

المحاضرة الثالثة:

اللغة الإعلامية:

في ضوء تحليل العلاقة بين اللغة والإعلام، فإن اللغة ليست وسيلة من وسائل الاتصال بالمفهوم الإعلامي للوسائل، ولكن الاتصال وظيفة من وظائف اللغة (01)، قد يعرف النشر بأنه الكلام المرسل من قيود الوزن والفنية، وقسموه إلى نشر علمي، ونشر عادي، ونشر فني، فإن ظهور الصحوة العربية في القرن التاسع عشر الميلادي، دفع بعض أساتذة الصحافة والأدب

إلى أحضان ما أسموه بالنشر العملي أي النشر الصحفي، وهو نوع يقف في منطقة وسطى بين لغة النشر الفني أي لغة الأدب، والنشر العادي (أي لغة التخاطب اليومي). فهذا النوع الجديد يأخذ من النثر العادي سهولته وشعبيته، ولهذا أطلق بعض أساتذة الصحافة على اللغة التي تستخدمها الصحافة بالأدب العاجل

ويتساءل د. محمد سيد محمد : هل لغة الإذاعية (الراديو والتلفزيون) هي لغة الصحافة؛ ويشير إلى أن الإجابة المباشرة عن هذا التساؤل غير دقيقة، ذلك أن برامج الإذاعة (الراديو والتلفزيون) ومحطاتها تتفاوت فيما بينها من حيث المستوى اللغوي، والمستوى الثقافي، ولكن المؤكد والبدهي أن لغة الإذاعة تنتمي إلى اللغة المنطوقة، بينما لغة الصحافة تنتمي إلى اللغة المكتوبة، وهناك فرق بينهما يوضحه " فاندريس " (02) حين يصف اللغة المكتوبة بأنها منسقة بما فيها من جمل تابعة، وحروف وصل، وأسماء موصولة، وبما تحتوي من أدوات وأقسام، والعناصر التي تسعى اللغة المكتوبة إلى أن تسلكها في أداء المعنى، أما اللغة المتكلمة فهي منفصلة مقطعة الأوصال، ويرى أن الترتيب في اللغة المتكلمة يختلف عنه في اللغة المكتوبة كل الاختلاف، فليس هناك ذلك الترتيب المنطقي الذي يليه النحو الجاري بل ترتيب له منطقة، ولكنه منطوق انفعالي قبل كل شيء، فيه ترص الأفكار، ليس وفقا لقواعد الموضوعية التي

يفرضها التفكير المتصل، بل وفقا للأهمية الذاتية، التي يصبغها عليها المتكلم أو التي يريد أن يوحى بها إلى سامعه.

ولعل هذا ما أكده "عبد الوارث عسر" حين تحدث عن فن الإلقاء حيث أكد أن هناك علاقة وثيقة بين الإلقاء وبين الشخصية، بما يعترىها من احساس و انفعالات، مشيرة إلى أن هذه الإحساسات والانفعالات تختلف هي أيضا باختلاف الشخصيات، ويضرب مثلا بانفعال الحزن، حين يعترى إنسانا (مؤمنا) أي إنسانا يؤمن ، بالاستسلام إلى القوة القاهرة الغالبة التي تدير هذا الكون، وتقدر للإنسان أقدار تقع له فجأة، وليس في مقدوره أن يعلم بها قبل وقوعها.. هذا الإنسان إذا اعتراه إحساس (الحزن) فإنه يبدو منكسرا مستسلما يحاول الصبر جهده، ويحاول الرضا بما وقع له، وتأتي كلماته حين يتحدث تعبيرا عن تلك المعاني، وكذا يبدو صوته.

