مجلة إشكالات في اللغة والأدب مجلد: 11 عدد: 1 السنة: 2022
ص: 958 - 969 E ISSN: 2600-6634 / ISSN:2335-1586

لغة الخطاب التواصلي في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال،

The Language of Communicative Discourse in light of Media and Communication Technology

أ.د: ميس سعاد *

Dr. MISS SOUAD

مخبر الدارسات النحوية واللغة بين التراث والحداثة في الجزائر

جامعة ابن خلدون تيارت (الجزائر)،

Ibn Khaldoun University of Tiaret, Algeria

souad.mis@univ-tiaret.dz

تاريخ الإرسال: 2021/06/28	تاريخ القبول: 2021/09/19	تاريخ النشر: 2022/03/02

ملخص البحث

من المتعارف عليه أن اللغة وسيلة الإنسان للتواصل والتعبير عن مشاعره وأفكاره، وإشباع حاجاته، فهي ذات وظائف متعددة: تعبيرية، تواصلية، وفكرية...ويعتبر السياق التواصلي وما يحدثه من الأفعال الكلامية من إنجازات وآثار على متلقيه – كون الأفعال الكلامية تلعب دورًا بارزًا في تحقيق نجاح الخطاب التواصلي أو فشله – له أهمية كبيرة في تغيير نظرة المجتمع إلى الأحداث و الوقائع، فالمعلومات التي تنشر بواسطة الوسائل الإعلامية مثل: الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت والمجلات لها تأثير كبير في نفوس متلقيها ومتابعيها، ولكن هذا التأثير لا يحدث إلا إذا كانت اللغة المستخدمة سليمة و مقنعة و مفهومة تناسب مختلف فئات المجتمع.

نحاول من خلال البحث التكلم عن أهمية لغة الخطاب التواصلي، وذلك من خلال التعرف على ماهيتها ووسائلها وآلياتها في الإلقاء والإقناع، ومدى أثر هذه اللغة على نجاح أو فشل التواصل بين أفراد المجتمع.

الكلمات المفتاح: لغة، خطاب، تواصل، تكنولوجيا، إعلام واتصال.

Abstract :

It is well known that language is a person's means/facility of communicating, expressing his feelings and ideas, and satisfying his needs as it has multiple functions: expressive, communicative, and intellectual. The communicative context and the verbal actions that it makes which to be considered as achievements and effects on the recipient - the fact that verbal actions play a prominent role in achieving the success or failure of the communicative discourse - has great importance in changing the society's perception of events and facts. Information published by media outlets such as: the press, radio, television, the

* أستاذة محاضرة(أ): ميس سعاد. Souad.mis@univ-tiaret.dz

Internet and magazines have a great impact on the hearts of their recipients and their followers; however, this effect does not occur unless the language used is sound, convincing, understandable, and suitable for all the different groups of society.

Through this research study, we try to bring about the importance of the communicative discourse's language, by identifying its essence, methods and mechanisms in speech and persuasion in addition to the extent to which this language impact the success or failure of communication among the members of society.

Keywords: Language, discourse, communication, technology, media and communication.

مقدمة:

تهتم الدراسات اللغوية في وقتنا الحاضر بلغة الخطاب التواصلي، كونها لغة مرنة وسهلة الاستعمال ومفهومة، وتستخدم في كل مجالات الحياة، ويفهمها الخاص والعام، فهي تحقق نسبة كبيرة من التواصل على الرغم من عدولها عن المعايير الثابتة لمستويات اللغة، وتهتم هذه اللغة بالسياق التداولي للخطاب بين الأفراد، كما أنها تهتم بالهدف من الخطاب لا بشكله. فالإشكالية التي يحاول البحث الإجابة عنها: ما هي طبيعة لغة الخطاب التواصلي؟، وما هو دور وسائل الإعلام والاتصال في انتشار هذه اللغة؟

والهدف من البحث هو التعريف بلغة الخطاب التواصلي، والكشف عن وظيفتها وأهميتها ومدى انتشارها في وسائل الإعلام والاتصال، أما عن أهم العناصر الأساسية التي تطرق إليها البحث، فهي التعريف باللغة، مع ذكر طبيعتها ووظائفها، والتعريف بالخطاب ووصف لغة الخطاب وكذا التحدث عن اللغة العربية في وسائل الإعلام والاتصال وخاصة الشبكة الاجتماعية.

أولا– ماهية اللغة:

اللغة وسيلة اجتماعية تواصلية مهمة في حياة الإنسان، ولا يمكن الاستغناء عنها، فهي أداة للتفاهم بين الأفراد، ووسيلة لنقل الأفكار، والخبرات عبر العصور من خلال اللغة المكتوبة، والموروث اللغوي المحفوظ في ذاكرة الإنسان.

