اللغة الإعلامية المستخدمة في التلفزيون (دراسة نظرية في المستويات والخصائص)

الدكتورة: راضية قراد

أستاذة محاضرة بجامعة تبسة

1-تحديد المشكلة:

نعيش اليوم في عالم مست فيه التكنولوجيا أدق التفاصيل في حياتنا اليومية فأصبحت السلطة فيه لمن يمتلك المعلومة فأضحت سلاحا في يد مالكها حيث أن هذا التطور كانت له انعكاسات أيضا على ميدان الإعلام الذي أصبح بدوره أحد مقاييسه.

وفي الواقع أن عملية الإعلام تجري في سلسلة ذات حلقات متماسكة يؤدي ضعف أي حلقة إلى ضعف السلسلة كلها فالمرسل، المستقبل، الرسالة، وسيلة الإعلام حلقات متصلة متكاملة في العملية الإعلامية لهذا كان سعي كل الدول إلى بذل مجهودات للرقي في هذا الميدان فكانت المنافسة للوصول إلى إعلام متكامل الأوجه محدد الأهداف في ظل الثورة التكنولوجية القائمة[1].

ويعتبر التلفزيون من الوسائل التي أفرزتها التكنولوجيا الحديثة باعتباره مازال يشهد تطورا متواصلا محدثا تأثيرا لا يمكن إخفاؤه أو إنكاره فوظيفته لا تقتصر على نشر الأخبار أو التسلية والترفيه، بل تتعدى ذلك إلى المساهمة في التنشئة الاجتماعية للأفراد من جانبها السلبي والإيجابي وتكوين آرائهم وثقافتهم ووعيهم[2]، حيث ينفرد بمزايا عديدة تجعله يقف في صدارة وسائل الأخرى من صحافة وإذاعة وسينما وغيرها ففي كل لحظة من لحظات إرساله لا يتوقف عن بث سيل متدفق لا ينتهي من المعلومات والآراء والقيم فاتسع عمله من ناحية البث والمحتوى، وذلك عن طريق لغة مشتركة تستفيد من الحركة والصورة في الاتصال اللغوي والإعلامي بأسلوب يوافق خصائص الكلمة المسموعة والمرئية.[3]

مما ألزم ضرورة الاهتمام بالرسالة الإعلامية شكلا ومضمونا خاصة من جانب اللغة التي تقدم بها المواد السمعية البصرية كونها تعد من الأدوات الفعالة في الاتصال الجماهيري نتمكن بها من إدراك الحياة وتوضيح معالمها ونعت مظاهرها، باعتبارها وسيلة للتفاهم والتواصل في المجتمع الجماهيري، فهي بمثابة الوسيلة التي يعبر بها الفرد عن مشاعره وعواطفه وكل ما ينشأ في ذهنه من أفكار وتحقيقه لرغباته في المجتمع الذي يعيش فيه بطريقة يتفاهم بها مع بني جنسه، وبناء على ذلك فإن اللغة كغيرها من الظواهر الاجتماعية عرضة للتطور في عناصرها المختلفة وقواعدها ومضامينها[4] مما أدى إلى ظهور علاقة وطيدة بين اللغة والإعلام بوصفها وسيلة مثلى للاتصال. لهذا كثر الحديث في النصف الثاني من القرن الماضي عما يسمى باللغة الإعلامية والتي تتفرع إلى لغة الإعلام المقروء ولغة الإعلام السمعي البصري.

ومن الواضح أن وسائل الاتصال الجماهيرية تمارس دورا مهما في المجتمعات الحديثة، فهي تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة والصورة والحركة واللون وتضفي على مستقبلي الرسالة الإعلامية تفاعل رمزي ويتبنى الأفراد معاني مشتركة للواقع المادي والاجتماعي من خلال ما يقرؤونه أو يسمعونه أو يشاهدونه[5]. فكانت علاقة التلفزيون باللغة قائمة في أحد دعائمه على مبدأ "التأثير والتأثر" حيث أفادت الكثير من الدراسات الإعلامية السيميولوجية أن الإعلام أصبح يدرس اللغة كقوة حية ومؤثرة ويعتبرها أداة ووسيلة ضرورية للفكر قد تكون عائقا له إذ لم تع وتدرك الاتفاق المسبق بين المرسل والمتلقي وبهذا تتأثر لغة الإعلام وتكون ذات مستويات مختلفة بمعنى أنها لا ترقى لمستوى لغة الإبداع، ومن بين نماذج الاتصال العديدة يمكن أن يكون نموذج "ولبر شرام" قريبا من مقصدنا خاصة في مجال الخبرة المشتركة والذي يرى بأن يكون المرسل عند مستوى المرسل إليه حتى تصل الرسالة إلى أهدافها سليمة.

ولهذا بدأ الاهتمام باللغة الإعلامية المستخدمة في التلفزيون من خلال الاهتمام بالرسائل الإعلامية التي تبثها والاستقلال بها عن أنواع اللغة الأخرى (الأدبية والعلمية)، لكونها مبنية على نسق علمي اجتماعي عادي وتكون شائعة في أوساط الجمهور المتلقي. ولغة للتخاطب اليومي تستمد أسلوبها من مستويات لغوية مختلفة وقد تطورت هذه اللغة الإعلامية بشكل ساعدها على التعديل والتحسين في أنماطها اللغوية وقوالبها الفنية[6]

وباعتبار أن الجزائر من الدول حديثة الاستقلال، عانت من الاستعمار الفرنسي الذي عمل على طمس شخصيتها وثقافتها وتشويه لغتها الوطنية (العربية) الذي ساعد على انتشار العامية التي أثرت بدورها على لغة الإعلام المستخدمة في تقديم البرامج التلفزيونية مما أدى إلى ضرورة هذه الدراسة ضمن إطار علمي بعيد عن الجانب الأدبي وبالتالي تمت صياغة التساؤل الرئيسي للدراسة كما يلي:

التساؤل الرئيسي:

ما هي أهم مستويات وخصائص اللغة الإعلامية المستخدمة لتقديم البرامج التلفزيونية؟

2-أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار موضوع البحث نختصرها فيما يلي:

1,2 أهمية الموضوع:

تنطلق أهمية موضوع الدراسة من أهمية اللغة الإعلامية في حد ذاتها التي تعتبر نسق اجتماعي وأداة رئيسية في تمرير الخطاب الإعلامي، وتوصيل الحقائق والمعلومات ودورها الكبير في التبليغ والإيصال وكذا أهميتها في جذب المتلقي أو الجمهور على اعتبار أنها من أهم ركائز الخطاب الإعلامي. كما تستمد أهميتها من أهمية التلفزيون ودوره الكبير الذي بات يلعبه على اعتبار أنه يستقطب جمهور واسع وجب التأثير فيه وتوجيهه خاصة من خلال التطور الهائل في مجال البث التلفزيوني من خلال التكنولوجيات الحديثة الحاصلة في وسائل الإعلام والاتصال.

2,2 حداثة الموضوع في الجزائر:

إن موضوع اللغة الإعلامية موضوع متناول إلا أن وجه الحداثة فيه يتمثل في دراسة مواصفات هذه اللغة الإعلامية في التلفزيون من جانب إعلامي نركز فيه على خصائص ومستويات هذه اللغة بين فصحى وعامية.

3,2 تعميق البحث في هذا المجال:

حيث قمنا بقراءات خاصة حول الموضوع وهذا ما جعلنا نفكر في البحث المتعمق حول اللغة الإعلامية من حيث قوالب صياغة الحوار فيها وظائفها، سماتها، أنواعها، خاصة أن الدراسات السابقة تناولت هذا الموضوع من جانب أدبي أي تغليب النظرة الأدبية على الجانب الإعلامي (علاقة اللغة بالإعلام).

3-أهداف الدراسة:

يمكن أن نصف الأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقها كما يلي:

لفت الانتباه إلى موضوع اللغة الإعلامية.

التعرف على مواصفات اللغة الإعلامية المستخدمة في التلفزيون من خلال التركيز على التفاوت في استخدام الفصحى والعامية اثناء تقديم البرامج للجمهور المتلقي وتاثير السياق الاجتماعي والتكنولوجي على تطور هذا الاستخدام، وعلاقة هذه المستويات بخصائص الجمهور المتلقي من جهة، وخصائص اللغة الإعلامية من جهة أخرى.

4-تحديد المفاهيم:

4-1 اللغة:

هناك عدة تعريفات للغة في مجالات مختلفة ذلك أنها لا تتمتع بوجود مستقل ولكنها لصيقة بحياتنا الفكرية الوجدانية والمجتمعية.

واللغة كما يقول "ابن جني":" حد اللغة أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم."[7] ونلاحظ أن هذا التعريف ركز على تعريف اللغة من جانبها الشكلي وكذا وظيفتها التي تتمحور في كونها أداة للتعبير والتواصل.

ويذهب "محمد العزيز الجباني" إلى اعتبار أن:" اللغة وعي واقعي للأفراد والأمم فمن خلال اللغة تعي الأمة نفسها بأنها واعية فهي شيء فينا بل إنها أكثر مماهي لنا"[8].

حيث يربط هذا التعريف اللغة بمستوى الوعي وإدراك الذات ويؤكد أنها شيء طبيعي قار فينا أكثر مما هي لنا نتعلمها ونكتسبها.

واللغة أيضا وعاء المجتمع وفي ذلك يقول الكاتب الروسي "كوفالسون": "لقد نشأت اللغة من ضرورة المشاعر في عملية الإنتاج فاللغة تعني وعاء المجتمع، وفيها تتراكم الخبرة التي تكتسبها البشرية ومكاسب الثقافة[9].

وتأخذ اللغة أيضا بعد سوسيولوجي إذ يواصل "كوفالسون":"اللغة وسيلة ضرورية لتعريف كل فرد على شروط الحياة الاجتماعية وهي وسيلة ضرورية تجعله كائنا اجتماعيا"، حيث جعل اللغة كائن حي يتطور بتطور الظروف الاجتماعية والمجتمع الذي توجد فيه.

كما أن للغة بعدا ثقافيا وفي هذا يقول ويتني "whitnez": "اللغة نظام قائم بالفعل أنها جزء من الثقافة التي يكتسبها الشعب الذي تنسب إليه وهي قابلة للانتقال مثل أي جزء آخر من الثقافة[10].

حيث يرى أن اللغة جزء من ثقافة الشعب وهي تورث من جيل إلى آخر مثل الثقافة

ويجمع أفكار كل هذه التعاريف "محمد العزيز الجباني" في قوله أن:"اللغة هي إما مجموعة أصوات وأما علامات مكتوبة فالمفهوم لا يأتي من هذه الأصوات والعلامات ولكن من التصاقها بشعو من صدرت عنه وحلولها

بشعور سامعها أو الناظر إليها وهي ترتكز أساسا في جسدنا وإنها تمثل محور حياتنا الفكرية والوجدانية والمجتمعية كما أنها لا تنفصل عن مجموع الفعاليات الإنسانية[11] وفي الأخير يمكن أن نقدم التعريف الإجرائي التالي:

اللغة أصوات أو علامات مكتوبة مرتبطة بالفرد وهي وعاء المجتمع وجزء من أجزاء الثقافة إذ تعد وسيلة للتعبير والتواصل بين أفراد المجتمع، عرضة للتطور في مختلف عناصرها، أصواتها، قواعدها، ودلالاتها.

2-4 الإعلام:

كلمة الإعلام مشتقة من العلم ويقول العرب: "استعمله الخبر وأعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته"[12] فلغويا إذن يكون معنى الإعلام هو نقل الخبر.

ويستخدم لفظ: "إعلام" information للدلالة على عمليتين تتمان في وقت واحد تكمل إحداهما الأخرى، فهو يشير من جهة إلى عملية استقاء واستخراج المعلومات والحصول عليها ومن جهة أخرى إعطاء وبث هذه المعلومات إلى الآخرين"[13].

والإعلام حسب "أوترجروت outgrouth " هو:"التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت"[14] ويوضح هذا التعريف أن الإعلام مفهوم مرتبط بالجمهور المتلقي ويعبر عن واقعه فهو يمكن أن يوصلنا إلى معرفة القيم والمعايير والمبادئ السائدة في المجتمع فالمادة الاتصالية تعبر عن واقع المجتمع وما فيه من اتجاهات ومبادئ وقيم ومعتقدات في آن واحد.

