

التشويش الدلالي للمصطلح في الصفحات الثقافية

لدى طلبة كلية الآداب (جامعة بغداد)

د. حسن كامل

م.م. خليل إبراهيم فاخر

جامعة بغداد- كلية الإعلام

المستخلص

يتعرض البحث الى قضية مهمة، تتعلق بمعوقات اتصالية تحول دون وصول الرسالة الاعلامية التي تتضمنها الموضوعات الثقافية المنشورة في الجرائد المحلية الى القراء، او عدم ادراكهم لجوانب منها لاحتوائها على مفردات مغرقة في النخبوية، يعجز القارئ العادي للجريدة من ذوي التعليم المتوسط، وحتى الاكاديمي في بعض الاحيان عن فك رموزها وفهم مغزاها. وبعد تحديد مشكلة البحث والادوات التي يروم الباحث الاستعانة بها لأجازه بحثه، تم اختيار عينة من طلبة كلية الآداب بجامعة بغداد، وذلك لكونهم الاقرب للتخصص، وجاء هذا الاختيار لافتراض الباحث ان المشكلة تتعدى عامة القراء لتطال القريبين من التخصص من طلبة الجامعات في أقسام الآداب. وتوصل الباحث الى جملة من النتائج، تتلخص في أن الخطاب المعتمد في الصفحات الثقافية، هو خطاب نخبي لا يتناسب ومستوى عامة القراء، كما ان القراء يعانون من كثرة استخدام المحررين للمصطلحات المترجمة، فضلا عن ضبابية في طرح الافكار، الى جانب غياب عنصر التشويق في صياغة مادة الموضوعات، التي ادت الى ابتعاد القراء عن متابعة الصفحات الثقافية. وكشفت الدراسة كذلك تراجع اهتمام القراء بالموضوعات الثقافية التي حصلت على نسبة متدنية في تسلسل ما قبل الاخير من ذيل قائمة ترتيب أولوياتهم للصفحات المفضلة في الجرائد التي يقرأونها. ووضع الباحث جملة من المقترحات لمعالجة الظاهرة موضوع البحث، يمكن ايجازها بالاتي:

- 1- ضرورة تضمين الموضوعات الثقافية التي تحتوي مصطلحات مترجمة لبعض الاضاءات التي توضح معنى المصطلح للقارئ وتساعد في أدراك واستيعاب الموضوع .
- 2- لتجنب التداخل الدلالي وعدم فهم مدلولات المصطلح، يوصي الباحث بعدم استخدام المصطلحات المعقدة، والاستعاضة عنها بمفردات مفهومة.
- 3- ضرورة تجنب المحررين للغو في استعراض القدرات اللغوية، واعتماد اسلوب مشوق في عرض المادة الثقافية.
- 4- استخدام (الكوبونات) السنوية للاطلاع على آراء القراء ومقترحاتهم، وذلك لمعرفة المعوقات التي تواجههم في فهم الموضوعات.

المقدمة

التشويش الدلالي في المضامين الاعلامية ظاهرة خطيرة ، يجب التوقف عندها ودراستها ، فهي تتسبب بحالة من القطع بين المرسل والمستقبل، ينتج عنها ضياع الرسالة ، وذلك لعجز الاخير عن فهمها وفك طلاسمها، فضلا على هدر الوقت والامكانات معا . ولا ريب ان الخطاب الفوقي المليء بالمصطلحات المعقدة الذي يعتمده بعض محرري الصفحات الثقافية في الجرائد اليومية العراقية، يؤدي في نهاية المطاف الى ابتعاد القراء عن الصحف، ولكونها (جرائد يومية

عامّة) كثيرا ماتكون ناطقة بلسان حزب او حركة او تيار، وفي احيان قليلة تكون مستقلة، وحتى هذه الاستقلالية محل تساؤل وذلك لأنها كثيرا ما تستخدم كغطاء تخفي تحته الصحف الحزبية للوصول الى جمهوراوسع. لذا فإن هذه الجرائد مطالبة بأن تعتمد خطابا اعلاميا يتناسب مع المستوى الثقافي لعموم القراء، يقدرعلى فك رموزه الفلاح البسيط والعامل والشرطي والجندي وغيرهم من ابناء المجتمع، بهدف تحقيق اتصال ناجح معهم يقود الى تغيير في اتجاهاتهم وقناعاتهم أو تبنيهم لأفكار جديدة. إذا ما علمنا ان الوظيفة الاساسية للصحافة، والصفحات الثقافية على وجه الخصوص، هي التثقيف والتنوير ومساعدة الجمهور في اتخاذ القرارات عن طريق رفده بالمعلومات والحقائق التي تجعل الاشياء واضحة امامه، ولا يحدث هذا اذا لم تتمكن الجريدة من مخاطبة القراء بلغة وسطية سهلة مفهومة خالية من التعقيد.

مشكلة البحث

بعد الاحساس بمشكلة البحث وتحديدها، اول خطوات البحث العلمي، وهو الاساس الذي تستند إليه بقية خطوات البحث. وقد تلمس الباحثان مشكلة البحث عن كثب خلال عملهما المهني في الجرائد المحلية. وبما ان المشكلة البحثية تتضمن عدداً من الاسئلة او الفرضيات، فإن مشكلة هذا البحث تتحدد في التساؤلات الآتية:

- ١- ما انطباعات طلبة قسم اللغة العربية في (كلية الآداب - جامعة بغداد) عن الصفحات الثقافية في الجرائد العراقية اليومية، وهل يستوعبون ما يكتب فيها بيسر وبلا عناء؟
- ٢- ما نوع المصاعب التي تحول دون فهمهم لمضامين الموضوعات الثقافية؟
- ٣- هل تستهدف الرسائل الاعلامية للصفحات الثقافية، جمهوراً خاصاً ام عموم قراء الجريدة؟

أهداف البحث

يسعى البحث الى تحقيق جملة من الاهداف، يمكن تحديدها بالآتي:

- ١- معرفة تصورات القراء تجاه الموضوعات الثقافية التي تنشر في الجرائد اليومية العراقية، وهل هم راضون عن مستوى الخطاب الاعلامي فيها، ام يعتقدون انه خطاب فوقي يستهدف فئة محدودة من الادباء والكتاب ويتجاهل بقية القراء.
- ٢- كشف المعوقات الاتصالية التي تحول دون ادراك القراء و مدى استيعابهم للمضامين الاعلامية التي تتضمنها الصفحات الثقافية؟
- ٣- تحديد المصطلحات والعبارات التي تلبس الدلالة اللغوية.

أهمية البحث

يمكن استخلاص أهمية البحث من موضوعه، كونه يعالج قضية قائمة تتحدد في صعوبة استيعاب الكثير من القراء لما ينشر في الصفحات الثقافية في الجرائد اليومية المحلية، بسبب الخطاب الفوقي والنخبوي للمحررين الذي يختزل الجمهور في اضيق الحدود.

منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية، فهو يدرس ظاهرة راهنة تتعلق بموقف مجموعة من الناس أزاء قضية معينة ولكون البحوث الوصفية تعتمد اسلوب المسح وتحليل البيانات والمواقف بهدف تحليل الظاهرة وتفكيكها وفهمها، لذا فإن المنهج المناسب للبحث هو المنهج المسحي الذي يركز على دراسة الحاضر واشياء موجودة في الواقع خلال وقت الدراسة.

مجالات البحث وحدوده

تتضمن حدود البحث مجالين، وهما:

- ١- المجال المكاني: ويشمل قراء الجرائد اليومية في العاصمة بغداد، (طلبة كلية الآداب - جامعة بغداد).

٢- المجال الزمني : حدد الباحث خمسة عشر يوماً ، لتوزيع وجمع استمارة الاستبيان على الباحثين للمدة من اولغاية ١٥ آذار ٢٠١٢ .

مجتمع البحث

ان طبيعة البحث والاشكالية التي يبحث فيها، المتعلقة في عدم استيعاب وفهم الكثير من القراء لما يكتب في الصفحات الثقافية، دعا الباحث الى اختيار أسلوب الحصر الشامل لمجتمع البحث المتمثل بطلبة الصفوف الثالثة والرابعة في قسم اللغة العربية بـ (كلية الآداب - جامعة بغداد)، فهم اكثر قرباً للبحث، فضلا على ان طلبة هاتين المرحلتين يعدون اكثر نضجاً ودراية من الناحية العلمية من طلبة المرحلتين الاخيرتين الاولى والثانية .

الأدوات والاجراءات

١- الادوات : استخدم الباحث معظم أدوات البحث العلمي بما فيها ، استبانة الباحثين، واجراء مقابلات مع باحث في الشأن اللغوي وعدد من محرري الصفحات الثقافية.

الى جانب الملاحظة بنوعيتها القصدية وغير القصدية، والاخيرة كانت وراء اختيار قضية البحث، وذلك لجمع المادة النظرية والتطبيقية للبحث واستيضاح بعض النقاط التي تحتاج الى اضاءة من متخصص أو خبير.

٢- الاجراءات : بعد الانتهاء من أعداد استمارة الاستبيان، عرضها الباحث على عدد من الخبراء لتقويمها، وتم الاخذ بالملاحظات التي تحقق فيها أجماع أو أغلبية بين الخبراء على تغيير بعض الفقرات أو تعديلها . ثم عرضت على (١٥) مبحوثا يمثلون (١٠٪) من مجتمع البحث، وذلك للتعرف على المعوقات التي تواجههم عند ملئها، ثم وزعت على الباحثين (مجتمع البحث)، وبعد جمعها وتقويم الاجابات، اهمل الباحث عدداً من الاستمارات التي تفتقر اجاباتها للمعايير العلمية المعتمدة في الاجابة، تلتها عملية تفرغ البيانات وتحويلها الى جداول ومن ثم أستخلاص النتائج وتقديم بعض المقترحات.