وتعتبر اللغة وسيلة التفاهم الفكري وأداة التعاطف الروحي، بل هي: «تيار يمازج العقل والنفس، وطاقة تتولد بها الألفة الوثقى بين الناس بعضهم وبعض، فتجعلهم على صعيد رحيب يسوده جو نقي، يتبادلون به الآراء والعواطف والأحاسيس ومظاهر السلوك الاجتماعي العام»[1]، بمعنى اللغة ظاهرة

اجتماعية، فهي تتسم بالمرونة والاستجابة لكل ما يحدث في المجتمع من تغيرات، فاللغة بوصفها أداة اتصال تترجم أفكار وحاجات الفرد وسط مجتمعه، وأثناء تواصله مع الغير من خلالها وخلال الحركات الغير لغوية، كما أنها انعكاس للذاكرة الجماعية بكل مقوماتها.

1- تعريف اللغة:

اللغة في لسان العرب: «اللُّغَةُ من الأسماء الناقصة، وأَصْلُها لُغْوَة من لَغَا إذا تكلم».[2]

واللُّغةُ: اللّسْنُ: «وَحَدُّهَا أَنها أصوات يَعبِّرُ بها كُلُّ قَوْمٍ عن أَغْرَاضِهِم».[3]

2- طبيعة اللغة:

اختلف الدارسون في حقيقة اللغة وطبيعتها، أهي عقلية، وظيفتها التعبير عن الأفكار أم هي ظاهرة اجتماعية وظيفتها التوصيل والتواصل، ويعبر كمال بشر عن رأيه فيقول: «وخير ما يمكن قوله عن اللغة أنها تُكتسب عن طريق الممارسة والخبرة بمعونة الطاقة أو القدرة التي يتم تفعيلها دائمًا وأبدًا وفقًا لخواص هذا المكتسب وطبيعته...والقدرة أهم عامل من عوامل صنع اللغة واكتسابها، فكيفما يكن المسموع يكن الإنتاج؛ أي المحصول اللغوي»[4]، فاللغة من الخصائص التي اختص بها الله بني البشر، فالإنسان وحده هو القادر على استخدامها نطقًا وكتابةً، حتى يتحقق التواصل بين الأفراد والمجتمعات على اختلاف بيئاتهم، وهي مظهر من مظاهر السلوك الإنساني؛ كونها تتيح لنا دراسة الفكر والنتاج الفكري، فهي "أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم" حسب تعريف ابن جني، والمقصود بالأغراض «المعاني والدلالات التي يراد نقلها من متكلم إلى مستمع باستخدام الأصوات المنطوقة أو المكتوبة»[5]؛ ولأنّ اللغة هي الطريق إلى التواصل وجب علينا «تمييز الأصوات، ويعني المعرفة بشيء أو موقف أو حدث أو تقرير لفظي، ثم يكون الإدراك، وهو وظيفة معرفية نشطة تعي وتفهم وتنظم وتستخرج المعاني والدلالات، ومن هنا كانت اللغة محكومة بقواعد محددة»[6]، واللغة المنطوقة أهم من لغة الكتابة، وأوسع انتشارًا على أساس أن اللغة المنطوقة تتأثر بالبيئة، والظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، ويتم التخاطب اللفظي عن طريق الكلام والاستماع، أو القراءة والكتابة، مع الإشارات المصاحبة أثناء الكلام، لها هي الأخرى أهميتها ودلالاتها، فاللغة وسيلة مهمة للتطور وصورة عاكسة لأنماط التخاطب والاتصال، بل تعتبر اللغة أو النطق الجيد للغة مع الوعي الكامل بتركيبها ومكوناتها الصوتية أقوى مظاهر القوة والنضج والرقي في التفكير بالنسبة للشخص المتكلم، فكلما «تطورت واتسعت لغة هذا الإنسان ارتقت قدراته العقلية فنما ذكاؤه وقوى تفكيره».[7]

3- وظائف اللغة:

تتعدد وظائف اللغة تبعًا للحقل المعرفي للدراس الذي ينتمي إليه أساسًا، فمثلا إذا كان الباحث إعلاميًا، فإنه يعرف وظيفة اللغة على أنها: وظيفة إعلامية، ومن الوظائف نجد الوظيفة التفاعلية للغة، «وتقوم بإقامة العلاقات الاجتماعية وتثبيتها»[8]، وتتضح الوظيفة التفاعلية «في الأحاديث اليومية التي تحدث حتى عند انعدام المعرفة المسبقة بين أطراف الخطاب والتي تعبر عن لطف، وكياسة، وقد تقوم هذه الوظيفة بدورها على مستوى الأفراد بدرجة أكبر»[9]، إذن تنعكس الوظيفة التفاعلية من خلال العلاقات الاجتماعية بين الناس والغايات التي تحقق من خلالها، وتظهر بصورة واضحة في المعاملات اليومية التي تحدث بين الناس، وهنا يجب مراعاة عدة جوانب تساهم في عملية الاتصال: كمهارة الاستماع والقراءة، ومهارة الحديث والكتابة، بمعنى يكون الاهتمام بالمعنى، ونجاح عملية الفهم والتواصل أكثر من الاهتمام بالجانب التركيبي، كما أن السياق يلعب دورًا بارزًا في عملية الاتصال والتواصل فبتعدد السياقات تتعدد الخطابات اللغوية، ونضيف إلى كل هذا الحركات التي تصاحب الحديث أو التلفظ أثناء التواصل مع الطرف الآخر لها دور هام وبارز في التأثير والإقناع وترجمة الأفكار بصورة فعّالة ومقنعة في معظم الأحيان، وهو ما يرتبط بالسياق الغير لغوي.

فالتواصل اللغوي يتحقق من خلال الخطاب بمعنى أن السياق يؤثر في بنية الخطاب، كما أن التداولية التي تهتم بدراسة المعنى التواصلي تهتم بالجانب السياقي الذي يقال فيه الخطاب وبردة فعل المرسل إليه من الرسالة الملفوظة التي تعكس مستوى المرسل، ومدى تفاعل المرسل إليه مع الخطاب، «فاللغة هنا لا تؤدي فقط وظيفة مرجعية تحيل إلى مدلول، بل تؤدي وظيفة تداولية تتفاوت بحسب القصد أو الهدف الذي من أجله يسوق المتكلم خطابه»[10]، بمعنى اللغة المنطوقة أو المكتوبة تكون بهدف إفهام مقاصد الخطاب للمرسل إليه أو التأثير فيه من خلال الحجج والأدلة ووسائل التأثير المرئية واللغوية والحركات الجسمية المصاحبة للخطاب، وكل ذلك مهم في عملية التواصل اللغوي بين الطرفين.

ثانيا- الخطاب:

مصطلح الخطاب متعدد المعاني وذلك حسب الميدان الموظف فيه، ولكن أغلب المفاهيم تجمع على أنه وحدة تواصلية إبلاغيه ناتجة عن مرسل ومرسل إليه في سياق معين، أي فاعلية تواصلية يتحدد شكلها بواسطة غاية اجتماعية، وتتنوع طرق الخطاب بحسب أسلوب المتكلم أو الكاتب، وتماشيا مع المواقف الاجتماعية والثقافية، فتعددت الخطابات مثل: الخطاب الديني، والخطاب العلمي، والخطاب السياسي،

والخطاب الثقافي، والتاريخي، والاجتماعي، لذلك نجد تعريف الخطاب مختلف من ميدان لآخر، وهذا دليل على سعته وأنه واسع الاستخدام.

إن صيغة – لفظ الخطاب تعني: «أحد مصدري فعل، خَاطَب يُخَاطب خطابًا ومخاطبة، وهو يدل على توجيه الكلام لمن يفهم، نقل من الدلالة على الحدث المجرّد من الزمن إلى الدلالة على الإسمية، فأصبح في عرف الأصوليين يدل على ما خوطب به وهو الكلام». [11]

وقد عرف الآمدي الخطاب على أنه: «اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيء لفهمه». [12]

وبما أننا نهتم في بحثنا بالخطاب اللغوي، فإنّ «حد الخطاب أنه كل منطوق به موجه إلى الغير بغرض إفهامه مقصودًا مخصوصًا» [13]، مع تحقيق أهداف معينة. وعناصر الخطاب هي: المرسل، والمرسل إليه، وناقل الرسالة سواءً ملفوظًا أو مكتوبًا، والعناصر المشتركة مثل العلاقة بين طرفي الخطاب، والظروف الاجتماعية والثقافية والسياقات المختلفة التي يقال فيها الخطاب أو يكتب فيها، وبالتالي هناك عوامل مشتركة تتفاعل فيما بينها من أجل إنتاج لغة الخطاب التواصلي الفاعل والناجح من أجل التواصل بين طرفي العملية الإبلاغية.

