اللّغة العربية في الخطاب الإعلامي
بين الواقع والمستقبل المأمول -

د/ شفيقة العلوي
المدرسة العليا للأساتذة في الآداب والعلوم الإنسانية
بوزريعة– الجزائر)

الملخص

لقد أنتجت الثورة العلمية للقرن 20، تطورا رهيبا في وسائل الاتصال وتقنياته الحديثة وكذا فنون الطباعة، وما هذا إلا دليل على أهمية الإعلام والخطاب الإعلامي ودورهما الفعال في تغذية العقول وتعديل السّلوكات وبناء الوعي بالحاضر والمستقبل.

لقد أصبحت اللغة في ظلّ الخطاب الإعلامي وثورته الفكرية ذات سطوة وأداء وظيفي، لأنها وسيلته المثلى للتأثير على الأفراد والجماعات وتوجيه الخطاب اللغوي والحفاظ على سلامته اللسانية وتمكينها من لسان الناطقين. الأمر الذي قد يعجز عن تحقيقه المثقفون وأهل الصّفوة.

ففي الإعلام تحقّق اللغة كيانها وتثبتُ وجُودَها.

Résumé :

Nul ne doute que la révolution scientifique du 20ème siècle a fait développer les moyens de communication et ses techniques modernes.

L'information ainsi que le discours communicationnel jouent un grand rôle dans la vie de l'être humain.

Ils alimentent l'esprit, construisent la conscience envers le présent et l'avenir, ils raffinent le comportement et préservent la compétence linguistique des locutions.

Cependant, la langue est devenue le moyen le plus important dont l'homme a besoin pour se cultiver, s'éveiller et se refléter.

مقدمة

ممّا لا شكّ فيه أنّ اللغة لسان البشر، ووسيلة تواصلهم. إنها الكيان اللّغوي للأمّة وعنوان هويّتها ودليل انتمائها وسيادتها، وأمنها على كلّ المستويات – الاجتماعية، السّياسية، الثّقافية، الاقتصادية.

إنّها ظاهرة اجتماعية تقتضيها حاجة الإنسان إلى التّواصل مع بني جنسه والتّعايش معهم. ولذا فهي تؤثر وتتأثّر في ارتقائها ونموّها بسلطة الإعلام. وتؤثّر بعد ذلك تاركة بصماتها بالصّوت واللّفظ والصّورة لتكوّن الفرد وتهذبه وتغيّر من سلوكه العام **(فالصحافة أدخلت اللّغات في سياق تطوّر متعدّد الأبعاد من حيث نقل التراث وتهذيبه، والعمل على الإبداع فيه، وبما أضافته من تعابير جديدة، أضف إلى ذلك ما عهدناه من تهذيب الاستعمالات اليومية وإدخالها في قوالب صحيحة وبسيطة لتصل إلى القارئ) [1] البسيط والنخبَوي.**

1-اللغة والخطاب الإعلامي

المفهوم

يعدّ الخطاب الإعلامي التّعبير الموضوعي الذي ينقل للجماهير المتعطشة فكريّا واجتماعيّا المعلومات الكفيلة بتعديل السّلوك وتغذية العقول. واللّغة أهمّ أسباب نجاحه وانتشاره السّريع.

إنّ الخطاب الإعلامي هو **(تزويد النّاس بالأخبار الصّحيحة والمعلومات السّليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، فالغاية الوحيدة من الإعلام هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام)** [2].

إن الخطاب الإعلامي مادة فكرية واجتماعية، تخاطب الجماهير على اختلاف مستوياتهم العقلية وطبقاتها الاجتماعية و**(ترمي إلى التّعريف بالذات وبالإمكانيات وبالفرص المتاحة وحثّ الأفراد والجماعات والمؤسسات على القيام بالواجبات التي تمليها عليهم حقيقة انتمائهم إلى المجتمع)** [3].

2-دور الخطاب الإعلامي

إنّ الخطاب الإعلامي –لأيّ مجتمع أو نظام – يهدف إلى:

1- الإخبار والإقناع والزيادة في الوعي والتّرفيه.

