

المحاضرة الأولى: اللغة الإعلامية مفهومها وخصائصها

تمهيد: ان العصر الرقمي الذي نعيشه ألزم الكل بتعلم مهارات وتقنيات مهمة في المجال الاعلامي وهي "تقنيات التحرير الإعلامي"، بداية من الإنتاج للصحافة إلى الإذاعة والتلفزيون وصولاً إلى انشاء المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي، وهذا ما تسعى إلى تدريسه المؤسسات الجامعية بمختلف فصولها في تخصصات الاعلام والاتصال، فتعلم هذه التقنيات يتطلب دراستها وفق منهاج شامل يجمع بين النظرية والتمارين التطبيقية وأيضاً الخبرات العلمية، وهذا ما سنكتشفه من خلال هذا المقرر الدراسي.

أولاً: الكتابة:

1- **تاريخ موجز للكتابة:** إنه حوالي 8500 قبل الميلاد، تم استعمال العملات الطينية لإجراء وتسجيل المعاملات بين الأشخاص في تجارتهم بالسلع والخدمات، وهو ما أدى إلى ظهور أحد أنواع الأبجدية، فعلى سبيل المثال: كان المخروط الطيني يشير إلى كمية صغيرة من الحبوب في حين تشير الكرة إلى كمية أكبر من الحبوب، بينما تشير الأسطوانة إلى التعامل مع الحيوانات، وقد ساهمت هذه الرموز البدائية القليلة في نشأة الكتابة من خلال إنشاء أشكال مجردة لتوصيل الأفعال البشرية المنفصلة.

وقد تطورت الأبجدية التي نستخدمها اليوم في حوالي 2000 عام قبل الميلاد، عندما جمع اليهود في مصر 27 حرفاً هيروغليفياً، وخصصوا لكل واحدة صوتاً مختلفاً للكلام. تطور هذا النظام الصوتي إلى الأبجدية الفينيقية التي تسمى "الجدة الكبرى" للعديد من الحروف الرومانية المستخدمة اليوم في حوالي 100 لغة حول العالم، وفي نفس الوقت تقريباً، أي حوالي ألفي عام قبل الميلاد، تم إدخال ورق البردي والرق كأشكال مبتكرة من الورق. كتب الرومان على ورق البردي بأقلام القصب المصنوعة من السيقان المجوفة لأعشاب المستنقعات، ولقد تطور هذا النوع

من الأقلام حوالي 700 عام بعد الميلاد. لتصبح الريشة التي نفكر في أن شكسبير استخدمها بعد ألف عام تقريبًا.

في عام 286 قبل الميلاد أطلق بطليموس الأول مشروعًا طموحًا لأرشفة جميع المعارف الإنسانية، وأنتج مكتبة في الإسكندرية بمصر ضمت مئات الآلاف من النصوص، وقد أحرقت الغزاة لفائف البردي ومختلف أحجام المخطوطات كوقود للفرن عام 681 م.

على الرغم من أن الصين كان لديها ورق من ألياف الخشب في القرن الثاني الميلادي، إلا أنه لم يكن هناك الكثير مما يمكن للشخص العادي قراءته بخلاف النقوش الموجودة على المباني والعملات المعدنية والآثار، وعندما ظهر "يوهانس غوتنبرغ" وظهر الورق كتقنية ووسيلة مستخدمة في الكتابة على نطاق واسع في أوروبا وبداية طباعة الكتب، يقدر العلماء أنه لم يكن هناك سوى حوالي 30 ألف كتاب فقط في جميع أنحاء أوروبا. لتصل بعد مرور 50 عامًا فقط إلى ما بين 10 ملايين و12 مليون مجلد، وشهدت معرفة القراءة والكتابة ارتفاعًا ملحوظًا.

حصل "جوتنبرج" على معظم الفضل في تاريخ الطباعة لأنه في عام 1436 اخترع آلة الطباعة بالأحرف الخشبية المتحركة والقابلة للاستبدال. لا يُعرف مدى معرفة جوتنبرج بالنوع المتحرك الذي تم اختراعه لأول مرة في الصين في القرن الحادي عشر الميلادي؛ ومن الممكن أنه "أعاد اختراعها"، وبغض النظر عن ذلك، فقد اجتمعت هذه الابتكارات لإنشاء عملية الطباعة وأدت إلى الانتشار اللاحق للطباعة والمواد المطبوعة. كما أنها أدت إلى تدوين القواعد الإملائية والنحوية، على الرغم من أن الأمر تطلب قرونًا للسماح بالاتفاق على معظم هذه القواعد. وفي الواقع ما زلنا نتجادل حول هذا لأن اللغة تتميز بالمرونة.