التعريفات:

نظراً لعدم وجود تعريفات وافية تتناسب مع طبيعة البحث لمصطلحي (التشويش الدلالي - الخطاب النخبوي) فقد وضع الباحث التعريفين الاتيين :

١- التشويش الدلالي : ونعني به حالة الاختلاف في المعنى التي تحدث في العملية الاتصالية بين ما يريد القارئ بالاتصال في المصطلح وبين فهم المستقبل له.

٢- الخطاب النخبوي : ونقصد به استخدام اسلوب لغوي يتجاوز مستوى عموم القراء ، مشحون بمفردات لا يدرك معناها الا فئة محدودة من الادباء والمثقفين.

الصفحات الثقافية .. المهام والأهداف

تتلخص وظيفة الاعلام بشكل عام والصحافة بشكل خاص في اربعة مجالات، وهي (الاخبار- التنقيف والتنوير- التعليم - الترفيه) ولعل وظيفة التنقيف والتنوير تأتي في مقدمة هذه الوظائف كونها، تساهم في الارتقاء بالمستوى الثقافي للقراء، فضلا على امدادهم بالمعلومات الضرورية التي تساعدهم في تكوين رأي واتخاذ القرار المناسب إزاء أي قضية تشغل الرأي العام.

والمهمة الثقافية للصحافة تتعدى نشر الموضوعات ذات الطابع الادبي، الى الارتقاء بالذوق العام، وتعزيز السلوك الحضاري للفرد في المجتمع، ومن هنا تنضح أهمية ان يكون الاسلوب المستخدم في طرح الموضوعات الثقافية في الصحافة، هو الاسلوب الذي يجتمع الناس على فهمه وعلى محاكاته حين يتكلمون او يكتبون، لأن الكلمة المطبوعة التي تتمثل في اهم استخداماتها وابعدها اثرا في لغة الصحافة ، لها سلطان على الناس، فهي التي تصنع الرأي العام. ^(١)

ان الثقافة التي نسعى اليها، ليست الثقافة بمعناها الضيق، التي تنحصر في سطور الصحيفة او الكتاب او الاستماع الى الاذاعة المرئية او المسموعة، وانما الثقافة بمعناها الواسع والتي تتمثل في اكتساب الخبرات وتنمية المواهب وتمكين المواطن من الوعي ليقوم بدوره في المجتمع .⁽¹⁾

ويرى ادوارد سعيد ان المثقف مناطة به مهام عدة أهمها، خطيم قوالب الانماط الثابتة والتعميمات الاختزالية التي تفرض قيودا شديدة على الفكر الانساني وعلى التواصل مابين البشر، والمثقف الحق يتفاعل مع اوسع جمهور ممكن .. فهذا الجمهور الواسع هو السند الطبيعي الذي يستمد منه قوته⁽²⁾

وتتأتى أهمية الوظيفة الثقافية للصحافة في التثقيف والتنوير، من الدور الذي تلعبه البيئة الثقافية التي نعيش فيها، كونها هي المسؤولة عن تحديد ماندركه (فنحن لانرى ثم نحدد ، ولكن التحديد يكون سابقا على الرؤية والادراك، وملاحظتنا للاشياء والاحداث تتمشى دائما مع الانماط المحددة التي تصبها البيئة الثقافية في نفوس الجماهير، ولايلبث الانسان ان يرى كل الاشياء من خلال هذه الانماط التي تصب بمثابة المرشحات التي تصبغ لون المرئيات).⁽³⁾

كما ان الانماط ضرورة مهمة للادراك والمعرفة ولايمكن الاستغناء عنها (فأفكار الناس عن الملائكة والشياطين تتخذ اشكالا وانماطاً ساذجة محددة ، توفر على الناس متاعب الانطباعات الجديدة، فالعوامل الموضوعية تمثل الاشكال الخارجية التي نكتب عنها ونحدث حولها والتي تعرض العالم من حولنا ، ذلك لأن لكل فرد ولكل جماعة مجموعة من التصورات والاتجاهات تتحكم في سلوكه ونظرته للاشياء).⁽⁴⁾

ان مضمون وعي المثقف هو حصيلة لنتاج وتخراج معرفي لوعي المجتمع الذي ينتمي اليه في عمقه الحضاري والتاريخي، لذا فإن هذا الوعي ينسب اليه مهمة ايصال الرسالة الثقافية الى المجتمع عموما، وهو ما يشير الى الدور الوسيط الذي يشغله المثقف، بوصفه الوسيط المعرفي، فضلا عن ان مهمته تتلخص في نقل وعيه الخاص عن المفاهيم الى الاخرين .. انطلاقا من قناعاته الراسخة بأن تثقيف المجتمع وتنميته، لايد من ان تكون شاملة جماعية يمارسها المجتمع بأكمله .. الى جانب اشاعة الوعي الصحيح ونقله من خصوصية فهم المثقف له الى عمومية فهم المجتمع في عملية اسمها التثقيف.⁽⁵⁾

ويشير سلامة موسى الى مسؤولية الصحفي تجاه المجتمع، بقوله: نحن الصحفيين نتحمل مسؤولية تنوير الشعب، وأولى الوسائل لهذا التنوير ان نكتب بلغة يفهمها الناس، لغة سهلة نبلغ بها المعنى العميق دون ان نحتاج الى الكلمات التي تصد القارئ.⁽⁶⁾

وفي ذات السياق يؤكد د. محمد رضا مبارك ان (الدلالات المانعة ماعادت مقبولة، والحاجة ماسة الان الى دلالات خاصة ، تستثمر الوقت وتدفع باتجاه استعمال الاتصال في التقدم الاجتماعي، واللغة عنوان هذا التقدم).⁽⁷⁾

وكان (ادوين هـ . فورد) قد اشار في عام ١٩٣٧ الى أن الصحافة الادبية، هي الكتابات التي تقع داخل المنطقة التي تفصل الادب عن الصحافة، وقد تكون على شكل مقال او تحقيق صحفي الا ان وظائفها الرئيسية تشمل الاعلام والترفيه والتثقيف.⁽⁸⁾

إن للانسان حقا في الاعلام وهذا ماتضمنه الاعلان العالمي لحقوق الانسان، ولكون الاتصال حاجة وليس مجرد وسيلة أو سلعة وهو شكل من أشكال التعبير عن الثقة بالنفس وتأكيد الهوية الثقافية وتحقيق الرسالة التربوية والاجتماعية، لذا فإن وسائل الاعلام مدعوة الى ممارسة دور اخلاقي في توعية القراء وتنويرهم، ويرى الباحثان أن هذه الاهداف غير ممكنة التحقق ما لم تنبه هذه الوسائل الى ضرورة أعداد رسائلها الاتصالية بشكل وسطي وليس فوقيا ، ليتسنى لها تحقيق التأثير المطلوب.

التشويش الدلالي

منذ منتصف السبعينات، ابدى علماء الاتصال اهتماما متزايدا بحقل اللغة، وهذا الاهتمام راجع الى ان

وسائل الاعلام الحديثة. (اخذت تبحث عن صياغة لغة اتصال مشتركة توظف فيها الكلمات والعبارات والتراكيب النحوية والصرفية لانتاج معنى خاص يتجاوز المعنى القاموسي للكلمات المفردة . وقد ساعد هذا على دعم المشروع الدعائي والحملات الاعلامية ونصوص الكتابة الصحفية الاخرى بنظام علاقات لغوية جديدة يتعامل مع المفردة تعاملا استنباطيا. اكتسبت اللغة خلاله دلائل خاصة ومعاني اجتماعية جديدة لها اهميتها الكبيرة في تحليل النصوص واستنباط معانيها وشحن مفردات الرسالة الاعلامية بمعانٍ لم تكن لتنتج اجتماعيا لولا هذا المنهج الجديد في صياغة وتحليل لغة الخطاب الاعلامي).⁽¹⁰⁾

ولارِب ان نجاح عملية الاتصال تتوقف على اختيار المحتوى المناسب للرسالة، وقيمة اية رسالة تتحدد في ضوء فاعليتها وتأثيرها، وهو ماذهب اليه (هارولد لازويل) في نموذج الاتصال (من. يقول ماذا. بأي وسيلة. لمن. بأي تأثير). ولكون الاتصال ماهو الا عملية ترمز. حيث يوجد دائما مصدر يرسل الرموز عبر وسيلة ليستقبلها اخر. ويقوم بحلها وتفسيرها، فأن دور واهمية اللغة يبرز جليا في ايصال الافكار واحداث التأثير المطلوب. وبالرغم من أهمية التناغم والتوافق بين المرسل والمستقبل. ألا أنهما لايفيان لاتمام عملية الاتصال. اذ يشترط ان تكون الخبرات مشتركة. وهو ماينطلق عليه (الاطار الدلالي).⁽¹¹⁾

ان المستوى الافقي للغة يختلف اختلافا بينا عن المستوى العمودي (التاريخي) والاهتمام بذلك سيوفر فرصة للتعامل العلمي الواقعي معها. فلطالما نظرنا للغة وكأنها كائن مستقل خارج تفكيرنا، وهي ليست جزءا منه. وبدلا من ان نشخص انفسنا شخصنا للغة. وجعلناها في المرتبة العليا لايمكن الوصول اليها الا بالتوسل والتودد. فدخلنا في صميم الانفصال الفكري عنها. نحن نفكر باللغة قبل ان نفكر بالمعاني وتطورها وتوليدها من جديد. ونتأمل الكلمات قبل ان نعنى بما تعنيه. فتحولت الى رموز مبهمه فارغة من الدلالة.⁽¹²⁾

وحسب محمد سيد محمد فأن حقل الدلالة هو الحقل المشترك بين اللغة والاعلام. الذي نتملمسه في العلاقة بين اللفظ والمعنى. حيث يعنى علماء اللغة بعلم الدلالات. فيما يهتم علماء الاعلام بالاطار المشترك بين مرسل الرسالة ومستقبلها . حتى يتم الاعلام في هذا الاطار المشترك ولاتسقط الرسالة خارجه.⁽¹³⁾

