


الاستراتيجيات اللغوية في تحليل الخطاب الإعلامي مقارنة مفاهيمية Linguistic strategies in media discourse analysis: Conceptual approach

مؤمنة زكية كرفيس 

Moumna Zakia KERFIS

جامعة أحمد درايعية أدرار (الجزائر)

momna.kerfis@univ-adrar.edu.dz

-تاريخ النشر: 2024/06/06/30

-تاريخ القبول: 2024/06/03

-تاريخ الاستلام: 2024/04/23

ملخص: يوجز المقال مجموعة من المقاربات المفاهيمية لاستراتيجيات تحليل الخطاب الإعلامي ضمن المنظومة اللغوية التي تتجاوز مفهوم تحليل الخطاب من الاقتصار على دراسة العناصر اللغوية البحتة إلى دراسة الظروف الثقافية والاجتماعية والسياسية التي نشأ في طياتها هذا الخطاب، كما تدرس بنيته بناء على الأيديولوجيا، المعنى الاتصالي، الاجتماعي والسميائي، إضافة إلى التباين الاجتماعي اللغوي، والفهم الإثنوغرافي، وعمليات الإبلاغ، والتفاعل مع الجمهور والمجتمع من خلال الرسالة التي تنتجها النصوص الإعلامية و دورها كوسيط لغوي بين وسائل الإعلام والجمهور المتلقي، وقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي لجملة من المفردات التي أوردتها الدراسات السابقة في ذات السياق لانجاز هذه الدراسة المكتبية. خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: أن الخطاب الإعلامي نص مفتوح على استراتيجيات عديدة أقربها إلى الفهم العميق ما عني باللغة التي تعد أساس وجوه انتاج هذا الخطاب.

كلمات مفتاحية: الاستراتيجيات اللغوية، الخطاب الإعلامي، الجمهور، التباين اللغوي، الفهم الإثنوغرافي.

Abstract: This article provides a set of conceptual approaches to discourse analysis strategies Within the linguistic system that goes beyond the concept of discourse analysis from the study of purely linguistic elements to the study of the cultural, social and political conditions in which this discourse arose, and studies its structure based on ideology, communicative meaning, social and semiotic meaning, in addition to sociolinguistic variation, ethnographic understanding, reporting processes, interaction with the audience and society through the message produced by media texts and their role as a social mediator between the media and the receiving audience, the descriptive and analytical approach was adopted to complete this desk study. The study concluded with a number of findings, the most important of which are: Media discourse is an open text that is open to many strategies, the closest to a deep understanding of which is the language, which is the basis and essence of the production of this discourse.

Keywords: Linguistic Strategies, Media Discourse, Audience, Social heterogeneity, ethnographic understanding.

مقدمة:

إن إدراك القوة المتأصلة في الاستراتيجيات اللغوية أمر بالغ الأهمية لفهم الدور متعدد الأوجه لوسائل الإعلام في تشكيل الخطاب الإعلامي المتضمن شتى الميادين والمجالات السياسية والاجتماعية والإيديولوجية والايثنوغرافية .. وحتى اللغوية منها، تسعى هذه الدراسة البحثية إلى وضع إطار شامل للاستراتيجيات اللغوية في تحليل الخطاب الذي يتمحور حول كيفية تصوير وسائل الإعلام للأحداث من خلال القوالب اللغوية، بهدف كشف الطرق المعقدة التي يتم بها بناء الروايات ، وتجسيد الأدوار باستخدام أداة التحليل اللغوي للخطاب الإعلامي عبر مستويات ثلاث: المستويات اللغوية البلاغية، المستويات الاجتماعية، وكذا الرمزية السيميائية التي تتعدى مستويات المنطوقات إلى الرموز والدلالات الكامنة و الضمنية في الخطاب الإعلامي الموجه.

1. أهمية الدراسة: تنبع أهمية الدراسة من أهمية تمثالات الخطاب الإعلامي الذي يعد توليفة مزدوجة بين الطرح الإخباري المعلوماتي والسياسي الاجتماعي المنبثق من رحم اللغة متعددة الأنساق اللفظية والرمزية، ومن هنا أدت بنا الضرورة البحثية إلى تسليط الضوء على أهم استراتيجيات الخطاب الإعلامي في شقه المفاهيمي للمتلفظ ومادون ذلك من الضمني والرمزي.
2. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى التدقيق في الاستراتيجيات اللغوية، البلاغية والسيميائية التي تستخدمها وسائل الإعلام. سيتعمق البحث من خلالها في الفروق الدقيقة داخل اللغة، و تأطير المناقشات، واستخدام العناصر المرئية في تشكيل الخطاب المحيط بالسياسة للخطاب الإعلامي كإطار مفاهيمي موجز للتعريفات والمصطلحات.
3. منهجية الدراسة: تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لانجاز هذه الدراسة المكتبية التي نحاول من خلالها استعراض أهم المقاربات المفاهيمية لاستراتيجيات اللغة في سياق الخطاب الإعلامي، والوقوف على أهم المحطات التاريخية لظهور هذه المقاربات وأهم روادها، ومدى توافقها مع الأدوات الاجرائية التي من شأنها أن تسهم في تطوير مناهج تحليل الخطاب الإعلامي من جهة، وكذا توصيف البراديجمات اللغوية متعددة السياقات داخل هذا الخطاب من جهة أخرى.
4. مصطلحات الدراسة:

4. 1. الاستراتيجيات اللغوية: Linguistic strategies

وهي الآليات التي تساهم في تحليل علاقة اللغة بالخطاب، وعلاقة الخطاب باللغة كما تمحصر هذه الاستراتيجيات في أنماط إنتاج المفاهيم المنبثقة عن الحركات اللغوية داخل الممارسات الاجتماعية والفكرية، والتعليمية منها.

