

مركزية اللغة في صياغة مفاهيم العلوم الإنسانية – اللغة العربية في الصحافة المكتوبة
The centrality of language in formulating the concepts of human
- sciences - Arabic in the written press

* امانى مالك

Amani Malek

مخبر التداولية واستراتيجيات الخطاب

جامعة محمد لامين دباغين سطيف 2 (الجزائر)

Mohamed Lamine Debaghine University Setif 2 (Algeria)

1 am.malek@univ-setif2.dz

تاريخ النشر: 2023/09/02	تاريخ القبول: 2023/03/22	تاريخ الإرسال: 2023/02/04
-------------------------	--------------------------	---------------------------

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان الدور الفعال للغة العربية في العلوم الإنسانية، من خلال مركزيتها في صياغة المفاهيم والمصطلحات من خلال واقع اللغة العربية في الصحافة المكتوبة، والأطر المعرفية التي تحدّد توجه العلم ومساره ضمن علوم كثيرة تُعنى بتسليط الضوء على مقام اللغة أيضا، وذلك بالإجابة عن الإشكالية التالية: فيم تتمثل مركزية اللغة في صياغة مفاهيم العلوم الإنسانية؟ وما هي الإسهامات المعرفية التي قدّمتها الصحافة المكتوبة للغة العربية؟ وعمدت الدراسة إلى توظيف المنهج الوصفي المناسب لطبيعة المدونة والإشكالية، مع الاستعانة بألية التحليل، قصد دراسة المفاهيم المتعلقة باللغة العربية في الإعلام، وما تقدّمه لهذا المجال من إفادة جوهرية، وخاصة على مستوى الألفاظ المستعملة، تبعا لنماذج مختارة من نصوص إعلامية واردة في جرائد يومية جزائرية، بغية النظر في هذه الألفاظ، وكيفية صياغتها للحدث الإعلامي. الكلمات المفتاحية: لغة عربية، علوم إنسانية، مركزية، صحافة مكتوبة، إعلام.

Abstract :

The aim of this research is to highlight the Arabic language's significant contribution to the development of concepts and terminology in the human sciences. Based on the reality of Arabic in the written press and the cognitive frameworks of sciences concerned with clarifying the function of language, we aim to answer the following questions: What is the centrality of language in

* مالك امانى: am.malek@univ-setif2.dz

formulating the concepts of the human sciences? What are the cognitive contributions made by the written press to the Arabic language? According to chosen examples of informative texts from Algerian daily newspapers, the study aims to use the descriptive analytical approach in order to study the concepts related to the Arabic language in the media and the crucial benefit it provides to this field, especially at the level of the words used.

Keywords: Arabic language, human sciences, centralism, written journalism, media.



أولاً: المقدمة

لا يخفى على أحد من الباحثين في الدراسات اللغوية قيمة اللغة ومحورتها في العلوم على اختلافها، فهي تشكل مركزاً فعالاً في ضبط إشكالياتها، وصياغة مفاهيم مصطلحاتها. وقد أضحت هذه الخاصية محل اهتمام الدارسين في عدة ميادين معرفية أبرزها: مجال الإعلام والاتصال، ونخص بالذكر: الصحافة بشقيها المسموع والمقروء، كونه المجال الذي يُؤسس للمعلومة في حدود ما هو متعارف عليه في المجتمع، وبحسب جهايزه، لتصبح بذلك اللغة أول الركائز الداعمة لأحوال المجتمع، وأحداثه في النص الإعلامي المكتوب.

لذلك، ارتأينا إلى النظر في مركزية اللغة العربية في صياغة العلوم الإنسانية، بدءاً من استحداث ألفاظ ومصطلحات وتوظيفها، وصولاً إلى ضبط علاقتها بمضمون النص الصحفي، ومستويات العربية في الصحافة المكتوبة، من خلال تسليط الضوء على الواقع اللغوي في المجال الصحفي المكتوب، ومدى إسهام اللغة العربية في الارتقاء بهذا المجال، وخدماتها اللغوية في سبيل ضبط حدوده المعرفية، والتعريف بها على النحو السليم.

ومن هذا المنطلق، لنا أن نتساءل عن ماهية اللغة ووظائفها في صياغة مفاهيم العلوم الإنسانية؟ وما المقصود بمركزيتها؟ وماهي أبرز الإسهامات المعرفية التي تقدّمها للصحافة المكتوبة؟ وكيف أسهمت الصحافة في إبراز الوظيفة الإعلامية للغة؟

تهدف هذه الدراسة إلى بلوغ الأهداف التالية:

- الكشف عن العلاقة القائمة بين اللغة والفكر.
- إبراز محورية اللغة العربية في مجال الصحافة المكتوبة.
- التعرّف على خصائص اللغة الإعلامية ودورها في صياغة الحدث الصحفي.

-تبيان أثر اللغة العربية في مضمون النصّ الإعلانيّ.

جاءت هذه الدراسة لعرض الإطار العامّ الذي تنبثق عنه اللغة العربية في علوم الاتصال والصحافة؛ إذ تنأسس هذه الورقة البحثية على عرض رؤى علمية توضح جدلية اللغة والفكر، وطبيعة العلاقة القائمة بينهما، لنطلق في ضوءها إلى الحديث عن وظائف اللغة في الصحافة، وذلك بالتركيز على الوظيفة الإعلامية للغة، لنتمكّن من تسليط الضوء على أثر اللغة العربية في مضمون النصّ الإعلانيّ، وانطلاقاً مما سبق، نخصّص دراسة تطبيقية لمادج مختارة من نصوص إعلامية، نبيّن فيها مركزية اللغة في صياغة الحدث الصحفي، من خلال مدى تأثيره على ألفاظ العربية، وكميية إثراء الحدث الصحفي للمعجم اللغويّ.

