

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة وهران – السانیا –

قسم اللغة العربية و آدابها

كلية الآداب، اللغات و الفنون

**المصطلح الإعلامي العربي
دراسة في ضوء اللسانيات التداولية**

بحث مقدّم لنيل درجة الماجستير في العلوم اللغوية و الاتصال

إشراف:

الأستاذ الدكتور: أحمد عزوز

إعداد الطالبة:

بوكلخة صورية

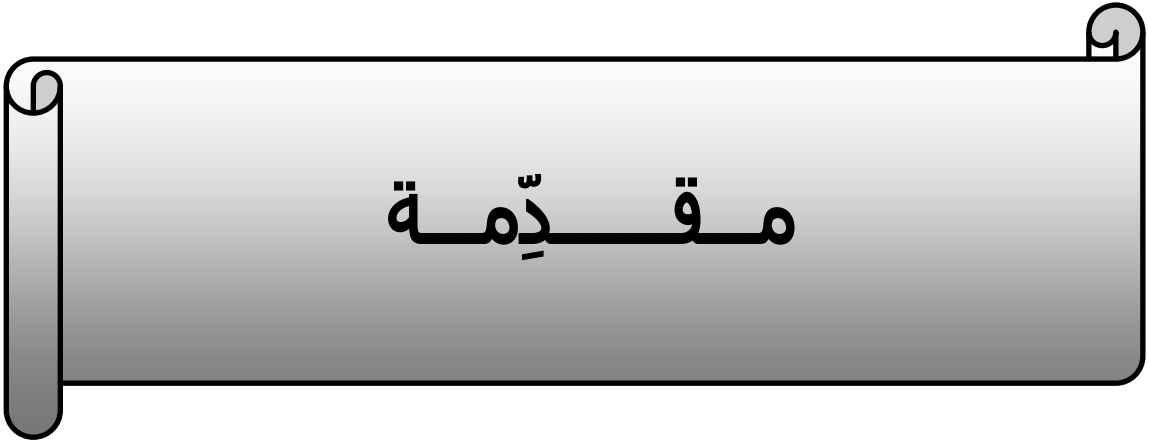
السنة الجامعية

1429/1428 هـ الموافق ل: 2008/2007

إهداء

إلى روح والدي الكريم..
الذي كان ينتظر بشغف تمام هذا العمل المتواضع..
ولكن قضت مشيئة الله أن توافيه المنية قبل أن يدرك نهاية إعدادة.
رحمه الله وغفر له وجعل صحبته مع الأنبياء والصدّيقين والصّالحين
والشّهداء..
وإلى والدتي الحبيبة الغالية أطل الله في عمرها..
أهدي أوّل أعمالى العلمية.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مقدمة

بات الحديث عن المصطلح الإعلامي العربي من القضايا الهامة التي تستقطب أنظار الباحثين من مختلف المشارب والتوجهات، وإن كان البحث فيه يبدو قليلاً بالقياس إلى ما يكتب في غيره من مجالات البحث الأخرى نظراً لصعوبته وقلة الاحتفال به، خاصة في مجال اللسانيات، ومن هنا كان توجهنا إلى الاهتمام بهذا الموضوع، راغبين في أن نساهم في إلقاء بعض الضوء على جوانب منه رأينا أن لها علاقة وثيقة باللسانيات.

ويلاحظ المتتبع لما كتب حول نشاط وسائل الإعلام العربية أنه لم يتم بعد الاهتمام بالشكل الكافي بقضية صناعة المصطلح في اللغة العربية بصفة عامة، وفي مجال الإعلام بشكل خاص، كما أنه لم يتم الانتباه بعد إلى الخطورة التي يمكن أن يشكّلها المصطلح الإعلامي إذا تم استخدامه أو تداوله بطريقة غير مدروسة، بالإضافة إلى ما يمكن ملاحظته من اختلاف كبير بين وسائل الإعلام العربية في استخدام المصطلحات، والذي لا يعبر عن الواقع العربي وقضاياها وتحدياته، بقدر ما يعبر عن الصورة التي يريد الغرب إعطاؤها له بالشكل الذي يخدم مصالحه وأيديولوجياته فيه.

ومن هنا، أصبح من الضروري الالتفات إلى دراسة هذا الموضوع الحيوي، والذي يتعلّق بجميع مجالات الحياة، خاصة بعد التقدم التكنولوجي الهائل الذي وصلت إليه وسائل الإعلام والاتصال، والأهم من ذلك أن هناك حاجة ماسة لدراسة اللغة المستعملة في مجال الإعلام، واستجلاء نقائصها من أجل استثمار طاقاتها الإنجازية وفعاليتها خلال الاستعمالات المختلفة للخطاب الإعلامي.

ومن هذا المنطلق كان اهتمامنا بقضية المصطلح الإعلامي العربي، وذلك من خلال تتبع كيفية استعماله في بعض وسائل الإعلام العربية، وبخلفيات هذا الاستعمال الذي يجري فيه اختيار المصطلحات، كما أردنا أن نوضّح التّدايعات التي تترتب على الاختيار غير الدقيق لهذه المصطلحات، وأن نوجّه الأنظار إلى النتائج المترتبة على بقاء الإعلام العربي دائماً في مقام المتلقّي المستهلك الذي لا ينتج في الغالب ما يستطيع أن يعبر به عن واقع الأمة وقضاياها الكبرى، بالرغم من أنه أصبح يعتبر اليوم طرفاً في المواجهة أمام الإعلام الغربي ومن يقف خلفه.

وقد كان تركيزنا على المصطلح الإعلامي العربي السياسي بصفته أفضل مجال يمكن أن يبرز بوضوح البعد التداولي في الدراسة اللسانية للمصطلح الإعلامي.

ولأنَّ الحديث عن المصطلح الإعلامي يتَّصل بمجالات واقعية حيوية ذات فاعلية واضحة في مختلف الممارسات الإعلامية؛ فقد بدا لنا أن نجعل من نظريات اللسانيات التداولية خلفيةً منهجيةً لمدارسة هذا الموضوع، واستعراض مختلف قضاياها وإشكاليَّاتها، وذلك نظراً لأن الحاجة الماسَّة إلى دراسة المصطلح الإعلامي العربي في ظلِّ البعد التداولي تبدو أكبر من الحاجة إلى دراسته في ظلِّ مبادئ اللسانيات البنوية، وذلك:

- لأنَّ المصطلح الإعلامي يرتبط بحدث تواصلِي محسوس، في ظلِّ خطاباتٍ مختلفة (الخطاب السياسي، الخطاب الدِّيني، الخطاب الصُّحفي، الخطاب الفنِّي، وغيرها...)، وفي ظلِّ أغراض ومقاصد إعلامية وتوجيهية فاعلة في حياة الأفراد والشُّعوب.

- ولأنَّ المصطلح الإعلامي العربي لا يمكن أن يحظى بدراسة لسانية خاصَّة؛ إذا ما جرَّدناه من فعله الإنجازي المرتبط بحدث التَّواصل الإعلامي الَّذي بإمكانه أن يشكِّل موضوعاً هاماً في ميدان اللسانيات التداولية.

- ولأنَّ الدِّراسة البنوية لا يمكنها - لإيغالها في دراسة الجانب الصُّوري الَّذي يقلِّص اللُّغة ضمن مجموعة من القواعد النَّموذجية التَّحريرية- أن تستوعب جميع تداعيات الحدث التَّواصلِي في استعمال اللُّغة الإعلامية الَّتِي تترع إلى التَّنوع في إيجاءاتها بتنوُّع المقاصد والأغراض بناءً على أنَّ هناك خلطاً مقصوداً في استعمال الكلمات والعبارات، خاصَّةً في مجال الإعلام السياسي والاتِّصال بالجماهير، حيث يتمُّ التَّفنُّن في تضمينها إيجاءات مخالفة، وهو الأمر الَّذي تمارسه المجتمعات المتحضِّرة اليوم وعلى نطاق واسع بغية تحقيق مصالحها وأغراضها غير المعلنة.

- ولأنَّ اللسانيات التداولية بإمكانها أن تسمح بالاطِّلاع على الوظيفة الاجتماعية للُّغة الَّتِي هي موضوع "علم الإعلام اللُّغوي"، خاصَّةً وأنَّه لا يمكن فصل الوحدات والعبارات اللُّغوية عن السِّياق الاجتماعي والثقافي الَّذي وردت فيه، حيث أنَّ الألفاظ والعبارات ترتبط ارتباطاً قوياً بالمقام الَّذي يحيط بإنتاج الكلام، والَّذي يبيِّن علاقة اللُّغة بمستعمليها، أي النَّاس والأشياء الَّتِي يتعاملون بها، وعليه، أصبح موضوع علم الإعلام اللُّغوي هو دراسة المنفعة العلميَّة للُّغة.

- إنَّ التَّركيز على استعمال البعد التداولي من خلال تحليل وظيفة المصطلح الإعلامي ضمن وسائل الإعلام المختلفة بالوطن العربي، يسمح بالكشف عن الأغراض الأيديولوجية والخلفيات

الاجتماعية والسياسية في ظلّ المقامات المختلفة لاستعمال المصطلح الإعلامي العربي وتلقيه، وهو ما لا يمكن الوصول إليه بالاعتماد على مبادئ اللسانيات البنوية.

وتنطلق إشكالية بحثنا هذا من محاولة إجابتنا عن مجموعة من الأسئلة الهامة، وهي كالتالي:

- ماهي الحثيات التي يمكن أن يوصف بها واقع المصطلح الإعلامي العربي السياسي؟.
- وإلى أيّ مدى يمكن للتداولية أن تساهم في وصف وتفسير أبعاد الممارسة الإعلامية في المصطلح العربي السياسي؟.

وضمن الإجابة عن هذين السؤالين، نحاول الإجابة عن أسئلة ضمنية أخرى مثل:

- هل وضع المصطلح الإعلامي العربي، هو وضع عربي أم غربي؟، وهل هو مرتبط بانتاج المعرفة؟.

- وهل تواجه اللغة الإعلامية إشكالية تعدد المصطلح الإعلامي العربي مقابل المصطلح الأجنبي الواحد؟.

- هل تعدد المصطلح الإعلامي هو تعدد ذو توجه سياسي أو أيديولوجي أو ثقافي، أم تعدد لساني مرتبط باختيارات تقنية (تقنية لغوية: الاشتقاق، التوليد الدلالي، البلاغة... إلخ)؟.
- كيف السبيل إلى توحيد المصطلح الإعلامي العربي؟.

وقد آثرنا أن تكون وسيلتنا في ذلك التركيز على وظيفة المصطلح الإعلامي التداولية، معتمدين على نماذج من المصطلحات الأكثر استعمالاً وتكراراً في وسائل الإعلام العربية.

واخترنا لبحثنا هذا عنواناً هو: "المصطلح الإعلامي العربي- دراسة في ضوء اللسانيات التداولية"، وارتأينا له هيكلية تقوم على مقدمة وتمهيد وأربعة فصول وخاتمة، حيث تناولت المقدمة التعريف بالموضوع، وبيّنت دواعي الاهتمام به، والإشكالية التي يطرحها، وأوضحت الخطة المنهجية المتبعة لدراسته.

وجاء التمهيد بعنوان: "اللغة والتواصل"، وفيه تعرّضنا إلى تعريف اللغة، وإلى أهميتها في عملية التواصل، كما تعرّضنا إلى أهمية الاستعمال اللغوي وكيفية تجسيده كنشاطٍ كلاميٍّ يسمّى عملية التلفظ بالخطاب، باعتباره من أبرز عوامل الترابط والتشعّب الاجتماعية، والنشاط الرئيس الذي يمنح استعمال اللغة طابعه التداولي.

أمّا فصول البحث؛ فكان تقسيمنا لها كالتالي:

الفصل الأوّل: وجعلنا له عنواناً هو: "المفاهيم الأساسية في الدراسة التداولية للمصطلح الإعلامي العربي"، وقد تناولنا فيه تعريف المصطلح بشكلٍ عام، والمصطلح الإعلامي بشكلٍ خاص،

بالإضافة إلى أهمّ المفاهيم التي يمكن استثمارها في دراسة المصطلح الإعلامي، سواءً من حيث البعد التّواصلي أو من حيث البعد التّداولي، وذلك نظراً لأهمّيتها في دراسة واستنتاج وظيفته التّداولية، كما أنّنا حاولنا أن نشير إلى أهمّية المنهج التّداولي في دراسة المصطلح الإعلامي باعتباره منجزاً لغوياً في إطار التّواصل الذي يشكّل جوهر الدّراسة التّداولية.

أمّا الفصل الثّاني؛ فعنوانه هو: "عناصر المحيط التّداولي للمصطلح الإعلامي العربي"، وقد أردنا أن نحدّد فيه مستويات الاتّصال الإعلامي وأنشطته، والتي يرتبط بها استعمال المصطلح الإعلامي بشكلٍ عام، بالإضافة إلى تحديد عناصر المحيط التّداولي للمصطلح الإعلامي بوصفها العناصر التي يتمّ من خلالها اختيار المصطلحات وتوظيفها، ويؤدّي من خلالها المصطلح الإعلامي وظيفته التّداولية، مبرزين، في الوقت نفسه، أهمّية هذه العناصر السّياقية في دراسة المصطلح، والمتمثلة في المرسل (واضع المصطلح ومستعمله)، المرسل إليه (المتلقّي / جمهور المتلقّين)، المرسل (اللغة الإعلامية/ المصطلح الإعلامي)، السّياق وأنواعه، التلفّظ وقيوده الحركية.

أمّا بالنّسبة إلى الفصل الثّالث؛ فجعلنا له عنواناً هو: "من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي - مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التّداولية"، وقد حاولنا من خلاله عرض و مناقشة أهمّ الإشكاليات التي رأينا أنّها ترتبط بوضع المصطلح الإعلامي وباستعماله في مختلف وسائل الإعلام العربية، حيث تعرّضنا إلى إشكالية المصطلح الإعلامي العربي على مستوى الوضع، وإشكالية تحديد المفهوم، بالإضافة إلى مناقشة إشكالية تعدّد المصطلح الإعلامي العربي وأسبابه، وإشكالية توحيده، كما حاولنا أن نلقي بعض الضّوء على إشكال التّبعية في المصطلح الإعلامي وأسبابه.

أمّا الفصل الرّابع؛ فجاء عنوانه كالتّالي: " أهمّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التّداولية للمصطلح الإعلامي العربي"، وقد سعينا فيه إلى ذكر قوانين الخطاب، والقواعد والأحكام التي لا يخرج عنها النّشاط الكلامي، وأن نبين أهمّيتها في آية عمليّة اتّصال ناجحة بين شخصين، أو بين مجموعة من الأشخاص.

كما تعرّضنا إلى أهمّ الإستراتيجيات الخطابية المستعملة في مجال الإعلام بوجه عام بهدف التّأثير على المتلقّي، والتي يؤدّي من خلالها المصطلح وظيفته التّداولية، بالإضافة إلى محاولتنا لاستنتاج كلّ من وظائف وسائل الإعلام، وكذا الوظائف التّداولية للغة، وذلك من خلال ربطها بمقامات الاستعمالات المختلفة للمصطلح من جهة، واستنتاج الوظائف التّداولية للمصطلح من خلال استثمار المفاهيم الأساسية لأهمّ النّظريات التّداولية.

وقد دَعَمْنَا عملنا هذا بأَمْثَلَة تطبيقيّة ومخَطَّطات توضيحيّة لتدعيم البحث، وربط الجانب النَّظري منه بالجانب التَّطبيقي، وذلك من خلال طرح نماذج من واقع المصطلح الإعلّامي العربي في وسائل الإعلام العربيّة.

وقد اتَّبَعْنَا في بحثنا هذا منهجاً وصفيّاً اقتضته طبيعة الموضوع المطروح للدراسة، سواءً في جانبه الإعلّامي أو التَّداولي، وضمن هذا المنهج سعينا إلى وصف عمليّة وضع المصطلح واستعماله في وسائل الإعلام العربيّة، والتَّأثير الَّذي يحدثه هذا الاستعمال بالنَّسبة إلى المتلقّي العربي، وعلى كَيْفِيّة إدراكه لواقعه بالنَّظر إلى خلفيات الواضع الإيديولوجيّة، وأهدافه السِّياسيّة، ومن ثمَّ استنتاج وظيفة المصطلح الإعلّامي التَّداوليّة.

ثمَّ أهينا بحثنا هذا بخاتمة تضمّنت خلاصة ما توصلنا إليه من نتائج، وملحق ثبت المصطلحات فرنسي - عربي، ويضم كذلك معجماً للمصطلحات الإعلّاميّة الّتي تمَّ تحليلها في الجزء التَّطبيقي من البحث، وبفهرس للمراجع العربيّة والأجنبيّة حسب التَّرتيب الأبجائي العربي والفرنسي، ثمَّ الفهرس العام للبحث.

ولا ننكر مدى ما واجهنا من عقبات في محاولتنا للوقوف على معالم هذا البحث، إلّا أنّنا نفضِّل أن نتعرَّض إلى أهمِّها، والّتي تتمثّل في:

جِدَّة الموضوع، حيث أنّ جلَّ الدِّراسات الّتي اطَّلعنا عليها، والّتي تناولت قضيّة المصطلح بشكلٍ عام، أو اللُّغة الإعلّاميّة بشكلٍ خاص، لم تتناول مسألة المصطلح الإعلّامي كموضوع للبحث أو التَّقاش، وإنَّما تناولت اللُّغة الإعلّاميّة وخصائصها، ما عدا بعض التُّصوص الموجودة في بعض المجلّات.

وإنَّنا لَنرجو أن تكون دراستنا هذه قد ساهمت في إلقاء بعض الضَّوء على واحدة من الإشكاليات الّتي تواجهها اللُّغة العربيّة بشكلٍ عام، والإعلام العربي بشكلٍ خاص، وأن يساهم هذا العمل في إفادة الطلّاب المقبلين على البحث، وفي إثراء المكتبة العربيّة، كما أنّنا ندرك تمام الإدراك أنّ عملنا هذا لا يخلو من الكثير من النَّقائص، إلّا أنّنا نأمل أن يكون فيه من الإيجابيات ما يشفع للنُّقص الَّذي اعتراه؛ فإن كُنَّا قد وفَّقنا فيه، فمن الله التَّوفيق، وإن كان غير ذلك؛ فحسبنا أنّنا حاولنا أن نلفت أنظار الباحثين إلى هذا الموضوع الحساس والمتعلِّق بواقع اللُّغة العربيّة، لاقتناعنا بأنَّ الاهتمام بالجانب الإنجازي للُّغة هو الَّذي يمكن أن يحلَّ الكثير من مشاكلها الرّاهنة.

وقد تمَّ إنجاز هذا البحث بعون الله وفضله أولاً ثمَّ بمعونة وتوجيه أستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور " عزوز أحمد "، الذي أتقدَّم إليه بشكري الجزيل وامتناني العميق على ما قدَّمه لي من نصحٍ وتقويم طيلة مراحل هذا البحث، الأمر الذي جعلني أجتنب الكثير من الهفوات والتقصير، حتَّى وصل إلى الصُّورة الَّتِي بين أيديكم، ولا أنسى في هذا المقام، أن أوجِّه شكري وعرفاني، كذلك، إلى الأستاذ " الطَّيِّب دُبَّة " الذي كان يجلس معي لساعات طويلة لمناقشة عناصر البحث، ممَّا ساهم في إثرائه بالمزيد من المعلومات، وإلى كلِّ من ساعدني من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل؛ فجازاهم الله عنِّي خير الجزاء.

الطَّالِبَة: بوكْلخَة صوريَة.

تمهيد

اللغة والتواصل

1- اللغة و التواصل:

لقد شهدت مراحل التطور الإنساني ظاهرة الاتصال بين البشر، ولاحظ الإنسان البدائي - في صراعه من أجل البقاء - أن وجوده داخل الحشد¹ يختلف عن وجوده منعزلاً عنه؛ فحفاظه على مصالحه و طبعه الاجتماعي جعله يمارس أشكالاً و مظاهر عديدة من الاتصال² تعبر عن شخصيته، و نمط حياته، و المحيط الذي يعيش فيه.

ونتيجة لذلك أصبحت المجتمعات تقوم على التفاعل القائم بين أفرادها على اختلاف مستوياتهم الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية...

إن الجنس البشري الذي منح بسخاء ملكات فردية يدين بنجاحه كجنس لشيئين: لكل من قدرته التنظيمية، و القدرة التي أظهرها في تحسين و تطوير مواهبه الفردية، و لقد كان من اهتمامات الإنسان الأولى أن يزيد من أثر و تنوع و وضوح الرسائل الاتصالية في الوقت الذي يطور فيه قدرته على تفسير رسائل الآخرين، و قد سعى الإنسان عبر التاريخ إلى تحسين هذه القدرة؛ فبدأ اتصاله بالآخرين بأبسط الإشارات الصوتية و الحركية، و استعان بالعديد من الوسائل غير اللفظية لنقل الرسائل كالموسيقى، الرقص، التثت، الإشارات التارية، الرسم... ، و لكن تطور اللغة هو الذي جعل الاتصال الإنساني أكثر قوة³.

2- أهمية اللغة في عملية التواصل :

لقد عرف فرديناند دو سوسير⁴ Ferdinand De Saussure (1857 -

1913)

اللغة (Langue) بأنها ظاهرة اجتماعية¹؛ إذ ما كان للتواصل أن يتم بين بني البشر لولا وجودها؛ بل هي تعتبر وسيلة الاتصال الأولى.

¹ - هو تجمع لفئة قليلة من البشر، و لكن هذا التجمع يكون بشكل تلقائي، و يتقيد بالمنطقة الجغرافية و الظروف المعيشية الخاصة بها (و التي تسمح ببقاء الحياة)، و عندما تحقق هذا الحشد و لاحظ الإنسان أن تجمع مجموعة من الناس في منطقة واحدة بطريقة تلقائية قد حقق له فائدة كبيرة و زاده قوة أكبر، حيث أصبح أقوى المخلوقات، و نظراً لتمييزه بالعقل، أصبح الإنسان يحاول تشكيل عملية التجمع بشكل عمدي عن طريق التخطيط و التفكير، و بهذا تحقق الاتصال عند الإنسان البدائي .

² - إن ظاهرة الاتصال ليست قائمة بين بني البشر فحسب؛ بل بينهم و بين خالقهم أيضاً، و ذلك عن طريق الكتب السماوية و الأنبياء و الرسل الذين أرسلوا إليهم، و الدليل على ذلك هو مخاطبة الله لعباده كل بلغة قومه، كما أن الإنسان يتصل بربه يوماً عدة مرات سواء عن طريق إقامة الصلاة أو الدعاء أو غيرها من باقي العبادات.

³ - محاضرة للسنة الثانية بعنوان: ماهية الاتصال، مقياس: مدخل إلى علوم الاتصال، دائرة اللغة العربية و آدابها، جامعة ابن خلدون - تيارت، السنة الجامعية : 1998 - 1999م.

⁴ - ولد فرديناند دو سوسير بجنيف من أسرة معروفة بكثرة العلماء، و هي من أصل هغوتي (بروتستانتني) فرنسي، كانت دراسته في مبدئها في الفيزياء و الكيمياء، ثم اهتم بالدراسات اللغوية، أصدر كتابين: الأول سنة 1879 بعنوان: مذكرة في النظام البدائي للصوائت في اللغات الهندية الأوربية، و الثاني سنة: 1881 بعنوان استعمال المضاف المطلق في اللغة السنسكريتية، و وافته المنية سنة: 1913، إلا أنه بعد وفاته كتب للسانيات الشهرة على يد تلاميذه و هي محاضرات جمعت في كتاب بعنوان "محاضرات في اللسانيات العامة". ينظر: الطيب دبه، مبادئ اللسانيات البنوية - دراسة تحليلية إبستمولوجية - دار القصة للنشر، الجزائر: 2001، ص ص: 54، 55 .

وفي ظلّ هذا السياق التّحديدي لعلاقة اللّغة بمبدأ التّواصل تستمدّ اللّغة البشرية أهمّيّتها؛ فقد شغلت فكر الإنسان منذ بداية الوعي بالواقع اللّغوي، و أصبحت محور اهتمام و دراسة عبر العصور.

ولأنّها تمثّل النّظام التّواصلّي الذي يعبر عن التّبادل و المشاركة الجماعية بين أفراد الجنس الواحد؛ فقد استطاعت أن تكون الوسيلة الوحيدة التي تعبّر عن الفكر²، والحافطة للتراث البشري ممّا أهلها لأن تكون مفتاح المعرفة الشّاملة لكلّ ما هو موجود بدءاً بالإنسان وذاته وصولاً إلى كلّ ما يحيط به في هذا العالم، وبناءً عليه، لا يمكن فصل مفهومها عن طابعها الاجتماعي الذي تتجلّى من خلاله.

إنّ اللّغة نظامٌ خاص بكلّ مجتمع لغوي، و في الوقت نفسه تمثيلٌ و تجسيد لنظام أكبر وهو اللّسان (Langage) الذي يشترك فيه جميع البشر.

أ- اللّغة عند ابن جنّي³ : (320هـ - 392هـ) :

يقول في باب القول على اللّغة و ما هي: « أمّا حدّها؛ فإنّها أصوات يعبر بها كلّ قوم عن أغراضهم »⁴.

نرى في هذا التّعريف أنّه قد جمع بين البعد الوظيفي والبعد التّواصلّي للّغة في آن واحد، كما فرّق بين اللّغة و بين اللّسان حينما ذكر: « كلّ قوم عن أغراضهم »؛ ففيه تخصيص لاستعمال اللّغة لدى كلّ مجتمع لغوي معيّن.

ب- اللّغة عند ابن خلدون⁵ : (732هـ - 808هـ) :

ويقول في رؤيته للّغة: « اعلم أنّ اللّغة في المتعارف هي عبارة المتكلم عن مقصوده، وتلك العبارة فعلٌ لسانيٌّ ناشئٌ عن القصد بإفادة الكلام؛ فلا بدّ أن تصير

¹ - Voir, Ferdinand De Saussure, Cours de linguistique générale, Édition préparé par : Tullio De Mauro, Éditions Payot – Paris : 1985, pp : 24, 25, 29, 31 .

² - سننطرق إلى هذه الفكرة بالتفصيل في المباحث اللاحقة .

³ - هو أبو الفتح عثمان ابن جنّي الموصلي، كان أبوه مولاً رومياً، و ربّما كان اسمه جنّي تعريباً لكلمة: Gennaius اليونانية، و قد ولد له ولده عثمان حوالي سنة 320هـ، أخذ يدرّس للطلاب بمسجد الموصل، و في أثناء ذلك تعرّض للأعراب الفصحاء و يأخذ عنهم مثل أبي عبد الله الشّجري الذي يتردّد ذكره في الخصائص، لازم ابن جنّي أستاذه أبا علي الفارسي 40 سنة، له كتابان جليلان هما سر صناعة الإعراب، الخصائص، يتناول فيهما نحو العربية، توفي سنة 392 هـ.

⁴ - ابن جنّي، أبي الفتح عثمان، الخصائص، تحقيق: محمّد علي النّجار، دار الهدى للطباعة والنّشر، بيروت- لبنان، ط: 02، ج: 01، ص: 33.

⁵ - ابن خلدون، عبد الرّحمن أبو زيد ولي الدّين، اشتهر بابن خلدون نسبة إلى أوّل من دخل الأندلس من أجداده، وهو من أصل يمانيّ حضرميّ يتصل نسبها بالصّحابي الجليل وائل بن حجر، ولد في تونس و نشأ و تعلّم بها، و قد تولّى العديد من المناصب و تنقّل في العديد من البلدان في الوطن العربي كتونس و الجزائر و مصر و المغرب؛ و يعتبر ابن خلدون مؤسس علم الاجتماع، وفيلسوفاً اجتماعياً اقتصادياً، ومؤلفاته تتمثّل في كتاب العبر و ديوان المبتدأ و الخبر في أيام العرب و العجم و البربر ومن عاصرهم من ذوي السّلطان الأكبر وهو الذي اشتهر باسم (مقدّمة ابن خلدون)، و قد توفي عن عمر ستّة وسبعين سنة في رمضان سنة 808 هـ / ابن خلدون، عبد الرّحمن أبو زيد ولي الدّين، المقدّمة، تحقيق: خليل شحادة، دار الفكر للطباعة والنّشر و التّوزيع، بيروت- لبنان، ط: 01، 1424هـ/2003م، ص: 4، 5، 6 (بتصرّف)

ملكة متقرّرة في العضو الفاعل لها، وهو اللسان، وهو في كلِّ أمّة بحسب اصطلاحاتهم»¹.

وابن خلدون في تعريفه هذا للُّغة لم يغفل ما قد جاء في التعاريف السابقة من حيث البعد الفردي والاجتماعي لها؛ بل تعدّاه إلى البعد التداولي² (D. Pragmatique) الذي يشمل "عبارة المتكلم" (أي عملية التلُّفُظ : L'énonciation)³ ثمَّ "القصد في إفادة الكلام"، و مقدره الإنسان على التكلُّم حيث أشار إلى كيفية انتقال اللُّغة من مجموعة من القواعد و القوانين التجريدية إلى كلام منجز بواسطة اللسان بقوله: « فلا بدّ أن تصير ملكة متقرّرة في العضو الفاعل لها، وهو اللسان»، وهذا هو بالتحديد ما تعتمد عليه النُّظرية التداولية (Pragmatique)، حيث تحاول الإجابة على الأسئلة: من المتكلم؟ و إلى من يتكلّم؟ ما هي قيود الكلام؟ ، متى يكون الكلام مقنعاً؟ وكيف يكون الكلام مقنعاً...؟

ج- اللُّغة عند ف. دو سوسير (F. De Saussure) :

يقول دوسوسير في تصوُّره للُّغة : « و لكن ما هي اللُّغة ؟ بالنسبة لنا فهي لا تختلط مع اللسان، صحيح أنّها ليست سوى جزء أساسي و محدّد منه، إلّا أنّها في الوقت ذاته نتاج اجتماعي لملكة اللسان، و مجموعة تواضعات ضرورية متبناة من طرف الكيان الاجتماعي لتسمح بممارسة هذه الملكة لدى الأفراد »⁴.

حاول دو سوسير (De Saussure) في هذا التعريف أن يوضّح أهميّة التميّز بين اللُّغة واللسان؛ فاللسان هو المجال العام الذي تنتمي إليه اللُّغة و الكلام معاً؛ إذ تعتبر اللُّغة المستوى الذي يجسّد اللسان في صورته الاجتماعية، والكلام المستوى الذي يجسّد اللسان في صورته الفردية، و يقول: « اللسان له جانب فردي و جانب اجتماعي و لا نستطيع أن نتصوّر أحدهما دون الآخر »⁵.

د- اللُّغة عند إدوارد ساپير⁶ Edward Sapir : (1884-1939) :

¹- المرجع نفسه، ص : 565.

²- سيأتي تعريف التداولية في الفصل الأوّل.

³- سننعرّض إلى تعريف هذا المصطلح في المباحث اللاحقة من هذا العمل.

⁴-Ferdinand De Saussure, Cours de linguistique générale, p : 25.

⁵- Ferdinand De Saussure, Ibidem, p : 24.

⁶- ولد إدوارد ساپير بألمانيا ثمَّ هاجر إلى أمريكا و عمره خمس سنوات، يعتبر أحد أبرز اللسانيين الأوائل الذين ساهموا في إرساء قواعد اللسانيات البنوية الأمريكية (...). حصل على الدكتوراه في الأنثروبولوجيا سنة 1909، وكان له اهتمام كبير باللُّغات الأمريكية الهندية، وقد وردت أهمّ القضايا التي تقدّم بها في مجال اللسانيات البنوية في كتابه اللُّغة "Le Langage": ينظر : الطيّب ديبه، مبادئ اللسانيات البنوية - دراسة تحليلية إبستمولوجية، ص: 140.

يشير سابير في هذا التعريف إلى أهمية اللغة في البناء الاجتماعي بين الأفراد؛ إذ يقول: « يعتبر اللسان من دون شك وسيلة قوية للتشكيل الاجتماعي الأقوى على الإطلاق، من هنا؛ فنحن لا نريد فقط القول بأنه إذا لم يكن اللسان نفسه موجوداً؛ فلن تكون هناك علاقات اجتماعية حقيقية (هذا ما هو بديهي تماماً)؛ و لكن مجرد امتلاك لغة مشتركة يمثل رمزاً ذا قدرة خاصة للتضامن الاجتماعي الذي يجمع الأفراد المتكلمين لهذه اللغة »¹، وهذا هو جانبها الاجتماعي.

هـ اللغة عند أندري مارتيني² André Martinet (1908-1999) :

يقول حول تصوّره لملكة اللسان: « في الكلام العادي، اللسان يشير تحديداً إلى الملكة التي يتفاهم بها الناس عن طريق العلامات الصوتية »³، ويعني بذلك أنّ لكلّ مجتمع لغة ذات نظام خاص، تعبّر عن ثقافته و نمط تفكيره و عن تراثه... إلخ؛ وبالتالي فهي لا تحمل فقط معالم المجتمع الأساسية فحسب؛ بل هي السبيل الوحيد لتحليلها و تمييزها عن باقي المعالم الخاصة بالمجموعات الإنسانية الأخرى.

بما أنّ اللغة نظامٌ من العلامات؛ فهي نسيج من المصطلحات التي تمّ الاصطلاح عليها من طرف كلّ مجتمع لغويّ للتعبير عن أغراضهم التواصلية؛ وعليه فإنّ « العنصر اللغوي في أصل نشأته - من الوجهة الاعتبارية لا من جهة الزّمن الفيزيائي- رمزٌ يقوم بضربٍ من المواضعة لينوب بحضوره عن إحضار الأشياء المتحدّث عنها سواء أكانت ممّا يتسنى حضوره أو ممّا يتعدّر؛ فكأنّما الذي ساق الإنسان إلى التّوسل باللغة إنّما هو نزوعه إلى المجهود الأدنى بحكم تركيبه وبدافع غريزته التي قوامها الاقتصاد الأدائي : أن يستأثر بأكبر النّفع بالذي يتسنى من أضعف المجهود، وعلى هذا الأس المبدئي عرفت العلامة بأنّها "حضور لغوية" على حدّ التعبير الحرفي، أو قل بتعبير متأصل هي "شاهد على غائب" »⁴.

كما يغدو الاستعمال اللغوي من أهمّ عوامل التّرابط و التّنشئة الاجتماعية بين الأفراد عن طريق تحقيق التّفاعل، وذلك تحت ظلّ سلطة قانون الاصطلاح والمواضعة حيث يعدّ إبداع العلاقات الاجتماعية من الأهداف النّفعية للاستعمال

¹ -Edward Sapir, Linguistique, Présentation de Jean – Elie Boltanski, Les Éditions de minuit, Paris, p : 41.

² -لساني فرنسي، يعتبر أحد المؤسّسين لعلم اللسانيات الحديث، له دراسات مهمّة حول مبادئ الدّراسة الفونولوجية « وقد كان من بين أهمّ إسهاماته في هذا المذهب اللساني الكبير مفاهيمه و نظرياته التي أسّس بها اللسانيات الوظيفية على المستوى التركيبي للغة؛ وذلك في العديد من مؤلّفاته نذكر منها : اللسانيات الآنية (1970)، و مبادئ في اللسانيات العامّة (1960)، و اللغة و الوظيفة (1970) «: الطّيب دبة، مبادئ اللسانيات البنوية، ص : 105، 106.

³ -André Martinet, Éléments de linguistique générale, Armand Coulin, p : 07.

⁴ - عيد السّلام المسدي، قاموس اللسانيات - عربي- فرنسي، فرنسي-عربي- مع مقدّمة في علم المصطلح، الدّار العربية للكتاب، 1984، ص : 13.

اللغوي؛ فكثيراً ما تتبلور علاقات الناس من خلال إنجازهم لأفعالهم اللغوية؛ إذ يتقاربون و يتباعدون، ولذلك يعتمد الإنسان مثلاً إلى الاعتذار عندما يقترف خطأً يثير مشاعر سيئة لدى الآخرين؛ إذ لا يجد لخطاب الاعتذار وسيلة أفضل من الإنجاز اللغوي¹.

ويقودنا الحديث عن استعمال اللغة إلى « واحدٍ من الأسئلة الأكثر إلحاحاً في كلِّ فلسفة لغوية وهو: كم يوجد من طريقة تستعمل بها اللغة؟ يرى فنتجشتاين (Wettgenstein) أنه لا يمكننا الإجابة على هذا السؤال بتقديمنا لقائمة كاملة من الأصناف و لكن: كم هو عدد أنواع الجمل الموجودة؟ والجواب : هناك عدد لا يحصى من الأنواع (...) لا يخطر ببال أحد القول بأنه يوجد عدد لا يحصى من أنواع الأنظمة الاقتصادية، أو القواعد المتعلقة بالزواج، أو أنواع الأحزاب السياسية؛ لماذا يجب على اللغة أن تكون أكثر تمرّداً على التصنيف أكثر من أيِّ مظهرٍ آخر من مظاهر الحياة الاجتماعية ؟ »².

وعليه فقد شكّلت اللغة و ميادين استعمالها موضوع البحث الذي ظلَّ مهيمناً على أبحاث علماء اللغة على اختلاف مناهجهم؛ إذ يمكن التأكيد على أن « ميدان استعمال اللغة هو الخطاب، وأنه لا يتبلور الاستعمال إلا من خلال عملية قولية تسمى عملية التلّفُظ بالخطاب؛ فالتلّفُظ بالخطاب هو النشاط الرئيس الذي يمنح استعمال اللغة طابعه التّدائلي، بوصفه نقطة التحوّل بالممارسة الفعلية لها، ممّا يبلور عناصر السّياق في الخطاب: من مرسل و مرسل إليه، كما أنه يتحدّد به القصد و الهدف »³.

إنّ مختلف الاستراتيجيات الخطابية⁴ التي يتبنّاها المتكلّم أثناء استعماله للغة هي التي تبرز الجانب التّدائلي لها، و الذي يستطيع من خلاله هذا المرسل أن يصرّح بمقاصده أو يضمّنّها في الملفوظات؛ وعليه فإنّ تداول اللغة وممارستها بين الأفراد هو الذي يعطي للتلّفُظ « دوره في الخطاب؛ فتصبح الملفوظات هي الأساس في استعمال اللغة، مع أنّ هذا لا يُبعد أنّها قد تتجلّى من النّاحية التّركيبية في أشكال متعدّدة، ولا يُبعد أن تكون دلالة الملفوظ الحرفية هي الدّلالة المناسبة للسّياق »⁵.

¹ - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب - مقارنة لغوية تداولية - دار الكتاب الجديد، بيروت - لبنان، ط: 01: 2004م ص: 25.

² - John R. Searle, Sens et expression - Étude de théorie des actes de langage, Les Éditions de Minuit, Collection « Le sens commun », Paris, 1982, p : 31.

³ - عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 27.

⁴ - هناك إستراتيجيات مختلفة يمكن للمتكلّم أن يستخدمها أثناء استعماله للغة تملبها مختلف الظروف التي تحيط بعملية إنتاج الكلام و تنوع العناصر السّياقية، و يمكن ذكر هذه الاستراتيجيات كالتّالي: الإستراتيجية التّضامنية، الإستراتيجية التّوجيهية، والإستراتيجية التّلميحية، و إستراتيجية الإقناع، و سوف نرى تفصيل هذه الإستراتيجيات في الفصل الرّابع من هذا العمل.

⁵ - عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 28.

الفصل الأول

المفاهيم الأساسية في دراسة المصطلح الإعلامي العربي

تواتر الحديث في البحوث والدراسات المعاصرة عن قضية المصطلح وأهميته بالنسبة إلى اللغات التي تطمح لامتلاك المعارف والتقانات، خاصة في البلدان السائرة في طريق النمو، حيث يعدُّ المصطلح أحد أهمِّ وسائلها لخوض التجربة العلمية، وبلوغ مصاف الدول المتقدمة، إلا أنَّ المجالات التي يستخدم فيها المصطلح عديدة ومتنوعة؛ إذ يختصُّ كلُّ علمٍ بمصطلحات تأخذ سماته ومميزاته، ولا يخرج تعريفها عن حدوده المتعارف عليها.

1- فما هو تعريف المصطلح؟

1-1- المصطلح لغة:

لفظ المصطلح¹ في اللغة العربية مُشتقُّ من الفعل الثلاثي « صلح » ، وجاء في أساس البلاغة: « صَلَحَتْ حَالُ فُلَانٍ، وهو على حالٍ صالحة. وأنتني صالحة من فلان، ولا تعدُّ صالحاته و حسناته (...) و صَلَحَ الأمرُ و أصلحته، وأصلحتُ الفعل، و أصلح الله تعالى الأميرَ، و أصلح الله تعالى في ذريته و ماله و سعى في إصلاح ذات البين (...) و صَلَحَ فلانٌ بعد الفساد، و صالح العدو، و وقع بينهما الصُّلح (...) و تصالحا عليه و اصطلحا، وهم لنا صلحُ أي مُصالحون، و رأى الإمام المصلحة في ذلك. ونظر في مصالح المسلمين، وهو من أهل المفاصد لا المصالح. و فُلانٌ من الصُّلحاء، و من أهل الصِّلاح، من هو من أهل صلاح؛ وهو من أسماء مكَّة شرفها الله تعالى، قال حرب بن أمية لأبي مطر الحضرمي يوم الفجار:

أبا مطر هلمَّ إلى صلاح فتكفيك الندامى من قریش (...) ومن المجاز: هذا الأديم يصلح للنعل، و فلان لا يصلح لصحبتك، و أصلح إلى دابته: أحسن إليها و تعهدها².

وورد في لسان العرب: « الصِّلاح: ضدُّ الفساد، صلح يصلحُ ويصلحُ صلاحاً و صلوحاً (...) و الصُّلح: تصالح القوم بينهم، و الصُّلح: السُّلم، و قد اصطلحوا و صالحوا

و اصَّلحوا و تصالحو و اصَّالحو...³ »

من خلال هذا الشرح، نرى أنَّ هذه اللفظة تحمل معنى التلاقي بعد خصومة أو مقاطعة أو بعد حرب، كما « دلت النصوص العربية على أنَّ كلمات هذه المادة

¹ - وهو المصدر الميمي للفعل اصطلح، و « يقابل لفظ " المصطلح " في اللغة العربية مصطلح « Term » في الإنجليزية والهولندية والدنماركية والنرويجية والسويدية ولغة ويلز، Terminus أو Term في الألمانية، و Terme في الفرنسية، و Termine في الإيطالية... » : محمود فهمي حجازي، الأسس النغوية لعلم المصطلح، دار غريب للطباعة، القاهرة، ص: 10.

² - الرَّمخشري (جار الله أبي القاسم محمود بن عمر)، أساس البلاغة- قاموس: عربي-عربي، راجعه و قدَّم له: إبراهيم قلتي، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، ص: 381، مادة: (ص، ل، ح).

³ - ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت- لبنان، ط: 01، 1300هـ، المجلد: 02، ص: 516، 517، مادة (ص، ل، ح).

تعني- أيضاً- الاتفاق، و بين المعنيين تقارب دلالي فإصلاح الفساد بين القوم لا يتم إلا باتفاقهم¹.

2-1- المصطلح اصطلاحاً:

نجد لهذه اللفظة استخدامات متعدّدة في التراث العربي، حيث قصد بها الاتفاق عند ورودها في عدد من الأحاديث النبوية الشريفة في قوله صلى الله عليه وسلم²: « اصطلاحاً على أن لنوح ثلثها » ، و « اصطلاحاً أهل هذه البحيرة » ، و « اصطلاحاً على وضع الحرب » و « اصطلاحاً نحن و أهل مكة » ، و « اصطلاحاً الناس على رجل » ، وفي هذه الأحاديث لفظة اصطلاح تحمل كلاً من معنى الاتفاق³.

ومن أمثلة ذلك في تراثنا العربي الإسلامي أيضاً استخدام المعجم الذي ألفه الثّهانوي (1158هـ/1745م) بعنوان: "كشّاف اصطلاحات الفنون"، وهو أكبر معجم للمصطلحات في الحضارة الإسلامية⁴.

ونتيجة لتتوّع التخصصات - نظراً للازدهار و التطوّر المعرفي الذي عرفته هذه الفترة من تاريخ الأمة العربية والإسلامية- فقد ظهرت المعاجم المختصة في مختلف الحقول المعرفية، حيث « تضمّنت حركة التّأليف المعجمي في التراث العربي القديم إعداد المعاجم العلمية المختصة تحت تأثير التطوّر اللغوي وحركة الترجمة والتّأليف بين القرنين الثّالث و الخامس الهجريين على وجه الخصوص »⁵.

ويمكن القول أن بعض هذه المعاجم قد وصل إلى مستوى من النضج لم تصل إليه كثير من المعاجم المختصة الحديثة، خاصة في مجالات متعدّدة كالطب، والنبات، والأدوية المفردة والمركّبة (أي الصّيدلة)، وهذا مثل: معاجم الموضوعات والرّسائل اللّغوية، المعاجم العلمية المختصة: معاجم موسوعية اصطلاحية، معاجم فنية مختصة: معاجم علمية محضّة، مؤلّفات طبّية ذات طابع معجمي⁶.

3-1- المصطلح في العصر الحديث:

1- محمود فهمي حجازي، الأسس اللّغوية لعلم المصطلح، ص: 07.
2- أنظر مواضع ورود هذه الأحاديث النبوية المثبتة في: و نسك و آخرين: المعجم المفهرس لألفاظ الحديث النبوي، بريل، ليدن 1955 / عن: المرجع نفسه، ص ص: 07، 08.
3- ينظر: المرجع نفسه، ص ص: 07، 08.
4- ينظر: المرجع نفسه، ص: 09.
5- جواد حسيني سما عنة، « المعجم العلمي المختص (المنهج و المصطلح) » ، مجلّة مجمع اللّغة العربية بدمشق « مجلّة المجمع العلمي العربي سابقاً » ، عدد خاص و فيه تتمة بحوث ندوة (إقرار منهجية موحّدة لوضع المصطلح)، المجلد: 75، ج: 04، 1421 هـ/2000م، ص: 966.
6- ينظر: جواد حسيني سما عنة، « المعجم العلمي المختص (المنهج و المصطلح) » ، المرجع السّابق، ص ص: 966، 968.

لقد عرف المصطلح في العصر الحديث دقّة أكبر في تحديد مفهومه، إلى جانب أهميته في الحقول المعرفية المختلفة، حيث أصبحت صناعة المصطلح أداة في يد من يملك تلك المعرفة وينتجها؛ فأضحى وسيلة هامة في البناء الحضاري لهذه الأمم، ومن جهة أخرى أصبح المصطلح بالنسبة للأمم التي تستهلكه عامل من عوامل التّبعية والانحطاط العلمي.

ومن بين التّعريفات التي أعطيت للمصطلح في العصر الحديث أنّه: « كلمة أو مجموعة من الكلمات من لغة متخصصة (علمية أو تقنية... إلخ)، يوجد موروثاً أو مقترضاً، و يستخدم للتعبير بدقّة عن المفاهيم و ليبدّل على أشياء ماديّة محدّدة »¹.

قد أثار هذا التّعريف ثلاث قضايا أساسية متعلّقة بتعريف المصطلح:

الأولى: هي أن يكون موروثاً و ذلك لأنّ المفردة في حياتها تمرّ بأحد هذه المراحل الثلاث:

1- إمّا أن تبقى المفردة محافظة على المعاني السّابقة التي وضعت من أجلها.

2- وإمّا أن يضاف إليها معانٍ جديدة بالإضافة إلى المعاني السّابقة والتي يستدعيها السياق.

3- وإمّا أن تنقرض هذه المفردة و تموت و يحلّ محلّها مفردات أخرى تتناسب مع ظروف الحياة و العصر الذي تستعمل فيه اللّغة.

الثّانية: هي أن يكون هذا المصطلح مقترضاً، و في هذه الحالة يكون:

1- إمّا لفظة معرّبة و خاضعة لقوانين اللّغة المستقبلة.

2- أو أن يكون لفظة مترجمة.

3- و إمّا أن يكون لفظاً دخيلاً يستعمل في اللّغة المستقبلة كما هو دون

أيّ تغيير.

الثالثة: هي أن يدلّ المصطلح على أشياء ماديّة محدّدة (علمية أو

تقنية... إلخ).

وفي تعريف آخر: « المصطلح لفظ، كلمة أو كلمات، تحمل مفهوماً معيّناً مادياً أو معنوياً غير ملموس، أو هو كلمة أو كلمات ذات دلالة علمية أو حضارية يتواضع عليها المشتغلون بتلك العلوم و الفنون و المباحث »².

بالمقارنة مع التّعريف السّابق نجد أنّ:

¹- أنظر بحث لوكليرك السّابق: H. Leclercq, What about the determination of the term « term » ? in / Infoterm Series 7, p : 137 / عن: محمود فهمي حجازي، الأسس اللّغوية لعلم المصطلح، ص: 11.

²- د. أحمد شفيق الخطيب، منهجية بناء المصطلحات و تطبيقاتها، مجلّة مجمع اللّغة العربية بدمشق، القسم الأوّل من بحوث ندوة: (إقرار منهجية موحّدة لوضع المصطلح)، المجلّد: 75، ج: 03، 1421هـ-2000م، ص: 503.

1- المصطلح يحمل مفهوماً مادياً أو معنوياً غير ملموس، وهو يختلف في هذا مع التعريف الأول الذي يرى بأن المصطلح يدلُّ على أشياء مادية محدَّدة فقط.

2- المصطلح له دلالة علمية و حضارية؛ فهو ناقل للعلم و الحضارة.

3- المصطلح العلمي يتواضع عليه المشتغلون بالمجالات المختلفة علمية

أو فنيّة...، ذلك لأنَّ الاصطلاح في اللُّغة بشكلٌ عام يلبي حاجة تواصلية تفرضها الحياة الاجتماعية، أمَّا في المجالات العلمية أو التَّقنية أو الفنيّة... الخ ؛ فهناك تخصيص في وصف عملية الاصطلاح، حيث تفرضه الحاجة العلمية المتجدِّدة ، وهذا يقتضي اصطلاحاً من طرف المشتغلين بهذه المجالات المختلفة باعتبار أنَّهم منتجون للمعرفة.

4- ويشترك كلُّ من التَّعريفين في كون المصطلح عبارة عن كلمة أو

مجموعة من الكلمات.

وهناك من يعرف المصطلح أو الكلمة ¹ انطلاقاً من الوظيفة التي تؤديها، حيث نجد تمام حسَّان يعرف الكلمة العربية تعريفاً يتَّصل بوظيفتها أكثر ممَّا يتَّصل بتقسيمها؛ فهي بالنسبة إليه صيغة ذات وظيفة لغوية معيَّنة في تركيب الجملة، تقوم بدور وحدة من وحدات المعجم، و تصلح لأن تُفرد، أو تحذف، أو تحشى، أو يُغيَّر موضعها، أو تُستبدل بغيرها في السِّياق، و ترجع في مادتها غالباً إلى أصول ثلاثة، وقد تلحق بها زوائد ².

أمَّا التَّعريف الذي اتَّفَق حوله المختصُّون ؛ فهو الذي أطلقه الأوربيون عليه؛ إذ يعتبر أفضل تعريف أعطي للمصطلح، وهو: « الكلمة الاصطلاحية أو العبارة الاصطلاحية مفهوم مفرد أو عبارة مركَّبة استقرَّ معناها أو بالأحرى استخدامها و حدَّد في وضوح، هو تعبير خاص ضيق في دلالاته المتخصَّصة، و واضح إلى أقصى درجة ممكنة، وله ما يقابله في اللُّغات الأخرى، و يرد دائماً في سياق النُّظام الخاص بمصطلحات فرع محدَّد فيتحقَّق بذلك وضوحه الضَّروري » ³.

نرى في هذا التَّعريف أنه قد تمَّ تحديد المجال المفهومي لأيِّ مصطلح و ذلك بتضييق دلالاته المتخصَّصة للتمييز بين كلِّ مجالٍ من المجالات التي يستعمل فيها حسب سياق النُّظام الخاص بها، إلى جانب الإشارة إلى أنَّ إيجاد مقابلٍ لكلِّ

¹ - إلا أنَّ الكلمة ليس لها تعريف ينطبق عليها في كلِّ اللُّغات، حيث أننا إذا « استعرضنا تعريفات مختلفة للكلمة، شرقية وغربية؛ وجدنا في النهاية أنَّ فكرة الكلمة- كـ بعض الأفكار اللُّغوية الأخرى- لا يمكن أن تُعرَّف تعريفاً ينطبق عليها في كلِّ اللُّغات ؛ وإنما تستقلُّ في كلِّ لغة بتعريف خاص، مستقى من طبيعة اللُّغة ووسائلها الخاصَّة في التَّركيب » : تمام حسَّان، مناهج البحث في اللُّغة، دار الثقافة للنشر والتَّوزيع، مطبعة النُّجاح الجديدة، الدَّار البيضاء المغرب: 1407 هـ/ 1986م، ص: 259.

² - ينظر: تمام حسَّان، المرجع السَّابق، ص: 266.

³ - محمود فهمي حجازي، الأسس اللُّغوية لعلم المصطلح، ص: 11، 12.

مصطلح في اللغات الأخرى هو جزء مهم من هذا التحديد، و أن المصطلح يمكنه أن يكون كلمة مفردة أو عبارة مركبة.

وقد تنوعت الكلمات حسب استعمالها المختلفة؛ و لهذا فقد تعددت

التعريف التي أعطيت للكلمة من طرف المحدثين الذين اختلفوا اختلافاً بيناً في ذلك؛ فمن أندري مارتيني (André Martinet) الذي يعرف الكلمة أو

"المورفيم" بأنها أصغر وحدة دالة في التقطيع المزدوج للغة¹ (La double)
articulation du langage، نجد أن « ماثيسوس يعرفها بأنها "أصغر وحدة صوتية متتابعة لا يمكن أن ترتبط بأي وحدات أخرى" »².

ومن جهة أخرى يعرفها « فاشيك (Vachek) بأنها (...) " جزء من الحدث الكلامي له صلة بالواقع الخارج عن اللغة، و يمكن اعتبارها وحدة غير قابلة للتقسيم، و يتغير موضعها بالنسبة لبقية الحدث الكلامي " »³.

وتجمع لفظة « مصطلح » على « مصطلحات »، ويقابلها باللغة الفرنسية " Terminologie "، وهي « مجموعة الكلمات التي تعود إلى تصورات أو إلى أشياء متعلقة

بمجال علمي محدد أو بنشاط إنساني »⁴.

من هذا المنطلق « يتسنى أن نعرف المصطلح علامياً بأنه شاهد على

شاهد غائب، و لعل هذه الحقيقة هي التي تعلق بصفة جوهرية صعوبة الخطاب اللساني من حيث هو تعبير علمي يتسلط فيه العامل اللغوي على ذاته ليؤدي ثمرة العقل العاقل للمادة اللغوية »⁵.

فأي تعبير علمي في أي مجال من المجالات العلمية، و في أي تخصص من التخصصات يحتاج إلى صياغة مصطلحات خاصة به؛ إذ يتوضع أصحابه عليها انطلاقاً من اللغة نفسها بحيث يضبط مفهوم كل مصطلح فلا يتعدى حدود مجال ذلك التخصص، « ذلك ما يفسر إذن كيف أن كل علم يصطنع لنفسه من اللغة معجماً خاصاً؛ فلو تتبعت كشفه المصطلحي، و قارنته بالرصيد القاموسي المشترك في اللغة التي يتحاور بها العلم ذاته؛ لوجدت حظاً وفيراً من ألفاظ العلم غير وارد قطعاً في الرصيد المتداول لدى أهل ذلك اللسان؛ و ما منه وارد فإنما ينفصل في الدلالة عما هو شائع انفصلاً لا يبقى معه إلا التواتر في الشكل الأدائي »⁶.

1- Voir : André Martinet, *Éléments de linguistique générale*, Éditions Armand Colin, Paris, pp : 13, 14.

2- حلمي خليل، الكلمة، دراسة لغوية معجمية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1993م، ص: 17/ عن: ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السباق، ص: 278.

3- حلمي خليل، الكلمة، دراسة لغوية معجمية، ص: 17/ عن: المرجع نفسه، ص: 278.

4- R. Galisson et D. Coste et Autres, *Dictionnaire de Didactique des langues*, p : 559.

5- عبد السلام المسدي، قاموس اللسانيات، ص: 13.

6- المرجع نفسه، ص: 12.

وعلى هذا الأساس؛ فإنَّ القاعدة التي تنبني عليها صناعة المصطلح العلمي لا تختلف كثيراً عن القاعدة الطَّبِيعِيَّة الأُولَى التي تمَّ فيها الاصطلاح اللُّغوي ؛ فـ « إذا كان اللَّفْظ الأَدَائِي في اللُّغَة صورة للمواضعة الجماعية ؛ فإنَّ المصطلح العلمي في سياق نفس النِّظام اللُّغوي يصبح مواضعة مضاعفة ؛ إذ يتحوَّل إلى اصطلاح في صلب الاصطلاح ؛ فهو إذن نظامٌ إبلاغيٌّ مزروع في حنايا النِّظام التَّواصلِي الأَوَّل، هو بصورة تعبيرية أخرى علامات مشتقة من جهاز علاميٍّ أوسع منه كمًّا و أضيق دقَّةً »¹.

ولعلَّ هذه الطَّرِيقَة المضاعفة في وضع المصطلحات وتحديد مفاهيمها، تنبني على أصول وقواعد محدَّدة لا تخرج عن نظم اللُّغات وخصائصها العامَّة ، وبالأخص عن نظام وخصائص العربية، وهذا استعداداً لكلِّ ما يستجدُّ و يتمخَّض عن التطوُّر الَّذِي يحصل نتيجة تقدُّم الأبحاث، خصوصاً بعد تشعُّب العلوم والفنون، وكذا لاستيعاب المفاهيم الوافدة علينا من لغات أجنبية منتجة للمعرفة ، ولهذا السَّبب فهم يستعينون بوسائل أهمُّها: « الاشتقاق والتَّوليد والتَّرجمة والتَّعريب و النَّحت و التَّدخيل، وكانت هذه الوسائل سبباً في اتِّساع العربية و استيعابها للعلوم والآداب »².

2- تعريف المصطلح الإعلامي:

المصطلح في الإعلام هو تلك الكلمة أو العبارة التي يتمُّ بثُّها ونشرها وإشاعتها عبر وسائل الإعلام المختلفة، حيث يرى صالح خليل أبو أصبع أنَّ الكلمة في مجال الإعلام هي « كلُّ رسالة منطوقة أو مكتوبة يحتاج نشرها للجُمهور عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، وهذا يشكِّل كلُّ ما تنتشره وسائل الإعلام المقروءة من صحف و مجلَّات، وكتب، ونشرات، و غيرها، ويشمل كذلك ما يتمُّ بثُّه عبر وسائل الاتِّصال المسموعة أو المسموعة المرئية كالإذاعة و التِّلْفزيون و السِّينما »³.

كما يؤكِّد صالح خليل أبو أصبع على وجوب توفُّر معنى المصادقية في الكلمة؛ وعليه فهو يصنِّف الكلمة إلى ثلاثة أنواع و ذلك بقوله أنَّ المصادقية « تعني هنا إلْتزام الكلمة بالصدِّق في التَّعبير عن الحقيقة، و هناك ثلاثة أنواع من الكلمات التي تنتقلها إلينا وسائل الإعلام وهي:

- الكلمة الإبداعية و الكلمة العلمية و الكلمة الإعلامية.

- الكلمة الإبداعية مثقلة بالمشاعر والخيال.

- والكلمة العلمية هي كلمة العقل والواقع.

1- المرجع نفسه، ص: 13.

2- خضر عليان القرشي و حامد صادق قنبيبي، « المصطلح العلمي و دوره وأهميته » ، مجلَّة جامعة أمِّ القرى، السَّنَة السَّادسة، العدد الثَّامن: 1414 هـ، ص: 144.

3- صالح خليل أبو أصبع، تحدِّيات الإعلام العربي: المصادقية، الحرية، التَّنمية والهيمنة التَّقافية، (دراسات في الإعلام)، دار الشُّروق: 1999م، ص: 39.

- والكلمة الإعلامية هي مزيجٌ من المشاعر والعقل، مزيجٌ من الخيال والواقع، ولكلٌّ منها مصداقيّتها الخاصّة¹»

إذن، فالمصطلح الإعلامي هو الكلمة أو الكلمات أو العبارات² التي يتمّ الاتفاق على استعمالها في مجالات الإعلام المختلفة السّياسية، والاقتصادية، والثّقافية، والرياضية، أو في الإعلانات التجارية والإشهار...، وذلك لأداء مدلولات محدّدة تفرضها السّياقات المختلفة لكلّ مجال من هذه المجالات، والتي تستدعيها الاستعمالات الخاصّة بكلّ خطاب، وذلك عبر وسائل الإعلام المختلفة³.

3- البعدان: التّواصلي والتّداولي لوظيفة المصطلح الإعلامي العربي:

في البداية، ونظراً للأهميّة التي يكتسبها المصطلح الإعلامي؛ فإنّه من الضّروري دراسته في ظلّ بعدين اثنين: أولهما هو: البعد التّواصلي، الذي يدرس كيفية حدوث التّفاعل بين الأطراف المتخاطبة، ويحدّد العوامل التي يكون من خلالها هذا التّفاعل ممكناً، والاتّصال ناجحاً، بالإضافة إلى أنّ الإعلام يشكّل فرعاً من مجالٍ أوسع وأكبر، ألا وهو مجال الاتّصال.

ثانياً: البعد التّداولي: الذي يهتمّ باللّغة في صورتها المادّية المنجزة،

وبالظّروف التي يتمّ في ظلّها إنتاج الكلام، وبالتأثيرات التي يحدثها هذا الكلام على المتلقّي، كما تهتمّ بالمتكلم والمستمع، وبأسباب إنتاج الكلام وخلفيّاته ووظائفه... الخ.

وعليه، لا يمكن دراسة المصطلح الإعلامي من دون استنثار أهمّ المفاهيم والمبادئ الخاصّة بكلّ من هاذين البعدين، والتي يمكن أن نذكرها من خلال ما يلي:

3-1-1 من حيث البعد التّواصلي:

يتوخّى المتكلم أثناء استعماله للّغة اختيار الإستراتيجية المناسبة التي تستطيع أن تترجم قصده، و تحقّق هدفه في أحسن الأحوال⁴، وهذا ما يؤديّ به إلى بناء عمليّة اتّصالية ناجحة.

3-1-1-1 فما هو الاتّصال؟

يقابل كلمة اتّصال باللّغة العربية كلمة "Communication"، وهي المشتقة من «الكلمة اللاتينية Communis ومعناها Common أي "مشترك" أو

¹ - المرجع نفسه، ص: 40.

² - ونعني بها الملفوظات (Les énoncés) بالمفهوم التّداولي، ذلك أنّ الملفوظ هو ما ينتجه المتكلم في الواقع، أو هو ما نسمعه أو نقرأه (...). كما أنّ كثيراً من الملفوظات لا تنتسب إلى نموذج الجملة؛ فقد تكون الملفوظات مكوّنة من عبارة مثل: « فنجان من القهوة؟ »، أو من كلمة مثل « آسف! »، أو من وحدات ذريّة لا تشكّل أجزاء من الجملة مثل « أه، مرحباً! »: Herbert H. Clark, Arenas of language use, The University of Chicago Press, USA, 1992, pp: xiii, xiv. ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 28. ويقابل الملفوظ ما يسمّى بعملية التلفظ (L'énonciation)، والتي تعتبر بدورها ذلك النشاط الرّئيس الذي يمنح استعمال اللّغة طابعه التّداولي بوصفه العامل الأساسي الذي يحدّد دور الملفوظات التّداولي، ويسهم في بيان دلالاتها، وفي الكشف عن آليّة التّعامل = اللّغوي في السّياقات المختلفة؛ إذ يرتبط بسياق معيّن؛ فيصبح فيصلاً في بيان المرجعيّات: ينظر: صالح خليل أبو أصبع، المرجع السّابق، ص: 27، 30.

³ - سواً المكتوبة أو المسموعة أو السّمعية البصرية.

⁴ - ونقصد بذلك إنجاز فعله الخطابي بعيداً عن أيّ تشويش.

"عام"؛ وبالتالي فإنّ الاتصال كعملية يتضمّن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعلٍ ما «¹.

أ-الاتصال لغةً:

جاء في لسان العرب: « وَصَلْتُ الشَّيْءَ وَصْلاً، وَوَصَلْتُ ضِدَّ الْهَجْرَانِ، ابْنُ سَيِّدِهِ: الْوَصْلُ خِلافِ الْفِصْلِ، وَوَصَلَ الشَّيْءُ بِالشَّيْءِ يَصِلُهُ وَصْلاً وَوَصْلَةً وَوَصْلَةً (...)» وفي التَّنْزِيلِ الْعَزِيزِ: « وَ لَقَدْ وَصَلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ، أَي وَصَلْنَا ذِكْرَ الْأَنْبِيَاءِ وَ أَقْاصِيصَ مِنْ مَضَى بَعْضِهَا بِبَعْضٍ، لَعَلَّهُمْ يَعْتَبِرُونَ، وَ اتَّصَلَ الشَّيْءُ بِالشَّيْءِ: لَمْ يَنْقَطِعْ، (...) وَ الْوُصْلَةُ: الْإِتِّصَالُ، وَ الْوُصْلَةُ: مَا اتَّصَلَ بِالشَّيْءِ، قَالَ اللَّيْثُ: كُلُّ شَيْءٍ اتَّصَلَ بِشَيْءٍ فَمَا بَيْنَهُمَا وَصْلَةٌ، وَ الْجَمْعُ وَصْلٌ. وَ يُقَالُ: وَصَلَ فُلَانٌ رَحِمَهُ يَصِلُهَا وَصْلَةً، وَ بَيْنَهُمَا وَصْلَةٌ أَي اتَّصَلَ وَ ذَرِيعَةٌ.. «².

ب-الاتصال اصطلاحاً:

لقد أدّى الاهتمام باللُّغة و بتدارسها عند العرب إلى الالتفات إلى دراسة الاتّصال و مجالاته المختلفة، حيث نجد الجاحظ³ يستخدم مصطلح "البيان" للدلالة على الاتّصال، حيث يقول: « والبيان اسم جامع لكلّ شيء كشف لك قناع المعنى و هناك الحجب دون الضمير حتّى يفضي السامع إلى حقيقته و يهجم على محصوله كائناً ما كان ذلك البيان ، و من أيّ جنس كان ذلك الدليل. لأنّ مدار الأمر والغاية التي إليها يجري القائل والسامع إنّما هو الفهم والإفهام؛ فبأيّ شيء بلغت الأفهام و أوضحت عن المعنى ؛ فذلك هو البيان في ذلك الموضوع «⁴.

أمّا في العصر الحديث ؛ فقد أعطيت تعاريف متعدّدة للاتّصال ؛ إذ يرى صالح خليل أبو أصبع بأنّه « عملية يقوم بها الشّخص بنقل رسالة تحمل المعلومات أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين لهدفٍ ما -أ عن طريق الرّموز بغض النظر عمّا قد يعترضه- من

تشويش .. «⁵.

¹- صلاح الدّين جوهر، علم الاتّصال: مفاهيمه، نظرياته، مجالاته، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1980، ص: 11 / عن حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيّد، الاتّصال ونظرياته المعاصرة، الدّار المصرية اللّبنانية، القاهرة، ط:02، 1422هـ/2001م، ط:03، 1423هـ/2002م، ص: 23.

²- ابن منظور (أبي الفضل جمال الدّين محمّد بن مكرم الأفرقي المصري)، لسان العرب، دار صادر، بيروت-لبنان، ط:01، 1300 هـ، المجلد:11، ج:05، مادّة (و، ص، ل)، ص: 726- 727.

³- هو « الجاحظ: أبو عثمان عمرو بن بحر بن محبوب، ينتسب إلى كنانة بالولاء، ولد في البصرة سنة:163هـ: 780م، وتوفي فيها سنة: 255هـ: 869م. من رجال الاعتزال، ورأس الفرقة الجاحظية التي انتسبت إلي. ترك من الكتب مائة وخمسة وسبعين. ومن أهمّها: كتاب الحيوان في أربع مجلّدات، كتاب البيان و التّبيين، كتاب البخلاء، كتاب المحاسن والأضداد وغيرها: الجاحظ (أبو عثمان عمرو بن بحر بن محبوب)، البيان و التّبيين، تح: د. درويش جويدي، المكتبة العصرية للطباعة و النّشر، صيدا- بيروت، ط:02، 1421هـ/2000م، ج: 01، ص: 07.

⁴- المصدر نفسه، ج: 01، ص: 56.

⁵- صالح خليل أبو أصبع: الاتّصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والنّشر والتّوزيع، عمّان- الأردن، ط:01، 1995، ص: 12، وقد أجرى صالح خليل أبو أصبع تعديلات على هذا التّعريف في نفس الكتاب و لكن في طبعته الثالثة سنة 1999، ص: 12 لنفس دار النّشر وهذا التّعريف هو: « الاتّصال هو عملية ديناميكية يقوم بها المتّصل / المرسل - عبر وسيلة ما

أمّا بالنسبة إلى من عرفوا الاتصال في العصر الحديث من الغربيين نجد جون ديبيوا (Jean Dubois) أنه : « التبادل الشفهي بين شخص متكلم ، الذي ينتج عبارة موجّهة إلى شخص متكلم آخر ، و مخاطب الذي يسترعي الاستماع منه وإجابة واضحة أو ضمنية (حسب نوع العبارة) »¹ . يحدث الاتصال بين شخصين حيث تكون الدلالة التي يضمها المرسل للأصوات هي نفسها التي يضمها المستمع لهذه الأصوات نفسها² ، و في تعريف آخر نجد أن الاتصال « في النظرية التواصلية: هو تحويل " الخبر " بين "مرسل" و"متلقي" بواسطة "مرسلة" والتي تنتقل عبر "قناة" »³ . ونلاحظ في هذا التعريف وصفاً لكيفية حدوث عملية الاتصال ، و ذلك من خلال وصف عناصر الاتصال⁴ التي تتكامل مع بعضها لتكون هذه العملية ناجحة تماماً.

وقد قال غريغوري باتسون⁵ " Gregory Bateson " جملة وبسطها تلاميذه في مدرسة بالو ألتو⁶ (Palo Alto)، وهي « أوصل يعني دَخَلَ في الفرقة

– لنقل رسالة تحمل المعلومات أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر أو الحاجات إلى الآخرين عن طريق الرموز لهدف ما، في ظرف ما، و بغض النظر عن المعينات أو التشويش الذي يرافق هذه العملية « : صالح خليل أبو أصعب، نصوص تراثية في ضوء علم الاتصال المعاصر، ص: 18. وفي هذا التعريف نلاحظ أنه كان أكثر دقة في وصفه لكيفية حدوث عملية الاتصال، وذلك بذكره لمختلف العوامل التي تتدخل فيها، أين استبدل بعض المصطلحات الأكثر عمومية مثل " الشخص " بمصطلحات أكثر دقة مثل : المتصل/ المرسل، إلى جانب ذكره للقناة التي تمرّ عبرها الرسالة و الظرف الذي ترسل فيه، وهذا ما لم يذكره في تعريفه الأول

¹ - Jean Dubois et Autres, Dictionnaire de linguistique, Librairie Larousse, Paris, 1973, p : 96.

² - Voir : Jean Dubois et Autres, Ibidem, p : 92.

³ -R. Galisson et D. Coste et Autres, Dictionnaire de didactique des langues, Librairie Hachette, 1976, p : 102

⁴ - وهذه العناصر هي: « 1- المتصل : وهو الشخص الذي يقوم بالاتصال (المتحدث، الكاتب، الخطيب، الإذاعي، أو الصحفي أو مستخدم الانترنت ... الخ).

2- الرسالة: وهي المعلومات أو الآراء أو المشاعر أو الاتجاهات التي يرغب المتصل في توصيلها عبر الرموز اللفظية أو الصوتية أو الإذاعة أو التلفزيون أو الانترنت.

3- الوسيلة: وهي الأداة التي بها يتم نقل الرسالة، وقد تكون اللسان أو الكتاب أو الجريدة أو المجلة أو السينما أو الإذاعة أو التلفزيون أو الانترنت .

4- المتلقي: وهو الذي يتم الاتصال به أي من يتلقى الرسالة، سواء كان فرداً أو جماعة أو مؤسسة أو جمهوراً.

5- الهدف والتأثير: الاتصال ذو هدف ما يطمح المتصل إلى تحقيقه للتأثير على المتلقي من زوايا عدة، قد تكون للتأثير على الأفكار أو المشاعر أو الاتجاهات أو السلوك أو المواقف أو غيرها. فالإتصال يقوم بوظيفة ما ويحقق إشباع حاجات متنوعة للمتصل والمتلقي.

6- الظرف /السياق أ وبيئة الاتصال : كل عملية اتصالية لها ظرفها الخاص بها ، الذي قد يؤثر سلباً أو إيجاباً- في نجاحها.

7- التشويش: هو أي تدخل يمكن أن يعترض العملية الاتصالية فيؤثر على أداؤها سلباً، سواء كان ذلك مرتبطاً بالمرسل أو الرسالة أو الوسيلة أو المتلقي أو الظرف الاتصالي «/ صالح خليل أبو أصعب ، نصوص تراثية في ضوء علم الاتصال المعاصر، دار آرام للدراسات و النشر و التوزيع، عمّان- الأردن، ص: 19 .

⁵ - في بعض الكتب باترسون: " Baterson " « G. Baterson ، وهو عالم أنثروبولوجي أمريكي من أصل بريطاني (1904-1980)، اهتم بالأنثروبولوجية الاجتماعية مبكراً ، و قام بعدة بحوث ميدانية بصحبة زوجته مرغريت مي (Margaret Mead)، بعد الحرب العالمية الثانية تحوّل اهتمامه نحو السبرنطيقا و إدخال المفاهيم التي أنضجتها نظريات الإعلام و الإتصال إلى مجال الطبّ العقلي – المترجم «: نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام و الإتصال الجماهيري و المجتمع آراء و رؤى، دار القصبية للنشر، 1999، ص: 36.

⁶ - « Palo Alto كاليفورنيا: مدرسة في فلسفة التعبير، ترى أنّ الاتصال هو بمثابة الحاوي العام لكلّ النشاطات ؛ فكلّ شيء هو اتصال و لا يمكن التخلص من الاتصال بتاتا ؛ فكلّ نشاط علمي أو عادي يقع داخل غلاف يسمّى الاتصال، حيث أنّ العلوم والفنون والممارسات اليومية ليست سوى قطاعات محتواة داخل الحاوي: الاتصال، بهذا المعنى يصبح هو المسيطر لأنّه يشمل كلّ النشاطات واللغات و السلوكات بما فيها السلوك العلمي» / المرجع نفسه، ص: 36 .

الموسيقية»¹، ويشرح لنا دانيال بوغنو² (Daniel Bougnoux) هذه الجملة بقوله : « أنت لن تتواصل إذا خالفت، أو أنّ موسيقاك لم تتناسق مع توليفات الآخرين ، والرّموز المعمول بها، دخل في الفرقة الموسيقية يعني لعب لعبة بعض الرّموز ، والانضواء في علاقة منسجمة مع القنوات ، ووسائل الإعلام ، والشبكة الموجودين »³.

يبين بوغنو (D. Bougnoux) في هذا التعريف بأنّ نجاح عملية الاتصال مرتبط بتوفر كلّ الظروف التي يتحقّق فيها التفاهم و الانسجام، وإذا حدث أيّ تشويش؛ فلن تصل هذه الرّسالة بشكلٍ صحيح.

ومن ناحية أخرى، يبرز جورج روجن روش⁴ (Jurgen Rusch) أهميّة التّواصل وكيفية حدوثه؛ إذ يرى بأنّه يتعدّى العلاقات الإنسانية إلى باقي الكائنات الحيّة الأخرى؛ فهي بدورها تتواصل فيما بينها عن طريق إرسال واستقبال رسائل ذات محتويات ومعاني محدّدة، حيث يقول: « العلاقات الإنسانية تتموضع داخل حقل التّواصل. كلّ شخص، كلّ نبتة، كلّ حيوان، وكلّ شيء يرسل إشارات، والتي تنقل رسالة إلى المتلقّي عندما تكون مُدركة، هذه المرسلات تُعدّل موقفه، كما أنّ التّغيير في موقف المتلقّي يستطيع بدوره إقناع المرسل بطريقة يمكن أو لا يمكن إدراكها »⁵.

إنّ الاتصال عند روبير إسكاربي⁶ (Robert Escarpit) يقتضي استعمال العلامات – لغوية كانت أو غير لغوية- لتحقيق التفاهم بين المرسل والمتلقّي، ولا يتحقّق هذا التفاهم إلّا إذا كانت هذه العلامات تمثّل ما اصطلح عليه من قبل بينهما، أي أنّه يجب عليهما أن يكونا مشتركين في مرجع واحد لكي يتحقّق التّفاعل بشكلٍ إيجابيٍّ وتامٍّ ؛ إذ يرى بأنّ « كلّ اتّصال يفترض الإرسال والاستقبال للعلامات، أي تنويعات طاقوية لكلّ التّنظيمات التي تشير إلى شيء آخر غير وجودها الخاص ، أين يكون المعنى (بالمفهوم الأوسع للكلمة) موضوعاً لمواضعة سابقة بين المرسل و المتلقّي »⁷.

¹ - Voir : Daniel Bougnoux, Introduction aux sciences de la communication ; Éditions Casbah, Alger, 2001, p : 20

² - دانيال بوغنو (D. Bougnoux) من خريجي دار المعلمين العليا، ومتحصّل على شهادة الأستاذية في الفلسفة وأستاذ في علوم الاتّصال بجامعة ستانفورد بفرغون و نوبل III (Université de Grenoble III) / (La couverture). Ibidem :

³ - Ibidem, p : 20.

⁴ - Gregory Bateson, طبيب الأمراض العقلية، وقد أدخل السبرنتيقا ونظرية الاتّصال إلى طبّ الأمراض العقلية: Jurgen Rusch, Communication et société , Préface de Paul Watzlawick, Éditions du Seuil, 1988, (La couverture).

⁵ - Gregory Bateson, Jurgen Rusch, Ibidem, p : 35.

⁶ - ولد روبير إسكاربي سنة 1918 بسان ماكير (جيروند) (Saint Macaire) (Gironde)، ومن خريجي دار المعلمين العليا، متحصّل على شهادة الأستاذية في الإنجليزية، درّس الأدب المقارن ثمّ سوسيوولوجيا الأدب، وفي سنة 1974 أعطي لقب أستاذ لعلوم الإعلام والاتّصال (...). أنتج 65 كتاباً (...). وكان رئيساً لجامعة بوردو (Université de Bordeaux) / Robert Escarpit, L'information et la communication- Théorie Générale, Hachette supérieur, Paris, (La couverture).

⁷ - Robert Escarpit, L'écrit et la communication, Éditions Bouchene, collections que sais-je ? Alger : 1993, p : 05.

3-1-2- اتصال أم تواصل؟

ليس هناك اتفاق حول تحديد مفهوم هذين المصطلحين ؛ فقد لاحظنا في العديد من المرات أن هناك خلطاً و اختلافاً في تصور مفهوم كلمة اتصال و كلمة تواصل إلى حد أن البعض يصل إلى إعطاء اللفظة عكس المعنى الذي يعطيه لها آخر، و من هذا قول علي عجوة: « إن الاتصال لا يعني مجرد توجيه رسالة من طرف إلى آخر، وهي العملية التي يمكن أن يطلق عليها البث أو النشر أو الإرسال من جانب واحد ؛ فلكي يتم الاتصال لا بد أن يتلقى الطرف الأول رداً فورياً أو مؤجلاً على رسالته ، و أن تستمر الردود مع استمرارية توجيه الرسائل، فإذا انقطعت الردود أصبحت الرسائل بثاً أحادي الاتجاه »¹.

و يتفق معه محمد عبد الحميد حين يعرف الاتصال بأنه: « العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات ، والآراء ، والأفكار في رموز دالة بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع، وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة »²، أمّا بالنسبة لحسن عماد مكاي، و ليلي حسين السيد ؛ فنجدهما يعطيان أيضاً تعريفاً للاتصال يحمل معنى التبادل في قولهما: « وتستخدم كلمة "الاتصال" في سياقات مختلفة، وتتضمن مدلولات عديدة ؛ فهي بمعناها المفرد Communication تعني تبادل الأفكار والرسائل والمعلومات ، وتشير في صيغة الجمع Communications إلى الوسائل التي تحمل مضمون الاتصال »³.

ونجد، من جهة أخرى ، صالح خليل أبو أصبع يفرق تفریقاً منهجياً بين مصطلح الاتصال والتواصل، حيث يحاول أن يعطي لكل واحد حدوده المفهومية و علاقته بالآخر لكونهما داخل مجال واحد ، و ذلك بقوله : « يمكننا التفريق بين الاتصال و التواصل من حيث طبيعة عملية الاتصال ، وبينما يعني الاتصال إرسال الرسالة إلى المتلقي، إلا أن ذلك لا يعني أن المتلقي سيستجيب لها . فبينما الرسالة الأولى رسالة اتصالية ؛ فإن الأخيرة رسالة تواصلية ونطلق عليها كلمة تواصل لأن الكلمة تحمل في طبيعتها معنى المشاركة و التفاعل و الاستمرارية و هما من سمات عملية الاتصال الناجحة »⁴.

بينما يرى عبد الملك مرتاض بأن مصطلح "التبليغ" و "الإبلاغ" هو الأدق والأدق للمقابلة مع المصطلح الأجنبي " Communication " بدلاً من مصطلح "التواصل" الذي قد يشيع في كتابات بعض النقاد العرب المعاصرين، ذلك بأن المصطلح الأوربي إنما ورد في أصوله على صيغة التعدية المعنوية ،

1- علي عجوة و آخرون، مقدمة في وسائل الاتصال، مكتبة مصباح، جدة- السعودية، ط: 01، 1989، ص: 18 / عن: حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، ص: 23

2- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط: 01، 1997 ص: 21 / عن: حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، المرجع السابق، ص: 25 .

3- المرجع نفسه، ص: 15 .

4- المرجع نفسه، ص: 54 .

على حين أن معادله العربي "التواصل" لم يرد في العربية بهذا المعنى ؛ بل هو محايد لا يتعدى إلى أي معنى في غيره؛ وإنما يقتصر على ما فيه من معنى في نفسه¹.

والحقيقة أن قضية تحديد المفهوم للمصطلحات في اللغة العربية قد أصبحت من بين التعقيدات الكبرى التي ولدت أزمة المصطلح في اللغة العربية ، و التي هي محور هذه الدراسة.

3-1-3- أنواع الاتصال:

يقول الجاحظ حول أنواع البيان: « اعلم- حفظك الله- أن حكم المعاني خلاف حكم الألفاظ، لأن المعاني مبسوسة إلى غير نهاية، و أسماء المعاني مقصورة معدودة و محصلة محدودة، و جميع أصناف الدلالات على المعاني من لفظ و غير لفظ: خمسة أشياء² لا تنقص ولا تزيد: أولها اللفظ، ثم الإشارة، ثم العقد، ثم الخط، ثم الحال، تسمى نسبة، والنسبة هي الحال الدالة التي تقوم مقام تلك الأصناف و لا تقصر عن تلك الدلالات³ .
ويمكننا أن نحصر هذه الأصناف الخمسة⁴ في نوعين للاتصال يقومان على أساس اللغة⁵ و الذين يتمثلان في:

أ- الاتصال اللفظي: Communication verbale:

وهو النوع الذي تستخدم فيه العلامات أو الرموز اللفظية المتواضع عليها داخل المجتمع اللغوي الواحد ، أو بين أفراد من مجتمعات لغوية مختلفة ، مما يعني استخدام اللغة لتحقيق عملية الاتصال ، و « إذا كانت اللغة في الأغلب تدرس مع التواصل ؛ فذلك من أجل سبب واضح وهو أن الوظيفة الأولية للغة هي التواصل⁶ ، خاصة بعد هذه الثورة الاتصالية العظيمة التي اختصرت الزمان والمكان في قرية كونية يجتمع العالم كله فيها تحت ما يسمى بالعولمة⁷ (La mondialisation) ، أين أصبحت اللغة المفتاح الأساسي للدخول والمشاركة في هذه الظاهرة الكونية ؛ وكذلك لأن: « امتلاك لغة إنسانية هو واحدة من الخصائص الأكثر تميزاً عن كل الخصائص الثقافية، يتبع لق الأمر بالميزة التي

¹ - ينظر: عبد الملك مرتاض، « نظرية التبليغ بين الحداثة الغربية و التراث العربي » ، تجليات الحداثة، مجلة يصدرها معهد اللغة العربية و آدابها، جامعة وهران، العدد: 01، 1992، ص: 13.

² - سيتم تعريفها حسب كل نوع من أنواع الاتصال التي ينتمي إليها.

³ - الجاحظ، البيان و التبيين، ج: 01، ص: 56.

⁴ - يقول الجاحظ بأن « لكل واحد من هذه الخمسة صورة باننة من صورة صاحبها و حلية مخالفة لحلية أختها وهي التي تكشف لك عن أعيان المعاني في الجملة، ثم عن حقائقها في التفسير و عن أجناسها و أقدارها و عن خاصتها و عامها و عن طبقاتها في السار و الضار، و عفا يكون منها لغواً و بهرجاً و ساقطاً مطرّحاً » : المصدر نفسه، ج: 01، ص: 57.

⁵ - هناك تصنيف ثانٍ لأنواع الاتصال يقوم على أساس مستويات الاتصال المختلفة للاتصال الذاتي ، والشخصي ، والجمعي ، والوسطي، والعام، والجهاهيري.

⁶ - Judith Lazar, La science de la communication, Éditions Dahlab, collection que sais-je ?, Alger, p : 80.

⁷ - إلى جانب العولمة و الكونية هناك من يسميها كذلك الأمر.

ليست فقط متقاسمة بين كلِّ البشر عالمياً بمعزلٍ عن انتمائهم الثقافي، ولكنها أيضاً الوسيلة الأكثر ذيوياً في الاتصال الإنساني¹ .
ويتجلى الاتصال اللفظي في أول صنفٍ من أصناف الدلالات التي حددها الجاحظ، والمتمثل في اللفظ ، و الذي يعني به « العلامة اللسانية العرفية، المتواضع عليها في المجتمع اللغوي وهي تتكوّن أساساً من دال (الصورة السمعية) و مدلول (المفهوم الذهني الذي يقترن بتلك الصورة) »²، حيث تتجسّد هذه العلامة اللسانية في صورتها المادية عن طريق الصوت الفيزيائي الذي يعرفه الجاحظ على أنه « الجوهر الذي يقوم به التقطيع و به يوجد التأليف. ولن تكون حركات اللسان لفظاً ولا كلاماً موزوناً ولا منثوراً إلا بظهور الصوت، ولا تكون الحروف كلاماً إلا بالتقطيع والتأليف »³ .
أمّا صالح خليل أبو أصبع ؛ فيوضّح هذا النوع من الاتصال بقوله: « وهو الاتصال الذي يتم عن طريق استخدام اللغة المنطوقة، وهذا الأسلوب في توصيل الرسالة يستخدم الألفاظ المنطوقة والرّموز الصوتية ؛ فعبارة (أهلاً و سهلاً) يمكن أن تصبح ذات مدلولات أخرى بتغيير نبرة الصوت (...) ولا يخفى علينا أنّ هذا النوع من الاتصال لا يمكن أن يتم بمعزلٍ عن طرق الأداء الأخرى غير اللفظية مثل الحركة »⁴ .

وقد يكون هذا النوع من الاتصال قائماً بين شخصين أو جماعة أو جماعات، كما يمكن أن يكون قائماً مع الجمهور وهو ما يعرف بالاتصال العام⁵ .

إنّ استخدام اللغة في الاتصال اللفظي بصورته المنطوقة لا يمنع من استخدام اللغة بشكلها المكتوب أيضاً ، و هو ما يسمّى بالخط عند الجاحظ ، حيث يقول بأنّه « الدليل على ما غاب من حوائج الإنسان، وسبباً موصولاً بينه و بين أعوانه جعله خازناً لما لا يأمن من نسيانه ممّا قد أحصاه و حفظه و أتقنه و جمعه و تكلف الإحاطة به »⁶ ؛ إذ يمكن أن تتمّ عملية الاتصال عن طريق قراءتنا لرسالة أو كتاب أو صحيفة أو مجلة أو لأي نوع من أنواع الوثائق ، أو بإرسالنا لرسالة أو بكتابتنا لكتاب أو بحث أو مقال ... إلخ.
ويمكننا أن نلخص ما تستطيع اللغة أن تحقّقه في العملية التواصلية و ذلك في « وظيفتين متكاملتين :

¹ - Judith Lazar, La science de la communication, p : 79.

² - أحمد حساني، مباحث في اللسانيات - مبحث دلالي، مبحث تركيبى، مبحث صوتي- ديوان المطبوعات الجامعية: 1999 ، ص: 146.

³ - الجاحظ، البيان و التبيين، ج: 01، ص: 58.

⁴ - صالح خليل أبو أصبع ، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة ، ص: 42 .

⁵ - ينظر المرجع نفسه ، ص : 42.

⁶ - الجاحظ، الحيوان، ج: 01، ص: 45، 46. / عن: حلمي خليل، دراسات في اللغة و المعاجم، دار النهضة العربية، بيروت- لبنان، ط: 01: 1998، ص: 268.

1- الوظيفة الاتصالية: حيث تعمل اللغة كوسيط للتفاعل بين الأفراد ولنقل واستقبال المعلومات.

2- الوظيفة التجريدية: فاللغة وسيط لتكوين الأفكار التي تجرّد الواقع و تختزله في شكل رموز تمكّن الإنسان من فهمه و ضبطه بدرجة أكبر¹.