4. 2. الخطاب الإعلامي: Media discourse

إن المعنى هو الممارسة في نظرية الخطاب (Tolson:1996.196) ويقصد بالخطاب الإعلامي مجموع الرسائل والمحتوى والمعاني التي يحملها المحتوى الإعلامي متوجها بها إلى جمهور معين نحو قضية معينة بغية تأثير معين، معتمدا في ذلك على سياقات الوسيلة المستخدمة ومدى فاعليتها في توصيل المعنى الواضح والمضمر معا.

4. 3. الجمهور: Audience

وهو عبارة عن تركيبة مجتمعية مختلفة الوحدات، تلتف وتجمعها قضية، معتقد، فكرة، اهتمام، واقع، سلوك ... وغيرها، ويتسم الجمهور بصفات تجعله متميزا داخليا ومختلفا عن باقي الفئات المشابهة له، فقد يكون الجمهور ثابتا أو متغيرا، محدودا أو مترامي الأطراف، مباشرا أو غير مباشر، متجانسا أو متباينا، عاما أو خاصا، متعرضا أو افتراضي .. وغيرها من الخصائص التي تتشكل من خلالها العلاقات المكونة لهذا الجمهور. (Stephen Coleman & Karen Ross:2012)

4.4. التباين اللغوي: Linguistic variation

اللغة ملكة في اللسان (عبد الرحمان ابن خلدون: 60، 2007) كما تعد أداة اتصال تتكيف مع حاجات أولئك الذين يستعملونها (Garmadi: 1981.21)، كما تعتبر اللغة نتاج علاقة اجتماعية ونشاط اجتماعي ووسيلة يستخدمها في نقل ثقافته من فرد إلى فرد ومن جيل إلى جيل، كما تعد من أوضح سمات الانتماء الاجتماعي للفرد (عبد الله سويد: 1993، 44) وليست اللغة مجرد أداة تواصل بل تتعداه لتكون وسيلة انتماء، فاللغة الفطرية لدى الانسان تصطدم بالفكر الذي يُحمّلها قيم المجتمع الذي أنجزت فيه، ومنه يظهر التباين الاجتماعي بناء على التباين اللغوي الذي يحمل قيم وعادات وثقافات تميز فئة عن أخرى.

4.5. الفهم الاثنوغرافي: Ethnographic comprehension

تُعد الاثنوغرافيا نهجاً شائعاً في مختلف مجالات العلوم الاجتماعية، وعلى رأسها الأنثروبولوجيا فهي تبحث في حركة الانسان داخل السياق البيئي والمجتمعي معا، مراقبة كل التطورات والتغيرات الحاصلة أثناء هذه الحركة، كما لا يُستخدم البحث الاثنوغرافي لدراسة الثقافات البعيدة أو غير المألوفة فحسب، بل أيضاً لدراسة مجموعات مغلقة داخل المجتمع الواحد، ومن أهم الأدوات التي يعتمد عليها المنهج الاثنوغرافي أثناء تقديمه للمفاهيم العامة هي اللغة التي تعتبر ظاهرة متجددة وقابلة للتوليد والاستمرارية على حسب نشاط البيئة التي وجدت فيها، وكذا النشاط الألسني والثقافي للمجتمع.

5. الخطاب الإعلامي: Media discourse

مجال متعدد التخصصات. فبالإضافة إلى الاهتمام الواسع به في الدراسات الإعلامية والثقافية، فهو موضوع تمحيص في اللسانيات لا سيما تحليل المحادثة، وتحليل الخطاب النقدي، وإثنوغرافيا التواصل، و الأنثروبولوجيا اللغوية، و البراغماتية، وعلم اللغة الاجتماعي، وكذلك علوم الجغرافيا الثقافية. علم النفس، وعلم الاجتماع. ينعكس التنوع الثقافي للخطاب الإعلامي على مدى قابلية الفهم والتفاعل داخل المجتمع الذي ينتج فيه هذا الخطاب أو يستقبله كجمهور مستهدف لوسائل الإعلام، مع ذلك فإن استراتيجيات تحليل الخطاب لا تزال متذبذبة بين النظري والعملي من جهة وبين المستوى الفكري والمعنى الاصطلاحي من جهة أخرى وهذا ما أسفرت عنه حركات الترجمة للعلوم من لغات إلى نظيراتها دون تقنين للمصطلحات أو تكييفها حسب قيم المنقول إليه. كما يعد منهج تحليل الخطاب حقلاً تتقاطع فيه عديد التخصصات والاهتمامات والمنهجيات، وتدخل اصطلاحات تحليل الخطاب في صميم الدراسة الكيفية.