2- نقل المعرفة والثّقافة عبر الزمان والمكان.

3- تحقيق التّغيير الإيجابي المؤثر، أي التّحول النّوعي في الممارسة الإبداعية.

4- إنّ الخطاب الإعلامي الهادف والموضوعي مرآة تعكس الوعي بالمستقبل وتصقل عقل الجمهور وتصنع فكره وتوجّه إبداعه. فمهما كان العالم المحيط به غنيا ومتنوّعا، فإنه لن يرى ولن يدرك سوى ما يكتسبه عبر الإعلام المكتوب، المسموع أو المرئي... إنّه يدرك قوانين الحياة التي يعيشها بطريقة لا واعية من خلال الخطاب الإعلامي الهادف [4].

5- إنّ الخطاب الإعلامي أداة حضاريّة، فهو يتغلغل في كيان المجتمع، وينقل تصوراته، ويوازن بين طبقاته ويقارب بين مستوياته الفكرية، وبذلك تخطو المجتمعات خطوات عملاقة في طريق الإثراء الفكري والحضاري [5].

6- إنّ المحتوى الإعلامي الموضوعي يسعى إلى تفعيل التنّمية اللّغويّة عن طريق إثراء الرّصيد اللّغوي بمفردات جديدة تعبّر عن المسميّات والأفكار الجديدة، سواء أتمّ ذلك عن طريق التّعريب أم التّرجمة أم إحياء الألفاظ القديمة المهجورة(*). كما أنّه يطوّر العادات اللّغويّة الكلاميّة، ويوّسع نطاق التّفكير التّجريدي والمادّي. فهو تنمية روحيّة، تسمو بالفرد والجماعات، وتهذّب نفوسها وتزوّدهما بالمعلومات والآراء التي لا يمكن اكتسابها من التّجربة الذّاتية المباشرة فقط.

7- إنّ التّربية تنشئة فردية وجماعية، وصياغة مثلى للأجيال الناشئة تراعي النّمط الإنساني الحضاري. وهي إذ تضطلع بهذه المهام، ما عادت تُحصر في الأسرة أو المدرسة أو المجتمع؛ بل أصبح للإعلام دوره التّربوي هو أيضا **(فوسائل الإعلام توجد نوعا من البيئة الصّورية بين الإنسان والعالم الموضوعي الحقيقي... وباستخدام وسائل الإعلام على يد أحسن الخبراء سوف تتحسّن نوعية المضمون. وتؤمّن المساواة. فإذا انتشرت التّربية في المجتمع، أصبحت بمثابة الخامة الفكرية لعملية التّنمية الاقتصادية والاجتماعية... والإعلام ينطوي على نوع من التربية التي تهتم بتحليل الأشياء، وبهذا تقترب من المواد الدراسية التقليدية)** [6].

إنّ الخطاب الإعلامي التّربوي يفعّل المجتمع ويعدّل سلوكات أفراده، لتتكيّف مع حاجيات ومتطلبات الوجود ويطوّر الفهم الحسّي والفكر النّوعي للجماعات، ويقدّم القدوة **(إنّ وسائل الإعلام في البيئة المحيطة بالطفل هي في النّهاية العمل الأساسي في تشكيل آداب السّلوك. وآداب السّلوك ليست سوى الأخلاق...)** [7].

ولكن هذه الإيجابيات المنوطة من الرسالة الإعلاميّة لا تنفي– للأسف – الآثار الضّارة التي قد تنجم عن سوء توظيفها – أي الرسالة الإعلامية – واستغلال تقنياتها وتكنولوجياتها الحديثة، فالغلط يكلّف بناء جيل يُجيد الخطأ بل يتفنّن في صناعته (أي صناعة الخطإ والفشل)، وتدمير نفسه والمجتمع ومحو تاريخه.