وعندما يهجم المحرر البدء بكتابة رسائله الاعلامية الى قرائه. ينبغي ان يعرف ان المستقبل لايدرك الاشياء كاملة بتفاصيلها الدقيقة. ولكنه يدرك الاشكال الرئيسية واضحة وجلية. وحوولها مجموعات تكون اقل حدة ووضوحا. وهذا مايسمى بـ(البؤرة والحاشية) عند علماء النفس. فكثيرا ما نشاهد شخصا ونذكر ملامح وجهه دون ان نتذكر اسمه و لون معطفه . كما اننا لاندرک عدد درجات السلم الذي نرتقيه لمرات عديدة يوميا .. هناك عناصر ندركها بوضوح في بؤرة شعورنا واشياء اخرى هامشية لاهمية لها. لذا فأن المرسل مسؤول عن لفت نظر المستقبل ووضعه في منطقة البؤرة بدلا من الحاشية .⁽¹⁴⁾

ومازال العلماء والفلاسفة يناقشون (طبيعة العلاقة بين ماندرکه عن طريق الحواس. من غير ان يتوصلوا الى نتائج محددة في كثير من جوانبها. على ان الامر المعلوم هو ان الادراك الحسي يتم عن طريق الملاحظة. وهو مجرد خطوة من خطوات عملية الاتصال فقط. يمثل المرشح الاوسط لتنظيم العلاقة بين المدركات والخبرات الماضية كخطوة تالية للادراك الحسي في تشكيل التصورات الذاتية في ذهن المرسل او المستقبل. فعندما يشاهد البدائي طائرة لأول مرة لا يستطيع ان يدرك ماهيتها او دلالتها الحقيقية . ولكنه لايد وان يكون لنفسه مدلول على ضوء خبراته السابقة وفي حدود اطاره الدلالي ليفسر هذا الشيء الجديد. ولايمكن للاعلامي ان ينجح في اداء مهمته مالم يعرف حقيقة الاطارات الدلالية للجماعات والافراد).⁽¹⁵⁾

كما أن المحرر وهو يتفحص اسلوب التحرير ينبغي ان يدرك بأن واجبه الاول هو مساعدة جمهوره على فهم الكلمات كوسائل لنقل الرسائل التي تتضمن المعلومات والمواقف. بمعنى انه يستخدم اللغة في مستواها

العملي المرتبط بالجمهور، فضلا عن ضرورة إدراكه ان الآراء التي لا يعبر عنها لا تنظم التفكير، وذلك لأن المحرر الذي لا يستطيع التعبير عن الأفكار والحقائق لا ينجح في تحقيق عملية الاتصال الاعلامي . وهو ما يستدعي أن يدرك المحرر أهمية العلاقة الوثقى بين المعرفة والكلام . وحسب عبد العزيز شرف (نجاح الصحفي او فشله في تحقيق التأثير المطلوب يتوقف على مدى نجاحه في استخدام كلمات سليمة دالة، ومدى تكافؤ الفكرة مع الواقعة المقصودة، ذلك ان سلامة الدلالة في الكلمات شرط لاغنى عنه للفادة من التأثير اللغوي).⁽¹¹⁾

ولعلنا نلمس ذلك في حديث دار بين * رئيس تحرير احدى الجرائد اليومية المحلية ومسؤول الصفحة الثقافية في الجريدة، حيث عبر الاول عن انزعاجه من الخطاب «النخبوي المستخدم في الصفحة الثقافية، قائلا: لماذا هذا الخطاب الخاص جدا، لماذا تتجاهلون قراء الجريدة، وتخطبون طبقة الادباء لاغير.

هذا الموقف يكشف بصورة جلية وجود مشكلة تحد من التواصل بين الجريدة وقرائها، وكثيرا ماتسبب بعض الكلمات بإثارة الشك والغموض لدى القارئ، ذلك لأن معنى اغلبها غير مؤكد، بحيث لو شغلنا افكارنا بالكلمات وحاولنا استنباط اسماء للاشياء فلن يكون غريبا ان تضل الكلمات السبيل، وفي هذا الصدد يوضح جوك لوك أن الجمهور يعرف القليل عن أهمية معاني الكلمات وعن أهمية الارتباط الناشيء عن تفسير كلمات الاخر. ويرى شران اننا عندما نتصل بغيرنا نحاول ان نقيم مشاركة مع من نتصل به، فالمرسل يحاول توصيل معلوماته او مشاعره التي يحولها الى كلمات مكتوبة او مسموعة، وبعد ان ترسل الرسالة يتوقع انها رسمت في ذهن المستقبل الصورة نفسها الموجودة في مخيلته، وهذا يعني ان الصحفي مهتم بتوصيل المعلومات والافكار اكثر من نقلها الى الجمهور).⁽¹²⁾

وفي مجال الاتصال والاعلام فإن الرموز مجرد كلمات صغيرة، غالبا ما تفضي الى تفسيرات معقدة، وقد وضع الفيلسوف والمنطقي الاميركي (شارلس بيرس) مثلا لعمل الرموز ثم قام بتفسير الرموز الى ثلاثة اصناف، فالشيء هو ما يصفه الرمز الذي ينطوي على دلالة، أي له معنى في عملية الصيرورة الى مفهوم عقلي سماه بيرس (المفسر) في حين أن (سوسيرا) دعاه (الدلول)، ولكن من المهم التأكد ان الرمز يعتمد في معناه على السياق الذي يعمل فيه، وهكذا يتضح أن الرموز لاتعمل بمفردها، انما ضمن مجموعة أخرى من الرموز المتقابلة التي تؤدي مهمتها في سياق ثقافي معين، وأذا كان هناك أنواع مختلفة من مستويات المعنى (الدلالة) فهناك أيضا أنواع مختلفة من الرموز، ولكن بيرس حصرها في ثلاثة أصناف هي (الصورة - الدلالة - الرمز)، وهذه متعاملة مع مثلث (الرمز- الشيء- المفسر) كما انها متداخلة كذلك، فالصورة مثل للشيء أو شبيهه، أما الدليل فهو علامة مرتبطة بالشيء الذي تدل أو انه مؤشر فالدخان دليل على النار مثلا.⁽¹³⁾

وقد أضاف (رموند فرث) أمودجا أو صنفاً رابعا للرموز، هو الاشارة التي تؤكد الفعل الشرطي او المحفز الذي يتطلب الاستجابة، (ومن ترابط الرموز تتألف المنظومات والانظمة، وضرب رولان بارت مثلا من الوردية، فهي مجرد زهرة ولكن اذا أهداها شاب الى صديقه، تصبح عندئذ رمزا لانها تشير الى العاطفة الرومانسية لديه وتؤدي الوردية هذه المهمة. ومثل هذا ما يمكن قوله في اشارات المرور، حيث يشير اللون الاحمر الى معنى غير معناه القاموسي والذي هو مجرد لون، لكن الاستعمال الاجتماعي قد أعطاه معنى جديد فصار يرمز للتوقف أو المنوع).⁽¹⁴⁾

ويحدث التشويش الدلالي احيانا بسبب اختلاف دلالة الكلمات في الاستخدامات القطاعية والمهنية الى جانب اختلاف المعنى الادراكي لها عند الجمهور، مثال ذلك ان كلمة (تعرض) تعني في ادبيات الاتصال، مشاهدة فرد أو عدة أفراد لمادة اعلامية سواء في التلفزيون او السينما او الاذاعة او الصحف، في حين ان معنى الكلمة في الادبيات العسكرية، هو تنفيذ قطعات عسكرية لعملية هجومية على قطعات

معادية.

ولأن مجتمعنا شهد حالة من العسكرة الواسعة، فإن الدلالة الأخيرة للكلمة هي الأكثر شيوعاً عند الناس، وإذا استخدم المحرر المفردة بدلالاتها المعروفة في علم الاتصال ستحدث تشويشاً دلالياً لدى القراء أو المشاهدين أو المستمعين.

ويرى الباحثان أن الالتباس الدلالي يحدث في كثير من الأحيان بسبب التأثر بالكتب المترجمة وكثرة استخدام المحررين للمصطلح الأجنبي، الذي يصعب الوصول إلى دلالاته، وأنه يتعلق بشخصية الكاتب الذي يعتمد استخدام أسلوب فوقي في محاولة لاستعراض إمكاناته اللغوية، مما يجعل الكتابة صعبة الفهم، إلى جانب تداخل المصطلحات، بحيث تجد في المقال أكثر من مفهوم ومصطلح مترجم.

اللغة والاعلام

يرى أرسطو أن اللغة (نظام لفظي محدد نشأ نتيجة اتفاق بين أفراد المجموعة البشرية في مكان ما)، فيما يعتقد مجددون من أمثال مالفينوفسكس أن اللغة جزء مجرد من السلوك الإنساني، ونوع من العمل، وليس مجرد أداة تعكس الفكر، وإنما أبعد من كونها مجرد وسيلة للتفاهم ونقل الأفكار، ويذهب علماء آخرون إلى تفسير اللغة على أساس نفسي وعقلي، وهناك رأي يقول: إن اللغة استعمال رموز صوتية منظمة للتعبير عن الأفكار، ونقلها من شخص إلى آخر، ومن مؤيدي هذه المدرسة سابير⁽¹⁾

وينظر بعض علماء الاجتماع إلى «اللغة» على أساس وظيفتها الاجتماعية، حيث عرفها العالم الأمريكي دجار ستيرتنت، على أنها (نظام من رموز ملفوظة، بواسطتها يتعاون ويتعامل أعضاء المجموعة الاجتماعية المعينة). وقال ابن خلدون من قبل : اعلم ان اللغة في المتعارف عليه هي عبارة المتكلم عن مقصوده . وتلك العبارة فعل لساني ناشئ عن القصد بإفادة الكلام، فلا بد ان تصير ملكة متقررة في العضو الفاعل لها وهو اللسان⁽²⁾.

