

الإخطاب الإعلامي وصناعة اللغة

د. هناء محمود إسماعيل

توطئة

اللغة وعاء الفكر، وهوية الأمة، ورمز حضارتها... ولغتنا العربية مَفخرة الزمان وديوان العرب وسجل مآثرهم، ومَنبر خطيبهم، ولسانهم الأعلى في البلاغة والبيان..

وما حديث الوليد بن المغيرة حينما سمع التنزيل الحكيم (والله إن لقوله الذي يقول لحلاوة، وإن عليه لطلاوة، وإنه لمثمر أعلاه، مُغدق أسفله، وإنه ليعلو وما يعلو، وإنه ليحطم ما تحته)، إلا دليل أثرعدوية اللفظ القرآني، وجزالة تراكيبه التي جمعت القلوب، وألفت بين النفوس.... فكانه سحر يؤثر.

ولما كانت اللغة والكلمة لبنة الخطاب، وبعد ثورة الاتصال المعرفي والإعلامي أضحت أداة صنع الرأي العام وتكوينه، وغدا الخطاب الإعلامي مُحددًا للرؤى والثقافات والسياسات، مما استدعى تحليل أهم العلاقات التي حددت منهجية بحثنا، وهي:

- علاقة اللغة بالإعلام، وأثرها في صناعة الخطاب.
- أسباب ضعف الخطاب الإعلامي العربي وقوته.
- أثر توظيف المفردة، والتراكيب، والأساليب في البناء اللغوي للخطاب التأثيري الموجه.
- تأثير السياسة في صياغة الفكر، وصناعة اللغة، وتأثيرها في تحديد لغة الخطاب.
- أثر الحرب الإعلامية والتضليل الإعلامي في ثقافة الشعوب.

ويناقد البحث محاور ثلاثة وهي:

الأول ماهية الخطاب الإعلامي، ومكوناته، وإشكاليات الخطاب، ومن أهمها عدم وجود لغة خطاب موحدة، واتخاذها خياراً ضيقاً أو موجهاً في الإعلام. والثاني: اللغة علاقة اللغة بالإعلام، والثالث صناعة لغة الخطاب الإعلامي، ومقاربة الخطاب الإعلامي لسائياً.

المبحث الأول: مفهوم الخطاب

واشكالياته

على يد بنفست ١٩٦٧، وارتبطت الأعمال الأولى بجهود البنيويين أمثال كلود ليفي شتراوس، ورولان بارت، وجان لاكان، وميشيل فوكو ويجهود متباينة. (٤) إلا إن مفهوم الخطاب ارتبط في العصر المنصرم بنظرية الخطاب التي وطدت التفكير والعلاقة بين المعنى والبنية الاجتماعية وممارسة السلطة والتأثير الأيدولوجي، والتي أسماها الدكتور محمد شومان (السلطة من داخل المعنى) يقول "ومنذ منتصف الثمانينات وحتى الآن أصبحت نظرية الخطاب هي التي

والخطاب عند أبي البقاء الكفوي هو "الكلام الذي يقصد به الإفهام.... وهو اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه" (٣). وما تقدم يشير إلى أن الخطاب يرد لمعان منها: البيان، والإيضاح والإفهام بالألفاظ لمن يوجه إليه الكلام ويكون متهيئاً له. ويتفق علماء اللغة واللسانيات على أن البحث في ماهية الخطاب وتحليله هو وليد التفكير في مناهج علم اللغة الحديث ومن بينها: البنوية والتفكيرية والتحليلية، وشهدت مسائل الخطاب التطور المنهجي

يشير الأصل المعجمي مفردة (الخطاب) "الخطاب، والمخاطبة: مُراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً... واسم الكلام: الخطبة.... وذهب أبو إسحق إلى أن الخطبة عند العرب: الكلام المنثور المسجع ونحوه، والخطبة مثل الرسالة التي لها أول وآخر" (١)

وفي الاصطلاح يشير "فصل الخطاب إلى ما ينفصل به الأمر من الخطاب" (٢)

ويكتسب الخطاب الإعلامي خصوصية تميزه كونه نسق تفاعلي تشترك في تكوينه علامات لغوية وغير لغوية : " وهو نسق تفاعلي متشابك يجمع بين اللساني والأيقوني، تتلاقى فيه العلامات اللغوية وغير اللغوية، يشترك في هذه الميزة مع خطابات أخرى ويختلف عنها في الوقت نفسه، وذلك مثل : الخطاب الإشهاري والسياسي والدعائي وبخاصة من حيث الشحن الأيدلوجي وكل ذلك يشغل عبر اللغة وعبر الصورة في الآن نفسه بما يجعل الخطاب الإعلامي نسقاً سيميائياً دالا قابلا للقراءة والتأويل، عابرا للتخصصات ومعارف عديدة موظفا ومستثمرا اياها حسب ما تقتضي الأوضاع" (٩)

وقد أسهم التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال في تسريع وصول الرسالة الإعلامية وضمان سرعة انتشارها بتعدد الصور التعبيرية عنها ، " ولم يكن الخطاب الإعلامي بمعزل عن هذا التطور النوعي الذي ميز وسائل الاتصال الجماهيري الذي احتلت معه القناة البصرية في الإدراك ، والتواصل مقدمة الاهتمامات، كما وفرت وسائل الطباعة ، والتصنيف والتصوير والنسخ، جميع أسباب انتشار الخطاب المطبوع والمصور في شكل جديد يوفر لقطبي التواصل إمكانات تنوع تعبيرية بمرعاة أبسط جزئيات العرض وتفصيل القناة المعتمدة للعرض سواء في مجال الطباعة والنشر، أو في مجال الإعلان التجاري والفنون المستغلة للفتن السمعية البصرية" (١٠)

والحديث عن مفهوم الخطاب والإعلامي بشكل خاص - و تحليله يحيل إلى كثير من الإشكاليات اللسانية

البحث المنهجي في تحليل النص والواقع الاجتماعي وظهور مناهج وأدوات بحث جديدة فرضت نفسها وبقوة في دراسة النصوص وتحليلها التي تعتمد أساس العلاقة بين المعنى والواقع الاجتماعي . ويبرز الخطاب صورة لفهم الواقع الاجتماعي من جهة ،ومن جهة ثانية أنه المكون الأساس في تكوين مادة الخطاب وإنتاجه.

ولا يبتعد مفهوم الخطاب الإعلامي عن مفهوم الخطاب بشكل عام ، مع خصوصيته وإشكالياته ، وتعاور عناصر أخرى غير البيئة الاجتماعية في إنتاجه منها : الوظيفة الاتصالية التأثيرية ، والوسائط التقنية فقد عرّف الخطاب الإعلامي بأنه " منتج لغوي إخباري منوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية محددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي، وإعادة وعيه، ورسم رؤاه المستقبلية وبلورة رأيه بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها" (٧) وفي ضوء عناصر نظرية الاتصال عرّف الخطاب الإعلامي بأنه " نتاج تفاعل منظومة من العناصر المتكاملة وهي (المرسل ، الرسالة ، والمستقبل (المتلقي) : ويعد الخطاب وفق هذا التوصيف نتاجاً مشتركاً ما بين صاحب الخطاب ، وجمهوره المستهدف والبيئة أو المناخ السائد ، أي أنه نتاج مشاركة بين المرسل والمستقبل والبيئة الاتصالية" (٨) .

وعناصر الرسالة الخطابية

الإعلامية تتمثل بالآتي :
المرسل + المستقبل + البيئة ————— الخطاب

تتوّد عمليات تحليل النصوص الإعلامية ، ولقد دفعت نظرية الخطاب الباحثين إلى إعادة التفكير في العلاقة بين المعنى والبنية الاجتماعية ، من خلال التركيز على السلطة من داخل نظام المعنى وليس من خارجه ، فنظم المعنى نفسها تعتبر سلطة ، وهي لا تظهر بسهولة كنظم ، مثل بنية اللغة بل من خلال ممارسات ذات دلالة ، إنها ليست ببساطة المعاني المرتبطة بالممارسات الاجتماعية ، كما يقول ألتوسير في نظرية الأيديولوجية ، بل إن المعنى والممارسة لا يمكن التمييز بينهما فهما مترابطان ، أي أن المعنى هو الممارسة في نظرية الخطاب . " (٥)

ولا تقتصر بنية الخطاب على الكلمة وحدها - على أهميتها - بل تتضافر عناصر عدة في تكوين صورة الخطاب منها ما يكون لفظي والآخر ما كان غير لفظي : " فالخطاب - كما يقول فيركلاو - يشير إلى استخدام اللغة حديثاً وكتابة ، كما يتضمن أنواعاً أخرى من النشاط العلاماتي مثل الصور المرئية - الصور الفوتوغرافية ، الأفلام ، الفيديو ، الرسوم البيانية - والاتصال غير الشفوي - مثل حركات الرأس أو الأيدي ... وهو اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة من وجهة نظر معينة . " (٦)

ويتحول الخطاب إلى صورة متكاملة وممارسة اجتماعية تشترك في تكوين الرموز اللغوية والرموز العلاماتية ، وإشارات لغة الجسد ، وكل ما يحيط بالخطاب من ظروف تحيله إلى صورة معنوية ناطقة .

