشير نتائج الجدول رقم 14 الذي يمثل مستويات اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية حيث نلاحظ أن التكرار بلغ 2686 كعدد إجمالي للكلمات المستخدمة في بناء الشريط الإخباري واحتلت اللغة العربية الفصحى المركز الأول بنسبة 98.5% ثم يليها تكرر العامية بنسبة 01% وبعدها تكرر المزيج المختلط بين اللغة العربية والفصحى واللغة الأجنبية بنسبة 0.5% وفي تكرر اللغة الأجنبية (الفرنسية والإنجليزية) ب 0%.

وبالنظر إلى بيانات الجدول السابق يظهر لنا أن مستوى اللغة العربية الفصحى حل في المرتبة الأولى مقارنة بتكرارات المستويات الأخرى في اللغة الإعلامية وهذا راجع إلى المستوى اللغوي المستخدم في نقل الأخبار الذي يعتمد على اللغة العربية الفصحى بدرجة أولى لأنها تنقل الأحداث والمواضيع بجدية والفصحى تكسيها شيء من الجدية¹ ويتبين هذا من الجدول 03 الذي يوضح فئة وظائف اللغة الإعلامية في الشريط

¹ أماني سعيد عبد السلام الشريف، مرجع سابق، ص38.

الإخباري، وكانت الوظيفة الإخبارية في المركز الأول بالنسبة لوظائف اللغة الأخرى ولذا استلزم استخدام اللغة الفصحى كمستوى أول في بناء الشريط الإخباري.

الجدول رقم (15) يمثل فئة التراكيب اللغوية الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	فئة التراكيب اللغوية
66.5%	24	تغليب الجمل الاسمية على الفعلية في الجملة
22%	08	الأخطاء النحوية في الجملة
11.5%	04	الأخطاء الإملائية في الجملة
100%	36	المجموع

الجدول رقم 15 الذي يوضح فئة التراكيب اللغوية حيث يتضح أن تغليب الاسمية على الجمل الفعلية كان بنسبة 66.5% فيما تتواجد الأخطاء النحوية والصرفية بنسبة 22% وفي الأخير الأخطاء الإملائية بنسبة 11.5%.

وتؤكد نتائج الجدول ان تغليب الجمل الاسمية على الجمل الفعلية في الأخبار الواردة في الشريط الإخبارية ومن الأمور المتعارف عليها أن الجملة الإسمية تجلب انتباه المشاهد أو المستمع وأكثر قدرة على توصيل الخبر عكس الجملة الفعلية لكن هذا من الأمور المخلة بتركيب وسلامة اللغة العربية لأنها تمكن من استخدام الجمل الاسمية والفعلية معا عكس اللغة الفرنسية والإنجليزية¹ ولاحظنا أن جميع الأخطاء النحوية

¹ نوال عثمان، أسباب تردي لغة الصحافة، قسم اللغة العربية وأدبها، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2007، ص103.

والصرفية تظهر في الأخبار التي تمت في الشريط الإخباري وتكون على شكل تصريحات لشخصيات كما ذكرنا سابقاً أما الأخطاء الإملائية كانت بنسبة قليلة وهي تتعلق بهمزة الوصل وهمزة القطع.

الجدول رقم (16) يمثل فئة زمن الشريط الإخباري في قناة الشروق الإخبارية:

النسبة	المدة الزمنية لشريط الإخباري ب (الدقيقة، الثانية)	وقت تسجيل الشريط الإخباري	زمن الشريط الإخباري التاريخ
%06.91	05 :00	20 :00	21/12/2019
%07.56	05 :47	20 :00	22/12/2019
--	--	20 :00	23/12/2019
%14.84	10 :16	20 :00	24/12/2019
%11.07	08 :05	20 :00	25/12/2019
%07.62	05 :51	20 :00	26/12/2019
%07.08	05 :12	20 :00	27/12/2019
%05.93	04 :29	20 :00	28/12/2019
%05.90	04 :28	20 :00	29/12/2019
%10.05	07 :27	20 :00	30/12/2019
%08.53	06 :17	20 :00	31/12/2019
%7.54	05 :13	20 :00	01/01/2020
%07.62	05 :51	20 :00	02/01/2020
%100	72.26 د، ثا	--	المجموع

