

الفصل الخامس

مهارة الكتابة

- أهمية مهارة الكتابة .
- ضوابط الكتابة الفعالة والاستخدام المؤثر للغة .
- القواعد العامة للكتابة الفعالة.
- اسس التخطيط لعملية الكتابة .

oboeikandi.com

أهمية مهارة الكتابة

نحن لا نتعلم الكتابة إلا بعد أن نكون قد تعلمنا مهارات الاستماع والحديث والسؤال والقراءة.. ونبدأ فى تعلم هذه المهارة مع بداية الإنخراط فى السلك المدرسى.. وعلى الرغم من أن برامج التعليم فى كل دول العالم تقريباً تولى عناية خاصة لتعلم الكتابة.. إلا أن الكثير منا ، وحتى المرحلة الجامعية وما بعدها ، يشكون من عدم القدرة على عرض أفكارهم ، أو التعبير عنها..

وتظل هذه الشكوى قائمة بعد الانتقال إلى ميادين العمل المختلفة.. إذ يظل عدم القدرة على الكتابة الواضحة عائقاً دون تحقيق الاتصال الفعال.. فمهارة الكتابة ضرورية لكتابة الخطابات والمذكرات والتقارير والنشرات والملصقات والكيبات . كما أنها ضرورية لإصدار ولإعداد الكتب والصحف والمجلات . وأيضاً لإعداد نصوص الأحاديث الإذاعية والتلفزيونية المباشرة . ولإعداد نصوص الخطب والمؤتمرات والمحاضرات والاجتماعات .

فخلال العمل اليومي فى ميادين الأعمال المختلفة . وخلال دورات حياتنا اليومية لا يمكننا الاستغناء عن الكتابة.. ولا يستطيع أحد أن يقلل من شأن الكتابة فى وقتنا الحاضر . فهى تحتل جانباً كبيراً من حياتنا . وتأخذ قسطاً كبيراً من نشاطنا اليومي.. وكل منا يصرف جزءاً كبيراً من نشاطه ، إما ناقلاً لأفكاره كتابة ، وإما قارئاً لما هو مكتوب.. ولعله يفوق الخيال تصور كمية الأوراق المكتوبة فى صور شتى ، وكلها تتناول الحياة الإنسانية فى جميع جوانبها المادية والمعنوية.. تربطه بماضيه ، وتصوغ حاضره ، وتخطط مستقبله .

وقد عرف الإنسان الكتابة منذ زمن بعيد . وعمل على تطويرها حتى وصلت إلى الصورة التى نعرفها الآن.. شعر فى البداية بعجزه عن تذكر الأحداث والتواريخ والأعداد فعمل على تدوينها فى صورة ثابتة ، ليتمكن من الاحتفاظ بها والرجوع إليها كلما دعت الحاجة.. فتوصل إلى تحويل الرموز الصوتية — أى اللغة — من الرموز السمعية إلى رموز بصرية يمكن تسجيلها بالنقش أو الرسم . أى أنها تمثل مرحلة تالية فى استخدام اللغة

كوسيلة للاتصال . إذ أن اللغة نشأت منطوقة أولاً ، ولذا فإن الحديث كان وما يزال الأساس الأول لاستخدام اللغة .

وتتميز الكتابة عن الحديث أو الاتصال الشفاهي بمزايا عديدة :-

١- إن الكتابة لا تمنح على مر الأيام والسنين . وهى لذلك أقدر على ربط الأجيال المتعاقبة بآرائها . فالحديث الشفهي قد يتناقل لفترة من الزمن ، ولكن من المحتمل جداً أن ينساه الناس وهم يتناقلونه من جيل إلى جيل .

٢- إن الكتابة أكثر أمانة على النص من الحديث الذى قد تتاح الفرصة للتشكيك فى دقته وصحة نسبه إلى صاحبه .

٣- تعمل الكتابة على نقل المعلومة إلى عدد أكبر من الناس مما ينتجه الحديث .

٤- تسمح الكتابة بالرجوع إلى المعلومات وقت الحاجة .

٥- تسمح بتوصيل جميع المعلومات المراد إيصالها ، سواء أكانت تعليمات أم أوامر أم بيانات أم إحصاءات ، وتقديمها بصورة تفصيلية واضحة ، وبفاعلية إلى أفراد الجمهور المقصود .

ورغم هذه الأهمية للكتابة ، إلا أن الحديث يتفوق عن الكتابة فى عدة

نواح :-

• فالكتابة أصعب من الحديث .. وليس أدل على ذلك كما أشرنا سابقاً أن الطفل يتعلم الحديث فى وقت مبكر فى حياته .. ويتأخر تعلمه للكتابة عدة سنوات قد تصل إلى عشر سنوات ، ليتمكن من استخدامها كوسيلة للاتصال مع الآخرين .

• إن الكتابة عملية بطيئة تستغرق وقتاً وجهداً أكبر بكثير مما يستغرقه الحديث .

• إن الكتابة عملية باردة فى معظمها ، إذ ينقصها الدفء والحيوية اللذان تحسهما فى الحديث .

فعندما نتحدث مثلاً في محاضرة أو ندوة أو اجتماع ، أو نتناقش مع الآخرين أو نلقى بالأوامر والتعليمات إلى الآخرين ، أو نخطب ، فنحن نحتاج إلى اكتساب مهارة التعبير عن أفكارنا شفويًا.. وإلى القدرة على استخدام التعبير الوجيه والجسمي ولغة الإشارات ونغمة الصوت كمستويات للتعبير عن المعنى المقصود.. ورغم كل هذه المهارات اللازمة للتعبير الشفاهي ، إلا أننا نمارسها بتلقائية وعفوية وسهولة أكثر ، مما نشعر به عندما نمارس الاتصال الكتابي.. فكتابة الخطابات والتقارير والمذكرات والمقالات وغير ذلك من المواد المكتوبة شئ مختلف تماماً ، وأكثر صعوبة .

لأننا هنا سنفرغ الأفكار والمعلومات والأحداث والحقائق والمشاعر والاتجاهات في قالب كتابي . أى نحوها من باب الفكرة إلى باب التدوين على الورق.. وعن طريق اختيار الألفاظ وترتيبها في شكل له أثره وطابعه في اللغة المستخدمة ، نحوها إلى مادة مفهومة وواضحة ومشوقة ، وذلك من خلال الرموز اللغوية . وتتكون من هذه الرموز الأشكال التحريرية المختلفة ، كالخطاب والتقارير والمقال والخبر والتحقيق والحديث الإذاعي المباشر... الخ..

ومشكلتنا هنا حينما نوجه رسالة مكتوبة إلى قارئ.. وانصرف هذا القارئ عن القراءة أو لم يقتنع بما قرأ.. فالكاتب هو الملموم.. ولا مجال لإلقاء اللوم على القارئ ، بدعوى أنه عاجز عن فهم ما كتبه.. أو غير قادر على استيعاب الأفكار والوصول إلى النتيجة التي وصلنا إليها.. وإنما الأصح القول بأن الكاتب هو الذى لم يحسن صياغة أفكاره في لغة سليمة وواضحة ومحددة .. وأنه لم يؤيد أحكامه بالبراهين الكافية .. وأنه لم يراع في عرضها الترتيب المنطقي السليم .

ومن ناحية أخرى فعندما لا نقدر على توصيل أفكارنا إلى القارئ بطريقة تؤثر فيه وتقنعه فنحن الطرف الخاسر أياً كان موقعنا أو عملنا.. وليس القارئ .

ومن هنا تأتي أهمية تعلم مهارة الكتابة.. وأهمية الالتزام بالقواعد والأصول التي تساعد على أن يكون للكاتب أسلوبه وشخصيته المتميزة ، بالقدر الذى يمنحه الأساس للكتابة الهادفة المؤثرة.. وما يترك المجال بعد ذلك لإبراز الموهبة الفردية والتميز الإبداعي .

ضوابط

الكتابة الفعالة والإستخدام المؤثر للغة

الكتابة الجيدة مثل الموسيقى الجيدة لها إيقاعها التميز وسرعتها وتدفقها وانسيابها وتناغمها.. وكما للموسيقى قوانينها التى تحكم حركتها ، كذلك للكتابة قوانينها وأعرافها.. وقبل أن نعرف على القوانين التى تحكم عملية الكتابة ، ينبغى معرفة المادة الخام التى تعتمد عليها الكتابة أصلاً ، والتى بدونها لا تكون هناك كتابة فى الأصل.. وهذه المادة الخام هى الرموز.. التى ننقل من خلالها أفكارنا وآرائنا وأحكامنا ومشاعرنا إلى الآخرين .

ومشكلتنا الرئيسية للكتابة الفعالة تنحصر فى كيفية التعامل مع هذه الرموز ، وفى أن نعتز على من يستعمل رموزنا إستعمالاً صحيحاً .

وقد درس " آرنولد " مشكلة الرموز بما فيها الكلمات ، وناقش سلطانها علينا.. وحلل فى كتابه المشهور " فولكلور الرأسمالية " القوة السحرية التى تتمتع بها بعض العبارات الآسرة فى اللغة الانجليزية ، مثل كلمتى الدستور والديمقراطية .. وقضية آرنولد" أننا يحكمنا من يسيئون استعمال ما للكلمات من سلطان ، ويوجهونا الوجهة التى يرضونها .. ولكنه لايقدم اقتراحاً لوقف هذه الإساءة.. اللهم إلا القيام بتمرينات مقوية فى تعريف الكلمات والأشياء والأسماء .

ويرى بعض العلماء من أمثال " كورتسيسكى " و " وهايا كاوا " أننا حينما نصل إلى تعريفات واضحة للموضوعات والكلمات .. وحينما نحى الكلمات التى لا معنى لها ، فإننا نصل إلى حل لمشكلتنا . وعلى أية حال فإن الإنسان هو الكائن الحى الوحيد الذى يستعمل الرموز للدلالة على المعانى ، أو للتعبير عن أفكاره وعواطفه .. كما أنه الكائن الوحيد الذى طور اللغة إلى ألفاظ تحمل معانى الحق والخير والعدل والجمال .

ومع أن الألفاظ ليست الرموزا للدلالة على الشئ ، فإن مشكلاتنا الأساسية فى الاتصال هى كيف نستخدم الرموز أو الألفاظ للتعبير عن المعارف بدقة ووضوح ؟ . أو بمعنى آخر كيف نظمنا إلى أن ما فهمه مستقبل الرسالة الإعلامية يتفق مع ما نقصده فعلا؟ .. أى أن الاتصال كان ناجحا وفعالاً . ولهذا فلا بد لنا من تحليل عملية الاتصال للوقوف على الجوانب أو الأبعاد التى يحتمل أن تقلل من درجة هذه الفاعلية .

فالرموز هى أساس عملية الاتصال وجوهرها . وحتى يتم الاتصال لابد أن يكون هناك قدر أدنى من الخبرات المشتركة بين المرسل والمستقبل .. والرسالة المقنعة يجب أن تدعمها الأعمال أو النتائج .. فالحقائق وحدها لا تغرى .. وأن كان من الأيسر توصيلها بنجاح .. ولكن لن ينتج عنها التغيير المقصود فى الاتجاهات . ومع ذلك فإن الحقائق والمعلومات يمكن أن تؤدى دورا له دلالتة فى تحريك وترشيد السلوك .. كما أن تقديم البيانات بعد أن تظهر الحاجة إليها ، يكون له تأثير أكبر مما لو حدث العكس .

وتتسع الرسالة لتشمل كافة المعلومات التى يتم تبادلها بين طرفى عملية الاتصال ، مثل البيانات والحقائق الخاصة بالوضع الجارى ، والمشاكل والتقدم نحو الهدف ، والآراء والخبرات والمقترحات والتجارب والمعلومات الخاصة بالأهداف ، والسياسات ، والأحداث والاتجاهات ، والشاعر والانفعالات .. الخ .

ويختار الكاتب من بين هذه الموضوعات المادة المطلوب إرسالها إلى الجمهور وفقا للبرنامج الموضوع للتنفيذ ، طبقا للخطة المحددة .. وفى إطار هذا البرنامج يحدد أيضا الإمكانيات المادية والفنية والبشرية ، والرسائل المستخدمة ، والأساليب أو الاستراتيجيات ، والتوقعات المحددة لتنفيذ وتقديم المضمون ، ويحدد أيضا غط الاتصال المناسب للوسيلة .. فبالنسبة لصحيفة المنشأة ، يحدد نوعية المضمون الذى سيقدمه . وما إذا كان سيقدم المادة فى شكل خبر أم مقال أم تحقيق أم حديث صحفى أم تحقيق مصور .. الخ .. ويراعى لذلك

المتطلبات اللازمة لتقديم المادة بالمواصفات المناسبة لهذا النمط الاتصالي .. وكذلك الأمر بالنسبة لأنماط الوسائل الاتصالية الأخرى.

يستقبل الجمهور الرسالة الإعلامية التي صاغها المحرر أو الكاتب في شكل رموز مناسبة كالصور والرسوم والكلمات المقروءة أو المسموعة ويقوم بفك رموزها.

وتوجد مشكلة تواجهنا هنا ، هي خوفنا من أن يسئ مستقبل الرسالة الإعلامية فهم ما نقدمه له لتحقيق الرسالة الإعلامية الغرض منها . وقد حلل " ت. هـ. هكسلي " سر الكتابة العظيمة بقوله : إن الكتاب العظام كانوا عظماء حقا لأنهم في المقام الأول اكتسبوا مفاهيم واضحة وحية عن جانب من الجوانب العديدة للإنسان أو الأشياء .. وفي المقام الثاني لأنهم يتجشمون متاعب لا نهاية لها في تجسيد هذه المفاهيم في لغة مهياة تماما إلى أذهان الآخرين . إن كثيرا من المشكلات الإنسانية لا أساس لها سوى الفشل في فهم حقيقة ما يراه الطرف الآخر . والمشكلة الأساسية هي كسب تستخدم اللغة أو الرموز للتعبير عن المعارف والأحداث بثقة ووضوح .

ومما يزيد من قيمة الكلمة التي نستخدمها كما أثبت علماء الدلالة قدرتها على التأثير على الجهاز العصبي للإنسان . فاختيار الألفاظ هو الذي يساعد على التحكم في اتجاهات الناس وتصرفاتهم . ويذكرنا " كورتسيكي " ، إن أغلب مشكلاتنا الاجتماعية متركزة حول مصطلحات غامضة كثيرة الصور . وهذه المصطلحات تتداخل مع انفعالاتنا تداخلا نتج عنه أن استجاباتنا الدلالية تصبح مختلطة أيما اختلاط .. ويقول إن أكثر شقائنا في حياتنا لا ينشأ في الميدان الذي تنطبق عليه كلمة صادق أو كاذب ، بل في الميدان الذي لا تنطبق عليه إحدى هاتين الكلمتين .. أي في المجال الكبير .. مجال الوظيفة النسبية ، والخلوص إلى المعنى ، حيث يندم الاتفاق لا محالة .

وعملياً الاتصال هذه تتضمن بعض التفاعلات المتبادلة في ثلاث مراحل كما يرى جيمس كندر .. وهذه المراحل هي :

١- مرحلة إرسال المعلومات :-

إن إرسال المعلومات وبخاصة إذا كانت مكتوبة ، يحتاج إلى تخطيط سليم من قبل الكاتب ، للتأكد من أن الرسالة التي على الناس أن يستقبلوها شيء صالح للاستقبال فعلا.. وأن العوائق التي تعوق فاعلية الاتصال تم وضعها في الحسبان ، وأن الرسالة تشجع مصاح واحتياجات الذين توجه إليهم فعلا .. وأنه تم اختيار الوسائل المناسبة للوصول إليهم .. ومالم يحدث هذا ، فليس لنا أن نتوقع الفهم والقبول والأداء السليم .

٢- فهم المعلومات :-

من الواضح أن الفهم للمعلومات المرسله يتوقف إلى حد كبير على التخطيط والإرسال.. ومن الضروري أن نتثبت مما إذا كان المستقبل قد استوعب الرسالة أم لم يستوعبها .. فكثيرا ما يعجز المستقبل عن الإلمام بمضمون الرسالة ، أو فهم المقصود منها، الأمر الذى يجعله يفسر الرسالة من وجهة نظره تفسيرات قد لا تتفق ومضمونها.

فلو قامت الإدارة العليا للمنشأة مثلا برسم سياسة مخاربة الإسراف وزيادة الاستهلاك فى أحد المصانع ثم كتبها بأسلوب تعتقد أنه غاية فى الوضوح .. ولكنه مع ذلك إذا مرت خلال المستويات الإدارية الدنيا .. فإن السياسة المكتوبة غالبا ما يعلق بها الكثير من المعانى والتفسيرات حتى تصل إلى المستوى الإدارى الأدنى .. وأحيانا يقوم رئيس العمال بتطبيق هذه السياسة بكل صدق وإخلاص .. ولكن بطريقة تختلف عن الطريقة التى تقصدها الإدارة العليا .. وقد يكون التطبيق المنحرف لمضمون الرسالة بسبب أن رئيس العمال قد أجرى تعديلا شكليا لتساير الرسالة الظروف والمشكلات التى تحيط به من جانب العمال .

وعلى ذلك فإن جوهر هذه المشكلة يتطلب من المرسل أن يصبح مستقبلا ومن المستقبل أن يصبح مرسلا .. بمعنى أننا علينا أن نبذل أقصى جهدنا للتعرف على مدى فهم الجمهور لرسائلنا . ولهذا يفضل الكثيرون الاتصال الشفهى عن الاتصال الكتابى لما يوفره من فرص أكبر فى الحصول على استجابات من المستقبل .. وفى كل الأحوال فمن المحتم علينا

الاستفادة من الطبيعة ذات الطريق المزدوج لعملية الاتصال للتأكد من مدى فهم المستقبل لما تقدمه من معلومات .

٣- قبول المعلومات :-

يفشل الكثيرون في إدراك حقيقة أن الأداء يتوقف إلى حد كبير على درجة القبول للمعلومات ، بالإضافة إلى الفهم والإرسال الصحيحين .. وربما يكون السبب الرئيسى لذلك ، هو الفرض القائل بأن الناس يقبلون ما يفهمون .. وهذا ليس صحيحاً على الدوام. فالعبرة في الاتصال ليست بما يقال .. ولكن بما يدرك مما يقال . ولهذا فمن الضروري الكشف بدقة ومن خلال الاتصال المزدوج عن طبيعة ودرجة قبول الجمهور للرسالة الإعلامية : فحيثما توجد منطقة فراغ في معلوماته ، سيكون من الضروري سد هذا الفراغ بما يتفق وتغطية اهتمامات الجمهور ومصالحه .

وفي إطار المراحل الاتصالية الثلاث المتصلة بالنص الكتابي ، توجد اعتبارات أساسية لضمان فاعلية الاتصال الكتابي ، وتتوقف عليها درجة تأثير الرسالة ، وقدرتها على الإقناع.

وهذه الإعتبارات أو العوامل هي :-

أولاً :- إعتبارات متعلقة بالنص الكتابي نفسه .

ثانياً :- إعتبارات متعلقة بالظروف المحيطة بالنص .

أولاً : العوامل المتعلقة بالنص الكتابي :-

- عوامل متعلقة بالنمط أو المظهر العام للنص وهي :-

١- استعمال الألفاظ أو الرموز التي يستطيع المستقبل فهمها والتجاوب معها .. أما الارتفاع فوق مستوى المستقبل ، أو الهبوط دون مستواه ، فإنه يفسد عملية التناغم.. ولهذا فلا بد لنا من التعرف على الإطار الدلالي لجمهور المستقبلين ، لتقديم رسالة تتفاعل مع الجمهور في نطاق هذا الإطار نفسه .