ومن هنا ارتبط الحديث عن مفهوم الخطاب بقضايا تحليل الخطاب و تطور

وبعدها الحضاري كون اللغة تمثل مرآة الفكر والصورة الحقيقية للواقع والبيئة والمجتمع.

وتأسس علاقة اللغة بالفكر كونه وسيلة تكوين هذه الأفكار، وقد أكد العالم اللغوي (بنيامين) " إن اللغة ليست مجرد وسيلة للتعبير عن الأفكار، بل إنها هي نفسها التي تُشكّل تلك الأفكار. " (١٢)

واللغة علاوة على أنها تكون منهج التفكير وأداته فإن البنية اللسانية تتحكم في تكوين الأفراد " واللغة لا تؤثر على الفكر والتفكير منهجية وتصوراً وتطلّعا ، بل إن البنّيات اللسانية تحدّد ما يدركه الفرد وتحدّد كيفية تشكيل أفراد. " (١٤)

فالعلاقة اللغة بالفكر علاقة تلازمة فهما وجهان لعملة وحدة كما وصفهما الدكتور عبد الرحمن نجاد ، وإن كان الفكر سابقاً للغة فهو يؤهله لاكتساب اللغة فيما بعد " الفكر هو الذي يؤهله لاكتساب اللغة ، وإن العلاقة بين الفكر واللغة هي علاقة تبادل التأثير والتأثير، وكلّ منهما يكمل الآخر فهما وجهان لعملة واحدة " (١٥)

وتتعلق اللغة برموزها ودلالاتها وإشاراتها بالفكر، وتشرق مهمينة في ميادين كثيرة ومنها حقل الإعلام وتحتل مقاما مشتركا ، ذهب الدكتور محمد سيد محمد إلى إن " الحقل المشترك بين اللغة والإعلام في العلاقة بين (اللفظ والمعنى) هو حقل الدلالة ، فعلماء اللغة يعنون (بعلم الدلالات) وعلماء الإعلام يهتمون بالإطار المشترك بين مرسل الرسالة ومستقبلها حتى يتم الإعلام في هذا الإطار المشترك ولا تسقط الرسالة خارجه . ويمثل اللفظ

، وتوجيه الخطاب بحسب الوجهة والمقاصد التي يريدها منتج الخطاب التي تخدم أهدافه وتحقق غاياته والتي تؤثر بطريقة أو بأخرى على قيم الفرد وسلوكه في المجتمع . وهذا ما سنفصله في المباحث اللاحقة .

المبحث الثاني: علاقة اللغة بالإعلام

تعد اللغة اللغة أداة توصيل الخطاب ووسيلة تبليغ مضمونه ، وتسهم في تحديد نمط الخطاب ، وبنيته ، ونوعه مما يستدعي الحديث عن خاصية العلاقة بين الخطاب الإعلامي واللغة ، لا سيما أن الإعلام يمثل الواجهة الحضارية لثقافة الشعوب ، وناظرة تطل باللغة على العالم فتكون إما نافذة تُشرق بالسمو والارتقاء ، أو تهوي بها نحوهاوية السقوط والتلاشي والاضمحلال.

وقد حدّد علماء العرب الأوائل اللغة بالأصوات المعبرة عن معنى وغرض معين ، قال ابن جني (ت ٣٩٢هـ) " حدّ اللغة أصواتٌ يُعبّر بها كل قوم عن أغراضهم " (١٢) . وابن جني في التفاتته هذه يدل على ارتباط الأصوات بالرموز اللغوية لتأدية الوظيفة الاجتماعية لها في إطار المجتمع ، ومن هذا التباين الاجتماعي يتخصّص كل قوم بلغة معينة .

وترتبط اللغة إلى حد كبير بالفكر، فهي وعاء الفكر والمحتوى الذي تتعالق فيها الأفكار المنظمة للكلام . ولما كانت اللغة والكلمة لبنة الخطاب، وأداة تصنيعه ظهرت أهميتها الكبرى التي تحيلنا إلى إشكالية لغوية تتمثل بالترابط ما بين بعدها التاريخي وتطوره عبر الأجيال ،

التي اختلفت الرؤى فيها وتعددت ، بدءا بتحديد ماهية الخطاب ، وأدوات تحليل الخطاب الإعلامي ، وأهدافه ، وارتباط مناهج التحليل بنظريات تفسيرية للواقع . وقد فضّل الدكتور محمد شومان الحديث في الإشكاليات التي تواجه تحليل الخطاب المعاصر ، ومنها :

١- تباين الرؤية الفكرية وعدم الاتفاق حول ماهية الخطاب ، وآلياته .

٢- تعدد أنواع الخطاب ، وعدم وجود خطاب موحد ، ولغة خطاب موحدة .

٣- تباين الطرق والإجراءات في تحليل مادة الخطاب .

٤- تباين الطريقة المعرفية لمفهوم الخطاب نفسه أهو نظرية في التفسير؟ أم منهج في التحليل ؟

٥-علاقة اللغة بالبناء الاجتماعي، ومنتج الخطاب أهو الواقع الاجتماعي ، أم اللغة من يتحكم في إنتاج الخطاب ؟

٦- تباين الجذور الفلسفية والمنطلقات النظرية في اتجاهات دراسة الخطاب ومدارسه . (١١)

وربما يكشف البحث اللساني عن إشكاليات جديدة في خضم التطور اللغوي المتسارع، وما ينبغي الإشارة إليه إن تفصيل هذه الإشكاليات لن يتسع لها المقام هنا ، وستقف دراستنا على الإشكالية المحورية التي تتصل اتصالاً وثيقاً بجوهر الدراسة وهي إشكالية عدم وجود لغة موحدة للخطاب الإعلامي ، واتخاذها حيزاً ضيقاً في الخطاب الإعلامي، وما نتج عنها من آثار متعددة منها ما يتمثل في الضعف اللغوي والاسلوبي في بناء الخطاب ، وتأثير السياسات والأيدولوجيات الفكرية في المجتمع في تكوين الصورة الذهنية

٢- الوظيفة المعرفية المرجعية وتشير الى الأصول المرجعية والفكرية للرسالة .

٤- الوظيفة التعبيرية الانفعالية وتختص بالمرسل وتعاييره وانفعالاته أثناء نقله للرسالة .

٥- الوظيفة الإفهامية وتختص بالمستقبل أو المتلقي ، لأنه القصد في توجيه الرسالة تتوجه إلى المتلقي .

٦- الوظيفة الانتباهية وتختص باللغة من حيث الوصف والتحليل .

ومما أكده ياكسون أنه لا نجد في الكلام ما يحقق وظيفة واحدة ، بل قد تتعاضد ثلاث منها أو أكثر وتتغلب إحداها أو كما يسميها الوظيفة المرجعية على الأخرى وهو ما يتضح في تغليب الوظيفة الإعلامية والاتصالية على الوظيفة التعبيرية في الخطاب الاعلامي ، أو توظيف اللغة بما يتناسب وأهداف المرسل ومخططاته : "إذا ميزنا ستة مظاهر أساسية في اللغة سيكون من الصعب إيجاد رسالة تؤدي وظيفة واحدة ليس غير ، إن تنوع الرسائل لا يكمن في احتكار وظيفة أو أخرى ، وإنما يكمن في الاختلافات في الهرمية بين هذه الوظائف وتعلق البنية اللغوية لرسالة ما قبل كل شيء بالوظيفة المهيمنة ، لكن حتى ولو كان استهداف المرجح وتوجهه نحو السياق ، وباختصار الوظيفة المسماة وضعية ، ومعرفية ومرجعية هو المهمة المهيمنة للعديد من الرسائل فإن المساهمة الثانوية للوظائف الأخرى في هذه الرسائل ينبغي ان يأخذها اللساني بعين الاعتبار " . (٢٢)

وتتحول علاقة اللغة بالاتصال الى عملية تأثر وتأثير تتحكم في القيم الثقافية والسلوكية للأفراد والمجتمع :

عبر الأثير في البث الإذاعي ، موجات الصورة عبر الفضاء في البث التلفزيوني ، خطوط الهاتف .