ثانيا: رؤى علمية في جدلية اللغة والفكر:

تعدّ الدراسة اللغوية من المسائل البحثية التي لا يغفل عنها الدارسون في مختلف مجالات العلم، فهي القضية المشتركة بين ميادين معرفية كثيرة، فلا يعنى بها علم دون الآخر، كونها أداة للتواصل بين الأفراد، فتفتح بذلك باب النقاش والتحاور، وبها تضبط نتائج العلم وفرضياته. فكانت الانطلاقة الفعلية لعرض هذه المسألة من حاجة الإنسان إلى اللغة في تعبيره عن أغراضه، قصد طلب المساعدة من بني جلدته، ويحصل ذلك بنظام من الرموز اللغوية، يضمنُ تبليغ هذه الأغراض في شكل رسائل مفهومة، "فهو بذلك يحتاج إلى واسطة للتفاهم، وقد منحه الله قوة التطق، وهو أخصر طريق للإفهام وأوفاه بالمراد، فلم لا يكون به وفاء الحاجة"¹ فعلى الرغم من بساطة متطلبات الإنسان في بداية حياته، غير أنّها تتطلب نظاما تواصلياً ينقل هذه الحاجيات على النحو السليم، ومع تطوّر الحياة والعالم الخارجيّ، أضحى الإنسان يميل إلى إكتساب المعرفة، من خلال التعرف على أسرار الكون ومسميات الأشياء، وعلاقته بها، ليتسع بذلك معجمه اللغويّ، ويتنوع في ظلّ تأسيس المجتمعات، والعناية بجميع نواحي الحياة الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية وغيرها.

1- اللغة والفكر: أية علاقة؟

صارت المسألة اللغوية في ضوء هذه الظروف، التي ميّزت الحياة البشرية تُشكّل موضوعا بالغ الأهمية ينبغي ضبطه بعناية، وخاصّة في علاقته مع أفكار الفرد وعقله البشريّ، لإدراك الفرد قيمة اللغة وارتباطه به، فتعددت الدراسات التي أشارت إلى علاقة اللغة بالفكر، وكيف تعبّر اللغة عن الأفكار؟، ومن الأسبق: اللغة أم الفكر؟ وسادت هذه الأسئلة في جلّ الدراسات، في محاولة لضبط العلاقة بين اللغة والفكر، وكان المنطلق من الإمعان في مفهوم الفكر الذي يُعرّف على أنّه "أحد العمليات أو الوظائف العقلية أو الخفية التي تشمل أيضا الذاكرة، والانتباه، والخيال، واللغة"²، فهو نشاط ذهنيّ يميّز الإنسان قصد التعبير عن حاجاته، وذلك وفق إثارة، وعقد مقارنة بين أمرين، وإصدار حكم نهائيّ يمثّل التأييد أو الرفض، تبعاً لما يقتضيه الدماغ الذي "يضمن تلاؤم الفكر مع الظروف في كلّ لحظة من حياة الإنسان، ويضمن اتصال الفكر بالواقع من غير انقطاع..."³

إنّ هذا الاتّصال يقتضي استعمال اللّغة في سياقها الاجتماعيّ الصّحيح، كونها أداة للتعبير عن مضامين الفكر، وهذا من منظور الفيلسوف الإنجليزي "جون لوك" (John Locke) يرى "أنّ الكلمات إنّما هي علامات حسّية على الأفكار، وهذه الأفكار هي معناها المباشر. فاللّغة هي وسيلة المواصلات للفكر"⁴، ولقد ساد هذا الرّأي في العديد من الدّراسات التي عُيّنت بتحديد العلاقة بين اللّغة والفكر، تبعاً لعناصر محدّدة تضبط هذه العلاقة، نجملها في الجدول التّالي:

العناصر الفاعلة	كيفية ضبطها للعلاقة (اللّغة والفكر)
المصدر	ويرتبط بطبيعة الفكر، فهو تصوّر ذهنيّ أساسه المحيط الخارجي؛ إذ تعدّ المادة أوّل ما أثار اهتمام الإنسان، فأتّصال الفكر بالمادّة يحتاج إلى اللّغة كواسطة، لتكون الأداة التي يتمّ بها التفكير، لتكون بذلك "علاقة تكاملية".
المحيط الاجتماعيّ	يرتبط الفكر بما هو متواجد في الخارج، وما يسعى الإنسان إلى تلبيةه، من خلال التعبير والإفصاح، ولا يكون ذلك إلا باللّغة، من أجل اكتساب معارف جديدة.
سيكولوجية الفرد	تتجسّد في رغبة الفرد في معرفة دوره في المجتمع، وتبادل أفكاره مع غيره، من خلال لغته التي تمثل أصالته وانتماءه، وتعبيراً عن ذكائه البشريّ، وقدرته على التفاعل مع الأفراد والطبيعة.