إنّ الخطاب الإعلامي سلاح ذو حدين، فهو نصرٌ وفشلٌ، حقّ وباطلٌ، دمارٌ وبناءٌ. واللغة هي التي تستطيع فعلا **(أن تلعب دورا في تهدئة الوضع أو إثارته. فهي تعبيرٌ عن المجتمع وموجَّهة إليه، وبالتالي، يجب التّثبّت منها قبل اعتمادها)** [8].

3-اللغة في الإعلام: مميزاتها

إنّ الإعلام – إذًا – فنٌّ زمانيّ الأبعاد، واللّغة حضارية تسعى للشّرح والتّحليل والتّعليل والتّصوير من أجل تفعيل التّواصل البشري، وبناء الفكر المتكامل الواعي، وتهذيب الإيديولوجيات، وترقية الحسّ الجمالي.

إنّ من خصائص لغة الإعلام:

1- أنّها تحرص على مراعاة القواعد اللّسانية المتواضع عليها، كما أنّها تحرص أيضا على نقل المعلومات الصحيحة بطريقة فورية متجنّبة الإيحاءات الرّمزية والتّعابير الفنيّة الجماليّة، والعبارات المركّبة، واللّفظ المُوغل والمعقّد – ولهذا يكون لها التّأثير والإقناع.

2- إنّها تعرضُ موادا مبسّطة يسهل على الجمهور استيعابها وتمثّلها، ثمّ حكايتها. وهي تتماشى مع قيم المجتمع وعاداته وموروثه الإنساني، فهي سلطة الإعلام وسطوته اللّسانيّة [9].

3- توظيف الجمل الخبرية، القصيرة والتّنوّع الزمني في المحتوى الإعلامي.

4- كما تتميّز لغة الإعلام بالتّكرار اللّفظي والجملي في الفقرات المتقاربة.

5- باعتماد التّرجمة الحرفية السّريعة.

6- بمخاطبة العقل بالدرجة الأولى.

7- بتغليب الفصحى البسيطة الميسّرة على العامية المبتذلة [10].

8- تميل اللّغة في الإعلام إلى توأمة اللّفظ بالألوان الجذابة؛ فمصاحبة اللّغة البصرية للحرف تزيد من درجة التّأثير الفكريّ والعاطفي[11] **(إنّ الذات المبصرة تجزئ المعطى البصري، وتنظّمه داخل أشكال لتجعل منه دلالات وكيانات لغوية)** [12]. فلذلك **(لزم أن يكون الاهتمام بالرّموز البصريّة على نفس القدر من الأهمية التي حظيت بها الرّموز في اللّغة اللّفظيّة)** [13].

فالتّعرف أي المعرفة . يتأثّر بنوعيّة الصّورة وألوانها [14]. ويضمن للكلمة بقاءً أرسخ وأطول في الذاكرة.

9- تتسّم لغة الخطاب الإعلامي بالتّميز بين معاني المترادفات والابتعاد عن الأضداد والإبقاء على اللفظ الدّقيق الموصل للمحتوى(*).

10- إنّ اللّغة مظهرٌ من مظاهر الثّقافة، تتميّز بخاصية التّراكم والاستمرار والنّمو والانتقال وهي **(ذلك الجزء من الثّقافة أو الحضارة الذي يساعد أكثر من غيره على التّعلم وزيادة الخبرة، إنها العامل الأساسي في عملية التّراكم التي هي أهمّ عنصر في الحضارة الإنسانيّة)** [15]. ولهذا فهي تعمل على تحقيق التآلف بين المستوى العلمي والأدبي والعملي للأفراد والجماعات **(فالإعلام تعبير اجتماعي شامل، ولغته ظاهرة مركّبة خاضعة لكلّ مظاهر النّشاط الثّقافي من علم وفنّ وموسيقى وفن تشكيلي)** [16]. فالكلمة وعاءُ العقل الاجتماعي وروحه.

11- إنّ اللغة الإعلامية تخاطب جمهورا واسعا يربطه اللّسان المشترك الذي يحكي علاقات المجتمع الدّاخليّة والخارجيّة [17] ولذلك، فإنّ لغة الإعلام هي **(غير تلك الأداة الموروثة التي كانت تؤدي أغراض عصور الانحطاط، عليها أن تضطلع بعبء التعبير عن معاني الحياة الجديدة في تحوّلها إلى العصرية... إنّ هناك علاقة متبادلة بين مقاييس النّمو الاقتصادي ومقاييس النّمو الإعلامي)**[18].