كما أورد "إبراهيم إمام" تعريف الإعلام متأثرا بآراء التعريف السابق حيث يقول أن: "الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة الثابتة التي تساعدهم على تكوين أو خلق رأي صائب في واقعه، أو مشكلة من المشكلات بحيث يعتبر هذا الرأي تعبير موضوعي عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم"[15].

وهناك من عرفه على أنه: ومسموع ومرئي ينشر أفكار وأطروحات وسلوكيات معينة ويستعمل وسائط محددة مثل الصورة والصوت والنص والإشارة الإلكترونية...وهو يعني كذلك انقلاب الرسائل والمعلومات من مكان إلى آخر ومن فاعل إلى آخر"[16] وحسب هذا التعريف فإن الإعلام نشاط يرتبط بنوع الوسيلة المستعملة في نقل المواد الإعلامية وهو يستفيد من خصائص كل وسيلة حسب الجمهور الموجهة إليه الوسائل الإعلامية.

وفي الأخير يمكن أن نقدم التعريف الإجرائي الآتي:

الإعلام هو عملية النشر والاستقبال الواسع للمعلومات ويتضمن التعبير الموضوعي عما يتوافق وحاجات الجمهور المتلقي وميولا تهم واتجاهاتهم من خلال تزويد الأفراد بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة باستعمال وسائل الإعلام المقروءة أو السمعية أو السمعية البصرية حسب ما يحقق أهداف القائم بالإعلام.

3-4 الإعلام السمعي البصري:

أدى تطور التلفزيون واهتمامه بالعملية من خلال نشر الحقائق والمعلومات وكثرة البرامج الموزعة إلى ظهورها أصبح يطلق عليه في بحوث الإعلام والاتصال الإعلام المرئي أو الإعلام السمعي البصري والذي يعني حسب "عبد العزيز شرف": "الإعلام السمعي البصري هو تقديم الحقائق والوقائع والآراء التي تهم أكبر قدر ممكن من الأفراد في أوقات هامة مع الأخذ بعين الاعتبار حدود الوقت التي تفرضها طبيعة الوسيلة المستخدمة ومدى قدرة الجمهور على تلقي هذا الكم الهائل من المعلومات" [17]

وحسب هذا التعريف نجد أن الإعلام السمعي البصري مرتبط بطبيعة الوسيلة المستعملة التي تفرض وقت محدد لتقديم الرسالة الإعلامية للجمهور المتلقي مع مراعاة قدرته على تلقي المعلومات الهائلة المبثوثة.

ويمكن تقديم التعريف الإجرائي الآتي للإعلام السمعي البصري: "بأنه عملية تقديم المعلومات من أخبار وحقائق وأحداث وصور، باستعمال الوسائل الإعلامية السمعية البصرية للجمهور المتلقي الواسع في أوقات محددة مع الأخذ بعين الاعتبار قدرة هذا الأخير على استقبال المعلومات".

4-4 اللغة الإعلامية:

سبق لنا وأن عرفنا اللغة، الإعلام، والآن نتجه إلى تعريف اللغة الإعلامية حيث يرى "عبد العزيز شرف" بأن:"اللغة الإعلامية هي التي تشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم الإنسانية والاجتماعية والفنون والآداب ذلك أن مادة الإعلام في التعبير عن المجتمع والبيئة تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة"[18] ويؤكد هذا التعريف أن اللغة الإعلامية هي لغة شائعة تمس كل فروع الحياة وهي وسيلة للتواصل، عناصرها الفن العلم والمعرفة.

وفي نفس السياق يضيف "عبد العزيز شرف" بأن: "اللغة الإعلامية لا تعني ما توصف به اللغة الإعلامية لا تعني ما توصف به اللغة العلمية من تجريد نظري وإنما نريد باللغة الإعلامية أنها لغة بنيت على نسق اجتماعي علمي عادي فهي في جملتها فن يستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام".[19] وحسب هذا التعريف فإن اللغة الإعلامية تختلف عن باقي أنواع اللغة الأخرى كاللغة العلمية التي تتقيد بالتجريد النظري وهي بصفة عامة اللغة التي تستخدم في المجال الإعلامي كالصحافة وغيرها.

وينفي "أحمد حمدي" أن لغة الإعلام تقترب من الحديث الدارج حيث يؤكد أنها: "لغة الإعلام هي لغة فنونها وقواعدها ناهيك عن أنها تتفرع كالأدب إلى فرعين: لغة الإعلام المقروءة ولغة الإعلام السمعي البصري"[20] وبالتالي فإن اللغة الإعلامية حسب هذا التعريف هي لغة لا تنزل إلى مستوى اللغة العامية في المجتمع وهي لغة لها مبادئ ومقاربات نظرية تعود إليها إضافة إلى أنها لغة لا ترقى إلى مستوى لغة الأدب، فهي لغة تنزل بين منزلتين حيث يقول "عبد العزيز شرف" أن: "لغة الإعلام هي لغة مستقلة تماما عن اللغة الأصلية الفصيحة"[21].

وفي الأخير نورد التعريف الإجرائي الآتي:

اللغة الإعلامية هي لغة مألوفة واضحة سهلة وبسيطة تستخدم في الخطاب الإعلامي لها قواعد وفنون نستلزم بها وهي وسيلة اتصالية هدفها التأثير في الجمهور المتلقي، وتنقسم حسب وسيلة الإعلام إلى لغة الإعلام المكتوب ولغة الإعلام السمعي البصري.

5-4 اللغة الإعلامية السمعية البصرية: (التلفزيونية).

يعرف أحدهم اللغة الإعلامية السمعية البصرية بأنها: "اللغة التي تستخدم في الإعلام السمعي البصري وهي لغة مفهومة وبسيطة، حيث تعتمد هذه اللغة على مزايا التلفزيون الصوتية تجعلها قريبة من فهم المتعلمين والأميين على حد السوى"[22] وهذا التعريف قصر اللغة في الألفاظ فقط. بينما توسعت في تعريف آخر حيث ورد تعريف اللغة الإعلامية التلفزيونية (السمعية البصرية)،: "بأنها تلك اللغة المألوفة التي تقوم على الرمز المشترك سواء كان صورة، كلمة أو إشارة أو نغمة أو حركة أو غير ذلك، فالموز في التلفزيون شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى فهي عمود الفقري ودونها لا يمكن أن تعمل "[23].

وهذا التعريف أضاف إلى الأصوات، الصورة، الإشارات، المؤثرات الصوتية والحركات فكلما لغة يعتمد عليها التلفزيون مستعملا في ذلك ميزاته التقنية من صورة وحركة ومؤثرات صوتية بالإضافة إلى اللغة المنطوقة.

ويرى "عبد العزيز شرف" أن اللغة الإعلامية السمعية البصرية هي اللغة الواضحة البسيطة التي تتجه إلى الهدوء والتبسيط والخلو من التكلف وتنطوي هذه اللغة على ألفة تعتمد على السرد الذي يكون أقوى تاثيراعلى جمهور المشاهدين. [24]

ويبين هذا التعريف أبرز خصائص اللغة الإعلامية التلفزيونية والمتمثلة في الوضوح، البساطة، والسهولة وتحقيق الألفة لدى جمهور المتلقي.

وفي الأخير يمكن أن نقدم التعريف الإجرائي التالي:

اللغة الإعلامية التلفزيونية هي لغة سهلة بسيطة وواضحة ومألوفة تعتمد على السرد، باستعمال الكلمة المنطوقة كما تستفيد من الصورة والحركة التي تطبع خصائص التلفزيون.

5-نشأة اللغة وعوامل تطورها:

ويرجع الفضل في نشأة اللغة الإنسانية إلى المجتمع نفسه وإلى الحياة الاجتماعية فلولا اجتماع الأفراد وحاجتهم إلى التواصل والتفاهم وتبادل الأفكار والتعبير عما يجول في عقولهم من معان ومدركات ما وجدت اللغة.

حيث طرحت عدة نظريات حول نشأة اللغة من بينها:

1_1_النظرية الأولى: ترى أن الفضل في نشأة اللغة إلهام إلهي هبط على الإنسان فعلمه النطق وأسماء الأشياء وقد ذهب إلى هذا الرأي الفيلسوف اليوناني "هير اكليت" وفي العطور الوسطى ابن فارس في كتابه "الصاحي " وحديث "الأب لامي" في كتابه " فن الكلام" و"دويو لاند" في كتابه "التشريع القديم".

ويرى "محمد وافي" أن هذه النظرية القائمة على الإلهام الإلهي لتعليم الإنسان النطق لا يقدم أصحابها دليلا عقليا فأدلتهم بعضها تحتمل التأويل والدليل على هذا أن هذه اللغة تختلف من بلد لآخر وهي تنمو وتتطور مع المجتمعات البشرية[25].

1_2_النظرية الثانية: تقر أن اللغة ابتدعت واستحدثت بالاتفاق والإجماع وارتجال ألفاظها ارتجالا حيث ذهب إلى هذا الفيلسوف "ديموكريب" وباحث اللغة في العصور الوسطى "دجلر ستيوارت"

ويرى "وافي" أن إرجاع نشأة اللغة إلى الاتفاق والارتجال لا يقدم دليلا عقليا ولا تاريخيا لها بل أن ما تقدمه يتعارض مع القوانين العامة للنظم الاجتماعية، إذ ترتجل هذه النظم بل تتكون من تلقاء نفسها والاتفاق على التسمية بتوقف في كثير من مظاهره على لغة صوتية يتفاهم بها المتفقون وبالتالي فإن ما يجعله أصحاب هذه النظرية منشأ للغة يتوقف هو نفسه على وجودها من قبل[26].

1_3_النظرية الثالثة: يرجع الفصل في نشأة اللغة إلى غريزة خاصة زود بها في الأصل جميع أفراد النوع الإنساني وهذه الغريزة تحمل كل فرد على التعبير على مدرك حسي أو معنوي بكلمة خاصة به، وهذه الكلمة كانت متحدة عند جميع الأفراد في طبيعتها ووظائفها وما يصدر عنها وأنه بفضل ذلك اتحدت المفردات وتشابهت طرق التعبير عند الجماعات الإنسانية الأولى ومن أصحاب هذه النظرية "ماكس مولر" والفرنسي- "رينان".

وهذه النظرية التي ترجع نشأة اللغة إلى وجود غريزة خاصة على حد قول "محمد وافي" لم تحل شيئا من المشكلة الخاصة بنشأة اللغة بل تزيد في غموضها حيث تتساءل كيف تطورت هذه المعاني القليلة التي تمثلها حروف محدودة والتي تشكل النظام الصوتي للغة إلى معان لا حصر لها فهذه النظرية لا تفسر أصل اللغة بل تزيد تعقيدها.[27]

1_4_النظرية الرابعة: ويرى أصحابها أن اللغة الإنسانية نشأت من الأصوات الطبيعية أي التعبير الطبيعي عن الانفعالات، أصوات الحيوان، أصوات مظاهر الطبيعة والأصوات التي تحدثها الأعمال اليدوية كصوت الضرب والقطع والكسر...وسارت في سبيل الرقي شيئا فشيئا تبعا لارتقاء العقلية الإنسانية وتقدم الحضارة واتساع نطاق الحياة الاجتماعية وتعدد حاجات الإنسان ومفادها أن اصل اللغة محاكاة أصوات طبيعية ومن روادها " ابو-وو".

وفضلا عن هذا فإن هذه النظرية تعجز على تفسير أهل اللغة ولا تفسر- إلا جزءا بسيطا منها ويبقى السر- العميق، كيف نشأت اللغة من هذه الأصوات العفوية التعبيرية التي ترافق حركات الجسم؟ ليس هناك علاقة ظاهرة إنما العلاقة بسيكولوجية أي نوع من فنون الأصوات بصور قائمة في العقل[28].