إن أهمية وسائل الإعلام في العالم الحديث لا جدال فيها، فبالنسبة لبعض قطاعات المجتمع، قد حلت وسائل الإعلام إلى حد كبير محل المؤسسات القديمة، و باتت كمصدر أساسي لفهم العالم معتمدة على الخطاب الذي يلعب دورا حيويا في تشكيل حقائق الناس، فالآثار المترتبة على قوة وتأثير الخطاب الإعلامي واضحة علاوة على ذلك، تؤدي وسائل الإعلام في الديمقراطيات الحديثة وظيفة حيوية كمنتدى مفتوح من حيث المبدأ الذي يلزم الصحفيون التحلي بالمسؤولية الاجتماعية تجاه القضايا العامة، وبالتالي توفير مجموعة متنوعة من مصادر الرأي حولها، وهي وظيفة مثالية لتوفير سوق قوي وغير مقيد ومفتوح على مصراعيه للأفكار، حيث قد تلتقي الآراء المتعارضة وتتعامل وتتخذ إجراءات بعضها البعض، وبالتالي توفير مجموعة متنوعة من مصادر الرأي والرأي الآخر (Jurewicz & Blumler. 1990: 269)

تمتلك وسائل الإعلام القدرة على ترتيب أجندات الأحداث، ووضع جداول الأعمال حسب ما تراه مهما ومهيمننا في تنميط وتوجيه جمهورها المستهدف حسب السياسة العامة، متبعة في ذلك نظريات الإعلام التي تندرج تحت المداخل الأساسية

والنظرية للممارسة الإعلامية والمحتوى الإعلامي على حد سواء، كمنظرة الاستخدامات والإشباع التي تندرج تحت مدخل التأثيرات والذي يجيب في فلسفته عن سؤال ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟
يكن دور وسائل الإعلام في تصوير ثقافة الأمة، القيم والإنجازات المجتمعية من خلال الخطاب الإعلامي العالمي الذي يساهم في صناعة الأفكار ونمذجة المفاهيم، وتعد اللغة جزءاً لا يتجزأ من هذه العملية، حيث يتم إنشاء الروايات من أجل تسليط الضوء على السمات الإيجابية لوسائل الإعلام والتأثير اللامحدود، فعلى سبيل المثال اللغة المستخدمة في العناوين الرئيسية وافتتاحيات الصحف والتقارير الإخبارية تحدد تأطير القضايا الدبلوماسية، والتأثير على الجمهور وترتيب أولويات اهتماماته تجاه هذه القضايا.

إذن فاللغة أداة للدبلوماسية نفسها، فعلى الدبلوماسيين اختيار الكلمات بعناية لخوض المفاوضات المعقدة (Greimas A.J.1996.8)

6. محتويات الخطاب الاعلامي: content of the media discourse

يرتكز الإطار النظري لهذه الدراسة على المفاهيم الأساسية التي تثبت أن استخدام اللغة في الخطاب الإعلامي ليس مجرد وسيط اتصالي، بل انها أداة استراتيجية لتشكيل التصورات، وترسيخ القيم، وتعزيز المصالح العامة، وأن ديناميات القوة المتأصلة في بلاغة اللغة الإعلامية متداخلة بشكل معقد مع تمثيل المشهد الإعلامي، فهي منبر يساعد وسائل الإعلام الجماهيرية والتفاعلية التي تلعب دوراً محورياً في اختيار وتقديم المعلومات من أجل التأثير على الجمهور المتلقي وتشكيل الرأي العام والتصورات تجاه القضايا المطروحة على الساحة العالمية. فاللغة هي الأداة المنهجية الأولية للبحث في ثنايا الخطاب الإعلامي المعلن منه والمضمر. ويمكن حصر أهم محتويات الخطاب الاعلامي في النقاط التالية:

1.6 شكل الخطاب: **Form of the discourse** وهو البنية اللغوية التي يتشكل منها الخطاب حيث انه وحدة مركبة من الألفاظ والكلمات إلا أن أصغر وحدة في الخطاب هي الجملة، حيث أن النص جزء منه فهو بذلك تركيبة متناصة من الأدوات والروابط المتسمة بالتركرار والشدة والتوجه.

2.6 مضمون الخطاب: **content of the discourse** ويقصد به المعنى المضمر في الرسالة الخطابية متمثلاً في التفاعل الدلالي والتوليدي والرمزي الذي تنتجه المفردات داخل الجملة في بنيتها الكامنة بين أسطر النص.

3.6 سياق الخطاب: **Context of the discourse** ويقصد به مرجعية الخطاب التي تدفع به إلى سياق دون آخر، وهذا البراديجم لا يمكن انتاجه في مناه عن المرجعية الفكرية، الايديولوجية والثقافية المحيطة ببيئة انجاز هذا الخطاب.