الجدول رقم 16 يوضح فئة زمن الشريط الإخباري في قناة الشروق الإخباري طيلة فترة الدراسة الممتدة

من 2019/12/21 إلى غاية 2020/01/02 وبلغت إجمالي المدة الزمنية للشريط الإخباري 72 دقيقة و26

ثانية موزعة على 13 وحدة من الشريط وسجلت أطول مدة زمنية يوم 2019/12/24 لمدة زمنية قدرت ب 10

دقائق و16 ثانية بنسبة %14.84 يليها يوم 2019/12/25، كثاني نسبة %11.07 بمدة بلغت 8 دقائق و 05

ثواني وسجلت أقل نسبة يوم 2019/12/19 تقدر بـ 05.90% وبمدة زمنية بلغت 04 دقائق و28 ثانية كأصغر مدة زمنية تم تسجيلها في حين لم يتم تسجيل أي وحدة يوم 2019/12/23 وذلك بسبب حدث وفاة قائد أركان الجيش وتحول الشريط الإخباري إلى شريط عاجل ينقل أهم الأخبار حول هذا الحدث المذكور وأما باقي الفترات فهي متفاوتة المدة الزمنية فيما بينها كما يوضح الجدول أعلاه.

ومن خلال ملاحظة نتائج الجدول السابق يتبين أن أطول مدة زمنية تم تسجيلها يوم 2019/12/24 ويوم 2019/12/25 على التوالي وذلك بسبب حدث وفاة قائد أركان الجيش كما ذكرنا في الجدول رقم 13 الخاص بفئة أشكال الإبراز وطول المدة الزمنية في الشريط الإخباري كان من أجل توضيح أهمية الحدث سابق الذكر لأن مقياس الزمن مهم في اللغة الإعلامية.

أما التفاوت في المدة الزمنية في باقي الوحدات راجع إلى التقطع في الشريط الإخباري بسبب الومضات الإشهارية ويظهر هذا من خلال ملاحظتنا لعينة الدراسة والتقطع المفاجئ من الأمور التي لا تخدم اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لأنه يعتبر تشويش للمشاهد.

الجدول رقم (17) يمثل فئة علامات الوقف والترقيم في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناة "الشروق

الإخبارية":

النسبة	التكرار	علامات الوقف والترقيم في الشريط الإخبارية
37.16%	110	النقطتان الرئيسيتان (:)
27.02%	80	الشرطة (-)
16.56%	49	الشولتان ("")
7.46%	22	الشرطتان (--)
6.75%	20	الخط المائل (/)
3.37%	10	القوسان ()
1.68%	05	الفاصلة (،)
100%	296	المجموع

الجدول رقم 17 يمثل فئة علامات الوقف والترقيم في اللغة الإعلامية للشريط الإخباري ويتبين أن النقطتان الرئيسيتان جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 37.16% وتليها الشرطة بنسبة 27.02% وثالثا الشولتان بنسبة 16.56% أما رابعا الشرطتان بنسبة 7.46% يليها الخط المائل 6.75% وبعدها القوسان بنسبة 3.37% وفي الأخير تأتي الفاصلة بنسبة 1.68%. ويتبين من خلال تحليل الجدول السابق أن هناك استخدام لعلامات الوقف والترقيم في اللغة الإعلامية للشريط الإخباري وكان ذلك بمجموع تكرارات بلغ 296 تكرار وهذا يخدم فئة الوضوح للغة الإعلامية في الشريط الإخباري في الجدول 07 لأن علامات الوقف والترقيم ضرورية لوضوح الأسلوب وتسهل فهم القارئ للنص¹.

¹ محمود خليل منصور، محمد منصور هيبه، مرجع سابق، ص 44.

2- نتائج الدراسة التحليلية:

- نتائج الدراسة الجزئية:

من خلال تحليل النتائج الكمية والكيفية لمحتوى المادة الإعلامية الخاصة بفئات الشكل والمضمون ماذا قيل وكيف قيل؟ والتي تظهر مواصفات اللغة الإعلامية للشريط الإخباري لقناة "الرشوق الإخبارية" حيث توصلنا للنتائج التالية:

1- أظهرت نتائج الدراسة أن الحوادث هي المواضيع السائدة في الشريط الإخباري تليها المواضيع الاقتصادية فالمواضيع العسكرية ثم المواضيع الرياضية والمواضيع الثقافية والمواضيع السياسية بنفس النسبة بعدها الأمنية فالمواضيع القضائية وفي الأخير المواضيع الاجتماعية.