أيا كان الأمر في تقسيم هذه النظريات فإنما يعنينا في طرحها قدمت محاولات للتأسيس لفكرة نشأة اللغة، التي هي أداة الإنسان في التعبير عما يجول بخاطره من معان وما يحسه من مدركات وهذا التعبير الإنساني كما يراه اللغويون له طرق كثيرة يرجع أهمها إلى قسمين:

1_التعبير الطبيعي عن الانفعالات ويشمل جميع الجذور النظرية غير المقصودة التي تصحب مختلف الانفعالات البشرية وهذه التعبيرات تنقسم بدورها من حيث حاسة إدراكها إلى تعبيرات بصرية وتغييرات سمعية.

2_ التعبير الوضعي الإرادي ويشمل جميع الوسائل الإرادية التي يلجأ إليها الإنسان للتعبير عن المعاني التي يود وقوف غيره عليها وينقسم هذا النوع أيضا إلى تعبير إرادي بصري يشمل جميع الإشارات الحسية التي تستخدم بقصد الدلالة، وتعبيرات سمعية إرادية تصل عن حاسة السمع، وهي الأصوات المركبة ذات المقاطع التي تتألف منها الكلمات، وهذا النوع هو الذي تنصرف إليه كلمة اللغة والتي تتمثل في أصوات مركبة ذات مقاطع تتألف منها كلمات وجملا وهي تعبر عن معان تجول في الذهن.

-عوامل تطورها:

اللغة كغيرها من الظواهر الاجتماعية عرضة للتطور في عناصرها المختلفة، في قواعدها ومضامينها ودلالتها، فالتطور في اللغة ضرورة فهي كائن حي لأنها تحيى على ألسنة المتكلمين بها ولذلك تتطور وتتغير بفعل الزمن، كما يتطور الكائن الحي، ويتغير هي أيضا تخضع لما يخضع له في نشأته ونموه وتطوره وهي لذلك عرضة للتطور في مختلف عناصرها إلا أن هذا التغيير والنمو لا يجري تبعا للأهواء والمصادقات، أو وفقا لإيرادات الأفراد وإنما يخضع في يسره لقوانين ثابتة ومطردة النتائج[29].

ويرجع علماء اللغة التطور الذي لحق بها إلى مجموعة من العوامل أبرزها:

1-عوامل اجتماعية: والتي تتمثل في حضارة الأمة، ونظمها، وعاداتها، وتقاليدها وعقائدها ومظاهر نشاطها العلمي والعقلي وثقافتها العامة واتجاهاتها الفكرية.

2- عوامل أدبية: وتتمثل فيما تنتجه ألسنة الناطقين باللغة وما تبذله مقاصد التعليم، المجامع اللغوية في سبيل حمايتها والارتقاء بها لضمان انتقالها من السلف إلى الخلف بالإضافة إلى تأثر اللغة بلغات أخرى.

3- عوامل طبيعية: وتتجلى في الظواهر الجغرافية والفسيولوجية ترجع إلى اللغة نفسها وطبيعة أصواتها وقواعدها، فعناصر اللغة قد تنطوي على بعض النواحي التي تثير وتساهم في تطورها. [30]

وبالنظر إلى تلك العوامل يتضح أن اللغة العربية شأنها شأن الظواهر الاجتماعية عرضة للتطور في مختلف أجزائها حيث تخضع لمناهج وقوانين واضحة المعالم والنتائج، ثم أن أهم عوامل تطورها ترجع إلى أمور اجتماعية كالبيئة الجغرافية واختلاف الشعوب في خواصها الجسمية الوراثية.

واللغة العربية تتميز بأنها تشمل عناصر أخرى تدل على أنها صيغ مرت عليها تغيرات كثيرة، واللغة العربية التي وصلت إليها هي لغة أهل الحجاز الذين كانوا أهل تجارة وسفر، فضلا عمن كان يجتمع حول الكعبة من الأمم المختلفة وكل ذلك دعا إلى ارتقائها، ثم كانت الفتوحات العربية بعد الإسلام حيث أدت إلى احتكاك العرب وامتزاجهم بكثير من الشعوب التي لم يتصلوا بها من قبل ونجم عن ذلك أن نشأة ظواهر حضارية لم تكن للعرب معرفة بها من قبل فانتقل من جراء ذلك إلى اللغة العربية عدد كبير من مفردات اللغة الفارسية، السريانية اليونانية، التركية، والقبطية، على أنه من المهم في هذا السياق الإشارة إلى أن اللغة العربية كما تسرب إليها من اللغة الأخرى، فهي أيضا تسربت إلى تلك اللغات.[31]

وقد بين معجم اللسانيات لعبد المسدي أنه في محيط اللغة الواحدة تتمتع جميع أنماط التعبير بالدرجة نفسها من الأهمية إذ ما كانت جميعها تبث في حقبة زمنية واحدة ونجد في اللغة الواحدة اللغة الشائعة، اللغة، التقنية، اللغة العلمية واللغة الشعبية حيث تطورت اللغة وخضعت لمعايير حسب "برنار بوتيه" وفقا لما يلي:

1-المعيار الاجتماعي: ويعكس واقع التباين من الطبقات في المجتمع كما يبقي الضوء على ما فيه من مستويات ثقافية مختلفة فللمثقفين لغتهم وللطبقات العادية الشعبية لغة أخرى بألفاظها ودلالتها كما نلاحظ اشتراك طبقات المجتمع كلها في جانب من جوانب اللغة[32].

2-المعيار الصوتي والصرفي والنحوي: وبه نميز التطور الذي مس اللغة الأدبية الرفيعة واللغة الحيادية (الموضوعية) واللغة المحكية الشائعة.

3-المعيار المفرداتي: وبه نوضح تطور اللغة من حيث المفردات وذلك أن اللغة المستعملة اليوم تختلف في مفرداتها عن اللغة الأولية للمجتمعات الإنسانية وهذا لا يعني أننا لا نستعمل هذه المفردات إلا أن استعمالها يكون قليلا نظرا لغموض معناها عند الكثير ويدل هذا على تطور الإنسان والمجتمعات وفقا لماهو ضروري.

4-المعيار اللغوي: وبه نقف على اللغات الإقليمية واللهجات المحلية وعلى اللغة العامة.[33]

ووفقا لهذه المعايير يقول "بوتيه" يمكن معرفة تطور أي لغة في مجتمع ما وذلك أنه لا يمكننا أن نقول أن تطور لغة ما يختلف من أمة إلى أمة باعتبار أن المجتمع البشري ينمو ويتطور وفقا لمراحل محددة تتحكم فيها الظروف البيئية إلا أن الاختلاف يكمن في كون هذه المجتمعات لا تلتقي في مراحل تطور اللغة نظرا لربطها بالتسلسل الزمني والتاريخي المتباين بين الأمم.

6-مستويات اللغة:

في ضوء المعايير السابقة الذكر تطرح مشكلة مستويات اللغة وهنا تطرح مسألة أخرى تمثل أهمية خاصة في مجال دراستنا الإعلامية ونعني بذلك مستويات اللغة التخصصية حيث يرى "هوفمان" أن اللغة التخصصية الشائعة أو كما تسمى لغة الميدان العمل واللغة العلمية المبسطة، تقسم إلى أربع مستويات هي:

-اللغة التجريدية النظرية.

-لغة الرموز.

-لغة حقل التخصص.

-لغة مستوى المعارف العلمية.[34]

ويطرح "نبيل لو" مستويات اللغة علم النحو الآتي: اللغة التقنية واللغة غير التقنية ويرى أن اللغة التقنية هي التعبير عن كل حديث تخصصي في أي مجال من مجالات المعرفة الدقيقة، ويعرف كل مجال من هذه المجالات بمصطلحاته التقنية الخاصة به دون غيره من المجالات الأخرى أما اللغة غير التقنية فهي تهتم بالتراكيب النحوية

أي تأخذ المفردة من جانبها الشكلي لا الدلالي والمعنوي وبالنظر إلى هذا فإن اللغتين التقنية وغير التقنية ليستا مستقلتين إحداهما عن الأخرى ذلك أن كل منهما تستخدم قواعد النحو العام ذاته، مما يؤكد أنهما ليستا لغتين في حقيقة الأمر، وإنما مستويين مختلفين ضمن اللغة العامة، وللغة التقنية مجموعة من السمات أهمها الدقة، حيث يمكن أن تحمل الكلمة العادية من الدلالات، وتتسم اللغة التقنية أيضا بالموضوعية بل يقتضي الأمر أن تتسم اللغة التقنية بأعلى درجات الموضوعية لأن طبيعة مواضيعها تتطلب ذلك.

وعليه فإن المستوى التقني والمستوى غير التقني للغة يعطيها نوعين من النصوص اللغوية وهما النص التقني والنص غير التقني، فما يثبت للغة من خصائص يثبت على وجه العموم للنص، لوقوع النص ضمن إطار اللغة العام[35].

ويتميز النص التقني عن غير التقني بصفتين هما:

-احتوائه على مصطلحات وتراكيب لغوية تقنية (على سبيل المثال النصوص القانونية)

-اتسامه بالموضوعية فهو يقوم على التحديد والدقة فهو ينقل معلومة تخصصية، ذات معنى واحد وقيمة آنية مرتبطة بحركة التطور وبالتالي فهو نص علمي.[36]

وعليه يمكن القول أن للغة مستويان من حيث بناء ألفاظها وتراكيبها هما المستوى التقني والمستوى غير التقني ويوضح الجدول رقم(5) خصائص كل منهما:

المستوى اللغوي التقني	المستوى اللغوي غير التقني
1-تحدد مفرداته بدقة وبالتالي يقدم معلومات دقيقة واهتمامه بالمضمون. 2-موضوعي. 3-تقدم ألفاظه معاني أحادية. 4-يقدم مضمونه قيمة علمية. 5-يفقده التقادم قيمته العلمية. 6-الغاية منه نقل المعلومة النظرية وشرح الإجراءات التطبيقية	1-يركز اهتمامه على الشكل وبالتالي تقديم معلومات نسبية. 2-ذاتي. 3-تحتمل ألفاظه العديد من التأويلات. 4-يقدم مضمونه قيمة أدبية. 5-لا يفقده التقادم قيمته الأدبية. 6-الغاية منه الحفاظ على المعلومة الأدبية ونقلها عبر الأجيال.

من المؤكد أن لغة كلغتنا العربية تتحدد جوانب الثراء فيها، لابد أن ينعكس ذلك على قدرتها وتنوع مستوياتها، وبالتالي وظائفها، ومن هذا التنوع والتعدد تتجلى أهميتها في مجتمعنا العربية ويحدد "عبد العزيز شرف" ثلاث مستويات للتعبير اللغوي العربي كما يلي:

1-المستوى الأول: المستوى التذوقي الجمالي ويستعمل في الفن والأدب.

2-المستوى الثاني: هو المستوى العلمي النظر التجريدي ويستعمل في العلوم.

3-المستوى الثالث:وهو المستوى العلمي الاجتماعي العادي، والذي يستخدم في الصحافة.[37]

وهذه المستويات التي حددها "عبد العزيز شرف" لا تكون مقتصرة في اللغة العربية فقط بل أنها موجودة في كل مجتمع إنساني، إذ يشير إبراهيم إمام إلى أنه يوجد تقارب بين هذه المستويات الثالث في المجتمعات المتجانسة والمتوازنة الطبقات والثقافة فيسود بذلك نوع من التآلف والتعادل بين المستويات العلمية والأدبية والعملية (الاجتماعية)، وهي غالبا ما تكون في أزهى العصور وأرقاها لل

7-نشأة اللغة الإعلامية وتطورها:

كثر الحديث في النصف الثاني من القرن الماضي عن لغة الصحافة ولغة الإعلام والتي ظهرت متأثرة بلغة الأدب خاصة في كونها تعبيرا لغويا فهي وليدة العصر الحديث ولها فاعلية في السلوك الإنساني فضلا عن كونها مظهرا له، مع ارتباطها بمجمل عمليات العقل وفي مقدمتها التفكير مما منحها خصوصية. وقد مرت اللغة الإعلامية بثلاث مراحل ساعدت على بلورة أنماطها اللغوية وقوالبها الفنية حيث كانت في:

1- المرحلة الأولى: واعتمدت الأسلوب المنمق القائم على المحسنات اللفظية، وكان هذا في المراحل الأولى لظهور الصحف المكتوبة والإذاعة.