٤- المرسل : هي مجموعة محدّدة من العناصر اللغوية المادية والمعنوية التي يستمدّها المرسل من مخزن الإشارات والرموز عنده ، ويصوغها طبقاً لأصول وقواعد محدّدة لتتوجه إلى المتلقط . " (١٩)

حاز الاهتمام بالمتلقي اهتماماً كبيراً من المرسل والحرص على نجاح عملية الاتصال من خلال اللغة والمؤثرات الخطابية ، "وعرف مستوى جديدا هو المستوى التداولي (Pragmatic level) وهو المستوى الذي يهتم بدراسة علاقة الإشارة أو (الرمز اللغوي) بمن يستخدمها وكيفية الاتصال من خلالها. إن المرسل يستخدم اللغة والمؤثرات البلاغية في الخطاب بقصد التأثير في المتلقي وإقناعه. فاللغة أداة لممارسة الفعل على المتلقي في سياق معين. ويهتم التداوليون بدراسة فاعل الخطاب، ومنتجه (المرسل) وعلاقته بالمتلقي، وبذلك يقتربون من الخطاب من خلال سياقه الخارجي، ويراعى في تحليل الخطاب دراسة السياق الذي ورد فيه مقطع الخطاب، وينقسم السياق إلى سياق خارجي وسياق داخلي" (٢٠)

أما اللغة المرسلّة فيرى جاكسون أن لها وظائف ست" (٢١) :

١- الوظيفة الاتصالية وترتكز على عملية الاتصال بين مرسل الرسالة ومُستقبلها .

٢- الوظيفة الشعرية المرسلّة شعرية أم غير شعرية .

القاسم المشترك في هذا الحقل ، حقل الدلالة ، بين اللغة والإعلام " . (١٦)

وفي العصر الحديث نالت وظيفة الاتصال والتواصل اهتماماً كبيراً وحيزاً أكبر ، واستقر الفهم اللغوي عند المحدثين بأن اللغة " نسق من الإشارات التي يمكن أن تستعمل للتواصل " (١٧) ، ومن ثم تعمقت هذه الوظيفة بتطور وسائل الاتصال ، ومناهج البحث الاتصالي وظهور نظرية الاتصال الحديثة ، وأضحى الإعلام عملية اتصال مرهونة بقطبين وقناة وجمهور يتوقف عليها تمام الاتصال ونجاحه ، فالإعلام : " إقامة اتصال بين فرد أو جماعة لديه رسالة يريد إيصالها إلى آخر أو آخرين ، وبين الفرد أو الجماعة الذي يتلقاها " . (١٨)

أما عناصر عملية الاتصال فتتكون من :

١- المرسل : وهو الشخص (والجماعة) الذي يصوغ المرسلّة ويوجهها نحو المتلقط . وهو المتكلم في أثناء المحادثة ، وهو المحرر أو هيئة التحرير في الصحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون ، وهو واضع البرنامج في الوسائل الإعلامية .

٢- المتلقط وهو القطب الثاني في عملية الاتصال يتلقى ما يوجهه إليه المرسل ويتفهم دلالاته الذهنية ، وهو المستمع في المحادثة وهو القاري أو السامع أو المشاهد .

٣- قناة الاتصال : هي المادة أو الشكل أو الوسيلة الحسية التي تؤمّن نقل المرسلّة من المرسل إلى المتلقط : التموجات الصوتية في المحادثة أو

ويتظافر عاملان أساسيان في التأثير في جو الاتصال هما : تأثير الاتصال بوصفه عملية، وتأثير هيمنة اللغة. مما يبرز أهمية ودور اللغة ليست بوصفها ناقلة للرسائل أو حاملة للمعاني حسب، بل بوصفها قوة ذات سلطان في مجمل أوجه السلوك وجوانب الشخصية والثقافة، وهذا يلقي على المصدر الاتصالي مسؤوليات والتزامات دقيقة" (٢٢)

ولا غرو إذا قلنا أن عملية الاتصال لا تعدو فقط وسيلة لنقل المعلومات بل أضحت قوة حية مؤثرة في الثقافة والسلوك " إن الاتصال الجماهيري يشيع جواً اتصالياً حول الجمهور قوامه اللغة التي تحمل المعاني، وهذا الجو بلغته اللفظية وغير اللفظية وبمعانيه يعمل كقوة مؤثرة في الجمهور على مستوى السلوك والشخصية والثقافة والشعور" (٢٤). وينبئ سلطان اللغة في حياة الافراد والجماعات في التأثير الفكري " فاللغة تمارس في هذا الجو سلطانها على مجمل جوانب حياة الأفراد والجماعات، فعلى صعيد الفكر يمكن أن يشيع من خلال استخدام اللغة فكر يتضح فيه العمق والشمول الواقعية والمرونة والتنظيم والتذوق المرفه. ويمكن أن يشيع ماهو مغاير لذلك كالسطحية وضيق الأفق والتوهم والتعصب والارتباك والابتذال، وخاصة في الحالات الاتصالية التي تشهد اللغة فيها استخداماً مضللاً أو جنوحاً إلى اللفظية والتشدد باللفظ الرنان، أو خلو اللغة من الفكر الواضح أو المُبَيَّر" (٢٥)

وإشاعة الفكر الشمولي والواقعي كان يكون إيجابياً أو سلبياً يدعم تأثير الخطاب في تكوين الصورة الذهنية لفكر ما لفكر

ما، وترويجه ودعمه لأفكار ما من خلال المنظمة الإعلامية التي تسعى إلى رسم السلوك الإيجابي: " حيث أصبح تكوين صورة ذهنية طيبة هدفاً أساسياً تسعى له معظم الشركات والأفراد، وقد أدى انتشار القنوات الإعلامية المختلفة إلى زيادة الاهتمام بمفهوم الصور الذهنية أو كما تسمى في علم الاتصال الحديث (إدارة السمعة) وأصبحت شركات العلاقات العامة تلعب دوراً محورياً في رسم الصورة الذهنية التي يجب أن تتميز بها شركة ما أو قائد فلاني أو دولة من الدول." (٢٦)

المبحث الثالث : صناعة لغة الخطاب

تتعدد أنواع الخطاب ومناسباته وتتفاوت على قدرها وصف الخطاب بالقوة والنجاح في التأثير في نفوس سامعيه، وكانت اللغة العربية منبر حُطِبَ العرب، ولسانهم الأعلى في البلاغة والبيان.. وما حديث الوليد بن المغيرة حينما سمع التنزيل الحكيم (والله إن لقوله الذي يقول لحلاوة، وإن عليه لطلاوة، وإنه لمثمر أعلاه، مُغْدِقُ أسفله، وإنه ليعلو وما يعلى، وإنه ليحطم ما تحته)، الإ دليل أترعدوبة اللفظ القرآني، وجزالة تراكيبه التي جمعت القلوب، وألفت بين النفوس.... فكأنه سحرٌ يؤثر.

وجاء الخطاب القرآني في أعلى صياغة من النظم والدقة في تخير الألفاظ، وصياغتها بما يتناسب مع المتلقي، وطبيعة السياق، وقصدية النص، ومنه ما يتمثل في الصياغة الخبرية للقرآن في الخبر المكي والمدني: " اهتم القرآن الكريم اهتماماً شديداً لما لها من أثر ونتائج على

المتلقي، ولذلك جاءت كثير من الأخبار لتحدث تغييراً في المجتمع ولتغير سلوك الناس وممارساتهم.... وقد وردت آيات كثيرة تتحدث عن النبأ والإبلاغ والإنذار والتذكير، وكلها بمعنى الإعلام والإخبار، واهتمت هذه الآيات بالرسائل الإخبارية في ذاتها وصياغتها وأسلوبها الذي جمع بين الدقة والوضوح والإيجاز غير المخل بالمعنى وحسن العرض وبراعة الإسلوب التي تتناسب مع جمهور المستقبلين. ولدى تتبعنا لطبيعة السياق وجدنا أن الرسائل الإخبارية التي وجهت للناس في مكة المكرمة اختلفت عن تلك التي وجهت في المدينة المنورة: إذ اهتمت الآيات المكية عموماً بقصد العبارة والجمل القصيرة المتحدة القواي لتؤثر في قلب السامع نحو قوله تعالى ((وَالْمُرْسَلَتِ عُرْفًا ۝١)) فَأَلْعَصَفْتِ عَصْفًا ۝٢ المرسلات: ١ - ٢ " (٢٧).

