

## وظائف اللغة الاعلامية

### ١. الوظيفة الإخبارية أو الإعلامية

إن وظيفة الإخبار من الوظائف الأساسية التي لا يمكن للصحافة أن تقوم لها قائمة من دونها . فأظهر صفة من صفات الإنسان الاجتماعية هي حب الاستطلاع لمعرفة الأنباء والاطمئنان إلى البيئة . ومن الثابت أن رغبات الفرد الأولية وحاجاته إلى الطعام والمأوى والجنس ترتبط برغبات أخرى اجتماعية كالتعرف إلى الأشخاص الآخرين ، واختبار البيئة ، وجمع المعلومات المفيدة عن الطبيعة والإنسان والحيوان . وهذه هي أهم سمة من سمات الإنسانية التي تساعد الفرد على التكيف مع البيئة والانسجام مع غيره من الناس الذين يعيشون معه ؛ لأن هذا التكيف هو الدليل على الصحة النفسية والسلامة الاجتماعية .

ولا شك أن المجتمع البدائي يحمل في طياته بذور وظيفة المخبر الصحفي فمن الثابت أن الإنسان البدائي كان يحكي لدداته أخبار مغامراته في الصيد، ويروي لأقرانه أنباء انتصاراته وخبراته المختلفة في الحرب والدفاع عن النفس . وهناك وثائق تاريخية منها ما هو محفور في كهوف الإنسان البدائي القديم ، ومنها ما هو منقوش على جدران المعابد ، كتلك التي كان يأمر بها الملك رمسيس الثاني أن تدون على حوائط المعابد بعد كل معركة ينتصر فيها ، ومنها ما هو مدون على أوراق البردي .

وقد اكتشفت أوراق بردي مصرية يرجع تاريخها إلى أربعة آلاف سنة قبل الميلاد ، وتتضح فيها الحاسة الصحفية لإثارة الميول عند القراء ، وجذب انتباههم وتحريك الشوق فيهم .

ولعل الصورة الأولى لإذاعة الأخبار منسوخة باليد في أوروبا قد عرفت عند الرومان فيما كان يعلق من تعليمات رسمية بشكل نشرات حكومية تبقى معلقة طول اليوم في الميادين المهمة لتبين للناس ما يجري من أحداث . ولما كانت هذه النشرات المنسوخة تصور يومياً فقد سميت بالوقائع اليومية، كما سمي كتابها بالوقائعين، ويبدو أن هذه الوقائع الرسمية المنسوخة التي أخذت تنتشر في روما على عهد يوليوس قيصر سنة

٥٩ قبل الميلاد كان يمكن الحصول على نسخ منها لقراءتها في البيوت بعيدا عن  
الميادين العامة التي كانت تلتصق فيها هذه النشرات عند مفترق الطرق . واستغل  
يوليوس قيصر الوقائع الرسمية في تسجيل نشاط مجلس الشيوخ وعرض أعمال  
أعضائه وأقوالهم على الجمهور .

ومع أن الصين قد عرفت الصحافة المطبوعة في القرن السابع الميلادي على عهد  
أسرة تانج، فلم تظهر الصحافة في أوروبا إلا في القرن السادس عشر ولم يبدأ انتشارها  
إلا في القرنين السابع عشر والثامن عشر .

## ٢ . وظيفة الشرح والتفسير :

وإذا كانت الوظيفة الإعلامية للفن الصحفي هي تقديم الأخبار للجماهير بوضوح  
وصراحة ودقة وموضوعية مع ذكر مصادر هذه الأخبار ، والالتزام بمعايير الصدق  
والأمانة والنزاهة ، فهناك وظيفة أخرى لا تقل أهمية وهي وظيفة الشرح والتفسير  
والتبسيط ونبادر إلى القول بأن التفسير والشرح ليس من قبيل التحريف أو الحذف أو  
إبداء الرأي ، بل إن هذه الوظيفة قد نشأت حديثا بعد أن تعقد المجتمع وازدادت  
تخصصاته ، وترامت أبعاده ، وأصبح معظم ما يجري فيه غير مفهوم للإنسان العادي  
ما يتطلب من الصحفي شرحا لمغزاه ، وتفسيرا لطبيعته .