2- المرحلة الثانية: بدأت اللغة الإعلامية تعتمد أسلوبا جديدا يختلف عن الأول حيث تخلت عن جزء من البلاغة والبيان وبقيت تميل إلى اللغة الأدبية وهذا إلى غاية السبعينيات من القرن الماضي.

3- المرحلة الثالثة: وفيها تحررت اللغة الإعلامية نوعا ما من قيود المحسنات اللغوية واتجهت إلى الوصف والتقرير والبساطة، وحملت أساليب عصرية غير مألوفة مقارنة بالتي سبقتها واستحدثت أنماط لغوية جديدة، وذلك ما جعل بعض المختصين يحملها مسؤولية الخروج عن الفصحى وفي هذه المرحلة ظهر ما يسمى بأخطاء لغة الصحافة (اللغة الإعلامية).

وهكذا تبدو لغة الإعلام حصيلة للمستويات اللغوية المختلفة وحصيلة التفاعل بين الفصحى والعامية بالإضافة إلى استعمالهما معا، فضلا عما هو ناجم عن البيئة اللغوية الأخرى تنمو وتتطور وفقا لحركية الجماعة والمجتمع تؤثر وتتأثر به[38] فاللغة الإعلامية تقترب من الحديث الدارج ولكنها في الحقيقة ليست كذلك بل هي أيضا لها فنونها وقواعدها وتتفرع كالأدب إلى فرعين هما:

-لغة الإعلام المقروء.

-لغة الإعلام السمعي البصري.

-وتحت هاتين اللغتين أيضا هناك مستويات أخرى منها لغة الإعلام الثقافي، ولغة الإعلام السياسي، ولغة الإعلام الاقتصادي ولغة الإعلام الرياضي.[39]

وبهذا كان تطور اللغة الإعلامية مرتبطا بتطور وسائل الاتصال الجماهيري مكتسبة بذلك السمات العامة لكل وسيلة كما أن التطور الكبير الذي أصبح يدرس اللغة كقوة حية ومؤثرة ووسيلة للفكر نظرا لأهميتها لتحقيق التفاهم بين المرسل والمستقبل ولذلك فإن لغة الإعلام تخضع لشروط محددة هي:

-مراعاة مستوى المتلقي وخصائص الوسيلة الإعلامية المناسبة.

-الكتابة بأسلوب سهل ومباشر وموجز وواضح.

-محاولة تلبية رغبات الجمهور المتلقي وترك المجال لفهم واستعاب وفك رموز اللغة الإعلامية المستعملة. [40]

معنى ذلك أن لغة الإعلام المقروء تتطلب جمهورا متعلما يمتلك خبرات في فك الرموز بينما لغة الإعلام السمعي البصري يكون جمهورها غير متجانس حيث أنها تركز على حاستي السمع والبصر لفك رموز الرسالة الإعلامية المفروضة.[41] فمن هنا ظهر الاهتمام باللغة الإعلامية بدرجة واضحة خاصة باعتبارها وسيلة ضرورية لتوصيل ونقل المعلومات إلى الجمهور المتلقي وفي هذا السياق لا يمكن إغفال عامل الإنفاق بين المرسل والمتلقي حول دلالات الرموز، وفي هذا يقول الكاتب الألماني "جورج كلاوس":"لمرسل المعلومات ومتلقيها مخزونات أي أن يكون على علم بالمخزون المعرفي للمتلقي لتحقيق التأثير المرجو"[42].

وبهذا تتأثر اللغة الإعلامية وتكون ذات مستويات مختلفة بمعنى أنها لا ترقى إلى مستوى اللغة الأدبية في قواعدها البنيوية ولا ترقى إلى مستوى اللغة العلمية من حيث تجريدها فهي لغة وسطى بين اللغة الأدبية واللغة العلمية وإذ يمكن أن نذكر أهم ما يميز هذه اللغة انطلاقا مما سبق ذكره كما يلي:

-اللغة الإعلامية تقدم رسائل إلى قاعدة جماهيرية ذات مستويات مختلفة وعريضة.

-يهدف مضمون لغة الإعلام إلى تقديم معلومات بغية التأثير في الجمهور المتلقي.

-جمالية اللغة الإعلامية تنتهي عند عرضها وتوزيعها للرسائل الإعلامية.

-مصدر اللغة الإعلامية موضوعي يتكيف حسب طبيعة المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها.

فاللغة الإعلامية ظهرت متأثرة بلغة الأدب والعلم ومع ظهور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية تطورت واستقلت بنفسها عن باقي أنواع اللغة الأخرى مكتسبة وظائف وسمات مرتبطة بنوع الوسيلة الإعلامية المستعملة.

8-مستويات اللغة الإعلامية:

اهتم اللسانيون باللغة الإعلامية من أجل تحديد طبيعة المفردات والتراكيب المستعملة وبتحديد سمات وخصائص النص المؤثر والملائم للرسالة الإعلامية وفق نوعها حيث أن تأثير هذه الأخيرة على المتلقي اصبح علما قائما بذاته، فبعد أن كان هذا التأثير مرهونا في بدايته باعتماد الرسالة على المنطق والبلاغة والفصاحة اللغويتين أصبح اليوم ذا صلة قوية بالمنطق وعلم النفس وعلم الاجتماع من ناحية وعلى الدراسات اللسانية من ناحية أخرى. وقد استطاع الباحثون تحديد أنواع اللغة الإعلامية المناسبة لعرض الرسالة الإعلامية خاصة في ميدان الإعلام السمعي البصري باعتبار أن الصحافة المكتوبة ترتكز في لغتها الإعلامية على اللغة الفصحى بعيدا عن العامية لأن لغتها تعتبر أسمى لغات الإعلام[43].

وعموما تنقسم اللغة الإعلامية إلى فصحى وعامية ومختلطة بالإضافة إلى مصطلحات من نحو: عامية، اللهجة، الهجين، الفصحى، الفصيحة، اللغة المشتركة، اللغة العربية، عربية المثقفين، العربية الحديثة وسندرج التقسيم الآتي لمستويات اللغة الإعلامية:

1- الفصحى: تعرف بأنها: "لغة القرآن الكريم والحديث النبوي والشعر والنثر والخطابة وسائر مجالات الإنتاج الفكري، وتعلم في المدارس ويجري بها التدريس لمختلف المواد في المدارس والمعاهد والجامعات، تؤلف بها الكتب والصحف والمجلات وتصدر الإعلانات الرسمية وغيرها وهي تخضع لقوانين تضبطها وتحكم عباراتها أهمها قواعد الصرف والنحو".[44]

وتعتبر اللغة الفصحى هي لغة الآداب والعلوم عبر العصور قد شهدت تطورا من حيث الألفاظ والتراكيب ومعاني بعض الكلمات فأصبح لها مدلولات واتسعت اللغة الفصحى الحديثة، وقل استعمال الكثير من الألفاظ التي كانت شائعة في الماضي، بالإضافة إلى أنها لغة العقل فهي فصيلة لسانية قائمة بذاتها، لها نظامها الصوتي والتركيبي ولها مفرداتها واقتباساتها وقياساتها.[45]

واللغة الفصحى لا تنتقل من السلف إلى الخلف في سن الطفولة عن طريق التقليد كما تنتقل العامية وإنما تتعلمها في مراحل دراستنا وتكويننا العلمي، وبالرغم من تعدد لهجات المحادثة فإن اللغة الإعلامية تركز على استخدام الفصحى في البرامج ذات المواضيع الأدبية والفنية والتعليمية والتي تحتاج إلى مستوى لغوي واضح وفصيح لتقديم المعلومات الخاصة بها، وهذه اللغة الفصحى انتابتها في العصر الحاضر تطورات جديدة ترجع أهم عواملها إلى اقتباس مفردات أجنبية بعد تعريبها للتعبير عن مفردات أو آلات حديثة أو مصطلحات علمية أو نظريات كما ترجع إلى ترجمة الكثير من المفردات الأجنبية الدالة على معان خاصة تتصل بمصطلحات العلوم والفلسفة والآداب.[46]

ويقول "كما ل يوسف الحاج" إن اللغة الفصحى ذات مفهوم أبعد وأعمق من الإجماع بين العلماء... وهي أيضا ذات سلطة تستمد من العقل ذاته حيث لا يمكن أن يتغير قانون من قوانينها لأن الإجماع يريد ذلك، وأن الرجوع للعقل البشري وفق ما رسمناه أقوى ضمان في سبيل تحديد اللغة الفصحى، هذا العقل بوجود نظام للجملة لا يمكن تغييره، وهو لا يبحث في الحروف والألفاظ ولكنه يبحث في العامل والعامل هو الإعراب"[47]

في ضوء هذا التعريف للفصحى المبني على النحو... أي الإعراب تصبح كل كلمة قابلة لأن تصير فصيحة، شرط أن تدخل في جملة مفيدة هي عامية إذا استعملت في ترتيب يقوم على الجملة وارتبطت بسابقات لها ولاحقات، حيث تنشأ الوحدة النحوية والمعنوية وتهتم اللغة الفصحى بصلة آخر الكلمات في بعضها البعض لأنها صلة قائمة بالأساس على الجملة، حيث يلجا عليها في اللغة الإعلامية إلى الروابط والعوامل النحوية لأنها تعتمد على التفسير والتحليل والوضوح والسهولة لتحقيق الهدف المرجو.

وتركز اللغة الإعلامية على استخدام الفصحى اذ يمكن أن توجه الاهتمام من حين إلى حين إلى عادة جديدة أو سلوك لغوي. وتستطيع أيضا تربية الذوق اللغوي ذلك أن الجمهور المتلقي يتعلم ضمن حدود ما يحب أن يسمع ويرى، وقوة وسائل أعلام التي تختص بها هي أنها تعمل على توسيع وتطوير اللغة الفصحى فتجعل اللفظ مألوفا وهكذا تؤثر في تطوير الذوق اللغوي. وعلى حد تعبير "ولر شرام" أن اللغة الفصحى جسر- الثقافة ومن غير الممكن أن تكون هذه اللغة ثابتة فهي عرضة للتطوير كأي لغة أخرى.[48]

والفصحى عند الجماهير العربية ترتبط بالمعجزة اللغوية الكبرى" القرآن " وإن تعميمها عن طريق التلفزيون لا يلقى صعوبة كبرى ذلك أن الكثير من المعتقدات والقيم التي يتمسك بها الأفراد أمور مشتركة عند الجماعة يسعون دائما للمحافظة عليها.

2- العامية: وهي لغة الحديث التي نستخدمها في شؤوننا العادية ويجرى بها حديثنا اليومي في الصورة التي اصطلحنا على تسميتها بلغة "لهجات المحادثة" وهي لا تخضع لقوانين تضبطها وتحكم عباراتها، لأنها تلقائية متغيرة تتطور تبعا لتغير الأجيال والظروف المحيطة بهم.

ويرى كمال يوسف الحاج: "العامية لغة الحس والعجلة، لغة فجائية تلقائية إنفعالية وهي لا تبالي بالعوامل النحوية وهي تستمد زخمها ومعناها الأكبر من الإيحاءات والإشارات المختصرة التي ترافق مفرداتها، ولهذا لا تتركب من جمل بمعنى النحو والإعراب، وفي العامية ألفاظ ذات معنى وفي الفصحى جمل ذات معنى، فالعامية تترك لذهن المتلقي أن يدرك بالحدس نوع الصلة بين الكلمات.[49]

وهناك من يعرف العامية بأنها اللهجة التي تشيع على ألسنة العامة في إطار تعاملهم اليومي وهي خليط من الفصحى ولغات أخرى تأثرت بها من خلال الاحتكاك الحضاري على المدى الطويل[50]

والعامية تختلف في مفرداتها وتراكيبها من بلد إلى آخر، بل أنها تختلف من مدينة إلى مدينة ومن حي إلى حي منهم من يستعملها بطريقة تقترب إلى الفصحى ومنهم من يلفظها بشكل يقترب إلى العامية الشعبية المتوارثة.