ومن هنا جاءت الخطابة في الثقافة العربية الإسلامية خطاباً قويا مؤثراً وخطيراً ويحتل مرتبة عظيمة في الحياة الاجتماعية " للخطابة في الثقافة العربية و الاسلامية القديمة شأن كبير وخطير حيث قامت بدور اجتماعي بارز ومهم في حياة المجتمع العربي إذ كانت الخطب " تستعمل في إصلاح ذات البين، وإطفاء نائرة الحرب، وحماية الدماء، والتسديد للملك، والتأكيد للعهد في عقد الأملاك. فقد كانت الخطابة أداة لتحقيق الأمن والسلام. كما اقتضت المنازعات استخدام الخطابة سلاحاً يهجو بالمطاعن والمعائب، ويشيد بالمفاخر والمناقب ولم كانت هذه المنازعات كثيراً ما تشتمل بين العرب غلب عليهم استعمال هذه الخطابة خطابية

تابعة لطاحونة الإعلام والانحرافات اللغوية والإسلوبية ، وانعكست أزمة الفرد مع ذاته على تقصير في اللغة " فالفرد العربي يعيش اليوم أزمة الهروب من الذات، وينغمس في حالة تعريب عن أصالته ووجوده، فانعكست الأزمة سلبيًا على الواقع اللغوي" (٢١).

وساعدت العولة بكل أشكالها بالغزو الثقافي والفكري الذي تمارسه وسائل الإعلام ، " ويمثل تحدي عولة الثقافة اللغوية هذا من أكبر التحديات التي تواجه اللغة العربية واكتساح كينونتها وخصوصيتها اللسانية واللغوية والثقافية والتاريخية التي تمثل بدورها الأرض الصلبة المكونة للوجود المادي والمعنوي للهوية القومية الإسلامية. " (٢٢).

٢- وظفت اللغة توظيفًا موجهًا لأهداف وغايات مخصوصة من خلال الاستراتيجيات اللغوية وتوظيف طاقات اللغة النفسية والايحائية ، فجاء الخطاب الإعلامي منحازًا ، ويفتقر إلى الموضوعية والحيادية لأنه طوع أمر الفرد، أو الجماعة ، أو المؤسسة التي ينتمس إليها منتج الخطاب . وظهرت تبعًا لذلك أهداف أخرى للإعلام : إذ إنَّ " من أهداف الإعلام هو التنقيف والإرشاد، والتوجيه والترفيه والتعليم وبمرور الوقت أصبح للغة الإعلام هدف آخر هو الدعاية والحرب النفسية" (٢٣)

وظفت اللغة في الخطاب الإعلامي توظيفًا استراتيجيًا يخدم السلطة والمال، " وصار الإعلام يخدم استراتيجية مغايرة

وتأثيراتها الإيجابية والسلبية على الفرد والثقافة والمجتمع .

ويفضي الحديث هنا إلى تساؤلات للكشف عن كيفية صناعة الخطاب الإعلامي ، وآليات نجاحه في التأثير واستمالة المشاعر ، ومَنْ هو منتج الخطاب ؟ أهو صانع الخطاب أم الواقع الاجتماعي ؟ وهذا يقودنا الى تحليل الخطاب الإعلامي بأنواعه وصوره المتعددة الإخبارية والسمعية والمرئية على إنه شكل منظور تتعاقد فيها طبيعة اللغة مع علوم كثيرة منها الاجتماعية والنفسية .. وهي تسعى إلى الكشف عن معنى النص ، وعلاقاته الداخلية والخارجية طالما أن نظرية الخطاب المعاصرة تهتم بالكشف عن المعنى وعلاقاته مع البنية الاجتماعية بما يكون سلطة معنوية مترابطة (٢٠) وانتظمت هذه التساؤلات في محاور ميّزت صناعة الخطاب الإعلامي ، منها :

-استراتيجية لغة الخطاب الإعلامي

لغة قوة مهيمنة على الخطاب ، وهي سلاح ذو حدين ، وفي الخطاب الإعلامي ظهرت بمظهرين:

١- غياب التوازن بين وسائل الاتصال واللغة ، وتغليب وظيفة الاتصال على اللغة نفسها ، ومن ثمّ تأثير وسائل الاتصال بأنواعها المختلفة على البنية الداخلية للمجتمع العربي في قيمه وثقافته ولغته. وبدلاً من أن يسهم الإعلام في الدفاع عن اللغة ، والحفاظ على التراث الفكري والثقافي والحضاري ممثلاً بلغتنا العربية وهي رمز هويتنا أصبحت اللغة العربية

المفاخرة والمنافرة" (٢٨)

فكانت اللغة عماد الخطاب الحجاجي وقوته تستمد منها لما تحقّقه من تأثير النفسي والوجداني عند متلقي الخطاب " تقوم اللغة في الخطاب الحجاجي بدور جوهري وفاعل في تحقيق التأثير والاستمالة فالمفردات والتراكيب التي يختارها المتكلم لوصف حدث ما تعكس موقفه تجاه ذلك الحدث من جهة ، وتضع ذلك الحدث في نسق تصوري بعينه ، يؤثر في تحديد الموقف الذي يتخذه المتلقي تجاه ذلك الحدث من جهة ثانية ، فحدث مثل قيام فلسطيني بتفجير قنبلة في مجموعة من الجنود الاسرائيليين بأنه عمل إرهابي جبان استهدف الدمار وسفك الدماء ، بينما الخطاب الإعلامي العربي يصف ذلك الحدث بأنه عمل بطولي شجاع استهدف الدفاع عن الحقوق المسلوقة ، فالحدث واحد والوصف مختلف باختلاف المتكلمين وموقف كل منهما ، وباختلاف الوصف يختلف رد فعل أو موقف المتلقي تجاه ذلك الحدث فإذا كان الوصف الأول يثير لدى المتلقي مشاعر العداوة والتحقير ، فإن الوصف الثاني يثير مشاعر التعاطف والتقدير.

ولا يقتصر دور اللغة على إثارة مشاعر وانفعالات ايجابية أولسلبية ، وإنما تقدم أيضاً حججاً منطقية معقولة تستميل عقل المتلقي " (٢٩)

ولما كانت الكلمة جوهر الخطاب ولينته وما لها من أهمية في التأثير في المتلقي والمستمع جاء بحثنا في استكناه صناعة لغة الخطاب الإعلامي ، وأثر الكلمة في صياغة الخبر الإعلامي والخطاب الفكري الموجه والمنضبط للأفكار التي يطرحها الخطاب

اللغوية في الخطاب الاعلامي الوجه يفضي بنا الى التأثير الخطير الذي تمارسه وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية أما إصلاحها أو هدمها و " إن أول من استعمل هذا المصطلح (والتر ليبمان) في الخمسينيات قال : إن الإنسان يتعلم أن يرى بذهنه القسم الأعظم من العالم الذي لا يستطيع أن يراه أبداً أو أن يلمسه أو يشمه أو يسمعه أو يتذكره، وهو بالتدريج يصنع لنفسه صورة يمكن الاعتماد عليها عن العالم الذي لا يستطيع الوصول له . ويسهم في تركيب هذه الصورة خليط معقد من المصالح والآراء والأحكام والتصورات والأوهام والمعلومات فضلا عن عوامل سياسية ودينية واقتصادية وثقافية ، ثم يوظف الإعلام لترويج هذه الصورة ونشرها عبر خطة منظمة من الدول اتجه بعضها الآخر . " (٢٩)

ويعرف هذا الأسلوب ب (الانحياز القصدي) "إن هذا الأسلوب في الصياغة الخبرية وتسمية الأشياء بغير أسمائها الحقيقية ومحاولة استدعاء صورة ذهنية مرسومة لتحقيق هدف مقصود عن السامع ، ومحاولة كسب رأيه وميوله وهو ما يسمى ب (الانحياز) وهو انحراف قصدي في الأخبار باستعمال الألفاظ ووسائل معينة كالصور والرسوم الساخرة او استضافة شخصية أو الاحصائيات وغير ذلك ومحاولة رسم صورة ذهنية بالكلمات تخالف الواقع وبعيدة عن أخلاق ومعايير مهنة الإعلام " (٤٠)

وسيكون مجال تطبيق دراستنا نماذج من الخطاب المرئي ، والمسموع ، والمكتوب ، وتتبع صناعة اللغة فيها ، ومن ذلك ما نشرته قناة (bbc) على موقعها

، وكلمات مثل : تقليل أو رفع أو زيادة فيها ما يثير المشاعر لذلد يلجأ الكاتب إلى الإيماء بالخبر، وكلمات مثل (ترشيد او تحريك أو تغيير) فيها من تعمية على المعنى، واستعماله يؤدي إلى امتصاص ردة فعل المتلقي أو امتصاص الزخم لحين إدراك المتلقي المعنى كاملاً" (٢٦).

