

## الصورة البيانية للمصطلحات والتعابير المأثورة في النشرات الإخبارية وسائل الإعلام المرئية والمقروءة أنموذجاً

عاطي عبيات\*

أستاذ مساعد، قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة فرهنكيان، طهران، إيران

(تاريخ الاستلام: ٢٠١٦/٩/١٢؛ تاريخ القبول: ٢٠١٧/٥/١٢)

### الملخص

اللغة الحيّة هي تلك التي تكفل لأبنائها التعبير عن الحياة بمختلف مناحيها الروحيّة والمادية. وبما أنّ الحياة ومناحيها متجددة ابداً، فاللغة يجب أن تكون متجددة لتتمكن من مواكبتها، والاتخلفت وفقدت صلاحيتها ودخلت صحراء اللغات الميتة. ومواكبة اللغة الحيّة تعني ردها المستمر بالمفردات والمصطلحات الجديدة التي يفضي إليها التقدم الحضاري. فالمصطلحات العربية والتعابير المأثورة كما يقال تعتبر رافداً من روافد نمو اللغة فهي كلمات مفتاحية، تحمل مضامين عميقة، ومفاهيم محددة، ذات أهمية كبيرة، ومكانة مؤثرة في صلب الخطاب الإعلامي تساعد في الإفصاح عن مجال واسع من المعارف في حروف قليلة. علماً أنّ البحث سيعتمد المنهج التحليلي على وفق نماذج منتقاه ومبتكرة في لغة وسائل الإعلام؛ لنستخرج ما يمكننا أن نستخرجه فتكون الجدة والابداع رائدنا في عرض الزوايا البلاغية الفنية للنماذج المختارة للتعبير الإعلامية لتبيّن مدى فاعليتها في صياغة الخبر وتحريه لأنها تختصر المسافة الطويلة في الفهم وتغني عن كثير من الكلام في الشرح والتوضيح والتفسير. فإن فهمها وإدراك قيمتها يعد جزءاً أساسياً من الوعي الإعلامي. توصلت الدراسة إلى أن الاعلاميين قد ازدادوا في توظيف المصطلحات والتعابير بهدف الإيحاء بأفكار واتجاهات معينة عبر الإيجاز والدقة التعبيرية الكامنة في المصطلحات بهدف التقاء جمالية سحر الأسلوب والفكرة المنقولة لتغيير المواقف أو كسبها أو تبديلها.

### الكلمات الرئيسية

اللغة العربية، وسائل الإعلام، المرئية والمقروءة، النشرات الإخبارية، الصورة البيانية.

## مقدمة

لا خلاف على أن الإعلام نشاط بشري قديم مارسه الانسان عبر تاريخه الطويل بصور مختلفة وأساليب تتناسب مع نصيب كل مرحلة من التقدم الحضاري، ومن المعروف كذلك أن وسائل الاتصال المقروءة كالصحافة والمجلات والمسموعة كالإذاعة والمرئية كالتلفزة والقنوات الفضائية والشبكة العنكبوتية (نت) التي عرفت بالسلطة الرابعة لما اتسمت به من أدوات التأثير على المتلقي، إلا أنها تعتبر بالدرجة الأولى عصب الإعلام الحساس وعموده الفقري في العصر الراهن. فالتطور الهائل الذي يشهده قطاع الإعلام يحتم على الإعلامي والصحفي أن يسمو بقدراته الفنية، لتوظيف الصورة الفنية من خلال زرع المصطلحات والتعابير الأدبية البليغة في ثنايا الخبر الذي يتناوله. وإذا كانت متطلبات استعمال اللغة العربية في مجال العلوم والتكنولوجيا والآداب والعلوم الإنسانية عموماً تتمثل في وضع المصطلحات الجديدة للمخترعات وتزويد المصطلحات اللغوية بها لإقرارها، ووضع القواميس لها، فإن أجهزة الإعلام هي وحدها التي يقع عليها عبء نشر وممارسة وإخراج تلك المصطلحات من رفوف ومخازن المصطلحات اللغوية إلى الناس في الحياة العملية. وفي هذا الخصوص يقول إبراهيم مذكور: «ولا يفوتني أن أشير إلى أن النهوض باللغة ليس مقصوداً على المصطلحات وحدها، بل هو قبل كل شيء من صنع الكتاب والأدباء والعلماء والباحثين ورجال الثقافة والإعلام» (الفاصي، ١٩٧٤: ١٦). وليس من المعقول انكار جهود العديد من الصحفيين والإعلاميين الممتازين الذين يساعدون يومياً على ترقية اللغة العربية وإثرائها، بإخراج المفردات والتعابير الحضارية الجديدة من مخازن ورفوف المصطلحات إلى المقاهي والشوارع، فيما يكتبون للعامة من أخبار، ويسجلون من وقائع في مختلف مجالات الحياة العصرية... وكذلك بتوليد ما لم يكن موجوداً في المصطلحات من هذه المفردات، وصياغتها في أسلوب سهل يسترضي الذوق العام ويمهد لاعتمادها مستقبلاً في دورات المصطلحات المتواصلة.

ونظراً لأهمية المصطلحات والتعابير الإعلامية في العملية الإعلامية عكفت هذه الدراسة للإجابة عن الأسئلة التالية:

أولاً: ما هي اللغة الإعلامية؟ وما هي العلاقة بين اللغة والإعلام؟

ثانياً: ماهي الصورة الفنية؟ وما مدى أثرها في تخصيب الفكرة الإعلامية.

ثالثاً: ما هي المصطلحات والتعابير الأدبية الإعلامية؟ وما أثرها في تحرير الخبر وصياغته؟

تهدف الدراسة:

تهدف الدراسة الى البحث عن فاعلية المصطلح الإعلامي في توصيل المعاني والرسائل الكامنة بألفاظ قليلة وفق رؤية واضحة وتوظيف واع وابرار قدرة اللغة العربية في المجال الإعلامي.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تسلط الضوء على جانب آخر من جوانب اللغة (حقل المصطلحات) وذلك بربط الصلة بين هذا المصطلح الفني واستثماره في نقل المعلومة بصورة شافية ووافية للمتلقي.

مشكلة البحث:

يعج الخطاب الإعلامي بالتعابير والمصطلحات؛ إذ شكل ظاهرة تستدعي الدراسة والبحث ولفت النظر في تعلق التعابير والمصطلحات الفنية في صياغة النصوص الإخبارية التي تحوي معاني خصبة كامنة

مادة البحث:

#### ١. القنوات الفضائية العربية الإخبارية

#### ٢. الصحف والمواقع الكترونية المعينة بالنشرات الإخبارية

الدراسات السابقة:

اللغة هي الوسيلة التي يعبر بها الإنسان عن أفكاره كما تعدُّ مظهرًا من مظاهر الثقافة، والملاحظ أنَّ النَّاسَ غيورون على لغتهم، ولن يألوا أيَّ جهدٍ في سبيل الحفاظ عليها؛ لأنَّ الحفاظ عليها يعدُّ نوعاً من الحفاظ على الشريعة. (سجادي، ١٤٣١: ٢) لذلك تعتبر اللغة إحدى الركائز الأساسية لوسائل الإعلام كالتلفزة والفضائيات والصحف وغيرها فهي حجر الأساس في العملية الإعلامية، وأنه كلما كانت اللغة سليمة محافظة على قوتها ونصاعتها وافية بمتطلبات التعبير عن روح العصر كان الإعلام ناجحاً في إيصال رسالته إلى الجمهور. وفي هذا المضمار ألفت كتب ودراسات عدة تناولت اللغة العربية ووسائل الإعلام ولكنها على حد متابعتي الحثيثة لم تتطرق إلى هذا الموضوع واختصرت على صناعة الخبر وأشكاله. ومن هذه الدراسات:

١. واقع استخدام اللغة العربية في وسائل الإعلام، وهذا الكتاب من منشورات المركز العربي للبحوث التربوية لدول العربية، ٢٠١٢، الكويت.
٢. إنتاج اللغة العربية في النصوص الإعلامية من تأليف محمود خليل ومحمد منصور هيبه، ٢٠١٢، منشورات جامعة القاهرة.
٣. النشرات الاخبارية في الاذاعات العربية (المحتوى والشكل)، للكاتب سامي الشريف، ١٩٨٩ القاهرة،
٤. الصورة في الخطاب الإعلامي، دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والإيقونة، للأستاذ إبراهيم بشير، الملتقى الدولي الخامس للسيميائية والنص الأدبي.
٥. ازدواج المعنى في لغة الصحافة، للباحث رياض محمد كاظم، مجلة الإعلام، ٢٠١٤، العدد ٢٥.

