اللغة و وسائل الإعلام الجماهيرية:– دراسة لخصائص اللغة الإعلامية.

د/ برقان محمد
أستاذ محاضر بقسم علوم الإعلام والاتصال –
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية
– جامعة وهران1 أحمد بن بلة

تمهيد : يحدّد علماء اللّغة ثلاثة مستويات للتعبير اللغوي:

المستوى الأول: المستوى التذوّقي الفنّي الجمالي، ويستعمل في الأدب والفن.

المستوى الثاني: المستوى العلمي النظري التجريدي، ويستعمل في العلوم.

المستوى الثالث: المستوى العملي الاجتماعي العادي، وهو الذي يستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام"

إذا أتينا إلى المستوى الثالث نجد انه يمثل لغة الصحافة والإعلام وهي اللغة التي تستخدم في وسائل الإعلام المختلفة، من جرائد، وإذاعة، وتلفزيون، ولكل وسيلة من هذه الوسائل خصائصها، ومميزاتها، "فالكيفية التي يتمّ بها التحرير اللغوي في كل جنس على حدة تؤثّر وتتأثر بمضمون تلك الوسائل وهذه الوسائل التي هي امتداد لحواسنا–كما يقول **ماكلوهان**– هي أجناس إعلامية لكل جنس منها مستواها اللغوي في التحرير..."[29].

ولما ظهرت الصحافة كانت تستمد قوتها وبقائها من الأدب. يؤكد الأستاذ **فاروق خورشيد**، أن كتاب الأدب والنقد كانوا العمدة الأساسية في بناء أي صحيفة، وقراء النقد والأدب كانوا هم المستهلكون الأوائل للصحيفة وكانت الصحف تتسابق في احتكار المع الأسماء في دنيا الأدب، وتفرد لهم أهم صفحاتها.

وتدريجيا بدأت الصحافة تستقل عن الأدب وتتخذ لنفسها أنواعا كتابية مستقلة أصبحت تعرف فيما بعد باسم "أنواع الكتابة الصحفية" أو "الأجناس الصحفية"، وتحررت من "أنواع الكتابة الأدبية".

وما إن حل النصف الثاني من القرن التاسع عشر حتى بدأ علم الصحافة يقوم بذاته.[30]

ويرى "**محمَد سيّد محمَد**" أن " ظهور الصحافة العربية في القرن التاسع العشر ميلادي دفع بعض أساتذة الصحافة والأدب إلى إضافة نوع رابع من أنواع النثر، أسموه "النثر العملي" أي النثر الصحفي، وقالوا إن هذا النثر يقف في منتصف الطريق بين النثر الفني –أي لغة الأدب– وبين النثر العادي –أي لغة التخاطب اليومي–"[31].

ولغة الإعلام أحد مستويات اللغة العربية المعاصرة والتي فرضت نفسها بمرور الوقت على مجالات الكتابة الأخرى كافة سواء كانت كتابة علمية أو كتابة أدبية.

وهي لغة ذات طبيعة خاصة تتعدد تجلياتها وأنواع الصور التي تتشكل فيها، فلغة الإعلام تبدأ عند أدنى نقطة على خط اللغة لتلبس رداء العامية الصرفة وتنتهي عند أقصى نقطة له لتقبع في أدبيات اللغة الفصحى.[32]

وهذا يعني أن لغة الإعلام تقف بين اللغة الأدبية، واللغة العامية التي يستخدمها الناس في أحاديثهم اليومية.

وفي هذا الإطار يرى الباحث **أحمد حمدي** أن " لغة الإعلام هي لغة وسيطة تقترب من لغة الحديث اليومي في

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

أنواعها الخبرية ، كما تقترب من لغة الأدب في أنواعها الفكرية والجمالية"[33]

ولغة الإعلام لا تعني لغة الأدباء أو الشعراء التي تتوفر فيها خصائص أدبية ترفعها عن مستوى الخطاب اليومي ، ولا توصف بما توصف به اللغة الأدبية من تذوق فني ، وليست كذلك لغة علمية مركزة تتناول الأشياء تناولا مباشرا يخلو من الصنعة ، بل هي لغة خاصة فيها جوانب أدبية وجوانب الأسلوب العلمي ، ...إنها لغة لغة متوسطة تتناول الموضوعات تناولا مباشرا ، وتصفها بلغة قريبة الدلالة سريعة الفهم تقترب كثيرا من لغة الخطاب اليومي...فاللغة تتأثر بثقافة المرسل ، وجمهور المتلقين ، والمناسبة التي تستخدم فيها.[34]

فهناك فرق بين لغة الإعلام ولغة الأدب والفكر والعلم.

