

" لغة الخطاب الإعلامي الإلكتروني في ضوء نظرية الإتصال "

- - المقال الصحفي أنموذجا -

الطالبة: لبنى بوخناف

مقدمة:

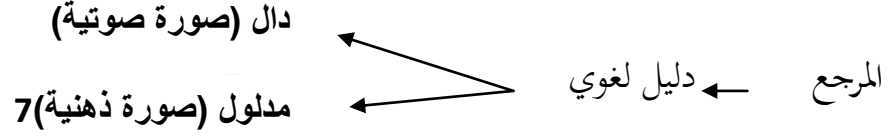
كانت اللغة ومازالت محط اهتمام العديد من ميادين الفكر الانساني بوصفها الوعاء الذي يحتوي هذا الفكر وقد عرفت تطورا ملحوظا يساير تطور الركب التكنولوجي السريع خاصة في مجال الإعلام ،من خلال استثمار مداخل إقناعية وآليات محددة للتواصل يفرضها مجال التخصص، وباعتماد لغة إعلامية مؤثرة غير اللغة الأدبية بمستواها التذوقي الجمالي ومختلفة عن لغة العلم ،فلغة الخطاب الإعلامي ظاهرة لغوية خاصة تنتج ضمن مجالها المحدد(الإعلام)، تؤدي دورا فاعلا يمنح مضمون الخطاب الإعلامي خصوصيته ،ويهدف إلى إيصال الرسالة الإعلامية وتحقيق هدف التأثير في المتلقي.

1) اللغة / الإتصال:

تتجلى أهمية اللغة في الوظيفة التي تؤديها فهي متعددة في تجلياتها ،تتحقق في أشكال متنوعة من الاستعمال البشري غير أنها واحدة في أساسها تؤدي وظيفة تواصلية ،وقد اختلف العلماء حول جانبها الوظيفي كل حسب المدرسة التي ينتمي إليها فهناك من اعتبر اللغة " ناتج من نواتج الفكر البشري، وفي الوقت نفسه وسيلة من أهم وسائله فهي تمنحه الرموز وتحدد له المعاني وتمكنه من توليد الأفكار، هي الآلية العقلية التي عن طريقها تُخزن المعلومات والمعارف ... هي أداة للمعالجة والتفكير لدى الإنسان في كل ما يختلج في ذهنه من أفكار وفي ذاته من مشاعر واهتمامات ،كما تحقق التواصل بين أفراد المجتمع وبواسطتها تتحقق عملية الاندماج الإجتماعي"¹، وفي المقابل هناك من يعتبرها جهد الإنسان في التعرف أو

الإدراك والتمييز "فاللغة نشاط الإنسان أو رؤيته الخاصة، وإلا لما عرفنا كيف ترمز كل لغة برمز مختلف إلى شيء واحد"². إن اللغة بهذا المعنى نشاط إنساني اجتماعي، يؤدي دروا فعلا في الحياة الإنسانية إنها "من الرموز المكتوبة(المقروءة) والمنطوقة، وقواعد الدمج بينها بطريقة تؤدي إلى معنى ... هي وسيلة الإتصال والتخاطب بين الناس وهي سبيل التفاهم بينهم"³ بمعنى أن أُنجح وسيلة للتواصل هي اللغة بغض النظر عن نوعه أو اختلاف القائمين به ،وبالمقابل إذا كانت اللغة تواسلا فهي كذلك إنتاج للمعنى والدلالة "وهي لا تنحصر في إيصال معرفة على محور "أنا أنت"،إنها لا تتمثل في فعل - معرفة ،وإنما فعل -إقناع ،وفعل-فعل " 4.

وقع اختلاف بين الدارسين حول وظائف اللغة: فقسمها مالمينوفسكي"إلى فاعلة وروائية، أما كارل بيولر (K.Buhler) فقد ميز بين اللغة التعبيرية واللغة النزوعية واللغة التمثيلية، ثم وسعها جاكسون فأضاف ثلاث وظائف أخرى، الوظيفة الشعرية توجه إلى الرسالة message، والوظيفة التفاعلية توجه إلى الاتصال Channel، والوظيفة الماورائية أو الواصفة وتوجه إلى الشفرة Cod'5" وعلى هذا الأساس فاللغة نظام من الرموز تؤدي هدفا رئيسا هو التواصل حيث يتم من خلالها التعبير عن الأفكار ونقلها، وأيضا نشر الثقافات وتبادلها ويبرز في هذا المجال الألسني أندريه مارتيني الذي يؤكد من خلال كلامه عن اللغة الإنسانية أن هذه الأخيرة "إنما تنتج عن الحياة في المجتمع وهذا هو تماما حال اللغة الإنسانية التي تُدرك بشكل أساسي كأداة للتواصل"⁶ والأمر نفسه بالنسبة لعالم اللغة فارديناند دوسوسير(F.Desaussure) الذي يشير في كتابه محاضرات في اللسانيات العامة إلى أن اللغة "نسق من العلامات والإشارات والدوال هدفها التواصل والتبليغ وخاصة أثناء اتحاد الدال مع المدلول بنيويا، أو أثناء تقاطع الصورة السمعية مع المفهوم الذهني كما يلي:



في ظل الإتفاق على البعد التواصلي للغة يمكن القول أنها تفتح مجالاً أوسع للمشاركة والتفاعل بين طرفي الخطاب، بل تتعداه إلى أطراف أخرى "فهي تقوم على الجمع بين مضامين الفكر وتجليات اللسان المنطوقة... وذلك باعتبارها وسيلة للتواصل أي أنها آلية للتبليغ بمختلف القنوات وحيث واسع يمارس سلطته التبليغية في المجتمع" 8 وبالتالي لا يمكن تصور النشاط الثقافي إلا من خلال زاوية تواصلية على اعتبار أن الإتصال بمثابة " عملية التدفق الحر للمعلومات والبيانات والآراء عبر وسائل مختلفة فقد يكون اتصالاً مباشراً **Direct** أو "face to face" وهو الاتصال الذي يتم مباشرة بين الأفراد في الاستعانة بأية أداة اتصالية وهو بمثابة فرصة كبيرة لتبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل، قد يكون غير مباشر **Indirect** وتستخدم فيه أداة من أدوات الاتصال وقد يكون رسمي أو غير رسمي".⁹

وبشرح تفصيلي أكثر فالإتصال يُفيد معنى " الإقتران والصلة والرابط والالتزام والجمع والإبلاغ والإنتهاء والإعلام، أما في اللغة الأجنبية فكلمة (**communication**) تعني إقامة علاقة وتواصل وترباط وتبادل وإخبار وإعلام" ¹⁰ وهذا يعني أن هناك تشابه في الدلالة والمقصود بين مفهوم التواصل العربي والتواصل الغربي فهو بكل بساطة "الميكانيزم الذي بواسطته توجد العلاقات الإنسانية وتتطور، انه يتضمن كل رموز الذهن مع وسائل تبليغها عبر المجال وتعزيزها في الزمان ... ويتضمن أيضا الكلمات والكتابة والمطبوعات ... وكل ما يشمله آخر ما تم في الاكتشافات في المكان والزمان".¹¹ ومع ظهور وسائل

الإتصال الحديثة أصبح الإتصال غير محدود، وظهرت لغة جديدة اصطلح الإعلاميون والباحثون على تسميتها "اللغة الإعلامية".

2) اللغة / الإعلام:

يُعد مصطلح الإعلام المعاصر أبرز المصطلحات الحديثة التي ظهرت نتيجة تطور وسائل الإعلام، وبمعنى آخر "هو ذلك الإعلام الذي يقوم على استخدام التكنولوجيا الرقمية وتطبيقات النشر والبث الالكترونية متيحاً المشاركة للجميع كمنتجين ومتلقين للمادة الإعلامية، ووسطاء لتداولها والتفاعل معها بحرية ومرونة"¹² فالإعلام الجديد فسح المجال لتبادل الآراء والأفكار والإستفادة من الخبرات المتنوعة، فجعل عملية الإتصال غير محدودة ببداية أو نهاية خاصة فيما توفره تقنيات الإتصالات الحديثة التي جعلت عالم الإنسان "مساحة حرة من الإمكانيات المفتوحة دوماً على المجهول واللامتوقع على نحو يتيح نسج علاقات عديدة مع الواقع، يتغير معها نظام المعنى ومنظومات التواصل ... أنظمة المعرفة وقواعد الممارسة ... جغرافية العقل وخارطة القوة."¹³ هذا دليل على أن الإعلام فرض سيطرته على العالم، فهو متجدد، متغير، مصاحب لكل مرحلة تعيشها التكنولوجيا متجاوز لكل الحدود الجغرافية، وغالباً ما تقتضي العملية الإعلامية نشاطاً اتصالياً بين قطب الإرسال وقطب التلقي "مما ينتج عنه تفاعل، تأويل، رجوع للصدى وغيرها من مخلفات التبليغ الاعلامي، فالمنطق الإخباري للإعلام هو الذي جعله يُشكل حلقة اتصالية تجذب مختلف القراءات والمقاربات والدراسات"¹⁴ لهذا يعرف الإعلام بأنه "مجموعة تكنولوجيات الإتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة، والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو ... أو هو اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة"¹⁵.

يُطلق على الإعلام العديد من المسميات والمصطلحات منها: "الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي على خطوط الإتصال، الإعلام الشعبي ... وهو العملية الناتجة من اندماج ثلاث عناصر: الكمبيوتر، الشبكات، الوسائط المتعددة"¹⁶.

أصبح الإعلام مصدر قوة وريادة لما يتميز به من خصائص عالية التأثير والفعالية:

- 1- التنوع: حيث توجد جميع الوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية.
- 2- الجاذبية: يتم توظيف جميع الجوانب الجمالية والنفسية في جذب الانتباه والتأثير والإقناع.
- 3- التفاعلية: حيث يمكن للمتلقي التفاعل مع كثير من تلك الوسائل.
- 4- الوفرة: تعمل كثير من وسائل الإعلام على مدار الساعة ولذلك فهي متوفرة للمتلقي في كل وقت.
- 5- سهولة التواصل: يمكن متابعة وسائل الإعلام من كل مكان بتكلفة لا تكاد تذكر.
- 6- الخصوصية: يمكن للمتلقي التعامل مع تلك الوسائل بخصوصية تامة وفق ما يريد.
- 7- الإختراق: لم تترك الوسائل الإعلامية مجالاً لم تدخل فيه، فجميع المجالات بلا استثناء قيمة واجتماعية وسياسية واقتصادية صارت ميداناً لهذه الوسائل.¹⁷