جدول يوضح العناصر الفاعلة في ضبط العلاقة بين اللّغة والفكر

يحيل هذا الجدول إلى العناصر الفاعلة في ضبط العلاقة القائمة بين اللّغة والفكر، فكلّ من هذين الرّكيزتين لا يمكن أن يُفَعَّلَا دون تدخّل عناصر مكتملة للعملية التواصلية، التي يحدث في ضوءها إكساب الفرد معلومات جديدة، أو عرض أفكار وتغذيتها بأفكار جديدة، فهذه العملية لا تتمّ دون أفكار، ومن دون لغة تُحدّد هوية الفرد وأصالته.

لذلك، فمسألة الفصل بينهما من المسائل العسيرة فهماً في المجالات المعرفية، التي تتأسّس على الفكر المميّز للظواهر، واللّغة الواصفة للأحداث. ومهما تنوّعت الدّراسات، "فإنّ العلاقة بين الفكر واللّغة علاقة تبادلية؛ لأنّ كلّاً منهما يعتمد على الآخر، فنحن لا نستطيع أن نتكلم بما لا نقدر أن نفكر فيه، ولا نستطيع أن نفكر بعيداً عن قدرتنا اللّغوية"⁵، فهما متلازمان لا ينفصل عنهما على الآخر، وفي خضم هذه العلاقة، تقوم اللّغة بوظائفها في نقل هذه الأفكار، ولعلّ الوظيفة الإعلامية من أبرز هذه الوظائف، التي تنقل الأفكار في صورتها السلمية النابعة من أخبار المجتمع وأحداثه الفاعلة.

فما المقصود بالوظيفة الإعلامية للّغة؟ وما دورها في النصّ الإعلاميّ؟

ثالثا: وظائف اللغة في الصحافة:

تمثل اللغة في المجتمع أهمية بالغة في تحقيق التواصل، وتبادل المعارف والأفكار، فهي الحامل لجوهر الفكر والمعبر عنها، ولا يتم ذلك إلا في ضوء الوظائف التي تتطلع إلى تحقيقها كالوظيفة التواصلية؛ إذ تعدّ الوظيفة الأساسية التي تميز النظام اللغوي، فمفهوم الوظيفة من أبرز المفاهيم، التي تقوم عليها الدراسة اللسانية، فهو يقترن باللغة نظرا لطبيعتها، التي تتضح من خلال وظائف أفاظها داخل السياق اللغوي.

إنّ مفهوم الوظيفة شامل لكلّ نظام لساني يتواصل به الفرد، ونخص بالذكر: اللغة العربية، فاللغة تمارس وظائف متعدّدة بحسب الميدان المعرفي الذي تتطلع بصياغة مفاهيمه ومصطلحاته؛ كجال الإعلام بشقيه؛ حيث يتطلب هذا المجال تفاعلا بين جميع وظائف اللغة، لتشكيل الوظيفة الأساسية، وهي الوظيفة الإعلامية للغة؛ فاللغة من منظور الإعلام "الأداة الرئيسية التي تستخدمها وسائل الإعلام، لأداء وظائفها وبلوغ أهدافها. ومن ناحية أخرى، فإنّ نمو اللغة في المجتمع، وإشاعة مستوى لغوي معين يتوقف على وسائل الإعلام وسياساتها اللغوية"⁶، فكلّ منها -اللغة والإعلام- يؤثر في الآخر، فلا استقامة لإعلام دون لغة، لها حضورها الفعال في جميع المجالات العلمية، ولا لغة فارضة لسُلطتها من دون إعلام، يبلغ أحداثه بناءً على ما تقتضيه قواعدها وأصولها.

تتنوّع وظائف اللغة في المجال المعرفي الواحد، تبعا لخصائصه، والعناصر الفاعلة في تشكيل مفاهيم ومصطلحاته ونظرياته. وبالنظر في وظائف اللغة في شكلها العام، تقوم بالإشارة الوظائف التي لها حضور فعال في مجال الصحافة بشكل لافت، نذكرها على النحو التالي:

1-الوظيفة النفسية:

إنّ من أهمّ الوظائف النفسية للغة هي التعبير الصوتي عن الحالات النفسية، والكلام هو أرقى أنواع التعبيرات الصوتية، وهو ظاهرة إنسانية بحثه؛ إذ بموجبها يعبر الفرد عن حاجاته، ورغباته وأحاسيسه ومواقفه، وكلّ ما يختلج صدره.

2-الوظيفة الثقافية:

تعدّ اللغة المعبر الأساسي عن ثقافة المجتمع، ولهذا ذهب البعض إلى أنّ اللغة هي الثقافة، وأنّ الثقافة هي اللغة.

3-الوظيفة الاجتماعية:

لم يعرف الإنسان وسيلة للاتصال كاللغة، فهي أداة للتفاهم، وتبادل الخبرات والتصورات؛ إذ بهذا التبادل تزداد خبرات الأفراد، وتأخذ الحياة معنى إنسانيا يرتفع به الفرد إلى أسنى المراتب، وخاصّة عندما تتخذ اللغة وسيلة للوحدة، وتمتد بين الأواصر بين الأفراد في أفكارهم، وميولتهم وغاياتهم⁷، وبالتالي ربط الماضي بالحاضر.