يعتمد الخطاب الناجح على عوامل لغوية متمثلة في الكلام والتلفظ، وعوامل غير لغوية خارج النطاق اللغوي تعود في الأساس إلى السياق الخارجي المحيط بالكلام كالمناسبة والإشارات والحجج المرئية وغيرها من وسائل الإقناع، فالكلام في حد ذاته «يتطلب مجهودًا، وتعتمد درجة النجاح والتوفيق فيه على قدر الجهد المبذول، وهو عمل ماهر؛ لأنه يتطلب معرفة نظرية ويعتمد النجاح في ذلك على درجة المران الذي حصل عليه الفرد» [14]، بدليل أننا كلنا نعرف اللغة والكلام، ولكن لكل واحد منا أسلوبه في طرح أفكاره، وطريقته الخاصة في ترتيب الألفاظ كالتقديم والتأخير واستخدام كلمات خاصة، وتوظيف الحجج الظاهرة والمقنعة، وصياغة التراكيب بطرق مختلفة عن الغير، وبالتالي هناك فرق بين معرفة الكلام وبين اتقانه، وقد فرق ابن خلدون بين الملكة والصناعة إذ يرى: «أن اللغات كلّها ملكات شبيهة بالصناعة، إذ هي ملكات في اللسان، للعبارة عن المعاني وجودتها وقصورها بحسب تمام الملكة أو نقصانها، وليس ذلك بالنظر إلى المفردات، وإنما هو بالنظر إلى التراكيب، فإذا حصلت الملكة التامة في تركيب الألفاظ المفردة، للتعبير بها عن المعاني المقصودة، ومراعاة التأليف الذي يطبّق الكلام على مقتضى الحال، بلغ المتكلم حينئذ الغاية من إفادة مَقصُوده للسامع، وهذا هو معنى البلاغة» [15]، فبلاغة الكلام هو معرفة الوصول إلى

القصد منه بدون الإطالة أو الإساءة إلى المعنى من خلال حسن اختيار الألفاظ أو الأصوات اللغوية المناسبة والمتداولة بالنسبة للمتلقي وعرضها في التركيب اللغوي بطريقة صحيحة؛ لأنّ تقديم لفظ وتأخيره يغير في الدلالة؛ ولأنّ الوقف عند بعض الكلمات يعطي دلالات إضافية لا نستطيع التعبير عنها، لأننا لو فعلنا ذلك لأطلنا الحديث، وبَعُدَ الهدف والغاية من الكلام ألا وهو الإقناع والتأثير، والمتكلم أثناء حديثه وكلامه يجب عليه مراعاة عدة أمور منها الاجتماعية مرتبطة بالمرسل إليه والمحيط الذي يتكلم فيه أو عنه، وكذا ثقافية ونفسية، وحتى حركات جسمه التي تعبر عن نصف حديثه، وتعكس مدى رغبته في إقناع الغير، وطريقة طرح أفكاره ومشاعره.

ثالثا– دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التواصل اللغوي– اللغة العربية–:

حدث تحول في شكل الحضارة الإنسانية، بظهور تكنولوجيا الاتصال الإلكترونية، من المكتوب إلى المسموع والمرئي، وأصبح العالم قرية واحدة، وبظهور الأنترنت حدثت الثورة الاتصالية الكبرى التي غيرت من أنماط التواصل، أي «عملية نقل معنى أو فكرة أو مهارة أو حكمة من شخص لآخر»[16]، وأصبحت المجتمعات تواكب عصر المعرفة والرقمنة والسرعة والحركية، تطور لا حدود له ولا وقت، سرعة وصول المعلومات وطريقة عرضها أصبحت تنجز بسهولة ويسر وعرض المادة العلمية والتواصل مع الطرف الآخر أصبح من الأمور السهلة بعدما كانت من أصعب الأمور، وأصبحت المعلومات تصل إلى المرسل إليه بطرق مختلفة.

فقد أصبح التواصل من خلال الوسائل الإعلامية مثل: الصحافة والإذاعة، والشبكة الاجتماعية، والمجلات وغيرها من الوسائل الإعلامية أصبح فعّال ويلعب دورا بارزا في التواصل والاتصال ونقل الأفكار والمعلومات.