والأسلوب هو طريقة الأداء التي ينتهجها كل شخص في مجال اختصاصه فالأديب يلجا ألي الأسلوب الأدبي والعالم يلجا إلى الأسلوب العلمي والصحفي يلجا إلى الأسلوب الإعلامي.

والأسلوب في جوهره هو شخصية المرسل باختلاف مجالاته، ولقد تنبأ علماء اللغة إلى التفريق بين مختلف الفنون كما تنبهوا إلى التعريف بأصحابها **فابن قتيبة** يفرق بين الأديب والعالم، فيقول:"إذا أردت أن تكون عالما فاطلب فنا واحدا، وإذا أردت أن تكون أديبا فتفنن في العلوم"[35]

وهناك من اعتبر "اللغة الثالثة" التي تمزج بين الدارجة والفصحى هي اللغة الإعلامية لكن هذا الطرح سرعان ما انتهى لان لغة الإعلام في جميع أقطار العالم هي اللغة الفصحى.[36]

فلغة الإعلام هي اللغة الفصحى ، ولا نعني بذلك اللغة الأدبية وما توصف به من تذوق فني جمالي ، أو ما توصف به اللغة العلمية من تحرير نظري ، إنها اللغة القائمة على الوضوح والبساطة والمباشرة[37]

وفي كتابه "المدخل إلى وسائل الإعلام"، يرى "**عبد العزيز شرف**" أن "اللّغة الإعلامية هي اللّغة العربية الفصحى "[38]....

فهو يرى أن هذه الأخيرة هي في طليعة اللغات الإعلامية بين لغات العالم الشرقية والغربية[39]، و"هي إحدى اللغات السامية، وأرقاها معنى، ومبنى، واشتقاقا، وتركيبا، بل هي أرقى لغات العالم"[40]، وكيف لا تكون كذلك وهي لغة القرآن الكريم، إذ يقول الله تعالى في كتابه " **إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيّاً لعلكم تَعْقِلُونَ**"[41]،

لقد كان هذا القرآن ثورة كبرى من الناحية اللغوية، نقلت العربية من لغة اقرب إلى الحسية المباشرة، إلى لغة قادرة على الجدل وخطاب العقل الإنساني وحديث الروح والإيمان.

ويوضح **يوهان فوك** في كتابه "العربية"كيف نمت اللهجات العربية من تفاعل الفصحى مع لغات البلاد المفتوحة السابقة عليها، فكونت مفردات وصيغا لمستوى أو مستويات لغوية جديدة[42]

ويقول المستشرق الألماني "**ثيودور نولدك**" " Theodore Noldeke"* في هذا الصدد" إنّ العربية لم تصر لغة عالمية حقا، إلا بفضل القرآن والإسلام، إذ تحت قيادة قريش، فتح البدو(سكان الصحراء) نصف العالم لهم وللإيمان، وبهذا صارت العربية لغة مقدّسة كذلك".

ولكن ما يجب ألا يغيب عن وعينا هو أن الانتشار العظيم للصحافة وتداولها بين كل طبقات الشعوب العربية المثقفة وغير المثقفة من متوسطة التعليم أو الأقل من المتوسطة هو أن لغة الصحافة تلك تؤثر تأثيرا بالغا على العربية الفصحى، إذ أن لغة الصحافة والإعلام تعتبر في نظر كثير من الباحثين اللغويين في الشرق والغرب والمشرق والمغرب على السواء نواة لغة عربية واحدة تقريبا وكأنها في رأيهم وريثة الفصحى أو ما يسمى بالعربية الحديثة بل تكاد تكون هي أساس تلك العربية الحديثة.[43]

ويحاول العقاد وصف ما يجب أن تكون عليه اللغة الإعلامية فيقول:" إن أسباب التشعب والتفريع كانت وفيرة في العصور الماضية ولم تكن إلى جانبها أسباب للتوحيد والتقريب تضارعها في قوتها وأثرها، فتوافرت هذه الأسباب في العصر الحاضر بعد شيوع الصحافة والإذاعة والصور المتحركة وقوالب الحاكي المشهورة باسم الاسطوانات، ومما يرجى من آثار هذا التقريب أن ييسر فهم الفصحى لغير المتعلمين وان يدخل الفصحى مفردات نافعة من ألفاظ الحضارة يمكن إجراؤها مجرى المفردات الفصحى بغير تعديل آو ببعض التعديل".[44]

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

علم اللغة الإعلامي:

ظهر مصطلح حديث يتناول لغة وسائل الإعلام ، والأساليب التي تتبعها في التواصل مع الجماهير وعرف هذا النوع من الدراسة بعلم اللغة الإعلامي ، أو علم الإعلام اللغوي ، وعرفه بعض الباحثين بأنه العلم الذي يدرس اللغة في ضوء فكرة الاتصال إضافة الى المضمون، والعوامل الأخرى التي تؤثر في عملية الاتصال ... وتعد اللغة من أهم العناصر التي تشارك في عملية الاتصال ، وتتممها عناصر أخرى مثل : طريقة التوصيل ، والاستيعاب ، والإفهام ، وتطوير المعلومات ، وسرعة الإرسال ،ودقة التوجيه ، وقوة الإقناع.