7. الادوات اللغوية الأكثر ملائمة لتحليل الخطاب: يعد كتاب "حفريات المعرفة" "du savoir Larchiologie" لميشال فوكو أهم مرجع في فتح مجال البحث في العلاقة بين الممارسات الخطابية والحركة المجتمعية والتي كانت منعطفاً قوياً في تاريخ الدراسات اللغوية والنقدية للخطاب، التي سادت في فرنسا خلال الستينات والسبعينات من القرن العشرين مما مهد إلى منهج تحليل المهمة الاجتماعية التي تؤديها الصحافة باعتبارها وسائل الإعلام الرئيسية، تنعكس الرغبة في الإبلاغ عن آخر الأخبار في وقت قصير في كل من طبيعة المهام التواصلية وفي تنفيذ الكلام. فقد تم تصميم الصحف حسب شرائح مختلفة من القراء، ولجذب انتباههم يتم تنظيم المعلومات في الصحيفة بأساليب عديدة منها الأسلوب اللغوي الذي يقدم استمالات عقلية وعاطفية للقارئ تجاه القضايا التي تطرحها هذه الصحف، مما أثر سلباً على توجه بعض المؤسسات الاعلامية التي انزاحت عن الدور الاعلامي والمجتمعي من تقديم المعلومة إلى صناعة المعلومة بمستويات أضعف من الواقع.

يستخدم تحليل الخطاب على نطاق واسع في الدراسات الإعلامية لتحليل التغطية الإخبارية والإعلانات والأفلام والبرامج التلفزيونية وغيرها من أشكال المحتوى الإعلامي من خلال فحص اللغة والصور المستخدمة في النصوص الإعلامية، وهذا ما

يمكننا من الكشف عن الأيديولوجيات الكامنة و تمثيلات الفئات الاجتماعية، كما تتيح وسائل الإعلام للباحثين إجراء دراسة نقدية لكيفية بناء اللغة وتعزيزها لمعانٍ وسرديات محددة داخل النصوص الإعلامية، فمن خلال تحليل اللغة المستخدمة في المحتوى الإعلامي يكشف الباحثون عن كيفية تشكيل النصوص الإعلامية للتصورات العامة، و بالتالي فقد تؤثر تلك الممارسة على المواقف والسلوكيات الاجتماعية.

بناء على ذلك يمكن استخلاص رؤى حول الآليات التي تساهم من خلالها وسائل الإعلام في بناء المعايير والقيم المجتمعية، كما يساعد هذا التدقيق في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الخطاب العام ووالسرد الثقافي والمعرفي.

8. الاستراتيجيات اللغوية لتحليل الخطاب الإعلامي: **Linguistic strategies in media discourse analysis**

ظهرت بوادر التحليل اللغوي للخطاب مع أعمال عالم اللغة الشهير فرينالد دي سوسير، والذي يعود له الفضل في تأسيس المدرسة البنوية في دراسة اللغة، حيث اهتمت في ما بعد بتحليل الأسلوب، والنص وبالتطبيقات اللغوية في مجالات وسياقات مختلفة، لعل أهمها النظريات الأدبية الحديثة والمعاصرة اعتمادا على مفهوم تحليل الخطاب. (Barton. 2002:575) في هذا السياق ظهر اتجاهين لدراسة أسلوب اللغة المستخدمة في الخطاب الإعلامي، فأحدهما أقرب إلى البلاغة والآخر يدرس علاقة اللغة بالمجتمع ضمن الدراسات الإعلامية:

أ. التحليل البلاغي للخطاب الإعلامي: **Rhetorical analysis of the media discourse** و يضمن التحليل البلاغي فحص الأنماط المستخدمة في الوسائط الإعلامية ومحاولة فهم أنواع الرسائل التي تنقلها تلك الأنماط، حيث تتضمن هذه الوسائط الشكل، العرض، التكوين واستخدام الاستعارات وهيكل التفكير، فاستراتيجيات التحليل البلاغي تساعد الباحثين للكشف عن المضامين المضمرة وغير الظاهرة في القراءة الصارمة للمحتوى، فقد ركزت الدراسات في مجال التحليل البلاغي لمضامين وسائل الإعلام مثل الإعلانات لفهم أدوار الأساليب والأجهزة البلاغية في الرسائل الإعلامية بشكل أفضل.

ب. التحليل الاجتماعي للخطاب الإعلامي: **Sociological analysis of media discourse** و يتضمن تحليل الدور الاجتماعي للخطاب الإعلامي فحص مختلف الأدوار في وسائل الإعلام وتحليل نوع الدور الذي يلعبه كل خطاب على حدى، حيث يمكن التمييز في بحوث تحليل الأدوار للخطاب الذكوري عن الخطاب النسوي في أنواع معينة من وسائل الإعلام على سبيل المثال، فقد أسهمت الاعتبارات النظرية في إطار المفهوم الشامل لمقاربة الخطاب المعرفي الاجتماعي وتطورت مناهج و مدارس محورية مختلفة على مر السنين، منها على سبيل المثال لا الحصر المقاربة النقدية لفيركلو (Fairclough)، ومقاربة فوداك (Wodak) التي اعتمدت على الخطاب التاريخي، ومقاربة فان ديك (SCA) الاجتماعية المعرفية. وقد اعتُبر نهج فيركلو النهج التأسيسي والأكثر كلاسيكية، فهو ينظر إلى اللغة كعملية اجتماعية ينتج فيها الخطاب نصه ويفسره، لكن هذه العملية ليست عشوائية بل مشروطة اجتماعيًا بمدى قابلية الانتقال باللغة من المفاهيم العامة واللاإرادية إلى حقول الدلالة والتراكيب المعجمية، وهذه الحركة هي التي تسهم في استمرارية اللغة اجتماعيا وثقافيا، وقد ركزت مقاربة فيركلو بشكل غير منتظم على النص الإعلامي، ثم وسّعها وطورها ووداك وفان ديك.