ويأتي استعمال المفردة في الخطاب استعمالاً دقيقاً ومنظماً بحسب درجة وقعها في التأثير في نفس المتلقي، واستعانتها بالوصف على النحو الآتي : " وإذا قيل جرى (حوار) في برلمان دولة أو اجتماع معين فالجهة المضادة تقول (حوار شديد اللهجة) ، أو جدل أو (جدل عنيف) فتستعمل الكلمة المناسبة لمقدار تحريك المشاعر الذ تتقده عند السامع " (٢٧)

وتعمد استراتيجية اللغة في الخطاب على العدول في استعمال الألفاظ ، لضمان تحقيق نجاح التأثير من خلال ممارسة اللغة واستدعاء الصور الذهنية لها ، ومنها " إذا فرضت الدولة (رقابة على المطبوعات) فتقول في أخبارها : إن المطبوعات تخضع للفحص ، وهكذا يتحول (التراجع) في الجيوش إلى (انسحاب) و(الخطأ) إلى (هفوة) و(الإخطاء) إلى (سلبيات) و(القيود) إلى (إرشادات) و(الجاسوس) إلى (شخص غير مرغوب فيه) و(تجار الحروب وسماستها والقتلة المجرمون) إلى (صقور) و(المذبحة) الى حوادث (قتل) و(الإبادة الجماعية لمسلمي البوسنة والهرسك) إلى تطهير عرقي) . إن هذا الأسلوب في صياغة العبارات هو تسمية الأشياء دون استدعاء الصورة الذهنية لها " (٢٨)

ان الاستعمال المنظم للمفردات

لتلك التي ظهر لخدمتها وتحولت الثقافة على حد تعبير نعوم تشومسكي تسخر الإعلام وتديره لمصالح الشركات الكبرى مثل (جنرال الكترك) وهي أكبر شركة سلاح أمريكية في العالم، وبذلك صارت المعرفة الإعلامية ليست محايدة بعد ان أصبحت سلعة ولم يعد الفرد هو الذي يتحكم بها بل المؤسسات فتحول الإعلام بمرور الزمن إلى خدمة سيدين هما السلطة والمال . وصار الإعلام وكيلا للمؤسسة التي يعمل بها ومروجاً لفكر الذي تتبناه هذه المؤسسة " (٢٤) ، " ومن اوائل الذين نهوا الى توظيف المفردات اللغوية لمصالح الدعاية السياسية والإعلام الموجه والكاتب الأنكليزي جورج أورويل في قوله : في أيامنا هذه تحاول الخطب والكتابات السياسية عموماً الدفاع عن ما لا يمكن الدفاع عنه فمثلا استمرار الحكم البريطاني في الهند وعمليات التطهير والنفي في روسيا ، وإلقاء القنابل النووية على اليابان يمكن فعلا الدفاع عنها ، ولكن فقط عن طريق المناظرات التي لا يجد الناس أكثر وحشية منها أو لا تتسجم مع الأهداف المعلنة للأحزاب السياسية . " (٢٥)

واجتهدت جهات إنتاج الخطاب باستدعاء طاقات اللغة وإحياءاتها النفسية ، وتوجيه دلالات المفردات والأساليب نحو دلالات نفسية بغية التأثير في متلقي الخطاب ، " ونقرأ في خبر مثلا : ينبغي (ترشيد الاستهلاك) والمقصود هو تقليل الاستهلاك . او نقرأ لجأت الجهات المعنية إلى (تحريك الأسعار) ، او (شهدت الأسواق تغييرا في الأسعار) والمقصود هو رفع الأسعار أو زيادة الأسعار

راسمانيا انتهكت حدود بلاده. فالعبارة الثانية فيها قدر من التشكيك في صحة ما قيل، وميل إلى عدم تصديقه" (٤٤). ولا تقف سمة الحياد عند (الحياد اللغوي) ، بل تنعكس إيجاباً في أسلوب إدارة الحوار المهني القائم على قيم الاحترام ، وعدم التعصب لفكر معين والتأثيرات التي تتركها في انطباعات المشاهدين والمستمعين في مد جسور الثقة والمصادقية بين المتلقي وبين الوسيلة الإعلامية، بعد أن أعطت للمتلقى الدور الحقيقي والفعال في عملية توجيه الخطاب، إذ " يؤثر أسلوب إدارة الحوار إلى حد كبير على انطباع المشاهدين والمستمعين عن المحطة وأسلوبها، وطريقة إجراء الحوار في (bbc) لا بد أن تعكس قدرًا كبيرًا من الحياد، وقدرة على قلب كافة وجهات النظر، وطرح الأسئلة التي قد لا تطرح على الضيوف في محطات أخرى، مع الالتزام باحترام الضيف مهما كانت اتجاهاته. وينوب المحاور عن الجمهور ويسأل الأسئلة التي يتوقع أن يرغبوا في الحصول على إجابات لها. ولكنه في الوقت ذاته لا ينبغي أن يتبنى ما يتصور أنه وجهة نظر المشاهد بحيث تبدو كما لو كانت وجهة نظره الشخصية. لا بد أن يشعر الضيف، بأنه أعطى فرصة معقولة للتعبير عن رأيه وللأجابة بحرية على ما طرح عليه من أسئلة. ولكن هذا لا يعني أن تترك له المساحة للترويج والدعاية على المحاور، وخاصة إذا كان ضيفه من الساسة والمسؤولين، أو يقلب الموضوع على كافة وجوهه، ويطلب إيضاح التناقضات فيما قد يطرح من خلال إجابات المسؤولين، أو من خلال التباين بين ما يقولونه وما يفعلونه

تتبنى موقفا سلبيا أو إيجابيا، فهي لغة واصفة للحدث فقط دون توجيه وتأثير يسحب المتلقي الى دائرة سياسية غير معلنة ، " فاللغة المستخدمة في (bbc) لسرد الأخبار والتقارير لغة وصفية وحيادية، ولا ينبغي أن تحمل موقفا سلبيا أو إيجابيا مما يجري من أحداث؛ لهذا السبب يتجنب محرروها استخدام كلمات مثل "إرهابي" لوصف من يقومون بأعمال عنف بصرف النظر عن دوافعهم المفترضة، أو كلمات مثل "طاغية" أو "دكتاتور" أو "مستبد" يتجاوز مسؤولية نقل الخبر إلى تبني موقف. وينطبق المنطق ذاته على استخدام كلمات مثل "شهداء" أو "فدائيين". وهي كلمات تتبنى موقفا ولا تنقل الموضوع بحياد، رغم أنها قد تروق لغالبية المتلقين. " (٤٣).