ب- الاتصال غير اللفظي: Communication non verbale :

وهو نوع من الاتصال الذي لا تستخدم فيه اللغة المنطوقة ، حيث يدخل تحته كل أنماط الاتصال التي لا تعتمد على العلامات أو الرموز اللفظية؛ فحتى « إذا بقيت اللغة الإنسانية وسيلة الاتصال الأكثر استعمالاً من طرف الأفراد من أجل تبادل المرسلات؛ ينبغي التذكير بأنها ليست الوحيدة التي في متناولهم² . كذلك يمكننا في هذا النوع من الاتصال أن نرسل وأن نستقبل مرسلات (Messages) في شكل علامات غير لغوية ، حيث تكون عملية الاتصال من خلالها تامة وناجحة، إلا أن هذه العلامات تأخذ أشكالاً متعددة كتبادل الرسائل عبر الإيماءات ، أو عبر حركات الجسم ، كما تكون في شكل رسومات أو موسيقى أو عن طريق نظم إشارية متواضع عليها ، ممّا يؤكّد على أنّ مجموعة كبيرة من التفاعلات الاجتماعية تشتمل على تواصلات غير لفظية. ويلخص الجاحظ الاتصال الغير لفظي في ثلاثة أصناف هي:

1- الإشارة: و يقول فيها: « فأما الإشارة فباليد وبالرأس وبالعين

والحاجب والمنكب إذا تباعد الشخصان، و بالثواب و بالسيف. و قد يتهدّد رافع السوط و السيف فيكون ذلك زاجراً رادعاً و يكون و عيذاً و تحذيراً. و الإشارة و اللفظ شريكان، و نعم العون هي له و نعم الترجمان هي عنه و ما أكثر ما تتوب عن اللفظ و ما تُغني عن الخط!³ .

ثمّ يضيف قائلاً: « و لولا الإشارة لم يتفاهم الناس معنى خاص الخاص و لجهلوا هذا الباب البتة (...) هذا، و مبلغ الإشارة أبعد من مبلغ الصوت ؛ فهذا أيضاً باب تتقدّم فيه الإشارة الصوت⁴ » .

2- العقد: وهو « الحساب دون اللفظ و الخط⁵ » ؛ إذ يرى الجاحظ أنّ دلالاته المحدودة تتلخّص - أصلاً - في عقد الحساب بالأصابع. حيث أنّ العقد كاللفظ و الإشارة في كونه ذا دلالة مباشرة في إيصال المعنى⁶.

1- أميرة منصور يوسف علي، الاتصال و الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية: 1999، ص ص: 114، 113.

2 - Judith Lazar, La science de la communication, p : 84.

3- الجاحظ، البيان و التبيين، ج: 01، ص: 57.

4- الجاحظ، المصدر نفسه، ج: 01، ص: 58.

5- المصدر نفسه، ج: 01، ص: 59.

6- ينظر: أحمد حسّاني، مباحث في اللسانيات، ص ص: 146، 147.

3- النسبة: وهي: « الحال الناطقة بغير اللفظ و المشيرة بغير اليد. و ذلك ظاهر في خلق السموات، والأرض، وفي كل صامت وناطق، وجامد ونام، ومقيم وطاقن، وزائد وناقص ¹ »
و « ينطبق الاتصال غير اللفظي²، كما يرى راندال هاريسون (Randall Harrison)، على ظاهرة ذات مدى واسع؛ إذ تشمل تعبيرات الوجه والإيماءات والأزياء والرّموز، والرّقص و البروتوكولات الدبلوماسية و العنف... إلخ ³ ».

إذا احتاج الإنسان أن يتواصل مع غيره؛ فذلك لوجود حاجة ماسة لديه من أجل القيام بذلك وذلك بالتعبير عن انفعالاته للآخرين؛ فتقاسيم الوجه مثلاً مشتركة بين جميع البشر على اختلاف أجناسهم و ثقافتهم؛ فقد « سجّلت بعض الأبحاث بأنّ تعبير الوجه يتنوّع قليلاً حسب الانتماء الثقافي، كذلك قد بيّن إكمان (Ekman)⁴ (1980) وجود ستة انفعالات قاعدية (السعادة، الحزن، الغضب، الإشمئزاز، الخوف والمفاجأة) والتي تبدو ذاتها عند أشخاص من ثقافات متباينة ⁵، ممّا يؤكّد أنّ تعبير الوجه للانفعالات هو تعبير فطري عند الأفراد، حتّى ولو تدخلت بعض التعديلات المرتبطة بالثقافة ⁶ والحقيقة، لا نستطيع أن نفصل بين الاتصال اللفظي والاتصال غير اللفظي؛ فكلاهما متداخل في الآخر، وكلاهما نظام تواصل ضروري لتحقيق التفاهم و التفاعل بين الأفراد، حيث أنّ « تعابير الوجه مثلها مثل الحركات فهي مستعملة باستمرار من أجل إكمال الكلام وإرسال رسائل أو حتّى لتقوم في مقامها ⁷ ».

3-1-4- العلاقة بين الإعلام والاتصال:

يعتبر الاتصال ذلك النشاط الفردي و الجماعي، و الذي يتجلّى من خلال أنماطه المختلفة التي يمارسها الإنسان في حياته اليومية، كما يشير كذلك إلى العملية التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين.

وبما أنّ الإعلام هو أيضاً جمع و تخزين و نشر الأخبار و الوقائع؛ فإنه لا يخرج عن إطاره الاتصالي، ولكنه اتّصال أحادي الجانب، ذلك أنّه كثيراً ما

¹ - الجاحظ، البيان و التبيين، ج: 01، ص: 59.

² - ويطلق عليه أحياناً اللغة الصامتة The silent language / صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 42.

³ - المرجع نفسه، ص: 42.

⁴ - Ekman P., (1980), L'expression des émotions, La recherche, pp : 11, 117/ De : Judith Lazard, La science de la communication, p : 56.

⁵ - Ibidem, p : 56.

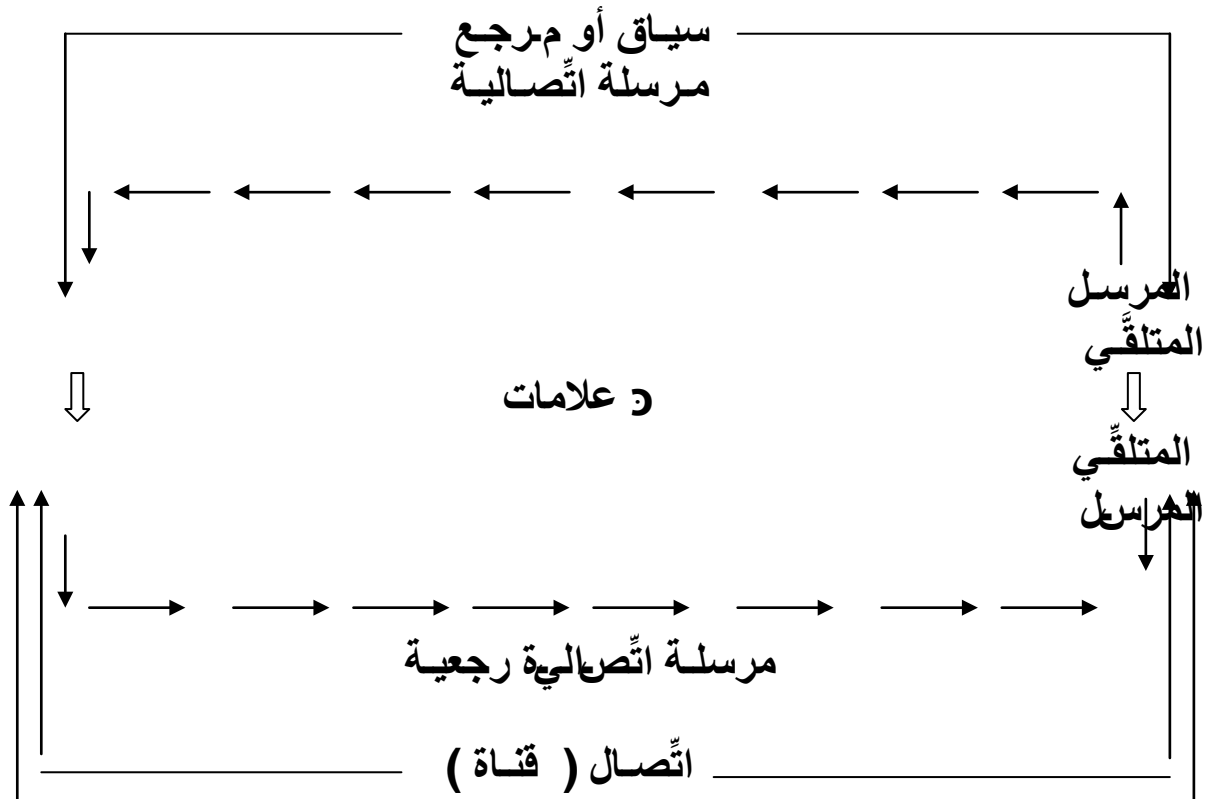
⁶ - Birdwhistell R. L.1970, Kinesics and context. Essays on body motion communication, Philadelphia, University of Pennsylvania press. / Voir: Ibidem, p: 56.

⁷ - Judith Lazard, Ibidem, p : 57.

يتلقى خلاله المستمع، المشاهد أو القارئ معلومات و أفكار دون أن تكون له الفرصة في مناقشة الأفكار مع مصدرها أو ما يسمّى بالمرسل (Le) .
Locuteur

والحقيقة أنّ الإعلام يعتبر وظيفة من وظائف الاتصال الذي اكتسى طابعاً مؤسّساتياً يُستخدم في إعلام المواطنين و التأثير عليهم أو التلاعب بهم ، و بهذا يعتبر الاتصال أشمل من الإعلام و أوسع مجالاً منه.
ولذلك فإنّ الإعلام يشكّل « عنصراً أساسياً من عناصر أيّ مجتمع إنسانيّ مهما كانت درجة تطوّره؛ و لذلك فإنّه يُدرس على أنّه ظاهرة اجتماعية، غير أنّ الإعلام لا يعدو أن يكون فرعاً من ظاهرة أكبر و أشمل ألا و هي ظاهرة الاتصال »¹.

ونتيجةً لذلك نستطيع أن نقول بأنّ الإعلام هو عملية اتصال تقوم بين فردٍ (أو جماعة) لديه رسالة (Message) يريد إيصالها إلى آخر (أو آخرين) ، و بين الفرد (أو الجماعة) الذي يتلقاها »² .
ونحاول من خلال هذين المخططين أن نلخص الفرق بين كلّ من العملية التّواصلية و بين عملية الاتصال الإعلامي ، وذلك من خلال إبراز اتجاه كلّ منها و كذا العناصر المكوّنة لها:

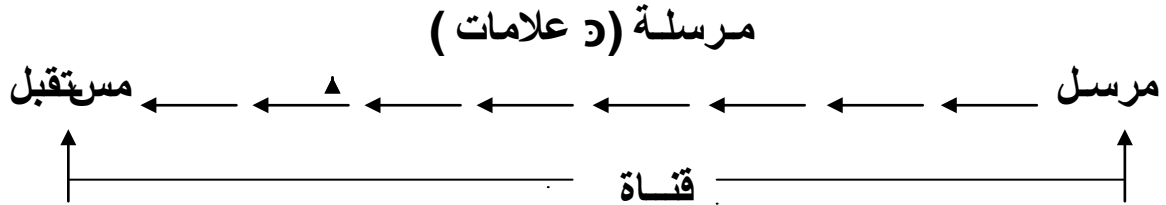


¹ - صالح ذياب هندي، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الفكر للنشر والتوزيع، جمعية عمّال مطابع التعاونية، عمّان- الأردن، ط: 1999م، ص: 29.

² - راجع: Rao, Y.V. Lakshmana, La pratique de la grande Information, UNESCO, 1972, / pp : 13, 17. عن: جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، دار الجيل، ط: 01، 1986، ص: 13.

قانون أو سنن

ويوضح هذا الشكل كيفية حدوث العملية التواصلية و مختلف العناصر الداخلة فيها، أما عملية الاتصال الإعلامي؛ فنتم حسب المخطط التالي:



ولكن هذه العملية الإعلامية تشترط وجود معرفة مشتركة بقواعد تركيب و تفكيك العلامات و الرموز اللغوية لدى كل من المرسل و المستقبل حتى تكون تامة و ناجحة.

2-3- من حيث البعد التداولي:

لقد انطلق سوسير أثناء دراسته للغة من واقعها الداخلي¹ ، أو كما سمّاه أتباعه بالواقع اللغوي *Réalité linguistique*، حيث نظر إلى اللغة بأنها « نظامٌ نحويٌّ موجودٌ بالقوة في كلِّ دماغٍ »² ، وعليه؛ فإنَّ دراسته لها هي دراسة صورية تجريدية تُقصي كلُّ ما له علاقة بواقع اللغة الخارجي: *La réalité extra linguistique*³ لكونه مجالاً مادياً يتعارض مع مبدأ الدراسة البنوية التي تعتبر أنَّ اللغة « شكل: *Forme* وليست مادة: *Substance* »⁴، إلى جانب عدم اهتمام سوسير بدراسة الكلام باعتباره تأدية فردية خارجة عن نطاق اللغة ، وبالتالي فإنَّ سوسير هو أوَّل من رأى بأنَّ للغة واقعين: واقع داخلي وواقع خارجي. أما الواقع الداخلي؛ فيشترك فيه كلُّ من المدرسة البنوية (أتباع دوسوسير)، والمدرسة التوليدية التحويلية⁵ التي أسَّسها نوام تشومسكي⁶ *Noam Chomsky*

1- voir, Ferdinand De Saussure, Cours de linguistique générale, pp : 29, 40, 43.

2- Ibidem, p : 30.

3- « نعت بالواقع الخارج عن المدى اللغوي العوامل التي لا تنتمي إلى النحو بشكلٍ خالص؛ بل إلى استعماله من خلال إنتاج وفهم العبارات: وهذه العوامل هي ما يتصل بالمتكلم و بمقام الكلام » : *Jean Dubois et autres, Dictionnaire de linguistique, Librairie Larousse, Paris, 1973, p : 204.*

4- Voir : Ferdinand De Saussure, Cours de linguistique générale, p : 169.

5- لقد انطلقت المدرسة التوليدية التحويلية من نفس مبادئ اللسانيات البنوية، وذلك من خلال الإطار العام لها والمتمثل في دراستها للواقع الداخلي للغة رغم الاختلافات الكبيرة التي بين المدرستين، حيث أنَّ التوليديين لم يكتفوا « في بحث اللغة بالوصف المجرد و التصنيف النموذجي لوحدها و تحديدها داخل نظامها بل تجاوزوا ذلك إلى الاهتمام بكيفية حدوث اللغة منتقلة من الموجود بالقوة (اللغة) إلى الموجود بالفعل (الكلام)، أي الكشف عن الحركية الداخلية للغة التي بإمكانها أن تفسر، ضمن عملية التبليغ اللغوي سرَّ الطاقة الإبداعية الخلاقة عند الفرد المتكلم الذي لم يعد لدى التوليديين، مجرد مستقبل للغة يخزنها في ذاكرته بكيفية سلبية » : الطيب دبة، مبادئ اللسانيات البنوية، ص: 31.

6- نوام تشومسكي مؤسس النظرية التوليدية و التحويلية، ولد في بنسلفانيا من أصل يهودي (يهود أوروبا الشرقية)، تتلمذ على يد والده الباحث اللساني، ومن أساتذته: هاريس، درس الفلسفة والرياضيات، من كتبه "التحليل التحويلي للغة" (1955)، و"البنى النحوية" (1957)، و"أوجه النظرية النحوية" (1965)، وغيرها: المرجع نفسه، ص: 31.

(1928-...) رغم الاختلافات الكبيرة بينهم، و أمّا الواقع الثاني ؛ فيتمثل في الواقع الخارجي، وهو المذهب الذي تتبناه اللسانيات التداولية¹؛ إذ ينطلق في مبدئه من الدراسة المادية الملموسة للغة ، والتي تولي أهمية بالغة للكلام باعتباره مرتبط بأغراض تواصلية، والذي يُلغي كلّ ما جاءت به اللسانيات البنوية من أساسه ، حيث « ينبغي الانتباه إلى الفرق بين نقد تشو مسكي (نقد التوليديين) الذي وجهه إلى البنوية من داخلها محتفظاً بتبنيّه لكثير من مبادئها العامّة، و نقد التداوليين الذي أتجه إلى رفض منهج البنوية اللساني من أساسه »².

هذا الاتجاه الأخير - وهو الاتجاه الذي تتبناه اللسانيات التداولية (La Linguistique Pragmatique) - هو الذي يشكل محور الدراسة في هذا البحث، وذلك من خلال مناقشة مختلف المبادئ التي تأسست عليها هذه النظرية من أجل دراسة موضوع شائك هو أكثر ارتباطاً بها دون غيرها من الاتجاهات اللسانية الأخرى، وهو المصطلح الإعلامي الذي يشكل محور اهتمام كبير في هذا العصر، نظراً للنفوذ الذي تحظى به الكلمة³ في مختلف وسائل الإعلام⁴ والاتصال المهيمنة في العالم.

3-2-1- نشأة التفكير التداولي:

تستعمل لفظة "براجماتية" كما هي في اللغة العربية دون ترجمة، كما توظف مترجمة بلفظة "نفعية" أو "تداولية"⁵، وذلك لاهتمامها بكيفية تداول الكلام بين الأفراد، وكذا الأثر الذي يتركه فعل الكلام أثناء حدوث العملية التواصلية.

1 - سيأتي التفصيل في تعريف اللسانيات التداولية ونظرياتها خلال هذه الصفحة وما يليها من الصفحات.

2 - الطيب ديب، مبادئ اللسانيات البنوية، ص: 31.

3 - « فوسائل الإعلام تلون الكلمة وتكسيبها معاني جديدة و تدخل إلى قاموس اللغة مفردات و مصطلحات جديدة بعضها واضح الدلالات، و البعض الآخر يكتفه الغموض » / صالح خليل أبو أصعب، تحديات الإعلام العربي: المصادقية، الحرية، التنمية، و الهيمنة الثقافية (دراسات في الإعلام)، دار الشروق: 1999، ص: 70.

4 - وهي « الوسائل التي بها تتم عملية الاتصال الجماهيري المتميزة بالمقدرة على توصيل الرسائل، في اللحظة نفسها، وبسرعة إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، ومع قدرتها على نقل الأخبار، والمعلومات ، والتّرفيه، والآراء، والقيم، والمقدرة على خلق رأي عام و تنمية اتجاهات و أنماط من السلوك غير موجودة لدى الجمهور، وهذه الوسائل هي الصحافة والإذاعة، والتلفزيون، والسينما، والكتاب، والتسجيلات المسموعة والمرئية، والإنترنت. » : صالح أبو أصعب، (قضايا إعلامية)، دار البيان، دبي- الإمارات العربية المتحدة، 1988، ص: 230 / عن: المرجع نفسه، ص: 45.

5 - لم يحدث الاتفاق حول من هو أول من استخدم مصطلح " التداولية " في اللغة العربية والذي يقابل مصطلح "Pragmatique" في اللغة الفرنسية، و " Pragmatic " في اللغة الانجليزية ؛ فهناك من يرى أنّ « أول من سكّ هذا المصطلح في البحث العربي هو طه عبد الرحمن، و ذلك حسب قوله: « ... ومن جملة ما فعلت أنّي وضعت مصطلحات كثيرة تبنّاها زملائي عن رضى وعن افتتاع علمي، منها المصطلح الذي نتداوله اليوم وهو التداول ؛ فإني وضعت هذا المصطلح منذ سنة 1970م، في مقابل (...) (Pragmatique) (ولو أنّ التداوليين الغربيين علموا بوجود هذه اللفظة في العربية لفضّلوا على لفظة Pragmatisme ، لسبب واحد، هو أنّها لا توفي بالمقصود من علم التداول؛ فلفظة التداول تفيد في العلم الحديث الممارسة (...) تفيد تماماً الممارسة و هي مقابل المصطلح التاريخي، و تفيد أيضاً التفاعل في التّخاطب- في عملية الخطاب تفيد التفاعل - ثمّ بالإضافة إلى ذلك إنّها من مادة واحدة و لفظة الدلالة نفسها، تعني أنّ التداول سوف يرتبط بالدلالة، فإذن هذا هو التبرير العلمي الأولي لمصطلح التداول » : أنظر: البحث اللساني والسيميائي (نودة)، الدلالات والتداوليات (أشكال وحدود)، كلية الآداب و العلوم الإنسانية بالرباط، جامعة محمد الخامس، المغرب، ط: 01، 1405 هـ / 1984م، ص: 299 / عن: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 574. وهناك من يرى أنّ أول من استعمله هو أحمد المتوكّل، وهو أستاذ بجامعة محمد الخامس بمدينة الرباط بالمملكة المغربية. ينظر: حولة طالب الإبراهيمي، مبادئ في اللسانيات، دار القصب، الجزائر: 2000م، ص: 176.

اختلفت الآراء حول تحديد من هو المؤسس الأوّل للمنهج التداولي، حيث يرى البعض أنّ فكرة التداولية ظهرت لأول مرة مع الفيلسوف والسيميائي الأمريكي شارل سوندرز بيرس¹ (Ch. S. Pierce) (1839-1914)؛ حيث أنّها لم تظهر إلى النور إلاّ عام 1878 عندما كتب بيرس مقاله المشهور: " كيف نجعل أفكارنا واضحة"²، والذي « يُعتبر امتداداً لمقال " تثبيت المعتقد 1877"، لكن الملامح الأولى لها تكوّنت قبل هذا التاريخ بسبع سنوات ؛ ففي تعليق علي طبعة فريزر لأعمال باركلي اعترض بيرس على رأي هذا الأخير القائل بأنّ الطريقة الوحيدة لتقرير طبيعة المعنى المتميّز لأيّ لفظ هي أن نسأل: هل نستطيع تعيين أيّة فكرة عقلية تتطابق معه؟ و قد رأى باركلي أنّه إذا لم يكن في مقدورنا ذلك ؛ فإنّ الحد Terme أو اللفظ لا معنى له مهما كانت الفائدة التي تترتب عليه، و في مقابل ذلك، تمسك بيرس بأنّ أي حد أو لفظ مجرد لا معنى له إذا لم يكن في مقدورنا استخدامه، أو أن نقوم بفعل شيء Act بموجبه بطريقة ملائمة و متميّزة³.

«

والحقيقة أنّ جوهر هذه الفكرة - فكرة التداولية- يكمن في اهتمامها بالمتكلم (Le locuteur)، وكذلك بالسياق التعبيري (Le contexte de l'énonciation)، والآثار التي يخلفها فعل الكلام بين متكلم و مستمع لديهما مرجع مشترك ؛ فالإتصال يمكنه أن يخفق بينهما رغم اشتراكهما في نفس القانون اللغوي، لأنّ العبارة تحمل جانباً من الكلام غير المعلن، ومعانٍ ضمنية، ولمعرفتها؛ فإنّ التداولية تقدّم النموذج الذي يشرح كيف أنّه انطلاقاً من معلومات محتواة داخل القول و أخرى يقدّمها السياق؛ فإنّ المتلقّي يُصدر فرضيات حول قصد المتكلم⁴. وهكذا؛ فإنّ الفعل الكلامي يحصل بعد تحقّق النجاح لهذه العملية الإتصالية بينهما، وذلك ببلوغ مقصدية الباث إلى المتلقّي، و « يرى (بيرس) أنّ تصوّرنا لشيء م- يتألف من تصوّرنا

لآثاره العمليّة؛ فالطابع الوظيفي للشيء هو الذي يحدّد تصوّرنا حوله ؛ فالتّيّار الكهربائي مثلاً، لا يعني مرور موجة غير مرئية في مادّة، و إنّما يعني مجموعة من الوقائع مثل: إمكان شحن مولّد كهربائي، أو أن يدقّ جرس، أو أن تدور آلة، وإنّ؛ فمعنى لفظ « كهرباء » هو ما تفعله، ويبقى همّ نظرية « بيرس » هو

1- شارل سوندرز بيرس فيلسوف أمريكي، يعدّ أحد المؤسسين لعلم العلامات، كان عالماً موسوعياً فقد كان رياضياً وفلكياً و كيميائياً بالإضافة إلى ولعه باللّغة و الأدب، و قد كان بطبعه مغامراً، حارب الدّراسات المدرسية النّزعة ودعا إلى أبحاث تجريبية، له مؤلّفات عدّة أهمّها: (Collected letters to lady welby, 1953, papers 1960).

2- ينظر: حامد خليل، المنطق البراجماتي عند تشارلز بيرس، « مؤسس البراجماتية »، دار الينابيع للطباعة والنّشر والنّوزيع، دمشق: 1996، ص: 198.

3- Gallie(W.B.), Pierce and pragmatism (Penguin books, London, 1952), pp :14-5 / عن: المرجع نفسه، ص: 198.

4- Voir : Gilles Siouffi et Dan Van Raemdonck, « La pragmatique », 100 Fiches pour comprendre la linguistique, Fiche : 22, Éditions Bréal, p : 50.

إثبات المعادل المادي للشيء، حتى يتحقق معناه؛ فمع أنّ الكهرباء غير مرئية؛ فلا يمكن أن ننفي وجودها، و إنما ننظر إلى آثارها العمليّة و لذلك رأى «بيرس» أنّ التصوّرات التي لا تنتج عنها آثار لا معنى لها»¹.

ويعتبر البعض الآخر أنّ دراسات ميخائيل باختين (M. Bakhtine) (1895-1975) في فلسفة اللّغة هي أساس التداوليات، و ذلك في دراسته التي سمّاها « ما بعد اللسانيات »، ومنها اهتمامه بجملة² « من المكوّنات المتمثّلة في المقام و المعنى و علاقات الخطاب بمنتجيه؛ بل إنّنا نجد في التصوّر أبعاداً و مكوّنات أخرى لم تنل حتى اليوم حظّها من العناية و البحث (...) و هذه الاعتبارات و غيرها هي التي سمحت لتدوروف بالقول: إنّ باختين ودون مغالاة هو المؤسس المعاصر للتداوليات»³.

ويرى فريق آخر أنّ استعمال مصطلح التداولية يعود إلى الفيلسوف "تشارلز موريس"⁴ (Charles Morris) (1901 - 1979)، انطلاقاً من اهتمامه بتحديد الإطار العام لعلم العلامات أو السيميائية، و ذلك من خلال تمييزه بين ثلاثة فروع و هي:

1- النّحو أو التّراكيب (Syntax) و هو: دراسة العلاقة الشّكلية بين العلامات بعضها البعض.

2- الدّلالة (Semantic) و هي: دراسة علاقة العلامات بالأشياء التي تؤول إليها.

3- التداولية (Pragmatic) و هي: دراسة علاقة العلامات بمستعملها و بمؤوّلها⁵.

2-2-3- مفهوم التداولية:

أعطيت للتداولية تعاريف مختلفة انطلاقاً من كونها منهجاً في التّفكير، و كذلك لكونها تشكّل منهجاً لسانياً جديداً يدرس اللّغة من منظار يختلف عن منظار اللسانيات البنوية و اللسانيات التّوليدية التّحويلية.

¹ - منقور عبد الجليل، علم الدّلالة أصوله و مباحثه في التراث العربي - دراسة- من منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق: 2001، ص: 101، 102.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 574.

³ - أنظر: محمّد الحيرش، تداوليات التّخاطب عند ميخائيل باختين، مجلّة كليّة الآداب بنطوان، جامعة عبد الملك السّعودي، العدد: 09، 1999، ص: 161/ عن: المرجع نفسه، ص: 574.

⁴ - فيلسوف أمريكي، تركّزت بحوثه السيميائية- المبنية على الدراسات الأمريكية المستوحاة من مباحث بيرس و السلوكي بلومفيلد- على دراسة العلامات و تحديد تعريفاتها و علاقاتها، من مؤلفاته: أسس نظرية العلامات (1938)، و العلامات و اللّغة و المنهج السلوكي (1949)؛ أنظر: M. Bertil, Les nouvelles Tendances de la

linguistique, p : 188. / عن: الطيّب ديب، محاضرة بعنوان: « اللسان البشري و الأنظمة السيميائية الأخرى »، دائرة اللّغة العربية و آدابها، جامعة عمار تليجي بالأغواط، ص: 16.

⁵ - Stephen C. Levinson: Cambridge University Press, 1983, p : 01 / ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 21.

يرى جون ديوبوا (Jean Dubois) أن « الجانب التداولي للغة يتعلّق بخصوصيات استعمالها (الحوافز النفسية للمتكلّمين، ردّة فعل المخاطبين، النّوع المجتمعي للخطاب، موضوع الخطابات، إلخ) بالمقابل للجانب النّحوي (الخواص الشّكلية للأبنية اللّسانية) و الدّلالي (العلاقة بين الكيانات اللّسانية و العالم) »¹. كما أنّ التداولية « في اصطلاح المناطقة (الوضعيون الجدد)² بشكلٍ خاص): هي الاستعمال الذي يستطيع المتخاطبون أن ينجزوا به اللّغة في تفاعلٍ تواصلية.

فالتداولية إذن تتميز عن علم التراكيب (قواعد تنظيم الرّموز اللّغوية)، وعن علم الدّلالة (تأويل رموز اللّغة من خلال وضعها في علاقة مع شيءٍ آخر - كالواقع، أو رموز لغةٍ أخرى.. إلخ- والذي « تعنيه » الرّموز بشكلٍ تواضعي)؛ إذ أنّه عند التّبسيط والإسراف في المقاربات ؛ فلقدنا سنضع التداولية في المستوى الذي سمّاه سوسير الكلام ؛ (بينما علما التراكيب والدّلالة ؛ فسيرجعان إلى اللّغة وعلاقتها مع الدّلالات الذاتية) «³.

ونستنتج من خلال هذين التعريفين بأنّ التداولية جزءٌ مهمٌّ في فهم النّفاعل التّواصلية، ولعلّ ذكر الدّلالة وعلم التراكيب في مقابل التداولية لدليل على أهمّية كلّ جانب منها في دراسة اللّغة وكيفية إنجازها بالفعل، وعلى عدم استغنائها على أيّ من هذه الأركان الأساسية.

أ- مفهوم التداولية عند رولاند إيليوار (Roland Eluierd) :

يرى رولاند إيليوار (Roland Eluierd) بأنّ سوسير لم يقص من دراسته الكلام فقط - ذلك الإقصاء الذي يبدو جلياً - فهناك بالنّسبة إليه أكثر من إقصاء ؛ بل سيكون أكثر إنصافاً الحديث عن ثلاثة إقصاءات:

1- إقصاؤه للأفراد النّاطقين العاديين، بما أنّه ليس لهم مكان سوى أثناء الكلام.

2- إقصاؤه للسياق الاجتماعي العادي، بما أنّه لا يتدخّل إلّا وقت الكلام.

3- إقصاؤه للاستعمالات العادية للغة، ذلك الإقصاء الذي يُجملُ و يتمّم الإقصائين السّابقين⁴.

1- Jean Dubois et Autres, Dictionnaire de linguistique, p : 388.

2- وهم أصحاب فلسفة مستوحاة من نظريات المذهب الوضعي الجديد (Néopositivisme)، وهو يمثل فلسفة تجريبية منطقية ظهرت بعد الحرب العالميّة الأولى، والتي ترفض كلّ ما يتعلّق بما وراء الطبيعة أو ما يسمّى بالميتافيزيقا، حيث تهتمّ بإعادة بناء الفلسفة بناءً على المنطق والتحليل اللّغوي.

3- R. Galisson et D. Coste et Autres, Dictionnaire de didactique des langues, Librairie Hachette, 1979, p : 430.

4-Voir : Roland Eluierd, La pragmatique linguistique, Éditions Fernand Nathan, 1985, p : 09.

وبالتالي فتعريف رولاند إيليوار (R. Eluierd) للتداولية ينبني على هذه العوامل الثلاثة، والتي يرى بأن سوسير قد أقصاها من دراسته، حيث تشكل من خلالها التداولية ذلك الإطار المعرفي الذي يُلقي الضوء على الكلام، باعتباره يمثل الجانب المادي الملموس من اللغة، وهي:

- 1- الأفراد المتكلمين (المُخاطَب و المُخاطَب).
- 2- السياق الاجتماعي للغة و الذي ينقسم حسبه إلى ثلاثة أنواع¹.
- 3- الإنجاز الفعلي للغة، و ذلك باستعمالها اليومي بين المتكلمين لتحقيق التّواصل بينهم.

ب- مفهوم التداولية عند دومينيك مانغونو² (Dominique Maingueneau)

لـ:

يقول دومينيك مانغونو (D. Maingueneau) بأن « المعنى هو قضية سياقية

أيضاً »³؛ فهو يربط المعنى بالسياق انطلاقاً من اعتباره أن السياق هو الذي يستدعي الكلام.

وبالتالي لا يمكن عزله عنه، و من هذا المنطلق؛ فهو يرى بأن « التداولية هي النظام الذي يدرس كيفية وضع عبارة ما ضمن سياقها ؛ فهي تهتم خاصةً بالعلاقات التي تقوم بين الأفراد المتخاطبين عبر عملية التعبير، و بالعمليات التي يستخدمها المُخاطَب من أجل تعيين تفسير ما لعبارة ما داخل سياق محدد »⁴.

وحول الكشف عن علاقة المعنى بالسياق كذلك، يعطي مانغونو (D. Maingueneau) تصوّره لكيفية دراسة هذه العلاقة وذلك بإبرازه البعد التداولي لعنصر التضمين « L'implicite » داخل العبارة وذلك بقوله: « و تدرس التداولية كذلك الطريقة التي يستخرجُ بها المُخاطَب مقترحات ضمنية من خلال ما يقال له داخل سياق مفرد، وخاصةً عندما تكون العبارة مخصصة لإطلاق استدلالٍ

1- سنرى تفصيل هذه الأنواع خلال الصفحات التالية من هذا الفصل.

2- لغوي فرنسي، ميّز في الآداب الحديثة، من خريجي المدرسة العليا للأساتذة (Saint-Cloud) متحصّل على دكتوراه الدرجة الثالثة (3eme cycle) ، وعلى دكتوراه الدولة في اللسانيات، وهو أستاذ اللسانيات بجامعة (ParisXII Val de Marne) أين يشارك في نشاطات (مركز دراسة الخطاب، النص المكتوب، الصور، ووسائل الاتصال) (CEDITEC)، تتمحور أعماله حول اللسانيات الفرنسية، وتحليل الخطاب، حيث نشر حول هذا الأخير العديد من الكتب، وذلك منذ تربيته على طرق تحليل الخطاب سنة 1976 إلى غاية إنشائه لقاموس تحليل الخطاب سنة: 2002، له عدّة مؤلفات نذكر منها: (Syntaxe du Français) (1994: Hachette)، (2- Aborder la linguistique (Seuil : 1996))، (1- contexte de l'œuvre) (1993: Dunod)، (3- Linguistique et discours littéraire Bordas:1986)، (4- Le littéraire (Dunod :1993))، (5- Analyser les textes de la communication (Dunod : 1998))

3- Dominique Maingueneau, Aborder la linguistique, Éditions du seuil, collections Mémo, Paris, 1996, p : 29.

4- Ibidem, p : 29.

ما؛ (فلو نقول مثلاً: «أنا مشغولٌ جداً» ؛ فذلك لكي نفهم «أنا لا أستطيع قبول دعوتك» ¹.

إنّ تضمين العبارات بالمعاني المختلفة، والتي يستدعيها السياق، يقتضي بالضرورة الأخذ بعين الاعتبار المعرفة المشتركة للغة، وللمعاني المصطلح عليها داخل المجتمعات اللغوية للإشارة إلى كلّ ما يحيط بهذا الواقع اللغوي المشترك أثناء حصول العملية التواصلية؛ ف«من أجل فهم عبارة ما؛ فنحن لا نستدعي معرفتنا للغة فقط؛ بل نستدعي كذلك معرفتنا للعالم (معرفة مسمّاة موسوعية)؛ فمثلاً لفهم العلاقة بين الجملتين المتتاليتين: «السيّارة في المُستودع» و«بول Paul» قد كسر المقود «يجب معرفة أيّة علاقة يمكن أن تكون بين مقود وسيّارة أو بين مُستودع و مقود مكسور داخل مجتمعنا» ²؛ وبالتالي فالمكوّن التداولي هو العامل الذي يعالج معنى العبارات بالوصف داخل السياق ³.

أمّا فرانسواز أرمينكو (Françoise Armingaud)؛ فتسوق بعض التعريفات للتداولية؛ والتي نقلتها عن بعض اللسانيين المهتمّين بها، حيث تقول بأنّ أقدم تعريف لها هو تعريف موريس (Morris)، الذي يرى بأنّ «التداولية جزءٌ من السيميائية، التي تعالج العلاقة بين العلامات، ومستعملي هذه العلامات» ⁴، وتعلّق أرمينكو (Armingaud) على هذا التعريف بأنّه واسعٌ يتعدّى المجال اللساني إلى المجال السيميائي، ويتعدّى كذلك المجال الإنساني إلى المجال الحيواني والآلي ⁵.

وعند أن ماري ديبر (Anne-Marie Diller)، و فرانسوا ريكاناتي (François) Récanati؛ فالتداولية هي «دراسة استعمال اللغة في الخطاب، شاهدةٌ في ذلك على مقدرتها الخطابية» ⁶، ويفصّل فرانسيس جاك (Francis Jacques) في تعريفه للتداولية بأنّها تنطرق إلى اللغة «كظاهرة خطابية، و تواصلية، و اجتماعية معاً» ⁷.

وتُعرّف التداولية، من جهةٍ أخرى، بناءً على نواحٍ متعدّدة تتعلّق بعملية إنتاج الخطاب، حيث يمكن أن تُعرّف انطلاقاً من مجال اهتمام الباحث نفسه؛ فقد يقتصر الباحث على دراسة المعنى و لكن ليس المعنى بمفهومه الدلالي البحت؛ بل المعنى في سياق التواصل، ممّا يسوغ معه تسمية المعنى المتكلم ⁸، وعليه يمكنه

¹-Ibidem, p : 29.

²- Ibidem, p : 29.

³-Voir : Dominique Maingueneau, Les termes clés de l'analyse du discours, Éditions du seuil, Collections Mémo, Paris : 1996, p : 65.

⁴ - فرانسواز أرمينكو، المقاربة التّداولية، ترجمة: د.سعيد علوش، مركز الإنماء القومي، ص:08.

⁵ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 08.

⁶ - المرجع نفسه، ص: 08.

⁷ - المرجع نفسه، ص: 08.

⁸ - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، مقاربة لغوية تداولية، ص:21، 22.

أن تُعرَّف « بأنّها دراسة المعنى التّواصلية، أو معنى المرسل، في كيفية قدرته على إفهام المرسل إليه بدرجة تتجاوز معنى ما قاله »¹.

كما قد تُعرَّف كذلك « انطلاقاً من اهتمامه بتحديد مراجع الألفاظ و أثرها في الخطاب، و منها الإشاريّات²، بما في ذلك طرفي الخطاب، وبيان دورهما في تكوين الخطاب ومعناه، وقوّته الإنجازية »³.

كما يمكنها أن تُعرَّف ، من جهةٍ أخرى، من وجهة نظر المرسل (Le locuteur، « بأنّها كيفية إدراك المعايير والمبادئ التي توجّهه عند إنتاج الخطاب، بما في ذلك استعمال مختلف الجوانب اللغوية في ضوء عناصر السّياق بما يكفل له ضمان التّفويق من لدن المرسل إليه عند تأويل قصده، وتحقيق هدفه »⁴.

و هناك رؤية أخرى، يذهب أصحابها إلى اعتبار أن لفظة تداولية تعني « علم الاستعمال اللّساني ضمن السّياق، و بتوسّع أكثر، هي استعمال العلامات ضمن السّياق »⁵، ونظراً لأهمّية هذا المفهـوم يرى مـاكس بليك (Max Black) بأنّه يجب إعادة تسمية التّدالوية « بالسّياقية »!⁶.

و عليه، ومن خلال هذه التّعريف المختلفة يمكن للتّدالوية أن تتحدّد بمفهوم عامٍ لها يتمثّل في كونها « دراسة الاتّصال اللّغوي في السّياق »⁷.

كما يجب الانتباه كذلك إلى المشكلة المصطلحية التي يمكنها أن تعيق تحديد المجال النّظري للتّدالوية؛ فعلى حدّ تعبير « جورج إليا سارفاتي » (Georges Eli Sarfati)؛ فإنّه « كثيراً ما نجد صيغاً مختلفة وتسميات عديدة يمكنها أن تؤدّي إلى الغموض إذا لم ننتبه لذلك كـ « التّدالوية » (Pragmatique)، « التّدالوية الفلسفية » (Pragmatique Philosophique)، « تداولية اللّغة » (Pragmatique du langage) أو أيضاً « اللّسانيات التّدالوية » (Pragmatique linguistique) »⁸.

ولتحديد المفاهيم الخاصّة بهذه المصطلحات نقترح التّعريف التّالية:

1- George yule : Pragmatics, Oxford University Press, 1996, p : 03. ينظر: المرجع نفسه، ص: 22.

2- وتسمّى أيضاً المعيّات (Les Déixis)، ويقصد بها كلُّ ما يحيل على هيئة المقال وما يتّصل به من زمان- مكان: (أنا، هنا، الآن)، وبتعبير آخر هي: الضّمائر، والظروف، وأسماء الإشارة... وتمنح هذه المعيّات مرجعيّة للخطاب بتصنّعها لها: محمّد مفتاح، تحليل الخطاب الشّعري (إستراتيجية التّناص)، المركز الثقافي العربي، الدّار البيضاء- المغرب، ط: 02، 1986م، ص: 151.

3- عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 22.

4- عبد الهادي بن ظافر الشّهري، المرجع السّابق، ص: 22.

5- فرانسواز أرمينكو، المقاربة التّدالوية، ص: 11.

6- ينظر: المرجع نفسه، ص: 11.

7- Shoshana Blum-Kulka : Discourse pragmatics, in :Teun A. Van Dijk (ed) discourse as /social interaction, sage publication, London, 1997, p: 38. وهذا التّعريف هو ما يسمح بدراسة أثر السّياق في بنية الخطاب، ومرجع رموزه اللّغوية ومعناه كما يقصد المرسل/ عن: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 22.

8- Georges Elia Sarfati, Précis de Pragmatique, Éditions Nathan, Paris, 2002, p : 24.

- 1- بالنسبة لمصطلح « التداولية » (Pragmatique)؛ فهو « يعادل مجالاً للبحث دون تخصيص لموضوع مسبق »¹.
- 2- أمّا بالنسبة لعبارة: « التداولية الفلسفية » (Pragmatique Philosophique)؛ فهي « تشير إمّا لكون التداولية تنحدر تاريخياً من الفلسفة، الأمر الذي يشكّل إطناباً، و إمّا إلى مشاريع إعادة تأسيس المسائل الكبرى للفلسفة (المعرفة، الأخلاق، السياسة، إلخ) انطلاقاً من معارف الفلسفة التحليلية »².
- 3- أمّا عبارة « اللسانيات التداولية » (Pragmatique Linguistique)؛ « فتشير إلى مجموع النظريات المعدة ضمن إطار اللسانيات ، انطلاقاً من دمج مفاهيم وإمكانيات عمل فلسفة اللّغة العاديّة »³.
- 4- ثمّ يضيف « جورج إليا سارفاتي » (G. E. Sarfati) قائلاً: « و نحتفظ بعبارة « تداولية اللّغة » (Pragmatique du Langage) لنشير إلى مجموع النماذج ذات القالب التداولي أخذة كموضوع دراسة الأوجه المختلفة للّغة – مفصلة أو غير مفصلة (خاصّة الأنظمة الثقافية باعتبارها أنظمة تواصلية متممة) »⁴، حيث يخلص في النهاية إلى تعريف التداولية « كمجموعة اتّصالية نظرية (Continuum théorique) أخذة دراسة الاستعمالات موضوعاً لها:

Communication Générale

Communication Verbale

الاتّصال العام

الاتّصال اللّفظي

تداولية اللّغة

اللسانيات التداولية

Pragmatique du Langage

Pragmatique Linguistique

هذان القطبان يتوافقان مع طريقتين للنظر إلى التداولية:

- الأولى تكون فيها الكلمات هي التي تؤثر في السياق،
- والثانية التي يكون فيها السياق هو الذي يؤثر على اختيار الكلمات »⁵.

3-2-3- أهمية المنهج التداولي:

تأتي أهمية المنهج التداولي انطلاقاً من اهتمامه بدراسة المنجز اللّغوي داخل إطار التّواصل وليس بمعزل عنه، و ذلك لأنّ اللّغة لا تؤدّي وظائفها إلّا فيه؛ فهي ليست وظائف مجردة، و بما أنّ الكلام يحدث في سياقات اجتماعية ؛ فمن المهمّ معرفة تأثير هذه السياقات على نظام الخطاب المنجز⁶.

1- Ibidem, p: 24.

2- Georges Elia Sarfati, Ibidem, p : 24.

3- Ibidem, p : 24.

4- Ibidem, p : 24.

5- Ibidem, pp : 24, 25.

6- ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 23.

وتأتي أهمية المنهج التداولي كذلك انطلاقاً من اعتبار الفلسفة البراجماتية التي تطّلع إليها بعض علماء اللّغة و علم اء المعني بشكل خاص ، إطاراً يمكن استخدامه لتفسير المعاني اللّغوية المختلفة ووظائفها في مجال الحياة العامّة بعدما عجز معظم علماء اللّغة عن تناول المعاني¹ بشكل علمي واضح².

إضافة إلى ذلك ؛ فإنّ المنهج التداولي يعتبر حلاً لبعض المشكلات التي واجهت التحليلات اللّغوية الشكّلية، وذلك من وجهة نظر كلّ من المرسل و المرسل إليه؛ فالمرسل يبحث عن أفضل طريقة لينتج خطاباً يؤثر به في المرسل إليه، كما أنّ المرسل إليه يبحث عن أفضل كيفية للوصول إلى مقاصد المرسل كما يريدّها عند إنتاج خطابه لحظة التلقّف، و هذه الإجراءات لا تتبلور بطريقة تجريدية كما هو الحال في النّحو؛ بل عبر تقدير ذهنيّ عام ومحتمل وفقاً لعناصر السّياق³.

يعتبر المنهج التداولي في اللّسانيّات أنسب منهج لدراسة اللّغة المستخدمة في التّواصل - و في الإعلام بشكل خاص - حيث يمكن أن تستثمر مبادئه في تحليل وظيفة المصطلح الإعلامي العربي، ومتابعة تداعياته التّواصلية والإعلامية.

3-2-4- المفاهيم الأساسية للتداولية:

إنّ اتجاه اللّسانيّات التداولية يبني في أساسه على مجموعة من المفاهيم التي تمثّل الملامح القويّة المميّزة لها عن باقي الاتّجاهات اللّسانية الأخرى، و يمكن رصد هذه المفاهيم انطلاقاً من الإجابة عن الأسئلة التّالية: من الذي يتكلّم؟ و مع من يتكلّم؟ و ماذا يقول؟ وكيف؟ و لماذا؟ و أين؟ و متى؟... إلخ.

تقودنا هذه الأسئلة ، طبعاً ، إلى اعتبار اللّغة أفعالاً منجزة تؤدي أغراضاً محدّدة في أوقات محدّدة، تختلف من حيث سياقاتها ودلالاتها التي تحملها أثناء كلّ عمليّة اتّصالية، وهذا يفترض وجود إطار علمي يفسّر كيفية حدوث وانتقال هذه الأفعال المنجزة وآثارها بين الأطراف، وكذا ملاحظة درجة الطّواعية التي تبديها اللّغة عند الأفراد المتكلّمين بها أثناء إنجازها.

وتتمثّل المفاهيم الأساسية للتداولية فيما يلي:

أ- الفعل: L'acte:

وهو متعلّق بإنجاز الكلام، باعتبار أنّ اللّغة لا تتجلّى في كونها تمثيلاً للعالم؛ بل هي نشاط عملي يسعى إلى تحويل العناصر اللّغوية من إصدارات صوتية إلى أفعال (Actes) لها وظيفتها الاجتماعية: « الكلام بدون شكّ هو تبادل للمعلومات، ولكنّه أيضاً تحقيق لأفعال (Actes) مرّت وفق مجموعة من

¹ - « و ممّا يؤيد ذلك ارتباط المرسل بالسّياق الخارجي ؛ إذ يستجيب له عند التلقّف بخطابه من خلال التنبّه إلى ما يستلزمه ؛ فيغدو معني الملفوظات هو القيمة التي يكتسبها تركيب الخطاب في سياق التلقّف، أي إنّ المعنى كقيمة للملفوظ لا تتحكّم فيه اللّغة بقدر ما يتحكّم فيه مستعملوها. و هنا لا نتصوّر أنّه سيكون هناك خطاب لغوي لا يعني فيه منتجته بمرحلة التّركيب؛ فالخطاب نسيج من اللّغة في المقام الأوّل رغم أنّ الاستعمال هو ما يجعله فاعلاً » : المرجع نفسه، ص: 22، 23.

² - أنظر: محمّد سامي أنور، « اتّجاهات جديدة في دراسة المعنى اللّغوي » ، المجلة العربية للعلوم الإنسانيّة، الكويت، العدد: 22، المجلد السادس، ربيع: 1986، ص: 223 / ينظر: المرجع نفسه، ص: 575.

³ - Geoffrey Leech : Principles of pragmatics, Longman, London, 1983, pp:35, 36. / عن: المرجع نفسه، ص: 24.

القواعد من شأنها تغيير وضعية المتلقي و تغيير منظومة معتقداته ووضعها السلوكي، و يترتب على ذلك أن فهم قول معين يعني التعريف بمحتواه الاجتماعي وتوجهه التداولي، أي قيمته و قوته الكلامية¹.

والحقيقة أن البحث في موضوع اللغة وعلاقتها بالمجتمع، جعلت اللغويين ينطلقون في بحوثهم من « مقولات مالينوفسكي و خاصة قوله: « إن اللغة في استخداماتها البدائية تقوم بدور حلقة في سلسلة من الأنشطة الإنسانية المتألفة باعتبارها جزءاً من السلوك الإنساني؛ فهي وسيلة من وسائل الفعل، و ليست أداة للتأمل»².

من ه ذه الوظيفة ظهرت نظرية أفعال الكلام³ وذلك على يد الفيلسوف الإنجليزي

"جون لانجشو أوستين"⁴ (John Langshow Austen) (1911 - 1960)⁵.

وقد تبلورت فكرة الأفعال الكلامية انطلاقاً من رؤية أوستين (J. L. Austen) لدراسة المعنى و ذلك « من خلال الكلام (على مذهب فلاسفة أكسفورد)، و بالنظر إلى الوظيفة الأدائية للكلام (Function of speech performative)⁶، إنه بحث في إنجاز الأشياء باللغة كما يوحي عنوان كتاب أوستين، وهذه النظرية تحمل جرثومة اجتماعية كما هي عند مالينوفسكي وغيره من علماء الاجتماع، كما تحمل أساساً سلوكياً كما هو الحال عند بلومفيلد، إلا أنها لما نشأت في رحم الفلسفة أخرجت هجيناً من اللغة و الفلسفة يهمننا هنا أن نشير إلى جانبه اللغوي المبني على أن الفعل الكلامي: « ما هو إلا جزء من الكلام المستخدم

1- Catherine Kerbrat Orecchioni, Énonciation de la subjectivité dans le langage, Armand Colin, Paris, 1980, p : 185.

2- هديسون، علم اللغة الاجتماعي، تر: محمود عياد، عالم الكتب، القاهرة، ط: 02، 1990، ص: 172، وجيفري سامبسون، المدارس اللغوية التطور والصراع، تر: أحمد نعيم الكراعين، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط: 01، بيروت، 1413 هـ، ص: 234 / عن: ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السياق، ط: 01، جامعة أم القرى، معهد البحوث العلمية، مكة المكرمة، 1424 هـ، ص: 223.

3- وهي النظرية التي تنسب إلى الفيلسوف الإنجليزي جون لانجشو أوستين (John Langshow Austen)، إلا أن أوستين نفسه لم يقدم أية نظرية متطورة كاملة لأفعال الكلام على الإطلاق، و أن أقرب نقطة توصل إليها بهذا الخصوص كانت في محاضرات وليام جيمس التي ألقاها (أوستين) في جامعة هارفرد عام 1955 و التي نشرت بعد وفاته بعنوان " كيف نفعل الأشياء بالكلمات" (1962) / عن: جون لاينز، اللغة و المعنى و السياق، تر: عباس صادق الوهاب، دار الشؤون الثقافية العامة، ط: 01، 1987، ص: 190.

4- ج. ل. أوستين (J. L. Austin) (1911 - 1960) فيلسوف إنجليزي، ولد بلانكستر (Lancaster)، زاول دراسته بجامعة أكسفورد (Oxford)، بعد أن عمل بسلك المخابرات البريطانية خلال فترة الحرب العالمية الثانية، عاد أوستين إلى جامعة أكسفورد و درس الفلسفة بها إلى غاية وفاته، يعتبر واحداً من أعلام الفلسفة التحليلية، حيث يرى أن تحليل الكلام العادي هو نقطة الانطلاق بالنسبة إلى البحث الفلسفي، كما أنه واحد من اللسانيين البارزين في مجال اللسانيات التداولية، حيث تتمثل أبرز أعماله في تصنيفه للقيم الإنجازية للتلفظ ضمن نظرية أفعال الكلام، ومن أهم مؤلفاته: 1- Article philosophique, 1961, 2- Quand dire, c'est faire, 1962, 3- Le langage de la perception, 1962.

5- ينظر: المرجع نفسه، ص: 223، 224.

6- ينظر: هديسون، علم اللغة الاجتماعي، تر: محمد عياد، القاهرة، عالم الكتب، ط: 02، 1990، ص: 173 / عن: ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السياق، ص: 224، 225.

في التعامل الاجتماعي «¹، لأنّ « هناك عدداً كبيراً من العبارات المنطوقة لا يُخبرُ و لا يعرضُ أي شيء و بناءً على هذا فهو ليس صادقاً و لا كاذباً، و لكن النطق بالجملة هو حدث أو جزءٌ من حدث «².

و عليه يمكننا القول أنّ « الفعل اللغوي (Acte de langage) أو الفعل الإنجازي (Acte illocutoire) هو الفعل الذي ننجزه بقولنا لشيء ما، أو على الأصح هو الفعل المنجز عن طريق التلّفظ بقول ما «³.

و يظهر لنا من خلال هذا القول أهميّة و خطورة ما يمكن أن يحمله فعل الكلام (Acte de parole)؛ « فاللغة لا تخدم فقط، لا في البداية، و لا بشكلٍ خاص تمثيل العالم؛ بل تخدم إنجاز أفعال؛ فالكلام هو أن نعمل، و بمعنى واضح: هو مثلاً فعلٌ في الآخرين، و بمعنى غير

ظاهر – و لكنّه واقعي -: تدشين معنى، و القيام على كلّ حال بـ « فعل كلام »؛ إذ يوجّه مفهوم الفعل هذا نحو مفاهيم أكثر دقّة و أكثر شمولية للتفاعل و التسوية «⁴، حيث لا يكون لفعل الكلام أهميّة إذا لم يكن هناك تفاعل بين الأفراد المتكلمين للغة.

ب- السياق: Le Contexte:

يتوضع السياق على رأس المفاهيم التداولية؛ إذ « غالباً ما تعرّف التداولية على أنّها العلم الخاص بالسياق – أو السياقية (Contextique)، حيث تفرّق بين أنواعه المختلفة؛ أو بالأحرى بين مختلف مستويات بنينة (Structuration) السياق «⁵.

كما يدعى السياق أيضاً البيئة في العملية الاتصالية؛ فكلّ عملية اتصالية غير خاضعة لسياقها، لا يمكن أن تكون مفهومة. فعندما نقول « البيئة؛ فذلك يعني الوحدات التي تسبق و التي تلي وحدة معيّنة، و يسمّى أيضاً السياق أو السياق اللغوي «⁶.

و السياق اللغوي يعني تلك التتابعات اللغوية الخاصة بالوحدات المعجمية و الصوتية و الصرفية، و بعلاقاتها التركيبية؛ إذ يرتبط « السياق اللغوي بنظام اللغة و كلماتها و ترتيباتها المختلفة، و دعاه هاليداي (Hallyday) بالرّصف أو التّساوق (Collocation)⁷، و هو يؤكّد معنى الكلمة الدقيق الذي يتحدّد من خلال

¹- هديسون، علم اللغة الاجتماعي، ص: 173 / عن: ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطلحي، المرجع السابق، ص: 225.

²- هديسون، علم اللغة الاجتماعي، ص: 211 / عن: المرجع نفسه، ص: 225.

³- Rodolphe Ghiglione, L'homme communicant, Éditions Armand Colin, Collection U, Paris : 1986, P : 54.

⁴- فرانسواز أرمينكو، المقاربة التداولية، ص: 09.

⁵- Georges Elia Sarfati, Précis de pragmatique, P : 25.

⁶- Jean Dubois et Autres, Dictionnaire de linguistique, P : 120.

⁷- « ومن قبيل السياق اللغوي ما يسمّى بـ " المصاحبات أو اللوازم اللغوية " Collocation، و المقصود بها أن تستلزم إحدى الكلمتين الكلمة الأخرى في الاستعمال على صورة تجعل إحداها ترتبط بالأخرى ارتباطاً تبادلياً (...) و من أمثلة ذلك ارتباط كلمة «

معطيات الاستعمال الفعلي، وورودها مع مجموعة من الكلمات والعناصر التي تقع معها في سياق لغوي يقبله أبناء اللغة، وبذلك فإن السياق اللغوي يوضح كثيراً من العلاقات الدلالية بين الكلمات، وهو مقياس لبيان الترادف والاشتراك والأضداد. فالسياق اللغوي هو حصيعة استعمال الكلمة داخل نظام الجملة مجاوزة كلمات أخرى، مما يكسبها معنى خاصاً بها ومحددًا، فالمعجم يقدم معنى عاماً، متعدداً، متصفاً بالاحتمال، على حين أن السياق يحدده ويضع له قيوداً واضحة، ويعينه، ويخصّصه بسمات غير قابلة للتعدّد والاشتراك والتعميم»¹.

وللسياق علاقة بالعناصر التي تنتظم داخلياً لتشكل نظام اللغة؛ إذ «نسمي «سياق» العناصر التي تشترك معها داخل وحدة أكبر. إن تفحص بعد السياق في دراسة وحدة محددة يتوقف على هذه الوحدة: بالنسبة لفونيم ما فإنه المقطع اللغوي أو المورفيم، و بالنسبة لمورفيم ما فإنها المجموعة التركيبية أو الجملة»².

وبهذا المفهوم يتضح أن السياق هو تجسيد لتلك التتابعات اللغوية في شكل خطاب، من وحدات صوتية و صرفية، و معجمية، وما بينها من ترتيب و علاقات تركيبية³.

وتجدر الإشارة إلى أنه على الرغم من صحة هذا التعريف الذي أعطي للسياق في أحد جوانبه، إلا أنه «لا يمثل، في عمومته، إلا التعريف الضيق؛ فقد غدا مصطلح السياق من المصطلحات الشائعة والمؤثرة في الدرس اللغوي الحديث، منذ ابتدعه (مالينوفسكي)⁴، ليتسع مفهوم السياق خصوصاً في الدراسات التداولية، بما أنها تعدّه أساساً من أسسها المكنية. ولهذا تجاوز الباحثون التعريف النموذجي إلى التعريف الأرحب للسياق؛ فأصبحت «تُعرف مجموعة الظروف التي تحف حدوث فعل التلّفظ بموقف الكلام (...) وتسمّى هذه الظروف، في بعض الأحيان، بالسياق (Context)»⁵.

المعزية « بكلمة « القاهرة » في السجلات الفاطمية، بحيث إذا وقع القارئ للسجل الفاطمي على كلمة « القاهرة » توقع أن تصبح كلمة « المعزية » سابقة عليها أو لاحقة بها » : عاطف مدكور، علم اللغة بين القديم والحديث، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات جامعة حلب- كلية الآداب، سوريا، 1407 هـ / 1987 م، ص: 214.

¹ - أحمد محمّد قدور، مبادئ اللسانيات، دار الفكر، دمشق، ط: 01، 1996، ص: 300، 301 / عن: أحمد عزوز، نظرية الحقول الدلالية- دراسة في التأسيس والتطبيق، رسالة دكتوراه، إشراف الأستاذ الدكتور: عبد الكريم بكري، المشرف المساعد: الدكتور مختار حبار، معهد اللغة العربية وآدابها، جامعة وهران- السانبا، 1998-1999 م، ص: 64، 65.

² - Marie-Noëlle Gary- Prieur, Les termes clés de la linguistique, Éditions du Seuil, Paris : Octobre : 1999, P : 19.

³ - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب - مقارنة لغوية تداولية- ، ص: 40.

⁴ - محمّد يوسف حبّص، البحث الدلالي عند الأصوليين، عالم الكتب، ط: 01، القاهرة، 1411 هـ ، ص: 30 / عن: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، المرجع السابق، ص: 40.

⁵ - Oswald Ducrot and Tzvetan Todorov : Encyclopedic dictionary of the sciences of language, p : 333. / عن: المرجع نفسه، ص: 41.

⁶ - Oswald Ducrot and Tzvetan Todorov : Encyclopaedic dictionary of the sciences of language, p : 333. / عن: المرجع نفسه، ص: 40، 41.

وتأتي أهمية السياق من كونه العامل الرئيس لتحقيق الدلالة وتحقيق الفهم بين الأفراد المتكلمين ؛ إذ « لا يتحقق تفسير منظومة لغوية ما إلا بعد وضعها ضمن سياقها (Contexte) الذي تخضع له جميع علاقات الكلام و تعارضاته المختلفة، وبهذا لا يصبح النظام (Système) - سواء في إطاره الشكلي أو في إطاره النظري- وحده كافياً لتحقيق الدلالة و فهمها ؛ بل لابد من ربطه بسياقه الذي ينتمي إليه »¹.

ويحتل السياق هذه الأهمية انطلاقاً من كونه يساعد مع المقام² (Situation) في الوصول إلى « تحديد النظام و وصفه »³ ، و ذلك بربط العلامات اللغوية مع العلامات غير اللغوية لتحقيق تفاعلٍ تواصلٍ تامٍّ، بالرغم من الالتباس الذي يلزم كلاً منهما- أي السياق و المقام- في كثيرٍ من الأحيان⁴. ويقول ستيفن أولمان : « و كلمة (السياق) Contexte " قد استعملت حديثاً في عدة معانٍ مختلفة. والمعنى الوحيد الذي يهّم مشكلتنا في الحقيقة هو معناها التقليدي أي "النظم اللفظي للكلمة و موقعها من ذلك النظم" ، بأوسع معاني هذه العبارة ، إنَّ السياق على هذا التفسير ينبغي أن يشمل - لا الكلمات و الجمل الحقيقية السابقة و اللاحقة فحسب- بل و القطعة كلّها و الكتاب كلّهُ؛ كما ينبغي أن يشمل- بوجه من الوجوه- كلُّ ما يتّصل بالكلمة من ظروف و ملابسات، و العناصر غير اللغوية المتعلقة بالمقام الذي تنطق فيه الكلمة لها هي الأخرى أهميتها البالغة في هذا الشأن »⁵.

كما تكمن أهمية السياق في أنه يجسّد الدلالة الفعلية للغة و ذلك: « أن الكلمة قد يكون لها أثرٌ من معنى باختلاف بعض السياقات اللفظية التي تقع فيها أو باختلاف الظروف الخارجية المحيطة »⁶؛ و في إبراز عنصر الذاتية في الخطاب الخطاب إلى جانب بيان الجانب الاجتماعي و الثقافي الذي يتحرّك فيه الفرد المتكلم. و عليه، يمكن القول أن السياق في عمومه يمكن أن يشمل الدلالات كافة التي أشار إليها المنطقة على اعتبار أن ما هو لغويٌ منها ينتمي إلى السياق اللغوي، و ما هو غير لغوي من الدلالات غير اللفظية تنتمي إلى سياق الموقف، و هذان

1- الطيب دبه ، التجليات السيميائية عند أبي حيان التّوحّدي- بحث مقدّم لنيل شهادة الماجستير في اللغويات- إشراف : د. سعدي الزبير، جامعة الجزائر: 1997- 1998 ، ص: 116.

2- و يسمّى كذلك سياق الموقف أو الحال، و سيأتي التفصيل فيه كواحدٍ من المفاهيم الأساسية للتداولية مع تبيان الفرق بينه و بين مفهوم السياق.

3- Luisse Prieto, Messages et signaux, P.V.F., 1966, PP : 47, 48.

4- و « لإزالة هذا الالتباس، اعتبر السياق لدى بعض السيميائيين مفهوماً لسائياً داخلياً، و المقام مفهوماً خارجاً عن اللغة : ينظر: مقال: الحدود بين المدارس اللسانية، ندوة العدد، دراسات أدبية ولسانية، العدد: 03، ربيع 1986، ص: 126، 127/ عن: الطيب دبه، التجليات السيميائية عند أبي حيان التّوحّدي، بحث مقدّم لنيل شهادة الماجستير، ص: 116.

5- ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللغة، ترجمه و قدّم له و علّق عليه: د. كمال بشر، دار غريب للطباعة و النّشر و التوزيع، القاهرة ط: 12: 1997، ص: 68.

6- محمّد رشاد الحمزاوي، المصطلحات اللغوية الحديثة، الدار التونسية للنشر، 1987، ص: 83.

النوعان من السياق وما يشمله من الدلالات اللغوية وغير اللغوية (خارج النص) هما ما يتعاضدان أحياناً فيشكّلان ما يسمّى النص¹.

أمّا جورج إيليا سارفاتي (Georges Elia Sarfati)؛ فيرى أنّ السياق في التداولية ينقسم إلى 04 مستويات يفصلها كما يلي:

« 1- السياق الظرفي: Le contexte circonstanciel »:

ويتقابل مع المحيط الفيزيائي للمحرّكات الأساسية ك (الفضاء، الزمن، الطبيعة والبنية التواصلية).

« 2- السياق الموقفي² /المقام: Le contexte Situationnel / c. de situation »:

ويتطابق مع المحيط الثقافي للخطاب؛ فهو بهذه الصّفة يحدّد معايير الصّحة (كنوع العبارة التي توصف بـ « الطبيعية » داخل ثقافة ما والتي يظهر أنّها غير مناسبة داخل ثقافة أخرى)؛ فهو يعمل كقالب للأنماط المرتبطة بالاستعمالات التي يحددها³.

وفي أحيان كثيرة يتداخل مفهوم المقام (Situation) مع مفهوم الظروف (Circonstances) في السياق الظرفي (Le contexte circonstanciel) ويلتبس به، ومع مفهوم السياق أيضاً، ولكن « حقيقةً، هذا المصطلح ليس له تعريف، ولا محتوى محدّد أيضاً، إنّهُ مستعمل في الدلالة التعبيرية، وفي التداولية، من أجل الإشارة إلى كلّ « ما يحيط » بالقول (أطراف التبادل اللفظي، حالتهم الذهنية، الأشياء التي تحيط به، الظروف بشئى أنواعها...)، في مقابل السياق الذي المفروض أنّه يشير إلى محيط من طبيعة لسانية⁴.

أمّا في الدراسات العربية؛ فهو يعني كذلك مجموعة الظروف (Circonstances) التي تحيط بالمتكلم، ويسمّيه علماء البلاغة القدماء (العرب) بالحوال أو المقام أي ما يستلزم الحالة التي يكون فيها الخطاب، وهناك ترجمات عربية أخرى لكلمة Situation مثل: موقف مثلما رأينا، ووضعية، لكنّها غير وافية. وفي أحيان كثيرة يتداخل مفهوم المقام (Situation) مع مفهوم السياق (Contexte) ويلتبس به، و « هذا الالتباس ممتدّ بين زمنين وثقافتين، فقد شاع المقام عند العرب قديماً عندما استعملوه في الدراسات البلاغية. في حين استعمل كثير من المحدثين، خصوصاً الغربيين، مصطلح السياق. وإذا نظرنا إلى كلّ

1- ينظر: ردّة الله بن ردّة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السياق، ص: 55.

2- وقد سمّاه جون ديبيوا (Jean Dubois) كذلك بالسياق الموقفي (Contexte situationnel) أو سياق الموقف (Contexte de situation) : Voir : Jean Dubois et Autres, Dictionnaire de linguistique, P : 120.

3- George Elia Sarfati, Précis de pragmatique, P : 25.

4- Marie-Noëlle Gary-Prieur, Les termes clés de la linguistique, P : 53.

منهما؛ فإننا قد نجد فروقاً بين ما كان يقصده البلاغيون العرب، و ما يقصده التداوليون في البحث اللغوي الحديث»¹.

إلا أنه يمكن الفصل بين مفهوم المقام و مفهوم السياق و ذلك انطلاقاً من فهم علماء البلاغة العرب لمصطلح المقام ، حيث قالوا: « لكلِّ مقامٍ مقال " و " لكلِّ كلمةٍ مع صاحبها مقام ". يقول القزويني: و " مقتضى الحال مختلف؛ فإنَّ مقامات الكلام متفاوتة؛ فمقام التَّنكير يباين مقام التَّعريف، و مقام الإِطلاق يباين مقام التَّقبيد، و مقام التَّقديم يباين مقام التَّأخير، و مقام الذِّكر يباين مقام الحذف، و مقام القصر يباين مقام خلافه، و مقام الفصل يباين مقام الوصل، و مقام الإيجاز يباين مقام الإطناب و المساواة و كذا خطابُ الذكي يباين خطاب الغبي "»².

ويعلّق تَمّام حَسّان على هذه التَّحديدات التي وضعها البلاغيون العرب لمصطلح المقام بقوله: « لقد فهم البلاغيون " المقام " أو " مقتضى الحال " فهماً سكونياً قالبياً نمطياً مجرداً على نحو ما جرّد النُّحاة أصل الوضع للحرف و للكلمة و للجملة (...) فهذه المقامات نماذج مجردة و أطر عامّة، و " أحوال " ساكنة ذات مقتضيات يوزن بها السُّلوك الحيّ، و يصبُّ في قالبها، بهذا يصبح المقام عند البلاغيين سكونيّ لأنّه حال أو Static أمّا المتحرِّك النَّابض بالحياة فهو السُّلوك اليوميُّ للفرد الذي يسعى إلى مطابقة هذه القوالب التَّقافية»³.

وفي تعليقه هذا إشارة واضحة إلى إخضاع " المقام " للمعيارية في كلام " القزويني " ⁵، وفي مقابل ذلك؛ فهو يعرف المقام بقوله: « فالذي أقصده بالمقام ليس إطاراً و لا قالباً؛ وإنما هو جملة الموقف المتحرِّك الاجتماعي الذي يُعتبر " المتكلِّم " جزءاً منه، كما يُعتبر السَّمعُ و الكلام نفسه و غير ذلك ممّا له اتّصال بالتكلُّم Speech event، و ذلك أمرٌ يتخطى مجرد التّفكير في موقف نموذجيّ ليشمل كلّ جوانب عمليّة الاتّصال من الإنسان و المجتمع و التّاريخ و الجغرافيا و الغايات و المقاصد»⁶.

ثمّ يضيف قائلاً: « و على الرُّغم من هذا الفارق بين فهمي و فهم البلاغيين للمصطلح الواحد، أجد لفظ " المقام " أصلح ما عبّر به عمّا أفهمه من المصطلح الحديث: Context of situation الذي يستعمله اللسانيون المحدثون»⁷.

1- عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 41.

2- تَمّام حَسّان، الأصول- دراسة استمولوجية للفكر اللغوي عند العرب- النُّحو، فقه اللُّغة، البلاغة، أميرة للطباعة، عالم الكتب: القاهرة: 1420هـ/ 2000 م، ص: 303.

3- « فهو يرى بأنّ الفيصل في ذلك الاختلاف بين مفهومي المقام و السياق هو معرفة ما تنطوي عليه التَّقافة؛ ففيها يرتبط كثير من المواقف بالاستعمال اللغوي، ممّا يحدّ من إخضاع المقام للمعيارية التي تلتصق بتعريفات البلاغيين العرب» : عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 40.

4- تَمّام حَسّان، الأصول، ص: 303.

5- و ذلك بقوله: « و على الرُّغم من أنّي أشمُّ في كلام القزويني هذا رائحة المعيارية أورد نصّه الذي سبق و أصرّفه إلى المعنى الاجتماعي النَّابض بالحياة؛ فأعطيه دينامية لم ينسبها إليه البلاغيون... » : المرجع نفسه، ص: 304.

6- تَمّام حَسّان، المرجع السّابق، ص: 304.

7- المرجع نفسه، ص: 304.

سياق واسع

سياق محدود

Contexte Étendu

Contexte Restreint

و على هذا الأساس، أصبح التفريق بين السياق اللغوي (Contexte verbale) أو (Contexte linguistique) و السياق غير اللغوي (Contexte non-linguistique) أو (Contexte de situation) أي سياق الموقف يقتضي تحديد مفهومي لكل منهما، وهذا التفريق « هو ما أكسبته نظرية فيرث (Firth)، أو النظرية السياقية للدرس اللغوي حين أصبح تناول المعنى يعني تناولاً لهذين الجانبين »¹.

وينعت السياق اللغوي والسياق غير اللغوي عند الأسلوبيين بالسياق الصّغير والسياق الكبير.

أمّا السياق الصّغير (Micro context) ، و يقصد به الجوار المباشر للفظ قبله أو بعده²، ويُعني أسلوبياً بدراسة الكيفيات التي تتفاعل بها الكلمات ؛ فيبرز بعضها بعضاً، و يؤثر بعضها في بعض³.

والآخر: السياق الكبير (Macro context) : و يقصد به أحياناً ما هو أكبر من الجوار المباشر للفظ كالجمله أو الفقرة أو الخطاب جملة، و قد يتخذ هذا المصطلح أسلوبياً دلالة خاصة تتمثل في جملة المعطيات التي تحضر القارئ، وهو يتلقّى النصّ بموجب مخزونه الثقافي والاجتماعي⁴.

ج- المرجع أو المرجعية: Le réfèrent / La référence

تحدّد المرجعية⁵ في إطار التفسير التقليدي للغة، و كذلك في إطار الافتراض الذي يعرف الدلالة بأنها تمثل العلاقة⁶ بين العلامات و الأشياء (التي تحيل إليها في الواقع) ، إلا أن دوسوسير (De Saussure) و من بعده معظم اللسانيين البنويين لم يولوا أية عناية لهذه المرجعية نظراً لطبيعتها غير اللغوية، و هذا طبعاً في ظلّ المنهج البنيوي الشكلي ؛ وبالتالي فمكونات العلامة اللغوية هي

¹ - ردّة الله بن ردّة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السياق، ص:52.

² - عبد السلام المسدي، الأسلوبية والأسلوب، الدار العربية للكتاب، تونس، ط: 02: 1972، ص:175/ عن: ردّة الله بن ردّة بن ضيف الله الطلحي، المرجع السابق، ص: 54.

³ - اتجاهات البحث الأسلوبي، بحث لأولمان بعنوان: اتجاهات جديدة في علم الأسلوب، ص:166/ عن: المرجع نفسه، ص:54.

⁴ - عبد السلام المسدي، الأسلوبية و الأسلوب، ص:175/ عن: المرجع نفسه، ص:54.

⁵ - هناك من يستعمل مصطلح الإحالة بدلاً من مصطلح المرجعية في مقابل المصطلح الأجنبي: "Réfèrent".

⁶ - سواء كانت هذه العلاقة اعتبارية أم معللة.

مكوّنات ثنائية تقصي المرجع كطرف أساسي من المكوّنات الأساسية للعلامة التي تفسرها أو يمكن الرجوع إليها¹.

وتكمن أهميّة المرجعية في أنّها تمثّل الوظيفة التي تتمكّن من خلالها العلامة اللغوية من الرجوع إلي موضوع في علم غير لغوي².

وبناءً على أنّ اللغة هي مجموعة من البنى والأشكال ووجودها يرتبط بتجربة المتخاطبين³؛ فإنّ لكلّ متكلّم طريقته في إدراك هذا العالم عن طريق تجربته الخاصّة، و لكنّه عند التّعبير عن هذه التّجربة الخاصّة، عليه أن يكون مشتركاً مع المتلقّي (أو السّامع) في نفس المرجع (Le Réfèrent) باعتباره « يشكّل الموضوع الذي يحيل إليه الخطاب. »⁴، أو المحتوى الكلامي (Le contenu) الذي تتضمّن المرسلّة و تشير إليه لكي تكون فاعلة، و يعيه الملتقط في الوقت ذاته و تقتضي أيضاً وجود نظام رموز (Code) أو لغة تكون مشتركة كلياً أو جزئياً على الأقل بالنسبة إلى كليهما (المرسل و الملتقط) معاً⁵.

ويرتبط المرجع بالصيرورة التّواصلية بين شريكين في الخطاب ؛ إذ « يتلقّى المخاطب علامات لغته أو لغة أخرى، يؤوّلها عن طريق إرجاعها إلى عالمها الحقيقي أي انطلاقاً ممّا يقوله المتكلّم عن نفسه و عن الآخرين، و ليكون قادراً على ترجمة خطابات المتكلّم ينبغي أن يشاركه في الوضع، أي اللغة التي يتحدّثان بها، وأن يملك خلفيات مسبقة عن موضوع الحديث ؛ إذ من الصّعب جدّاً أن نفهم كمتلقّين خطاب الرّئيس الأمريكي المتحدّث عن تاريخها و حاضرها إذا كنّا نجهل اللغة الإنجليزيّة و الخلفيات الثقافيّة و التّاريخية لتلك الأحاديث »⁶.

وعليه يمكننا أن نستخلص الأهميّة التّداولية التي تكتسبها المرجعية ، حيث تعتبر « القاعدة الأساس لكلّ اتّصال و تواصل؛ فهي التي تحدّد العلاقة بين الملفوظ و الموضوع الذي تحيل إليه، وتدلّ على سيرورة العلاقة بين الملفوظ و المرجع أي مجموع الآليات التي تصل بعض الوحدات اللغوية ببعض الوحدات من الحقيقة غير اللغوية بمفهوم " أركيوني" ، بينما لا يحدّد "ديكرو" المرجعية إلاّ من ناحية الترميز L'encodage و فكّ الرّموز Décodage الذي يقوم فيه الإدراك الأكوستيكي أو المرئي للدّال بتوجيه المتلقّي إلى نوع من المدلول الذي يتحدّد

1- اعتبرت اللسانيات التّقليدية المرجع La référence مجالاً ينبغي إبعاده من الدراسة اللغوية بالرغم من الأهميّة التي يكتسبها في فهم الخطاب البشري ؛ فقد كانت حجّتها في ذلك استحالة الجمع بين علامات من طبيعة متنوّعة، و كون المرجعية من طبيعة غير لغوية (Extra linguistique)؛ فلا مجال للرجوع إلى الأشياء لتفسير العلامات اللغوية: عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 92.

2- Jean Dubois et Autres, Dictionnaire de linguistique, P : 414.

3- George Mounin et Autres, Dictionnaire de linguistique, P. V. F., Paris : 1974, P : 284.

4- عبد الجليل مرتاض، اللغة و التّواصل (اقترابات لسانية للتّواصلين: الشّفهي و الكتابي)، دار هومة للطباعة و النّشر والتّوزيع، الجزائر، ص: 42.

5- ينظر: ميشال زكريا، الألسنية (علم اللغة الحديث)، المبادئ والأعلام، المؤسسة الجامعية للدراسات والنّشر، والتّوزيع، بيروت- لبنان، ط: 02: 1403 هـ / 1983م، ص: 53.

6- ذهيبية حمو الحاج، لسانيات التلقظ و تداولية الخطاب، منشورات مخبر تحليل الخطاب، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، دار الأمل للطباعة و النّشر و التّوزيع، ص: 94.

بفضل كفاية و تمكّن المتكلم في علم المفردات، والمدلول باعتباره أصغر الوحدات اللغوية المجردة **Sens abstrait** يقوم هو كذلك بتحديد المرجع الملائم¹.
ومن بين الوظائف² التي تؤديها المرسلات اللغوية الوظيفة المرجعية (**La fonction Référentielle**) وهي الوظيفة المتعلقة بالمحتوى الذي ترمز إليه المرسلات من خلال وجودها ضمن سياق لغوي معيّن (**Contexte**) يُظهر معناها؛ إذ « تظهر هذه الوظيفة في المرسلات ذات المحتوى الذي يتناول موضوعات و أحداثاً معيّنة، تشكّل هذه الوظيفة التبرير الأساسي لعملية التواصل ذلك أننا نتكلم بهدف الإشارة إلى محتوى معيّن نرغب في إيصاله إلى الآخرين ، و تبادل الآراء معهم حوله »³.

وتعتبر الوظيفة المرجعية أهمّ الوظائف الأخرى ، و ذلك لكونها قاعدة كلّ تواصل؛ إذ تركز على المرجع الذي يحدّد العلاقة بين المرسلات و الشيء الذي تعيّن إليه ممثلاً في مقام الملفوظ و سياقه. فهي تستعمل العلامة للتّمثيل و الإعلام و التّفسير؛ و عليه فلا مندوحة من وجودها في أيّ عملية تواصلية إذا قيست ببقية الوظائف الأخرى التي هي ثانوية. و تتأثّر أهميتها من تسمية جاكبسون لها بالمعرفية **Cognitive** أو التّعينية **Dénotative** ، و تتمثّل ضرورتها في أنّها تظهر الكيفية التي يقدّم بها الملفوظ عالم التّمثيل الخطابي في أي تواصل إخباري⁴.
كما لا تثبت المرجعية عند التّداوليين على مفهوم واحد ، إذ هنالك مرجعيتان:

- 1- المرجعية اللغوية (المرتبطة بدلالة المعجم و الدلالة العامّة) .
- 2- المرجعية في إطار المتكلم و هي مرجعية « تجعل العلامة علاقة لا مع عالم الأشياء الواقعية (وهو مدلول المرجعية اللغوية)؛ بل مع العالم كما يدرك داخل المكونات الأيديولوجية لثقافة ما »⁵.

د- الإنجاز: La réalisation:

ويدعى أيضاً التّأدية، وهو من أهمّ المفاهيم التّداولية؛ بل هو جوهر الدراسة التّداولية خاصّة فيما يتعلّق بإنجاز اللّغة، و تقول فرانسواز أرمينكو: « ونقصد بالإنجاز طبقاً للمعنى الأصلي للكلمة، إنجاز الفعل في السياق، إمّا بمحاكاة لقدرات المتكلمين (أي معرفتهم و إمامهم بالقواعد) ، و إمّا بتوجّب إدماج التمرّس اللّساني بمفهوم أكثر تفهّماً، كالقدرة التّواصلية »⁶.

1- المرجع نفسه، ص: 94، 95.

2- يميز ر. جاكبسون (R. Jakobson) بين ستة وظائف تؤديها المرسلات اللغوية سنّعرض لها في الفصل الأخير من هذا العمل.

3- ميشال زكريا، الألسنية (علم اللّغة الحديث)، المبادئ و الأعلام، ص: 64.

4- ينظر: أحمد يوسف، سيميانيات التّواصل و فعالية الحوار، ص: 118.

5- Jean Dubois et Autres, Dictionnaire de linguistique, P : 414.

6- فرانسواز أرمينكو، المقاربة التّداولية، ص: 09.

ويقتضي إنجاز اللُّغة بالضرورة معرفة المتكلمين الضمنية للغتهم، وكذا قدرتهم على أدائها بها، و طبعاً ليست هذه المعرفة و هذه القدرة هي نفسها عند جميع الأفراد المتكلمين لها ؛ وبالتالي فنحن هنا أمام مفهومين أساسيين بالنسبة لموضوع الدراسة التداولية ألا و هما: الكفاءة اللُّغوية **(La compétence)** و الأداء الكلامي **(La performance)**، وقد تطرَّق إلى هذين المفهومين اللساني الأمريكي: نوام تشومسكي: **(Noam Chomsky)** ، إلا أننا في هذا العمل سنتطرَّق كذلك إلى الكفاءة التداولية **(La compétence pragmatique)** ¹.

و- القصد / القصدية: **L'intention / L'intentionnalité**:

تقف المقاصد بشكلٍ عامٍ وراء كلِّ ما يقوم به الإنسان من أفعالٍ و تصرفاتٍ من أجل الوصول إلى أغراضٍ أو أهدافٍ محدَّدة ؛ فقد « يتردَّد الإنسان في إطلاق صفة الفعل على الشيء إذا لم يكن نتيجةً لقصد الفاعل ؛ و عليه فلا يسمَّى الفعل فعلاً ما لم يصحبه القصد، ينطبق هذا على الفعل الذهني أو الجسدي، و لا ريب أن كلَّ فعلٍ من هذه الأفعال يأتي لتحقيق هدفٍ معيَّن » ².

و على هذا الأساس يعتبر القصد من المفاهيم الأساسية للتداولية، حيث يسمَّى كذلك بالمعنى التداولي، و تأتي أهميته انطلاقاً من كونه يشكِّل الدافع الذي يبني عليه المرسل اتِّصاله ويتحدَّد على أساسه نجاح هذا الاتِّصال من عدمه، و ذلك عند بلوغ هذا القصد إلى المتلقِّي ومن ثمَّ تأويله له؛ فحسب غريس ³ **(Grice)** ؛ فإنَّ « قصد المتكلم بإبلاغ شيءٍ ما إلى المستمع يتحقَّق ويتحوَّل إلى اتِّصال حقيقي عن طريق معرفة هذا القصد من طرف المستمع » ⁴.

كما يقتضي الوصول إلى معرفة القصد إدراك جميع العناصر السياقية التي ورد فيها، حيث « يرتكز دور المقاصد، بوجهٍ عامٍ، على بلورة المعنى كما هو عند المرسل ؛ إذ يستلزم منه مراعاة العناصر السياقية الأخرى، و تكمن وظيفة اللُّغة هنا في تحقيق التفاعل بين طرفي الخطاب، بما يناسب السياق بمجمله ؛ فتتَّضح المقاصد بمعرفة عناصره » ⁵.

¹ - ينظر: الفصل الثَّاني، ص: 108 وما بعدها.

² - عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 188.

³ - « بين عامي 1957 و 1969، وضع الفيلسوف ب. غريس (Paul Grice) المعالم لنظرية دلالية و أخرى تداولية مكتملة لها، وكلاهما مؤسَّس على فرضية السَّمة القصدية للاتِّصال » : Georges Elia Sarfati, Précis de pragmatique, p : 40. و يحدِّد غريس (Grice) مصطلح القصد بتفريقه بين ما أسماه الدلالة الغير طبيعية (La signification non naturelle) أو (S.N.N.) و الدلالة الطبيعية (Signification naturelle) حيث يقصد غريس « بعبارة الدلالة الغير طبيعية تعيين السلوكيات اللُّغوية (لفظية أو غير لفظية) ؛ فالدلالة على شيءٍ ما لشخصٍ ما ترتكز على إقامة علاقة قصدية و محدَّدة، أمَّا الدلالة المسماة طبيعية فتختلف اختلافاً جوهرياً مع الدلالة الغير طبيعية فهي تسند عادةً إلى علاقات سببية تجري في الطبيعة: مثل الرعد الذي يكون علامةً على تقلُّب الجو، و تدفُّق الحمم يكون علامةً على ثوران بركاني، إلخ، حيث يتطابق هذا الشكُّل من الدلالة مع تصوُّر الإشارة (L'indice) المعرَّف من طرف بيرس (Peirce) » : Ibidem, p : 40.

⁴ - François Récanati, « Insinuation et sous-entendu », communication 30, Paris, Le Seuil, 1979, 94-106, p : 95 / De : Ibidem, p : 40.

⁵ - عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 180.

الإلا أن أ. ج. غريماس (Algirdas Julien Greimas) يرى بأن القصد هو الذي يبرر و يعلل عملية الاتصال ، حيث يقول: « إذا أردنا فهم الاتصال كفعل (Acte)؛ فإننا ندخل عموماً مفهوم القصد (L'intention) والذي يفترض به تعليله و تبريره »¹.

ومن جهة أخرى فهو يرى بأن هذا المفهوم قابل للنقد ، و ذلك من حيث أنه يجعلنا ننظر إلى الاتصال حينئذ كفعل إرادي ، و كفعل واع في الوقت نفسه، و هو الأمر الذي ليس عليه، بالتأكيد، الاتصال دائماً².

وعليه، فهو يفضل استعمال « مفهوم القصدية (L'intentionnalité) من أصل فينومينولوجي بلا موارد، و الذي لا يشبهه لا ذلك المفهوم الخاص بالتعليل، ولا ذلك الخاص بالسعي وراء غاية ؛ فهو يشمل كليهما، كما يسمح كذلك بإدراك الفعل كشئ ينضوي بين شكلين من الوجود: الافتراضية و الإنجاز »³.

وتأتي أهمية المقاصد في الخطاب انطلاقاً من أنها الأساس الذي يبني عليه المرسل اختيار العلامات التي يستعملها داخل تراكيب و سياقات مختلفة لكي يحقق فعله التواصلي؛ ف « غاية قصد المرسل هي إفهام المرسل إليه، و يشترط ليعبر المرسل عن القصد الذي يوصل إليه أن يمتلك اللغة في مستوياتها المعروفة، ومنها المستوى الدلالي، و ذلك بمعرفته بالعلاقة بين الدوال و المدلولات، و كذلك بمعرفته بقواعد تركيبها و سياقات استعمالها، و على الإجمال معرفته بالمواضع التي تنظم إنتاج الخطاب بها »⁴.

ن- الحجاج أو التّحاجج: L'argumentation :

إذا كان المرسل (Le Locuteur) يسعى، من خلال توجيه الك-لام إلى المتلقّي (Le Récepteur)، إلى تحقيق أفعال من شأنها أن تغيّر وضعيته و تغيّر منظومة معتقداته و وضعه السلوكي؛ فهذا يعني أنّ هناك مسؤولية تقع علي عاتق هذا المرسل من أجل تحقيق عملية التأثير اللازمة، و هذه المسؤولية تتمثل في تبنّيه لإستراتيجية الإقناع⁵، أي كيفية الوصول إلى إقناع المتلقّي بوجهة نظر المرسل و الدّفاع عنها بكلّ الوسائل اللغوية و غير اللغوية⁶ المتاحة للوصول إلى هذا الهدف، و هو ما يسمّى بالحجاج " L'argumentation " .

¹ - Algirdas Julien Greimas et Joseph Courtés, Sémiotique, Dictionnaire Raisonné de la théorie du langage, Éditions Classique Hachette, Paris, p : 190.

² - Voir : Ibidem, p : 190.

³ - Ibidem, p : 190.

⁴ - عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 183.

⁵ - ينظر تعريف هذه الإستراتيجية في الفصل الرابع من هذا العمل، ص: 231.

⁶ - و نقصد بها العلامات غير اللغوية التي يمكن للمرسل أن يدعم بها رسائله اللغوية الموجهة نحو المرسل إليه.

ويرى دومينيك مانغونو (Dominique Maingueneau) بأن المقصود بالحجاج هو « تحليل التقنية التي بواسطتها يعلّل متكلم ما مزاعمه أمام مخاطب ما، والذي يضع هذه المزاعم محلّ الشك »¹.