ويشير أحد الباحثين إلى أن هناك ثلاث نظريات أساسية في تأويل علاقة الاعلام باللغة، هي (النظرية الوظيفية والنظريات النقدية ونظرية الحتمية التكنولوجية). تعود النظرية الأولى إلى رالف مورتون وتستخدم في مجال تأويل الظواهر من خلال الوقوف على تأثيراتها ونتائجها. أما النظريات النقدية فأنها تستخدم لدعم الأيدولوجية عبر ما يعرف بالصناعة الثقافية من منطلق نظريات الواقعية التي تؤمن بشعار أن الأدب للحياة . وتمثل نظرية الحتمية التكنولوجية آخر تيار بما تسمح به التقنيات ومن أصحاب هذه النظرية (ماك لوهان) .. ما يفرض الأشكال الخطية في تقديم المادة الإعلامية وعرض الأحداث .

وتؤكد بعض الدراسات في مجال النقد الثقافي على ضرورة الربط بين علم الاتصال والنظرية الثقافية داخل وعاء تنصهر فيه الكيانات المعرفية المختلفة من خلال التركيز على تكنولوجيا الاعلام والاتصال⁽³⁾

إن اللغة الإعلامية، هي اللغة التي تشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم الاجتماعية والفنون والآداب، لأن مادة الاعلام في التعبير عن المجتمع والبيئة تستمد عناصرها من كل فن وعلم⁽⁴⁾

وفي الوقت الذي ترسخ فيه مفهوم اللغة الإعلامية في الدراسات الإعلامية في أوروبا والولايات المتحدة، مازال الاعلام العربي (بعيدا عن تبني لغة اعلامية جسدت أساليب التعبير والصياغة والتحرير واختيار الألفاظ، عدا بعض الدراسات التي ظلت في مجملها تعتمد المنهج اللغوي دون أن تنفذ إلى صميم لغة الخطاب الاعلامي وتستجلي ما وراء السطور وظلال المعاني ودلائل الألفاظ والتراكيب التي جسدها لغة الاعلام المتطور القائم على اتقان فن التقرب إلى الجماهير وإيصال الرسالة الإعلامية إليها والتأثير فيها.

ولأنني باللغة الإعلامية ما توصف به اللغة الأدبية من تذوق جمالي، أو ما توصف به اللغة العلمية من جريد نظري، إنما نريد باللغة الإعلامية، لغة تعتمد على نسق عملي اجتماعي عادي⁽⁵⁾.

ولعل جماهيرية الصحافة (كانت وراء سعي الباحثين والعاملين في مجال الاتصال الى لغة مفهومة من قبل الاجيال المختلفة والمستويات المتباينة، لأنها ليست مطبوعا معيناً يتوجه الى جمهور خاص . بل انها صحافة صحافة عامة تسعى للوصول الى اوسع قطاعات المجتمع بأسرع وقت وأزهد ثمن . لذا لابد للغة ان تكون قادرة على توصيل الرسالة المتوخاة).^(٢٥)

ويصنف بعض الباحثين اللغة الى ثلاثة مستويات : الاول، المستوى التذوقي الفني الجمالي ويستعمل في الادب والفن. والثاني، المستوى العلمي النظري التجريدي ويستعمل في العلوم، والثالث، المستوى العملي، ويستعمل في الصحافة والاعلام بشكل عام.^(٢٦)

وبالرغم من أن هذا التصنيف أخذ طريقه الى الواقع العملي لمهنة الصحافة، وصارت لغة الصحافة تعرف باللغة الثالثة، وهي اللغة المفهومة لدى اوسع قطاعات الجمهور، لكن بعض المحررين مازالوا يتجاهلون هذه الحقيقة ، ويكثرون من الزخرف اللفظي واستخدام مصطلحات غير مفهومة بعضها وافد من لغات أخرى .

وخلال الأشواط الطويلة التي قطعتها (لغة الاعلام) منذ اختراع مطبعة نوتنبرغ وظهور الصحافة . فقد مرت بمراحل من التطور، بذلت خلالها جهودا حثيثة من لدن الصحفيين والمراسلين أسهمت مجتمعة في تشذيب لغة الصحافة، وتهذيب مفرداتها وصل اساليبها، وجعلها بسيطة واضحة . لتصل الى اوسع قطاعات المجتمع ضمن مهمتها الاتصالية، وكان للرعيل الاول من كتاب الصحافة دورهم الفاعل في تخليص لغة الصحافة من التصنيع البياني ومحاكاة الكتابات الابداعية من قبيل القصة والرواية والشعر.^(٢٧)

لقد عانت الصحافة كثيرا من اساليب الكتابة التقليدية التي اعتمدت البلاغة الطنانة والمفردات الاصطلاحية، والافتتاحيات المشحونة بالألفاظ اللغوية والبلاغية المعقدة، حيث كان الكاتب المصري احمد فارس الشدياق يكتب مقالاته الافتتاحية بلغة القاضي الفاضل، وحذا حذوه الموبحلي وعبد الله النديم، الى ان جاء المنفلوطي في جريدة المؤيد فأخذ طريقا وسطا، جانب فيه السجع والمحسنات البديعية، فكانت مقالاته جسرا بين المدرسة القديمة والحديثة التي اعتمدت النثر المرسل.

وكانت الكتابة قديما تعتمد أنواعاً معينة من النثر تناسب الموضوع الذي تعالجه، وكانت الأجناس النثرية تنحصر عموما في (النثر الفني) : وهو الذي يستخدم في الكتابات الابداعية والفنية والنقد الأدبي، و(النثر العلمي) : المستخدم في العلوم والفلسفة والمعارف المتخصصة، و(النثر العادي) : المستخدم في الحديث اليومي بين الناس عامة.^(٢٨)

ويشير هانزفير في معجمه (معجم اللغة العربية المعاصرة) الى التطور الذي أصاب العربية، بقوله (ظهر في العربية المعاصرة اسلوب صحفي متميز متطور يستخدم في كتابة التقارير الصحفية والاعخبار ومناقشة الموضوعات السياسية العامة والمحلية من خلال الراديو والصحف، هذا الاسلوب ينم عن تأثيرات اجنبية وله شكل موحد في العالم العربي).^(٢٩)

وننتج عن هذا التطور، لغة مشرقة سهلة المأخذ سريعة التناول قادرة على الأقناع والأفهام والأمتاع . لغة مفرداتها قصيرة عباراتها واضحة وفقراتها متجانسة وأسلوبها سهل ممتنع، وهو مايسمح بتوظيف اللغة عند اعلى طاقاتها لصالح المعاني التي يراد تجسيدها والاثار التي يراد احداثها في الجمهور.

وقد أسهمت الصحافة الحديثة بتوزيعها الواسع وجمهورها الكبير، في إضافة نوع رابع من النثر هو (النثر الصحفي) الذي يتميز بمفرداته القصيرة وعباراته السهلة، فضلا عن تجنب استخدام الالفاظ الغريبة، وفي ذلك يقول د.محمد سعيد ان ظهور الصحافة في القرن التاسع عشر الميلادي دفع بعض أساندة الصحافة الى أظهار نوع رابع من النثر أسموه (النثر العملي) أي النثرالصحفي، وقالوا أن هذا النثر يقف في منتصف

الطريق بين النثر الفني (لغة الأدب) وبين النثر العادي (لغة التخاطب اليومي) له من العادي ألفته وسهولته . وله من الأدب حظه من عذوبة التعبير).^(٣٠)

ان اللغة العربية اليوم لم تعد (اللغة التي يعرفها الباحثون في التراث العربي القديم . فقد أصابها كثيرٌ من التغيير في معجمها وفي طريقة بناء الجملة فيها. ولم يعد جَاهل هذه التغييرات يجدي كثيرا. وقد كان للصحافة دور كبير في هذا التغيير. ولانبالغ اذا قلنا ان العربية المعاصرة مدينة للغة الصحافة بما تتمتع به الآن من مرونة ويسر). كما ان أسلوب الصحافة في التعبير هو الأسلوب الذي يجتمع الناس على فهمه وعلى محاكاته حين يتكلمون أو يكتبون. وذلك لأن الكلمة المطبوعة التي تتمثل في اهم استخداماتها وأبعدها اثرا في (لغة الصحافة) لها سلطان على الناس . فهي التي تصنع الرأي العام.^(٣١) ويبدو ان المشكلة ليس في اللغة وانما في القائمين بالاتصال الذين يأخذون اللغة الصحفية الى منحى الانعزال والابتعاد عن القراء بسبب استخدامهم مفردات ضبابية ومصطلحات دخيلة . وجاهل مكانم القوة والمرونة فيها.

ان ثورة الاتصال. التي تتكامل فيها الجوانب التقنية مع المهارات البشرية. وأدوات الاتصال ومنها اللغة. أسهمت بشكل كبير في تعاضم (التواصل بين الناس بلغ اقصى مداه وأضخم أبعاده. فقراء الصحف والمجلات يتزايدون يوما بعد يوم. وأجهزة الاذاعة والتلفاز تدخل الكلمة الى كل بيت. كما تؤثر على شعورهم وارادتهم وسلوكهم. مديرو الإعلانات في الشركات العالمية يستغلون الكلمة في الترويج لاعلاناتهم . ويلجأون الى كل الوسائل اللغوية الممكنة لاقتناع القراء والمستمعين والمشاهدين للاقبال على شرائها. والسياسيون يتنبهون يوما بعد اخر الى قوة تأثير الكلمة وسلطانها على النفوس).^(٣٢)

ان اللغة ليست جامدة بل تتطور. وهذا التطور ينجم عنه تعديل وتبديل في دلالات الكلمات ومعانيها . وهي ظاهرة عامة تشمل جميع لغات الشعوب. ويتحدد التطور الدلالي في مظاهر رئيسية. نذكر منها:^(٣٣)
١- تخصيص العام او تضيق المعنى: ويعني ان تقتصر الدلالة العامة على بعض أجزائها. فيتحدد شمولها ويضيق. مثال ذلك كلمة (meet) الانكليزية. التي كانت تعني (الطعام) بشكل عام . ثم تغيرت دلالتها الى (اللحم) فقط. أما كلمة (poison) فقد تطور معناها من (الجرعة) لأي سائل الى (السم). في حين أن كلمة (shtraf) الروسية كانت تعني (العقوبة) بوجه عام ثم اقتصرت دلالتها على (الغرامة المالية).