تقوم اللسانيات التواصلية على منظومة ثلاثية الأقطاب «المرسل باعتباره صاحب المبادرة في التواصل، وثانيها المستقبل باعتباره هدفًا مباشرًا للرسالة وثالثها المجتمع باعتباره مصدر العلاقة بين أطراف التواصل، واعتباره كذلك مصدر النظام الذي تبنى على أساسه هذه العلمية».[17]

وتكنولوجيا الإعلام نقصد بها كافة التقنيات التي يتم استخدامها من أجل الحصول على المعلومات وإيصالها وتخزينها وغير ذلك، بمعنى أن «تكنولوجيا المعلومات عبارة عن وسائل وأدوات آلية أو الكترونية ضرورية لأداء الأفراد أعمالهم الضرورية المؤدية إلى تحقيق أهداف المنظمة باستخدام الحاسوب لاتخاذ القرارات المناسبة وفي الوقت والمكان المناسب»[18].

ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في رفع المستوى الثقافي للناس وسرعة انتشار المعلومات وتسهيل الكثير من سبل التعليم والتعلم والتواصل، ولغة الخطاب الذي ينتشر من خلال وسائل الإعلام والاتصال تمتاز بالتبسيط والوضوح والموضوعية والالتزام بقواعد اللغة، وهي لغة عامة؛ لأنها تتنوع بين اللغة الفصحى واللغات الأجنبية واللغة العامية.

رابعا– اللغة العربية في تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

اللغة العربية التي نتكلم بها هي لغة العصر في المجتمع العربي، فهي سهلة سائغة، لا غرابة فيها ولا تعقيد، ولا زخرف ولا صنعة وهي واضحة دقيقة تصوب إلى المعنى وتؤديه في احكام ولا تحتاج في الغالب إلى معجمات وقواميس، فهي لغة الخاصة والعامة، وهي اللغة الأكثر استعمالا بين الناس في وسائل التواصل الاجتماعي على الرغم من معرفة معظم الناس اللغات الأجنبية، إلا أن اللغة العربية تحتل الصدارة في الاستعمال مع وجود تمازج أو تداخل في الألفاظ بين الفصحى واللغات الأجنبية مثل الفرنسية والانجليزية وخاصة العامية، وهذا يدل على مرونة الفصحى وتعايشها مع اللغات الأخرى، فمثلا أي شخص تستطيع التحدث معه والتواصل معه من خلال أجهزة الإعلام والاتصال مثل الهاتف والتلفزيون والإذاعة وعبر الشبكة الاجتماعية بمختلف تقنياتها التواصلية فاللغة الإعلامية «أداة تعبير ووسيط ناقل للمعلومات والأفكار التي يحملها المضمون الإعلامي بشكل يؤدي إلى فهم المتلقي لما يعبر عنه أو ينقله منتج المادة الإعلامية»[19]

تعتبر لغة الخطاب الإعلامي تعتبر أداة لتأطير الرأي العام وترويج الأفكار والمذاهب، فلقبت بالسلطة الرابعة في الحياة الاجتماعية والسياسية، وعدت حدثًا لغويًا ثالثا في تاريخ العربية[20]، إن لغة الخطاب الإعلامي لغة تتسع لكل الأساليب والمواضيع والفنون فهي تنحت مادتها من مصادر مختلفة، من المثقفين والأدباء، والساسة والأكاديميين ورجال الاقتصاد، وعلماء النفس والاجتماع، وتوظف مختلف ألفاظ اللغات واللهجات الأخرى، خاصة العامية بألفاظها المتداولة حسب الأحداث المتزامنة، ومن هنا نلحظ أن الإعلام يلعب دورا كبيرا في توظيف اللغة الفصحى وحتى العامية وخاصة المصطلحات الحداثية المرتبطة بالتطور والحداثية والرقي خاصة ما تعلق بالجانب الاجتماعي والسياسي والثقافي والديني الذي يهتم به الفرد.

«اللغة هي الأداة الرئيسية التي تستخدمها وسائل الإعلام لأداء وظائفها وبلوغ أهدافها، ومن ناحية أخرى، فإن نمو اللغة في المجتمع واتباعه مستوى لغوي معين يتوقف على وسائل الإعلام وسياستها

اللغوية»[21]، وهذا يعكس جانبين جانب إيجابي من خلال عملية توظيف الفصحى واستخدامها وتناقلها بين الأفراد، وفي نفس الوقت الإعلام يضر باللغة عند المزج بينها وبين لغات أخرى خاصة العامية وتوظيف مفردات تم تغيير تركيبتها الصرفية والدلالية، وتوظيفها في سياقات مختلفة حسب الغرض والهدف من هذا التغيير فإن هذا يضر باللغة الفصحى.