وخلافًا لمقاربة فيركلو، تركز مقاربة وداك على المنظور الكلي باعتباره الهوية المجتمعية وتهتم بالاستراتيجيات التي يمكن تكيفها لتحقيق أهداف اجتماعية ونفسية محددة، ولفهم هذه الصورة بشكل أوضح يتضمن منهج وداك التحليل التاريخي ويأخذ بعين الاعتبار الخلفية الاجتماعية والثقافية للنص المدروس.

أما فيما يتعلق بدراسة الخطاب الإعلامي، فقد قام وداك وبوش (2004) بتحليل مناهج مختلفة في هذا السياق بغية رسم خريطة التطور التاريخي في علم اللغة النقدي، كما أسهمت المناهج النوعية المتقدمة في اللسانيات النقدية وعلم اللغة النقدي والنشاط الاجتماعي بشكل كبير في تحليل اللغة الكامنة وراء القصص التي تستخدمها وسائل الإعلام، وعليه يمكن

للباحثين فهم كيفية تأطير الحركات الاجتماعية لأهدافها وتعبئة المجال العام للخطاب بناء على علاقته بالمرجعية المجتمعية، ويمكن للباحثين كذلك الكشف عن كيفية بناء اللغة للهويات الاجتماعية وعلاقات القوة والتنافس عليها من خلال دراسة الحركات الاجتماعية، ومن خلال تحليل اللغة والاستراتيجيات الخطابية التي تستخدمها هذه الحركات، يمكن للباحثين الكشف عن كيفية تشكل الأفكار والآراء التي تسهم بشكل غير مباشر في التغيير الاجتماعي. وتقدم استراتيجية التحليل الاجتماعي للخطاب الإعلامي نظرة استشرافية لدور اللغة في تشكيل السرديات، القصص والروايات وكذا أجناس الحركات الاجتماعية وتأثيرها على الخطاب المجتمعي الأوسع نطاقاً، كما تساهم هذه البحوث في فهم أعمق لكيفية تأثير اللغة على ديناميات التغيير الاجتماعي والرأي العام على حد سواء. و عليه نذكر أهم الاستراتيجيات اللغوية المعتمدة في تحليل الخطاب وهي :

1.8 السلطة والأيدولوجيا: Power & Ideology أحد المبادئ الأساسية لتحليل الخطاب هو الاعتراف بأن اللغة ليست محايدة. ومع ذلك، فهي مشبعة بالسلطة والأيدولوجيا. فمن خلال اللغة، تؤكد الخطابات المهيمنة سلطتها وتشكل المعايير المجتمعية، وغالباً ما يكون ذلك على حساب الأصوات المهمشة. على سبيل المثال لا الحصر يمكن لتمثيلات وسائل الإعلام للنوع الاجتماعي والعرق والطبقة الاجتماعية أن تعزز ديناميكيات السلطة القائمة. وبالتالي، فإن إدامة القوالب النمطية واستبعاد السرديات البديلة قد يغير المفاهيم ومن ثمة الاتجاهات التي تسهم بدورها في تغييب أهمية التعايش الاجتماعي بناء على العرق البشري.

هناك استراتيجيات خطابية مختلفة ترسخ السلطة و الأيدولوجيا داخل اللغة، بما في ذلك التأطير وإضفاء الشرعية والإقصاء. وتسعى أداة تحليل السلطة و الأيدولوجيا إلى دراسة السلطة في الخطاب اللغوي إلى الكشف عن هذه الاستراتيجيات وفهم كيف تعمل من أجل الحفاظ على هيكل السلطة القائمة أو تجنبها، أو كيف تعمل على إضعافها. ومن خلال الفحص النقدي للغة المستخدمة في سياقات مختلفة، يمكن للباحثين اكتشاف كيف تدعم اللغة الأيدولوجيات السائدة. كما يسلط هذا التحليل النقدي الضوء على كيفية تهميش بعض الممارسات اللغوية للأصوات المعارضة.

2.8 التناص: Textualism هناك مفهوم رئيسي آخر في تحليل الخطاب وهو التناص. ويشير هذا المفهوم إلى كيفية ارتباط الخطابات بخطابات أخرى وتأثيرها فيها، فكل لفظ يقع ضمن شبكة أكبر من الخطابات، مستمداً من المعاني والروايات الموجودة ومساهمًا فيها وبالتالي، يسلط هذا المفهوم الضوء على أهمية السياق في فهم استخدام اللغة وتفسيرها و يقرّ مفهوم التناص بأن اللغة لا تُنتج بمعزل عن بعضها البعض، بل تتشكل من خلال شبكة معقدة من التأثيرات الثقافية والتاريخية والمؤسسية.