ولا يخرج الحجاج كمفهوم تداولي رئيس عن إطاره الوظيفي، حيث أن « لكلّ أفعال التلقظ (Actes d'énonciation) وظيفة حجاجية " Fonction Argumentative " تؤدي إلى حمل المستمع إلى نوع من الاستنتاج، وربما تحريفه عنه، وظيفة تظهر كعلامة في بنية الجملة ذاتها »².

كما لا يمكن للوظائف الحجاجية التي يمكن أن تتجزئ ضمن أي إستراتيجية إقناعية أن تتم بمعزلٍ عن سياق استعمالها، حيث نجد أوزولد ديكرود³ (Oswald Ducrot) يقول: « .. فقد قمنا بافتراض أنّ القيمة الحجاجية للمورفيمات هي التي تحدّد قيمة الجملة المتشكّلة من هذه المورفيمات، وأنّ هذه الأخيرة (أي الجملة) تحتمّ دورها الأخذ بعين الاعتبار حال الخطاب ، والقيمة الحجاجية لهذه الملفوظات »⁴.

لقد استخدم مفهوم الحجاج كآلية أساسية من آليات الإستراتيجية الإقناعية، سواءً في الدراسات القديمة أو المعاصرة ؛ ففي الدراسات القديمة الغربية، يعدّ كتاب الخطابة لأرسطو من أقدم الكتب التي اهتمت بالإقناع و أدواته، وقد جعله أرسطو بؤرة خطابه⁵.

أمّا في الدراسات العربية القديمة ؛ فإننا نجده يتجسّد من خلال كثير من النماذج الخطابية التي كانت موجودة قبل مجيء الإسلام، وهي فترة العصر الجاهلي، مثل الخطابات الحماسية والحربية، والمنافرات القبلية، إلى غير ذلك من المنجزات الخطابية التي طبعت تلك الفترة.

أمّا بعد نزول القرآن ؛ فقد كان الحجاج من أهمّ الوسائل التي ارتكزت عليها الدّعوة إلى الإسلام؛ فكان استخدام البراهين و الحجج و الأدلّة العقلية و العلمية من أهمّ الإستراتيجيات الإقناعية التي ساعدت على نجاح هذه الدّعوة و انتشارها، خاصّة و أنّ المعجزة الكبرى للقرآن الكريم كانت معجزة لغوية ممّا يؤكّد على قوّة الحجاج القرآني في مقابل مزاعم المشركين؛ بالإضافة إلى ورود لفظة الحجاج و

¹ - Dominique Maingueneau, Aborder la linguistique, Éditions du Seuil, Collection MEMO, Paris : 1996, p : 46.

² - ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلقظ و تداولية الخطاب، منشورات مخبر تحليل الخطاب، جامعة مولود معمري- تيزي وزو- دار الأمل للطباعة والنشر و التوزيع- الجزائر: ص: 125.

³ - ولد أوزولد ديكرود سنة 1930، وهو لساني فرنسي، مبرّز في الفلسفة، كان عضواً باحثاً في المركز الوطني للبحث العلمي (CNRS)، بفرنسا، وهو يشغل حالياً منصب مدير الدراسات بدار الدراسات العليا للعلوم الاجتماعية، بباريس: (École des hautes études en sciences sociale)، وله مؤلّفات عديدة حول التلقظ نذكر منها: 1- Dire et ne pas dire, 2- Le dire et le dit, 1980, 3- Les échelles argumentatives, 1980, 4- Les mots du discours, 1980.

⁴ - Conférence faite a Lyon, le 25 Octobre 1980, et publiée dans L'argumentation, Presses Universitaires de Lyon, 1981, p : 09- 27/ Oswald Ducrot , Le Dire et le dit, Les Éditions de Minuit, Paris : 1984, p : 149.

⁵ - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 449.

التحاجج في آيات كثيرة من القرآن الكريم، ثم « تنامت الخطابات التي تجسّد هذه الإستراتيجية بعد البعثة المحمّدية في كثير من السياقات، و تبلورت في كثير من العلوم، مثل علوم الفقه و أصوله و علم الكلام والعلوم اللغوية، كما كان الإقناع مطيّة أطراف الخطاب في المسامرات و عقد الندوات والنقاشات. فكانت إستراتيجية الإقناع بمختلف ألياتها هي السبيل الأقوم لإبراز مكونات هذه العلوم و الدفاع عنها، ومحاولة إحلالها في موضعها الذي تستحقه »¹.

ونظراً للأهمية البالغة التي حظيت بها الخطابة منذ بداية العهد الإسلامي ، وخاصة بعد الفتوحات الإسلامية، ازداد الحضور البارز لنماذج استعمال هذه الإستراتيجية خاصّة في الخطب الدينية والسياسية وحتى العسكرية، فقد « التفت القدماء إلى دراستها نظرياً، و ذلك من وجهتين: - أولاًهما: التّنظير لإستراتيجية الإقناع ذاتها.

- أمّا الأخرى؛ فهي التي عنيت بوضع الضوابط للسياقات التي تستعمل فيها هذه الإستراتيجية »².

فأمّا بالنسبة للوجهة الأولى، فتتمثّل في ما تناوله الجاحظ في كتابه البيان والتبيين، والذي تعرّض فيه للخصائص التي يجب أن تتوفر في الخطيب نفسه ، و في اللّغة التي يتكلّم بها ، حيث أنّه « فصلّ القول فيما يخصّ الخطيب من صفات جسدية وملكات ذهنية، ولم يقتصر حديثه على تعداد مميّزات الخطيب الإيجابية التي تمنح خطابه القبول: من حلاوة القول و الحذق فيه ؛ بل فطن إلى التّنبية على الخصائص السلّبية التي تضعف من موقفه مثل العيوب النطقية والعوي »³.

كما أشار كذلك إلى الأهمية التي تكتسيها « هيئة الخطيب العامّة من طول وقصر وحسن و دمامة، وما يجب أن يتحلّى به من أخلاق، وما يعاب عليه في ذلك ؛ فيلفت النّظر في تناوله إلى دور العلامات السّيميائية، ولا غرو ؛ فالعلامات السّيميائية ذات دور مهمّ في الإقناع، وقد أدرك الجاحظ ذلك الدّور، وأكدّه في حديثه عن العلامات من خط وإشارة وحال وعقد ونسبة⁴؛ فكان بذلك من المؤسّسين لعلم العلامات في الثقافة العربية »⁵.

أمّا بالنسبة إلى اختيار الخطيب للغة؛ فقد استشهد الجاحظ بما ورد عن معمر أبي الأشعث في صحيفة تنتمي إلى الثقافة الهندية قائلاً: « أوّل البلاغة اجتماع آلة البلاغة، وذلك أن يكون الخطيب رابط الجأش، ساكن الجوارح، قليل اللفظ، متخير اللفظ، لا يكلم سيّد الأمة بكلام الأمة ، و لا الملوك بكلام السوقة، ويكون في قواه فضل النّصرف في كلّ طبقة. و لا يدقّ المعاني كلّ التدقيق ولا ينفّح الألفاظ كلّ

1- المرجع نفسه، ص: 447.

2- المرجع نفسه، ص ص: 447، 448.

3- عبد الهادي بن ظافر الشّهري، المرجع السابق، ص: 448.

4- ينظر تفصيل هذه العناصر في بداية هذا الفصل، ص ص: 24، 25.

5- عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 448.

التنقيح، ولا يصفّيها كلّ التّصفية ، ولا يهدّبها غاية التّهذيب ، ولا يفعل ذلك حتّى يصادف حكيماً أو فيلسوفاً عليماً¹ .

وعليه فإنّ الغاية القصوى عند الجاحظ هي الخطاب الإقناعي الشّفوي، و هو إقناعٌ تقدّم فيه الغاية (الإقناع) على الوسيلة (اللّغة)، وتحدّد الأولى طبيعة الثّانية وشكلها حسب المقامات والأحوال² .

أمّا بالنّسبة إلى الدّراسات العربية المعاصرة حول الحجاج و دوره في عمليّة الإقناع؛ فإنّنا نجد بعض المحاولات منها من اهتمّت بتأصيل الحجاج في الثّراث العربي، ومنها من اهتمّت باستثمار النّظريات الغربية، أو ترجمتها. وممّن ح-اولوا تأصيل الحجاج في الثّراث العربي نجد محمّد الواسطي ، و ذلك « في

مقاله « أساليب الحجاج في البلاغة العربية »³؛ إذ عرض استقراءً لمفهوم الحجاج في بعض المصنّفات الثّرائية، كما عرض لبعض الأساليب مثل المذهب الكلامي، و حسن التّعليل، والمبالغة، والتّشبيه الضّمّني، والاستعارة، وقد استشهد بآيات من القرآن الكريم و بآيات من الشّعْر «⁴ .

ومن أبرز الأعمال التي حاولت المزج بين الثّراث العربي و النّظريات

الغربية الحديثة نجد الدّراسات التي قام بها طه عبد الرّحمن في هذا المجال « ومنها كتابه " في أصول الحوار و تجديد علم الكلام " إذ يبتغي من ورائه إيجاد رابطٍ منطقي لغويّ ليطوّعه في سبك نظرية تأخذ بقوة المنطق و سلاسة اللّغة، كما عقد باباً في كتابه " اللّسان و الميزان " سمّاه الخطاب والحجاج⁵، واستعرض فيه فيه أنواع الحجج و أصناف الحجاج، و ركّز على السّلم الحجاجي بوصفه عمدةً في الحجاج؛ إذ أفرد له فصلاً خاصاً، بالرّغم من أنّه عرض له في أكثر من عمل سبق عمله هذا، إلا أنّ ما يميّز عرضه له هنا هو توسيعه له مع حسن تبويبه و ربطه بما لدى الأصوليين من قياس التّمثيل و ترتيب الأحكام الشّرعية، ولم يقف عند هذا الحد؛ بل ذهب إلى دراسة الاستعارة من وجهة نظر حجاجية مؤصّلاً لها كما وردت عند عبد القاهر الجرجاني⁶ .

ومن الدّراسات الغربية التي تناولت الحجاج، نجد أعمال شيم برلمان (Chaïm Perelman) الذي « جدّد فيها البلاغة التّقليدية بوجه خاص، والمتمثّلة في

¹ - الجاحظ (أبو عثمان عمر بن بحر) ، البيان و التّبیین، تح: د. درويش جويدي، المكتبة العصرية، ط: 02 : 1421هـ/ 2000م، ج: 01، ص: 65، 66.

² - محمّد العمري، « المقام الخطابي والمقام الشّعري في الدّرس البلاغي »، مجلّة دراسات، ع: 05، خريف- شتاء: 1991م، ص: 11 / ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 448.

³ - محمّد الواسطي، « أساليب الحجاج في البلاغة العربية »، مجلّة كلیة الآداب و العلوم الإنسانيّة، جامعة سيدي محمّد بن عبد الله، فاس، المغرب، العدد: 12، 1421هـ/ 2001م، ص: 21- 34 / عن: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، المرجع السّابق، ص: 451.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 451.

⁵ - طه عبد الرّحمن، اللّسان والميزان أو التّكوثر العقلي ، المركز الثّقافي العربي، الدّار البيضاء، ط: 01، 1998، ص: 213، 211 / عن: المرجع نفسه، ص: 451.

⁶ - المرجع نفسه، ص: 451.

" البلاغة الجديدة، بحث في الحجاج، 1958 : " **Traité de l'argumentation la nouvelle Rhétorique, 1958** ، حيث يدرس هذا البحث التقنيات الخطابية التي تسمح بإحداث أو توسيع التحام العقول حول المواضيع التي تبدي هذه العقول قبولها « ¹ .

إلى جانب تيارٍ دلاليٍّ آخر، و الذي يمثله ستيفن إدلسون تولمين (Stephen Edelson Toulmin) في عملٍ بعنوان « (استعمالات الحجاج، 1958) (The uses of argumentation, 1958.) ، والذي يهدف إلى دراسة الممارسات الحجاجية في الاستعمال العادي للغة، و الّذي يأخذ في الاعتبار المجالات العلمية أو غير العلمية التي يتمُّ التّحاجج بها « ² .

ومن جهةٍ أخرى، نجد أنّ « منظور أوزولد ديكرود ³ (Oswald Ducrot) وجون كلود أنسكومبر (Jean- Claude Anscombre) في (الحجاج و اللغة، 1983) (L'argumentation dans la langue, 1983) مختلفٌ جدّاً، حيث أنّه لسانيٌّ محضٌ ؛ فحسبهما فإنّ المتكلّمين ينتجون عبارات من أجل إجازة عباراتٍ أخرى إلى مخاطب ما، و بهذا فهم يحولون خطابهم نحو وجهة محدّدة « ⁴ .

ولبيان هذا المنظور فهو يضيف قائلاً: « وفي هذه الحالة ، فإنّ اللغات الطّبيعية تمتلك وسائل لهذا؛ فمثلاً القول (بول لم يقرأ كلّ كتب بلاتون) (Paul n'a pas lu tous les livres de Platon)؛ فهو إجبار المخاطب على الوصول إلى نتيجة سلبية وهي أنّ (بول " ليس كفوّاً) ، وفي المقابل؛ فإنّ القول بأنّ (بول قد قرأ كثيراً من كتب بلاتون) (Paul a lu beaucoup de livres de Platon) يدفع إلى الوصول إلى المعنى العكسي وهذا بصرف النّظر عن العدد الحقيقي للكتب التي قرأها بول (Paul) .

هذه العناصر اللّسانية مثل (لم ، ليس ، لن) : (Ne...pas) ، أو (كثيراً) : (Beaucoup) هي التي تقرّر للتوجّه الحجاجي، و مع نفس المنظور نستطيع أيضاً دراسة كلاً من « الرّوابط » و التي لها دوراً حجاجياً عند الاقتضاء مثل: " لكن: (Mais) ، "وإذن: (Eh bien) ، " ومن جهةٍ أخرى: (D'ailleurs) .. « ⁵ .

إلّا أنّ مجمل ما يمكن أن يقال حول بعض هذه الدّراسات على غناها إلى حدّ ما، هو أنّها لم تورد الحجاج و تتحدّث عنه بوصفه الآلية الرّئيسة للإقناع ؛ بل

¹ - Dominique Maingueneau, Aborder la linguistique, p : 46.

² - Dominique Maingueneau, Ibidem, p : 46

³ - كما تعرّض ديكرود (O.Ducrot) للحجاج عند حديثه عن الدّلالة المدمجة و كان من أهمّ نتائج عمله ما يسمّى بالسلم الحجاجي : ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 454.

⁴ - Dominique Maingueneau, Aborder la linguistique, p : 47.

⁵ - Ibidem, p : 47.

بوصفه آلية دلالية في المقام الأول، باستثناء عمل بيرلمان و زميله اللذين انصبَّ جهدهما على توظيف الحجاج بوصفه آلية الإقناع الرئيسية¹.

ن-1- أصناف الحجاج:

لقد تمَّ تصنيف الحجاج إلى صنفين، و ذلك على أساس الأخذ بعين الاعتبار للحجاج الذي يقوم به المتلقّي أو لا يقوم به كردّ فعلٍ على حجاج المرسل وهما: الحجاج التّوجيهي والحجاج التّقويمي .

ن-1-1- الحجاج التّوجيهي:

يكتفي المرسل في هذا الصّنف بقصده فقط في تكوين حججه و تنظيم خطابه؛ فلا يحاول توقّع اعتراض المرسل إليه و لا استباق حججه ليدحضها و يصل إلى إقناعه، وكأنّ المرسل في هذا العمل لا يقيم وزناً كبيراً للمرسل إليه، كما لا يهتمُّه مقدار إسهامه في إثراء الخطاب ؛ إذ يكتفي بمجرد إيصال حججه إليه²؛ وعليه فإنّ « المقصود بالحجاج التّوجيهي هو إقامة الدليل على الدّعوى بالبناء على فعل التّوجيه الذي يختصُّ به المستدلُّ، علماً بأنّ التّوجيه هو هنا فعل إيصال المستدل لحجته إلى غيره ؛ فقد ينشغل المستدلُّ بأقواله من حيث إقائمه لها ، ولا ينشغل بنفس المقدار بتلقي المخاطب لها و ردّ فعله عليها ؛ فتجده يولي أقصى عنايته إلى قصوده وأفعاله المصاحبة لأقواله الخاصّة، غير أنّ قصر اهتمامه على هذه القصود والأفعال الدّاتية يفضي به إلى تناسي الجانب العلاقي من الاستدلال، هذا الجانب الذي يصله بالمخاطب و يجعل هذا الأخير متمتّعاً بحقّ الاعتراض³ » .

ن-2-2- الحجاج التّقويمي:

أمّا في هذا الصّنف من الحجاج ؛ فنجد أنّ خطاب المرسل الحجاجي ينبني على افتراضه لوجود خطاب حجاجي " متوقّع " من طرف مرسل إليه "متخيّل" يفترض المرسل وجوده، وذلك تحسباً لأيّ اعتراضات يتوقّع أن يواجه بها خطابه الحجاجي، حيث يراعي في خطابه الحجاجي أمرين هما: الهدف الذي يريد تحقيقه و هو الإقناع، و الحجج التي يمكن أن يعارضه بها المرسل إليه⁴، و التي يضعها في الحسبان أثناء بناء خطابه، وعليه؛ فإنّ « المقصود بالحجاج التّقويمي هو إثبات الدّعوى بالاستناد إلى قدرة المستدلُّ على أن يجرد من نفسه ذاتاً ثانية ينزلها منزلة المعترض على دعواه؛ فها هنا لا يكفي المستدلُّ بالنظر في فعل إلقاء الحجة إلى المخاطب، واقفاً عند حدود ما يوجب عليه من ضوابط وما يقتضيه من شرائط؛ بل

¹ - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 454.

² - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، المرجع السّابق، ص: 470، 471.

³ - طه عبد الرّحمن، اللسان والميزان أو التّكوثر العقلي ، ص: 227/ عن: المرجع نفسه، ص: 470.

⁴ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 473.

يتعدى ذلك إلى النظر في فعل التلقي باعتباره هو نفسه أول متلقٍ لما يلقي ؛ فيبني أدلته أيضاً على مقتضى ما يتعين على المستدل له أن يقوم به، مستبقاً استفساراته و اعتراضاته ، و مستحضراً مختلف الأجوبة عليها ومستكشفاً إمكانات تقبلها واقتناع المخاطب بها. و هكذا ؛ فإنَّ المستدل يتعاطى لتقويم دليله بإقامة حوار حقيقي بينه وبين نفسه، مراعيّاً فيه كل مستلزماته التخاطبية من قيود تواصلية وحدود تعاملية، حتى كأنه عين المستدل له في الاعتراض على نفسه «¹.

م- التضمين: L'implicite :

يقوم المتكلمون بتضمين رسائلهم بمعاني ظاهرة و أخرى ضمنية، وهو ما يعطي للخطاب قوته الإنجازية و قيمته التداولية، حيث تعطي التداولية « أهمية كبيرة للتضمين " L'implicite " ، والموجود بشكل كلي في الخطاب و ذلك في شكل افتراضات مسبقة² " Présupposés " وأقوال مضمرة³ " Sous-entendu " «⁴.

والظاهر من القول هو المعنى المُعلن في العبارة و المحتوى الدلالي الذي يمكن الإفادة به بشكل مباشر، بينما المتضمن⁵ من القول، هو المعنى الخفي في العبارة و المحتوى الدلالي الذي لا يمكن الوصول إليه إلا بعد قيام المرسل إليه بالرجوع إلى كفاءته اللغوية والاستعانة بالقواعد الخطابية؛ « فلا يمكن الكشف عن متضمنات التلُّفُظ إلا بمعرفة القواعد و القوانين التي تميِّز الخطاب و تحركه، أي أنّ هناك قوانين تدخل في طريقة استعمال و توظيف المعنى الضمني في الخطاب، لأنَّ المخاطب لا يلجأ إلى الأقوال الصريحة للتلُّفُظ بها ؛ بل يسعى من توجيه المخاطب أو المستمع إلى التفكير في الشيء غير المصرح به «⁶.

ويضيف دومينيك مانغونو (Dominique Maingueneau) إلى أنه لا يمكن للمرسل إليه أن يكشف عن الأقوال المضمرة دون الاستعانة بالسياق، بالإضافة إلى قواعد وقوانين الخطاب ، حيث يقول: « فبالنسبة إلى القول المضمّر، فهو

¹ - طه عبد الرحمن، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، ص: 228. / عن: عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، المرجع السابق، ص: 473.

² - « لكي يحقّق الخطاب فعاليته، يعتمد المخاطب عناصر تجعله يتوجّه إلى التلميح، أي يقول ما يرغب فيه دون أن يصرّح بذلك، و ما على المتلقّي إلا إدراك مآل أقواله دون الإفصاح بدوره (...) ذلك أنه ليس كل ما يتلفّظ به الفرد واضحاً، لكنّه يلتجئ إلى عدّة أساليب يجعل بها كلامه سديماً يستدعي لفكّ سدّامته عدّة آليات، مثل هذا المظهر يسمّيه علماء الدلالة بالافتراض المسبق " Présupposés " ، وهو مرتبط أشدّ الارتباط بقانون الإخبار و الشمولية، تشكّل المفترضات المسبقة حسب " أوركويوني " كل المعلومات والمعطيات الظاهرة الواردة تلقائياً في خضم الملفوظ الذي يقوم بتعيينها مهما كانت خصوصية إطاره ؛ ففي الافتراض المسبق يعتقد المخاطب ما يذهب إليه و يؤكّده « : ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلُّفُظ و تداولية الخطاب، ص: 177.

³ - « يهدف المخاطب في استعانتة بالأقوال المضمرة " Les sous-entendus " إلى توظيفها حسب ظروف الخطاب، يمكن أن نصف القول المضمّر بالتأويل، و يشكّل جل المعطيات التي يمكن أن يحملها الكلام، و ما على سياق التلُّفُظ إلا أن يبرز خصوصياته، و تعدّد هذا التأويل (تعدّد المفاهيم). « : المرجع نفسه، ص: 177.

⁴ - Dominique Maingueneau, Aborder la linguistique, p : 46.

⁵ - يعبر المعنى الضمني عن محتوى موجود في الملفوظات بصفة غير مباشرة، و كونه بدون دال يميّزه ؛ فإنّ محتواه مرتبط بالمحتوى الصريح الذي يتميِّز بداله الخاص، وبذلك يمكن اعتبار المحتوى الأول أنه موجود ضمناً، و لكنّه غائب عن السطح: C. K. Orecchioni, L'implicite, Éditions Armand Colin, Paris, 1986, p : 15. / ينظر: ذهبية حمو

الحاج، لسانيات التلُّفُظ و تداولية الخطاب، ص: 178.

⁶ - ذهبية حمو الحاج، المرجع السابق، ص: 177.

يسمح كذلك بالقول و لكن دون القول الصريح وذلك بترك العناية للمرسل إليه باستخلاصه ضمناً من السياق، ومن أجل ذلك، عليه أن يسخر بعض قواعد اللعبة الحوارية (المسمّاة: المبادئ الحوارية أو قوانين الخطاب) ¹ .
وعليه نستنتج أنّ الأقوال المضمرّة تحتوي كلّ الأخبار القابلة لأن تكون محمولة بواسطة الملفوظ؛ فهي تقوم على قصدية المتكلّم، " L'intention "، وعلى حدس المخاطب الذي يلجأ إلى الحسابات التّأويلية " Les calculs interprétatifs " لفكّ رموزها ².

3-2-5- التّداولية و نظرياته:

يمكننا أن نجمل المبادئ اللسانية لأهمّ النظريات التّداولية في ثلاثة نظريات وهي: نظرية أفعال الكلام « La théorie des actes de parole » ل: ج. ل. أوستين (John Langshow Austin) و ج. ر. سيرل ³ (John Rogers) « La pragmatique de l'énonciation »، و نظرية تداوليات الحديث (Émile Benveniste) ونظرية تداوليات الحوار « La pragmatique conversationnel ».

أ- نظرية أفعال الكلام: La théorie des actes de parole :

ورائدًا هذه النظرية هما: جون لانجشو أوستين ⁴ (J. L. Austin) وجون روجرز سيرل (J. R. Searle).
وتهتمّ هذه النظرية بالآثار ⁵ التي يخلّفها فعل الكلام بعد إنجازه وتتطلق من الاعتقاد بأنّ « الوحدة الدّنيا للتّواصل للإنساني ليست هي الجملة و لا أيّ تعبيرٍ آخر؛ بل هي استكمال (إنجاز) بعض أنماط الأفعال » ⁶.

¹ - Dominique Maingueneau, Aborder la linguistique, p :46.

² - ينظر: ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ و تداولية الخطاب، ص: 178.

³ - جون روجرز سيرل، فيلسوف أمريكي، ولد سنة 1932 بدانفر (Denver) بالكولورادو (Colorado) بالولايات المتّحدة الأمريكية، درس الفلسفة بجامعة أكسفورد (Oxford)، وفي سنة 1959، أصبح أستاذاً لفلسفة اللّغة بجامعة باركلي بكاليفورنيا (Berkeley - Californie)، و انحصرت دراساته في مجال اللّسانيات التّداولية على ضوء نظرية أفعال الكلام ل: ج. ل. أوستين، والتي قام بإثرائها، ومن أهمّ مؤلفاته: 1- Les actes de langage, essai de philosophie du langage, 1969, 2- L'intentionnalité, 1985, 3- sens et expression- études de théorie des actes de langage, 1982, La redécouverte de l'esprit, 1995.

⁴ - و « كان أوستين قد ألقى محاضرات حول الموضوع ذاته لبضع سنوات خلت في جامعة أكسفورد، كما كان قد ألقى بحوثاً لها صلة بالموضوع ذاته منذ عام 1940، و لكنّه لم يترك مخطوطة منقّحة يمكن نشرها للمحاضرات التي ألقاها في هارفرد، وعليه فلا غرابة في أن لا نجد صيغة متفق عليها لنظرية أفعال الكلام » : جون لاينز، اللّغة والمعنى والسيّاق، ص: 190، 191.

⁵ - يجب الانتباه إلى الخطورة التي يمكن أن يتسبّب فيها إنجاز فعل الكلام حيث يقول برتراند روسل « Bertrand Russell » بأنّ اللّغة تشبه المتفجّرات، بحكم أنّ إضافة أدنى عنصر يمكنه أن يتسبّب في آثار خطيرة، فكروا إذن في كلّ تبعات تلفظ هتلر لكلمات « الحرب » : ينظر: فرانسواز أرمينكو، المقاربة التّداولية، ص: 60.

⁶ - المرجع نفسه، ص: 60.

والمقصود بالفعل في هذه النظرية ليس الحدث الصوتي نفسه، وإنما هو ذلك الفعل اللغوي الذي يترك أثراً بعد إنجازه و ذلك مثل قول القاضي في المحكمة: " فتحت الجلسة " و " رفعت الجلسة "، أو مثل نطق المصلي بتكبيرة الإحرام « الله أكبر » عند بداية الصلاة و التسليم عند نهايتها، أو مثل نطق الزوج بلفظة الطلاق عندما يريد إنهاء علاقته الزوجية¹... الخ. في الحالة الأولى ؛ فقد أنجز القاضي فعله اللغوي بإعلانه عن افتتاح الجلسة، فالافتتاح يأتي حال تلفظه بالخطاب، كذلك الأمر عند رفعه للجلسة، إلا أن إنجاز « فعل من هذا النوع مشروط بأكثر من شرط سياقي، ليصبح بالإمكان تحققه، فمن هذه الشروط:

- أن يكون المتلفظ صاحب سلطة كالقاضي، وهذه السلطة موجودة خارج اللغة، فسلطة القاضي عرفية متواضع عليها؛ إذ تظل الجلسة مفتوحة إذا لم تتوفر في قائلها؛ فلو تلفظ بهذا الخطاب أحد غير القاضي ؛ فإنه لن يفلح في إنجاز فعل لغوي.

- و الشرط الثاني هو: أن يكون مكان التلفظ هو المكان المناسب المتعارف عليه، مثل المحكمة؛ إذ لو تلفظ به القاضي في مكان آخر لما أنجز فعلاً لغوياً². وفي الحالة الثانية: فإن تلفظ المصلي بتكبيرة الإحرام يعني دخوله مباشرة في الصلاة، حيث أن صلاته لا تصح و لا تقبل إلا بها³، و نطقه بالتسليم يعني انتهاء الصلاة و خروجه منها.

أمّا في الحالة الثالثة ؛ فإن العصمة الزوجية تجعل من الزوج صاحب سلطة، وهذه السلطة موجودة أيضاً خارج اللغة؛ فهي سلطة شرعية تخول له إنجاز فعل الطلاق، ولكن الآثار التي يتركها هذا الفعل تختلف حسب عدد المرات التي أنجز فيها، حيث أن إنجاز الزوج لهذا الفعل اللغوي في المرة الأولى و الثانية يختلف عن إنجاز له في المرة الثالثة ؛ إذ لا يمكن في هذه الحالة للزوج أن يعيد الزوجة إلى عصمته إلا بعد أن تتزوج هذه الأخيرة من زوج غيره.

كما أن سلطة الزوج هنا أيضاً عرفية أكسبها له الشرع ؛ إذ تظل الزوجة متزوجة إذا لم يكن الناطق بالطلاق هو زوجها نفسه ؛ فلو تلفظ بهذا اللفظ شخص آخر غير الزوج الشرعي لها؛ فإنه لا يستطيع أن ينجز فعلاً لغوياً.

وقد أعطي رائد هذا الاعتقاد (أوستين) (Austin) « لائحة طويلة بهذه الأفعال والتي يفهم منها بشكل جيد هو أنها تتعلق بتعريف تجريدي، وهذه

1- « ومن الأعمال التي لا تنجز إلا باللغة ما يسمى في الفقه الإسلامي بالعقود مثل: الزواج و الطلاق، و البيع، و الوكالة، و الشهادة على القضايا، كما إن من أهمها التلفظ بالشهادتين ؛ إذ لا يعتق الكافر الإسلام بدون التلفظ بها » : عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 77.

2- المرجع نفسه، ص ص: 74، 75.

3- ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، المرجع السابق، ص: 77.

اللائحة تشمل على أكد، ووضع سؤالاً، وأعطى أمراً، ووصف و اعتذر، وهدد، و ترجى و تحدى، و رخص «¹» .

ولكي يتوصل أوستين (Austin) إلى شرح هذه اللائحة الطويلة من الأفعال وكيفية إنجازها؛ فقد حاول أن يبحث في كيفية فعل الأشياء بقول بعض الكلمات ، حيث يقول: « يجب إعادة تفحص الأسئلة التالية، و ذلك انطلاقاً من وجهة نظر أكثر شمولية: بأي معنى يكون قول شيء ما هو القيام بفعله؟ بأي معنى يمكن أن نفعل شيئاً ما بقولنا لشيء ما؟ (و ربّما أيضاً، وهي حالة أخرى: بأي معنى يمكن أن نقوم بفعل شيء ما عن طريق قولنا لشيء ما؟) «²» .

وقد جاءت الإجابة على هذه المسائل الثلاث بالنسبة لأوستين (Austin) في ثلاثة أوجه:

بالنسبة للتساؤل الأول، يرى أوستين أنه « من خلال الفحص المفصل لعبارة ما يمكن أن نحدد ثلاثة أفعال: 1- فعل صوتي: (acte phonétique)؛ وهو (إحداث أصوات معينة على نحو مخصوص) ، 2- فعل تركيبى: (acte phatique)؛ وهو (إنتاج بعض الألفاظ طبقاً لبعض البنى التركيبية و الأداءات الصوتية)، 3- فعل دلالي: (acte rhétique) : وهو (استخدام هذه الألفاظ داخل معنى معين و مع إحالة محددة تقريباً) «³» ، حيث يقوده هذا التحليل المفصل إلى استنتاج الفعل الخاص " بقول شيء ما "؛ إذ يقول: « أنا أسمي الفعل الخاص " بقول شيء ما " بما تحمله هذه الكلمة من معنى ، و أشدد على الفكرة، تنفيذ لفعل تعبيرى « Acte locutoire » «⁴» ، حيث يشتمل هذا الفعل التعبيري على الأفعال الثلاثة: الصوتي و التركيبى الدلالي.

وفي التساؤل الثاني: يتطرق أوستين إلى الإجابة عن السؤال: « ماذا نفعل عند إنجازنا لفعل تعبيرى؟ و الإجابات كثيرة جداً : و أوستين يذكر: سأل أو أجاب، أخبر، طمأن أو حذر، أعلن عن قرار ما أو عن قصد ما، نطق بحكم ما.. الخ ، مع الإشارة إلى الاختلاف بين النصيحة والاقتراح و الأمر، الوعد الملزم و القصد الغير واضح⁵، و عليه؛ فإن الإجابة تعني وجود « فعل يتعلّق بالأغراض التي تصاحب النطق في موقف اتصالي معين، بحيث يمكن أن نحقق بذلك وعداً ، أو تحذيراً، أو تقديراً. «⁶» وهو ما يسمّى بالفعل الإنجاز (L'acte illocutoire)

¹ - فرانسواز أرمينكو، المقاربة التداولية، ص: 60.

² - J. L. Austin, Sense and sensibilia, Londres, Oxford University Press, 1962, p : 107 et J. L. Austin, How to do things with words, Cambridge, Mass Harvard University Press, 1962, p: 91/ De: Roland Eluerd, La pragmatique linguistique, p: 149.

³ - Roland Eluerd, Ibidem, p : 149.

⁴ - J. L. Austin, Sense and sensibilia et How to do things with words, pp: (109 (94))/ De: Ibidem, p: 149.

⁵ - Voir: J. L. Austin, Sense and sensibilia, et How to do things with words, pp : (112, 113 (98, 100))/ De : Ibidem, p : 149.

⁶ - ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السياق، ص: 230.

حيث يقول أوستين: « يتعلّق الأمر بفعلٍ منجز بقولنا لشيءٍ ما في مقابل الفعل الخاص بقول شيءٍ ما »¹، والذي يعني به الفعل التعبيري.

أمّا الإجابة عن التساؤل الثالث؛ فتتعلّق بالتأثيرات التي تنجم عن إنجاز فعل الكلام، أي كيف يمكن للفعل أن يحقق تأثيراً بعد إنجازه؟ والإجابة على هذا السؤال تسمح بتحديد م-ا قد سبق « فأنجز فعلاً بقوله لشيءٍ ما يمكن في الواقع أن يؤدي إلى تأويلين: الأوّل يكون فيه الفعل الإنجازي (L'acte illocutoire) مدرج ضمن الفعل التعبيري (L'acte locutoire) ؛ فقول " الجلسة مفتوحة " هو الإيعاز لان عن فتح الجلسة، و ينتج عنه طبعاً بعض النتائج مثل: صمت الحضور، وأخذ الكلمة من طرف أحد ما، إلخ، إلّا أنّ هذه النتائج ليست جزءاً مكملاً للفعل التعبيري، و إنّما تحدث فيم-ا بعد، غير أنّه يمكن التكلّم في الهدف و القصد أو الغاية من إظهار هذه الآثار (...) ونسمّي مثل هذا الفعل: بالفعل التأثيري: (L'acte perlocutoire)².

ويعتبر أوستين أنّ هذه الأفعال الثلاثة- التعبيري (A. Locutoire)، والإنجازي (A. illocutoire)، و التأثيري (A. perlocutoire)- هي المكونات الأساسية للفعل الكلامي الواحد (A. de parole)؛ إذ لا يمكن الفصل بينهما؛ فالعلاقة بين هذه الأفعال هي علاقة جوهرية أثناء عملية التلفّظ بالخطاب، حيث أنّ هناك « مفهومة »

(Conceptualisation) جديدة تُستنتج من هذه التساؤلات في هذا المستوى من البحث تفترض أنّ فعلاً كلامياً ما هو عملية معقّدة تتألّف من ثلاثة أفعال محدودة التّعقيد³ «

كما نجد في هذه النظريّة كذلك أنّ « الفعل الإنجازي يتعلّق بالمرسل، أمّا الفعل التأثيري فإنّه يتعلّق بالمرسل إليه، لأنّه يتوجّه إليه، وقد لا تكتمل دائرة التأثير فيه إلّا عند حدود ردّة فعل من المرسل إليه، مثل الاستجابة للأمر »⁴.

أمّا بالنسبة لسيرل (J. R. Searle)، فقد طوّر هذه النظرة الثلاثية لأفعال الكلام، وذلك لإدماجه للفعل التصويتي و التركيبي من القسم الأوّل (أي الفعل التعبيري) - من تقسيمات أوستين- في فعلٍ واحد وهو الفعل التلفّظي (Utterance act)، أمّا الفعل الدلالي فقد سمّاه الفعل القضوي (propositional act)، أي الفعل الذي يحمل قضية، كما وافق سيرل (Searle) أوستين (Austin) بالنسبة للفعل الغرضي⁵ (A. illocutoire)، أمّا الفعل التأثيري فلم يعره اهتماماً¹.

1- J. L. Austin, sense and sensibilia, et How to do things with words, pp: (113 (100))/ De: Roland Eluerd, La pragmatique linguistique, p: 150.

2- J. L. Austin, sense and sensibilia, et How to do things with words, pp: (114 (101)) / De: Roland Eluerd , Ibidem, p: 150.

3 - Georges Elia Sarfati, Précis de pragmatique, p : 33.

4- عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 75.

5- ويقصد به الفعل الإنجازي، والفرق يكمن في ترجمة مصطلح : Illocutoire إلى اللّغة العربية؛ فهناك من يترجمه إلى الفعل الإنجازي، وهناك من يترجمه إلى الفعل الغرضي أو التحقيقي.

1- تصنيف أفعال اللغة عند أوستين (J. L. Austin):

لقد حاول أوستين (Austin) التمييز بين الأفعال الثلاثة المكوّنة للفعل الكلامي رغم التداخل الموجود بينها، فبالنسبة له « ليس لهذه المستويات الثلاثة التي تشكّل الفعل الكلامي الواحد نفس الوضع بالمعنى اللغوي (...) إذ أنه سيكون هناك روابط ذات طابع اصطلاحي بين الجانب التعبيري (Locutoire) و الجانب الإنجازي (Illocutoire)، و في الواقع التحليل وحده هو الذي يسمح بالتمييز بينهما. و في المقابل ليس هناك أي رابط اصطلاحي سيكون قابلاً لأن يحدّد العلاقات الخاصة بالجانب الإنجازي والجانب التأثيري (Perlocutoire)؛ فالجانب الإنجازي سيكون معطى اصطلاحياً (...) أمّا الجانب التأثيري فلن يكون غير نتيجة مجردة من أي صفة لزوم، لهذه الأسباب، يحدّد أوستين بتأن برنامج البحث لنظرية أفعال الكلام و ذلك بتحليل القطب: تعبير/ إنجازي، مُقصياً من أفق النظرية دراسة التأثيرية (La perlocution) »².

وانطلاقاً من هذا التمييز توصل أوستين إلى أنّ التلفظ بالفعل الكلامي يقود إلى الصنف الثاني والذي يسمّيه بالفعل الإنجازي (L'acte illocutoire) ، والذي يعدّ محور النظرية، ذلك لأنّ الصنف الأول والمتمثّل في الفعل التعبيري (L'acte locutoire) هو التلفظ بخطاب يتكوّن من مفردات لها مراجع معروفة طبقاً لتركيب مقبول، أي كما تقتضي الدلالة، و بهذا الشكل يعتبر هذا الصنف أساس الأصناف الأخرى، فلا إنجاز دون تلفظ³، و عليه فإنّ أهميّة الصنف الثاني- وهو الفعل الإنجازي- تأتي انطلاقاً من أنّ أي « إنجاز كلامي (...) إن جاز هذا القول، هو في ذات الأمر (...) أيضاً إنجاز قوّة فعل الكلام (...) كما اصطلح على ذلك، وهكذا فإن إنجازنا لفعل كلامي، سنكون سائلين أو مجيبين عن سؤالنا، قد نتناول في خبرنا أو تحذيرنا أو طمأنتنا للآخر غير ما طلب منا⁴ ».

وقد صنّف أوستين (Austin) تحت فعل قوى الكلام الإنجازي خمسة أصناف تدعى بـ:

1-1- القيم الإنجازية للتلفظ: Les valeurs illocutoires de

l'énonciation : وهي:

1-1-1- الحكمية : Verdictifs

وتتعلّق بما يصدر من أحكام و كذا بالصُّور التي تصدر فيها هذه الأحكام سواءً كانت هذه الأخيرة نهائية أو تقديرية أو على صورة رأي وذلك مثلما يفعل القاضي في المحكمة، أو حكّم المباراة في الملعب⁵، حيث « تكمن في التصرف بموجب ما قد أعلن (سواءً بطريقة رسمية

¹ - ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السياق، ص: 230.

² - G. E. Sarfati, Précis de pragmatique, p : 34.

³ - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، ص ص: 155، 156.

⁴ - المرجع نفسه، ص ص: 155، 156.

⁵ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 156.

أو غير رسمية) و ذلك انطلاقاً من أحكام أو أدلة حول موضوع خاص بقيمة أو بحدت بمقدار ما يمكن لهذه الأخيرة أن تكون مُدركة، و الأمثلة الخاصة بهذا الصنف تتمثل فيما يلي: « قام »، « فصل »، « حدّد »، « وصف »، « حلّل »، « قدر »، « أرخ »، « صنّف »، « حكم »، « ميّز »¹.

2-1-1- التمرسية: Exercitifs : وتتمثل في ممارسة السلطة التي تسمح

بإصدار الأحكام و يمكن أن نجد ذلك مثلاً « عندما يوصف حكم حول سلوك ما بأنه مناسب أم لا، أو حول تبرير هذا السلوك »، « الحكم على ما يجب أن يكون بدلاً من الحكم على ما هو كائن »، و بعض أمثلة هذا الصنف: « أمر »، « طلب »، « عيّن »، « ترفع »، « توسّل »، « وعظ »، « رجا »، « نصح »، « طالب »².

3-1-1- الوعديات: Promissifs : و هي الأفعال التي تدلّ على تعهّد

المرسل و تكلفه بإنجاز شيء ما حيث يقول لنا أوستين (Austin) « الوعدي لا يعني سوى شيء واحد: وهو إرغام الشخص الذي يتكلم إلى اعتماد سلوك معيّن »، و تظهر أمثلة ذلك بوضوح: « وعد »، « نذر على نفسه »، « تكفّل »، « اتفق مع.. »، « أبرم عقداً » « ضمن »، « تبنّى قضية »، « أقسم »³.

4-1-1- العرضيات: Expositifs : وتستعمل هذه الأفعال عند القيام

بالعرض لموقف ما، و العمل على إقناع الغير به سواء بطريقة الحجاج أو النقاش أو التبرير أو البرهنة، و تتمثل في شرح لوجهة نظر، تأثير التّحاجج، حيث يعطي أوستين (Austin) كثيراً من الأمثلة و التي من بينها: « أكد »، « أنكر »، « ألح »، « وضّح »، « ردّ »، « أرجع »، « قيل »، « اعترض »، « سلّم »، « وصف »، « صنّف »، « عرّف »، « نادى »⁴.

5-1-1- السلوكيات: Comportatifs : و تختصّ هذه الأفعال بما يبديه

المرسل من تصرفات خاصّة تفرضها الظروف و المواقف و المظاهر و الحالات المختلفة التي تواجهه و التي تفرض عليه- في سياقها - القيام بسلوك معيّن ، و يحصي أوستين مجموعة من الأفعال ضمن هذا الصنف و تتمثل في: « اعتذر »، « شكر »، « أسف »، « تعاطف »، « جامل »، « هنأ »، « رحّب بـ »، « صفق »، « نقد »، « بارك »، « لعن »، « شرب نخن أحد »، « شرب نخباً في صحّة أحد » ...⁵.

1 - John R. Searle, Sens et expression, p : 47

2 - Ibidem. P : 47.

3 - Ibidem. P : 47.

4- Voir : Ibidem, p : 47.

5- John R. Searle, Ibidem, p : 48.

ولقد قام ج. ر. سيرل (J. R. Searle) بانتقاد هذا التصنيف، معتبراً أن أوستين (Austin) قد اقترحه بطريقة تجريبية خالصة، تتأسس على المناقشة أكثر من كونها مجموعة من النتائج الموضوعية، حيث يرى أن تصنيف أوستين يحتاج إلى إعادة نظر، فهو يحمل الكثير من الضعف¹.

ويحاول سيرل (Searle) أن يوضح أوجه هذا الضعف الموجود في تصنيف أوستين (Austin)، انطلاقاً من تفريقه بين الحدث الإنجازي (L'acte illocutoire) والفعل الإنجازي (Le verbe illocutoire)، حيث يقول: « أول ما يمكن ملاحظته بخصوص هذه القوائم هو أنها لا تصنف أحداثاً إنجازية (A. Illocutoires)، وإنما تصنف أفعالاً إنجازية (V. illocutoires)، يظهر أن أوستين (Austin) قد افترض أن كل تصنيف لمختلف الأفعال الإنجازية ينشأ من تصنيف أنواع الأحداث الإنجازية، فأى فعلين (Verbes) غير مترادفين يجب أن يُظهرا أحداثاً إنجازية منفصلة³.

كما يرى سيرل (Searle) كذلك بأن الأفعال (Verbes) ليست كلها أفعالاً إنجازية⁴، حيث يقول: « بعض الأفعال مثلاً تظهر الطريقة التي ينجز بها الحدث الإنجازي (A. Illocutoire) مثل: « أعلن »، إذ يمكن إعلان أمر ما، وعداً ما أو تقريراً ما، ولكن « أعلن » ليس في نفس الصعيد مع « أمر »، « وعد »، « أعاد »، ف « أعلن » لا تشير إلى نوع الحدث الإنجازي (...) و لكن الطريقة التي يتحقق بها حدث إنجازي معين، فعندما نعلن، فنحن لا نفتصر فقط على الإعلان (فلا يقتصر الأمر على الإعلان) : فنحن نوكد، نأمر، إلخ... »⁵

ولقد أعطى سيرل تصنيفاً جديداً⁶ يعالج فيه أوجه الضعف التي لاحظها في تصنيف أوستين حيث يقول: « أعتقد في هذه الأثناء بأن الشكوك التي أرفعها بخصوص تصنيف أوستين ستحظى بقوة ووضوح عندما أقدم تصنيفاً مختلفاً، ما أقترح فعله هو أخذ الهدف الإنجازي واستنتاجاته الطبيعية، واتجاه المطابقة و شروط الصدق المعبر عنها كقاعدة في بناء التصنيف، أمّا الخطوط الأخرى

¹ - Voir : Ibidem, p : 47.

² - لقد قمنا باستخدام لفظة "حدث" مقابل لفظة " Acte " بدلاً من لفظة " فعل " التي استخدمناها من قبل وذلك لأننا استخدمنا لفظة " فعل " مقابل لفظة " Verbe " التي أوردها سيرل (Searle) عند تفريقه بين الحدث الإنجازي (L'acte illocutoire)، و الفعل الإنجازي (Le verbe illocutoire)، و الذي يصر على التفريق بينهما للتأسيس لتصنيفه الجديد.

³ - J. R. Searle, Sens et expression, p : 48.

⁴ - يقول سيرل (Searle) : « ومجمل القول، فإن تصنيف أوستين يثير سمة مشكلات ذات ملامح مشتركة، حسب نسق متزايد الأهمية: هناك غموض دائم بين الأفعال (Verbes) والأحداث (Actes)، حيث أن كل الأفعال (Verbes) ليست أفعالاً إنجازية (Verbes illocutoires)، فهذه الفئات تتطابق بشكل كبير، كما أن هناك تباين كبير ضمن الفئات نفسها، فكثير من الأفعال (Verbes) المحصاة داخل فئة معينة، لا تستجيب للتعريف المعطى لهذه الفئة، وأخيراً ما هو أخطر من ذلك هو عدم وجود مبدأ متماسك للتصنيف. » : Ibidem, p : 51.

⁵ - J. R. Searle, Ibidem, p : 48.

⁶ - وقد ارتكزت إعادة التصنيف عند سيرل (Searle) على عدد من المعايير بلغت اثني عشر معياراً كان أولها معيار الاختلافات في الهدف من الفعل اللغوي.

كدور السُّلطة و علاقات الخطاب.. إلخ ستجد المكانة التي هي لها في هذا التّصنيف «¹» .

2- تصنيف القيم الإنجازية عند سيرل (J. R. Searle):

يقول سيرل حول هذا التّصنيف: « في هذا الجزء، سوف أقدم ما أعتبره بمثابة الفئات القاعدية للأفعال الإنجازية، كما سأوضح في الطّريق ما هي الملامح التي يشترك فيها تصنيفي والتّصنيف الخاص بأوستين «²، وهذه الفئات هي كالتّالي :

2-1-1- التأكيدية: Assertifs: و تستعمل هذه الأفعال عند التّأكيد أو

التّحقيق أو الإثبات لشيء ما من طرف المتكلم حيث أن « الهدف أو الغرض من مكونات القسم التّأكيدي هو وضع مسؤولية المتكلم- بدرجات مختلفة- على مجموع الظروف الخاصّة الموجودة، وعلى صحّة القضية المعبر عنها. ويمكن أن نحكم على كلّ مكونات القسم التّأكيدي

التّحديدي الذي يحتمل معيار الخطأ و الصّواب «³ .

كما تتحدّد الأفعال التّأكيدية بمدى توافقها مع ما هو موجود في الواقع ؛ إذ « تختصّ الأفعال التّأكيدية بتطابق الملفوظ مع الواقع مثل (أكد، أثبت) «⁴ .

2-1-2- التوجيهية: Directifs: إنّ الهدف من هذه الأفعال يتمثّل في

دعوة المستمع إلى فعل شيء ما ينتج عنه تغيير في سلوكه حيث يتطلّب ذلك استعمال طرق أدائية مختلفة تتيح الوصول إلى تحقيق هذا الهدف إذ أنّ هذه الأفعال « تهدف إلى تغيير وضعية المستمع، مثل: (أمر، نصح.. إلخ) «⁵ .

2-1-3- الوعدية: Promissifs: بواسطة هذه الأفعال يقوم المتكلم

بالالتزام بأفعال معيّنة، إلّا أنّ القيام بها مشروط بوجود معيار الإخلاص، حيث تهدف هذه الفئة إلى جعل الواقع يتطابق مع الكلمات مثل: (وعد، أقسم) «⁶ .

2-1-4- التعبيرية: Expressifs: هذه الأفعال « لا تهدف لا إلى مطابقة

الكلمات مع الواقع (وهي الحالة الأولى)، و لا إلى تغيير الواقع تبعاً للكلمات (وهي الحالة الثانية) «⁷، حيث يتمثّل الهدف الإنجازي لهذه الفئة « في التّعبير عن حالة نفسية محدّدة ضمن توفر شرط الصّدق في مقابل ظروف محدّدة داخل المحتوى الخطابي «⁸ .

1- J. R. Searle, Sens et expression, p : 55.

2 - Ibidem, p : 51.

3 - Ibidem, p : 52.

4 - Georges Elia Sarfati, Précis de pragmatique, p : 36.

5 - Georges Elia Sarfati, Ibidem, p: 36.

6 - Ibidem, p: 36.

7 - Ibidem, p: 36.

4- J. R. Searle, Sens et expression, p :54.

5- Voir : Georges Elia Sarfati, Précis de pragmatique, p : 36.

2-1-5- الإخبارية: Déclaratifs: هذه الفئة من التصنيف تؤسس للواقع في الوقت ذاته الذي تصفه فيه، فهدفها هو جعل الواقع يُطابق الخطاب وجعل الخطاب يطابق الواقع في الوقت نفسه، وهي بذلك تجمع بين الأفعال التأكيدية و الأفعال الوعدية¹.

3- أنواع الأفعال الإنجازية:

تنقسم الأفعال اللغوية من حيث دلالتها على القوة الإنجازية إلى قسمين

هما:

أ - الأفعال اللغوية المباشرة.

ب- الأفعال اللغوية الغير مباشرة.

أ - الأفعال اللغوية المباشرة: Les actes du langage directs:

يقوم المرسل أثناء إنجازه لفعل الكلام، باتباع استراتيجيات خاصة تفرضها الظروف المحيطة بإنتاج الكلام و سياقه، حيث يقتضي إنجاز الإستراتيجية المباشرة من المرسل استعمال الأفعال اللغوية المباشرة. و « الفعل الإنجازي المباشر هو فعل منجز بواسطة التلفظ بعبارة ما، و التي تحتوي على

الأقل على إشارة واضحة (Indication expresse) تشير إلى هذا الفعل »².
ومعنى هذا الكلام أن المرسل- بتبنيه للإستراتيجية المباشرة- يجعل المرسل إليه يفهم قصده من خلال المعنى المباشر الذي يُحمّله للخطاب، ف « عندما يتلفظ المرسل بعبارة ما، بالتعبير الحرفي لها، فهو « يقصد ما يقول » ، و بتعبير آخر، فإن المعنى الذي يستخدمه داخل الجملة يتطابق تماماً مع المعنى الذي يقصد إعطائه لها »³، وهو بهذا يحقق أثراً إنجازياً مباشراً يتمثل في القوة الإنجازية التي تظهرها هذه الأفعال⁴ من خلال الجانب الأدائي للملفوظات حيث يتعلّق الأمر الأمر بالأفعال الأدائية (Verbes performatifs) مثل: (أمر، وعد، إلخ..) ؛ فهذه الملفوظات تحمل إشارة واضحة عن الفعل الذي يتم إنجازه عن طريق التلفظ بها⁵.

ب- الأفعال اللغوية الغير مباشرة: Les actes du langage indirects:

1- Rodolphe Ghiglione, L'homme communicant, p : 54.

3- J. R. Searle, Sens et expression, p : 07.

4- و يسمّى سيرل (Searle) التلفظ (L'énonciation) عن طريق استعمال الإستراتيجية المباشرة: بالتعبير الحرفي (

L'énonciation littérale) أو التعبير الحقيقي (L'énonciation sérieuse) : Voir Ibidem, p : 07.

5- François Recanati, La transparence et l'énonciation, Paris, Seuil, 1979, pp : 104, 105/
Voir : Rodolphe Ghiglione, L'homme communicant, p : 55.

يستخدم المرسل أحياناً، في تواصله مع الآخرين إستراتيجية تلميحية تقتضي استعمال الأفعال اللغوية الغير مباشرة، و « الفعل الإنجازي الغير مباشر هو فعلٌ مُنجز عن طريق التلُفُّظ بعبارةٍ ما تشير إلى فعلٍ مختلفٍ عن ذلك المنجز فعلاً، فإذا قلتُ على سبيل المثال للشخص الذي أتخاطب معه: « هل يمكنك أن تغلق النافذة؟ » ، فإنَّ عبارتي التي تتكوّن من أداء أولي تشير بوضوح بأنَّ التلُفُّظ بها هو عبارة عن تساؤل ؛ فصيغة: « هل يمكنك أن تغلق النافذة؟ » لا تعمل عموماً كتساؤل، و لكنّها تعمل كأمر، فبنطقي لهذه العبارة: أنا أمر بدلاً من أن أتساءل ¹.

ويضيف قائلاً: « إنَّ وضع مثل هذا السؤال يعود إلى تحقيق فعل إنجازي غير مباشر، لأنَّ هذا الملفوظ يُظهر تُلُفُّظه كسؤال في حين أنَّ هذا الأخير يكوّن " في الحقيقة" أمراً ².

وبهذا يصبح التعبير غير حرفياً « عندما يتلُفُّظ المرسل بجملة تكون فيها القوّة الإنجازية أو المحتوى الدلالي غير ممثّلين من طرف العناصر اللسانية المخصّصة اصطلاحياً للدلالة عليها ³.

ب- نظرية تداوليات الحديث أو لسانيات التلُفُّظ: La pragmatique de

: La linguistique de l'énonciation / l'énonciation

ورائدها هو اللغوي الفرنسي إيميل بنفنيست ⁴ (Émile Benveniste)، ويتجسّد جوهر هذه النظريّة فيما يعنيه مصطلح الحديث (أو التلُفُّظ) عند إيميل بنفنيست (É . Benveniste)، حيث يقول بأنَّ التلُفُّظ (L'énonciation) هو ذلك « الإنجاز للغة من خلال فعلٍ فردي في الاستعمال ⁵. » وقد جاء تعريف بنفنيست للتلُفُّظ كنتيجة لتمييزه بين: « اللغة كموسوعة من العلامات، وكنظام لتنسيق هذه العلامات، و اللغة كمنشأ معبر عنه في إنيات ⁶ الخطاب (Instances de discours) و المحدّدة عن طريق إشارات خاصّة ⁷ »

¹ - Ibidem : p : 55.

² - Ibidem : pp : 55, 56.

³ - J. R. Searle, Sens et expression, p : 08.

⁴ - « إيميل بنفنيست: عالم فرنسي في اللسانيات، درس في المدرسة التطبيقية للدراسات العليا عام: 1927، و في Collège de France عام: 1937، تشعبت دراساته اللسانية، حيث شملت أشهر المجالات، و لكنّه عرف أكثر دراساته في التداولية و نظرية الحديث، حيث اعتبر أحد مؤسسي هذه الأخيرة، ومن مؤلفاته: Problèmes de linguistique générale, T1، وهو عبارة عن مختلف المقالات التي نشرها منذ سنوات ثمّ جمعها فأعاد طبعها في كتاب من جزأين « : عمر بلخير، تحليل الخطاب المسرحي في ضوء النظريّة التداولية، منشورات الاختلاف، ط: 01، الجزائر: 2002، ص: 32.

⁵ - Émile Benveniste, Problèmes de linguistique générale, T2, Éditions Gallimard, Paris : 1974, p : 80.

⁶ - « إنية تمثّل أنا، أنت، الآن و هنا، فجمعها في المخاطب، المخاطب، الزمان و المكان (الإطار الذي يتم فيه الحديث) « : ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلُفُّظ و تداولية الخطاب، ص: 87.

⁷ - Émile Benveniste, Problèmes de linguistique générale, T1, Éditions Gallimard, Paris : 1966, p : 257.

، حيث يتمثل دور هذه الإشارات (Indices) و هذه الأدلة (Indicateurs) في إعطاء آلية التحوّل و التي يمكن تسميتها: تحوّل¹ اللّغة إلى خطاب². من هذا المنطلق، تحوّلت الدّراسة من الاهتمام باللّغة و حسب- كما كان الأمر عند سوسير (Saussure) و أتباعه- إلى الاهتمام بكيفية تجسيد هذه اللّغة كنشاط كلامي يتحقّق من خلاله الفعل التّواصل، الأمر الذي جعل الكلام يتحوّل من ذلك العنصر الذي ظلّ مهملاً لمدّة طويلة، إلى الأساس الّذي بني عليه تحليل الخطاب، ممّا أدّى إلى ظهور لسانيات الكلام³ في مقابل لسانيات اللّغة. يقول رولاند إيليوار (Roland Eluerd) : « لقد انتقلنا من اللّسانيات التي لا تفحص تحليلاتها سوى اللّغة، إلى اللّسانيات التي تأخذ مكانها في قلب التلفّظ نفسه، لفحص هذا الوضع الفعلي للّغة »⁴.

وبإقرار وجود لسانيات للكلام يكون التّصوّر الجديد للظاهرة اللّغوية قد غير النّظرة تجاه التّواصل البشري، و أعيد النّظر في التّخاطب، فلم يعد الكلام عنصراً ثانوياً في العمليّة التّواصلية، وبالتالي لم يعد وسيلة و لكن أصبح غاية تشكّل أساس تحليل الخطاب⁵.

وبالتّالي نجد أنّ بنفنيست (Benveniste) يؤكّد على هذه الأهميّة التي حظي بها الكلام في تحليلاته التي قام باقتراحها بقوله: « قبل التلفّظ، اللّغة ليست سوى إمكانية من اللّغة »⁶.

إلّا أنّ الاهتمام بعنصر الكلام لا يعني إهمال عنصر اللّغة و الخروج عن نظام قواعدها، « فالفرد الذي يتكلّم و يستمع لا يستعمل نظاماً غامضاً و غير شخصي (غير نظام لغته)، ولكن نظاماً واضحاً ينسب إليه ذاته، ذلك النّظام الذي استطاعت تجربته أن تنشئه في فكره، بذلك يصبح من الوهمي جعل اللّغة و الكلام من وجهة نظر واحدة، فتحفظ بتسمية اللّسانيات دون مزج بين اللّسانيات التي تعالج اللّغة و اللّسانيات التي تعالج الكلام »⁷.

¹- « هذا التحوّل سيطلق عليه بنفنيست اسم التلفّظ (L'énonciation) في مقاله الذي صدر سنة: 1970، هذه التسمية هي التي سيحتفظ بها بعد ذلك، حيث أعاد أخذ كلّ هذه النّقاط تحت عنوان: « الجهاز الشكلي في التلفّظ » : « L'appareil formel de l'énonciation » ، و الذي نشر أولاً في مجلّة " اللّغة " : " Langage " ، في العدد: 17، ثمّ قرأ بعد ذلك بمدّة قصيرة في الجزء الثاني من كتابه: Problèmes de linguistique générale، والذي صدر سنة: 1974 » : 33 p. Roland Eluerd, La pragmatique linguistique,

² - Émile Benveniste, Problèmes de linguistique générale, T1, p : 254.

³ - عندما أصبح الكلام عنصراً أساسياً، تحوّلت اللّغة - التي تجري بين قطبي التّواصل بفضل الانسجام- إلى نشاط كلامي، و فعالية لفظية، تظهر نظريات التلفّظ: " Théories d'énonciation " لتدخل ضمن لسانيات الكلام، هذه اللّسانيات التي لم توضع محلّ الدّراسة و التحليل لتوجّه البحث اللساني توجّهاً لغويّاً محضاً، و في هذا المقام يمكن الحديث عن علم اللّغة الخاص، بينما علو اللّغة الكلام لم يطرّق بابه إلا من طرف " إيميل بنفنيست " : ينظر: ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفّظ و تداولية الخطاب، ص: 84.

⁴ - Roland Eluerd, La pragmatique linguistique, p : 34.

⁵ - ينظر: ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفّظ و تداولية الخطاب، ص: 83.

⁶ - Émile Benveniste, Problèmes de linguistique générale, T2, p : 81.

⁷ - ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفّظ و تداولية الخطاب، ص: 83.

كما أن الاهتمام بالكلام ودراسته يؤدي بالضرورة إلى الاهتمام بالمتكلم و دوره في إنتاج العبارات التي تتجسد من خلالها اللُّغة، و عليه فقد حظي المتكلم بمكانة مركزية في هذه الدراسة نظراً لكونه يشكّل المصدر الذي يستمد منه التلْفُظ وظيفته و قيمته التداولية، وبالتالي فإن « علاقة المتكلم باللُّغة هي التي تحدّد الخصائص اللسانية للتلْفُظ »¹.

ويؤكّد بنفنيست (É. Benveniste) على اعتبار اللُّغة نشاطاً كلامياً، إلاّ أنّه يجب التميّز بين أمرين مهمّين و هما:

- التلْفُظ: L'énonciation: الذي يمثّل « الفعل ذاته الذي ينتج عنه الكلام، و الملفوظ: L'énoncé: كنتيجة لذلك الفعل، فلا يعدو التلْفُظ أو الحديث أن يمثّل النشاط الكلامي الذي يؤديه المتكلم في اللّحظة التي يتحدّث فيها، أي تلك الممارسة التي ينسبها لذاته متفاعلاً مع الآخر. كما يتحدّد اللفظ بتحديد العناصر المنتمية إلى اللُّغة و تتغيّر دلالتها من كلام لآخر مثل: أنا، أنت، هنا، الآن... »².

ولتوضيح العلاقة بين التلْفُظ و الملفوظ « يمكن مقابلة الملفوظ (L'énoncé) مع التلْفُظ (L'énonciation) مثلما تُقابل النتيجة (Le résultat) مع السبب (La cause) ويمكن أيضاً استخلاص الملفوظ من الظروف المحيطة بإنتاجه (حالة الخطاب) (Situation du discours) من أجل إفراده بالتحليل من وجهة نظر لسانية خالصة »³.

ويحاول أروالد ديكر و (Oswald Ducrot) أن يجعل لسانيات التلْفُظ لا تعدو أن تخرج عن العناصر التي تنتمي إلى اللُّغة إذ يقول « عندما نتحدّث عن لسانيات الحديث (التلْفُظ)، فإننا نتناول هذا المصطلح بمعناه الضيق، فلا نأخذ المظهر الفيزيائي لبث و استقبال الكلام الذي يندرج ضمن علم النفس اللغوي أو أحد تفرّعاته، و لا التحوّلات التي تطرأ على المعنى العام للكلام بسبب الوضعية، و إنّما المقصود هو العناصر التي تنتمي إلى اللُّغة و تتنوّع دلالتها من كلام لآخر مثل أنا، أنت، هنا، الآن؛ إنّ الشئ الذي تحتفظ به الدراسة اللسانية هو البصمة التي تتركها عمليّة الحديث في الكلام »⁴.

أمّا عن التلْفُظ بمعناه الواسع ؛ فيمكن أن نفهمه على أنّه تبادلٌ لساني من خلال متكلمين محدّدين، وفي إطار ظروف خاصّة، يكون التلْفُظ بهذه الصّفة حال الخطاب (La situation du discours) و التي تُفعل المظهر اللساني و المتمثّل في الملفوظ (L'énoncé) «⁵.

¹ - Émile Benveniste, Problèmes de linguistique générale, T2, p : 80.

² - ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلْفُظ و تداولية الخطاب، ص: 77.

³ - R. Galisson et D. Coste, Dictionnaire de didactique des langues, p : 184.

⁴ - Ducrot et Todorov, Dictionnaire Encyclopédique des sciences du langage, Éditions du Seuil, Paris : 1972, p : 405. عن : ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلْفُظ و تداولية الخطاب، ص: 87.

⁵ - R. Galisson et D. Coste, Dictionnaire de didactique des langues, p : 184.

وقد لخص بنفنيست (É. Benveniste) هذا المفهوم الواسع للتلفظ في جهاز أطلق عليه اسم: "الجهاز الصوري للحديث": " L'appareil formel de l'énonciation " والذي يتشكّل من المكونات التي تحيط بكلّ من المتكلم والسامع مثل الزمان والمكان والسياق، فعودة المتكلم إلى هذا الجهاز يعني أن يعلن عن نفسه كما يعلن عن شخص آخر يتحدث إليه¹. فحدوث عملية التلفظ تقتضي قيام علاقات بين كلّ من الملفوظ و مختلف عناصر الإطار التلفظي²، و المتمثلة في:

- المشاركون في الخطاب (المتكلم و المخاطب)
- سياق العملية التخاطبية (الظروف المحيطة بالعملية التخاطبية)
- الظروف العامة لإنتاج و تلقّي الملفوظ: طبيعة القناة، المحتوى

السوسيو- ثقافي و التاريخي، قيود و عوائق العالم التخاطبي " Contraintes de l'univers du discours"³.

إنّ هدف لسانيات التلفظ هو البحث عن كلّ ما يتعلّق باستعمال اللّغة و الظروف المحيطة بهذا الاستعمال، ولكن ينبغي الانتباه إلى أنّ هناك إشكالية تلفظية ينبغي الإشارة إليها والتي « تتحدّد بالبحث عن شيء آخر عدا كون اللّغة صيغة نحوية و صرفية Morphologique ، شيء آخر يتعلّق باستعمالها، بتوظيف جهاز عام، أو آلية عامّة يؤثر على اللّغة بأكملها بطريقة أو بأخرى. و لكن ينبغي أن نميّز في هذه الإشكالية بين ما هو تلفظ و بين ما هو ملفوظ: Énoncé et Énonciation «⁴.

ج- نظرية تداوليات الحوار: La pragmatique conversationnel:

إنّ المفهوم الجوهرية في هذه النظريّة هو اهتمامها بشكل من أشكال التعبير الإنساني المتعلّق بالطبيعة التبادلية للكلام، و التي تسمّى " الحوار".

و ممّن اهتمّوا بنظريّة الحوار نجد كلّ من ميخائيل باختين (M. Bakhtine) (1895 - 1975)، و بول غريس⁵ (P. Grice)، و فرانسيس جاك⁶ (Francis Jacque).

¹ - ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ و تداولية الخطاب، ص: 88.

² - وإن ميّزت هذه العناصر الملفوظ الشفوي / المنطوق، و كانت أكثر جلاءً فذلك المكتوب منه، فلمعالجته ينبغي كشف آثاره التي بوجود المتكلم في عملية الحديث أو التلفظ، بوجود المخاطب، و بالحالة التلفظية:

- الملفوظ المسند إلى المتكلم: Locuteur.

- الملفوظ المسند إلى المخاطب: Allocutaire.

- الملفوظ المسند إلى الحالة التلفظية: Situation d'énonciation، حيث يمكن اعتبار المتكلم و المخاطب كأجزاء

من الحالة التلفظية: ينظر: المرجع نفسه، ص: 90.

³ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 89، 90.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 90.

⁵ - هاربارت بول غرايس، (1913 - 1988)، ولد ببيرمينغهام (Birmingham) بإنجلترا، وتوفي بباركلي (Berkeley)، عمل في عدّة مناصب إلى غاية سنة 1967 أين استقرّ بجامعة كاليفورنيا بباركلي، تخصص في مجال فلسفة اللّغة، وهو من اللسانيين البارزين في مجال اللسانيات التداولية، وفي تداوليات الحوار على وجه الخصوص.

⁶ - فرانسيس جاك أستاذ بجامعة رامس، و يعمل في مجالات الإبتومولوجيا و الفلسفة التحليلية، وفي فلسفة اللّغة و من مؤلفاته: (1979) Dialogiques- Recherches logiques sur le dialogue، Différence et

والحوار في مبدئه هو عبارة عن تبادلٍ أو تناوبٍ في الحديث ليعطي صورة حديث تابع لحديث أو حديث مسبب لحديث في إطار عملية تواصلية متكاملة، حيث يمكن اعتبار الحوار بأنه علاقة كلامية تشترط وجود طرفين متخاطبين (Des Interlocuteurs) أو (Coénonciateurs)، و « اللذين لديهما نية التعبير عن شيء ما و التأثير في بعضهما بشكل متبادل »¹.

ويمكن اعتبار الطرف الأول في هذه العلاقة وهو المتكلم (Le locuteur) : الفاعل للفعل، و الطرف الثاني فيها وهو المستمع (Le locutaire) : الذي يقوم برد الفعل، مع أنه لا يبقى المتكلم متكلماً دائماً و لا المستمع مستمعاً على طول العلاقة الحوارية، بل إن الحوار يتيح تبادلاً للأدوار بين المتكلم و المستمع و ذلك في زمن و مكان معينين، وهو ما يسمّى بالمسلّمة الحوارية و « مقتضى هذه المسلّمة أن لا كلام مفيد إلا بين اثنين، لكلّ منهما مقامان هما مقام المتكلم و مقام المستمع »².

وتقتضي عملية المحاورّة بناء علاقة تخاطبية « فالمتكلم يعلن عن نفسه، و يصل نفسه بالآخر عن طريق علاقة تسمح بأن يُعبّر عن أغراضه بدوره، و هي ميزة تجعل ما يدعى بالإطار التمثيلي للتلفظ في صورتين ضروريتين: الأولى مصدر والثانية هدف، وهذه هي بنية الحوار: Dialogue »³.

كما يتحدّد نوع هذه المحاورّة بتحديد نوع العلاقة نفسها، ذلك لأنّ المجتمع لا يخلو من علاقات بين الناس، فقد تكون علاقات اجتماعية أو وظيفية أو غيرها، و عليه، فالعلاقة تتّصف بأسبقيتها على إنتاج الخطاب، و لذلك فهي من عناصر السياق المؤثّرة، ممّا يحفّز عمل بعض القوالب، خصوصاً قالب الاجتماعي، فيعكس ذلك على تشكيل الخطاب باختيار الإستراتيجية الملائمة التي تعبّر عن قصد المرسل وتعكس اعتباره لهذا العنصر باعتبار نوع العلاقة⁴.

فما هي الحوارية إذن كمفهوم أساسي بنيت عليه نظرية تداوليات الحوار؟ تقوم العلاقة الحوارية على الشراكة في إرسال و استقبال العلامات المختلفة؛ « فالمتكلم (الذي يتحدّث) يوجّه إلى المستمع علامات من أنواع مختلفة و هي: علامات من طبيعة غير لفظية (Non verbale)، عن طريق (وضعيات جسمه، و نظراته..)، العلامات المصاحبة للتلفظ (Para verbale) : (كالأداء، طريقة النطق، السكوت...)، و خاصّة العلامات ذات الطبيعة اللفظية (Verbale) »⁵.

(1982) subjectivité- Anthropologie d'un point de vue rationnel : فرانسواز أرمينكو، المقاربة التداولية، تر: سعيد علوش، مركز الإنماء القومي، ص: 90.

1 - Dominique Maingueneau, Aborder la linguistique, p : 05.

2- طه عبد الرحمن، في أصول الحوار و تجديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي، ط: 01، 1987، ص: 97. عن: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 87.

3- ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ و تداولية الخطاب، ص: 92.

4- ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 88.

5 - Dominique Maingueneau, Aborder la linguistique, p : 05.

فأما بالنسبة لعلاقة الحوارية بالتلفُّظ، فإننا نجد أنها تتمثل في صورتين: التلفُّظ المنطوق والتلفُّظ المكتوب، حيث « يمثِّل الحوار صورة التلفُّظ المنطوق في أدقِّ تجسُّداته، بينما التلفُّظ المكتوب فيتحلَّى في صورتين:

- الكاتب يعلن عن نفسه و عن الآخرين... بالكتابة.

- الكاتب في خضم كتاباته يضع أشخاصاً يتلفَّظون (متلفِّظون)، أي ما يمكن أن نطلق عليه بالتلفُّظ المنطوق داخل التلفُّظ المكتوب، كما ينتقل الحديث من مفهوم الإخبار والمحادثة (الحوار) إلى اعتبار آلية إنتاج النص، إدراج المتكلم في خضم كلامه »¹.

ومن البديهي أن ممارسة الكلام تقتضي تخاطباً أو تبادلاً للكلمات، وهذا التبادل هو الذي يُفعل الحوار و يُظهر القوة الإنجازية التي يمكن أن تنجم عن استعمال هذا الكلام فحقيقةً هناك بعض الممارسات اللغوية (المكتوبة خاصةً، و لكن المنطوقة (أو الشفهية) أيضاً) تقصي كلَّ إمكانية لإجابة فورية، و لكن حقيقيُّ أيضاً أنَّ الحالة الأكثر شيوعاً في ممارسة الكلام هي أين يكون الكلام متداولاً و متبادلاً (وهو ما يسمَّى حينئذٍ بالحوار: **Le dia-logue**)².

وتشتمل النظرية الحوارية على أطراف الحوار و هما المتكلم و المُخاطب « و بعلاقتهما داخل السياق، بل و يتعلَّق بما هو خارج السياق، أي يتعلَّق بما يعرفه هذا المُتخاطب عن الآخر، وما يعرفه المتخاطبان عن المقام، و عمَّا يريدان قوله أو سماعه، و هما يعرفان معرفة تامّة المدى الذي يمكن أن يبلغاه في الخطاب، فأحد المخاطبين يمكن أن يكون خطيباً أو معلِّماً، و الآخر يمكن أن يكون جمهوراً أو مستمعاً، فالعلاقات تظلُّ هي ذاتها، و الصُّور يجب أن تكون مضبوطة حتَّى تناسب المقام بالشكل الأقرب »³.

كما تشتمل النظرية الحوارية أيضاً على ظروف أخرى نذكر منها: التزامنية التفاعلية، الحوارية و عملية انتظام أدوار الكلام، اختيار موضوع و أسلوب التبادل من حيث اللغة والألفاظ المستعملة، التفاعلات اللفظية و غير اللفظية، أنواع التفاعلات اللفظية، القواعد الحوارية... إلخ.

ويمكن أن نستنتج من خلال تحاليل الحوارية عند ف. جاك (F. Jacque) ما قد بيَّنه العمل من خلال أنماط الحوار الإحالية و هي كالتالي:

1- تجاوز إطار الجملة إلى تحليل تجاوري للجملة: فكلُّ تلفُّظ يدخل في إطار تخاطبي لا بدَّ أن يفترض أن يظهر كجواب عن سؤال حقيقي للمخاطب، و كسؤال ضمني يطرح عليه في الآن نفسه.

¹ - ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفُّظ و تداولية الخطاب، ص ص: 91، 92.

² - Voir : Catherine Kerbrat- Orecchioni, La conversation, Éditions du Seuil, Paris : 1996, p : 04.

³ - جبرار دولودال، جوويل ريطوري، التحليل السيميوطيقي للنص الشعري، تر: عبد الرحمن بو علي، مطبعة المعارف الجديدة، ط: 01، 1994، ص: 74/ عن: عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 88.

2- وجوب تجاوز إطار المتكلم إلى العلاقة التخاطبية التي عليها أن لا تعود بآثار المعنى إلى المتكلم وحده (ولا إلى الصورة التي يكونها عن المخاطب)؛ بل إلى العلاقة التخاطبية نفسها، إنها مفارقة اللا- توزع للأفعال اللسانية.

3- ارتباط الإحالة على العالم، و الإحالة على الفاعلين، و بتعبير ف. جاك (F. Jacque)؛ " فالإحالة المساعدة " للعالم تتضامن مع " الإحالة- العكسية " للشخصيات، وفي الوقت نفسه تعدُّ العلاقة التخاطبية مساعدة- أصلية لعلاقة الإحالة على العالم¹.

عادةً ما يكون الحوار وسيلة للتواصل و التفاهم و لتقريب وجهات النظر بين المتخاطبين أو للدعوة إلى الاعتقاد والاقتناع بأفكار معينة، و عليه فهو ينبني على تحديد العلاقة التخاطبية و على مراعاة شكل الخطاب و ذلك من حيث دلالاته المباشرة و غير المباشرة، و كذا مقام الخطاب و سياقه، و على مراعاة اللغة و المعنى و هدف الحوار و على تجنب كل تشويش يُعيق تحقيق هذا الهدف، ذلك أن « الحوار مستويات، يبدأ بالمشاهدة من اثنين كما يقول سيوييه، وينتقل إلى الحوار مع الذات ومع التاريخ فيما يشبه المصالحة بعد المصارحة؛ و هكذا يمكن أن يتحقق التواصل مع التاريخ الإنساني حتى لا يصبح من دواعي التنافر، و كثيراً ما هو حادث في الصراع بين البشر، و ليس أدلّ على ذلك من شيوع الثقافة التي تدعو إلى عدم النسيان مروّجة عبارة أن قلب الصفحة لا يعني نسيانها، و هي عبارة تدرج في منطق الضجيج على معنى الحوار² ».

¹ - ينظر: فرانسواز أرمينكو، المقاربة التداولية، ص: 86.

² - أحمد يوسف، سيميائيات التواصل و فعالية الحوار- المفاهيم و الآليات، منشورات مختبر السيميائيات و تحليل الخطابات، جامعة وهران، الجزائر، ط: 01، 2004، ص: 166.

الفصل الثاني

عناصر المحيط التداولي للمصطلح الإعلامي العربي

إذا كان اهتمام التداولية بالكلام الذي يتيح الدراسة الملموسة للغة يجعلها تهتمُّ بمن يتكلّم، و بماذا يقول؟ و مع من؟ و لماذا؟ و كيف؟ و أين؟ و متى؟... إلخ؛ فإنّ التّواصل يرتبط كذلك بنفس الاهتمامات، حيث « حَصَّ هارولد لاسويل¹ (Harold Lasswell) عمليّة الاتّصال بأسئلته المشهورة التّالية²: 1- من: who، 2- يقول ماذا: says what، 3- بأيّة وسيلة (قناة): In which Channel، 4- لمن: To who، 5- وبأيّ تأثير: with what effect »³، وبالتالي نستطيع القول بأنّهما مرتبطان ارتباطاً وثيقاً؛ بل إنّ « التّواصل موجودٌ في قلب التّداولية »⁴؛ فهي تهتمُّ بالّلغة من حيث هي أفعالاً منجزةً تؤدّي أغراضاً محدّدة أثناء كلّ عمليّة اتّصالية، وعليه « يجب على التّداولية أن تنهض بتواصل مصمّم "كمحاولة تسوية"، حيث يجب أن نضيف إلى حمل المعلومة، لعبة الأدوار و الأفعال التي يتعارف ويتفاعل من خلالها المتخاطبون، وهكذا يؤسّسون مجتمعات لغوية في عالم إنساني»⁵.

ولمعرفة المحيط التداولي للعمليّة الإعلامية بشكلٍ عام و المصطلح الإعلامي بشكلٍ خاص يجب أن نجيب على الأسئلة نفسها التي تطرحها التداولية و الاتّصال معاً، لأنّها تشكّل العناصر الأساسية المكوّنة لهذا المحيط.

ولبيان هذه المعادلة التي تجمع بين طرفيها المزاوجة بين التداولية والاتّصال؛ فإنّ هذا يقتضي التّفصيل أولاً في طبيعة الاتّصال الإعلامي و ذلك من خلال مستوياته المختلفة باعتبارها المصدر الأوّل الذي تُنهّل منه المصطلحات الإعلامية، والتي نحاول من خلالها دراسة اللّغة الإعلامية حسب كلّ مستوى دراسة تداولية.

¹- وهو من أبرز العلماء الذين اهتموا بتحديد وظائف الاتّصال/ صالح نيب هندي، أثر وسائل الإعلام على الطّفّل، دار الفكر للنشر و التّوزيع، جمعية عمال مطابع التعاونية، عمّان - الأردن، ط: 01، 1999م، ص: 21.

²- Lasswel . « The structure function of communication in society » in schramm & (Chicago: university of Illinois press, 1977), p: 84.// عن: صالح خليل أبو أصبع، الاتّصال والإعلام في

المجتمعات المعاصرة، ص: 13.

³- المرجع نفسه، ص: 13.

⁴- J. Chalen, Éléments de linguistique et de pragmatique pour la compréhension automatique du langage : du signe au sens, Éditions Clips, Paris, p : 32.

⁵- Ibidem, p: 32.

وإذا كان هناك نوعين للاتصال يقومان على أساس اللغة المستخدمة¹؛ فإن له تصنيفاً آخرًا يبني على مستويات مختلفة تتجلى إما من خلال حجم المشاركين ودرجة التأثير في العملية الاتصالية، وإما من خلال الأنشطة المستهدفة من حيث الجمهور و الرسالة. إن هذا التصنيف يعطي تفصيلاً دقيقاً لكيفية حدوث التواصل بين الأفراد والجماعات، و يوضح مختلف المستويات التي تمرُّ عبرها المعلومة وذلك بتحديد المعالم الأساسية التي تظهر طبيعتها و مميزاتهما ضمن كل مستوى بالنظر إلى خصائص كل نوع من الأنواع التي تنتمي إلى هذا التصنيف.

1- مستويات الاتصال الإعلامي:

بالنسبة إلى المستوى الأول من هذا التصنيف؛ فإنه يتعلّق بدرجة التأثير و حجم المشاركين في العملية الاتصالية، و ينقسم إلى ستة مستويات:

1-1- الاتصال الذاتي: La communication Intra personnel :

تتيح لنا دراسة هذا النوع من الاتصال معرفة الكيفية التي يتواصل بها الفرد مع ذاته، وذلك بالكشف عن العلاقة التي تربط الأفكار الكامنة في ذهنه، و اللغة التي تعبّر عنها، مع الإشارة إلى أنّ هذه اللغة عبارة عن كيان نفسي²؛ إذ يمارسها الإنسان - غالباً - في تواصله مع ذاته في صورتها النفسية³، كما يخاطب الإنسان ذاته أحياناً عن طريق الصوت الفيزيائي، وهذا مثلاً عندما يهين نفسه للقاء شخص مهم أو التفكير في أمر يحتاج إلى اتخاذ قرار ما، أو محاسبة نفسه نتيجة حديث قد دار بينه و بين شخص عزيز⁴... إلخ. إنّ ممارسة الاتصال الذاتي تقتضي استعمال نفس العلامات و الرموز التي نستعملها أثناء اتصالننا مع باقي الأفراد، و بالتالي، فهو يتم في ذواتنا كعملية اتصالية متكاملة⁵ تقتضيها حاجة ملحة تدفع بالفرد إلى ممارستها بشكل متكرر.

¹ لقد تناولنا في الفصل السابق أنواع الاتصال التي تقوم على أساس اللغة و التي تتمثل في الاتصال اللفظي و الاتصال غير اللفظي، ينظر: الفصل الأول، ص ص: 22، 23، 24.

² - voir : F. De Saussure, Cours de linguistique générale, p : 99.

³ - إنّ العلامة اللغوية عبارة عن كيان نفسي مبني على أساس اتحاد كل من تصوّر ذهني (Concept)، و صورة سمعية (Image acoustique)، « هذه الأخيرة ليست الصوت المادي، الشيء الفيزيائي الصّرف، ولكن السمة النفسية لهذا الصوت، و التمثّل الذي تهبنا إياه شهادة حواسنا » / Ibidem, p : 98. ، و هذا هو المقصود من قولنا: ممارسة الإنسان للغة في صورتها النفسية.

⁴ - ينظر: صالح خليل أبو أصبع، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 14.

⁵ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 14.

1-2-الاتصال الشخصي¹ : **La communication Interpersonnel**

وهو النوع الذي يحدث فيه التبادل اللغوي بين طرفين اثنين أو أكثر²، بشكل مباشر ووجهاً لوجه، و عليه فإنه يمكن « أن نستخدم حواسنا الخمس، و يتيح هذا الاتصال التفاعل بين هؤلاء الأشخاص والتعرف على رجح الصدى (Feed Back) للمتلقي³ .

ونستطيع أن نمثل لهذا النوع من الاتصال بمخطّط ف. دو سوسير (F. De Saussure) الذي يصف لنا كيفية مرور الرسالة بين مرسل و متلق، كما يبيّن كذلك رجوع هذه الرسالة في الاتجاه المعاكس حيث يتيح التبادل في الأدوار أين يصبح المرسل متلقياً، والمتلقي مرسلًا، كما يمكن أن تحدث المبادلة بين طرفين أو أكثر يشتركون في نفس المرجح ونفس اللغة، و ذلك بنفس الطريقة التي يحدث بها الإرسال والاستقبال.

ويعدّ الاتصال الشخصي أفضل أشكال الاتصال باعتباره يوفرّ فرصة التعرف الفوري والمباشر على مدى تأثير رسالة الباث على المتلقيّ ممّا يسمح بتعديلها وتوجيهها حتّى تصبح أكثر فاعلية وأكثر إقناعاً⁴ .

لقد حظي الاتصال الشخصي بهذه الأهمية نظراً لتميّزه بالخصائص التالية، والتي تسمح بـ: « (أ) - انخفاض تكلفة الاتصال بالقياس إلى الوسائل الأخرى، و يتطلّب ذلك جمهوراً معروفاً و محدداً و غير مشتت.

(ب) - إمكانية استخدام اللغة المناسبة لمستوى الأفراد الذين نتحدّث إليهم.

(ج) - سهولة تقدير حجم التعرّض للرسالة.

(د) - تلقائية الاتصال التي تظهر بوضوح في المحادثات غير الرسمية و اللقاءات العابرة⁵ « .

«

¹ - و يسمّى كذلك الاتصال بين الأشخاص أو البيشخصي أو المواجهي، أو كذلك البيفردي الذي يقابل باللغة الفرنسية مصطلح:

Interindividuel.

² - إضافة إلى الاتصال الشخصي، يرى حسن عماد مكاي، و ليلي حسين السيّد بأنّ هناك نوعاً آخرًا للاتصال يجمع بين مجموعة من الأشخاص يسمّى الاتصال الجمعي: **Group communication** مثل: أفراد الأسرة ، زملاء الدّراسة أو العمل، جماعات الأصدقاء لقضاء وقت الفراغ أو التّحاد، حيث تتاح للجميع فرصة المشاركة في الموقف الاتصالي/ ينظر:

حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيّد، الاتّصال و نظرياته المعاصرة، ص: 31.

³ - صالح خليل أبو أصعب، الاتّصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 14.

⁴ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 15.

⁵ - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيّد، الاتّصال و نظرياته المعاصرة، ص: 31.

1-3-الاتصال العام: Public Communication:

يضمُّ هذا النوع من الاتصال عدداً كبيراً من الأفراد، و الذين تجمعهم اهتمامات ومصالح مشتركة، حيث يتمُّ التفاعل بينهم بشكل كبير، وذلك للوصول إلى تحقيق الأهداف العامة، وتمثّل لهذا النوع من الاتصال بالمحاضرات التي تُلقى في مختلف التخصصات، و الندوات، و الأمسيات الثقافية، و عروض المسرح¹... إلخ، وتخضع هذه التجمُّعات إلى « تنظيم داخليّ و إن كان غير رسمي، و عادةً ما يتمُّ هذا النوع من الاتصال في أماكن التجمُّعات أو تلك التي تقام خصيصاً لهذه الأغراض² ».

1-4-الاتصال الوسيطى: Medio Communication:

سمي هذا النوع من الاتصال بالاتصال الوسيطى نظراً لوقوعه بين نوعين من الاتصال: أولهما: الاتصال الشخصى أو المواجهي³، و ثانيهما: الاتصال الجماهيري⁴، و « يشمل الاتصال الوسيطى على الاتصال السلكى من نقطة إلى أخرى مثل الهاتف، و التلّكس، و الراديو المتحرّك، و الرادار، و الأفلام العائلية و التلفزيونية ذات الدائرة المغلقة، و غيرها⁵ ».

كما يلتقى الاتصال الوسيطى مع الاتصال الشخصى في المميّزات التالية:

- عدد المتلقين للرّسالة في كلا النوعين - الوسيطى و الشخصى - قليل و يصل في الغالب إلى متلقٍ واحدٍ فقط.

- أن يكون المتصل على معرفةٍ بالمتلقين.

- ألا تكون الرّسالة خاضعة للتعميم؛ بل ذات طابعٍ خاص.

- أن يرتبط المشاركون باتّصال شخصى و تجمعهم ثقافة مشتركة⁶.

أمّا بالنسبة للاتّصال الوسيطى و الاتصال الجماهيري؛ فإنّهما يلتقيان كذلك في بعض النّقاط المشتركة، حيث يتميّز الأوّل ببعض خصائص الثّاني، منها أنّه يمكن أن يكون جمهوره غير متجانس، و يمكن أن يكون المشاركون به بعيدين في المكان عن بعضهم البعض، حيث يستقبلون

¹- ينظر: حسن عماد مكاي، ليلى حسين السيّد، المرجع السّابق، ص: 31.

²- المرجع نفسه، ص: 31.

³- لقد سبق التعريف بهذا النوع من الاتّصال في الصّفحة السّابقة.

⁴- وهو الاتّصال الذي لا تتمُّ فيه المواجهة المباشرة، و سوف نصل إلى تعريفه بالتّفصيل في الصّفحات الموالية.