فالصحافة الحديثة مسؤولة عن تقديم المعلومات إلى الجماهير بصورة مبسطة  
مستساغة ومألوفة للقارئ العادي ، وخالية من التفاصيل العلمية المعقدة، فمن  
الضروري بيان طبيعة الحقائق والمعلومات مع الاستعانة بالصور والعنوانات وشتى  
الفنون الطباعية الصحفية، ذلك أن العمود الفقري للفن الصحفي الحديث هو عنصر  
التبسيط والتجسيد والتصوير الذي يحاول تقديم أعقد المشكلات السياسية والاقتصادية  
والثقافية باصطلاحات الإنسان العادي، فالفن الصحفي قد طور لغة المحادثة العادية  
الشخصية لكي يعبر عن المفاهيم الحضارية الحديثة ولكي يضمن مشاركة جماهير  
الناس في مناقشتها، فالصحفي الحديث مسؤول عن جعل الحقائق كافة والمعلومات

ذات القيمة الحضارية في متناول أفهام كل الناس، وعلى الصحفي من خلال التفسير أن يوقظ القارئ ، ويثير انتباهه ، ويهيئ ذهنه للفهم ، ويحثه على متابعة القراءة ، وقد يتطلب ذلك أن يبهرجه ويفاجئه ويسليه .

### ٣. وظيفة التوجيه والإرشاد :

هنا يحتاج الصحفي إلى أكثر من مهمة نقل الأفكار وتفسيرها ؛ لأنه ينقل الإيمان بهذه الأفكار . وهذا الإيمان لا ينتقل بمجرد حرارة العاطفة ، ولكنه يؤثر ويدوم إذا ما تعلق بحرارة الفكر .

ومن البين أن مهمة الصحافة قد أصبحت بالغة المشقة في العصر الحاضر ؛ لأنها تنقل كثيراً من الأخبار والآراء المتصلة بالنظريات والمذاهب السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة . فليس غريباً أن تقسم أبواب التحرير في الصحف الكبرى أقساماً مختلفة . فهذا محرر المسائل السياسية ، وذلك محرر الشؤون الخارجية ، وثالث محرر المسائل الاقتصادية ، ورابع متخصص في الشؤون المالية ، وخامس متخصص في الفن والأدب ، بل إننا نجد التخصصات قد تجاوزت ذلك إلى الرياضة والشطرنج والمسرح الفني التشكيل وشؤون إدارة الاقتصاد المنزلي وغيرها .

ولم يعد التوجيه والإرشاد مجرد مقالات بلاغية ، أو خطب منبرية ، بل إنه على العكس من ذلك يتطلب منهجاً خاصاً في التحرير يقوم على الدليل والبرهان ، ويعتمد على الحقائق والأرقام والبيانات والصور والإحصاءات الدقيقة وهذه هي وسائل الإقناع والتوجيه والإرشاد ، وهي التي تعطيه من القوة والتأثير ما لا يمكن أن تحققه الألفاظ الضخمة الجوفاء .

### ٤. وظيفة الإمتاع والتسلية :

وهي وظيفة قديمة قدم البشرية نفسها ، عندما كان المغني والمنشد والراوي يقوم بالتسرية عن الناس ، وإمتاعهم برواية الغريب والطريف والعجيب من القصص الواقعية

والخيالية على السواء . وقد ورثت الصحافة هذه المهمة لتخفف العبء عن النفوس والعقول ، فالإمتاع والتسلية هما هدفان أساسيان للإعلام بوجه عام . وقد أثر القص على الجوانب الإخبارية والإعلامية نفسها حتى أصبحت الأحداث السياسية تقدم بطريقة درامية ، كما تطورت أساليب الكتابة الصحفية لتروي الأخبار بطريقة تقترب من القصص الفنية أو الأدب .

