

اللغة الإعلامية :

على الرغم من شيوع مصطلح اللغة الإعلامية وتداوله في كثير من الكتب والدراسات فإنه لا يوجد تعريف محدد أو معين لهذا المصطلح ، فكل الكتب والدراسات تجنب لتوصيف هذه اللغة أكثر مما تجنب لتعريفها ، وتميل إلى ذكر خصائصها وسماتها أكثر مما تميل إلى ذكر عناصرها ومحددات اختلافها وتميزها ، ومن ذلك ما ذهب إليه بعضهم من أن اللغة الإعلامية هي اللغة التي تشيع على أوسع نطاق ، في محيط الجمهور العام ، وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب .. لأن مادة الإعلام ، في التعبير عن المجتمع والبيئة ، تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة .

وعرفها العالم الألماني (أوتجورت) بـ: التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها ، واتجاهاتها في نفس الوقت .

ويذهب الدكتور عبد العزيز شرف في كتابة لغة الاعلام " أن لغة الإعلام هي لغة الحضارة ... وقد كان طبيعياً أن يسعى الإعلام للإفادة من مزايا اللغة العربية حضارياً ، ويحقق التحول العظيم بتضييق المسافة بين لغة الخطاب ولغة الكتابة ، ويفتح الطريق أمام اللغة الفصحى لتتسرب في كل مكان ، وليكون لها في التعبير الإعلامي سلطان .

واللغة هي وسيلة الإعلام أو المنهج الذي تنقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل ، فاللغة اللسانية والإشارات ، والصور ، والسينما كلها وسائل لنقل الرسالة .

خصائص اللغة الإعلامية :

١- المعاصرة .

٢ - الجاذبية (القدرة على الشرح) .

٣ - الاختصار (الإيجاز والمرونة) .

٤- القابلية للتطور .

٥- عدم الوقوع في الاخطاء اللغوية .

١- المعاصرة :

هي أولى خصائص اللغة الاعلامية ومعنى اللغة المعاصرة هو المستوى الفصيح من اللغة . ووصفها بعضهم بالمعاصرة للدقة في التعبير عن اللغة التي تعاصرنا ، وتعيش على أسننتنا ، ومعاصرة مأخوذ من عاصرت فلاناً ، أي : (عشت معه في عصر واحد) ..

ومعاييرهم فيها : أن تكون جارية على قواعد العربية في التصريف ، غير شاذة ، حسنة الوقع وأن لا تكون عامية مبتذلة بليت بالاستعمال ، أو وحشية غريبة غير مألوفة ، أو كثيرة الحروف .

وقال الجاحظ : (واياك والتوعر فإن التوعر يسلمك الى التعقيد ، والتعقيد هو الذي يستهلك معانيك ، ويشين الفاظك ، ومن أراد معنى كريماً فليلتصم له لفظاً كريماً ، فإن حق المعنى الشريف اللفظ الشريف ، ومن حقها أن تصونها عما يفسدهما ويهجنهما ... وكن في ثلاث منازل ، فإن أولى الثلاث : أن يكون لفظك رشيماً علياً ، وفخماً سهلاً ، ويكون معنك ظاهراً مكشوفاً ، وقريباً معروفاً)

فاللغة العربية الاعلامية تحيا باستثارة ذخائر اللغة العربية ، واستيعابها لكل ما هو جديد من تقنيات العلم ومستحدثات العصر ، فتتقل اللفظة الأجنبية بحالها إلى اللغة العربية ، مع نوع من التعديل أو التغيير في صورتها بالقدر الذي يتناسب مع القواعد الصوتية والصرفية في اللغة العربية .

ويجب ان تكون الكلمات والجمل والتراكيب والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح العصر اي المناخ الفكري المميز لتقافة حقبة معينة من الزمن ، فالجمل الطويلة والكلمات المعجمية والجمل المركبة قد لا تكون مناسبة للغة الاعلامية الا في موضوعات معينة كالبرامج التراثية والتوعية التاريخية وتقديم الكتب القديمة وتحليلها .

ويجب أن تكون اللغة الإعلامية ملائمة لحال السامع ويقصد بها أن تكون يسيرة الفهم للمتلقي، فلغة المذيع مثلاً ذات طابع وصفي وهي لغة تتوجه إلى حاسة السمع ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة فمثلاً لو كانت الكلمات غير واضحة الدلالة في المذيع فقد المستمع المضمون المقدم ولم يستطع استرجاعه للتأكد منه أو الاستفهام عما غمض منه.

٢. مطابقة الكلام لمقتضى الحال :

يعرّف القزويني بلاغة الكلام بقوله : (البلاغة في الكلام مطابقتها لمقتضى الحال مع فصاحته) .

المقتضى : هو الاعتبار المعين الذي يستدعي مجيء الكلام على صفة مخصوصة مناسبة للحال ، كالتأكيد في حال الإنكار أو التردد مثلاً .