⁵- صالح خليل أبو أصعب، الاتّصال و الإعلام في المجتمعات العاصرة، ص: 17.

⁶- ينظر: المرجع نفسه، ص: 18.

نفس الرسالة في أماكن متعددة، بالإضافة إلى أن الرسالة تنقل بسرعة و تصل الأفراد في آنٍ واحد (...) وهذا الاتصال مثل الاتصال الجماهيري يتم فيه استخدام معدات فنية (إلكترونية- ميكانيكية) في نقل الرسالة¹.

1-5-الاتصال الجماهيري: Mass Communication:

يعتبر هذا النوع أوسع أنواع الاتصال من حيث حجم الجمهور ووسائل الإعلام المستخدمة فيه؛ إذ يتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، حيث تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة مذهشة مع القدرة على خلق رأي عام، و على تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً، بالإضافة إلى القدرة على نقل المعارف و المعلومات و الترفيه².

وللأصل الاتصال الجماهيري خصائص أخرى أيضاً؛ إذ يتم « بطريقة غير مباشرة حيث يكون المستقبلية³ في مكان محدد، وغالباً ما يكون هذا الاتصال في اتجاه واحد؛ في حالة وجود استجابة لا تظهر مباشرة في أثناء الاتصال، و لكن أن تظهر بعد ذلك بفترة⁴ ».

1-5-1-أهمية الاتصال الجماهيري:

إن حجم الجمهور ووسائل الإعلام المستخدمة في الاتصال الجماهيري يعطيه أهمية بالغة، حيث يمنحه القدرة على التوصيل السريع و السهل للأفكار والمعلومات؛ فعن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية يستطيع المرسل أن يتصل بأعداد كبيرة من الأفراد في وقت واحد، و ينقل إليهم المعلومات الحديثة أولاً بأول، خاصةً و أن المجتمعات المعاصرة هي مجتمعات سريعة النمو والتغير، و عليه فهي تتطلب متابعة مستمرة و في وقتها⁵.

2- أنشطة الاتصال من حيث الجمهور و الرسالة:

إذا كان الإنسان قديماً قد بدأ تجمعه في شكل حشد، ثم التجمع في شكل قبائل؛ فإن هذه الأخيرة قد تفرّعت إلى أعراق و أجناس ثم إلى شعوب و أمم، و من ثم إلى بلدان و دول تتوزع في مناطق كثيرة من العالم، تتشابه في كثير من الخصائص المشتركة، و لكن تختلف أيضاً في كثير من المميزات على الصعيد الاجتماعي، و الثقافي و الحضاري، و الاقتصادي، و السياسي، و ذلك بحكم

¹ - ينظر: صالح خليل أبو أصبع، المرجع السابق، ص: 18.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 19.

³ - و يقصد بها المستقبلين، لعلّه خطأ مطبعي.

⁴ - أميرة منصور يوسف علي، الاتصال و الخدمة الاجتماعية، ص: 108.

⁵ - ينظر: المرجع نفسه، ص ص: 108، 109.

اختلاف الأيديولوجيات والمعطيات التاريخية، وكذلك من حيث الاختلاف الجغرافي، والظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية إلى غير ذلك مما أدى إلى تباين المجتمعات الإنسانية واختلافها.

ولكن بالرغم من هذا الاتساع الذي عرفه الإنسان سواء على مستوى الرقعة الجغرافية أو على المستوى الحضاري والاقتصادي، بالإضافة إلى الخصوصية الثقافية والاجتماعية... إلخ؛ فإنه لم يمنع من التقارب والتحاور والاحتكاك والتفاعل وحتى التحالف وربط العلاقات بين الأمم والشعوب إماماً بدافع المصالح المشتركة، أو بدافع الاكتشاف والتعارف، أو بدافع الاستغلال والسيطرة، وأصبح وجود هذه المظاهر ضرورة تقتضيها الطبيعة البشرية- التي بنيت أساساً على مبدأ التواصل في ظل الحياة الاجتماعية - الأمر الذي نتج عنه ظهور أنشطة اتصالية جديدة تختلف من حيث الجمهور والرسالة، والتي تعول كثيراً على درجة التأثير ونوعية الاستجابة.

1-2- الاتصال عبر الثقافات: La communication Interculturelle :

تعدُّ دراسة الثقافات المنتشرة عبر العالم من أهمِّ المعايير المعتمدة لمعرفة الخصوصية التي يتمتع بها كلُّ شعب و يتميز بها عن الشعوب الأخرى، والتي تظهر ملامحها القويّة عندما تتقابل مع خصوصية ثقافية أخرى تشبهها أو تختلف معها أو حتى تتناقض معها، وفي الوقت نفسه، لا تمنع هذه التناقضات أو الاختلافات من حدوث التفاعل والتبادل بين أفراد المجتمعات المختلفة نظراً لوجود احتكاك مباشر أو غير مباشر بينها، و« يعرف سترام « Sitaram » الاتصال عبر الثقافات بأنه عبارة عن التفاعل الذي يتمُّ بين أعضاء من ثقافات مختلفة مهما تراوحت ضالّة أو ضخامة هذه الاختلافات، وهو يشمل عادة شخصاً متصلاً من ثقافة ما و متلقٍ (متصلاً به) من ثقافة أخرى؛ ومن ثمَّ فإنَّ عمليّة الاتصال هي عملية ذات اتجاهين (Two-way process)¹.

وإذا كان هذا التصنيف² يحدث على مستويات أكبر تتمثل في الأنشطة المختلفة التي تقوم على تحديد نوع الرسالة الموجهة، وعلى معرفة طبيعة الجمهور المستهدف؛ فإنها تستخدم في أنظمة تواصلية مختلفة ينتج عنها التبادل والتأثير، لأنها تمثل حاجة تفرضها الظروف الثقافية،

H.S. Sitaram; « What is intercultural communication? In Intercultural communication -1 (Eds) samovar and porter (Bemont.ca: wads worth publishing co; 1972 pp: 21-22/

عن: صالح خليل أبو أصبع، نصوص تراثية في ضوء علم الاتصال المعاصر، دار آرام للدراسات و النشر، عمّان- الأردن،

ص: 35.

²- وهو التصنيف الذي ينتمي إليه الاتصال عبر الثقافات.

والسياسية، والدولية، والتنظيمية، والتي أدت إلى تسمية هذه الأنشطة على أساسها، ويمكننا القول بأن كل نظام من هذه الأنظمة التواصلية له مجاله الخاص الذي يختلف به عن بقية الأنظمة الأخرى دون أن ننكر وجود علاقات تربط بعض هذه المجالات ببعض.

وحسب سيترام؛ فإن الاتصال عبر الثقافات يأخذ مكانه في مستوى الثقافة؛ إذ أن المتصل يتفاعل مع المتصل به باعتبارهما عضوين في ثقافتين مختلفتين أكثر من انتمائهما إلى أمة؛ فهما يتأثران بما تعلمنا من الثقافة أكثر من الانتماء القومي¹.

ولكن السؤال الذي يطرح هو: هل نربط ثقافة الفرد بثقافة الأمة، أم أن ثقافة الأمة تتعدّد بتعدّد ثقافات أفرادها؟

للإجابة على هذا السؤال سوف نتحدّث أولاً عن اللغة وعن بعض خصائصها، وذلك باعتبارها أهم وأجمع وسيلة للتواصل، وكذلك باعتبارها الوسيلة التي يستخدمها كل من المرسل و المرسل إليه - في إطار الاتصال عبر الثقافات - حيث يتمّ التواصل بأيّ « مستوى كان من اللغة و يوفر سبل التفاهم بينهما »².

إن اللغات و على امتداد تاريخها الطويل عرفت دخول المئات بل الآلاف من المفردات الأجنبية إليها، و في المقابل؛ فهي تعرف كذلك تبني الكثير من مفرداتها من طرف لغات أخرى، وتسمّى هذه الظاهرة بالاقتراض اللغوي، حيث أن هناك ثلاثة مصادر رئيسية يستطيع المتكلم أن يستمدّ منها حاجته، وهذه المصادر هي: اللغات الأجنبية، واللهجات المحلية، والاصطلاحات الفنية أو المهنية الخاصة³.

كما تنقسم الكلمات المقترضة في اللغة العربية إلى المعرّب و الدّخيل⁴، فالمعرّب هو المفردة الأجنبية التي تدخل إلى اللغة العربية، و يستعمل بشرط أن يخضع لمقاييسها و قواعدها الصوتية؛

¹ H.S. Sitaram; « What is intercultural communication? In Intercultural communication (Eds) samovar and porter (Bemont.ca: wads worth publishing co; 1972) pp: 20-21 / عن: صالح خليل أبو أصعب، نصوص تراثية في ضوء علم الاتصال المعاصر،

ص ص: 35-36.

² المرجع نفسه، ص: 36.

³ ينظر: ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللغة، تر: كمال بشر، دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، ط: 12، ص: 167.

⁴ يوجد كذلك قسم ثالث في اللغة العربية يسمّى « المولّد ».

فـ « تعريب الاسم الأعجمي أن تتفوه به العرب على منهاجها »¹، وعليه؛ فهو الاسم الأعجمي المتفوه به على منهاج العرب، أي الذي خضع لتغييرات جعلته على منهاجهم في النطق².

أمّا الدّخيل؛ فهو استعمال المفردة الأجنبية كما هي دون تغيير فيها؛ إذ « يطلق (الدّخيل) على اللفظة التي لم تخضع لمقاييس العربية و بنائها و جرسها، سواء أكانت قديمة أو حديثة »³، يعني ذلك أنّ الكلمة التي لم يطرأ عليها أية تغييرات، و استعملت على حالتها عند أصحابها، و عليه؛ فهي التي لم تخضع للنظام الصوتي العربي، إمّا لكونها عصية على التعديل و التغيير، و إمّا بداعي العجلة في الاستعمال، أو بادعاء المحافظة على الأصل⁴.

ولأنّ اللغة هي الحامل المادّي للحضارة؛ فهي حتماً الحامل المادّي للثقافة كذلك؛ فـ « عندما تنقل الأفكار أو النظم أو الأشياء من بلدٍ أجنبيٍّ إلى آخر، فلا أقلّ من أن يوجد في البلد الآخر ميل شديد إلى اقتراض الوسائل التعبيرية التي تدلُّ عليها كذلك، و لقد استوردت اللغة الإنجليزية الآلاف المؤلفة من هذه الكلمات بهذه الطريقة، وهذه الكلمات تمثل رواسب التأثير الثقافي الضخم الذي شكّل التاريخ البريطاني »⁵.

يعتبر الاقتراض اللغوي دليلاً ملموساً على التبادل و التأثير الثقافي نتيجة الاحتكاك بين اللغات، سواء عن طريق الحروب أو الاستعمار، أو عن طريق انتشار الأديان في مناطق جغرافية واسعة، أو عبر التبادل السياحي⁶، أو حتّى بواسطة التّحاور الذي يقوم بين أفراد من ثقافات مختلفة... و يعدُّ كذلك، من جهةٍ أخرى، من أهمّ المصادر التي تضمن حيوية اللغات⁷ وبقائها؛

¹ - الجوهري، الصحاح: عرب، و مثله في اللسان و القاموس و التاج/ عن: ممدوح محمد خسارة « المعرب و الدّخيل في المجلّات المتخصّصة » ، مجلّة مجمع اللغة العربية بدمشق، عدد خاص و فيه تتمة بحوث ندوة (إقرار منهجية موحدة لوضع المصطلح) 1421هـ/2000م، المجلد: 75، ج: 04، ص: 920.

² - ينظر: ممدوح محمد خسارة « المعرب و الدّخيل في المجلّات المتخصّصة » ، المرجع السابق، ص: 920.

³ - أحمد مطلوب، حركة التعريب في العراق: 26 ، و حلمي خليل، المولد و الدّخيل في العربية 233 ، 235 ، إبراهيم أنيس، دلالة الألفاظ: 149 / عن المرجع نفسه، ص: 921.

⁴ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 921 ، 922.

⁵ - ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللغة، ص: 167.

⁶ - و الذي يكون في غالب الأحيان غير متوازن بين البلدان نتيجة بعض الأسباب البشرية أو المادية ممّا يؤثر على التبادل الثقافي بينهما و ذلك حسب كمية التدفق السياحي فيها.

⁷ - وعلى العكس من ذلك؛ فهناك من يرى في ظاهرة الاقتراض اللغوي دليلاً على القصور، أين يلجأ المتكلم إلى أسهل الطرق حينما يواجه النقص و القصور في الثروة اللفظية، حيث أنّه ربّما يعمد إلى اقتراض الكلمات التي يحتاجها من لغاتٍ أخرى بدلاً من أن يبذل أيّ مجهود إبداعي في الحصول على ما يريده / ينظر: ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللغة، ص: 167.

بل يمكن اعتباره كذلك من العوامل المساعدة على تطويرها و جعلها قادرةً على استيعاب المستجدات العلمية و التكنولوجية.

ولئن كانت اللغة بكلّ مستوياتها تستعمل في الاتصال عبر الثقافات؛ فإن إدوارد سابير¹ (Edward Sapir) يرى في فرضيته² أن هناك « علاقة جدلية واضحة بين اللغة وعادات المجتمع الثقافية يتمثل ذلك في كون اللغة تصنع الثقافة³، و تصنعها الثقافة في الوقت ذاته »⁴.

«
وعليه فإن تعدد اللغات يتبعه تعدد و تنوع في الثقافات داخل المجتمعات البشرية، حيث لاحظ سابير (E. Sapir) أن هذا التنوع⁵ « ترافقه تعددية عميقة للمؤسسات الاجتماعية والتقاليد الثقافية، ومن هنا خلص إلى أن الكلام وظيفة للثقافة، وأن اللغة تمثل خاصية أساسية تتقاسمها مع مجموعة الظواهر الثقافية، إنها نسبية بشكل أساسي ومتغيرة وتواضعية »⁶.
كما تنبني هذه الفرضية⁷، كذلك، على اعتبار أن « كل لغة بشرية هي تمثيل رمزي مميز عن العالم؛ فهذا يفترض وجود خلافات بين الأمم في تصوراتها عن العالم مردّها إلى الاختلاف الموجود بين اللغات »¹.

¹ - ينظر تعريفه في التمهيد: ص: 05.

² - تمكّن سابير - في ظلّ انتباهه إلى أثر الحركة النفسية غير الواعية عند الأفراد في تطوّر اللغة - من وضع فرضية سمّيت بالنظرية النسبية (و تسمى أحياناً بـ « فرضية سابير - وورف ») توصل من خلالها إلى أن أشكال الفكر تحدّد بنى اللغة الأم، و قد ساعده في ذلك تلميذه بنيامين ل. وورف Benjamin Lee Worf الذي قدّم له تحليلات جدّ مناسبة للأنظمة الصرفية و النحوية لعدد كبير من اللغات الأمريكية الهندية إضافة إلى كتاباته حول العلاقات بين السلوك والفكر واللغة: (J.P. Bronckart, Théorie du langage, Pierre Mardaga, Bruxelles, 2 Édition, 1977, p : 120. /

عن: الطيّب دبة، مبادئ اللسانيات البنوية - دراسة تحليلية إبستمولوجية -، ص: 143.

³ - إذ تعتبر اللغة صانعة للثقافة باعتبارها « وسيلة نقل إنساني محض للأفكار و الانفعالات و الرغبات من خلال نظام الرموز (...) ومن حيث هي تمثيل لفكر الجماعة الناطقة بها و لعاداتها الاجتماعية و الثقافية، وهي مصنوعة بالثقافة من حيث إنها - على حدّ تعبير سابير (E. Sapir) - نتاج الاستعمال الاجتماعي الطويل الأمد (Edward Sapir, Le langage, 1970, pp : 08/620. / عن جورج موان، علم اللغة في القرن العشرين، تر: نجيب غزاوي، مؤسسة الوحدة، سوريا، ص: 93.

⁴ - الطيّب دبة، مبادئ اللسانيات البنوية - دراسة تحليلية إبستمولوجية، ص: 144.

⁵ - لقد لاحظ سابير (E. Sapir) التنوع الهائل الموجود بين اللغات الهندية و الذي كان على إثره بداية التأسيس لفرضيته: ينظر: J.P. Bronckart, Théorie du langage, p : 121 / عن: المرجع نفسه، ص: 143.

⁶ - J. P. Bronckart, Théorie du langage, p : 121 / عن: المرجع نفسه، ص: 143.

⁷ - و الحقيقة أن « هذه الفرضية تعود إلى نظرية ولهم همبوليت (نظرية رؤية العالم) التي يرى فيها أن «الاختلافات بين اللغات لا تتوقف فقط على أصوات الكلام المختلفة التي تستعملها تلك اللغات، و لكنها تشمل على اختلافات في تفسير المتكلمين وفي فهمهم للعالم الذي يعيشون فيه » (ر.هـ. روبنز، موجز تاريخ علم اللغة في الغرب، ص: 287) / عن: المرجع نفسه، ص: 144.

ونتيجة لهذا؛ فقد خلص سابير (E.Sapir) إلى أنه « ما دام اختلاف التصور ناتجاً عن اختلاف اللُّغة؛ فهذا يدعو إلى اعتبار اللُّغة عاملاً أساسياً في إضفاء الطابع الاجتماعي، وبالتالي؛ فهي تلعب دوراً هاماً في بناء و توجيه التراكم الفكري الثقافي بين الأجيال»².

ويمكننا ملاحظة البعد التداولي للُّغة بوضوح في هذه التُّظيرة؛ إذ يرى سابير (E.Sapir) أن « آية لغة بشرية تقوم على تحقيقها لوظيفتين:

الأولى: وظيفة تواصلية من حيث هي تحقيق صوتي ضمن اتجاه ينظر إلى الواقع المحسوس بطريقة رمزية يقابله مفهوم الوظيفة التواصلية للُّغة عند مارتيني (A. Martinet)، والثانية³ تسعى فيها كلُّ لغة إلى تمثيل الفكر و تنظيمه وفق التصورات التَّفسيية و العقلية الخاصَّة التي يعرفها المتكلِّم عن العالم الذي يعيش فيه »⁴.

إنَّ تباين اللُّغات ينتج عنه تباينٌ في التُّقافات، وبالتالي اختلاف في الرأْي و في وجهات النَّظر، والتي تصل في أغلب الأحيان إلى التشنُّد والتعصُّب ممَّا يؤدي إلى التنازع والمواجهة وذلك حفاظاً على المصالح العليا لكلِّ طرف.

فبالإضافة إلى الوظيفة التواصلية؛ فإنَّ اللُّغة كذلك تتميز بوظيفةٍ أخرى تتجلى من خلال صنعها للثقافة و تمثيلها للفكر؛ فعلاقة اللُّغة بالثقافة هي علاقة وظيفية نفعية، أين يشكُّل الاتصال عبر التُّقافات تلك القناة التي يحاول من خلالها كلُّ طرف أن يتعرَّف أكثر على الطُّرف الآخر، وأن يتفهَّم موقفه ووجهة نظره بكلِّ الوسائل المتاحة و لو كان ذلك داخل الأُمَّة الواحدة.

ويمكننا إذن الإجابة على السُّؤال الذي طرحناه؛ فنقول أن ثقافة الفرد ترتبط حتماً بثقافة الأُمَّة؛ إذ تعتبر الثقافة من أهمِّ المقوِّمات التي تؤسِّس لبناء الأمم، و تعبّر عن فكرها وهويِّتها

¹ - الطيب دبه، مبادئ اللسانيات البنوية - دراسة تحليلية إبستمولوجية، ص: 144.

² - الطيب دبه، المرجع السابق، ص : 144.

³ - بالإضافة إلى وظائف أخرى ينسبها كذلك سابير (E.Sapir) إلى اللُّغة مثل: تحقيق الفعل الاجتماعي عن طريق إنشاء التُّرابط بين أفراد المجموعة الواحدة، و الإسهام في النُّمو الشَّخصي عند الفرد بواسطة ما يسمَّى الخصائص الفردية للخطاب، وغيرها (أنظر: J.P.Bronckart, Théorie du langage, p/122) / عن: المرجع نفسه، ص: 144.

⁴ - نعني بذلك « ما تحويه اللُّغة من منطق بياني و فكري خاص يعبّر به أهلها عن تجارب و تصوِّرات خاصَّة في حياتهم و بيئتهم، من ذلك مثلاً: أنَّ العرب - نظراً لأنهم أُمَّة تفرَّق بين الجنسين - يسمُّون نسب الأم (الخوِّلة) بغير ما يسمُّون به نسب الأب (العمومة) خلافاً لبعض اللُّغات الأخرى التي تعطي اسماً واحداً، ففي الفرنسية هو: Oncle (للعم و الخال معاً) و Tante (للعمَّة و الخالة معاً)، و مثال ذلك أيضاً: أنَّ العرب تقول فيما يريح القلب: « يُثلج القلب » بينما يقول الفرنسيون فيما يتصل بهذا المعنى: « réchauffer le cœur » : أي يدفئ القلب، و لتفسير ذلك نقول إنَّ نفسية العربي تبدو متأثرةً في هذا الاصطلاح بحرارة البيئة الصَّحراوية، بينما تبدو نفسية الفرنسي متأثرةً ببرودة المناخ الأوربي » : المرجع نفسه، ص: 144.

وميراثها الحضاري و طابعها القومي¹، فالثقافة مثلها مثل اللغة الأم التي يكتسبها الطفل بشكل لا إرادي، ولكن من جهة أخرى يمكن أن تتغير ثقافة الفرد الأم بعد أن يقتنع بثقافة أخرى لسبب من الأسباب؛ فتحل محلها أو تنازعها مما يؤدي إلى اختلاف وجهات النظر داخل الأمة الواحدة، ومثال ذلك ما يظهر داخل المجتمعات من انقسامات في الأفكار والآراء، أين يمكن أن ينتج عنها تشكيل آراء و توجهات سياسية مختلفة أو حتى متناقضة تكون هي الأساس أو الجوهر في تشكيل الأحزاب السياسية داخل المجتمع الواحد.

2-2- الاتصال الدولي: La communication Internationale:

تقتضي طبيعة التواصل بين الأمم والشعوب وجود تفاعل يحدث على المستوى الرسمي وهو ما يعرف بالاتصال الدولي، ويعرفه ريتشارد ميريت (Richard Merrit) بأنه « يشمل تلك التفاعلات التي تأخذ مكانها عبر الحدود القومية أو أي مكان آخر خلال عامل قومي، ولكنها تؤثر على البيئة التي تتم فيها التفاعلات الدولية، و يشمل هذا التعريف أحداثاً متنوعة مثل المفاوضات الدبلوماسية، واتجاهات التجارة، والتضخم التي تؤثر على ميزان مدفوعات الأمة - الدولة، و الحملات الصحفية التي تعبئ السكان ضد العدو الأجنبي المزعوم، والاحتلال العسكري»².

وعليه، يصبح الاتصال الدولي اتصالاً موجهاً و ليس عفويًا، حيث تقف خلفه الأيديولوجيات المختلفة و المصالح القومية الخاصة بكل دولة من الدول.

ومادام هناك اتصال؛ فلا بد من وجود مُرسل و متلقٍ، و في الاتصال الدولي يكون « المتصل وجمهوره وواعين بمصالح بلادهم، وكلاهما يستعمل تعبيرات داعمة لصورة بلادهم، وعادةً فإن الإذاعات الأجنبية عبر البحار والمحادثات الدبلوماسية تعكس تلك المظاهر؛ و غالباً فإن الوسائل الميكانيكية و غير الشخصية تكون أكثر استخداماً في الاتصال الدولي مثل استخدام

¹ - وهو تلك السمات أو ملامح الشخصية التي ترجع إلى عضوية الفرد في قومية معينة أو ذلك النمط من الخصائص السلوكية الذي يميز أبناء قومية معينة عن أبناء قوميات الأخرى: أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام: الرأي العام، الإعلان، العلاقات العامة، الصحافة، الراديو، التلفزيون، السينما، تقديم: أحمد خليفة، دار الكتاب المصري، القاهرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت - لبنان، ط: 01، 1405هـ / 1985م، ص: 111.

² - Richard Merrit, " Transmission of values across national Boundaries" in communication in International politics (ed) Richard Merrit, (Chicago university of Illinois press 1972) p:12 / عن: صالح خليل أبو أصعب، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 48.

الرسائل، والصحف، والإذاعة، والآن تفتح الأقمار الصناعية الأبواب واسعة لاستخدام التلفزيون كوسيلة اتصال دولية ¹ .

ونستطيع القول بأنَّ مجمل وسائل الإعلام هي وسائل إعلام دولية ² تستخدم اللغة الداعمة للموقف القومي، و يكون هذا الموقف إمّا مسانداً لقضية ما، أو معارضاً لها، أو موقفاً محايداً، وعليه يمكننا أن نصف اللغة التي يستخدمها المرسل في الحالات الثلاث بأنّها إمّا لغة تعبّر عن دفء العلاقات و حرارتها أو عن برودتها و جمودها؛ فتكون في الحالة الأولى لهجة دبلوماسية عالية، وفي الثانية لهجة حادة خالية من كل دبلوماسية، أمّا في الحالة الثالثة تأخذ اللغة مكاناً معتدلاً ووسطياً تتجنّب فيه الميل لأيّ طرفٍ كان؛ وبالتالي فإنّ اللغة التي يستخدمها المرسل في الاتصال الدولي هي لغة رسمية و مدروسة و مباشرة.

ولكي نستشفّ طبيعة الاتصال الدولي، سوف نستعرض الفروق الموجودة بينه و بين الاتصال عبر الثقافات و ذلك حسب سيراتام « **Sitaram** »، حيث يرى بأن:

1- الاتصال الدولي يتضمّن موقفاً سياسياً أكثر من كونه موقفاً ثقافياً.

2- وهو اتصال على مستوى قومي، و جمهوره كبير، و عادةً هو عبارة عن اتصال بين أمم أكثر من كونه اتصال بين جماعات صغيرة أو أفراد، وفي بعض الأحيان يقوم ممثلوا الأمم بالاتصال للتأثير على التفكير السياسي بعضهم على البعض الآخر.

3- و بينما يحدث الاتصال الدولي بين أفراد من شعبين أو أكثر؛ فإنّ الاتصال عبر الثقافات يحدث بين أفراد من ثقافتين أو أكثر.

4- والاتصال الدولي عادةً هو تفاعلٌ يحدث بين أفراد من أمتين مختلفتين، أمّا الاتصال عبر الثقافات؛ فقد يحدث بين شخصين من نفس الأمة.

¹ - صالح خليل أبو أصبع، المرجع السابق، ص: 48.

² - مثلما هي وسائل إعلام محلية كذلك؛ فهي تستعمل داخل الحدود القومية، و هدفها التأثير على الرأي العام فيما يخص مجمل القضايا القومية؛ فمثلاً حينما يكون هناك اختلاف في وجهات النظر أو حتّى نزاعات داخل هذه الحدود؛ فغالباً ما نجد وسائل الإعلام الرسمية تفرّق بين ردود الفعل الرسمية و الموقف الشعبي حيث نلاحظ أنّها تحاول أن تبقى على العلاقات الموجودة على المستوى الشعبي بين الطرفين، متجنّبة بالروابط المشتركة التي تجمعها داخل الإطار القومي كاللغة، و الدين، والجغرافيا، والمصير المشترك، ويمكننا القول بأنّها تحاول أن تستغلّ هذه الروابط في محاولة منها لتجنّب الانتقادات أو من أجل كسب التأييد، وهذا ما حدث بين العراق و الكويت في حرب الخليج الأولى والثانية حينما كان الرئيس العراقي السابق "صدام حسين" يذمّ القيادة الكويتية و يمدح الشعب الكويتي، وتختلف وسائل الإعلام التابعة لدول العالم الثالث عن وسائل الإعلام الأخرى الموجودة في الدول المتقدمة، حيث تتمتع هذه الأخيرة بقدر من الحرية، والديمقراطية، والشفافية مثل الصحف والمجلات والقنوات الفضائية المستقلة والإذاعات...إلخ.

5- أما هدف الاتصال الدولي؛ فهو للتأثير على الحدث السياسي لأمة أخرى وإذا كانت هناك حواجز لمثل هذا الاتصال؛ فإنها ذات طبيعة سياسية و حكومية، و سيكون العامل المؤثر في مثل هذا التفاعل هو الاتجاه القومي للمتصل و لجمهوره أكثر من كونه للفروق الثقافية و العرقية المركزية / العصبية (**Ethnocentrism**).

6- الاتصال الدولي في أغلبه رسمي، و جمهوره عادةً ما يكون معروفاً للمرسل، وليس ذلك يعني أن يعرف كل واحد من الجمهور شخصياً، و لكنّه يعرف بالتأكيد إلى من يوجّه رسالته، و في حالات الاتصال الدولي التي تتضمن تفاعلاً موجهاً (**Face to face**)؛ فإنه اتصال رسمي يكون بشكل متعمد و مدروس وغير واضح، و من أمثلة ذلك الإذاعات الخارجية، و الخطوط الساخنة بين رؤساء الدول؛ فالإذاعات الخارجية موجهة إلى جمهور محدد للتأثير على تفكيرهم السياسي¹.

كما أن هدف المتصل من المرسل هو الذي يحدد طبيعة الاتصال؛ « فقد يقوم السائح بحوار عادي مع دليله السياحي عن الشوق و طبيعة البلاد التي يزورها، وقد يقوم كذلك في مناسبة أخرى بالحديث عن بلاده و قضاياها مع نفس الدليل، و في الحالة الأولى يكون اتصاله اتصالاً عبر الثقافات، و في الحالة الأخيرة يدخل اتصاله في إطار الاتصال الدولي² ».

إذا كانت اللغة التي يستخدمها المرسل في الاتصال الدولي رسمية و مدروسة؛ فهذا يعني أنه يختار و ينتقي المصطلحات المناسبة لكل موقف صادر عنه، حيث تعبّر أحياناً عن رسالة واضحة و مباشرة، و أحياناً أخرى عن موقف غامض؛ و بالتالي فإن هذه المصطلحات المستخدمة تؤدي أغراضاً محددة ضمن كل رسالة مما يجعلها ذات أبعاد وظيفية تداولية داخل كل خطاب.

2-3- الاتصال السياسي: La communication Politique:

لا يمكن فصل السياسة عن الاتصال؛ فهي ترتبط به من حيث أنه يشكل العامل الرئيس في بنائها و استمراريتها؛ إذ أن نجاح السياسة مرهون بمدى تحكّم و سيطرة الطبقة السياسية على وسائل الإعلام، و من جهة أخرى نجد أن الاتصال، كذلك، يحتاج إلى السياسة بالدرجة الأولى، لأنه يحتاج دوماً إلى تغذية مستمرة و تزويد بالأخبار الساخنة و المتجددة من الجهات التي تصنع القرار و تشكل الواجهة في صنع الحدث، و عليه، أصبح وجود الاتصال السياسي ضرورة إعلامية و سياسية في نفس الوقت تفرضها الظروف الدولية المتجددة.

¹ - صالح خليل أبو أصبع، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص ص : 47 ، 48.

² - المرجع نفسه، ص : 48.

ويعرفه روبرت ميدو (Robert Meadow)، بأنه « الطريقة التي بها تقوم الظروف السياسية بتشكيل نوعية الاتصال وكميته من جهة، ومن جهة أخرى هو الطريقة التي بها يمكن أن تقوم ظروف الاتصال بتشكيل السياسة؛ وعليه فإنه يمكن أن نعزو الاتصال السياسي إلى أي تبادل للرموز أو الرسائل و التي تكون قد شكّلتها - إلى حد ما - أو أنتجتها النظم السياسية الفعّالة »¹.

إن الأنظمة السياسية الفعّالة هي التي تصنع الهياكل الاتصالية التي تحدّد نوعية المنتج الإعلامي، وهذا ما يمدّها سلطةً إضافية تعطيها فرصة صنع الإعلام، وهذا الأمر يعطي للاتصال السياسي معنىً دولياً أين يصبح معنياً « بخلق السياسات التي يمكن أن تؤثر في علاقات السلطة بين الدول ذات السيادة؛ فهو تبادل للرموز الهامة التي تشكّل تصوّرات السياسة، هذه التصوّرات بدورها تحكم الإدراك الدولي، و تنشئ بين الأعضاء الرسميين و غير الرسميين في الدول ذات السيادة الأحداث ذات العلاقة، وتقوم بتوزيع السلطة بينها »².

ولكن السؤال الذي يمكننا أن نطرحه هو: هل هناك فرق بين الاتصال السياسي والاتصال السياسي الدولي؟.

يعمل الاتصال السياسي على الصّعيدين الدّاخلي و الخارجيّ، حيث تتجلى وظيفته على الصّعيد الدّاخلي من خلال الخطب السياسية³، و التّصريحات الرّسمية، و الحملات الانتخابية الموجهة إلى المجتمع المدني بهدف تعبئته لتبني فكرة معيّنة أو لرفضها، بالإضافة إلى الخطب البرلمانية، و تصريحات الوزراء، و ممثلوا الأحزاب السياسية سواء المساندة أو المعارضة

¹ - Robert Meadow, Politics and communication, (Norwood, N.J: Ablex corp, 1980) pp: 3-4

عن: صالح خليل أبو أصبع، المرجع السابق، ص: 49.

² - M. Schneider Stacey, "The living theatre of International political communication" in Intercultural and International communication. (ed Fred L. Casmir) (Washington D.C. University Press of America, 1978), p: 542. عن: المرجع نفسه، ص: 49 .

³ - « ويرى عبد الجليل الأزدي أنّ المنهج التداولي هو الذي استطاع أن يكشف مناورات الخطاب السياسي؛ إذ لا يجدي غيره من المناهج في تحليله، و معرفة ما يقف وراءه؛ لأنّه خطاب يناور و يساوم و يضلّل عبر استثمار آليات و وسائل و أدوات تعثر على تجريدتها النظري في مصطلح استراتيجيات الخطاب. » : أنظر: عبد الجليل الأزدي: « التّواصل و التّواصل السياسي » ، مجلّة فكر و نقد، المغرب، السّنة الرّابعة، العدد: 36، فبراير: 2001م، ص: 117 / عن: عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 575.

للسُّلطة¹، وذلك من خلال ندواتهم وحملاتهم الأيديولوجية²، وكذا المناظرات السياسية؛ إذ تدخل جميعها في هذا الإطار، و يضاف إليها التغطيات الصحفية و الإذاعية للأحداث السياسية³.
أمّا على الصعيد الخارجي؛ فنعني به الاتّصال الذي يحدث على المستوى الدّولي، أين يحدث التّفاعل بين مختلف السياسات الدّولية على اختلاف أنظمتها⁴ و أيديولوجياتها.

لقد حدّد دافيسون (Davison) أربعة أنواع من الاتّصال الدّولي السّياسي⁵ هي :

(1) - اتّصال المؤسّسات التي تمارس نفوذاً سياسياً خارج حدود بلادها مثل الوكالة الأمريكية للإعلام، و هيئة الاستعلامات المصرية، و إدارات الإعلام الخارجي التابعة لوزارات الإعلام في الوطن العربي.

(2) - النوع الثّاني هو الاتّصال الرّسمي، و الذي لا يعني - أو على الأقل ليس بشكلٍ رئيسي أو واضح - ممارسة نفوذ سياسي في الخارج.

(3) - النوع الثّالث يشمل الاتّصالات الخاصّة و التي مقصدها الاتّصالي إحراز تأثير سياسي، و يشمل هذا جهود المنظّمات التي تهدف إلى تحسين التّفاهم الدّولي، أو جماعات الباحثين الذين يحاولون دراسة المشكلات السياسية و الحركات السياسية الدّولية.

(4) - النوع الأخير هو الاتّصال الخاص الذي ليس له أهداف سياسية، وهو أكثر الأنواع فعّالية؛ إذ أنّه لا يخضع للسيطرة السياسية، و مثاله محادثات السّياح أثناء إجازتهم في بلدٍ غير بلدهم

1- « و يرى فاجن Fagen أنّ هناك مؤسّسات عدّة تستخدم في الاتّصال السّياسي و هي تتمثّل فيما يلي:

1- المنظّمات: مثل الأحزاب و الاتّحادات و النقابات و المؤسّسات البيروقراطية مثل (الوزارات) و غيرها من المنظّمات الجماهيرية التي تستطيع أن تربط معاً النّخبة و ما دون النّخبة و القطاعات العريضة من المواطنين، و تكون نسبياً في مداها على مستوى قومي و دائمة.

2 - الجماعات: وهي أقل دواماً و أكثر تنظيماً مثل اللّجنة الدائمة لنصرة الجنوب اللّبناني.

3- وسائل الإعلام: وهي قادرة على ربط النّخبة ليتحدّثوا بعضهم إلى البعض الآخر و كذلك إلى ربطهم بسلاسل أخرى مثل شبكات الاتّصال الشّخصي، و المنظّمات و غيرها.

4- قنوات خاصّة: مثل الإضرابات و الاعتصامات، والأحداث الخاصّة التي تستخدم التّجميع و التّعبير عن المصالح الخاصّة في ظلّ ظروف خاصّة « : صالح خليل أبو أصبع، الاتّصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 50.

2- سيأتي تعريفهما خلال الصّفحات الموالية.

3- ينظر: صالح خليل أبو أصبع، الاتّصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 50.

4- سواء كانت هذه الأنظمة جمهورية أم ملكية، دكتاتورية أم ديمقراطية.

5 - W.Philip Davison: International political communication, (New York Frederick-10-

9 pp , (A. Preger , 1965) / عن: صالح خليل أبو أصبع، الاتّصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 49.

مع مواطني ذلك البلد. و هذا النمط يدخل ضمن الاتصال عبر الثقافات كما أشرنا سابقاً، و لا يمكن اعتباره جزءاً من الاتصال الدولي السياسي¹.

ولكن أحياناً تتحوّل قضية سياسية داخلية بالنسبة إلى بلدٍ ما إلى قضية عالمية يصبح العالم كله معنيّاً بها، مثل الانتخابات الرئاسية الأمريكية، حيث أن أغلب الدول والأنظمة السياسية تهتم بمعرفة من سيكون الرئيس المقبل للولايات المتحدة الأمريكية - باعتبارها تشكل أكبر قوّة سياسية واقتصادية و عسكرية في العالم - وذلك لأنّ السياسة الخارجية التي يمارسها بعض المترشّحين تكون معروفة بالنسبة للعديد من القضايا الحسّاسة على المستوى الدولي²، بينما هناك مترشّحون آخرون لهم توجهات مغايرة، وبالتالي، تقتضي مصلحة هذه الدول فوز مترشّح ما بدل مترشّح آخر³.

وبالتالي، لكي نجيب على سؤالنا نقول بأنّ الفرق بينهما يكاد يكون منعدماً، حيث « يجري الاتصال السياسي أساساً في إطار « الدولة - الأمة » بينما يجري الاتصال الدولي عبر حدود الدول أي بين « الدول - الأمم »⁴، ومن هنا؛ فإنّ التّفريق بينهما يكمن أساساً في هدف الاتصال و طبيعة الجمهور المستهدف⁵.

ونستطيع القول كذلك بأنّ كلاً من الاتصال السياسي و الاتصال السياسي الدولي يحتاج إلى اللّغة لتمرير الرّسائل و الخطب إعلامياً، حيث أنّ أنجح الأنظمة السياسية هي التي تتحكّم بشكلٍ متميّز في جهاز الإعلام، و تصل إلى أهدافها بإتقانها لكيفية استعمالها للّغة، و معرفتها بالجمهور الذي تستهدفه، و لعلّ أكبر دليل على ذلك هو نجاح الرئيس الحالي للو.م.أ.⁶ " جورج و لكر بوش " (George Walker Bush) في الانتخابات الرئاسية و لعهدة ثانية -

1- صالح خليل أبو أصبع، المرجع السابق، ص: 49.

2- كما هو الأمر تماماً في الانتخابات الإسرائيلية حيث تهتمّ الأنظمة السياسية العربية و الشّارع العربي بنتائجها بحكم الصّراع العربي الإسرائيلي.

3- و يمكن أن تعوّل هذه الدول - في مسانقتها لأيّ طرفٍ كان - على أصوات جالياتها الموجودة في الو.م.أ، خاصّة الجاليات الكبرى مثل الجالية اليهودية و الأوروبية و الآسيوية... أو غيرها من الجنسيات التي تعيش بالو.م.أ، و التي تتمتع بحقّ المواطنة بها.

4- صالح خليل أبو أصبع، الاتّصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 50.

5- ينظر: المرجع نفسه، ص: 50.

6- هذه الحروف هي اختصاراً لكلمة: الولايات المتّحدة الأمريكية.

خاصة بعد دخوله في حربٍ مع العراق خلال عهده الأولى معتمداً في ذلك على حجج كاذبة¹، ورغم تركيز خصومه على حجم الخسائر المادية والبشرية التي خلّفتها هذه الحرب على بلادهم وعلى شعبهم بسبب الموقف الذي اتّخذه، خاصة بعد أحداث² الـ: 11 سبتمبر 2001م³، إلاّ أنّ الخطة الإعلامية التي وضعها ج. و. بوش (G.W. Bush) للدّفاع عن موقفه في حملته الانتخابية، جعلت الشعب الأمريكي يقتنع بحججه و يؤمن بمشروعية الحرب.

4-2- الاتصال التنظيمي: La communication Organisationnel:

يمكننا القول بأنّ الاتصال التنظيمي لا يتمتّع بخصائص تميّزه بشكلٍ خاص؛ بل إنّهُ يكتسب خصائص المؤسسات التي يتم فيها أو بينها، و ذلك على اختلافها واختلاف بيئتها⁴، وهدفه هو تحقيق أهداف المؤسسة وذلك بنشر المعلومات بين أفراد الجماعة التي تعمل داخل هذه المؤسسة، أو بين أفراد ينتمون إلى مؤسستين أو أكثر⁵.

ويستخدم في هذا النوع من الاتّصال مختلف الأنماط التّواصلية المبنية على أساس درجة التأثير و حجم المشاركين⁶، حيث تتجلى هذه الأنماط إمّا من خلال حديث بين شخصٍ وزميله في إدارة ما، أو مقابلة مع المدير، أو اتّصالٍ بين الجماعة مثل اجتماع للقسم في الشركة، وهو نمط الاتّصال المواجهي⁷؛ ونسمّي هذا الحديث بالمحاورة أو المحادثة، والذي تهتمُّ به تداوليات الحوار "

"La pragmatique conversationnel."

1- تتمثّل هذه الحجج في تأكيده على امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل المحظورة دولياً، و التي تهدّد في نظره دول المنطقة و باقي دول العالم، و قد شاركته هذه التّهم دول أخرى دخلت معه في هذه الحرب مثل بريطانيا، و أستراليا، وإسبانيا... إلى غيرها من الدّول المتحالفة مع الو.م.أ.

2- تتمثّل هذه الأحداث في الهجومات التي تعرّض لها برجاً مركز التجارة العالمي بنيويورك، و مواقع أخرى مثل البنتاغون (وزارة الدّفاع الأمريكي)، والبيت الأبيض أين أخفق فيهما الهجوم من طرف ما يسمّى بتنظيم القاعدة: العدو الأوّل للو.م.أ. والدّول المتحالفة معها.

3- يشكّل هذا التاريخ منعطفاً حاسماً فيما يخصّ العلاقات الدّولية، حيث يعتبر هذا التاريخ بالنّسبة للو.م.أ. البداية الفعلية لحربها ضدّ ما أسمته بظاهرة الإرهاب عبر العالم، وعزمها على مناهضة كلّ الأنظمة التي تزعم أنّها تمارس هذه الظّاهرة أو تدعّمها أو تموّلها؛ فبعد هذه الأحداث اعتبر الرئيس بوش (G.W.Bush) كلّ الدّول التي لا تتحالف معه في حربه ضدّ الإرهاب دولاً عدوة للو.م.أ.

4- ينظر: صالح خليل أبو أصبع، الاتّصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 50.

5- ينظر المرجع نفسه، ص: 50، 51.

6- لقد تعرّضنا لهذه الأنماط الاتّصالية بالتّفصيل خلال هذا الفصل في الصّفحات: 83، 84، 85، 86.

7- ينظر: صالح خليل أبو أصبع، الاتّصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 51.

ويتجلى الاتصال الوسيطى في استخدام الموظّفين داخل المؤسسات (المنظمات)¹، و كذا استخدامهم للفاكس و التلّكس².

أمّا بالنسبة للاتّصال الجماهيري، و بالنظر إلى الأنماط الاتّصالية الأخرى المستعملة؛ فإنّه قليل الاستخدام؛ فباستثناء المؤسسات الإعلامية³ يمكن القول بأنّه ينحصر في أنشطة العلاقات العامّة التابعة للمؤسسات بالدعاية للمؤسسة لتحسين صورتها عند الجمهور، أو في الإعلانات عن منتوجاتها⁴.

ويتمّ نقل المعلومات في الاتّصال التنظيمي عبر مستويين اثنين⁵: داخلي وخارجي، حيث يتمّ انتقال المعلومات في المستوى الأوّل داخل المؤسسة، بينما في المستوى الثاني فيتمّ نقل و تبادل المعلومات بين مؤسّستين أو أكثر.

أمّا دانيال بوغنو (Daniel Bougnoux) فيقول: « إنّ مفهوم الإعلام الذي يغطّي، في الوقت نفسه، المعطيات، الأخبار، والمعرفة، يُكوّن مثلما قال هانز فون فويرستر (Heinz Von Foerster) « حرباء تصوّرية » (Caméléon conceptuel) مُحتملة بوجهٍ خاص «⁶.
ويصف لنا روبرت إسكاربي (Robert Escarpit) عمليّة الإعلام بأنّها هي « التي لها قوّة التأسيس لمجموعاتٍ من المواضيع الثابتة، المحدّدة و المتوقّعة »¹.

¹- ينظر: المرجع نفسه، ص: 51.

²- و هي أجهزة اتّصالية متطورة تعمل على نقل المعلومات بسرعة.

³- هذه المؤسسات الإعلامية هي التي تشكّل محور اهتمامنا، و ذلك من خلال دراستنا لكيفية نقلها للمعلومات عبر مختلف الأنماط و المستويات الاتّصالية .

⁴- ينظر: صالح خليل أبو أصبع، الاتّصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 51.

⁵- « و قد اعتبر جون بيرد (John Baird) المعلومات في المستوى الأوّل " مدخلات " و في المستوى الثاني " مخرجات "؛ فـ « نظراً لطبيعة الاتّصال في المنظمات، و كما يشير جون بيرد (John Baird) فإنّ هناك وسائل معيّنة هي الأكثر استخداماً في المؤسسات و هي تتمثّل في الوسائل التالية، التي يتمّ بها الحصول على معلومات كمدخلات أو اتّصال خارجي:
(1)- الاتّصال الشّخصي.

(2)- الندوة وهي امتداد للاتّصال الشّخصي، و يتمّ فيها لقاء ممثّلين للمؤسسة مع آخرين من البيئة التي توجد فيها المؤسسة.

(3)- اللجان الاستشارية.

(4)- البريد.

(5)-التقارير الميدانية عن سير عمل المؤسسة.

(6)- الدّراسات المسحية.

(7)- تحليل ما تقوله وسائل الإعلام. أمّا فيما يتعلّق بالوسائل التي تستخدمها المؤسسات كمخرجات فإنّها تتمثّل بالوسائل التالية:

(1)- الاتّصال المواجهي، (2)-الهواتف ذات الصّورة، (3)- الهاتف، (4)- البرقيات و التلّكس و الفاكس، (5)- الرّسائل،

(6)- الإشاعة. «: صالح خليل أبو أصبع، المرجع السّابق، ص: 51، 52.

⁶- Daniel Bougnoux, Introduction aux sciences de la communication, p : 78.

إنَّ كَيْفِيَّةَ نَقْلِ الْمُرْسَلَاتِ مِنْ مَرْسَلٍ إِلَى مَتَلَقٍّ هِيَ مِنَ الْأُمُورِ الَّتِي تَرَاعَى فِي عَمَلِيَّةِ الْإِعْلَامِ، حَيْثُ يَرَى أَحْمَدُ زَكِي بَدْوِي أَنَّ الْإِعْلَامَ هُوَ: « نَشْرُ الْحَقَائِقِ وَالْأَخْبَارِ، وَالْأَفْكَارِ، وَالْآرَاءِ بَيْنَ الْجَمَاهِيرِ بَوْسَائِلِ الْإِعْلَامِ الْأُولَى بِالْجَرِيدَةِ أَوْ الْمَجَلَّةِ وَالْحَاصَّةُ بِأَسْمَاءِ الْمَسْئُولِينَ² عَنْهَا وَعُنْوَانِ الْجَرِيدَةِ أَوْ الْمَجَلَّةِ. إلخ »³.

أَمَّا الْإِعْلَامُ حَسَبَ تَقْرِيرِ الْيُونِسْكَو؛ فَهُوَ: « جَمْعٌ وَتَخْزِينٌ وَمُعَالَجَةٌ وَنَشْرُ الْأَنْبَاءِ، وَالصُّورِ، وَالْحَقَائِقِ، وَالرَّسَائِلِ، وَالْآرَاءِ، وَالتَّعْلِيقاتِ الْمَطْلُوبَةِ مِنْ أَجْلِ فَهْمِ الطُّرُوفِ الشَّخْصِيَّةِ، وَالْبَيْعِيَّةِ، وَالْقَوْمِيَّةِ، وَالدَّوْلِيَّةِ وَالتَّصَرُّفِ تَجَاهَهَا عَنْ عِلْمٍ وَ مَعْرِفَةٍ وَالْوَصُولِ إِلَى وَضْعٍ يُمَكِّنُ مِنْ اتِّخَاذِ الْقَرَارَاتِ السَّلِيمَةِ »⁴.

إِنَّ نَشْرَ الْمَعْلُومَاتِ وَالْأَخْبَارِ وَبَثَّهَا عِبْرَ وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ إِلَى جَمْهُورٍ عَرِيضٍ وَمَتَبَايِنٍ الْاِتِّجَاهَاتِ بِمَهْدَفِ اسْتِمَالَتِهِ أَوْ التَّأثيرِ عَلَيْهِ يَنْبَغِي عَلَى قَوَانِينِ وَ قَوَاعِدِ إِعْلَامِيَّةٍ⁵ مَحْدَّدَةٍ وَوَاضِحَةٍ تَوْسُّسَ لِرَسْمِ مَلَامِحِ اللَّعْبَةِ الْإِعْلَامِيَّةِ، وَ تَصْنَعُ خُصُوصِيَّتَهَا؛ فَالْإِعْلَامُ « هُوَ ظَاهِرَةٌ اِتِّصَالِيَّةٌ إِنْسَانِيَّةٌ يَتِمُّ تَوْصِيلُهَا إِلَى الْمَتَلَقِّينَ بَوْسَائِلِ الْاِتِّصَالِ الْجَمَاهِيرِيَّةِ الَّتِي بَاتَتْ تَعْرِفُ بِاسْمِ وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ الْجَمَاهِيرِيَّةِ (Mass Media) ، وَهُوَ اِتِّصَالٌ مُؤَسَّسِي يَسْتَهْدَفُ جَمْهُورًا وَاسِعًا مُتَعَدِّدَ الْاهْتِمَامَاتِ وَ الْمَصَالِحِ، وَ يَحَقِّقُ مَجْمُوعَةً مِنَ الْوِظَائِفِ الَّتِي تَخْدُمُ الْفَرْدَ وَ الْجَمَاعَاتِ وَالْمُؤَسَّسَاتِ وَالنِّظَامِ الْاِتِّصَالِي وَ الْمَجْتَمَعِ »⁶.

وَمِنْ جِهَةِ أُخْرَى، يَقُولُ فَرْنَانَ تَرُو (Fernand Terrou) فِي كِتَابِهِ « الْإِعْلَامُ »: « الْإِعْلَامُ هُوَ نَشْرُ عُنَاوِرِ الْمَعْرِفَةِ (وَقَائِعِ) أَوْ الْأَحْكَامِ (تَعْلِيْقِ، رَأْيِ) فِي صِيغَةٍ مَنَاسِبَةٍ،

1- Robert Escarpit, L'information et la communication- théorie générale- Éditions Hachette supérieur, Paris, p : 112.

2- الصَّحِيْحُ: الْمَسْئُولِيْنَ، لَعْلَهُ خَطَأٌ مَطْبَعِي.

3- أَحْمَدُ زَكِي بَدْوِي، مَعْجَمُ مِصْطَلْحَاتِ الْإِعْلَامِ: الرَّأْيُ الْعَامُ، الْإِعْلَانُ، الْعِلَاقَاتُ الْعَامَّةُ، الصَّحَافَةُ، الرَّادِيُو، التَّلْفِزِيُونُ، السِّينِمَا، ص: 82، 83.

4- شُونُ مَأكِيرَايْدُ - رَئِيسُ لَجْنَةِ الْيُونِسْكَو - (أَصْوَاتٌ مُتَعَدَّدَةٌ وَ عَالَمٌ وَاحِدٌ) تَقْرِيرُ اللَّجْنَةِ الدَّوْلِيَّةِ لِدِرَاسَةِ مَشْكَلَاتِ الْاِتِّصَالِ، الْيُونِسْكَو - الشَّرْكَةُ الْوِطْنِيَّةُ لِلنَّشْرِ وَ التَّوْزِيْعِ، الْجَزَائِرُ 1981، ص: 52. / عن: أَحْمَدُ حَمْدِي، « لُغَةُ الْأَدَبِ وَ لُغَةُ الْإِعْلَامِ »، بَحْثٌ أَلْقِيَ فِي مَوْتَمَرٍ لِلْأَدْبَاءِ الْعَرَبِ، الْمَجَلَّةُ الْجَزَائِرِيَّةُ لِلْاِتِّصَالِ، الْعَدَدُ: 6 وَ 7 سَنَةِ: 1992، ص: 166.

5- لَقَدْ « تَرَسَّخَتْ قَوَاعِدُ الْإِعْلَامِ - خِلَالَ الْقَرْنِ الْعَشْرِيْنَ - لِتَشْكَلَ عِلْمًا لَهُ أَصُولُهُ وَ نَظْرِيَاتُهُ ذَاتُ الطَّابِعِ الْإِنْسَانِي، الَّتِي يَمْلِكُ بَعْضُهَا صِلَاحِيَّةُ التَّعْمِيمِ عَلَى الْمَجْتَمَعِ الْبَشَرِيِّ كُلِّهِ، وَ لِبَعْضِهَا الْآخَرُ خُصُوصِيَّاتُهَا الَّتِي تَرْتَبِطُ بِبَيِّنَاتِهَا الْاجْتِمَاعِيَّةِ الْمَحْدَّدَةِ » : صَالِحُ خَلِيلُ أَبُو أَصْبِعِ، نِصُوصٌ تَرَاثِيَّةٌ فِي ضَوْءِ عِلْمِ الْاِتِّصَالِ الْمَعَاوِرِ، ص: 20.

6- الْمَرْجِعُ نَفْسُهُ، ص: 19.

وذلك بواسطة الكلمات أو الأصوات أو الصورة، وفي شكلٍ عامٍ بواسطة كلِّ وسيلة اتّصال بالجمهور»¹.

وهناك تعاريف عديدة أعطيت للإعلام من طرف بعض الكتاب و الباحثين يمكن أن نَجْمَل أهمّها فيما يلي:

الإعلام هو « - تزويد الجماهير بأكبر قدرٍ ميسورٍ من المعلومات الصّحيحة أو الحقائق الواضحة»².

- هو تزويد النَّاس بالأخبار الصّحيحة و المعلومات السّليمة و الحقائق الثّابتة الّتي تساعدهم على تكوين رأيٍ صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يُعبّر هذا الرّأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير و اتّجاهاتهم و ميولهم»³.

- والإعلام، كذلك، هو « عمليةٌ تُعبّر موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والإحصاءات، و يستهدف تنظيم التّفاعّل بين النَّاس من خلال وسائله العديدة»⁴.

بالإضافة إلى معاني و دلالات أخرى يعبّر عنها مصطلح الإعلام نوردها كالآتي:

« أ- الإعلام بمعنى نشر المعلومات بعد جمعها و انتقائها، وأحياناً يطلق على الاستعلامات»⁵ "Information" الّتي تعني إبراز الأخبار و تفسيرها.

ب- الإعلام بمعنى الدّعوة، وهو المعنى القديم الّذي أطلق عليه في القرون الوسطى لفظ Propaganda أي النّشاط الهادف إلى نشر الدّعوة و التّبشير بها و كسب المؤمنين بها.

ج- الإعلام بمعنى الدّبلماسية المفتوحة أو الشّعبيّة أو العمل السّياسي الخارجيّ، وهو تطوّرٌ حدث في مفهوم الإعلام في النّصف الثّاني من القرن العشرين نتيجة اشتراك الشّعوب في تقدير السّياسة الخارجيّة المنظّمة في صورةٍ تجعل لها وزناً ضاعطاً»⁶.

¹ - Terro Fernand, L'information, Collection « que sais-je », P U F, p : 07. عن: جان جبران

كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، دار الجيل، ط: 01، 1986م، ص: 13.

² - زيدان عبد الباقي، وسائل و أساليب الاتّصال في المجالات الاجتماعيّة و التّربويّة و الإداريّة و الإعلاميّة، ص: 356 / عن: صالح ذياب هندي، أثر وسائل الإعلام على الطّفّل، ص: 17.

³ - عبد اللّطيف حمزة، الإعلام و الدّعاية، ص: 75 / عن: المرجع نفسه، ص: 17.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 18.

⁵ - يقابل لفظ الاستعلامات باللّغة العربيّة لفظة: "Renseignement" باللّغة الفرنسيّة و الّتي تعني كذلك: التّزويد والإفادة بالمعلومات و الاستدلال بها.

⁶ - صلاح الدّين جوهر، علم الاتّصال مفاهيمه و نظرياته و مجالته، ص: 04 / عن: صالح ذياب هندي، أثر وسائل الإعلام على الطّفّل، ص: 17.

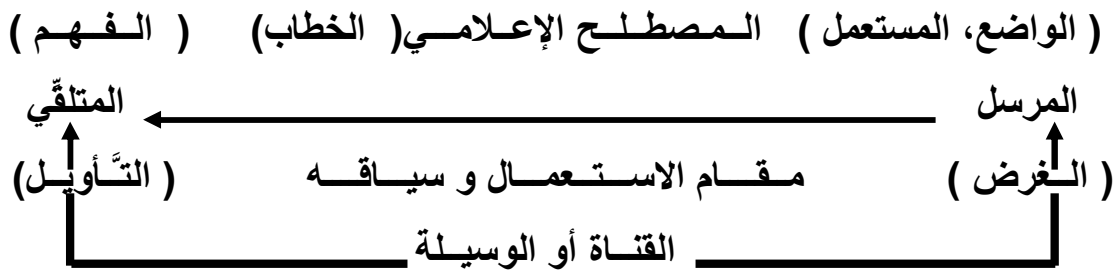
3- عناصر المحيط التداولي للمصطلح الإعلامي:

إن معرفة المحيط التداولي الذي يتم فيه وضع المصطلح الإعلامي، و يجري فيه استعماله تستدعي أولاً تحديد عناصر الحدث التواصلي بوصفه يشكل النواة التي يقوم على أساسها الاتصال الإعلامي، ثم الكشف عن علاقات التفاعل التي تحدث بين هذه العناصر بهدف الوصول إلى مختلف الوظائف التي يمكن للمصطلح الإعلامي أن يؤديها وذلك ضمن السياقات المختلفة الخاصة بكل استعمال، و « قد أوضح كلابار الأدوار الوسيطة النفسية والاجتماعية والثقافية، التي تقف بين المرسل والمستقبل؛ فليست هناك علاقة بسيطة و مباشرة بين الاتصال والتأثير، وإنما هناك تفاعل نفسي واجتماعي في مجال ثقافي بين المرسل والمستقبل »¹.

و يمكننا أن نحصر هذه العناصر في:

- 1- واضع المصطلح الإعلامي و مستعمله (المتكلم، رجل الإعلام).
- 2- المتلقي العربي (مشاهداً أو مستمعاً أو قارئاً).
- 3- المصطلح الإعلامي (الخطاب).
- 4- مقام الاستعمال و سياقه.
- 5- الغرض من الاستعمال.
- 6- التأويل لدى المتلقي.
- 7- القناة أو الوسيلة.

وتظهر هذه العناصر بصورة أوضح في المخطط التالي:



¹ - عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللغوي، ص : 52.

3-1- واضع المصطلح الإعلامي و مستعمله: (المتكلم، رجل الإعلام) :

هناك تسميات عديدة وضعت للدلالة على الشخص المسؤول عن توجيه الكلام خلال أي عملية اتصال، وغالباً ما يسمّى المرسل¹ (Le Destinateur)، كما يسمّى أيضاً المصدر (La source)، أو الشخص القائم بالاتصال، و يُعرّف على أنّه: « الشخص (أو الجماعة) الذي يصوغ الرسالة و يوجّهها نحو المتلق، هو المتكلم في أثناء المحادثة، وهو المحرّر أو هيئة التحرير في الصحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون، وهو واضع البرنامج في الوسائل الإعلامية إلخ... »². وترى أميرة منصور بأن المصدر « هو الشخص أو مجموعة الأشخاص أو الهيئة أو الجهاز الذي يود أن يؤثر في الآخرين بشكلٍ معيّن ليشاركوه في أفكار أو اتجاهات أو خبرات معينة »³.

وبما أنّ المتكلم هو المبادر بعملية الاتصال؛ فإنّه الشخص المنوط بتحرير محتوى الرسائل الإعلامية و توجيهها؛ وبالتالي فإنّ « دراسة القائم بالاتصال لا تقل أهمية عن دراسة محتوى الرسالة الإعلامية، و غالباً ما تتم دراسات القائم بالاتصال في إطار تحليل وسائل الإعلام بوصفها مؤسسات لها وظيفة اجتماعية، و الظروف التي تؤثر على اختيار محتوى معيّن »⁴. إنّ دراسة شخصية المتكلم (أو رجل الإعلام) تؤدي إلى تحديد المواصفات التي يميّز بها المرسل في الاتصال الإعلامي بشكلٍ خاص، و إلى معرفة الظروف التي تحيط بأدائه لعمله، بالإضافة إلى معرفة الوظيفة التي يقوم بها و ذلك بالكشف عن الأغراض والمقاصد و الأهداف التي يريد تحقيقها من خلال ما يوجّهه إلى جمهور المتلقين، الأمر الذي يؤدي إلى الكشف عن الهدف من إقامته للاتصال، كما تسمح هذه الدراسة بالتطرّق إلى الأخطاء التي يقع فيها رجل الإعلام و النتائج المترتبة عن ذلك.

ولعلّ أهمّ دراسة أجريت على القائم بالاتصال هي الدراسة التي قام بها « كيرت ليون »⁵ (Kurt Lewin, 1977)، والتي نتج عنها ما يسمّى بنظرية « حارس البوابة

¹ - لقد سبق تعريفه كأوّل عنصرٍ من عناصر دارة الكلام التواصليّة في هامش الصّفحة: 16 من الفصل الأوّل، كما يقابل لفظه المرسل عدّة مصطلحات باللغة الفرنسيّة منها: Le Destinateur, Le Locuteur, L'énonciateur.

² - جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، ص: 14.

³ - أميرة منصور يوسف علي، الاتّصال و الخدمة الاجتماعيّة، ص: 38.

⁴ - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيّد، الاتّصال و نظرياته المعاصرة، ص: 175.

⁵ - وهو عالم نفس نمساوي الأصل و أمريكي الجنسية: ينظر: المرجع نفسه، ص: 176.

الإعلامية «¹ Gatekeeper)»، و « مفهوم "حراسة البوابة" يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمرُّ من خلال بوابته، و كيف سيمرُّ حتَّى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف »².

وانطلاقاً من هذا المفهوم يتَّضح لنا الدور الذي يقوم به الشَّخص القائم على الاتِّصال بالنَّسبة للرَّسالة نفسها ولكيفية انتقالها، فعلى طول الرِّحلة الَّتِي تقطعها الرَّسالة الإعلامية حتَّى تصل إلى الجمهور المستهدف، توجد نقاط (بوابات) يتمُّ فيها اتِّخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج³؛ و بالتَّالي فإنَّ « الرَّسالة الإعلامية تمرُّ بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتَّى تصل إلى المتلقِّي، و تشبه هذه المراحل السُّلسلة المكوَّنة من عدَّة حلقات، أي وفقاً لاصطلاح نظرية المعلومات، فالاتِّصال هو مجرد سلسلة متَّصلة الحلقات (...) وفي كلِّ حلقة بطول السُّلسلة فرداً ما يتمتَّع بالحق في أن يقرِّر ما إذا كانت الرَّسالة الَّتِي تلقَّاهَا سيمرُّها كما هي إلى الحلقات التَّالية، أم سيزيد عليها أم يحذف منها أو يلغيها تماماً »⁴.

ويمكن ملاحظة هذا التدرُّج في السُّلطة على حراسة البوابة على مستوى أيَّة مؤسسة إعلامية ذات اتِّصال جماهيري واسع، حيث نجد مثلاً أنَّ المديرية الفرعية للأخبار بالتلفزيون الجزائري⁵ « مهيكله في شكل أربع دوائر كالتَّالي:

1- دائرة الجريدة المصوَّرة و الحصص الخاصَّة.

2- دائرة البرامج الاقتصادية و السِّياسية.

3- دائرة الرِّياضة.

¹ - و المقصود بحارس البوابة الشَّخص القائم بالاتِّصال أو رجل الإعلام، و هناك من يسمِّيه " الرَّقيب " انطلاقاً من ممارسته للرَّقابة التحريرية، و هذا في معظم الدُّول العربية، و هناك من يسمِّيه " المغرِّب " مثل صالح خليل أبو أصبع حيث يقول: « دأب بعض الإعلاميين العرب على استخدام مصطلح " حارس البوابة " كترجمة حرفية لمصطلح Gatekeeper و نحن نرى أن استخدام المغرِّب أكثر دقَّة في التعبير من مصطلح حارس البوابة. « : صالح خليل أبو أصبع، الاتِّصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 27 ، و على هذا فإنَّ نظرية حارس البوابة الإعلامية تعني كذلك نظرية الرَّقابة الإعلامية أو نظرية " الغريلة " كما سمَّاهَا صالح خليل أبو أصبع.

² - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيِّد، الاتِّصال و نظرياته المعاصرة، ص: 177.

³ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 176.

⁴ - جيهان رشتي 1978: 294 - 300. / عن: المرجع نفسه، ص: 177.

⁵ - و « تضمُّ مديرية التلفزيون أربع مديريات فرعية تتمثَّل في المديرية الفرعية للأخبار، و المديرية الفرعية للبرمجة، و المديرية الفرعية للبرامج الفنيَّة، و المديرية الفرعية للبرامج التربويَّة و الثقافيَّة، و تضمُّ كلُّ مديرية فرعية أربع دوائر « : سعيد بومعيزة، « عمليَّة إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري - نشرة الثامنة - دراسة حالة » ، المجلَّة الجزائرية للاتِّصال، العدد: 06 و 07 ، ربيع و خريف 1992، معهد علوم الإعلام و الاتِّصال - جامعة الجزائر، ص: 11.

4- دائرة المصالح التقنية: الوكالات البرقية و الفيلمية و التركيب و الأرشفة ¹ .

إضافةً إلى أن المدير الذي يرأس هذه المديرية معيّن من قبل وزير الإعلام ومسؤولٌ أمام وزارته بخصوص التحرير ² .

وعلى مستوى دائرة الجريدة المصوّرة و الحصص الخاصة نجد كذلك سلطات مسؤولة عن تسيير العمل؛ إذ يرأس هذه الدائرة مسؤولٌ له أقدمية في العمل التلفزيوني عينه وزير الإعلام، ومسؤولٌ أمام المدير الفرعي للأخبار بخصوص المسائل التحريرية، و لكنّه على اتصال مستمر بمديرية الإعلام بالوزارة الوصّية كلّما كان هناك شكٌ بخصوص تفسير بعض الأحداث أو بسبب التحسّس المفرط، و يقوم مقام كبير رؤساء التحرير ³ .

وبخصوص التعامل مع الرسائل الإعلامية و كيفية تشكيل بنية الأخبار؛ فنجد أن الأمر يتعلّق بدايةً برئيس التحرير ⁴ الذي « يجد على مكتبه ورقة اليومية الإخبارية، و كذلك حزمة من برقيات وكالات الأنباء (A.F.P., Reuter, A.P.S) التي أحضرها رجل التللكسات، بالإضافة إلى برقيات أخرى أحضرها تقني الأوروفيزيون، و أوّل خطوة يقوم بها رئيس التحرير هي تقدير كثافة النشاطات الوطنية، لأنّها عامل أساسي في تحديد حجم الأحداث الدوليّة الممكن اختيارها، و لذا فكلّما كثرت الأحداث الوطنية قلّت الأحداث الدوليّة، و العكس بالعكس. و بعد أن يُكوّن رئيس التحرير فكرةً حول هذه المسألة يشرع في فرز البرقيات الدوليّة لكي يختار الأنباء التي يراها مهمّة ⁵ .

ولكن الأمر لا يبقى على حاله و على نفس المنوال بالنسبة إلى رئيس التحرير؛ فقد يواجه موقفاً ما قد يجعل دوره يتحوّل كشخص قائم بالاتّصال إلى هيئةٍ أخرى أعلى منه في يدها أن تتخذ القرار الذي تراه مناسباً بالنسبة للرسالة الإعلامية؛ ف « رئيس التحرير محترس دائماً بخصوص الرّأوية التي ينبغي أن ينظر منها إلى الأحداث الدوليّة، لأنّه كلّما كان رئيس التحرير على شكٍ فيما يتعلّق بمدى حساسية حدثٍ ما، يرجع إلى رئيس الدائرة الذي قد يرجع إلى نائب المدير

¹ - سعيد بومعيزة، المرجع السابق، ص: 11، 12.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 11.

³ - المرجع نفسه، ص: 12.

⁴ - « إن تقسيم العمل داخل قاعة التحرير غير مستقر، ووظيفة كل صحفي ليست محدّدة بصفة نهائية؛ إذ أن مقدّم الأخبار قد يصبح نائباً لرئيس التحرير إذا لم يكن في الخدمة، و أحد رؤساء التحرير قد يقمّم الأخبار، و كتاب القصص الإخبارية قد يقومون بالتحقيق... إلخ، و لهذا فالوظيفة القارة الأساسية هي تقديم الأخبار بسبب ما تتطلبه هذه الوظيفة من مواصفات محدّدة كاللغة و الصوّت و الهيئة و الإلقاء »: المرجع نفسه، ص: 14.

⁵ - المرجع نفسه، ص: 21.

والمدير العام، و هذا الأخير قد يحوّل الأمر إلى مدير الإعلام أو الأمين العام بالوزارة الوصّية، والأمين العام قد يستشير وزير الإعلام الذي قد يتّصل بالأمين العام للرئاسة، وقد تصل القضية حتّى إلى الرئيس مروراً بوزارة الخارجية ¹ .

ولا يتوقّف الأمر بالنسبة إلى رئيس التحرير (القائم على الاتصال) عند قيامه بتحديد ما يجب أن ينشر أو ييث، أو ما لا يجب أن ينشر أو ييث عبر وسائل الإعلام المختلفة؛ بل يتعدّاه حتّى إلى نصوص القصص الإخبارية ² و المصطلحات الموظّفة فيها، والتي لا تفلت بدورها من المرور تحت مجهر الرّقابة التحريرية، حيث يقول أحد الصّحفيين: « إنّنا أصبحنا ندرك جيّداً نوع البرقيات الإخبارية التي تفلت من تشطّيب قلم رئيس التحرير ابتداءً بالمصطلحات و الأسلوب وحتّى عدد الكلمات .. فهو لا يترك شيئاً يمرُّ من شأنه أن يخلق مشاكل، و على هذا؛ فأنا شخصياً لا أعطيه الفرصة.. فأراقب نفسي بنفسي » ³ .

لقد أضحت إذن حراسة البوابة أمراً مفروضاً على كلّ المؤسّسات الإعلامية ⁴، حيث أنّها « أصبحت ممارسة تأسيسية و نسقاً قيمياً تمّ استدخاله من طرف معظم الصّحفيين لدرجة أنّهم أصبحوا يسلمون بها كأمر واقع. و يبدو أنّهم لا يكثرثون كثيراً بقضايا طمس الحقائق و كبت الرّأي الآخر و خنق روح النّقْد، بقدر ما يتزعجون من رقابة أبسط أمور التحرير كاختيار الكلمات و الأسلوب و ترتيب أخبارهم و الوقت المعطى لها، و كذا توزيع العمل داخل و خارج قاعة التحرير » ⁵ .

¹ - سعيد بومعيزة، « عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري - نشرة الثامنة - دراسة حالة. » ، المجلّة الجزائرية للاتّصال، ص: 21.

² - و يعني هذا المصطلح إذاعة الأخبار المختلفة أو نشرها بزمناتها و مكانها و السّياق الذي وردت فيه عبر مختلف وسائل الإعلام، و الذي يقوم بكتابة هذه القصص الإخبارية هم مجموعة من الصّحفيين.

³ - سعيد بومعيزة، « عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري - نشرة الثامنة - دراسة حالة » ، المجلّة الجزائرية للاتّصال، ص: 19.

⁴ - " يقوم بهذه المهمة في الصّحيفة أو المجلّة رئيس التحرير أو مدير التحرير، و في مجال نشر الكتب يقوم بهذه المهمة صاحب دار النّشر أو مديرها، و كذلك هناك أشخاص في الإذاعة المسموعة و المرئية يحدّدون لنا ما نشاهده، أو ما نستمع إليه، و ما يجب ألاّ نشاهد، و ما يجب ألاّ نستمع إليه » : صالح خليل أبو أصعب، الاتّصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 28.

⁵ - سعيد بومعيزة، « عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري - نشرة الثامنة - دراسة حالة » ، المجلّة الجزائرية للاتّصال، ص: 19.

3-1-1- الشُّروط التي يجب أن تتوفر في رجل الإعلام:

وبما أن رجل الإعلام هو المسؤول عن توجيه الرسائل الإعلامية نحو جمهور المتلقين بهدف التأثير فيهم؛ فإن هذا التأثير مرتبطاً حتماً بوجود الغرض أو القصد من إقامته لهذا الاتصال؛ وبالتالي فإن نجاح العملية الاتصالية و الوصول إلى تحقيق هذا الغرض أو القصد يقتضي توفر مجموعة من الشُّروط التي يجب أن يتميز بها الشَّخص القائم على الاتصال.

أ- مهارات الاتصال عند رجل الإعلام :

إنَّ العمل الإعلامي يقتضي من القائم عليه امتلاك الأدوات والمعارف والمهارات اللازمة لكي يتمكن من أداء دوره في إقناع المتلقِّي و التأثير فيه بنفس القوَّة والحجم و الضَّخامة التي تتمتع بها وسيلة الإعلام التي يعمل فيها، ذلك لأنَّ النَّجاح في العمل الإعلامي يتوقَّف على توفر إعلاميين مهرة، و على مدى التحكُّم في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ممَّا يجعل المؤسسة الإعلامية تدخل في منافسة مع باقي وسائل الإعلام ذات الانتشار الجماهيري الواسع.

وتوجد خمسُ مهارات أساسية يجب أن تتوافر للمصدر، اثنتان منها تتعلَّقان بوضع الفكرة في رموز وهما: مهارة الكتابة، و مهارة التحدُّث...، و اثنتان متَّصلتان بفكِّ الرموز و هما: مهارة القراءة و مهارة الاستماع، أمَّا المهارة الخامسة فهي القدرة على التَّفكير ووزن الأمور، لأنَّ القدرة على التَّفكير تساعد على تحديد الهدف¹.

ويمكننا تسمية هذه المهارات بالكفاءة اللُّغوية (**La compétence**) التي يعني بها تشومسكي (**N.Chomsky**) « القدرة على إنتاج الجمل و تفهُّمها، في عملية تكلم اللُّغة (...) وهي بمثابة ملكة لا شعورية تجسِّد العملية الآنية التي يؤدِّيها متكلم اللُّغة بهدف صياغة جملة، وذلك طبقاً لتنظيم القواعد الضَّمنية الذي يربط بين المعاني و الأصوات اللُّغوية »².

وعليه؛ فالكفاءة اللُّغوية هي « المعرفة الضَّمنية، لتكلم اللُّغة المثالي، بقواعد لغته، التي تتيح له التَّواصل بواسطتها »³.

¹- ينظر: حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيِّد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، ص: 45.

²- ميشال زكريا، الأسنوية (علم اللُّغة الحديث) المبادئ و الأعلام ، المؤسسة الجامعية للدراسات و النَّشر و التَّوزيع،

ط: 02، 1403هـ/ 1983م ، ص: 45.

³- المرجع نفسه، ص: 261.

أمّا بالنسبة للأداء الكلامي (**La performance**) عند تشومسكي؛ فهو « الاستعمال الآبي للغة ضمن سياق معيّن »¹، وهو يتمثل بالنسبة لرجل الإعلام في مهارة التحدث و مهارة القراءة ...

تتجسّد المهارات لدى رجل الإعلام في الأفعال الكلامية (**Les Actes de Parole**) التي ينجزها أثناء إقامته للاتّصال؛ فـ « إن آية محاولة تبحث عن فهم لمعاني الجمل يجب أن تأخذ بعين الاعتبار دورها في التّواصل، و في إنجاز أفعال كلامية، لأنّ جانباً هاماً من معاني الجمل متوقّفٌ على احتمالات الاستعمال التي تقدّمها هذه المعاني حتّى تنجز أفعالاً كلامية »².
وعليه فإنّ مهارات الشّخص القائم بالاتّصال تتعدّى الكفاءة اللّغوية إلى الكفاءة التّداولية (**La compétence pragmatique**).

ب- الكفاءة التّداولية: La compétence pragmatique :

تعتبر مسألة التّواصل بين المتخاطبين، ومعرفة كيفية حدوثه، وشروط نجاحه، القضية الجوهرية بالنسبة للّسانيات التّداولية؛ فمعرفة من هو المتكلّم؟ وكيف يستطيع إيصال أفكاره ومقاصده إلى الأشخاص الذين يتواصل معهم؟؛ وكيف يستطيع وصف عالمه وواقعه للآخرين؟ وما هو الهدف الذي يريد الوصول إليه؟؛ وبأيّ طريقة يصل إلى إقناعهم بأفكاره؟؛ وماهي وسائله في ذلك؟...

كلّ هذه الأسئلة تطرح لمعرفة وضعية المرسل أثناء قيامه بالكلام، إلّا أنّ الأهمّ من ذلك هو اهتمام التّداولية بكيفية انتقال الدّلالة « **La signification** » عبر عملية التّلفظ بالعبارات من المرسل إلى المستمع، حيث أنّ دراستها لمعاني الجمل تؤدّي إلى معرفة مقصدية المرسل وأهدافه التّواصلية، وكيفية فهم وتأويل هذه المعاني من طرف المستمع.

وعليه يجب التّفريق بين الدّلالة المنقولة عبر التّلفظ (**La signification transmise par l'énoncé**)، وبين الدّلالة اللّسانية (**La signification linguistique**)، حيث تتغيّر الدّلالة المنقولة عبر التّلفظ بتغيّر السّياقات التي يوظّف فيها هذا الملفوظ، بينما تبقى الدّلالة اللّسانية ثابتة؛

¹ N. Chomsky, Review of B. F. Skinner Behavior. In language 35, 26-58. Reprinted in J. A. Fodor and J. D. Katz, The structure of language, 1959. Et : Aspects of the theory of syntax, Cambridge, Mass, The M.I.T. Press, trad. Fr. Ed. Seuil. Paris :1965. Et : The logical structure of linguistic theory. New York & London : Plenum : 1975. عن: ميشال

زكريا، المرجع السّابق، ص: 45.

² - Rodolphe Ghilione, L'homme Communiquant, Éditions Armande Colin, Collection 4, Paris : 1986, p : 66.

فـ « بتغييرنا للسياق، نجد أن الدلالة المنقولة تتغير أيضاً، فيما تبقى الدلالة اللسانية ثابتة (...) يمكننا أن نتصور سياقات أخرى، وبالتالي تأويلات أخرى للجملة. ولكن، من المهم أن نلاحظ بأنه مهما كانت الدلالة المنقولة من طرف التلفظ بالعبارة؛ فإن دلالاته الحرفية تبقى ثابتة »¹.

ومن جهة أخرى، نجد أ. ديكر (O.Ducrot) يميز بين مصطلحي: الدلالة « Signification »، والمعنى « Le sens »، حيث يربط الدلالة بالجملة (Phrase) والمعنى بالملفوظ (L'énoncé)؛ إذ يقول: « وباختيار مصطلحي اعتباري، أسمي "دلالة" (Signification) قيمة دلالية مرتبطة بالجملة، و « المعنى » (Sens)، القيمة الدلالية الخاصة بالملفوظ، أي مجموع الأفعال اللغوية (ونقصد بها هنا "الأفعال الإنجازية" (actes illocutoires)) التي ينوي المتكلم تحقيقها عن طريق تلفظه به »².

كما يفرق أ. ديكر (O. Ducrot) كذلك بين الجملة (Phrase) والملفوظ (Énoncé)، انطلاقاً من تعريفه للجملة بقوله: « أنا أقصد بمصطلح "جملة" (Phrase) (...) كياناً لسانياً تجريبياً، ونظرياً خالصاً، في هذه الأحوال، هي مجموع الكلمات المركبة حسب القواعد النحوية، مجموع مأخوذ خارج عن كل وضعية خطابية، إذن، ما ينتجه المتكلم، وما يسمعه المخاطب هو ليس بجملة، ولكنه ملفوظ (Énoncé) خاص بالجملة »³.

وعليه يصبح الملفوظ كل عبارة ينتجها المتكلم داخل وضعية خطابية معينة، وسياق معين، حيث تكون من خلاله الدلالة التي يقصدها هذا المتكلم واضحة.

ويمكننا القول أنه للوصول إلى فهم ملفوظ معين، يجب أولاً معرفة الدلالة اللسانية للجملة، وذلك بالاعتماد على معرفة دلالة مكوناتها الحرفية، ثم ربط هذه الدلالة بالسياق الذي وردت فيه، والوضعية الخطابية التي أنتج فيها، ثم معرفة الدلالة المقصودة من طرف المتكلم، والتي يمكن الوصول إليها من خلال معرفة دلالة الملفوظ، وربطها "بالقواعد الحوارية" « Les maximes conversationnelles »، وبعض المقاصد الأخرى⁴.

¹ - Rodolphe Ghiglione, L'homme communiquant, Éditions Armand Colin, Collection U, Paris : 1986, p : 68.

² - Oswald Ducrot, Le dire et le dit, Les Éditions de Minuit, Paris : 1984, pp : 95,96.

³ - Oswald Ducrot et Al, Les mots du discours, Les Éditions de Minuit, Collection « Le sens commun », Paris : 1980, p : 07.

⁴ - Jacob P., La syntaxe peut elle être logique ! Communication, 1984, p : 86. / voir : Rodolphe Ghiglione, L'homme communiquant, p : 69.

وبالتالي يصبح من الضروري لكل من المتكلم و المستمع، في كل تفاعلٍ تواصلٍ قائمٍ بينهما أن يكونا متقنين للغتهما ولدلالة مفرداتها الحرفية، وعاملين بالسياق الذي أنتج فيه الملفوظ ووضعيته الخطابية، بالإضافة إلى إدراك المستمع لمقاصد المتكلم ولقوانين الخطاب.

كما لا يكفي أن تقتصر معرفة المتخاطبين على قوانين الخطاب فحسب؛ بل يجب أن يكونا

متمتّعين بكفاءة تداولية **Une compétence pragmatique**.

والحديث عن الكفاءة التداولية، يجرّنا إلى الحديث أولاً عن الكفاءة اللغوية « **La compétence linguistique** »، والتي عرّفها تشومسكي (**N. Chomsky**) على أنّها معرفة المتكلم الضمنية لقواعد لغته، والتي يتواصل بواسطتها مع الآخرين ¹.

وقد جاء تعريف تشومسكي (**Chomsky**) للكفاءة اللغوية انطلاقاً من تصوّره الذي يرى في اللغة نظاماً شكلياً مستقلاً، يهتم أساساً ببنية اللغة.

وفي المقابل، نجد تصوّراً آخرًا يختلف عنه اختلافاً جذرياً، والذي يرى في اللغة نظاماً تواصلياً من الدرجة الأولى، حيث يهتم أساساً بوظيفة اللغة، والمتمثلة في التواصل، ذلك أن « وظيفة اللغة هي التواصل، مثلما هي وظيفة القلب في ضخّ الدّم، وفي الحالتين، فإنّه من الممكن دراسة البنية مستقلة عن الوظيفة، ولكن يصبح فعل ذلك في غير محله، ومن دون أية فائدة، بما أنّه من البديهي وجود تفاعل بين البنية و الوظيفة » ².

وعليه نجد أنّ بين هذين التصوّرين توجد حلقة ضائعة، تتمثل في عدم قدرة النظرية التشومسكية على فهم المعنى عن طريق الكفاءة الدلالية (**La compétence sémantique**)، انطلاقاً من كونها تهتمّ خاصّةً بمسألة معرفة كيف يتمّ الكلام، أي كيف يمكن إنجاز أفعال كلامية ³.

ومن هذا المنطلق نقول أنّ النظرية التداولية نجحت من حيث أخفقت اللسانيات التشومسكية، حيث استطاعت نظرية أفعال الكلام أن تُظهر معرفةً حول الاستعمال اللغوي بمعرفتها للكفاءة الدلالية ⁴.

¹ - ينظر: تعريف ثنائية الكفاءة اللغوية و الأداء الكلامي (**Compétence/Performance**) عند تشومسكي في هذه الصّفحة.

² - Searle cité par Chomsky N., *Réflexions sur le langage*, Paris, Maspero, 1977, p : 71./ De : Rodolphe Ghiglione, *L'homme communiquant*, p : 66.

³ - Searle J., *Chomsky et la révolution linguistique, la recherche*, 1973, p : 242. / voir : *Ibidem*, p : 66.

⁴ - Voir : *Ibidem*, p : 67.

وبالتالي فإن المتكلم يحتاج إلى أكثر من الكفاءة اللغوية لكي يقوم باستثمار جميع الملكات والقوالب الكامنة في ذهنه، والتي تشكل لديه مقدرةً تواصليةً تمكنه من استعمال اللغة، وهذا ما نسميه بالكفاءة التداولية؛ إذ تعتبر هذه الأخيرة « مكوّنًا فاعلاً ضمن تكوين الإنسان السوي، تماماً، كما هي كفاءته اللغوية، بيد أن الكفاءة التداولية ليست نسقاً بسيطاً؛ بل هي أنساق متعدّدة متألّفة »¹.

ويمكن حصر هذه الأنساق في خمسة ملكات يعرفها "فان ديك" « Van Dijk » كما يلي:

1- الملكة اللغوية: وبها يستطيع مستعمل اللغة الطبيعية أن ينتج عبارات لغوية ذات بنايات متنوّعة جداً ومعقّدة جداً في عدد كبيرٍ من المواقف التّواصلية المختلفة، وأن يؤوّلها كذلك، بحيث يكون إنتاجه وتأويله صحيحين.

2- الملكة المنطقية: بإمكان مستعمل اللغة الطبيعية، باعتباره مزوّدًا بمعارف معيّنة، أن يشتقّ معارف أخرى بواسطة قواعد استدلال تحكمها مبادئ المنطق الاستنباطي، والمنطق الاحتمالي.

3- الملكة المعرفية: وبها يستطيع مستعمل اللغة الطبيعية أن يكون رصيّدًا من المعارف المنظّمة، ويستطيع أن يشتقّ معارف من العبارات اللغوية، كما يستطيع أن يحتزن هذه المعارف في الشّكل المطلوب، وأن يستحضرها لاستعمالها في تأويل العبارات اللغوية.

4- الملكة الإدراكية: يتمكّن مستعمل اللغة الطبيعية من أن يدرك محيطه، وأن يشتقّ من إدراكه ذلك معارف، وأن يستعمل هذه المعارف في إنتاج العبارات اللغوية وتأويلها.

5- الملكة الاجتماعية: لا يعرف مستعمل اللغة الطبيعية ما يقوله فحسب؛ بل يعرف كذلك كيف يقول ذلك لمخاطبٍ معيّنٍ في موقفٍ تواصلٍ معيّنٍ قصد تحقيق أهداف تواصلية معيّنة².

وتختصُّ كلُّ ملكة من هذه الملكات بـقالب خاص بها، يمكن أن نصنّفها في: القالب اللغوي، والقالب المعرفي، والقالب الاجتماعي، والقالب المنطقي، والقالب الإدراكي، حيث

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 57.

² - أحمد المتوكّل، قضايا اللغة العربية في اللسانيات الوظيفية (البنية التّحتية أو التّمثيل الدّلالي التّداولي)، دار الأمان، الرّباط، 1995، ص: 17/ ينظر: المرجع نفسه، ص: 57.

يمكن تقسيم هذه القوالب¹ إلى قسمين: يمثّل بعضها القدرة اللغوية، في حين تمثّل القوالب الأخرى السياق، وذلك انطلاقاً من كون الخطاب يتجلّى في مادّة لغوية بشكلٍ معيّن، وينتجه المرسل في سياقٍ معيّن².

إنّ المتكلّم أثناء تلفّظه بالعبارات، يقوم باستثمار تلك الملكات جميعاً مرّةً واحدةً، حتّى يكون خطابه صحيحاً من حيث تراكيبه، ومناسباً للسياق الذي ورد فيه، وقادراً على وصف مقاصده وتحقيق أهدافه، من هنا تغدو هذه الملكات هي المكونات الرئيّسة للكفاءة التداولية عند الفرد المتكلّم؛ « فالكفاءة اللغوية، لا تنهض، لوحدها، بعملية التّواصل المناسب للسياق بالرغم من كونها أساساً فيها؛ وذلك لأنّ الكفاءة التداولية هي التي تستثمر تلك القوالب الكامنة في ذهن الإنسان، بما في ذلك كفاءته اللغوية، بما تفرضه من قوانين حسب مظاهر السياق، وما يستحسنه المرسل؛ ففيها تبلور جميع المعطيات من معطيات لغوية، ومعطيات سياقية أخرى، أي تغدو هي القوّة المائزة، كما عند القرطاجنيّ في إحدى مراحل إنتاج الخطاب³ .