والملاحظ أن العامية في الوطن العربي كانت مند القديم حيث كانت هناك فوارق في اللهجات وتطورت تدريجيا مع الفتوحات الإسلامية حيث اختلط العرب بغيرهم من الرومان والعجم والبربر، وبهذا ازدادت الفوارق في هذه اللهجات، وكان من الأسباب الرئيسية لتطور العامية في الوطن العربي دخول الاستعمار الأجنبي الذي دعا إلى اعتماد العامية كلغة للحديث والكتابة، لتحقيق أهدافهم باعتبار أن اللغة العربية الفصحى كانت توحد هذه الأمة وترسخ معالمها الدينية والثقافية وبرزت الدعوة إلى إحلال العامية محل الفصحى بشكل واضح في مصر- عام

1880 على يد الألماني "ولهام سبيتا" ويبدو أن "نفيسة سعيد" كانت من الذين رصدوا تاريخ الدعوة إلى العامية وآثارها على اللغة العربية الفصحى واتضح أن مصدر هذه الدعوة أجنبي مرتبط بالاستعمار.[51]

ويتضح أن جمهور وسائل الإعلام انساقوا وراء هذه الدعوة بقصد أو عن غير قصد حيث أن أصحاب الدعوة إلى العامية عملوا على إيصالها إلى الجمهور المتلقي وسلكوا في ذلك سبل منها:

- إدخالهم تدريس اللهجات العامية في مدارسهم وجامعاتهم في إيطاليا والنمسا وروسيا وفرنسا وألمانيا والمجر وإنجلترا إلى غير ذلك من الدول الأجنبية، وقد درست العربية العامية في مدرسة "نابولي للدروس الشرقية" في إيطاليا وقد أنشئت سنة 1927 وجددت سنة 1888، وفي مدرسة باريس "للغات الشرقية الحية" التي أنشئت 1759، وكان أول من قام بتدريس العامية فيها المستشرق الفرنسي "سيلفرستردي ساسي"[52]

- الاهتمام بالتأليف في اللهجات وفي مقدمة هذه الكتب "قواعد العربية العامية في مصر-" ل"ولهام سبيتا" إذ اشتكى من صعوبة العربية الفصحى.

واتبع هؤلاء مختلف الطرق لنشر دعوتهم من الصحف، التلفزيون، الإذاعة، الكتب، المحاضرات، وغيرها، وذهبوا إلى أن اللغة الفصحى تقلل ملكة الابتكار لمن يقرأ ويتعامل بها وتمنع العلماء من التفكير ولا توصل معنى الرسالة الإعلامية الموزعة، وقد تبعهم في دعوتهم هذه بعض العرب المتأثرين بآراء غيرهم من الأجانب ومنهم: داود جيلي، مصطفى كمال، عبد العزيز فهمي، أحمد لطفي السيد، سلامة موسى، سعيد عقيل، هارون غصن، أنيس فريحة، وغيرهم[53].

وبهذا كان هناك استعمال مزدوج لكل من الفصحى والعامية وهذا مرتبط بسياسة المؤسسة الإعلامية والقوانين التي تحكمها بالإضافة إلى الأيديولوجية المستعملة من أجل تحقيقها.

- تطور استعمال الفصحى والعامية في اللغة الإعلامية:

إن علاقة الفصحى بالعامية في وسائل الإعلام ظهرت للوجود بظهور الطباعة التي يعتبر "مارشال ماكلوهان" ظهور القومية واحد من أهم وأشهر النتائج غير المنتظرة والعديدة التي أحدثتها الطباعة وذلك أنها هي التي أنشأت روح الفردية وروح القومية في القرن 16في أوروبا فاختراع "غوتنبورغ": حروفه المتحركة وتنظيمها المعروف في أسطر مكونة من كلمات كان له هذا التأثير، فاللغة الإعلامية تظهر ميزاتها من وسيلة الاتصال الجماهيرية المستعملة، وساهم ظهور القوميات الأوروبية في ازدهار العاميات وتحولها إلى لغة مستقلة، وبذلك بدأ اختفاء اللاتينية.[54]

وعلى غرار ما حدث في أوروبا فإن دخول الطباعة في المشرق العربي الإسلامي وازدهار الصحافة، أدى إلى ظهور الدعوات الإقليمية الضيقة في أواخر القرن 19 وأوائل القرن20، ونلاحظ هنا أن الدعوة إلى العامية ترتبط باللهجات المحلية ضمن جملة وبالمرحلة الطباعية من جهة أخرى، وقبول العامية من حيث المبدأ كما يذهب إلى ذلك محمد مبارك والذي يرى أن تعدد لهجات العامية في الأقطار العربية وقبلها من طرف جمهور وسائل الإعلام ولتنتهي هذه اللغات بالفصحى إلى الحال التي آلت إليه اللاتينية. [55]

إذا كانت الطباعة قد أدت إلى التطورات في المجتمعات وأصبحت فردية ومجزأة وارتبط بذلك ازدهار العاميات والدعوات إليها فإن اكتشاف الكهرباء الذي فسح المجال لظهور وسائل الإعلام الأخرى، فكان الراديو الذي أحدث ثورة آنذاك في عالم الإعلام والاتصال ليأتي بعده بمدة التلفزيون ليحدث بدوره ثورة أعظم من الأولى، وذلك من خلال السمات التي تميزه وقدرته على التأثير في الجمهور المتلقي وبدأ بذلك في استخدام لغة إعلامية لا ترقى إلى

مستوى الفصحى ولا تنزل إلى مستوى العامية ويكون بدلك تفاوت في نوعية اللغة الإعلامية المستخدمة حيث تركز وسائل الإعلام على مستوى اللغة تماشيا مع تحقيق الهدف المرجو وتوصيل الرسالة الإعلامية لفهمها من طرف الجمهور المستهدف وصولا إلى تحقيق التأثير المرغوب فيه

4- التعادلية بين الفصحى والعامية في اللغة الإعلامية.

قبل أن نتطرق إلى محتوى هذا العنصر علينا توضيح مفهوم التعادلية حتى نتمكن بعد ذلك من تحديد العلاقة بينه وبين مفهومي العامية والفصحى فالتعادلية حسب" توفيق الحكيم" "أن الإنسان متعادل ماديا ومعنويا، فالتعادل يعني المحافظة على قوتين، دون أن تتلاشى إحداهما في الأخرى، ولتتعادل أداته الفعالة التي يستخدمها دائما في كل محيط، سواء في العلم أو في الأخلاق أو في الفن أو في السياسة أو في اللغة أيضا، وهذه الأداة تسمى برد الفعل. كما أن أي فعل له رد فعل، وما رد الفعل هذا سوى وسيلة لتعادل الفعل إذا اختل توازنه أو اجتاز حدوده"[56]، وبعبارة أخرى رد التعادل إلى الفعل الذي انحرف إلى مداه ونهايته.

فالتعادلية كما يقول "توفيق الحكيم " تعمل بجهاز ذا محركين "رد الفعل والتعويض" فمظاهر التعويض واضحة إذ كل ضعف تعوضه قوة وكل نقص تقابله زيادة، نجد ذلك بالقياس إلى اللغة[57]

ففي عصر النهضة الأوروبية أخذت اللهجات المحلية تتبوأ مكانتها اللائقة بها، وتقاربت المستويات اللغوية في الآداب والعلوم أما في البلاد العربية سادت فيها الآداب والعلوم وأدى ذلك إلى ازدهار الفصحى وتحقيق نوع من التآلف بين المستويات العلمية والأدبية والعملية، وفي نفس هذه الظروف ظهرت اللغة الإعلامية وبدأت الهوة تتسع بين الفصحى والعامية.

وينظر للغة الإعلامية أنها حققت التعادلية بين مستوياتها اللغوية فجماهيرية وسائل الإعلام جعلها تسعى لعرض الرسائل الإعلامية بلغة سهلة وبسيطة لا تنزل إلى مستوى العامية، لتحقيق الفهم الجيد والوصول إلى الأهداف المرجوة[58].

وهكذا فالتعادلية في اللغة الإعلامية تؤدي إلى تقارب المستويات العلمية والجمالية والعملية فعلى حد تعبير "إبراهيم إمام":" كلما نزلنا في سلم التطور الحضاري للمجتمعات نجد فروق واضحة بين المستويين الأدبي والعملي للغة، وهذا الأمر ينطبق على كل من الفصحى والعامية في لغتنا العربية، ذلك أن اللغة في تطورها وارتقائها تتأثر بعوامل كثيرة منها انتقالها من جيل إلى آخر وتأثرها بالعوامل الاجتماعية والنفسية والطبيعية كحضارة الأمة ونظمها وعاداتها وتقاليدها وعقائدها وثقافتها واتجاهاتها الفكرية".

وحينما ننظر إلى هذه العوامل جميعا نجد أن اللغة الإعلامية تقوم بوظيفة التعادلية بين الفصحى والعامية نتيجة لسير التبادل الإعلامي ولأن وسائل الاتصال لها القدرة على التبليغ خاصة التلفزيون الذي له دور كبير في التأثير على الجمهور المتلقي وهو بإمكانه أن يؤدي خدمات جوهرية للغة الإعلامية المستخدمة.

ومما سبق عرضه يتضح أن الفصحى والعامية من أهم القضايا في علم الإعلام اللغوي ولذلك فإن وسائل الإعلام تسعى إلى المؤالفة بينهما، ليس من خلال استخدام الفصحى فقط وإنما عن طريق دعم توصيل الرسائل باستعمال العامية.

وللغة الفصحى عند الجماهير العربية مكانة مهمة فإن تعميمها عن طريق وسائل الإعلام محوط بعوامل النجاح، ذلك أن البحث العلمي في الإعلام أثبت أنه يتم من خلال مجموعة من العوامل والمؤثرات التي لها دور كبير

في الوصول إلى النتائج العلمية، ونعتبر أن أهم هذه العوامل جعل الفصحى عند الجماهير العربية ترتبط بالمعجزة القرآنية[59]

وهذا لا يعني عدم استعمال اللغة العامية من طرف هذه الرسائل لأن اللغة الإعلامية تحقق التعادل بين نوعيها، وذلك كلما كانت هناك ضرورة أكثر لتوصيل معنى الرسائل الإعلامية دون غموض فيكون استعمال الفصحى والعامية معا لأجل تجنب هذا الغموض حتى وإن كان استعمالها يقلل من أهمية العربية الفصحى وبهذا تقارب اللغة الإعلامية في استعمالها للفصحى والعامية وتعادل بينهما وفقا لما يؤدي إلى وضوح وإيصال معنى المضمون الإعلامي.

*-وظائف اللغة الإعلامية:

يرى "عبد العزيز شرف" أنه في الاتصال بالجماهير تصبح طبيعة الرسالة التي يهدف المرسل توصيلها إلى المستقبل، هي محور الدراسة الإعلامية، ولذلك تعنى هذه الدراسة بطبيعة الرسالة من حيث الأغراض والوظائف والاستعمالات المختلفة كلغة إعلامية.[60] ويتضح أن الوظائف التي تؤديها اللغة الإعلامية مهمة لمحتوى الرسالة الإعلامية حيث توجد ثلاثة وظائف رئيسية للغة الإعلامية وهي كما يلي:

1- <u>الوظيفة الإعلامية</u>: حيث يكون الغرض من الاتصال اللغوي هو توصيل المعلومات وإبلاغ الحقائق وتزويد الجمهور المتلقي بالآراء والأفكار، وباستعمال وسائل الاتصال المختلفة تتجسد الوظيفة الإعلامية للغة الإعلامية في التلفزيون من خلال ألفاظ وعبارات وجمل تعتمد على وصف موضوعي دقيق لمحتوى الرسالة الإعلامية الموزعة، التي يكون هدفها الأساسي هو الإعلام بكل ما هو جديد، من خلال التزويد بالمعلومات والآراء حول الوقائع والأحداث لجذب اهتمام الجمهور المتلقي، وتبرز الوظيفة الإعلامية بصورة واضحة في لغة البرامج الإخبارية -كالنشرات الإخبارية- التي تهتم بالوظيفة الإعلامية من خلال الكلمة المسموعة كمصدر للمعلومات.

2- <u>الوظيفة التعبيرية</u>: حيث يكون الغرض من اللغة الإعلامية التعبير عن المشاعر والحواس أو تحريك مشاعر واتجاهات المتلقي حيث تكون مفهومة لدى جمهور المستقبلين حيث تعرض بطريقة جذابة تحقق حسن الاستماع والمشاهدة من خلال الاعتماد على الألفاظ والعبارات التي تؤدي معناها فتمس عواطفنا باستعمال الوسيلة الإعلامية المناسبة، ويظهر هذا النوع من الوظائف في البرامج الإعلامية التي تكون موضوعاتها ذات صلة وثيقة بالفن والأدب.