12- إنّ اللّغة الإعلاميّة تطمح إلى تحقيق 3 كفايات:

أ- الكفاية الاجتماعية التي تعكس حاجات الإنسان المتلاحقة، وواقعه اليومي.

ب- الكفاية الفنية الجمالية التي تغذّي روح الجمهور القارئ وتجذبه نحو المحتوى، فتؤثّر في سلوكه وتعدّله.

ج- الكفاية العلمية التي تقرّب الجمهور من مصادر المعرفة وتنوّع ثقافته، وتثري فهمه، ليتمكن من النّقد البنّاء والكشف عن دواخله [19].

لذلك لابدّ من التأكيد على ضرورة التزام اللغة الإعلامية للسّلامة النّحوية والاشتقاقية والتركيبية، حتى تستطيع أن تلعب دورها في المجتمع باعتبارها واقعا لا يمكن إهمال وظيفته التّربويّة، التّنمويّة والإعلاميّة الاتّصاليّة.

4-هل تصلح العربية لأن تكون لغة إعلام؟

إنّ تكنولوجيا الإعلام تؤثّر تأثيرا قويا في النّظام الاجتماعي والثّقافي وبناء الفهم الحسي الواعي للأفراد والجماعات. واللّغة تستطيع – بشكل خطير – أن تحقّق التّقارب بين طبقات المجتمع، وتزيل الخصومات، أو تؤجّج نيران العداوة. فهل العربية – كلغة وطنية وقومية، موحِّدة للأقطار العربية والإسلامية – تصلح أن تكون لغة إعلام، وتعينه في تأدية وظائفه التّربوية، الإرشاديّة، والاجتماعيّة التّفاعليّة والمعرفيّة التّخصّصية والتّرويجيّة الدّعائية؟

إنّ اللّغة العربيّة تعني باللّفظ من أجل أن يؤدي المعنى المعرفي الذي يحفّز السّامع أو القارئ ويستنهض همه، فيحقّق المثل الأعلى [20]. ولهذا اتخذتها الشّعوب القديمة، من فُرس ويونان وروم، لغة علم، وأنتجت بها روائعها الأدبية وترجمت بها المعارف العلمية التي صنعت ولوّنت الحضارة العربية القديمة في عصرها الذهبي [21].

إنّ العربية تملك من الخصائص ما يؤهّلها لأن تغدو لغة فكر وأدب وعلم وإعلام لأنّها:

1- تربط بين كلّ من يعتصم بالدّين الإسلامي – في أنحاء العالم قاطبة – إنّها لغة شموليّة، موحِّدة، قلّ أن نجد لغة شعب أو أمّة تمتاز بهذه الخاصيّة الإنسانيّة والعالميّة.

وإذا انفصمت هذه العروة الوثيقة، فستنهار من جرائها الوحدة الثّقافية واللّغويّة. والتّاريخ ينقل لنا أمثلة حيّة تعكس هذا الدّور الرّهيب الذي تضطلع به اللغة، فاللاتينيون انقسموا إلى دويلات متشعبة: ألمانيا، فرنسا، سويسرا، هولندا، إيطاليا... إلخ، لكل منها كيانهُا الخاص ولسانها المميّز لها.

2- إنّ مفردات اللغة العربية تنمو وتتزايد – طبيعيا – بفعل التطوّر التاريخي والاجتماعي، فتتلاشى معان وتُستحدث صيغٌ جديدة تلبي حاجيات التطوّر، وهذا ما ميّز لغتنا العربية منذ أن احتكت بالثقافة اليونانيّة التي تركت بصمات واضحة في الرّصيد المعجمي العربي.