لغة الخطاب الإعلامي هي تشكيلة لغوية بين مجموعة من اللغات واللهجات، من أجل تحقيق هدف معين في مجالات متنوعة وهذا تميز يحسب للغة الإعلام، كونها واسعة وفي نفس الوقت دقيقة في اختيار ألفاظها مقنعة في توظيف تراكيبها تتجاوز القاعدة المعيارية من أجل ترجمة الواقع وتيسير الفهم للمتلقي، ولا ننسى هنا أن اللغة الإعلامية لا تعمل وحدها بل هناك وسائل إعلامية مثل الإشهار المرئي والحركات التي تصاحب التلفظ والأدلة المرئية التي يلجأ إليها الملقي من أجل إقناع الطرف المستقبل، وهذا لا يعني قصور الفصحى على الإقناع أو توضيح الفكرة والتواصل مع المتلقي، ولكن التطور الحاصل في الحياة اليومية للإنسان من تكنولوجيا ووسائل جديدة توظف في حياته ومصطلحات مستحدثة واختراعات يومية، والأكثر من ذلك تأثير السياق التداولي للألفاظ بين الناس في مختلف المجالات جعل الفرد يعيش مع اللحظة والحدث أكثر من استحضار المعاني والمفردات المعجمية، بمعنى جمالية اللغة الفصحى في استيعابها لكل هذه الظروف والتطورات الحاصلة في الحياة اليومية، وهي الوسيلة الوحيدة في إقامة «العلاقات الإنسانية من حيث التوصيل أو النقل والتعبير عن الأفكار والمعاني والرغبات»[22]، إذن اللغة هي الركن الذي لا يستطيع الإعلام الاستغناء عنه بل بدونه لا يكون إعلاما على الرغم من وجود ركائز أخرى يعتمد عليها الإعلام؛ ولأنّ اللغة هي الوحيدة القادرة على الاتصال والتواصل مع أفراد المجتمع وهي الوسيلة الوحيدة الأسرع والأسهل والمقنعة بمختلف أدواتها وآلياتها اللغوية.

إن لغة الخطاب الإعلامي لا تتقيد بالزخرفة اللفظية بل نجدها سهلة مفهومة لدى العامة والخاصة؛ لأنّ الاهتمام فيها يكون للفكرة والتواصل وليس للتركيب اللغوي الذي يهتم به الأديب واللغوي. فمثلا نجد أن لغة التلفاز تتنوع وتختلف حسب تخصص كل صحافي، والخطاب يكون حسب الفئة والموضوع المتناول وبالتالي أسلوب الصحفي يجب أن يراعي كل الفئات العمرية المتابعة للبرنامج فمثلا نشرة الأخبار الصحافي فيها يحاول قدر المستطاع التكلم بلغة عربية فصيحة بدون ذكر كلمة بالدارجة، مع عدم التقيد بالجانب المعياري للقاعدة النحوية وعدم احترام الحركات الإعرابية، والجميل في الأمر أن لغته تكون مفهومة بسيطة تحقق التواصل والاتصال بين جميع متابعي الحصة، والصحف اليومية نجدها تلتزم الكتابة باللغة

العربية الفصيحة ولكن أسلوبها سهل بسيط كل شخص يستطيع قراءة هذه المعلومات وفهمها على الرغم من وجود الكثير من الأخطاء اللغوية والنحوية، ولغة الخطاب في الصحافة الإذاعية المرئية والمسموعة متنوعة؛ لأن الهدف هو التواصل مع المواطن والاستفادة من البرامج والمعلومات المقدمة لذا تتنوع لغة الخطاب التواصلي بين الفصحى التي يتقيد بها بعض الصحفيين، والعامية التي تترجم الأفكار وتنقلها بسرعة لأن ألفاظها متداولة ومعروفة أكثر واللغات الأجنبية مقيدة حسب الموضوعات المعالجة وحسب بعض البرامج، ولكنها ليست كاللغة الفصحى التي تعتبر الناطق الرسمي للصحافة الإذاعية، اللافتات الإشهارية لبعض المنتجات.

كما نجد لغة الخطاب التواصلي في اللافتات الإشهارية لبعض المنتجات تَستَخدم اللغة العربية الفصحى، وهي مفهومة ومقبولة غير أنها لا تؤدي وظيفتها الدلالية إلا من خلال إضافة الصوت اللغوي التداولي المعروف لدى المتلقي فتزداد اللافتة وضوحًا واقناعًا بمعنى اللغة المنطوقة هي الأكثر استعمالا والأكثر إقناعا من الوسائل الإبلاغية الأخرى، ومعظم الأساليب المستخدمة من أجل التواصل في هذه الوسائل الإعلامية الاتصالية هي اللغة العربية الفصحى وإن كانت هذه اللغة لا تتقيد بقواعد النحو والصرف والنطق الصحيح والسليم للألفاظ والحروف وكذا الدلالة المعجمية لمعاني الكلمات، ولكنها توظف حسب الوظيفة التداولية اللغوية للفظ، بمعنى حسب استخدام اللفظ في السياق التواصلي المعروف عند المتلقي، وقد تتغير دلالة اللفظ في غير ما وضع له وهو أسلوب من أساليب الإقناع الموجودة في وسائل الاتصال والإعلام؛ لأنّ الغرض من هذا التواصل هو إيصال فكرة وإقناع متلقي والتأثير فيه.