أصبح اليوناني "أرسطو" البطل العظيم في مجال الاتصالات من خلال الدفاع عن الكتابة ضد منتقديها الأوائل، وفي واحدة من حجج يقول "إذا لم تتمكن من التغلب عليهم، انضم إليهم" وجادل "أرسطو" بأن أفضل طريقة لحماية نفسك وافكارك من الآثار الضارة للكتابة هي ان تصبح كاتباً أفضل بنفسك، كما رأى أيضاً ان الكتابة هي وسيلة للوصول إلى الحقيقة، وهكذا كانت الكتابة بالنسبة له مهارة على الجميع تعلمها. كما اعتقد ان الكتابة بصدق ووضوح لهما أهمية قصوى في الكتابة.

كان "أرسطو" أول من صاغ مفهوم "الجمهور"، وهو مفهوم تم تعريفه بشكل مختلف منذ ذلك الحين. وأصدر تعليماته للخطباء أن يأخذوا في الاعتبار جمهورهم قبل اتخاذ أي قرار بشأن الرسالة، ولعل هذا الاعتبار يميز التواصل عن التعبير من أجل التعبير أكثر من أي اعتبار آخر، وهو تمييز ربما يمكن فهمه بشكل أفضل من خلال مقارنة الاتصال المرئي (أو الرسم) بالفن، أو الصحافة بالأدب. (Carroll, 2023)

من هو الكاتب: الكاتب هو محترف يقوم بإنشاء أجزاء من العمل المكتوب، والتي يمكن أن تكون أي نوع من النصوص، مثل كتاب أو مقال أو مدونة أو مقالة. يقوم بعض الكتاب بإنتاج أعمال أدبية، بما في ذلك الشعر أو المسرحيات أو الروايات. ويكتب آخرون أعمالاً أكاديمية، مثل الأطروحات أو الكتب المدرسية أو الملخصات أو تقارير الكتب. عادة ما يكون الكتاب مسؤولين عن تطوير الأفكار والبحث وإنشاء المسودات محتوهم. يقدم العديد من الكتاب أعمالهم إلى شركة نشر لنشر كتاباتهم. الكتاب الذين يصنعون أعمالهم الخاصة من أفكارهم الخاصة هم مستقلون، على الرغم من أن بعض الكتاب يعملون لدى الشركات.

2- مبادئ الكتابة الجيدة: في القرن 17 كتب المفكر الفرنسي "أنطوان ارنولد" عند سؤاله عما

سيفعله اذا ما تم منحه حكم الصين فقال: "دقة التفكير ضرورية في كل جوانب الحياة ومناحيها"
كما قال المفكر الصيني "كونفوشيوس": "إذا لم تكن اللغة صحيحة، فإن القول ليس هو المقصود،
وإذا لم يكن ما قيل هو المقصود، فإن ما يجب فعله يبقى غير مفعول، وإذا استمر التراجع عن
هذا، فسوف تتدهور الأخلاق والفن، وإذا تدهورت الأخلاق والفن ضاعت العدالة، وإذا انحرفت
العدالة، فسيقف الناس في حيرة عاجزة، ولذلك يجب ألا يكون هناك تعسف فيما يقال. وهذا
يهم في كل شيء." (Carroll, 2023)

ان هذا يقودنا إلى فهم مهم جدا يرتبط بالخبر وكيفيات كتابته ومبادئه الواجب احترامها

في الكتابة الإعلامية بشكل عام، فالكتابة هي اتخاذ القرارات الصائبة والجيدة فيما تعلق ب:

- اختيار ما يجب كتابته.
- اختيار ما يجب تضمينه في الكتابة.
- اختيار ما يجب التأكيد على كتابته.
- اختيار ما يجب التفصيل فيه.
- اختيار ما يمكن ان نحذفه.
- ان الكتابة الجيدة تكون واضحة وموجزة، فالقارئ يحتاج إلى أي سبب يجذبه للقراءة او يبعده عنها.

ثانيا: اللغة.