فمن خلال تتبع الروابط بين النصوص، تكشف دراسة التناص عن طبيعة اللغة المتداخلة، وينطوي هذا التحليل ضمن استراتيجيات فحص كيفية إحالة الخطابات إلى بعضها البعض واستجابتها لبعضها البعض، مما يسلط الضوء على الترابط والتأثيرات داخل التواصل اللغوي.

كما أن الأفراد يبنون المعاني ويتفاوضون عليها عبر خطابات مختلفة، وهذا الفعل التواصلي الذي تشارك فيه اللغة يدل على أنها تتعدى وظيفة الإبلاغ إلى وظائف أخرى قد تسهم في ترجمة الخطاب إلى دوال اعتباطية أحياناً، وأيقونية أحياناً أخرى.

3.8 تحليل المحادثة: Conversation Analysis يفحص تحليل المحادثة (CA) بنية وديناميكيات التفاعلات المنطوقة، مثل المحادثات أو المقابلات أو المناقشات، ومن خلال تحليل أحد الأدوار والمواقف وغيرها من سمات المحادثة، يمكن للباحثين الكشف عن المعايير الضمنية واستراتيجيات السلطة في التواصل بين الأشخاص، فالتحليل المعرفي للغة يوفر رؤى قيمة حول وظائف اللغة في التفاعلات اليومية و بالتالي المساعدة في التفاوض حول الأدوار الاجتماعية و السلطة والهوية، وحين يحلل

الباحثون بدقة أنماط وهياكل هذه المحادثات بغية الكشف عن المعايير والأيدولوجيات الضمنية التي تؤثر على ممارسات التواصل في مختلف السياقات الاجتماعية يستنتجون أن الخطاب الإعلامي منبثق عن الممارسات اليومية التي تتشكل من خلال هذه الحوارات الفردية والجماعية، سواء أكانت في سياق عشوائي كالمحادثات اليومية بين الأفراد أو ضمن برامج معد لها مسبقا كالمناظرات والمحاضرات وحصص التدريس.

إن مركز دراسات الترجمة الاجتماعية قد يسلط الضوء على الكيفية التي تعكس بها اللغة المعايير المجتمعية وعلاقات القوة وتشكلها على حد سواء، كما يساهم هذا الفهم في فهم أعمق للبراديجمات المتجددة والتي تلعب دورًا هامًا في إنتاج اللغة من خلال الحركات الألسنية والتلفظية، وكذا التفاعلات المجتمعية وعلاقات القوة التي تعززها، وقد ساد في الأدبيات التي اهتمت باستراتيجيات تحليل المحادثة كواحدة من أدوات تحليل الخطاب الإعلامي اتجاهين: احدهما يفضي إلى أن تحليل المحادثة بمثابة الخيوط المتشابكة من نسيج اللغة وهي معقدة في حد ذاتها لأنها لا تخضع إلى معيار قياسي ثابت، والاتجاه الآخر يقر أن الحركة التداولية هي من تنتج المحادثة التي تنشأ من خلال تعاقب الأدوار والتبادل الاجتماعي لأفعال اللغة. و لفهم استراتيجيات تحليل المحادثة لابد من الامام بالاتجاهات البحثية الثلاث: التفاعلية الرمزية، ثقافة الأجناس و إثنوغرافيا التواصل.

8 . 4 الخصائص المجازية للخطاب: Metaphorical characteristics of the discourse "على الرغم من أن الخصائص العامة للغة والخطاب ليست في حد ذاتها ذات طابع أيديولوجي، فإن التحليل المنهجي للخطاب يقدم أساليب قوية لدراسة بني ووظائف الأيدولوجيات الكامنة (فان ديك: 2006، 115) لذلك فإن الأشكال اللغوية هي تمثيلات وأدوات قوية لدراسة الأيدولوجيات في الرسالة الإعلامية، ويتم استكشاف السمات اللغوية لمضامين وسائل الإعلام بوصفها خاصية شكلية للنص في المرحلة الوصفية (فيركلو: 1989، 26)، ومن هذه السمات أن التعابير الاصطلاحية تعد وسيلة لإظهار مواقف القارئ بالاتصال وأيديولوجياتهم من خلال الشكل اللغوي الذي يستعمل على نطاق واسع في التعليقات الإخبارية، والتحليلات الميدانية وكذا الأحاديث الصحفية، كما تستخدم التعابير الاصطلاحية بشكل عام بين الأشخاص الذين يتمتعون بعواصم ثقافية معينة وهي مشروطة اجتماعيًا، وقد يجد الأشخاص من خارج المجموعة صعوبة في فهمها. وباستخدام هذا المجاز والاصطلاح المتبع من خلال سياق الرسالة الإعلامية يقدم المستجيبون للأخبار معرفة اجتماعية ثقافية مشتركة لا يمكن معالجتها بسهولة إلا بين أفراد المجموعة التي تتقن هذه اللغة وتتعامل بها في خطاباتها اليومية أو المهنية، ومن أهم ما تقدمه استراتيجية خاصة الخطاب المجازية هي تلك اللغة التي نجدها في التقارير الخاصة والتعليقات العلمية والسياسية والاقتصادية .. وغيرها من لغة المخاطبة التي تعنى بمفرداتها ورموزها من أجل الحفاظ على مستواها بين نظيراتها من اللغات الطيبة و الدبلوماسية والاقتصادية، وبالإشارة إلى هذا التمايز اللغوي الذي أسهم في إنتاج المعرفة على اختلاف مستوياتها وأنواعها وتشخيصها، انبثقت اللغة الخاصة التي تعنى بالتوليد الدلالي للمفردات انتقالاتا من الحقل المعجمي إلى الحقل الاصطلاحي التداولي من خلال الممارسة التي تترجم تفاعل اللفظ مع البيئة المتواجد فيها.