وقد بحث الباحثون عوامل نجاح الاتصال ، وأسباب فشله أيضا ، وقدرة الخطاب على الإبلاغ والتأثير والإقناع والحجاج.[45]

إن لغة الإعلام تمثل واجهة اللغة المشتركة المعاصرة ، فتعتمد على لغة تتسق مع مخارج أصوات اللغة العربية الفصحى، وتستخدم ألفاظا شائعة معروفة الدلالة، فاللغة الإعلامية توليفة بسيطة ومركزة من لغة الخطاب اليومي .

وقام بعض المتخصصين بإعداد بحوث تعالج لغة الإعلام وأثرها في المتلقي ، واهم وسائل التأثير ، وأدوات الإقناع ، وظهرت في هذا المجال " نظرية الاتصال" " ونظرية المعلومات " أو " علم العلاقات"[46]

وتختلف وسائل الإعلام الجماهيرية باختلاف متلقيها فالوسائل الإعلامية المطبوعة يتحكم فيها القارئ، "الصحافة المكتوبة هي في النهاية صدى لأفكار و أذواق قرائها أكثر مما هي رجع لآراء أو اختيارات محرريها" في حين أن المستمع أو المشاهد قد لا تتوفر له وسائل التحكم في الإعلام السمعي البصري بسبب عوامل تكنولوجية ولكن جميع هذه الوسائل هي امتداد للحواس، والوسيلة التي ترتبط بجميع حواسنا هي الانترنيت، ولهذا تختلف لغتها الإعلامية عن بقية الوسائل، وان كانت تستخدم جميع الوسائط الإعلامية من صحافة مكتوبة، أو إذاعة أو تلفزة أو تكنولوجيات الاتصال مثل (الهاتف).[47]

- **خصائص اللغة الإعلامية:**

إذا كانت وسائل الإعلام قد تطورت تطورا هائلا في المرحلة الراهنة، فهي مرشّحة لأن تزداد تطورا على المدى المنظور، وبالنسبة للمجتمعات عامة والمجتمعات العربية خاصة، فإن بناء إعلام قادر على الإسهام الفعّال والمؤثّر في التطور الاجتماعي، والسياسي، والاقتصادي، والثقافي يستدعي وجود لغة إعلامية فعالّة و مؤثّرة، وتتميز بمجموعة من الخصائص، و السمات تتعلق بالأسلوب، والجمل، والمفردات، والصرف، والنحو، وبعض هذه الخصائص تُمثّل الفروق الجوهرية بين لغة الإعلام ولغة الأدب.

يمكننا القول أن بناء إعلام جماهيري قادر على الإسهام الفعال والمؤثر في عملية خلق ديناميكية جديدة للتطور الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي والفكري في المجتمعات العربية النامية، ومؤهل للارتقاء من مستويات تستطيع الصمود أمام حقائق القرن المقبل، يتطلب أن يجسد التحرير الإعلامي لغة إعلامية موضوعية، عقلانية، منطقية، واقعية، حوارية، بأشكال لغوية بسيطة، عملية، مباشرة، عصرية، مألوفة وطرائق تعبيرية غير معقدة، غير متكلفة، غير منمقة، قليلة النعوت والصفات، بعيدة عن التطرف والمغالاة، بعيدة عن الحشو واللغو والتكرار، بعيدة عن العبارات الشعارية والمقولات الفارغة، بعيدة عن لغة الخشب، منفتحة على مصطلحات الحضارة الراهنة، مختصرة، مكثفة. تؤدي المعنى بأقل ألفاظ وكلمات واقصر عبارات وجمل وأيسر صياغة، دون أن تهبط الى العامية ودون أن تقع قط في الابتذال والضحالة والوهن.[48]

وإذا أتينا إلى هذه الخصائص نجد "الإيجاز والذي يعد روح الوضوح"[49]، والمقصود بالإيجاز هو الاختصار، أي "استخدام الجمل القصيرة التي تؤدي رسالتها التبليغية للمتلقي وتساعد على استيعاب المعنى المقصود في يسر وسهولة"[50].