3- إنّ اللغة العربيّة تتسّم بديناميكية حركيّة تجعلها لا تستخدم عبارة واحدة لمعنيين متمايزين، بل تُلبس كلّ معنى اللّفظ الخاص به، وذلك نحو: المشي، فهو عام. وأمّا درج فللصبيّ الصغير، وحبا للرّضيع وخطا يخطو إذا مشى الشّاب بنشاط واهتزاز، ودلف إذا مشى الشّيخ رويدا بخطى ثقيلة، بطيئة. وأمّا نأى فهي للبعد القريب. والبعد لا يقع إلا لما كثُر. والشِّرعَةُ ما ابتدئ من الطّريق، وأمّا المنهاج فالطريق المستمر، أو الدين [22]. فـ **(الدقة في العربية دليل على بلوغ أصحابها درجة عالية في التفكير وهي خاصية إعلاميّة... والدّقة في الإعلام أداة لابدّ منها لرجل الإعلام)** [23].

إنّ للغة العربية ليست قاصرة أو عاجزة عن الإحاطة بالمعاني المقصودة، وتصوير الأحوال ولهذا. فهي أصلح اللّغات لأن تؤدي وظيفة الإعلام والإقناع والتّأثير النّفسي والعقلي على حدّ سواء [24].

4- وهي – قبل ذلك كلّه – لغة تتميّز بالإيجاز والوضوح بالأصالة والصّحة، بأنماط خبرية متنوعة، بقرائن لسانيّة تلاحق الزّمن وتفيه وصفًا(*)، بصيغ تعكس الفاعل المعلوم أو المجهول بثراء ألفاظها التي تعبّر عن المعنى وضدّه – أي المشترك اللفظي –

بعباراتها المجازية والحقيقية، ببيانها وبديعها، باشتقاقاتها التي توسّع المادة اللّفظية، فتعطي للمتكلّم كلّ الأوزان والقوالب الصّرفيّة المعبّرة عن المعاني المقصودة.

فعلى هذا، فإنّ اللّغة العربيّة تعدّ – بلا مراءٍ – لغة معرفة، تخاطب العقل والعاطفة معا. تُعلم وتفسِّر، توضّح وتوجّه وتُربِّي. فهي – إذًا – لغة إعلاميّة واقعيّة؛ هدفها الاتّصال بالجمهور والتّأثير فيه فَـ **(لا يستطيع السّامع أن يحكم على المنطقة المحلية التي ينتمي إليها المتكلّم بها ...هي لغة ديمقراطية، اصطبغتها شعوبٌ متعدّدة منذ أن استقرت الدّولة العربية في أواخر القرن 2هـ، فأخذت بالطابع العربي دينا ولغة وثقافة وحضارة)** [25].

إنّ اللّغة الإعلاميّة هي اللّغة العربيّة المشتركة، الطّويلة عمرا والثّرية رصيدا، والشّائعة استعمالا، والنّابضة بالحياة والمرِنة بخصائصها التي تمكّنها من التّرجمة الأمينة للمعاني والنقل الموضوعي للوقائع والخبرات، والإقناع الجدلي للأفكار ومخاطبة الكبير والصغير، المثقّف والجاهل، الصّحيح والسّقيم.

إنّ اللّغة العربيّة تضمّ في ثناياها أخصّ خصائص لغة الإعلام، وهي التّعبير عن العلاقات المتغيرة بين الإنسان والإنسان، وبين المرء وبيئته الاجتماعيّة، الاقتصاديّة، السّياسيّة أو الماديّة. إنّ في اللّغة العربيّة **(...طواعيّة تمكّنها من الإجابة عن الأسئلة التي تجول في خاطر رجل الإعلام دائما، وهي: ماذا حدث؟ ماذا يجري الآن؟ وألا من جديد... ذلك أنّ الخصائص التي تتميّز بها لغة العرب استوفت وجوه الدلالة في ملاحظة مقتضى الحال)** [26].

هوامش

(1) تمام حسان: لغة الإعلام، مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، 1980، ج62، ص46.

(2) محمود السيد : اللغة العربية والفكر المستقبلي، دار الجيل، بيروت، 1991، ص98.

وأيضا: ريفرز، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، ترجمة إبراهيم إمام، ص385.