9. نتائج الدراسة: Study results

اتضح لنا في الأخير أن هذه المقاربة المفاهيمية قابلة للانفتاح على الخطاب الإعلامي حيث أن اللغة تشكل الخطاب وان الخطاب يشكل اللغة، وأن اللغة تتشكل بالخطاب وأن الخطاب يتشكل من خلال استمرارية اللغة. ومن أهم وسائل اللغة المساهمة في تحليل الخطاب الإعلامي نذكر:

- تحليل الخطاب يسمح بالفحص المنهجي للغة والبلاغة و السيميائية المستخدمة في تمثيل وسائل الإعلام، ولا يعد الخطاب مجرد وسيلة تواصلية فحسب بل ممارسة اجتماعية تعكس ديناميكيات القوة والأيدولوجيات والسياقات الثقافية.

- يبرهن الاستعمال الواسع للغة أن وسائل الإعلام تشارك في السرد و البناء عن طريق الاختيار والتأكيد على جوانب معينة من الأحداث السياسية العالمية.
- ينصب التركيز على كيفية الخيارات اللغوية، فقد تساهم الاستراتيجيات الخطابية والعناصر المرئية في تشكيل روايات محددة، فالافتراض الأساسي هو أن الروايات الإعلامية تؤثر على الآراء العامة من خلال وعاء اللغة التي وضعت فيه.
- الإطار المفاهيمي لاستراتيجيات تحليل الخطاب الإعلامي يستكشف العلاقة بين وسائل الإعلام و التمثيل و بناء التصورات العامة في حقل اللغة المنطوقة، والمصورة عبر وسائل الإعلام المختلفة.

10. مناقشة نتائج الدراسة: Discussion of the study Results

يعد تحليل الخطاب الإعلامي منهجا مرنا ومليئا بالدلالات العميقة، المشحونة بالحوامل اللفظية والأيقونية المترتبة عن التزامن المنطقي بين المنطوق والمرئي في الرسالة الإعلامية، فالخطاب بنية مركبة عن النص فهو بذلك يحتاج إلى دراسة السياقات الضمنية والمحيطية بظروف انتاجه ما أطلق عليه اسم (أداة حقول الدلالة) والذي لم نخصه بالذكر في دراستنا هذه التي حاولنا من خلالها تسليط الضوء على التحليل اللغوي الذي يركز على المعاني اللفظية التي تحملها الرسالة الإعلامية، حيث يشتمل التحليل اللغوي للخطاب الإعلامي على مستويين مهمين، أولها انتاج الألفاظ وطرق استخدامها بغية الاستمالة والتأثير في المتلقي، وثانيا المعاني الكامنة وراء هذا الإنتاج اللغوي الذي يربط الكلمة بانتمائها الاجتماعي، فتحمل بذلك مجموعة من التأويلات و الأنظمة الدلالية و السيميائية وتجعل الرسالة الإعلامية خالدة في حالة مستمرة في ذهن المتلقي، الذي يحاول بدوره فك شفرتها ومعانيها في اطار مخزونه اللغوي والثقافي والفكري كي يتوصل إلى فهم القضايا المطروحة على الساحة الإعلامية وهو ما يعبر عنه في نظريات الإعلام بالتأثير على المدى البعيد.

تعد الاستراتيجيات اللغوية لتحليل الخطاب عدسة قوية يمكن من خلالها دراسة دور اللغة في تشكيل عالمنا الاجتماعي، فهو يكشف عن الهياكل والمعاني وديناميكيات القوة الكامنة في استخدام اللغة في الرسالة الإعلامية التي تعكس المجتمع بذاته، كما تسمح لنا أداة التحليل هذه باستجواب الخطابات السائدة بشكل نقدي والدعوة إلى التغيير الاجتماعي، ومع استمرار الباحثين في استكشاف منهجيات وتطبيقات جديدة في هذا المجال، يظل التحليل اللغوي للخطاب الإعلامي أداة منهجية بالغة الأهمية، كما أنها تساعدنا على فهم قوة اللغة في خطابات الإعلام و وسائل الاتصال الحديثة.

11. توصيات الدراسة: Study recommendations

ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة تقديم نماذج لاستراتيجيات من شأنها فتح المجال أمام الباحثين للتعلم في الدراسات التي تعنى بتحليل الخطاب الإعلامي على النحو التالي:

- استراتيجيات اللسانيات اللغوية لتحليل الخطاب الإعلامي
 - استراتيجيات السيميائيات الاجتماعية لتحليل الخطاب الإعلامي
 - الاستراتيجيات الرمزية لتحليل الخطاب الإعلامي
 - الاستراتيجيات الثقافية لتحليل الخطاب الإعلامي
- وتعد هذه الاستراتيجيات آليات مهمة لفهم وتفسير الخطابات الواردة عبر وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها وقولها خاصة افتتاحيات الصحف وكبرى العناوين الإعلامية، التي تحمل جملة من القيم والمفاهيم وتسرد عددا لا متنها من القصص والحكايات الموجهة إلى الجمهور بغية التأثير والتوجيه وصناعة الرأي العام.