تتجسد هذه الوظائف في صياغة النصّ الإعلامي، فتظهر بصورة جلية من خلال كميّته تعامل الصحفي مع الحدث، وآليات تحريره كتابيا، فيحسنُ انتقاء التراكيب اللغوية التي تعرب عن جوهر الفكرة، فتعكسُ بذلك نفسيّته ومستواه الثقافيّ في نقله للحدث بكلّ تفاصيله، إضافة إلى إبراز قيمة الحدث الصحفيّ في أوساط المجتمع، وكيف يتمّ تداوله ليصبح بذلك حدثا إعلاميا، يرقى للوصف والدراسة، وهذا ما يعكسُ خصائص اللغة الإعلامية، التي تصاغ في ضوءها الفكرة، تبعاً لميزاتها وتراكيبها اللغوية، التي تسهم في خلق نوع من التأثير والتفاعل لدى الجمهور، وترتقي بالتطوّر في جميع نواحي الحياة.

فما هي خصائص اللغة الإعلامية؟ وكيف تُسهم في صياغة الحدث الصحفيّ؟

رابعا: خصائص اللغة الإعلامية:

يتطلب الحديث عن الحدث الإعلاميّ الإشارة إلى فاعلية اللغة الإعلامية، ودورها في صياغته؛ فالحديث عنها يؤدي بالضرورة إلى الإشارة إلى النمط التحريريّ الذي يجب أن تحرّر به التصوص الإعلاميّة في قطاع الصحافة؛ إذ يتمّ التركيز على اللغة التي تجعل من الاتصال عملية اجتماعية، فتحدد بذلك الكيان الاجتماعيّ للاتصال الإعلاميّ.

وعلى ذلك، "فإنّ منهج البحث الإعلاميّ في اللغة، إنّما يهدف إلى البحث في ماهية اللغة، من حيث كونها أداة اتصال يستعملها المشتغلون في الأجهزة الإعلامية، بحيث ينصبّ المنهج على البحث بشكل خاص في اللغة الإعلامية بمستواها العمليّ"⁸، فاللغة تتخذ طابعا تفاعليا بحسب المجال المعرفي، الذي تُعنى بصياغة مفاهيمه، فهي تتأثر "بتقافة المرسل، وجمهور المتلقين، والمناسبة التي تستخدم فيها"⁹، لتسهم بذلك في تطوّر هذا المجال، وانعكاسه على المجتمعات العربية خاصة، فبناء إعلام قادر على خلق التفاعل والتأثير الإيجابيّ يستدعي وجود لغة إعلامية فعالة ومؤثرة، تتميز بمجموعة من الخصائص والسمات، التي تخص أسلوب الكتابة، والتراكيب، والمفردات وغيرها، فتميّز بدورها عن لغة الأدب.

يستلزم تحرير الحدث الإعلاميّ أن يُراعي الصحفيّ خصائص اللغة الإعلامية، التي يجب أن تتسم "بالموضوعية، والعقلانية، والمنطقية، والواقعية، والحوارية، بأشكال لغوية بسيطة، عملية، مباشرة، عصرية، مألوفة، وطرائق تعبيرية غير معقدة، غير متكلفة، غير ممّقة، قليلة النعوت والصفات، بعيدة عن التطرّف والمغالاة، بعيدة عن الحشو واللغو والتكرار"¹⁰

إنّ هذه الخصائص تُضفي على اللغة طابعا إعلاميا، يُحدد ماهية الحدث والأفكار المتضمنة في النصّ، إذا ما كان النصّ منتقيا إلى مجال الصحافة المكتوبة، التي يكون مصدر الإعلام فيها جماعيا؛ حيث "يصدر عن حزب أو حكومة أو أية مؤسسة أخرى، تمتلك الهيئة الإعلامية الخاضعة لها، وتسيّرها حسب مصالحها الخاصة، وبالتالي فهي تكتيف اللغة الإعلامية وفق هذا المصدر الجماعي"¹¹، ويتم ذلك في ضوء الخصائص التي تحكم لغة الإعلام، نذكرها على النحو التالي:¹²

1- اللغة المباشرة: تعتمد اللغة الإعلامية على عبارات مباشرة، مركزة على الوصول لهدفها المقصود دون إيجاءات.

2-الوضوح: وتعدّ هذه السمة من أبرز سمات لغة الإعلام وأكثرها بروزا، ويرجع ذلك إلى طبيعة وسائل الإعلام من ناحية، وإلى خصائص جمهورها من ناحية أخرى.

3-المعاصرة: ويقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتراكيب والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح العصر، ومتسقة مع إيقاعه.

4-الملاءمة: ويقصد بها أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية، ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى.

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

6-الاتساع: ويقصد أن يكون عدد المفردات كبيرا، بحيث تلبي الاحتياجات المختلفة. واللغة الإعلامية منسعة وتتنوع بشكل يومي، وقد يكون للاتصال مع الحضارات الخارجية، وضرورة الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات، وأثره في زيادة حجم اللغة الإعلامية وفي اتساعها.

7-القابلية للتطور: وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية...فلغة وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة مختلفة عما سبقها، صحيح أنّها عناصر ضعف، ولكنها أصبحت أكثر قدرة على التعبير، وأكثر قدرة على الجذب.

8-التكرار: وهي ميزة مهمة جدًا عند كثير من رجال الصحافة والإعلام، لأجل إبراز المعنى وتوضيحه، وغلق الطريق أمام إمكانية التأويل والتحريف، للمعنى المراد توصيله.