تلقي اللغة مع وسائل الإعلام في مهامها التواصلية داخل المجتمع لتشكل قوة تأثيرية تترك انطباعات ايجابية لدى المتلقين في إطار ما يسمى " لغة الإعلام الجديد" أو "اللغة الإعلامية" وهي " 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، ذلك لأن مادة الإعلام في التعبير عن المجتمع والبيئة تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة"¹⁸

سنوضح خصائص اللغة الإعلامية وأبعادها في الصحافة الالكترونية وتحديدًا في ضوء نظرية الإتصال:

3) خصائص لغة المقال الصحفي في ضوء نظرية الإتصال:

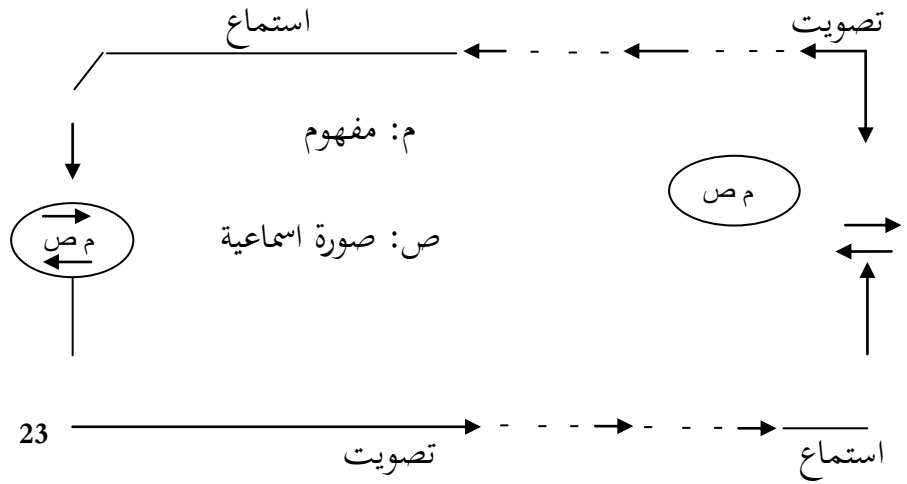
تتسم الصحافة الإلكترونية بالعديد من الخصائص الإتصالية باعتبارها وسيلة اتصال حديثة أكسبتها نوعية اللغة الإعلامية المعتمدة في كتابة مقالاتها فاعلية وانتشارا واسعا، حيث استطاعت كسب ثقة الجمهور المعتاد على الصحافة التقليدية متمثلة في المقالات والمنشورات الورقية، لتحل محلها الجريدة التفاعلية " interactive newspaper" التي خلقت ضجة تحريرية نابضة بالحياة" توجد فيها صفحة الرأي في مواجهة الصفحات التي تحتوي رسائل القراء وتشبه الجريدة الالكترونية خط دردشة عبر الانترنت حيث تنشر المناقشات الدائرة حول موضوع معين أو عدد من الموضوعات في الحال ويتم ربط المناقشات المختلفة والمتنوعة بالمحتوى الخبري أو محتوى الرأي."¹⁹ وقد أكدت معظم الأبحاث والدراسات أنها أصبحت وسيطا إعلاميا هاما خاصة في ظل إقبال العديد من المؤسسات الصحفية على استخدامها إلى درجة أنه أصبح بإمكان " المراسل الصحفي أن يُنشئ شبكة اتصال مع مراسلين صحفيين آخرين يعملون في مواضيع مشابهة وأن يستفيد من خبراتهم وتجاربهم، ويمكن إجراء جميع هذه البحوث دون سفر وضمن روتين العمل اليومي العادي"²⁰

- تتنوع الخصائص التي تتميز بها الصحافة الالكترونية لتكون بمثابة الميزة الجديدة للنشر على شبكة

الانترنت ومنها:

- إدماج مواقع الصحافة الالكترونية لآليات التواصل الأفقي والجمعي.
- خلق فضاءات الدردشة والحوار وإعطاء إمكانية المشاركة بالرأي للقراء.
- استثمار الوسائط الإعلامية الإلكترونية للأبعاد التفاعلية للشبكة مثل المشاركة بالرأي والتعليق.
- خدمة الحوار مع المحررين والرد على المواد المنشورة.²¹

انطلاقاً من هذه الخصائص استطاع الإعلام عموماً والجريدة الإلكترونية خصوصاً استعمال لغة إعلامية مؤثرة سنهت بدراسة بُعدها التواصلية. والحديث عن التواصل يقتضي بالضرورة الحديث عن الدرس اللساني والعودة إلى أعمال لسانيين كبار، ولقد كان دي سوسير في طليعة هؤلاء، وإن لم يتحدث عن التواصل بشكل صريح وإنما أشار إليه في معرض حديثه عن ثنائية اللغة/الكلام وعماساه بـ: "مدار الكلام" وأهم ما يمكن استخلاصه من أفكاره حول التواصل هو انطلاقه من تصوره لشخصين (A) و(B) يتحاوران فيما بينهما "تبدأ عملية التواصل انطلاقاً من دماغ المتكلم (A) متخذة شكل تصورات مشكلة من متواليات من الأصوات (الصورة السمعية) لتنتقل في اتجاه أذن المخاطب وهي في بادئ الأمر عبارة عن أصوات ورموز غير مفهومة، بيد أن أن تأويلها في ذهن المتلقي يحول هذه المتواليات الصوتية (الدال) إلى مفهوم مؤول ذهنياً ومنتفق عليه اجتماعياً، وهنا نكون إزاء مدلول دال على وظيفة تواصلية"²². ولنجاح الدورة الكلامية يشترط دي سوسير "انطلاق الموجات الصوتية من دماغ (A) المتكلم إلى أذن (B) المتلقي، وفي حالة تجاوب هذا الأخير مع المتكلم (A) ينبغي له أن يسلك نفس خطواته ولتجسيد هذه الدورة الكلامية اقترح سوسير الخطاطة الآتية:



نفهم أن دي سوسير يعتبر العلامة علاقة تواصلية بين متكلم ومتلقي غايتها التواصل وتبادل الأخبار وما يبرز كذلك الأهمية التي أعطاها "دي سوسير" لمفهوم التواصل قوله "باعتباطية الدليل اللغوي (العلامة) أي" أن الاعتباطية تستمد مشروعيتها التواصلية من التعاقدات والاصطلاحات المتفق عليها من قبل عشيرة لغوية ما، وعليه فالدليل لا يخرج تبعا لدي سوسير عن دائرة المجتمع الذي يحدد ميكانيزمات وآليات التواصل، سواء كان لغوي أو غير لغوي"²⁴. كما وجدت عدة نماذج ونظريات اهتمت بدراسة اللغة في بعدها التواصلية أو في نطاق اللغة الوظيفية مثل "نموذج هارولد لاسويل (lasswell 1948) نموذج شانون وويفر (shannon) 1949) ونموذج رومان جاكسون (Roman jacobsson) 1964"²⁵. يُشير نموذج هذا الأخير إلى كل مكونات ومراحل تحقق عملية التواصل، وقد اعتمده جاكسون ليكشف وظائف اللغة المختلفة، وبهذا جسد عملية وصل بين اللسانيات (متأثرا بدي سوسير)، ونظرية التواصل في بحثه الذي نشره ضمن منشورات حلقة براغ 1929 والذي تناول فيه الوظائف المعتمدة في اللغة، وسنوضح خطأ جاكسون التي تبرز البعد اللساني للتواصل خاصة في إطار إدخاله لمفهوم مرجع (السياق والصلة) وهما أهم العناصر الأساسية لنجاح عملية التواصل، التي سوف نكشف خصوصيتها انطلاقا من تحليل المقال الصحفي الإلكتروني

للإعلامي السعودي البارز "علي العلياني" بعنوان "عبدة الجماهير" والمنشور في جريدة "الوطن السعودية الإلكترونية" قصد استخلاص أهم خصائص اللغة الإعلامية وتأثيراتها انطلاقاً من الوظيفة التواصلية للغة، وفي ضوء نظرية التواصل لجاكسون على النحو الآتي:

السياق (المرجع)

تأثير فتاوى بعض الفقهاء وانعكاسها السلبي
على المجتمع السعودي

المرسل	الرسالة	المرسل إليه
علي العلياني	مقال صحفي توجيهي، ديني اجتماعي	الشباب السعودي المتأثر بفقهاء الدين الجدد

الصلة (القناة)

جريدة الوطن اونلاين
الإلكترونية

الثغرة (السنن)

ظهور تيار الفتاوى الجديدة وتجاوزها حدود الفقه

وسنفصل المخطط على النحو الآتي:

- المرسل distinateur : هو مصدر الخطاب المقدم " إذ يعتبر ركنا حيويًا في الدائرة

التواصلية اللفظية، فهو الباعث الأول على إنشاء خطاب يوجه إلى المرسل إليه وقد تناول اللسانيون هذا

العامل في قوالب اصطلاحية متباينة مثل: الباث، المخاطب، الناقل، المتحدث²⁶، أي أنه طرف أساسي

في عملية التواصل فهو المسؤول عن إرسال الرسالة وأيضاً عن اختيار القناة الناقلة لها لضمان نجاح العملية

التواصلية.

المرسل في مقال "عبدة الجماهير" هو الإعلامي البارز والحائز على جائزة أفضل مؤثر في مواقع التواصل الاجتماعي "علي العلياني" كما أن برامجه تحصد أعلى نسب مشاهدة، وقد اعتمد في كتابته الخبر على التركيز في الجوانب الآنية للحدث، كونه تناول قضية راهنة يُعاني منها مجتمعه خاصة فئة الشباب، وهي ظهور تيار الفتاوى الحديثة والتي مست شؤون المجتمع السعودي وانتقلت لتمس مجتمعات أكبر متجاوزة حدود الزمان والمكان. وقد انطلق علي العلياني في إيصال رسالته إلى المتلقي من ذاته حيث عكس البُعد الذاتي في مقاله انطلاقاً من اعتماده ضمير المتكلم "أنا" بصفته فرداً من الشعب السعودي مثل "أحترم كل عالم شرعي وواعظ، لا أحترم عبدة الجماهير، حتى ولو اختلفت معهم في الرأي، وأحترمه أكثر عندما يصل إلى استنتاج..."²⁷ وهذا ما جعل لغة مقاله الإلكتروني مؤثرة لما تمتعت به من أبعاد الحرية، والآنية، والإثارة التي أوصلتها حد التفاعل مع المتلقي لبروز شخصية المرسل في مقاله وبالتالي خلق جسر تواصل بين المرسل والمرسل إليه.