#### الإعلام ووسائله واللغة العربية

فلقد أرخى الإعلام سدوله على الحياة المعاصرة، وأضحى يتبوأ مكانة مهمة لدى إنسان اليوم، إذ أصبح يشارك - بقوة - في تعميم الدرايات والخبرات، وأنماط العيش، والأنباء، وينشرها عبر الآفاق، وعلى أوسع نطاق، وأسرع وقت، مما أتاح للأفكار والمعارف أن تمتد بجذورها عميقاً في أمصار تبعد كثيراً عن موطنها الأول. وتعد وسائل الإعلام والاتصال - في الوقت الراهن - من الأدوات المثلى لفرض ديمومة هيمنة الحضارات القوية، ولغات أقوامها، وأسلوب حياتهم، فهي تمتلك قدرات هائلة شديدة التنوع، تمكنها من إحداث التأثيرات المنشودة. ومن المعلوم أن داخل كل عملية إعلام تشكل اللغة المستخدمة، وطريقة توظيفها، الركيزة الأساس لنجاح أو فشل السياق الاتصالي، وذلك باعتبارها الوسيلة الأكثر تأهيلاً لتبليغ الأفكار والانفعالات والرغبات والتصورات والقيم. في عصر العولمة الذي نلج ساحاته مرغمين، غير مخيرين، يبرز الصراع اللغوي جلياً، حيث يحتل السعي من أجل الذات، والمنافحة من أجل مواكبة مستجدات الدهر الراكضة، صدارة المواجهات. ومن نافلة القول: إن العولمة الثقافية، هي في حقيقة الأمر تؤسس لهيمنة ثقافة الأمم الأكثر تقدماً وتصنيعاً، وترضي تجارهم في المقام الأول، كما تغذي روح التسلية المفرطة لدى الناس كافة، وكذلك تسعى لصنع بديل حضاري ذي قوة يبتز التعدد الثقافى واللغوي. من أجل ذلك كله، تكتسي مسألة النهوض باللغة العربية وتأكيد وجودها أهمية قصوى، ويمكن أن يتم عبر المؤسسة

التعليمية، والمجامع اللغوية، بيد أن المؤسسات الإعلامية، تتبوأ الريادة في هذا المجال، لأنها ببساطة الأكثر اتصالاً بالناس، والأكثر ملازمة لهم، والأكثر عدة وعدداً. (حسنه، ٢٠١١: ١٩) فتعتبر اللغة إحدى الركائز الأساسية للإذاعة والتلفزيون كما للصحافة والسينما والمسرح وهذه الوسائل تؤدي وظائفها بمساعدة اللغة التي هي وسيلة للاختلاط وأساس للتعبير عن الأخبار «وتؤكد الحقائق أنه من الصعوبة بمكان أن تضطلع أي من أجهزة الأعلام - سواء كانت سمعية أم بصرية أم مقروءة أم شفوية - بالدور المنوط بها دون استخدام رموز اللغة» (الصانع، ١٩٩٢: ١٦١) والعلاقة بين الإعلام واللغة العربية كما يقال إنما هي علاقة عضوية لا تفصم عراها شأنها في ذلك شأن العلاقة بين الطفل وأمه، فكما يصعب على الطفل أن ينمو نمواً طبيعياً ويكتسب معطيات الحياة من حوله بصورة تلقائية بدون أمه، فكذلك فإن الإعلام لا يمكن أن يجد التربة الخصبة التي ينمو فيها والمجال الذي يمارس فيه نشاطه بدون لغة تصوغ رسائله وتنقل الأفكار التي تتضمنها.

#### وسائل الإعلام ودورها الإيجابي في نشر اللغة العربية واثراء مفرداتها

إن التساؤلات التي تثار عندما يذكر دور الإعلام التي تملكها وسائل الإعلام إزاء اللغة العربية في الجانب الإيجابي، تتمثل بالقدرة على نشر اللغة، وإغنائها بالألفاظ والمفردات والمصطلحات، وتكريس استخدام الفصحى في البرامج والحوارات السياسية والاجتماعية، وهي تمتلك خاصية التكرار والتأثير والقدرة على التواصل والتوصيل بطريقة مشوقة، وكذلك قدرة وسائل الإعلام على إثراء القاموس اللغوي من جديد المفردات والمصطلحات في عالم السياسة والاقتصاد والاجتماع والتقنيات الحديثة، سواء بواسطة التعريب أو الترجمة أو التوليد والاشتقاق، مما يعطي لوسائل الإعلام دوراً مهماً من هذا القبيل.

ومن الآثار الإيجابية للغة الإعلام الاستجابة الآنية لاحتياجات اللغة وسد فجواتها المُعْجَمِيَّة. أبرز فيها القيمة اللغوية للجهاز الإعلامي بوصفه المستجيب الأول لاحتياجات الجماهير التعبيرية، والمبتدع الأساسي لمعظم المادة اللغوية المستحدثة، وهو المضخة التي تقذف في شرايين اللغة العربية من حين إلى آخر بألاف الكلمات والتعبيرات الضرورية التي قد تعجز المجامع اللغوية عن ملاحقتها ومتابعتها، وحين تتبته المجامع لهذا الجديد المستحدث يكون قد فرض نفسه على أبناء اللغة، فصارت أجهزة الإعلام هي التي تقود المجامع اللغوية وتتقدم مسيرتها، وصار ما يتخذه المجمع من قرارات من قبيل تخريج

وتسويغ ما هو مستخدم فعلاً لا تقديم ما يمكن استخدامه للمعاني المتجددة كما يذهب إليه أحمد عمر مختار أستاذ علم اللغة.

ويقول "كامل جميل ولويل": «إن سعة الاستعمال اللغوي تتحقق بأجهزة الإعلام في سرعة مذهلة، وهذه السعة كانت مطلباً مهماً جداً عند العرب في جزيرتهم، ولذلك قاس علماء اللغة فصاحة اللغة أو الكلمة أو العبارة بكثرة استعمالها، فإذا كانت صياغة ذلك الخبر جرت بأسلوب فصيح سليم من الأخطاء مراعيًا التركيب النحوي، فإنك تكون قد أبلغت لغتك التي تعدّها أساساً من أسس مقومات الأمة إلى قسم كبير من الأمة في يسر وسهولة واقتدار. وعلينا أن نقف إجلالاً لتلك المؤسسات الصحفية التي جعلت للغة حظاً في داخل أروقتها، فتكلف المدققين ألا يسمحوا بخروج كلمة واحدة عن مسار اللغة السليم، وتطلب إليهم أن يحفظوا للأسلوب اللغوي متانته كما يحفظون للخبر أمانته، وقد أدركت هذه المؤسسات أن واجبها تجاه لغتها كبير، فهي مدارس من نوع جديد، فكان التدقيق والتنقيح من الأعمال البارزة التي تحتسب لها، إذ أن هذا العمل الجليل من أهم مقومات انتشار الفصحى في العصر الحاضر، فهو أقرب ما يكون إلى تعلم اللغة بالسمع، والأخذ بها بالسليقة» (أبو عرجه، ٢٠١٠: ١٧).