1- ماهية اللغة: إن اللغة هي مجموع الكلمات او الألفاظ التي تكمل معنى الأشياء وتأخذها من

شكلها المادي إلى شكلها اللغوي المنطوق او المكتوب او المرمز، وتشير اللغة إلى نظام التواصل

والتعبير الذي يستخدمه البشر. ويشمل أشكال الاتصال المنطوقة والمكتوبة والموقعة، بما في ذلك

المفردات والقواعد وبناء الجملة والدلالات. تتيح اللغة للأفراد والمجتمعات نقل المعنى والتعبير عن الأفكار والتفاعل مع بعضهم البعض. واللغة هي مهارة أساسية يمتلكها الأفراد، وتسمح لهم بالتواصل والتعبير عن أنفسهم والمشاركة في التفاعلات الاجتماعية. يعد اكتساب اللغة وتطويرها جزءًا لا يتجزأ من النمو البشري والتعلم منذ الطفولة المبكرة. يتم اكتساب المهارات اللغوية وصقلها من خلال التعليم والتعرض والتفاعلات الاجتماعية. (Difference Between

(.Literature and Language: Know the Differences, n.d

2- **خصائص اللغة:** ومن خصائص اللغة نذكر:

- **التعسف:** رموز اللغة (الكلمات) اعتباطية، بمعنى أنه لا يوجد ارتباط أصيل بين الكلمة ومعناها. يتم تأسيس العلاقة بين الكلمات ومعانيها من خلال التقاليد الاجتماعية والفهم المشترك.

- **الإنتاجية:** اللغة هي نظام إنتاجي يسمح بإنشاء كلمات وعبارات وجمل جديدة لنقل أفكار وأفكار جديدة.

- **التنوع الثقافي والسياسي:** تُظهر اللغة تنوعًا ثقافيًا وسياسيًا، حيث تعكس اللغات واللهجات المختلفة التنوع الثقافي والاجتماعي والجغرافي للمجتمعات البشرية. (Difference Between

(.Literature and Language: Know the Differences, n.d

3- **ماهية اللغة الإعلامية:** يمكن تعريف لغة الإعلام بأنها كفاءات قيام الوسائط الإعلامية من خلال

مختلف أشكالها ورموزها واتفاقيات وتقنياتها في توصيل المعنى، وبشكل مختصر هي الطريقة التي يتم بها نقل معاني النص أو الخبر إلى الجمهور، وهي تختلف بين الوسائل المكتوبة أو المطبوعة تحديدًا والوسائل السمعية البصرية، فبالنسبة لوسائل الإعلام المطبوعة فإن لغتها تتمثل في تلك الكلمات المكتوبة والصور والرموز والألوان، أما وسائل الإعلام السمعية والبصرية (السينمائية والتلفزيونية)

فاللغة فيها هي تلك الطريقة التي يظهر بها المعنى من خلال الصور ومن خلال الكلمات أو الحوار. وتتيح رؤية الأحرف في نص الصورة المتحركة وظهور المعنى على أنه تواصل غير لفظي. كما يتضمن ذلك الإيماءات وتعبيرات الوجه والملابس والدعائم في الفيلم بالإضافة إلى مكان وضع الشخصيات في الإطار. (Understanding Media Language, n d)

وتعتمدها وسائل الاعلام بشكل كبير ومتزايد باعتبارها وسيطا في إيصال الاخبار والحق المعاني والكلمات والجمل إلى الأشخاص بهدف الحشد أو المتابعة لتلك الوسائل الإعلامية، وترتبط اللغة ارتباطا وثيقا بكل عناصر العملية الإعلامية، وتتشرك كل من اللغة والاعلام اشتراكا مدجا وتاما فلا يكون وجود لواحدة دون الأخرى، فاللغة هي ذلك التعبير عن المشاعر والأفكار بينما الاعلام هو ذلك الاستخدام الأمثل والمقنن والموجه للغة بهدف تحقيق التأثير في الجماهير المختلفة، فاللغة تعطي تلك الصورة البانورامية للموقف من خلال اللغة، واللغة عموما هي ذلك الوسيط للتواصل بين الافراد، أما اللغة في وسائل الاعلام هي الاستخدام الأمثل والمركز للفت الانتباه إلى قضية ما، ويلعب التشفير وفك التشفير دورا حيويا في علم اللغة. (Mhaisane, 2023)

4- **العلاقة بين اللغة والإعلام:** ان اللغة والاعلام متجاوران، فاللغة تتحدث والاعلام يسلط الضوء على المحتوى والمادة والفكرة من خلال اللغة، ووسائل الاعلام هي المسؤولة عن توجيه المفهوم بتصورات مختلفة عن طريق استخدام اللغة المناسبة، ان اللغة والاعلام لديهما تنسيق واحد فوسائل الاعلام تنبت الكلمات في مجموعة من التسلسل الصحيح.