– المرسل إليه Destinataire : هو الطرف الآخر في عملية التواصل "والمستقبل لمضمون

الرسالة، المسؤول عن عملية إنتاج التواصل أو إفشاله"²⁸ فهو يقابل المرسل داخل الدارة التواصلية اللفظية أثناء التخاطب وقد أطلق عليه "المستقبل ويقوم بعملية التفكيك لكل أجزاء الرسالة سواء كانت كلمة أم جملة أم نصاً"²⁹ وقد توجه علي العلياني في مقاله إلى الشعب السعودي خاصة والعربي عامة لأن ظاهرة تفشي الفتاوى الحديثة أصبح الهدف منها جلب الجماهير كوسيلة دعائية وهذا ما أثر في بنية المجتمع الفكرية والدينية، فحاول المرسل توجيه انتباه المتلقين لهذه الجزئية من خلال قوله "فئة من المشايخ والوعاظ متناقضين أنتجوا عدداً غير قليل من الشعب منفصلاً متردداً حتى في الضحك والفرح، يستغرب إذا سأل وأجابوه بـ : يجوز أو حلال ويعود مرة أخرى ويستجدي التحريم لكن هؤلاء البسطاء لا يعلمون ان ترددهم وعدم إعمال عقولهم هو ضمان لاستمرارية هذه الفئة من المشايخ في التصليل والتصديق ... لأنها ستكشف تناقضهم،

وبالتالي ستسحب ثوب القداسة منهم".³⁰ وانطلاقاً من هنا يعتمد المرسل لغة توجيهية إرشادية صريحة في علاقة تواصلية مبنية على الشفافية بينه وبين المرسل إليه في إطار نقله للحقائق وإلقاء الضوء على الجانب المبهم لقضية الفتاوى الحديثة لأن " طبيعة الرأي العام هي طبيعة محدودة زمنياً ظرفية في ظهورها الاجتماعي بين المتلقين" فهو إذن قابل للتبدل والتغير مما يحيل إلى تبني المتلقي لقناعات متجددة تساهم في خلق السياسات وظروف المجتمع الذي يأبى الثبات والوقوف عند محطات نهائية مما يجعل المتلقي للرسالة الإعلامية بوصفها جنساً مهماً في ثقافة اليوم يغير من وجهة نظره إلى الطروحات التي تثيرها الصحافة أو التلفزيون حول قضاياها المصيرية أو حتى احتياجاته الكمالية"³¹

- الرسالة message : متتالية من العلاقات المنقولة بين المرسل والمرسل إليه، أي هي "مجموعة من المعلومات المترسخة حسب قواعد وقوانين مُتفق عليها تُشكل بعداً مادياً محسوساً من الأفكار التي يُرسلها المرسل وتجيل على المرجع العام المشترك بينه وبين المرسل إليه"³² وقد تمثلت في المقال الصحفي الإلكتروني "عبدة الجماهير"، وقد جاء شاملاً لمعايير التحرير الإلكتروني فهو مقال مُختصر، دقيق، مُركّز استخدمت فيه الجمل القصيرة المكثفة، وقد احتوى كلمات دلالية متعلقة بمحتوى الخبر: " كل عالم شرعي - استنتاج فقهي عصري- المشايخ والوعاظ - فتاوى - حلال - يجوز ..."³³ وهذا ما عبرت عنه اللغة الحاملة لقضية تمس المجتمع كافة بهدف التواصل أولاً والتأثير ثانياً. وقد لمسنا ذلك في ردود المتلقين أسفل المقال وبالتالي فالرسالة أو المقال ترك صداه لدى المتلقي وهذا ما يؤكد أن اللغة "أحد أنظمة العلامات التي يستعملها الإنسان لتجسيد قصده وتحقيق هدفه، أي لتحقيق الإفهام والفهم بين أطرافه من جانب، وبين تحقيق ما يصبوا إليه من جانب آخر، بيد أن أهميتها تتجاوز ذلك إلا أنها هي الأداة الأهم، فلا يقتصر دورها على وظيفة نقل الخبر أو وصف الواقع بل ينجز الإنسان بها أعمالاً لا يستطيع إنجازها من دونها."³⁴ وقد

تختلف أنواع الرسائل لكن غرضها يبقى واحدا: هو خلق التفاعل والتواصل بين أطراف العملية التواصلية، وبالتالي ضمان نجاحها وتأثيرها المباشر في جمهور المتلقين.

- قناة الاتصال: تتنوع بتنوع الوسائل المستعملة من قبل المرسل والمرسل إليه، وقد تمثلت في الجريدة

الإلكترونية وتحديدًا " جريدة الوطن أون لاين السعودية" وقد عرفت هذه القناة انتشارا واسعا في ظل تطور وسائل الإعلام والاتصال، إلى درجة أن هناك من اعتبر أن الإعلام هو الذي يشكل الرسالة وليس المضمون الإعلامي هو الرسالة، أي "ليست المعلومات والموضوعات المنقولة هي الرسالة بل الوسيلة الإعلامية المستخدمة هي الرسالة... فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات تؤثر بشكل كبير في طريقة تفكير المجتمع المتلقي لها ومن الممكن أن تُعيد تشكيله".³⁵ لهذا نجد الصحافة الإلكترونية في تعيّر وتجديد واضحين، وهذا ما يُكسبها مزيدا من الإقبال لأن نوع القناة الناقلة للرسالة يلعب دورا هاما في التفاعل مع الرسائل الإعلامية، وتقبلها أو النفور منها ورفضها.