ويرى "فاروق شوشة" «إن الإعلام هو المسؤول اليوم عن تطوير اللغة العربية أو ما يسمى باللغة العصرية والمعاصرة. وإن لكل قسم من أقسام التحرير الصحفي والإعلامي لغته الخاصة والمصطلحات المرتبطة به» (شوشة، ٢٠٠٣: ٢٨). وهنا، يمكن القول، إن وسائل الإعلام الحديثة، يحسب لها الفضل الكبير، في إحياء اللغة الفصحى أو الفصيحة على الأقل، وتداولها بين عامة الناس، بعدما كانت مهددة بدعوات بغیضة، تريد الكتابة بالعاميات، من أجل ترسيخ الهوية بين أقطار الأمة، فتمكنت وسائل الإعلام من التقريب بين الشعوب العربية، وتوحيد اللغة إلى حد كبير.

### الصورة الفنية وأهميتها في مجال الإعلام

الصورة الفنية هي التي اعتمدت في بنائها على التشبيه والاستعارة والكناية والمجاز. فهي مجموعة من الوسائل التعبيرية التي تنجم عنها قيم فنية تنبه المشاعر وتوقظ الوجدان وتلفت نظر المتلقي إلى المعنى، فيتفاعل معها. فالقدرة الاتصالية للصورة الفنية تتمثل في كونها وسيلة ناجعة للتعبير، يستغلها الكاتب من أجل بث أفكاره ومواقفه تجاه القضايا التي

تهمه والتي تعكس بدورها الاحداث التي تحيط به، وهي زيادةً على ذلك مساحة مشحونة بالرسائل التي تستهدف الجمهور والمتلقي وتحاول التأثير فيه، فهي في مجملها حقل خصب غني بالدلالات والمعاني المبطنة. فأهميتها تبدو في طريقتها التي تفرض بها نوعاً من تسليط الضوء في المعنى المراد عرضه، وفي الطريقة التي تحقق تفاعلنا مع المعنى الذي تعرضه «المعاني شيء كامن لا يظهر إلّا في الصورة ومن الصورة الفنية يستمد الشعر أو (النص النثري) قوته، فقوته تتمثل في الايحاء بالمعاني (غنيمي هلال، ١٩٩٧: ٦٠). ومن فوائد هذا الايحاء في العمل الأدبي، أنّه «يحمل القاري إلى عالم الأحلام والسبحات الفكرية» (عبدالفتاح، ١٩٨٨: ٧٦). أو يقدم له صوراً فيها متعة نفيسة وعقيلة، وتبعث فيه روح النشاط ولذة الفكرة، وتجعل ذهنه دائم الحركة والنشاط، يدرك في الصورة جديداً كلما قرأها (عبدالفتاح، ١٩٨٨: ٨٢). فالصورة الفنية تمنح وتسعف أدب الحياة وتجعل المعاني المبتذلة مقبولة، وذلك بسبب قدرة الكاتب أو الصحفي أو الإعلامي على التصرف في هندسة التعبير وتوظيف المصطلح، اسناداً وتقديماً وتأخيراً.

#### دوافع توظيف الصورة الفنية في مجال الإعلام

إنّ الحديث عن وظيفة الصورة في الإعلام حديث مترامي الأطراف ولكن نستطيع حصرها في أمرين اثنين: تصوير تجربة الكاتب أولها، وإيصالها، فالكاتب، شأنه شأن أيّ فنان، يعيش تجربة تولّد في نفسه افكاراً وانفعالات تحتاج إلى وسيلة تتجسد فيها، هذه الوسيلة هي الصورة. فالصورة هي "الوسيلة الفنية" الجوهرية لنقل التجربة، في معناها الجزئي والكلي (غنيمي هلال، ١٩٩٧: ٤٤٢). والصورة، إذ تمثل تجربة الاعلامي، إنّما تمثل افكاره. وعواطفه واحاسيسه التجريدية. فالصورة في الوسيلة الفنية الوحيدة التي تتجسد بها افكار الفنان وعواطفه (الباقي، ١٩٦٩: ١٨)؛ إذ يتخذ الكاتب من الصورة وسيلة لنقل تجربته، إنّما يفعل ذلك «لأنّ احساسه بالكون وروحه يغاير إحساس الشخص العادي، هذا هو من جهة؛ ولأنّ ألفاظ ومدلولاتها الحقيقة قاصرة عن التعبير عما يشاهده في حياته النفسية الداخلية من مشاعر (ضيف، لا تا: ١٥٠). وهناك دافع آخر يدفع الاعلامي بأن يتوسل بالصورة لإيصال تجربته - إلى الناس - ذلك لأنّ الخيال هو الملاذ الذي يلجأ إليه القارئ ليجد فيه رصيماً يستبدله بالعملة التي تأتي في ثنايا الكلمات. فالخيال هو منظم العمل الإبداعي وعنصر هام من عناصر تشكيل الصورة الشعرية الحسية ومهما وهب الكاتب من صدق الاحساس

وحرارة العاطفة، فإنه لا يمكن أن يحقق الصورة الأدبية في النص الإعلامي، ما لم يرفدها خيال فذّ جامع؛ لأنّ النصّ الإعلامي من غير مجاز يصبح كتلة هامة. فكلمًا كانت «الصورة التي ينتجها خيال المبدع متسقة متألّفة على تصوير الحقيقة، كلاً ما كان حظُّ الفنان من الإبداع وافراً» (غنيمي هلال، ١٩٩٧: ٣٨٩-٣٩٠).

فالسّر في جمال الصورة الفنية يتمثل في تحويل الواقع الحسي والأفكار التجريدية الجامدة إلى روح نابضة بالحياة والعاطفة والشعور، ينصهر فيها الاحساس بالجمال مع الإحياءات العميقة.