إنّ التطرّف في هذه الخصائص واستيعاب مركزاتها، وما تطمح إلى تحقيقه عند صياغة الحدث الإعلامي ضرورة حتمية، يجب ألا يغفل الصحفي عنها؛ فالانطلاقة نحو بناء نصّ إعلامي مكتمل الأركان متناسق المعاني، يتم من خلال توفر كلّ خصائص لغة الإعلام، فالإخلال بأية خاصية منها قد يؤدي إلى خلق نوع من التذبذب المفاهيمي في نقل الأفكار، وتلقيها من لدن الجماهير على اختلاف مستوياتهم الثقافية، والمتعمّن في هذه الخصائص يجدها متكاملة مع بعضها البعض، فلا انفصال فيها، ولا تناقض، فهي بدورها تؤثر في بنية اللغة، من خلال طبيعة الحدث الصحفي، وما يلحقه باللغة من تغييرات قد تكون إضافة صريحة تخدم معجمها، وقد تكون دخيلة تسهم في اضطراب مفرداتها، وخروجها عن أصول القاعدة والفصاحة.

فما أثر الحدث الإعلامي في بنية اللغة؟ وكيف يسهم في خلق إضافة نوعية لمفرداتها؟
خامسا: أثر الحدث الإعلامي على بنية اللغة:

تنوّلت اللغة مهمّة التعبير عن الحدث الإعلامي بمختلف تفاصيله، وذلك في مستواها السهل المتداول، الذي يمثل تغييرا جذريا للغة العربية من ناحية استعمالها في مجال الإعلام؛ إذ يتم توليد ألفاظ جديدة يفرضها واقع الاستعمال وتبناها اللغة، كونها تمتاز بخاصية التطور اللغوي، فتمتكن بذلك من إدراج جملة من الألفاظ والتراكيب، التي تدلّ على هذه الخاصية، وتعكس مرونة اللغة وقدرتها على مساندة الحياة اليومية للمجتمع، بما في ذلك من عادات، وثقافة، وتوجهات فكرية.

تخضع اللغة لهذا التغيير الحاصل على مستوى بنيتها، بفعل سرعة الأحداث والوقائع الاجتماعية، فتجعل منها لغة سريعة التحول، تتأثر بمجريات الأحداث الحاصلة في المجتمع، لتصبح بذلك "فصحى معاصرة" يفرضها الاستعمال ويأرسها رجال الإعلام؛ إذ "هي لغة في عمومها تعتمد الجملة البسيطة الأنيقة، وتفضل السهّل الميسّر على المعقّد، وتسبق الكلام المألوف على الوحشيّ، وتتجنب الكلمات غير الضرورية، وتعتمد اللغة السريعة المهذبة"¹³، فهي بذلك تكون الفصحى في مستواها العمليّ، بعيداً عن التعقيد والتنميق اللفظيّ، تصوغ الحدث الإعلاميّ بكلّ مصداقية، دون زيادة أو نقصان، بطابع تقريريّ محكم، يصل إلى أذهان القراء دون تأويل خاطئ.

إنّ التأثير الحاصل على بنية اللغة، يكمن في مسألة مزاحمة العامية للفصحى، وهذا ما اختلف فيه الدارسون، فهناك من يؤيد استعمال الفصحى لدورها الفعال في إكساب المتلقين التنمية اللغوية، وهناك رأي آخر يؤيد استعمال العامية لتعبيرها عن الواقع الاجتماعيّ، فهي اللغة المشتركة الأقرب إلى فهم الجمهور ومستواه الفكريّ؛ فطبيعة الحدث تفرض ذلك على اللغة، غير أنّ هذه الآراء شكّلت تضاربا بين الدارسين؛ حيث يعدّ الحدث الإعلاميّ وليد البيئة الاجتماعية، يصاغ بالفاظ تخصّ ذلك الحدث، وتجسّده كما هو في الواقع، وفي الغالب تولد الألفاظ أثناء وقوع ذلك الحدث، وذلك على مستوى التداول وليس الصياغة، غير أنّه يجب العمل على تهذيب العامية، لتناسب مصداقية الإعلام الوطنيّ أو المحليّ، ولن يتأتى ذلك إلاّ بحسن انتقاء التراكيب اللغوية.

تسعى وسائل الإعلام من أبرزها: الصحافة، بتعميم اللغة العربية لما لها من تأثير في التعبير والتوجيه والإقناع، ولعلّ "هذا الهدف هو في طبيعة الأهداف التي ينبغي على وسائل الإعلام، أن تعمل من أجل تحقيقه، وهو يندرج في إطار دقّ ناقوس الخطر تجاه التحديات التي تحقّق بالأمّة العربية، وإرثها الحضاريّ والثقافيّ بالزّمان على قدرة اللغة العربية على الاستمرارية والبقاء"¹⁴، وهذا من شأنه أن يحدث تغييرا على مستوى وضع اللغة العربية، وكيفية صياغتها للحديث الإعلاميّ، وهذا ما سنتبينه في العنصر الموالي لهذه الدراسة.