٢- تعميم الخاص أو توسيع المعنى: وهو ان تتوسع دلالة الكلمة . مثال ذلك كلمة (barn) التي كانت تدل على (مخزن الشعير) وصارت تدل على كل (مخزن حبوب).

٣- تغير الدلالة : وهو انتقال اللفظ من دلالة الى دلالة أخرى. لعلاقة واضحة بين الدالتين . ويحدث ذلك في اطارين. وهما:(الاستعارة) وذلك بانتقال الدلالة لعلاقة متشابهة بين مدلولين . مثال ذلك عندما نتحدث عن عين الابرة فاننا نستخدم اللفظ الدال مجازا على عين الانسان . و(المجاز المرسل): ويعني انتقال مجال الدلالة لعلاقة غير مشابهة بين المدلولين. حيث يطلق كلمة (الوعى) والتي نعني بها اختلاط الأصوات في الحرب على (الحرب) ذاتها.

خطاب النخبة

(الخطاب النخبوي) ليس حالة شاذة في المطبوعات القطاعية والتخصصية التي تستهدف جمهور النخبة . ونعني بها الاصدارات الخاصة بالبحوث والدراسات الأدبية والثقافية والاعلامية . مثال ذلك مجلة (تواصل) التي تصدر عن هيئة الاعلام والاتصال . والتي تهتم بنشر المقالات والبحوث الاعلامية . ولكن المشكلة في اعتماد (خطاب خاص) موجه الى نخبة في جريدة تعرف نفسها بأنها (جريدة عامة) في حين يفترض أنها تخاطب جمهوراً عاماً . وتعظم المشكلة عندما تكون الجريدة (سياسية) تسعى الى استمالة الجمهور الى توجهاتها والحصول على أصواتهم في الانتخابات . ومع هذا جدها تعتمد خطابا خاصا لايفهمه قراؤها.

وتشير الادبيات الاعلامية الى ان ظاهرة الخطاب النخبوي في الصحافة. ليست ظاهرة محلية . وانما عالمية. وقد انشغل الباحثون كثيرا في دراستها والتنظير فيها .

وفي الوقت الذي طالب فيه بعض المفكرين في أوروبا وفي مقدمتهم (أد ليفز و أورتيجا جازيت) بضرورة نشر الثقافة بين جميع طبقات المجتمع حتى ينعم بها الجميع وتؤدي دورها في تنوير و تثقيف الناس. لاسيما وأن الصفة معرضة لخطر ان جرفها موجات الفساد المحيط بها . فقد عارض آخرون هذا التوجه ومنهم (ت. س. إليوت) الذي كان يرى ان الثقافة العليا يجب ان تقتصر على النخبة التي تعيش في جزيرة صغيرة . خيط بها بحار من السوقية .^(٣٤)

ويشير جون كيري في كتابه (الثقافة والجماهير : رواية الكبرياء والتحيز في عيون المفكرين الادباء) الى ان المفكرين البريطانيين من أمثال (جيسنج. وولز. وويندام لويس) كانوا يمتنون نشأة المجتمعات الجماهيرية الحديثة. وينعتون بعض مظاهرها (بالرجل العادي) وضواحي المدن. وأذواق الطبقة المتوسطة. وكانوا يدعون الى ان تحل محلها ارسنقراطية طبيعية والى عودة الأيام الخوالي (الأفضل) وثقافة الطبقة الراقية.^(٣٥)

ونتج عن هذا التباين في المواقف. انقسام النخبة الأوروبية في نظرتها الى المجتمع الجديد المتمخض عن الثورة الصناعية. فالمحافظون ينظرون الى الثقافة الجماهيرية على انها مساوية للرخيص والفق . في حين يعتبر الليبراليون والماركسيون أن الجماهير (مجتمع أصحاب) لكنهم ضحايا لاستغلال لوردات الثقافة. ورفضت بعض الحكومات التي تبنت النهج الاشتراكي ثقافة النخبة وفرضت الثقافة الجماهيرية .^(٣٦) وهكذا تحولت اللغة في التاريخ الى أداة أيولوجية تسهم مع أدوات أخرى في التسلط الفوقي والبالغة في الناحية القيمة لتتحول الى ظل ثقيل للسياسة . كما هو الاعلام في استعمالاته الكثيرة .^(٣٧) ويصف ادوارد سعيد الخطاب الثقافي الفوقي بقوله (الثقاف لايتسلق جبلا أو يعتلي منبرا حتى يعلن مالمديه من الاعالي).

وقال عالم الاجتماع الأمريكي (الفين جولدنر) منذ عدة سنوات ان المثقفين أصبحوا يشكلون الطبقة الجديدة . وان المديرين المثقفين قد حلوا الى درجة كبيرة. محل الطبقات القديمة التي كانت تتمتع بالأموال وبالممتلكات. ومع ذلك فقد قال جولدنر أيضا ان المثقفين في غضون صعودهم . لم يعودوا أشخاصا يخاطبون الجمهور العريض. بل أصبحوا أفرادا ينتمون الى مايسميه ثقافة الخطاب النقدي. ومعنى هذا أصبحت لهم لغتهم الخاصة أو المتخصصة. لايفهمها الى حد كبير غيرهم من غير المتخصصين.^(٣٨) ان بيروقراطية الخطاب الثقافي كانت وراء التصورات السلبية التي تولدت لدى العامة في أوروبا عن طبقة المثقفين. ما جعل كلمة (مثقّف) في اللغة الانكليزية التي تعني (المفكر) ترتبط الى حد ما بعبارات مثل (البرج العالي. اثاره السخرية. الاستهزاء) ويتضح هذا الاتجاه في التفكير في ما ذكره رايموند وليامز في كتابه (أساسية) مشيرا الى أن الكلمات الانكليزية التي تعني المفكرين والصبغة الفكرية وطبقة المفكرين كانت ذات دلالات تحط من قدرها. وقد ظلت هذه الدلالات سائدة حتى منتصف القرن العشرين. والواضح أن هذه الدلالات لاتزال قائمة .^(٣٩)

ويحذر الباحثون من استخدام لغة خاصة غير مفهومة من العامة في الصحافة. لأن نتائجها خطيرة على القراء الذين سيتخذون قرار العزوف عن شراء الجريدة . وربما مقاطعتها ماداموا يواجهون صعوبة في فك رموزها وفهم المضامين الاعلامية التي تتضمنها موضوعاتها الثقافية.^(٤٠)

ان الاشكالية في مجال المقروئية. تضع الاعلام الوطني أمام مسؤوليات مهمة. تتمثل في القدرة على توظيف النص وفق سياقات جديدة تحافظ على المعنى الأصلي للكلمة أو الجملة أمام مدلولات متجددة .^(٤١) ولعل شحة الرصيد الوطني من التنوع الثقافي. وراء تبني سياقات الإنتاج الغربي . باعتبارها أدوات التطور والرقى . وان حملت في طياتها معاني مغايرة للرؤية والمنهج الذاتي.^(٤٢)

ويشير أحد الباحثين الى أن الموضوعات الثقافية المنشورة في الصحف المحلية لاتخلو من المصطلحات الفلسفية المترجمة من الثقافة الغربية . وهي مصطلحات معقدة يصعب على القارئ فهمها. دون أضاءة من الكاتب تساعده على استيعابها. وهذه المصطلحات عندما تأتي في النصوص تجعل بعض جوانبها مبهمه وضبابية، او لايفهمها القارئ بالمره.^(٤٣)

ان شحن المقالات والتعليقات والموضوعات الثقافية عامة بالمصطلحات المعقدة. والعبارات البلاغية . يجعل الصحافة تضل طريقها. وبدلاً من أن تخاطب جمهوراً واسعاً بغض النظر عن مستواهم الثقافي . فأنها تضع نفسها في نطاق ضيق من طبقة الأدباء والشعراء. وهم قلة في المجتمع .

الاطار العملي للبحث

وزع الباحثان (١٥٩) استبانة شملت عموم مجتمع البحث من طلبة الصفوف الثالثة والرابعة في قسم اللغة العربية بـ (كلية الآداب - جامعة بغداد). وقد استرجع منها (١٥٣) وأهملاً ثلاثاً لعدم توفر الشروط العلمية فيها. أذ اختار الباحثون الجواب ونقيضه في آن واحد. ليصبح صافي استمارات الاستبيان المعتمدة (١٥٠) تمثل مجتمع البحث. وبنسبة قدرها (٢٦٪) من مجتمع البحث و(١١٠) طالبة وبنسبة (٧٣٪) .