على هذا الأساس ، فإن الدقة وإصابة المعنى المقصود تعد أيضا من خصائص اللغة الإعلامية، و بخاصة لغة الإذاعة والتلفزيون، فالدقة في اختيار الألفاظ وتجنب الجمل الطويلة يساهم في صياغة الجملة المنطوقة في عدد محدد من الكلمات يستغرق إلقاؤها مدة زمنية محددة" وذلك لأن طول الجملة، وصعوبتها، وتشعب معاني ألفاظها يرتبط ارتباطا وثيقا بعدم التركيز وعدم القدرة على الفهم والاستيعاب"[51].

فالواقع الصحفي يقول: إن هناك أسلوبا صحفيا أو أسلوبا معينا له سماته يتبع في عملية التحرير الصحفي، وينبع هذا الأسلوب

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

من عدة محددات تتعلق بطبيعة الصحافة كوسيلة اتصال من حيث حجم الصحيفة والمساحة المحدودة وبجانبها التقني وطبيعة دوريتها أو توقيت إصدارها الذي يقتضي السرعة التي تتطلب الإيجاز والاختصار والتركيز وبوظيفتها العامة وهي التعبير عما يحدث في الحياة اليومية والتي يطلق عليها الوظيفة الإخبارية – كوظيفة أساسية – إذ تقوم بإخبار كل فئات الرأي العام ولما كانت سرعة توصيل الخبر إلى كل الطبقات الاجتماعية على مختلف مستوياتها الثقافية هي الهدف الأول لكل صحيفة (...) كان على الأسلوب الصحفي أن يتخذ شكلا سهلا يقترب من الأسلوب الدارج وعلى الصحافة أن تقدم الأحداث اليومية ببساطة ووضوح وواقعية مبتعدة بذلك عن الاستعارات والكنايات والتشبيهات والألفاظ الزائدة وعن كل تعقيد حتى يسهل على الجميع فهم محتواها، على الرغم من تفاوت مستوياتهم الثقافية.[52]

من خصائص اللغة الإعلامية أيضا سلاسة الربط و الانتقال بين الفقرات، بحيث تبدو جميعها قصة إخبارية مترابطة، وهناك العديد من الكلمات و العبارات التي تفيد في الربط، و الانتقال من فقرة إلى أخرى مثل: من جهة أخرى، إلى جانب ذلك، على الجانب الآخر...الخ.

وإذا كانت لغة الجرائد تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها، فإنها تحاول كذلك أن تحرص على خصائص أخرى في الأسلوب هي البساطة والإيجاز والوضوح والنفاذ المباشر والتأكيد والأصالة والجلاء والاختصار والصحة.[53]

فلغة الصحافة لغة سهلة وبسيطة لتكون في متناول جميع الناس، لان جمهور الصحافة هو جمهور عام، لذلك يجب أن تكون لغة الصحافة في متناول هذا الجمهور العام. بينما جمهور الأدب جمهور متخصص يتعين على الأديب أن يستخدم لغة في مستوى تخصصه.[54]

"وتعتبر المرونة والقدرة على الحركة من أبرز سمات اللغة الإعلامية، فهي لغة حركية، أي أن لها القدرة على استيعاب منجزات الحضارة، وروح العلم، وكذا مستجدّات المجتمع، ولتتمكن لغة الإعلام من مسايرة الابتكارات والمسمّيات الجديدة فهي تنقّب تارة في كمائن اللغة عن الكلمات العربية التي تدل من قريب أو بعيد على ما طرأ من المسميات، وتارة باستحداث ألفاظ من المادة العربية تسد الحاجة إلى التعبير الحضاري في حياتنا الراهنة"[55]

أي أن لغة الإعلام تتفادى الحشو الزائد والعبارات الفضفاضة، فهي تخلو من المحسنات البديعية، والتكلف، والتصنع، لأن ذلك يضر بمعنى الجملة، ويرهق العبارة دون أن تكون له أية وظيفة "[56].

كما أن مصدر الإعلام هو جماعي، حيث أنه يصدر عن حزب أو حكومة أو أية مؤسسة أخرى تمتلك الهيئة الإعلامية الخاضعة لها وتسيرها حسب مصالحها الخاصة، وبالتالي فهي تكيف اللغة الإعلامية وفق هذا المصدر الجماعي[57]، وهنا تختلف لغة الإعلام عن لغة الأدب، إذ أن لغة الإعلام هي لغة جماعة تخاطب أفرادا وجماعات أخرى، قصد التأثير فيهم، في حين أن لغة الأدب لغة فرد يخاطب جماعة وأفرادا آخرين قصد تعديل سلوكهم[58].