وتنمو الكفاءة التداولية عند الفرد المتكلّم منذ بداية إدراكه للعالم المحيط به، إلى أن تصبح معرفته به كاملة؛ فهي تتأصّل « عند الإنسان، بنموّها نمواً طبيعياً، كما تنمو كفاءته اللغوية؛ بل إنّ نموّها متكامل مع تفاوتٍ في نضج كلّ عنصرٍ من عناصرها؛ إذ تتوقّع نضجاً للقلب الإدراكي، قبل نضج القلب الاجتماعي، ونضج هذا القلب الأخير قبل نضج القلب المنطقي مثلاً. والدليل على ذلك، ما يمتلكه الطّفل من قدرةٍ على إنتاج الخطاب في سياق التّخاطب اليومي، مع عائلته، أكثر منه في سياقٍ أوسع قليلاً. وقدرته على إنتاج الخطاب بأشكاله القصيرة، أكثر من قدرته على إنتاجه في صورته الطويلة، بيد أنّ بعض صور الخطاب القصيرة قد تجسّد هذه القدرة، بأن تفضّل

¹ - « ويقترّب من هذا التّصنيف للملكات، ما يسمّيه القرطاجنيّ بالقوى، وقد قسّمها إلى ثلاثة أقسام، وهي القوّة الحافظة، والقوّة المائزة، والقوّة الصّانعة: (أبي الحسن حازم القرطاجنيّ، منهاج البلغاء و سراج الأدباء، تقديم وتحقيق: محمّد الحبيب ابن الخوجة، دار الغرب الإسلامي، بيروت، ط: 02، 1981م، ص: 42، 43) ؛ فالقوّة الحافظة هي تلك التي تعني بانتظام خيالات الفكر، وترتيبها في أقدار معيّنة، وتمييز بعضها من البعض الآخر، لتهب المرسل ما يناسب سياق خطابه، - والقوّة المائزة هي التي يميّز بها الإنسان ما يلائم الموضوع والنّظم والأسلوب والغرض ممّا لا يلائم ذلك، وما يصحّ ممّا لا يصحّ. والقوى الصّانعة هي التي تتولّى العمل في ضمّ بعض أجزاء الألفاظ المعاني والتّركيبات النّظمية والمذاهب الأسلوبية إلى بعض، و التدرّج من بعضها إلى بعض؛ وبالجملة التي تتولّى جميع ما تلتئم به كليات هذه الصّانعة » : عبد الهادي بن ظافر الشّهري، المرجع السّابق، ص: 58.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 57، 58.

³ - المرجع نفسه، ص: 59.

صور الخطاب الطويلة، لإيجازها. ولا يستطيع إيجاز الخطاب إلا ذو كفاءة تداولية عالية، لأن الإيجاز علامة على كفاءته التداولية الرأشدة»¹.

من هنا، نستطيع القول بأن كل تواصل ناجح يفترض وجود متكلمٍ ومستمعٍ يتمتعان بكفاءة لسانية وأخرى تداولية².

ج- مستوى معرفة المصدر:

إنّ المواضيع التي تناقش في وسائل الإعلام متعدّدة و مختلفة، و تقتضي أن يكون الإعلامي ملماً بجوانب أيّ موضوع يكون محطّ نقاش أو عرض على وسائل الإعلام بالإضافة إلى أنّه « إذا كان المصدر متخصصاً أكثر من اللازم؛ فقد لا ينجح في نقل المعاني المطلوبة لعدم قدرته على التّيسيط، و استخدامه مصطلحات قد لا يستطيع المتلقّي أن يفهمها »³.

د- اتّجاهات المصدر:

إنّ عملية الإقناع تقتضي بالضرورة توفّر بعض المواصفات في رجل الإعلام و ذلك تجاه نفسه، و تجاه الرّسالة الإعلامية التي يريد تمريرها و تجاه المتلقّي أيضاً و ذلك لتحقيق ما يسمّى بالمصدقية الإعلامية و التي بدونها لا يمكن أن يصل إلى التّأثير في الجمهور؛ « فالثقة بالنفس عند المصدر تولّد عند المتعاملين معه ثقة فيما يقوله أو يفعله. و إذا كان اتّجاه الفرد نحو الموضوع إيجابياً سيكون الاتّصال فعّالاً. أمّا إذا لم يؤمن المصدر بصدق ما يقوله و يقتنع به؛ يصبح من الصّعب عليه أن يُقنع الآخرين بجوانب الموضوع. كذلك يؤثّر اتّجاه المصدر نحو المتلقّي في نجاح الاتّصال؛ فحين يدرك المتلقّي أنّ المصدر يحترمه و يتعاطف معه يصبح أقلّ انتقاداً لرسائله »⁴.

هـ- علاقة المصدر بالنّظام الاجتماعي و الثقافي:

لا بدّ للعمل الذي يقوم به الشّخص القائم بالاتّصال أن يكون من صميم النّظام الاجتماعي و الثقافي الذي يعمل في إطاره، و ذلك لضمان التّأثير على الجماهير التي تعيش في نفس هذا النّظام الاجتماعي و الثقافي و تؤمن به؛ إذ لا بدّ له أن يراعي بنية لغوية و ثقافية تتواءم و مستوى المخاطب ثقافياً و اجتماعياً، من حيث درجة وظيفته العملية، و مكانته الاجتماعية داخل التدرّج المتشكّل في الطبقات المتعدّدة للمجتمع الكبير، كما أنّ اللّغة ذاتها أصبحت ذات مستويات متباينة تبعاً لتباين

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشّهري، المرجع السّابق، ص: 59، 60.

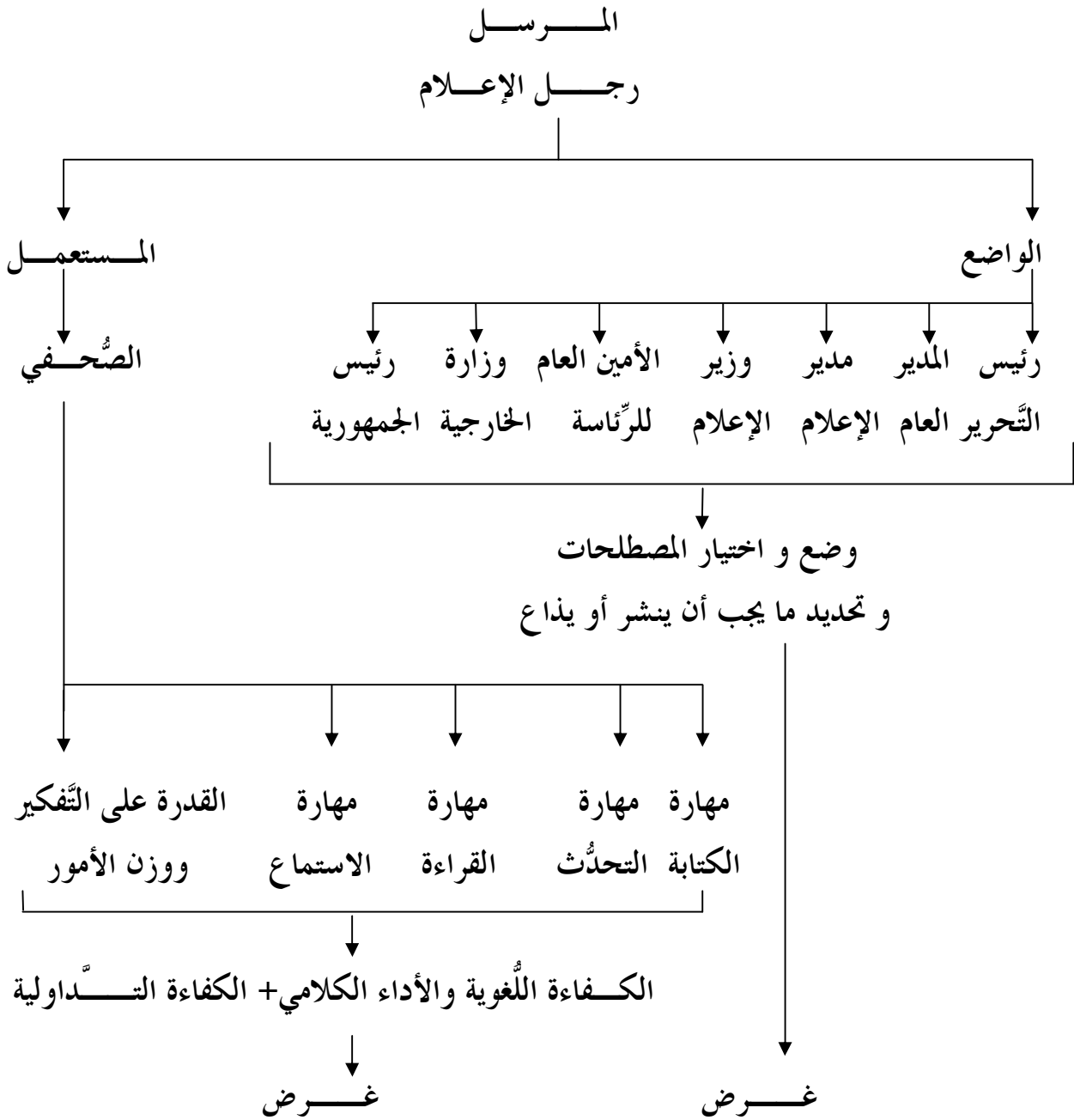
² - Voir : Rodolphe Ghiglione, L'homme communiquant, p : 69.

³ - حسن عماد مكاي، ليلى حسين السيّد، الاتّصال و نظرياته المعاصرة، ص: 46.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 45، 46.

المستوى الثقافي بين المدينة والقرية، والمتعلم والأمي، والحرفيين والموظفين، والمدنيين والعسكريين، والمعلم والطالب...¹؛ « فلكي نحدد تأثير الاتصال؛ علينا أن نعرف أنواع التّظم الاجتماعية التي يعمل في إطارها القائم بالاتّصال، و مكانته في النظام الاجتماعي (...) كما أنّنا في حاجة إلى معرفة الإطار الثقافي الذي يعايشه، و المعتقدات والقيم المسيطرة عليه، و أنواع السلوك المقبولة وغير المقبولة، و تطلّعاته، و توقّعاته، و توقّعات الآخرين عنه »².

وهذا المخطّط يوضّح علاقة الشّخص القائم بالاتّصال بالمحيط التداولي للمصطلح الإعلامي:



¹ - ينظر: ردّة الله بن ردّة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السيّاق، ص: 608، 603.

² - حسن عماد مكاي، ليلى حسين السيّد، المرجع السّابق، ص: 46.

3-2- اللغة و الإعلام:

إنَّ اللغةَ هي تمثيلٌ فريدٌ للخبرة الإنسانية، وهي الحامل المادّي للموروث الحضاري والفكري البشري، والخاصية التي تجمع مختلف الأجناس البشرية في ظل الحياة الاجتماعية، ذلك أن « اللغة حسب ما تعرّفها المعاجم هي: تلك الظاهرة الاجتماعية المؤلفة من الكلمات و الجمل ذات المفاهيم الدالة و التي تحمل الأفكار و المشاعر و ردود الأفعال، و يتمُّ بواسطتها التّواصل »¹.

واللغة أيضاً عبارة عن شكل (**Forme**) + محتوى (**Contenu**)، أي مجموعة القوانين التي تشكّل نظام اللغة و تكونُ بُنيتهَا + المعاني التي تحملها العناصر اللغوية المشكّلة لهذه البنية، والتي تستدعيها السياقات المختلفة لتتأدّى من خلالها عملية التّواصل.

وعلى هذا الأساس كان التّفريق بين اللغة (**Langue**) و الكلام (**Parole**)، حيث انطلق (قيوم) من الثنائية التي أصبحت معهودة منذ (سوسير) و هي ثنائية اللغة والكلام التي تكونُ اللسان، ويفضّل (قيوم) استعمال كلمة خطاب² (**Discours**) عوض كلام (**Parole**)، وذلك ليؤكد على ما يكتسبه الإنجاز اللغوي من أوجه ربّما لا يحويها لفظ كلام مباشرة، مثل الوجه الكتابي، الحركات الجسدية، السياق (...) إلخ³.

وعليه فهو « يرتكز في تصنيفه على نظريته إلى اللغة بوصفها النظام السّابق على الخطاب؛ فهي موجودة بالقوّة، في حين أن الخطاب هو ما يوجبها بالفعل، و بالتّالي يفرّق في وضع العلامة اللسانية بين مستوى اللغة ومستوى الخطاب، لأنّه ميدان استعمالها.. »⁴.

¹ - صالح بلعيد، اللغة العربية العلمية، دار هومة للطباعة و النّشر و التّوزيع، الجزائر: 2002 م، ص: 38.

² - « وقد ورد مصطلح الخطاب، غالباً، و لأوّل مرّة عند هايمز » : Deborah Schiffrin, *Approches to discourse*, Blackwell, Oxford, UK, Cambridge, USA, 1994, p: 23. يستعمل مفهوم الخطاب في الدّراسات اللسانية الحديثة؛ إذ وسّع التحليل اللساني إلى ما هو أكبر من الجملة، أنظر لذلك: سعيد يقطين، تحليل الخطاب الروائي، المركز الثقافي، الدار البيضاء، ط: 03، 1997، ص: 17، وكذلك منذر عياشي، « علم الدلالة من منظور عربي »، مجلّة الموقف الأدبي، العدد: 271، نوفمبر 1993، ص: 34، و ذلك بقوله: « و لعنّا نستطيع أن نزع من أوائل من مارس هذا التحوّل في العصر الحديث، و تابعه آخرون، هو هاريس، وذلك في كتابه: تحليل الخطاب، حيث ركّز على الخطاب و دور الكلام فيه. » : عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 36، 577، 578.

³ - « نقلنا تعريف قيوم عن: عبد الحميد كمون، المدرسة النفسية النظامية، ضمن كتاب: (أهم المدارس اللسانية)، المعهد القومي لعلوم التّربية، تونس، مارس 1986، ص: 55، 56. » / ينظر: المرجع نفسه، ص: 37.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 37.

3-2-1 مفهوم الخطاب:

لقد شكّل الخطاب موضوعاً للبحث لدى لسانيين كثيرين، إلا أنّ « مفهوم الخطاب قد ناله التعدّد و التنوع، و ذلك بتأثير الدّراسات التي أجراها عليه الباحثون حسب اتّجاهي الدّراسات اللّغوية الشّكلية و الدّراسات التّواصلية، ولهذا؛ فهو يطلق، إجمالاً، على أحد مفهومين، يتفق في أحدهما مع ما ورد قديماً، عند العرب، أمّا في المفهوم الآخر فيتّسم بجدّته في الدّرس اللّغوي الحديث. و هذان المفهومان هما:

- الأوّل: أنّه ذلك الملفوظ الموجه إلى الغير، بإفهامه قصداً معيّناً.

- الآخر: الشّكل اللّغوي الذي يتجاوز الجملة ¹ «

ويأتي سبب هذا التعدّد من اقتران مصطلح الخطاب بمجالات استعماله المتعدّدة السّياسية، الثّقافية، الدّينية، الاجتماعية، التّاريخية.. ممّا ينتج عنه الخطاب السّياسي، الخطاب الثّقافي، الخطاب الدّيني، الخطاب الاجتماعي، و الخطاب التّاريخي، و لذلك ورد الخطاب بتعريفات متنوّعة في هذه الميادين العديدة، بوصفه فعلاً، يجمع بين القول و العمل؛ فهذا من سماته الأصليّة، و ليس في ذلك تشبّه بقدر ما فيه من غنى و سعة في التّصنيف ².

أ- مفهوم الخطاب عند العرب:

لقد ورد الخطاب في القرآن الكريم بصيغ مختلفة، و ذلك في قوله تعالى: «وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا» ³، وقوله: «رَبُّ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا الرَّحْمَنُ لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ خِطَابًا» ⁴، و في قوله تعالى أيضاً عن سيّدنا داود عليه السّلام: «وَشَدَدْنَا مُلْكَهُ وَأَتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابَ» ⁵.

لم يغفل العلماء العرب عن الاهتمام بالخطاب و بتعريفه، حيث أنّ لفظ الخطاب « قد ورد، أكثر ما ورد، عند الأصوليين انطلاقاً من أنّ الخطاب هو الأرضية التي استقامت أعمالهم عليها؛ بل كان هو محور بحثهم؛ فقد تردّد كثير من اشتقاقات مادّة (خطب) في مواضع متعدّدة

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 36، 37.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 34.

³ - سورة الفرقان، آية رقم: 63.

⁴ - سورة النّبا، آية رقم: 37.

⁵ - سورة ص، آية رقم: 20.

عندهم، ومن أبين الأدلة على ذلك إيرادهم لاسم الفاعل (مُخَاطَب) ولاسم المفعول (مُخَاطَبٌ) بوصفهما طرفي الخطاب ¹.

ومَن اهتموا بالخطاب في التراث اللغوي العربي نجد الآمدي²؛ إذ أعطى تعريفاً للخطاب بقوله: « قد قيل فيه: " هو الكلام الذي يفهم المستمع منه شيئاً "، وهو غير مانع، فإنه يدخل فيه الكلام الذي لم يقصد المتكلم به إفهام المستمع؛ فإنه على ما ذكر من الحد وليس خطاباً، والحقُّ عندي أنه " اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيئٌ لفهمه " ³.

كما يعطي علي ابن السبكي تعريفاً للخطاب يقول فيه: « وهو ما وجّه من الكلام نحو الغير لإفادته » ⁴، وهو بهذا يشترط عنصر الإفادة في الخطاب؛ فإذا لم يكن الكلام مفيداً (أي ذا معنى)، فلا يعدُّ خطاباً.

ونجد كذلك الجويني الذي يعطي تعريفاً للخطاب بقوله أن: « الكلام، والخطاب، والتكلم، والتخاطب، والنطق، واحد في حقيقة اللغة، وهو ما يصير به الحيُّ متكلماً » ⁵.
ويظهر لنا من خلال هذه التعاريف أن الخطاب عند الأصوليين يشتمل على عناصر تحدّد معالمه، يمكننا أن نجملها فيما يلي:

- 1- الألفاظ المتواضع عليها بين المرسل والمتلقي، وهو عنصرٌ يتعلّق بالجانب الصوري للغة.
- 2- القصد من الخطاب، وهو ما يتعلّق بالمرسل باعتباره الطرف الأوّل القائم بالاتّصال، الذي يريد إيصال نواياه ومقاصده إلى المتلقي عن طريق الخطاب.
- 3- قابلية المتلقي للفهم، وتعني استعداده للتلقّي والفهم.

¹- « أنظر على سبيل المثال لا الحصر: محمّد فخر الدّين الرّازي، المحصول في علم الأصول، تع: محمّد عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، ط: 01، 1420هـ/ 1999م، المجلد: 01، ص ص: 403، 404 » / عن: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 36.

²- هو علي بن أبي علي محمّد بن سالم التّغلبّي الفقيه الأصولي الملقّب بسيف الدّين المكنى بأبي الحسن، ولد سنة 551هـ- بآمد، بلدة من ديار بكر، من مؤلّفاته: الإحكام في أصول الأحكام، ومنتهى السؤل في الأصول، توفي سنة 631هـ.

³- الآمدي (سيف الدّين أبو الحسن علي بن محمّد)، الإحكام في أصول الأحكام، تع: الشّيخ إبراهيم العجوز، دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، (د.ط.)، (د.ت.)، ج: 01، ص: 85.

⁴- السبكي (علي بن عبد الكافي) وابنه تاج الدّين، الإبهاج في شرح المنهاج، تع: أحمد جمال الزّمزمي ونور الدّين صغيري، دار البحوث للدراسات الإسلامية وإحياء التراث، دبي- الإمارات العربية المتّحدة، ط: 01، 1424هـ/ 2004م، ج: 02، ص: 120.

⁵- الجويني، الكافية في الجدل، تع: فوقيّة حسين محمّد، مطبعة عيسى البابي الحلبي، القاهرة، 1399هـ/ 1979م، ص: 32/ عن: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 36.

4- أن يكون الخطاب مفيداً، ويعني ذلك حصول الفائدة من الكلام ووصول معناه إلى المتلقي.

وبهذا يكون الأصوليون قد توصلوا في دراستهم للنشاط اللغوي إلى الجمع بين الجانب الصوري والتداولي في تعريفهم للخطاب.

ب- مفهوم الخطاب عند الغربيين:

أمّا عند الغربيين؛ فقد اختلفت الآراء حول تعريفه، وهذا الاختلاف نابع من تعدّد مناهج الدراسات اللغوية التي أضفت كلُّ واحدة منها عن تعريف خاص بالخطاب لا يخرج عن إطار ذلك المنهج.

فبالنسبة للاتجاه الشكلي؛ فنجدّه يعرف الخطاب بوصفه « تلك الوحدة الأكبر من الجملة؛ فتتجه عناية الباحث بعناصر انسجامه، و ترابطه، و تركيبه، و معرفة علاقة وحداته بعضها ببعض؛ بل و مناسبة بعضها للبعض الآخر، و ذلك على مستوى بنيته المنجزة »¹.

أمّا الاتجاه الوظيفي؛ فيعرف الخطاب بوصفه « استعمال اللغة كما هو عند بعض الباحثين²، و ذلك بتجاوز وصف الخطاب وصفاً شكلياً، و عدم الاكتفاء بالوقوف عند بيان علاقة وحدات الخطاب ببعضها البعض و تحليلها، و الدّعوة إلى ضرورة الاعتناء بدور عناصر السياق، و مدى توظيفها في إنتاج الخطاب، و في تأويله، مثل دور العلاقة بين طرفي الخطاب، و درجاتهم الاجتماعية و طرقهم المعتادة في إنتاج خطاباتهم؛ فالتلفظ المتعدّد لخطاب واحد، مثلاً، يجسّد (الأنا) المتلفظة في تباينها الواقعي والاجتماعي مع المرسل إليه »³.

وفي هذا التعريف يبرز الدور الوظيفي للخطاب، والذي يسمح بإظهار أهداف المرسل و مقاصده من خلال تحقيقه لبعض الوظائف اللغوية.

ويُعرف الخطاب كذلك بوصفه ملفوظاً؛ إذ يمثل هذا التعريف نقطة التقاطع بين المنهجين السابقين، أي بين البنية و الوظيفة. وقد يتخذ من الجملة أساساً له، ولكن ليس بمفهومها العرفي التجريدي؛ بل بوصفها تلك السلسلة من الكلمات غفلاً عن اعتبار السياق؛ بل بمفهومها التلغظي في السياق (...) و يغفل التعريف بهذه الرؤية، مفهوم الخطاب وفق المنهج الشكلي، أي بوصفه ما يزيد عن الجملة، كما يعدل به عن كونه تراكمًا من الوحدات اللغوية الصغرى التي لا سياق

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشهري، المرجع السابق، ص: 38.

² - من هؤلاء براون و بول في كتابهما: تحليل الخطاب/ عن: المرجع نفسه، ص: 38.

³ - المرجع نفسه، ص: 38.

لها، إلى كونه مجموعة من وحدات ذات سياقات تلفظية خاصة بها، أي إنَّ الخطاب مكوّن من جمل سياقية¹.

وكما أنَّ المورفيم هو أصغر وحدة لغوية دالّة، والفونيم هو أصغر وحدة لغوية غير دالّة في التّقطيع المزدوج (**La double articulation du langage**) لدى أندري مارتيني (**André Martinet**)؛ فإنَّ المنطوق (**Énoncé**) بالنّسبة لميشال فوكو (**Michel Foucault**) هو العنصر التّهائيّ الغير قابل للقسمّة في الخطاب؛ إذ علينا الآن أن نفهم كيف طرح فوكو مسألة الخطاب، وكيف سيفرض علينا العودة إلى نواته الأولى، أو كما يسمّيها « ذرّة الخطاب »، والتي لا تعدو أن تكون سوى ذلك المنطوق (**Énoncé**) الذي يجعله فوكو (**Foucault**) متفرّداً²، حيث يقول: «... فمن الوهلة الأولى يظهر المنطوق و كأنّه عنصر نهائيّ غير قابل للقسمّة، و بالإمكان عزله في حدّ ذاته، و بإمكانه أن يكون لعبة علاقات مع عناصر أخرى مشابهة له... فيظهر و كأنّه بذرة فوق سطح نسيج حاكته بنفسها، إنّها ذرّة الخطاب »³.

ومن هنا، نجد أنّ فوكو (**Foucault**) يرى بأنّ الوصول إلى فهم الخطاب « يجب أن يمرّ عبر تفكيك هذه الذرّة؛ فالخطاب لا يتعرّف على ذاته كنوع من أنواع الإمكان أو بالأحرى كحقل من الخيارات الممكنة⁴ إلاّ من خلال المنطوق الذي يكشف عن الموقع الخاص للخطاب أكثر ممّا يكشف عن إنتاجاته »⁵.

وبهذا يتوصّل فوكو إلى اعتبار أنّ كلّ خطاب، منظوراً إليه في ذاته، هو ممارسة خطابية منظمّة قائماً على شكلٍ من أشكال المنطوقات باعتبارها جذره الأصلي⁶، حيث يقول: « إنّ ما أسمّيه خطاباً هو مجموع المنطوقات التي تعود إلى نفس الصّيغة الخطابية، ولا تكون وحدة بلاغية أو صورية متكرّرة بلا نهاية، حيث نستطيع إعلان... ظهورها أو استعمالها داخل التاريخ. وهكذا لا يكون الخطاب شكلاً عقلياً ولا لا زمانياً ذا تاريخ إضافي⁷ ».

¹ - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، المرجع السابق، ص: 38.

² - ينظر: محمّد علي الكبيسي، ميشال فوكو تكنولوجيا الخطاب، تكنولوجيا السّلطة، تكنولوجيا السيّطرة على الجسد، دار سراس للنشر - تونس، أفريل 1993، ص: 16.

³ - Michel Foucault, L'archéologie du savoir, Paris, Gallimard, 1969, pp :106, 107. عن:

المرجع نفسه، ص: 16، 17.

⁴ - M. Foucault, op.cit-p : 88. عن: المرجع نفسه، ص: 17.

⁵ - المرجع نفسه، ص: 17.

⁶ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 18.

⁷ - M. Foucault, op.cit-p : 153. عن: المرجع نفسه، ص: 18.

ومن جهةٍ أخرى، يرى فوكو (**M. Foucault**) بأنَّ هذه المنطوقات يتكامل تكوينها داخل الممارسات غير الخطابية، و ليس داخل الممارسات الخطابية وحدها¹، حيث أنَّ هناك إستراتيجية لا خطابية تصاحب الخطاب و تفعل فعلها؛ إذ تعتبر خطابات موازية وليست خارجية، كما أنَّها عناصر فعّالة طالما أنَّها استراتيجيات نلجأ إليها لفهم عالم الخطاب².

وبالتالي فهو يعرف هذه الممارسات غير الخطابية بأنَّها « حقل مؤسّساتي مجموعة أحداث وممارسات وقرارات سياسية وتسلسل سياقات اقتصادية، حيث تظهر تغيّرات ديموغرافية وتقنيات مساعدة و احتياجات إلى اليد العاملة و عديد مستويات البطالة »³.

وعليه فقد أكّد فوكو (**Foucault**) « على وجوب استغلال الممارسات غير الخطابية، ووجوب فهم كيفية خضوع الخطاب لهذه الأخيرة التي ينشئها و يوظّفها في نفس الوقت »⁴.

ويمكن القول إجمالاً بأنَّ الخطاب هو أسلوب كلام يستعمله المرسل لنقل رسالة شفوية أو كتابية للمرسل إليه، وتحمل مضموناً غرضه التّبلغ، حيث أنَّ كلَّ كلام في الأصل هو خطاب، كما يتكوّن الخطاب من رصيد لغويّ (أصوات/ دلالة/ تركيب/ توظيف)، أي وجود سابق وهو الاصطلاح لهذا الرّصيد الذي هو ظاهرة اجتماعية تحكمها قوانين المحدثين ضمن نظام من العلامات، مترابط بشكل نسقي مع الفعل التّواصلي (...) و أحياناً يأخذ الخطاب أبعاداً كثيرة، حيث تفرض المقامات والسيّاقات عليه أن يتغيّر من توظيف أسلوب إلى آخر، ومن منهج إلى آخر، باستعمال أنظمة نحوية وخطابات متنوّعة، بل يقع بينهما التّداخل اللّغوي أو الانتقال اللّغوي الذي يفرضه المقام⁵.

ويتفرّع عن اللّغة **04** مستويات مختلفة تتحدّد حسب الاستعمالات الخاصّة بكلّ خطاب،

وهي:

¹ - ينظر: محمّد علي الكبيسي، المرجع نفسه، ص: 24.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 24.

³ - **M. Foucault, L'archéologie du savoir, p :205** / عن: المرجع نفسه، ص: 24.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 22.

⁵ - ينظر: صالح بلعيد، اللّغة العربية العلمية، دار هومة للطباعة و النّشر و التّوزيع، الجزائر، 2002م، ص: 114،

3-2-2- مستويات الخطاب:

أ- الخطاب العادي:

ونقصد به اللغة العامية التي يستخدمها الناس للتعبير عن حاجاتهم اليومية، وهذا المستوى اللغوي لا يراعي الالتزام بالقواعد النحوية و الانضباط بها، حيث أنه يمثل لغة بسيطة في استعمالها وتسمى باللهجة.

إلا أنه ينبغي الانتباه إلى أن مفهوم اللهجة في العصر الحديث يختلف عن مفهومها في التراث اللغوي العربي الإسلامي؛ « فالمراد باللهجات العربية القديمة التنوعات **Varientes**¹ المحلية أو القبلية باعتبارها حالات مخصوصة في استعمال العربية، أي أجزاء من اللسان و ليست كلاً ينوب عن اللسان. و ذلك مثل أعمال " ما " في لغة أهل الحجاز، أو مثل قول "عن" في موضع " أن " في لغة تميم »².

أما عن مفهومها المحدث؛ فإن اللهجة (**Dialecte**) هي « شكل من أشكال لسان ما لها نفس نظامه المعجمي و النحوي و الصوتي، لكنها مستعملة في محيط أضيق من هذا اللسان³، وفي هذه الحالة تصبح اللهجة بديلاً عن اللسان من حيث هي صورة كاملة عنه، و بالتالي هي كل وليست جزءاً منه »⁴.

وأحياناً يضم الخطاب العامي عدة لهجات محلية مختلفة، و ذلك داخل نفس الحدود الجغرافية نظراً لتعدد الأعراق و الأجناس بها، مثلما هو الأمر بالنسبة للاتحاد السوفياتي سابقاً حيث كانت جمهورياته تضم 180 شعباً مختلفي الأعراق و الأجناس و اللهجات، أو كما هو الأمر في الجزائر التي بها حوالي 05 عاميات بين أمازيغية و عربية⁵.

¹ - الصّحيح: " Variantes " لعلّه خطأ مطبعي.

² - ينظر: عبد الرحمن الحاج صالح، النحو العربي و البنيوية اختلافهما النظري و المنهجي (مخطوط) ، ص: 07. و ينظر أيضاً: ابن جنّي، الخصائص، (تحقيق: محمد علي النّجار)، دار الهدى للطباعة و النّشر، بيروت، لبنان، ص: 11-10/2 / عن: الطيّب دبة، مبادئ اللسانيات البنيوية، دراسة تحليلية إستمولوجية، ص: 16.

³ - ينظر: Jean Dubois et Autres, Dictionnaire de linguistique, Librairie Larousse, Paris, 14: p / عن: المرجع نفسه، ص: 16.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 16.

⁵ - وتضم الأمازيغية 04 لهجات رئيسية تتوزع عبر مختلف المناطق الجزائرية و هي الأمازيغية القبائلية أو البربرية، الأمازيغية الشاوية، الأمازيغية المزابية، و أمازيغية الطوارق بالإضافة إلى العامية العربية السائدة في باقي أنحاء الوطن، من شماله إلى جنوبه و من شرقه إلى غربه.

كما يجب الإشارة إلى أن الخطاب العامي بما فيه اللهجات و العاميات المختلفة هو جزء من الخطاب الإعلامي (اللغة الإعلامية)، حيث نجده مستعملاً عبر وسائل الإعلام السّعية البصرية بهدف مخاطبة الأقليات داخل أيّ مجتمع، و الغرض من ذلك هو إمّا لأنّ هذه الأقليات لا تفهم لغة الأغلبية، (و بالتالي يُصبح استخدام هذه اللهجات في وسائل الإعلام ضروري من أجل توصيل و تسهيل استيعاب جميع فئات المجتمع للأخبار و المعلومات و الحقائق...)، وإمّا بغرض إثبات وجودها داخل المجتمع و فرض رأيها السياسي أو الثقافي، أو تستعين بالأوّل لتحقيق الثاني.

ب- الخطاب الأدبي (أو اللغة الفنية):

وتسمّى كذلك اللغة الانفعالية و ذلك لأنّ الأدب « يُطوّر اللغة و يسمو بها إلى أعلى درجات الإبداع؛ بل و كما يقول أدونيس: « فنّ جعل اللغة تقول ما لم تتعلّم أن تقوله، ما لا تعرف اللغة العادية أن تنقله »¹؛ فالأدب يعيد خلق اللغة من جديد و يحرّرها من عاديّتها، لذلك صحّ القول بأنّ لغة الأدب هي أسمى مستويات اللغة »².

فهي إذن لغة المشاعر والأحاسيس التي تصف الجمال المادّي لعالم الأشياء من الموجودات، والتي تعبّر عن الجمال المعنوي الذي يتعلّق بمكونات الروح الإنسانية و كيفية السّموم بها، ذلك أنّ اللغة « ليست مجرد شكل ظاهري للمحتوى الجمالي، إنّ العلاقة بين اللغة و الفن قائمة في المحتوى ذاته، في الجوهر، و مرادفات كلمة أديب- كاتب- صاحب قلم- فنان الكلمة، وما شابه ذلك مليئة بالمعنى العميق، و عمل الفنّان في مجال اللغة هو عمل في مجال الاتّصال الاجتماعي، عمل لصالح المجتمع و ليس عملاً شكلياً »³.

وبالتالي فهي لغة إيجابية بليغة تحرص على التقيّد بالقواعد النحوية و الانضباط بها، كما أنّ المعاني التي تحملها علامات و رموز هذه اللغة تنطلق من الواقع لترجمه إلى عالم تخيّل خاص و تضمّ اللغة الأدبية فنّين قوليين هما:

¹ - أدونيس، (زمن الشّعْر) ، دار العودة- بيروت عام 1982، ص: 20، و قد عمّنا قول الكاتب الذي خصّصه للشّعْر/ عن:

أحمد حمدي، « لغة الأدب و لغة الإعلام » ، المجلّة الجزائرية للاتّصال، العدد: 06 و 07، 1992، ص: 162.

² - المرجع نفسه، ص: 162، 163.

³ - هورست ريديكر، (الانعكاس و الفعل)، دار الجماهير/ دمشق دار الفارابي/ بيروت عام: 1977، تعريف فؤاد مرّي/ عن:

المرجع نفسه، ص: 164.

1- الخطاب الشعري:

وهو الكلام الموزون المقفى الذي ينقل مشاعر المرسل و أحاسيسه و نظرتة إلى العالم الذي يعيش فيه، و ذلك عبر قصائد شعرية إما عمودية خاضعة للوزن و القافية أو عبر ما يسمّى بالشعر الحر¹.

2- الخطاب النثري:

وهو الكلام الذي لا وزن له و لا قافية و يعرف بالثر الفني، حيث يشتمل على أنواع مختلفة من الفنون الأدبية لكل منها أسلوبه وأغراضه التي يعبر عنها وهي: القصة والأقصوصة، و الرواية، و المسرحية، و الخطابة، و المقالة²، و الرسالة³.

ويندرج تحت هذين النمطين « مستويات لغوية أخرى تمتد - حسب آراء بعض الكتاب و النقاد- إلى القول بأن لكل عمل أدبي لغته الخاصة، أي لكل قصيدة لغة مستقلة عن لغة القصائد الأخرى و نفس القول ينطبق على القصة و الرواية و المسرحية.. »⁴.

وتعتبر اللغة الفنية جزءاً لا يتجزأ من الخطاب الإعلامي، ذلك أن « الأدب يحتوي على جانب إعلامي هام، و كذلك له توجهات إعلامية، و هذا التوجه جعل الأدب يغترف من لغة الإعلام السهلة و يستفيد منها و يطورها لتصبح لغة أدب »⁵، و الدليل على ذلك أن أغلب البرامج التي يستهلكها المتلقي من خلال وسائل الإعلام⁶ هي إما أفلام أو مسلسلات أو مسرحيات أو أغاني، وهي كلها تحمل رسائل إعلامية تحاول التأثير على سلوكه عن طريق طرق باب المشاعر و الأحاسيس سواء باستعمال اللغة الأدبية⁷ أو اللغة العامية الخاصة بأي مجتمع من

¹- وهو مظهر تجديدي سمح بكسر عمود الشعر و بالتصرف في الأوزان العروضية، و عدم الالتزام بوحدة التفعيلة، و كانت الموشحات أكبر مظهر تجلّت فيه نزعة التجديد هذه و ذلك منذ العصر العباسي.

²- ظهرت المقالة كنتيجة لاحتكاك الأدب العربي بالأدب الأوربي خاصة بعد انتشار الصحافة، و هي تتنوع بتنوع المواضيع التي تتناولها حيث نجد: المقالة السياسية، و المقالة الاجتماعية، و المقالة الأدبية، و المقالة النقدية، و المقالة العلمية، و لكل منها خصائص تميّز بها عن الأخرى.

³- عرف الأدب العربي فن الرسالة منذ عهود قديمة، كما استخدمها الرسول صلى الله عليه و سلم كوسيلة لنشر الدين الإسلامي و ذلك لمخاطبة ملوك العجم بهدف حثهم على الدخول في الإسلام، ثم زاد استخدامها في عهد الخلفاء الراشدين كوسيلة اتصال هامة على امتداد الرقعة الإسلامية.

⁴- أحمد حمدي، « لغة الأدب و لغة الإعلام »، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 06 و 07، ص ص: 161، 162.

⁵- المرجع نفسه، ص: 169.

⁶- سواء كانت وسائل إعلام سمعية كالرّاديو أو المسجّلات كالرّاديو كاست، أو سمعية بصرية كالتلفزيون أو مكتوبة مثل الكتب و الجرائد و المجلّات...إلخ.

⁷- مثل الأفلام الدينية أو الأغاني التي تعرض على وسائل الإعلام السمعية و السمعية البصرية باللغة العربية الفصحى.

المجتمعات، و يمكننا أن نجمل فيما يلي بعض الخصائص التي تختلف من خلالها لغة الأدب عن لغة الإعلام :

1- ينطلق واقع اللغة الإعلامية من كونها لغة نفعية براغماتية تهتم بمادّة اللغة وبالظروف الخارجية المحيطة بها، إذن الفروقات بين لغة الأدب و لغة الإعلام تتجلى عندما ننظر إلى اللغة الفنيّة حينما تجنح إلى الجماليات و إلى الإبداع، في حين أننا نرى بأن لغة الإعلام هي لغة جافة رغم أنّها لا تهمل الجانب الدلالي و الجانب البلاغي، ذلك لأنّ « الأدب يحتوي على عنصر إبداعي، بينما يكون الإعلام انعكاس لواقع اجتماعي، و يتبع ذلك أنّ الأدب لا يكون، بالضرورة، صورة عن الواقع الاجتماعي، في حين يكون الإعلام صورة لهذا الواقع حتّى من جانبه المزيف؛ و هكذا فالإعلام يتطلّب لغة تقريرية مباشرة، أمّا الأدب فيتطلّب لغة فنيّة، إيجائية »¹.

2- إنّ مرسل الرّسالة الإعلامية يختلف عن مرسل الرّسالة الأدبية، ذلك أنّ « مصدر الإعلام جماعي، حيث أنّه يصدر عن حزب أو حكومة أو أيّ مؤسسة أخرى تمتلك الهيئة الإعلامية الخاضعة لها و تسيّرها حسب مصالحها الخاصّة؛ و بالتالي فإنّها تكيف اللغة الإعلامية لهذا المصدر الجماعي، أمّا مصدر الأدب فهو فردي و ذاتي إلى حدّ بعيد، و قد يتعرّض كاتبه لضغط المؤسسة النّاشرة أو غيرها، ولكن ذلك لا يؤثّر بالتأكيد على صفاء لغة الكاتب الأولى »².

3- تلتقي لغة الإعلام مع لغة الأدب في أنّها تعبير لغوي و لكنّها تختلف في مستويات هذا التعبير؛ فإذا كان الأدب يميل إلى الإبداع في اللغة و تفجير قدراتها الإبداعية خدمة للغايات والأهداف المرسومة؛ فإنّ الإعلام يستأنس للمألوف من اللغة ويكرّسه؛ لأنّه يهدف إلى تقديم المعلومات دون مؤثّرات لغوية كثيرة و يهمله بالدّرجة الأولى أن تكون وسيلته التعبيرية لا تثير أيّة إشكاليات أو تأويلات تعتبر تشويشاً على الرّسالة الإعلامية³.

ج- الخطاب العلمي:

إنّ آية دراسة توصف بأنّها علمية يجب عليها أن تمرّ عبر الملاحظة و الفرضية والتّحريب ثمّ استخلاص النّتيجة، و من هنا نخلص إلى أنّ العلم هو « المعيار الخاضع للتّجربة و الدّقة و الملموس و الابتكار، وهذا يأتي بعد التّفكير و التروّي و المعرفة العلمية بذات الشّيء »⁴.

1- أحمد حمدي، « لغة الأدب و لغة الإعلام »، المجلّة الجزائرية للاتّصال، العدد: 06 و 07، ص: 169.

2- المرجع نفسه، ص: 169.

3- ينظر: المرجع نفسه، ص: 165، 166.

4- صالح بلعيد، اللغة العربية العلمية، ص: 38.

والخطاب العلمي هو الخطاب الذي يُعبّر عن نتائج هذا العلم في أيّ مجال من مجالاته المختلفة؛ إذ يجب عليه أن يحمل الخصائص و المواصفات العلمية التي تتمثل في دقة التعبيرات، واعتماد الوصف و الشرح و البرهنة، كما يعتمد على انتقاء و اختيار المصطلحات الخاصة بالخطاب العلمي و تركيبها وهو لغة المتخصصين¹.

بالإضافة إلى أنّه خطاب يستخدم الرّموز والإشارات وذلك في العديد من التخصصات الرياضيّة، و الفيزيائية، و الكيمائية...، كما يعتمد على الكتابة المختصرة مع الالتزام بأدنى حدّ ممكن من العلامات التي لا يفهمها إلاّ أهل الاختصاص.

وبهذا، يصبح أهمّ ما يميّز الإنشاء العلمي² « هو الموضوعية، أي تجريد الكلام من كلّ المزالق العاطفية، و الذاتيّة، و الخيالية، بحيث تكون التسمية ملتصقة بالمسمّى كما هو دون زيادة أو نقصان، و بحيث يدلّ الإشارات و الرّموز في اللّغة إلى أفعال أو حركات أو أمور أو دلالات محدّدة. و الاستناد إلى الأرقام و المعادلات و معطيات الرياضيات والمنطق في شرح المعطيات و تفسيرها³ ».

وبما أنّ الإعلام هو نشرٌ للمعلومات و الأخبار و الحقائق؛ فإنّ الخطاب الإعلامي لا يخلو من اللّغة العلمية التي توجّهها وسائل الإعلام نحو طبقات مختلفة من المجتمع سواء بمخاطبتها للطبقة المتعلّمة و المثقّفة من أجل إطلاعها على آخر المستجدّات و الاكتشافات العلمية، أو باستخدامها للّغة العلمية بهدف نشر التّعليم عبر وسائل الإعلام⁴، وذلك من خلال عرضها للحصص التّربوية والأشرطة العلمية⁵ والأفلام الوثائقية، وحتّى أفلام الخيال العلمي الموجهة نحو شريحة الأطفال

¹ - ينظر: صالح بلعيد، المرجع السابق، ص: 39.

² - بالإضافة إلى وجود الإنشاء الفلسفي الذي يختلف عن الإنشاء العلمي و الأدبي و الإعلامي، حيث يتّجه « إلى الخروج من نطاق المفردات و التراكيب الخاصّة التي تبغي الوصول إلى حقائق الأشياء و الأمور في منتهاها (...) كقول جوتفريد فيلهلم ليبنتز متحدثاً عن الإمكان و الضّرورة: « من الثّابت أنّ لكلّ حمل بمعنى الكلمة أساساً في طبيعة الأشياء، و حين لا يكون محمول القضية متضمناً صراحةً في الموضوع يجب أن يكون كامناً فيه، إذ أنّ طبيعة الجواهر الشّخصي أو الموجود التّام هي أن تكون فكرته تامّة بحيث تكفي لأن نفهم منها و نستنبط جميع محمولات الموضوع المضافة إلى هذه الفكرة » :ليبنتز: « مقال في ما بعد الطّبيعة » : الفقرة:13./ عن: جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، ص ص: 22، 23.

³ - المرجع نفسه، ص: 22.

⁴ - وهو ما يسمّى بالتّعليم عن بعد، أين تستخدم فيه وسائل متعدّدة كالرّاديو، و التّلفزيون، و الجريدة، و خاصّة شبكة الإنترنت.

⁵ - و هي ما يسمّى بالصّحافة العلمية.

والشباب، أو البرامج التعليمية والتثقيفية الخاصة بالطبقة الأمية والمتخلفة التي تشكل الغالبية في معظم دول العالم الثالث¹.

د- الخطاب الإعلامي:

إذا كان الخطاب الأدبي و العلمي و الفلسفي و حتى العامي يشكل جزءاً من اللغة الإعلامية؛ فإن اللغة الإعلامية ليست خطاباً علمياً و لا أدبياً و لا فلسفياً و « إن أفاد من فنون كل واحد و من أساليبه ليكون فناً و خصائص مميزة له »².

والحديث عن الخطاب الإعلامي هو نفسه الحديث عن الرسالة الإعلامية والتي تنطبق عليها خصائص هذا الخطاب، حيث أنها تشكل محور الدراسة الإعلامية.

إن الرسالة الإعلامية هي الهدف الذي يريد رجل الإعلام أو المرسل أن يبلغه من خلال إقامته للاتصال، و هي المضمون الذي تحمله وسائل الإعلام، و نجاحها مرهون « بمدى اعتماده على الحقائق و الأرقام و مسابرة لروح العصر، و الشكل الفني الملائم، و مناسبه لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم و حاجاتهم، و يتم نقد وسائل الإعلام و تقويمها إيجاباً و سلباً في ضوء توفر هذه الشروط و المعايير، التي إن تحققت تجعل تأثيرها في الناس أكبر، و تحوز على ثقتهم و تفاعلهم معها »³.

كما يمكن أن تكون هذه الرسالة عبارة عن مجموعة من الإشارات و الرموز الغير لغوية، أو عبارة عن صورة، أغنية أو حتى قصة، رواية أو مسرحية، و « التي يستمدّها المرسل من مخزن الإشارات و الرموز عنده، و يصوغها طبقاً لأصول و قواعد محدّدة لتوجّه إلى الملتقط »⁴.

ولكي تصل الرسالة الإعلامية بنجاح، يجب أن تكون « الإشارات و الرموز و الأصول القواعد التي يستند إليها المرسل معروفة تماماً لدى الملتقط، بحيث يسهل عليه استيعاب الرسالة و فهم دلالاتها الذهنية. بمعنى آخر، يجب أن تكون لدى الملتقط معرفة تامّة مسبقه بأصول و قواعد تركيب الرموز و الإشارات الواصلة حتى يسهل عليه، عند الالتقاط، جمعها في سياقها

1- حيث تشكل نسبة الأمية 60 % في الوطن العربي.

2- جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، ص: 23.

3- صالح ذياب هندي، أثر وسائل الإعلام على الطفل، ص: 20.

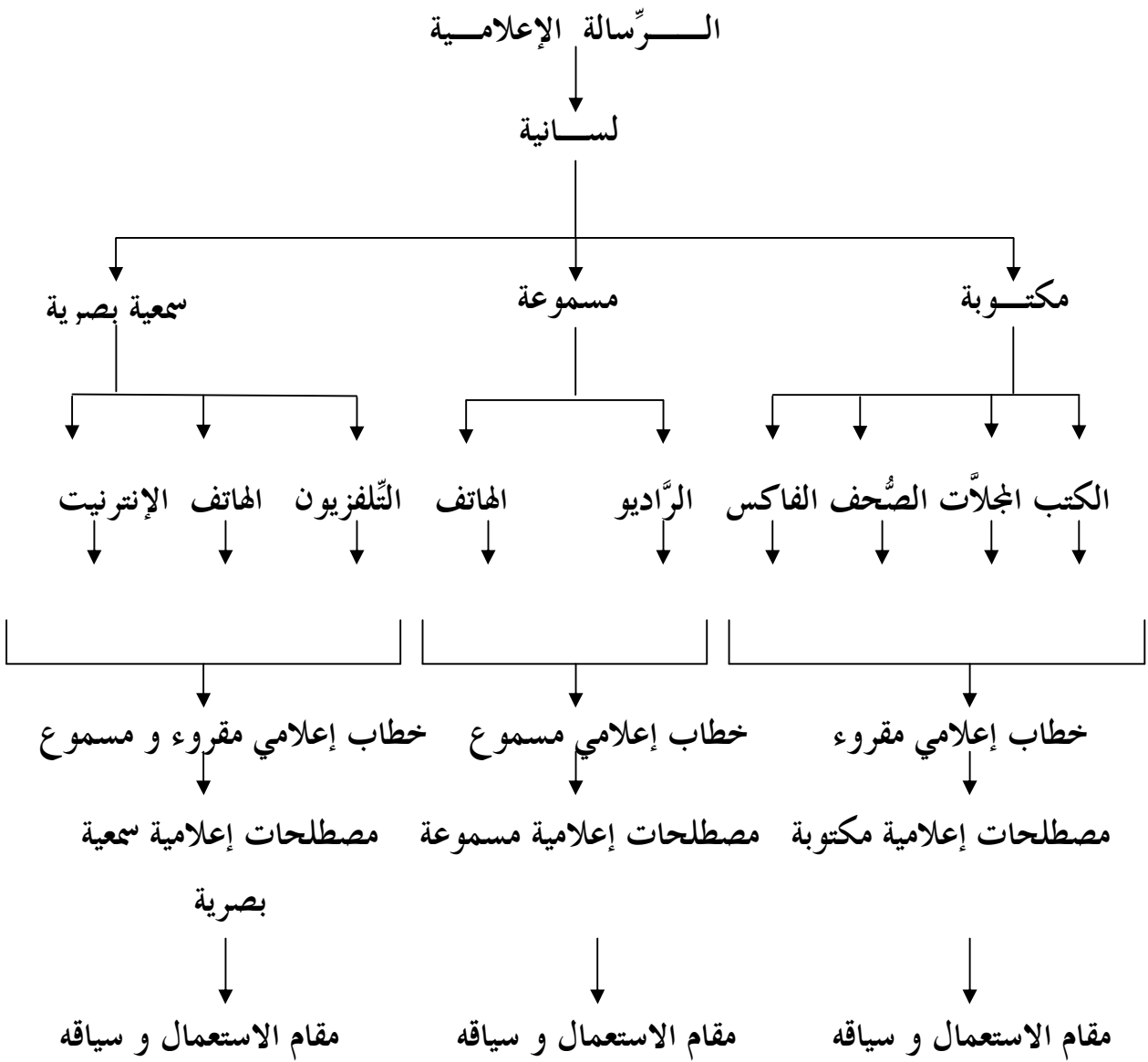
4- « Par priorité et significativement, un message est technique. », Paul Meadow :

/Culture, Vol : v111, p : 104 / عن: جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، ص: 14.

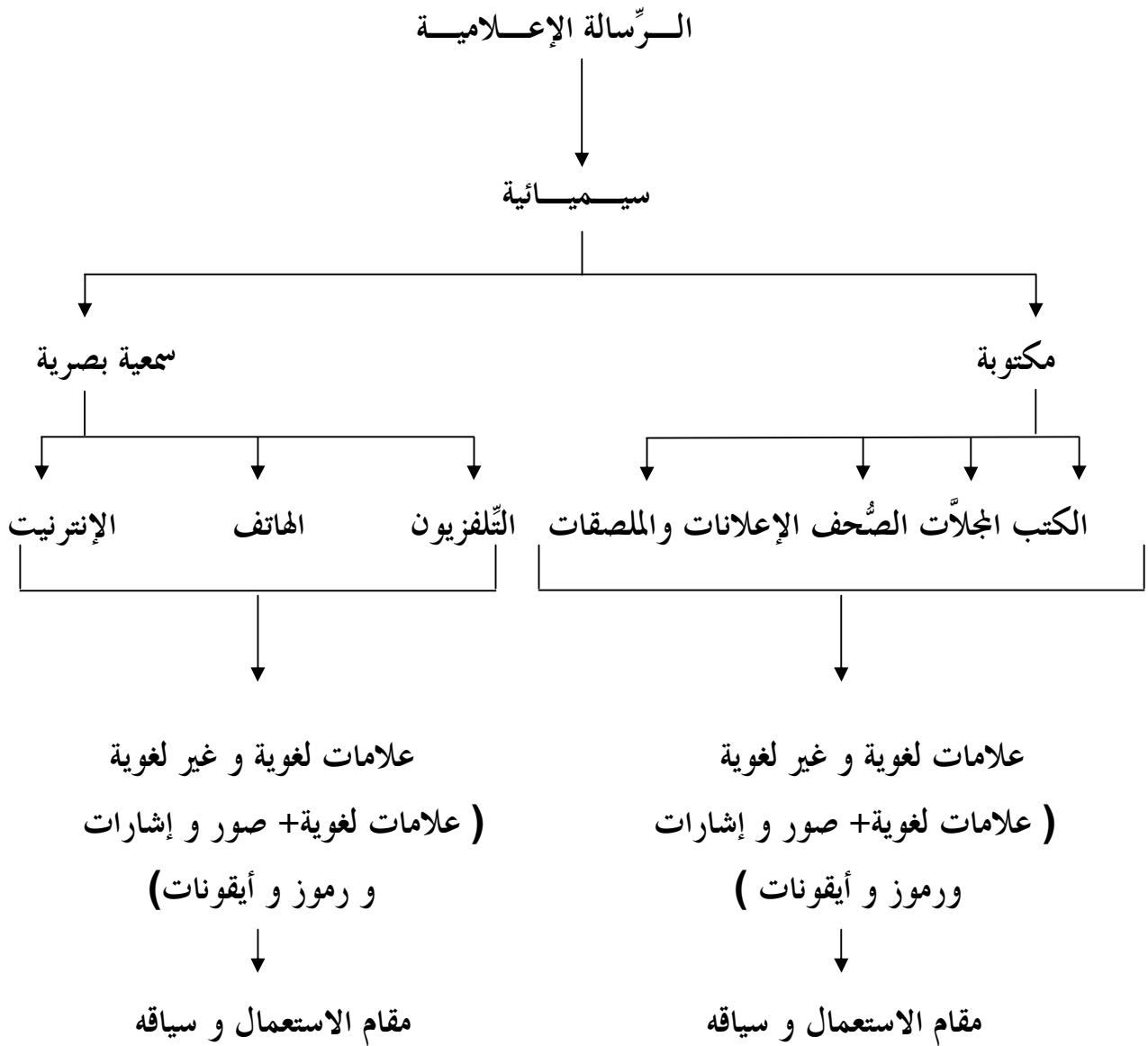
السليم، و تركيب مجموعاتها في أشكال متناسبة مع مقاصد المرسل الأكيدة، ومن ثم إدراك دلالاتها أو مضامينها انطلاقاً من هذه الأشكال ¹.

ويجب التفريق بين الرسالة الإعلامية اللغوية و الرسالة الإعلامية غير اللغوية، مع الإشارة إلى أن معظم الرسائل الإعلامية، و خاصة في وسائل الإعلام السمعية البصرية، تكون مدعومة بالصُّور و الإشارات و الرموز.. إلخ، وفي بعض الأحيان تكون الصُّورة لوحدها في وسائل الإعلام أبلغ من أي رسالة لغوية تعبر عنها، إلا أن هذا الجانب السيميائي من الرسالة الإعلامية ليس محور بحثنا؛ بل ما يهمننا هو الرسالة اللغوية فقط.

ويمكننا تمثيل ما قلناه في المخططين التاليين:



¹ - جان جبران كرم، المرجع السابق، ص: 14.



وإذا كانت اللُّغة بطبيعتها ظاهرة اجتماعية؛ فإنّها تضيفي على الرّسالة الإعلامية أبعاداً نفسية، واجتماعية، وثقافية باعتبارها « العروة الوثقى التي جعلت الاتّصال عملية اجتماعية، وهي التي تحدّد الكيان الاجتماعي للاتّصال الإعلامي أو اضطرابه في مواجهة المعايير التي يفرضها المجتمع في المظهر و السلوك »¹.

وقد وصفت لغة الصّحافة و الإعلام بأنّها لغة الفن الصّحفي و الإعلامي، و ذلك ليس لأنّها تهدف إلى مناشدة حاسة الجمال لدى الجمهور مثلما تفعل لغة التّعبير الأدبي؛ وإنّما لأنّها « تقوم

¹ - جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، ص: 263.

على الوظيفة الهادفة و الوضوح و الإشراق، و تكاد تكون فناً تطبيقياً قائماً بذاته - فالفنُّ الصُّحفي والإعلامي تعبير اجتماعي شامل و لغته ظاهرة مركبة خاضعة لكلِّ مظاهر التَّشاطر الثقافي من علم و فن و موسيقى و فنُّ تشكيلي... إلخ، هذا إلى جانب السِّياسة و التَّجارة و الاقتصاد و الموضوعات العامَّة، و من ذلك يبين أنَّ الفنَّ الصحفي و الإعلامي بوجهٍ عام فنُّ تطبيقي يهدف إلى الاتِّصال بالنَّاس و نقل المعاني و الأفكار إليهم فهو أداة وظيفية و ليس فناً جمالياً لذاته ¹.

ولا يعني هذا أنَّ لغة الفنَّ الصُّحفي تميل إلى الغموض و الصُّعوبة؛ بل بالعكس من ذلك؛ فهي تعتبر كياناً خاصاً « متميِّز الملامح و السِّمات، مستقلاً عن اللُّغة بمستوياتها التَّدوقي الفنِّي الجمالي، و العلمي النَّظري التَّجريدي، ذلك أنَّ اللُّغة الإعلامية لا تهدف إلى مناقشة حاسة الجمال لدى القراء؛ بل على العكس من ذلك تتضمن اتِّصلاً ناجحاً أساسه الوضوح و السُّهولة ².

1- سمات اللُّغة الإعلامية:

إذا كانت اللُّغة الإعلامية تختلف عن باقي الفنون القولية الخاصَّة باللُّغة الأدبية أو الفلسفية أو العلمية؛ فإنَّها لغة تشترك مع جميع هذه الخطابات في كونها لا تخرج عن قواعد اللُّغة ولا عن نظامها . ولكنَّها تتميِّز بسمات خاصَّة تتمثَّل في خصائص أسلوبها كالبساطة والإيجاز والوضوح والنَّفاد المباشر، والتَّأكيد، والأصالة، والجلال، والاختصار، والصِّحَّة ³.

إنَّ قوَّة التَّأثير في الرِّسالة الإعلامية تكمن في قوَّة المفردات الَّتِي تستخدمها هذه اللُّغة؛ فهي تميل إلى الاستغناء عن العناصر اللُّغوية الَّتِي لا تحقِّق قيمة و منفعة بخصوص المعنى، و ذلك مثل أداة التَّعريف الَّتِي لا لزوم لها ⁴ في بعض الأحوال اللُّغوية؛ فعبارة: شَبَّت النَّار في القرية مثلاً ، تصبح أقوى في لغة الإعلام حين تكون: شَبَّت نارٌ في القرية.

كما تستغني اللُّغة الإعلامية عن الأفعال الَّتِي لا قيمة لها مثل: قام بإعداد بحث.. بحيث تكون أقوى في لغة الإعلام حين نقول: أعدَّ بحثاً.

وعن الصِّفات و ظروف الزَّمان و المكان و أحرف الإضافة مثل: دمَّرت السِّيارتان تدميراً، و تقول لغة الإعلام: دمَّرت السِّيارتان ، و من هنا تؤثِّر اللُّغة الإعلامية كأن تقول: عمارة من ثمانية

¹ - عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللُّغوي، ص: 120.

² - عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام ، ص: 263.

³ - ينظر: جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، ص: 234.

⁴ - " أمَّا أدوات التَّعريف اللَّازمة فلا تستغني عنها اللُّغة الإعلامية بحالٍ من الأحوال" : عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، ص: 234.

عشر طابقاً.. بدلاً من عمارة عالية من ثمانية عشر طابقاً. وكان من الذين غادروا القطار.. بدلاً من : كان بين الذين غادروا القطار.. إلخ.

كما تجنب هذه اللغة إلى الاستغناء عن أحرف ربط الكلمات؛ فهي تؤثر عند القول: قال في حديثه.. بدلاً من : و قد قال في حديثه...¹.

2- اللغة الإعلامية و علم الدلالة:

لقد استفاد المنهج الإعلامي من الدراسات التي أجريت في الحقل اللساني، خصوصاً تلك الخاصة بعلم الدلالة، حيث « أثرت هذه الدراسة و اتجهت في اتجاهات عدّة لبحث الدلالة الصوتية والدلالة الصرفية و الدلالة النحوية، والدلالة القاموسية، و لعلّ علم الدلالة هو أقرب الفروع اللغوية اتصالاً بمناهج البحث الإعلامي، حيث يفيد في كيفية إرسال الرسائل إلى الجمهور بوسائل الإعلام المختلفة، بحيث تنتقل المعاني كاملةً و دقيقة. كما يفيد هذا العلم في دراسة اللغة الإعلامية كقوةٍ فاعلةٍ تستعمل للتّنوير، و يساعد الإعلاميين كذلك على فهم قدرة اللغة على الخداع و التّضليل و ليأمنوا شرّها و يجنّبوا النَّاسَ خطر الزَّلَل و الانزلاق »².

وتكمن خطورة الرسائل الإعلامية في الألفاظ الموظّفة فيها، و المعاني التي تؤدّيها عند وصولها إلى أذهان المتلقّين؛ فقد « أثبت علماء الدلالة أنّ الألفاظ تؤثر على الجهاز العصبي للإنسان، كما أنّ اختيار الألفاظ هو الذي يساعد على التحكّم في اتجاهات النَّاس و تصرفاتهم. ولما كان خبراء الإعلام يهدفون إلى تعديل الاتجاهات و تكوين الآراء لكسب التأييد و تعبئة الشّعور عن طريق العي و التّنوير ممّا يؤدّي إلى تصرفات اجتماعية سليمة؛ فإنّ نتائج علم الدلالة من أهمّ البحوث التي يفيد منها هؤلاء الخبراء »³.

3-3- قناة الاتصال:

وهي الأداة أو الوسيلة التي تمرّ عبرها المرسلات الإعلامية، حيث أنّها تعتبر « المادّة أو الشّكل أو الوسيلة الحسيّة التي تؤمّن نقل المرسلات من المرسل إلى الملتقط: التّموجات الصوتية في المحادثة أو عبر الأثير في البث الإذاعي، موجات الصّورة عبر الفضاء في البث التّلفزيوني، خطوط الهاتف إلخ... »⁴.

¹- ينظر: عبد العزيز شرف، المرجع السابق، ص: 234.

²- عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللّغوي، ص ص: 87، 88.

³- المرجع نفسه، ص: 88.

⁴- جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، ص: 14.

وتأتي أهمية قنوات الاتصال من ارتباطها الوثيق بوسائل الإعلام الجماهيرية نظراً للأهمية التي تكتسبها هذه الأخيرة في مجال الاتصال الإعلامي، حيث أنه بدونها لا يمكن لوسائل الإعلام القيام بعملها و تحقيق دورها المتمثل في توصيل المعلومات و الأخبار إلى عدد كبير من الجماهير المنتشرة في مناطق جغرافية واسعة.

وإذا كان الإعلام هو بثٌ ونشرٌ مختلف الرسائل الإعلامية من أخبار وحقائق ومعلومات و مستجدات بهدف التأثير على الجمهور و استمالاته؛ فإنه يمكننا القول بأن هذه الرسائل كلها ما كانت لتصل إلى الملايين من الناس لولا وجود وسائل الإعلام متوفرة على تكنولوجيات عالية التطور تستخدم في إيصال الرسائل بسرعة و وضوح ودون تشويش؛ فلا وجود إذن لإعلام من دون وجود وسائل إعلام تختلف من حيث الحجم و القوة و التطور.

3-3-1 - وسائل الإعلام: Les Mass Médias:

لم تكن وسائل الإعلام غائبة يوماً عن حياة الأفراد والجماعات داخل وبين المجتمعات البشرية المختلفة حتى البدائية منها؛ فلم يكن الاتصال ليتحقق لولا وجود وسائل متعددة تعمل على تحقيقه.

وقد شهد التطور الإنساني - خصوصاً بعد الثورة الصناعية - تطوراً هائلاً في مجال الاتصال وتبادل المعلومات، حيث تمكن الإنسان من اختصار بعدا الزمان والمكان وجعل العالم كله ينصهر في قرية واحدة¹ السيد فيها هو الذي يملك ويسيطر على وسائل الإعلام المختلفة؛ وعليه « فإن التطور التكنولوجي ولد صناعة ضخمة و مزدهرة و التي تتجسد عبر وسائل الإعلام: الصحف، الراديو، التلفزيون، الإعلان، السينما، هذه الأخيرة هي الوسائل التي بواسطتها تكتمل عملية الاتصال² ».

فبعد أن كانت الرسائل ترسل عن طريق الحمام الزاجل أو بواسطة الرُّسل الذين يستغرقون أياماً و أسابيع لإيصالها؛ أصبح الإنسان اليوم يرسل ملايين الرسائل التي تصل في اللحظة نفسها إلى جمهور واسع و متباين الاتجاهات.

¹ - وهي ما يسمّى بالعولمة (La mondialisation) « ففي المقالات التي نشرها الدكتور محمد عابد الجابري مؤخراً عن العولمة نقرأ عبارات من النوع التالي : العولمة تشمل « مجال المال و التسويق و المبادلات و الاتصال... » ، « العولمة من إفرازات الثورة المعلوماتية و ما يرافقها من تطور في مجال الاتصال و الإعلام » «/ صادق جلال العظم، ما هي العولمة » ، الثقافة العربية و ثقافات العالم : حوار الأنداد، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، إدارة برامج الثقافة والاتصال، تونس: 1999، ص ص: 39، 40.

² - Judith Lazar, La science de la communication, Éditions Dahlab, Collection que sais-je ?, Alger : 1993, p : 65.

وبهذا المفهوم، أصبح العالم كله لا يستطيع أن يتدارك أنفاسه أمام هذا الحصار الإعلامي الكبير الذي نجم عن إمبراطورية وسائل الإعلام، حيث يقول فيليب بروتون¹ (Philippe Breton): « إن ظاهرة غريبة تحدث الآن أمام أعيننا وهي الانتقال و الامتصاص لأهمّ النشاطات الإنسانية داخل عالم وسائل الإعلام »².

ويقابل مصطلح وسائل الإعلام باللغة العربية مصطلح: " Mass Média " باللغة الأجنبية، كما « تكتب أحياناً « Masses Média »³، و ذلك بإضافة الحرفين (es)، حيث أن هذا المصطلح هو استعمال انجليزي في مقابل: " Moyens de communication de masse " باللغة الفرنسية و التي تعني " وسائل الاتصال الجماهيرية " باللغة العربية، إلا أن مصطلح " Mass Média " هو الأكثر تداولاً في اللغة الفرنسية، و يحمل نفس الدلالة التي يحملها مصطلح " Moyens de communication de masse " ⁴.

ويرى ر. غاليسون (R. Galisson) و د. كوست (D. Coste) بأن وسائل الاتصال تتميز عن الوسائل الأخرى⁵ بـ:

« - القدرة، القوّة و التنوع في طرق النقل المستخدمة (صحافة، إعلان، راديو، تلفزيون، سينما) ؛

- المميّزات التي يمكن أن تعطىها هذه الطّرق الخاصّة بالنّقل للمرسلات؛

- خصوصية العلاقات بين مرسل و متلق (هذا الأخير المؤلّف من جمهور قابل

للاتّساع، غير معروف، غير متجانس، و بعيد تقريباً عن مصدر الإرسال، و الذي ليس له إمكانية العمل على العودة الفورية نحو المرسل) «⁶.

¹ - ولد فيليب بروتون (Philippe Breton) سنة 1951، وهو باحث في (مخبر سوسولوجيا الثقافة الأوروبية بستراسبورغ) (Laboratoire de sociologie de la culture européenne à Strasbourg) ، يدرّس في جامعة Paris 1 السوربون (Sorbonne)، وهو كذلك كاتب لمجموعة من الإصدارات و هي : تاريخ الإعلام، الانفجار الاتّصالي (بالتعاون مع سارج بركس (Serge Proulx))، و الأسرة الإعلامية، و في صورة الإنسان: Philippe Breton, L'utopie de la communication, (le mythe du village planétaire), Éditions Casbah, Alger : 2000, p :137,(La couverture).

² - Ibidem, p : 330.

³ - R. Galisson et D. Coste et autres, Dictionnaire de didactique des langues, Librairie Hachette, 1979, p : 330.

⁴ - Voir : Ibidem, p : 330.

⁵ - و لعلّ المقصود بها هو تلك الوسائل التقليدية التي كانت تستخدم قبل قيام الثورة الصناعيّة و التقدّم التكنولوجي الهائل الذي وصل إليه الإنسان اليوم.

⁶ - R. Galisson et D. Coste, Dictionnaire de didactique des langues, p : 330.

ومن خلال هذه المميزات يتمكّن كلٌّ من ر. غاليسون (R. Galisson) و د. كوست (D. Coste) من إعطاء تعريف لها بقولهما:

« وسائل الإعلام إذن هي « وسائل نشر أو إعلام » قوِّية (قادرة بوجهٍ خاص على التأثير في جماهير متعدّدة ومنتشرة) زيادةً على كونها وسائل اتّصال حقيقية »¹.
وفي تعريف آخر، نجد أنّ وسائل الإعلام هي « الطُّرق التي يمكن بها إيصال فكرة أو رأي إلى عدد كبير من الأفراد المستقبلين و المنتشرين في أماكن بعيدة و متفرّقة كالصحف، و الإذاعة، و التّلفزيون، و السيّما »².

كما اصطلح كذلك على أنّها « مجموعة المواد الأدبية، و العلميّة، و الفنيّة المؤدّية للاتّصال الجماعي بالنّاس بشكلٍ مباشر أو غير مباشر من خلال الأدوات التي تنقلها أو تعبّر عنها مثل الصّحافة، و الإذاعة، و التّلفزيون، و وكالات الأنباء، و المعارض، و المؤتمرات، و الزيّارات الرّسمية وغير الرّسمية »³.

3-2-3- أنواع وسائل الإعلام: و تنقسم إلى أربعة أنواع:

أ- وسائل إعلام سمعية: Mass Média Auditifs:

وهي النّوع الذي يمكن للمتلقّي من خلاله إدراك المعلومة عن طريق حاسّة السّمع؛ فهي إذن: « الوسائل التي تعتمد على سمع الإنسان مثل الرّاديو وأشرطة التّسجيل ووكالات الأنباء »⁴، أضف إلى ذلك الهاتف الثّابت و الهواتف النّقالة.

ب- وسائل إعلام سمعية بصرية: Mass Média Audio-visuels:

وتتمثّل في الوسائل التي يتمُّ من خلالها إدراك و تلقّي المعلومة بالاعتماد على حاسّتي السّمع والبصر في آنٍ واحد، مثل السيّما و التّلفزيون و الفيديو⁵، بالإضافة إلى شبكة الإنترنت و الهواتف النّقالة ذات الصّورة و الصّوت.

ج- وسائل إعلام مقروءة: Mass Média Lisibles:

وهي وسائل إعلام بصرية: Visuel تعتمد على حاسّة البصر، كما تعتمد كذلك على

¹- R. Galisson et D. Coste, Ibidem, p : 330.

²- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، ص: 18.

³- صالح ذياب هندي، أثر وسائل الإعلام على الطّفل، ص: 18.

⁴- المرجع نفسه، ص: 23.

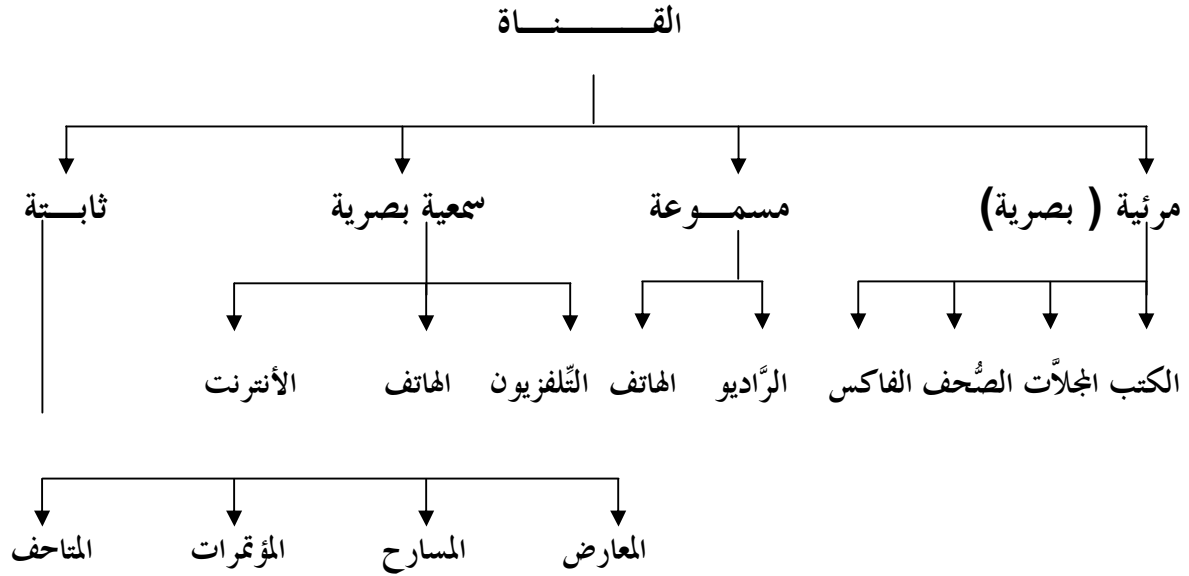
⁵- ينظر: المرجع نفسه، ص: 23.

الكلمة المكتوبة مثل الصحف، و المجلات، و النشرات، و الملصقات¹.

د- وسائل إعلام ثابتة: Mass Média Immobiles

وهي « الوسائل التي يتوجه الناس إليها للاطلاع عليها مثل المعارض و المسارح والمؤتمرات و المتاحف »².

و يمكننا تمثيلها في المخطط التالي:



3-3-3- خصائص وسائل الإعلام:

تتميز وسائل الإعلام بمجموعة من الخصائص منها ما يلي :

1- غالباً ما تكون وسائل الإعلام ذات اتجاه واحد؛ فقلماً يكون هناك طريق سهل أو سريع للقارئ أو المشاهد أو المستمع حتى يردّ أو يسأل عما يدور في ذهنه من أسئلة، أو يتلقى إيضاحات إن هو احتاج إليها³، وفي هذه الحالة، يتحوّل الإعلام إلى عملية اتصالية ثم إلى عملية تواصلية؛ فبالنسبة للمتلقّي (المشاهد أو المستمع أو القارئ) الذي حظي بفرصة طرح السؤال على المرسل أو الاستفسار منه عن قضية معيّنة عن طريق إحدى وسائل الإعلام (راديو، تلفزيون، جريدة، مجلة أو هاتف) ؛ فهذه العملية هي عملية اتصال، نظراً لكون المتلقّي يقيم اتصلاً مع

¹- ينظر: صالح ذياب هندي، المرجع السابق، ص: 23.

²- المرجع نفسه، ص: 23.

³- المرجع نفسه، ص: 21.

المرسل عن طريق الهاتف بالراديو أو التلفزيون، أو عن طريق إرساله لرسالة خطية أو بالبريد الإلكتروني موجهة إلى صحيفة معينة أو مجلة.

ومن جهة أخرى؛ فهي عملية تواصلية نظراً لوجود سؤالٍ و جوابٍ أي تبادلٍ مباشرٍ للمرسلات بين المرسل و المتلقي.

إلا أنه يجب التفريق بين العملية التواصلية التي تحدث بين المتلقي و بين الشخص القائم على الإعلام (أو رجل الإعلام) لطرح السؤال أو للاستفسار عن أمرٍ ما، و بين وصولها إلى الجمهور (المشاهد أو المستمع أو القارئ) عن طريق وسائل الإعلام كعملية إعلامية محضة؛ فهذه العملية التواصلية هي عملية إعلامية بالنسبة للجمهور.

2- تتضمن وسائل الإعلام قسطاً كبيراً من الاختيار؛ فوسيلة الإعلام تختار الجمهور الذي تخاطبه و ترغب في الوصول إليه¹؛ فهناك برامج خاصة بالأطفال و أخرى بالمرأة، إلى جانب البرامج السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية التي تستهدف جمهوراً خاصاً بها.

3- تتوجه وسائل الإعلام في سعيها لاجتذاب أكبر عدد من الناس، باستثناء ما يوجهه إلى قطاعاتٍ محدودة من الناس كالمعوقين و غيرهم².

3-4- جمهور الخطاب الإعلامي:

ينبغي العمل الإعلامي في أساسه على وجود ما يسمّى بالمتلقي؛ فلولا وجوده لما استطاعت أية عملية إعلامية من إنجاز مهمتها و لما وجدت أية رسالة إعلامية وجهتها الأخيرة.

ويظهر من خلال اتجاه العملية الإعلامية، و الذي يُظهر بأنها عبارة عن إقامة اتصالٍ أحادي الاتجاه يكون دور المرسل فيه دوراً إيجابياً، بينما يكون موقف التلقي فيه موقفاً سلبياً باعتبار الطرف الذي تقع عليه أفعال الكلام من طرف المرسل. و مع ذلك فإن المتلقي في الإعلام هو الهدف الذي أقيم من أجله الاتصال بغرض إقناعه و التأثير فيه؛ وبالتالي فإن المتلقي مُتضمنٌ في الرسالة الإعلامية؛ و عليه فإن أهمية المتلقي تكمن في كونه مشاركاً في العملية الإعلامية و ليس عنصراً سلبياً.

وإذا كان المرسل هو من يقوم بعملية الترميز (**L'encodage**)؛ فإن دور المتلقي هو فكُّ هذه الرموز و فهمها ثم تأويلها في محاولة منه للوصول إلى غرض المرسل من إقامته للاتصال.

¹- ينظر: صالح ذياب هندي، المرجع السابق، ص: 21.

²- ينظر: المرجع نفسه، ص: 21.

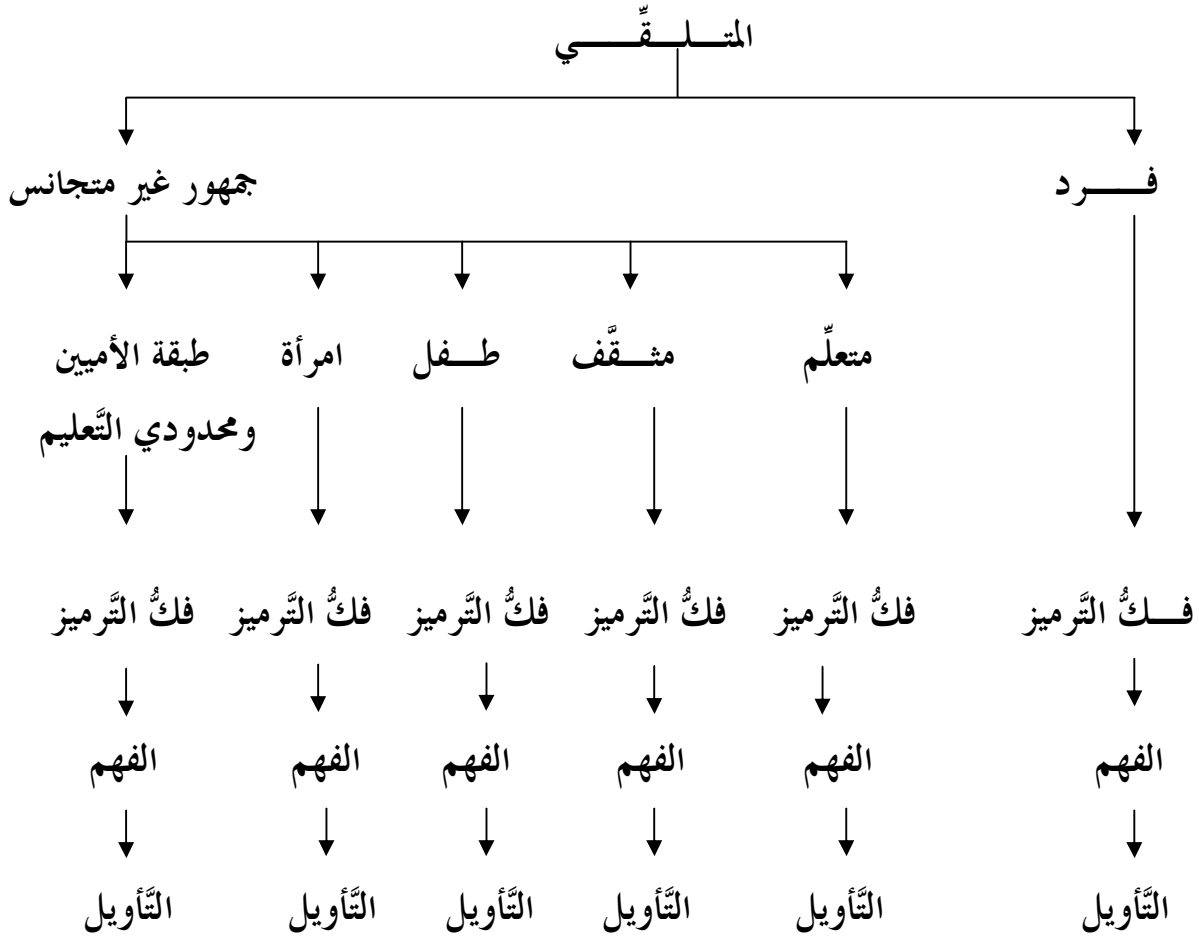
والألفاظ المستعملة في الرسالة الإعلامية هي وسيلة المتلقي للقيام بعملية التأويل، وذلك من خلال الدلالة أو المعنى الذي يحمله كلُّ لفظٍ داخل السِّياق الذي ورد فيه؛ وبالتالي فإنَّ « الأساليب البلاغية العربية تجعل المخاطب أو المتلقي يسهم في إنتاج المعنى المقصود بواسطة عملية استدلالية، ينتقل فيها من خلال اللفظ و معناه المتعارف عليه إلى المعنى الذي يقصده المتكلم. إنَّ اللفظ هنا لا يُعطي المعنى؛ بل هو دليل عليه. وهذا لا يقلل من شأنه كما يُتوهَّم؛ بل العكس؛ فالألفاظ هنا ليست أداة اتصال فحسب، ليست مطيئة أو وعاء للأفكار و حسب؛ بل إنَّها أمانة عليها و دليل إليها »¹.

إنَّ التأويل يولد مع ميلاد الرسالة الإعلامية مكتوبة كانت أو منطوقة، و لكن السؤال الذي يطرح هو: هل يتفق جمهور المتلقين على نفس التفسير² و التأويل للرسالة الإعلامية الواحدة، أم أنَّ التأويل لدى المتلقي يختلف و يتعدَّد حسب ثقافة و مستوى و أيديولوجية هذا المتلقي؟ إنَّ آية مؤسسة إعلامية تُدرك بأنَّ جمهورها المستهدف عبارة عن أفراد من طبقات و مستويات مختلفة تختلف نسبتها داخل المجتمع الواحد، حيث نجد فيه النخبة المتعلمة و المثقفة، بالإضافة إلى عامَّة المجتمع الذي تمثله كلُّ من الطبقة المحدودة التعليم و طبقة الأميين، مع الإشارة إلى المستوى الاجتماعي لجمهور المتلقين على اختلافه، ولعلَّ هذا هو السبب الذي يجعل اللغة الإعلامية تتنوع بين عامية و فصيحة و لغات أجنبية و ذلك لوصول تأثيرها إلى جميع هذه الطبقات و المستويات.

ويمكننا تلخيص عملية التلقي في المخطط التالي:

¹ - محمد المبارك، استقبال النص عند العرب، المؤسسة العربية للدراسات و النشر، ط: 01، 1999، ص: 212.

² - " و قد شهدنا في الفكر الغربي الحديث من يضع التفسير أحد مراحل التأويل و كأنهما مرحلتان متعاقبتان كما فعل ابن الأثير في السابق": المرجع نفسه، ص: 223.



3-5-5- السّياق:

يعدُّ السّياق من أهمّ العناصر المحيطة بإنتاج الكلام، ذلك أنّه يشكّل العامل الرّئيس الذي تتحقّق من خلاله دلالة الخطاب، والذي تتمُّ من خلاله كذلك معرفة دلالة المصطلحات، والغرض من توظيفها في الخطاب، كما يتوقّف عليه أيضاً نجاح أيّ تواصل. ونظراً لهذه الأهميّة الّتي يكتسيها السّياق؛ فقد تمّ تدارسه من خلال وجهات نظر متعدّدة سواءً في الثّراث اللّغوي العربي، أو في الدّرس اللّغوي الحديث.

3-5-1- السّياق في الثّراث اللّغوي العربي:

لقد تعدّد الاهتمام بالسّياق في الثّراث اللّغوي العربي، وذلك عند كلّ من اللّغويين والبلاغيين والأصوليين، حيث أطلق لفظ السّياق، وقصد به السّياق اللّغوي، « وكان أوّل من

استخدمه بهذا المعنى الشافعي، حيث عقد باباً في الرسالة أسماه " باب الصنف بين سياقه معناه " 1 « 2 .

كما استعمل الأحناف - خاصة - لفظ السوق بدلاً من لفظ السياق، حيث دخل هذا اللفظ « في أحد أقسام اللفظ من حيث الوضوح هو النص الذي يعرفه السرخسي (490) بأنه « ما يزداد وضوحاً بقرينة تقترب باللفظ من المتكلم ليس في اللفظ ما يوجب ذلك ظاهراً بدون تلك القرينة « 3 « 4 .

أمّا الشاطبي (790)؛ فقد استعمل لفظ (المساق)، ويعني به السياق بنوعيه: سياق النص، و سياق الموقف⁵، حيث يقول: « المساقات تختلف باختلاف الأحوال والأوقات والنوازل، وهذا معلوم في علم المعاني والبيان، والذي يكون على بال من المستمع والمتفهم الالتفات إلى أول الكلام وآخره بحسب القضية، وما اقتضاء الحال فيها، لا ينظر في أولها دون آخرها، ولا في آخرها دون أولها... ولا محيص للمتفهم عن ردّ آخر الكلام على أوله، وأوله على آخره، وإذ ذاك يحصل مقصود الشارع في فهم المكلف « 6 .

ويمكن تلخيص الدراسات التي وردت في التراث اللغوي العربي حول السياق فيما يلي:
أولاً: اعتبار أن السياق هو الغرض، أي مقصود المتكلم من إيراد الكلام، وهو واحد من المفاهيم التي عبر بلفظ السياق (السوق) عنها، وكان استعمالها بهذا منضبطاً عند الأصوليين، حتى حرر السجلماسي مفهوم السياق نصاً فيما نقلناه عنه.
ثانياً: أن السياق هو الظروف والمواقف والأحداث التي ورد فيها النص أو نزل أو قيل بشأنها، وأوضح ما عبر به عن هذا المفهوم لفظاً الحال والمقام.

1- الشافعي، الرسالة، تح: أحمد محمد شاكر، القاهرة، دار التراث، ط: 02، 1399هـ/ عن: ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السياق، ص: 62.

2- المرجع نفسه، ص: 42.

3- السرخسي، أصول السرخسي، تح: أبو الوفاء الأفغاني، بيروت، دار المعرفة، 1973، ج: 01، ص: 164/ عن: ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطلحي، المرجع السابق، ص: 43.

4- المرجع نفسه، ص: 43.

5- ينظر: المرجع نفسه، ص: 47.

6- الشاطبي (أبو إسحاق)، الموافقات في أصول الشريعة، تح: الشيخ عبد الله دراز، دار المعرفة، بيروت- لبنان، ج: 03، ص: 413، 414/ عن: المرجع نفسه، ص: 47.

ثالثاً: أن السياق هو ما يعرف الآن بالسياق اللغوي الذي يمثله الكلام في موضع النظر أو التحليل، ويشمل ما يسبق أو يلحق به من كلام يمكن أن يضيء دلالة القدر منه (موضع التحليل) أو يجعل منها وجهاً استدلالياً¹.

3-5-2- السياق في علم اللغة الحديث:

لقد أخذ السياق حيزاً كبيراً من الاهتمام في الدرس اللغوي الحديث، وذلك انطلاقاً من اهتمام الكثير من اللسانيين المحدثين بقضية المعنى، وبكيفية استعمال الكلمة في اللغة، وبالعلاقاتها بالوحدات اللغوية الأخرى، بالإضافة إلى تركيزهم على الوظيفة الاجتماعية للغة، ويمكن أن نجمل هذه الدراسات في اتجاهين اثنين هما: 1- الاتجاه البنيوي ممثلاً فيما يعرف بالنظرية السياقية، وزعيمها هو اللغوي الإنجليزي ج.ر. فيرث² (J.R. Firth)، حيث اهتم أصحاب هذه النظرية بالكلمة وبالذور الذي تؤديه في اللغة.

وبالرغم مما عُرف عن الدراسات اللسانية البنيوية التي تجعل كل ما له علاقة بالواقع الخارج عن المدى اللغوي خارج نطاق اهتمامها، إلا أن «أهم ما يمكن ملاحظته في هذا الكلام أن الأساس المنهجي للنظرية السياقية يقوم على مواقف صورية صارمة في تطبيقها لمبادئ التحليل البنيوي رغم أنها تلجأ إلى مفهوم ينتمي إلى الواقع الخارج عن المدى اللغوي؛ إذ إن غرض النظرية السياقية من استدعاء السياق في النهاية هو الاستعانة بمعطيات غير لغوية ملموسة تساعد على تصنيف الوحدات اللغوية وتحليل دلالتها بكيفية نموذجية»³.

2- الاتجاه التداولي الذي يدرس اللغة من حيث هي خطاب منجز، وعليه، فإن السياق يشكل أهم المفاهيم⁴ التي تركز عليها دراساتهم⁵.

¹ - ينظر: بن ردة بن ضيف الله الطلحي، المرجع السابق، ص: 50، 51.