ان اللغة لها جمالها الخاص وهي مركز الجذب، ومن الجانب الادبي اللغة موجزة وسهلة التذكر ولها صدى أعمق من الاسهاب الذي يميل إلى الشعور بالفوضى، وتعتبر الجودة العاطفية والعقلية الأكثر جاذبية بالنسبة للمتابعين، فمعظمهم يريدون التفاعل مع الأحداث على مختلف

المستويات العاطفية والفكرية، وبالتالي تعتبر الجودة العاطفية والعقلية هي الأكثر جاذبية، وهذا الذي تسعى إليه وسائل الاعلام المختلفة فهي تريد تحقيق التفاعل والتأثير من خلال أساليب لغوية متعددة.

إن أحد الجوانب الأكثر أهمية وإثارة للاهتمام للقوة المحتملة لوسائل الإعلام من وجهة نظر لغوية هي الطريقة التي يتم بها نقل الأشخاص والأحداث. فمنذ أوائل السبعينيات اهتم اللغويون بالعلاقة بين كيفية رواية القصة ووجهات النظر للذي يروي القصة، (Thomas & Wareing, 2004) ويسمى هذا المستوى من استخدام اللغة بالتمثيل اللغوي، فيمكن ان نجد قصة واحدة من وجهات نظر مختلفة وتحقق نتائج مختلفة، وهذا يبرز العلاقة بين وسائل الاعلام المختلفة واللغة، فكل وسيلة لها خصوصياتها اللغوية بين الكتابية والمنطوقة او الرمزية والصورية، وبالتالي تستخدم اللغة اعتبارا بالوسيلة التي سينشر او يث فيها الحدث او الخبر.

5- **مميزات اللغة الإعلامية:** ونجد على هذا المستوى جملة من المميزات للغة الإعلامية ومنها ما يكون

لازما ودائم الوجود ومنها ما يوجد لاعتبارات ما، وعلى العموم نذكر أبرز مميزاتا وهي:

- **الحياة والثراء والتجدد:** وهذا راجع إلى التنوع المجتمعي بفعل تنوع مجالات الحياة، فالألفاظ المتنوعة المتدفقة في كل حين في أوساط الاستعمال اللغوي هي المنبع الذي تستقي منه لغة الاعلام مادتها، وبالتالي أمكن القول ان اللغة الإعلامية متجددة بشكل مستمر بتجدد الوسائل وأيضاً الجماهير وبشكل اولي بناء وتحدد كلمات وألفاظ جديدة في المجتمع.
- **الحيوية:** تكتسب اللغة الإعلامية حيويتها من مختلف العمليات الإبداعية التي تمر بها في تعاملها وتقاطعها مع ألفاظ اللغات الأخرى عن طريق الترجمة او التعريب للألفاظ والعبارات الأجنبية، او ابتكار الجديد من الالفاظ والصيغ مما يستجد من المواقف وسياقات التخاطب، على أن يكون بما

يتناسب مع خصائص النظام اللغوي، سواء كان ذلك من جهة التراكيب أو البنى الصرفية أو الاستعمالات المجازية وما توحى به من المعاني والدلالات.

- **تطوير اللغة:** ومما تتميز به اللغة الإعلامية أنها تسهم في تطوير اللغة، بتوسيع دلالات الألفاظ، والجروح بما نحو السهولة واليسر في التداول، ولا يعني ذلك كثرة الابتدال أو النزول في مستوى الاستعمال، وإنما المراد هو وضوح العبارات وتنويع الأساليب من غير تعقيد أو إبهام أو اغراب، مع احترام النظام اللغوي وعدم الإغراق في استعمال اللهجات العامية إلا ما جاء منها على سبيل الضرورة بقصد الايضاح وتقريب الأفكار من عموم المتلقين. (بوفاتح، 9-10 ماي 2018).

- **الوضوح:** ان الوضوح في اللغة الإعلامية مهم جدا في تحقيق الأثر المطلوب، فإذا كانت الكلمات غير واضحة بفعل معيق ما (جودة اللغة، اختلاف اللغة، عدم وضوح المعنى او الكلمات ...) فهذا يؤدي حتما إلى معنى آخر وتأثير آخر، فلهذا وجب ان تكون اللغة الإعلامية واضحة حسب الجمهور الذي سترسل إليه او ما يعرف بالمتلقي.

- **المعاصرة:** ان اللغة الإعلامية متطورة من ناحية التراكيب والتعبيرات بوجود الفاظ لغوية جديدة وأيضا بفعل تطور الوسائل الإعلامية، فالوسائل الإعلامية اليوم على سبيل المثال تلجأ إلى الاختصار الشديد والذي قد يخل بالمعنى أو السياق الخاص بالحدث، فالمعاصرة مهمة ولكن بما يضمن الحفاظ على سياق الحدث أو الخبر.