2- برز في الشريط الإخباري عدة وظائف للغة الإعلامية وحلت الوظيفة الإخبارية في المرتبة الأولى بنسبة 83.5% مقارنة بالوظائف الأخرى "الوظيفة التعبيرية والوظيفة الإقناعية"، الوظيفة الإخبارية تتحكم في مستوى اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري ويتضح ذلك من خلال ربط نتائج الجدول الموضح بفئة وظائف اللغة الإعلامية (جدول رقم 02) وجدول مستويات اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري (جدول رقم 15).

3- سمات اللغة الإعلامية التي أظهرها الشريط الإخباري مرتبة كالتالي: سمة الإيناس وكانت كل الأفكار الواردة مألوفة وسهلة، تليها سمة قصر الجمل والعبارات في اللغة الإعلامية للشريط الإخباري وهذا الفئة لم تكن محققة ويتبين ذلك من خلال وجود حشو في اغلب الجمل التي تظهر في الشريط، وسمة تكرار الأرقام والألفاظ في اللغة الإعلامية للشريط الإخباري كانت بنسبة كبيرة وهذا من الأمور الضرورية في اللغة الإعلامية ويتبين لنا من خلال ملاحظتنا لعينة الدراسة أن معظم تكرارات الألفاظ والعبارات والأرقام كانت في شكل اخبار ثقافية

او رياضية دولية تتكرر بصفة مستمرة في معظم أيام الدراسة وهذا يبين ضعف في مصادر هذه الأخبار بالنسبة للشريط الإخباري أو إهمال لهذا النوع من قبل القناة عينة الدراسة.

4- إن أغلب الكلمات كانت واضحة وبنسبة كبيرة في اللغة الإعلامية للشريط الإخباري ويتضح هذا النوع من خلال مجموع تكرارات الكلمات الواضحة.

5- اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري تتمتع بقدر من الجاذبية وهذا يظهر من خلال مجموع تكرارات الأسماء الشخصية والضمائر.

6- يتضح لنا من خلال تحليل النتائج السابقة أن أغلب الأخبار الواردة في الشريط الإخباري تتسم بالطول من الناحية العددية للكلمات.

7- أظهر تحليل النتائج أن اغلب الاخبار الواردة في الشريط الإخباري كان لها مصدر صريح وأكثرها من مصادر رسمية ومما يؤكد اعتماد القناة عينة الدراسة على هذه المصادر دون غيرها من المصادر الإخبارية وفي حين بلغت الاخبار دون مصدر نسبة 49.4% وهذا قد يقلل من مصداقية الاخبار في الشريط الإخباري.

8- الشخصيات الفاعلة في الشريط الإخباري لها تأثير على اللغة الإعلامية ويظهر هذا من خلال نقل تصريحات لشخصيات فاعلة بكل تفاصيلها حيث أثر هذا على سلامة اللغة الإعلامية وظهور نوع من الحشو في الجمل.

9- إن المدة الزمنية للشريط الإخباري تتفاوت فيما بينها وهذا يرتبط بأهمية الأحداث التي ينقلها الشريط الإخباري ويتبين هذا من خلال المدة الزمنية للشريط الإخباري ليومي 24 و 2019/12/25 وكما هو موضح في الجدول رقم 11.

10- يظهر من خلال تحليل نتائج الدراسة أن هناك استخدام لعلامات الوقف في الشريط الإخباري حيث بلغ مجموع تكراراتها 296 تكرار وهذا في صالح اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لأن استخدام علامات الوقف والترقيم يزيد من وضوح اللغة.

11- إن أغلب الأخبار التي تظهر في الشريط الإخباري ذات نطاق جغرافي محلي ووطني وهذا يظهر اهتمام القناة عينة الدراسة بالطابع المحلي.