#### التشبيه - المصطلحات والتعابير الإعلامية

إنّ الصورة تركيب لغوي ينشئه خيال الفنان انطلاقاً من معطيات أهمها العالم المحسوس، إذ أغلب الصور الفنية تتولد من الحواس، إضافة إلى الصور التي تمارس نفسية الفنان دوراً هاماً في إنشائها، وهي قليلة إلى جانب الصورة المادية، كما إنّها تأتي أحياناً في ثوب حسي (البطل، ١٩٨١: ٣٠). إن ما يقصد بالتشبيه هو «بيان أن شيئاً أو أشياء شاركت غيرها في صفة أو أكثر بأداة هي الكاف أو نحوها ملفوظة أو مقدرة» (يعقوب، ١٩٨٧: ١٢٢). وقد انتشر التشبيه في اللغة واهتم به العرب القدامى وجعلوه احد مقاييس التميز الأدبي، كما أنّ غاية التشبيه ليست مجرد بيان لصفة، وأنّما هي إثارة الوجدان لتؤدي العقيدة غايتها «لذلك يحرص الأديب المُجيد على ان يلتزم من أوجه الشبه بين الأشياء ما له قدرة على إثارة الإحساس حتى يبرز المشبه في صورة قوية معبّره» (علّام، لا تا: ١٣٨). إذ أنّ التشبيه صورة رائعة بواسطتها يوضّح الأديب والفنان عن شعوره وما يلامس خلجاته نحو شيئاً ما حتى يحس السامع بما أحس به المتكلم، فهو ليس دلالة مجردة، ولكنّه دلالة فنيّة ولهذا عدّ التشبيه أشرف كلام العرب؛ لأنّه يزيد المعنى ايضاحاً وتصويراً أو تأكيداً، ويفعل في النفوس تحريكاً وترغيباً ويصور عالماً يلبس الحياه فيه الجماد، ويتلاقى على مسرحه الأضداد فهو بيان يموج بالقوة والبراعة، ويفور بالوضوح والتشخيص، ويمتاز بالإيجاز والمبالغة (فاضلي، ١٣٨٨: ١٤١). أما الصورة التشبيهية في لغة الإعلام بعيدة كل البعد عن الغموض الذي يلفّها في الشعر؛ لأنّ لغة الإعلام مهمتها إيصال الخبر لجمهورها الواسع عبر توظيف اللغة النظيفّة والبسيطة مراعاة لمقتضى حال المتلقي وليس إثارة كل ما يكتنفه الغموض؛ لأنّ «الصورة التشبيهية قد تولد أكثر من التحديد والتعقيد، وقد ترى فيها ما لا يراه الآخرون» (عيد، لا تا: ٢٦٢).



إليك نماذج من التعابير التشبيهية في لغة الإعلاميين والصحفيين:

١. «الاحتلال الصهيوني يحاول رمي الكرة في ملعب العنكبوت العربي» (جريدة الحياة،

٢٠٠٣: ١١).

شَبَّه الكاتب في هذه العبارة ملعب «البيت العربي» ببيت العنكبوت والجامع بينهما الضعف والهشاشة، فالغرض من توظيف هذا التشبيه بيان حال المشبه أيّ الدول العربية الضعيفة التي لم تمسك العصا من وسطها وتضرب قوتها على المسرح السياسي العالمي فأصبحت تهزها الزوابع والروائح، فاستعمال العنكبوت مؤشر يدلُّ على عدم الثبات والاستقرار وعدم القوة للدول العربية تجاه المحتل الصهيوني وممارساته العدوانية تجاه الشعب الفلسطيني الأزل.

٢. «تحاول أمريكا استعادة هيبتها بعد أن بدت صورتها مهزوزة منذ أحداث الحادي

عشر من سبتمبر ٢٠٠١» (قناة الجزيرة القطرية، النشرة الإخبارية).

شَبَّه الإعلامي حالة أمريكا بشخص ضعفت مكانته وقلَّت الثقة به، بصورة تهتز بعد أن كانت ثابتة في إطارها. فالغرض من استعمال الصورة المهزوزة، بيان مقدار ضعف المشبه وعدم ثبات حالته أمام البصر بحيث لا يستطيع الإنسان تمييزها. وفضح زيف الادعاءات الأمريكية تجاه المحافظة على أمنها القومي وعدم المساس به.

٣. «بعض الأحزاب تحاول نشر غسيل خصومهم أمام وسائل الإعلام».

شَبَّهت الأخبار الشائنة وغير اللائقة بين الناس بنشر ملابس دنسة وغير نظيفة أمام

وسائل الإعلام بهدف تشويه وتقبيح المشبه.

٤. «الانتخابات الأمريكية بين الديمقراطيين والجمهوريين دخلت معركة تكسير العظام»

(قناة الاخبارية، النشرة السياسية). شَبَّه الاعلامي المنافسة المحتملة بين الرقباء في

الانتخابات بالمعركة التي يحاول كل طرف سحق الآخر والتغلب عليه، فحذف كل أجزاء

التشبيه إلا المشبه والمشبه به، على طريقة التشبيه البليغ. فالصورة المستوحاة من هذا

التشبيه تبين مدى توظيف الأساليب الشرعية أو غير الشرعية من قبل المتنافسين لكسر

خصومهم والكلام أيضاً ينطوي على المجاز؛ لأنَّ المنافسة لا تصل إلى كسر عظام الرقباء.

٥. «قبل أن تصل سكين الفتنة الطائفية الى العظم، وفي مسعى لوضع كل الأطراف المعنية

أمام مسؤوليتها...» (السياسة، ١٤٣١: ١). الكاتب شَبَّه الفتنة الطائفية بالسكين على طريقة أسلوب

التشبيه البليغ الإضافي. فالصورة تحذر المتلقي من خطورة الفتنة الطائفية التي ستقطع كل شيء وستقضي على كل الأواصر التي تربط الشعب وتشدّه تحت راية واحدة.

٦. وصلت حالة الجامعة العربيّة في معالجة قضايا الأمة إلى حالة يرثى لها، فقد صدّق المتنبّي:

مَنْ يَهْنُ يسهل الهوان عليه      فما لجرح بميّت إيلامٌ

(جريدة العرب، ٢٠٠٧: ٤)

استعمل الكاتب التشبيه الضمني وهو التشبيه الخفي الذي لا يأتي على الصورة المعهودة، بل يفهم ويلمح فيه التشبيه من مضمون الكلام وغالباً ما يكون المشبه قضية أو ادعاء يحتاج للدليل أو البرهان فالإعلامي شبه حال الجامعة العربية بالشخص الذي يقبل الذل دائماً، وتهون عليه كرامته، ولا يتألم لما يمسه، بمثل حال الميت، الذي لا يتألم من ضربات السكين وتقطع أوصاله؛ لأنه فقد الاحساس بالحياة، وهذا التشبيه يعطي صورة سلبية هزيلة للغاية للجامعة العربية ومواقفها الهشة والخجولة تجاه قضاياها.

#### المجاز- المصطلحات والتعابير الإعلامية

السُر في جمال العمل الفني إنّما يكون في الابتكار الذي يتفرد به فنان غيره في إخراج تعابيره أي في طريقة نسجه للألفاظ ومدى الانزياحية الذي يستعملها. فالمجاز «من أحسن الوسائل البيانية التي تهدي إليها الطبيعة، لإيضاح المعنى، إذ به يخرج متصفاً بصفة حسية، تكاد تعرضه على عيان السامع، لهذا شغفت العرب باستعمال المجاز لميلها إلى الاتساع في الكلام، وإلى الدلالة على كثرة معاني الألفاظ ولما فيه من الدقة في التعبير...» (الديباجي، ١٣٧٨: ١٨٥). فسعة نظام العربية وحيويته وأطراده الذي يتناوله في المجاز يضيف المعاني المبتكرة والابداع في اللغة الفنية، ويسعف الأديب المبدع في عمليه إثراء اللغة وحياتها وتطورها. فإن مهمة الإعلاميين هو إثارة مخاطبيهم بألفاظهم ومصطلحاتهم المختارة. لكن لماذا يعمد الإعلاميون إلى الصورة للتأثير في نفس المتلقي؟ ألا توجد هناك وسيلة أخرى؟ يجيب حفني محمد شرف عن هذا السؤال بقوله: «إنّ النفس الإنسانية مولعة بكل ما هو جميل، لذلك تضيق النفس بالصور التقريرية الفجة الساذجة، أما المجاز فهو يكسو الصور الأدبية، جمالاً وروعة تجذب إليه النفوس» (شرف، ١٩٦٥: ٤١). فالصورة قد تكون مجرد عبارات خالية من المجاز ومع ذلك «تكون حبلَى بالصور الحية ومحيلة على فضاء مفتوح، كما أنّها بجرسها المنبعث من تلافيف حروفها أحياناً، وبظلالها أحياناً أخرى تغدو ينبوعاً للصور والأحاسيس

والألوان» (طول، ١٩٩٥: ١٩). فالإعلامي يستعمل المجاز لإثراء النص الذي يتناوله حتى يبتعد عن كل ما هو روتيني من شأنه أن يضفي إمارات التعب والتملل على المتلقي.