وفي سياق (بناء الأفعال) في الخبر الإعلامي تُراعى نقل دلالات الفعل الحقيقية وإيحاءاتها النفسية واستعمالاتها الحقيقية أو المجازية في نظام العربية من ذلك الفعل ادعى أو زعم ؛ " إذ كثيرًا ما يرد فعل: (Alleged) أو (claimed) وينقل إلى اللغة العربية (ادعى أو زعم) ، وتحمل الكلمتان العريبتان قدرا من التشكيك في صحة ما " يزعم" قوله، أكثر مما يحمله النص الإنجليزي أحيانا. والالتزام بقواعد بي بي سي التحريرية من ضرورة الحياد في نقل الخبر يتطلب استخدام كلمات لا توحى للمتلقى بأن كاتب الخبر له موقف مما ورد فيه. وهناك فرق كبير بين: قال رئيس وزراء باتاجونيا إن قوات راسمانيا العظمى انتهكت حدود بلاده، مقارنة بأنه: ادعى إن قوات

الالكتروني، وأوضحت فيه أسرار نجاح خطابها الإعلامي ، وقوة تأثيره على مدى العقود السبعة المنصرمة يمثل في مبادئ منها : الشفافية ، والالتزام بقيم الحياد، والدقة والنزاهة.... وتميز الخطاب الاعلامي عند تحليله :

أ - إن أسلوب الخطاب الاعلامي لا يقتصر على اعتماد الكلمة والبناء اللغوي فحسب ، بل تشترك في تكوينه عناصر غير لغوية تسهم في ترسيخ الصورة لدى المتلقي كأسلوب الحوار، وما يرافقه من لغة الجسد والحركات والإشارات " إن الكلمة تتجاوز موضوع اللغة إلى كل ما من شأنه أن يسهم في تشكيل انطباع في ذهن المتلقي عن شخصية فتاة (bbc) كوسيلة إعلامية، سواء من خلال اللغة التي نستخدمها، أو الأسلوب الذي يتحدث به مذيوعنا ومراسلونا والملابس التي يرتدونها، والطريقة التي يحاورون بها الضيوف، بل وحتى من الإيماءات والإشارات والحركات." (٤١).

ب- التزام لغة الكتابة التحريرية بمعايير القيم المهنية كالتوازن في عرض الأحداث ، و الحيادية الموضوعية في وصف الأخبار ونقلها " وتتضمن اللغة التي نستخدمها قيما تحريرية تعتبر امتدادا لدليل بي بي سي التحريري Producer Guidelines من حيث تأكيدها على ضرورة الالتزام بمعايير التوازن والحياد الموضوعية. وهو هدف أبعد من مجرد التذكير ببعض قواعد النحو والصرف دون أن ننكر أهمية الأخيرة." (٤٢). وتتجلى صفة الحيادية في انتقاء المفردات التي لا

على أرض الواقع. أو بين ما يقولونه الآن وما قالوه في السابق. ومن المهم أن يعامل الضيوف كلهم بالذدر ذاته من الاحترام وأن تواجه حججهم بالدرجة نفسها من الاختبار والتمحيص." (٤٥)

١- تأثير الفكر والسياسة في نتاج الخطاب الإعلامي

أسهم الفكر والسياسة في صياغة لغة خطاب إعلامية تعتمد في الدرجة الأساس الوظيفة التأثيرية الإعلامية الموجهة للجمهور، وارتبطت اللغة بالوعي والواقع السياسي " كل لغة تحتل صفة تمثيلية للحضارة التي نشأت فيها وساعدت على تبلورها وتطورها ، ودراسة أية مفردة من مفرداتها ، يرتبط بتطور استعمالها المتصل بالوعي والإدراك السياسي للواقع المعاش " . (٤٦)

وتبعاً لذلك تحددت أساليب الصياغة والتراكيب في بناء الخطاب ، وأنتجت الكثير من اللغات ترددت كثيراً في وسائل الإعلام منها : لغة الانحياز ، ولغة العنف ، ولغة التصعيد ، ولغة الخطاب المتشدد ، أو لغة الاتهام ، أو لغة التحريف والتضليل " فاستعمال المفردة هو يعبر عن رؤية حضارية وموقف سياسي وثقافي . لقد استغلت اللغة في أثناء النزاعات الدولية وأبدى أحد المعلقين البريطانيين ملحوظة في لغة الدعاية في حرب الخليج عام ١٩٩١ ، إذ قال : كانت اللغة بشكل واضح مادة سريعة التجر فتخضع للتضليل والتشويه الخادع الذي يعتمد عليه رجال الدعاية والرقابة وفي حرب الخليج استخدمت الكلمات للإنتقاد الضمير ولتضرب نطاقاً حول الحقيقة وليس إلى إيصالها" (٤٧) .

وظهرت سلطة اللغة كقوة مؤثرة في الخطاب السياسي في التأثير والإقناع وتغيير الأهداف والاتجاهات " واللغة وسيلة الاتصال الأولى بين السلطة والجمهور لما يتوفر بها من عوامل الإدراك المشترك سريعة الفهم والتأثير والإقناع وما تقوم به اللغة من أثر واضح في توجيه حياة الشعوب نحو أهداف الشعوب السلطة بما تتضمنه من دلالات وأفكار وأدوات تأثير ، ومن ثم يستخدمها السياسيون في التأثير في الجمهور وإقناعه وتوجيهه نحو أهدافهم ، كما تعبر اللغة عن اتجاهات السلطة وأهدافها وتعكس أحوال المجتمع السياسي ، فالخطاب السياسي نتاج التفاعلات والصراعات والأزمات بين المجتمعات السياسية ، فضلاً عن خضوعه لنفوذ السلطة وتأثيرها ، كما أنه يعكس علاقة السلطة بالمجتمع وتطوره وثقافته وكافة ظروفه ، وعلى هذا فالخطاب السيلسي نتاج التفاعلات والصراعات والأزمات بين المجتمعات السياسية فضلاً عن خضوعه لنفوذ السلطة وتأثيرها ، كما أنه يعكس علاقة السلطة بالمجتمع وتطوره وثقافته وكافة ظروفه ، وعلى هذا فالخطاب إفراز للمثيرات الاجتماعية والسياسية التي تنعكس عليه ، ومن ثم أصبح لكل مجتمع خطابه الخاص الذي يعبر عنه." (٤٨)

ويحدد نوع الخطاب وسياقه اللغة الخطابية ووظيفتها وغايتها ، ففي الخطاب الدعائي وُظفت اللغة لأغراض التأثير الحرب النفسية والدعاية لصالح المخطط وليس الجمهور " وبعد أن أصبح لوسائل الإعلام دور مهم في إحداث التأثير وفق أساليب اتصالية مختلفة كالحرب النفسية التي تعتمد الدعاية كجزء من

نشاطاتها نجد أن اللغة برزت في تأثيراتها حيث ان الدعاية عموم هي أفكار تعتمد اللغة في المقام الأول رغم ما تؤديه قدرات الإنسان ومواهبه وابداعه في توظيف هذه القدرات والمواهب في مجالات غنية مختلفة مؤثرة ومقتعة " (٤٩) . وتتوعت وظائفها على الشكل الآتي :

١- لغة المعرفة الخبرية التي تقيد في إيصال المعلومات .

٢- لغة التوجيه التي تقيد في التأثير في سلوك الآخرين .

٣- اللغة التعبيرية التي تؤدي دوراً فاعلاً وحيويًا في التأثير في كافة العواطف ومجالاتها " (٥٠)

فجاء توظيف اللغة في المقام الأول من أجل خدمة الوظيفة الإعلامية والدعائية اعتماداً على إثارة الانفعالات النفسية في الجمهور التي تعمل على غرس قيم ، واتخاذ مواقف وردود فعل ، و" يعد الأثر النفسي للغة امتداداً للوظيفة الدعائية كونها تثير انفعالات الجمهور وتحث تأثيراً نفسياً فيه يؤدي إلى ردود فعل نفسية أيضاً كالتفاعل والخوف أو اللامبالاة أو الاستياء أو الشفقة وربما حتى إلى المواجهة اللفظية أو العمل العدواني" (٥١)

وفي الخطاب الإسلامي المعاصر وظفت هذه الوظيفة النفسية لصناعة فكر ينسجم مع منتج الخطاب وجهته ، فجاءت لغتها تتسم في الأغلب بالتصعيد والعنف ، " فقد شكلت اللغة التصعيدية العنيفة أحد أبرز معالم الخطاب الإسلامي المعاصر حتى تركت تلك اللغة أثرها واضحاً في الدراسات التي تناولت ذلك الخطاب وصنفته تصنيفات متعددة على أسس مختلفة لا تبتعد جميعاً عن لغة العنف

معرفة العناصر الداخلية والخارجية معا ، فالعناصر الخارجية هي التي حققت له نجاحا اتصاليا واسعا ، أضف الى ذلك أنه خطاب اجتماعي يرتبط بالمحيط الخارجي ،ومن ثم تتجه الدراسة نحو البنية الداخلية على المستوى الصوتي (في الخطاب المنطوق) والمستوى الصرفي، والتركيبي والدلالي ، كما تهتم الدراسة بالمفاهيم الخارجية التي تشكل الخطاب السياسي المتمثلة في السياق الخارجي: الموقف ، والزمان والمكان ، والمشاركون في الحدث ، وموضوع الخطاب والمقصد من الخطاب والأثر الثقافي والاجتماعي والسياسي " (٥٥)