12- يتضح من خلال أشكال الإبراز في الشريط الإخباري (تغير لون الشريط، تغير حجم بنط الشريط) يكون في الأحداث المهمة التي تريد القناة لفت انتباه الجمهور إليها من خلال هذا التغيير وأيضا المدة الزمنية المستغرقة للأحداث أو الأخبار المهمة المنقول عبر الشريط الإخباري يمكن ان تؤثر على اللغة الإعلامية.

13- إن مستوى اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري كان مستوى فصيح بنسبة كبيرة مقارنة بالمستويات الأخرى (العامية والمزيج المخلطة واللغات الأجنبية الفرنسية والإنجليزية).

14- إن التراكيب اللغوية في اللغة الإعلامية لشريط الاخبار لا تخلو من تغليب الجمل الاسمية على الجمل الفعلية وأيضا الأخطاء النحوية والصرفية والأخطاء الإملائية مما يخل بسلامتها.

الإجابة على تساؤلات الدراسة في ضوء النتائج المقدمة:

من خلال نتائج الدراسة الوصفية الممتدة من 21 /12 /2019 إلى غاية 02 /01 /2020 والتي تتمحور حول اللغة الإعلامية في الفضائية العربية الإخبارية من خلال تحليل شريط الأخبار لقناة الشروق الإخبارية وتنطلق من التساؤل الرئيسي التالي: ما هي مواصفات اللغة الإعلامية في الفضائيات العربية حيث الشكل والمضمون؟ " شريط اخبار قناة الشروق الإخبارية كنموذج."

والذي ينقسم بدوره إلى تساؤلات فرعية وهي:

1- ما هي مواصفات اللغة الإعلامية في الفضائيات العربية خلال شريط اخبار قناة الشروق الإخبارية من حيث الشكل؟

2- ما هي مواصفات اللغة الإعلامية العربية في الفضائيات العربية من خلال شريط اخبار قناة الشروق الإخبارية من حيث المضمون؟

وجاءت الإجابة على التساؤلات الفرعية التالي:

1- مواصفات اللغة الإعلامية من حيث الشكل: هي مواصفات بسيطة وواضحة يظهر من خلال من خلال تحقق فئة اشكال الابرار، ونسبة مستويات اللغة الإعلامية التي كان مستوى اللغة العربية الفصحى في المرتبة الاولى مقارنة بين مستويات الأخرى للغة الإعلامية، انخفاض نسبة الاخطاء النحوية والصرفية، والاختفاء الإملائية في فئة التراكيب اللغوية في الشريط الإخباري.

2- مواصفات اللغة الإعلامية من حيث المضمون: وهي مواصفات بسيطة وواضحة من حيث المضمون، ما يدل على البساطة والوضوح في اللغة الإعلامية المستخدمة في الشريط الإخباري قناة الشروق الإخبارية كنموذج ما يلي:

- نوع المواضيع السائدة في شريط الإخباري حيث تحل مواضيع الحوادث المرتبة الاولى المواضيع الاقتصادية ثم مواضيع العسكرية تليها المواضيع الرياضية المواضيع السياسية والثقافية بنفس النسبة، المواضيع الأمنية تليها المواضيع القضائية وفي الاخير المواضيع الاجتماعية وهذا يبين تنوع الموضوعات في الشريط الإخباري.
- وظائف اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري حيث حلت الوظيفة الإخبارية المرتبة الاولى بنسبة 83,5% وتليها الوظيفة الاقناعية ثم الوظيفة التعبيرية وهذا يبين أن وظيفة الشريط الإخباري وظيفية لغوية إخبارية.
- سمات اللغة الإعلامية " سمة القصر في الجمل والعبارات، سمة الإيناس، سمة التكرار " وكانت أغلب الافكار في الشريط الإخباري مألوفة بنسبة 100% تليها سمة تكرار الالفاظ والارقام حيث كانت نسبة تكرار الالفاظ في المرتبة الاولى تليها نسبة تكرار الارقام وهذا أيضا يؤكد البساطة والوضوح في اللغة، اما سمة القصر في الجمل والعبارات كم تكن محققة وجود نوع من الحشو في الجمل يظهر من نسبة المباعدة بين أركان الجملة الذي بلغ 65,5% وطول الجمل الاعتراضية بنسبة 30.5%.
- فئة وضوح اللغة الإعلامية التي كانت فيها مجموعة تكرارات كلمات الواضحة 2677 كلمة.
- فئة الجاذبية التي حل فيها استخدام الأسماء الشخصية في المرتبة الألى وتليها الضمائر حيث أن نسب هذه الفئة تؤكد وضوح وبساطة اللغة الإعلامية.