إليك نماذج من التعابير التي تدخل في حوزة المجاز بأشكاله كافة في لغة الإعلام:

١. «إذا استعرت نار الطائفية في العراق ستأكل الأخضر واليابس» (الحياة، ٢٠٠٨: ٧).

فالكاتب في هذا المثال أتى بالنار مجازاً للتعنف الطائفي. فالتأثر لا تأكل، وإنما الأكل للإنسان والحيوان وغير ذلك. فاللمسة الجمالية لتوظيف النار هي «الإحراق» التي تظهر للعيان وعواقبها مشهودة ومعروفة للمتلقي. فالغاية من توظيفها بيان تعظيم خطورتها وقوة تدميرها على المجتمع وفي حين نشوبها ستؤدي إلى نتائج كارثية لا يحمد عقباها.

٢. «انتشر الجيش في شوارع العاصمة التونسية للحفاظ على الأمن» (قناة الجزيرة القطرية، نشرة الاخبار المسائية، ٢٠١١). فالكاتب وظّف كلمة الجيش مجازاً، فالمنتشرون بعض من الجيش لا كل الجيش.

٣. «عيون وسائل الإعلام ترافق عن كثب تطورات الشارع التونسي» (قناة الشارقة، النشرة الاخبارية، ٢٠١١). استدعى الإعلامي في تقريره كلمة العيون مجازاً لمراسلي القنوات والصحافة الذين يغطون الحدث.

٤. «الجامعات الأردنية بحاجة ماسة إلى حضانات تكنولوجية للرقى بمستوى البحث العلمي» فالمجاز في هذا المثال هو كلمة «حضانات» وهذا بدوره مجاز عن الأم لوليدها. فالحضانة التكنولوجية مجازاً نقل عن مجاز، وأصل اشتقاقه من الحضن، كأنها تحتضن المعلومات كما تحتضن الأم رضيعها حتى تنمو هذه المعلومات وتزيد.

٥. «أخذت الاصوات المناهضة لحكم البشير تقطف ثمارها» (المشرق، ٢٠١١: ٥). المجاز في هذا المثال هو الأصوات حيث أتى بها الكاتب مجازاً للإرادة والعزم الشعبي.

٦. «إسرائيل تطلق رصاصه الرحمة على مشروع السلام».

المجاز في هذا المثال هو رصاصه الرحمة وتعنية التخلص من الشيء والقضاء عليه بعد الاستفادة فهي ترمز للقتل، ووصف بالرحمة كناية عن أنها للرافة به.

٧. «قُتِلَ جُنْدِي بنيران صديقة» ويقال في لغة الرياضة «جاء هدف التساوي في المباراة بنيران صديقة». شاع هذا التعبير إبان الغزو الأمريكي للعراق، للدلالة على الاصابات التي تأتي من الحليف لا من العدو، فهي نيران الحلفاء. والتعبير مجازي يقوم على التناقض بين

الصفة والموصوف، فالنيران يرجى أن تأتي من جانب العدو لا من جانب الصديق، وهذا التناقض هو مبعث السخرية التي يولدها التعبير. حتى عبّر به عن المشاجرات العائلية وأخطاء اللاعبين في الملاعب الرياضية.

٨. «يقال في لغة الإعلام: الخطوات الإصلاحية التي قامت بها الدولة هي كانت بمثابة ضخ "دماء جديدة" في عصب الدولة.

هذا المصطلح هو إشارة إلى الاحتياج إلى أشخاص ذوي فكر مختلف كي يسيطروا على الوظائف أو المجالات المختلفة وينتجوا أفكاراً جديدة. فالدماء الجديدة مجاز مرسل علاقته الجزئية حيث أطلنا كلمة دم محل الإنسان بوصفه كياناً متكاملًا، ولهذا الإحلال دلالة؛ لأنّ الدم سرّ الحياة ومجددها، ووصف الدماء بكلمة الجديدة يتسق مع القصد إلى العقول الشابة والمتفتحة وأصحاب المواهب والخبرات.

#### الاستعارة- التعبيرات والمصطلحات الإعلامية

الاستعارة صورة من صور البيان وهي تشبيه بليغ حذف منه جميع أركانه إلا المشبه والمشبه به والحقت به قرينة تدلّ على أن المقصود هو المعنى الاستعاري لا الحقيقي (يعقوب، لا تا: ٣٥). وما يميزها أنّها تحرك الجماد وتخلع عليه صفات الأحياء، وبها «تتكلم الجمادات، وتتلفس الأحجار، وتسري فيها آلاء الحياة، فترى الطبيعية الصامتة الجامدة، تغني وترقص، وتلهو وتلعب كأنها من ذوات الرّوح والمشاعر والاحاسيس والقلوب النابضة حباً وحياءً وانفعالاً (بكري، ١٩٨٢: ١١١). فالاستعارة صورة من صور التّوسع والمجاز في الكلام وبلاغتها تكمن في الابتكار وروعة الخيال وكلما كانت «صادقة التعبير عن إحساس قائلها، كان لها الأثر في امتاع الآخرين؛ لأنّها توقظ انتباههم وتشركهم معه في أحساسه» (الحسيني، ١٤١٣: ٦٦٠). أما توظيف الاستعارة واقسامها في الاعلام له صدى كبير في الأوساط الاعلامية سيّما الاستعارة المكنية؛ لأنّها أكثر بلاغةً في توكيد المعنى وتوضيحه في أعمال العقل واجتهاده من التصريحية فلها هدفاً جمالياً وتشخيصياً وتجسدياً وتخيلياً وعاطفياً في التأثير على النفس وتحريك الأفكار. وعرفت «الاستعارة المكنى عنها بأن يضمّر التشبيه في النفس فلا يصرّح بشيء من أركانه سوى المشبه، وأن يدلّ عليه بأن يثبت للمشبه أمرٌ مختص بالمشبه به فيسمى التشبيه استعارة بالكناية أو مكنياً عنها، وإثبات ذلك الأمر للمشبه يسمّى استعارة تخيلية (أحمدي، ١٤٣٤: ١٦).