² - لغوي وباحث صوتي انجليزي، توفي سنة 1960، من أهم أعماله: (1949) Sounds and prosodies (أصوات وظواهر نغمية)، و (1957) Papers in linguistics (مقالات في اللسانيات)، و (1964) men and speech (أسئلة الناس والكلام): عن الطيب دبه، مبادئ اللسانيات البنيوية - دراسة تحليلية إبستمولوجية، دار القصب للنشر، الجزائر، 2001م، ص: 135.

³ - المرجع نفسه، ص: 204.

⁴ - ينظر: الفصل الأول، ص: 42 وما بعدها.

⁵ - «لعل سائلاً يسأل فيقول: ما الفرق، إذن، بين اللسانيات التداولية والنظرية السياقية ما دام كلاهما يوظف مفهومي السياق والمقام ويعتمد عليهما في دراسة اللغة؟ لكي نجي على هذا السؤال لابد من مناقشة مضمونه من منطلق إبستمولوجي يدفعنا إلى النظر في الأسس المنهجية التي تقوم عليها دراسة ظاهرة اللغة في كل من هذين الاتجاهين.

أما التداوليون؛ فقد كان غرضهم هو دراسة اللغة من حيث هي إنجاز فعلي يرتبط بسياق المقام في زمان معين محسوس ومكان معين محسوس، أي أنهم لا يستهدفون دراسة اللغة من حيث هي لغة فحسب؛ بل يستهدفون ضبط القوانين المنظمة

وقد تمّ إطلاق لفظ السّياق (**Contexte**) على مفهومين اثنين:

أولهما هو: السّياق اللّغوي¹: (**Contexte linguistique/ C. verbale**):

إنّ السّياق اللّغوي هو الذي يحدّد الدّلالات اللفظية في أيّ خطاب، إلّا أنّ له حدوداً تفصله عن أنواع السّياق الأخرى، وتحدّد معاملة بالنّسبة إلى العنصر اللّغوي موضع التّحليل؛ فإذا كان السّياق هو « النّظم اللفظي للكلمة، وأنّه البيئة المحيطة بالعنصر اللّغوي، وإذا كان هذا العنصر قد يتناهى في الصّغر إلى الصّوت المفرد، ويبلغ في الكبر حدّ الجملة أو ما وراءها (النّص)؛ فإنّ السّياق اللّغوي يحده - في الأغلب - العنصر اللّغوي موضع التّحليل، فإذا كان العنصر المطلوب تحليله أو دراسته هو الوحدة الصّوتية (**Phonème**)؛ فنحن أمام أقلّ حدود السّياق في النّص، وهو السّياق الصّوتي (**Phonème contexte**)، ويكون حدّ هذا السّياق هو الكلمة بمفهومها الشّائع، وإن تعدّتها، فلن يتطلّب ثالثة، لأنّه سيسقط الكلمة الأولى.

وحيث يكون العنصر المطلوب تحليله هو (الكلمة) أو المورفيم؛ فإنّ حدود السّياق تمتدّ قليلاً لتصل إلى ما هو أكبر منها، وهو الجملة، ذلك أنّ الكلمة - في الأغلب - تتحدّد وجوداً ومعنى في إطار الجملة، أمّا حين يكون العنصر المطلوب تحليله أو الوصول إلى معناه هو الجملة؛ فإنّ حدود السّياق تتماد إلى النّص المتكوّن من عدّة جمل، وقد تكون فقرة، أو عدّة فقرات، وقد يكون ما هو أكبر من ذلك كما قال أولمان².

ثانيهما وهو السّياق غير اللّغوي (أو سياق الموقف)³: (**Contexte non-**

linguistique/ C. de situation):

ويتعلّق هذا المفهوم بالجانب الخارجيّ من الخطاب، ويخصّ الدّلالات غير اللفظية، حيث « يشمل - بوجه من الوجوه - كلّ ما يتّصل بالكلمة من ظروف وملابسات، والعناصر غير

=لأفعال اللّغة ومقاماتها المختلفة، قوتين ليس من شأنها أن تدرس امتداد المعنى اللّغوي بين الوظيفتين النّحوية والدّلالية فحسب؛ بل هي تسعى إلى أن تدرس حدث اللّغة بكامل مكوناته الإجازية الفاعلة في هاتين الوظيفتين عن طريق ربطهما بوظيفة ثالثة هي الوظيفة التداولية (...). وعلى هذا يمكننا تلخيص الفارق المنهجي بين اللسانيات التداولية والنظرية السياقية في قولنا: إنّ اللسانيات التداولية تسعى إلى تفهيم قواعد لأفعال اللّغة **Acte de langage**، بينما تسعى النظرية السياقية إلى تفهيم اللّغة. وهذا ما يجعلها محتفظة بانتماها للسانيات البنوية مهما كان (وكيفما كان) اعتمادها على المعطيات غير اللّغوية «: الطيّب ديه، مبادئ اللسانيات البنوية، ص: 204، 205.

¹ - ينظر تعريفه في الفصل الأوّل، ص: 41.

² - ردّة الله بن ردّة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السّياق، ص: 53.

³ - لقد سبق تعريفه خلال الفصل الأوّل، ص: 44.

اللغوية المتعلقة بالمقام الذي تنطق فيه الكلمة لها هي الأخرى أهميتها في البالغة في هذا الشأن «¹.

3-5-3- أنواع السياق²:

إذا كان السياق اللغوي يخص البيئة المحيطة بالخطاب، سواءً بالكلمة (المورفيم)، أو أقل منها (أي الفونيم)، أو أكثر منها (أي الجملة)، وإذا كان سياق الموقف يخص الظروف والملابسات التي تحيط بإنتاج الكلام، فإن هناك أنواعاً أخرى للسياق، تتعلق إما بالنص أو بمراجع الوحدات اللغوية أو بالحالات الذهنية والتفسيية للمتخاطبين، أو بالانفعالات والدلالات العاطفية، أو بالثقافة، وهو ما يشكل محور اهتمام الدرس التداولي، ويمكن تلخيص هذه الأنواع فيما يلي:

1- السياق النصي:

يتعلق السياق النصي بتحليل الوحدات اللغوية الكبرى في الخطاب من أجل اكتشاف دلالتها بالنسبة إلى المتلقي، ويرتبط هذا السياق بنحو النص وتحليل الخطاب؛ إذ «لم يتجاوز التحويليون، في التركيب، حد الجملة في تحليلاتهم، من البنيويين والتوزيعيين حتى النحو التحويلي عند (تشومسكي) ومن بعده، كما لم يتجاوز الباحثون محتوى القضية في التحليل الدلالي. في حين قدّم نحو النص وتحليل الخطاب بعض الآليات لتحليل الوحدات اللغوية الكبرى مثل العبارة، أجزاء الخطاب في المحادثات، المحاور، وكذلك التماذج الحجاجية في بعض نماذج الخطاب مثل الخطاب السياسي. لقد كشفوا عن علاقات تتجاوز الإحالة بين الجمل مثلاً؛ فأعادوا بناء تماسك النص؛ بوصفه نظاماً أكبر في النحو؛ ليتمكن المرسل إليه من اكتشاف دلالة هذه الوحدات الكبرى، ولكن يبدو أنه من الصعب تفسير التماسك النصي كصنف نحوي صرف، وعليه، فمن المهم النظر إليه من خلال علاقته بالإجراءات الاجتماعية النفسية»³.

¹ - ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللغة، تر: كمال بشر، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط: 02، ص: 68.

² - يعدُّ بريت (Parret)، لأن تصنيف السياق هو أيسر الطرق لتصنيف التداوليات إلى عدة أنواع؛ إذ يقسم السياق إلى أكثر من قسم، ونتج عن ذلك خمسة أنواع من السياق، يطابقها العدد نفسه من التداوليات، وهذه الأنواع هي: سياق القرائن (Co-text as context)، وهذا ما يسمّى بنحو النص، السياق الوجودي (Existential context) السياق المقامي (Situational context)، سياق الفعل (Actional context)، السياق النفسي (Psychological context): Parret, Semiotics and pragmatics, pp :94, 98 / عن: عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 42، «ومن مميزات هذا التقسيم أنه يغفل الفصل بين ما ينتسب إلى اللغة، وما ينتسب إلى العناصر التي تؤثر في تشكيلها خطابياً» : المرجع نفسه، ص: 42.

³ - المرجع نفسه، ص: 42.

2- السّياق العاطفي:

تتقابل المعاني الموضوعية مع المعاني الانفعالية والعاطفية في الخطاب، والسّياق وحده هو الذي يوضّح المعنى المقصود من توظيف الكلمة في الخطاب، ويبيّن لنا « ما إذا كانت الكلمة ينبغي أن تُؤخذ على أنّها تعبيرٌ موضوعيٌّ صرف، أو أنّها قُصد بها - أساساً - التعبير عن العواطف والانفعالات، وإلى إثارة هذه العواطف والانفعالات. ويتّضح هذا بصفةٍ خاصّة في مجموعة معيّنة من الكلمات نحو « حرّية وعدل » التي قد تشحن في كثيرٍ من الأحيان بمضمونات عاطفية؛ بل إنّ بعض الكلمات المستعملة في الحياة اليومية العادية قد يكتسب نغمة عاطفية قويّة غير متوقّعة في المواقف الانفعالية »¹.

3- السّياق الوجودي:

ترتبط العلامات اللغوية بالمرجع الذي تخيل إليه في الواقع (أو عالم الأشياء المادّية)، بالإضافة إلى تحديد هذه العلامات ضمن حيز الزّمان والمكان، والتي تعتبر عاملاً مهماً في فهم المعاني وتأويلها بالنسبة إلى المتلقّي، حيث « يدّعي الفلاسفة والمناطق، على عكس البنويين مثلاً، أنّ التّتابعات اللغوية أو السّيميائية تكتسب معانيها من خلال علاقاتها بمراجعها. ويتضمّن هذا السّياق المرجعي، بطبعه، (عالم الأشياء، حالاتها، الأحداث) والتي ترجع إليها التّعبيرات اللغوية. ويتمّ الانتقال من الدّلالة إلى التّداولية حالما يُدرَك أنّ المرسل والمرسل إليه، وكذلك موقعهم الزّماني، المكاني هي مؤشّراتٌ للسّياق الوجودي، وعندما توضع هذه الإشارات في الاعتبار؛ فإنّه يمكن وصف معنى التّعبيرات اللغوية إشارياً، بما يقود إلى صنفٍ إشاريٍّ للدّلالة »².

4- السّياق المقامي³:

تعدّ مناسبة المقام للمقال من العوامل الأساسية في فهم معاني الألفاظ وتأويلها وتأويلاً صحيحاً يوافق مقصدية المتكلّم، وكذا سياق التلفّظ، من هنا، فإنّ السّياق المقامي « يوفر، جزئياً، بعض العوامل أو المحدّات التي تسهم في تحديد معاني التّعبيرات اللغوية، والمقامات بوصفها سياقاً، هي صنفٌ متأصلٌ في المحدّات الاجتماعية؛ فقد يكون هذا السّياق إطاراً للمؤسّسات (محكمة، مدرسة)، أو لأوضاع الحياة اليوميّة (مطعم، تسوّق)؛ إذ تُطرّف هذه المحدّات خصائص الحادثة في النّصوص الكبرى، وكذلك في بناء الخطاب الإقناعي والحجاجي من خلال قوانين وأنظمة معيّنة.

¹ - ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللّغة، ص: 70.

² - عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 42، 43.

³ - ويسمّى كذلك بسياق الحال، ينظر تعريفه في الفصل الأوّل، ص: 44.

ويقدم علماء اللغة الاجتماعيين تصنيفاً ودراسة للسياقات المؤسساتية، والدور الذي يمكن أن يلعبه كلٌّ من طرفي الخطاب فيها ¹.

5- سياق الفعل:

يرتبط السياق بالقوة الإنجازية للتلفظ، والناتجة عن إنجاز الأفعال اللغوية، والتي تتحقق عن طريق التلفظ بالعبارات في ظلّ سياقات معينة؛ إذ لا تكاد تنحصر المقامات التي تحدّد دلالة التتابعات السيمائية، ولذلك تعدّ الأفعال اللغوية أصنافاً جزئية من السياق المقامي، ويرى أوستين (Austin) أنّ التسلسلات اللغوية تعبّر عن أفعال؛ بل هي الأفعال نفسها؛ فلم يعد هناك جمل وصفية بجته ذات معنى ثابت، دون أن تكون منطوقات أدائية؛ إذ تبين في مراحل متأخرة من نظرية أوستين (Austin)، أنّ كلّ الجمل تقال ليكون لها قوة تسمى القوة الإنجازية، ويلجّ أوستين (Austin) على دور العرف الاجتماعي، أي التعاقدية، لإنتاج اللغة من طرف المرسل في المجتمع، وقد وافقه ديكرود (Ducrot) فيما بعد، مؤكداً على أنّ هناك شروطاً لاعتبار اللغة فعلاً، خاصّة الأفعال الإنجازية، ممّا يمكن معه القول بأنّ اللغة محكومة بمعايير محدّدة.

بالإضافة إلى أنّ هناك نقطة جوهرية، من وجهة النظر التداولية، وهي أنّ الأفعال اللغوية أفعال إرادية؛ إذ يقصد المرسل إنجازها، ويريد أن يدرك المرسل إليه هذا القصد، ويمكن إضافة الشرط التفاعلي، لتصبح أفعال الآخرين اللغوية التي يشاركون بها في السياق التواصلي هي السياق الدافع لإنتاج الخطاب اللاحق، وتردّف وجهة النظر التفاعلية ما ذهب إليه أوستين (Austin) من أنّ التلفظ هو فعل، ويضيف جرايس (Grice) بعداً قصدياً لنظريات المعنى، وذلك من خلال طرحه لمبدأ التعاون في الحوار، والتأكيد على أهميّة قواعده في الاستلزام الحوارية، وبهذا طور محور التفاعل أكثر ممّا فعل أوستين (Austin)؛ إذ لا يحصل التواصل أو إدراك القصد دون تفاعلٍ تعاونيٍّ ومنسّق. ويتّضح من أنواع السياق، أنّ إعادة بنائه بالنظريات اللغوية أيسر من غيره من أنواع السياق الأخرى ².

6- السياق النفسي:

تقف مقاصد المرسل وراء إقامته للاتصال، وبالتالي وراء إنجازها لأفعال لغوية نتيجة استخدامه اللغة لصالحه، ذلك أنّ « الفعل اللغوي قصدٌ مشروط، يقود إلى دمج الحالات الذهنية والنفسية في نظرية تداولية اللغة، لتصبح المقاصد والرغبات حالات ذهنية مسؤولة عن برنامج

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 43.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 43، 44.

الفعل والتفاعل، وهذه الحالات هي مناط اهتمام الوصف والتفسير التداولي؛ بوصفها السياق النفسي لإنتاج اللغة وفهمها، كما تقتضي صلتها بالتداولية من خلال الاقتصار على ذلك الجزء من النشاط الذي يجسد ذاته فقط من خلال الأنظمة النحوية المحددة في إنتاج التسلسلات اللغوية وفهمها؛ واجتناب الحالات الكثيرة التي لا تنتمي إلى المنهج التداولي مثل اكتساب اللغة، والأساس البيولوجي، وغيرها ¹.

7- السياق الثقافي:

تختلف الثقافات باختلاف المجتمعات والأعراق والأجناس، حيث تتميز كل ثقافة بخصائص معينة لا تتوفر في ثقافة المجتمع الآخر، وكل لغة تحوي ألفاظاً وعبارات يستحيل ترجمتها إلى غيرها من اللغات لأنها تمثل خصوصية ثقافية من خصوصيات مجتمع ما دون غيره من المجتمعات الأخرى؛ فهي ترتبط بكل نواحي الحياة فيه سواء المادية أو المعنوية، ولذا فإن تحديد الدلالات في هذه الأحوال يستلزم تحديد المحيط الثقافي والاجتماعي الذي تستخدم فيه الكلمة (...). إن الأمثال والعبارات التي تجري مجرى الأمثال، وكثيراً من العبارات الاصطلاحية يستحيل ترجمتها إلى لغة أخرى إلا إذا أشرنا إلى الحقائق الثقافية التي تكمن وراءها، أو بقراءة أخرى تتيب هذه العبارات في داخل سياقها الثقافي الذي يشمل نظم المجتمع وتاريخه وأفكاره وتقاليد وأدواته، وقيم الناس الأخلاقية والجمالية، وغير ذلك مما يرتبط بهذه الألفاظ ارتباطاً وثيقاً ².

ويشمل السياق الثقافي سلسلة من السياقات الأخرى التي ترتبط فيما بينها لتشكّل الوعاء الذي تتكوّن فيه معاني الملفوظات وفقاً لمقصدية المتكلم والظروف المحيطة بإنتاج الكلام، حيث يقول ستيفن أولمان: «قد وضعت لنا نظرية السياق مقاييس لشرح الكلمات وتوضيحها عن طريق التمسك بما سمّاه الأستاذ فيرث: (ترتيب الحقائق في سلسلة من السياقات: أي سياقات كل واحد منها ينطوي تحت سياق آخر، ولكل واحد منها وظيفة بنفسه، وهو عضو في سياق أكبر، وفي كل السياقات الأخرى، وله مكانه الخاص فيما يمكن أن نسميه سياق الثقافة). والحق أن هذا المنهج طموح إلى درجة لا نستطيع معها في كثير من الأحيان إلا تحقيق جانب واحد منه فقط، ولكنّه مع ذلك يمكننا من الحكم على النتائج الحقيقية حكماً صحيحاً ³».

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشهري، المرجع السابق، ص: 44.

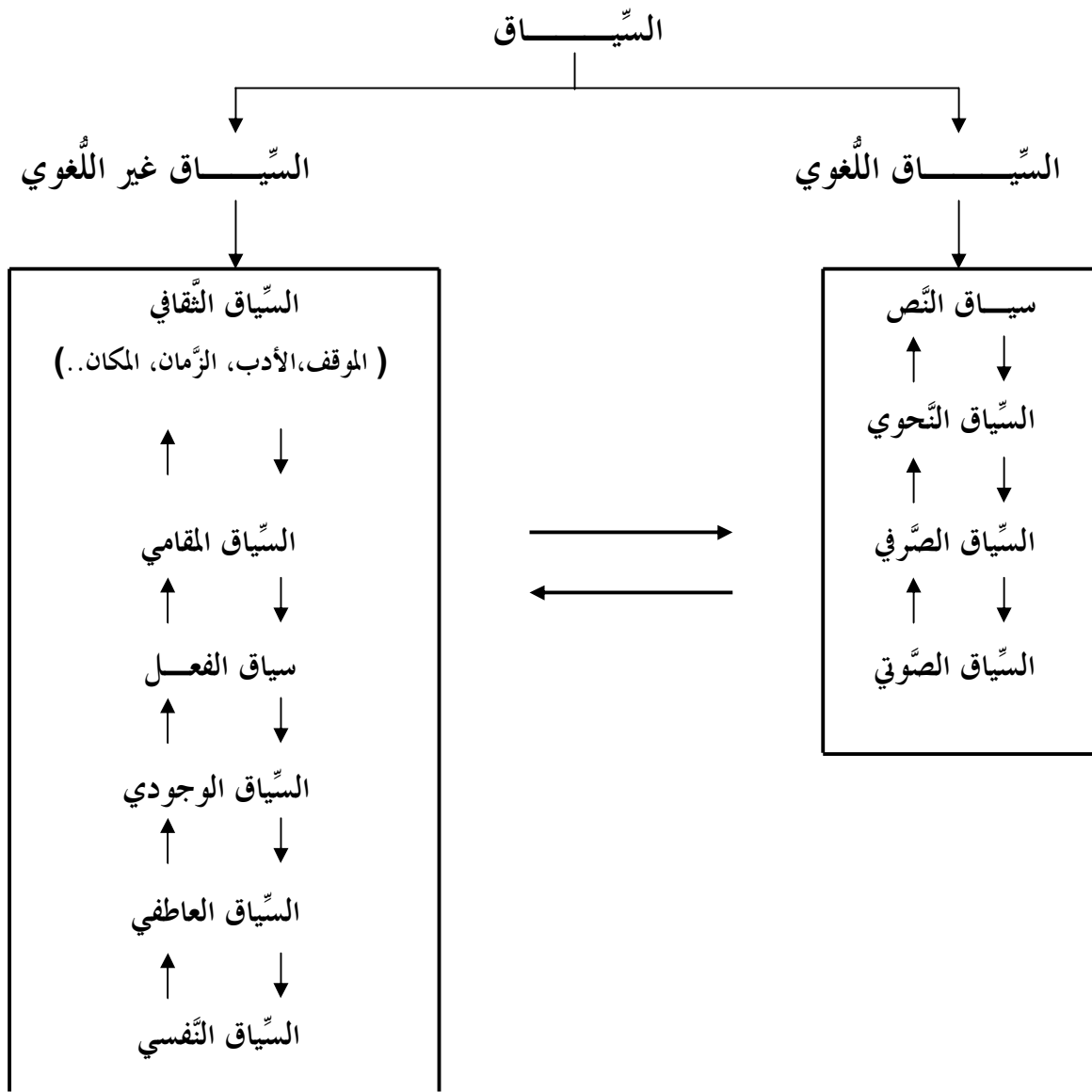
² - ينظر: عاكف مذكور، علم اللغة بين القديم والحديث، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات جامعة حلب - كلية

الآداب، سوريا، 1407هـ / 1987م ص ص: 215، 216.

³ - ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللغة، ص: 84.

وتتدرج السياقات داخل النص، وذلك من أصغر وحدة تحليلية في اللغة (الفونيم) إلى النص المكوّن من متوالية طويلة من الجمل، يفضي بدوره إلى سياق الثقافة، إلا أنّ فصل كل سياق عن الآخر يبقى فصلاً تعسُفياً لغرض البحث، وإلاّ فكلُّ سياق يلتمس العون دائماً من السياقات الأخرى سواءً أكانت تلك السياقات فوقه أو دونه في التدرج، بما يكشف عن ترابط السياقات بأشكالها المختلفة من جهةٍ أخرى¹.

ويمكن أن نمثّل لهذا التدرج في السياقات في الشكل التالي



¹ - ينظر: ردّة الله بن ردّة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السِّيَاق، ص: 205.

3-6- التلّفظ وقيوده الحركية:

تساهم الحركات الجسمية والقيود الاجتماعية المصاحبة للتلّفظ في وصول الرّسالة الاتّصالية من المرسل إلى المتلقّي دون حدوث خطأ في الفهم أو التّأويل؛ إذ « لا تؤثر الرّسمية - فقط - في النّص من حيث هو لغة؛ بل تتعدّى ذلك إلى شرط موائمة الحركات الجسمية والإيماءات المصاحبة للكلام للمستويات المختلفة اجتماعياً (...) حيث يشتمل الحدث التّواصلّي، إضافةً إلى عناصره من متكلّم ومخاطبين ونص (كلام) ، جزءاً مهماً يعضد إنتاج الكلام وفهمه عبر قدر من الحركات الجسمية لطرفي (أطراف) الاتّصال، وعبر بعض القيود الاجتماعية التي تفرض على المشاركين في الحدث التّواصلّي »¹.

وتعدّ الحركات الجسمية عاملاً مهماً في تحديد مقصدية المتكلّم، حيث تكون أحياناً عبارة عن حركات أو إشارات أو إيماءات يضمّنها المتكلّم لخطابه، كما يمكنها - في كثير من الأحيان - أن تنوب عن اللفظ؛ فتؤدّي المعنى المقصود بنجاح تامّ، يقول الجاحظ: « والإشارة واللفظ شريكان، ونعم العون هي له ونعم التّرجمان هي عنه، وما أكثر ما تنوب عن اللفظ وما تغني عن الخط ! »².

والحركات الجسمية هي لغة غير صوتية، وتعتبر حركة اليدين والعينين من أهمّ المعضدات غير اللّغوية المصاحبة للكلام، بالرّغم من محدوديّتها وعدم اقتصاديّتها³. أمّا بالنّسبة إلى القيود الاجتماعية؛ فيمكننا القول بأنّ الحدث التّواصلّي يخضع في عمومه إلى ما يلي:

1- المسافة بين المتخاطبين: وهي نوعان:

الأولى: يخضع لها الحدث التّواصلّي وذلك تبعاً للمستويين الاجتماعي والثقافي اللّذين ينتمي إليهما كلٌّ من المتكلّم والمخاطب، كما « تخضع المسافة أثناء الكلام لما يخضع له الكلام نفسه من اعتبارات المستوى الاجتماعي⁴ والثقافي، ويمكن القول أنّ المسافة بين المشاركين في

¹ - ردّة الله بن ردّة بن ضيف الله الطّليحي، دلالة السّيّاق، ص: 617، 618.

² - الجاحظ، البيان والتّبيين، ج: 01، ص: 57.

³ - ينظر: ردّة الله بن ردّة بن ضيف الله الطّليحي، دلالة السّيّاق، ص: 619.

⁴ - « كما يمكن القول إنّ المسافة بين المتخاطبين العرب ، بشكل عامّ، تخضع لعادات العرب في اللّقاء وحميميّة الاتّصال بينهم، كما تخضع لعاداتهم الاجتماعية، ومدى قبول الاقتراب والبعد أثناء الحديث، وخاصةً حين يكون طرفا الحديث مختلفين جنسيّاً، كما تخضع لاعتبارات دينية؛ فلا يُقبل الحديث بين اثنين دون الثّالث » : المرجع نفسه، ص: 618.

الحدث التواصلي تخضع لمعيار رسميَّة القول من جهة، ولاعتبارات اجتماعية نابعة من ثقافة المجتمعات المختلفة وعاداتها ¹ .

والثانية: وتمثَّل في المسافة المكانية التي تفصل بين المتخاطبين، حيث أنَّها تؤثر في طريقة التَّواصل ذاتها ² من حيث القرب أو البعد. يقول دومينيك مانغونو (**Dominique Maingueneau**) : « القول/ الحديث أيضاً يعني التَّموقع بالنَّسبة لأقوالنا الخاصَّة » ³ ، وهذا يعني أنَّ المسافة يمكن أن « تنطلق من درجة " الصِّفر " التي تكفَّل فيها المتلفِّظ كَلِيَّةً بنصِّه إلى أقصى مسافة، بحيث يعتبر المتلفِّظ نصِّه جزءاً من عالمٍ مختلفٍ عن ذاته، مسافة يمكن أن تعين عن طريق بعض العناصر:

- ضمائر الشَّخص.

- الأحكام.

- الزَّمان ⁴ .

1- الضَّمائر : Les deixis :

وهي من العناصر المهمَّة التي تشكِّل المحيط التداولي للكلام، حيث أنَّها تحيل على منتج الكلام ومتلقيِّه، وزمن ومكان إنتاجه كذلك، وتسمَّى كذلك بالإشارات؛ إذ تشمل كلُّ من الضَّمائر مثل: أنا، أنت، نحن، هو، هم، بالإضافة إلى ظروف الزَّمان و المكان مثل: هنا، الآن، ...

وتلعب الضَّمائر دوراً مهمّاً في تحديد المسافة بين المتخاطبين، ذلك أنَّه « بين "أنا" و"أنت" يتشكَّل الحديث أو الخطاب، وتحقيق الفاعلية في اللُّغة واستعمالها يعني الحديث عن الضَّمائر التي تلعب دور تحويل اللُّغة إلى ممارسة ونشاط فردي من خلال الاستعمال، بحيث أن المتكلِّم حين يملك اللُّغة ويتحكَّم فيها؛ فهو يجعلها من إمكاناته، وينصِّب نفسه في مرتبة عالية ضمن العمليَّة التَّخاطبية، ولا يتحدَّث إلا لشخص ينصِّبُه أمامه ⁵ .

¹ - ردَّة الله بن ردَّة بن ضيف الله الطَّلحي، المرجع السَّابق، ص: 618.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 619.

³ - Dominique Maingueneau, Genèse du discours, Pierre Margada éditeur, Bruxelles

Liège 1984, p : 108. عن: ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلَّفُّظ وتداولية الخطاب، ص: 156.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 97.

⁵ - المرجع نفسه، ص: 97.

إن استخدام المرسل للضمير "أنا" مثلاً يتحدّد حسب السياق الذي أنتج فيه خطابه، فعندما يتلفظ المرسل بالضمير "أنا"؛ فهو إمّا أنّه يسند الكلام لنفسه ليعبر عن ذاته؛ فمرجع "أنا" في هذه الحالة هو المرسل نفسه.

أمّا إذا كان الضمير "أنا" يدل على الضمير "نحن"؛ فهو في هذه الحالة يعبر باسم الجماعة، وعليه، ففي الحالة الأولى يكون بين المرسل والمتلقي مسافة يحددها الكلام نفسه والسياق الذي قيل فيه، بينما في الحالة الثانية؛ فالمسافة معدومة تماماً؛ فمثلاً لو قال المرسل على سبيل المثال: « أرضنا، شعبنا، قضيتنا... إلخ »، نلاحظ أنّه تحدّث بضمير الجمع وبذلك « لا نعثر على أيّ مسافة بين "أنا" المتكلم وملفوظه؛ فهي في نقطة "الصفر" Degré zéro؛ فـ "أنا" في أغلب الخطاب ذاتب في الـ "نحن" بحيث هو جزء لا يتجزأ منه، ممّا يؤدّي إلى أن يكتسب المتلقي نفس الرؤية، ونفس الرأى والموقف ¹ ».

2- الأحكام: Les modalités:

يطلق المرسل أثناء تلفظه بالخطاب أحكاماً تبرز الهدف الذي يسعى إلى تحقيقه من خلال إقامته للاتصال، بالإضافة إلى موقعه بالنسبة إلى الموضوع الذي يتحدّث عنه، وبالتالي فإنّ علامات الشخص في نصّ معيّن تسمح بتحديد موقفه إزاء خطابه، ودرجة إلتزامه وكذا ذاتيته؛ إذ يدل الضمير "نحن" كعلامة للشخص على الضمير "أنا" الحامل للرأى الشخصي عند قوله مثلاً: "بلادنا"، "بلادي"، بينما الضمير "نحن" الذي يعني الجمع؛ فيدلّ على تشارك الرأى وتقاسمه **Partage d'opinion** بين المخاطب والمتلقي ².

وبالتالي، فالأحكام التي يطلقها المرسل هي إمّا أحكام ذاتية تبرز أيديولوجيته ومواقفه تجاه موضوع الحديث، وتدل على بعد المسافة بينه وبين المخاطب، أو أحكام مشتركة بينهما تنعدم عندها المسافة إلى درجة الصفر.

3- الزمان والمكان:

يرتبط عنصر الزمان والمكان بالحدث التواصلي من حيث أنّهما يشكّلان جزءاً من محيطه التداولي الذي يتجلّى من خلال الكشف عن مرجعيتهما داخل السياق الذي أنتج فيه الكلام، كما أنّ موقع الحدث التواصلي على محوري الزمان والمكان يساعد على معرفة الظروف المحيطة بإنتاجه.

¹ - ذهبية حمو الحاج، المرجع السابق، ص: 160.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 161.

أما بالنسبة إلى عنصر الزمان؛ فإن « لحظة التلفظ هي المرجع (...) ومن أجل تحديد مرجع الأدوات الإشارية الزمانية، وتأويل الخطاب تأويلاً صحيحاً، يلزم المرسل إليه أن يُدرك لحظة التلفظ؛ فيتخذها مرجعاً يحيل عليه، ويؤوّل مكونات التلفظ اللغوية بناءً على معرفتها ¹ .

إن تموقع حدث ما على محور الأزمنة يعني كذلك احتواء الخطاب على جميع المبهمات والقرائن التي تدلُّ على الزمن؛ إذ يقترن الفعل بالزمن « والحاضر منه يكتسب أهمية عظيمة بحيث يجعل الخطاب أكثر شرعية (...) هذا الحدث الذي لا يحدّد ضمن الزمن الطبيعي، ولا ضمن الزمن التاريخي، ولكن ضمن زمن الحديث أو الزمن اللغوي ² » ³ .

وتتمثّل المبهمات الزمانية في استعمال المرسل للقرائن الدالة عليها في كلامه مثل: الآن، الأمس، غداً، في الماضي... إلخ، ولكن لحظة الحديث تبقى هي المحور الذي ترتبط من خلاله هذه المبهمات، وتتحدّد مواقعها عن طريق مقولة البعد والقبل ⁴ .

ومن جهة أخرى، تأخذ الإشارات المكانية مكانها إلى جانب الإشارات الزمانية في الخطاب، حيث تكمن أهميتها في تحديد مواقع الأشياء المعبر عنها، وذلك « بالانتساب إلى نقاط مرجعية في الحدث الكلامي، وتقاس أهمية التّحديد المكاني بشكل عام انطلاقاً من الحقيقة القائلة أن هناك طريقتان رئيسيتان للإشارة إلى الأشياء هما: إمّا بالتسمية أو الوصف من جهة أولى، وإمّا بتحديد أماكنها من جهةٍ أخرى ⁵ » .

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 83.

² « أفضت دراسة "بنفست" لهذا العامل اللامرئي المتحرّك إلى تقسيمه أقساماً ثلاثة معتمداً على علاقة المتكلّم بالزمن: 1- الزمن الطبيعي: يحسُّ به الإنسان ويدركه في حياته، يختلف انقضاؤه من بيئةٍ لأخرى، ومن مجتمعٍ لآخر، يمتاز هذا الزمن عن غيره من الأزمنة بالألّا-نهائية، والخطية بمعنى الاستمرارية La linéarité.

2- الزمن التاريخي: يمثّل الإنسان جزءاً لا يتجزأ من البيئة التي ينتمي إليها، وما دام كائناً حياً تنتابه مجموعة من الأحداث يمكنه أن يؤرّخ لحياته من بدايتها إلى نهايتها أو العكس، وذلك عن طريق الذاكرة لتأليف ما يدعى بالسيرة الذاتية (...)

3- زمن الحدث: الزمن اللغوي: أو ما يدعوه "بنفست" بزمّن الحديث أو زمن الخطاب حسب "تودوروف"، وهو البحث عن تمثيلية الزمن في ارتباطه مع لحظة الحديث، يتجلّى زمن الحديث في الحاضر الذي يشكّل مرجعيته، أما الماضي والمستقبل؛ فمتعلّقان به « : ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ وتداولية الخطاب، ص: 105، 106.

³ - المرجع نفسه، ص: 164.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 165.

⁵ - / 79. p : 79. Levinson Stephen C, Pragmatics, Cambridge University Press, 1983, عن: عبد

الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 84.

وتظهر المبهمات المكانية في الخطاب بطريقتين من طرق التعبير اللغوي:

« إحداهما: بواسطة الظروف الدالة على المكان سواءً أكانت جامدة أم مشتقة، أعني بالجامدة أمثال: حيث، عند، والجهات الست، وقبل، وبعد... إلخ، وبالمشتق اسم المكان، والدلالة بالمشتق تكون ألصق بالحدث؛ إذ هي مشتقة منه، والتعبير بهذه الكيفية يمكن أن نسميه المكان التركيبي.

والآخر: بواسطة أسماء المواضع الجغرافية، كمكة، والمدينة.. ويمكن أن نسمي هذه الدلالة المكانية برغم جمود الأسماء المطلقة عليها بالمكان المعجمي ¹ .

ويأخذ عنصرا الزمان والمكان أهمية بالغة في الخطاب الإعلامي بشكل عام، والخطاب الإعلامي السياسي بشكل خاص، حيث تتنافس وسائل الإعلام المختلفة على تلقف الأحداث من مصادرها، وفي زمن ومكان حدوثها، وذلك عن طريق البث المباشر (**En direct**)، من أجل الحصول على ما يسمي بالسبق الصحفي، وأحياناً تنقل وسيلة إعلامية ما حدثاً معيناً بشكل حصري وخاص (**En exclusivité**) وتتفرد به حتى تصبح هي المصدر بالنسبة إلى وسائل الإعلام الأخرى، وذلك لأنها وصلت إلى الحدث ونقلته من مكان ولحظة حدوثه.

وتأخذ بعض التواريخ أبعاداً هامة في مجال الإعلام، نظراً لأهمية الأحداث التي وقعت فيها، وللصدى الذي تحدثه، والنتائج المترتبة على وقوعها، وعلى هذا تشكل هذه التواريخ مرجعية لها ولما يليها من الأحداث المشابهة لها، أو المرتبطة بها، مثل أحداث الـ 11 سبتمبر 2001م بنيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية، والتي تمثل بداية مرحلة جديدة في العلاقات الدولية ² .

وتظهر أهمية عنصرا الزمان والمكان في هذه الحالة من خلال اقتران تسمية هذه الأحداث بتاريخ وقوعها ومكانه؛ فلو حدثت نفس الأحداث في منطقة أخرى من العالم لما أخذت كل هذا الحجم من الأهمية ولما ترتبت عليه كل هذه النتائج ³ نظراً لأن المكان الذي وقعت فيه هذه الأحداث يمثل رمزاً لأقوى نظام اقتصادي وسياسي وعسكري في العالم.

¹ - ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السياق، ص ص: 620، 621.

² - ينظر: الصفحة: 98 من هذا الفصل.

³ - ومن بين النتائج المترتبة على هذه الأحداث هو تقسيم الولايات المتحدة الأمريكية العالم إلى قسمين: دول حليفة لها، وهي الدول التي تنقسم معها نفس الأيديولوجيات، وإلى دول معادية لها وأطلقت عليها اسم "محور الشر" واعتبرتها دولاً داعمة ومساندة للإرهاب، وسارعت إلى توجيه ضربات عسكرية تقول أنها استباقية ضد بعض منها مثل أفغانستان والعراق، وهددت دولاً أخرى بالاحتلال مثل إيران و كوريا الشمالية.

الفصل الثالث

من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي
- مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التداولية-

يرتبط الخطاب الإعلامي باللسانيات التداولية انطلاقاً من كون التداولية في اللسانيات تعني المنفعة في فهم المقاصد، ومن كونها تهتمُّ باللُّغة من حيث هي خطاب منجز ، كما تتيح الدِّراسة الملموسة لفاعلية اللُّغة باعتبارها أهمَّ و أنجع الوسائل التي تحقِّق وظيفة التَّواصل.

إلّا أن « الوعي اللُّغوي للعصر الذي نعيش فيه أخذ في الازدياد يوماً بعد يوم، وإنَّ اهتمام هذا العصر بوسائل الاتِّصال بين النَّاس مشوب بشيءٍ من الشُّك و شيءٍ من القلق أيضاً، ومثل هذا الشُّك أمرٌ مألوف في كلِّ الأزمان الكبرى في الحياة الإنسانية، وإنَّا لنلاحظ في القرن الحاضر على كلِّ حال أن انتشار الصَّحافة و الإمكانيات الحديثة للسُّنما والإذاعة، والأساليب العصرية لفنون الدَّعاية و النَّشر - هذه الأشياء كلها قد منحت الكلمة المنطوقة و المكتوبة قوَّةً خطيرة لم يعهد لها مثيل من قبل »¹.

وتأتي أهميَّة المصطلح الإعلامي العربي انطلاقاً من القيمة التي يحظى بها ضمن الخطابات المختلفة بوصفه مجالاً تداولياً يبرز الطَّاقات التَّعبيرية لمختلف اللُّغات، وتتجسَّد فيه أنماط تواصلها اللُّغوي باعتباره مجالاً حيويّاً يتوسَّل به للتحكُّم في إرادة الجماهير، وفي توجيه سياسة أمورها، الأمر الذي يوجب علينا أن ندرس اللُّغة الإعلامية انطلاقاً من واقع استعمالها في مختلف وسائل الإعلام العربية²، والظُّروف و الحثييات المحيطة بها.

ومن خلال دراسة البعد التداولي للمصطلح الإعلامي العربي من حيث هو حدث تواصلية فاعل ؛ فإنَّه يظهر لنا مشكل قديم حديث وهو مستمرُّ ما دام هناك سبيل للاتِّصال الإنساني داخل المجتمع نفسه أو بين المجتمعات الإنسانية ككل وهو مشكل وضع المصطلح وأثره في العملية التَّواصلية. وعليه يبدو لنا أن أزمة المصطلح في اللُّغة العربية ليست لسانية فحسب ؛ بل هي إعلامية أيضاً.

وتأتي أهميَّة صناعة المصطلح في اللُّغة العربية عامَّةً و المصطلح الإعلامي بصفة خاصَّة من كونه قد غدا ضرورة علميَّة لا يمكن تجاهلها، و مواكبة هذا الرِّكب الحضاري تفرض أن تتضمَّن لغتنا إليه و تنفتح عليه بمصطلحات تستوعب هذه المستجدَّات. ليس المصطلح بحدِّ ذاته غاية - الغاية هي امتلاك المعارف العلمية والتَّقنية والحضارية والمُعاصرة الفعلية اللأسطحية للرِّكب الحضاري المُنتقل حولنا بزخمٍ متزايد- والمصطلح هو بعض وسائلنا لامتلاك تلك المعارف والنِّقانات³.

1- ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللُّغة، ترجمه و قدَّم له وعلَّق عليه د. كمال بشر، دار غريب للطَّباعة و النَّشر و التَّوزيع، القاهرة، ط: 12، ص: 17.

2- سنقتصر في بحثنا هذا على بعض وسائل الإعلام السَّمعية البصرية ذات الانتشار الجماهيري الواسع في الوطن العربي

3- ينظر: أحمد شفيق الخطيب، « منهجية بناء المصطلحات و تطبيقاتها » ، مجلَّة مجمع اللُّغة العربية بدمشق، مجلَّة المجمع العلمي العربي سابقاً، عدد خاص و فيه القسم الأوَّل من بحوث ندوة (إقرار منهجية موحَّدة لوضع المصطلح)، المجلد: 75، ج: 03، 1421هـ/2000م ، ص: 505.

ونظراً لكون الإعلام عملية اتصال ؛ فقد أصبح العمود الفقري الذي يحرّك هذه القرية الكونية التي أصبحت واقعاً لا مفرّ منه ، حيث « قارب الإعلام اليوم، بعد ثورة الاتصالات المذهلة أن يحلّ محلّ البيت و المدرسة في التلقين والتّعليم والتّوجيه، وأصبح البثّ التلفزيوني وأجهزته المتطوّرة المتّصلة بالأقمار الصّناعية هو المؤسّسة التّثقيفية والترفيهية الأولى »¹.

ولا يتوقّف الأمر عند هذا الحد ؛ بل تعدّاه ليصبح الإعلام سلاحاً جديداً تكسب به الحروب و يعوّل عليه كثيراً في إثارة الحروب النّفسية خاصّة مع بداية الألفية الثالثة؛ فقد أصبح التّركيز على الإعلام وسيلة رئيسة لتغليب الرّأي العام المحلي و العالمي، و أصبح اختيار المصطلحات الإعلامية قضية بالغة الأهمّية و تولى بكامل العناية و الدقّة.

إذا كانت القضايا و الدّوافع السّياسية العربية الدّاخلية هي التي تفرض الاختيار اللّغوي للمصطلحات الإعلامية في معظم وسائل الإعلام العربية لتحقيق أغراض القائمين والمسيطرين عليها؛ فإنّ كثيراً من القضايا القومية و المواقف الدّولية الخارجية ما زال الإعلام العربي عاجزاً فيها على مواجهة هذا السّيل من المصطلحات الأجنبيّة التي يسعى الإعلام الغربي من خلالها إلى ترسيخ بعض المفاهيم، و نشر بعض القيم التي تخدم مصالح القائمين عليه؛ إذ « تتحكّم الدّوافع السّياسية في الاختيار اللّغوي للمصطلح في الإعلام للتّسّير على غرض سياسي محدّد في وقت ما، و الإفصاح عنه في وقت آخر حسب الدّوافع والأهداف السّياسية المبتغاة، والمشكلة الرئيسيّة هنا هي أنّ البلدان المستهدفة تستمدّ مصطلحاتها من إعلام غربي قد حاك كلّ عبارة و مصطلح بعناية ودقّة فائقتين من أجل إثبات موقف ضدّ البلد المستهدف أو تحرير مفهوم أو التّرويج لقيمة محدّدة »².

وبما أنّ اللّغة عبارة عن نظام من العلامات ؛ فهي نسيج من المصطلحات التي تمّ التّواضع عليها من طرف كلّ مجتمع لغوي للتّعبير عن أغراضهم التّواصلية؛ و عليه فإنّ « العنصر اللّغوي في أصل نشأته- من الوجهة الاعتبارية لا من جهة الزّمن الفيزيائي- رمزٌ يقوم بضربٍ من المواضعة لينوب بحضوره عن إحضار الأشياء المتحدّث عنها سواءً أكانت ممّا يتسنّى حضوره أو ممّا يتعدّر؛ فكأنّما الذي ساق الإنسان إلى التّوسّل باللّغة إنّما هو نزوعه إلى المجهود الأدنى بحكم تركيبه و بدافع غريزته التي قوامها الاقتصاد الأدائي: أن يستأثر بأكبر النّفع بالذي يتسنّى من أضعف المجهود، و على هذا الأسّ المبدئي عرفت العلامة

1- عبد الكريم الأشتر، « اللّغة العربية و الإعلام » ، مجلّة مجمع اللّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه تتمة بحوث ندوة (اللّغة العربية و الإعلام)، المجلّد: 74، ج: 04، 1420هـ/1999م، ص: 709.

2- بثينة شعبان، « دور العربية في مواكبة المصطلح الأجنبي في الإعلام المقروء » ، المرجع نفسه، ص: 548.

الفصل الثالث من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي - مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التداولية.

بأنها « حضور لغوية » على حد التعبير الحرفي، أو قل بتعبير متأصل هي « شاهد على غائب »¹.

وتستمدُّ المصطلحات في الإعلام العربي، إمّا من خلال الحصيلة اللغوية والتي تتمثل في التراث اللغوي العربي²، أو بالاستعانة بوسائل متعددة كالقياس و الاشتقاق والتوليد والنحت، وإمّا باللجوء إلى وسائل أخرى كالتدخيل و التعريب و الترجمة من اللغات الأجنبية المستخدمة في وسائل الإعلام الأكثر نفوذاً و تقدماً و انتشاراً في العالم، والتي تعتبر المصدر من حيث إنتاج المواد الإعلامية؛ إذ « تلعب وسائل الإعلام و المؤسسات الثقافية دوراً مهماً في التأثير في اللغة و نموها، و استعمالنا لها؛ إذ تزوّدنا وسائل الإعلام بمصطلحات جديدة، و تدخل إلى قاموس حياتنا مفردات عديدة بعضها يفد إلينا من لغات أجنبية كما تدخل المصطلحات إلى الحياة اليومية للمواطنين بدون أن يتحقّقوا من محتواها »³.

ويعتبر الإعلام الغربي، في الأغلب، هو المصدر المنتج للمواد الإعلامية الموجّهة للاستهلاك المحلي و العالمي، نظراً لكونه المسيطر و المحتكر الأكبر و أحدث الإمكانات التكنولوجية في العالم بهدف تعميم نموذج الحضارة الغربية - خاصة الأمريكية - و أنماطها الفكرية، و السياسية، و الاقتصادية، و الثقافية على العالم كلّ، و هو ما يسمّى بالعولمة⁴ (La mondialisation).

وبذلك تصبح وسائل الإعلام من أهمّ الوسائل التي تعمل على نشر و إشاعة المصطلح، و تعميم استعماله، و ترسيخ محتواه، ليكون مُتداولاً بين الناس، حيث « يحتاج استخدام المصطلح و تعميمه إلى وسيلة إعلامية تعمل على نشره و على تعزيز استخدامه »⁵.

وهنا تكمن الخطورة في اختيار المصطلحات المستعملة في الإعلام؛ فتداولها بين الناس بشكل متكرّر و مستمر يعني ترسيخاً للمفاهيم و القيم التي وضعت من أجلها هذه المصطلحات، و تعميقاً لمحتوياتها و مدلولاتها بالشكل الذي يحقق أهداف الهيئة القائمة على هذا الاختيار.

وعلى هذا الأساس؛ فإنّ الفرق بين الإعلام الغربي، و الإعلام العربي، على العموم، يكمن في مدى النجاح في كيفية تبني إستراتيجية خاصة بوضع

¹ - عبد السلام المسدي، قاموس اللسانيات، عربي- فرنسي، فرنسي- عربي، مع مقدّمة في علم المصطلح، الدار العربية للكتاب: 1984، ص: 13.

² - هذا التراث الذي ساعد « منذ مطلع القرن التاسع عشر في إيجاد و صياغة الكثير من المصطلحات المقابلة لذلك السيل العام من الألفاظ التي جوبهنا و ما نزال نجابه بها، وهذا وضع لم يتسنّ للكثير من الناطقين بلغات أخرى » : أحمد شفيق الخطيب، « منهجية و بناء المصطلحات و تطبيقها » ، مجلّة مجمع اللغة العربية بدمشق، المجلد: 75، ج: 03، ص: 509.

³ - صالح خليل أبو أصبع، تحديات الإعلام العربي: المصادقية، الحرية، التنمية، و الهيمنة الثقافية (دراسات في الإعلام)، ص: 69.

⁴ - رغم أنّ العولمة اقتصادية في مظهرها العام، حيث تسعى إلى الهيمنة على العالم برفع القيود عن الأسواق و البضائع، ورؤوس الأموال، إلا أنّها في الوقت نفسه تسعى إلى إلغاء كلّ الخصائص الاقتصادية والاجتماعية والفكرية من غير اعتبار لاختلاف الأديان، و الثقافات، و الأجناس، و الأعراق، و جعل العالم كلّ قرية صغيرة تصطبغ بصبغة واحدة، تلك الخاصة بالدول الأكثر قوّة و التي تملك الثروة المعرفية و التكنولوجية.

⁵ - صالح خليل أبو أصبع، تحديات الإعلام العربي، ص: 69.

المصطلحات التي يتم استعمالها في مجال الإعلام؛ فامتلاك وسائل إعلام حديثة، و التحكم في التكنولوجيا المتطورة ليس وحده كافياً للزعم بامتلاك إعلام هادف و فعال، يعكس الواقع العربي ويخدم قضاياها القومية و الإقليمية، الأمر الذي يجعلنا نجزم بأنه لا يمكن اعتبار كل إعلام ناطق باللغة العربية بأنه إعلام عربي. فلا بدّ إذن « من الانتباه لخطورة التدفق الهائل للمصطلحات الأجنبية على لغتنا عبر الاهتمام بها و بدورها، و بالمخاطر الناجمة عن إهمال تطورها، و لا بدّ من اعتبار إتقانها مهمة قومية و واجب وطني، و ميزة ثقافية و مهنية، و القيام بدراسات منهجية توفر لها الموارد و الخبرات (...) و وضع الخطط و البرامج الكفيلة بتعزيز الإعلام العربي بالقدرات اللغوية اللازمة و تعزيز دور الإعلام العربي في صدّ المصطلحات الأجنبية المُغرضة و منعها من الاستقرار في الذهن العربي »¹.

وتجدر الإشارة هنا إلى أنه يجب الانتباه إلى الفرق بين المصطلحات الوافدة إلى اللغة العربية - عن طريق عملية التّدخيل و التّعريب و التّرجمة- والتي تُساهم في إثرائها، و جعلها أكثر استيعاباً للمفاهيم العلمية و الفكرية و الحضارية... إلخ، و بين المصطلحات الوافدة إليها بهدف ترسيخ مفاهيم مُضلّلة، و طمس لحقائق تتعلق بماضي و حاضر و مستقبل الإنسان العربي و بمصيره.

ومن أمثلة هذه المصطلحات التي يضعها الإعلام العربي و يتداولها عبر وسائله، و يقوم الإعلام العربي باستخدامها و المساهمة في إشاعتها و نشرها دون أن يلتفت إلى خطورتها ما تحدّثت عنه الأخبار و المقالات الصحفية « حول الاتّفاق عن « تخلي » إسرائيل عن 13% من الأرض، و لا يخفى عليكم، وقع كلمة « تخلي » على أذني السّامع و أعين القارئ، وكأنّ إسرائيل أعطت للعرب شيئاً هو حقّها و ملكها، ولم ترجع ما هو حقّ للعرب كانت قد اغتصبته (...) و عن تقديم إسرائيل « تنازلات » في هذا المجال أو ذاك. وللأسف فإنّ بعض وسائل الإعلام العربية تنقل مثل هذه العبارات عن مصادرّها الإسرائيليّة و الأمريكيّة و تستخدمها بحرفيّة دون التّفكير بمحاولة إيجاد البديل لها الذي يعبر عن حقيقة الأمور »².

كما اخترع الإعلام العربي كذلك مصطلحات أخرى لا يمكن حصرها يسعى من خلالها إلى تحقيق أهداف القائمين عليه و مصالحهم، و منها أيضاً عبارة « دول الطوق » لتصف بلدان المواجهة العربية و لتزرع في الذهن صورة إسرائيل الضّحية المطوّقة ببلدان تهدّد أمنها و سلامتها، و ما لبثت هذه العبارة أن

1- بثينة شعبان، « دور اللغة العربية في مواكبة المصطلح الأجنبي في الإعلام المقروء »، مجلّة مجمع اللغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأوّل من بحوث ندوة (اللغة العربية و الإعلام)، من 21 حتى 23 / 11 / 1998)، ج: 03، المجلد: 74، 1420 هـ / 1999 م، ص: 564.

2- بثينة شعبان، « دور اللغة العربية في مواكبة المصطلح الأجنبي في الإعلام المقروء »، المرجع السّابق، ص: 548، 549.

درجت في الصحافة العربية، بينما كان من المفترض رفضها، و إيجاد البديل الذي يُظهر عدوانية إسرائيل على العرب و احتلالها لأراضيهم¹.

ومن المواضيع التي تثار في وسائل الإعلام الغربية، ويتم التركيز عليها كثيراً، ما يسمّى بقضية العنصرية ضدّ اليهود، حيث تمّ تداول مصطلح: « معاداة السامية » (L'anti-Sémitisme) عبر مختلف وسائل الإعلام

العالمية، ومنها العربية؛ إذ يريد الإعلام الغربي من خلال وضع واستعمال هذا المصطلح، أن يرسخ فكرة إلغاء انتماء الجنس العربي إلى العرق السامي، و الذي ينحدر منه كلاً من العرب و اليهود على حدّ سواء، وفي الوقت نفسه يوجّه إليهم تهمة العنصرية ضدّ اليهود، وفي المقابل، نجد أنّ الإعلام العربي على العموم، يتجاهل هذه المغالطة التي يريد الإعلام الغربي أن يزرعها في الأذهان بهدف تزوير حقائق تاريخية مرتبطة بتاريخ وجود الجنس العربي نفسه.

كما نلاحظ كذلك اختفاء استعمال بعض المصطلحات التي كانت تستعمل في المؤسسات الإعلامية العربية مثل: مصطلح « المشرق العربي » و « المشرق الإسلامي » و ظهور مصطلحات جديدة بدلاً منها مثل مصطلح: « الشّرق الأوسط » ثمّ « الشّرق الأوسط الكبير » ، ثمّ مؤخراً: « الشّرق الأوسط الجديد »²، و « شمال إفريقيا » بدلاً من مصطلح « المغرب العربي ».

وكمثال على ذلك نذكر ما جاء في برنامج: "أصدقاء العرب" الذي يُعرض على قناة الجزيرة، والذي استضاف: ديتير لامكا: أمين مكتبة في المعهد الألماني للدراسات الشّرقية في لبنان، حيث جعلت العنوان الرّئيسي للحلقة: ديتير لامكا... تصحيح النظرة الغربية للمشرق الإسلامي، إلاّ أنّه أثناء الحلقة اختفى تماماً هذا المصطلح، وحلّ محله مصطلح « الشّرق الأوسط » ، وخاصةً في تعابير ضيف الحلقة الذي يقول: « ... ما يثير اهتمامي بشدّة هو الصّور التّاريخية عن المشرق الأوسط، الصور الأصلية، لكن بدأت في وقت لاحق بالبحث عن البطاقات البريدية ليس فقط حول المشرق الأوسط؛ بل أيضاً حول الطّريقة التي ينظر بها الأوروبيين إلى الشّرق الأدنى، والعالمين الإسلامي والشّرقى... »³.

¹ ينظر: المرجع نفسه، ص: 549.

² وهو المصطلح الذي أطلقته وزيرة الخارجية الأمريكية " كوندوليزا رايس " إبّان الحرب اللّبنانية-الإسرائيلية التي اندلعت في 2006/07/12، وتناقشته مختلف وسائل الإعلام العربية والأجنبية، حيث وصفت هذه الحرب بالمخاض الصّعب الذي سينتج عنه ما أسمته بـ "الشّرق الأوسط الجديد": قناة الجزيرة، نشرة الأخبار، 2006/07/19، السّاعة 11:00 سا؛ إذ تهدف الإدارة الأمريكية و حليفها إسرائيل من خلاله إلى تقسيم دول المنطقة و تفتيتها إلى دويلات صغيرة، خاصّة بعد احتلال اليوم.أ. للعراق، وذلك بهدف استغلال ثرواتها الطّبيعية وأهمّها النّفط، وكذلك التخلّص من بعض الأنظمة التي تعارض السّياسة الأمريكية في المنطقة وتهدّد مصالحها.

³ مقتطف من برنامج "أصدقاء العرب"، عنوان الحلقة: " ديتير لامكا... تصحيح النظرة الغربية للمشرق الإسلامي"، ضيف الحلقة: ديتير لامكا/ أمين مكتبة في المعهد الألماني للدراسات الشّرقية في لبنان، تاريخ الحلقة: 2006/01/13.

أخذت الصحافة الغربية تروج لعبارات الشرق الأوسط، وشمال إفريقيا¹، وتبعتها الصحافة العربية بشكل أدى إلى اختفاء تعبير الشرق العربي والمغرب العربي².

كما قد خفَّ استخدام مصطلح « المنطقة العربية » الذي يُطلق بدلاً عن « الشرق العربي »، وتمَّ استبداله بمصطلح « الشرق الأوسط » « وذلك لأغراض مدروسة تستهدف إلغاء الهوية العربية ومقوماتها من اللغة والثقافة والتاريخ، التي تجمع بين العرب من جهة، وتسهيل اعتبار إسرائيل- وهي الغربية جداً على الجسد العربي- جزءاً من المنطقة العربية من جهة أخرى³ » فبالنسبة إلى مصطلح: « الشرق الأوسط » (*Moyen Orient*)؛ فإنَّ الغرض الكامن وراء وضعه هو ترسيخ و تثبيت الوجود الإسرائيلي في قلب دول الشرق العربي، ذلك أنَّ مصطلح « الشرق العربي أو الإسلامي » يُقصي الوجود الإسرائيلي من المنطقة، كما ينفي وجود ديانة أخرى غير الإسلام- باعتبار الإسلام الديانة الكبرى في المنطقة.

ومن جهة أخرى، نجد الصحفي سامي حدّاد يقول عند بداية تقديمه لبرنامج: "أكثر من رأي": « .. وإذا كانت سياسة شيراك العرب، وهي عنوان كتاب لمؤلفين فرنسيين على غرار لورانس العرب، مبنية على علاقات شخصية مع زعماء عرب، فهل يحاول ساركوزي الآن تقليد تلك السياسة، ولكن بتغريبها باتجاه زعماء شمال إفريقيا؟ وإلا كيف تُفسَّر أول زيارات قام بها خارج الاتحاد الأوروبي بعد انتخابه رئيساً إلى المغرب، تونس والجزائر والجمهورية الليبية في يوليو الماضي؟... »⁴.

فاستبدال مصطلح « المغرب العربي »⁵ بـ « شمال إفريقيا »؛ يأتي بهدف نشر فكرة أنَّ سكان المغرب العربي ليسوا كلهم عرباً، وإنما هناك سگان ينتمون إلى العرق البربري أو الأمازيغي¹، وللتأكيد كذلك على أنَّ الإسلام ليس هو الديانة الوحيدة التي يدين بها هؤلاء

1- لقد « بدأ البنك الدولي، وهيئات الأمم المتحدة يستبدلون تعبير "الوطن العربي" أو "البلدان العربية" بتعبير جديد هو: الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، واختصار ذلك هو "منطقة المينا"، وكلمة المينا " MENA " هي اختصار لتعبير ميدل إيست أند نورث أفريكا: MIDDLE EAST AND NORTH AFRICA »: بثينة شعبان، « دور اللغة العربية في مواكبة المصطلح الأجنبي في الإعلام المقروء »، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، ج:03، المجلد: 74، ص: 549.

2- المرجع نفسه، ص: 549.

3- بثينة شعبان، « دور اللغة العربية في مواكبة المصطلح الأجنبي في الإعلام المقروء »، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، (اللغة العربية والإعلام)، ج: 03، مج: 74، ص: 549.

4- برنامج: "أكثر من رأي"، تاريخ الحلقة: 2007/12/14، عنوان الحلقة: سياسة ساركوزي تجاه العرب، مقدّم الحلقة: سامي حدّاد، ضيوف الحلقة: عبد الرحيم دحمان/ أحد مستشاري الرئيس الفرنسي، سليم نصّار/ كاتب صحفي، محمّد شرف الدين/ وزير وسفير ليبي سابق، قناة الجزيرة الفضائية.

5- كما قد تداولت وسائل الإعلام العربية مؤخراً مصطلح "المغرب الإسلامي"، حيث أذاعت قناة العربية الفضائية هذا الخبر يوم: 2007/11/15 على الساعة 18:20 سا في نشرة الأخبار، ومفاده: « مقتل قيادي في فرع القاعدة بالمغرب الإسلامي في منطقة القبائل في الجزائر »، وقد جاء هذا المصطلح في التسمية التي أطلقها ما يسمّى بتنظيم القاعدة على نفسه في منطقة المغرب العربي.

كما تتداول وسائل الإعلام العربية مصطلحات أخرى مثل: "الوطن العربي"، و"العالم العربي"، و"الدول العربية"، و"الأنظمة العربية"، و"الشُّعوب العربية". وذلك في سياقات مختلفة؛ فبالنسبة إلى استعمال مصطلح "الوطن العربي" نتناول النص التالي، يقول سامي النصف: « ..من لا يملك النُّفط يطلب بقطع النُّفط، من لا يملك أرضاً مجاورةً لإسرائيل يطالب بالحرب، هذه أحد إشكالاتنا بالوطن العربي... »³.

أما عن مصطلح "العالم العربي"، يقول فيصل القاسم: « ..لو نتحدّث عن نسبة الاستثمار في البحث العلمي في العالم العربي، تكاد لا تذكر، أما كوبا فتتفق أكثر من كلِّ الدول العربية... »⁴.

ومن المصطلحات التي يتواتر استخدامها في وسائل الإعلام العربية مصطلح: "الأمة العربية"، يقول سليم عبود: « ..إسرائيل والولايات المتحدة الأميركية تريد من الأمة العربية أن تظلَّ غارقةً في الظلام، و غارقةً في الجهل، وهي القادرة على بناء قوتها الاقتصادية... »⁵.

وكذلك الأمر بالنسبة إلى مصطلح: "الدول العربية"، و"الشُّعوب العربية"، يقول الصُّحفي: الحبيب الغريبي عند تقديمه لموضوع حلقة: « تتناول الحلقة زيارة بوش للمنطقة⁶، وما الذي تحمله الزيارة، تفعيلٌ لمقررات أنابوليس، أم حلٌّ لأزمة الرِّئاسة اللبنانية، أم تعبئة للدول العربية ضدَّ إيران، وتأميناً لإسرائيل، وتناقش الحلقة موقف الشُّعوب العربية من هذه الزيارة »⁷.

بالإضافة إلى مصطلح: "الأنظمة العربية" الذي يقصد به الحكام العرب، والذي نلمحه في هذا النص، حيث يقصد به المتكلم بعض الأنظمة العربية وليس كلها، حيث يقول: « ..إنَّ بعض الأنظمة الموجودة في العالم العربي والتي تقع

1- يختلف الكثيرون حول الأصل الذي ينحدر منه الأمازيغ أو البربر الذين استوطنوا الشَّمال الإفريقي، حيث أنَّ المؤرِّخ العالمي "هيرودوتس" قد أرخ للبربر الذين استوطنوا في شمال إفريقيا بأنَّ أصلهم عربي يعود إلى بلاد الشَّام، وأنَّ سبب نزوحهم منها كان الجفاف و المجاعة؛ فنزحوا إلى مصر، و أطلق عليهم اسم "الصَّاعنين"، وقد اضطهدهم أحد الفراعنة وطردهم من مصر؛ فتوجَّهوا إلى الشَّمال الإفريقي، وهناك قام زعيم بربري اسمه: "شيشناق" بإعداد جيش لكي ينتقم من الحاكم الفرعوني الذي اضطهدهم؛ فتحارب معه و هزمه في الثالث عشر من يناير سنة 950 قبل ميلاد المسيح- عليه السَّلام-، وبقي الأمازيغ (الجزائريون بصفة عامَّة، بحكم أصلهم الأمازيغي) يُحيون هذه المناسبة كلَّ سنة، كما شكّل هذا اليوم كذلك بداية التَّاريخ الأمازيغي، حيث توافق سنة 2007 الميلادية سنة: 2957 الأمازيغية.

2- رغم أنَّ الأغلبية السَّاحقة من سكَّان المغرب العربي هم من المسلمين، إلا أنَّنا نلاحظ بعض المحاولات التي تقوم بها بعض الحركات التَّصويرية و التَّبشيرية بكثرة في الآونة الأخيرة.

3- مقتطف من برنامج: "حوار مفتوح"، عنوان الحلقة: "النظرة الأميركية لإيران وتركيا والدول العربية، مقدّم الحلقة: غسان بن جدو، ضيوف الحلقة: حياة الحويك/ باحثة وكتيبة سياسية، سامي النصف/ كاتب ومحلل سياسي، تاريخ الحلقة: 2007/10/20.

4- مقتطف من برنامج "الاتجاه المعاكس"، عنوان الحلقة: "موقف الغرب من النهضة العربية"، مقدّم الحلقة: فيصل القاسم، ضيفا الحلقة: سليم عبود/ عضو اتحاد الكتاب العرب، عايد المناع/ رئيس الهيئة الاستشارية بجمعية الصحفيين الكويتية، تاريخ الحلقة: 2007/10/16.

5- المصدر نفسه، نفس الحلقة ونس الضيوف ونفس التَّاريخ.

6- ويقصد بها منطقة الشَّرْق الأوسط.

7- مقتطف من برنامج "منبر الجزيرة"، عنوان الحلقة: "جولة جورج بوش في الشَّرْق الأوسط"، مقدّم الحلقة: الحبيب الغريبي، تاريخ الحلقة: 2008/01/13.

تحت المظلة الأميركية، هذه الأنظمة ليس مسموحاً لها أن تتعاون، أو أن تحقق نهوضها الاقتصادي العربي (...). ليس مسموحاً لأنظمة عربية اليوم أن تساعد الفلسطينيين، الفلسطينيون يموتون جوعاً ومحاصرون ويقتلون، ليس مسموحاً لأنظمة عربية بمساعدة هؤلاء.. ¹.

وهناك من يرى أن هذه المصطلحات الثلاثة: " الوطن العربي"، و " العالم العربي"، و " المنطقة العربية"، لا تشير كلها إلى شيء واحد عند وصف الواقعة العربية، ذلك أنه من « شأن كل مصطلح من هذه المصطلحات أن يبرز جانباً معيناً من جوانب الواقعة المذكورة و ليس غيره عند الاستخدام و الاستعمال ووفقاً للظروف و الأحوال » ².

ويذهب في قوله بأن لكل مصطلح سياق استعمال خاص به تفرضه الظروف و الأحوال المحيطة بالواقعة العربية؛ ف « على سبيل المثال: في سياق يؤكد العوامل التاريخية و الاجتماعية الموحدة للعرب، و يؤكد مشروع مستقبلهم الوحدوي، و يؤكد عمق انتمائهم الواحد الموحد نستخدم عادة مصطلح « الوطن العربي » » ³.

وبالنسبة للمصطلح الثاني يقول: و « في سياق آخر يسيطر فيه و عليه واقع التجزئة العربية و استمراريتها، و واقع ترسخ القطرية العربية و تجذر مؤسساتها و أنماط حياتها و فكرها و دولها، على الرغم من العوامل الثقافية، و التاريخية، و اللغوية، و الدينية المشتركة كلها عربياً، نستخدم بصورة طبيعية و عفوية و مناسبة جداً مصطلح « العالم العربي » » ⁴.

أمّا بالنسبة إلى المصطلح الثالث؛ فيرى أن استعماله يكون في « سياق ثالث يطغى عليه تفكك الواقع العربي و هزاله و لا فاعليته و عجزه و تحوله إلى مجرد تعبير جغرافي يحوي مواد خام مهمّة للعالم، و إلى كتلة منفعة هاملة تفعل فيها مشاريع و استراتيجيات الدول الأخرى، الكبرى منها و الصغرى، نستخدم عندئذٍ، بشكل عفوي و ملائم جداً أيضاً، مصطلح « المنطقة العربية » » ⁵.

و هناك أمثلة كثيرة عن المصطلحات المضللة و المغرضة التي يقوم الإعلام العربي نفسه بالمساهمة في الترويج لها، و يعمل على استقرارها في الأذهان، حيث نجده يستخدم مصطلح « الدولة العبرية » ، و مصطلح: « شمال إسرائيل » بدلاً من « شمال فلسطين المحتلة » ، ليصف بها من اغتصب الأراضي الفلسطينية عنوةً، و هي مصطلحات تمنح الكيان الصهيوني هوية تاريخية و حدوداً

¹- مقتطف من برنامج "الاتجاه المعاكس" ، عنوان الحلقة: "موقف الغرب من النهضة العربية"، مقدّم الحلقة: فيصل القاسم، ضيفاً الحلقة: سليم عبود/ عضو اتحاد الكتاب العرب، عايد المناع/ رئيس الهيئة الاستشارية بجمعية الصحفيين الكويتية، تاريخ الحلقة: 2007/10/16.

²- صادق جلال العظم، « ما هي العولمة »، الثقافة العربية وثقافات العالم: حوار الأنداد، المنظمة العربية للتربية والثقافة و الفنون، إدارة برامج الثقافة و الاتصال، تونس، 1999م، ص: 41.

³- المرجع نفسه، ص: 41.

⁴- المرجع نفسه، ص: 41.

⁵- صادق جلال العظم، « ما هي العولمة »، المرجع السابق، ص: 41، 42.

جغرافية على حساب حق الفلسطينيين في دولتهم وأرضهم، وفي كثير من الحالات، يصف الإعلام الغربي دول المواجهة العربية بأنها « جيران » إسرائيل؛ فيتحدثون عن ضرورة إحلال السلام بين « إسرائيل وجيرانها العرب » للترويج لحالة التطبيع في الذهن العربي¹. ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد؛ فما تزال وسائل الإعلام العربية ماضية في استعمالها لبعض المصطلحات التي لا تعبر عن الواقع العربي، ولا عن ماضيه ولا عن مستقبله، ولا تخدم قضاياه، في الوقت الذي تحتاج فيه الأمة العربية الإسلامية، إلى إعلام قوي و هادف يرقى إلى مستوى تحدياتها الراهنة و المستقبلية، و يستطيع أن يواجه هذه الحملات التي يقودها الإعلام الغربي بشكلٍ مدروس و منظم.

ومن جهة أخرى، يمكننا أن نلاحظ ذلك التناقض الكبير الذي تقع فيه الصحافة العربية في تغطياتها الإخبارية المختلفة التي تخص المناطق العربية المحتلة، واختيارها للمصطلحات التي تعبر عن واقع الأحداث الميدانية، الأمر الذي يجعلنا نتساءل: هل تتفاوت تعريفاتنا للمصطلحات التالية: " مجاهد، انتحاري، استشهادي، فدائي، شهيد، قتيل، ضحية، جهاد، ثورة، انتفاضة، مقاومة؟"، أم أنها تشكل قاموساً موحداً؟، ونقصد بالقاموس، ذلك الذي تنهل منه مختلف وسائل الإعلام العربية مصطلحاتها؛ فكثيراً ما تصف هذه المؤسسات الإعلامية العربية « العمليات الاستشهادية » بـ « العمليات الانتحارية »، وإذا سقط شهيد ما؛ فإن هذه الأخيرة تختلف في اختيارها للمصطلح الدال عليه؛ فبعضها يتبنى مصطلح « الشهيد » وبعضها يتبنى مصطلح « الضحية »؛ وفريق ثالث يتبنى مصطلح « القتيل »، بينما نجد الإعلام العربي يقابل جميع هذه المصطلحات بكلمة « الإرهاب »²، و « العمليات الإرهابية ».

وكمثال على ذلك هذا الخبر الذي بثته قناة العربية في نشرة الأخبار الرئيسية، ثم ظهر بعد ذلك في البث الحي لشريط الأخبار المكتوب على شاشة العربي، ومفاده: « مقتل اثنين من الفلسطينيين، وإصابة ثلاثة آخرين خلال غارة إسرائيلية على بيت حانون شمال غزة »³.

أليس من المعروف لدى جميع العرب والمسلمين أن من تقتله القوات الإسرائيلية أو أي دولة استعمارية أخرى غدرًا أو وهو يدافع عن وطنه، يسمى شهيداً؟ فكيف للقائم على هذه القناة أن يبت هذا الخبر بهذه الكيفية؟

¹ - ينظر: بثينة شعبان، « دور اللغة العربية في مواكبة المصطلح الأجنبي في الإعلام المقروء » مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، ص: 550.

² - ولقد ركز السيد رئيس الجمهورية: عبد العزيز بوتفليقة على أهمية التفرقة بين حق الشعوب في الدفاع عن نفسها وعن أوطانها من الاعتداءات الاستعمارية، وبين عمليات الإبادة التي تقوم بها الأنظمة الاستعمارية و الحركات العنصرية و المتطرفة ضد الشعوب المستضعفة، حيث دعا إلى إعطاء تعريف دولي دقيق لظاهرة الإرهاب في العالم، واصفاً ذلك بقوله: « كلٌّ يحارب إرهابه.. » في إشارة منه إلى المغالطة التي يحاول الغرب ترسيخها لإضفاء الغطاء الشرعي لاعتداءاتها على الشعوب المستضعفة، وذلك خلال القمة العربية السابعة عشر التي انعقدت في الجزائر في: 2005/03/22.

³ - قناة العربية الفضائية، يوم: 2007/11/15، الساعة: 18:20، نشرة الأخبار.

وهنا يطرح الموضوع بكيفية تسعى إلى دراسة مقام استعمال المصطلح الإعلامي لا إلى دراسة المصطلح دراسة لغوية في ذاته؛ لأنّ الذي أدّى إلى اختلاف هؤلاء جميعاً في اختيار المصطلح الدال على من تقتله قوات الاحتلال هو سياق الخلفية الاجتماعية، والثقافة الإيديولوجية التي ينطلق منها كل فريق على حدة، وهنا نستطيع القول بأنّه ليس كل إعلام ناطق بالعربية هو إعلام عربي. ومن أمثلة هذه المصطلحات التي تمّ تداولها في الإعلام العربي كذلك هو إطلاق لفظة: «**تحرير العراق**» منذ بداية العدوان الأمريكي على العراق؛ فعادةً ما يكون «**التحرير**» في دولة مُعتدَى عليها من طرف دولة أخرى، إلا أنّ هذا المصطلح قد استعمل للدلالة على تحرير العراق من رئيسه الذي انتخبه العراقيون أنفسهم، ومن الذي يقوم بهذا التحرير؟ هو الدولة الغازية للعراق نفسها، وفي هذا الشأن؛ فقد لاحظنا أنّ وسائل الإعلام العربية قد اختلفت حول استخدام هذا المصطلح؛ فهناك من استعمل مصطلح: «**العدوان على العراق**»، ومن استعمل مصطلح: «**الحرب على العراق**»، وأخرى استعملت: «**الحرب في العراق**»... إلخ، وهذا الاختلاف في حدّ ذاته لا يخدم الإعلام العربي و يضعنا أمام مشكلة أخرى، وهي مشكلة توحيد المصطلح.

وفي المقابل، نجد أنّ الإعلام العربي قد استعمل مصطلحات أخرى مرتبطة في مدلولاتها بظاهرة تسمى «**الاقتصاد الرأسمالي العالمي**»؛ ف «**منذ زمن غير قصير ونحن نتداول مفاهيم ومصطلحات وتصوّرات هامة- نتداولها علمياً وثقافياً وسياسياً وإعلامياً وحتى شارعياً مثل الرأسمالية، الاقتصاد العالمي، الإمبريالية العالمية، السوق الدولية، النظام الاقتصادي العالمي**»¹، حيث عرّفت هذه المصطلحات هذه الظاهرة، وبيّنت مدى تأثير نتائجها على مختلف الدول - النامية منها أو الغنية.

إنّ استخدام مصطلح «**الرأسمالية العالمية**» يبرز «**الامتداد الأفقي لنمط الإنتاج الرأسمالي، أي المدى الذي وصل إليه تمّدد الواقعة ذاتها أيضاً في حين يبرز مصطلح الاستعمار العالمي طابع الفتح التوسّعي العنفي و الطابع الإخضاعى القهري لمجتمعات العالم الأخرى كلّها تقريباً لمصالح دول المركز و مصالح هيمنتها وسيطرتها**»².

أمّا بالنسبة لمصطلح «**الإمبريالية العالمية**»؛ «**فيبرز بدوره عملية إخضاع اقتصادات البلدان الأخرى، وأساليب حياتها، وأشكال إنتاجها للثروة إلى مصالح التراكم الرأسمالي في المركز وحده، بحيث يصبح كلّ ما تبقى عالماً في شبكة علاقاته المتنوّعة و المتضاربة والشاملة**»³.

1- صادق جلال العظم، «**ما هي العولمة؟**»، الثقافة العربية وثقافات العالم: حوار الأنداد، ص:40.

2- المرجع نفسه، ص:42.

3- المرجع نفسه، ص:42.

ومن جهةٍ ثالثة نجد أن مصطلح « **السوق الدولية** » يعني التأكيد على الجانب التبادلي والتجاري للواقعة الاقتصادية العالمية الشاملة، بينما مصطلح « **المركز والأطراف** » ؛ فيعني علاقات الاستغلال و التبعية التي تتصف بها الواقعة نفسها أيضاً¹.

كما تقف بعض الأغراض الإيجابية لواضعي المصطلحات وراء تحقيق بعض الأهداف الإعلامية، حيث يؤدي استعمالها في وسائل الإعلام إلى الترويج لها بين جمهور المتلقين قصد إقناعهم بأغراض الواضع، وعادةً ما تقوم هذه المؤسسات بحملات إعلامية مركزة لنشر وإشاعة هذه المصطلحات، وإقناع الجمهور بالمفاهيم التي تحملها، وهو ما حدث على سبيل المثال في الجزائر، حيث ساهم الاختيار الدقيق و المدروس لبعض المصطلحات، والترويج لها في حلّ بعض المشاكل العويصة التي ظهرت منذ بداية الأزمة السياسية والأمنية بها، ومن بين هذه المصطلحات مثلاً: مصطلح « **الحوار** » ، و « **الوئام المدني** » ، ثم « **المصالحة الوطنية** » ، والتي ظهرت نتائجها واضحة و جلية على المستويين السياسي والاجتماعي و الاقتصادي ..إلخ، وذلك لتوفر الإرادة السياسية في شخص السيد رئيس الجمهورية باعتباره صاحب المبادرة لهذا المشروع.

إن استعراض هذه النماذج من المصطلحات يقودنا إلى البحث عن أسباب هذه الأزمة التي يشهدها إعلامنا اليوم، وتجعلنا نتساءل عن جوهر المشكلة التي أدت إلى هذا الضعف الإعلامي العربي في مواكبة المصطلح الأجنبي، أهو ضعف لغوي، أم ضعف سياسي، أم ضعف في المواقف والأفكار معاً؟

- كيف يمكن للغة العربية أن تنجز تعبيراً عن غرض من أغراض

التواصل في الخطاب الإعلامي؟

- هل وضع المصطلح الإعلامي العربي، هو وضع عربي أم غربي؟، وهل

هو مرتبط بإنتاج المعرفة؟.

- وهل تواجه اللغة الإعلامية إشكالية تعدد المصطلح الإعلامي العربي

مقابل المصطلح الأجنبي الواحد؟.

- هل تعدد المصطلح الإعلامي هو تعدد ذو توجه سياسي أو إيديولوجي أو

ثقافي، أم تعدد لساني مرتبط باختيارات تقنية (تقنية لغوية: الاشتقاق، التوليد

الدلالي، البلاغة...)؟

- كيف السبيل إلى توحيد المصطلح الإعلامي العربي؟.

- وهل يمكن الوصول إلى كيفية إيجاد علاقة مضمون المصطلح بمضمون

الوعي العربي والوعي الغربي، والتفكير العربي و التفكير الغربي؟.

- وهل يتطابق محتوى المصطلح مع هذا المضمون أم لا؟.

1- إشكالية المصطلح الإعلامي على مستوى الوضع:

¹ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 42.

لا يمكن لأحد أن ينكر غنى اللُّغة العربية وسعتها، وتمتُّعها بخصائص متعدّدة لا تتمتّع بها لغات العالم المختلفة، إلاّ أنّها في الوقت نفسه، وفي مراحل تاريخها الطويل، تواجه ظروفاً مختلفة تجعلها في حاجة مستمرة إلى وضع مصطلحات جديدة، لكي تستوعب المفاهيم العلمية و الحضارية المتجدّدة. كما أنّ أيّة لغة لها جذور وتاريخ تحتاج إلى أن تجدد في نسيج ألفاظها حسب ما يطرأ عليها من أحداث و مقتضيات سياسية، واقتصادية، واجتماعية... الخ.

ومن المنطقي أن نتساءل عن أهمّية "الوضع" داخل اللُّغة بعد أن اختلفت الآراء حول الكيفية التي يتمُّ بها، بين من يرى بوجوب اعتماده في اللُّغة كضرورة تقتضيها مستجدّات كلّ عصر، ومن يرى بوجوب نقاء اللُّغة وصفائها من أيّة شوائب أجنبية يمكن أن تهدّد وجود اللُّغة ككل باعتبارها كياناً يحمل هويّة وحضارة الشعوب الناطقة بها.

فما الحاجة إذن، إلى هذا الوضع، إذا لم يكن من أجل أن يغطّي حاجة تواصلية لم تستطع مفردات اللُّغة نفسها أن تفي بها، سواءً كان ذلك في المجال العلمي، أو في مجالات أخرى متعدّدة.

إلاّ أنّ ما يمكن الاتّفاق عليه، هو التّركيز على دراسة آلية وضع المصطلح؛ فقد « تكون آلية وضع المصطلح، وما تستند إليه من ثوابت وموجّهات، من القضايا المركزية التي تحتاج إلى درس وتأنّ، وقد يختلف النّاس وتتباين آراؤهم في تلكم الموجّهات، أو تتعثر هذه المناهج لينبث عنها مصطلح كان من الممكن أن يوضع ما هو أفضل منه، وقد يختلف ذو الرّأي في الموازنة بين مصطلحات تكاثرت على مدلول واحد، أنّها أنسب وأفضل »¹

وهناك من يرى أنّ هذا الاختلاف وهذا التعثر، أفضل من الاستسلام إلى استيراد المصطلحات الأجنبية و إدخالها إلى اللُّغة؛ فـ « كلّ أولئك من القضايا الجوهرية المؤثّرة، دونما شكّ، في العربية، و سيرورة المصطلح فيها، وعلى الرُّغم من تبرُّمنا الدائم من تلكم المزالق؛ فإنّ مخرجاتها تطلُّ أفضل من انتكاسنا لنركن إلى استيراد المصطلحات الأجنبية؛ فمصطلح عربي ذو جودة فيها خلاف، خيرٌ من مصطلح يُفرض علينا أو نفرضه على أنفسنا كما نشأ لدى أهله »². وعلى الرُّغم من الجهود المبذولة من طرف المجامع اللُّغوية العربية، إلاّ أنّها تبقى غير كافية، ذلك أن ما قد تمّ وضعه من مصطلحات لحلّ أزمة اللُّغة العربية، ظلّ أغلبه محصوراً على هذه المجامع والهيئات وفي المعاجم و المجالات المتخصصة؛ إذ بقيت هذه المصطلحات بعيدة عن الاستعمال في جميع المجالات

1- محمّد جواد الثوري، « المؤثّرات في إشاعة المصطلحات العربية » ، مجلّة مجمع اللُّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه تتمة بحوث ندوة (إقرار منهجية موحّدة لوضع المصطلح) (من 25 حتّى 1999/11/28)، مطابع دار البعث، ج: 04، مج: 75، رجب 1421هـ/أكتوبر 2000م، ص: 827.

2- المرجع نفسه، ص: 827.

الحيوية، وبقيت السّاحة خالية أمام استخدام المصطلح الأجنبي، دون الانتباه إلى الخطورة النّاجمة عن هذا الاستعمال غير المدروس، حيث « ظلّ أبناء العربية، كما يترأى، لنا مأخوذين بميل جانح إلى المصطلحات الأجنبية، والسؤال الذي يطرح: ما الأسباب التي تدفع بأبناء العربية إلى الاستكانة إلى المصطلحات الأجنبية؟ ويتجاذب مع هذا السؤال: ما الأسباب التي تدفع بهم إلى نبذ ما يوضع من مصطلحات عربية؟ وما الأسباب التي تحول دون غلبة ما نضع من مصطلحات لما يرد علينا من مصطلحات أجنبية؟ »¹.

والحقيقة، لا يمكن الوصول إلى إيجاد حلول لهذه الأزمة إذا لم يتمّ البحث في هذه الأسباب بشكلٍ جدّي و في جميع المستويات؛ فقد « يبدو لبعض أن يبقي هذه المسألة في سياقها اللغوي الخالص؛ فينكفي إلى تلمّس ذلك في جنبات المجامع اللغوية و هيئات التعريب، وأنّ الأمر لا يتجاوز غياب التّسيق، أو ما يحدث من خلل أو تعقيد في وضع بعض المصطلحات، وفي اعتقادي أنّ ذلك قد يكون شيئاً يسيراً من عوامل متشابكة تلتئم فيها أسباب إجرائية وما يتصل بها من الوسائل المعينة على بثّ المصطلح وإشاعته، وأسباب اجتماعية نفسية وما يولدها من واقع حضاري مغلوب، مأخوذ بالزّهو بتقليد الغالب، وأسباب لغوية تنأت من وجود قوادح في المصطلحات التي توضع، أو تنافرها بسبب تراكمها على مسمّى واحد، وتعرّج التّسيق بين الواضعين »².

وعليه، يجب تدارس هذه العوامل الكثيرة التي تقف وراء كلّ سبب من أسباب هذه الأزمة من أجل الوصول إلى حلول حاسمة لإشكاليات المصطلح المتعدّدة، ووضع استراتيجيات مشتركة تنطلق من واقع هذه الأزمة ومسبباتها، والتي يمكن أن نلخصها فيما يلي:

1-1- الأسباب الإجرائية:

والتي تتمثل في العوامل التي تؤدي إلى موت أغلب المصطلحات الموضوعية وشيوع المصطلحات الأجنبية دون أن تمرّ عبر التّحريض والتّمييز؛ فجلبها يدخل إلى السنة النّاس دون أن يوضع له مقابلاً، وما إن نتوافق على حياة مصطلح عربي مقابل، يكون ذلك الدّخيل قد استقرّ في السنة النّاس، وتمكّن وأصبح شائعاً مستساغاً بالإلف وكثرة الاستعمال.

وهذا التّباطؤ في وضع المصطلح العربي، يتعرّج بمؤثر سلبي آخر يتمثّل في غياب التّرويج الفاعل له، وتواني وسائل الإعلام عن بثّه وإشاعته، ممّا يجعل من هذين السببين من أكثر الأسباب فاعلية في موت هذه المصطلحات وارتدادها إلى التّدارس في أروقة المجامع و المؤسسات المعنية، وما إن يموت هذا الذي نضع، يتعرّج ذلك الوافد ويصبح مفروضاً سائراً بين النّاس، ويصعب، بعد ذلك،

¹ - المرجع نفسه، ص: 828.

² - محمّد جواد الثّوري، « المؤثرات في إشاعة المصطلحات العربية »، المرجع السّابق، ص: 828.

الفصل الثالث _____ من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي - مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التداولية.

ويتأبى علينا أن نتمكّن من امتلاك الأمر أو تداركه، وهكذا نضلّ نلهث، نطارد مصطلحات دخلت واستقرت، ونجد أنفسنا أمام إشكال مزدوج، بعد أن كان مفرداً محصوراً في وضع المصطلح العربي وإشاعته¹.

2-1- الأسباب الاجتماعية والنفسية:

إنّ مشكلة العربية اليوم تتمثل في أنها كانت اللّغة التي حملت لواء الحضارة لعدّة قرون، وكانت اللّغة التي أخذ منها العالم في زمن انحطاطه المفاهيم العلمية في جميع المجالات المختلفة، إلاّ أنّها اليوم تواجه تقهقراً حضارياً مستمراً؛ فاللّغة العربية بقيت هي نفسها، بكلّ ما تتمتع به من غنى وسعة و قدرة على الاستيعاب لجميع المفاهيم الحضارية والعلمية، إلاّ أنّ الأُمَّة التي كانت تنتج العلم و المعرفة بالأمس، لم تعد موجودة اليوم؛ فهذا « الواقع المتردّي للأُمَّة العربية يجعل أبناءها في

موقع المتلقّي الدائم؛ بل المتلقّي المُعجب، المأخوذ بالحضارات العالمية الزاهرة، المستكين إليها (...) وفضلاً على أنّ هذا التوجّه التلقائي يمثّل مقاومة غير واعية للمصطلحات العربية الموضوعية²؛ فإنّه يمثّل أيضاً عنصر استمرار لمشكل المصطلح، ما دامت أمّتنا في ذلك الدرك من سلم الحضارة، وتأسيساً على ذلك؛ فلا سبيل، الآن، إلى التخلّص من هذا التحديّ، ذلك لو افترضنا جدلاً أنّنا تمكّنا من معالجة ما هو قائم إلى لحظتنا هذه؛ فلن يكون ذلك إلاّ اختفاءً مؤقتاً لهذا المشكل، الذي سيعود يتخلّق بعد مدّة وجيزة، ذلك أن العلم و أشياء الحضارة لا ينتجان لدينا، ولا تزال مؤسّساتنا التعليمية متقاعسة عن تعريب العلوم³.

3-1- الأسباب اللغوية:

وتتعلّق هذه الأسباب بكلّ من: الواضع نفسه، ثمّ بكيفية الوضع، ثمّ باستعمال ما تمّ وضعه من مصطلحات. ولنبدأ بالواضع:

1-3-1- من هو الواضع؟

لا يمكن لأحد أن ينكر المستوى الذي آل إليه تدريس اللّغة العربية في المدارس، والمعاهد، والجامعات، ولا يمكن لأحد أن ينكر الضّعف الكبير الذي يكون عليه طلبتنا عند التخرّج، والرّداءة اللغوية التي أصابت جلّ الإطارات من

¹ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 829.