- النتيجة العامة للدراسة:

يتمحور موضوع الدراسة حول مواصفات اللغة الإعلامية في الفضائيات العربية الإخبارية من خلال شريط اخبار قناه الشروق الإخبارية كنموذج من حيث الشكل والمضمون وتوصلت هذه الدراسة إلى نتائج تخص الشكل والمضمون واتضح ان مواصفات اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري للقناة عينة الدراسة وهي لغة بسيطة وواضحة من حيث الشكل والمضمون لكنها تتأثر بعوامل فاعله في الشريط الإخباري مثل " الشخصيات الفاعلة في الشريط الإخباري، أهمية الاحداث" وما يدل على هذا التأثير مجموعه تكرارات الشخصيات الفاعلة في فئة فاعلية ب 145 شخصية وظهورها في الربط بين الجداول وتأثيرها على عده فئات الأخرى من عينة الدراسة وهي " فئة نوع المواضيع من خلال تدخلها في تحديد نوع المواضيع السائدة في شريط الإخباري، في جدول فئة الجاذبية في اللغة الإعلامية حيث بلغ عدد تكرارات أسماء الأعلام 145 اسم علم شخصية، وجدول فئة طول الأخبار بفعل نقل شريط الإخباري لتصريحات شخصيات فاعلة مما تسبب في نوع من الإطالة في الجمل ويتضح ذلك من خلال ملاحظتنا لعينة الدراسة أما أهمية الأحداث فتظهر من خلال تخصيص اطول مده زمنية في الشريط الإخباري التي بلغت نسبتها 14,84% يوم 2019/12/24 و 11.07% يوم 2019/12/25 من إجمالي المدة الزمنية وذلك بسبب واحد من الأحداث المهمة (وفاه قائد الاركان) ويتضح أيضا من جدول فئة أشكال الإبراز في شريط الأخبار حيث تغير لون الكتابة في الشريط الإخباري وحجم البنط بسبب هذا الحدث سابق الذكر.

الختامة

الخاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة الإحاطة بكل جوانب الموضوع والمتمثل في اللغة الإعلامية في الفضائيات العربية عن طريق تحليل شريط أخبار قناة الشروق الإخبارية كنموذج من أجل الكشف عن مواصفات اللغة الإعلامية في واحدة من الفضائيات العربية الإخبارية سابقة الذكر، المستخدمة في بناء الشريط الإخباري وأهم العوامل التي يمكن تـؤثر عليها بحكم أن الشريط الإخباري مادة إعلامية تخضع لضغط الأحداث اليومية المتسارعة وبصفة مستمرة حيث توصلنا إلى بعض النتائج التي تتعلق المستويات اللغة الإعلامية ووظائفها وأهم العوامل المؤثرة فيها بالاعتماد على المنهج الوصفي وأداة تحليل المضمون في الجانب التطبيقي من فصول هذه الدراسة وبالاستناد على الجانب المنهجي والمفاهيمي في هذه الدراسة راجين أن نكون حققنا أهداف هذه الدراسة وفي الأخير يمكننا القول أن اللغة الإعلامية واحدة من العوامل المؤثرة على الجمهور المتلقي لأنها تصوغ افكاره وتصوراتهِ وتحاكي واقعه الاجتماعي الذي وجب الاهتمام به حتى في اصغر جزئيات العمل الإعلامي " شريط الأخبار " وجعلها مع خصائصه وأيضاً مع خصائص الجمهور المشاهد لهذه النشرة المستمرة أسفل شاشة التلفزيون والتي تعتبر واحدة من الوسائل التي يمكن أن تنمي مهارة القراءة العامة لدى المشاهد والقادرة على تلبية حاجته من الأخبار والمعلومات في وقت قصير يتوافق مع متطلبات عصر السرعة.