نماذج من التعابير الإعلامية الداخلة في حوزة التشخيص:

١. إنَّ المحتلين في العراق استخدموا الأسلحة الذكية لقتل الشعب العراقي» (القدس العربي، ٢٠٠٤: ٨). فالأسلحة الذكية مصطلح حديث يطلق على كل الأسلحة القادرة على تتبع أهدافها أينما توجهت وأصابها بتمكن. فالتعبير ينطوي على الاستعارة المكنية، حيثُ شَبَّهَ الأسلحة التي تتبع أهدافها بدقة بإنسان ذكي، ثم حذف المشبه به وذكر شيء من لوازمه وهو الذكاء على أسلوب الاستعارة المكنية. والواقع أنَّ الاستعارة «تخرج اللغة من عالمها المألوف إلى عالم آخر أكثر خصوصية أو بتعبير آخر تستخدم الكلمة فيها استخداماً مجازياً يكسبها قوة لم تعهدها من قبل» (ناصر، ١٩٥٨: ١٢٥).
٢. «التَّرهُّل الإداري عقبة كؤود أمام التنمية الاقتصادية» (قناة الجزيرة، ٢٠٠٤، النشرة الاقتصادية). شَبَّهَ الإعلامي كثرة الموظفين في الدوائر الحكومية التي تنقصهم الخبرة والكفاءة بالرجل السمين الذي دَبَّ في مفاصله الضعف والارتخاء فالجامع هو الضعف والارتخاء وتعطيل المصالح، ثم حذف المستعار منه وأتى بشيء من لوازمه وهو التَّرهُّل على طريقة الاستعارة المكنية فالصورة تعكس حالة الرخو والضعف الذي يسود الدوائر الحكومية وبسط العمل فيها.
٣. «ولدت الحكومة العراقية بعد مخاض عسير» (قناة الجزيرة، ٢٠١٠). شُبِّهَت الحكومة العراقية التي كَبَلَّتْها المشاكل والأزمات بامرأة حامل، تعاني من آلام المخاض، والجامع هو عسر المخاض وبطء الولادة وتعطيل المصالح على طريقة الاستعارة المكنية. فجمايلية هذه الصورة تكمن في وضوح الوضع المتردي الذي يعصف بالبلد وما يعانيه المواطن من مشاكل نفسية ومشاكل اقتصادية واجتماعية. إثر انتظاره لولادة الحكومة بأمل القضاء على الأزمات.
٤. «لما سَكَت غضب الطبيعة استطاعت فِرَق الإغاثة الوصول إلى منكوبي باكستان» (قناة الاخبارية، ٢٠١٠، النشرة السياسية). فالإعلامي المبدع تارةً يلقي على المعنى المجرد عقلاً وإرادةً حتى يمثل صورته أمام النفس، إذ يغدو الغضب إنساناً يحض الطبيعية ويحثها على الثورة والعنف، ثم يكف عن دفعها ويسكت. فجمايلية هذه الاستعارة تكمن في خروج اللغة من عالمها المألوف إلى عالم آخر يزخر بالحركة والحياة.
٥. «التدابير التي اتخذتها الدول الصناعية الكبرى... أخذ الاقتصاد العالمي يتعافى من أزمته» (قناة الجزيرة القطرية، ٢٠٠٩، النشرة الاقتصادية). فالإعلامي شَبَّهَ حالة الاقتصاد العالمي بمرضى يعاني من امراض، ثم حذفَ المستعار منه وذكر شيء من لوازمه وهو (العافية) فأضفى

على صورة الخبر مساحة واسعة من الحياة عملت على بث الروح في جسد الاقتصاد المشلول، لاستعادة ثقة المستثمرين والاقتصادات المحليّة بالاقتصاد العالمي. فاذا كانت الاستعارة المكيّنة تدل على اقتدار الأديب وعلى روعة إبداعه، فإنّ على متلقي الأدب أن يكون يقظاً وهو يستقبلها؛ ليقدّر على مواكبة الأديب وعلى التحليق معه في أجوائه العبقّة بأريج الفنية.

### الاستعارة المصرحة

الاستعارة المصرحة هي التي حُذِفَ فيها المشبه (الركن الأول) وصرح بالمشبه به. مثل قول الشاعر العربي: نسي الطين ساعة أنه طين. فشبه الشاعر الإنسان بالطين ثم حذف المشبه (الإنسان) وذكر المشبه به (الطين) على سبيل الاستعارة التصريحية.

فإليك بعض الأمثلة الواردة في هذا الحقل:

١. «لا تستضيئوا بنار المحتلين» قد استعار الإعلامي (النار) للرأي والمشاورة أي لا تستعينوا برأي المشركين ومشورتهم، فالرأي أمر معنوي لا يدرك إلا بالعقل، وتمثله بالنار هو إظهار له في صورة مجسمة محسوسة مخيفة، يبدو فيها رأي المشركين ناراً تحرق كل من يلامسها. فمن مزايا وجمالية هذا التشبيه هو الإيجاز والايضاح والتأكيد وهو من باب الحاق المحسوس بالمعقول، هدفة تربوي وتعليمي.

٢. «طائرات العدو الاسرائيلية قتلت الأزهار في المدارس» (قناة الأقصى، ٢٠٠٨، النشرة الاخبارية). شَبَّهَ الإعلامي أشبال وأطفال فلسطين بالأزهار، ثم حذف المشبه وأبقى المشبه به على طريقة الاستعارة التصريحية. فالصورة المستوحاة صورة بشعة ومقرزة للنفس وهو الإقدام على قتل الأطفال العزل وهم في مدارسهم. فتوظيف كلمة الأزهار زادت من بشاعة الصورة؛ لأنّ الأزهار في العرف المتعارف ترعى من قبل الناس كي تملأ الفضاء بروائحها العطرة وليس قتلها.

٣. «لهيب الأسعار أخذ يغزو الأسواق العربية» (قناة الجزيرة، ٢٠١١، النشرة الاقتصادية). شَبَّهَ الإعلامي ارتفاع الأسعار بالنار المتقدة، بجامع زيادة الضرر، فتداعيات الصورة تُنبئ بموجة نار مستعرة ستلتهم كل ما يملكه المواطن. وأيضاً الكلام ينطوي على المجاز.

٤. «إسرائيل دَقَّت المسمار الأخير في نعش عملية السلام» (قناة الجزيرة، ٢٠١١، النشرة الاخبارية). شَبَّهَ الإعلامي السلام ومفاوضاته بالنعش الذي يحمل فيه أجساد الموتى والجامع عدم الجدوى في استرجاع ما فات. فالصورة توحى للمتلقي بأن عميله السلام وُلِدت ميتة فلا نفع من إحيائها.

### الاستعارة التمثيلية

أصلها تشبيه تمثيلي حُذِفَ منه المشبه وهو (الحالة والهيئة الحاضرة) والتصريح بالمشبه به وهو (الحالة والهيئة السابقة) مع المحافظة على كلماتها وشكلها وتكثر غالباً في الأمثال عندما تشبه الموقف الجديد بالموقف الذي قيلت فيه.

فإليك بعض الأمثلة في هذا الصدد:

١. «رَجَعَ مَيْتَشَلُّ مَبْعُوثُ السَّلَامِ الْأَمْرِيكِيِّ مِنْ إِسْرَائِيلَ بِخَفِيِّ حَنْينٍ» (القدس العربي، ٢٠١٠: ١٢) أي رجع خائباً. والقصة معروفة لا داعي لذكرها.

٢. «الأيام المقبلة ستكشف كل الحقائق وستضع النقاط على الحروف وستحدد الخيط الأبيض من الأسود» (السياسة، ٢٠١٤: ٢٠). وَظَّفَ الصَّحْفِيُّ اسْتِعَارَتَانِ. الْأُولَى هِيَ «وَضَعُ النَّقَاطَ عَلَى الْحُرُوفِ» الَّتِي تَعْنِي إِضْاحَ الْأَمْرِ وَإِزَالَةَ الْإِلْتِبَاسِ وَالثَّانِيَةَ «الْخَيْطَ الْأَبْيَضُ مِنَ الْأَسْوَدِ» وَالَّتِي تَعْنِي عَدَمَ الْوُضُوحِ وَالشَّفَافِيَةِ وَهُوَ تَعْبِيرٌ قَرَأْنِي حَيْثُ قَالَ تَعَالَى: ﴿وَكُلُّوا وَأَشْرَبُوا حَتَّى يَبَيَّنَ لَكُمُ الْخَيْطُ الْأَبْيَضُ مِنَ الْخَيْطِ الْأَسْوَدِ مِنَ الْفَجْرِ﴾ (البقرة/١٨٧).