وأظهرت الدراسة ان عدد الباحثين الذين قالوا انهم (يقرأون) الموضوعات الثقافية في الجرائد اليومية المحلية بلغ (١٨) مبحوثاً وبنسبة قدرها (١٢٪) . فيما بلغ عدد الباحثين الذين قالوا انهم (لايقرأون) الموضوعات الثقافية (١٦) مبحوثاً وبنسبة (١٠,٧٪) . وقال (١١٦) مبحوثاً وبنسبة (٧٧,٣٪) انهم يقرأون الصفحات الثقافية (احياناً). وتشير هذه الأرقام الى تدني نسبة الباحثين المواظبين على مطالعة الصفحات الثقافية. وهو ما يتوافق مع ماتوصل اليه*الباحث وسام فاضل في دراسة تناولت مستويات الثقة بوسائل الاعلام. وبالمقابل فأن نسبة الباحثين الذين يعزفون عن قراءة الصفحات الثقافية. هي نسبة غير قليلة تقرب من نسبة الباحثين الذين يطالعونها بانتظام. وهو ما يؤشر وجود مشكلة في مقروئية الصفحات الثقافية.

جدول رقم (١) يبين مقروئية الصفحات الثقافية

ت	المقروئية	عدد المبحوثين	النسبة المئوية
١	يقرأون	١٨	١٢٪
٢	لا يقرأون	١٦	١٠,٧٪
٣	يقرأون احياناً	١١٦	٧٧,٣٪
	المجموع	١٥٠	١٠٠٪

وعزى (١٠) مبحوثين وبنسبة (٦,٦٪) من قالوا انهم (لايقرأون) الموضوعات الثقافية في الجرائد المحلية . الى أن عزوفهم عن القراءة . متأت من كونها (جافة وخالية من التشويق). فيما قال (٣) مبحوثين وبنسبة (١٨,٧٪) ان الموضوعات الثقافية (تناقش موضوعات لاتهمهم). وأشار (٣) مبحوثين وبنسبة (١٨,٧٪) ان المواد المنشورة في الصفحات الثقافية (لا تلبى حاجاتهم المعرفية).

ونستنتج من ذلك ان غياب عنصر التشويق في صياغة المادة الثقافية. يعد سبباً رئيساً في ابتعاد المبحوثين عن متابعة ومطالعة الموضوعات المنشورة في الصفحات الثقافية. وهو أمر يتعلق بأسلوب المحرر في صياغة المادة الصحفية وفي طريقة اخراجها. إذ لايراعي بعض مسؤولي الصفحات الثقافية والمسؤولين

التنفيذيين عوامل الجذب والتشويق في إخراج الموضوعات الثقافية. وعدم الاستعانة بالعناوين الفرعية والصور للقضاء على حالة الجمود التي تسببها الأسطر السود الممتدة على مساحات واسعة، لاسيما وأن الموضوعات الثقافية بطبيعتها كثيرا ماتميل للاطالة وحتاج الى مساحات واسعة.

جدول رقم (٢) يوضح اسباب العزوف عن قراءة الصفحات الثقافية

ت	سبب عدم القراءة	عدد المبحوثين	النسبة المئوية
١	موضوعاتها جافة وخالية من التشويق	١٠	٪١٢,٦
٢	تناقش موضوعات لا تهتم القراء	٣	٪١٨,٧
٣	لا تلبى حاجاتهم المعرفية	٣	٪١٨,٧
المجموع		١٦	٪١٠٠

وبخصوص مستوى الخطاب الاعلامي المعتمد في الصفحات الثقافية. اوضح (٣٥) مبحوثا وبنسبة (٢٦,٥١٪) من الذين قالوا انهم (يقرأون) الموضوعات الثقافية. أو(يقرأونها أحيانا) أنه خطاب (يتناسب) والمستوى الثقافي لعموم القراء. فيما قال (٩٧) مبحوثا وبنسبة (٧٣,٤٩٪). انه خطاب (نخبوي لايتناسب ومستوى عامة القراء) موجه الى طبقة ضيقة من الشعراء والأدباء . ونفهم من هذه الأرقام أن ثلاثة أرباع مجتمع البحث ترى أن الخطاب الاعلامي في الصفحات الثقافية غير موجه لعموم القراء . وإنما يستهدف نخبة من المختصين والمعنيين بشؤون الثقافة .

ويرى الباحثان أن بيروقراطية الخطاب الإعلامي جعلت الصفحات الثقافية والصحافة بصورة عامة تضل طريقها. وذلك لأن الجرائد اليومية المحلية. هي جرائد عامة تستهدف قطاعات واسعة من الجمهور . لاتنفيك ايدا من السعي لاستقطاب قراء جدد . لذا فأنها حدثت من أساليبها بين الحين والأخر في التغطية الصحفية لتحقيق هذه الغاية . ويتسبب اعتمادها لخطاب أعلاى من مستوى القراء الى فقدان قرائها . وبالنتيجة فإن الهدف الذي ينبغي أن تتضافر جهود جميع أقسام الجريدة الى تحقيقه في توسيع رقعة جمهور القراء والتأثير فيهم. لن يتحقق. يضاف الى ما سبق فإن الرسائل الاعلامية التي تتضمنها الموضوعات الثقافية يجب أن يكون من بين أهدافها الارتقاء بذوق المواطن ودفعه الى تبني سلوك متحضر ومن ثم المساهمة في رقي وتقدم المجتمع. ومن المؤكد أن هذه الغاية والهدف بعيدا المنال اذا ما كان القائمون على الصفحات الثقافية يخاطبون جزء محدوداً من قراء الجريدة.

جدول رقم (٣) يبين مستوى الخطاب الاعلامي للصفحات الثقافية

ت	مستوى الخطاب الاعلامي في الصفحات الثقافية	عدد المبحوثين	النسبة المئوية
١	خطاب يتناسب ومستوى عامة القراء	٣٥	٪٢٦,٥١
٢	خطاب نخبوي اعلى من مستوى عامة القراء	٩٧	٪٧٣,٤٩
المجموع		١٣٢	٪١٠٠

وحول الصعوبات التي تواجه الباحثين في فهم المواد المنشورة في الصفحات الثقافية . قال (٥٠) مبحوثا وبنسبة قدرها (٣٧,٩٪). انهم يواجهون صعوبات في ادراك مضامين الموضوعات الثقافية , فيما اشار(٤٢) مبحوثا وبنسبة (٣١,٨٪) انهم (لايعانون من مشاكل) في فهم الموضوعات الثقافية . وبين (٤٠) مبحوثا وبنسبة (٣٠,٣٪) انهم يواجهون صعوبات (احياناً).

واذا ما نظرنا للمبحوثين الذين (يواجهون صعوبات) في فهم الموضوعات الثقافية. والذين (يواجهون صعوبات أحياناً) . نجد أن نسبتهم تقترب من (٧٠٪) من مجتمع البحث . وهذا يؤشر ان معظم المبحوثين يعانون من مصاعب في فك رموز الرسائل الاعلامية الثقافية . وهي نسبة كبيرة تستدعي الوقوف عندها . اذا ماعلمنا أن مجتمع البحث يتكون من طلبة الصفوف الثالثة والرابعة في قسم اللغة العربية بكلية الآداب . وهم قراء يتميزون بالتخصص في الجانب اللغوي. فما بالك بعامة القراء من ذوي التعليم المتوسط أو البسيط .

جدول رقم (٤) يوضح حالة التعرض للصفحات الثقافية

ت	حالة التعرض للصفحات الثقافية	عدد المبحوثين	النسبة المئوية
١	يواجهون صعوبات في ادراك وفهم الموضوعات الثقافية	٥٠	٣٧,٩٪
٢	لا يواجهون صعوبات	٤٢	٣١,٨٪
٣	يواجهون صعوبات احياناً	٤٠	٣٠,٣٪
المجموع		١٣٢	١٠٠٪

واوضح المبحوثون الذين قالوا انهم (يواجهون صعوبات) في فهم الموضوعات الثقافية واستيعابها . ان هذه الصعوبات ناجمة من (عدم وضوح معاني المفردات) المستخدمة في أعداد المادة الثقافية. اذ أكد ذلك (٢٠) مبحوثا وبنسبة (٣٨,٤٪) في حين أشار (٢٥) مبحوثا وبنسبة (٤٨,٠٧٪) الى ان الصعوبات تكمن في (الإفراط باستخدام المصطلحات الفلسفية المترجمة) . وعزى (٧) مبحوثين وبنسبة قدرها (١٣,٤٪) الصعوبات الى (ضعف وركاكة في صياغة العبارات وعدم ايصال الفكرة) الى القارئ .

ويلاحظ أن (الإفراط في استخدام المصطلحات الفلسفية المترجمة) يأتي في المرتبة الأولى لمعوقات أدراك الرسائل الثقافية في الجرائد. وبنسبة تقترب من نصف المبحوثين . واذا ما أضفنا إليها نسبة المبحوثين الذين قالوا ان الصعوبات تتعلق بـ (عدم وضوح معاني المفردات) فأن هذه النتيجة تؤشر الى تركيز مشكلة المقروئية لدى المبحوثين في أمرين. الأول: ضبابية المفردات. والثاني: المصطلحات المترجمة . وهو ما اشاراليه بعض*الباحثين في التحذير من حشو الموضوعات الثقافية بالمصطلحات الفلسفية التي تضي على المادة الثقافية غموضاً يجعل فهمها وادراكها أمراً عصياً على القراء.

جدول رقم (٥) يبين معوقات الاتصال في الصفحات الثقافية

ت	نوع المعوق	عدد المبحوثين	النسبة المئوية
١	عدم وضوح معاني المفردات	٢٠	٪٤٠
٢	افراط في استخدام المصطلحات الفلسفية المترجمة	٢٥	٪٥٠
٣	ضعف في صياغة العبارات وعدم ايصال الفكرة	٥	٪١٠
المجموع		٥٠	٪١٠٠

ان قراءة ترتيب أولويات المبحوثين لصفحاتهم المفضلة . تبين اهتمام القراء بالصفحات الرياضية التي حلت بالمرتبة الاولى برصيد (٧٢) مبحوثاً وبنسبة (٪٥٤,٥) . كما تؤشر تراجع اهتمام القراء بالموضوعات الثقافية التي حصلت على نسبة متدنية في تسلسل ما قبل الاخير من ذيل القائمة وبواقع (٣٨) مبحوثاً وبنسبة (٪٢٨,٨) . وجاءت الصفحات الاقتصادية بالمرتبة الثانية برصيد (١٣) مبحوثاً وبنسبة (٪٢٧,٨) . وهو ما يؤشر اهتمام القراء بالصفحات الاقتصادية , ولعل ذلك متأث من نشر هذه الصفحات لأخبار التعيينات والاعانات الاجتماعية الحكومية وموازنة الدولة . وحلت الصفحات الاجتماعية بالمرتبة الثالثة بواقع (٥٥) مبحوثاً وبنسبة قدرها (٪٤١,٦) وهي مرتبة متقدمة تعكس اهتمام القراء بالقضايا الاجتماعية التي تعالجها الصحافة .