رغم تنوع الآراء واختلافها حول اللغة الإعلامية إلا أنها ستظل اللغة الأكثر انتشارا وتداولا بين عامة الناس لكونها تمثل ببساطة لغة التخاطب اليومي.

الهـــــوامش:

[29] – عبد العزيز شرف، **علم الإعلام اللغوي**، (ط1) القاهرة: الشركة المصرية العالمية للنشر ،2000، ص ص31-32.

[30] . محمد لعقاب، **الصحفي الناجح :دليل علمي للطلبة والصحفيين**،الجزائر:دار هومه، 2004، ص ص 32 33.

[31] –. محمد سيد محمد، **الإعلام واللغة**، القاهرة: عالم الكتب ، 1984، ص10.

[32] – محمود خليل، محمد منصور هيبة، **إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية**، القاهرة : مركز جامعة القاهرة ، 1999 ، ص 5.

[33] – احمد حمدي ، **الخطاب الإعلامي العربي: آفاق وتحديات** ، الجزائر: دار هومة، 2002، ص54.

[34] . محمود عكاشة ، **خطاب السلطة الإعلامي** ، (ط1) ، القاهرة: الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي ، 2005 ، ص 75.

[35] . عبد العالي رزاقي ، **كيف تصبح صحفيا: الخبر : في الصحافة ، الإذاعة ، التلفزيون والانترنيت**. سلسلة الإعلامي المحترف،الجزائر:2004، ص 13.

[36] . المرجع نفسه ، ص 15.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

[37]– محمد شطاح ، نعمان بوقرة ، **تحليل الخطاب الأدبي والإعلامي**،القاهرة: مكتبة الآداب ، 2006 ، ص20.

[38] – عبد العزيز شرف، **المدخل إلى وسائل الإعلام**،(ط2)، دار الكتاب اللبناني، بيروت، ودار الكتاب المصري، القاهرة، 1989، ص228.

[39] – المرجع نفسه، ص229.

[40] – ماجد الصايغ، **الأخطاء الشائعة وأثرها في تطور اللغة العربية**، (ط1)، بيروت:دار الفكر اللبناني،1990، ص11.

[41] –القرآن الكريم، سورة يوسف، الآية 2.

[42] . محمود العزب ، " أثر الترجمة على التركيب في العربية الفصحى" **الدراسات الإعلامية** ،القاهرة: المصدر العربي الإقليمي صلاح الدين حافظ102 . 103 ، يناير يونيو2001، ص 60.

[*] – (1836–1930)، من كبار المستشرقين الألمان، أحسن اللغات الشرقية، لاسيما العربية والفارسية والعبرية والسريانية، اختص بدراسة التاريخ الإسلامي والآداب العربية.

[43] . محمود العزب ، مرجع سابق ، ص66.

[44] . فريال مهنا ، **نحو بلاغة عربية** ،الجزء الأول ، دمشق: منشورات جامعة دمشق ، 1995، ص 75.

[45] . محمود عكاشة ، **خطاب السلطة الإعلامي**، مرجع سابق، ص 63

[46] . المرجع نفسه ، ص 70

[47] . عبد العالي رزاقي ، مرجع سابق، ص ص 18 ،19.

[48] . فريال مهنا ، مرجع سابق ، ص 91.

[49]– عبد العزيز شرف، **فن التحرير الإعلامي**،القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987، ص361.

[50]– كرم شلبي، **فن الكتابة للراديو والتلفزيون**، القاهرة: مكتبة التراث الإسلامي، دار الجيل، ص36.

– المرجع نفسه، ص36.[51]

[52] . فاروق أبو زيد ، **فن التحرير الصحفي** ، ، القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000، ص 12.

[53]– ستانلي جونسون، جوليان هاريس، **استقاء الأنباء فن : صحافة الخبر**، ترجمة:وديع فلسطين ، القاهرة: دار المعارف بمصر، 1960 ، ص 62.

[54] . محمد لعقاب ، مرجع سابق ، ص 42.

– عبد العزيز شرف، **علم الإعلام اللغوي**، مرجع سابق، ص200.[55]

– عبد الستار جواد، **فن كتابة الأخبار**، (ط 1)، عمان: دار مجدلاوي، ، 1999، ص 245.[56]

[57]– أحمد حمدي،" لغة الأدب ولغة الإعلام، **المجلة الجزائرية للاتصال**، جامعة الجزائر: معهد علوم الإعلام والاتصال،العددان6-7، 1992 ، ص 169.

– المرجع نفسه،ص169.[58]

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com