3- <u>الوظيفة الاقناعية</u>: ويتضح أن الغرض من هذه اللغة الإعلامية هو إقناع الجمهور المتلقي بفكرة أو رأي معين أو وجهة نظر ما أو دفعه لسلوك معين، وهو ما يحدث في الاتصال الاقناعي بوجه عام بالاعتماد على لغة واضحة ودقيقة حيث يستعين المرسل بألفاظ وعبارات للتعبير عن مفاهيمه وأفكاره، والتي تقوم بعملية التأثير مستعملا في ذلك الوسيلة الاتصالية المناسبة، إذ يعتبر التلفزيون ذا قدرة كبيرة على التأثير مقارنة بالوسائل الأخرى.[61]

وانطلاقا مما سبق ذكره يتضح أن للغة الإعلامية وظائف واضحة حسب نوعية البرامج والهدف منه بالإضافة إلى نوعية الوسيلة الاتصالية المعتمدة، وبالنظر للتلفزيون نرى أن والوظيفة الإعلامية للغة الإعلامية تبرز في البرامج الإخبارية كالنشرات المصورة، التعليقات... أما الوظيفة التعبيرية فهي ترتبط بالبرامج الفنية والأدبية التي تمس المشاعر، في حين تبرز الوظيفة الاقناعية في البرامج التي يكون هدفها الأساسي التأثير في سلوك الجمهور المتلقي كالبرامج الدينية والموجهة.

9- سمات اللغة الإعلامية:

إن الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وسلوكها وميولها واتجاهها وتعد لغته أهم أسباب نجاحه، وهي المادة التي تبنى على نسق علمي اجتماعي عادي، تحرص على مراعاة القواعد اللغوية مع مراعاة البساطة في الأسلوب والاختصار، وتحمل الدقة والوضوح اللذان يستلزمان صدق الأخبار، وحسن النية، وفيها تتشكل المصطلحات الإعلامية مثل قواعد التوليد والاشتقاق.[62]

كما يجب أن نذكر أن للغة الإعلامية مستويات المتنوعة، ولا تفهم عبقرية اللغة الإعلامية إلا بالنظر إلى الخصائص التي يمكن إجمالها في النقاط التالية:

- تحمل عدة صور من الأداء اللغوي: كونها تتوجه إلى جمهور عريض، ولغتها لغة المجتمع وأساس الإعلام الحديث هو التوجه إلى الجمهور العريض الواسع، ومس كل الطبقات والمستويات، ومن ذلك فإن لغتها تمتلئ بالبسيط المبتذل أحيانا، فبمراعاة مستوى الصدق في المعلومات، يحتم عليها انزياح بعض الأنماط التقليدية إلى صور جديدة، مثل المسرحية التي تكتب بالعامية لأنها لغة الكلام اليومية المهيمنة التي تثير أكبر عدد من الجمهور المتلقي.

- تستعمل التكرار والإعادة والتأكيد: إن التكرار والإلحاح من حيل الإعلام ولهما أثر طيب في الصدق وإيصال الرسالة الإعلامية، وفهمها بطريقة واضحة لا تخل بمعناها.

- الإيجاز: توظف الإيجاز في مواطن كما تميل إلى الإطناب في مواطنه، وهذا باعتماد القاعدة التي تقول: "العربية أوجز عبارة وأقصر كتابة"، كما تميل في تطورها نحو السهولة والتيسير وتستبدل أصواتا بأصوات أصلح من تلك التي كانت صالحة وأصبحت الآن عويصة النطق ولا تتطلب مجهودا عقليا كبيرا، وهذا ما يلاحظ على مستوى التخلص من الهمزة وانكماش الأصوات وتداخلها بين بعضها، وهي ظاهرة من ظواهر السهولة[63]

والسر في هذا هو السير نحو قانون السهولة حري لإلغاء مختلف علامات التأنيث والإبقاء على واحدة، ومثل ضياع تاء التأنيث في الألوان وكذلك محاكاة أنماط القدامى من العرب في قانون التغليب.

- التلميح: إن الرقابة هي التي جعلت التلميح أبلغ من التصريح، والمعنى الخفي أو الملمح إليه أكثر إبلاغا من المعنى المصرح به وعدم الذهاب إلى القصد لحاجة في نفس الإعلامي غير ما تكتب، كما أن هناك من يخشى من الكذب إذا تكلم، ومن السلطات إذا تحدث، فلا بد من انتقاء التراكيب التي تعمل على تفادي الوضوح المؤدي إلى التورط، وهروبا إلى اللبس والتلاعب بالعبارات ونعلم أن تباين الفهم مع العبارات البسيطة أقل منه مع العبارات المنمقة، وهو مع الأسلوب الحقيقي أقل منه مع الأساليب المجازية، ولذا تعتمد كلمات ذات رنة يتداولها الناس بكثرة، وليس من الضروري أن يكون معناها مفهوما أو موضحا عند اللذين تلقى عليهم في مواقع وفي مواقع أخرى تعتمد كلمات جديدة ذات سهولة في اللفظ أو غرابة فيه أو قوة لفظية.[64]

-تعجيل نقل الخبر: يتضح من هذه السمة أن الإعلامي لا يكثر في كلامه كي لا يفوته الخبر، فنراه مستعجلا تسوقه الحوادث ناقلا ومرددا ومصورا ومقلدا نحو آلة فوتوغرافية سريعة اللقطات، يفشل إذا فاتته الحوادث، لأن غايته سبقها، وفي النقل المتعجل يقع في أخطاء بسيطة، وهذه سمة من سمات اللغة الإعلامية.

-التأثير: إن اللغة الإعلامية مقياس تعتمده للتأثير في المتلقين، وقد تأخذ تلك الديباجات المنمقة من الصحف أو تلك الأعمدة البليغة التي تعمل أحيانا على حرب الدعايات والمزايدات الكلامية، وهذا بمراعاة ما يمنحه الإعلامي من مواد خام التي يصوغ منها الجمال والدور بتوظيف المستويين لهما:

- مستوى مخاطبة العقل لتعريفه أمورا أساسية صالحة.

- مستوى مخاطبة العاطفة في سبيل إقرار أثر في الجمهور المتلقي يتعلق بقضية أو حدث ما[65].

-تأثير الواقع المحلي: إن المشكلة التي نعانيها في الجزائر أننا متعددوا اللغات، لغة المدرسة، لغة الشارع، لغة السوق، وهي متباينة، فمن هنا عندما يعبر الإعلامي بلغة خارجة عن النمط المألوف فإنه يعبر عن واقع لغوي اجتماعي ولما تحتله اللهجات في المحيط[66] فلا ينبغي الإبتعاد عن هذا الواقع.

وإن البلاغ الحقيقي هو نقل المعارف الصحيحة الثابتة إلى الجمهور المتلقي أو انتقاء المعوج رغبة في الإصلاح وهذا العمل يتطلب العمل على مناط إيقاع في الكلام، واعتماد الكلمات وكميات الجمل التي تكون صادقة في التعبير عن ميول الجماهير.[67]

كما رأينا سلفا فإن اللغة الإعلامية لا تعني أنها لغة لها قواعدها الخاصة، بل هي اللغة العادية التي يوظفها الناس الطبيعيين، وهذه إحدى خصائصها لما تستهدفه من جمهور عريض، تمس مشاعره وتلبي مطالبه اللغوية، وإضافة إلى ذلك هناك مجموعة أخرى من العناصر الأخرى وهي:

- توظيفها للرمز والذي هو جزء من الموقف الإتصالي العام بأبعاده النفسية والاجتماعية والثقافية ويكون امتداد للإيحاء والتلميح.

- خاصية التراكم والاستمرار والنمو والقدرة على الانتقال من جيل لآخر وهذا حسب المقام، وسياق الحال.

- مخاطبتها العقل، كما تخاطب العاطفة، وهذا راجع إلى المخاطب إليه.

- تغليب الفصيح على العامي، باستعمال الفصحى لغة للإعلام ليست صعبة أو عسيرة المنال، فلغة الإعلام هي الفصحى السهلة الميسرة في مستواها العملي المميز عن المستويين: العملي التجريدي والتذوق الجمالي.

- استعمال أفعال المطاوعة والبناء للمجهول، وحسن تغيير الأوصاف.

- اعتماد الوضوح المعتمد على البساطة والتكرار.

-اكتساحها حواجز الزمن والمكان، باعتبار أن الوسائل الحديثة ألغت الحدود، واعتمدت لغة جديدة، ولأن لوسائل الاتصال القدرة الفائقة على التبليغ.

وبذلك فإن بمقدورها أن تؤدي خدمات جوهرية معينة للفصحى المشتركة، ما إن استغلت هذه الوسائل في الرقي اللغوي ورفع مستواه وفقا ما يناسب الرسالة الإعلامية.

10- خصائص اللغة الإعلامية المسموعة المرئية (في التلفزيون):

اللغة التي تستخدم في الإعلام السمعي البصري وخاصة في التلفزيون، هي تلك اللغة المشتركة الإعلامية المفهومة المبسطة، حيث تعتمد هذه اللغة على ألفاظ بمزايا "صوتية" تجعلها قريبة من فهم المتعلمين والأميين على حد السواء.

كما تتسم هذه اللغة بالموضوعية التي تنأى بها عن الذاتية أو الشخصية من جانب المتحدث تأسيسا على ذلك فإن هذه الفنون التحريرية تقوم على الرمز المشترك سواء كان صورة أو كلمة أو إشارة أو نغمة أو حركة أو غير ذلك،

فالرموز في الإذاعة المرئية والمسموعة شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، عمودها الفقري ودونها لا يمكن أن تعمل.[68]

وقد حققت بعض البحوث نتائج لا بأس بها في تصحيح إرسال اللغة عند قراءة الأخبار وغيرها من المواد الإعلامية التلفزيونية بحيث يراعى في اللغة تحقيق القواعد الخاصة بمخارج الحروف ونطق الكلمات والاستطراد والاستفهام والتعجب وما إلى ذلك من فنون الإلقاء.

فليس من شك أن نبرات صوت المذيع وطريقة الإلقاء وحركات وسكنات المتكلم تعطي الألفاظ قوة في تحقيق المعنى الدلالي، بحيث يتلوا تلاوة حية في دقة ووضوح تبرز من خلال صوت المقدم، وتأسيسا بما تقدم نجد أنه يجب على اللغة السمعية البصرية أن تتسم بهذه الخصائص.

- سمة القصر في الجمل والعبارات: فلا ينبغي للمذيع أن يعتمد على الجمل الطويلة ولا يصح له أن يعتمد كثيرا على الجمل الاعتراضية، وبذلك يسهل على المشاهد التقاط الكلمة المذاعة كما يسهل له الحصول على معناها الإجمالي، ومعنى ذلك أن المشاهد لا يستطيع أن يقف من الكلام المذاع موقفه من الكلام المكتوب.

إن الإيجاز من سمات اللغة الإعلامية لأنه منبع الوضوح، وقد تنبه لهذه الحقيقة الفيلسوف الفرنسي- "باسكال" منذ ثلاثة قرون مضت حينما اعتذر لصديق له بسبب خطاب طويل كان قد كتبه إليه فأوضح أنه لم يكن لديه الوقت الكافي ليكتب خطابا قصيرا، وموجزا.[69]

ولكي يوجز المحرر فلابد من أن ينسق المادة الإعلامية في ذهنه قبل أن يضعها على الورق وعادة ما تدور حول محور أساسي واحد ومهما تكن تفاصيلها معقدة، ولا يمكن كتابة المادة المذاعة بإيجاز إلا إذا كان المحرر قادرا على إدراك هذا المحور الأساسي بشكل واضح، وعندئذ يستطيع أن يصنف التفصيلات ذات الصلة الوثيقة بالموضوعات ويرتبها في أفضل نظام يصور هذه النقطة الأساسية، ويطرح جانب التفصيلات التي ليس لها علاقة بالموضوع، هذا ما يستلزم أن تكون المادة الإعلامية التي تبث في التلفزيون موجزة لأن الإيجاز عنصر أكثر أهمية مما عليه الحال في وسائل الاتصال الأخرى.