وجاءت صفحات التسلية والترفيه في المرتبة الخامسة . بواقع (٤٢) مبحوثاً وبنسبة قدرها (٪٣١,٩) , وهو تسلسل قريب من وسط القائمة يشير الى اهتمام القراء بمتابعة موضوعات الأبراج والكلمات المتقاطعة والحزورات والمعلومات المفيدة المتعلقة بوفيات وولادات الزعماء والعلماء . كما تؤشر تراجع اهتمام القراء بالموضوعات الثقافية . ويتبين هذا من المرتبة المتدنية التي حصلت عليها والتي جاءت في تسلسل ما قبل الأخير من ذيل القائمة .

جدول رقم (٦) يبين تفضيل القراء لصفحات الجرائد المحلية

ت	نوع الصفحة	عدد المبحوثين	النسبة المئوية
١	الرياضية	٧٢	٪٥٤,٥
٢	الاقتصادية	١٣	٪٤٧,٨
٣	الاجتماعية	٥٥	٪٤١,٦
٤	التسلية والترفيه	٤٢	٪٣١,٩
٥	الثقافية	٣٨	٪٢٨,٨
٦	السياسية	٣٤	٪٢٥,٨

وجاء (الشعر) في المرتبة الاولى في قائمة الموضوعات الاكثر تفضيلاً وبرصيد (٥٤) مبحوثاً وبنسبة قدرها (٪٤٠,٩) فيما جاءت (القصة والرواية) بالمرتبة الثانية برصيد (٣٨) مبحوثاً وبنسبة (٪٢٨,٨) . وحصل (النقد

الادبي) على المرتبة الثالثة برصيد (٣٢) مبحوثا وبنسبة قدرها (٢٤,٥٪). وحلت (المقابلة) بالمرتبة الرابعة برصيد (٢٦) مبحوثا وبنسبة (١٩,٧٪). وجاءت (المقالة والعمود) بالمرتبة الخامسة وبرصيد (١٧) مبحوثا وبنسبة (١٢,٩٪).

ويشير احتلال (الشعر) للمرتبة الأولى في تفضيل القراء للصفحات الثقافية الى اهتمامهم الكبير في هذا المجال من الفنون الادبية. لذا يجد الباحث ضرورة في زيادة المساحة المخصصة لنشر القصائد الشعرية. وعرض الموضوعات النقدية التي تتعرض للشعر والشعراء. فضلا عن الاهتمام بالشعراء الشباب من خلال نشر قصائدهم.

جدول رقم (٧) يبين الموضوعات الثقافية الاكثر تفضيلاً

ت	جنس الموضوع الثقافي	عدد المبحوثين	النسبة المئوية
١	الشعر	٥٤	٤٠,٩٪
٢	القصة والرواية	٣٨	٢٨,٨٪
٣	النقد الادبي	٣٢	٢٤,٥٪
٤	المقابلة	٢٦	١٩,٧٪
٥	المقالة والعمود	١٧	١٢,٩٪

ورتب المبحوثون المصطلحات المعقدة التي يجهلون معناها وتتسبب في عدم استيعابهم للمادة الثقافية. تنازليا وحسب الاتي: التبئير - السريالية - البنائية - الحداثوية - النافلة - السفسطة - البيداغوجية - الديماغوجيا - السميولوجيا - التداولية - التفكيكية - الظاهراتية - الاركولوجيا - الانثربولوجيا - التفاعلية - الانطولوجيا - الكولاج.

وبخصوص تحدث القراء عن ما يقرأونه مع الاخرين. قال (٦٠) مبحوثا وبنسبة (٤٥,٤٥٪) انهم (يناقشون) الموضوعات التي يطالعونها في الصفحات الثقافية مع الاصدقاء والزملاء في العمل. فيما اشار (٤٨) مبحوثا وبنسبة (٣٦,٣٦٪). انهم يتحدثون الى الأهل والاصدقاء والزملاء حول ما يقرأونه في الصفحات الثقافية (احيانا). وقال (٢٤) مبحوثا وبنسبة (١٨,١٨٪). انهم (لا يتحدثون) الى الأهل والزملاء والاصدقاء عن ما يقرأونه من موضوعات ثقافية.

جدول رقم (٨) يبين مناقشة المبحوثين في الموضوعات التي يقرأونها مع الاخرين

ت	موقف المشارك	عدد المبحوثين	النسبة المئوية
١	اناقش الموضوعات مع الاخرين	٦٠	٤٥,٥٪
٢	لا اناقش الموضوعات مع الاخرين	٢٤	١٨,١٪
٣	اناقش الموضوعات مع الاخرين احيانا	٤٨	٣٦,٤٪
المجموع		١٣٢	١٠٠٪

ويؤشر ارتفاع نسبة المبحوثين الذين (يتحدثون) عن ما يقرأونه مع الآخرين. الى ان المبحوثين قراء ايجابيون ونشيطون لا يكتفون بمطالعة المادة الثقافية، بل يناقشونها مع غيرهم لتكوين رأي ناضج حولها، أو يسعون من خلال ذلك الى احداث تأثير معين في فئات الآخرين .
وقدم المبحوثون عدداً من المقترحات لتطوير الصفحات الثقافية في الجرائد اليومية العراقية. اذ قال (٤٢) مبحوثاً وبنسبة (٣١,٨١٪). انهم يدعون الى (البساطة في الاسلوب) المتبع في صياغة المادة الثقافية . فيما اشار (٣٨) مبحوثاً وبنسبة (٢٨,٧٨٪) الى ضرورة (استخدام اسلوب مشوق) في اعداد المادة الثقافية وعرضها. وقال (٣٤) مبحوثاً وبنسبة (٢٥,٧٥٪) انهم مع (تنوع) موضوعات الصفحات الثقافية لتشمل جوانب اخرى لم تطرقها من قبل. ووضح (٢٠) مبحوثاً وبنسبة (١٥,١٥٪) ان هناك حاجة ماسة لمعالجة النقص الكبير في جانب (النقد الادبي) ويقترحون زيادة مساحة هذا النوع من الموضوعات الثقافية.

جدول رقم (٩) يتضمن مقترحات المبحوثين لتطوير الصفحات الثقافية

ت	المقترح	عدد المبحوثين	النسبة المئوية
١	البساطة في الاسلوب	٤٢	٣١,٩٪
٢	استخدام اسلوب مشوق	٣٨	٢٨,٨٪
٣	التنوع	٣٢	٢٤,٢٪
٤	التوسع في مساحة النقد العربي	٢٠	١٥,١٪
المجموع		١٣٢	١٠٠٪

ونتلمس من المقترحات السابقة أن ما يقرب من (٦٠٪) من المبحوثين وجدوا أن هناك ضرورة الى اعتماد أسلوب بسيط مشوق وجذاب خال من التعقيد في صياغة المادة الثقافية وعرضها. كما ان اقتراح أكثر من (٢٥٪) من المبحوثين تنوع الموضوعات التي تتضمنها الصفحات الثقافية. أمر مهم كونه يتعلق بدعوتها الى طرق أبواب ومجالات ثقافية أخرى منها. على سبيل المثال لا الحصر موضوعات الفنون والاديان والأثار.

النتائج

أظهرت الدراسة عدداً من النتائج المهمة . وهي :

- ١- ان (١٠,٧٪) من المبحوثين (الأيقرأون) الموضوعات الثقافية في الجرائد اليومية المحلية. و(٧٧,٣٪) يقرأونها (أحيانا) وهي نسبة كبيرة تحتاج الى وقفة من القائمين على الجرائد اليومية لمعالجتها.
- ٢- كشفت الدراسة أن غياب عنصر التشويق في صياغة المادة الثقافية . يعد سبباً رئيساً في ابتعاد القراء عن متابعة ومطالعة الموضوعات المنشورة في الصفحات الثقافية. إذ أشار (٦١,٦٪) من قالوا انهم (لايقرأون) الموضوعات الثقافية. الى أن عزوفهم عن القراءة . متأت من كونها (جافة وخالية من التشويق).
- ٣- توصلت الدراسة الى أن الخطاب المعتمد في الصفحات الثقافية . هو خطاب نخبوي لا يتناسب ومستوى عامة القراء . فهو موجه الى طبقة ضيقة من المتخصصين والشعراء والأدباء .
- ٤ - أوضح ما يقرب من (٧٠٪) من المبحوثين انهم يواجهون صعوبات دائمة أو أحيانا في ادراك وفهم مضامين الموضوعات الثقافية .
- ٥ - تتلخص مشكلة المقروئية لدى المبحوثين في أمرين: الأول.ضبابية المفردات. والثاني. المصطلحات المترجمة .

