



الكلية: الآداب

القسم او الفرع: قسم الإعلام

المرحلة: الرابعة

أستاذ المادة: أ.م.د. صدام علي صالح

اسم المادة باللغة العربية: اللغة الإعلامية

اسم المادة باللغة الإنكليزية: Media Language

اسم المحاضرة الثانية باللغة العربية: صفات اللغة الإعلامية:

اسم المحاضرة الثانية باللغة الإنكليزية: Qualities of Media Language

محتوى المحاضرة الثانية

صفات اللغة الإعلامية:

اختلف الباحثون في تعريف لغة الإعلام وفي تحديد مميزاتها فأطلقوا عليها تسميات مختلفة مثل اللغة الثالثة التي تتوسط الفصحى والعامية، أو فصحي العصر التي تواكب التطور الاجتماعي والمعرفي لبنية حضارة العرب. فاللغة العربية الجديدة التي تستند في أصولها إلى العربية القديمة وتستجيب لمستجدات العصر والحاجات التعبيرية للناطقين بها، وذهب بعضهم إلى أنها النثر العملي الذي ظهر مع ظهور الصحافة ويقع في منطقة وسطى بين لغة النثر الفني، أي لغة الأدب والنثر العادي أي لغة التخاطب اليومي.

عرفت أيضاً على أنها اللغة التي تمتاز بالبساطة والوضوح وتناهى ما أمكن عن صفات التعالي على القراء أو التفرع أو الغرابة، وجاءت تسميتها فصحي العصر تمييزاً لها من فصحي التراث، وعامية المثقفين والمتنورين، وهي جامعة لصحة الفصحى وسلامتها، ووضوح العامية وبساطتها. ولأن اللغة أداة الإعلام وبها يتواصل مع الجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية فقد كان لازماً على وسائل الإعلام المواءمة بين أداتها اللغوية ومستوى مستخدمي هذه اللغة إذا أرادت أن تؤدي مهمتها وتحقق هدفها وتحوز رضا الجمهور وتجذبه إليها وتشجعه على متابعتها.

خصائص اللغة الإعلامية

تبدو هذه اللغة من غير ضوابط ولم تستقر بعد على صورة واضحة فهي تتجاوز ذاتها كل يوم في وسائل الإعلام، وتأتي بالفاظ جديدة واستخدامات لغوية مخترعة وتتطور بلا حدود أو قيود مما يخشى معه بعد تخطيها قواعد الفصحى بأن تكون من غير قواعد ضابطة لها، فهي تعتمد على المحكيات من اللهجات المحلية، وعلى المترجمات من الألفاظ والأساليب وعلى التبسيط والاستسهال في البناء اللغوي بحجة التواصل مع الجمهور وإيصال الرسالة الإعلامية بلغة يفهمها ويتفاعل معها. وبقطع النظر عن طبيعة كل وسيلة من وسائل الإعلام وخصوصيتها وحاجتها إلى لغة خاصة بها متوائمة معها، فإن هناك عدة خصائص عامة يجب توافرها في اللغة الإعلامية، يمكن أن نختار أهمها على النحو الآتي:

1 - الوضوح

تعد هذه السمة هي أبرز سمات لغة الإعلام، ويرجع ذلك إلى طبيعة وسائل الإعلام من ناحية وإلى خصائص جمهورها من ناحية أخرى، فإذا كانت الكلمات غير واضحة في الراديو فقد المستمع المضمون المقدم ولم يستطع استرجاعه للتأكد منه أو للاستفهام عما غمض منه، وجمهور وسائل الإعلام هم فئات متنوعة ويميلون إلى العجلة

في تعرضهم للوسائل وليس لديهم الرغبة من ناحية والوقت من ناحية أخرى للتركيز في المضمون المقدم، ولذا يجب أن تكون الكلمات والجمل والمعاني واضحة كل الوضوح حتى تحقق أهدافها.

٢ - المعاصرة:

يقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتراكيب والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح العصر ومتسقة مع إيقاعه، فالجمل الطويلة والكلمات المعجمية والجمل المركبة قد لا تكون مناسبة للغة الإعلامية إلا في موضوعات معينة وفي حالات محددة.

3- الملائمة:

يقصد بها أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى، ف لغة الراديو هي لغة ذات طابع وصفي وهي لغة تتوجه إلى حاسة السمع ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة ولغة الصحافة تستهدف فئات اجتماعية وتعليمية واقتصادية معينة وتتوجه إلى حاسة البصر فيجب أن تكون ملائمة أيضاً.

4- الجاذبية:

ويقصد بها أن تكون الكلمة قادرة على الحكي والشرح والوصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة فلا وجود لجمهور متشوق إلى الاستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون جاف خال من عوامل الجاذبية والتشويق.