² - ذلك « أنّ الكلام في قضية المصطلح متّصل بواقعا العربي كلّ: إذ تدهمنا الحياة، كما نعلم، بكشوفها العلمية و التّطبيقية المتسارعة من كلّ طرف، وتتفرّع العلوم الوافدة علينا، وتكثر فيها المصطلحات (بوصفنا أمة تستهلك الحضارة ولا تشارك في صنعها، للأسف). ويحار كتابنا ومفكرنا وعلاميوننا وعلماؤنا في اختيار ما يقابلها في العربية عن طريق التعريب الفردي أحياناً، وعن طريق إيراد ما يُرادف معناه أو وظيفته، أحياناً، وربّما أعجزنا توحيد المصطلح في القطر العربي الواحد، فضلاً عن العجز عن تعميمه في السّاحة العربية كلّها، وربّما اختلف رسمه أيضاً (واختلف رسم اسم مؤلف الكتاب الذي يرد فيه أيضاً)؛ إذ ليس لنا فيه مرجع علمي عربي واحد. « : عبد الكريم الأشتر، « اللّغة العربية والإعلام المرئي و المسموع- مقترحات في سبل العلاج و التّثنية » ، مجلّة مجمع اللّغة العربية بدمشق، عدد خاص و فيه تتمة بحوث ندوة (اللّغة العربية و الإعلام) (من 21 حتّى 1998/11/23)، جمادى الآخرة 1420هـ/ أكتوبر 1999م، ج: 04، مج: 74، ص: 708.

³ - محمّد جواد الثوري، « المؤثرات في إشاعة المصطلحات العربية » ، مجلّة مجمع اللّغة العربية بدمشق، عدد خاص و فيه تتمة بحوث ندوة (إقرار منهجية موحّدة لوضع المصطلح)، ص: 831.

الفصل الثالث _____ من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي- مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التداولية-

المتعلمين وحاملي الشهادات، وحتى أكبر المسؤولين في الدولة، إلى درجة أنه يمكن تسمية هذه الظاهرة بالإعاقة اللغوية.

ونجد كثيراً من الباحثين في تعليمية اللغات ¹ (La didactique des langues) يشتكون من صعوبة تدريس اللغة العربية واللغات الأجنبية، على السواء، إلى الطلاب، ويبحثون في كل مرة عن الأسباب و المعوقات ويقترحون الحلول عن طريق طرحهم لطرق ومناهج مختلفة، يتفقون حول بعضها أحياناً، ويختلفون في أغلب الأحيان.

وفي ظل هذا الوضع المزري، و المستوى المتدني الغالب في المجتمع العربي ككل، يحق لنا أن نتساءل: كيف يكون هذا الواضع واضعاً للمصطلح، ولغته العربية بئس، ولا يعلم من مصادرها إلا النزر اليسير؟.

- كيف يكون هذا المترجم الذي لا يتقن اللغة الأجنبية، وليس عارفاً بأصولها وبوسائل وضع المصطلحات فيها، مترجماً، و يقوم بترجمة الكتب الأجنبية العلمية، ويضع المقابلات العربية للمصطلحات الأجنبية؟!

يقول أحمد شفيق الخطيب: « إن مهنة المصطلحي، كما تعلمون، لمّا تتحدّد معالمها في العالم العربي؛ فليس هناك برامج متعارفة ولا طرق تأهيل محدّدة و مرسومة، لإعداد المتخصّصين في المصطلح و الشؤون المصطلحية. ومعظم، أو ربّما كلّ المتخصّصين الذين أعرّفهم، تعلّموا المهنة بجهودهم وإمكاناتهم الشخصية، ولم يدرسوها كعلم؛ إنّما توافرت لهم خلفيات دراسية تثقيفية علمية و لغوية ساعدت في هذا التأهيل » ².

غير أنّ هذا لا يعدّ كافياً؛ فواضع المصطلح « يجب أن يكون متقناً للغته العربية، ومتقناً لاختصاصه العلمي ولغته الأجنبية؛ فأنت ترى أنّ الجامعات امتلأت بكثير ممّن لم يتقنوا لغتهم العربية إتقاناً يمكّنهم من الترجمة إليها، ولم يعرفوا أكثر الكتب القديمة والحديثة المؤلّفة في علمهم الذي ينتسبون إليه، والتي كان علمهم أحد أغراضها » ³.

يجب على كلّ باحث علمي أو مجععي، أو عضو في هيئة تعريب أن يتجنّب العمل الفردي، والمبادرات العشوائية في عملية الوضع، والتي تؤدي إلى التعدّد السلبي للمصطلح، ممّا يشيع اللبس في المفاهيم، ويوقع في الخلط بينها؛ « فلا يُشكُّ أنّ صعوبة بعض ما يوضع من مصطلحات أو كثرته وتضاربه أحياناً قد يؤدي إلى العودة إلى الأصل الأجنبي » ⁴.

1- وهو حقّق من الحقول اللسانية، بهتمّ بطرق و مناهج تعليم اللغات.

2- أحمد شفيق الخطيب، « منهجية بناء المصطلحات وتطبيقها » ، مجلّة مجمع اللغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأوّل من بحوث ندوة (إقرار منهجية موحّدة لوضع المصطلح)، ج: 03، مج: 75، ص: 538.

3- محمّد أحمد الدّالي، « في الطريق إلى مصطلح علمي عربي موحّد. واضع المصطلح، وأساليب وضعه، ووسائل توحيدده » ، المرجع نفسه، ص: 723.

4- محمّد جواد الثوري، « المؤثرات في إشاعة المصطلحات العربية » ، المرجع نفسه، ج: 04، مج: 75، ص: 832.

وعليه لابد من توحيد جميع الجهود من أجل إيجاد السبل الكفيلة بتطوير لغتنا وامتلاك المعارف المختلفة من خلالها.

1-3-2- أساليب وضع المصطلح:

أمّا عن كيفية وضع المصطلح؛ فهناك طرق علمية محدّدة، ووسائل معروفة يتمّ بواسطتها توليد المصطلحات أو نقلها و إدخالها إلى اللّغة إلى اللّغة العربية. إلاّ أنّنا نستطيع القول بأنّ الوضع وضعان: وضع من الدّرجة الأولى، ووضع من الدّرجة الثّانية؛ فأما الوضع الأوّل؛ فيخصّ التّسمية التي يتمّ إطلاقها لأوّل مرّة على ما توصّل إليه الواضع الأوّل- أو الواضع المنتج للمعرفة- من جديد، بينما الوضع الثّاني؛ فيخصّ التّسمية التي يطلقها الواضع الثّاني من لغته على ما قد تمّ تسميته من قبل الواضع الأوّل في لغة أخرى، حيث أنّ « ترقيّ الإنسان في درجات العلم يوصله إلى ما لم يكن له به من عهد سابق، وأنّ هذا الجديد يفرض عليه أن يضع له ما يناسبه من التّسمية. وهكذا يضع الواضع الأوّل- وهو من يصل إلى الجديد- التّسمية من لغته هو، أمّا من يضع التّسمية بعد الواضع الأوّل، في لغة أخرى، فهو الواضع الثّاني. وهنا يلزم أن يجد الواضع الثّاني تسمية من لغته لا من لغة الواضع الأوّل؛ فإن تعذر عليه الأمر اضطرّ إلى اقتراض تسمية الواضع الأوّل، وإدخالها في متن لغته، بمقتضى لوازم الاقتراض اللّغوي وشرائطه ¹ .

وعليه يمكن تلخيص أساليب الوضع فيما يلي:

أ- التّوليد اللّغوي أو الاشتقاق:

إنّ الكلمة العربية كما هو معروف، تتكوّن من مادّة هي أصلها الذي تعود إليه، وتشترك فيه مع قريناتها الأخرى، ومن هيئة تركيب أو صيغة أو بناء تركّب فيه مادّتها، وهذه هي الطّريقة التي تولّد بها العربية ألفاظاً جديدة لتفيّ بالحاجات الجديدة، وتعبّر عن المعاني المستحدثة. وكان التّوليد « من العوامل التي اعتمدها السّلف لإثراء اللّغة العربية من داخلها؛ فبحثوا في العوامل التّوليدية التي تختصّ بها العربية، وقسموها حسب أهمّيتها مجاراةً لكلام العرب؛ فالعرب تكثروا من القياس و الاشتقاق؛ فبحثوا كثيراً في هذا المجال حتّى وصلنا كمّ هائل غير مرتّب من المشتقات، والذي لا يستعمل إلاّ عشره، وتبقى معظم المشتقات لا وظيفة لها؛ بل للاستئناس بها في الأوزان. ومن هذه الزاوية أعادت المجامع العلمية النّظر في باب الاشتقاق لأهمّيته، ولحاجتنا إليه في هذا العصر نظراً لكثرة المصطلحات التي تحدث في سوق الاستعمال، ولا تجد أسماء عربية في الوقت الذي تُعرف العربية باشتقاقاتها الكثيرة

¹ - محمّد ضاري حنّادي، « وسائل وضع المصطلح العلمي في العربية » ، مجلّة مجمع اللّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأوّل من بحوث ندوة (إقرار منهجية موحّدة لوضع المصطلح)، ج: 03، مج: 75، ص: 571.

الفصل الثالث من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي - مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التداولية.

والمرنة «¹، وللتوليد اللغوي وجهان: الأول: توليد في الصيغة، والثاني: توليد في الدلالة.

فأما التوليد في الصيغة²؛ فقد يكون إما « بالوضع أو النحت، ونعني بالوضع ابتكار كلمة جديدة من أصل عربي بطريق الاشتقاق³ أو القياس⁴ وما إلى ذلك من ضروب التوليد اللفظي؛ فإن لم يسعنا الحال لجأنا إلى النحت⁵، وهو منهج مأخوذ به في اللغة العربية منذ أقدم عصورها⁶.

أما التوليد في الدلالة أو التوليد الدلالي؛ فهو « إبداع لدلالات معجمية و تراكيب دلالية جديدة، أي أنه يرتبط بظهور معنى جديد أو قيمة جديدة بالنسبة لوحد معجمية موجودة أصلاً في معجم اللغة؛ فيسمح لها ذلك بالظهور في سياقات جديدة لم تتحقق فيها من قبل⁷ ».

وعليه، يكون التوليد في الدلالة بتوظيف كلمات قديمة في معنى جديد، وذلك بالتوسّع في دلالاته على ضرب من المجاز؛ فالتوليد يعني اختراع كلمة جديدة أو توظيف كلمة قديمة في معنى جديد⁸.

ب- الاقتراض اللغوي⁹:

يقتضي الاحتكاك و التفاعل بين المجتمعات اللغوية، حدوث تواصل لغوي بينها، ينتج عنه أخذ و عطاء لمفردات مختلفة، حيث تسمى هذه الظاهرة "بالاقتراض اللغوي"¹.

- 1- صالح بلعيد، اللغة العربية آلياتها الأساسية و قضاياها الراهنة، ديوان المطبوعات الجامعية، جوان: 1995، ص: 68.
- 2- ويسميه محمد غاليم بالتوليد الصوري، حيث يقول: « وبذلك يتميز التوليد الدلالي من التوليد الصوري الذي يرتبط عموماً بظهور متواليات صوتية جديدة بمعنى معجمي جديد، كما يحصل في المولدات الناتجة عن عمليات الاشتقاق أو التعريب أو الاقتراض أو النحت » : محمد غاليم، التوليد الدلالي في البلاغة و المعجم، دار توبقال للنشر، ط: 01، 1987، ص: 05.
- 3- والاشتقاق أنواع، وهي: 1- الاشتقاق الصغير، وهو الذي تتوالد عن طريقه الألفاظ من المادة الأصلية على ترتيب أصواتها، مع زيادات من أجل توجيه المعنى، مثل الكلمات العربية: كتاب، ومكتبة، ومكتب، وكاتب، وكتب.
- 2- الاشتقاق الكبير: وهو وسيلة لتوليد الكلمات عن طريق تقليب حروف الكلمة الواحدة، مثل مادة: "جبر" التي ينشأ عنها: "جرب، برج، رجب، رجب"، وكلها تعود إلى معنى القوة والعظمة: ينظر: أحمد شامية، خصائص العربية والإعجاز القرآني (في نظرية عبد الفاهر الجرجاني اللغوية)، ديوان المطبوعات الجامعية (سلسلة المعرفة)، 1995، ص: 62.
- 3- الاشتقاق الأكبر: وبه يتم توليد الكلمات عن طريق إبدال الحروف ببعضها على أساس التقارب الصوتي الموجود بينها، سواء في المخرج أو في الصفة، مثل: "سهل، زار"، و لهما معنى مشترك، لأن الزأي أخت الصاد " كلاهما حرف صفيح"، والهمزة أخت الهاء، " كلاهما من الأحرف الحلقية"، والراء أخت اللام، لأنهما من أحرف الدالفة: ينظر: المرجع نفسه، ص: 580، 581.
- 4- ولأن اللغة العربية لغة اشتقاقية؛ فقد حاول علماؤها استقراء أقيستها من أجل توليد مصطلحات جديدة، وأوصى المجمع أن يكون الأخذ بالقياس في غياب السماع، « لأن السماع إذا ورد يبطل القياس » : ينظر: محمد ضاري حمّادي، حركة النصّح اللغوي في العصر الحديث، دار الرشيد- بوزارة الثقافة والإعلام، بغداد: 1400هـ/ 1980م، ص: 275. / عن: محمد ضاري حمّادي، « وسائل وضع المصطلح العلمي في العربية »، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأول من بحوث ندوة (إقرار منهجية موحدة لوضع المصطلح)، ج: 03، مج: 75، ص: 576.
- 5- ويسمى أيضاً بالاشتقاق الكبّار، وهو توليد كلمة من كلمتين أو أكثر بهدف الاقتصاد، مثل الحمدلة، والبسملّة، والحوقلّة، يعدّ الوسيلة المثلى التي طوّرت اللغات الهندوأوربية، كما اعتمده العرب قديماً بدافع إيجاد المختصرات لبعض الكلمات، والجمل التي يكثر دورانها في الاستعمال، ولم يولوه الاهتمام الخاص كونه من خصائص اللغات غير السامية، لذا قلّوا من شأنه فاعتمدوا الاشتقاق: « صالح بلعيد، اللغة العربية آلياتها الأساسية وقضاياها الراهنة، ص: 79.
- 6- محمود أحمد السيد، « المبادئ الأساسية في وضع المصطلح و توليده »، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأول من بحوث ندوة (إقرار منهجية موحدة لوضع المصطلح)، ج: 03، مج: 75، ص: 637.
- 7- محمد غاليم، التوليد الدلالي في البلاغة و المعجم، ص: 05.
- 8- ينظر: محمود أحمد السيد، « المبادئ الأساسية في وضع المصطلح و توليده »، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأول من بحوث ندوة (إقرار منهجية موحدة لوضع المصطلح)، ج: 03، مج: 75، ص: 637.
- 9- ينظر: الفصل الثاني، ص: 86.

ج - الترجمة:

يظهر أن المصطلحات المتولدة في اللغة العربية تأخذ اتجاهين اثنين: أحدهما داخلي يتمثل في أنواع التوليد اللغوي - سواء التوليد الصوري وما يشتمل عليه، أو عن طريق التوليد الدلالي - والثاني: خارجي يتمثل في الترجمة والتعريب والتدخيل.

هذا بالنسبة إلى مسألة الوضع بشكل عام في اللغة العربية، أما عن قضية وضع المصطلح الإعلامي العربي بشكل خاص و كيفية استعماله في المجال السياسي تحديداً؛ فنجد أنفسنا أمام معطيات أخرى تختلف عن معطيات الوضع بالنسبة للمصطلح في المجالات الأخرى المتعددة.

2- المصطلح الإعلامي العربي و إشكالية تحديد المفهوم:

لقد شكّل البحث في العلاقة بين اللفظ ومعناه موضوعاً للدراسة منذ أقدم العصور، بداية من العهد اليوناني وصولاً إلى العصر الحديث، وعليه، يمكن القول بأنّ المعنى هو تلك « العلاقة المتبادلة بين اللفظ و المدلول، ولفظ معنيان، معنى أساسي و معنى سياقي، قد تثبت صورة معنى الكلمة، وقد تتبدّل أو تتغيّر، ويحدث التّغيير في المعنى كلّما حدث تغيير في العلاقة بين اللفظ و المدلول »². إلا أنّ هذا المفهوم أو المعنى الذي يربط الدالّ بمدلوله أو اللفظ بمعناه، لا يكون واضحاً في جميع الاستعمالات؛ إذ يمكن أن يكون موظفاً بشكلٍ غامض وغير مباشر؛ فيصبح الوصول إلى فهمه، وفكّ تفسيره من طرف جمهور المتلقين أمراً متعذراً وغير متيسّر للجميع، ذلك أنّه يوجد « بالضرورة علاقة بين المفهوم (Concept) والتّعبير عنه (Expression) ، وبين الدالّ (Signifié) ، والمدلول (Signifiant) ، ودون هذه المطابقة؛ فإنّ المخاطبين أو جماعتي المخاطبين لا يمكن أن يتفاهما. لكن العلاقة بين الدالّ والمدلول مطبوعة نوعاً ما، ومبهمة نوعاً ما حسب القطاعات التي تطبّق فيها، كما أنّ المفردات الرياضيّة تلغي كلّ التباس وازدواجية، وهذا غير حال المفردات السياسيّة. ألا يمكن القول أنّ الكلمة تساعد رجال السياسة في إخفاء تفكيرهم؟ »³.

1- ويسمّيه محمّد رشاد الحمزاوي " بالاستعارة اللغوية " معلاً ذلك بقوله: « إنّنا لا نقصد بالاستعارة اللغوية الاستعارة البلاغية المعروفة؛ بل نعني بذلك ما شهّر بالمعرب و التدخيل وهو كلّ ما تستعيره لغة معيّنة من لغة أخرى، مجاورة أو مبادعة أو وراثية، في مستوى الألفاظ و الصّرف و النحو والأساليب، سعياً وراء تحقيق توازن نظامها الذي خلى من مقولات لغوية لم توفرها بوسانلها الداتية، وذلك لأسباب حضارية وثقافية. ولقد اخترنا أن نستعمل مصطلح " الاستعارة اللغوية " عوضاً عن المصطلحات المتعارفة وذلك لسببين مترابطين:

- معناه العام الذي يعبر تعبيراً شاملاً عن هذا المظهر من التوليد اللغوي دون أن يكون فيه لبس.
- متابعة مختلف تصوّراته عند العرب القدامى والمحدثين ومعرفة مدى إدراكهم لمعناه نظرياً وتطبيقياً بالاعتماد على ما أطلقوا على الاستعارة اللغوية من مصطلحات مختلفة وهي عديدة لا تأمن اللبس والاضطراب: محمّد رشاد الحمزاوي، العربية و الحداثة أو الفصاحة فصاحات، دار الغرب الإسلامي، بيروت-لبنان، ط2 معدّلة ومزيدة، 1986، ص: 157.

2- عبد الواحد حسن الشّيخ، العلاقات الدلالية و الثّرات البلاغية العربي (دراسة تطبيقية)، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنّية، سلسلة اللغة العربيّة، الإسكندرية ط: 01/1419 هـ/1999م، ص: 27.

3- جون ماري كوتري، « في محتوى (مضمون) الاتّصال السياسي »، تر: الطاهر بن خرف الله، المجلّة الجزائرية للاتّصال، العدد: 06 و 07، سنة: 1992م، ص: 193.

وعليه فإن قضية المضمون وتحديد المفهوم يقتضي اهتماماً خاصاً، خاصةً في تحليل الخطابات السياسية و المصطلحات الموظفة فيها؛ ففي « السياسة، كما في الإشهار، التقارب العرضي و الهوة كبيرة أكثر فأكثر بين الكلمة و مفهومها؛ فالمفهوم قد أبتلع من قبل الكلمة، ومحتوى المفهوم يصبح هكذا مُعمَّم وموحد (Standarisé)؛ فالكلمة لا تعكس المفهوم؛ فهي تجلب رد فعل، سلوك مقولب في غالب الأحيان »¹.

من هنا تأتي خطورة عدم الانتباه إلى المصطلحات التي يستعملها الإعلام العربي، والتي يضعها له الإعلام الغربي ويحكيها بدقة متناهية بهدف خدمة مصالحه العليا، حيث يتم اقتراضها منه أو ترجمتها² عنه، من دون أية دراسة أو رقابة لمضامينها، الأمر الذي لا يخدم الأمة العربية وقضاياها الرأهنة، وإنما يشكل تزييفاً صارخاً للحقائق؛ فإذا كان لابد من الاقتراض و الترجمة؛ فلا بد من الاهتمام بالوضع و بالترجم و بمصطلحاتهما، وخاصةً في ميدان الإعلام، لأن المترجم في هذا الميدان هو أكثر تأثيراً على الجماهير من مجامع اللغة، ولأن ما يقوله المترجم يسمعه الملايين، بينما ما يقوله المجمع لا يسمعه إلا القليل منهم، ويكون بعد مضي وقت³.

إن استخدام المصطلحات في الإعلام مرتبط دائماً بالآثار التي يخلفها هذا الاستخدام على ذهنية المتلقي وسلوكه، باعتباره مستهدفاً، وعليه؛ فإن « اتحاد الكلمات وتآلفها مهم بقدر الآثار التي يحدثها، وليس بالمفاهيم التي يرجع إليها، ويبقى تحليل قوانين تآلف الكلمات، في السياسة، مجالاً يجب العمل فيه »⁴، خاصةً وأن اهتمام الإعلام بالسياسة هو اهتمام بالآثار التي تنجم عن الممارسة السياسية في حد ذاتها، مهما اختلفت أوجه هذه الممارسة أو تناقضت، وهو ما أكدته صحفية في قناة دبي الفضائية بقولها: « ليست السياسة هي المهمة، المهم هو النتيجة السياسية »⁵.

ولذلك، لا يستطيع المتلقي الذي يجهل السياق الذي تستعمل فيه هذه المصطلحات أن يفهم مدلولاتها أو الأبعاد التي دعت إلى استعمالها؛ ف « المفردات السياسية المفصولة عن السياق الذي قيلت فيه تبقى غير مفهومة، أو تعطي تأويلاً

1- المرجع نفسه، ص: 186.

2- ما نلاحظه اليوم في وسائلنا الإعلامية من تراجع يدل على أن الترجمة لم تتمكن من أداء وظيفتها؛ فهي وسيلة ضرورية في عملية الوضع، إلا أنها، وبهذه الممارسة العشوائية التي لا تراعي ما يجب ترجمته وما لا يجب، تتحول إلى تقليد ترجمي يؤدي وظيفة سلبية وغير مؤسّسة، نتج عنها إضعاف الإعلام العربي، وعجزه على أن يكون إعلاماً منتجاً وهدافاً في أغلب الأحيان.

3- ينظر: صالح بلعيد، اللغة العربية آلياتها الأساسية وقضاياها الرأهنة، ص: 62.

4- جون ماري كوتري، « في محتوى (مضمون) الاتصال السياسي »، تر: الطاهر بن خرف الله، المجلة الجزائرية للاتصال، ص: 186.

5- قناة دبي الفضائية، يوم: 2006/11/07، الساعة: 23:50، إشهار خاص بالأخبار.

كاذباً خطيراً، والحقيقة، أن المستمع **Auditeur** مرتبط بشروط، إلى درجة أن الشخص المحايد سياسياً لا يستطيع قط أن يفهم شيئاً¹.

وبما أن الإعلام هو اتصال في اتجاه واحد فقط؛ فإن المتلقي العربي لا يمكنه الرد على استعمال هذه المصطلحات المغرضة، أو مناقشة محتوياتها أو الاعتراض عليها؛ ف « المفردات السياسية تثير (تسبب) ردود أفعال دون أن تقيم موضوعاً للتفكير و المناقشة. ويقول ماركوز² بهذا الصدد: " للاقتراحات شكل من نوع إيعازي، تستدعي أكثر ممّا تبين، ومجمل الاتصال يكتسي ميزة منوم مغناطيسي". ونصل هكذا إلى نتيجة أخيرة: اللغة المغلوقة لا تبحث عن إقامة اتصال حقيقي؛ فهي تعلن و تبليغ القرار وتفرضه، باختصار نحن أمام لغة **Langage** توظيفية، موجزة، موحدة (التي) هي لغة الفكر الواحد البعد³.

ولذلك؛ فالمنوط به الرد على مضمون هذه المصطلحات و على مصدرها هو الإعلام العربي نفسه وليس المتلقي، باعتبار أنه موجود من أجل خدمة القضايا الخاصة بهذا المتلقي وتمثيلها، والدفاع عنها.

وترتبط عوامل وضع المصطلحات في الإعلام بزمان ومكان وطبيعة الحدث، حيث يحتاج هذا الوضع إلى إعداد لغويّ خاص يهدف إلى تحميل المصطلحات لمضامين غامضة لا يمكن الوصول إليها إلا بتحليل هذا الخطاب، وهو ما يسمّى بالمحتوى الكامن أو المستتر؛ « فالإعداد اللغوي " يستعمل الوسائل الشفهية ليعطي لها معاني غير المعاني المألوفة"⁴، وعن طريق هذا الإجراء الغالي لدى رجال السياسة؛ فإن مضمون الاتصال يستلزم البحث أكثر في عمق الخطاب، كما يقتضي اكتشاف المغزى المحجوب (الغامض)⁵.

وينتمي هذا النوع من المصطلحات إلى الأفعال اللغوية غير المباشرة (**Les actes du langage indirects**)⁶، وذلك ضمن تصنيف: جون ريتشارد سيرل (John Rogers Searle) للقيم الإنجازية للتلفظ، وهي جزء من الإستراتيجية التلميحية التي يبنى عليها الخطاب السياسي في الغالب.

إلا أن الخطاب السياسي لا يخلو أحياناً من مصطلحات ظاهرة المحتوى أو (المضمون)، أين يستعمل المتكلم ألفاظاً واضحة؛ فيختار كلماته مثل: الاشتراكية، الديمقراطية، الحريات الجمهورية، الرأسمالية الفاسدة... إلخ، عن طريق « الفعل

¹ - جون ماري كوتري، « في محتوى (مضمون) الاتصال السياسي »، تر: الطاهر بن خرف الله، المجلة الجزائرية للاتصال، ص: 186.

² - H. Marcus, l'Homme unidimensionnel / عن: جون ماري كوتري، المرجع السابق، ص: 187.

³ - المرجع نفسه، ص: 187.

⁴ - On se reportera avec intérêt aux distinctions de Frédéric François dans le langage,

Encyclopédie de la pléiade, p : 18. / عن: المرجع نفسه، ص: 188.

⁵ - المرجع نفسه، ص: 188.

⁶ - ينظر: تعريفها في الفصل الأول من هذا العمل، ص: 72.

الفصل الثالث _____ من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي- مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التداولية-

الضّخم» أو « الفعل المعبر » ، حيث لا يبحث المتكلم عن إخفاء أو ستر مضمون تفكيره¹.

وتنتهي هذه المصطلحات إلى التقسيم الثاني للقيم الإنجازية عند سيرل، وهي الأفعال اللغوية المباشرة (Les actes de langage directs)².

وبهذا يصبح استعمال المصطلحات في مجال الإعلام أداة لفعل الأشياء بواسطة الكلمات، حيث لا تخرج هذه المصطلحات عن كونها أفعالاً تتألف من ثلاثة مكونات أساسية وهي: الأفعال التعبيرية (A. Locutoires)، والأفعال الإنجازية (A. Illocutoires)، والأفعال التأثيرية (A. Perlocutoires)³. كما لا تخرج المصطلحات في الإعلام عن كونها تشكّل تمثيلاً واضحاً للفئات القاعدية للأفعال الإنجازية التي قدّمها: جون لانجشو أوستين (John L. Austin)، وجون ريتشارد سيرل (John R. Searle)، في نظريتهما لأفعال الكلام⁴.

وبهذا تتحوّل هذه المصطلحات إلى أفعال (des actes) تأكيدية (Assertives)، توجيهية (Directives)، وعدية (Promessives)، تعبيرية (Expressives)، وإخبارية (Déclaratives)⁵، مع مراعاة العناصر السياقية التي أنجزت فيها، وبهذا يصبح مجال الإعلام مجالاً تداولياً من الدرجة الأولى.

1-2- إشكالية تعدد المصطلح في الإعلام:

1-1-2- تعدد المعاني:

إنّ التعدّد ظاهرة تشترك فيها جميع اللغات، وهو دليل على حيويّتها وقدرتها على التوليد؛ فاستعمال اللغة في سياقات مختلفة يكسب الألفاظ معاني جديدة، « وكلازمة لهذا، تكون للكلمات التي تعلّمها الشخص لمدة طويلة أوفر الحظ في أن تلتقط معاني جديدة في سياقات جديدة، لما هنالك من علاقة بين الاستعمال وتعدّد المعاني والتوسّع فيها، وهذا يضيء كون الكلمات التي تروّج أكثر تلتبس أكثر »⁶.

وقبل الخوض في تعريف التعدّد وأصنافه، يجب علينا أولاً أن نعلم أنّ ألفاظ اللغة من حيث دلالاتها تنقسم إلى ثلاثة أنواع وهي:

« أ- المتباين: وهو أكثر اللغة، وذلك أن يدلّ اللفظ الواحد على معنى واحد.

ب- المشترك اللفظي: وهو أن يدلّ اللفظ الواحد على أكثر من معنى.

¹ - ينظر: جون ماري كوتري، « في محتوى (مضمون) الاتصال السياسي »، تر: الطاهر بن خرف الله، المجلة الجزائرية للاتصال، ص: 188.

² - ينظر الفصل الأوّل من هذا العمل، ص: 71، 72.

³ - ينظر: الفصل الأوّل، ص: 65.

⁴ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 61.

⁵ - هذا بالنسبة إلى تصنيف سيرل (Searle)، وينظر كذلك: النّصّ تصنيف الخاص بأوستين (Austin)، و التّعريفات الخاصّة بكلّ تصنيف في الفصل الأوّل من هذا العمل، ص: 65 إلى غاية: 69.

⁶ - عبد القادر الفاسي الفهري، اللسانيات واللغة العربية، نماذج تركيبية ودلالية، منشورات عويدات، بيروت-لبنان، ط: 02، 1986، ص: 374.

ج- المترادف: وهو أن يدلّ أكثر من لفظ على معنى واحد ¹.
فبالنسبة إلى القسم الأوّل من هذا التقسيم؛ فنجد أنه ممثّل بجزء مهمّ من مفردات اللّغة، إلاّ أنّه لا يمكن تعميمه على جميع مفردات اللّغة، ذلك أنّ « أحادية المعنى لا يمكن أن تقوم إلاّ بتجوير اللّغة والقضاء على حركتها، أي قتلها، وعلماً كذلك بأنّ المجاز و السّياق يعرّضان اللفظ للتوسّع الدائم ².
ومن أمثلة هذا القسم نذكر لفظة (الله)؛ فإنّها واحدة و المدلول بها واحد، ولذا سمّي باللفظ المفرد، أين نجد اللفظ متّحداً مع معناه؛ فينفرد اللفظ بمعناه، وتكون الدّلالة واحدة، ويكون مدلولها واحداً أيضاً ³.

وأما بالنسبة إلى القسم الثّاني والثّالث؛ فقد تمّ تفصيل القول فيهما، من حيث أنّهما يدخلان في باب تعدّد المعنى، حيث تمّ التعبير عن الألفاظ المترادفة بأنّها: ألفاظ متعدّدة لمدلول واحد، وهي « ألفاظ متّحدة المعنى وقابلة للتّبادل فيما بينها في أيّ سياق، والتّرادف الثّام- على الرّغم من عدم استحالته- نادر الوقوع إلى درجة كبيرة؛ فهو نوعٌ من الكماليات التي لا تستطيع اللّغة أن تجود بها في سهولة ويسر (...) وسرعان ما تظهر بالتّدرّج فروق معنوية دقيقة بين الألفاظ المترادفة، بحيث يصبح كلّ لفظٍ منها مناسباً وملائماً للتّعبير عن جانب واحد فقط من الجوانب المختلفة للمدلول الواحد، كما أنّنا سنلاحظ في الوقت نفسه أنّ ما يرتبط بهذه الألفاظ من عناصر عاطفية وتعبيرية وإيحائية خاصّة سوف تأخذ في الظهور و النّموممتدّة في خطوط متباعدة ⁴.

وإذا كان أولمان (Ullman) قد اعتبر بأنّ التّرادف يدخل في باب تعدّد المعنى؛ فإنّنا نجد أنّ هذا الموضوع قد أثير في كتاب "معنى المعنى" (The Meaning of Meaning) لأوجدن وريتشاردز (Ogden et Richardz)، وذلك من خلال طرح تعريفين للمعنى وهما: « إذا رمزنا إلى اللفظ بالرمز (أ)، وإلى الصّورة الذهنية بالرمز (ب)؛ فهل المعنى هو العلاقة بين (أ) و(ب)، أو هو (ب) نفسها؟ رايان ⁵.

فالتّعريف الأوّل يدخل ظاهرة التّرادف في باب تعدّد المعنى « لأنّ المعنى هو العلاقة بين الرّمز و الصّورة، ويتحقّق التعدّد له بتعدّد العلاقة بين اللفظ والصّورة، وتعدّد العلاقة يتحقّق بتعدّد طرفيها، فإن كان التعدّد في (أ) كان من المترادف، وإن كان التعدّد في (ب) كان من المشترك اللفظي ⁶.

1- أحمد مختار عمر، علم الدّلالة، عالم الكتب، القاهرة، ط:05، ص:145.

2- عبد القادر الفاسي الفهري، اللسانيات واللّغة العربية، نماذج تركيبية ودلالية، ص:374.

3- ينظر: عبد الواحد حسن الشّيخ، العلاقات الدّلالية والثّراث البلاغي العربي (دراسة تطبيقية)، ص:37.

4- ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللّغة، ص:119، 120.

5- أحمد مختار عمر، علم الدّلالة، ص:145.

6- المرجع نفسه، ص:145، 146.

أما التعريف الثاني؛ فينفي دخول المترادف في تعدد المعنى، لأن « المعنى هو الصورة الذهنية، والصورة الذهنية واحدة في المترادف فلم تتعدّد الصورة فلم يتعدّد المعنى »¹.

بقي الحديث عن المشترك اللفظي (Homonymes) ، الذي يعني مدلولات متعدّدة للفظ واحد، ذلك أن قدرة الكلمة الواحدة على التعبير عن مدلولات متعدّدة إنّما هي خاصّة من الخواص الأساسية للكلام الإنساني، وإنّ نظرة واحدة في أي معجم من معجمات اللّغة لتعطينا فكرة عن كثرة ورود هذه الظاهرة، كما وقد تعيش المدلولات القديمة جنباً إلى جنب مع المدلولات الجديدة، وهذه ظاهرة ينفرد بها المعنى².

إلّا أنّه يجب التّفريق بين المشترك اللفظي (Homonymes) ، وبين ما يسمّى بتعدّد المعنى (Polysémie) ، أو التعدّد الدلالي، والفرق يكمن في وجود حالتين يمكن رصدهما في اللفظ الواحد الذي له مدلولات عدّة؛ فقد « جرت البحوث الكثيرة التي تعرضت لهذا الموضوع على استعمال المصطلح (تعدّد المعنى) Polysemy للدلالة على الحالات التي تتعدّد فيها مدلولات الكلمة الواحدة، أمّا بالنسبة للحالة الأخرى؛ فسوف نحتفظ بالمصطلح (المشترك اللفظي) Homonymy، ونطلقه على الكلمات المتعدّدة المعنى المتّحدة الصيغة »³.

ويرتبط التعدّد الدلالي أو تعدّد المعنى بالاستعمالات المختلفة للاستعارة والكناية باستخدام الوحدات المعجمية، حيث لاحظ « اللغويون منذ القديم أنّ إحدى العمليّات الرئيّسية المنتجة للتعدّد الدلالي تتجلّى في خضوع الوحدات المعجمية لتوسّعات استعارية أو نقول كناية، وهي عمليات يصبح معها التّأويل المجازي الناتج معجماً في قراءة مستقلّة. والأمثلة على ذلك كثيرة في ما سمّي خاصّة « بالاستعارات الميّنة » ، نحو: فم، رجل، عين... إلخ، التي توسّع من استعمالها في الأعضاء إلى استعمالها في أشياء أخرى « مشابهة » ، مثل، فم الزّجاجة، رجل الطاولة، عين الإبرة... إلخ (...) وبذلك يبني التعدّد الدلالي على إسنادنا مدخلين معجميين متماثلين صوتياً، متمايزين دلاليّاً إلى وحدة معجمية متعدّدة الدلالة، إذا، فقط إذا، كانا متعالقين عن طريق قاعدة علاقية – لأنّ هذه الأخيرة بحكم تعريفها تورد مبعداً، أمّا المدخلان المعجميّان المتماثلان صوتياً، المتمايزان دلاليّاً وغير المتعالقين عن طريق قاعدة علاقية فهما مشترك لفظي »⁴.

2-1- أسباب تعدّد المصطلح الإعلامي:

ونلاحظ من خلال النماذج الخاصّة بالمصطلحات المستعملة في الإعلام، والتي عرضنا لها خلال هذا الفصل، شيوع ظاهرة تعدّد المصطلحات للواقعة

1- المرجع نفسه، ص: 146.

2- ينظر: ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللّغة، ص ص: 134، 135.

3- ستيفن أولمان، المرجع السّابق، ص: 134.

4- محمّد غاليم، التّوليد الدلالي في البلاغة و المعجم، ص ص: 169، 170.

ذاتها، ومن أمثلتها نذكر مصطلحات: « المنطقة العربية، الوطن العربي، العالم العربي، والبلدان العربية، والأقطار العربية. » ، ومصطلحات: « الشَّرق الأوسط، المشرق العربي، المشرق الإسلامي، الشَّرق الأوسط الجديد، الشَّرق الأوسط الكبير » ، ومصطلحات: « المغرب العربي، شمال إفريقيا، المغرب الإسلامي » ، ومصطلحات أخرى مثل: « الشَّهيد و القَتيل والضَّحية والانتحاري، العمليَّة الاستشهادية، والعمليَّة الانتحارية » ¹...إلخ.

نرى من خلال هذه النماذج أنه قد تمَّ التَّعبير في كلِّ فئة عن مدلول واحد بواسطة مصطلحات متعدّدة، ولكن السؤال الذي يطرح في هذا السياق: هل تعود أسباب تعدُّد المصطلح الإعلامي العربي إلى أسباب تقنية لغوية مثل ظاهرة التَّرادف.. إلخ؟ أم يعود إلى أسباب أخرى؟

فإذا كانت « معظم المترادفات ليست إلاَّ أنصاف أو أشباه مترادفات، وأنه لا يمكن استعمالها في السياق الواحد، أو الأسلوب الواحد دون تمييز بينها، كما سيبيِّن لنا أن مدلولات هذه المترادفات متشابكة ومتداخلة بعضها في بعض، وفي نهاية المطاف سوف يتأكَّد لنا أن هذه الألفاظ لا يمكن التَّبادل بينها إلاَّ في حدود ضيقة فقط » ².

وإذا كان هناك من ضرورة لوضع المصطلح بشكل عام؛ فذلك يكون بسبب نمو الفكر وتطوُّر العلم، وظهور اكتشافات جديدة، أمَّا بالنسبة إلى دواعي وضع المصطلح في مجال الإعلام، وخاصَّةً في الميدان السِّياسي؛ فذلك لتدعيم فكر سياسيٍّ معيَّن، أو للتَّعبير عن إيديولوجية معيَّنة، وتدعيم موقفها، « كلُّ ذلك من دواعي انبثاق مصطلحات جديدة، تلك حقيقة لا يختلف فيها أهل العلم، ولكن الخلاف يكمن عندهم في قبول هذا المصطلح أو رفضه، فليسأل أن يتساءل إن: متى يكون المصطلح جديرًا بالقبول؟ » ³

وهناك من يرى أن ذلك مرتبط بتوفُّر شرطين اثنين وهما:

« الأوَّل: تمثيل كلِّ مفهوم أو شيء بمصطلح مستقل.

والآخر: عدم تمثيل المفهوم أو الشيء الواحد بأكثر من مصطلح واحد » ⁴.

إلاَّ أنه لا يمكن تحقيق هاذان الشرطان في جميع المصطلحات، نظراً لوجود ظاهرة المشترك اللفظي و التَّرادف في جميع اللُّغات، وبالتالي، يمكن أن يكون هناك مصطلح واحد للدلالة على معاني عدَّة، كما يوجد عدَّة مصطلحات للدلالة على معنى واحد.

¹ - لقد تمَّ تعريف هذه المصطلحات، والحديث عن مضامينها خلال هذا الفصل، ينظر: ص: 159، 160.

² - ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللُّغة، ص: 121.

³ - أحمد محمَّد ويس، « الانزياح وتعدُّد المصطلح » ، مجلَّة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مج: 25، العدد: 03، الكويت: يناير/ مارس: 1997، ص: 57.

⁴ - علي القاسمي، مقدِّمة في علم المصطلح، بغداد: 1985، ص: 68. / عن: المرجع نفسه، ص: 57.

الفصل الثالث _____ من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي- مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التداولية-

وتتفق اللسانيات الحديثة على تعريف العلامة اللسانية بأنها وحدة ثنائية المبنى، تتكوّن من وجهين لا يمكن فصلهما، وهما: الدال (Signifiant)، والمدلول (Signifié)، حيث تمّ الاصطلاح على أن يكون لكلّ دالّ مدلول واحد، ولكلّ مدلول دالّ واحد، غير أنّ جدلية الاستعمال تُرضخ عناصر اللّغة إلى تفاعلٍ عضويٍّ بموجبه تتزاح الألفاظ عن معانيها الوضعية تبعاً لسياقاتها في الاستعمال، فضلاً عمّا تدخله القنوات البلاغية من مجازات ليست هي في منظور اللّغوي إلاّ انحرافات عن المعاني الوضعية الأولى، وجملة ما ينتج عن ذلك أنّ أيّ دالّ في لغةٍ ما لا بدّ أن تتعدّد مدلولاته من سياق إلى آخر، وكذلك أيّ صورة ذهنية مدلول عليها لا بدّ أنّها واجدة أكثر من دالّ في نسيج اللّغة المعنية¹.

2-2-1- ظاهرة الانزياح في المصطلح الإعلامي:

والانزياح² (l'Écart) هو « انحراف الكلام عن نسقه المألوف، وهو حدث لغويٌّ يظهر في تشكيل الكلام وصياغته »³.

ويمكن تعريف الانزياح من خلال وجهات نظر مختلفة: فلسفية و سيميائية وأسلوبية، وهو بهذا يتخذ عدّة مفاهيم:

1- الانزياح الدلالي: (La déviation Sémantique) : وهو من حيث مفهومه الفلسفي العام يعني: « عدم مسايرة المعايير التي يحددها المجتمع أو التي تتحدّد بثقافته السائدة »⁴.

2- أمّا من خلال المنظور الأسلوبي؛ فهو يشكّل خرقاً للمعيار النحوي، من جهة، وتقييد لهذا المعيار بالاستعانة بالقواعد الإضافية من جهة ثانية⁵؛ وعليه فهو بهذه السّمة الأسلوبية يأخذ مظهره الوظيفي ضمن مستويات انزياحية مختلفة، يتمثل أحدها- وذلك على مستوى العلامة- في انزياح المعنى عن دلالاته الأصلية الأولى⁶.

¹ - Pierre Guiraud, La stylistique, 7eme Édition, collection « Que sais-je ? », N:646, P.U.F., Paris : 1972, p:58 / عن: نور الدين السّد، الأسلوبية وتحليل الخطاب، دراسة في النّقد العربي الحديث (

الأسلوبية والأسلوب)، دار هومة للطباعة والنّشر و التّوزيع، الجزائر، ج:01، ص:180.

² - وهناك طائفة من المصطلحات تترادف مع مصطلح الانزياح نذكرها فيما يلي مع إيراد أصلها الفرنسي وصاحبه وهي: التّجاوز:

l'Abus لفالييري، الانحراف: La déviation لسبيترز، الاختلال: La distorsion لويلك وارين، الإطاحة: La

subversion لباتيار، المخالفة: L'infraction لتيري، الشّناعة: Le scandale لبارت، الانتهاك: Le viol لكوهن،

خرق السّنن: La violation des normes لتودوروف، العصيان: La transgression لأراجون، التّحريف:

L'altération لجماعة مو « : عبد السّلام المسديّ، الأسلوبية والأسلوب، دار سعاد الصباح، القاهرة، ط: 04، 1993، ص

ص: 100، 101 / عن: أحمد محمّد ويس، « الانزياح وتعدّد المصطلح »، مجلّة عالم الفكر، ص:58.

³ - نور الدين السّد، الأسلوبية وتحليل الخطاب، ج:01، ص:179.

⁴ - إديث كيزويل، عصر البنيوية من ليفي شتراوس إلى فوكو، تر: ج. عصفور، الدّار البيضاء، 1986، ص:269 / عن: الطيّب

ديّه، التّجليات السيميائية عند أبي حيّان التّوحدي، بحث مقدّم لنيل درجة الماجستير في اللّغويات، إشراف: د. سعدي الزّبير، معهد

اللّغة العربي و آدابها، جامعة الجزائر: 1997-1998، ص:158.

⁵ - هنريش بليث، البلاغة والأسلوبية، تر: محمّد العمري، منشورات دراسات سال، ط: 01، 1989، ص:36 / ينظر: المرجع

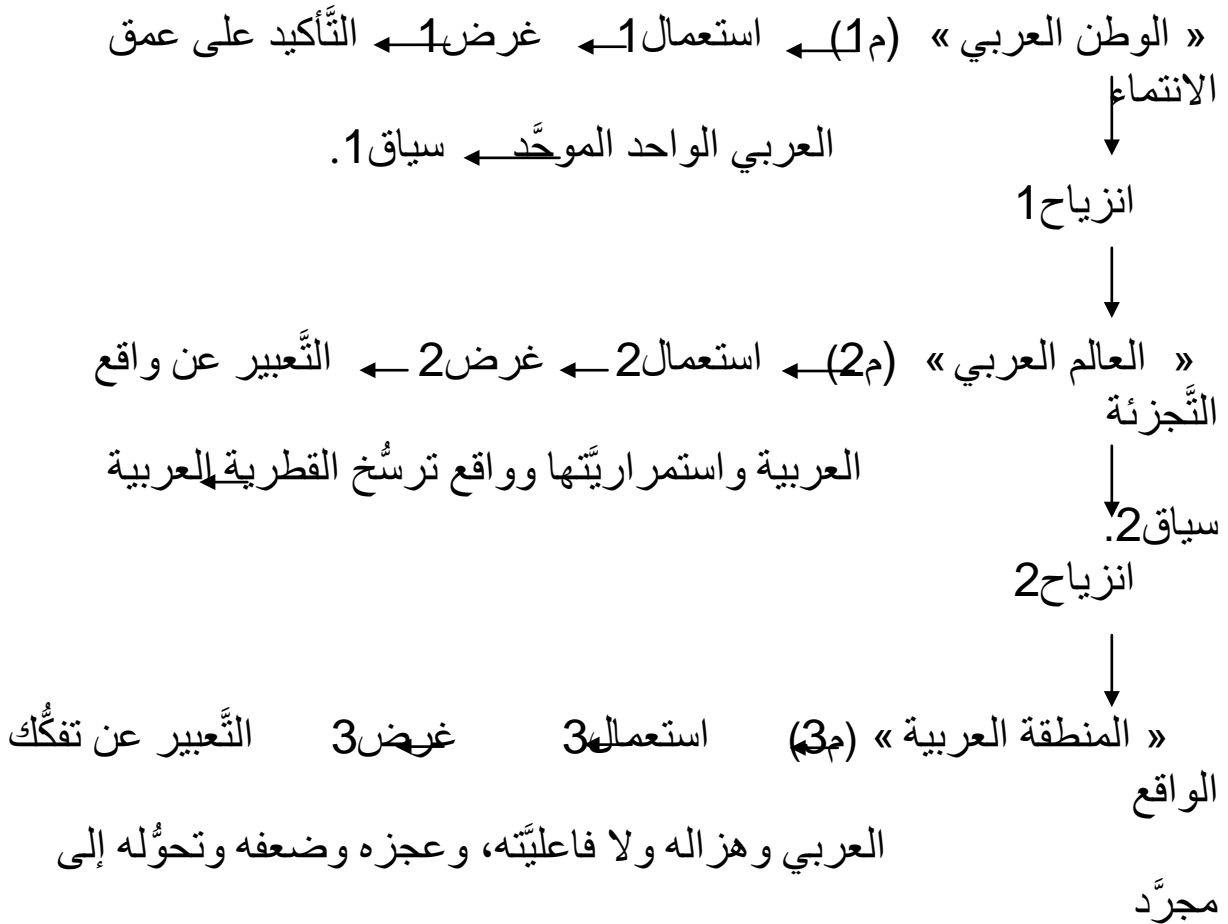
نفسه، ص:158.

⁶ - ينظر: المرجع نفسه، ص:158.

- أمّا الانزياح من وجهة النظر السيميائية؛ فيتخذ مستويات مختلفة يمكن تصنيفها كالتالي: « 1- انزياح في الدلالة (العلاقة بين العلامة والواقع) .
2- انزياح في التركيب (العلاقة بين العلامات) .
3- انزياح في التداول (العلاقة بين العلامات والمرسل و المتلقي) »

1

وإذا كان وضع المصطلح الإعلامي واستعماله مرتبطاً بالعناصر السياقية التي استدعت استخدامه ومنها الواضع أو المرسل، المتلقي، الزمان والمكان، والحدث الذي يعبر عنه هذا المصطلح...إلخ؛ فإنّ تعدّد هذا المصطلح عبر الاستعمالات المختلفة في وسائل الإعلام هو تعدّد ناتج عن حدوث انزياح تداولي ترتبط فيه العلامات بالمرسل و المتلقي وباقي العناصر السياقية الأخرى. فيكون الغرض هو العنصر الكامن وراء كلّ استعمال، وبالتالي وراء كلّ انزياح. ومن ذلك مثلاً مصطلح: « الوطن العربي »²، وهو المصطلح الذي حدث فيه انزياح باعتباره المصطلح الجدير بالاستعمال والقبول، ولنرمز له بـ: (م1):



1- ينظر: هنريش بليث، البلاغة والأسلوبية، ص: 41. / عن: المرجع نفسه، ص: 158.
2- ينظر النصوص التي وردت فيها هذه المصطلحات خلال هذا الفصل، ص: 155 إلى غاية: 158.

تعبير جغرافي يحوي موادَّ خام يتكالب عليها العالم

سياق 3.

أمَّا الانزياح في الدلالة، والذي يخصُّ العلاقة بين العلامة والواقع، هو انزياح يحدث على مستوى الدلالة الوضعية أو الاصطلاحية، وتحديدًا على مستوى المفهوم، حيث أن « مفهوم اللفظ الكلي هو مجموع المقومات التي تدخل في حده »¹. إنَّ استعمال هذه المصطلحات هو استعمال مؤسَّس ومقصود ومبني على أساس سياق الخلفية الاجتماعية، والثقافة الإيديولوجية التي ينطلق منها واضع المصطلح، أو مستعمله؛ فكلاهما يروِّج للمحتوى الذي يتضمَّنه كلُّ مصطلح. وعليه نستطيع القول بأنَّ تعدُّد المصطلح الإعلامي العربي يعود إلى عدَّة أسباب نحاول تلخيصها فيما يلي:

2-2-2- تعدُّد ذو توجُّه سياسي أو إيديولوجي أو ثقافي:

إنَّ البحث في أسباب التعدُّد يقتضي البحث في المضامين التي تحتويها المصطلحات الإعلامية المستعملة، ومعرفة التوجُّه السياسي و الإيديولوجي للواضع، وثقافته، ومن ثمَّ الإشارة إلى حجم التأثير الذي يقع على المتلقِّي، مع تحديد طبيعة الجمهور المستهدف.

إنَّ البحث في العلاقة بين هذه العناصر أمرٌ جوهري، ذلك أنَّ « تحليل المضمون ينظر أولاً إلى البنيات المجتمعية ليتسلَّح بمعطياتها في وصف المحتويات الناتجة عنها وسائطياً »².

والحقيقة أنَّ تحليل المضامين في الإعلام لا يفتقد لا إلى الدِّراسة، ولا إلى التَّنظير، ولكن الإشكالية الإعلامية العربية لا تعدو أن تخرج عن أمرين اثنين: إمَّا لعدم قدرة الإعلام العربي على بناء مصطلحات إعلامية، وجهله بكيفية البناء، وإمَّا لعدم وجود الإرادة في البناء، والاكتفاء باستهلاك المصطلحات الأجنبية عن طريق التَّرجمة والاقتراض بما تحويه هذه المصطلحات من مضامين ودلالات مُعرضة، كما يميل « التحليل المضموني إلى بناء المقولات الإحالية للرِّسائل الإعلامية الجماهيرية على المستوى الاجتماعي، واستشكالياً، لا يستجيب البناء الإحالي إلاَّ للتساؤل عن أسباب إنتاج المضمون الصحافي وأهدافه وآثاره، لتظلَّ مسألة كيفية البناء شبه مهملة، وعليه، قام تحليل المضمون بتبئير الدلالات الواسطية من حيث مواقع إنتاجها ومواقفها الإيديولوجية، وجمهورها المستهدف »³.

1- عادل فاخوري، علم الدلالة عند العرب، دراسة مقارنة مع السيميائية الحديثة، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط: 01، مايو: 1985، ص: 43.

2- أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحافي- من اللُّغة إلى السُّلطة، دار الثقافة، مطبعة النَّجاح الجديدة، الدَّار البيضاء- المغرب، ط: 01، 2002، ص: 100.

3- المرجع نفسه، ص: 100.

أ- التوجُّهات السياسيَّة وتأثيرها على وضع واستعمال المصطلح في مجال

الإعلام:

تتأسس العلاقات التي تربط الحاكم بالمحكوم، أو الدُول و الأنظمة المختلفة ببعضها البعض على ما اصطلح على تسميته بالسياسة؛ إذ تعتبر « السياسة من الأمور التي خضعت لها المجتمعات منذ أقدم العصور لتنظيم حياتها، وواقعها؛ فلا يمكن تصوُّر مجتمع يفتقد لهذا الإطار الذي يجعل القضايا على اختلاف طبيعتها في نصابها »¹.

ولهذا السبب يحتاج الساسة إلى وسائل الإعلام لتمرير خطاباتهم، وخطتهم ومواقفهم من مختلف القضايا- سواءً على الصعيد الداخلي أو الخارجي- حيث تطورت هذه الحاجة إلى رغبة ملحة في السيطرة على الإعلام ووسائله لتمرير مختلف الرسائل المحمَّلة بالمواقف والآراء لتحقيق أهداف قريبة أو بعيدة المدى. وعليه يركز اهتمام السياسي على التأثير على المتلقِّي وتغيير سلوكه، ونظام معتقداته، وذلك بجعل الآخرين يشاركونه في آرائه، وطريقة تفكيره في شيء ما، وكذلك إيصال عواطفه الخاصة إليهم. وبقولٍ شاملٍ جعلهم يتعاطفون معه، نتيجة يجب أن يصل إليها بغرس أفكاره (المخاطب) في أذهانهم بواسطة الكلمات، وذلك بقوة تجعل أفكارهم الخاصة تنصرف عن اتجاهها الأولي لتتبع أفكاره وأغراضه².

ولا يكون السياسي (مُخاطباً) إلاً عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، والتَّخاطب يقتضي وجود مخاطب أو (متلقِّي)؛ فحينما يتحدَّث السياسي بالسياسة، يعني ذلك « الاستماع إليها ما دامت تهتمُّ الأفراد والجماعات، لأنها تتناول بالمعالجة مواضيع ثقافية، وسياسية محضة... مرتبطة بالمستمع، وتتعلَّق ببناء الدولة للتقدُّم بها إلى الأمام؛ فالمخاطب يتوجَّه بكلامه إلى جمهوره يستميله، يتفاعل معه في أمر من الأمور (...). وفي هذا ربطٌ للكلام بالحدث، والمفاعلة تعني المشاركة في القضية المطروحة »³.

إلا أن الإشكالية المطروحة تكمن في الخطاب السياسي والمصطلحات الموظَّفة فيه؛ إذ يظهر لنا هذا الخطاب في عمقه ككلٍّ شاملٍ ومتجانسٍ، وهو في الحقيقة ليس إلاً متعدِّد المستويات، ومكوَّن من عدَّة عناصر للجمل المؤسسة على الأحكام وأصحابها، وعلى الافتراضات المسبقة والأقوال المضمره⁴.

1- ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلقُّظ وتداولية الخطاب، منشورات تحليل الخطاب، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، دار الأمل للطباعة والنشر و التوزيع، ص: 144.

2- ينظر: المرجع نفسه، ص: 144، 145.

3- المرجع نفسه، ص: 145.

4- ينظر: ذهبية حمو الحاج، المرجع السابق، ص: 151.

ففي الخطابات السياسية المنقولة بشكل مباشر عبر وسائل الإعلام المختلفة، يكون السياسي¹ هو المُخاطَب المصدر، إلا أن رجل الإعلام هو الذي يقوم بشرح مضامين الخطاب وتحليلها إلى المشاهد، وهو بهذا الشكل يساهم في نشر المصطلحات والترويج لها.

وعليه نستطيع القول أن وضع المصطلحات واستعمالها، يكون وفق سياق الخلفية السياسية للواقع، حيث تمثل هذه الأخيرة واحدة من شروط إنتاجه. كما يمكن أن يكون واضع المصطلح هو رجل الإعلام نفسه²، وليس بالضرورة أن يكون رجلاً سياسياً أو مشاركاً في صنع القرار السياسي، ولكن يكفي أن تكون لديه خلفية مشتركة تتفق مع خلفية السياسي نفسه.

ب - تعدد مرتبب بتوجه إيديولوجي أو ثقافي:

تتبنى مختلف المؤسسات الإعلامية لإيديولوجيات مختلفة تحدّد سياستها وأهدافها الخاصة والعامة، حيث تتضح هذه الإيديولوجيات من خلال الإستراتيجية التي تسيّر عليها كل مؤسسة.

وغالباً ما تكون التوجهات الإيديولوجية للمؤسسات الإعلامية خاضعة لإيديولوجية الجهة المسيطرة عليها، أو الممولة لها مادياً؛ فتتحول هذه المؤسسات إلى منابر للتأثير على المتلقي، وتوجيه سلوكه، وإقناعه بأفكار المرسل. وتسمى الإيديولوجيا³ كذلك، بنسق الأفكار والمعتقدات، وهي « ناتج عملية تكوين نسق فكري عام يفسر الطبيعة والمجتمع والفرد ويطبّق عليها بصفة دائمة. وتشكل إيديولوجية كل جماعة بينتها الجغرافية والاجتماعية ونواحي نشاطها »⁴. وتنطلق معرفة الإيديولوجيا من جملة المكونات التي تتلاحم لتكوّن السمات العامة لثقافة ما، أو لمجتمع معين؛ ففي تعريف آخر هي « تصوّر العالم الذي يشمل جانباً نظرياً (بوصفه يقوم بعملية معرفة، ويقدم نشاطاً فكرياً)، وجانباً تطبيقياً لكونه إطاراً للنشاط يتجسد ك « إيمان » و « اعتقاد »، وترجمه عيانياً مواقف وممارسات ونشاطات ملموسة »⁵.

وهناك من يعرفها على أنها « جملة المعتقدات والمواقف المنتظمة في النسق الاجتماعي المشترك لجماعة، ثقافة أو مجتمع »⁶. أمّا فان ديك (Van Dijk)؛ فيعرفها على أنها « آلة معرفية وبرنامج قاعدي يولّد المواقف الجماعية التي تتحكّم في علاقات الهيمنة والتبعية »¹.

1- سواء كان رئيس دولة، أو رئيس حزب، أو رئيس جمعية سياسية...الخ.
2- ورجل الإعلام هذا يمكن أن يكون صحفياً، أو رئيس تحرير، أو مدير قناة فضائية، أو يكون الممول للقناة أو للجريدة، أو غيرها من وسائل الإعلام المختلفة.
3- ويقابلها في اللغة الفرنسية مصطلح "Idéologie".
4- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام: الرأى العام، الإعلان، العلاقات العامة، الصحافة- الراديو- التلفزيون- السينما، تقديم: أحمد خليفة، دار الكتاب المصري- القاهرة- دار الكتاب اللبناني- بيروت، ط: 01، 1405 هـ/ 1985 م، ص: 81.
5- ميشال سيمون، أفهم الإيديولوجيا، دار الوقائع الاجتماعية، باريس: 1978، ص: 103 / عن: عمار بلحسن، الأدب والإيديولوجيا، المؤسسة الوطنية للكتاب، المكتبة الشعبية، ص: 19.
6- أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحافي- من اللغة إلى السلطة، ص: 84.

إلا أن هناك من يوسع في مفهوم الإيديولوجيا؛ فيذهب إلى جعلها فلسفة وأخلاقية²، تمثلها مجموعة من المعايير والقيم، حيث يعرفها غرامشي بأنها « تصور للعالم يتجلى ضمناً في الفن والقانون، والنشاط الاقتصادي، وفي جميع تظاهرات الحياة الفردية والجماعية »³.

وعليه تصبح الإيديولوجية فعلاً ممارساً من طرف الأفراد الذين ينتمون إلى المجتمع، حيث تتحدد هذه الأخيرة حسب المعتقدات والتصورات الخاصة بكل شخص عن العالم، والتي يشترك فيها مجموعة من الأشخاص « وبهذا المعنى تصبح الإيديولوجيا المعنى المعاش، والانعكاس الممارس لمختلف العلاقات التي يقيمها الإنسان مع سائر الناس ومع الطبيعة: فكل سلوك ونشاط بني البشر يحمل تصوراً للعالم، ويتجسد في تقييم معايير وسلوكات ومواقف بشأن الحياة والمجتمع والوجود، إنها العنصر الذي يوظف وينتج ويفرز كليا الممارسات التاريخية للبشر سواء كانت في الأشكال الأدبية أو القانونية أو السياسية أو الاقتصادية.. الخ »⁴. وإذا كانت الإيديولوجيا فعلاً ممارساً من طرف الأفراد؛ فذلك لا يعني أنهم يشتركون في إيديولوجية واحدة، حيث تختلف هذه الإيديولوجيا باختلاف طبقات المجتمع، ومستويات الأفراد الاجتماعية والثقافية والعقائدية؛ إذ تتصارع كل منها لفرض هيمنتها على الأخرى، إلا أن مشكلة الإيديولوجيا تتعلق أساساً بالنظام السياسي، وبمبدأ الهيمنة.

ومن هذا المنطلق تمّ النظر إليها « كمشكلة مرتبطة مع كل التشكيلة الاجتماعية، وصراع الطبقات، وجملة التحوّلات والتغيّرات التي تعمل داخلها، والأشكال والمضامين التي تكتسبها في كل لحظة تاريخية اجتماعية (...) بل حتى وجود الإيديولوجيا واقعياً (كالكاثوليكية مثلاً)، أو نظرياً (المفهوم النظري) نفسه لا يمكن أم يحلّ ويحدّد إلا داخل وفي إطار العلاقة مع الطبقات الاجتماعية وبنيتها، والصراع الذي يجمع بينها، ودور المثقفين كـ « أسمنت » للكتلة التاريخية التي نكوّنها تلك الطبقات »⁵.

وتسعى المؤسسات الإعلامية- سواءً التابعة للحكومة أو المؤسسات الخاصة- إلى إنتاج وإذاعة ونشر أفكارها وتوجّهاتها عبر وسائلها الإعلامية من أجل تحقيق « إجماع » الجماهير على اعتناق هذه الأفكار، واتباعها لتحقيق المصالح العليا لهذه الجهات، ولتحقيق ذلك يتمّ التركيز على نوعية المادة الإعلامية الموجّهة إلى المتلقّي، وأولها الاعتناء بمفردات المتكلم، حيث يؤدي هذا الاهتمام

¹ - Van Dijk, T. A. " Racism and the Press: Critical Studies in Racism and Migration", Routledge, London, 1991. عن: المرجع نفسه، ص: 84.

² - ينظر: عمار بلحسن، الأدب والإيديولوجيا، ص: 19.

³ - نص لغرامشي مشار إليه في: جان ماري بيوتي، فكر غرامشي السياسي، تر: ج. طرابيشي، دار الطليعة، بيروت، ط: 01، 1975، ص: 182. / عن: المرجع نفسه، ص: 19.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 19، 20.

⁵ - عمار بلحسن، المرجع السابق، ص: 18.

إلى التأثير في اللغة، وعلى نموها وتوسيع استخدامها بين الجماهير، وبهذا الشكل « تلعب وسائل الإعلام والمؤسسات الثقافية دوراً مهماً في التأثير في اللغة ونموها واستعمالنا لها. إذ تزودنا وسائل الإعلام بمصطلحات جديدة، وتدخل إلى قاموس حياتنا مفردات عديدة، بعضها يفد إلينا من لغات أجنبية، كما تدخل المصطلحات إلى الحياة اليومية للمواطنين بدون أن يتحققوا من محتواها »¹.

وفي كثير من الأحيان، يتسبب هذا الدخول العشوائي للمصطلحات في عدم فهم الجمهور أو أغلب أفراد هذه المصطلحات، وعدم استيعابه لها، ويمكن القول أن « الفجوة الموجودة بين مفردات المتكلم ومفردات المستمع، غالباً ما تكون معتبرة. إن المستمع ذي الملايين العديدة من الأشخاص يتطلب أن يكون مقوداً، متحكماً فيه، حتى تفهم الرسالة، حيث وجدت مجموعة من التقنيات بهدف تكييف مفردات المتكلم مع مفردات المستمع، ثم جعل الرسالة تفهم أكثر »².

إن الاعتناء بمفردات المتكلم، وبالمضامين التي تحتويها هذه المصطلحات وفقاً لإيديولوجية الواضع، من شأنه أن يحدث التأثير المرغوب فيه على المستمع، وأن تكييف المتكلم بالمستمع (المتفرج)³ يمكن أن يحدث عن طريق مجموعة إجراءات تصحح الفجوة بين "المفردات الأساسية" و"المفردات السياسية"، وترفع المعلومة (الإعلام) التي تتضمنها الرسائل⁴.

إن تعدد الإيديولوجيات و المواقف السياسية، وتعدد الوسائل التي تعمل على الترويج لها ولمبادئها المختلفة يؤدي إلى التأثير في وعي المتلقي، وذلك بخلق صور نمطية وزرع قيم جديدة، والصور النمطية « هي تلك الصور التي تنطبع في الأذهان عن أشخاص أو شعوب حاملة معها سمات موضوعة في قالب ذهني يحد من التفكير في تصور هؤلاء الأشخاص أو الشعب بصورة مخالفة للصورة المنطبعة في الذهن، وتقوم وسائل الإعلام بدور مهم في صنع هذه الصور النمطية، من خلال عرض صورة لشخصية ما كالمعلم، الشيخ، الشرطي، الفنان، العامل، الفلاح.. الخ، وهذه الصور تحمل سمات يتم تكرارها في وسائل الاتصال المختلفة، مما يؤدي إلى رسوخ هذه السمات عن تلك الشخصيات، وكذلك يتم صنع

1- صالح خليل أبو أصبع، تحديات الإعلام العربي: المصادقية، الحرية، التنمية والهيمنة الثقافية (دراسات في الإعلام)، ص: 69.

2- جون ماري كوتري، « في محتوى (مضمون) الاتصال السياسي »، تر: الطاهر بن خرف الله، ص: 192.

3- ذلك أن تأثير الوسائل السمعية البصرية يكون أكثر من غيره من وسائل الإعلام الأخرى، وخاصة التلفزيون، نظراً للخصائص التي يميز بها مثل الاستحواذ على المشاهدين، وهذه صفة تملئها طبيعته المادية؛ فهو يسيطر على سمع الرائي وبصره، لأنه يركز انتباهه على صورة متحركة ناطقة متغيرة محصورة في إطار صغير محدود، ولا يكلف الرائي جهداً، بل يخدمه كيفما أحب إلى حد كبير، بالإضافة إلى تميزه الفني بالصورة والحركة واللون، والقدرة على الالتقاء بالجماهير، والتكرار، وربط التأثير وصعوبة تحديده، وخصائص أخرى مثل نسبة الواقع إلى الخيال، وتحديد الاختيار... ينظر: صالح ذياب هندي، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الفكر للنشر والتوزيع، جمعية عمال المطابع التعاونية، عمان- الأردن، ط: 01، 1990، ص: 29، وعليه، فإن استعمال المفردات يتدعم بالصورة وكيفية عرضها، والمؤثرات الصوتية والمرئية المتحركة، ورؤية الأحداث في شكلها المباشر يترك آثاراً على نفسية المستمع المتفرج أكثر من التأثير الذي تحدثه عليه وسائل الإعلام المسموعة أو المكتوبة.

4- ينظر: جون ماري كوتري، « في محتوى (مضمون) الاتصال السياسي »، ص: 193.

الفصل الثالث _____ من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي - مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التداولية-

الصُّور النمطية عن الشُّوب مثل الصُّورة التي رسمها الإعلام الغربي عن الفلسطينيين كارهابيين ¹ « 1.

وبهذا الشُّكل؛ فإنَّ المتلقِّي يخضع يومياً إلى عملية غسل المخ، حيث يتمُّ تعبئته إعلامياً ليكون جاهزاً للتشيع لآراء ومذاهب المرسل، حتَّى وإن كان الخبر الموجَّه إليه غير صحيح وكاذب ومفبرك.

إنَّ التشييعات للآراء والمذاهب بالنسبة إلى المتلقِّي تأخذ وجهتين: فإذا كان المتلقِّي على حال الاعتدال في قبول الخبر أعطاه حقَّه من التَّمحيص والنَّظر حتَّى يتبيَّن صدقه من كذبه، وإذا خامره تشييع لرأي أو نحلة قبل ما يوافقها من الأخبار لأوَّل وهلة، وكان ذلك الميل والتشييع غطاءً على عين بصيرتها الانتقاد والتَّمحيص؛ فتقع في قبول الكذب ونقله ².

وهناك أسباب كثيرة تؤدِّي إلى التطرُّق إلى الكذب في الخبر، ومنها « توهم الصدق وهو كثير، وإنما يجيء في الأكثر من جهة النُّقة بالناقِلين، ومنها الجهل بتطبيق الأحوال على الوقائع لأجل ما يداخلها من التَّلبيس والتَّصنيع؛ فينقلها المخبر كما رآها وهي بالتصنع على غير الحقِّ في نفسه » ³.

ومنها كذلك جهل رجال الإعلام بالمقاصد التي تقف وراء بثِّ الخبر، نظراً لثقتهم « بالناقِلين، وتحميص ⁴ ذلك يرجع إلى التَّعديل والتَّجريح، ومنها الذُّهول عن المقاصد، فكثير من الناقِلين لا يعرف القصد بما عين أو سمع، وينقل الخبر على ما في ظنِّه وتخمينه، فيقع في الكذب » ⁵.

وعليه تتعدَّد الوسائل التعبيرية المستخدمة في الخطابات المختلفة، بتعدُّد الوسائل الإعلامية التي تقوم بوضعها واستعمالها ونشرها والتَّرويج لها.

2-2-3- تعدُّد مرتبب بإنتاج المعرفة:

غالباً ما يحدث اقتراض أو ترجمة المصطلحات التي تعجز بعض اللُّغات عن وضعها في المجال العلمي أو النَّقني أو التَّكنولوجي... إلخ، هذه المجالات تزدهر فيها بعض البلدان، وتتخلف فيها بلدان أخرى، ولذلك يكون الاقتراض عادةً في اتِّجاه لغات البلدان الأكثر تقدُّماً و تمكُّناً من العلم والمعرفة، والتي تعرف بأنَّها منتجة للمعرفة، بينما تعدُّ البلدان الأخرى بلداناً مستهلكة للمعرفة وغير مشاركة في صنعها.

ولكن السُّؤال الذي يطرح هنا هو: هل يضاف مجال الإعلام إلى قائمة المجالات العلمية والمعرفية الأخرى التي يمكن أن تتخلف فيها اللُّغات المستهلكة

¹ - صالح خليل أبو أصبع، تحديات الإعلام العربي، المصادقية، الحرِّية، التَّنمية والهيمنة النَّقافية، (دراسات في الإعلام)، ص 70، 71.

² - ينظر: صالح خليل أبو أصبع، نصوص تراثية في ضوء علم الاتِّصال المعاصر، دار آرام للدراسات والنَّشر/ عمَّان- الأردن، ص: 259.

³ - المرجع نفسه، ص: 260.

⁴ - والمقصود بها: تمحيص، لعلَّه خطأ مطبعي.

⁵ - صالح خليل أبو أصبع، نصوص تراثية في ضوء علم الاتِّصال المعاصر، ص: 259.

الفصل الثالث _____ من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي- مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التداولية-

للمعرفة، والتي لا تستطيع أن تشارك في صنعها؟ هل تعجز هذه اللغات على أن تضع مصطلحات إعلامية وفق نموذجها الفكري والحضاري و الإيديولوجي الخاص بها؟، وهل يمكن أن نعدّ الإعلام مجالاً من مجالات المعرفة التي يصبح من خلالها اقتراض المصطلحات من الإعلام الغربي، وبالمفاهيم الغربية ضرورةً حتميةً؟، أم أنّ الأمر مرتبط بعولمة لغوية وفكرية ناتجة عن أحادية قطبية تفرض إيديولوجيتها بالقوة؟، وهل الضعف الإعلامي العربي ناتج عن خضوع إراديٍّ أم غير إراديٍّ أم مصلحيٍّ لهذه الإيديولوجية؟.

أسئلة كثيرة تثار في هذا المجال، ولكن الإجابة عليها تبقى مرتبطة بواقع الأمة العربية المتفكك والمتصادم وغير الموحد. لقد أصبح واضحاً الآن بأنّ جلّ المصطلحات الموضوعية في مجال الإعلام، تعود إلى وضع غربي خالص، أو إلى وضع عربي ينتمي إلى إيديولوجية غربية- بما أنّ مضامينها تعبر عن فكر غربي، وتهدف إلى خدمة مصالحه- وبالتالي يتحوّل دور الإعلام العربي إلى كونه إعلاماً تابعاً فقط، يساهم في نشر هذه المصطلحات، والأفكار التي تحملها، بهدف التأثير على ذهنية المتلقّي العربي؛ وبالتالي فإنّ الوضع في الإعلام لا يعود إلى إنتاج المعرفة بشكلٍ خالص بقدر ما يعود إلى السّلطة التي تملكها الجهات المسيطرة مادياً ومعنوياً على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العالم.

3- المصطلح الإعلامي ونظرية الحقول الدلالية:

يقابل مصطلح الحقل الدلالي ¹ باللغة العربية مصطلح: " Champ sémantique"، وهو يعني « مجموعة من الكلمات ترتبط دلالتها، وتوضع عادةً تحت لفظ عام يجمعها، مثال ذلك كلمات الألوان في اللغة العربية، فهي تقع تحت المصطلح العام "لون"، وتضمّ ألفاظاً مثل: أحمر، أزرق، أصفر، أخضر، أبيض.. الخ » ².

إنّ الهدف من نظرية الحقول الدلالية هو جمع كلّ الكلمات التي تخصّ حقلاً معيّناً، حيث يتمّ الكشف عن صلاتها الواحد منها بالآخر، ومن ثمّ الكشف عن صلاتها بالمصطلح العام ³.

إنّ الاهتمام بالعلاقة بين الكلمات يعود، في الحقيقة، إلى ما جاء به رائد اللسانيات البنوية فرديناند دوسوسير (F.De Saussure)، وذلك في آخر الفصل الخامس من كتابه محاضرات في اللسانيات العامّة (C.L.G.)، فيما يخصّ العلاقة بين الوحدات اللسانية، وذلك ضمن إشارته إلى نمط من العلاقات سمّاه بالعلاقات الترابطية، والذي ترتبط فيه الوحدات بعضها ببعض- رأسياً- على مستوى المحور

¹ - ويسمّى أيضاً بالحقل المعجمي Lexical Field: ينظر: أحمد مختار عمر، علم الدلالة، ص: 79.

² - المرجع نفسه، ص: 79.

³ - Voir : G. Berry Rogghe, Semantic field and lexical structure, A. Lehrer, Amsterdam- London, 1974, p : 01 / عن: المرجع نفسه، ص: 80.

الفصل الثالث _____ من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي- مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التداولية-

الاستبدالي في صورة مجموعات يشكّلها الترابط الذهني لمستخدمي اللغة، وتنشأ هذه العلاقات من مبدأ التشابه القائم بين الوحدات في البنية الصوتية، أو في الدلالة. ومن الأمثلة التي ساقها دوسوسير¹ عن الوحدات المتشابهة صوتياً مايلي:
enseigner و enseignons و enseignement؛ إذ يوجد فيها عنصر مشترك في البنية الصوتية وهو الجذر، ومن أمثله عن الوحدات المتشابهة دلاليّاً:
instruction و enseignement و apprentissage و éducation؛ فهي متشابهة في المدلول (مترادفات)².

وعليه، يعتبر الحقل الدلالي نظاماً دلاليّاً مغلقاً³، يتكوّن من مجموعة من الكلمات التي تحمل معانٍ متقاربة، والتي تتميز بوجود عناصر أو ملامح دلالية مشتركة، وبذلك تكتسب الكلمة معناها في علاقاتها بالكلمات الأخرى، لأنّ الكلمة لا معنى لها بمفردها؛ بل إنّ معناها يتحدّد ببحثها مع أقرب الكلمات إليها في إطار مجموعة واحدة⁴.

ولكي نسَمّي مجالاً ما بأنه نظامٌ دلاليٌّ مغلق، يجب أن يتوفّر فيه مجموعة من الشروط، وهي « أن تجتمع فيه مجموعة من الوحدات تشترك في سمات معنوية (معانم)⁵ معيّنة، وضمن هذه السمات المشتركة تتميز كلُّ وحدة عن بقية الوحدات بسمة تقابلية أو أكثر، ويمكننا أن نمثّل لذلك بحقل القرابة الأسرية في اللسان العربي، والذي نختار منه الوحدات التالية: الأب، الأم، الجد، الجدة، الأخ، الأخت، الحفيد، الحفيدة، ابن الأخ (أو الأخت)، ابنة الأخ (أو الأخت)، العم، الخال، ابن العم (أو العمّة)، ابن الخال (أو الخالة)، ابنة العم (أو العمّة)، (أو الخالة) «⁶.

ويطلق لفظ حقل (Champ) على نوعين من الأنظمة الدلالية المغلقة؛ فهو إمّا أن يكون معجمياً أو دلاليّاً.

أمّا بالنسبة إلى الحقل المعجمي؛ فينقسم إلى ثلاثة أصناف:

1- الصنف الأوّل: ويعنى بتجميع كلّ المفردات التي تأتي على صيغة واحدة، مثل الأوزان الصرفية في اللغة العربية، كأن نقول عن الكلمات التالية: مفاتيح، مناشير، مقادير، مصابيح، معاليق، أنّها من حقلٍ معجميّ واحد بحيث يجمعها جميعاً الوزن: "مفاعيل".

¹ - F. De Saussure, Cours de linguistique générale, ENAG ? 2 edt, 1994, pp : 201, 202
عن: الطيّب دبه، مبادئ اللسانيات البنوية، ص: 205.

² - الطيّب دبه، المرجع السابق، ص: 205.

³ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 205.

⁴ - ينظر: زكي كريم حسام الدين، أصول تراثية في علم اللغة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط: 02، القاهرة، 1985، ص: 294 / عن: أحمد عزوز، أصول تراثية في نظرية الحقول الدلالية- دراسة- منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2002، ص: 12.

⁵ - « المعانم: هي ما يمكن أن يحمله مدلول وحدة ما من معانٍ جزئية كأن نقول إنّ وحدة: "التّمّر" تحوي المعانم التالية: من الثّمار الشّجرية، له نواة، ينبت في الصّحراء، تتخذُ حبّاته شكلَ عنقود.. الخ « : الطيّب دبه، مبادئ اللسانيات البنوية، ص:

197.

⁶ - المرجع نفسه، ص: 206.

2- الصنف الثاني: ويُعنى بتجميع كلّ الكلمات التي تشترك في سمة شكلية واحدة (تسمّى عادةً سابقة أو لاحقة، أو جذر **Mot de base**) مثل الكلمات التالية: يكتب، يكتب، كاتب، مكتوب، مكتب، مكتبة، كتابة، التي يجمعها صيغة شكلية واحدة هي الجذر: كتب، والكلمات: **écrivain** و **écriture** و **écrire**، التي تشترك في جذر واحد.

3- الصنف الثالث: ويسمّى بالحقول المفهومية (**Champs notionnel**)، وتُعنى هذه الحقول بتجميع الوحدات التي تتصل مفهوميّاً بدالٍ ما، بحيث يُعتبر أساسياً بالنسبة إليها؛ فهي مجالات دلالية مادتها هي أشبه ما تكون بمدونة **Corpus** صغرى ترتبط فيها جميع الوحدات المتعلقة بفكرة ما، أو بمفهوم ما في كلمة يُسمّىها بعض اللسانيين بالكلمة- الشاهد **Mot-temoin**، بحيث تنبني حولها جميع الكلمات التي تسمح بتمييز مجتمع ما في مرحلة زمنية من تاريخه¹، وبالتالي تشهد عليه، ومثال ذلك مفهوم كلمة "فتاة" في اللسان العربي في عهد الجاهلية².

أمّا الحقول الدلالية **Champs sémantiques**؛ فتصنّف حسب الطُّروحات المختلفة لعلماء الدلالة البنوية- إلى مستويات تختلف باختلاف طبيعة العلاقة التي يراد بحثها، منها أن تكون العلاقة بين مجموعة من الدوال ذات سمات معنوية مشتركة، مثل حقل القرابة الأسرية، ومنها أن تكون بين مدلولات مختلفة لدالٍ واحد تشكّل، بالنسبة له، تلك المدلولات حقلاً مغلقاً، ويعود اختلاف هذه المدلولات إلى اختلاف الاستعمالات المفهومية أو السياقية للدال، نلاحظ ذلك، مثلاً في الفعل: "ضرب" الذي نجد من معانيه (أو مدلولاته) المختلفة ما يلي: ضربته على يده (عاقبته)، ضربت على يده (أنفقت معه على بيع أو مثله)، ضربت له موعداً يوم كذا (أعطيته موعداً)³... إلخ.

وتنقسم الدلالة من حيث المفهوم إلى ثلاثة أقسام هي:

أ- دلالة المطابقة: وهي تعني « دلالة اللفظ الكلّي على مجموع هذه المقوّمات التي تؤلّف الذات أو الكنه»⁴.

ب- دلالة التضمّن: وهي تعني دلالة الكلمة على جزء من الدلالة العامّة لها، حيث تتجسّد في دلالة اللفظ « على بعض هذه المقوّمات لا كلّها، فهكذا، كلمة "إنسان"، تدلّ بالمطابقة على الحيوان الناطق، وبالتضمّن على الجسم مثلاً أو على الناطق، أو على الحيّ إلخ... »⁵.

¹ - 177 p : 1972, Payot, Paris : *Principe de linguistique appliquée*, Enrico Arcaini / عن:

الطيب دبه، المرجع السابق، ص: 209.

² - المرجع نفسه، ص: 209.

³ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 209.

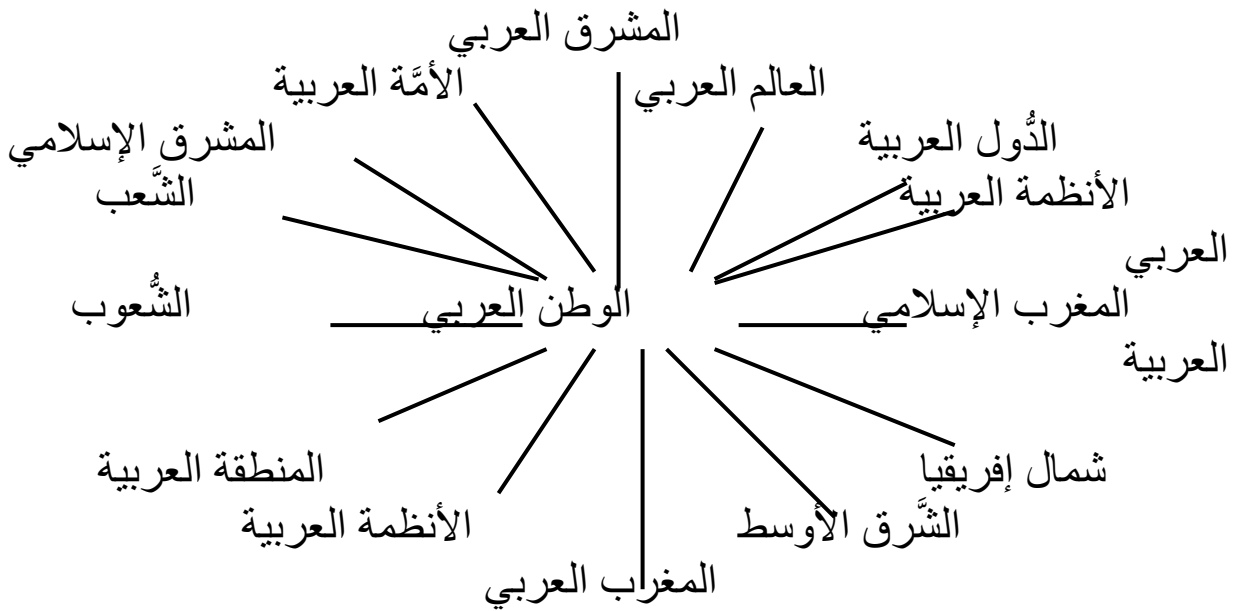
⁴ - عادل فاخوري، علم الدلالة عند العرب، دراسة مقارنة مع السيميائية الحديثة، ص: 43.

⁵ - المرجع نفسه، ص: 43.

ج- دلالة الالتزام: وهي تدلُّ على السمات التي يختصُّ بها مفهوم ما بشكلٍ لازم؛ فهي بالمفهوم الحصري لها تعني « دلالة لفظ ما على لازم مفهومها غير المقوم له، أعني اللّازم الذي ينتج منطقياً استناداً إلى قواعد معيّنة، أو إلى مبادئ علم ما »¹.

وتتنوّع العلاقات بين الكلمات داخل الحقل الدلالي المراد دراسته، « حيث يحصر أصحاب نظرية الحقول الدلالية هذه العلاقات في الأنواع التالية، "التّرادف"، الاشتغال، علاقة الجزء بالكل، التّضاد، التّنافر، وليس من الضّروري أن يكون كلُّ حقلٍ مشتملاً عليها جميعاً؛ لأنّه قد تضمُّ بعض الحقول كثيراً منها، على حين تقلُّ بعض منها في حقول أخرى »².

وإذا أخذنا المصطلحات السّابقة³ كنموذج لنظامٍ مغلقٍ يشكّل حقلاً مفهوماً، حاولنا أن نجتمع فيه ما أمكننا جمعه من وحداتٍ لغويةٍ تتّصل بالمفهوم الرّئيسي لها، والذي يعتبر الكلمة- الشّاهد، والذي تتّصل به بقية الوحدات مفهوماً، وهو مصطلح: "الوطن العربي"، وذلك في الشّكل التّالي:



¹ - المرجع نفسه، ص: 43.

² - ينظر: أحمد محمّد قدور، مبادئ اللسانيات، دار الفكر، دمشق، ط: 01، بيروت، 1986، ص: 305/ عن: أحمد عزوز، نصوص تراثية في نظرية الحقول الدلالية، ص: 14.

³ - وهي: المصطلحات المستعملة في وسائل الإعلام والتي تدل على الوطن العربي: مثل: الأنظمة العربية، والدول العربية، والعالم العربي..، ينظر النصوص التي وردت فيها خلال هذا الفصل، ص: .

وفيما يلي نمثل لهذا الحقل المفهومي الذي يخصُّ أهم المصطلحات المستعملة في مجال الإعلام، والتي تشير إلى " الوطن العربي " في مجال الإعلام السياسي بغرض تصنيف وتحديد المعاني الجزئية التي يحملها مدلول كلِّ مصطلح، وذلك بمقابلة الوحدات بالمعانم، وذلك كما يلي في الجدول التالي:

أعراق أخرى	العرق العربي	قوميات	القومية العربية	الدين الإسلامي	ديانات أخرى	لغات أخرى	اللغة العربية	الحدود العربية	جمهورية	أنظمة ملكية	وحدة المصير	دول مستقلة	دول محتلة	تاريخ مشترك	دول مشرقية	دول مغربية	المعاني الوحدات
-	+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	+	+	+	+	-	-	الوطن العربي
-	+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	+	+	+	+	-	-	الأمة العربية
-	+	-	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	العالم العربي
-	+	-	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	الدول العربية
-	+	-	+	+		-	+	+	+	+							الأنظمة العربية
-	+	-	+	+	+	-	+	-			+	+	+	+	-	-	الشعب العربي
-	+	-	+	+	+	-	+	-			+	+	+	+			الشعوب العربية
-	+	-	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	المشرق العربي

-	+	-	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	المغرب العربي
-	+	-	+	+		-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	المشرق الإسلامي
-	+	-	+	+		-	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	المغرب الإسلامي
+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+		+	-	الشرق الأوسط
+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	شمال إفريقيا

وينتمي هذا الحقل إلى صنف الحقول المتدرّجة الدلالة، والتي « تكون فيها العلاقة متدرّجة بين الكلمات؛ فقد ترد من الأعلى إلى الأسفل، أو العكس، أو تربط بين بناها قرابة دلالية؛ (فجسم الإنسان كمفهوم عام يتجزأ وينقسم إلى مفاهيم صغيرة" الرأس، الصدر، البطن، الأطراف العلوية، الأطراف السفلية"، ثم يتجزأ كلُّ منها إلى مفاهيم صغرى؛ فأصغر الأطراف العلوية مثلاً: "اليد، الرسغ، الساعد، العضد"، واليد: "الكف، الرّاح، الأصابع"، وهكذا...»¹.

ويظهر التدرّج في الدلالة في هذا الحقل من خلال العلاقة المتدرّجة بين المصطلحات التالية، وذلك من الأعلى إلى الأسفل: 1- الوطن العربي، 2- الأمة العربية، 3- العالم العربي، 4- الدول العربية، 5- الأنظمة العربية، 6- الشعوب العربية، 7- المشرق العربي، 8- المغرب العربي.