٢- أن تتوافر للنص من حيث الإعداد المقومات الفنية التي تساعد على زيادة فاعليته.. وفي هذا الإطار ينصح علماء اللغة بضرورة الالتزام بمجموعة من الضوابط الخاصة ببناء النص الكتابي.. سواء أكانت خبراً أم مقالا أم تحقيقاً أم حديثاً صحفياً أم خطبة .. أم حديثاً رسمياً .. وتستهدف إيصال معلومات محددة من خلالها إلى القارئ .
وفي إطار هذه الضوابط يحلل العلماء النص الكتابي إلى عناصرها الأولية وهي :
الكلمة - الجملة - الفقرة .

ويضعون ضوابط خاصة لكل عنصر منها ينبغي أن يحرص الخرجر أو الكاتب على توفرها لرسائله .

(١) الكلمة :

فبالنسبة للكلمات أو الألفاظ التي يستخدمها للتعبير عن أفكاره ينبغي أن يلاحظ الآتي :

- تجنب استخدام الكلمات التي تعطي أكثر من معنى.
- تجنب الكلمات المعقدة والصعبة وغير صحيحة الاشتقاق.
- تجنب استخدام المصطلحات غير الواضحة ، أو غير الشائعة . وكذلك الكلمات المجهولة لغالبية القراء ، وغير الفصيحة .
- تجنب استخدام الكلمات الزائدة ، كأدوات التعريف التي لا لزوم لها.. والصفات وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وحروف الربط التي لا ضرورة لها ، وأيضا الكلمات المكررة دون الهدف .
- تجنب استخدام أفعال التفضيل والجمع المركب.. فالطريق تجمع على طرق لاطرقات .
- استعمال التنية في مواضعها الصحيحة.. فمن الخطأ سار على أقدامه والأصلح سار على قدميه .
- تجنب الكلمات التي لا تناسب مع نوعية المادة التحريرية وإدراك القراء .

- استخدام الكلمات التي تناسب مع بعضها دون تضاد أو تنافر .
 - استخدام الكلمات المعروفة الشائعة مثل الديمقراطية والاسراتيجية .
 - تجنب استخدام الألفاظ البراقة التي تستخدم لتهويش القارىء.. والكلمات التي قد يندفع بها القارئ عن التفكير أو المطالبة بالأدلة والبراهين .
 - تجنب استخدام الألفاظ المجازية التي تعطى معانى لا يريد الكاتب إظهارها بصراحة.
- (٢) العبارة أو الجملة :

تطوى كلمة " عبارة " على معنى العبور أو الانتقال من مرسل يرسل العبارة إلى مستقبل يتلقاها ويفسرها.. وهذه هي السمة الرئيسية للاتصال.. حيث تتجسد المعانى والأفكار فى صور أو ألفاظ أو أقوال.. وتطلق على العبارة كلمة الجملة.. وهى مجموعة من الكلمات توضع معا لتعطي معنى كاملا.. ولهذا فهى أصغر وحدة تعنى معنى مفيدا.. كما أنه من تحليلها نستطيع أن نكشف عن أفكار الكاتب ، ونحدد مدى دقتها.. ونكشف عن شخصيته وسلوكه ومزاجه وعواطفه وتكوينه الثقافي والنفسي وأهدافه من الاتصال .

وتراوح الجملة من حيث طولها ..ولا يمكننا تحديد أيهما الأفضل.. الجملة القصيرة أم الطويلة.. فالجمل القصيرة لها مساوئها.. فهى لا تسمح بالشرح والتفصيل ، كما أنها رتيبة ممملة فى الفقرات الطويلة . وتفتقر إلى الوقار.. وإذا أفرطت فى القصر ، كانت غامضة وغير مفهومة ، كأسلوب البرقيات.. وقد يفضل القارئ العادى الجمل القصيرة عادة.. وعندما يتطلب الموضوع معالجة عاطفية ، فإن استخدام الجمل القصيرة وعلامات الإستفهام والتعجب يعطى تأثيرا أكبر فى النفس عن الجمل المتكاملة ، لأنها توحى بالمشاعر القوية.. فالناس عندما يفعلون يعبرون عن أفكارهم بكلمات مقطعة هى أجزاء من جملة .

أما المجالات الجدلية التى تتصل بالعقل ، وبالحواب العميقة الجذور كالمعتقدات والعبادات ، فإن الجملة الواضحة والمحددة والطويلة أفضل ، وخاصة إذا كانت المعالجة تجري على الأسلوب المنطقي .. ولذلك تعد الجملة الطويلة أفضل فى تحرير هذه المجالات .

وعلى أية حال ، فإن الجملة من حيث المستوى اللغوى تمثل تركيباً من عدة كلمات مرتبة ترتيباً منطقياً يعطى المعنى الذى يقصده الكاتب أو المحرر . وإذا تغير ترتيب هذه الوحدات تغير المعنى المقصود ، أو لم يعد المعنى واضحاً .. وهى تتكون نحوياً من : فعل وفاعل ومكملات ، أو من مبتدأ وخبر .. ومنها ما هو بسيط ، ومنها ما هو مركب .. ومنها ما هو قصير ، ومنها ما هو طويل .. منها ما هو ناقص ، ومنها ما هو تام .. وهذه كلها حسب نوع الكتابة .. بل وتختلف من كاتب لآخر ، ومن محرر لآخر .. وتختلف وفق مراحل العمر والتجارب والخبرات والمستوى الثقافى .

ولذلك كانت الجملة ، هى الوحدة الأولية الأساسية للتعبير عن الفكرة .. ولا يكون التعبير عن الأفكار سليماً إلا بسلامة تركيبها . وتمثل كذلك التعبير الملائم عن الوحدات التى تتكون منها عناصر الفكرة الأساسية والفرعية . وحتى تحقق الجملة وظائفها الاتصالية ينبغى أن يتوافر لها مجموعة محددة من الشروط هى :-

- صحتها من زاوية قواعد اللغة العربية .
- تماسك الكلمات والروابط والأدوات والأسماء والأفعال المكونة لنسيجها .
- عدم تكرار كلمة واحدة فى عبارة واحدة دون ضرورة لذلك .
- الإيجاز فلا تزيد فى معظم الأحوال عن عشر كلمات . ولا تتضمن إلا الكلمات الضرورية فقط .
- عدم التشابه فى حروف كلماتها ، أو تكرار الحروف نفسها بدرجة ملحوظة بين كلمة وأخرى .
- الوضوح التام بأن تكون سهلة الإدراك والفهم للقارئ .
- ارتباطها بالفكرة الأساسية أو ما يتفرع عنها . وأن تضيف كل عبارة جديداً .

• جذابة رصينة وقوية في التعبير عن المقصود .وعن المعنى المناسب فقط . فعدم الدقة يؤدي إلى الغموض .

• إذا فهمت الجملة أو الفقرة من السياق فليست هناك داع للتكرار .

• لا تذكر الحقائق المعروفة ، فهي تشغل مكانا ، وتضايق القراء .

• استخدام المبنى للمعلوم بدلا من المبنى للمجهول . والأسلوب المباشر أفضل من الأسلوب غير المباشر . وتجنب الإكثار من أفعال الكينونة للحصول على الدقة والقوة .

• ألا تحتوى الجملة إلا على فكرة واحدة فقط ومتكاملة .

(٣) الفقرة :-

ومن مجموع الجمل تتكون الفقرة.. ومن مجموع الفقرات يتكون المقال أو الموضوع.. وأهميتها ترجع إلى أنها تساعد القارئ على القفز عبر تدفق الأفكار.. وينبغي أن يتدرب الكتاب على كتابة الفقرات القصيرة.. وتجنب الفقرات الطويلة مالم يكن ذلك مقصود لإحداث تأثير معين.. فأحيانا الفقرة الطويلة ينبغي ألا يزيد طولها على ٧٥ كلمة ، أو عن أربع جمل.. وأحيانا تكون الفقرة جملة واحدة طويلة .

ويلاحظ بالنسبة للفقرة ما يلي :-

• أن تتناسب لغتها الصحيحة نحواً وأسلوبيا مع طابع المادة التي تناوها.. وخاصة إذا كانت من المواد العلمية أو العسكرية أو الاقتصادية أو السياسية وغيرها من المواد التخصصية .

• أن يكون طولها مناسباً لما تحويه من مضمون ، ولطول المادة التي تمثل جزءاً منها .

• أن يحس القارئ بمطالعتها أنها قدمت له فائدة ما ..إعلامية أو تفسيرية أو توجيهية .

• أن تتضمن كل فقرة جديداً عما قدمته الفقرة السابقة .

• أن تكون مستقلة بمضمون ما . أو بفكرة ما حسب نوع المضمون .

• أن تكون واضحة ومفهومة وسلسة .

- ألا يحدث الاختلاف أو التناقض أو التعارض بين عباراتها وكلماتها ، أو بين جزئيات الفكرة التي تناوّلها وبين عناصرها المختلفة .
 - ألا تكون قصيرة إلى الحد الذي يجعلها لا تعبر عن المعنى المقصود .
 - أن تكون عباراتها وكلماتها متزايدة ومتناسكة .
 - أن يقل بقدر الإمكان بين ثناياها استخدام عبارات الربط والعلامات الدالة على الإستفهام أو التعجب وغيرها ، ما لم تكن هناك حاجة فعلية إلى ذلك .
 - تقديم الأمثلة التي توضح المعنى الذي يقصده الكاتب .
 - أن تبدو الرسالة باعتبارها صادرة عن مصدر محدد .
 - أن توضح أن المصدر لديه معرفة ودراية بالشئ الذي يتناوله .
 - أن تستخدم المقارنات التي تساعد على الوضوح .
 - أن تتسم بالتنوع في استخدام أشكال التأكيد والأساليب البلاغية المناسبة ، كالجناس والطباق والاستعارة والكناية وأساليب التقديم والتأخير والتعجب والتساؤل . وذلك بطرح أسئلة والإجابة عليها .. أو ما يسمى بالأسلوب الاستدلالي . وكذلك أيضا استخدام الأسلوب الاستفساري بعرض الحقائق ثم تفسيرها .. وغير ذلك من الأساليب التي تشوق القارئ وتحفزه للاطلاع على محتوى الرسالة .
 - أن تصمم الرسالة بطريقة تتفق وشكل الاتصال المستخدم . فإذا صيغت المادة في شكل مقالة فهناك الضوابط الخاصة بتحرير المقال بالنسبة للمقدمة والجسم والخاتمة . وإذا قدمت الرسالة في شكل إخباري روعيت شروط تحرير الأخبار والأسس الفنية لاختيار الأخبار .
- وفي هذا المجال نلاحظ أن كثيرا من الكتابات تفشل لعدم الالتزام بهذه الضوابط .. فقد تكون قديمة ، أو غير واضحة المصدر ، أو غير وافية ، أو رديئة الصياغة ، أو تتضمن عبارات إنشائية غير محددة ، أو ادعاءات غير ثابتة .. وكثيرا ما تكون غير واضحة الهدف ،

أو غير متناسبة مع الوقت المحدد لها .. أو من حيث التشويق لمعرفة الفائدة منها .. فالرسالة التي تقدم في الوقت المناسب ، وبالسرعة المطلوبة ، تضمن لأفراد الجمهور المعرفة الكاملة بكل ما يدور أولا بأول .

- عوامل متعلقة بتنظيم محتوى الرسالة :-

وتعنى القرارات التي يتخذها مصدر الاتصال في اختياره وترتيبه لكل من الرموز والمضمون.. فالكاتب يختار مضمونا يعتقد أنه سيفيد جمهوره.. ويهمل آخر.. يختار معلومات معينة ويهمل أخرى.. وقد يكرر الدليل الذي يثبت به رأيا.. وقد يلخص ما يقول في البداية أو النهاية.. ويستطيع أن يقول كل الحقائق في رسالته ، أو يترك للجمهور تكملة الجوانب التي لم يذكرها في رسالته .

كما تعنى المعالجة أيضا ، الطريقة التي سيقدم بها رسالته.. فإذا كانت ستشر في صحيفة أو نشرة لمجده ينوع في حجم الحروف لإعطاء أهمية لموضوعات دون أخرى.. ويحدد أيضا مكان النشر . وتوجد قواعد خاصة بالنسبة لمعالجة الشكل أو الإخراج ليس هنا مجال لذكرها.. أما قواعد معالجة المضمون من حيث الترتيب ، فهناك معياران يمكن الاستعانة بهما في مجال الترتيب وهما :-

• معيار الجاذبية :

ويعنى البدء بعرض الجوانب الأكثر جاذبية أو تشويقا ، ثم إيراد الجوانب الأخرى .

وذلك لجذب انتباه المستقبل ، ودفعه إلى قراءة الرسالة كلها.

• معيار الأولوية أو الحدائة :

ويعنى أن النقاط التي تقدم أولا تحظى باهتمام أكبر من تلك التي تليها في العرض أو

التقديم .. كما أن تقديم المعلومات الأحدث يكون أكثر فاعلية من البدء بالمعلومات

الأقدم حدوثا .

وفي هذا المجال يشير شرام إلى شروط ينبغي توافرها في الرسالة حتى يتسنى لها أن تحدث التأثير المطلوب وهي :-

أ - إن الرسالة ينبغي أن تصمم وترسل بطريقة تمكن من كسب انتباه المستقبل . ويضم ذلك عناصر التوقيت والعناوين والكلمات التي تشد انتباه المستقبل .

ب - إن الرسالة يجب أن تثير الحاجات الشخصية للمستقبل ، مثل الحاجة إلى الأمان أو إلى المكاة أو الانتماء أو الفهم أو الحب .. أو التحرر من القلق .. أى أنها يجب أن تخلق أو تثير لدى الشخص اقتناعاً بأنه يحتاج إلى القيام بتصرف ما للخروج من حالة القلق أو لإشباع احتياجاته .

باختصار نستطيع أن نعرف معالجه الرسالة بأنها القرارات التي يتخذها الكاتب في اختياره وترتيبه لكل من الكود والمضمون .

وهذه المعالجة للرسالة الإعلامية تدفعنا إلى الحديث عن علم البلاغة قديماً وحديثاً.. لأنه العلم الذى اهتم بالاقتناع.. كان أرسطو يعرف البلاغة بأنها كسب عقول الناس بالكلمات.. وبأنها القدرة على كشف جميع السبل الممكنة للاقتناع فى كل حالة بعينها.. وإدراك وفهم أرسطو للبلاغة ، كان من خلال علم النفس ، أو علم العقل كما كانوا يسمونه.. فقد اهتم ارسطو بفن الاقتناع.. أى بالطريقة التى يعمل بها العقل معتمداً على علم النفس بشكله المعروف فى ذلك الوقت. أما علم البلاغة الحديث فقد اهتم بعملية الاقتناع.. ولكن وجه الاختلاف بين علم البلاغة قديماً وحديثاً ، فيرجع إلى أن العلم الجديد توافرت له حقائق علمية توصل إليها علم النفس الحديث عن السلوك الإنسانى اعتمد عليها فى استيفاء مادته.. وفى الواقع فإن نسبة كبيرة من معلومات علم النفس الحديث التى تتناول التصرفات الاجتماعية ، عبارة عن معلومات تم جمعها أصلاً لمعرفة تأثير الرسائل الإعلامية التى تسعى للاقتناع .

وعلى أية حال فإننا حينما نتحدث عن المضمون سوف نجد أن على القائم بالاتصال أو المحرر حينما يقدم رسالة إقناعية أن يتخذ عدة قرارات خاصة بعملية المعالجة للرسالة الإعلامية . ولكن ما الذى يحدد طريقة معالجة الرسالة ؟ .. وعلى أى أسس يتخذ مصادر الاتصال قراراتهم ؟ . فبالنسبة للعوامل التى تحدد أسلوب معالجة الرسائل نذكر منها ما يلى:-

١- شخصية المصدر وخصائصه الفردية :-

تحدد شخصية المصدر وخصائصه الفردية الطريقة التى سيعالج بها الرسالة.. ويعبر عن ذلك أحيانا بعبارات مثل " الأسلوب هو الرجل " . فلكل واحد منا أساليبه الخاصة فى طريقه وضع فكره فى رموز.. وكل واحد منا يختار رموزا معينة . وتؤثر طريقة المعالجة أيضا بما لدى المصدر من مهارات اتصالية .. فقدرته على الكتابة وعلى القراءة والاستماع وعلى التفكير ووزن الأمور تؤثر على قدرته على تحديد أهدافه ونواياه .. وعلى ما يقدمه وعلى قدرته على التعبير عما فى ذهنه من أفكار.

والكاتب حينما يكتب فهو فى الغالب يختار الكلمات التى تعبر بأكبر قدر من الوضوح عن المعانى التى يريد أن ينقلها .. وأن يتعلم كيف يضع الكلمات مع بعضها بأكبر قدر من الفاعلية .. وأن يستخدم اللغة بشكل دقيق ، بحيث يصبح المعنى واضحاً للمتلقي . وقدرته على اتخاذ هذه القرارات مرتبطة بقدرته على التفكير ووزن الأمور . وتوجد عوامل أخرى خاصة بالمرسل تؤثر فى طريقة معالجة الرسالة إضافة إلى

مهارات الاتصال وهى :-

- اتجاهات القائم بالاتصال وقيمه .
- ثقافته .
- معرفته .

• مركزه فى النظام الاجتماعى .

٢- ادراك المصدر للخصائص المميزة للجمهور :

ومن ناحية اخرى لا يمكن إغفال أهمية تصور القائم بالاتصال للجمهور كأحد العوامل المؤثرة على طريقة المعالجة للرسالة الإعلامية . فنحن حينما نتصل لمحاول أن نصل إلى استجابة معينة من المتلقى.. أى أن المصدر يتصل لكى يجعل المستقبل يفعل شيئا ، أو يعرف شيئا ، أو يتقبل شيئا.. ولهذا فنحن كمصادر فى حاجة لأن نجعل المتلقى أو المستقبل فى ذهننا طول الوقت.. فى حاجة لأن نتعرف على مهارات المستقبل الاتصالية.. وفى حاجة لأن نعرف اللغة التى سيفهمها.. ونتقن بالتالى الكلمات التى يسهل عليه فك رموزها.. وتكوين الجمل والعبارات بالصورة التى نجعله يبذل أقل مجهود ممكن لتفسير الرسالة وفهمها. ونختار المضمون الذى يتصل باهتماماته واحتياجاته . كذلك نختار أسلوب التقديم المناسب.. ونحدد متى نكرر؟ ومتى نذكر رأى الأغلبية؟.. ومتى نحتاج إلى الحجج الإعلامية؟ وكيف نرتبها؟.. وأهمية تقديم الشواهد والأدلة؟.. وهل نذكر جانب من الموضوع أم الجانب المؤيد أم المعارض؟.. ومن نستخدم استمالات التخويف؟.. ومتى نستخدم أسلوب الترعيب؟ ومتى نركز على الاستمالات العاطفية ؟ ومتى على الاستمالات المنطقية .