5- الاختصار:

تنبع هذه الخصيصة من طبيعة الوسيلة المحدودة من ناحية وطبيعة الجمهور غير القادر على الاستمرار في المتابعة طويلاً من ناحية أخرى، فمهما كان حجم الصحيفة كبيراً فإنها محدودة في صفحاتها، ومهما كان وقت البرنامج كبيراً فالموضوعات أكبر منه ولذلك فلا بد من الاختصار ولا بد أن تكون اللغة قادرة على الاختصار والإيجاز.

٦ - المرونة:

ويقصد بها أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة ودون تعسف، ويقصد بها أن تكون متعددة المستويات بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.

7- الاتساع:

ويقصد بها أن يكون عدد المفردات كبيراً بحيث تلبي الاحتياجات المختلفة واللغة الإعلامية متسعة وتتسع بشكل يومي وقد يكون الاتصال مع الثقافات الخارجية وضرورة الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات أثراً في زيادة حجم اللغة الإعلامية واتساعها.

8- قابلة للتطور:

وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية فلغة الإذاعة في الثلاثينيات غير مثيلتها في الخمسينيات والستينيات وهذه بدورها تختلف عن مثيلتها في السبعينيات وحتى التسعينيات، ولغة وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة مختلفة عما سبقها، صحيح أن بها عناصر ضعف ولكنها أصبحت أكثر قدرة على التعبير وأكثر قدرة على الجذب.

مجالات اللغة في الإعلام

1- لغة الصحافة:

أطلق على لغة الإعلام في البداية لغة الصحافة لأنها كانت وسيلة الإعلام الوحيدة وتدرجت لغة الصحافة من ركافة العصر الذي ظهرت فيه إلى القوة والفصاحة حيث شارك في الكتابة الصحفية أدباء كبار أمثال العقاد والمازني والرافعي وطه حسين وكانوا يحرصون على أن تكون لغتهم بسيطة واضحة رشيقة لا تخرج عن الفصحى بشيء لا في اللفظ ولا في التركيب، ولذلك تحاشوا غرابة اللفظ والتقعر في الأداء حيث لا يشعر القارئ أن الكاتب يتعالى عليه وأنه يورد في كتابته ما لا يعرفه إلا الخاصة فتفقد الصحافة جماهيريتها لأن اللغة أن ذاك تصبح سدا يحول بين المتلقي والرسالة الإعلامية.

2- لغة الإذاعة:

ثم ظهرت الإذاعة وهي عودة إلى الحضارة السمعية التي عرفها العرب قبل التدوين فاستقطبت جماهير غفيرة من المستمعين، واتبعت الإذاعة الصحافة في لغتها وقدمت مستويات مختلفة من الأداء اللغوي تتراوح بين الفصحى والبرامج الثقافية والعامة في البرامج الترفيهية مروراً باللغة الوسطى، أو لغة الصحافة التي تؤدي بها الأخبار والتعليقات والمقابلات والحوارات وإن كانت في بدايتها ملتزمة بالفصحى فضلاً عما استخدمته من تغييرات و اصطلاحات استلزمته المرحلة الجديدة واستطاعت الإذاعة أن تشكل حولها مجموعة متجانسة من المستمعين باستخدامها خطاباً لغوياً يفهمه الناس جميعاً فكان تأثيره اللغوي كبيراً إلا أنها لم تستمر في ذلك، فقدمت إذاعات الدول العربية بعض موادها الإذاعية باللهجة العامية المحلية التي لا يفهما الجمهور العربي في البلاد الأخرى، وزاد الأمر خطورة عند ظهور محطات الإذاعية الخاصة التي اتخذت اللهجات العامية لغة لها ووسيلة تواصل مع جمهور محدد من المستمعين لغايات ظاهرة ومستترة.

3- لغة التلفاز:

جاء التلفاز مكملًا لمهمة الإذاعة الإعلامية وسار في مسارها اللغوي لكنه سرعان ما طغى على وسائل الإعلام السابقة، وغدا التلفاز مصدر ثقافة لكثير من الناس ومنها الثقافة اللغوية التي هبطت إلى مستوى ضعيف بل إلى العامة الخالصة في بعض محطات التلفاز الخاصة والمتخصصة في نشاطها وفي كثير من المواد الإعلامية للمحطات التلفزيونية الرسمية أيضاً.

نقلت وسائل الإعلام أزمة اللغة العربية من دوائرها الثقافية والتعليمية إلى العن وزادت في تعقيدها بدلا من حلها كما كان متوقعا من قبل.

4- لغة المواقع الالكترونية

لقد أفضى بنا التقدم الحاصل في مجال الاتصال إلى تحصيل نتائج ذات بعدين، الأول إيجابي والثاني سلبي، أما البعد الأول فيتمثل في نجاعة وسائل الإعلام، وقدرتها على إيصال الخبر بسرعة الشيء الذي يجعل المتلقي أكثر اندماجا وعلماً بما يحيط بمجتمعة ، بل ليس في حدود أخبار مجتمعه فحسب إنما إخبار العالم، كما أن الصورة تجعل الخبر واضحا ومستوعبا من قبل جميع فئات المجتمع بل أكثر من ذلك بعد ما أصبحت