- تجنب الحشو اللفظي: وهي سمة مرتبطة بما تقدم، لأن الحشو اللفظي من عناصر التشويش في استقبال الرسالة التلفزيونية، فالمحرر الذي يعمل في الصحف المدرك للقيود الدرامية لوسيلة الاتصال التي يعمل بها فيلجأ إلى نثر بعيد عن الزخرفة والمحسنات المعنوية أو اللفظية، فالصورة في التلفزيون مثلا تمثل شهادة صادقة عن الحقيقة من خلال تقرير مرئي ينأى عن الوصف العاطفي[70] فالتحرير الجيد يجب أن يعتمد عن البساطة ويعطي الاعتبار الملائم للصورة في التلفزيون خصوصا من خلال تحقيق الوضوح والإيجاز والدقة ولذلك يجدر الابتعاد عن الجمل الاعتراضية وكذلك الإعراض في استخدام أسماء الموصول، التي تعود على المفعول لأن سوء استخدامها يؤدي إلى تعويق في استقبال كلمتين متشابهتين في النطق، ومختلفتين في المعنى في الجملة الواحدة، لئلا يساء سماعها بينما التبديل فيها يضمن الوضوح.

- سمة الدلالة: ذلك أن إدراك العلاقات الدلالية للألفاظ يساعد المحرر على جعل مادته الإعلامية واضحة، وترتبط هذه السمة ارتباطا وثيقا بسمة الإيجاز والتنظيم، ودون تفهم العلاقات الدلالية للألفاظ فإن الأحداث تصبح دون معنى في حين أن المشاهد يبحث عن هذا المعنى.

ولما كان معنى العالم يزداد مع الزمن تعقيدا والمنازعات المتشابكة، تزداد الخطورة فإن معنى الأحداث يصبح أكثر أهمية مما كان عليه في أي وقت مضى، والمشاهد يدرك كلاهما، ذلك بالغريزة، إذا لم يكن بالوعي، لأن العالم الذي نعيش فيه هو ذاته الذي تحدق به المخاطر.

وعلى ذلك فإن المحرر الذي يعد المادة المذاعة والمشاهدة ينبغي أن يتمتع برؤية خاصة في الدلالات والمفاهيم المتعلقة بكافة الشؤون الإنسانية.

– سمة الإيناس: عن طريق استعمال العبارات الواضحة والألفاظ المألوفة للمستمعين والمشاهدين، وتجنب الألفاظ المبهمة، ذلك أن لغة الإذاعة والتلفزيون لغة منطوقة وليست لغة أدبية، وأفضل المحررين هم فقط أولئك الذين يستطيعون أن يكتبوا بنفس الأسلوب الذي يتحدثون به، فأسلوب التحادث هو الذي يحقق الألفة والإيناس في اللغة السمعية البصرية.

– استخدام المجاز في بعض الأحيان: بحيث لا يكون مهما أو غامضا، وأن يكون الهدف منه مزيدا من الوضوح وتمام المعاني.[71]

وإذا كانت لغة الصحافة لا تفضل المجاز على الإطلاق، فإن التلفزيون يقتضي في لغته جملة لامعة مضيئة، تخفف من الملل المحتوم الذي تحتويه غالبية الأخبار الهامة.

– سمة التطابق بين الكلمات والصورة في التلفزيون: لأن المشاهد يميل إلى تصديق الصورة التي تتفق مع الكلمة، ومن ذلك يتبين أن تحرير المادة التلفزيونية ينبغي أن يضع معنى الحدث في الاعتبار، وأن ينقل هذا المعنى بأكبر قدر من الوضوح، وعندما تشده الصورة فلابد من استخدام التطابق بين الصورة والألفاظ[72].

– التكرار: سمة من سمات اللغة الإعلامية، وهو مع ذلك ليس ألزم الخصائص في لغة الإذاعة، ذلك أنه ليس في وسع المستمع أن يعود إلى مراجعة الكلام كما يستطيع ذلك في الجريدة، كما أن للتكرار فائدة لغوية في تعميم المفردات وتثبيتها في أذهان المستمعين. على أنه في لغة الإذاعة المرئية يجدر الإبتعاد عن الصيغ المستهلكة للعناوين التي تنجم عن القيود في المساحة في أعمدة الصحف، وهي القيود التي تنتفي في التلفزيون.

– إن التحرير للتلفزيون يقتضي فهم الخصائص الصوتية للغة ولمفرداتها:بحيث يعاون المقدم وهو على الهواء لتحقيق الوضوح والإيناس في إرساله، فالمادة يجب أن تحرر بوضوح مشكولة الألفاظ الغربية، مصححة بعد

الكتابة مع وضع علامات الترقيم بين الكلام المكتوب لتمييز بعضه عن بعض أو لتوزيع الصوت عند قراءاته، وكذلك تجنب كتابة الأسماء والألفاظ الأجنبية بالحروف اللاتينية حتى يسهل نطقها نطقا صحيحا، ويفضل أن يوضع تحتها خط يستدعي انتباه المذيع إلى وجود هذه الكلمة الأجنبية، فيأخذ عدته للتغلب على ما سوف يواجهه من صعوبة.

كما ينبغي في التحرير أن يكتب الهجاء الصحيح والهجاء المنطوق ليستفيد بها يذيع، لاسيما في المصطلحات العلمية الغير شائعة ويكتب الهجاء المنطوق على المقاطع كذلك بين قوسين لتمييزها عن بقية النص.[73]

– أسلوب التقرير في اللغة الإعلامية لتحقيق مطالب الوضوح الإعلامية: ويعني ذلك أن الأفكار تحظى بتأثيرها عند نقلها صوتيا باستخدام اللغة التقريرية الأكثر مباشرة ولذلك ينبغي الابتعاد عن الشرط غير السليم والإطناب واستخدام صيغة المجهول والابتعاد وكذلك عن الصيغ المعقدة، حيث يمكن استخدام صيغ الفعل

البسيط والابتعاد عن الجمل المطولة الثقيلة، والنثر المنمق الحافل بالمحسنات البيانية، واحتفاء الدقة عند استعمال الكلمات والتأكيد الذي لبس في محله.[74]

– عند استعمال الأرقام في اللغة الاعلامية التلفزيونية يجدر أن تحول الأرقام إلى أرقام كاملة حيثما أمكن، ومع ذلك فإن الأعداد الكبيرة جدا تكتب بالكلمات والأرقام معا، ويلجأ إلى ذلك لتجنب تشتت ذهن المشاهد خلال نطق الأرقام الكبيرة.

– يستحسن استخدام صيغة الفعل المضارع في لغة الإذاعة السمعية البصرية، كما يفضل الفعل المبني للمعلوم، على استعمال الفعل المبني للمجهول (إلا عند الضرورة القصوى عندما يستخدم المذيع بعض الألفاظ التي اشتهرت بالبناء للمجهول كلفظ" عني بأمره".

ويتضح مما سبق ذكره أن اللغة الإعلامية التلفزيونية هي لغة واضحة وسهلة وبسيطة تتسم بالموضوعية والابتعاد عن الذاتية، وأن أبرز سماتها سمة القصر والإيجاز في الجمل والعبارات حتى يتمكن المشاهد المتلقي من فهمها بسهولة إضافة إلى أنها تتجنب الحشو اللفظي الذي يخل بمعناها ويكون ذلك بالاعتماد على الكلمات والألفاظ المألوفة التي تحقق الإيناس والوضوح للمتلقي، كما أن سمة التكرار تساعد في الاحتفاظ بمعنى الرسالة الإعلامية، وتحقق سمة تطابق الصورة مع الكلام مصداقيته المقدم في عرضه مضمون الإعلامي بطريقة واحة وبسيطة، ونرى أن اللغة الإعلامية التلفزيونية تركز على استخدام صيغ الفعل المضارع، الفعل المبني للمعلوم والابتعاد على المبني للمجهول.

10- سمات مقدم (مذيع) البرامج التلفزيونية:

إن مذيع الحوار الحديث المباشر التلفزيوني هو الشخص الذي يتولى إدارة الحوار مع الضيف أو الشخص الذي يقدم موضوع الحديث المباشر سواء كان المذيع هو من قام بإعداد الموضوع البرنامج أم كان منفذا له وهناك مجموعة سمات ينبغي توافرها فيه منها:

-الثقة بالنفس:

فهي عامل رئيسي من عوامل نجاح برامج الحوار والحديث المباشر، فالشخص الذي يبدو مهتزا أمام ضيوف البرنامج أو غير واثق بنفسه يؤثر سلبا على جو البرنامج وبالتالي يؤثر ذلك على متابعة الجمهور له ولبرنامجه التلفزيوني وهذا يؤثر سلبا على مدى مشاهدة الجمهور له.

-المظهر الملائم:

وتبدو أهمية ذلك في المذيع التلفزيوني وذلك لا يعني عدم أهميتها بالنسبة لوسائل الاتصال الأخرى، فمقدم البرنامج هو الشخص الذي يمثل وسيلة الاتصال التي يعمل بها كما أن مظهره يؤثر على جمهور وضيوفه، ولا شك أن المظهر الشخصي للمذيع أو المذيعة يعد أمرا له أهميته على شاشة التلفزيون والمقصود بالمظهر الشخصي- أنه الشكل أو الصورة التي يبدو فيها أمام المشاهدين وترتبط هذه الصورة بما يرتديه من ملابس ومدى وضوح ملامحه واتساق شكله (مظهره) بشكل عام، حيث أن مظهر المذيع يؤدي وظيفة مهمة في رفع درجة الاقتناع والثقة به لدى المشاهد، فالمظهر الذي يمثل قدرا من اللفة للمشاهد ينبع من إحساسه بأنه أمام شخصية عادية ومتوازنة ولا يتوفر ذلك إلا من خلال التزام المقدم بالبساطة والابتعاد عن كل ما هو شاد وغريب، في الملابس والماكياج وما يتعارض مع خواص الكاميرا أو يؤدي إلى عيوب في صورته[75] فمظهره هو شرط أساسي لجذب انتباه الجمهور المشاهد.

-المعرفة والثقافة العامة:

وتعني أن يكون المذيع ملما بالأحداث المعاصرة من قضايا ومشكلات اقتصادية وسياسية وثقافية في سياق مجتمعه أو المجتمعات الأخرى، وهو بمعنى آخر(فرد ذو ثقافة)، والمعرفة هي جزء من الثقافة، فمعرفة المذيع بما يدور حوله وقدرته على جمع المعلومات وتفهمه لما يعايشه من أحداث ينعكس على إدارته لموضوع الحوار التلفزيوني حيث يتمكن من توجيه الأسئلة إلى الضيف والتفاعل معه، فلا يبدو أمام الضيوف والجمهور بمظهر الجاهل الذي يفقد مصداقيته[76] فمن خلال المعرفة بالموضوع يتمكن مقدم البرنامج من تحديد نقاط تركيز الحوار أو الحديث بما يخدم أهداف البرنامج، كما يتمكن من أن يضفي نوعا من الإثارة والتشويق بما يتيح الفرصة أما ما للبروز والتألق ويبدو شخصية قوية.

ويلاحظ أن بعض مقدمي برامج الحوار والحديث كثيرا ما يقعون في أخطاء بما يقضي بهم إلى نتائج سلبية في البرنامج التلفزيوني، حيث أن معرفته العميقة بموضوع الحوار وإظهاره لذلك ليؤكد أنه أكثر علما من الضيف بهذا الموضوع فيتمادى في التعليقات المطولة ويوجه الأسئلة ويجيب على جزء منها متجاهلا بذلك الضيف وأهميته في برنامجه، وكذلك عندما يكون المقدم لا يعرف شيئا عن الموضوع يقل دوره وأهميته الحوارية، فيكون الضيف هو المسير لموضوع الحوار، فقد يتحدث فيما لا يهم الجمهور وينعدم التفاعل بما يضفيه من جاذبية على الحوار، فيكون بذلك موضوع البرنامج جامدا متسما بالعشوائية، كما أن المعرفة المشوهة والخاطئة عن الموضوع تخل بمعناه وتأثيره وجاذبيته للجمهور المتلقي والضيف.