وقد ارتبط نمو وسائل الإعلام الجماهيري ارتباطاً عضوية مع ما يحدث على صعيد تكنولوجيا المعلومات خاصة على جبهتي الاليكترونيات الدقيقة والاتصالات وإن كان الراديو والتلفزيون قد نجحا في تحويل إعلام الصفوة إلى إعلام الكتلة أو الجماهير - فإن تكنولوجيا المعلومات تسعى حالياً لنقل الإعلام الجماهيري إلى مرحلة الإعلام المتخصص، وعلى حين كان الحديث في الماضي - كما يذكر د. نبيل عن البث على نطاق واسع Broadcast نسمع حالياً عن البث على النطاق الضيق Narrowcast بهدف تصويب الشحنة الإعلامية الى الفئات بعينها(03). إن الإعلام يتجه من نظام بث الرسالة نفسها لعامة مشاهديه إلى نظام يتيح للمشاهد أن ينتقى مواد إعلامية، وتحديد مواعيد استقباله لها، أو اختيار موضوعات جريدته من ضمن قاعدة كبيرة من المواد الجاهزة للنشر، وتحديد شكل إخراج هذه الجريدة Personalized، وما كان ذلك ليحدث دون التقدم الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصالات وأياً ما كان أمر هذا التقدم التكنولوجي، وتأثيراته، وأياً ما كانت العوامل والمستجدات التي تستخدمها وسائل الإعلام على

اختلافها، فإن القاسم المشترك بينها جميعا - مع التفاوت الطبيعي - هو اللغة، فكل وسيلة إعلام تسعى جاهدة إلى استخدام اللغة الأكثر ملائمة، وأكثر مصداقية، لدى جمهورها ، وهي حين تستعين بمعطيات تكنولوجية أخرى، فإنها تستهدف في المقام الأول والأخير، إحداث تأثيرها - باللغة المستخدمة في الجمهور المتلقي، ذلك أن اللغة تشكل عقول الجمهور، وتصوغ رؤيته التي يفسر بها واقعه، ويستوعبه، ويتكيف معه ويوجه سلوكه في التعامل مع هذا الواقع والأمر الآخر الجدير بالاهتمام في هذا الصدد أن كثيرا من المفردات الشائعة الاستخدام عبر مختلف وسائل الإعلام والحياة معا كالتعليم، والأمية، والإعلام، واللغة والنص، والرمز، والذاكرة الجمعية، والابتكار، يصعب على الفرد تحديد ما إن كانت هذه المفردات ضمن أبجدية الثقافة، أو ضمن أبجدية المعلومات، ولعل هذه الصعوبة على حد قول د. نبيل على أن هناك تداخلا واضحا بين منظمتي الثقافة والمعلومات، وهو تداخل تتجلى أوجهه على مستوى التعريف أو خصائص المنظومة، أو وظيفتها ، وتعد اللغة إحدى أدوات وسائل الإعلام في نقل هذه المنظومة أو تلك، وبالتالي التأثير الواضح لها على مجتمعاتها، فالثقافة التي تنقلها تلك الوسائل مهمتها توحيد الناس في مجتمع خاص بهم من خلال تراكيب اللغة والرموز والمعتقدات والجماليات، ناهيك عن التداخل الشديد في العلاقات التي تربط بين منظمتي الثقافة والمعلومات مع مؤسسات الحكم والتعليم والإعلام والاقتصاد وغيرها (4) .

وربما جاز في هذا الإطار التمهيدي التأكيد على أنه ينبغي علينا ألا ننظر إلى اللغة ليس باعتبارها فقط وعاء الفكر أو أداة التواصل، بل هي التي تشكل رؤيتنا وسلوكنا، وعليها يتوقف أداؤنا الاجتماعي الشامل، ومن هنا يأتي تنبيه بعض الباحثين الجادين إلى عدم جواز الفصل بين أزمتنا واقعا. وأزمة لغتنا. (5)

مراجع المحاضرة :

- 1- محمد سيد محمد، الاعلام و اللغة، عالم الكتب ،ط1، القاهرة ،1984
- 2- ج.فنديرس ، اللغة،ترجمه عبد الحميد الدواخلي و محمد القصاص،مكتبة الانجلو،القاهرة ،1950، ص 194
- 3- نبيل على ،العرب و عصر المعلومات ، عالم المعرفة ، الكويت،1984،ص 319
- 4- نفس المرجع ،ص 282
- 5- المصدر نفسه ، ص 337