

## التعبير اللغوي في الإعلام

يُعد التعبير اللغوي في الإعلام، أو ما يُعرف بـ "اللغة الإعلامية"، وسيلة حيوية تتجاوز مجرد نقل المعلومات لتشكل وعي الجمهور وتصيغ رؤيته للواقع. إليك شرح مفصل لكل ما يتعلق بالتعبير اللغوي في الإعلام بناءً على المصادر:

### مفهوم اللغة الإعلامية وطبيعتها

\* **لغة الحضارة والتجديد:** تُعرف اللغة الإعلامية بأنها "لغة الحضارة" التي تسعى لتضييق المسافة بين لغة الخطاب ولغة الكتابة، مما يفتح الطريق أمام اللغة الفصحى للانتشار في كل مكان.

\* **تطوير لا تغيير:** التجديد في اللغة الإعلامية لا يعني تغيير القواعد والأحكام، بل هو تطوير من خلال احتضان المعاني والأفكار المستجدة مع البراعة في الأداء والقدرة على التعبير.

\* **لغة مشتركة:** هي اللغة التي تُشيد على أوسع نطاق لدى الجمهور العام، وتمثل قسماً مشتركاً أعظم في مختلف فروع المعرفة والثقافة والصناعة، مستمدّة عناصرها من المجتمع والبيئة.

## أنواع النثر والتعبير الإعلامي

صنف النقاد العرب النثر إلى أنواع، وظهرت الصحفة لتضيف نوعاً رابعاً يُعرف بـ "النثر العلمي" (النثر الصحفي):

1. النثر العادي: لغة التخاطب اليومي.
2. النثر العلمي: الذي يصيغ الحقائق العلمية بوضوح.
3. النثر الفني: الذي يهتم بالجماليات والصور البيانية.
4. النثر العلمي (ال الصحفي): وهو النوع الذي يقف في منتصف الطريق بين لغة الأدب (النثر الفني) ولغة التخاطب اليومي؛ فهو يتميز بسهولته وشعبنته، وفي الوقت نفسه لا يخلو من لمسة أدبية تجعل بعض الأساتذة يطلقون عليه "الأدب العاجل".

## مكونات التعبير اللغوي الإعلامي

يتشكل نظام الرموز اللغوية في الإعلام من أربعة عناصر أساسية تهدف للتعبير عن غرض

معين:

- \* معاني المفردات (Lexicology).
- \* قواعد التنظيم (النحو - Syntax).
- \* قواعد البنية (الصرف - Morphology).
- \* قواعد الأسلوب (البلاغة - Stylistics).

## خصائص الأسلوب الإعلامي الناجح

حدد الإعلاميون مواصفات خاصة للأسلوب الإعلامي الفعال، تتركز في المعادلة التالية:

(إعطاء الحقائق + دقة + سرعة + يسر). ومن أهم سماته:

- \* الإيجاز: وهو من أهم سمات الكلام البليغ، حيث يميل العرب إلى الاختصار وتفضيله على الإسهاب.
- \* المطابقة لمقتضى الحال: أي أن يكون الكلام مناسباً للموقف وللجمهور المستهدف.
- \* استخدام الأفعال: تظهر براعة اللغة الإعلامية في استخدام علامات الزمن في أفعالها، حيث يفضل الصحفيون الصيغ التي تدل على التجدد والاستمرار.
- \* تفضيل المبني للمعلوم: تميل اللغة الإعلامية إلى الدقة والوضوح؛ لذا يفضل استخدام "المبني للمعلوم" (مثلاً: فتح الرجلُ الباب) بدلاً من "المبني للمجهول" (مثلاً: فتح الباب)، لأن الأصل في الجملة الفعلية أن تذكر الفاعل لإزالة أي إبهام أو جهل لدى السامع.

## اللغة الإعلامية بين الفصحي والعامية

- \* تؤكد المصادر أن الفصحي هي لغة الإعلام الأنسب بفضل قدرتها الاتصالية الهائلة على امتداد الوطن العربي، واستجابتها لمتطلبات العصر من مرونة في التعبير واشتقاق مفردات جديدة،

\* أما العامية، فينظر إليها على أنها لا تصلح لتكون لغة إعلامية لأنها "ققيرة" ومضطربة في قواعدها، ولا تقوى على التعبير عن الحقائق العلمية والأدبية بدقة، فضلاً عن كونها تفرق بين الشعوب العربية بسبب اختلاف اللهجات،.

باختصار، التعبير اللغوي في الإعلام هو جسر يربط بين دقة اللغة وقواعدها وبين احتياجات الجمهور للسرعة والوضوح، فهو "أدب عاجل" يصاغ بعنابة ليكون مفهوماً ومؤثراً في آن واحد.