وفى كل هذا الجوانب ، فنحن فى حاجة لأن نعرف الكثير عن الجمهور أو المستقبل من حيث مهاراته الاتصالية.. وكذلك من حيث خصائصه النوعية واتجاهاته وثقافته ومعرفته وقيمه . فالجمهور من زاوية المضمون عنصر أساسى.. فنحن لانستطيع الوفاء بمتطلبات وظيفتنا دون وضع الجمهور فى الاعتبار.. صحيح أننا نجهل الكثير عن هذا الجمهور ، إلا أن هذا الجهل ليس مبررا لإهماله.. أو لمخاطبته من زاوية تصوراتنا فقط ، أو من زاوية سياسة المنشأة .

ونظرا لاختلاف القائمين بالاتصال فى إمامهم بكل العوامل السابقة ، اختلفت طريقة معالجة الرسائل الإعلامية.. والمهم أن يحدد الأخصائى الطريقة المثلى وفقا لإمامه بالظروف الخاصة به ، وبالجمهور ، وبالوسيلة المستخدمة .

وعلى أية حال فهذه القرارات متصلة بهدفنا من الاتصال.. فنحن نتصل للحصول على استجابة معينة من المتلقى ، ولذلك فنحن نختار الأفكار والرموز وطريقة المعالجة التى تجعل الرسالة تحقق أقصى حد ممكن من التأثير ، وذلك لكى تحقق هدفنا الاتصالى .

٣-العوامل النفسية للاقناع والاستمالة :-

تؤثر هذه العوامل على قرارات تنظيم محتوى الرسالة الإعلامية ، وطبيعة المحتوى الذى نقدمه.. ونحن من هذه الزاوية نتعامل مع الاتجاهات والآراء لكل من المرسل والمستقبل من خلال عمليات الاتصال التى نقوم بها لكى تؤثر على الصورة الذهنية عند كل طرف منهما ، وبالكيفية التى تدعم العلاقات بينهما.. ولكى نغير من اتجاهاتهما وآرائهما بالكيفية التى تصبح فيها قرارات كل منهما متوافقة مع المصالح الخاصة للطرف الآخر . وهو ما يعنى وجود رأى عام مؤيد للمؤسسة أو المنشأة بين جماهيرها والجماعات المرتبطة بها .. ووجود رأى عام مؤيد لمصالح هذه الجماهير أو الجماعات بين رجال الإدارة العليا وبين المنشأة .

وتستخدم لذلك أساليب الاقناع وفنونه لكى تحقق هذه الغاية التى ينتج عنها إحداث التوافق والتكيف بين الطرفين فى إطار حياة اجتماعية مشتركة أفضل بينهما.

وتفيد فى هذا المجال نتائج الدراسات الحديثة فى مجالات علم البلاغة وعلم النفس والاتصال فى استخلاص أساليب محددة لترتيب محتوى الرسالة بما يتضمنه من معلومات و حجج وأدلة وأمثلة وأسانيد بطريقة تساعد على تحقيق الهدف وهو الاقناع والاستمالة

.. ومن الأساليب التى تفيد فى هذا المجال نذكر الآتى :-

- أن تخلو الرسالة الإعلامية من الدعاية والمبالغة والخطأ .

- تجنب الاستعلاء والكبرياء بالصورة التي تنفر الجمهور وتجعله يحجم عن المشاركة .
- تنظيم محتوى الرسالة من زاوية التابع السليم والاستمرارية في عرض الحقائق والتكامل المعرفي للخبرات التي تتضمنها .
- ارتباط الرسالة بالقيم السائدة والعادات والتقاليد التي تشكل عموماً الثقافة لأفراد المجتمع.. وذلك عند تقديم موضوعات تستهدف تدعيم مألدى الجمهور من آراء واتجاهات .
- ان الرسائل التي تذكر أهدافها ونتائجها بوضوح ، أكثر قدرة على الاقناع من تلك التي تترك للجمهور فهم واستخلاص هذه الأهداف. وأحياناً يؤدي إغفال ذكر النتائج وتركها ليستخلصها الجمهور إلى إيجاد دافع لدى القارىء، أو المستمع للمشاركة فى التحليل واعتبار أن النتيجة التي توصل إليها خاصة به ولم تعرض عليه .
- أن الرسائل التي تقدم الحجج المؤيدة والمعارضة أكثر فاعلية من تلك التي تقدم جانباً واحداً فى تغير اتجاهات جمهور المتعلمين. أو عندما يكون الموقف الأصيل للجمهور المستقبل للرسالة معادياً أو غير إيجابى . أو عندما نتوقع أن يتعرض الجمهور المستقبل إلى رسائل أخرى صادرة عن مصادر منافسة .
- يرى البعض أن إعادة بث المادة الإعلامية من الأمور التي تثير حنق الجمهور.. وتقلل من فاعلية الرسالة نفسها.. إلا أن هذه الإعادة من ناحية أخرى تساعد جديداً على التأثير والإقناع ، وبخاصة عندما يراعى أن يكون التكرار على فترات.. إذ تساعد على التذكر.. وعندما يكون التكرار من ناحية أخرى مع التنويع فى الصياغة وفى الأدلة المعروضة تزيد درجة فاعليتها .
- ضرورة تحديد الغرض من الرسالة ، ونوع التغيرات المراد إدخالها على سلوك الجمهور.. فإذا كانت الرسالة تستهدف الترويح النفسى ، أو تتضمن موضوعاً لتدعيم قيم إيجابية فإن التأثير عن طريق استثارة العاطفة يفيد فى كثير من الحالات.. أما إذا كانت تتضمن

بعض التوجيهات ، فإن التأثير يكون بالطريقة الإقناعية.. وإذا كانت تتضمن توصيات من أجل تجنب خطر معين ، أو حرمان من نوع ما ، فإن التخويف يكون أجدى فى التأثير.. وفى هذه الحالة لابد من استثارة التوتر العاطفى فى الجماهير.. مع ملاحظة أن يكون المرسل موضع ثقة الجمهور بحيث يتلقى توصياته باطمئنان واقتناع. وفى مجال التخويف يكون التأثير مع ضرورة استخدام التهديد الغامض كلما أمكن ذلك.. لأن تأثيره يكون أكبر.. ويجب أن يراعى فى الأخير عنصر المفاجأة.. فالتأثير تكون درجته أقل لو تعرض المستقبل لمادة من نفس النوع مسبقا .

• يجب ان تكون الرسالة واضحة تماما.. فالرسالة المشوشة أو التى تتعارض محتوياتها وتفتقد نتائجها التسلسل المنطقى وكذلك التى لايتوافر لدى المستقبل أى خلفيات مسبقة عن موضوعها.. لاشك سيجد المستقبل صعوبة فى استيعابها وفهمها وبالتالي لن تحقق التأثير المطلوب .

وتوجد بالاضافة إلى ذلك أساليب أخرى كثيرة تساعد على الاقتناع ، مثل ربط الرسالة بالقيم الدينية والشعارات الوطنية ، والاستعانة بالشخصيات المشهورة ، أو الشهود للتدليل على صحة ما تناوله الرسالة من موضوعات .

ثانياً : العوامل المتعلقة بالظروف المحيطة بالنص الكتابى :-

الظروف المحيطة بالنص المكتوب لاتقل أهميه عن العوامل الخاصة بالرسالة نفسها.. فهذه الظروف تؤثر تأثيرا كبيرا فى مدى تقبل الرسالة الإعلامية أو رفضها. ومن هذه الظروف نذكر مايلى :-

١- ظروف متعلقة بالكاتب وهى :-

- أن يكون مقتنعا بالموضوع أو المادة التى يقدمها وبما يسعى إلى تحقيقه من أهداف .
- أن تتسم اتجاهاته بالإيجابية نحو هذا الموضوع .

- أن يقدم الرسالة ويعالجها بطريقة تتفق ومستوى الجمهور وخصائصه واتجاهاته ورغباته وحالته النفسية وقت استقبال الرسالة ، وفي الوقت الملائم تماما .
- أن يكون ملما بمختلف جوانب الموضوع ، وأن يتسم بالدقة في تحضيره وبحته لموضوعه وفيما يقدمه من تفسيرات ، حتى يضمن الاتجاه الإيجابي للجمهور نحوه .
- أن يكون موضع ثقة واحترام وتقدير الجمهور الذى يتوجه إليه بالرسالة.. وموضع تأييدهم .
- أن تتوافر لديه المهارات الاتصالية اللازمة لنقل رسالته إلى الجمهور وبصورة ملائمة لتحقيق غرض الاتصال.. وبصفة خاصة ينبغي أن تعكس هذه الرسائل قدرة المصدر على التكيف مع الموقف الاتصالي للقائم بالاتصال.. والوعى بأثر الرسالة ونتائجها والقدرة على الحساسية والاستجابة للآخرين .
- أن تبدو الرسالة باعتبارها صادرة عن مصدر محدد له خلفية مشابهة لخلفية الجمهور، ومصالح واهتمامات مشابهة لهم ، واتجاهات وآراء متقاربة معهم.. ويحظى بالجاذبية والحب المتبادل من قبل أفراد الجمهور .
- أن تصمم الرسالة بالصورة التى تعكس فهم الجمهور لرسالته ، وقدرته على ادراك مضمونها ، وبما يتفق مع المهارات الاتصالية للجمهور نفسه .
- أن يكون على دراية بكافة أنواع الوسائل الاتصالية.. وخصائصها المختلفة حتى يتمكن من اختيار الوسائل المناسبة لتوصيل فكرته ، وفقا لطبيعة الموضوع والجمهور والامكانيات المادية المتاحة وقدراته الفنية.. وفي الوقت المناسب . وأن يختار الوسائل التى تساعد على فهم الجمهور للرسالة وادراك مضمونها.. وعلى ادراك التأثيرات الناتجة عن قيمه وثقافته وخبراته ومهاراته وأهدافه وتطلعاته ومركزه فى التنظيم الاجتماعى وخصائصه النفسية بما يمكنه من الإعداد الأمثل لرسالته ، واختيار الوسيلة بالشكل التى يحقق أهدافه من الاتصال .

ولما كان الاتصال عملية تفاعلية ، فلا بد وأن يتفاعل كل من المرسل والمستقبل معا فى إطار ثقافى واجتماعى ، بحيث يؤدى كل طرف دوره فى إطار مايعرفه ويعتقه من قيم ومعتقدات وأنماط سلوكية واتجاهات ايجابية متبادلة نحو الرسالة ، ونحو نفسه ، ونحو كل منهما تجاه الآخر .

وطبيعى أن تؤثر هذه العوامل فى اختيار المفردات والمعانى التى تعكسها هذه المفردات وفقا للإطار الدلالى لكل منهما .. ولمدى فهم كل منهما للأدوار التى عليه أن يضطلع بها لتحقيق المساواة النسبية بين المشاركين فى المنافع ولتقليل الصراعات إلى أدنى حد .

٢- ظروف متعلقة بالجمهور :-

وهذه الظروف هى :-

- ارتباط المعلومات المقدمة باحتياجات الجمهور ، وأن تتضمن الفوائد والمكاسب التى تعود عليهم.. وهذا يعنى أن تتضمن المادة الإعلامية كل ما يهم ويتعلق باحتياجات الجمهور ، حتى تضمن استجابته . وتعنى من ناحية أخرى بناء الرسالة على ضوء خبرات المستقبل .
- ارتباط الرسالة الاعلامية بالتصورات القائمة لدى الجمهور ، فالمستقبل يضع فى ذهنه فيما تتعلق بتصوراته المختلفة.. فإذا استقبل مادة لاتتفق وهذه القيم أو تتنافر معها.. فإنها تواجه بمقاومة شديدة.. وقد يهملها تماما أو يتجنبها أو يهاجم مصدرها.. أو يحرفها ويسىء فهمها ، وبالتالي لاتحقق التأثير المطلوب.. بخلاف المادة التى تتفق وتصورات المستقبل.. ويلاحظ بالنسبة للرسائل التى تقدم معلومات جديدة بالنسبة للمستقبل أنها لا تواجه بمقاومة شديدة ، بل يتقبلها وتساعد على تكوين رأى حيالها .

- مناسبة أسلوب الرسالة لمستويات الجماهير الثقافية المختلفة ، وأن تستعمل فيها العبارات والكلمات المألوفة للجمهور الذى تخاطبه. وأن تتناسب ومستويات الجمهور العقلية وآماله وطموحاته .
- يختلف تصميم الرسالة الإعلامية ومحتواها وفقا لفئات الجمهور الذى تخاطبه.. فأسلوب مخاطبة الجمهور الداخلى يختلف عن أسلوب الخطاب للجمهور الخارجى.. والرسالة الموجهة للجمهور عامة يختلف بناؤها عن تلك التى تتوجه بها لقادة الرأى وهكذا..
- يلزم توافر حالة استعداد من قبل الأطراف المشتركة فى عملية الاتصال لقيام الاتصال أصلا.. وتوافر دافع قوى للنجاح.. لضمان المرونة الكافية لاستجابة الطرفين ، بحيث يصبحان قادرين على استمرار التصرف فى حالات الغموض وعدم التيقن.. ولضمان الإنسجام بينهما فى الأهداف والقيم ، لتضائل فرص الصراع التى من شأنها إثارة العداوات الشخصية بينهما لأدنى حد ممكن .
- إن الرسائل التى يستقبلها الجمهور من خلال وسائل مختلفة أكثر قدرة على التأثير والإقناع ، لأنها تتيح فرصا أفضل لمخاطبة أكثر من حاسة ، ولعرض الموضوع بطريقة أكثر فاعلية.. فبينما يتيح المطبوع مثلا ، فرصة أكبر لعرض مختلف وجهات النظر حول موضوع ما ، نجد التلفزيون ، أو المعارض توفر فرصا لعرض جوانب أخرى بطريقة أفضل، مما يوفر فرصة أكبر للتأثير والاقتناع.
- وعلى الرغم من أهمية العوامل السابقة لضمان فاعلية وتأثير النص الكتابى.. إلا أن المشكلة التى تواجهنا ليست هى مجرد ضمان الإرسال الجيد للنص المكتوب ، وإنما فى استقباله وتفسيره وفهمه ، خاصة وأن التفسير عملية فردية مرتبطة بالفرد الذى يستقبل هذا النص ، فهو الذى يقوم بفك رموزه وتفسيره .
- والعوامل السابقة تساعدنا كخبراء اتصال على تجنب كثير من آثار التشويش والتداخل بالنسبة لرسالتنا.. وعلى جعل هذه الرسائل مستساغة للقارىء أو المستقبل.. وعلى جعلها

فى الوقت نفسه ذات فائدة.. فهى تجعله أيضا يجنى أكبر قدر من الفائدة نظير ما يبذل من جهود .

وعلينا أن نبذل أقصى ما نستطيع من جهد للتغلب على كل ما يؤثر على فاعلية الرسالة الإعلامية . فمجرد تقديم المعلومات ليس كافيا ، وإنما لابد من إتاحة الفرصة للجمهور لشرح وجهات نظره ، والتعرف منهم على مدى فهمهم للمعلومات المرسله إليهم ، حتى تتمكن من تحديد المعانى التى كونها أفراد الجمهور ، ومدى مطابقتها مع المعانى التى نقصدها.. وفى الوقت نفسه ، فإن تقديم المعلومات يجب أن يتم فى جرعات صغيرة وبصورة مناسبة وبمبسطة ، وفى شكل يتفق وامكانيات الجمهور الذى نتصل به ، ومستويات خبرته وثقافته ، وذلك حتى لا يضطرب أفراده لتعقد المعلومات ، أو زيادة كميته عن حدود قدراتهم الإدراكية .

وفى إطار المراحل الاتصالية الثلاث الخاصة بالرسالة الإعلامية أو النص الكتابى توجد اعتبارات عامة أخرى ، أساسية وضرورية ، لضمان فاعلية الاتصال الكتابى ، وتتوقف عليها درجة تأثير الرسالة ، وقدرتها على الإقناع .

القواعد العامة للكتابة الفعالة

القواعد الأساسية للكتابة المؤثرة لا تختلف باختلاف نوع الكتابة ، ولا باختلاف الغرض منها.. لأن الهدف من الكتابة أساساً هو الاتصال بفاعلية ، أى التأثير فى الآخرين.. فالتأثير فى الآخرين هدفاً دائماً ، وشغلنا الشاغل من عملية الكتابة.. سواء ونحن نكتب خطاباً يقرأه فرد واحد ، أو مذكرة إدارية ، أو تقريراً يطلع عليه عدد محدود من الأفراد ، أو مقالاً نبعث به إلى صحيفة ، أو قصة أو رواية يقرأها آلاف الأشخاص.. وسواء أكانت كتابنا لغرض روتينى يتصل بأهداف الاتصال الإدارى.. أم كنا نكتب لغرض الإقناع أم كاتب كتابتنا إبداعية للإقناع والإثراء الوجدانى . فى كل هذه الأحوال.. لا يتحول بصرنا عن مستقبل الرسالة الإعلامية ، ولا عما نريد للرسالة أن تحدثه فى القارئ من تغييرات .

وهذه الكتابات المؤثرة محكومة بقواعد وضوابط محددة تتحكم فى عملية بنائها وتكوينها لتخرج بالشكل الذى يوفر لها صفة التأثير .

والاهتمام بوضع وتحديد هذه القواعد أمر توافق عليه مئات الباحثين من مختلف التخصصات ومنذ عصور بعيدة ، بدءاً من القواعد النحوية لضبط البناء اللغوى ، وعبر قواعد علوم البلاغة والبيان والبدیع ، ومروراً بإسهامات الناطقة وعلماء النفس والاجتماع والاتصال .

وقد تعرضنا فى البحث السابق للضوابط اللغوية الخاصة بالنص الكتابى وللقواعد المتعلقة بالظروف البيئية المحيطة بالنص .

وفى هذا البحث نتعرض لمناقشة القواعد العامة ، ويمكننا أن نجعلها على النحو التالى :-

القاعدة الأولى :- الاكتمال :-

والاكتمال يعنى أن تحتوى الرسالة الإعلامية أو النص الكتابى على كل المعلومات أو الحقائق التى يحتاجها القارئ ليقوم برد الفعل الذى نتوقعه . ويجب أن تأخذ فى الاعتبار وأنت تحدد كمية المعلومات التى تكفى كل قارئ ، اختلاف القدرات الذهنية للقراء.. واختلاف خلفياتهم وآرائهم واحتياجاتهم وتجاهاتهم وعواطفهم .

والاكتمال للرسالة الإعلامية أمر ضرورى.. وذلك لعدة أسباب :-

- ١- إن الرسالة المكتملة توفر الغرض للحصول على النتائج المتوقعة .
- ٢- تساعد الرسالة المكتملة على تجنب القضايا والدعاوى الناتجة عن نقص المعلومات .
- ٣- تغنينا عن الاحتياج إلى رسائل أخرى مكتملة لجوانب القصور فى الرسالة الأولى فتوفر بذلك وقتاً ومجهوداً إضافيين .

