

الجامعة المستنصرية

كلية الآداب

قسم الإعلام

محاضرات ... في لغة الإعلام

المرحلة الرابعة

الدكتور

صالح العلوي

٢٠١٩م

١٤٤٠هـ

المحاضرة الثامنة

(مدخل إلى الإنحياز .. ولغة الإعلام)

لقد قطعت اللغة الاعلامية أشواطاً طويلة في صناعه الكلمة المكتوبة والمذاعة ، وماتحمله من معنى ظاهر أو كامن، كما أدت السياسات دوراً كبيراً في لغة الخطاب الإعلامي مما يجعل كاتب الأخبار والمراسل المتمرد يتعامل مع لغة الأخبار والتقارير تعاملأ مدروساً بغية إيصال الرسالة الاعلامية ضمن وتنانيرمحدد. ومن أوائل الكتاب الذين نبهوا إلى توظيف المفردات اللغوية لصالح الدعاية السياسية والاعلام الموجه هو الكاتب الانكليزي جورج أوريل في قوله :

(في أيامنا هذه تحاول الخطب والكتابات السياسية عموماً الدفاع عما لايمكن الدفاع عنه، فمثلاً استمرار الحكم البريطاني في الهند، وعمليات التطهير والنفي في روسيا، والقاء القنابل النووية على اليابان، يمكن فعلاً الدفاع عنها ولكن فقط من خلال مناظرات لايجد الناس أكثر وحشية منها ، ولاتنسجم مع الأهداف المعلنة للأحزاب السياسية).

فالقرى العزلاء تقصف من الجو، ويطرد الترويون من قراهم وتقتل الماشية بالأسلحة الأوتوماتيكية، وتحرق الأكواخ بالرصاص الحارق ، ويسمى هذا تهدة الخواطر ...

ويطرد ملايين الفلاحين من مزارعهم ويرسلون هائمين في الطرقات وليس إلا ما استطاعوا حمله فإنّ هذا يسمّى : نقل السكان وتصحيح الأوضاع.

وحين يسجن النام سنرات دون محاكمة أو يطلق الرصاص على رقابهم أو ينفون ليموتوا من الاقربوط في مخيمات الخشب في التطب الشمالي، أن ذلك يقى

أبعاد العناصر غير الموثوق بها. إن هذا الأسلوب في صياغة المباراة تسمية للأشياء دون استدعاء صورة ذهنية لها.

انتشار هذا المصطلح في الخمسينات ولاسيما في أمريكا، وكان وانتر ليمان أول من استعمل مصطلح الصورة الذهنية النمطية وقال : 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 وبالتدريج يصنع لنفسه وداخل ذهنه صورة يمكن الاعتماد عليها عن العالم الذي لا يستطيع الوصول إليه.

لقد رسخ الغرب صورة ذهنية نمطية ومقولة عن العرب والاسلام في عملية معقدة وممتدة التاريخ، وأسهم في تكوين هذه الصورة عوامل دينية وسياسية واقتصادية وثقافية منفردة ومجمعة، وتشكل هذه الصورة تركيباً معقداً من المصالح والآراء والأحكام والتصورات والأوهام والمعلومات ، ثم وظف الإعلام لترويج هذه الصورة ونثها عبر ممارسه اعلامية منهجية ومستمرة بالرغم من القوانين في جميع الدول الغربية التي تمنع التفرقة بين الأفراد والجماعات على أساس الجنس أو العرق أو القومية أو الدين ، وأصبحت الدول الناجحة هي التي تمتلك إعلاماً ناجحاً يعتمد التخطيط والدهاء والحكمة والدول المتخلفة هي التي لا تمتلك ناصية الإعلام لتكوين صور ذهنية عند المتلقين ترسم النجاح المزعوم.

فالإعلام الضعيف يشبه الترجمة الركيكة التي تسيء إلى النص والإعلام الناجح يشبه المترجم البارع الذي يترجم لشاعر مغمور فيعرفه القراء في ضوء الترجمة ، وليس في ضوء القصائد التي كتبها بلغته الأصلية.

والإعلام الناجح هو الذي يجعل المتلقي ينحاز إلى الجهة المقصودة، فما هو
الإنحياز وما هي معاييرها، سنوضح ذلك بالأمثلة.