(3) محمد عبد العزيز ربيع : دور الإعلام العربي، مجلة شؤون عربية، بيروت، عدد 41، 1985، ص185.

(4) عاطف عدلي : الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص29.

(5) ينظر حشمت قاسم شوقي سالم : ثورة المعلومات، وكالة المطبوعات، الكويت، د ت، ص 306.

(*) مثل كلمة القطار التي كانت تُطلق على قافلة النوق، وصارت اليوم تعني مجموع العربات الناقلة للفرد والبضائع أو كلمة البريد التي توسّع معناها، فصارت تشمل الرسائل الإلكترونية... الخ.

(6) محمود السيد : اللغة العربية والفكر المستقبلي، ص205-206.

(7) جيهان رشتي: تأثير وسائل الإعلام على حياة الأسرة في المجتمع الحديث، مجلة الإذاعات العربية، القاهرة، ديسمبر 1975، ص53-55.

(8) صالح بلعيد : اللغة العربية العلمية، دار هومة، بوزريعة، الجزائر، 2008، ص132.

(9) ينظر مجلة متابعات إعلامية، اليمن، 1997، عدد 54، ص46-48.

(10) محمد بوعزي : أي إعلام وفي خدمة من ، مجلة الوحدة الرباط، 1988، العدد 94، ص37-40.

(11) محمد النابلسي : الاتصال الإنساني وعلم النفس، دار النهضة العربية، بيروت، 1991، ص140.

(12) سعيد بن كراد :السميائيات مفاميمها وتطبيقاتها، دار الجواد للنشر والتوزيع، سوريا، ط2/2005،ص121.

(13) عبد العظيم الفرجاني : تكنولوجيا إنتاج المواد التعليمية، دار غريب، مصر، 2002، ص20.

(14) ينظر، نفسه، ص70.

(*) مثل ذلك كلمة باع التي تدّل على معنى الشراء والبيع معا، فأسقط المعنى الأول منها، واحتفظت بالمعنى الأخير، وكلمة "خفي" التي تدلّ على السّتر والكتمان أو الظهور والإعلان والوضوح، فحذفت الدلالة الأخيرة منها، واحتفظ الفعل بمعنى السّتر. ينظر الفكرة في: محمد المبارك، خصائص العربية، دار المعرفة، القامرة، 1960، ص6.

(15) محمود السيد : اللغة العربية والفكر المستقبلي، ص116.

(16) إبراهيم إمام : دراسات في الفن الصحفي، مكتبة الأنجلو المصرية، القامرة، 1969، ص44.

(17) عائشة عبد الرحمن : لغتنا والحياة، دار المعرفة، القامرة، 1968، ص103.

(18) محمود السيد : اللغة العربية والفكر المستقبلي، ص186.

(19) صالح بلعيد : اللغة العربية العلمية، دار هومة، الجزائر، 2003، ص131.

(20) صالح بلعيد : دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة، الجزائر، 2001، ص192، وأيضا محمد المبارك، خصائص العربية، ص61.

(21) عثمان أمين : فلسفة اللغة العربية، دار المعرفة، القامرة، 1969، ص20.

(22) الثعالبي : فقه اللغة وخصائص العربية، القامرة، ط1، ص82 وأيضا: ابن جني : الخصائص، تحقيق محمد علي النجار، دار الكتب المصرية، القامرة، د ت، ج1، ص373-374.

(23) عباس محمود العقاد : اللغة الشاعرة، المكتبة الأنجلو مصرية، القامرة، 1960، ص61.

(24) محمود السيد : اللغة العربية والفكر المستقبلي، ص82.

(*) نقصد بذلك اشتمال العربية على كل القرائن الصوتية اللسانية المعبّرة عن درجات الزمن: الحاضر، المستقبل القريب (بواسطة السّين) والمستقبل البعيد (بواسطة سوف).

(25) عائشة عبد الرحمن: لغتنا والحياة، ص103 وما بعدها.

(26) محمود السّيد : اللغة العربية والفكر المستقبلي، ص78.