ولضمان الإكتمال للرسالة الإعلامية أو النص الكتابى.. يجب أن نضع فى اعتبارك أن الرسالة المكتملة هى الرسالة التى تجيب عن الأسئلة الستة المعروفة :

من ؟ متى ؟ أين ؟ ماذا ؟ كيف ؟ لماذا ؟

وأيضاً تتضمن إجابات لكافة الأسئلة الأخرى التى يمكن أن نتوقعها.. وليست فقط التى يحتاجها القراء.. لأن القراء ربما لا يعرفون ما يحتاجونه أو قد تكون أسئلتهم غير دقيقة. فعلى سبيل المثال عندما تكتب خطاب دعوة لاجتماع أو مؤتمر.. يجب أن يتضمن الخطاب تعريفاً بموضوع المؤتمر ، والمتحدثين فيه ، ووقت المؤتمر ، ومكانه ، والهدف منه، وكيفية الوصول إليه ، وبرنامج الحوار ، وجوانب الترفيه إن وجدت . وكذلك عندما تعلن عن سلعة معينة يجب أن تحدد نوع السلعة ، ومواصفاتها.. ومتى تتوافر بالأسواق ؟ وأين ؟ والسعر الذى تباع به ، وكيف سيتم الدفع ؟ .. والجمهور الذى تخاطبه . وهكذا.. فالمعلومات المقدمة يجب أن تكون مكتملة.. وإلا سيشعر الجمهور بعدم الراحة للمعلومات غير المكتملة . وعندما ترد على استفسارات معينة ولم يكن لديك إجابات محددة فيجب أن

توضح ذلك . أو كانت لديك معلومات غير مهمة عند الإجابة على السؤال ، أو مجموعة أسئلة قدم إجابتك بكل الواقعية والأمانة .

القاعدة الثانية :- الإيجاز :-

يساعد الإيجاز على إبراز المعنى المقصود وتوضيحه.. فالعبارة فى توصيل المعانى تكمن فى اختيار أقصر الطرق المؤدية إليها.. وهو مرحلة وسط بين الاختصار المخل والتطويل الممل..

ويتحقق الإيجاز للنص الكتابى بمجموعة من الإعتبارات هى :-

- حذف الجمل غير الضرورية ، والتي لا يؤثر حذفها على سياق الكلام .
 - تجنب تكرار الجمل غير الضرورية ، وكذلك الاطناب.. ويلاحظ أن التكرار سواء اللفظى أو بالمعنى قد يكون ضرورياً للتأكيد.. ولكن عندما يقال نفس الشئ ثلاث أو أربع مرات بدون سبب ، ستكون الرسالة نفسها ضعيفة .
 - احتواء الرسالة على الحقائق المتصلة بالموضوع فقط.. أى على الأفكار التى تحقق الهدف.. ولاحظ أن طول النص مرتبط بما يكفى لتحقيق الهدف.. والزيادة تعتبر حشواً وتطويلاً .
 - تجنب التعبيرات المتبدلة أو غير المتصلة بالموضوع ، أو المستخدمة لأغراض المبالغة فهذه تؤثر سلباً على القارئ .
 - الاختيار الدقيق للكلمات الدالة على المعنى المقصود وبوضوح . ويتحقق ذلك بتجنب الكلمات الغامضة ، وغير الدقيقة ، والتي تحتمل أكثر من معنى .
- وهناك أسباب تجعلنا نبتعد عن الإيجاز ينبغى الوقوف عليها لتجنبها وهى :-
- عدم التركيز على هدف الرسالة .
 - احتوائها على معلومات يعرفها القارئ .

- احتوائها على معلومات غير متعلقة بها .
- اللف حول الموضوع وليس الدخول إلى الموضوع مباشرة .
- التطويل الزائد عن الحد .
- عدم مراجعة المسودة الأولى للرسالة .
- احتوائها على معلومات غير ضرورية .
- الميل إلى المبالغة الزائدة .

القاعدة الثالثة :- الدقة :-

الدقة من الأمور الهامة في صياغة النص ، والدقة تعنى الصواب ، إن الأخطاء الصغيرة تظل برؤوسها عندما لا يجرر النص بعناية . ومع أن الأخطاء لا ترقى بداهة في خطورتها إلى مقام التحريف الشنيع للحقائق ، إلا أنها خليقة بأن يؤسف لها في الكتابة الجيدة .

والدقة تعنى أيضاً التحديد . فاللغة أى لغة مهمتها الأساسية هي خدمة المعانى . ويجب أن تبقى كذلك بغض النظر عن الأسلوب المستخدم . فإذا تداخلت الكلمات المستخدمة لتحرف بالحدث عن معناه الأصلي ، فإن إستعمالنا في هذه الحالة يكون استعمالاً غير دقيق . فالمتقل مكان للتحفظ على معتادى الإجرام ، بينما يخص السجن للمحكوم عليهم بمدد قصيرة . وبذلك فإن استخدامنا لكلمة معتقل للتعبير عن السجن ، استخداماً في غير محله لأنه يبعثنا عن المعنى الأصلي .

والتحديد مشكلة أكبر عندما تتكاثر المزدادات . فكلمة الأم وحدها لها في اللغة العربية أكثر من مائتى مترادف . وهناك في اللغة الكلمات التي تشير إلى أبسط الفروق والظلال في المعانى ، ولتأخذ الأفعال التي تعبر عن السرقة ، فكل واحدة منها تعبر عن أسلوب خاص ، فهناك على سبيل المثال وليس الحصر : اقتحم ، تسلل ، باغت ، نسل ، سلب ، اختلس ، وغيرها عشرات ، ولكل واحدة منها معنى خاصاً .

فالتحديد شئ ضرورى ومهم من أجل تحقيق الدقة والوضوح للكتابة . والقاعدة الأساسية هى أن من لا يتأكد من معلوماته لا يستطيع أن يعبر عن الحقيقة بشكل مفهوم ودقيق . ولهذا ينبغى ألا تكتب إلا ما تستطيع إثبات صحته ، إما بتقديم دليل مكتوب أو بالاعتماد على أكثر من مصدر .

وهناك عوامل عديدة تساعد على تحقيق الدقة منها ما يلى :-

١. توضيح المصطلحات والمفاهيم :-

فالعالية من القراء ليست لديهم القدرة على فهم المصطلحات أو الاختصارات المستعملة . ولا بد للكاتب أن يبحث عما يقابلها من الكلمات المعروفة ، أو يقوم بشرح كل مصطلح أو مفهوم يستخدمه ، وذلك مثل : الناتور ، اليونسكو ، اليونيسف ، السنو ، وغير ذلك من المصطلحات التى نطالب أنفسنا بتوضيح معناها على الأقل مرة واحدة فى النص . فهذه المصطلحات لا بد من تفسيرها للمساعدة على دقة الفهم .

٢. مراعاة الدقة التامة فى الترجمة :-

فالترجمة عنصر مهم لتوفير المعلومات اللازمة . وتحتاج الترجمة إلى الدقة التامة لنقل المعنى المقصود .

٣. التأكد من صحة الأسماء :-

فالأسماء التى تذكر بالنص يجب أن تذكر بدقة . كما يجب الحرص على ذكر الأسماء كاملاً ، وعلى ذكر الألقاب العلمية والمدنية والكنائيات ، لأنها جزء من شخصية صاحبها ، ويلاحظ أن الخطأ فى ذكر الأسماء يكون نتيجة للرجوع إلى مصادر غير مؤكدة وبعيدة الصلة عن الشخص المراد معرفة اسمه ، أو للخطأ فى نقل الأسماء سواء من الأشخاص أو عن طريق التلفون .

٤. الدقة في استخدام الأرقام والتواريخ :-

استخدام الأرقام في الكتابة محفوف بالمخاطر عادة ، ويحتاج إلى كثير من المراجعة ، غير أن هذا ليس سبباً لعدم استخدامها . والأرقام لا تستخدم لبدء جملة ، وتدون كتابة بدلاً من ذلك . والقاعدة العامة لكتابة الأرقام ، هي استخدام الكلمات العددية للأرقام التي تقل عن عشرة . وما فوق ذلك يكتب رقمياً ، وكذلك أرقام القرون . كما تكتب الأرقام للدلالة على مبلغ من المال . ونتائج المباريات ، وتعيين الوقت . وكذلك في ذكر التواريخ .

ويرجع الخطأ في الإحصائيات والأرقام إلى عدم تركيز الكاتب ، وعدم تدوينه الأرقام في حينها . كما يرجع إلى الخطأ في النقل من الكتب أو الملفات بسبب السرعة . كذلك أيضاً قد يخطئ المحرر في تسجيل أرقام التواريخ لعدم الرجوع إلى المصدر السليم أو اعتماده على المصادر غير الدقيقة .

٥. الإقتباسات :-

الإقتباس هو النقل عن المصدر نقلاً حرفياً ، سواء من تصريح أو خطبة أو بيان . وسواء أكان المصدر شخصاً أم جهة رسمية أم هيئة إعلامية ، وفي هذه الحالة يكون من الضروري أن يلتزم المحرر بالقواعد التالية :

• أن يميز الكلمات والجمل المقتبسة عن بقية الكلمات والجمل التي يتضمنها النص ، بوضع الإقتباسات بين علامات التنصيص . وتكرر العلامات لكل فقرة إن تكررت الإقتباسات في النص .

• أن يعبر النص المقتبس عن الهدف الحقيقي للمصدر ، وأن يتصل النص المقتبس بالموضوع

• يمكن الإستغناء عن الكلمات المكررة أو الزائدة في الجمل المقتبسة بشرط ألا يكون في حذفها أى تحوير أو تغيير للنص الأصلي أو تحوير للمعنى .

القاعدة الرابعة :- الموضوعية :-

الموضوعية تعنى فصل الرأى عن الحقيقة ، وتحقيق النزاهة والتوازن ، باعطاء الأطراف المختلفة فرصاً متكافئة لإبداء وجهات نظرها ، حتى يتسنى للقراء الحصول على كل المعلومات اللازمة حول قضية ، أو حدث من الأحداث ، أو مشكلة . وهى تعنى الحياد ، بمعنى عدم التحيز ، والتحيز يعنى أن يتحرر الكاتب بشكل مطلق من التأثيرات والأولويات، بمعنى أن يبذل قصارى جهده لتلافي أثر كل من العوامل الذاتية الشخصية ، والعوامل الخارجية التى تدفعه إلى تحريف الواقع . وعلى هذا ، فالموضوعية تعنى البعد عن كل التحريفات المتعمدة ، أما التحريفات التى تحدث لأسباب خارجة عن الإرادة فهذه لا حيلة لنا فيها .

وهناك عوامل يساعد تجنبها على تحقيق الموضوعية وهى :-

١- تجنب المصطلحات عالية التجريد :-

فالمصطلحات مثل : وطن ، متطرف ، رجعى ، متحرر ، ديمقراطى تعتبر ذاتية ، لأنها تتأثر بتصور المحرر لمعانيها . وكذلك بشعوره تجاهها . كما أن عليه أن يدرك أيضاً أنها مصطلحات بلا معنى تقريباً حتى الآن ، لكونها تفتقر إلى مدلول عام ، أو مدلول متفق عليه . ولذلك ينبغى للمحرر الذى يرغب أن يكون موضوعياً أن يقلل من استخدامه لهذه المصطلحات ، وأن يجعلها فى أضيق نطاق ، وأن يوضح مدلولها عند استخدامها بربطها بأفعال الفرد وتصرفاته . وبعبارة أخرى يجب ألا نصف تصرفات ذلك الشخص بأنه تحررى . ولكن قل لنا ما هى معتقداته ؟ ، وكيف يعمل ؟ وماذا يقول ؟ ، ومن خلال ذلك سنقترب قليلاً من درجة فهمه .

٢- تجنب الأمور المثارة :-

بمعنى عدم إشباع جوع القراء إلى الموضوعات التى تلى احتياجاتهم من ناحية . أو اهمال الموضوعات التى هى موضع اهتمام من ناحية ثانية ، وذلك لدوافع عديدة مسبقة

أو لاحقة تجعل المعلومات خاضعة للظروف وللنظم السياسية ، ولجمهور القراء ومصالحهم ، أو لمصلحة الناشر ، ويقرر أساتذة الصحافة أن تجاهل نشر حادث ما أو عدم نشره بسبب تعارضه مع سياسة الصحيفة وأهدافها إنما هو نوع من تحريف الحقيقة، ويسقط عن الصحيفة صفة الموضوعية والدقة . وهذا الاهتمام بالأحداث والوقائع التي لا تتفق مع اهتمامات الناس لا يتمشى مع الأمانة الصحفية كما ترى الجمعية الأمريكية لتحرير الصحف .

٣- افتعال الإهتمام :-

وهو الوجه الآخر لتجنب الأمور المثارة . ويعنى افتعال الإهتمام بمعلومات معينة وإبرازها ، والحصول على تفاصيل تافهة وإبرازها ، بغض النظر عن درجة أهميتها للناس . ومن ذلك إهتمام الصحف بتصريحات زيارة أحد المسؤولين ، فإبرازها وتحرص على اختيار عناوين ضخمة لها رغم عدم أهميتها . وهذه الممارسة تتنافى مع الصدق والموضوعية .

٤- تقديم الآراء على أنها حقائق :-

ويعتبر هذا الأسلوب الأكثر شيوعاً فى وسائل الإعلام وفى كثير من الكتابات الأخرى ، على الرغم من أن الفصل بين الرأى والحقيقة يعتبر أخلاقيات مهنة الكتابة .

وتساعد الخطوات الآتية المحرر على عدم المزج بين الحقائق والآراء :-

- لا تكتب شيئاً عن حدث لم تدونه بنفسك .
- احذر الكتابة عن موضوعات تثير الجدل .
- قارن بين الحقائق من خلال الاستعانة بأكثر من مصدر للتأكد من المعلومة .
- اعتمد دائماً على الوثائق فهى براهين دامغة ، واسع لها دائماً وقرأها بعناية ، وقارن بين ما تتضمنه من معلومات ومعلومات المصادر الأخرى .

٥- معالجة المعلومات بطريقة غير موضوعية :-

وتعنى المعالجة جوانب متعددة ، ابتداءً من عملية الاختيار التى تتم وفقاً لظروف متعدده . فقد تركز المعالجة على إبراز بعض الجوانب على حساب أخرى ، أو الاكتفاء بالجوانب السلبية لشخص أو لفكرة على حساب الجوانب الايجابية . وأبشع ما تقدم عليه الصحف من أساليب المعالجة غير الموضوعية للأخبار ، هو تعمد إضافة معلومات غير صحيحة ، وهو ما اعتبرته الجمعية الأمريكية لحررى الصحف أمر مدمر للقيم الأساسية لمهنة الصحافة.

٦- العناوين المضللة :-

فعندما تستخدم العناوين للإيحاء باتجاه معين . أو تكون الصلة بين العنوان ومضمونه صلة واهية . أو عندما يقدم العنوان بشكل موجز جداً ، فهذا يعنى أن هناك محاولة للتأثير المتعمد على القارئ ، مما يؤثر بصفة أساسية على موضوعيتنا .

٧- التكرار :-

فالتكرار المستمر لمعلومات تتعلق بشخصيات معينة أو أفكار أو مشاعر ، يمكن أن تستثير مشاعر محددة أو مقصودة ، لإبراز هذه الشخصيات والمشاعر والأفكار بشكل دعائى ، مما يؤثر على درجة موضوعيتنا .

القاعدة الخامسة :- البساطة :-

التبسيط سمة هامة من سمات التحرير الكتابى الذى يعرض الأحداث والأفكار بطريقة مفهومة ، والكتابة البسيطة ليست الكتابة التافهة السطحية ، فأحسن الكتابات هى البسيطة السهلة التى يسهل تتبعها ، والتى تحدث اتصالاً بينك وبين القراء ، فالصحافة هى الاتصال ، وقد صرح "ارنست همنجواى" بأنه يكتب للذين يحركون شفاههم أثناء القراءة .

فالكتابة البسيطة هى الكتابة التى يسهل على الجماهير استيعابها وفهمها . كما أنها مواد تتمشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليدته . وينتج عن ذلك أن ما يعرض على الناس

ليس هو الحقيقة الكامنة ، وإنما هو الحقيقة الواقعية المبسطة ، ولابد أن تكون المادة المعروضة متفقة مع الثقافة الشائعة والمعتقدات الدينية والمعايير الأخلاقية .

وترتبط البساطة بمدى مقدرة الكاتب على فهم ما ينقله . يقول "جيم جانون" المحرر التنفيذي لـ "دى مواريستز أند تريبيون" إذا لم تستطع التبسيط فأنت لا تفهم ، وأبسط الطرق لإظهار مدى فهمنا لموضوع ما ، هو أن ننقله للناس بطريقة يفهمها كل الناس ، فإذا لم يكن بمقدور القراء أن يفهموا ما نكتبه.. فلماذا إذن نكتب ؟ .

ويأخذ التبسيط في الكتابة جانبين :-

الجانب الأول : النمذجة :

ويشمل تبسيط الشخصيات والأفكار والعقائد والمذاهب والتجارب الإنسانية فيما يسمى بالنمجة . بمعنى الاستعانة بالرموز والأنماط والنماذج لتجسيد هذه المعاني ، ليسهل على عقلية الجماهير استيعابها ، كما يقول الدكتور إبراهيم إمام .

وتقوم هذه النماذج على أساس انتزاع بعض الصفات وتحريرها من سياقها العام ، ثم إبرازها وإلقاء الضوء عليها ، مع إعطاء مغزى لها يميزها ، ويسر فهمها . والطبعي أن تقوم هذه العملية على أساس التضحية بالتفاصيل ، وعدم الاحتفاظ بالنسب الحقيقية فى الشخصية الأصلية من أجل خلق النموذج المبسط الذى يفهمه الناس ، فالإرهابى والمتطرف الوطنى والشيوعى واللص والشرير والعامل والزنجى واليهودى.. كسل هذه نماذج بشرية تقدم فى بضع خطوط أو لمسات شديدة الاختزال ، تبعد عن الحقيقة الكاملة بتفاصيلها المتشعبة . وتلقى الجماهير ثقافتها ومعلوماتها من خلال هذه النماذج . وتتضح خطورة هذه النماذج عند المبالغة فى التبسيط ، فليس غريباً أن نجد الزوج كسالى ، والعرب متخلفين واليهود ماكرين ، والرجل الأبيض تقدماً ، والملون مهضوم الحق حقيراً ، فضلاً عن معانى الحرية والديمقراطية والإشراكية والشيوعية التى تزداد كذلك بنفس البساطة النمطية والتجسيد السريع .

ورغم ما يمثله هذا النمط في التبسيط من أهمية ، إلا أنه كثيراً ما يؤدي إلى فشل الاتصال ، وبخاصة عندما لا يعرف الجمهور ما تعنيه كلمات الكاتب ، ولا يفهم ما يقصده ، لذلك يتعين على الكاتب أن يعرف ما يتحدث عنه حتى يعبر عنه بيسر وسهولة ، وعندما يستخدم تجريدات مثل الديمقراطية والحرية والرأسمالية فينبغي أن يوضح معانيها . كما ينبغي أن يتجنب استخدام الكلمات البراقة ، التي قد لا يفهمها كثير من الكتاب أنفسهم ، وأولى بنا ألا نكتب إلا إذا كنا نعرف ما نقول .

الجانب الثاني : تبسيط أسلوب الكتابة :-

وعنى التبسيط تحقيق سهولة الفهم نتيجة لأسلوب الكتابة ، أى أن نحاول أن نقدم للقارئ مواداً يمكن أن يفهمها بسهولة ويسر ، ولهذا فإن فن الكتابة المؤثرة هو فن التغلب على عقبات الفهم ويسر القراءة .

والبحوث التي ركزت على دراسة تبسيط القراءة تسمى بحوث الإنقرائية ، أو قابلية القراءة ، ومع أن معظم الدراسات التي تناولت هذا الجانب ركزت على الكتابة باللغة الإنجليزية ، إلا أن النتائج الرئيسية التي توصلت إليها يمكن تطبيقها على اللغات الأخرى أيضاً ، وفي نطاق هذه الدراسات تم التوصل إلى اختبارات يمكن أن توضح مدى سهولة وصعوبة الكتابة على الفهم ، وهذه الاختبارات معظمها اختبارات أمريكية . ولكن الفكرة العامة ستظل صحيحة على الأرجح : وهي أنه كما كانت كتاباتك معقدة تطلب ذلك أن يكون قراؤك على قدر كبير من التعليم .