- المرجع: يمثل البيئة التي يحيل إليها الخطاب، أي ما يتحدث عنه طرفا التواصل والذي عادة ما

ينشأ نتيجة " تطبيق إجراءات تأسيس محددة وفق بروتوكول مقبول بالإجماع، ونتيجة وجود إمكان متاح لأي كان، من أجل متابعة هذا التطبيق متى عنّ له ذلك".³⁶ وقد عرفت ظاهرة استغلال الفتاوى لأغراض مادية أو لأهداف الشهرة زعزعة لبنية المجتمع، وخلقت خلطا كبيرا لسلوكها اتجاهها مادي عوض الإرتكاز الروحاني وهذا ما أثر على مصداقية الفتاوى التي غالبا ما تندرج ضمن أبواب التشدد المفرط، مُبتعدة عن التيسير، ومبدأ أن الدين اعتقاد واحد لا يتغير. وهذا ما يجعل الرسالة التي وجهها " علي العلياني" واضحة ومفهومة، وبمعنى أدق مؤثرة لأن المجتمع مُدرك تماما لحثيات القضية وخطورتها على حد سواء، وما يثبت ذلك تعليق أحد المتلقين " ثق أن الناس تعرفهم ولا تنق بهم حتى لو جاملهم البعض، أما المصداقية فمن الصعب اكتسابها إلا بعد جهد

جهيد من الصدق والتجرد والبعد عن التكسب الدنيوي من خلال الدين".³⁷ وبالتالي فالقضية مشتركة بين المرسل والمتلقي، وهي ضمان فعلي لنجاح العملية التواصلية.

- السنن (CODE): تقتضي فعالية الحدث الكلامي استخدام شيفرة مُشتركة بين المساهمين فيه تكون الوسيط الحامل لمضمون الرسائل وتعبير آخر هي: "نظام ترميز (un code) مشترك كلياً أو جزئياً بين المرسل والمتلقي ونجاح العملية الإبلابية في وضع تخاطبي ما يعتمد في الأساس على هذا النظام المشترك، حيث نجد لكل جماعة لسانية ولكل متكلم لغة موحدة، إلا أن هذا السنن الشمولي يُمثل نسقا من الأنواع السننية الفرعية في التواصل المُتبادل، فكل لغة تشمل العديد من الأنساق المتزامنة التي يتميز كل نسق منها بوظيفة مختلفة"³⁸.

يشارك كل من علي العلياني والمجتمع السعودي في الأبعاد اللغوية والخلفيات الإجتماعية والدينية، وهذا يجعل مضمون الرسالة واضحة بالنسبة لجمهور المتلقين، ومُستهدفاً من قبل العلياني نفسه، لأن غرضه أولاً وقبل كل شيء هو الإقناع والتأثير، ثم تأتي عملية التغيير لأن هذه الأخيرة مرهونة بتقبل المتلقي لأفكار المرسل واقتناعه بها، ثم الإقدام على ممارستها، وهذا ما يُعجل تواصل مُتكلمي لغة إنسانية معينة بكل يُسر وسهولة لأن مرد ذلك إلى " أن كلا منهم يمتلك ويستخدم في البيئة اللغوية عينها نسق القواعد نفسه، الأمر الذي يتيح له سهولة استقبال وإرسال وتحليل المراسلات اللغوية كافة، هذا ما يحدث مبدئياً عبر ما نسميه شكل التواصل الكلامي (communication verbal) وهو الشكل الأكثر انتشاراً واستعمالاً".³⁹

نستطيع أن نوجز أبعاد ووظائف اللغة الإعلامية في المخطط الآتي:

لغة مرجعية

يرجع الإعلامي (علي العلياني) من خلالها إلى الواقع العام، وتحديد المرجع الاجتماعي الديني، لينقل أبرز مشكلة اجتماعية، دينية تمس المجتمع السعودي خاصة والعربي عامة.

لغة ندائية

هدفها التأثير في المُتلقي السعودي خاصة، إزاء مواقفه الدينية اعتماداً على لغة الإرشاد التي تؤثر فيه أكثر من غيرها، لتلائم الموقف الديني عامة. لهذا اعتمد المرسل لغة دقيقة، وكلمات هادفة مؤثرة وبعبارة أدق مدروسة، بهدف التغيير وتوجيه جمهور المتلقين إلى الإبتعاد عن تقبل فتاوى معينة وممارستها. وبالتالي عملت اللغة على أداء دورها التأثيري الإقناعي لحث المرسل إليه على العدول على تقبل كل الفتاوى وضرورة تمييزها وإعمال العقل والمنطق في تقبلها وممارستها.

لغة المقال الصحفي

" عبدة الجماهير "

لغة تواصلية

تجسدت عند القيام بعملية كتابة المرسل لمقاله ونشره من خلال لغة مباشرة واضحة وناقلة لأفكاره بشكل قابل للإدراك والفهم من كلا الطرفين في زمان ومكان مشتركين وهذا ما يحدد حجم مشاركتها في التواصل، ومقدار نجاح هذه العملية. ودليل ذلك الردود أسفل المقال والتي نقلت حجم التفاعل معه متخذة بُعداً أكبر هو التأييد والموافقة.