٣. الولايات المتحدة الأمريكية وحلفاؤها يردون "خلط الأوراق" في المنطقة.

نرى هذا التعبير على سبيل الاستعارة التمثيلية التي تقوم على تركيب استعمل في غير ما وضع له لعلاقة المشابهة مع قرينة مانعة من إرادة المعنى الحقيقي والإيحاء الذي يثيره "خلط الأوراق" عدم حسن النية مع شخص ما وهو معنى سلبي يعطي معاني المداهنة والمراوغة وضياع الحقيقة وعدم كشف الأسرار وهي تجليات واضحة تنساب من هذا التعبير.

### الكناية والتعابير والمصطلحات الإعلامية

الكناية صورة من صور البيان التي لا يقوى عليها إلّا كل بليغ متمرس وهي «ضرب من إخفاء المعاني وتخبئتها وراء روادفها لتحقيق أغراض يقصد إليها المتكلم، حيث يترك التصريح بالمعنى الذي يريده، ويعمد إلى روادفه وتوابعه فيومي بها إليه» (بسيوني، ١٩٩٢: ٣٩١). فالسر في جمال الكناية يكمن في إقامة الدليل والمعنى الذي «يعضده الدليل يكون أقوى تأثيراً وأشدّ إقناعاً» (ربيعي، لا تا: ٢٢٢). إضافة على ذلك أنها تتيح للقول مرية إيحائية وجمالاً فنياً لا يوجد في التعبير المباشر. وهذا ما ذهب إليه «مالارميه» حين قال: «إذا سُمي الشيء باسمه فقد افقد القصيدة ثلاثة أرباع المتعة، وما هذه إلا أثر السعادة التي يشعر بها القارئ وهو يضرب رويداً

رويداً في أودية الحدس» (بدوي، ١٩٧٧: ٢٢٩). أما الإعلامي شأنه شأن أي أديب يستعمل الكنايات في نصوصه الإعلامية لنقل المعاني وتفجر الشعور وإضفاء التأثير على متلقيه. فإليك بعض الأمثلة الداخلة في هذا القسم:

١. «أصبح كل من الأحزاب العراقية يجرُّ النار إلى قرصه» (قناة الجزيرة، ٢٠١٠). فالتعبير يجرُّ النار إلى قرصه، تعبير كنائي عمن يسعى لنفع نفسه دون ملاحظة ما يصيب غيره أو في الأناني الذي يؤثر نفسه بالخير. فالصورة تبين مدى صراح الكتل والأحزاب العراقية على كعكة السلطة دون الاكتراث لما يعانیه المواطن.

٢. يقال في لغة الإعلام: «الحكومة طبخت لمعارضيهما طبخة على نار هادئة» فهي كناية عن إعداد الأمر سرّاً وإتمام الحيلة للإيقاع بالمناوين. ولكنّها في الوقت نفسه هي استعارة مكينة حيث شبّه الإعلامي الخُطة المُعدّة للتنفيذ بشيء يطبخ ثم حذف المستعار منه وأتى بشيء من لوازمه هو الطبخ. فتوظيف هذا المصطلح له صدقٌ واسعاً في ترسيخ الخبر وفاعلية؛ لأنّ الطبخة تأتي بمفعولها؛ لأنّ الطبخ على نار هادئة يشير إلى الدقة والتنسيق والإبرام عن خطة الإيقاع.

٣. «أصبحت التفاهات الحاصلة ما بين إسرائيل والسلطة الفلسطينية حبر على ورق» (القدس العربي، ٢٠٠٦: ١٤). ففي هذا المثال "حبر على ورق" كناية عن أي عهد يكتب ولا يعمل به أو لا يأخذ طريقاً إلى التنفيذ.

٤. «إسرائيل تحاول ذرُّ الرماد في عيون المجتمع الدولي لتبرير حريها على غزة» (قناة الجزيرة، النشرة الإخبارية). في هذا المثال "ذرُّ الرماد في العيون" كناية عن التمويه والتباس الحق بالباطل والخديعة ولكي تستمر إسرائيل في خططها الإجرامية تحول التشبث بذرائع وهمية لتمويه أنظار الرأي العالمي عن جرائمها وممارستها البشعة والسعي لكسب استعطاف القوى الظالمة.

٥. «فرنسا سحبت البساط من الرئيس التونسي إثر اندلاع الثورة الشعبية ضده» (الحياة، ٢٠١١: ٢). أتى الصحفي بتعبير كنائي "سحب البساط" ليعبر عن تخلي فرنسا وعدم مساعدتها للرئيس التونسي دون سابق إنذار.

٦. «الولايات المتحدة، تطبّق سياسة العصا والجزرة على البلدان الضعيفة». أتى الصحفي بتعبير كنائي "سياسة العصا والجزرة" للتعبير عن سياسة الترغيب والترهيب التي تطبقها القوة الظالمة تجاه البلدان الضعيفة.



٧. استدعى أحد المراسلين في تقريره التعبير القرآني "في يوم ذي مسغبة" كناية عن فداحة وفضاعة أزمة المجاعة في الصومال. فقد أتاح المراسل عبر هذا التوظيف الفني للغة القرآن سبيل ذيوعتها، كما أحيأ لفظها.

وهناك العشرات من المصطلحات والتعابير الكنائية والاستعارية في لغة الإعلام التي تحتاج إلى تسليط الضوء عليها. ولاختزال البحث نكتفي بالإشارة وذكرها فقط فعلى سبيل المثال: شَمَّرَ عن ساقيه- شوكة في الخاصرة- صب الزيت على النار- القارة السمراء- القارة العجوز- صيحة في واد- صفحة جديدة- عصا فرعون- عصا موسى- عنتریات- عنق الزجاجة- لا يقدم ولا يؤخر- اللف والدوران- مضغة في الأفواه- خلط الأوراق- أعناق الرياح. والاستعارات مثل: خنق الحريات- العقوبات الذكية- القتل الرحيم- تحريك الأسعار- غضب البحر- تنفس الصبح.

### النتائج

١. إن لغة الإعلام، على الرغم من خصوصيتها وتميزها عن أنواع النثر اليومي، إلا أن وسطيتها - أي موقعها بين النثر العلمي والأدبي ولغة الحديث اليومي - تمنحها قوة الاستخدام، وحسن التبليغ، وشساعة الانتشار، وطول الملازمة فهي تتراوح بين النصوص البسيطة والمعقدة حيث تتيح بذلك الفرصة للباحث الكبير والتلميذ الغض، للنهل من نبعها وانتقاء أنسب أساليبها. وهكذا يمكن للإعلام أن يخدم اللغة العربية، ويرقيها بطرق شتى، كصقل لسان جمهورها وتهذيبه.

٢. إن المصطلحات المستخدمة في الخطاب الإعلامي لها دور كبير في بناء المفاهيم أو تغييرها، وفي كسب المواقف أو تبديلها، وهي قوة مؤثرة في صلب الخطاب الإعلامي، وتزداد أهمية هذا الدور كما يقال في حالات الصراع وتضارب المصالح، وخاصة في المناطق غير المستقرة في العالم، أو التي تشهد نزاعات مسلحة، حيث تتنافس الأطراف ذات العلاقة بتصنيع ونحت المصطلحات الإعلامية، وتسويقها ونشرها، بحيث تعبر عن وجهة نظر صانع المصطلح، وتؤيد موقفه ضد الطرف الآخر.