وقد توصلت الدراسات الخاصة بتبسيط أو يسر القراءة إلى نتائج بالغة الأهمية ، فعندما تكون المجلة علمية ، وتكون الجملة طويلة صعبة ، فإن درجة القابلية للقراءة لا تزيد بحال عن ٣٠٪ . وعندما تكون المجلة أكاديمية ، ويصل طول الكلمات في المجلة إلى ٢٥ كلمة ، ويكون الأسلوب صعباً ، فإن درجة القابلية للقراءة لا تزيد عن ٥٠٪ . وعندما تكون المجلة رفيعة المستوى ، وعدد الكلمات في الجمل ٢١ كلمة ، فإن درجة القابلية للقراءة لا تزيد عن ٦٠٪ . وعندما تكون المجلة مختارة ، ويكون الأسلوب عادياً ، تصل

درجة القابلية للقراءة إلى ٧٠٪ . وعندما تكون مجلة قصص مصورة ، وعدد كلمات الجملة حوالي ٨ كلمات فأقل، تصل درجة القابلية للقراءة إلى ١٠٠٪ في بعض الحالات .

وفي بحث "لشور نديك ولورج" لاستكشاف الكلمات الشائعة أو الأكثر شيوعاً . توصلنا إلى أن ألف كلمة من الكلمات الشائعة تمثل نسبة ٨٠٪ من الكلمات الإجمالية التي وجدها في بحثهما في الكتب والمجلات . أما التسعة آلاف كلمة الشائعة التي تليها فتمثل نسبة ١٨٪ من الكلمات الإجمالية ، أى أنه يمكن القول بأن العشرة آلاف كلمة الشائعة تمثل ٩٨٪ من مجموع الكلمات المستخدمة في الصحف والمجلات .

ويعد اختبار "روبرت جانين" في عام ١٩٦٨ من أشهر الاختبارات لقياس قابلية القراءة، ولذا أطلق على هذا الاختبار أسم الاختبار "الضبابي" بمعنى أن الكتابة المعقدة هي كتابة ضبابية ، وإذا كان عليك أن تكتب ببساطة فعليك أن تبدد الضباب .

وقد اكتشف الدكتور "رودلف فليش" معادلة أو صيغة لقياس يسر القراءة ، كما اكتشف معادلة أخرى لقياس الجاذبية الإنسانية أو الاهتمام الإنساني ، وقد بنى معادلته الأولى على أساسين :

الأول : متوسط طول الجملة .

الثاني : متوسط طول الكلمة محسوباً بالمقاطع .

أما معادلة الاهتمام الإنساني أو الجاذبية فهي مبنية على أساسين هما :

• متوسط النسبة المتوية لعدد الكلمات الشخصية ، وهي جميع الأسماء المعبرة عن الحسية الطبيعية وجميع الضمائر ، فيما عدا الضمائر المحايدة ، وكلمة الناس المستخدمة مع أفعال الجمع وكذلك كلمة القوم .

• متوسط النسبة المتوية للجمل الشخصية ، وهي جمل المحادثة المنطوقة بين علامات الاقتباس ، وكذلك الجمل المنتهية بعلامات الإستفهام أو التوكيد ، ومنها جمل الرجاء والطلب والأمر . وكذلك الجمل الناقصة على أساس النحو اللغوى ، ولكن يمكن للقارئ فهمها من سياق الحديث .

وعامل الاهتمام الإنساني كما يقول الدكتور "فليش" يساعد على يسر الفهم ومن فوائده العظمى حث القارئ وتشويقه للقراءة .

الطرق المساعدة على الكتابة السهلة :

وفيما يلي مجموعة من الضوابط ، يسهل الالتزام بها على الكاتب المبتدئ مهمة الوصول إلى الكتابة البسيطة السهلة ، وهي على النحو التالي :

- ضع أهم المعلومات أولاً .
- اربط الأجزاء المختلفة للنص بكلمات أو عبارات رابطة للوصل بين الفقرات ، ويفضل أن تكون العبارات الرابطة جملة ذات أهمية ، بحيث لا يشعر القراء أنهم اجتذبوا عقلياً وسيقوا من نقطة إلى أخرى . ومن أمثلة ذلك :
- ورغم المعارضة .
- ومع ذلك فإن .
- أما فيما يتعلق بـ .
- وبهذا البيان .
- وعلى سبيل المثال .
- وبالنسبة لحروف ربط الجمل مثل : قد.. ولقد.. وواو العطف.. فإنه من الأفضل حذف هذه الحروف كلما أمكن .
- استخدام الكلمات المألوفة والقصيرة على كل ما عداها من كلمات :

فأستخدم	بدلاً من
حريق	أتون
دفن	ظمر
سافر	ظعن

- وتجنب استخدام الكلمات التي تتناثر حروفها مثل افرنقع . بمعنى انصرف .
- تجنب الكلمات الرنانة مثل :

انفجار الأسعار عند حدوث ارتفاع طفيف في الأسعار

وكلمة أزمة إذا تأخرت عربة القمامة

وكلمة مأساة إذا اصطدمت سيارة بشجرة على جانب الطريق

- تجنب استخدام الكلمات المعربة والأجنبية باستثناء الشائع والمألوف منها مثل :
التلفزيون ، الراديو ، التليفون ، الفاكس .

- قد تظهر الكلمات في الجمل بنظام صحيح.. لأن معنى الكلمة مرتبط بموقعها في الجملة . وأن تكون الجملة تامة لأعطاء معناها كاملاً .

- الابتعاد عن الجمل الاعترافية التي تفقد النص تسلسله وسهولته وتصبح عملية الفهم لدى بعض فئات القراء ، والجملة الاعترافية هي أجزاء من الجملة توجد بين شرطين أو هلالين وتبدأ عادة : بالتي - عندما - حينما - بينما ، وتعزل عن باقي الجملة لتوضيح معناها .

- تجنب الكليشيهات أو الجمل المحفوظة أو التعبيرات البالية التي يلجأ إليها البعض لضيق الوقت . مثل التعبيرات التي تطلق على وصف بعض الشخصيات :

• رجل يصل إلى أغوار الموضوع .

• رجل يسعى للاستحواذ على قلوبنا .

- الاستغناء عن الكلمات الزائدة ، كأدوات التعريف التي لا لزوم لها ، والأفعال والصفات وظروف المكان والزمان ، وأحرف الإضافة وحروف الربط التي لا ضرورة لها مثل :

هطل المطر في الجبل تصبح هطل مطر

قام باعداد بحث	تصبح	أعد بحثاً
فى يوم غد	تصبح	فى غد
دمرت السيارتان تدميراً	تصبح	دمرت السيارتان .
وقد قال لى فى حديثه	تصبح	قال فى حديثه .

ويلاحظ أن الجملة لا تبدأ بأداة ربط ما لم تتبعها جملة مستقلة فى السياق .

• فكرة واحدة لجملة واحدة :

وهى نصيحة ليست ضارة أبداً ما دامت ممكنة . فأفضل الجمل هى الجمل التقريرية البسيطة ، وتضم كل جملة فكرة واحدة . ويشترط ألا يكون ذلك على حساب التنوع والإيقاع الموسيقى الذكى ، وهذا الأسلوب يلاحظ أنه لا ينطبق على كل قصة ، ولا يمكن استخدامه فى كل جملة أو موقف ، ومع ذلك فهى طريقة تساعد على الفهم .

• طول الجمل والفقرات :

يراعى فى الكتابة ألا يزيد عدد كلمات الفقرة الواحدة على ٧٥ كلمة وألا تتألف الفقرة من أكثر من أربع جمل ، وقد ينقص عدد الجمل إلى جملة واحدة فى الفقرة ، فالقارئ ملول ، والجمل والفقرات الطويلة تزيد مللاً ، كما أشرنا إلى ذلك سابقاً ، وقد تشبه عن متابعة قراءة الخبر مكتفياً بالعناوين ، ولذلك تفضل الجمل القصيرة ، لكن بشرط عدم الإخلال بالمعنى ، أو هلهلة الأسلوب وتداعيه .

وهذه العوامل السابق الإشارة إليها لا تعكس إلا المزيد من الاهتمام بالقراء والحرص على تيسير سبل الاتصال بهم ، فالأسلوب المؤثر هو الأسلوب الذى تكتب به إلى خمسة آلاف شخص ممن يختلفون اختلافاً عظيماً فى قواهم العقلية ويفهمون جميعاً ما تقول .

القاعدة السادسة :- الوضوح :-

وهو نوعان :-

ب- وضوح المضمون

أ- وضوح التعبير

أ- وضوح التعبير :

يقصد بوضوح التعبير أو التركيب أن توائم الفكرة الأسلوب حتى يفهمه القارئ . أى وضوح التركيب اللغوى . ونعنى بذلك بساطة التركيب وشفافيته وخلوه من التعقيدات والزخارف .. ويتحقق هذا الوضوح من خلال التركيب النحوى والمنطقى ومن خلال طبيعة العلاقات المتبادلة للألفاظ والفقرات وتعاقبها المطرد فى تكوين الجمل والفقرات .

وفيما يلى بعض القواعد التى تساعد على وضوح التركيب :-

- تجنب الكلمات المبهمة والغامضة ، وكذلك الكلمات والتركيب التى تدل على معنيين.
- استخدام أدوات العطف وجل الربط حتى لا تكون هناك فجوة فى الأسلوب . ويجب ألا يلبج الكاتب إلى إدخال فكرة جديدة بصورة يفجأ القارئ بها .
- الموازنة بين الفكرة وبين كسائها اللفظى ، بحيث يكون الإطار اللفظى كافياً للتعبير عن الفكرة بوضوح بلا زيادة أو نقصان .
- استخدام أفعال قوية معبرة .
- استخدام الزمن المضارع للإشارة إلى فورىة الحدث ، وإبراز عنصر الزمن فى الرواية الإخبارية (اليوم ، أمس ، مساء أمس ، غداً) .
- تجنب التعميمات : فالتعميمات غالباً ما تجنب وضوح النص ، وبدلاً من أن تكتب أن رجلاً طويل القامة ، قل إن طوله ١٧٠ سم . وبدلاً من كلمة ثقيل قل إن وزنه ١٥٠ كجم . فالتعميمات تفسد وضوح العمل المكتوب ، فى حين أن التحديد يزيد الكتابة وضوحاً ويضفى عليها حيوية . وإذا أمكن استخدام إحصائيات فإنه ينبغي أن تضى

معنى جديداً . وكذلك مكان وقوع الحدث مهم أيضاً . فإذا شب حريق أو انقلب قطار ينبغي أن نحدد الموقع بالضبط . لأننا لا نستطيع تجاهل اهتمامات الناس .

• الإلتزام بالقواعد النحوية والصرفية باعتبارها وسيلة إلى صحة الكتابة ووضوحها وفهم معانيها . فأخطاء النحو تغير المعنى تماماً . وتؤدي إلى الغموض والإبهام . ولعل المثال الذى كان يضرب فى المرحلة الابتدائية لا يزال يحضر بعضنا .. هل ضرب التلميذ المعلم أم أن المعلم هو الذى ضرب التلميذ . فالأذن العربية شديدة الحساسية هذه الأخطاء وتنفّر بطبيعتها من الكتابات غير الصحيحة نحواً . ولذلك فإنه لاجتذاب القراء وللإيضاح أيضاً ينبغي أن يلتزم المحرر فى كتابته بقواعد اللغة العربية نحواً وصرفاً ، ولا عذر له إن جهلها . أما إن جهلها وجاهر بضرورة التحلل منها فأولى به أن يترك هذه المهنة .

• الإلتزام بقواعد الإملاء الصحيحة باعتبارها الوسيلة الأساسية للتعبير الكتابي والطريقة الصناعية التى اخترعها الإنسان فى أطوار تحضره ليترجم بها عما فى نفسه لمن تفصله عنهم المسافات الزمانية والمكانية . ونستطيع أن ندرك منزلة الإملاء بوضوح إذا لاحظنا أن الخطأ الإملائى يشوه الكتابة ويعوق فهم الجملة ويدعوننا إلى احتقار الكاتب وازدراؤه، وينصح لذلك الكاتب عندما لا تسعفه الذاكرة فى هجاء الكلمات هجاءاً صحيحاً بالاستعانة بمعجم لغوى للوقوف على طريقة الكتابة الصحيحة .

• مراعاة علامات الترقيم :-

الترقيم فى الكتابة هو رموز اصطلاحية معينة بين الجمل أو الكلمات ، لتحقيق أغراض تتصل بتيسير عملية الإفهام من جانب الكاتب ، وعملية الفهم على القارئ ، ومن هذه الأغراض تحديد مواضع الوقف ، حيث ينتهى المعنى أو جزء منه ، والفصل بين أجزاء الكلام ، والإشارة إلى انفعال الكاتب فى سياق الإستفهام ، أو التعجب . وفى معرض الابتهاج أو الاكتئاب أو الدهشة ، أو نحو ذلك ، وبيان ما يلجأ إليه الكاتب من بيان أمر عام ، أو توضيح شئ مهم ، أو التمثيل لحكم مطلق ، وكذلك بيان وجه العلاقات بين الجمل ، فيساعد ادراكها على فهم المعنى ، وتصور الأفكار .

وكما يستخدم المتحدث في أثناء حديثه بعض الحركات اليدوية ، أو يعتمد إلى تغيير
قسمات وجهه ، أو يلجأ إلى التنوع في نبرات صوته ليضيف إلى كلامه قدرة على دقة
التعبير وصدق الدلالة ، كذلك يحتاج إلى علامات الترقيم .

وعلامات الترقيم في الكتابة العربية هي :

النقطة : (.)

- توضع النقطة في نهاية الجملة أو الفقرة لتدل على الانتهاء وبداية جملة جديدة .
- لا توضع في العنوانات الأصلية أو الفرعية أو في الشرح الذي يكتب تحت الصور .
- توضع على شكل ثلاث نقاط (. . .) لتدل على أن هناك عبارة محذوفة .

الفاصلة : (،)

- توضع بين الجمل التي يتكون من مجموعها كلام تام في معنى معين .
- وبين أنواع الشئ وأقسامه .
- وبين لفظ النادى وبين الكلمات المفردة المرتبطة بكلمات أخرى .
- وبين الجمل الاعتراضية .
- وفي الأرقام للدلالة على النسبة العشرية ، وعلى كسور الجنيه .

علامة الوقف الاستدراكي : (:)

- تستخدم قبل تقديم سلسلة من الأسماء .
- ولتحديد الوقت .
- وقبل الشئ وأقسامه .
- وللتمهيد لأقوال مقتبسة .

الشوالة المنقوطة : (؛)

- تستخدم للفصل بين الأسماء والعناوين .
- وفي العناونات بدلاً من النقطة .

الشرطة : (-)

- تستخدم عند الإستفهام والرد للاستغناء عن أقواس الإقتباس .
- وبين الجمل الاعترافية .
- وفي العنوان للفصل بين موضوعين .
- وفي إعلان نتائج المباريات .
- وبين رقمين للدلالة على أنهما يشملان كل ما بينهما .

أقواس الإقتباس (" ")

- وتسمى علامات التنصيص ويوضع بينهما الكلام المقتبس .
- ولتمييز الكلمات أو المصطلحات الجديدة في اللغة أو الكلمات العامة .
- وكذلك لتمييز عناوين الخطب والمقالات والكتب والمسرحيات والقصائد الخ .

علامة الحصر : ()

- تستخدم حول الأرقام .
- ولوصف الأشخاص .
- وإذا أريد اقحام كلمة في العنوان .
- وحول الكلمات التي يقصد بها زيادة الإيضاح مثل : وستدخل الطاقة النووية (أى الذرية) .

علامة الإستفهام : (؟)

• وتوضع بعد الجملة الإستفهامية .

علامة التعجب : (!)

• توضع بعد الجمل التي تعبر عن الانفعالات والتعجب والفرح والدهشة والدعاء والحزن والاستغالة .

ب- وضوح المضمون :

لكي تكون مفهوماً.. يجب أن تكون واضحاً . فحتى تصل إلى عقل القارئ بمعلومات وأحداث وأخبار جديدة.. وحتى تهز عواطفه وتحرك أشجانه.. لا بد أن تكون واضحاً .

ولكي تكون واضحاً.. يجب عليك أولاً أن تكون واثقاً من المعنى المحدد بالضبط.. وعليك بعد ذلك أن تعبر عن هذا المعنى وحده.. لا شيء أكثر منه ولا شيء أقل منه.. أى أن تكون واضحاً في التفكير والتعبير معاً . وليس لأجل أن تكون مفهوماً فقط ، ولكن لكي لا يساء فهم ما كتبه . ولكي تكون واضحاً يجب عليك بذل مجهود أكبر ، وأحياناً يجب أن تكون أكثر شجاعة .

فأنت عين وأذن الناس كافة ، والطريقة التي ستقدم بها موضوعك هي الطريقة التي يراه الناس بها . وهم يصدقون ما يرونه إن هم وثقوا بك أنت ، أو بمعنى آخر هم يصدقونك فقط إن هم وثقوا بك . ومن هنا تأتي أهمية الوضوح .

ويذهب بعض الكتاب في وجوب تحديد الوضوح إلى أنه يجب أن يشمل كل لفظ وكل تركيب ، وأن لا تكون هناك كلمة واحدة تستغل على الفهم ، أو كلمة محيرة للذهن وألا يكون هناك تسامح ولا تساهل في لفظ واحد ، وليس المطلوب أن يكون الأسلوب مجملاً ، وليس الهدف الأسمى أن يكون الأسلوب مفهوماً مع التخمين والحدس ، بل ينبغي أن يكون هذا الأسلوب مفهوماً بوضوح ، ولا مفر من أن يكون كذلك . ولا مكان للحجة التي يتعلل بها بعض الكتاب المبتدئين بأن "هذا ليس هو المقصود بالضبط ، ولكنه قريب منه" ،

ولا لتحجج البعض الآخر بأنه ليس مكلفاً بأن يكتب ويعطى عقلاً فى وقت واحد ، فمثل هذه التعلات التى تصدر لا تعبر إلا عن الكسل والفشل والقصور . ولا يعنى هؤلاء الذين يشفقون على أنفسهم من خوض غمار الصراع أنهم منجذبون إلى مزج الحقيقة بالخيال كى يجعلوا عملهم أكثر تشويقاً .

ونقطة البداية للوصول إلى الكتابة المؤثرة الواضحة تعد أمراً ذاتياً للكاتب ذاته ، وتتعلق بمدى فهمه لما يكتب عنه . فلا ينبغي ألا تقدم على كتابة أى شئ إلا إذا كان مفهوماً بالنسبة لك تماماً ، لأن من لا يفهم الشئ لا يستطيع أن يعبر عنه التعبير الواضح الصحيح .