لغة انفعالية

تدخلت ذات المرسل (علي العلياني) من خلال اعتماده تعابير ذاتية ومواقفه الشخصية والإيديولوجية مستخدماً أسلوب التعبير المباشر في طرح الحقيقة والتعبير عنها، وهو ما يُبرز شخصيته الحيادية الصادقة.

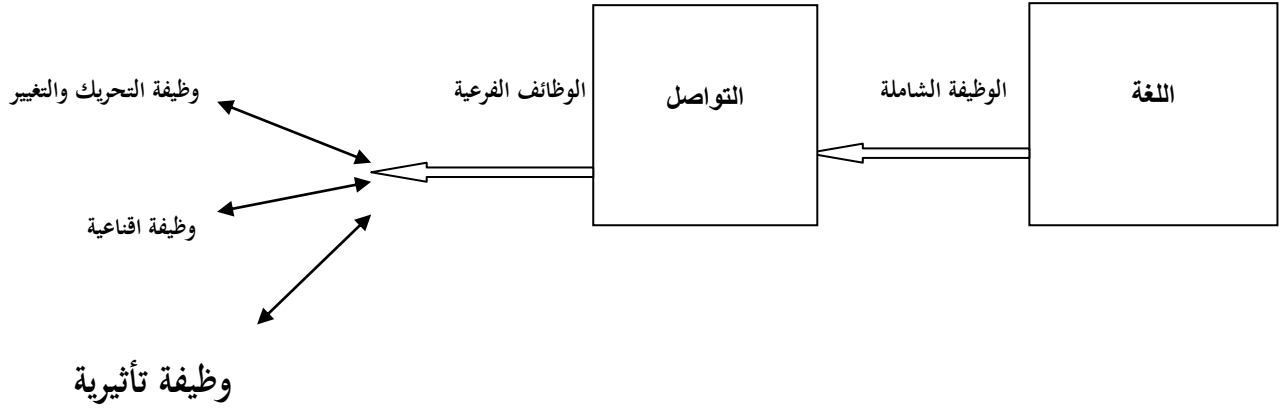
اللغة الشارحة / الواصفة

لغة مشتركة بين علي العلياني ومجتمعه، وقد لمسنا ذلك من اللغة الموظفة نفسها مثل قوله " يقومون علينا طلبة العلم وماودنا نخسرهم ... ماودي فتوى تخسرنى محبة الناس " وقد استقى هذه النماذج من المخزون اللغوي المشترك بينهما وهذا ما يساعد المرسل إليه في فك شفرة الرسالة وبالتالي نجاح العملية التواصلية، اعتماداً على لغة تفسيرية واضحة.

تتمحور الوظيفة الأساسية لمقال العلياني "عبدة الجماهير" حول وظيفة التواصل غير أن هناك وظائف فرعية تتفاعل فيما بينها وقد تهيمن إحداها

على الأخرى لكنها جميعا تتضافر لتشكيل مفهوم التواصل اللغوي الذي يعد محور اللغة الإعلامية ويمكننا أن نستنتج مخططا لوظيفية اللغة

الإعلامية انطلاقا من مقال "عبدة الجماهير" كمايلي :



استطاع المقال الصحفي الإلكتروني تحقيق صفة التواصل والفعالية في الخبر، من خلال إتاحة إمكانية

التعليق على الحدث والتفاعل معه وهذا ما يعكس التقاء دور كل من اللغة والإعلام في التأثير على المتلقي انطلاقا

من إتاحة فرص التواصل بينهم لأغراض متعددة تختلف باختلاف نوعية المتلقين وميولاتهم وأهدافهم.

إن من أبرز خصائص اللغة الإعلامية في ضوء دراسة لغة الخطاب الإعلامي متمثلة في الخطاب الصحفي

الإلكتروني الذي يحمل عنوان " عبدة الجماهير " مايلي:

- المباشرة، السهولة والوضوح.

- تجنب المقدمات الطويلة المسهبة.

- لفت انتباه المتلقي وتدعيم قدرته على ما يجري حوله في اطار اعلامي توجيهي

- طرح أفكار الموضوع مباشرة قصد توسيع دائرة معرفة المتلقي حول أسباب ومسببات مايجري حوله من

أحداث

- التخفيف من الصور البيانية وتعويضها بالتعبيرات المباشرة السهلة

- الإعتماد على التعليل والشرح لاثبات معطيات الأفكار المنشورة وتحقيق مقصدية التأثير في المتلقي .

استطاعت "لغة الإعلام" أن تحقق تميّزا وتفردا في عالمها الخاص تحديدا في ظل تطور الوسائل التكنولوجية

واشراكها في الهدف المتمثل في التواصل، وتحقيق غرض التأثير والإقناع في إطار ما يسمى بـ " لغة الميديا" أو لغة

الإعلام الجديد، التي أصبحت لها مفرداتها ومصطلحاتها الخاصة ونذكر على سبيل المثال: " توتر العلاقات-

أخذ المبادرة نقطة نظام- الغزو الفكري يلعب دورا مهما - لعب بالورقة الأخيرة- طرح المسألة على

بساط البحث ... " وغيرها من مفردات التي لمعت في مجال الإعلام وأصبح لها استخدام واسع في الحياة اليومية

"ولا شك أن هذا الاحتكاك اللغوي يصل اللغة العربية بروافد جديدة تشترك مع غيرها في إثراء المعجم

العربي وتطور اللغة العربية، وانطلاقها كلغة عصرية عالمية، فلغة الإعلام إذن كان لها فضل كبير مع عوامل

أخرى في نشر الفصحى وتنبية الوعي اللغوي"⁴⁰

خاتمة:

يمكن القول بأن اللغة قابلة للتطور ومواكبة المستجدات مهما بلغت خصوصيتها واختلفت أبعادها الوظيفية

فهي مرتبطة بمستعملها وفي إطار اهتمامهم بها، والعمل على تطويرها، خاصة في بعدها التواصلية وفي ظل

ارتباطها بوسائل الإعلام والاتصال الخاضعة للتطور يوميا، وهذا ما يميز لغة الإعلام التي تتجاوز الحدود المحلية

لتصل مراحل أبعد ولكن في إطار محافظتها على خصوصيتها، وقابليتها لاستقبال كل ما هو جديد و ايجابي.