خامسا– لغة الخطاب التواصلي في الشبكة الاجتماعية:

لغة الخطاب التواصلي في الشبكة الاجتماعية هي لغة تفاعلية اجتماعية، تمتاز بأسلوب تعبيري جديد لا يشبه «اللغة الأدبية بمستواها التذوقي الجمالي وغير لغة العلم، فاللغة الإعلامية الجديدة هي التي تسعى إلى جميع فئات القراء، وإلى تحقيق المستوى العملي على الصعيد الاجتماعي للغة»[23]، وبالتالي نجحت وسائل الإعلام والاتصال في خلق لغة مشتركة لها ميزات خاصة كالشعبية وسهولة التقبل لدى القارئ والمستمع والمتلقي بصفة عامة.

ولغة الخطاب التواصلي في الشبكة الاجتماعية هي لغة عربية ميسرة غير خاضعة لقواعد النحو أو كما هو معروف في اللغة العربية الفصيحة، ففي هذه اللغة لا وجود للحركات ولا يهم التقديم والتأخير

والحذف أي هذا التغاير الدلالي اللفظي لا يغير في المعنى عكس ما هو موجود في اللغة العربية الفصيحة التي تقوم على القواعد والمعاني الثابتة فزيادة حرف يؤدي حتما إلى زيادة معنى أو تغييره.

تختلط لغة الخطاب التواصلي في الشبكة الاجتماعية بين اللغة العربية والعامية ومعظمها عربية ولها شعبية كبيرة، وليست خاصة بفئة معينة، وبالتالي تكون هذه اللغة هادفة ميسرة وواضحة ومألوفة الكلمات وخاصة متداولة هذا الشرط الأساسي لنجاح لغة الخطاب التواصلي بين الناس، أما المواضيع فقط نجحت وسائل الإعلام والاتصال في توحيد اللغة الميسرة وجعلها لغة جميع المجالات العلمية والثقافية والسياسية والدينية بمعنى أن الفرد يستطيع أن يفهم الخطاب السياسي والخطاب الديني والثقافي ونشرة الأخبار وغير ذلك بكل سهولة.

وهنا يجب أن ننبه إلى ضرورة استخدام المفردات حسب السياق التداولي المعروفة فيه لدى المتلقي، كما يجب على المرسل أن يكون على دراية بدلالات المفردات التي يوظفها وقوة الألفاظ التي يستخدمها حتى يحقق الهدف من الخطاب التواصلي لأن الغاية من استخدام هذه اللغة هو الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور والقراء والمتابعين من أجل طرح أفكارهم وقضياهم ونشر المعلومات بصورة سريعة وعلى نطاق واسع، ومراعاة لغة الخطاب التواصلي لسمات اللغة التداولية مثل البساطة والإيجاز والوضوح والموضوعية.

وما يلاحظ على لغة الخطاب التواصلي في الشبكة الاجتماعية أن أهدافها واضحة ومعظم الأحيان نزوح للكثير من الأفكار وتحاول إقناع المتلقي بها من خلال الحجج ووسائل الإقناع بضرب الأمثلة على التجارب الناجحة أو الفاشلة أو إعطاء صورة واضحة للمرسل إليه عن المنتوج مثلا أو الرأي السياسي أو حتى الظاهرة الاجتماعية أو الثقافية ومحاولة إقناع المتلقي بالفكرة المطروحة وكثيرا ما يلجأ أصحاب هذه اللغة إلى المراوغة والحِيَل من أجل نشر معلوماتهم وأفكارهم على نطاق واسع، واللغة هنا تتنوع وتكون بسيطة واضحة قد تكون فصحى أو عامية، وتنتشر بسرعة وتعطي نتائج مذهلة في وقت قياسي؛ لأن الأهداف واضحة والأفكار مترجمة بألفاظ دقيقة متداولة ومألوفة لدى المتلقي.

خاتمة:

– تعتبر لغة الخطاب التواصلي، لغة تفاعلية اجتماعية وتحتل الصدارة من بين كل وسائل التواصل والاتصال بين الأفراد بكل الأنواع والطرق، تبقى هي اللغة الأكثر هيمنة وسيطرة على تفكير المتلقي وردود أفعاله.