قائمة المراجع

الكتب:

- 1- حامد الطاهر، منهج البحث بين التنظير والتطبيق مع دليل عملي لكتابة البحوث والرسائل العلمية، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، ط 2، مصر، اكتوبر 2008.
- 2- ذياب محمد، بردي الديحاني، ظاهرة القنوات التلفزيونية الفضائية، مجلس الأمة الأمانة العامة، قطاع البحوث والمعلومات، إدارة الدراسات والبحوث، الكويت، يناير 2000.
- 3- رسمية علي أبو سرور، الأخطاء اللغوية النحوية والصرفية في وسائل الإعلام، دار النشر الجامعية، القاهرة، 2011.
- 4- روبرت هيلارد، الكتابة للإذاعة والتلفزيونات ووسائل الإعلام الحديثة، ترجمة مؤيد حسن فوزي، العين، الإمارات العربية المتحدة، الكتاب الجامعي، 2014.
- 5- سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، دار الكتاب الجامعية، ط1، دولة الإمارات العربية، الجمهورية اللبنانية، 2017.
- 6- سيد أحرिमو، الإيجاز في الكتابة الصحافية، معهد الجزيرة للإعلام، 2020.
- 7- شريف حسن محمد النجار، الإعلام السفسطائي، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان.
- 8- عاطف عدلي، العبد زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ط1.
- 9- عبد العزيز شرف، المدخل إلى علم الإعلام اللغوي، مكتبة لبنان ناشرون، 2000.
- 10- عزيز داود، مناهج البحث العلمي والتربوي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006.
- 11- لؤي عبد الفتاح، زين العابدين حمزاوي، اساسيات وتقنيات ومناهج البحث، جامعة محمد الاول، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، المغرب 2010 - 2011.
- 12- محمد معوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000، ط3.
- 13- مؤيد حسن فوزي، الكتابة للإذاعة والتلفزيونات ووسائل الإعلام الحديثة، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2014.

الرسائل الجامعية:

- 1- إبراهيم العمور، تقييم الصحفيين لمهنة صحافة الأخبار في التلفزيون الأردني، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة البتراء، الأردن، 2015.
- 2- أماني إسماعيل عبدالسلام الشريف، المستويات اللغوية في الخطاب الإعلامي المرئي، دراسة تطبيقية لغوية، رسالة مقدمة لنيل درجة ماجستير في اللغة العربية وأدبها، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، الأردن، 2008.
- 3- حنان اسماعيل أحمد عمايرة، مذكرة حول التراكيب الإعلامية في اللغة العربية، دراسة لغوية تطبيقية، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في اللغة العربية، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، أيار 2004.
- 4- قراد راضية، اللغة الإعلامية في التلفزيون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2008.
- 5- نصير تامي، مذكرة حول المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة، دراسة تحليلية مقارنة قناة الجزيرة القطرية وقناة العربية السعودية رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2013.
- 6- يحي باسم عياش، إنقراطية الأخبار في الصحف الفلسطينية الإلكترونية «دراسة تحليلية وميدانية»، رسالة ماجستير في الصحافة، قسم الصحافة والإعلام، كلية الأدب والصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015.

المجلات:

- 1- رعد جاسم الكعبي، بناء الشريط الاخباري "السبتايتل" في القنوات الفضائية، دراسة حالة قناة العربية، مجلة الباحث العلمي ع4، كلية الإعلام، جامعه بغداد، العراق، 2008.
- 2- عبدالله عويقل السلمي، الأثر اللغوي للقنوات الفضائية العربية، دراسة ميدانية، مجلة الأثر ع28، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة، المملكة العربية السعودية، جوان 2017.
- 3- فادية المليحة الحلواني، لغة الإعلام العربي، قسم اللغة العربية، كلية الأدب، جامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق، ص15.
- 4- نوال عثمان، أسباب تردي لغة الصحافة، قسم اللغة العربية وأدبها، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2007.