ولهذا ننصح دائماً بأن تفكر قبل أن تكتب . ففكر فى أثناء بحثك فى الزاوية التى ستكتب منها ، والعبارات التى ستعبر بها ، والأهم من ذلك كله أن يروق لك الموضوع . وأبدأ بتكوين الفكرة العامة فوق الورق . المهم هو أن تتفاعل مع كل ما هو مشوق وممتع فحين تنطلق الكلمات فوق سطح الورقة يجب أن تركز فى المقدمة على الأسلوب الذى ستميز به ، وعلى وحدة الأرقام ، والعبارات التى تستشهد بها ، وعلى الصراع الذى يتألق داخل رأسك فى أثناء نمو الفكرة ، فهذا العنصر هو الذى استفز خيالك ، ولعله أيضاً يستفز خيال القارئ .

واجبك الأول هنا أن تكون صادقاً مع الفكرة ، وأن تخرجها بالدقة الواجبة كما هى فى نفسك ، سواء كانت الفكرة عسيرة أم يسيرة ، وسواء كانت بسيطة أم مركبة . وفيما يتعلق بالمعاني الواضحة التى تتطلبها الحياة اليومية فليس هذا بالشئ المجهد . أما إذا كان الأمر يتعلق بمعنى عسير أو فكرة عميقة تحتاج إلى تحليل أو تمييز ، فعندئذ لا يكون الوضوح والبساطة مترادفين . أى أنهما ليس شيئاً واحداً . فإذا أتى الكاتب بلفظ بسيط لفكرة مركبة فإن هذا اللفظ قد يزيد الفكرة غموضاً وتعقيداً ، وبدل أن يساهم فى توضيح التعبير فإنه يزيده غموضاً . ولذا فإن الكاتب مطالب ببذل مزيد من الجهد لاختيار اللفظ الذى يقتضيه المعنى بالضبط وذلك لضمان الوضوح . وهذا هو ما يقصد بوضوح الفكرة ، أو ما يسميه البعض كما يقول الدكتور " محمد كامل جمعه " بالتعبير الواضح القسامات .

وفيما يلي بعض القواعد التي تساعد على وضوح المعنى :-

١- تقديم الخلفية الكاملة عن الموضوع ، وما يرتبط به من حقائق ، وما يلزمه من شرح وایضاح.. وتحديد أهميته وحجمه وعلاقته بالقارئ وتأثيره عليه ، ووصف الشخصيات المتصلة به والظروف المحيطة.. وأيضاً الربط بينه وبين الموضوعات أو القضايا المشابهة.. أو الربط بتطورات التاريخة.. وذلك للمساعدة على فهم الصورة الحقيقية الكاملة للمشكلة أو القضية .

٢- البناء الفعال :-

وذلك بترتيب الكلمات فى جمل مبنية جيداً.. تتوافر لها الصفات الآتية :-

• الوحدة :-

بمعنى أن الجمل والفقرات معاً تنطلق فى إطار وحدة واحدة ، أو فكرة رئيسية واحدة ، تنبثق منها أفكار فرعية.. وكل الجمل والفقرات تسير فى سياق الفكرة الأساسية.. والفقرة الرئيسية التى تتضمن هذه الفكرة الرئيسية هى الفقرة أو الجملة المفتاح.. وهى تأتى فى بداية النص أو نهايته.. أما باقى الفقرات فهى لتدعيم وحدة هذا البناء .

• الترابط :-

ويعنى أن تماسك الجمل والفقرات فى وحدة بناء منطقي مترابط العلاقات بصورة تساعد على تدفق المعانى وترابطها مما يشعر القارئ بالتواصل .

• التأكيد :-

وذلك للأجزاء المهمة لإعطاء طابع القوة.. ويمكنك التأكيد بالتكرار ، وعمود الجملة.. فالجمل المهمة تأتى فى موضع أفضل من الجمل الأخرى . سواء فى البداية أو النهاية.. وكذلك التأكيد للوضوح ، يتم بتكرار كلمات معينة أو معانى معينة . ولكن إذا زادت التأكيدات عن الهدف المنشود أخل ذلك بقاعدة الإيجاز .

القاعدة السابعة : - المناسبة :-

وتعنى المناسبة موافقة اهتمامات القارئ.. فنحن لا نكتب لأنفسنا وإنما لقارئ محدد يحرص على أن يقرأ ما نكتبه وينفعل به ، لكي تحقق كتابتنا الهدف المرجو منها.. وهذا القارئ لا يقبل على القراءة لنا إلا إذا وضعناه نصب أعيننا ، وتعرفنا على رغباته واهتماماته ومشاكله وآرائه واتجاهاته وردود الفعل المتوقعة منه.. فإذا عكست كتابتنا هذه الاهتمامات.. وأظهرت للقارئ الفوائد التي يحققها من التعرض لرسائلنا ، ساعد ذلك على ضمان اجتذاب القارئ ، واستجابته لرسائلنا.. حتى وأن كانت هذه الاستجابة محدودة .

وتتحقق المناسبة أيضاً بالإيجابية.. فسهولة تنفيذ ما نحث القارئ على فعله.. وبيان مقدرته على ذلك.. والتوسل إلى ذلك بالكلمات الإيجابية والمشجعة ، تجعله يقرب منا ويستجيب لرسائلنا.. أما أساليب التخويف والتنفير والتئيس واستخدام كلمات لا، ولا يمكن ، وأبدأ ، وعرض الصور السلبية ، فتشعر القارئ بعدم الراحة ، وتجعله ينفّر منا ، وذلك مثلما يفعل بعض الدعاة عندما يتحدثون فقط ، عن النار والقبر وعذابه.. ويكثرون من كلمة لا.. لا يدخل الجنة من يفعل كذا ، ولا من يفعل كذا.. أو يكثرون من مدح الأسلاف.. وذم المعاصرين.. والتركيز على الهوة السحيقة بيننا وبينهم ، وأنها لا يمكن أن نفعل فعلهم ، أو نصل إلى ما وصلوا إليه.. فتكون النتيجة فقدان التأثير على القارئ .

أما العنصر الثالث للمناسبة ، فيتحقق من خلال التركيز على أنت ، بدلاً من أنا ونحن.. فالقراء عادة مهتمون بأنفسهم أكثر من اهتمامهم بنا.. وينجذبون أكثر لمن يبدى اهتماماً بهم ومشاكلهم.. ولذلك فهم يقبلون على القراءة لنا عندما تخاطبهم بضمير المخاطب أنت، أو عندما يرون أسمائهم أو أسماء الشخصيات المحيية إليهم.. ولهذا السبب تهتم الصحف بالمحليات.. بالقضايا والحوادث والشخصيات المعروفة لنا ، والقريبة منا ، كأحد عوامل الجذب لزيادة توزيع الصحف.. على أساس أن حب الإستطلاع لدى الناس يدفعهم أكثر لمعرفة ما يدور في البيئة الأقرب فالأقرب .

القاعدة الثامنة :- التأكيد :-

ويستخدم لإبراز معانى معينة ، أو للتأكيد على معان محددة ذات دلالة . ويتحقق ذلك للأسلوب من خلال وسائل عديدة منها :-

١- الكلمات ذات المقاطع القليلة - أو التي تنتهى بأصوات حادة مثل : الناء والكاف والجيم.. كما فى قوله تعالى ﴿ وَالسَّمَاءِ ذَاتِ الْبُرُوجِ .. وَالْيَوْمِ الْمَوْعُودِ .. وَشَاهِدْ وَمَشْهُودِ .. قَتْلِ أَصْحَابِ الْأَخْدُودِ ﴾ .

٢- استخدام الجناس ، لإعطاء الشعور بالقوة.

٣- اختلاف الإيقاع.. يوضع الجملة القصيرة بين عدة جمل طويلة.. فكسر الإيقاع يخلق الإحساس بالتأكيد .

٤- تغيير الترتيب الطبيعى للجملة من خلال التقديم والتأخير.. كأن يتقدم المفعول على الفاعل أو الفاعل على الفعل .

٥- استخدام كلمات مثل : قد ، وإن .

وينبغى استخدام أساليب التوكيد بحذر ، ولتحقيق أهداف محددة ، وبصورة لا تعطى طابع التكلف.. أما الإفراط فى استخدامها وبدون هدف محدد فقد يؤدى بنا إلى المبالغة وإلى فقدان ثقة القارئ وبالتالي عدم استجابته أو تفاعله معنا .

التخطيط للكتابة المؤثرة

إن الحرب كما قال نابليون فن لا ينجح فيه شيء ما لم تخضعه للإحصاء وتفكر فيه. وكما تصدق هذه المقولة على الحرب ، تصدق أيضاً على الكتابة المؤثرة.. فهى رحلة ذات هدف.. ولا بد لها من تخطيط يجذب القارئ إليها ، ويربطها به ربطاً متيناً . والخطبة التى يضعها الكاتب ، تبدأ من لحظة التفكير فى اختيار الموضوع المناسب ، وتجميع المعلومات اللازمة لكتابته . وفى نفس اللحظة أيضاً لا ينفصل الكاتب عن قرائه.. فيفكر فى من سيهتمون بهذا الموضوع ؟ ولماذا ؟ وإلى أى مدى سيكون اهتمامهم به ؟.. وأيضاً ماذا يريد هو من كتابته ؟ .

ثم ينتقل الكاتب إلى مرحلة تالية ، وهى التفكير فى تكتيك الكتابة.. فيحدد أسلوب العرض ، وطريقة البناء اللغوى ، وأسلوب تسلسل الأفكار ، والملاحم العامة للمقدمة والجسم والخاتمة ، وذلك قبل مرحلة التنفيذ الفعلى للكتابة .

وفى هذه المرحلة نلاحظ أن التكتيك يختلف باختلاف الموضوعات والأنماط المستخدمة للتحريير ، وباختلاف الجمهور . وأيضاً وفقاً للأهداف المحددة التى يهدف إليها الكاتب . كما تتمتعج فى هذه المرحلة الأصول بالأسس ، والقواعد العلمية للكتابة المؤثرة بالخبرة والتجربة والممارسة والاستعداد الشخصى للكاتب . بالإضافة إلى المهارات المكتسبة ، وبخاصة فيما يتعلق بأسلوب الكتابة ، وطريقة عرض المعلومات ، بحيث يمكننا القول بأنه لا توجد طريقة محددة للكتابة ، بل طرق عديدة متنوعه ، وفقاً لقدرات الكاتب .

وهذا المستوى التخطيطى ينطوى على عمل ذهنى ، ويصبح عمل الكاتب هنا كما يقول "أوليفر شيلدون" ، هو أساساً المهمة الصعبة للجلوس والتفكير.. ويقول إن الأعمال الحديثة بصفة عامة تعانى إلى درجة كبيرة من إنعدام هذا التفكير . إذ أنه بالنسبة لبعض الناس يعتبر عبئاً غير محتمل . ورغم هذا ، فإن التفكير التأملى أساسى للكاتب ، إذ يساعده

على تصور الطرف الاتصالي ، والسيطرة على عملية الاتصال لتحقيق الأهداف المحددة من عملية الاتصال الكتابي .

وتتضمن عملية التخطيط للكتابة المؤثرة عدة خطوات أساسية أهمها

مايلي:-

١. تحديد الأهداف والأولويات .

٢. دراسة الجمهور .

٣. اختيار فكرة الموضوع .

٤. جمع المادة اللازمة .

٥. تحديد التكيك الأمثل للكتابة .

وستحدث فيما يلي عن كل من هذه الخطوات بإيجاز وتركيز :

أولاً:- تحديد الأهداف :-

الأهداف لفظ يعبر عن الغايات التي توجه إليها جهودنا.. وهذا المبدأ من أهم المبادئ التي وصفها العسكريون للحرب.. ففي الحرب الأخيرة مثلاً ، كان للهدف عند الجندي معنى محددًا جدًا.. فكان يعرف أن قدر كبيراً في التفكير والتخطيط يجب أن يترجم إلى جهود لبلوغ هذا الهدف.. وأن النجاح في بلوغ هدف ما ، له أثره في باقي العمليات، وهذه بدورها لها أثرها على النتيجة النهائية للحرب .

ومن المسلم به أن لكل نشاط من الأنشطة الاتصالية غرضاً محددًا ، يطلق عليه اسم المقصد أو الهدف.. فلا معنى لنشاط لا هدف له ولا مقصد .

والاتصال الكتابي بطبيعة الحال نشاط هادف.. فنحن لا نكتب بمجرد الكتابة أو للعبث. فعندما نعد تقريراً ، أو نبعث برسالة شخصية أو إدارية ، أو نعد حديثاً إذاعياً ، أو نكتب مقالاً.. فنحن نكتب أساساً لتحقيق أهداف محددة .

وهذه الأهداف المباشرة للنص الذى تعده هى فى الأساس جزء من أهدافنا الخاصة..
وجزاء فى الوقت نفسه من الأهداف العامة للمنشأة أو الجهة التى تمثلها ، أو تعمل فى نطاقها .

ويقوم مبدأ الأهداف على حقيقة ثابتة.. وهى أن كل شئ يخلق مرتين.. مرة فى عقولنا ومرة على أرض الواقع.. فالمهندس قبل أن يبنى منزلاً فهو يقيمه أولاً فى عقله بجميع تفاصيله ، بتخيل شكله الخارجى ، ونظامه الداخلى ، وعدد غرفه وأدواره قبل أن يبدأ البناء.. وكذلك الفنان يتخيل الرسم أولاً ، ثم ينفذه.. وعملية التخيل هذه سمة أساسية للإنسان ، إذ بالخيال يستطيع أن يخلق بعيداً ، ويتصور أشياء وعوامل لم تتحقق بعد ، ثم يسعى إلى تحقيقها .

وهذا التخيل يساعدنا على تحديد الأهداف التى نسعى إلى تحقيقها.. وعلى تحديد مدى إمكانية تحديد هذه الأهداف . وما إذا كانت إيجابية أم سلبية ، ومدى موافقتها لاحتياجات الناس ، وتلبيةها لاهتماماتهم.. وأيضاً مدى موافقتها للعادات والآراء السائدة وميول الجماهير المختلفة التى يراد التأثير فيها، وأساليب التفكير الاجتماعى والاقتصادى السائدة .
فنقطة البداية لممارسة النشاط الكتابى أو أى نشاط اتصالى آخر ، هى أن نبدأ بالإجابة عن سؤال هو :- ماذا نريد ؟.. والإجابة عن هذا السؤال هى التى ستوجه مختلف أوجه نشاطنا التالى ، وستحدد لنا قدر النتائج التى نحصل عليها .

ثانياً :- تحديد الجمهور :-

عندما تفكر فى وضع خطة لموضوعك ، فأنت تفكر فى العلاقة بينك وبين قرائك أساساً.. فى مدى إحساسك بهم ، وإحساسك بنفسك ، وبأفضل كيفية لإعداد الرسالة . أو بمعنى آخر ، تحدد كيف تكتب إليهم ؟ .. وكيف تضع نفسك فى رؤوسهم ؟ . وتعرف ما يحتاجون لمعرفته ؟ . وسواء أكان قارئك شخصاً واحداً ، كما يحدث عندما تكتب تقريراً أو خطاباً أو مذكرة ويقرأها المستول.. أو كان قارئك عشرات أو مئات الأشخاص ، أو كانوا آلاف أو عشرات الألوف.. فأنت فى الواقع لا تخاطب كل هؤلاء ، وإنما تخاطب كل

شخص على حدة . على الرغم من أن كثيراً من الكتاب حينما يكتبون ، يكتبون بصيغة الجمع . وكما لو كانوا يخاطبون الكثير من الناس.. وهذا من شأنه التأثير على طبيعة علاقتك بقارئك.. فالقارئ عموماً يهتم بما يؤثر فيه.. والذي يؤثر فيه هو الذى يبدو قريباً منه.. وهذا ينبغي أن نشعره بخصوصيته من خلال لغة التخاطب التى تقربنا منه ، وتبعدنا عن التعامل الرسمى معه .

ومعرفة الجمهور لا تؤثر فقط فى تحديد لغة التخاطب.. ولا فى اختيار اللغة التى تجعله قريباً منا ، وإنما تؤثر أيضاً فى تحديد المضمون الذى سنقدمه ، والكيفية التى تجعل هذا المضمون يؤثر فى حياتهم . ويلبى احتياجاتهم الحقيقية .

فالجمهور أهم متغير فى عملية الاتصال عامة ، والاتصال الكتابى خاصة.. وإذا لم يكن لدينا فكرة جيدة عن طبيعته العقلية والعاطفية وخصائصه الأولية ، فسوف يجد ذلك من مقدرتنا على التأثير والإقناع ، مهما كانت قدراتنا الاتصالية ، ومهما أحسننا اختيار الوسيلة.

فنحن نرسل فقط.. أما فاعلية الاتصال فتوقف على كيفية استقبال الجمهور لرسالتنا وكيفية إدراكه وتفسيره لها.. وكيف سيتصرف بإزائنا ؟. وهل سيتفاعل معنا ويقبل علينا ؟ أم سيقطع الاتصال وينصرف عنا ؟ .

والإجابة عن هذه الأسئلة تحتاج إلى مزيد من المعلومات عن الجمهور ، وإلى تحليله تحليلاً موضوعياً ، والتعرف عليه ، من حيث أهدافه واتجاهاته ونوعيته ولغته وعاداته ودوافعه وخصائصه الشخصية والنفسية والإقناعية .

ومعرفة الإجابة على هذه الأسئلة ، يعنى أن هناك محاولة جيدة منا لفهم الجمهور والتعاون المستمر والخلاق فى علاقتنا به.. فليس من المعقول أن نطلب من الناس أن يفهمونا ، قبل أن نبذل قصارنا جهدنا لمحاولة فهمهم أولاً.. إن هذا التفاهم المشترك يعد الخطوة الأولى للتواصل وللتأثير فى الآخرين .

ثالثاً: - اختيار فكرة الموضوع :-

اختيار الفكرة فى مجالات الاتصال الإدارى أو الروتينى ليس مشكلة.. فمتطلبات العمل ومستلزماته ومشكلاته ووقائعه هى التى ستمدنا بأفكار لأغماط الاتصال الكتابى سواء كنا سنكتب مذكرة أم شكوى أم تقريراً . أم تعليمات... الخ .

أما فى مجالات الكتابة الإبداعية والإعلامية ، فإن الحصول على الفكرة يعد مشكلة أساسية تقتضى من الكاتب والصحفى أن يقدح ذهنه للحصول على الفكرة التى تصلح لكى تتحول إلى مادة للكتابة.. وتتطلب هذه العملية من كل منهما أن يكون فى أشد حالات يقظته وإعماله لفكرة ولجوارحه ولكل إدراكه الواعى والكامل بكل ما يدور حوله . وحالة الحضور الذهنى هذه تمكنه من رصد المناخ العام الذى يحيط به والتعرف عليه .

لا يلزم بالضرورة أن تكون مفكراً عميقاً أو عبقرياً لكى تتكرر أفكاراً جديدة.. يلزم فقط أن تكون مفتوح العينين والأذنين لكل ما يدور حولك.. إن الناس الذين تلتقى بهم هم مصدر الكثير من الأفكار . ومن الضرورى جداً لكل إنسان يسعى لابتكار أفكار جديدة وجيده أن يعمق علاقاته بمختلف أنواع البشر.. وأن يحسن الاستماع للمناقشات والأحاديث والندوات ، وأيضاً لخطبات الإذاعة ، وأن يحسن مشاهدة برامج التلفزيون والكمبيوتر وقراءة الصحف والمجلات والنشرات والكتب والمصادر المطبوعة المختلفة .