سادسا: دراسة تطبيقية لنماذج مختارة من نصوص إعلامية:

تعدّ هذه الجزئية أساس الدراسة وجوهرها، وذلك بتركيزها على تحليل مفردات بعض النصوص الإعلامية وتراكيبها، قصد تبيان تأثير الحدث الإعلاميّ على ألفاظ العربية، ومدى توظيف العامية في النصّ الإعلاميّ، وتكون الانطلاقة من العناوين الأساسية لبعض النصوص؛ فالعنوان يمثل أولّ عتبة نصية يقابلها القارئ وينجذب إلى صياغتها اللغوية، وذلك بهدف النظّر في محور اللغة وعلاقتها بكيفية بناء الحدث الصحفيّ، وعرضه على الجمهور؛ حيث عمدنا إلى اختيار نماذج من جرائد يومية جزائرية، نوردتها في الجدول التالي:

العدد	تاريخ النشر	اسم الجريدة
3806	الأربعاء 25 مارس 2020	النهار الجديد
6445	السبت 28 مارس 2020	الشروق اليومي
18212	السبت 28 مارس 2020	الشعب

تم اختيار فترة النشر في شهر مارس من سنة 2020، بسبب الأوضاع التي طرأت في العالم، والمثثلة في جائحة كورونا، فقد تم الإعلان عن تفشي هذا الوباء، من خلال نشر أخبار ودراسات توضح خطورة هذا الوباء، مصحوبة بشعارات تضمنت مفردات وتراكيب جديدة، تصف الأوضاع السائدة آنذاك، وتعبّر عن قدرة اللغة في صياغة الحدث الإعلامي وتداوله بين أوساط المجتمع. لذلك، ستكون الانطلاقة من تحليل عناوين الصفحة الأمامية (واجحة الجريدة)؛ إذ وقع اختيارنا على العناوين الواردة في الجدول التالي:

التحليل	عنوان الجريدة	الصفحة	عنوان الواجهة الأمامية
تم صياغة هذا الخبر انطلاقاً من أهميته المتمثلة في خطورة هذا الوباء، والإشارة إلى ذلك من خلال توظيف مفردات دالة؛ كلفظة "عزل"، إضافة إلى صياغته بحسب المراحل التالية: -ذكر المعني بالأمر. -مدة القرار. -سبب اتخاذ القرار. وخضع ذلك إلى بعض خصائص اللغة الإعلامية، من بينها: وضوح الفكرة، والمعاصرة.	النهار الجديد	01	"عزل المحبوسين الجدد 14 يوماً... بسبب كورونا تعليق زيارة المحبوسين من طرف أهاليهم بصورة مؤقتة".
يشير العنوان إلى وضعيّة الأطباء في ظلّ هذا الوباء، فجاء مختصراً دالاً على الحدث، ومشحوناً بالكثير من المفاهيم الخاصة بهذا الوضع، والتي لخصها الصحفي في شبه الجملة "على خطّ النّار"، لتكون بذلك أكثر وضوحاً وملاءمة للجمهور المستهدف.	الشروق اليومي	01	"حظر التجوال يمتد إلى 9 ولايات أخرى لمحاصرة الفيروس. الأطباء على خطّ النّار".
جاء هذا العنوان بصيغة الجمع المخاطب، ليكون موجهاً لكل شرائح الجمهور في المجتمع، لتصل اللغة الإعلامية هنا إلى أوج وظيفتها، من خلال تبليغ معاني التحسيس والإلزام بتبني أمر ما، حسب ما أشار إليه مضمون النص، وهنا نتبين محورية اللغة في التعبير عن واجب الفرد تجاه قضية ما في وطنه، بناءً على مستوياتها اللغوية، التي تتعاقد لتبليغ المقاصد المعلنة والمضمرة للخطاب الإعلامي، بدءاً بالعناوين ووصولاً إلى مضامين النصوص الإعلامية.	الشعب	01	"كلنا معنيون"

وبعد تحليل عناوين الواحمة الأمامية لهذه الجرائد اليومية، نتطرق إلى تراكيب هذه التصوص الإعلامية الواردة في الجدول التالي