مواقع الأنترنت:

- 1- عادل سالم، علامات الترقيم في الكتابة العربية ومواضع استعمالها، <https://www.diwanalarab.com/علامات-الترقيم-في>
- 2- مروى علي، مصادر الأخبار بين نشر الأخبار الحقيقية والمعلومات الموجهة، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة، <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/599>

قائمة المراجع

الملاحق

جامعة الشيخ العربي التبسي -تبسة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

استمارة تحليل مضمون

عنوان الموضوع

اللغة الإعلامية في الفضاءات العربية

«دراسة وصفية تحليلية لشريط أخبار قناة الشروق الإخبارية كنموذج»

إشراف الدكتور:

* طبي منير

إعداد الطالب:

* دهام علاء الدين

استمارة تحليل المضمون

فئات تحليل المضمون:

1- فئات الموضوع «ماذا قيل»:

الجدول رقم (01) فئة نوع المواضيع في الشريط الإخباري.

النسبة	التكرار	نوع المواضيع في الشريط الإخباري
		حوادث
		اقتصادي
		عسكري
		ثقافي
		رياضي
		سياسة
		أمني
		قضائي
		اجتماعي
		المجموع

الجدول رقم (02) فئة وظائف اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري.

وظائف اللغة الإعلامية	التكرار	النسبة
الوظيفة الإخبارية		
الوظيفة الاتقاعية		
الوظيفة التعبيرية		
المجموع		

الجدول رقم (03) سمة القصر في الجمل والعبارات في الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية:

سمة القصر في الجمل والعبارات في الشريط الإخباري	التكرار	النسبة
طول الجمل الاعتراضية في الشريط		
المباعدة بين أركان الجملة في الشريط		
استخدام الجموع الثقيلة		
المجموع		

الجدول رقم (04) سمة الإيناس في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية:

سمة الإيناس في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري	التكرار	النسبة
الأفكار المألوفة		
الأفكار غير المألوفة		
المجموع		

الجدول رقم (05) سمة تكرار الألفاظ وتكرار الأرقام في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناة الشروق

الإخبارية:

النسبة	التكرار	سمة تكرار الألفاظ والأرقام في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري
		تكرار الألفاظ
		تكرار الأرقام
		المجموع

الجدول رقم (06) سمة فئة وضوح اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	فئة وضوح اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري
		الكلمات الواضحة
		الكلمات غير الواضحة
		المجموع

الجدول رقم (07) فئة الجاذبية في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري:

النسبة	التكرار	الجاذبية في الشريط الإخباري
		أسماء الأعلام
		الضمائر الشخصية
		أسماء الجمع
		المجموع

الجدول رقم (08) فئة طول الجمل في الأخبار الواردة في الشريط الإخباري:

النسبة	التكرار	فئة طول الجمل في الشريط الإخباري
		أكثر من 15 كلمة
		15 كلمة
		أقل من 15 كلمة
		المجموع

الجدول رقم (09) يمثل فئة مصادر الأخبار في الشريط الإخباري:

النسبة	التكرار	مصدر الأخبار في الشريط الإخباري
		بدون مصدر
		جهات رسمية
		مراسلون
		أشخاص أو شهود عيان
		وكالات أنباء
		المجموع

الجدول رقم (10) فئة الشخصيات الفاعلة في الشريط الإخباري:

النسبة	التكرار	الشخصيات الفاعلة في الشريط الإخباري
		مسؤولين في الدولة
		مسؤولين في الحكومة
		شخصيات رياضية
		شخصيات عسكرية
		فنانون وأدباء
		شخصيات سياسية أجنبية
		شخصيات حزبية
		إعلاميون
		رجال اعمال
		موقوفون وإرهابيون
		المجموع

2- فئات الشكل «كيف قيل»:

الجدول رقم (11) يمثل فئة النطاق الجغرافي للأخبار الواردة في الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	النطاق الجغرافي للأخبار الواردة في الشريط الإخباري
		محلي
		وطني
		دولي
		المجموع

الجدول رقم (12) يمثل فئة الإبراز في اللغة الإعلامية للشريط الإخباري في قناة الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	فئة تغيير بنط الشريط الإخباري	فئة تغيير لون الشريط الإخباري	أشكال الإبراز في الشريط الإخباري
				تاريخ تغيير اللون والبنط
				21/12/2019
				22/12/2019
				23/12/2019
				24/12/2019
				25/12/2019
				26/12/2019
				27/12/2019
				28/12/2019
				29/12/2019
				30/12/2019
				31/12/2019
				01/01/2020
				02/01/2020
				المجموع