– تلعب تكنولوجيا الإعلام والاتصال دورًا كبيرًا في نشر اللغة وتفعيل مفرداتها والتعامل بها، كما أنها تجدد في ألفاظها وتستحدث كلمات جديدة يتداولها أفراد المجتمع.

– لغة الخطاب التواصلي لغة بسيطة سهلة واضحة، لا تراعي التراكيب النحوية والبلاغة والسجع وغير ذلك مما نجده في لغة الأدباء وأهل اللغة.

– تهتم لغة الخطاب التواصلي باستعمالات اللغة في سياقاتها التداولية بين أفراد المجتمع، وتهتم بهدف الخطاب والتواصل أكثر من شكل اللغة وهي لغة مفهومة للجميع وفي مختلف الميادين.

هوامش:

[1]– محمد شوقي أمين، اللغة العربية مكانتها القومية والعالمية في القديم والحديث، مجلة مجمع اللغة العربية، سنة: 1975م، دار الكتب المصرية، ج34، ص: 59.

[2]– ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، القاهرة، ص: 4049.

[3]– ابن جني، الخصائص، تحقيق: محمد علي النجار، دار الكتب المصرية، المكتبة العلمية، ج1، ص: 33.

[4]–كمال بشر، اللغة العربية بين الوهم وسوء الفهم، سنة: 1999م، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ص: 11.

[5]– خالد محمد الزواوي، إكساب وتنمية اللغة، سنة: 2005م، مؤسسة حورس الدولية– الإسكندرية، الطبعة الأولى، ص: 15.

[6]– المرجع نفسه، ص: 16.

[7]– المرجع نفسه، ص: 16.

[8]– عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب– مقاربة لغوية تداولية، سنة: 2004م، دار الكتاب الجديد المتحدة، دار الكتب الوطنية، بنغازي– ليبيا، الطبعة الأولى، ص: 46.

[9]– المرجع نفسه، ص: 47.

[10]– المرجع نفسه، ص: 17.

[11]– محمد علي التهانوي، كشاف اصطلاحات الفنون، وضع حواشيه أحمد حسن بسج، سنة: 1998م، دار الكتب العلمية، بيروت– لبنان، الطبعة الأولى، المجلد الثاني، ص: 05.

[12]– علي بن محمد الآمدي، الإحكام في أصول الأحكام، تحقيق: السيد الجميلي، سنة: 1986م، دار الكتاب العربي، بيروت– لبنان، الطبعة الثانية، ج1، ص: 136.

[13]– طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، سنة: 1998م، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، الطبعة الأولى، ص: 215.

[14]– هدسون، علم اللغة الاجتماعي، ترجمة: محمود عيّاد، سنة: 1990م، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة الثانية، ص: 177.

[15]– عبد الرحمن ابن خلدون، المقدمة، تحقيق: درويش جويدي، سنة: 2000م، المكتبة العصرية، صيدا، بيروت– لبنان، الطبعة الثانية، ص: 554.

[16]– أحمد حساني، دراسات في اللسانيات التطبيقية حقل تعليمية اللغات، سنة: 2004م، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بن عكنون، الجزائر، الطبعة الأولى، ص: 75.

[17]– سمير شريف، اللسانيات المجال والوظيفة والمنهج، سنة: 2015م، عالم الكتب الحديثة، الطبعة الأولى، ص: 637.

[18]– ماهر عودة الشمايلة، ومحمود عزت اللحام، د. مصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، سنة: 2015م، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان– الأردن، الطبعة الأولى، ص: 31.

[19]– محمود خليل، إنتاج اللغة في النصوص الإعلامية، سنة: 2009م، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص: 20.

[20]– ينظر: الحبيب النصراوي، التوليد اللغوي في الصحافة العربية الحديثة، سنة: 2010م، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، ص: 121– 122.

[21]– علي القاسمي، اللغة العربية في وسائل الإعلام، ضمن كتاب ندوة اللغة العربية في الخطاب التشريعي والإداري والإعلامي في المغرب، سنة: 2011م، مطبوعات اكاديمية المملكة المغربية، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، ص: 199.

[22]– نسيم الخوري، الإعلام العربي وانبهار السلطات اللغوية، سنة: 2005م، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت– لبنان، ط1، ص: 81.

[23]– عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللغوي، سنة: 2000م، الشركة المصرية العالمية للنشر، لونجمان، مكتبة لبنان ناشرون، ص: 46.