ومن أجل تحقيق عملية الإقناع وتوجيه الأذهان واستمالة المشاعر والميول يدعم الخطاب بكل ما يضمن نجاحه ، وغالبا ما " يستخدم السياسيون في ذلك كافة الادوات التي تحقق مقاصدهم مثل لغة الخطاب اليومي واستخدام الموروث الشعبي ويلجأ السياسيون كذلك الى مخاطبة مشاعر الجماهير وإثارة حماسهم ليحققوا بذلك نجاحا اتصاليا يؤثر في الرأي العام ويأتي الخطاب السلطي مباشرا وصريحا ولا يعمي ولا يبيطن شيئا يعلن موقفه صراحة لانه مدعم بسلطة الدولة التي تعطيه ثقة وامانا وتمثل ردعا لخصومه " (٥٦)

. وتتحد تبعا لذلك مفردات الخطاب ولذلك " نجد قلة بناء الخطاب السياسي صيغ البناء للمجهول الا نادرا لأنه خطاب السلطة المباشر، وهو رمز القوة والنفوذ . (٥٧)

وتبرز أهمية توظيف المنهج الأسلوبى في مقارنة النصوص الاعلامية كالتقارير الإخبارية يكشف عن علاقات الأسلوب

القضائية ثم السلطة الإعلامية (سلطة صناعة الخطاب المطبوع) بحذق ومهارة داخل ورشات إنتاج الخطاب " (٥٢)

٣ - تأثير دلالات المفردات والتراكيب والأساليب في صناعة لغة الخطاب

تدعم نظرية تحليل الخطاب الكشف عن علاقات الخطاب ومعاني النصوص ، من خلال تحليل عناصر النظام اللغوي والنحوي والدلالي والأسلوبى، وأثر السياق ومحيط النصوص من ظروف وقراءن وأحوال ، وثقافة المتلقي ووعيه في بناء الخطاب وإنجاح الاتصال بتحقيق التأثير في نفوس سامعيه .

وإذا ما تتبعنا أثر دلالات الألفاظ في صياغة الخطاب السياسي - لعله الأكثر حضوراً وفاعلية وتمثيلاً لعلاقة الفرد بمجتمعه -؛ ذلك أنه " خطاب اجتماعي يرتبط بالمجتمع السياسي الذي يوجه إليه ، ويحمل قيمة ، وتحليل الخطاب ينظر في علاقة المجتمع بالخطاب وطريقة التواصل وأدواتها " (٥٤).

وتتعارض العناصر الداخلية (اللغوية) مع العناصر الخارجية (غير اللغوية) في إنتاج مضمون الخطاب السياسي " وتتمثل تركيب البنية الداخلية للخطاب السياسي التي تتعارض مع البنية الخارجية التي يحكمها سياق الحال والموقف . ودراسة بنية الخطاب الداخلية وحدها دون العناصر الخارجية المشاركة فيه تقلل من قيمته لأنه خطاب مباشر يعتمد على الأشكال البسيطة والمفردات الواقعية التي يستخدمها الخطاب اليومي وترتكز دراسة الخطاب السياسي الحقيقية في

والتصعيد من جهة وعلاقة هذه اللغة بالعصر وبالغرب من جهة أخرى . " (٥٢)

ويظهر مما تقدم أن الرموز اللغوية والإشارات العلاماتية في الخطاب الإعلامى علاوة على وظيفتها الموقعية والتركيبية قد تحولت إلى لغة أخرى توظف فيها وظائف اللغة الأخرى من : تعبيرية ، وانفعالية ، نفسية لتسغل استغلال عال ودقيق ومنظم في تصنيع لغة وتسويق خطاب كان للسياسة الأثر الكبير في إنتاجه بما يجعلها سلطة رابعة كما أسماه الدكتور عبد السلام المسدي (سلطة صناعة الخطاب المطبوع) ، فهو يرى " أن السياسة الجديدة قد حولت وظيفة اللغة القديمة فجعلتها دائرة على المخالفة: في الأدب - في الشعر كما في النثر - تأتي بالصورة ونحن راغبون في أن نقول إننا أتينا بالصورة ، ولولا حياة اللغة والأدب لتسابق الأدباء والشعراء إلى الإعلان عن مواطن الصورة في كلامهم ، ولتوسلوا بألف مسلك كي ينصوا على سياقات الجمال ومنعرجات الفن وتتواءم الفصاحة في صميم كلامهم ، الذي هو أدب وجمال وفن ، أما في السياسة فصنّاع الخطاب المهرة ينتجون الصورة الشعرية وكلهم رغبة في أن يتكاسل الوعي عن إدراك أنها صورة ، فوظيفة الأداء تزداد إلى كلامهم بقدر ازدياد غيبوبة الإدراك لدى المستقبلين لرسائلهم من عامة الناس وفتايق الجمهور.....

ولتكن معه لدينا قناعة راسية دائمة هي كالتقانون الجازم: أن تصنيع الواقع يمرّ عبر تصنيع الخطاب ، ثم لتكن لدينا أيضا قناعة أخرى: أن السلطة الجديدة في عالم السياسة الكونية هي بعد السلطة الدستورية والسلطة التنفيذية والسلطة

اللغوي في فعل التأثير، " فهو يساعد في الكشف عن مدى فاعلية التقنيات المدروسة في مجموع التقارير وانسجامها، واتفاقها على منهجية أسلوبية عامة محددة مرسومة مسبقاً، كما يكشف عن مدى نجاحها في تحقيق السياسة العامة للقناة ورسالتها. وتتخذ من هذه المقاربة اللسانية محوراً أساسياً؛ ذلك أنها تشكل النقطة الجامعة للدراسات المتنوعة وزوايا النظر المتعددة التي يُنظر فيها إلى الخطاب، ويحلل من خلالها، ولا ننسى هنا أنّ اللغة بجانب الصورة تحملان مسؤولية كبيرة في التأثير. كما أسلفنا. لأنّ التقرير الإخباري يمتاز عن الكتابة الأدبية بميزات متعددة أهمها: محدودية الوقت؛ حيث يُبث التقرير ضمن وقت محسوب بعناية، وهو ليس نصّاً مكتوباً ومتاحاً بين يدي القارئ يستطيع العودة إليه متى شاء، ويعيد النظر فيه بين الحين والآخر، لذلك يُطلب من التقرير أن يحتوي على أكبر كمّ من الأخبار بالإضافة إلى أكثر لغة يستطيع كاتب التقرير تقديمها ضمن الوقت المتاح." (٥٨).

وتبرز دلالة توظيف المفردة المركزية في الخطاب كما تسميه د.أماني عبدالله (الكلمة المركزية المفتاحية) فهي مرتكز الخطاب، ومفتاح الولوج لقراءة النصوص وتحليلها كما ورد في استعمال (غزة) في تقارير الجزيرة على حرب غزة " عند تأمل نصوص التقارير المدروسة، تبرز كلمة

(غزة) بوصفها كلمة أساسية تشكل مركزاً في هذه التقارير ومفتاحاً لنصوصها، إذ تغدو باباً عريضاً يمكن من خلاله ولوج متن النصوص/ التقارير، والانطلاق من هذا المركز الداخلي باتجاه الخارج، ومن

الخارج باتجاه الداخل وصولاً إلى رسم الصورة المرجوة فيما وراء التقرير. ولا شك في ذلك؛ إذ لم تكن غزة في تلك الفترة المريرة محوراً للعالم فقط، بل كانت مركزاً تدور حوله قضايا السياسة وحقوق الإنسان والعواطف الشعبية، وباتت الشغل والهيم الشاغلين لكل إنسان، حتى صارت أخبار الأزمة الاقتصادية العالمية في الدرجة الثانية في الأهمية حتى عند أبعد الناس عن غزة جغرافياً" (٥٩)

وتكشف دلالة ورود المفردة (غزة) عن الصورة الذهنية التي صورها النص وتمحورت دلالتها المركزية مع تمحور قضيتها الإنسانية، وتأثير هذه الصورة في خلق مشاعر التعاطف الإنساني العربي والعالمي.