الجدول رقم (13) يمثل فئة مستويات اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	فئة مستويات اللغة الإعلامية
		اللغة العربية الفصحى
		اللغة العامية
		اللغة الأجنبية
		المزيج أو المخالطة
		المجموع (عدد الكلمات)

الجدول رقم (14) يمثل فئة التراكيب اللغوية الشريط الإخباري لقناة الشروق الإخبارية:

النسبة	التكرار	فئة التراكيب اللغوية
		تغليب الجمل الاسمية على الفعلية في الجملة
		الأخطاء النحوية في الجملة
		الأخطاء الإملائية في الجملة
		المجموع

الجدول رقم (15) يمثل فئة زمن الشريط الإخباري في قناة الشروق الإخبارية:

النسبة	المدة الزمنية لشريط الإخباري ب (الدقيقة، الثانية)	وقت تسجيل الشريط الإخباري	زمن الشريط الإخباري
			التاريخ
			21/12/2019
			22/12/2019
			23/12/2019
			24/12/2019
			25/12/2019
			26/12/2019
			27/12/2019
			28/12/2019
			29/12/2019
			30/12/2019
			31/12/2019
			01/01/2020
			02/01/2020
			المجموع

الجدول رقم (16) يمثل فئة علامات الوقف والترقيم في اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري لقناة "الشروق"

الإخبارية:"

النسبة	التكرار	علامات الوقف والترقيم في الشريط الإخبارية
		النقطتان الرئيسيتان (:)
		الشرطة (-)
		الشولتان (")
		الشرطتان (--)
		الخط المائل (/)
		القوسان ()
		الفاصلة (،)
		المجموع

المخلص:

تناولت هذه الدراسة موضوع اللغة الإعلامية في الفضائيات العربية من خلال تحليل شريط أخبار قناة الشروق الإخبارية كنموذج، وذلك من أجل التعرف على مواصفات اللغة الإعلامية في الفضائيات العربية المستخدمة من خلال الإشكالية التالية: ما هي مواصفات اللغة الإعلامية في الفضائيات العربية من حيث الشكل والمضمون من خلال تحليل شريط أخبار قناة الشروق كنموذج. وتقع هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية حيث لا تقتصر على الجانب الكيفي فقط بل تسعى إلى الوصول إلى مجموعة من الاستنتاجات، وتم الاعتماد على أداة تحليل المضمون وقد توصلت هذه الدراسة إلى هذه نتائج أهمها: تظهر اللغة الإعلامية في الفضائيات العربية من خلال تحليل شريط أخبار قناة الشروق الإخبارية بمواصفات بسيطة وواضحة من حيث الشكل والمضمون، إن اللغة الإعلامية في الشريط الإخباري للقناة عينة الدراسة تتأثر «بالشخصيات الفاعلة، وأهمية الحدث الذي ينقله الشريط» وذلك لأن الشريط الإخباري عبارة عن مجموعة من الأخبار وهي في الأساس أحداث تقع بسبب شخصيات فاعلة والتأثير على اللغة الإعلامية يكون حسب أهمية الحدث والشخصيات الفاعلة فيه.

Abstract:

This study dealt with the topic of media language in Arab satellite channels by analyzing the news tape of Al-Shorouk News Channel as a model, in order to identify the specifications of the media language in Arab satellite channels used through the following problem: What are the specifications of the media language in Arab satellite channels in terms of form and content through Sunrise channel news analysis as a template. This study falls within descriptive studies where it is not limited to the qualitative side only, but seeks to reach a set of conclusions, and the content analysis tool has been relied upon and this study has reached these most important results: The media language appears in Arab satellite channels through the analysis of the news channel Sunrise. The newsletter has simple and clear specifications in terms of form and content, that the media language in the news tape of the study sample channel is affected by "the actors and the importance of the event that the tape transmits" because the news tape is a group of news and it is mainly events that occur due to actors and influence the media language. It is according to the importance of the event and the actors in it.