- ٦ - تراجع اهتمام القراء بالموضوعات الثقافية التي حصلت على نسبة متدنية في تسلسل ما قبل الاخير من ذيل قائمة ترتيب أولوياتهم للصفحات المفضلة .
- ٧ - أوضحت الدراسة ان الباحثين ايجابيون في تفاعلهم مع الموضوعات التي يقرأونها . إذ قال (٤٥,٤٥٪) منهم انهم (يناقشون) الموضوعات التي يطالعونها في الصفحات الثقافية مع الاصدقاء والزملاء في العمل. فيما بين (٣٦,٣٦٪) منهم أنهم يتحدثون الى الأهل والاصدقاء والزملاء (احيانا) .
- ٨ - قدم الباحثون مقترحات مهمة من شأنها الارتقاء بالمضامين الاعلامية وأدامة التواصل مع جمهور اوسع من القراء تتلخص في اعتماد أسلوب بسيط مشوق وجذاب خال من التعقيد في صياغة المادة الثقافية وعرضها وتنوع الموضوعات التي تتضمنها الصفحات الثقافية .

المقترحات

- ١- يتبنى الباحثان دعوة احد النقاد الى ضرورة تضمين الموضوعات الثقافية التي تحتوي مصطلحات مترجمة من الثقافة الغربية لبعض الاضاءات التي توضح معنى المصطلح للقارئ وتساعد في أدراك وأستيعاب الموضوع . ولعل استخدام هذا الأسلوب في تحرير الموضوعات الثقافية يساهم في تعرف القراء على معاني ومدلولات المصطلحات وبعد حين من الزمن قد لا نجد ضرورة لتلك الاضاءات .
- ٢- ضرورة تجنب استخدام المصطلحات المعقدة . والاستعاضة عنها بمفردات أخرى مفهومة من قبل القراء لتجنب التداخل الدلالي وعدم فهم مدلولات المصطلح .
- ٣- تجنب الحريين لأسلوب أستعراض القدرات اللغوية . وذلك لأن مجال الصحافة ليس هو المناسب لمثل هذا التباري . والانسب هو البحث عن السبل التي تصل بنا الى اكبر عدد من القراء على اختلاف امكاناتهم الثقافية .
- ٤- يعتقد الباحثان ان مهمة الصحافة هي نشر الوعي والاسهام في الارتقاء بالمستوى الثقافي للجمهور وتحسين الذوق العام وإشاعة السلوك المتحضر . ولايتحقق الا بالاتصال الناجح مع جميع القراء .
- ٥- ضرورة استخدام اسلوب مشوق في عرض المادة الثقافية .
- ٦- الحرص على توظيف الاخراج لصالح المضمون . وذلك باظهار الموضوع الثقافي بشكل جذاب . فضلا على تجنب اسلوب * (البلوك) في نشر المادة على الصفحة وانما تقطيعها بالعناوين الفرعية والصور والرسوم التي تخدم الموضوع .
- ٧- استخدام (الكوبونات) السنوية للاطلاع على آراء القراء ومقترحاتهم . وأي الزوايا والموضوعات يفضلون . وما تقيمهم للصفحات الثقافية والموضوعات التي تنشر فيها .

الهوامش

- *أ.د. زكي الوردى ، أ. م. د. حمدان خضر السالم ، أ. م. د. عبد السلام أحمد السامر ، أ.م. د. نزهت محمود الدليمي ، أ.م. د. عبد النبي خزعل.
- ١- د. محمد حسن عبد العزيز ، لغة الصحافة المعاصرة ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٧٨ ، ص ٥ - ١٠ .
- ٢ - جلال الدين الشيخ زيادة ، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية الاعلام جامعة بغداد ، عام ١٩٩٣ ، ص ٨٧ .
- ٣ - ادوارد سعيد ، المثقف والسلطة ، ترجمة د. محمد عناتي ، القاهرة ، رؤية للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٦ ، ص ١٩
- ٤ - د. عبد العزيز شرف ، المدخل الى وسائل الاعلام ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠٠ ، ص ٢٥٦ .
- ٥ - المصدر نفسه ، ص ٢٥٦ .
- ٦ - عادل عبد الله ، المثقف والسياسي .. بين تصفية السلطة وحاجة الواقع ، بيروت ، دار الفارابي ، بلا تاريخ نشر ، ص ٧٧ - ٧٨ - ٧٩ .
- ٧ - د.عبد الستار جواد ، اللغة الاعلامية ، دراسة في صناعة النصوص الاعلامية وتحليلها ، أريد ، دارالهلل للنشر والترجمة ، ١٩٩٨ ، ٤٠ ..
- ٨ - د. محمد رضا مبارك ، اللسانيات المستقلة من الدلالة التمثيلية الى الدلالة التواصلية ، الباحث الاعلامي ، العدد السادس - السابع ، حزيران ايلول ، ٢٠٠٩ ، ص ٦٥ .
- ٩ - الصحافة الادبية في السودان ، جلال الدين الشيخ زيادة ، رسالة ماجستير مقدمة الى (كلية الاعلام - جامعة بغداد) عام ١٩٩٣ ، ص ١٩ .
- ١٠ - د. عبد الستار جواد ، مصدر نفسه ، ص ٤٧ .
- ١١ - د. عبد العزيز شرف ، مصدر سابق ، ص ١٨١ .
- ١٢ - د. محمد درويش ، الاسلوب بين التراث والمعاصرة ، القاهرة ، ص ٧٦ .
- ١٣ - عبد الستار جواد ، مصدر سابق ٤٨ .
- ١٤ - د. محمد رضا ، اللسانيات المستقلة من الدلالة التمثيلية الى الدلالة التواصلية ، مصدر سابق ، ص ٦٥ .
- ١٥ - د. ابراهيم امام ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٨٤ ، ص ٧٨ .
- ١٦ - د. عبد العزيز شرف ، مصدر سابق ، ص ٣٠٧ - ٢٥ .
- * حسب ملاحظات الباحث خلال عمله في احدى الجرائد اليومية .
- ١٧ - المصدر نفسه ، ٣٠٥ .
- ١٨ - نقلا عن ، د. عبد الستار جواد ، مصدر سابق ، ص ٥٩ .
- ١٩ - المصدر نفسه ، ص ٥٩ .
- ٢٠ - د. محمد البكاء ، الاعلام واللغة - مستويات اللغة والتطبيق ، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع ، دمشق ، بلا تاريخ نشر ، ص ١١ - ١٢ .
- ٢١ - المصدر نفسه ، ص ١٣ - ١٢ .
- ٢٢ - د.نادية هناوي سعدون ، رؤية نقدية لواقع اللغة بين سلطة الاعلام وثقافة الاتصال ، المؤتمر العلمي السنوي الخامس ، الاعلام والهوية الوطنية ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، أيار ٢٠١١ .
- ٢٣ - د.عبد الستار جواد ، اللغة الاعلامية ، ص ٣ .
- ٢٤ - المصدر نفسه ، ص ٣ .

- ٢٥- المصدر نفسه ، ص ٣ .
- ٢٦ - د. محمود خليل وآخرون ، إنتاج اللغة الاعلامية في النصوص الاعلامية ، القاهرة ، ١٩٩٩ ، ص ١٧ .
- ٢٧ - د.عبد الستار جواد ، اللغة الاعلامية ، مصدر سابق ، ص ٢ .
- ٢٨ - المصدر نفسه ، ص ٩ .
- ٢٩ - د . محمد حسن عبد العزيز ، مصدر سابق ، ص ١٢ .
- ٣٠ - د.عبد الستار جواد ، اللغة الاعلامية ، مصدر سابق ، ص ٧ - ١٠ - ٢١ .
- ٣١ - د . محمد حسن عبد العزيز ، مصدر سابق ، ص ٥ - ١٠ .
- ٣٢ - د. جعفر هينزه ، نقلا عن د. عبد العزيز شرف ، المدخل الى وسائل الاعلام ، مصدر سابق ، ص ١٤٧ .
- ٣٣ - حاتم علو ، لغة الاخبار في الصحافة العراقية ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، مقدمة الى كلية الاداب ، جامعة بغداد ، ١٩٩٨ ، ص ٤١ .
- ٣٤ - جلال الدين الشيخ زيادة ، الصحافة الادبية في السودان ، مصدر سابق ، ص ١٩ .
- ٣٥ - نقلا عن ادوارد سعيد ، مصدر سابق ، ٢٣ .
- ٣٦ - جلال الدين الشيخ زيادة ، مصدر سابق ، ص ٢٠ - ١٥٦ .
- ٣٧ - د. محمد رضا ، اللسانيات المستقلة ، مصدر سابق ، ص ٦٥ .
- ٣٨ - ادوارد سعيد ، مصدر سابق ، ١٦٨ - ٤١ .
- ٣٩ - نقلا عن ادوارد سعيد ، المثقف والسلطة ، ترجمة د. محمد عناتي ، القاهرة ، رؤية للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٦ ، ص ١٩ .
- ٤٠ - د . عبد الستار جواد ، مصدر سابق ، ٣٧ .
- ٤١ - د . رائد الملا ، دلالات اللغة الاعلامية بين أشكالية الذات الثقافية العربية وبناء المقرئية الحديثة ، بحث غير منشور مقدم الى المؤتمر العلمي السنوي الخامس (الاعلام والهوية الوطنية) كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ١٥ / ١٦ أيار ٢٠١١ .
- ٤٢ - (Alter man ، ٢٠٠٢ ، p٨ . نقلا عن د . رائد الملا ، مصدر سابق .
- ٤٣- في مقابلة أجراها الباحث مع الأكاديمي والناقد الأدبي د. محمد رضا مبارك ، في ١٠ شباط ٢٠١٢ .
- *انظر د. وسام فاضل ، مستويات التفضيل والثقة بوسائل الاعلام بين اوساط الجمهور العراقي ، مجلة اتجاهات اعلامية ، تصدر عن مركزهمو رابي للبحوث والدراسات ، بيروت ، بيسان للنشر والتوزيع والاعلام ، ص ٨٦ .
- * د. عبد الستار جواد ، مصدر سابق ، ٣٧ .
- *- مصطلح مهني يعني نشر المادة دون فواصل أو عناوين فرعية على مساحة واسعة من الصفحة .