يجب أن يراعي المتكلم أحوال السامعين وظروفهم ومستوى ثقافتهم وسبر نفسياتهم وإلا أخطأ الهدف وضل الطريق ، لذا اعتبر القرآن الكريم أعلى درجات الكلام بلاغة وأكثرها مطابقة للأحوال .

فالتعبير المطابق لمقتضى الحال لابد أن يشتمل على خصائص في الصياغة وأوضاع في التراكيب تدل دلالة واضحة على معان يكون بها الكلام تاماً وافياً بالغرض مطابقاً لمتطلبات الموقف الذي سيق من أجله، فلا بد من اعتبار حال السامع ومطابقتها من جوانب مختلفة أهمها حالته النفسية ومستواه الثقافي وحسه الفني ولهجته والآن أصبح الكلام غير مطابق لمقتضى الحال .

٣- الجاذبية (القدرة على الشرح والوصف بطريقة حية مسلية)

أي تكون الكلمات قادرة على الشرح والوصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة فلا وجود لجمهور يتوق إلى الاستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون جاف خالٍ من عوامل الجاذبية والتشويق . فالقاعدة الأساسية أن يكون البرنامج مشوقاً أياً كان الموضوع الذي يعرضه أو يتناوله ، سواء سياسياً كان أم ترويجياً أم دعائياً الخ ، وبدون ذلك فإن البرنامج يفشل في تحقيق هدفه ، لأنه لا وجود لذلك المستمع أو المشاهد الذي يتوق إلى الاستماع أو المشاهدة لبرنامج جاف أو منفر أو يتحمل متابعته .

ويجب أن يتمثل المذيع المعنى ، ويعطي الكلمات حقها الصوتي طبقاً لدلالاتها المعنوية ، مع الحرص على الوقفات المطلوبة منعاً للبس وإفساد المعنى .

والإثارة أو التشويق الذي نقصده لا يعني بأي حال من الأحوال أنه العزف على وتر الغزائر واستنفارها مع افتقاد المضمون ، فالذي لا شك فيه أن أي عمل فني يفقد المضمون أو لا يقوم برسالة ، لا يكون جديراً بأن يسمى عملاً فنياً وكما أن الجودة لا تعني التعقيد . فإن السهولة أو البساطة لا تعني السطحية أو الاسفاف أو إهمال القيم الجمالية والابداعية والفنية .

٤ - الإيجاز و المرونة (القابلية على التعبير بمستويات مختلفة) :

تتبع هذه الخاصية من طبيعة الوسيلة المحدودة من جهة وطبيعة الجمهور غير القادر على الاستمرار في المتابعة طويلاً من جهة أخرى ، فمهما كان حجم الصحيفة كبيراً فإنها محدودة في صفحاتها ومهما كان وقت البرنامج طويلاً فالموضوعات أكبر منه ، لذلك فلا بد من المرونة والانجاز .

فالمرونة يقصد بها أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلامة وأن تكون متعددة المستويات بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من فئة جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية . ويؤكد علماء العرب والغرب أن اللغة العربية تمتاز عن سائر أخواتها من اللغات السامية ، وغيرها من لغات البشر ، بوفرة كلماتها ، وتنوع أساليبها ، وعذوبة منطقتها . ووضوح مخارجها ... إلخ .

فهي تمتلك القدرة على التعبير بمستويات مختلفة كإيثار الفعل المبني للمعلوم على الفعل المبني للمجهول إلا ما كان مبيناً للمجهول بطبيعته .

هـ - قابلية التطور :

هي سمة ملازمة للغة الاعلامية فالإنسان يعيش اليوم عصر الثروة اللغوية ، فلغة الاذاعة في التسعينيات تختلف عن مثيلتها في العشرينيات صحيح أن فيها عناصر ضعف ولكنها أصبحت أكثر قدرة على التعبير والجذب . فإن تزايد وسائل الاعلام والانعطاف الواسع في أجهزة الاتصال ووسائله ، والتطور في اساليبه ، وتنوع الفنون الاعلامية واستمرار ظهور مستجدات مادية والانفجار المعرفي الهائل كان يدفع باستمرار الى الاقدام على اساليب لغوية جديدة وتحرير اللغة من بعض الصيغ التعبيرية والشكلية التي لم تعد تلائم حياة العصر ومتطلباته .

كان الدكتور طه حسين قد اشار ذات مرة ان العربية لن تتطور ما لم يتطور اصحابها انفسهم ، ولن تكون لغة حية الا اذا حرص اصحابها على الحياة ، ولن تكون لغة قادرة على الوفاء باحتياجات العصر الا اذا ارتفع اصحابها الى مستوى العصر ثقافه وسلوكاً وفهماً واسهاماً واحداً وعطاء .

وللغة - على حد رأي تشومسكي - قدرة على الخلق والابتكار فالإنسان قادر على أن يركب من مفردات اللغة المختلفة عددا لا يحصى من الجمل واشباهها مما لم يسمع به من قبل وذلك حسب الموقف والظروف التي تتطلب الكلام .