#### ٥. وظيفة الإعلان والتسويق :

عرف النشاط الإعلاني منذ أقدم العصور ، إلا أن الإعلان الصحفي لم يعرف إلا بعد اختراع الطباعة ونشأة الصحافة ، كما أن الأسلوب الفني للإعلان الصحفي لم يظهر إلا بظهور الفن الصحفي نفسه . ففي برديّة قديمة يرجع تاريخها إلى أكثر من ثلاثة آلاف سنة قد اكتشفت في طيبة عليها إعلان يقول : إن عبدا اسمه " شيم " قد هرب من سيده الطيب " هابو " وهو " يرجو من يجده أن يعيده إلى سيده " هابو " الخياط - الذي يفصل أرقى الملابس حسب رغباتك وسوف يحصل من يرشد عن العبد على قطعة ذهبية مكافأة له!

ولا شك أن الإغريق قد عرفوا الإعلان الشفهي ، وكلمة " منادٍ " مثلاً ، كانت تطلق على البائع الصغير الذي ينادي على بضاعته في السوق ، كما كانت تطلق على المنادي الرسمي الذي يذيع الأوامر والبيانات الحكومية . وكذلك كان المنادون في الحضارة الرومانية والحضارة الإسلامية يقومون بواجباتهم عبر النداء الشفهي ، للإعلان عن البضائع أو المفقودين أو عن أوامر الحاكم ونواهيته .

ولكن الإعلان الحديث والإعلان الصحفي بوجه خاص - أخذ يأخذ مكانته الإعلامية في أعقاب الثورة الصناعية، والمعروف أن استخدام الآلة قد أدى إلى سرعة الإنتاج وزيادته الضخمة مع خفض التكاليف . وقد خلق هذا الإنتاج الكبير ضرورة استهلاكه على نطاق ضخم أيضا وبسرعة ، حتى تستطيع المصانع المنتجة تصريف إنتاجها ولا تضطر إلى تخزينه ، وإلا زادت النفقات .

ونتيجة لذلك ظهرت الحاجة إلى وجود شبكة كبيرة من الموزعين تتولى بيع المنتجات للجماهير في المستعمرات وغيرها ، وإخبار المستهلكين الحاليين والمرتبين بوجود السلعة وحثهم على شرائها وكان ذلك بواسطة الإعلان . وهكذا نرى أن الإعلان هو ثمرة للمجتمع الحديث . فبعد اختراع الطباعة ، وانتشار التعليم ، وتطور الإنتاج وزيادته ، وظهور الصحافة الحديثة وما طرأ عليها من تطورات في الطباعة ، ثم رقي الفن الصحفي وتعدد أساليبه في التحرر والتصوير والإخراج صار الإعلان الصحفي فنا يدر على الصحافة أرباحها الرئيسية التي قد تصل إلى نسبة ٧٠% من إيراداتها .

#### ٦. وظيفة التثقيف والتنشئة الاجتماعية :

يعرف الإعلام بأنه التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها. بمعنى أننا إذا أخذنا صفحة من جريدة أو مجلة وأخضعناها للتحليل العلمي الدقيق لوجدنا أنها تتبض بما في الأمة التي صدرت عنها الجريدة أو المجلة من قيم ومبادئ وعادات وتقاليد لأن الصحيفة سجل نابض بالحياة ، وانعكاس لتقافة الأمة ، وتجسيد لإطارها الاجتماعي والثقافي . وقد سخر البعض من هذه الوظيفة الصحفية وقال بلهجة تهكمية : إن الكتاب والفلاسفة هم أولئك الناس الذين تستأجرهم السلطة الحاكمة ليُشعروا الناس أن كل شيء يسير على ما يرام. والحقيقة أن الصحافة تقوم ببيت الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع ، وتساعد على تنشئة أفرادها على المبادئ القويمة التي تسود في الحضارة .