

مفهوم الخطاب

- الخطاب لغة:
- هو مصدر للفعل (يخاطب، وخاطب)، وقد جاء من كلمة الخطب أي الأمر، أو الشأن، والخطاب هو سبب الشيء، ويقال للمرء: ما خطبك؟ أي ما شأنك .
- الخطاب اصطلاحاً:

هو مجموعة متناسقة، ومترابطة من الجمل، والأقوال تحمل في سياقها معلومات، ومعاني تهم المتلقي، أو المرسل إليه، كما عُرِفَ: بأنه فعل كلامي يرمي إلى التأثير في المتلقي.

عناصر الخطاب

- الملقى (المرسل): هو الذي يعد صياغة الخطاب بشكل منظم، ومترابط، ولديه القدرة على التكلم، والإبداع.
- المتلقي: هو الشخص أو الفئة التي يوجه إليها الخطاب، ولديها حاسة التوقع والانتظار في أثناء توجيه الخطاب إليه.
- الرسالة: وهي المادة التي تصاغ بصورة أدبية؛ لتقديمها في الخطاب.
- وسيلة الإيصال: وهي وسيلة الوصل بين المرسل والمستقبل، أو بين الملقى والمتلقي، عن طريق عدة وسائل تتمثل بالإعلام المقروء، أو المسموع، أو المكتوب، أو عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، والأجهزة الذكية.

مفهوم الخطاب الإعلامي

هو مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية: التقارير الإخبارية، الافتتاحيات، البرامج الإذاعية، والتلفزيونية، وغيرها من الخطابات النوعية، فالخطاب الإعلامي يضم: النصوص، والأفلام، والصور، والموسيقى، والدعاية، والإشهار، والرسائل، والخطابات الالكترونية، وغيرها.

اشكال الخطاب الإعلامي

1. النص المكتوب:

يتناول المتحدث بالخطاب المكتوب الهدف من هذا الخطاب، ويعالج فيه القضايا والمشكلات بطريقة منطقية، كما يساعد المتحدث على عرض الأفكار الأساسية بشكل مرتب، ومنظم، كما يساعده على اختيار الكلمات الدقيقة، والواضحة، كما يُعَدُّ من أنجح أنواع الخطابات وأفضلها.

2. الارتجال بمفكرة: وهو عدم استخدام نص مكتوب بشكل كامل، ويكتفي بوضع مفكرة أمامه تحتوي على عدة نقاط، أو محاور يريد الحديث عنها.

3. الارتجال: وهو أن يرتجل المتحدث في الخطاب من دون الاستعانة بأي نص مكتوب، أو مفكرة، وينبغي أن يكون المرتجل متحدثاً جيداً، وملماً بكل جوانب الموضوع الذي سيتحدث عنه، ولديه القدرة على ترتيب الأفكار، وتنظيمها

قواعد الخطاب الإعلامي وأسس

1. الوضوح: على الخطاب أن يكون واضحاً لفظاً، ومعنى؛ وذلك من حيث سهولة الكلمات، والجمل، والعبارات؛ ليسهل فهمها لدى المتلقي، ويتحقق ذلك بالتركيز على الأفكار، والحقائق، والمعلومات المهمة، والأساسية التي يعرفها المتحدث.

2. الحيوية: وهي اختيار الكلمات المشوقة الجاذبة البعيدة عن الجمود؛ لجذب المتلقين للخطاب .

3. التنوع: وهو تنوع الجمل، والفقرات، والعبارات بحيث تتضمن كل فقرة فكرة جديدة، ومعلومات جديدة .

4. الاختصار: وهو الاختصار غير المخل بالخطاب، ويجعل المتلقي متابعاً ومنجذباً للخطاب من أفكار، ومعلومات، ومعانٍ بسهولة، ويسر، وكما قيل في الأثر: خير الكلام ما قل، ودل.

شروط الخطاب الإعلامي

1. تحديد الهدف من الخطاب الإعلامي.

2. تحديد الجمهور، أو الفئة المستهدفة.

3. تحديد لغة الخطاب، وأسلوبه المناسب بحسب مستوى ثقافة الجمهور المخاطب .

4. أن يكون أسلوب الخطاب جاذباً، ومشوقاً .

5. تحديد الوقت الذي ينبغي أن يستغرقه الخطاب .

6. نقل المعلومات بفرادة، وإتقان.