٣. إن الثورة المعلوماتية المنبثقة عبر وسائل الإعلام كان لها إيجابيات عديدة لصالح الجمهور المستهلك للرسائل الإعلامية وخصوصاً من الجانب اللغوي وإثراء القاموس العربي بالمفردات المتجددة بصفة مستمرة. فاللغة الإعلامية وصفت بأنها لغة الحياة الواقعة التي

تتسم بالبساطة والسهولة وتتطلب الإيجاز والاختصار والتركيز فهي أداة وظيفية وليس فناً جمالياً لذاتها.

٤. إن هناك إيجابيات كثيرة تقدمها وسائل الإعلام لجهة نشر اللغة العربية وإثراء مفرداتها بما يستجد يومياً من خلال المعالجات الإعلامية سواء في عملية التعريب أو الترجمة السريعة للأخبار الدولية.

٥. إن وسائل الإعلام تساهم في التخفيف من الأثقال اللغوية، من خلال اللجوء إلى التعبيرات المباشرة السهلة، وأن هناك دوراً مهماً تقوم به هذه الوسائل في التنمية اللغوية وإثراء المعجم اللغوي.

٦. تعتبر الصورة الفنية عنصراً أساسياً واصيلًا من عناصر التعبير وهي الحدّ الفاصل الذي يميز بين التعبير والتصور. فالصورة هي خلاصه الأبداع التي تنصهر فيها العاطفة بالعقل، أو هي تفكير مرتبط بوجدان الأديب وتعقد التجربة التي تتشكل فيها التجربة الشعورية تشكيلاً نفسياً.

٧. إن توظيف المصطلحات والتعابير البليغة في وسائل الإعلام جاءت مراعاة لما ترمي إليه تلك الوسائل لنقل الخبر والمعلومة لجماهيرها، وفقاً للقاعدة المعروفة، مطابقة مقتضى الحال ورعاية حال الجمهور.

٨. تنوعت أنماط الصورة الفنية في التقارير الإعلامية والصحفية؛ إذ استخدم الإعلاميون والصحفيون التشبيه، والاستعارة، والكناية والمجاز، ولكن الصورة الاستعارية كانت هي الغالبة من بين تلك الصور، والاستعارة كما هو معلوم تقتضي قوة التأثير في المتلقي وتؤدي إلى جودة النص.

٩. إن نسبة توظيف الصورة الفنية بعناصرها المعروفة عند الإعلاميين أقل بكثير من الشعراء والأدباء ومردها إن لغة الإعلام لغة رسمية مهمتها نقل الحدث وتفاصيله وتغطيته وليس التحليق في فضاء القصيدة أو القصة. علاوة على ذلك لغتها سهلة وواضحة بعيدة عن التعقيد واللف والدوران.

١٠. إن معدل توظيف التشبيه بالنسبة للعناصر الثلاثة (المجاز- الاستعارة- الكناية) مُتدني جداً. أما المجاز والاستعارة سيّما الاستعارة المكنية من أكثر العناصر توظيفاً في فضاء الإعلام وأروقة الصحافة؛ لأن الاستعارة تخرج اللغة من عالمها المألوف إلى عالم آخر أكثر خصوبة وقوة.

## المصادر والمراجع

## القرآن الكريم

١. أبو عرجه، تيسير (٢٠١٠م). *فن المقال الصحفي*. عمان: دار مجدلاوي.
٢. أحمدى، محمد نبي (١٤٣٤هـ). «جمالية التشبيه والاستعارة بالنور والنار للشعر لدى الجواهري». *مجلة اللغة العربية وآدابها*، جامعة طهران، فريديس قم، السنة ٩، العدد ١٦، صص ٢٣-٣٨.
٣. بدوي، طبانة (١٩٧٧م). *علم البيان*. القاهرة: مكتبة الأنجلو مصرية.
٤. بسيوني، عبدالفتاح فيود (١٩٩٢م). *من بلاغة النظم القرآني*. القاهرة: مطبعة الحسين الإسلامية.
٥. البطل، علي (١٩٨١م). *الصورة في الشعر العربي*. بيروت: دار الأندلس.
٦. بكري، شيخ أمين (١٩٨٢م). *البلاغة العربية في ثوبها الجديد المعاني والبيان*. بيروت: دار العلم.
٧. حسنه، عمر عبيد (٢٠١١م). *الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام*. الأردن: منشورات عمان.
٨. الحسيني، سيد جعفر (١٤١٣هـ). *أساليب البيان في القرآن*. طهران: وزاره الثقافة والإرشاد الإسلامي.
٩. الديقاجي، إبراهيم (١٣٧٨هـ). *بداية البلاغة*. قم: نشر مهر.
١٠. ربيعي، محمد علي عبدالخالق (لا تا). *البلاغة العربية وسائلها وغايتها في التصوير البياني*. القاهرة: دار المعرفة.
١١. سجادي، أبو الفضل؛ وأحمد اميدوار (١٤٣١هـ). «الانترنت وتهديداته للغة العربية». *مجلة اللغة العربية وآدابها*، جامعة طهران، فريديس قم، السنة ٦، العدد ١١، صص ٧١-٨٨.
١٢. شرف، حفني محمد (١٩٦٥م). *الصور البيانية*. القاهرة: دار النهضة للطباعة.
١٣. شوشة، فاروق (٢٠٠٣م). *اللغة العربية في الإذاعة والتلفاز والفضائيات في جمهورية مصر العربية*. دراسة تحليلية ونقد، عمان، مجمع اللغة العربية الأردني.
١٤. ضيف، شوقي (لا تا). *في النقد الأدبي*. القاهرة: دار المعارف.
١٥. طول، محمد (١٩٥٥م). *الصورة الفنية في القرآن الكريم*. جامعة تلمسان.
١٦. عبدالفتاح، نافع (١٩٨٨م). *الصورة الفنية في شعر بشار*. عمان: دار الفكر.

١٧. علام، مهدي (لا تا). *النقد والبلاغة*. بيروت: دار الكتاب العربي.
١٨. عيد، رجاء (لا تا). *فلسفة البلاغة بين التقنية والتطور*. الاسكندرية: دار المعارف.
١٩. غنيمي هلال، محمد (١٩٩٧م). *في النقد الأدبي الحديث*. القاهرة: دار النهضة للطباعة.
٢٠. الفاسي، محمد (١٩٧٤م). «التعريب ووسائل تحقيقه». *مجلة الأصالة*، الجزائر، العدد ١٧.
٢١. فاضلي، محمد (١٣٨٨هـ)، *دراسة وتقدم في مسائل بلاغية هامة*. مشهد: جامعة فردوسي.
٢٢. ناصف، مصطفى (١٩٥٨م). *الصورة الأدبية*. القاهرة: دار مصر للطباعة والنشر.
٢٣. اليافي، نعيم (١٩٦٩م). *البلاغة العربية*. كلية اللغات، جامعة حلب.
٢٤. يعقوب، إميل؛ والحركة، بسام؛ وشيخان، مي (١٩٨٧م). *قاموس المصطلحات اللغوية والأدبية*. بيروت: دار العلم للملايين.

#### الصحف والمجلات:

- صحيفة القدس العربي
- صحيفة العرب
- صحيفة الزمان
- صحيفة السياسة

#### القنوات الفضائية:

- قناة الجزيرة القطرية (نشرات إخبارية)
- قناة الأقصى الفلسطينية (نشرات إخبارية)
- قناة الشارقة الإماراتية (نشرات إخبارية)
- قناة العالم الإيرانية (نشرات إخبارية)
- قناة العراقية (نشرات إخبارية)