كما ترتبط الكيفية التركيبية للكلمة المفتاحية (غزة) التي جاءت في الأغلب ب(الجملة الابتدائية) مع الكيفية الدلالية التي أراد لها صانع الخطاب نقل الصورة للسامع والمتلقي على نحو ما ورد في " والمتأمل في الجملة الآتية يلاحظ أن غزة جاءت في جميعها مبتدأ مرفوعاً، والمبتدأ يتصدر الجملة، لكنها بأرضها وأهلها تنصدر المسألة، وأرضها طرفٌ لمكانها وزمانها، وأهلها مفعولها نحو:

(غزة تحت النار لليوم السادس) ، وتحضر كلمة (غزة) نحوياً بوصفها مبتدأ، والمبتدأ له الصدارة في الجملة، غير أنّ الخبر الذي تلا هذا المبتدأ وهو شبه الجملة الظرفية (تحت النار) يترك في بعده الدلالي أثراً سلبياً في المتلقي؛ ذلك أن غزة التي جاءت في الصدارة في الوجه الشكلي/الظاهري للجملة، هي مضرب للنار وموئل للحريق في البعد الدلالي، وهي

(تحت) وليس (فوق) " (٦٠). وتقل دلالات التكرير في الجملة الاسمية قصدية اللغة الى المتلقي في الإشعار بمقاصد نفسية، منها: " الجهل بطبيعة الاسم المُنكرّ المجموع، الذي من شأنه إثارة التوقع المشوب بالخوف مثلاً: في قوله: (وعلى الأرض حشودٌ عسكرية وسط تلويح بجيتياح الهدف منه وقف إطلاق الصواريخ .) ، حيث يعلم المتلقي /القارئ/ السامع من خلال معرفته مدى الفارق في القدرات العسكرية بين الجانبين: حماس واسرائيل، فاستخدام الجمع في قوله (صواريخ) إشارة إلى سلاح حماس لن يبرر الحشود العسكرية المجهولة العدد على توقع بكثرتها وتنوع عتادها التي تحضرها اسرائيل لعملية الاجتياح التي تهدف إلى وقف هذه الصواريخ. ومنها أيضاً أن يقصد التكرير إلى تحقيق مفاجأة يوضحها السياق اللغوي؛ وذلك اعتاداً على معرفة القارئ بالأحداث السياسية والعسكرية على الأرض، فيقول مثلاً: (تطوّر مفاجئ في النظر للعلاقة بحماس جاء هذه المرة على لسان قيادتين إسرائيليّتين)، وهنا يؤدي التكرير إلى إحداث ردود انفعالية لدى المستمع تساهم في تشكيل صورة حزينة قاتمة للوضع على الأرض، وسط تفكير سياسي بإيجاد هدنة تحيّي دور السلاح القاتل جانباً؛ لأن (تطوّراً) باتجاه الهدنة لا شك مرغوبٌ فيه، لكنه ليس إيجابياً؛ لأن حماس - كما يقول التقريري- تتوقع الاجتياح الذي سبقت الإشارة إلى أن اسرائيل تلوح به." (٦١) و إذا انتقلنا إلى الخطاب المكتوب والمسموع كونه يكتسب خصوصية عدم مواجهة الجمهور، ممّا يستدعي قلة

السلطة من داخل النص وخارجه، ولم تعد اللغة أداة ناقلة للرسالة فحسب بل قوة حيّة مؤثرة ذات سلطان في السلوك والشخصية والثقافة.

٤- بيان التأثير الخطير لوسائل الإعلام من خلال الاستعمال المنظم للمفردات، وتأثير اللغة في تكوين الصورة الذهنية في غرس القيم والأفكار التي تتحول إلى أنماط تفكير واتجاهات سلوكية.

٥- استنتج البحث أنّ إنتاج الخطاب المعاصر أضحي صناعة متكاملة، وعملية تقنية يمكن الاصطلاح عليها. (صناعة الخطاب) من خلال اعتماد سياسة لغوية، واستراتيجية التوظيف القصدي للمفردات والأساليب، واستدعاء طاقات اللغة بأكملها بغية قوة الاقتناع والتأثير.

٦- اتضح تأثير الفكر والسياسة في توجيه اللغة في الخطاب الإعلامي توجيهها قصدياً يخدم المؤسسة والسلطة والمال.

٧- غياب التوازن بين وسائل الاعلام واللغة، وتغليب الوظيفة الإعلامية مما أدى إلى غياب المهنية والمصادقية وآثارها في انعدام الثقة بين المتلقي والوسيلة الإعلامية.

٨- ركزت لغة الخطاب الاعلامي على المتلقي، وكوّنت طاقات اللغة وإمكاناتها الدلالية والنفسية في تحقيق مضمون الرسالة الإعلامية.

مفردات مثل (النكسة) في الخطاب التي تُوحى بفداحة الهزيمة، وهي أقوى في الدلالة من الهزيمة، وفي قوله (كانت مصادر إخواننا السوريين قاطعة في ذلك) فقد استخدم مصادر جمعاً للتعدد والكثرة، واستخدم المفاعل قاطعة؛ لأن اسم الفاعل أقوى في التعبير من الفعل. وقوله (لقد قررت أن أتحي تماماً ونهائياً عن أي منصب"، و(اتحي) أقوى في الدلالة من (أستقيل، فالاول تعني الابتعاد التام واللازم عن الحكم، والثانية ترك الحكم فقط". (٦٢)

مما تقدم نخلص إلى القول إلى ان الخطاب الإعلامي استثمر اللغة بكل طاقتها النفسية والايحائية والإشارية، وإنّ إنتاج الخطاب أضحي عملية تقنية تعتمد استراتيجية القصدي اللغوية بما يعدها قوة حيّة وسلطة قوية مؤثرة في تكوين الأفكار والمفاهيم والقيم.

الخاتمة

خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

١- انطلقت لغة الخطاب الاعلامي من التوظيف اللغوي واللساني لتحقيق الوظائف الأخرى كالوظيفة الاتصالية، والانفعالية التأثيرية، وتغليب توظيف إمكانيات اللغة وطاقاتها التعبيرية من أجل تحقيق نجاح الاتصال والتأثير والإقناع.

٢- كان لتنوع نمط الخطاب الموجه إلى شريحة اجتماعية معينة الأثر الكبير في تخصص كل خطاب بلغة معينة تخدم فلسفتها وأيدولوجيتها الفكرية.

٣- اتضحت سلطة النص اللغوي في تحقيق مضمون الخطاب، وهذه

توظيف لغة الإشارة والانفعالات للتأثير في جمهور المخاطبين، وتغليب الاهتمام والتركيز على الكلمة وحدها فهي تمارس ضغطاً على المتلقي، ومثاله ما تميز به تحليل دلالة التراكيب في بيان الرئيس جمال عبد الناصر بإعلان التحني عن رئاسة الجمهورية في ٩ / يونيو / ١٩٦٧، إذ لوحظ أن تركيب الجمل التي وردت في الخطاب هي من " الجملة البسيطة وجاء معظمها من النوع الطويل الذي يحتوي على متعلقات، مثل (لقد نمودنا ممّا في أوقاة النصر، وفي أوقاة المحنة، في الساعات الحلوة، وفي الساعات المرة أن نجلس ممّا). ويرجع هذا الطول إلى أن الخطاب مُعد، وقد حاول المرسل أن يُضمن خطابه كل ما تفيض به نفسه نحو الحدث الخارجي، فامتد التركيب ليشمل مضامين طويلة، وهذا أمر والأخر أن الخطاب ينقل إلى المتلقي عبر وسائل الإعلام، وليس هناك جمهور حضور، والمرسل يلقي الخطاب وهو جالس إلى مكتبه، ومن ثم ليست هناك حركات جسدية أو إشارية، ولم يستعن المرسل بالعناصر الصوتية المثيرة في عملية الاتصال (التبرة، التغميم، الوقفات، الإيقاع، طبقة الصوت)، ولهذا اعتمد على التركيب وحده في لإيصال المعنى، فضمّنه كل ما يتعلق بالموقف" (٦٢)

ومن التقنيات الإسلوبية التي ميّزت الخطاب استعمال المفردات الغنية بالدلالة وتوظيفها توظيفاً ينسجم مع موضوع الخطاب ومناسبته " فقد استخدم المرسل مفردات غنية بالدلالة، مثل (كانت الأدلة متوافرة على وجود التدبير، فكلمة (متوافرة) توحى بكثرته، وكلمة (التدبير) توحى بالمؤامرة والغدر، واستخدم