لا شك أنك لو أمسكت بورقة وقلم وكتبت الآن أفكاراً تصلح للكتابة لدونت عشرات الأفكار.. ولكن هل كل هذه الأفكار تصلح للكتابة؟.. إن هذا يعنى أنك محتاج لتقويم هذه الأفكار بنفسك لاختيار الأكثر صلاحية منها.. ونحن نقوم الأفكار عادة وفقاً لمعايير عديدة . فهناك المعايير الخاصة بالفكرة ذاتها :- مثل الفورية.. والمحلية والضخامة والشهرة.... الخ وقد تناولتها بالتفصيل " كتب التحرير الصحفى " .

ومعايير خاصة بالعوامل البيئية المحيطة بالفكرة الإعلامية ، كالنظام السياسى والاقتصادى والاجتماعى والثقافى والحضارى ، والظروف الخاصة بمؤسسة النشر نفسها . وعوامل خاصة أخرى ، مثل كثرة تناول الفكرة وقدمها من الناحية الزمنية ، وعدم كفاية

مصادرها ، وعدم تميزها ، وعدم اتفاقها مع خبرة الكاتب أو اتجاهاته ، أو لنقص المعلومات المتوافرة عنها .

وعلى الرغم من أهمية المعايير السابقة ، إلا أنه معيار الأهمية بالنسبة للقراء يعد أهمها جميعاً.. فلكي تكون الكتابة مؤثرة يجب أن ترضى احتياجات القراء . وفى إطار ذلك يحدد الكاتب نوعية المعلومات التى سيضمونها رسالته وتلك التى سيهملها.. وعلى هذا فإن مجال المضمون فى الوثيقة أو النص سيتحدد وفقاً لهدف الكاتب ، ولأهداف الجمهور ، ولأهداف المؤسسة أو المنشأة . وأيضاً وفقاً للوقت المحدد للكتابة ، وللمعلومات المتوافرة .

وعلى أية حال ، فإنه كلما توافر للفكرة أكبر قدر من هذه المعايير كانت أقرب للاكتمال وقابلة للتنفيذ .

ومن الضروري هنا أن نشير إلى أهمية تفاعل الكاتب مع الأفكار التى اختارها ، وذلك من خلال التفكير فيها وتأملها ومزجها بخبراته وتجاربه وثقافته ، كمدخل لاقتناعه هو شخصياً بها . وحتى تخرج من ذهنه متوتبة مليئة بالحياة والحيوية.. وتحمل الفكرة فى ذاتها تعبيرها المثالى ، مثلما تتضمن البذور مكوناتها وخصائصها ، وكما تختلف النباتات التى تنتجها هذه البذور من حيث أوراقها وثمارها وزهورها وطعومها ، وفقاً لأنواع هذه البذور، فكذلك الأفكار ، تحمل فى ذاتها تعبيرها المثالى .

ومن هنا تتضح طبيعة العلاقة بين الفكرة والأسلوب ، وبين نوع الفكرة أيضاً والأسلوب الذى تقضيه . فالفكرة بطبيعتها تحدد لنا نوع الأسلوب الذى ترضيه وذلك كما سيتضح لنا مما يأتى .

الفكرة والأسلوب :-

إن جهد الكاتب ليس موجهاً ليخلق لنفسه أسلوباً ، ولكن ليحقق المطالب التى تقضيتها طبيعة فكرته حتى تخرج كياناً مكتملاً .

ولذلك فنحن عندما ننظر إلى الأسلوب نجد أنه لا يمكن اعتباره شيئاً منفصلاً عن الفكرة ، وليس شيئاً يضاف من الخارج . وما قد تتطلبه الفكرة لتخرج إلى عالم الألفاظ فهو شئ كامن ينبي عن نفسه حال ظهوره .

إن الأسلوب هو الفكرة مجرداً من الزيادة أو النقصان ، ومعروضاً فى قوته الأصلية وجهاله . فالصدق فى التعبير هو أساس كل جمال تعبيرى . بمعنى أن تتوائم الفكرة مع التعبير ويتفقان ويكونان كلا متكاملأ .

فالفكرة هى جوهر الاتصال الكتابى ومادته . واللغة ليست فقط الوعاء الذى ينقل الفكر أو الوسيلة التى نستخدمها لنقل الأفكار ، ولكنها الوعاء والفكرة معاً ، أى أن اللغة والتفكير شيان مرتبطان إلى أبعد الحدود ويتعذر فصلهما . وهذه النقطة أصبحت حقيقة عملية اتفق عليها خبراء علم اللغويات منذ أكثر من عقد من الزمان بعد أن سادت نظريات سابقة تفيد بأن الفكر أو التفكير شئ ، واللغة شئ آخر .

وواقع ممارساتنا الإعلامية يعكس هذا الارتباط ، فأخبر الذى نقرأه أو المقال ، أو التحقيق ليس نصاً نهائياً ولكنه نتيجة مستويات متالية من التنقيح والتكرير والنمو ، وإذا تذكرنا عدد المسودات التى مزقناها لكتابة هذا المقال أو الخبر ، ومرات الحذف والتنقيح وإعادة الترتيب حتى تبلورت أفكار المقال أو التحقيق ولغته وفى المساحة والوقت المحددين ، لاتضح لنا أننا نكتب لنفكر بطريقة خاصة ، ثم نفكر لنكتب وهكذا.. إلى أن تتم بلورة النصوص فى أفضل صورة ممكنة .

فهناك مستويات للكتابة ترتبط بدرجة وضوح الفكرة وتبلورها ، وإننا نتدرج من مستوى إلى مستوى من خلال التنقيح والتصحيح حتى تبلور الفكرة واللغة معاً ، فنتقدم بالخبر أو التحقيق أو المادة الإعلامية إلى سكرتير التحرير ، أو الرئيس المسؤول عن التحرير النهائى أو الصياغة النهائية ، فيعيد الصياغة مرة أخرى لإزالة أى جملة غامضة تحتل الإلتباس ، ويختصر إن لزم الأمر ، ويراجع صحة الحقائق والوقائع ، أى يقوم بمراجعة الصياغة ، لجعل الموضوع منسجماً ومتوافقاً مع أسلوب الجريدة ، وللمحافظة على المستوى الرفيع للتعبير الذى تلتزم به الجريدة . ويقوم المصحح بذلك بعمليات أخرى من التنقيح

والتصحيح لبلورة الفكرة واللغة ، حتى تصبح المادة الإعلامية واضحة ومؤثرة ، وفي متناول فهم أغلب القراء. ولذلك فإن المحرر الناجح هو المحرر الذى ينجح فى الكتابة بلغة صحيحة لا تحتاج إلى عملية تحرير ، أى ينجح فى التفكير والتعبير عن الفكرة بلغة مفهومة للقارئ ، وفى الشكل الصحفى المناسب لتحقيق أهداف الجريدة من الصدور وأهداف سياستها التحريرية .

وهذا المستوى للتعبير يسمى بالأسلوب الصحفى ، أو لغة الصحافة ، أو الكتابة الصحفية. وتختلف هذه الكتابة عن الكتابة العلمية التى تعتمد على المصطلحات العلمية أو الفنية التى قد لا يفهمها إلا أصحاب التخصص الدقيق . كما تختلف عن مستويات الكتابة الأدبية التى تعتمد على الخيال والبلاغة والاستطراد ، وتتوجه إلى قارئ يبحث عن المتعة الجمالية والفكرية .

فالحقائق واحدة داخل كل من العالم والأديب والصحفى . وكل منهم يعبر عنها بطريقة مختلفة . فالأول يعبر بطريقة نظرية ، والثانى يعبر بطريقة جمالية ، أما الثالث وهو الصحفى فيعبر عنها بالأسلوب العلمى المتأدب ، أو ما يسميه البعض باللغة الوسطى ، أو لغة الصحافة ، أو الأسلوب الصحفى الذى يفهمه قارئ الصحيفة العادية .

وفى هذه المستويات الثلاثة للتعبير فنحن نعبر عن الفكر عن طريق الأصوات اللغوية ، ونستخدم اللغة كما يقول العالم الأمريكى "سابير" كوسيلة لتوصيل الأفكار والانفعالات والرغبات عن طريق نظام من الرموز التى يستخدمها الفرد باختياره .

ولهذا فإن العلاقة بين الفكرة وأسلوب التعبير تجدها واضحة فى أحدث تعريف للغة . ذلك التعريف الذى وضعه العلامة "جيسرسن" فى كتابه "فلسفة النحو" يقول : تكمن روح اللغة فى نوع النشاط الإنسانى . نشاط من جانب فرد يجد فى إفهام نفسه لشخص آخر . ونشاط من جانب هذا الشخص ، بغرض فهم ما يجرى فى ذهن هذا الشخص الأول.

أنواع الأفكار :-

والأفكار أنواع عديدة ، ولكل نوع منها طريقته المميزة فى العرض والأسلوب المميز..
والتعرف على هذه الأنواع ، يساعدنا ونحن نختار الأفكار التى سنقيم عليها بناءنا الكتابى .
وقد أشار الدكتور محمد ادهم فى كتابه "الفكرة الإعلامية" إلى أنواع عديدة منها
أهمها:-

١-الفكرة العرضية :-

وهى من أشهر الأفكار المستخدمة فى مجالات الإعلام المختلفة . وتوجه إلى زوايا
وجوانب العرض المباشر . أى أن المخر عندما يضع يده عليها فإنما يهدف عن طريقها
إلى عرض الشئ أو المكان أو الحادث أو الوقائع أو التفضيلات أو القضايا... الخ .
ومن ثم فهى نوع تقريرى وتسجيلى . وتنتج إعلامياً فى قوالب التقارير المصورة .

٢-الفكرة الوصفية :-

وهى شبيهة بالفكرة السابقة وتوجه إلى نفس مجالاتها ، وتدور فى نفس دوائرها
الصحفية ، مع تدخل أكثر درجة وأشد إيجابية من جانب العنصر البشرى الذى لا
يكفى هنا بعمليات الرصد والتسجيل والنقل التقريرى والوثائقى فى بعض الأحيان ،
وإنما يدخل ليقدم الوصف المشرب بفكره الإعلامى وبنظرة الخاصة . مع قدر أكبر من
الإيجابية للكاميرا للمساعدة على نقل التعبير ، وخاصة عندما يخرج إلى الشواطئ
والصحارى والأحياء الشعبية والأماكن التاريخية والمناسبات الدينية ليصف ما يجرى من
أحداث ووقائع ، فتكمل الكاميرا وصف ما تضمنه التقرير.

٣-الفكرة النقدية :-

والفكرة هنا تتجه بالمخر أو كاتب المقال إلى تخطيط وتنفيذ الموضوعات والمقالات
والتحقيقات والأحداث الصحفية التى تميز بين الخطأ والصواب ، وتقول للمحسن
أحسن وللمسئ أمات . مستخدمة فى ذلك روح النقد الصحيح .

٤-الفكرة المقارنة :-

وهى فكرة عالية الكفاءة ، شديدة الحساسية ، تحتاج إلى عقلية إعلامية متمرسة وخبرة ومثقفة أيضاً . فليس كل من يفكر إعلامياً يستطيع أن يدعم حاسة المقارنة عنده والتي تتصل اتصالاً وثيقاً بملكة النقد كما تؤكدها الخلفيات الثقافية والاتصالية فى ذهنه فليس باستطاعة الإعلاميين كما يقول الدكتور محمود أدهم الوصول فى جميع الأوقات إلى أعمال إعلامية كاملة قائمة على فكرة المقارنة . وإنما تتدخل بشكل أو بآخر . ويجرى تطعيم التحقيقات والأحاديث والمقالات بها عندما تسمح الظروف والمادة نفسها بذلك . وتمثل هذه الموضوعات فى تلك التى تقارن بين عهدين ، أو زمانين ، أو حادثتين .

٥-الفكرة التاريخية :-

وهى الفكرة التى تتخذ من التاريخ وأحداثه وأشخاصه وقضاياها ووثائقه وكتبه وأماكنه موضوعاً لها يجذب العقول ويشد انتباه القراء . ويقدمها من خلال نظرة تبين معنى التاريخ وفلسفته . وتساعد فى الكشف عن وقائع وأحداث جديدة . وهذه الأفكار تحتاج من المحرر استعداداً خاصاً وثقافة تاريخية . ومن أفضل القوالب لعرضها قالب التقرير والتحقيق الصحفى . ومن أمثلة هذه الأفكار ، الأفكار الخاصة بالاحتفال بالمناسبات والذكريات التاريخية ، والعرض التاريخى لكيفية حدوث أحدث معينة .

٦-الفكرة التوجيهية :-

وهذه الأفكار تتناول التوجيه والدعوة لعمل شئ محدد . كالحمد من الإستهلاك أو تنمية الإدخار ، أو للمشاركة فى برامج خدمة المجتمع . وهى تُخدم أهداف العامة ، وتبرز أكثر فى المقالات الافتتاحية والتحقيقات الصحفية وموضوعات الخدمات والتوعية الجماهيرية .

رابعاً :- التخطيط لجمع المادة اللازمة :-

نحن لا نكتب من فراغ ، وإنما فى إطار ما يتوفر لنا من معلومات . ومن خلال عمليات إعمال الفكر أو التفكير التأملى والاستنباط والاستقراء والقياس نستخلص وجهات النظر.. أو بمعنى آخر نقدم الرأى أو الإضافة الجديدة.. وقد نمزج الرأى بالخبرة.. سواء خبراتنا نحن أو الخبرات المستقاة عن الآخرين.. وفى كل الأحوال ، نحكمنا طبيعة مادتنا.. من حيث الوفرة والتنوع والاكتمال والنضوج.. ومن حيث قدر الاهتمام الذى نوليه لأفكارنا ، والوقت الذى تخصصه لانضاج هذه الأفكار . ولهذا فنحن ككتاب نختلف وفقاً لهذه الاعتبارات فى قدر كتاباتنا ، وقدر الاهتمام الذى يوليه قراؤنا لنا.. فالقارئ المراهف يشعر بالكاتب المجيد ويتجاوب معه ، أما الكاتب المتسرع فلا يكاد يوليه اهتماماً ويمر على كتاباته مرور الريح دون أن يسمح لها بأن تترك أثراً يذكر .

وهذا يدعوننا للتأكيد على أهمية الإجابة.. فبعد الإجهاد فى اختيار الفكرة وتعميقها.. يجب أن نتوقف برهة ونتساءل عن مصادر جمع المادة اللازمة.. ما هى ؟ .. وأيهما أكثر أهمية وأكثر مصداقية وقيمة ؟ .. وليست هناك حدوداً نتوقف عندها إلا حد الامتلاء والرضى.. والمصادر التى تتوافر لنا حالياً على قدر كبيرة من الشراء والتنوع . فهناك المصادر التقليدية : كالخبراء والمسؤولين والأفراد العاديين.. والدوريات والكتب ووسائل الإعلام والنشرات والإحصائيات والدراسات والبحوث.. وهناك المصادر الحديثة كمراكز المعلومات وشبكات المعلومات كالإنترنت والمعلومات المسجلة على ديسكات الكمبيوتر وأسطوانات الليزر .

ومشكلتنا الأساسية ليست فى مجرد الحصول على المعلومات اللازمة للكتابة المؤثرة.. وإنما فى وزن وتقييم وتقدير هذه المعلومات.. حتى لا نخرج منها بشئ متناقض أو مشوش أو غامض فتفقد كتاباتنا ما نريده لها من دقة ووضوح وموضوعية.. ووزن المعلومات وتقديرها يقتضى منا فى هذه المرحلة التعرف على نوعيتها.. فما نحصل عليه من معلومات من المصادر المختلفة لا يخرج الأشكال الأربع الآتية :-

١. حقائق .

٢. بيانات " شواهد وأمثلة " .

٣. أرقام وإحصائيات .

٤. موضحات : كالصور والجداول والرسوم البيانية والهندسية .

• الحقائق :-

وهي الأفكار والآراء والنتائج والتطورات المتحصلة نتيجة جهود الآخرين.. والبحث عنها يحتاج إلى جهد كبير.. لكنه ضروري للكتابة فلا يمكن أن يتحقق الإقناع للكاتب ما لم يلم بجميع الحقائق المتعلقة بالموضوع الذي يتناوله.. وأن تكون هذه الحقائق مفررة ومعتمدة وأمينة ومتكاملة .

وقد تختلف هذه الحقائق باختلاف وجهات النظر المؤيدة والمعارضة فكل يؤيد فكرته بحقائق يدافع عنها.. ولذلك فإننا نقف في كثير من الأحيان في حيرة من الأمر ولا نعرف ما الحقيقة.. بل إن الإنسان مازال يكافح منذ ظهر إلى الوجود للوصول إلى الحقيقة.. ولا يمكن القول بأنها مطلقة.. وإنما هي نسبية بالقياس إلى الزمان والمكان والظرف والحال.. وهذا يعني أن ما نعتبره حقيقة ليس إلا مجرد تقديرات لاحتمالاتنا على أساس البيئة المتوافرة لدينا في تلك اللحظة .

وهذا يدعونا للتأكيد على ضرورة الإلتزام بالدقة والتجرد والتحوط قبل أن ندعى أننا نعرف شيئاً على سبيل الجزم والتأكد .

على أننا ينبغي أن نكون متأكدين عندما يكون لنا الحق في أن نكون متأكدين.. وحينما توجد مسائل خلافية فلنلتزم جانب التواضع ونستعمل عبارات أكثر حياءاً على غرار أن البيئة تدل على أن هذا أو ذاك ربما يكون هو واقع الأمر.

وعلى أية حال . فليس بين يدينا ميزان الذهب ليرشدنا في كل حالة ، ويميز لنا هذه من تلك.. وإنما في وسعنا وبكل بساطة أن نحاول أن نتلافى أمرين متطرفين :-

• أولهما : التقبل الجزافي بلا فحص ولا نقد ولا تحميص ومن ثم القفز إلى نتائج أو أحكام نهائية مما توافر لنا من معلومات دون أى تحميص .

• وثانيهما : الغلو فى الارتباب والتشكك ومن ثم رفض أى معلومات تتاح لنا رغم ما قد يبدو من صحتها .

وأخيراً فإن ما يجب علينا أن نتمسك به هو ألا نلقى الكلام على عواهنه دون إحساس بمسئولته الفعلية ، وإنما علينا أن نتقصى ونبحث فى حقيقة أو احتمال صحة هذه الآراء وحقيقة البيانات أو الأدلة والشواهد التى نعتمد عليها فى إثبات صحة ما تقدمه من آراء .

• البيانات " الشواهد والأدلة " :-

الشواهد والأدلة التى نتحصل عليها من الوثائق والمصادر المختلفة تحتاج إلى قدر كبير من التيقن والتثبت.. وهذا يعنى أنها جميعاً ليست بالضرورى صحيحة . ولهذا فنحن فى حاجة إلى قدر من الحذر والحيطه فى تصديق ما نحصل عليه من معلومات.. حتى تتوافر لنا البيئة التى تدعم هذه المعلومات.. وذلك حتى لا نقدم للقارئ أحكاماً نهائية فى قضايا أو مشكلات تفتقر إلى الدليل .

• الأرقام والإحصائيات :-

يعتمد الصحفيون والكتاب بصفة عامة على المقولة التى تقول "إن فى وسعك أن تبرهن على شئ بالأرقام " وذلك بناء على افتراض مسبق ، وهو أن الأرقام لا تكذب.. وهذا غير حقيقى.. فالأرقام أو الإحصاءات قد تكون كاذبة.. وذلك إذا استعملناها استعمالاً خاطئاً أو غافلاً.. وأيضاً عندما نستخدمها لاستخراج دلالات أكثر مما تتضمنه هذه الأرقام ، أو عندما نخرج منها بتعميمات نهائية وقاطعة .