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- سامية عرعار، إضطرابات اللغة والتواصل - التشخيص والعلاج 6مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد(24) جوان 2016م، ص 01.
- 2 -مصطفى ناصف، اللغة والتفسير والتواصل، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، (دط)، يناير 1995م ، ص 118.
- 3- سامية عرعار، مرجع سابق، ص 02.
- 4- هامل شيخ، التواصل اللغوي في الخطاب الإعلامي من البنية إلى الأفق التداولي، عالم الكتب الحديث، إربد الأردن، ط1، 2016، ص 12.
- 5- محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر (دط)، 2002 م، ص 268.
- 6- جميل حمداوي، التواصل اللساني، والسيميائي والتربوي، شبكة الالوكة، ط1 ، 2015 م، ص 25.
- 7- المرجع السابق، ص 09.
- 8- هامل شيخ ، مرجع سابق ، ص 32
- 9- اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة (مصطلحات سياسية واقتصادية واجتماعية ونفسية وإعلامية)، كتب عربية للنشر والتوزيع الالكتروني، (دط)، (دم)، (دت)، ص 18-19.
- 10 - سامية عرعار، مرجع سابق، ص 06.
- 11- جميل حمداوي، مرجع سابق، ص 06.
- 12- ابراهيم اسماعيل، الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث قطر، ط1، 2014 م، ص 22.
- 13- خالد محمد غازي الطوفان، ما بعد العولمة - صناعة الإعلام وتحول السلطة، دار الهدى للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر، ط1، 1998م، ص 35،
- 14- هامل شيخ، مرجع سابق، ص 72
- 15- نسرين حسونة، الإعلام الجديد- المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، دار الألوكة للنشر والتوزيع ، (دط)، 2014م، ص 02.

16- فهد بن عبد الرحمان الشميمري، في التربية الإعلامية - كيف نتعامل مع الإعلام؟ - مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، ط1، 1431هـ، ص 182.

17- انتصار ابراهيم عبد الرزاق، الإعلام الجديد - تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، العراق، ط1، 2011، ص 41.

18-. جابر قميحة ، اثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، مكتبة الملك فهد الوطنية المدنية، السعودية، (د ط)، 1418هـ، ص 86.

19- شريف درويش اللبان، الصحافة الالكترونية - دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع - الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط1، رمضان 1426 هـ/ أكتوبر 2005م، ص 26.

20- راندي ريديك وايليون كينغ، صحفي الانترنت - استخدام شبكة الانترنت ومواد الكترونية أخرى، ترجمة: لميس اليحيى، مراجعة وتدقيق: محمود الزواوي، دار الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1 2009م، ص 26.

21- انتصار ابراهيم عبد الرزاق، مرجع سابق، ص 28-29.

22- محمد الركيك، نظرية التواصل في ضوء اللسانيات الحديثة، مجلة علامات، العدد 24، ص 65.

23- المرجع السابق، ص 66.

24- المرجع نفسه، ص 67.

25- عبد القادر بن عسلة، اللغة وعملية التواصل، مجلة أقدم الثقافية، 13 شباط/ فبراير 2009م www.aklam.net .

26- الطاهر بومزير، التواصل اللساني في الشعرية - مقارنة تحليلية لنظرية رومان جاكسون، منشورات الاختلاف، الجزائر العاصمة، الجزائر، ط1، 1428هـ/ 2007م، ص 25.

27- علي العلياني، عبدة الجماهير، جريدة الوطن اون لاين " www.alwatan.com "، 2013/04/22م.

28- رضوان القضاوي، نظرية التواصل - المفهوم والمصطلح: مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الانسانية، المجلد 29، العدد 01، 2007م، ص 142.

29- الطاهر بومزير، مرجع سابق، ص 25.

30- علي العلياني مرجع سابق.

31- هامل شيخ ، مرجع سابق، ص 78

32- رضوان القضاوي، مرجع سابق، ص 141.

33- علي العلياني، مرجع سابق.

34- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب - مقارنة لغوية تداولية - دار الكتاب الجديد المتحدة ط1، مارس 2004، ص 25.

35- محمد علي فرح، صناعة الواقع - الإعلام وضبط المجتمع- أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، مركز نماء للبحوث والدراسات،

بيروت، لبنان، ط1، 2014م، ص 216.

36- رضوان القضاوي، مرجع سابق، ص 141.

37- علي العلياني، مرجع سابق، ص 28.

38- الطاهر بومزير، مرجع سابق، ص 28.

39- جميل حمداوي، مرجع سابق، ص 25.

40- جابر قميحة، مرجع سابق، ص 92.