12. خاتمة: Conclusion

يعد الخطاب الإعلامي نصا مفتوحا على الدراسات اللغوية و اللسانيات وكذا الدراسات الأنتروبولوجية و الاجتماعية، كما تلعب اللغة دورا جوهريا في الخطاب فهي مرتكز للتأثير والاستمالة، وكذا ترسيخ المعاني والأفكار التي تتكرر في ذهن المتلقي وتشكل خارطة تفاعلية بين مدركاته القبلية و ما تقدمه الرسالة الإعلامية، فينتج عن هذه الحركة تفاعلات رمزية و أيقونية تتجلى في لغة الحجاج والإقناع التي تتجدد مع كل قصة أو قضية يتبناها الخطاب الإعلامي، إن الأساليب والاستراتيجيات المدرجة في تحرير الرسالة الإعلامية ترتبط بوسائل منطقية ولغوية تبرز علاقة هذه الأدوات بالبنية العامة لدور اللغة في المجتمع، علاوة على أنها تشكل العبارات والجمل وتقدم البراهين والحجج التي يراها المتلقي مقنعة حسب رصيده الفكري لنفس السياق الذي انتجت فيه هذه الرسالة، ثم يتفاعل معها بالرفض أو القبول. تعد الاستراتيجيات اللغوية من أدق أدوات التحليل الضمني للخطاب الإعلامي، فهي عدسة ثاقبة تغوص في غمار المضمرة واللامنتوق، فلا بد على صناع القرار وقادة الرأي العام والقائمين بالاتصال أن يعتنوا كل العناية بتفاصيل اللغة التي يستخدمونها في خطاباتهم القابلة للتأويل وإعادة القراءة والتشكيل حسب ما تمليه مستجدات البيئة الاجتماعية.

قائمة المراجع:

1. ابن خلدون، عبد الرحمان، 1993. المقدمة. بيروت، لبنان: دارالكتب العلمية، ص 238.
2. دوسوسر، فردينان، 1986. محاضرات في الألسنة العامة، ترجمة يوسف غازي، مجيد النصر، الجزائر: المؤسسة الجزائرية لطباعة، ص 144.
3. ستيفن، كولمان و كارين، روس، 2012. "الإعلام والجمهور"، ترجمة: صباح حسن عبد القادر، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 16.
4. سويد، عبد الله، 1993. علم اللغة، طرابلس، ليبيا: دار المدينة القديمة، ص 44.
5. شومان، محمد، 2007. تحليل الخطاب الإعلامي (أطر نظرية ونماذج تطبيقية)، الدار المصرية اللبنانية، ص 113.
6. فان دايك، 2006. النص والسياق، إستقصاء البحث في الخطاب الدلالي والتداولي، ترجمة عبد القادر قنيني، إفريقيا الشرق، ص 115.
7. القرني علي، 1997. الخطاب الإعلامي العربي: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (1)، ص 127.
8. محروس، عبد الرحمان عبد المعز، 1981. البحوث الإعلامية، تطبيقاتها، ومشكلاتها، مجلة البحوث، العدد (4)، دار الحرية للطباعة، بغداد. ص 165.

9. D'Acquisto G. & Di Martino G. (2017). A Linguistic Analysis of Diplomatic Discourse : UN Resolutions on the Question of Palestine. Cambridge Scholars.p27
10. Fairclough, N. (2013). Critical Discourse Analysis New York: Routledge. pp23-27
11. Garmadi.j (1981), Lq sociolinguistique PUF, Paris. p21
12. GREIMAS, A.J.(1996) Éléments pour une théorie de l'interprétation du récit mythique. Communications,P 8
13. Jurewicz & Blumler, 1990: 269
14. Monia SENDI:(2021) Sociolinguistics and linguistic variation; revue langue & culture <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/625>

15. Paul Henri Serge Moscovici, (1968). Problemes de l'analyse de contenu, Revue: language, N11, librairie Marcel Didier, Paris, p39.
16. Tolson, John J. 1968s.n. <https://www.worldcat.org/title/debriefing-report/oclc/036000738> (accessed may 7, 2024).
17. van Dijk, T. A. (1984). Prejudice in discourse. Amsterdam: Benjamins, p 44
18. Nidhi Sharma (2023); [Les enjeux de la diversité linguistique au regard de la créativité culturelle ou interculturelle](https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/625) revue langue & culture <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/625>

السيرة الذاتية للمؤلف :

مؤمنة زكية كرفيس أستاذ محاضر صنف ب بقسم الاعلام والاتصال جامعة أحمد درايعة أدرار حاصلة على دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر3. حاصلة على ماجستير شعبة علوم الاعلام والاتصال تخصص سيميولوجيا الاتصال جامعة الجزائر3 لها العديدي من المقالات العلمية و الكتب الجماعية.