عنوان النص	الصفحة	عنوان الجريدة	التحليل
بلعمري يحارب "فيروس كورونا" بألعاب "الفيديو"!	06	النهار الجديد	تضمّن هذا الخبر الرياضي تراكيب لغوية سهلة التداول، تنتمي إلى الحقل الرياضي؛ كالمداغ، ولاعب، وفريق، وبطولة؛ إذ تعدّ مفردات فصيحة من العربية الفصحى تعكس أهمية إسهام الرياضيين في توعية الشعب ضد هذا الوباء، بعدهم من نخبة الرياضيين والفاعلين في التغيير الإيجابي في المجتمع، فكانت عبارات النصّ بسيطة خالية من التعقيد، تحيط بالموضوع من كلّ الجوانب، وتقدّم مفردات صحيحة معبّرة عن مضمون الخبر وأهميته في أوساط الجمهور.
أرقام سرية خاطئة... داخل في المعلومات وأولياء تانهون في "الحجر المنزلي". كورونا تفصح "بريكولاج" الأرضية الرقمية.. والوزير يقترح حلولا مستعجلة.	05	الشروق اليومي	تضمّن هذا النصّ حدثا تعليميا في غاية الأهمية، اتضحت معالمه من مفردات دالة عليه؛ كوزير التربية الوطنية، والأولياء، والمتدرّس، التلاميذ، المدرسة العمومية... وغيرها، كما جاءت تراكيبه اللغوية بسيطة، غير أنّها طويلة بعض الشيء، حاول الصحفي من خلالها التفصيل في هذا الحدث، بكلّ جزئياته الواقعة في الأوساط التعليمية، إضافة إلى توظيف كلمة "بريكولاج" وهي كلمة معربة عن لفظ أجنبي (Bricolage)، والتي يصف من خلالها حالة الأرضية الرقمية الخاصة بتحميل كشوف نقاط التلاميذ، دون التنقل إلى المؤسسة التربوية، في ظلّ وباء "كورونا" الذي يمنع التنقل. كانت لغة النصّ إعلامية بامتياز من خلال توظيف بعض العبارات الفصيحة الدالة على ذلك، من بينها نذكر: وقالت مصادر موثوقة، وأضافت مصادرنا، وأكدت المصادر. فقد بيّنت هذه العبارات مركزية اللغة الإعلامية في صياغة الحدث، في ضوء ما تقتضيه بنية اللغة العربية وأصولها.
"الشعب" تنف عند هبات أفراد ومؤسسات لمواجهة الوباء. صور مشرقة من التضامن بين الجزائريين في الحرب على كورونا.	05	الشعب	تضمّن هذا النصّ نقلا واقعا لحريات الحركة التضامنية، التي قام بها فئات من المجتمع الجزائري، بغية مواجهة الوباء بتطهير الشوارع، وتقديم المستلزمات الوقائية وغيرها. فجاءت في شكل فقرات، تحمل كل واحدة منها عنوانا فرعيا يندرج تحت العنوان الرئيسي، من بين هذه العناوين نذكر: الجميع في ثوب واحد لتعظيم الوطن، متعامل خاص يتبرع بعتاد متطوّر لكشف الفيروس التاجي، مهنون لصنع الكمادات وجامعيون لإنتاج المطهرات. إنّ هذه التراكيب اللغوية معبّرة، وعلى قدر من الفصاحة التي تخدم مجال الصحافة المكتوبة، والدليل على ذلك توظيف حكم وشعارات يومية تتسم بنوع من الإيجابية من بينها: يقال إنّ "الأزمة تلد الهمة"، "رجال الأمن عيون الجزائر التي لا تنام"، فهذه العبارات تؤكد على محورية اللغة وقدرتها على التعبير عن الحدث الاجتماعي في أبهى صورته، ونقله بحلّة لغوية رصينة ينتفع منها القراء، ويعملون على تبنيها في تواصلهم، ونقلهم للخبر إلى أشخاص آخرين، إلى جانب تأثير هذا الحدث التضامني المتميّز على مفردات اللغة وتراكيبها، فيكسبها طابعا تفاعليا مع غيرها من التراكيب، ويعكس أهميتها البالغة في نقل التأثير الإيجابي للحدث، بما يناسبه في بنية اللغة ومستوياتها.

إنّ التّظر في عناوين التّصوص الإعلامية ومضامينها، يُمكن من تحليل وضعيّة اللّغة العربيّة كلغة إعلاميّة، تمارس محوريتها في صياغة الحدث الإعلاميّ بكلّ جزئياته، بالنظر إلى ما تقتضيه اللّغة من خصائص إعلاميّة، تُوجه الصحفيّ أثناء تعامله مع الوقائع، ونقلها إلى الجمهور، بأسلوب متداول سهل لا تعقيد فيه. ولعلّ

هذه النماذج من الدراسات التي تقرب مفهوم المركزية اللغوية في الصحافة المكتوبة، وتؤكد على علاقة اللغة بعلوم الصحافة والإعلام، ودورها الفعال في تأطير مفاهيمه، ونقلها بصفة علمية إلى أوساط متعددة أبرزها: الجماهير من القراء والكتاب وغيرهم.

سابعاً: خاتمة:

سعت هذه الدراسة إلى تبيان مركزية اللغة في صياغة مفاهيم العلوم الإنسانية، من خلال تسليط الضوء على واقع اللغة العربية في الصحافة المكتوبة، وذلك على مستوى الصياغة اللغوية للمفردات ومفاهيمها، وكيفية نقلها إلى الجمهور المستهدف وتداولها في أوساط المجتمع؛ إذ نخلص في الختام إلى النتائج الآتية: - تكون الانطلاقة الفعلية للنظر في فاعلية اللغة في العلوم، من علاقتها بالفكر، فكلاهما متلازمان لا ينفصل عنصراً منها عن الآخر.

- تقوم اللغة بوظائفها في نقل الأفكار، ولعل أبرزها: الوظيفة الإعلامية، التي تسعى إلى تبليغ الحدث الإعلامي إلى الجمهور، بأسلوب عملي متداول.
- تنوّع وظائف اللغة في مجال الإعلام والصحافة، تبعاً لخصائص هذا المجال، والعناصر الفاعلة في تشكيل مفاهيمه؛ كالوظيفة النفسية، والوظيفة الثقافية، والوظيفة الاجتماعية.
- يتطلب الحديث عن اللغة الإعلامية الإشارة إلى التمثيل التحريري الذي يجب أن تحرر به التصوُّص الإعلامي في مجال الصحافة.
- تنوّع خصائص اللغة الإعلامية التي تحكم صياغة النصّ الإعلامي، وتُضفي على اللغة طابعاً إعلامياً؛ كاللغة المباشرة، والوضوح، والمعاصرة، والملاءمة...إلى غير ذلك.
- يفرض الحدث الإعلامي حدوث تغيير على مستوى بنية اللغة، وذلك باستعمال العامية إلى جانب الفصحى، تعبيرا عن الحدث بكلّ تفاصيله، بعدّه وليد البيئة الاجتماعية.
- تقتضي الدراسة الوقوف عند أبرز المقترحات والتوصيات، التي من شأنها أن تعني بهذا المجال بصفة علمية دقيقة، وترتقي بالخطاب الإعلامي واللغة العربية كلغة إعلامية، لها محورية بارزة في صياغة الحدث الصحفي، من بين هذه التوصيات نذكر:
- تكوين الإعلاميين في مجال الكتابة الصحفية، انطلاقاً من التركيز على قيمة اللغة الفصحى ومركزيتها في صياغة الحدث الإعلامي.
- محاولة الوقوف على نقاط التلاقي بين اللغة والإعلام، والتأكيد على الدور الفعال للغة في الصحافة المكتوبة، من خلال إقامة ندوات دراسية تجمع بين أساتذة اللغة والمختصين في الإعلام.