- مهارة التحدث:

حيث ترتبط مهارة التحدث بوضوح الصوت (سواء للمذيع أو المذيعة) وتبدو أهمية ذلك في برامج الحوار والحديث المباشر، فالأصوات الشاذة ذات النبرة العالية ينفر منها المشاهدين فالمهم هو أن يتصف صوت المذيع بالوضوح من حيث سلامة مخارج الحروف ونبرة الصوت وكذلك قدرته على التكلم بفصاحة وإيصال معنى الرسالة الإعلامية حتى وإن تطلب ذلك استعمال لغة الضيف للوصول إلى التفاهم والتفاعل بينهما.[77]

- الإنصات الجيد:

إن الإنصات الجيد ذا أهمية كمهارة التحدث، فليس مهمة مقدم البرنامج أن يتكلم طوال وقت البرنامج، فكثيرا ما يقع في أخطاء بسبب عدم إنصاته جيدا أو عدم تركيزه فيما يقوله الضيف فيكرر أسئلة سبق للضيف أن أجاب عليها أو يسأل أسئلة ليست لها علاقة بما كان يتحدث فيه الضيف أو ينتقل بالحوار فجأة إلى موضوع آخر قبل ان

يكمل الضيف ما يقوله، ولهذا فإن التركيز الذهني والإنصات الجيد من شأنه أن يمكن المذيع من التحكم في موضوع البرنامج.[78]

ومما تقدم ذكره سنعرض أهم السمات والمؤهلات العامة التي ينبغي توفرها في مقدم البرنامج التلفزيوني الحواري أو برامج الحديث المباشر كما يلي:

-القدرة على التعبير عن الأفكار والمعلومات وتتجلى هذه القدرة في مقدرته على التحكم في اللغة المناسبة.

-تشترط معظم التلفزيونات العربية توفر مؤهل جامعي والتمكن من اللغة العربية واللغات الأجنبية.

-القدرة على تحصيل المعرفة وفهم الآخرين وتحصيل المعلومات من خلال قدرته على الاستماع وجمع المعلومات.

-المعايشة الكاملة للواقع والإحساس بقضايا وأحداث مجتمعه.

-القدرة على التخيل والابتكار.

-الإلمام بالتشريعات الإعلامية الخاصة بعمل مؤسسة التلفزيون والالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق والموضوعية.

-الإلمام بالثقافة العامة والمقصود بها مجموعة المعارف والاهتمامات المتنوعة.

خاتمة:

تتفق وسائل الإعلام على كثرتها على أن اللغة من الأدوات البارزة لأداء مهامها الإعلامية وفي المقابل تعتبر هذه الوسائل من العوامل التي ساهمت في أتساع أماكن استعمال اللغة، ومع التطور التكنولوجي تطورت اللغة عبر الصحف وأجهزة الراديو والتلفزيون والمسرح والسينما وقع هناك تنافس في اختيار الكلمة للتأثير في الجمهور المتلقي بين السياسيين للتعريف ببرامجهم وتمجيدها والتجار لترويج منتجاتهم لتسويقها والمثقفين لتبليغ أفكارهم وإبداعاتهم، وبهذا تأثرت اللغة بالإعلام بصورة عامة، وعلى وجه الخصوص الذي يربط بين الصورة والصوت خاصة التلفزيون ويظهر ذلك في ما يقدمه من رسائل ومضامين إعلامية إلى أعداد معتبرة من الجماهير غير المتجانسة مختلفة الأذواق والمستويات، وهذا ما أدى إلى تطوير لغة خاصة تتماشى مع خصائص التلفزيون والجمهور المتلقي، فظهرت اللغة الإعلامية التلفزيونية وهي لغة تبعد عن لغة الأدب بمعناها التخيلي ولغة العلم البحث بمعناه الحقيقي التجريدي.

وهي لغة بنيت على نسق علمي اجتماعي عادي تبث على جمهور واسع، واللغة الإعلامية التي تستعمل في التلفزيون تشمل أسلوبا يهدف إلى إيصال المعلومات بطريقة سليمة هادفة حسب ما يخدم الجمهور المتلقي بأسلوب لغوي يراعي مستوى تلقيهم للرسائل الإعلامية.

قائمة المراجع والمصادر:

1. مسارع الراوي: وسائل الاتصال الجماهيري ودورها في نشر لغة عربية صحية،(منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1984)، ص256.
2. ماجي الحلواني: الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، (القاهرة، عالم الكتب للنشر- والتوزيع، 2002)، ص66.
3. إبراهيم أبو عرقوب: الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، (عمان، دار مجدلاوي، 1993)، ص92.
4. [1] عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام ولغة الحضارة، (القاهرة، مؤسسة مختار للنشر والتوزيع، 1979)، ص164.
5. [1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003)، ص154.
6. عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص218.

7. عبد السلام المسدي: اللسانيات من خلال النصوص، (تونس، الـدار التونسـية للنشر- والتوزيـع، 1984)، ص25.
8. محمد عبد العزيز الجباني: تأملات في اللغة ،(طرابلس، تونس، الدار العربية للكتاب، 1980)، ص34.
9. أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي. آفاق وتحديات، (الجزائر، دار هومـة للنشر- والتوزيـع، 2002)، ص57.
10. هيلاري هينسون: الأنثروبولوجيون الاجتماعيون واللغة، ترجمة: (محمود حمدي عبد الغني)، (القاهرة، دار المعرفة الجماعية، 1999)، ص27.
11. محمد عزيز الجباني: تأملات في اللغة واللغو، مرجع سابق، ص34.
12. المرجع نفسه، ص20.
13. محمد سيد محمد: المسؤولية في الإعلام، (الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1986)، ط2، ص28.
14. إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة، دار الفكر العربي، 1985)، ص20.
15. فلاح كاظم المحنة: علم الاتصال بالجماهير، الأفكار، النظريات، الأنماط، (عمان، مؤسسة الوراق للنشر- 2002)، ص22.
16. المنصف وناس: تقنيات الاتصال والهيمنة، منشورات اتخاذ الدول العربية، (تونس، منشورات شركة فنون الرسم، عدد2، 2004)، ص ص5-21.
17. محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني - نشرات الأخبار-المحتوى والجمهور، (الجزائـر، دار الكتـاب الحـديث، 2007)، ص12.
18. عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص64.
19. المرجع نفسه، ص65.
20. أحمد حمدي: لغة الأدب ولغة الإعلام، المجلة الجزائرية للإتصـال، (الجزائـر، العـدد7- 6، ربيـع وخريـف 1992)، ص ص161-170.
21. عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص20.
22. Green Maury.: television, anatoryan process, (new York, ed Harper and Rows 1996), p297 .
23. المرجع السابق.
24. عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام لغة الحضارة، مرجع سابق، ص218.
25. محمود خليل، محمد منصور وهبة: إنتاج الإعلامية في النصـوص الإعلاميـة، (القـاهرة، مركـز جامعـة القاهرة للتعليم المفتوح)، ص12.
26. أنيس فريحة: نظريات في اللغة، مرجع سابق، ص17.
27. المرجع السابق، ص20.
28. محمود خليل، ومحمد منصور وهبة: إنتاج اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص13.
29. رمضان عبد التواب: التطور اللغوي مظاهره وعلله وقوانينه، (القاهرة، الرياض، دار الخاتمي والرفـاعي، د س. ن)، ص5.
30. عبد الرحمان عائشة: لغتنا والمجتمع، (القاهرة، دار المعرفة، 1968)، ص07.

31. رمضان عبد التواب: التطور اللغوي مظاهره وعلله وقوانينه، مرجع سابق، ص16.
32. المرجع نفسه، ص119.
33. المرجع السابق، ص119.
34. المرجع نفسه، ص120.
35. نبيل اللو: مدخل إلى المصطلح العلمي والتقني، مجلة الفكر العربي، (بيروت، د. دن، العدد95، 1965)، ص ص100-104.
36. رمضان عبد التواب: التطور اللغوي، مرجع سابق، ص110.
37. عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام ولغة الحضارة، مرجع، ص53.
38. صالح بلعيد: دروس في اللسانيات التطبيقية، (الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2000)، ص114.
39. أحمد حمدي: لغة الإعلام ولغة الآداب، مرجع سابق، ص ص161-170.
40. المرجع نفسه، ص ص161-170.
41. شمس الدين الرفاعي: الصحافة العربية، (د. ب. ن، كلية الآداب، جامعة خان يونس، 1978)، ص ص 263-265.
42. احمد حمدي: لغة الإعلام ولغة الآداب، مرجع سابق، ص65.
43. هادي نهر: الكفايات التواصلية والاتصالية، (عمان، دار الفكر العربي، 2003)، ص42.
44. أحمد عبد الغفور عطار: دفاع عن الفصحى، (الرياض، مكتبة المكرمة، 197)، ص ص6-7.
45. المرجع نفسه، ص71.
46. إبراهيم أنيس: اللغة القومية والعالمية، القاهرة، دار المعارف 1980) ص 112.
47. المرجع نفسه ص 115.
48. المرجع السابق، ص12.
49. أحمد عبد الغفور عطار: دفاع عن الفصحى، مرجع سابق، ص65.
50. ياسر الصالح: الفصحى والعامية في الإذاعة والتلفزيون، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، (القاهرة، جامعة الدول العربية، عدد2، 2000)، ص ص9-11.
51. نايف معروف: خصائص العربية وطرق تدريسها، (بيروت، دار النفائس، 1985)، ص57.
52. أحمد عبد الغفور عطار: دفاع عن الفصحى، مرجع سابق، ص113.
53. نفيسة سعيد: تاريخ الدعوة إلى العامية، (القاهرة: مطبعة الإسكندرية، 1964)، ص8.
54. محمد المبارك: فقه اللغة وخصائص العربية، (القاهرة، دار المعارف، 1960)، 121.
55. المرجع السابق، ص ص 74-76.
56. عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام، مرجع سابق ص 57.
57. المرجع نفسه، ص 58.
58. إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير، مرجع سابق، ص 41.
59. عبد العزيز شرف: وسائل الإعلام، مرجع سابق ص 62
60. عبد العزيز شرف: رسائل الإعلام ولغة الحضارة، مرجع سابق ص 241.

61. سمير جاد: وسائل الإعلام والاتصال الاقناعي، (القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب 2003) ص 24.
62. المجلس الأعلى للغة العربية: دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية وترقيقها،(الجزائر: مؤسسة مونديال كوم، 2004) ص 114.
63. رمضان عبد التواب: التطور اللغوي وقانون السهولة، مجلة المجتمع المصري، (القاهرة الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، الجزء 36. 1979)، ص 189.
64. عمر فروخ: فجر الإعلام في اللغة العربية، مجلة مجمع اللغة العربية المصري، (القاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، الجزء 43، 1979) ص 35.
65. المجلس الأعلى للغة العربية: دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية، مرجع سابق، ص 115.
66. المجلس الأعلى للغة العربية، دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية، مرجع سابق، ص116.
67. صالح بلعيد: دفاعا عن لغة الإعلام، المجلس الأعلى للغة العربية...مرجع سابق، ص ص 107–126.
68. منير التوني: السيناريو وأسس اللغة السينمائية، (القاهرة، كلية الآداب والإعلام، 1992)، ص37.
69. Green Maurry: television: anatory an process, op. cit, p237 .
70. Denis Mcquail: Mass communication theory, ani introduction, SAGE publication, (london, 1998, decond edition, p112.
71. منير التوني: السيناريو وأسس اللغة السينمائية، مرجع سابق، ص 38.
72. المرجع نفسه، ص 41.
73. محمد عبد الله عبيد الله عطوات: لغة الإذاعة المسموعة والمرئية، (بيروت: دار النشر- العربية، 2003)، ص289.
74. المرجع السابق: ص ص290-292.
75. Hattiuck Mclium H; how to use psycholog for leter aduertining Engleman ,(new yourk, prentiee ilall, inc 1950) p. 90.
76. يوسف مرزوق: فن الكتاب للإذاعة والتلفزيون، مرجع سابق، ص34.
77. المرجع السابق، ص35.
78. www. ibb7. com. (07/04/2008 .