ومسئولية الكاتب هنا هى الدقة.. فقبل أن يعتمد على الإحصاءات المتوافرة له يجب أن يضع فى اعتباره ، حجم العينة ومجتمع البحث ومفردات البحث وأدواته.. ومدى

دقة الكلمات المستخدمة فى استمارة البحث وحجم الخطأ المسموح به فى العينة وطريقة البحث ودقته وحدود التعميم من النتائج المستخدمة .

إن أخطاء الاستنتاج فى الإحصاءات كثيراً ما يغفل أمرها بسبب اللغة الحساسة التى تعرض بها الإحصاءات.. فالسحر الذى تسجحه الأرقام وتضفيه على البيانات غالباً ما يحول بيننا وبين رؤية الأخطاء التى تنطوى عليها المحاولات.. وما أكثر من يستغلون هذه الحقيقة ، ويعرضون بيانات مدعمة بالإحصاء لكى يروجوا دعايات مغرضة.. بدلاً من تقديم معلومات واضحة .

ومن هنا تأتى مسئولية الكاتب فى التزامه الدقة والحذر ، وعدم الانسياق أمام الأرقام والإحصاءات ، وذلك حتى يستوثق بنفسه ويضمن إلى صحة هذه البيانات وإمكانية الاعتماد عليها لتأكيد فكرته .

وعلى أية حال فإن الكاتب فى بحثه عن الحقيقة يحتاج إلى أن يفكر كعالم.. فهو يبحث عن الحقائق من المصادر التى يعتمد عليها ، ويحسم تحيزه ويزن كل من الآراء المؤيدة والمعارضة للوصول إلى نتائجه . كما أنه يتسم بالحذر حينما يتعامل مع البيانات الشفوية ومع البيانات الإحصائية وهو فى كل هذا يبحث ويفكر وينقب ويزن.. ويتأكد. وحينما يصل إلى رأى يدعمه بالأدلة والأسانيد والبيانات الدالة على صحته.. كما أنه لا يركن إلى نتيجة وصل إليها ، وإنما يواصل فحصها واختبارها باستمرار ليتأكد من أنه لم يرتكب أخطاءً .

وبهذه الطريقة النهجية فى التفكير وفى اختبار المعلومات يرقى الكاتب إلى مرتبة القيادة والتوجيه لمجتمعه ، ويصبح مؤهلاً للمكانة التى سوف يرفعه إليها مواطنوه لصدقه وثقته وأمانته .

• الموضوعات :-

وهى عبارة عن الصور والرسوم ورسوم الكاريكاتير والجداول والخرائط والرسوم البيانية والهندسية والأشكال المختلفة . والتخطيط لاختيار هذه الموضوعات يبدأ من لحظة

الاستقرار على الفكرة.. ويستحضره الكاتب معه أثناء عملية جمع البيانات باعتبارها عملية أساسية مكتملة للتعبير اللغوى ، وبدونها تفقد الكتابة المؤثرة أهم مقوماتها . ولا يتسع المقام هنا للحديث عن شروطها ووظائفها ، ولا عن شروط كتابة التعليقات عليها.. ويمكن الرجوع لاستكمال هذه المعلومات فى المؤلفات الخاصة بذلك (أنظر الأسس العلمية لكتاب الرسائل الجامعية للمؤلف) .

إن ما يعنينا هنا هو إدراك أهمية الصور والرسوم والأشكال التوضيحية وذلك منذ بداية التفكير فى الفكرة ، وعند جمع المادة ، وأثناء الاستعداد لكتابتها ، حتى نوازن فى التعبير عن الفكرة بالأسلوب الأمثل . فاللغة التصويرية هنا خطوة أساسية لضمان التأثير لكتاباتها ، خاصة وأن الصورة كأحد أشكال اللغة التصويرية قد تعدل ألف كلمة كلمة أو أكثر .

خامساً :- تحديد التكنيك الأمثل للكتابة :-

التكنيك أو الطريقة التى تستخدم بها الرموز اللغوية فى التعبير وطريقة ترتيب الأفكار ينتج عنها ما اصطلح على تسميته بالأسلوب.. فالأسلوب هو طريقة اختيار الألفاظ وترتيبها فى شكل له أثره وطابعه .

وبالنسبة للكتابة المؤثرة ، هو فن تحويل الأفكار والأدلة والمشاعر والاتجاهات إلى مادة واضحة ودقيقة ومفهومة .

وشخصية الكاتب لا تكامل إلا بتوافر عنصرى الفكر العميق والأسلوب السلس. والمشكلة التى تواجه كثير من المفكرين هى افتقاد الأسلوب الانسيابى المناسب.. وتعنى الانسيابيه هنا حركة الجمل والكلمات والأفكار على نحو متابع دون تحذلق أو تباطؤ .

والكاتب حينما يكتب ، حتى وهو يسلى القارئ ، فهو مسئول عن الارتفاع بمستوى وعى القارئ وإدراكه وإثراء وجدانه وتنمية ثقافته.. وكما هو مطالب بوضوح الفكر وتسلسه مطالب أيضاً بوضوح الأسلوب وجماله بالقدر الذى يساعد على الوضوح ويسر عملية الفهم .

وتخضع الكتابة المؤثرة لأسس ومبادئ تتبع من خصائص نمط الكتابة المستخدم وحقيقة الأهداف التي يسعى لتحقيقها وطبيعة الجمهور الذي تتوجه إليه بمادة محددة لتحقيق أهداف محددة في وقت محدد . ووفقاً لقدرات الكاتب وخبراته وتجاربه واستعداداته الشخصية .

وهذه العملية الاتصالية المتكاملة تهدف في جوهرها إقناع القارئ وتحقيق رضائه عن المادة الواردة بالنص الكتابي.. وهذا لا يتأتى دون الإلتزام بأسس ومبادئ تقدمها للكاتب المبتدئ حتى يصبح له تكتيكة الخاص.. فالكتابة في ظننا عادة يكتسبها الكاتب وينميها بالمران في إطار ما لديه من استعداد ويستخلص بعد ذلك لنفسه طرق ممارستها .

ويتضمن تحديد التكتيك الأمثل للكتابة مجموعة من الخطوات هي :-

١- تحديد بؤرة الارتكاز للموضوع .

٢- تحديد أساليبه الخاصة لضمان الوحدة للموضوع .

٣- تحديد قوالب البناء الفني للموضوع .

٤- تحديد الأسس العلمية للتحليل والصياغة الأسلوبية والعوامل المؤثرة فيها .

٥- المراجعة والتقويم .

وستحدث فيما يلي بإيجاز عن كل من هذه الخطوات .

١-تحديد بؤرة الارتكاز للموضوع :-

قبل أن نشر إلى بؤرة الارتكاز يستحسن أن نتحدث أولاً عن زاوية الموضوع.. فلو افترضنا أنك ستكتب مقالاً عن قضية الإسكان.. عليك أن تحدد أولاً الزاوية التي ستناولها في مقالك ، فأمامك عشرات الزوايا للكتابة في هذا الموضوع.. مثلاً قد تتكلم عن مشكلة ضيق الأرض الزراعية.. أو عن المدن الجديدة في الصحراء ، أو عن إسكان الشباب ، أو عن ارتفاع أسعار الإيجارات وشقق التملك.. أو عن مشكلات الحديد أو الأسمنت ، أو مشكلة إنهار المباني . وقد تناقش المشكلة من زاوية الأبعاد الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية.. المهم أنك تختار الزاوية الجديد كفكرة أساسية وتقيمها وفقاً

لمعايير التقويم السابق الإشارة إليها ، ثم تبدأ فى عملية جمع المادة المتعلقة بها من المصادر المختلفة . وفى ضوء هذه المادة تتحدد لك الأفكار الفرعية المتصلة بموضوعك .. وتوافر لك المعلومات والأمثلة والأدلة والشواهد والموضحات المختلفة التى انتهت إليها من عملية التنقيب .. وفى ثانياً ذلك سيتضح لك الأسلوب الأمثل للعرض : هل تستخدم أسلوب الوصف أم أسلوب القصة أم أسلوب الحوار أم أسلوب التقرير لتقديم مادتك .. وتحديد الأسلوب الأمثل سيتوقف على طبيعة موضوعك وجمهورك وأهدافك من الاتصال .

وحى هذه اللحظة مازالت الأفكار التى لديك عن مقالك مجموعة أفكار متناثرة غير مرتبة مختلفة فى الأهمية .. وتظهر من ثم لنا مشكلة إيجاد محور إرتكاز أو بؤرة أو فكرة رئيسية .. تعتبر الوجه والهادى لنا فى ترتيب باقى الأفكار وتقديمها بالصورة التى تدعم بها هذه الفكرة الرئيسية أو البؤرة الأساسية للموضوع .

وتختلف أساليب الكتاب فى تحديد هذه البؤرة .. فمنهم من يجعلها فى مقدمة مقاله ويمجدها قبل أن يبدأ الكتابة ، ويظل وهو يطور مقاله متحركاً على هديها حتى الخاتمة . ومنهم من يجعلها فى الخاتمة بحيث يتدرج بالقارئ عبر الفقرات وصولاً إلى الفكرة الرئيسية أو لبؤرة الإرتكاز فى الخاتمة .. وهناك من يركزها فى جملة واحدة ويوردها فى نهاية كل فقرة كنوع من التأكيد .

ويدون هذه البؤرة سببوا كتاباتنا كما لو كانت ألقاها ، أو تأخذ شكل أفكار مشوشة ، يبذل القارئ جهداً كبيراً لفهمها واستخلاص الفكرة الرئيسية بنفسه .

ومن الضرورى ونحن نختار بؤرة الأفكار لموضوعنا أن نختارها من زاوية اهتمام القراء .. اعتماداً على تقديرنا الذاتى لذلك ، واعتمادنا على قدر معرفتنا بقرائنا وبالأساليب المختلفة لجذب انتباههم .

٢-تحديد الأساليب الخاصة لضمان وحدة الموضوع :-

وهذه الأساليب ترتبط ببؤرة التركيز.. لأن الإنطلاق من فكرة رئيسية أو بؤرة محددة سيوفر لمقالنا التدفق والإنسيابية.. وسنحتاج هنا إلى أدوات ربط.. تأخذ أشكالاً متعددة :

- شكل التكرار للكلمات المهمة أو العبارات أو الأفكار التي نكررها في فقرات المقال لربط الأفكار ببعضها البعض .
- شكل الكلمات الانتقالية التي تساعد على تدفق الأفكار وضمان عملية التعاقب المنطقي وبيان العلاقات بين الأفكار.. فإذا كانت علاقات سببية تستخدم كلمات مثل: لأن أو مع ذلك . وإذا كانت علاقات زمنية تستخدم : أولاً.. والتالى.. وأخيراً.. أما إذا كانت علاقة إضافة فستخدم كلمات مثل أيضاً.. وبالإضافة إلى.. علاوة على ذلك .
- والكاتب الجيد هو الذى يحسن استخدام هذه الكلمات فى مواقعها بالتحديد وبدون تفریط.. ولتحقيق الهدف المحدد وهو التدفق بأفكاره سعياً نحو الخاتمة المقصودة . فى إيقاع سريع أم بطى حسب موضوع المقال وأهدافه من الكتابة .

٣-تحديد قوالب البناء الفنى للموضوع :-

يقصد بقوالب البناء مكونات أو عناصر الموضوع.. وهى بصفة عامة تتكون من العنوان.. المقدمة.. الجسم.. الخاتمة.. وطريقة عرض المعلومات داخل هذا البناء . ويختار الكاتب القالب المناسب وفقاً لنمط التحرير ، وطبيعة المادة التحريرية ، وللوظائف المحددة التى يهدف إلى تحقيقها.. فقالب البناء الإخبارى غير قلب المقال ، غير قالب التحقيق الصحفى أو الإذاعى.. وقالب المقال قد يكون نفسه قالب التقرير أو المذكرة أو الشكوى أو الخطاب . وقالب المقال بصورة عامة هو قالب الهرم المعتدل ويتكون من :-

- مقدمة : تبرز حدثاً أو قضية أو اقتراحاً جديداً .

• جسم : يقدم المعلومات الخلفية للموضوع متضمنة الأدلة والبراهين والشواهد.. بما يكشف أبعاد الموضوع ودلالاته ، أو يعرض للآراء المؤيدة والمعارضة ويناقشها .

خاتمة : تقدم خلاصة رأى الكاتب ، أو تشير القارئ وتدفعه للاهتمام بالموضوع ، أو تفتح حواراً بين الكاتب وبين القراء ، وبينه وبين غيره من الكتاب .

ولكل عنصر من عناصر البناء الفنى وظائفه وأهدافه وأنواعه المختلفة لتلبية كافة أنواع المضامين ولتحقيق الأهداف المختلفة للكتاب.. وقد أفردت مؤلفات التحرير الصحفى أبواباً عديدة لهذه العناصر المختلفة - ولذلك فسوف لا نتعرض لمناقشتها هنا .
المهم أن الكاتب وهو يخطط لموضوعه يتصور شكل البناء الأمثل الذى سيورد فى إطاره مادته بالشكل الذى يجذب انتباه القراء ويؤثر فيهم .

٤-تحديد الأسس الخاصة بالصياغة الأسلوبية :-

وقد تعرضنا لمناقشة الأسس الخاصة بالصياغة الأسلوبية فى مبحثين سابقين تضمننا كافة الصوابط الأسلوبية التى ينبغى على الكاتب أن يوفرها لأسلوبه لضمان تحقيق هدفه من الاتصال .

٥-التقويم :-

والتقويم عنصر أساسى ، ويتمثل فى حرص الكاتب على تقويم عمله باستمرار سواء عند التخطيط للموضوع، أو أثناء كتابته ، أو بعد الانتهاء من الكتابة .

ويقوم الكاتب بعملية التقويم وفى ذهنه اعتبارات عديدة :- طبيعة الفكرة - غط الاتصال - أهدافه من الاتصال - طبيعة وسيلة النشر وسياستها - الجمهور المستهدف.. وقد يقوم الكاتب نفسه بالتقويم من خلال النقد الذاتى للتعرف على أوجه القصور . أو من خلال الإستعانة بقارئ يمثل الجمهور الذى يهدف الوصول إليه ، والتعرف على رأيه فى المقال قبل أن ينشره.. فإذا ما ضمن استجابته ، فلاشك أنه سيضمن بذلك تأثير باقى الجمهور.. وقد يستعين بزميل فى المهنة لتقويم مقاله أو كتابه . وفى أحيان كثيرة يقوم

بعملية التقييم المستول عن النشر بالمجلة أو الجريدة الذى يتولى عملية التقييم وإدخال التعديلات اللازمة ، أو يطلب من المؤلف عمل التعديلات بنفسه .

أما بعد النشر فيأتى التقييم عادة عن طريق حصر استجابات القراء وانطباعاتهم سواء بالبريد أو بالتليفون أو لإستقصاءات التى تساعدنا فى التعرف على ردود فعل الجمهور .

والتقييم وإن كان خطوة تالية ، إلا أن الاهتمام به منذ التخطيط للفكرة.. يساعد على تلافى كثير من السليات فى كتاباتنا، وتلافيتها أولاً بأول وبصورة مستمرة ، مما يجعل كتاباتنا مؤثرة ومحقة لأهدافها .

والله ولى التوفيق

مراجع الفصل الخامس

- ١- إبراهيم إمام : دراسات فى الفن الصحفى - الانجلو المصرية - ١٩٧٢ .
- ٢- اجلال خليفه : اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى - مع دراسة عن الاخلاقيات فى المجتمع الإسلامى المعاصر - الانجلو المصرية - القاهرة - ١٩٨١ .
- ٣- أحمد شوقى رضوان ، عثمان بن صالح القريش : التحرير العربى - جامعة الملك سعود ح-٤ - ١٩٩٣ .
- ٤- جلال الدين الحمامسى : الصحيفة المثالية - دار المعارف - القاهرة - ١٩٧٤ .
- ٥- ستيفن كونى : عادات النجاح السبع - ترجمة الدسوقى عمار - دار المعارف - القاهرة - ١٩٩٧ .
- ٦- صلاح قبضايا : تحرير وإخراج الصحف - المكتب المصرى الحديث - القاهرة - ١٩٨٥ .
- ٧- عبد العزيز شرف : فن المقال الصحفى - سلسلة كتابك رقم ١٣٥ - دار المعارف - القاهرة - ١٩٧٧ .
- ٨- عبد القادر حسين : فن البلاغة - عالم الكتب - بيروت ح-٣ - ١٩٨٤ .
- ٩ - عبد اللطيف حمزه : المدخل فى فن التحرير الصحفى - دار الفكر العربى - القاهرة - ط ٤ - ١٩٦٨ .
- ٩- فاروق أبو زيد : فن الكتابة الصحفية - عالم الكتب - القاهرة ط-٣-١٩٨٥ .
- ١٠- ليونارد نيل ، رون تيلور : مدخل إلى الصحافة - جولد فى قاعة التحرير - ترجمة حمدى عباس - الدار الدولية للنشر والتوزيع - القاهرة - ١٩٩٠ .
- ١١- محمد عبد الحميد : دراسة الجمهور فى بحوث الإعلام - المكتبة الفصيلة - مكة المكرمة - ١٩٧٧ .
- ١٢- محمد منير حجاب : أسلوب التحرير الاخبارى - مطبعة محسنة - سوهاج - ١٩٩٥ .
- ١٣- محمد منير حجاب : المقال الافتتاحى - توزيع دار المعارف - القاهرة - ١٩٨٧ .
- ١٤- محمد منير حجاب : نظريات الإعلام الإسلامى - الهيئة المصرية العامة للكتاب - الاسكندرية - ١٩٨٤ .
- ١٥- محمد منير حجاب ، سحر محمد وهبى : المداخل الأساسية للعلاقات العامة - دار الفجر - ١٩٩٢ .
- ١٦- محمد منير حجاب ، سحر محمد وهبى : المدخل الاتصالى للعلاقات العامة - دار الفجر - ١٩٩٥ .
- ١٧- هارى شو : ثلاثون طريقة لتحسين قدراتك - وفيق مازن - دار المعارف - ١٩٩٥ .

18- Floydk. Boskette et al, the Art of Editing. Macmillan PUBLISHING Company. 1986.

- 19- Geoffrey Mills et Al, **Modern Office Management**, Pitman Publishing, Sevethedition, London, 1993.
- 20- Harold Barrelt, et Al, **Practical Uses of Spech Communication**, Holt, Rinehart and Winston, U.S.A, 1977.
- 21-Herta A. Murphy, Charles E. Peck, **Effective Business Communications**, Megraw-Hill Book Company, Third Edition, 1980.
- 22- James G. Goodale ; **The Fene Art of Intewiewing** , Pnentice-Hall, Inc ., Englewood Cliffs , N.J., U.S.A, 1982.
- 23- John Fletcher, David Gowing, **Effective Wniting For Accountants**, The Snstitute of Chartered Accountants, London, 1979.
- 24- J. Moch. Sinclair, D. Brazil, **Teacher Talk**, Oxford University Press, 1982.
- 25- Nicky Stanton, **Mastering Communication**, Macanillan Press LTD, Third Edition, 1996.
- 26- Owen Hargie et Al, **Social Skills in Interpersonal Communication**. Routledge, London and New York, Third Edition, 1994.
- 27- Stuart Harvis, **Human Communication**, NCC Black Well; London , 1993.