- تخصيص محابر علمية تضع إشكاليات اللغة في قطاع الإعلام والصحافة تحت مجهر البحث الأكاديمي؛ كمشروع تهذيب العامية وحسن انتقائها، قصد الارتقاء بمصداقية الإعلام الوطني، في إطار ما تنصّ عليه اللغة الرسمية للبلاد.

هوامش:

- ¹ أحمد رضا الشيخ، مولد اللغة، دار الرائد العربي، بيروت، 1983، ص 26.
- ² نوري جعفر، اللغة والفكر، مكتبة النومي، الرباط، 1971، ص 98
- ³ وليد محمد مراد، تطوّر الجهود اللغوية في علم اللغة العام، دار الرشيد، دمشق، 1986، ص 222.
- ⁴ محمد بوعامة، اللغة والفكر والمعنى، مجلة البحوث والدراسات، العدد الرابع، يناير 2007، ص 244.
- ⁵ المرجع نفسه، ص 245
- ⁶ عليّ القاسمي، اللغة العربية في وسائل الإعلام، ضمن كتاب ندوة اللغة العربية في الخطاب التشريعي والإداري والإعلامي في المغرب، مطبوعات أكاديمية، مطبعة المعارف الجديدة، المملكة المغربية، الرباط، 2011، ص 199.
- ⁷ ينظر: صغير بورقده، فتحة بوعيشة، جدلية اللغة والفكر في الدرس اللغوي، مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، المجلد 5، العدد 19، 2020، ص 176/175.
- ⁸ عبد القادر بغداد باي، سمات وخصائص لغة الخطاب في قطاع الصحافة والإعلام: قراءة في السمات والخصائص، مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية والإنسانية المعقدة، جامعة زيان عاشور، الحلقة، العدد السادس، سبتمبر 2019، ص 69.
- ⁹ عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللغوي، المركز الثقافي الجامعي، القاهرة، ط 1، 1981، ص 42
- ¹⁰ عبد القادر بغداد باي، سمات وخصائص لغة الخطاب في قطاع الصحافة والإعلام: قراءة في السمات والخصائص، ص 74
- ¹¹ فاروق أبو زيد، فن التحرير الصحفي، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2000، ص 134
- ¹² ينظر: زهير بوعزيز، اللغة الإعلامية: المفهوم، والوظائف، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الثاني، العدد الخامس، مارس 2018، ص 26/25.
- ¹³ ينظر: صالح بلعيد، دور الصحافة في ترقية اللغة العربية، المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2010، ص 67.
- ¹⁴ زهير بوعزيز، اللغة الإعلامية: المفهوم، والوظائف، ص 28.

قائمة المراجع:

(1) الكتب:

- 1- أحمد رضا الشيخ، مولد اللغة، دار الرائد العربي، بيروت، 1983.
- 2- صالح بلعيد، دور الصحافة في ترقية اللغة العربية، المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2010.
- 3- عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللغوي، المركز الثقافي الجامعي، القاهرة، ط 1، 1981.
- 4- عليّ القاسمي، اللغة العربية في وسائل الإعلام، ضمن كتاب ندوة اللغة العربية في الخطاب التشريعي والإداري والإعلامي في المغرب، مطبوعات أكاديمية، مطبعة المعارف الجديدة، المملكة المغربية، الرباط، 2011.

- 5-فاروق أبو زيد، فن التحرير الصحفي، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2000.
6-نوري جعفر، اللغة والفكر، مكتبة التومي، الرباط، 1971.
7-وليد محمد مراد، تطوّر الجهود اللغوية في علم اللغة العام، دار الرشيد، دمشق، 1986.
(2):المجلات:

- 1-زهير بوعزيز، اللغة الإعلامية: المفهوم، والوظائف، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الثاني، العدد الخامس، مارس. 2018.
2-صغير بورقدة، فتحية بوعيشة، جدلية اللغة والفكر في الدرس اللغوي، مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، المجلد 5، العدد 19، 2020.
3-عبد القادر بغداد باي، سمات وخصائص لغة الخطاب في قطاع الصحافة والإعلام: قراءة في السمات والخصائص، مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية والإنسانية العميقة، جامعة زيان عاشور، الحلفة، العدد السادس، سبتمبر. 2019.
4-محمد بوعامة، اللغة والفكر والمعنى، مجلة البحوث والدراسات، العدد الرابع، يناير 2007.