كما تتدرّج هذه المصطلحات إلى معاني صغرى، فمثلاً يتدرّج مصطلح: المشرق العربي إلى: بلاد الشام: وتجمع كلُّ من سوريا ولبنان وفلسطين، ودول الخليج، ودول عربية أخرى مثل العراق.

كما يمكن أن تتدرّج هذه الفئة إلى فئة أصغر، مثل أسماء بعض المدن التابعة إلى واحدة من هذه الدول، مثل: حلب أو الكوفة،... إلخ.

4- مفهوم السُّلطة في الخطاب:

يستمدُّ الخطاب قيمته، وفعاليته، وقوّته الإنجازية من السُّلطة التي تتيح للمرسل إنجاز الأشياء بالكلمات، حيث تلعب السُّلطة دوراً مهماً في إنتاج الخطاب وفهمه، وتأويله، كما تشكّل عاملاً رئيساً في اختيار الإستراتيجية المناسبة له، ولذلك « فهناك من يرى أنّ الخطاب نفسه سلطة²، ويتجلى دورها بوصفها محدّداً رئيساً في ترجيح استراتيجيات معينة دون استراتيجيات أخرى، ومن أجل التعرّف على دورها بالتفصيل وفعاليتها في إنتاج الخطاب؛ فإنّه لا بدّ من تحديد مفهوم

1- ينظر: ريمون طحّان، الألسنية العربية، دار الكتاب اللبّاني، بيروت، ط: 02، 1981، ص: 96، 97 / عن: أحمد عزوز، أصول تراثية في نظرية الحقول الدلالية، ص: 18.

2- المختار الفجاري، « تأصيل الخطاب في الثقافة العربية »، مجلة الفكر العربي المعاصر، 1993، العدد: 100، 101، ص: 31 / عن: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب- مقارنة لغوية تداولية، ص: 220.

السُّلْطَة، وبيان مصادرها وأدواتها وآلياتها اللغوية، وكيفية تجاوز صورتها التقليدية إلى حدود أبعد منها، وكذلك معرفة أثرها في اختيار إستراتيجية الخطاب المناسبة»¹.

4-1- مفهوم السُّلْطَة:

يترادف مفهوم السُّلْطَة عادةً مع مفهوم الهيمنة أو السَّيْطَرَة؛ فهي تقتضي مُهَيْمناً ومُهَيْمناً عليه، أو مسيطراً ومسيطرًا عليه؛ فالسُّلْطَة بمعناها العام «هي الحقُّ في الأمر، فهي تستلزم أمراً ومأموراً وأمراً، أمراً له الحقُّ في إصدار أمرٍ إلى المأمور، ومأموراً عليه واجب الطَّاعة للأمر، بتنفيذ الأمر الموجَّه إليه»². إلاَّ أنه عندما يرتبط مفهوم السُّلْطَة بمفهوم الخطاب، يصبح للسُّلْطَة تأثيراً في إنتاجه وتأويله؛ إذ «لا يمكن النظر إلى السُّلْطَة على أنها معطى سابق فقط، إذ يمكن أن يمتلكها الإنسان بمجرد التلفُّظ بالخطاب»³.

والسُّلْطَة في الخطاب تكون حاضرة بالقدر الذي يستطيع به المرسل تغيير سلوك ومعتقدات المتلقِّي، ولذلك يحصرها ميشال فوكو (M. Foucault) في علاقات القوى، حيث «اهتمَّ بعلاقات المنطوقات واستراتيجياتها من حيث هي كذلك، ولم يهتمَّ بطبيعة المعنى الذي تحيل إليه؛ بل اهتمَّ بطريقة أدائها وانحناءات العبارات والتواءاتها وتخفيَّاتها، وتمفصلاتها، وتموضع المنطوقات وتبعثرها ليضاجعها؛ فولد مفهوماً للسُّلْطَة مغايراً لذلك الذي اعتاد الفكر السِّياسي والفلسفي أن يراها من خلاله، حاصراً إياه في علاقات القوى»⁴.

والمرسل هو المنوط به اختيار الإستراتيجية المناسبة التي توافق السِّياق الذي يرد فيه خطابه، ووفقاً لما تقتضيه سلطته، إمَّا بتفعيلها وإظهارها فيه، أو بالتنازل عنها، على أنَّ مفهوم المرسل ليس مقصوراً على الأفراد كـ (الطَّبيب/ المريض، المعلم/ الطالب، الوالد/ الولد)؛ بل يمكن أن يكون مرسلًا اعتبارياً: مؤسسة أو هيئة (وزارة التجارة/ الغرفة التجارية، هيئة المواصفات والمقاييس/ إدارة الجودة والنوعية)، لأنَّ المؤسسات تتكئ في إبراز سلطتها على أشخاص معيَّنين، يمتلكون زمام السُّلْطَة فيها، وينتجون الخطاب اقتضاءً لها⁵. إلاَّ أنَّ أهمَّ وأخطر هيئة يمكن أن تُمارَس فيها السُّلْطَة، وتتجسَّد ملامحها فيها بقوة، هي المؤسسات الإعلامية بجميع وسائلها، المكتوبة، والمسموعة، و السَّمعية البصرية، أين تصبح سُلْطَة المرسل أكثر قوَّة وأشدُّ تأثيراً، نظراً لحجم الجمهور المتلقِّي.

1- المرجع نفسه، ص: 220.

2- ناصيف نصَّار، منطق السُّلْطَة- مدخل إلى فلسفة الأمر، ط: 01، دار أمواج، بيروت: 1995، ص: 07 / عن: عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، المرجع السَّابق، ص: 221.

3- المرجع نفسه، ص: 221.

4- محمَّد علي الكيسي، ميشال فوكو تكنولوجيا الخطاب، تكنولوجيا السُّلْطَة، تكنولوجيا السَّيْطَرَة على الجسد، دار سيراس للنشر، تونس: 1993، ص: 46.

5- ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 222.

الفصل الثالث _____ من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي- مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التداولية-

ولهذا كانت العناية بالخطاب الإعلامي، وبالمصطلحات المستعملة فيه تتطلب وضع استراتيجيات خاصة للتأثير في المتلقي وتغيير منظومة معتقداته لصالح المرسل.

كما نستطيع أن نحدّد هذه السُلطة في الخطاب نفسه، وذلك من خلال عناصره السياقية، والتمثّلة في المتكلم والمُخاطب، وزمان ومكان التّخاطب، ونوع الإستراتيجية المختارة. « فكما أنّ الخطاب لا يخرج عن منطوقاته واستراتيجياته دون أن يتموضع في ذات؛ لا تخرج السُلطة كذلك و"لا تقوم خارج أنواع من العلاقات لأنها محايثة لها"، ولا تقوم على هيكل محدد أوجها لأنها "ليست مؤسسة ولا هيكلية، وليست شيئاً من القوة يتمتع بها البعض: إنها الاسم الذي تسمّى به إستراتيجية معقّدة في مجتمع معيّن" ¹.

وعليه تتحدّد علاقة السُلطة بالخطاب من خلال تصوير حركة الخطاب في محيط السّياق الذي أنتج فيه. وهكذا « تفقر الممارسة الفوكوية من الحديث عن الخطاب إلى تصوير ميكانيزمات السُلطة من خلال تصوير حركة الخطاب وعالمه، واستراتيجياته وتعقّده وانزياحه، ليقول فوكو بوضوح: "إنّه لمن الخطاب تتمفصل السُلطة والمعرفة، والسبب عينه يجب تصوّر الخطاب على أنّه سلسلة من القطع المتقطّعة لا تكون وظيفتها متشابهة ولا ثابتة" ² » ³.

2-4- مصادر السُلطة في الخطاب:

إذا كان الخطاب يقتضي وجود طرفين متخاطبين، لكلّ منهما سلطة تسمّى بسلطة المرسل وسلطة المتلقي؛ فيصبح بذلك للخطاب سلطة ولطرفي الخطاب كذلك سلطة؛ فما هي مصادر السُلطة وما هو الفرق بينها؟.

1-2-4- سلطة المرسل:

يتحدّد موقف المرسل بالنسبة إلى السُلطة من خلال أمرين اثنين، فهو:

« - إمّا مالك لها مسبقاً قبل التلقّف بالخطاب، أو

- أنّه لا يمتلكها، ولكنّه يسعى إلى إيجادها بالخطاب ⁴ ».

يمارس المرسل كلّ مهاراته الاتّصالية عند إنتاج الخطاب بغية التأثير في المتلقي، وتغيير سلوكه، وبالتالي، يقع على هذا المرسل مسؤولية الإفهام، بتلقّفه بخطاب واضح ومفهوم، الأمر الذي يحدّد علاقته بالخطاب، وبالمرسل إليه عن طريق الإفصاح عن مقاصده بشكل مباشر؛ فيختار لذلك إستراتيجية مباشرة، أو أنّه يستعمل التّعبير غير المباشر لإظهار مقاصده؛ فيتبنّى إستراتيجية تلميحية غير مباشرة؛ فاستخدامه للإستراتيجية المباشرة يعني ممارسته للسُلطة وامتلاكه لها.

¹ - 123. p Michel Foucault, La volonté du savoir, Éditions Gallimard, 1980, / عن: محمّد

علي الكيسي، تكنولوجيا الخطاب، تكنولوجيا السُلطة، تكنولوجيا السّيطرة على الجسد، ص: 46، 47.

² - 133. p M. Foucault, La volonté du savoir, / عن: المرجع نفسه، 47.

³ - المرجع نفسه، ص: 47.

⁴ - عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 223.

أما في الحالة الثانية؛ فتتمثل سلطة المرسل في استعمال الإستراتيجية التلميحية، ويكون أثرها إما أثر وجود، وإما أثر عدم، وذلك لوحد من سببين هما: - أنه يمتلك السلطة، ولكنه يتنازل عن ممارستها في الخطاب، حيث يرى أنه ليس بحاجة إلى إبرازها فهذا هو أثر الوجود، - أو أنه لا يمتلك السلطة الكفيلة التي تخول له إبراز قصده مباشرة، وهذا هو أثر عدم. إذ يتنازل المرسل عن سلطته لثقته في أن قصده واضح في كل ما يصدر عنه من خطابات، اتكأ على معرف المرسل إليه بسلطته؛ ولهذا فإن المرسل إليه يعتبر مجرد التلميح في سياقات كثيرة بمثابة أوامر، أو تأكيدات، أو تهديدات، وكأنها تصدر عن المرسل صراحةً مثل: - سوف نخذ الإجراءات الكفيلة بوقف أعمال العنف.

فالمرسل ينجز فعل التهديد في خطابه، رغم كونه لم يصرح بذلك، بيد أن تهديده لا يخفى على المرسل إليه، الذي يدرك أن المرسل يعمد إلى إستراتيجية التلميح دون الحاجة إلى التصريح معتبراً استعمالها في هذا السياق فرصة للتدرج منها إلى خطابات أخرى أكثر تصريحاً، إذا لزم الأمر، لتحقيق هدف الخطاب الذي هو القضاء على العنف، وذلك لما يمتلكه من سلطة تخوله تنفيذ إرادته حسب ما يراه¹.

أ- سلطة المرسل في الخطاب:

لا يمكن تجسيد السلطة في الخطاب إذا كان المرسل لا يمتلكها، والسلطة في الخطاب تعني تمكن المرسل من إنجاز أفعال لغوية كالأمر، أو النهي، أو الوعد، أو القسم، أو غيرها من الأفعال اللغوية المختلفة؛ فمن دون هذه السلطة يفقد المرسل مصداقيته كمتكلم، كما يبوء فعله اللغوي بالفشل، ذلك لأن « معظم الشروط التي ينبغي أن تتوفر كي يعمل الإنجاز الكلامي عمله تنحصر في مدى التلاؤم بين المتكلم أو وظيفته الاجتماعية، وبين ما يصدر عنه من خطاب. إن أي أداء للكلام سيكون عرضة للفشل إذا لم يكن صادراً عن شخص يملك سلطة الكلام...، وبعبارة موجزة، إذا لم يتوفر المتكلم على السلطة التي تخول له أن يتفوه بالكلمات التي ينطق بها »².

ونظراً لأهمية السلطة بالنسبة لأفعال الكلام (Les actes de parole)؛ فقد أفرّد أوستين (Austin) في تصنيفه للقيم الإنجازية للتلفظ قسماً خاصاً بالأفعال التمرسية (A. Exersitives) والتي تتمثل في ممارسة السلطة وتسمح بإصدار الأحكام³.

¹- ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، المرجع السابق، ص: 239، 240.

²- بيير بورديو، الرمز والسلطة، تر: عبد السلام بنعيد العالي، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، ط: 02، 1990، ص: 65، 66 / عن: المرجع نفسه، ص: 233.

³- ينظر: الفصل الأول من هذا العمل، ص: 66.

كما يرتبط إنجاز الأفعال اللغوية بمكانة المرسل في الخطاب؛ « فلو أصدر ضابط برتبة فريق خطاباً للجندي بتنظيف أرض الغرفة؛ فإنه قد أنجز فعلاً طلبياً في هذا الخطاب هو فعل (الأمر). أمّا لو توجّه الجندي بالخطاب ذاته إلى الفريق؛ فإنّ هذا لن يكون فعل أمر، بل فعلاً طلبياً، أو اقتراحاً، أو عرضاً، وبهذا؛ فالسلطة تؤثر في القصد «¹.

ب - سلطة المرسل بالخطاب:

يملك المرسل السلطة بالخطاب عندما يحذف عنصراً مهماً من عناصر الخبر، وذلك باستعماله لآليات وأدوات لغوية مختلفة²؛ فلا يصل الخبر كاملاً إلى المتلقي؛ فلا يزال هذا الخير يتوق إلى معرفة ما بقي غامضاً من الخبر إلى أن يقرّر هذا المرسل إطلاق جميع عناصره، عندها يكون هذا المتلقي خاضعاً لسلطة المرسل بالخطاب، إلى أن تتضح معالم (الأنا) للخطاب، ذلك أنّ أيّ خطاب يتوفّر على « أنا المرسل، إمّا في بنية الخطاب الظاهرة، أو في بنيته العميقة، ورغم صدق ذلك إلاّ أنّه لا يعني أنّه يتوفّر لكلّ إنسان سلطة معينة يوظّفها في خطابه. ولكن غياب السلطة لا يحرم المرسل امتلاكها من خلال التلفظ بأنواع متعدّدة من الخطابات؛ فالسلطة لم تعد تكمن في « أنا » المرسل، بقدر ما تكمن في إنتاج (الأنا) للخطاب، وذلك بتفعيل عدد من المهارات، واستثمار عدد من الخصائص اللغوية في السياقات المناسبة لها، وبالتالي؛ فإنّ التلفظ بالخطاب يصبح هو الذي يكسب (الأنا) السلطة، لا العكس «³.

وسلطة المرسل في الخطاب هي سلطة لا تنفصل عن الذات؛ فهي تعبّر دائماً عن أفكاره، وآرائه بشكل عام، وعن توجّهه الإيديولوجي، وموقفه السياسي، إذا كان خطابه خطاباً سياسياً؛ ف « طالما أنّه ليس هناك تفكير خارج السلطة، وليس هناك سلطة خارج المنطوقات التي تحتكرها؛ فالخطاب ليس شكلاً سورياً يُستعمل كما تُستعمل العلوم الرياضية، لأنّه لا يوجد قولٌ منفصلٌ عن صاحبه؛ فذلك السلطة لا تنفصل عن الذات «⁴.

ولهذا يركّز الإعلام عادةً على الأحداث و القرارات السياسية كما يركّز على الشخصيات التي تصدر هذه القرارات، أو التي تساهم في وقوع الأحداث، وعلى انتماءاتهم وخلفياتهم الإيديولوجية.

2-2-4 - سلطة المرسل إليه:

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 233.
2- وتمثّل هذه الآليات والأدوات اللغوية في: تغييب المرجع، حذف المرجع أو إرجاؤه، تداولية الدلالة، الانتقال من السلطة إلى المرجع، تهميش السلطة وتغييب المرجع، الاستغراق بالغة أو بالذات، الأسئلة، التقمص...، ومن أمثلة ذلك قول المرسل: " ترقبوا شيئاً"، أو "انتظروا شيئاً"، فحذف المفعول به هو ما يجعل المرسل إليه يتوق لمعرفة هذا " الشئ" المحذوف من الخطاب، ما هو؟ ويظلّ تساؤله متواصلاً حتّى يكشف له المرسل عنه، وبالتالي يستطيع المرسل بهذه الآلية "الحذف" أن يؤسس سلطته؛ بل ويستطيع أن يمنحها الامتداد الرّمزي الذي يريده: ينظر: المرجع نفسه، ص ص: 244، 245، 247.
3- المرجع نفسه، ص: 244.
4- محمّد علي الكبيسي، ميشال فوكو تكنولوجيا الخطاب، تكنولوجيا السلطة، تكنولوجيا السيطرة على الجسد، ص: 60.

إذا كان المرسل يملك سلطة على المتلقي؛ فإنّ هذا الأخير، يمتلك بدوره سلطة يمارسها على المرسل نفسه، حيث « تتضح سلطته عندما يكون في مرتبة أعلى من المرسل، وإن كان هذا ليس هو القيد الوحيد؛ فقد تتضح سلطة المرسل إليه حتّى في الخطاب الذي ينشأ بين طرفين لا توجد بينهما علاقة تراتبية أصلاً. عندها يختار المرسل إستراتيجية الخطاب المناسبة التي يستطيع بها أن يحقق هدفه، ويعبر عن قصده، واستعمال الألقاب¹ في الخطابات المكتوبة أو المنطوقة من أكثر المظاهر التي تجلي هذه الحقيقة² ».

كما تظهر سلطة المرسل إليه كذلك عندما يطلب المرسل استشارته في شيء ما، أو تخبيره في أمر ما؛ « فعندما يخير المرسل المرسل إليه في شيء ما؛ فقد منحه السُّلطة، حتّى وإن كانت تؤول في بداية التفاعل الخطابى إلى المرسل³ ».

3-2-4- سلطة العناصر السياقية:

لا تقتصر السُّلطة، في بناء الخطاب، على المرسل أو المرسل إليه فحسب؛ فهما لم يعودا المؤثرين الوحيديين في بناء واختيار الإستراتيجية المناسبة له؛ بل تتدخل العناصر السياقية الأخرى في تحديد هذه الإستراتيجية، حيث يتمتع كلُّ عنصر منها بسلطة خاصة؛ « فبعض هذه الأبعاد سابق

على إنتاج الخطاب، مثل سلطة اللُّغة⁴، وسلطة المجتمع⁵، بما في ذلك مكان المرسل، وزمان التلقظ بالخطاب⁶ ».

5- المتلقى ووسائل الإعلام:

منذ أن وجدت البشرية، وجد التّواصل بين أفراد المجتمع الإنسانى؛ فكان الإرسال والاستقبال للعلامات بجميع أنواعها هو الرّابط الذي تحقّق من خلاله الطابع الاجتماعى لبني الإنسان.

لقد ساهمت هذه الخبرة البشرية المتواصلة في تنمية قدراته وملكاته الفردية في الإرسال والاستقبال؛ فكان الإنسان مرسلًا ومستقبلًا من الدّرجة الأولى. وممّا زاد في هذه الخبرة هو تطوّر وتنوّع وسائل الإعلام والاتّصال، التي استطاعت أن

1- ومن ذلك مثلاً: سيّدِي الرّئيس، فخامة الرّئيس، معالي الوزير، صاحب الجلالة، صاحب المعالي، أستاذي الفاضل... الخ.

2- عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 228.

3- المرجع نفسه، ص: 230.

4- يستطيع المرسل أن يتواصل مع غيره بطرق عدّة: تتمثّل في الاتّصال غير اللّفظي، ولكن يبقى للتّواصل اللّفظي سلطة خاصة؛ « فعلى الرّغم من أنّه يستطيع استعمال كثير من الأدوات، إلا أنّ بعضاً من الأفعال لا ينجزها إلا باستعمال اللّغة، بوصفها أدواته الرّئيسة، والأهم في التّفاعل مع المرسل إليه، وهذا أحد أقوى الأدلّة على سلطتها، وذلك من خلال إنجاز بعض الأفعال اللّغوية التي تستغني فيها اللّغة بنفسها عن العلامات السّمائية الأخرى، مثل سنّ القوانين وتفسيرها » : عبد الهادي بن ظافر الشّهري، المرجع السابق، ص: 224.

5- وتتمثّل هذه السُّلطة في السّماح باستعمال بعض المصطلحات داخل المجتمع، وعدم السّماح باستعمال مصطلحات أخرى مثل الألفاظ " اللّامساس " بالنّسبة للمجتمع العربي.

6- عبد الهادي بن ظافر الشّهري، استراتيجيات الخطاب، إستراتيجيات الخطاب، ص: 224.

تمحو الحدود بين البلدان، وأزالت المسافة بين مختلف الأجناس البشرية. و « ممّا لا ريب فيه أنّ الاجتماع المعاصر الذي تميّز بطغيان وسائل الإعلام على المدنية والمجتمعات البشرية، قد نمّى لدى الإنسان بلاغة التلقّي، والقدرة على فكّ المادّة الخطابية والإعلامية بوجهيها المنطوق والمسكوت عنه »¹.

والتلقّي في العملية الإعلامية يختلف عن المتلقّي في العملية التواصلية²، ذلك أنّ هذا الأخير يتبادل الرّسائل مع المرسل؛ فيصبح حقّه في الرّد مضمون؛ فيتحوّل بذلك دوره من المتلقّي تارةً إلى المرسل تارةً أخرى، كما يكون التأثير بين الطرفين متبادلاً بسبب حدوث الحوار بينهما؛ إذ يمكن للمرسل أن يؤثر في المتلقّي ويغيّر بذلك معتقداته، أو يحدث العكس؛ فيصبح المتلقّي هو الفاعل الأكبر في التأثير على المرسل، لكن هذا الأخير في عملية الإعلام بشكل عام وفي الخطاب السياسي بشكل خاص « يظلّ دائماً مرسلًا، وافترض التّواصل يعني تواصلًا أحادي الاتجاه (على المستوى اللّغوي)، المتلقّي لا يتحاور مع المرسل؛ فهو ليس مرسلًا، ودوره غير مباشر، لتتجلّى إجاباته في علامات غير لغوية non Linguistique، كهشّ الرّأس، تقطيب الحاجبين، زمّ الشّفتين... وهي ما يُصطلح عليه بمصطلحات الإشارية، أو الإيمائية: Les gestuelles et mimiques »³.

لقد طوّر المتلقّي أذنًا تتلقّف المادّة الإعلامية بكفاءة وسرعة تعادل سرعة ورود الخبر في وسائل الإعلام، ذلك لأنّ الاتّصال أصبح مركزاً على بُعد واحد هو بُعد التلقّي، وهو ما استحال معه الإنسان المعاصر فاعلية سمعية، أو أذنًا تتلقّف مادّتها الخبرية ليس من محافل بشرية تزدهر فيها أنواع الخطب كما كان يحدث قديماً في المجالس الأسرية، والأندية والنوادي العاجية، والسّاحات الحاشدة؛ فواقع الإنسان كان على هذا النحو في مرحلة ما قبل عصر السّمع البصري، ولكن الإنسان بات في عصر الاتّصال والإعلام السّمع البصري يجد الآلة أنيسه وجهاز البثّ (تلفاز، مذياع، أنترنات،...) جليسه ومحدّثه، يتلقّى عنه ويأخذ منه، ويستمتع إليه، ويستفتيه ويتعلّم منه، ويروي عنه، وكلّ ذلك شحذ في الإنسان المعاصر ملكة التلقّي و السّماع، وأخمل كثيراً قدرة المحاورّة وتبادل القول⁴.

إنّ اهتمام المرسل بالمتلقّي في الإعلام، هو عناية بالمادّة الإعلامية التي يوجّهها للاستهلاك، والتي يسعى من خلالها إلى خدمة مصلحته الخاصّة، ذلك « أنّ المتكلم في معظم الأحيان يقف موقفاً خاصاً من السّامع، ويتّضح هذا الموقف في اختيار الكلمات وترتيبها، والبلاغة العربية منذ نشأتها تحاول استقصاء هذا الموقف. ولا تكتفي بما قد نسمّيه الاهتمام التلقائي بالسّامع؛ بل تسعى إلى ما يشبه

1- سليمان عشراتي، الخطاب السياسي والخطاب الإعلامي في الجزائر- مدارس لسيمونتيك القول والفعل والحال، دار الغرب للنشر والتّوزيع، وهران، ص: 84.

2- رغم أنّ الإعلام هو عملية اتّصالية بالدرجة الأولى

3- ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلقّف وتداولية الخطاب، ص: 150.

4- ينظر: سليمان عشراتي، الخطاب السياسي والخطاب الإعلامي في الجزائر، ص: 84.

العمد والاحتراف بمواقف معينة. وقد احتفت البلاغة – كما نعرف- بوجه من الخداع والرياء المقبول وغير المقبول، ولا تزال فكرة السامع محتاجة إلى المزيد من البذل إذا أردنا أن نحسن تصوُّر ما قاله المتقدِّمون¹.

إنَّ هذا العمد في تهميش² موقف المتلقِّي أصبح واضحاً وظاهراً في الإعلام المعاصر حتَّى أن دوره أصبح دوراً سلبياً؛ إذ « بات لا سبيل له إلى ردِّ ما ينتهي إليه من الأثير؛ فهو وإن امتلك - ظاهراً- الخيار في انتقاء ما يتلقَّى، لكن لا بدَّ له في تغيير أو تحويل المادة التي تُهيأ له بإشراف وخبرة دوائر لا تهمُّها مصلحة المتلقِّي، بقدر ما يهتمُّها مصلحتها هي بالذات، الأمر الذي وطَّن في المتلقِّي المعاصر روح الميل إلى الأسطورة، نتيجة دوام تعاطيه المادة الإعلامية بواسطة ماركويتينغ عجائبي³ ».

كما أنَّ هناك إشكالية أخرى تطرح، حينما يكون هذا المتلقِّي العربي ممزقاً بين وسائل إعلام مختلفة تتجاذب سمعه وحواسه، ولكلِّ وسيلة من هذه الوسائل إيديولوجيتها الخاصة بها، وتوجُّهها السياسي الذي يناقض تماماً إيديولوجيات الوسائل الأخرى؛ فيقع في التناقض، ولا يفهم سبب هذا الاختلاف؛ فلا يدري أيَّ وسيلة يشاهد، وأيَّ رأيٍ يقتنع؛ فهو باحث دائم عن الحقيقة بين وسائل إعلام عربية تجمعها اللغة والدين والتاريخ والمصير المشترك، ولكنها لا تعرف كيف تجمع جماهيرها على إيديولوجية واحدة تمثل فكر الأمة العربية وثقافتها وواقعها وما تصبو إليه في المستقبل.

6- إشكالية توحيد المصطلح الإعلامي العربي:

إنَّ جوهر الإشكالية الإعلامية العربية على العموم، يكمن في عدم كونها المصدر من حيث إنتاج المصطلح، حيث أصبحت « مصطلحات الإعلام المقروء المصدر عبر الإعلام المرئي اليوم من الغرب إلى الوطن العربي وسيلةً أساسيةً لتصدير مفاهيم ومواقف سياسية لفرض هيمنة ثقافية تستهدف التحكم بالمصير العربي من خلال تشويه وتقزيم الحقائق وقلب الوقائع، وتجاهل حقوق هذه الأمة وطموحاتها المستقبلية. ولا بدَّ للردِّ على هذه الهجمة المدروسة والخطيرة من وعي كلِّ كلمة ومصطلح مستورد، وتوفير الأبحاث الجادة والمتأنية التي تنتقي عبارات ومصطلحات بديلة تثبت الحقَّ العربي، وتقاوم محاولات التَّطبيع عبر تحويل العدو إلى جارٍ مثلاً، ومحاولات فرض هيمنة استعمارية من نوعٍ جديدٍ تحتاج إلى جهود معمَّقة ومكثَّفة لمقاومتها وإحباطها⁴ ».

1- مصطفى ناصف، اللغة والتفسير والتواصل، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت: رجب: 1415هـ/يناير: 1995م، ص: 11.

2- هذا لا ينفي وجود بعض البرامج التثقيفية والعلمية التي يمكن أن تنمِّي قدرات المتلقِّي بشكلٍ إيجابي، والتي تشكّل متنفساً له من الضَّغط المتواصل الذي تمارسه وسائل الإعلام بشكلٍ متكرَّر ويوميٍّ، إلا أنَّ هذه البرامج تبقى قاصرة عن إعطائه دوراً أكثر إيجابية في المشاركة في تحسين العمل الإعلامي.

3- سليمان عشراي، الخطاب السياسي والخطاب الإعلامي في الجزائر، ص: 85.

4- بثينة شعبان، « دور اللغة العربية في مواكبة المصطلح الأجنبي في الإعلام المقروء »، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأوَّل من بحوث ندوة (اللغة العربية والإعلام)، ج: 03، مج: 74، ص: 552.

ومما يساهم في بقاء هذه الأزمة مستفحلة في إعلامنا العربي هو استمرار أخذه للمصطلحات الموضوعية في الغرب في الغالب؛ فـ « الإعلام العربي الذي يقوم بإعادة إنتاج المادة الإعلامية من الغرب، بكل ما تحتويه من مفاهيم مقصودة تتصل بالأسماء والدلالات يجعلها مألوفة لدى القارئ العربي رغم ما تحتويه من سموم موجّهة ضدّ الحق العربي والوجود العربي والهوية العربية »¹.

وعليه فإنّ الحلّ لهذه الأزمة لا يبدأ وينتهي عند التعميم والتوحيد فحسب؛ وإنما يبدأ من الوضع ذاته، ومن الاقتراض والاستمداد، والحدود التي ينتهي عندها، ومن دراسة محتويات المصطلحات ومضامينها الظاهرة والكامنة معاً، وبالتالي تصبح قضية التوحيد بشكلٍ عام لها وجهان: « وجه الاتفاق على المصطلح في ذاته، من حيث هو قضية علمية بحث متصلة بطبيعة اللغة وخصائصها، وبالواقع الحضاري العام، ووجه توحيده في أنحاء الوطن العربي كلّها، من حيث هو قضية لغوية قومية عامّة، ترتفع فوق هوى الأفراد وهوى الكيانات السياسية على السواء »².

ولعلّ من بين الإشكاليات التي تتسبّب في حدوث واستمرار هذه الأزمة هي: - تعدّد الخلفيات والآراء السياسية، والتوجّهات الأيديولوجية لمختلف المؤسسات الإعلامية العربية³، الأمر الذي يجعل كلّ مؤسسة تستخدم المصطلحات التي توافق موقفها السياسي، وتوجّهها الأيديولوجي للتأثير به على المتلقّي.

- عدم توفّر إرادة سياسية عربية مشتركة ترمي إلى النزعة التوحيدية ممّا أثر على الطموحات اللغوية التي تهدف إلى تعميم وتوحيد الإعلام العربي بشكلٍ عام، ومصطلحاته بشكلٍ خاص؛ فاللغة العربية اليوم هي « لغة أمّة مجزأة، في أكثر من عشرين كياناً سياسياً، نمت في كلّ منها، إغراءات إقليمية مختلفة الألوان باعدت - مهما حاولنا تزويق الحقائق والاستعلاء عليها - بينها »⁴، حتّى أنّ الأمر قد تطوّر إلى نزاعات عربية على أكثر من صعيد.

- انفصال الأمّة العربية عن تاريخها وعن تراثها المشرق، وانبهارها بكلّ ما يأتي من الغرب دون تمحيص أو تمييز.

- غياب التنسيق بين المؤسسات الإعلامية، وهيئات التعريب و المجمع اللغوية المتخصصة.

1- بثينة شعبان، المرجع السابق، ص: 552.

2- عبد الكريم الأشتر، « توحيد المصطلح وتعميمه - المقاصد والأبعاد »، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأوّل من بحوث ندوة (إقرار منهجية موحّدة لوضع المصطلح)، ج: 03، مج: 75، ص: 691.

3- على كثرتها وتنوعها في الوطن العربي، وخاصة القنوات الفضائية العربية التي أصبحت لا تعدّ ولا تحصى؛ فهي تشكّل نموذجاً حياً على هذا الاختلاف العربي والتشرذم الذي يعاني منه، ولكن يمكن أن يتحوّل هذا التعدّد والتنوع إلى ظاهرة صحيّة، إذا توحدت هذه الوسائل في المنهج والهدف، وأصبحت تعمل للصالح العربي وقضاياها المصرية، خاصّة وأنها تتمتع بأحدث التقنيات العلمية والتكنولوجية المتطورة التي تملكها وسائل الإعلام والاتصال في الغرب.

4- عبد الكريم الأشتر، « توحيد المصطلح وتعميمه - المقاصد والأبعاد »، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، ج: 03، مج: 75، ص: 691.

الفصل الثالث _____ من إشكاليات المصطلح الإعلامي العربي- مناقشة تحليلية في ضوء اللسانيات التداولية-

- ارتكاب الأخطاء اللغوية في لغة الإعلام بسبب الضعف اللغوي الذي يعاني منه القائمون عليها، بالإضافة إلى محاولة لغة الإعلام مسايرة مستويات جمهور المتلقين¹، ممّا أدّى إلى انخفاض وتدني مستواها.

- إسناد أمر الترجمة والتوليد لغير المتخصّصين، بالإضافة إلى الأعمال الفردية التي يقوم بها بعض المترجمين بشكل عشوائي، ومحاولة كل واحد استعمال المصطلحات التي قام هو بترجمتها، متجاهلاً الجهود المبذولة في المؤسسات المتخصصة.

و عليه فنحن في حاجة ملحة إلى بناء علاقة جديدة مع « اللّغة و الأدب والتّاريخ والتّراث تعتمد علي البحث والدراسة والوعي، وأخذ دور الفاعل في حياكة المفاهيم والعبارات التي يتطلّبها العصر وإنجازاته وتطوّراته، بدلاً من الاكتفاء بدور المتلقّي السلبي الذي ينقل عن الآخرين دون تمحيص لخطورة ما ينقله علي هويّته ومصيره ومستقبله »².

إلّا أنّ بناء هذه العلاقة يتطلّب أيضاً توحيد المناهج المختلفة، حيث تتأثر مسألة التّطبيق في مرحلة التّعميم بمشكل اختلاف المناهج، بكلّ تناقضاته، وارتباكاتة الكثيرة وفوضاه، وتضارب الاجتهادات في اختيار المصطلح؛ فيفعل فعله في مرحلة التّعميم³.

إنّ التّنسيق بين المعاهد، والهيئات، والمجامع العربية، والمؤسسات الإعلامية أصبح أمراً غير كافٍ في وضع واستعمال المصطلحات ونشرها؛ بل أصبح « من الضّرورة بمكان افتتاح معهد عربي إستراتيجي للدراسات الإعلامية يعنى بمتابعة أجهزة الإعلام العالمية سياسياً وفكرياً ولغويّاً، ويدرس التّعابير والمصطلحات التي يصدرها لنا الإعلام الغربي، ويزوّد الإعلام العربي بالمصطلحات والتّعابير المناسبة، ويقوم بمبادراته اللغوية من أجل الحفاظ على الحقّ العربي، والشّخصية العربية، والثّقافة العربية بشكل مدروس من قبل فقهاء اللّغة العربية »⁴.

كما أنّ تفعيل القرارات الصّادرة بشأن المصطلح والتي تخرج بها المجامع والهيئات اللغوية والعلمية المتخصصة، يحتاج إلى قرار سياسي يتحقّق به الالتزام الصّارم باستعماله ونشره، والتّرويج له عند جمهور المتلقّين، ذلك أنّ القرار السياسي مسألة على قدر كبير من الأهمّيّة في قضية التّرجمة والتّعريب، حيث

1- « إذا كانت لغة الإعلام المكتوب تتطلّب، بالتأكيد، جمهوراً متعلّماً إلى حدّ ما، ويمتلك خبرات معيّنة في فكّ الرّموز؛ فإنّ لغة الإعلام المسموع لا يهّمها ذلك، والأمّية ليست مشكلة بالنّسبة لها » : أحمد حمدي، « لغة الأدب ولغة الإعلام »، المجلّة الجزائرية للاتّصال، العدد 6 و7، سنة: 1992، ص: 168.

2- بثينة شعبان، « دور اللّغة العربية في مواكبة المصطلح الأجنبي في الإعلام المقروء »، مجلّة مجمع اللّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأوّل من بحوث ندوة (اللّغة العربية والإعلام)، ج: 03، مج: 74، ص: 552.

3- ينظر: عبد الكريم الأشتر، « توحيد المصطلح وتعميمه- المقاصد والأبعاد »، مجلّة مجمع اللّغة العربية بدمشق، ج: 03، مج: 75، ص: 692، 693.

4- بثينة شعبان، « دور اللّغة العربية في مواكبة المصطلح الأجنبي في الإعلام المقروء »، مجلّة مجمع اللّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأوّل من بحوث ندوة (اللّغة العربية والإعلام)، ج: 03، مج: 74، ص: 552، 553.

يتوقف عليه نجاح أو فشل دور المؤسسات العلمية والجامعات في توحيد وشيوع المصطلح العلمي، لأن ذلك يبني على إرادة الحاكم قبل هذه المؤسسات. وهذا ما يعرقل وضع توصيات مؤتمرات التعريب موضع التنفيذ؛ فقد أوصت هذه المؤتمرات منذ مؤتمر التعريب الأول في الجزائر (1964) إلى دورة دمشق (1988) حول التعريب الشامل للمصطلحات الطبية، إلى مؤتمر الكتابة العلمية باللغة العربية، الذي عقد في جامعة العرب الطبية عام (1990)، أوصت جميعها بتوحيد المصطلح العلمي العربي، وكما أوصى مؤتمر الرباط بتحديد عقد زمني (1976- 1986) لتوحيد المصطلحات العربية؛ فهل تحقق شيء من ذلك؟ طبعاً لا، والسبب في ذلك هو القرار السياسي¹.

إن استصدار قرارات سياسية بشأن المصطلح، يجب أن يكون في اتجاه « دعم ما وصل إليه العلماء واللغويون، والمجامع والجامعيون من نتائج، وتطبيق ذلك ليس بشكل مبعثر ومتفرق ولكن بشكل موحد على الصعيد العربي، إنها الخطوة الأساسية الأولى التي يتوجب علينا العمل على تنفيذها، والسعي الحثيث لاستصدار مثل هذا القرار السياسي من خلال الجامعة العربية »².

ومن أهم وسائل نشر وإشاعة وتوحيد المصطلح بعد وسائل الإعلام، تأتي الجامعة ودورها كمركز للبحث العلمي والأكاديمي، وفيها يجتمع الطلاب الذين يشكّلون المستقبل الذي ينتظره المجتمع، والأساتذة الذين يقومون بالتدريس والتأليف والبحث، لتكون الجامعة أنسب مكان لتطبيق وتنفيذ المصطلحات التي يتم الاتفاق عليها في المجامع اللغوية العربية، أو مكتب تنسيق التعريب؛ فهي بذلك الحقل الذي تنبت فيه بذرة المصطلح العلمي، حيث يبدأ دور الجامعة من وضع المصطلح العلمي على المحك من خلال المحاضرات التي تلقى على الطلاب في هذه الجامعة، وذلك باستعمالها من قبل الأساتذة في تدريس المواد المقررة على الطلاب واختيار تفاعل هذه المصطلحات مع المادة العلمية من ناحية، ومدى استساغة الطلاب واستقبالهم واستيعابهم لهذه المصطلحات.

ثم يقوم هؤلاء الأساتذة المتخصصون بدراسة هذه المصطلحات في أقسامهم العلمية دراسة مبنية على التجربة وإبداء الرأي فيها. كما تلعب الجامعة دوراً مهماً في شيوع ونشر المصطلح العلمي العربي، وذلك من خلال منبر آخر هو الأعمال العلمية التي يعدها الأساتذة من بحوث ومقالات علمية وكتب مؤلفة أو مترجمة يتم نشرها عن طريق الجامعة³.

7- إشكال التبعية في المصطلح الإعلامي العربي:

1- ينظر: مصطفى محمد بوشعالة، « توحيد المصطلح العلمي العربي وشيوعه من خلال التجربة الليبية » ، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه تتمة بحوث ندوة (إقرار منهجية موحدة لوضع المصطلح)، ج: 04، مج: 75، ص: 945.

2- كارم السيد غنيم، اللغة العربية والصحة العلمية الحديثة، مكتبة ابن سينا، مصر: 1995، ص: 113 / عن: المرجع نفسه، ص: 945.

3- ينظر: مصطفى محمد بوشعالة « توحيد المصطلح العلمي العربي وشيوعه من خلال التجربة الليبية » ، المرجع السابق، ص: 949، 950.

إن مشكلة الإعلام العربي اليوم لا تقتصر فقط على أزمة المصطلح فيها وحسب، وإنما هي مشكلة مرتبطة بغياب فلسفة إعلامية عربية، وإن وجدت فهي غير واضحة المعالم، بالإضافة إلى عدم قدرة الإعلام العربي على تكوين إستراتيجية إعلامية قويّة تمكّنه من الوقوف نداً للند مع الإعلام الغربي؛ فما هو الإعلام العربي على العموم سوى تابع للإعلام الغربي ومقلّد له في جميع الأصعدة، وعليه؛ فالإستراتيجية في الإعلام تبنى على ثلاثة أسس:

- 1 وجود فلسفة إعلامية واضحة.

- 2 وجود تخطيط إعلامي يتوافق مع المعطيات الرأهنة.

- 3 وجود سياسات إعلامية تتوافق مع المخططات الموضوعية.

إنّ المادّة الإعلامية الموجّهة للاستهلاك الجماهيري، هي التي يتحدّد على ضوءها الإطار التنظيمي للمؤسسة الإعلامية المنتجة لهذه المادّة، وبالتالي يتحدّد على إثر ذلك: من يملك هذه الوسيلة؟ ومن يديرها؟ كيف تموّل؟ وما هو حجم التأثير الذي تحدثه؟ ولماذا؟ ومن هو المتلقّي؟ ماهي إيديولوجية المالك؟ وما هو موقفه السياسي؟... إلخ.

وعليه، نستطيع القول بأنّ هذا الإطار التنظيمي للمؤسسة يتحدّد على ضوء فلسفة الإعلام.

1-7- فماذا نقصد بفلسفة الإعلام؟

ترتبط فلسفة الإعلام بالمجتمع وبخصائصه وأطيافه الثقافيّة وطبقاته الشّعبيّة؛ ولذلك فإنّ البحث فيها هو « محاولة النّظر في جوهر الإعلام وتحليله واستقصاء أبعاده المختلفة. وهو النّظر إلى المشكلة الإعلامية نظرة فلسفية، نظرة تحدّد المشكلة الإعلامية وتفسّرّها، وترتبط ما بين جوانبها من علاقات »¹.

وإذا كانت فلسفة الإعلام تبحث في جوهر الإعلام، وماهيته، ومشاكله؛ فهي مهمّة كذلك لرجل الإعلام نفسه، ذلك أن لا وجود للإعلام من دون رجال الإعلام، وارتباطه بها مرهون بمدى معرفته بالفلسفة الإعلامية في مجتمعه، وبمدى النّجاح الذي يمكنه تحقيقه في مجال عمله، ويمكننا أن نوجز الأهداف الرّئيسية من دراسة فلسفة الإعلام في أربعة أهداف هي:

- 1- تحديد هدف النّشاط الإعلامي في المجتمع، وذلك بإبراز الفلسفة الإعلامية التي تناسب المجتمع وقيمه وواقعه، حيث نجد أنّ المجتمعات التي تتّضح فيها الفلسفة الإعلامية بشكل صحيح شرقاً أو غرباً هي التي يبدو الإعلام فيها

¹ - محمّد سيّد محمّد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ط: 02، المؤسسة الوطنية للكتاب، طبع المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الرغاية- الجزائر: 1986، ص: 207.

علاقاً، أمّا في المجتمعات التي تغيب فيها هذه الفلسفة أو تضطرب وتتذبذب ويبدو فيها الإعلام قزماً¹.

2- زيادة فاعلية الإعلام في المجتمع وقوة تأثيره؛ فوضوح الفلسفة الإعلامية لمجتمع ما، واقتناع رجل الإعلام بها يشكّل دافعاً وحافزاً قوياً لإقناع الناس بما يقدم لهم.

3- تجنب الخلط أو التناقض أو التضارب في النشاط الإعلامي؛ إذ يجب على الإعلامي أن يعبر على ما هو حقيقي ونابع من حاجة المجتمع ومعتقداته ومصالحه، وفلسفة الإعلام هي الميزان الذي نزن به ما يجوز وما لا يجوز في النشاط الإعلامي، وأن حدود فلسفة الإعلام تشبه أنوار المرور، تبيّن لنا متى نتوقّف وكيف؟ ومتى ننتقل وكيف؟ ومتى نتريّث وكيف؟.

4- وضع الإطار التنظيمي للمؤسسات الإعلامية في المجتمع².

2-7- التخطيط الإعلامي:

لاشكّ في أنّ أيّ عمل يقوم به الإنسان، ويتوخّى من وراءه النّجاح؛ فإنّه يتطلّب منه القيام بتخطيط على المستويين القريب و البعيد؛ فيفكر في معطيات الموضوع الذي يبحث فيه أو يريد القيام به، وفي المشاكل التي تواجهه، ومن ثمّ في الحلول، وعلى قدر الجهود الذي بذله يكون مستوى النّجاح الذي يصل إليه. إنّ المفكرين اختلفوا حول تحديد مفهوم للتخطيط « في علوم الاقتصاد والسياسة، الإدارة والاجتماع وفق موضوع المعالجة، وأيديولوجية المفكر، وطبيعة العصر، ولكن مصطلح التخطيط بصفة عامّة يعبر عن تعبئة وتنسيق وتوجيه الموارد، والطّاقات، والقوى البشرية والمعنوية والمادية والمالية المتاحة للمجتمع- حاضراً ومستقبلاً- لتحقيق أهداف اقتصادية، واجتماعية، وثقافية متفق عليها، مترابطة ومحدّدة ومرسومة في إطار سياسي ارتضاه المجتمع، وفي فترة أو فترات زمنية محدّدة »³.

وعليه فإنّ التخطيط هو اتّخاذ طريقة معيّنة ودقيقة يتمّ من خلالها مراعاة جميع الأطر التي تحفّ بالعمل، وبالتالي يتّضح لنا أنّ التخطيط هو وضع إستراتيجية محدّدة المعالم، ومدروسة الأبعاد، كما يمكن أن نقول كذلك بأنّ هذه الإستراتيجية هي « خطة في المقام الأوّل للوصول إلى الغرض المنشود، وبما أنّها كذلك، أي خطة؛ فهي ذات بعدين، أولهما: البعد التخطيطي وهذا البعد يتحقّق في المستوى الذهني، وثانيهما: البعد المادي الذي يجسّد الإستراتيجية لتتبلور فيه فعلاً، ويرتكز العمل في كلا البعدين على الفاعل الرئيس؛ فهو يحلّل السياق،

¹- ينظر: المرجع نفسه، ص ص: 207، 208.

²- ينظر: المرجع نفسه، ص ص: 207، 208، 209.

³- محمّد سيّد محمّد، المرجع السابق، ص: 60.

ويخطط لفعله، ليختار من الإمكانيات ما يفي بما يريد فعله حقاً، ويضمن له تحقيق أهدافه «¹.

1-2-7- فما هو التخطيط في المجال الإعلامي؟

والإعلام جهازٌ حسّاس، متعدّد الوسائل وواسع الانتشار، يحتاج إلى وضع مخطّطات إستراتيجية تتوافق مع إيديولوجيته الخاصّة، ومع الجمهور الذي يستهلك مادّته، وعليه؛ فالتخطيط الإعلامي في « دولة ما هو حصر القوى الإعلامية فيها، من طاقات بشرية، وأجهزة إعلامية، ومعدّات ومؤسّسات بدءاً من النشّرات الصّغيرة إلى المؤسّسات الصّحفية، إلى الإذاعة والتلفزيون، إلى مصلحة الاستعلامات، إلى دور الثقافة والاستماع والمشاهدة، إلى دور العرض السينمائي والاستوديوهات والمسارح، وفرق الفنون الشعبيّة، حتّى خيال الظلّ، وشاعر الرّبابة، وتعبئة وتوجيه هذه القوى لتحقيق أهداف المجتمع، ومن بينها أهداف خطة التّمنية، ومن بينها الأهداف التفصيلية لخطة الإعلام ذاتها «².

والتّخطيط في الإعلام كغيره من المجالات الأخرى، يشتمل على أربعة عناصر هي: فهم الواقع، ثمّ تحديد الأهداف، ثمّ اختيار أنسب الوسائل، ثمّ المتابعة والتّقييم؛ فقبل أن نضع خطة للإعلام أو نباشر العمل الإعلامي لابدّ أن نفهم الواقع فهماً موضوعياً، وأن نعرف السّاحة التي يستعمل فيها حتّى لا نكون غرباء عن الواقع الذي نريد العمل فيه، أو نريد تغييره.³

3-7- سياسات الإعلام:

تنبني الخطة أو الإستراتيجية الإعلامية على المعطيات الممكنة و الموجودة في الواقع؛ فلا يمكن بناء إستراتيجية وفق معطيات غير ممكنة، ولكن، وفي الوقت نفسه، يمكن أن تتعدّد المعطيات؛ فينتج عنها تعدّد في أوجه هذه الإستراتيجية، حيث « تستعمل كلمة إستراتيجية عادة بثلاث معان:

أولاً: للتّدليل على اختيار الوسائل المستخدمة للوصول إلى غاية معيّنة، والمقصود بذلك هو العقلانية المستخدمة لبلوغ هدف ما.

ثانياً: للتّدليل على الطّريقة التي يتصرّف بها أحد الشّركاء، في لعبة معيّنة، تبعاً لما يعتقد أنّه سيكون تصرّف الآخرين، ولما يخال أنّ الآخرين سيتصوّرون أنّه تصرّفه هو، باختصار، الطّريقة التي نحاول التّأثير بها على الغير.

أخيراً: للتّدليل على مجمل الأساليب المستخدمة في مجابهة ما لحرمان الخصم من وسائله القتالية، وإرغامه على الاستسلام...، وعليه، تتحدّد الإستراتيجية باختيار الحلّ الرّابحة «⁴.

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 53.

² - محمّد سيّد محمّد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ص: 60.

³ - ينظر: محمّد سيّد محمّد، المرجع السّابق، ص: 61.

⁴ - أوبيير دريفوس ويول رابينوف، ميشيل فوكو (مسيرة فلسفية)، تر: جورج أبي صالح، مرا، وشر: مطاع صفدي، مركز الإنماء القومي- بيروت، ص: 200. / عن: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 55.

وعليه؛ فحتى وإن اختلفت أوجه مفهوم الإستراتيجية أو التخطيط- خاصةً في المجال الإعلامي- فإن سياسات الإعلام هي « الاختيارات التي على ضوءها تعتمد خطط الإعلام، وفي نفس الوقت جزءٌ من خطط الإعلام، يتعلّق أشدّ التعلّق بالأهداف وتحقيقها. وإذا كانت السياسة هي فنُّ الممكن؛ فإن سياسات الإعلام هي أفضل الممكن في مجتمعٍ معيّن، لتحقيق أهدافٍ معيَّنة، بالوسائل المتاحة، وقد جرى العرف في لغة الإعلام على استخدام تعبير سياسات للدلالة على الاختيارات أو الأسس التي يتمُّ على ضوءها الاختيار ¹ .

¹ - محمّد سيّد محمّد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ص:210.

الفصل الرَّابِع

أهمُّ الإستراتيجيات الخطائية والوظائف التّداولية للمصطلح
الإعلامي العربي

الفصل الرَّابِعُ أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

ترتكز الإستراتيجية الإعلامية، في مجملها، على قضية التأثير على المتلقي، وذلك باستخدام كلِّ الطُّرق و الكيفيات الخطابية الممكنة، ويعتبر النَّشاط اللُّغوي أهمُّ هذه الطُّرق، وذلك انطلاقاً من التَّأثيرات التي يمكن لفعل الكلام أن يتركها على المتلقي.

ولذلك فإنَّ تقدير نجاح المتكلم في بناء علاقته الاتصالية بشكلٍ عام يتوقَّف على الإستراتيجية الخطابية التي يتبنَّاها من أجل تحقيق هدفه الاتصالي، وتفسير مقصديته التي يريد أن يكشف عنها في شكل غرض أو حاجة، ذلك « أننا نتكلم في العادة من أجل أن نبلغ هدفاً، هذا الهدف يؤثِّر لا محالة في القول الذي نقول (...) » ومنذ وقت قديم لوحظ أن تقدير نجاح المتكلم يوجب علينا أن نتصوَّر ما يحاوله ¹.

وإذا كان المتكلم قادراً على إنتاج عددٍ لا متناهٍ من الجمل والعبارات ليعبِّر بها عن أفكاره ومقاصده، ويحقِّق بها أهدافه ومراميه الاتصالية؛ فإنَّه بهذا يكون السيّد في اختيار الكلمات والعبارات التي يراها مناسبة لأدائها، الأمر الذي يجعل ذاتية هذا المتكلم واضحة في الكلام، بعكس اللُّغة التي يشترك في امتلاك قواعدها وقوانينها جميع الأفراد النَّاطقين بها، والموجودة بالقوَّة في أدمغتهم.

وعليه يصبح المتكلم صاحب السُّلطة و القرار في الخطاب، الذي يملك حقَّ الأمر، والنَّهي، والطلب، والتَّحذير،... إلخ، وهو الجانب الذي اهتمَّ به المنهج التداولي في دراسته للكلام.

إلاَّ أن هذه السُّلطة تبقى مرهونة بمدى خضوع هذا المتكلم للقواعد و القوانين الاجتماعية التي يُمارَسُ في ظلِّها النَّشاط الكلامي؛ فـ « التداولية كمنهج جديد لتحليل الخطاب ليس إلاَّ اتِّجاه في دراسة اللُّغة، وربط اللُّغة بالمؤسَّسة الاجتماعية يعني فقدان الفرد لحرِّيته في الممارسة الكلامية؛ إذ هو محكوم بقواعد وقوانين اجتماعية صارمة لا يخرج عنها في أغلب الأحيان رغم ذاتيته » ².

إنَّ خضوع الكلام للقواعد والقوانين الاجتماعية يعني مقدرة المتلقي على فكِّ رموز المرسلات الاتصالية وتأويلها (**Décodage**) بنفس المعنى وفي نفس السِّياق الذي قام المرسل بتشفيرها فيه (**Encodage**)، وبالتالي؛ فإنَّ المرسل لا يتمتَّع بالحرِّيَّة المطلقة في الكلام حينما يتحدَّث إلى المخاطب، حيث أنَّ « حرِّيته مقيَّدة بالمدى الذي يمكن في حدوده للجماعة أن تفهم ما

¹ - مصطفى ناصف، اللُّغة والتفسير والتواصل، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت: رجب

1415هـ/يناير: 1995، ص: 12.

² - ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفُّظ وتداولية الخطاب، ص: 181.

الفصل الرَّابِعُ = أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

يقول «¹»، وهو ما يسمِّيه «غرايس» (P. Grice) بمبدأ التَّعاون²: «Principe de coopération»، وهو يمثِّل واحداً من بين ثلاثة مبادئ تتشكَّل على أساسها قواعد التَّخاطب، وهي بالإضافة إلى مبدأ التَّعاون، يوجد مبدأ التَّأدُّب، ومبدأ الوجه³، حيث تُوَدِّي هذه المبادئ إلى تحديد معيار العلاقة بين طرفي الخطاب.

وكما أنَّ للمرسل سلطة في الخطاب، وبالخطاب؛ فإنَّ للمتلقِّي أيضاً سلطة فيه⁴، ذلك أنَّ أي تبادلٍ لفظي يقتضي وجود طرفين متفاعلين، حيث تختلف درجة هذا التَّفَاعُل باختلاف الخطابات المتبادلة بينهما، وعليه، نستطيع القول بأنَّ كلاهما خاضعٌ للآخر؛ فالمرسل خاضعٌ للمتلقِّي لأنَّه يريد تحقيق هدفٍ اتِّصالي معه، والمتلقِّي خاضعٌ للمرسل لأنَّه من يقع عليه تأثير الفعل الكلامي.

وانطلاقاً من مبدأ الخضوع هذا، يمكن أن نستنتج القواعد والأحكام التي لا يخرج عنها النِّشاط الكلامي في أيِّ عمليَّة اتِّصالية ناجحة.

1- قوانين الخطاب: Les lois du discours

لقد تعدَّدت التَّسميات التي أطلقت على هذه القواعد، والتي يشتمل عليها مبدأ التَّعاون عند «غرايس» (P. Grice)، يقول "دومينيك مانغونو" (Dominique Maingueneau) : «يمكن، في الحقيقة، أن نخصَّ المبدأ العام للتَّعاون (Principe général de coopération)، الذي يركِّز عليه كلُّ تفاعلٍ لفظي، بامتداد هو أقلُّ ضيقاً ممَّا يسمِّيه "غرايس" (Grice) بـ «القواعد الحوارية» «Maximes conversationnelles»، وما يسمِّيه آخرون بـ «مسلِّمات الحوار» «Postulats de conversation»، وما يسمِّيه آخرون، ومن بينهم "أ. ديكرو" (O. Ducrot) على الخصوص بـ «قوانين الخطاب»

¹ - أوتو جيسبرسن، اللُّغة بين الفرد و المجتمع، تر: عبد الرَّحْمَن أيوب، مكتبة الأنجلو-مصرية، مصر: 1954، ص: 24/ عن: ذهبيَّة حمو الحاج، المرجع السَّابق، ص: 167.

² - «ويقصد به ذلك المبدأ الذي يركِّز عليه المرسل للتعبير عن قصده، مع ضمانه قدرة المرسل إليه على تأويله وفهمه، وصاغه على النَّحو التَّالي: ليكن إسهامك في الحوار بالقدر الذي يتطلَّبه سياق الحوار، وبما يتوافق مع الغرض المتعارف عليه، أو الاتِّجاه الذي يجري فيه ذلك الحوار. وقد فرَّع عنه عدداً من القواعد الرَّئيسية، وهي: - قاعدة الكم، - قاعدة النَّوع، - قاعدة المناسبة، - قاعدة الكيف (الطَّرِيقَة)، ثمَّ أدرج تحت كلِّ قاعدة من هذه القواعد عدداً من التَّوصيات، واتباع هذه التَّوصيات وقواعدها الرَّئيسية أو خرقها، كفيل، من وجهة نظره، بنقل المعنى وتسيير المحادثة نحو الإفهام وتحقيق الهدف المشترك، تعويلاً على التَّعاون بين طرفي الخطاب » : عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 96.

³ - سنرى تفصيل هذه المبادئ في الصَّفحات الموالية من هذا الفصل.

⁴ - ينظر: الفصل التَّالث، ص: 193 وما بعدها.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

« Les lois du discours » ، وهي مجموعة القواعد المتنوعة ثقافياً، والتي يفترض كل شريك أن الطرف الثاني يحترمها عندما « يلعبون لعبة » التبادل اللفظي ¹.

كما تتجسد هذه القوانين في شكل شروط يجب أن تتوفر في أي خطاب يتوجه به المخاطب إلى جمهور المستقبلين، حيث أن « تعريف وإحصاء هذه القوانين » يشكّلان موضوع بحث لـ "كاترين ك. أوركيني" ² " Catherine Kerbrat Orecchioni " ³، والتي اقترحت التمييز بين « مبادئ خطابية عامة » ، وبين « قوانين خطاب أكثر خصوصية » ⁴. ويمكن حصر هذه المبادئ والقوانين فيما يلي:

1- المبادئ العامة: وتتمثل في: مبدأ التعاون: **Principe de coopération**، مبدأ الملائمة: **Principe de pertinence**، ومبدأ الصدق: **Principe de sincérité**؛ فالتكلم حسب هذه المبادئ يعني التّية في الصدق، والانخراط في القول، والقدرة على تقديم الضمانات ⁵. أمّا فيما يخصّ قوانين الخطاب الأكثر خصوصية؛ فنجد أنّها بالنسبة لأوركيني (**C.k. Orecchioni**) تنقسم إلى قسمين:

أ- القوانين ذات السمة اللسانية: Lois plus spécifiques de caractère

:linguistique

وتشتمل في مجملها على ثلاثة قوانين هي:

1- قانون الإخبار: Loi d'informativité : ويتمثل هذا القانون في إخبار المتلقي بما لم يكن يعلمه من قبل؛ إذ يجب على المرسل « ألا يتكلم من أجل أن لا يقول شيئاً، وأن لا يتكلم بشيء يعلمه المخاطب من قبل... إلخ » ⁶.

¹- Dominique Maingueneau, Les termes clés de l'analyse du discours, Éditions du seuil, collection Mémo, Paris : Février 1996, p : 54.

²- لغوية فرنسية، من خريجي المدرسة العليا للأساتذة، مبرزة في النحو، ومتحصلة على دكتوراه الدولة، تدرّس العلوم اللغوية، وأستاذة بجامعة (Lumière Lyon-II)، لها مؤلفات عديدة، نذكر منها على وجه الخصوص: La connotation (PUL)، و L'Énonciation (A. Colin)، L'implicite (A. Colin)، Les interactions verbales (3vol., A. Colin) : Catherine Kerbrat Orecchioni, La conversation, Les Éditions du Seuil, collection Mémo, Paris, 1996, (La couverture).

³- Catherine Kerbrat Orecchioni, L'implicite, Éditions Armand Colin, Paris, p : 196 / De : Ibidem, p : 54.

⁴- Catherine Kerbrat Orecchioni, L'implicite, p : 196. /De : Ibidem, p : 54.

⁵- Catherine Kerbrat Orecchioni, L'implicite, p : 196. / Voir : Ibidem, p : 54.

⁶- Catherine Kerbrat Orecchioni, L'implicite, p : 196. /De : Ibidem, p : 54.

2- قانون الدقة و الوضوح: Loi d'exhaustivité : ويعني الابتعاد عن الغموض أثناء

التلفظ بالخطاب؛ إذ ينبغي « توفير المعلومة القصوى الملائمة لمقام الاستعمال، والقادرة على إثارة اهتمام المخاطب في لحظة معينة »¹.

3- قانون النوعية: Loi de modalité : وفيه، يجب على المتكلم أن يكون « واضحاً

ومقتصدًا في صياغاته »².

أمّا بالنسبة إلى قوانين القسم الثاني من تقسيم "أركيوني" « C. K. Orecchioni »؛ فهي:

ب- المحمولة على قانون التناسبات: Portant sur un code de convenances

وهو ما يعرف كذلك بقانون الإفادة، وفيه يكون المخاطب مضطراً لأن يكون خطابه مناسباً للمقام أو ما يعرف (بموضوع الخطاب)³، ذلك أن « التفاعل اللفظي - بوصفه سلوكاً اجتماعياً - خاضع لمعايير مضاعفة، و التي تتنوع في الزمان و المكان، يتعلّق الأمر بالقواعد الموجهة إلى عدم تهديد المظهر الإيجابي أو السلبي للشريك؛ فمن ناحية نجد أن هناك قواعد تحدّد سلوك المتكلم بالنسبة إلى المستمع إليه، (بحيث لا يكون عنيفاً، مستهزئاً، متهكماً، مبالغاً في التصنع والمداهنة، وغير محتكرٍ للكلام...)، ومن ناحية أخرى، هناك قواعد تفرض على المتكلم بأن لا يضع مظهره في خطر، (بأن لا يكون موقراً أكثر من اللازم، أو بالعكس، أن لا يكون متكلفاً أكثر من اللازم...) »⁴.

كما يعتبر قانون الإفادة من أهم القوانين الخطابية؛ إذ يشكّل المركز الذي تدور حوله القوانين الأخرى، باعتبار أن الخطاب يتوقّف على مدى استفادة المتلقي من كلام المخاطب، انطلاقاً من أن الخطاب المفيد هو ذلك الذي ينجرّ عنه نتائج علمية يستفيد منها المتلقي، وهذا ما يستنتج من هذا القانون⁵.

أمّا بالنسبة إلى قانون الإخبار والشمول؛ فيتوخّى من خلالهما المتكلم البيان عن القصد من إقامة التواصل، كما يشكّلان الأسس التي يتجسّد بواسطتها الفكر، وينتقل إلى المتلقي؛ فالمخاطب

1- Catherine Kerbrat Orecchioni, L'implicite, p : 196. /De : Catherine Kerbrat Orecchioni, Ibidem, p : 54.

2- Catherine Kerbrat Orecchioni, L'implicite, p : 196. /De : Ibidem, p : 54.

³- ينظر: ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ وتداولية الخطاب، ص: 173.

4- Dominique Maingueneau, Les termes clés de l'analyse de discours, p : 54.

⁵- ينظر: ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ وتداولية الخطاب، ص: 174.

الفصل الرابع أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

ضمن هذا الأساس يعمد إلى إعطاء عدد من المعلومات من الضروري أن تكون شاملة وعامة، بمعنى عدم احتكار المعلومات لإخبار المتلقي وتزويده بالمعارف التي لم يسبق له الاطلاع عليها¹. ومن ناحية أخرى يشكّل مبدأ الصدق عاملاً مهماً في وصف الخطاب، حيث يوصف الخطاب الذي لا يعتمد مبدأ الصدق، بالخطاب الكاذب، « ويتمثل الصدق في قول الحقيقة كما هي موجودة في الواقع، وكما يعتقد المتكلم في إدراكه للواقع، وتعتبر هذه الصفة أصلاً و عرفاً في الخطاب (...) »² لأنه يبقى على السياق الكشف عن ميزة الصدق، وتبيان ذلك عن طريق أفعال دالة على التوكيد، الإقرار، الإثبات، القسم، والخطاب السياسي ضمن هذه الميزات من النصوص التي لا تحتاج إلى علامات دالة على الصدق، لأن ذلك من الأمور المستبعدة³.

كما تجدر الإشارة إلى أن هذه القوانين لا تخص مجال الحوار و المحادثة فقط، وإنما تتعلق بجميع أنواع الخطاب دون تخصيص؛ « فالتكلم في أثر أدبي يمكن أن يهين قارئه، أو أن يتجاهله، كما يمكن لخطيب ما أن يستأثر باحتكاره للكلام، إلخ... »³.

2- الأحكام: Les modalités

إذا كان للمتكلم علاقة بالمخاطب تفسر قيامه بعملية الاتصال؛ فإن له كذلك علاقة بالخطاب الذي يقوم بإنتاجه، حيث تتجسد هذه العلاقة في موقف المتكلم إزاء ما يقول، هذا الموقف الذي « يسمح بمعرفة كيف ينشئ المتكلم الموضوع نفسه، موقعه إزاء الموضوع، هدف الخطاب (المفوظ) »⁴.

وإذا كانت الأقوال تعني القيام بأفعال كلامية؛ فإن هذه الأفعال تتعدّد بتعدّد الخطابات المستعملة من طرف المتكلم، وبالتالي؛ فإن إنجازها لها يعني إطلاقه لأحكام تختلف باختلاف الأقوال، ممّا يعطي للخطاب قوته الإنجازية، وتتراوح هذه الأحكام « في النص من أحكام تعبيرية: **M. Expressives** إلى أحكام تقديرية/ تقييمية، يتضح وجودها من خلال المفردات، ومن خلال ظاهرة التنغيم: **Intonation** »⁵.

والحقيقة، إن تحقيق المتكلم لأفعال لغوية عن طريق تلفظه بالخطاب، يعني نجاحه في إظهار القوة الإنجازية **La force illocutionnaire** التي يحملها ملفوظه؛ إذ يتحدّد من خلالها هدفه من

¹ - ذهبية حمو الحاج، المرجع السابق، ص: 175، 176.

² - المرجع نفسه، ص: 175.

³ - Dominique Maingueneau, Les termes clés de l'analyse du discours, p : 55.

⁴ - ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ وتداولية الخطاب، ص: 161.

⁵ - المرجع نفسه، ص: 161.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
الخطاب. فمثلاً « في اصطلاح أوستين (Austin)؛ إذا قال متكلّم ما: "الثور سوف يهجم" من أجل تحذير المستمع؛ فإنه يتلفّظ بهذه الجملة مع « القوة » الخاصة بالتحذير. وإجمالاً، " القوة الإنجازية" للمفوض ما، هي القصد الذي يديه المتكلّم عن طريق تلفّظه لهذا الفعل الإنجازي أو ذاك: إذ يكون لعبارة ما قوّة الأمر؛ إذا كان المتكلّم ينوي إعطاء أمرٍ للمستمع من خلال قيامه بالتلفّظ، أو ليعطي اقتراحاً؛ إذا كان يقصد من خلال ما يقول أن يوحي إليه بشيء ما، إلخ »¹.
وتتنوع الأحكام في الخطاب من استفهامية إلى تعجّبية، إلى طلبية... إلخ، وقد تمّ تصنيفها إلى:

« 1- الأحكام الخاصّة بالجمل الإثباتية، الاستفهامية، التعجّبية، والطلبية، والتي تفرض فكرة ضمنية: **Implicite**.

2- الأحكام التقديرية: M. Appréciatives : يتّضح وجودها من خلال المفردات، والمعبر عنها بواسطة ظروف الجملة، وكذا التنغيم: **Intonation**.

3- الأحكام التعبيرية: M. Expressives: تضمّ كلّ الظواهر التي تعين نظام المفردات وانسجامها، وتنهض عمّا يدعوها « غيوم » بنظمية التعبير **La syntaxe d'expressivité**.
4- الأحكام التي تحمل فكرة صريحة **Explicite**، مثل أحكام الاحتمال، والتأكيد، مثل "أكيد أنّ محمداً ذهب إلى المستشفى" »².

وعليه؛ فإنّ المتكلّم يستطيع أن يوظّف هذه الأحكام في جميع أنواع الإستراتيجيات التي يراها مناسبة لأداء مقاصده، سواءً في الإستراتيجية التوجيهية، أو التلميحية، أو التضامنية، أو في إستراتيجية الإقناع...، وبالتالي؛ فإنّ الأحكام ترتبط ارتباطاً وثيقاً بقضية المعنى.

لقد شكّلت قضية المعنى نقطة خلافٍ بين التداولين؛ فبالرغم من أنّ "أوستين" (Austin) قد حدّد القوّة الإنجازية في التلفّظ، ثمّ ربطها بكيفية إنجاز الأفعال الكلامية، كما عرفها "فرانسوا ريكاناتي" (F. Recanati) على أنّها القصد الذي يديه المتكلّم عن طريق تلفّظه بأحد الأفعال الإنجازية، إلّا أنّ نقطة الاختلاف بينهما تكمن في تفريق أوستين (Austin) بين معنى المفوض (Le sens de l'énoncé)، وليس بالضرورة في قوّة التلفّظ (La force d'énonciation)، أي في القوّة الإنجازية للتلفّظ، بينما يرى الثاني بأنّ المعنى يكمن في القوّة الإنجازية للتلفّظ، وفي

¹- François Recanati, Les énoncés performatifs, Les Éditions de Minuit, Paris : 1981, p : 20.

²- ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفّظ وتداولية الخطاب، ص: 116.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

القيمة الاصطلاحية التي يريد المتكلم أن يعرفها للمستمع من خلال ملفوظه، حيث يرى أوستين (Austin) بأنه « بإثارة تهديد ما، أو بإطلاق تحذير؛ فإنه يمكن للمفوض ما أن يكون واضحاً جداً، ومفهوماً لدى المستمع، حتى إذا لم تكن قوته الإنجازية محددة بشكل واضح؛ فغالباً ما نفهم ما يقال لنا دون أن نعلم أكثر « كيف يمكن أن يؤخذ هذا القول »، كمنصحة مثلاً، أو كتهديد، أو كتحذير، وعليه؛ فإن التمييز المتباين الذي يقوم به أوستين (Austin) بين معنى الملفوظ وقوة التلفظ، يوحى بما يلي: إن دلالة الجملة وسياق التلفظ، يحددان معاً معنى الملفوظ، أي واقع الأشياء الذي يصوره هذا الملفوظ، ومن جهة أخرى، يقوم السياق التلفظي بتحديد قوته الإنجازية ¹ .

إلا أن فرانسوا ريكاناتي (F. Recanati) لا يتفق مع أوستين (Austin) حول هذا الطرح، حيث يرى أنه يجب أن يعدل في نقطتين:

« أولاً: لا يمكننا أن نحدد دلالة الجملة، وواقع الأشياء الممثل من طرف الملفوظ، حيث لا توجد جملة تمثل واقعاً للأشياء، وغير قابلة لأن تقيم على أنها صحيحة أو خاطئة في سياق تلفظي ما، إلا نسبياً، وفي حالات نادرة (شروط الصدق).

ثانياً: لا يمكن "للمعنى التداولي" ² (Le sens pragmatique)، الذي يحمله التلفظ، والذي يضاف إلى معنى الملفوظ، والمحدد بدلالة الجملة والسياق معاً، أن يكون معرفاً بالعواطف والأفكار المعبر عنها، أو التي أثار ظهورها التلفظ. إن المعنى التداولي للتلفظ يكمن، على الأقل، في قوته الإنجازية، أي في القيمة الاصطلاحية التي ربطها به المتكلم، والتي ينتجها لكي يعرفها للمستمع ³ .

تساهم الأحكام في إظهار المعنى إلى المتلقي عن طريق الأقوال الموظفة فيها، ومن ثم يصبح نجاح المتكلم أو فشله في بلوغ هدفه متوقفاً كذلك على مدى نجاحه في توظيف هذه الأحكام بالشكل الذي يحقق به القوة الإنجازية للمفوضاته؛ فبإطلاقها، يُمكن المرسل المستمع من تكوين رأي

¹ - François Recanati, Les énoncés performatifs, p : 21.

² - « في التصور التقليدي، الدلالة اللسانية لجملة - نوع « Phrase-type » هي دلالة وصفية خالصة، والمعنى التداولي، هو المعنى الإضافي الذي يمكن أن تحمله وحدة لسانية في جملة - نوع؛ إذن فالمعنى التداولي ليس معنى اصطلاحياً مرتبطاً بشكل لساني على وجه خاص، ولكنه معنى لا اصطلاحى، ولا لساني مرتبط بالتلفظ، والمنظور إليه كفعل « دلالي » في نفس المستوى، مثلاً، مع دموع طفل والتي « تدل » على تألمه. وعلى خلاف هذا التصور، قد رأينا أن لبعض العبارات معنى تداولياً اصطلاحياً، وأنّ الجمل - الأنواع التي تظهر فيها هذه العبارات تحمل معنى تداولياً اصطلاحياً في ذاتها، والذي يضاف إلى معناها الوصفي من أجل تكوين الدلالة اللسانية العامة للجملة » : François Recanati, Ibidem, p : 27.

³ - Ibidem, p : 21.

الفصل الرَّابِعُ = أهُمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
بخصوص ما يقول، حيث يقوم بتصديقه أو بتكذيبه، بإجابته أو بالامتثال لأوامره، أو الخوف من تهديداته، بإعطائه ثقته، أو بمشاركته له الرَّأي، أو بتقاسمه معه لنفس القناعات.. إلخ.

فأمَّا بالنَّسبة إلى الأحكام الخاصَّة بالجملة الإثباتية؛ فنجد أنَّها تتمحور حول فعل الإثبات (L'assertion) الذي « يفترض شخصاً متلفظاً يجعل كلامه سليماً بحيث يسجَّل حضوره في علامات الشَّخص والزَّمن وصيغة الفعل، كما تشير سوابق الأفعال **Préfixes verbaux** إلى ما يلتزم به المتكلِّم إزاء قوله، لأنَّه يعتقد، يأمل... (أن تكون له وجهة نظر)، وتتعلَّق أساساً بالأشخاص الذين يشاركون في الكلام أو الحديث، فيكفي أن نقارن بين (يعتقد أنه...)، وبين (أثبت أنه...); فالإثبات **Assertion** عند بعض الباحثين أمثال "بروندونر **Berrendonner**" هو أن نضع القول محلَّ الصِّدق أو الكذب، ولا يعني إيصال محتوى حقيقة معيَّنة، ولكن ضمائها ¹.

أمَّا بالنَّسبة إلى الأحكام التَّقديرية/ التَّقييمية: **Modalités appréciatives**؛ فإنَّها تبرز موقف المخاطب إزاء ما يقول، خاصَّةً إذا كانت أقواله تعبِّر عمَّا يحسُّ به أو ما يشعر به؛ فيصبح من غير الممكن أن تخرج عن الحكم قصد التَّقدير والتَّقويم.

ففي حالة التَّقدير: **Appréciation**؛ فإنَّ المتكلِّم لا يحكم على أقواله من وجهة نظرٍ واحدةٍ، ولكنَّه يستعين بأحكام قيمية وبموقعها إزاء مجموعات متقابلة مثل: الحسن/ السيِّئ، المدح/ الذم ².

بالإضافة إلى أنَّ أحكام القيمة تفترض « معايير ليست بالضرَّورة عالمية **Universelles**، لأنَّ المتكلِّمين يُصيغونها انطلاقاً من فهائيس خاصَّة بعالمهم، ومجموعاتهم المتخيَّلة؛ فأنواع الشَّتْم تختلف باختلاف المجموعات الاجتماعية ³ ».

وتأتي أهمية الأحكام بالنَّسبة إلى التلَفُّظ بالخطاب، انطلاقاً من كونها دليل على إنجاز المتكلِّم لأفعال لغوية، وبالتالي تحقيقه للقوَّة الإنجازية التي تودِّي إلى معرفة قصده وهدفه من الخطاب. فلو أخذنا على سبيل المثال العلامات التي تدلُّ على الشَّخص في الخطاب؛ فنجد أنَّها تسمح بتحديد موقف المتكلِّم إزاء خطابه، ودرجة التزامه، وكذا ذاتيته، بالإضافة إلى الضَّمير " نحن " كعلامة

¹ - ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلَفُّظ وتداولية الخطاب، ص: 116.

² - Dominique Maingueneau, L'analyse de discours(Introduction aux lettres de l'archives), Hachette, Paris : 1991, p : 118. ينظر: المرجع نفسه، ص: 117.

³ - المرجع نفسه، ص: 117.

الفصل الرَّابِعُ أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
للشَّخص يُبرز و يُخفي في ذات الوقت ذلك المظهر الدَّاتي؛ إذ يدلُّ على " أنا " الحاملة للرَّأي
الشَّخصي في قول المتكلِّم مثلاً: " بلادنا"، أو "بلادي".

ولكن الضَّمير "نحن" بصيغة الجمع؛ فيدلُّ على تشارك الرَّأي وتقاسمه **Partage**
d'opinion بين المُخاطب و المتلقِّي، مثلما تشير أحكام السُّلوك التَّخاطبي **Modalités de**
comportement discursifs إلى مدى انتماء المتلفِّظ إلى خطابه، ونوع الخطاب الَّذي يرغب
في معالجته؛ ففي هذه الحالة يتعلَّق الأمر بمعرفة، ومن خلال أحكام الكلام، ما قيل، والطَّريقة الَّتِي
قيل بها. **1. Ce qui est dit, et la manière de le dire.**

تقتضي آيةً عمليَّةً تواصلية اعتماد المتكلِّم على كلِّ الطُّرق الخطابية الممكنة الَّتِي يراها
مناسبة لأداء مقاصده وتحقيق أهدافه، وذلك بالتأثير على المخاطب، وتغيير سلوكه ونظام معتقداته،
وهو ما يسمَّى بإستراتيجية التأثير على المخاطب الَّتِي تنبني عليها كل عمليَّة تفاعلية بين طرفين
متخاطبين.

إلاَّ أنَّ السِّياقات المختلفة الَّتِي يوظِّف فيها المتكلِّم خطاباته تفرض عليه اختيار الاستراتيجية
المناسبة لأدائها، وعليه، يمكننا القول بأنَّ الإستراتيجية تختلف باختلاف المقاصد والسِّياقات التلَّفُظية
الَّتِي يقتضيها الموقف الاتِّصالي.

3- إستراتيجيات الخطاب:

في البداية، تجدر الإشارة إلى أنَّ الإنسان يمكنه أن يتواصل مع النَّاس بعدَّة طرق خطابية،
لغويَّة كانت أم غير لغوية، « فالتَّواصل بين النَّاس لا يتوقَّف على اللُّغة الطَّبيعية وحدها، بالرَّغم
من أنَّ الإنسان لا يستغني، بذلك، عن استعمالها في الفعل التَّواصلِي مع الآخرين، سواءً أكان هذا
الاستعمال مكتوباً أم شفاهةً »².

والإستراتيجية في الخطاب تعني التَّخطيط له من طرف المتكلِّم، بطريقة يستخدم فيها ذكاءه
من أجل الوصول إلى بلوغ الهدف بأقل تكلفة.³

ولا يقتصر مفهوم الإستراتيجية على الخطاب فقط، وإثما هي طريقة مستخدمة في كلِّ
مجالات الحياة المختلفة: السِّياسية، والاقتصادية، والاجتماعية... إلخ، حيث يأخذ مستخدمها بعين
الاعتبار المعطيات المتوفرة، ويراعي سياقاته المختلفة.

¹ - ينظر: ذهبية حمو الحاج، المرجع السَّابق، ص: 161، 162.

² - عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 56.

³ - ونعني بذلك مبدأ الاقتصاد في اللُّغة الَّذِي جاء به أندري مارتيني: **A. Martinet.**

أمَّا عن مفهوم الخطاب؛ فهو مفهوم خاص بالنَّظر إلى مفهوم الاستراتيجية العام¹. ويمكن التَّعرُّف على نوع الإستراتيجية الَّتِي يتبنَّاها المتكلِّم في خطابه، وذلك من خلال مجموعة من المعايير و المعطيات الَّتِي يتأسَّس عليها فعله التَّواصلي، حيث تصنَّف وفقها إستراتيجيات الخطاب المختلفة. فما هي هذه المعايير و المعطيات؟.

1-3- معايير تصنيف استراتيجيات الخطاب:

أ- معيار العلاقة بين طرفي الخطاب:

تقتضي العمليَّة التَّواصلية وجود علاقة تربط بين طرفين أو أكثر للخطاب، حيث تجمع بين عنصرين مهمَّين هما: عنصر المتكلِّم (Le locuteur)، وعنصر المستمع (L'auditeur)، كما تشكِّل هذه العلاقة أهمَّ العناصر السِّياقية في العمليَّة التَّخاطبية، باعتبار أنَّها تتَّصف « بأسبقيَّتها على إنتاج الخطاب ذاته؛ ولذلك فهي من عناصر السِّياق المؤثِّرة، ممَّا يحفِّز عمل بعض القوالب، خصوصاً القلب الاجتماعي؛ فينعكس ذلك على تشكيل الخطاب، باختيار الإستراتيجية الملائمة الَّتِي تعبِّر عن قصد المرسل، وتعكس اعتباره لهذا العنصر، باعتبار نوع العلاقة من العناصر المؤثِّرة² ».

كما تساهم معرفة طبيعة العلاقة بين المشتركين في الخطاب في اختيار الإستراتيجية الاتِّصالية المناسبة، حيث تتمثَّل عند هاليداي في « نوع العلاقة القائمة بينهم، هل هي رسمية أم غير رسمية، عارضة أم غير عارضة.. ونحو ذلك³ ».

وتبني العلاقة التَّخاطبية على معرفة المتكلِّم الجيِّدة بالمخاطب، وعلى معرفتهما المشتركة بمقام الكلام؛ فالمعرفة المشتركة، في قسطٍ منها، هي نتيجة من نتائج تلك العلاقة، ممَّا يقتضي اضطلاعها بدورٍ مهمٍّ في افتراضات المرسل المسبقة، حيث تعتبر المعرفة المشتركة، والافتراضات المسبقة من العناصر الَّتِي تساهم في اختيار إستراتيجية الخطاب؛ فعلى هذين العنصرين، وعلى غيرهما، ينبني مزيد من العلاقة الَّتِي تؤثر في المرسل لانتقاء إستراتيجيات الخطاب.

وإذا لم تكن العلاقة بين طرفي الخطاب موجودة سلفاً؛ فإنَّ المرسل يسعى إلى إيجادها بخطابه؛ فقد تكون إقامة علاقة بين طرفي الخطاب، هي الهدف الرَّئيس من الخطاب. وهذا ما يبرِّر

¹ - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 52.

² - المرجع نفسه، ص: 88.

³ - يوسف نور عوض، علم النَّصِّ ونظرية التَّرجمة، دار النَّقَّة للنَّشر والتَّوزيع، مكَّة المكرمة، ط: 01، 1410هـ، ص: 32 / عن: ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطَّلحي، دلالة السِّياق، جامعة أم القرى: 1424هـ، معهد البحوث العلميَّة- سلسلة الرَّسائل العلميَّة الموصى بطبعها (33)، ط: 01، مكَّة المكرمة، ص: 568.

الفصل الرَّابِعُ = أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

إعطائه كثيراً من الاهتمام، ويتمُّ ذلك باستعمال إستراتيجيات معيَّنة في الخطاب، ليقوم بوظيفته المتوافقة مع ما يتطلَّبه السِّياق الذي يُؤطر إنتاج الخطاب، ممَّا يسهم في إبراز دور اللُّغة التَّفاعلي¹.

كما يرى نايف خرما وعلي حجاج أنَّ العلاقة التَّواصلية هي جزءٌ من مكونات الحدث التَّواصلية، آخذين بعين الاعتبار « أعمار المشاركين وأجناسهم ذكوراً أم إناثاً، أم خليطاً من الاثنين، وانتماءاتهم العرقية، وأوضاعهم الاجتماعية، وعلاقاتهم ببعضهم البعض... » إلخ، وهو ما يسمَّى بمحور العلاقة الأفقية²، وهو أحد المحاور التي تستقرُّ عليها العلاقة المسبقة بين طرفي الخطاب³.

ومن جهةٍ ثانية، هناك محور آخر تتأسَّس عليه العلاقة التَّخاطبية كذلك وهو محور العلاقة العمودية⁴، والذي يأخذ بعين الاعتبار الأطراف المشاركة في الحدث اللُّغوي « من حيث المستوى الاجتماعي، والتَّقافي، وعلاقة كلِّ منهم بالمتكلِّم أو السَّامع، أو بالحدث في إجماله »⁵.

بالإضافة إلى ذلك؛ فإنَّ نوع العلاقة يفرض على المتكلِّم الاعتماد على قوانين وقواعد الخطاب، والتي تعدُّ عاملاً من عوامل اختيار الإستراتيجية الخطابية الملائمة؛ إذ أنَّ المرسل يعتمد، في بناء علاقته التَّخاطبية، على قواعد وقوانين الخطاب التي تقتضيها العلاقة نفسها، وذلك بناءً على مدى معرفة المتكلِّم بالمستمع، وعلى الافتراضات المسبقة الموجودة لديه حول المستمع؛ فيصبح

¹ - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 88.

² - و« تتبلور العلاقة الأفقية في أكثر من خصيصة، من ذلك: خصائص الدِّين (مسلم، مسيحي)، خصائص الجنس (الذكورة أو الأنوثة)، خصائص السنِّ (صغار، كبار، شيوخ)، خصائص المهنة (أساتذة، طلاب، ضباط، أفراد، عمال)، خصائص عرقية (عرب)، خصيصة الجنسية (سعودي، سوري، خليجي)، خصائص الحالة الاجتماعية، ومنها حالة المعيشة (عزَّاب، متزوِّجون، أيتام، فقراء، أغنياء). وتندرج العلاقات العاطفية تحت هذا الصَّنْف؛ فتكون مثلاً علاقة ود، أو علاقة صد، علاقة قرب أو بعد، وبهذا يكون الخطاب علامة على هذه العلاقات ومؤشراً لها » : المرجع نفسه، ص: 89.

³ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 89.

⁴ - « وهي تلك التي تتبلور في مراتب تصاعدية للنَّاس داخل بني المجتمع، ممَّا يجعلهم ينتمون إلى سلَّمٍ تراتبي، إذ يقع كلُّ طرفٍ من طرفي الخطاب في إحدى درجاته؛ سواءً أكان سلِّماً اجتماعياً، أم سلِّماً وظيفياً، وهذا ما يحتاج المرسل إلى إدراكه؛ بل واستحضاره؛ فيترتَّب على ذلك كثير من الأمور (...) ولا يقوم هذا التَّصنيف بمعزلٍ عن التَّصنيف الأفقي؛ بل يمتزجان معاً، فيالنظر في أيِّ إطار من الأطر السَّابِقة، بغض النظر عن التَّصنيف داخله، يتَّضح أنَّ وجود العلاقة الأفقية بين طرفي الخطاب، لا ينافي انتماءاتهما إلى علاقة سلِّمية تراتبية » : المرجع نفسه، ص: 89، 90.

⁵ - ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السِّياق، ص: 570.

اعتماده مثلاً على مبدأ التعاون¹، أو مبدأ التأدب²، أو مبدأ الوجه³، إستراتيجية في حد ذاتها.

ب - معيار شكل الخطاب:

يمكن التعرف على نوع الإستراتيجية التي يتبناها المتكلم في خطابه من خلال ملاحظة التراكيب اللغوية التي يستعملها و المصطلحات التي يوظفها، بالإضافة إلى الأساليب البلاغية والدلالات الصوتية، وكذا الحركات والإيماءات الجسدية المصاحبة لخطابه، حيث يتمثل شكل الخطاب في الربط بين أمرين: أولاً: قصد المرسل الذي ينوي التعبير عنه في ملفوظه، والذي يتضح من خلال القوة الإنجازية للملفوظ في سياق معين، وبين الشكل اللغوي الذي يحمل المعنى ويدل عليه؛ فالمرسل يستخدم مستويات لغوية مثل « نظام التركيب (نظام الجملة، البناء للمجهول مقابل البناء للمعلوم)، نظام التصويت (نغمة التلفظ)، نظام المعجم، نظام الصرف، نظام الأساليب (الأمر المباشر لسياق الأمر، والنهي المباشر لسياق النهي)؛ فقد ينتج المرسل خطابه بتوظيفه لإحدى هذه الدرجات، وقد يخرج عن مقتضاها، بدرجة انزياح متفاوتة عن الدرجة الأصل، وذلك حسب مقتضى السياق، مثل الخروج بمعنى الخطاب عن المعنى الحرفي للملفوظ، ليحسد نوعاً من العلاقة بينه وبين المرسل إليه مثلاً»⁴.

¹ ينظر تعريفه خلال الصفحات الأولى من هذا الفصل، وهو المبدأ الذي يشكل نقطة الانطلاق والتأسيس للمبادئ الأخرى.

² وينبني هذا المبدأ على التعامل الأخلاقي، وعلى مراعاة مراتب طرفي الخطاب باستعمال لغة التأدب مثلاً وبلورتها من خلال انتفاء إستراتيجية خطابية تبرز مبدأ التعامل الأخلاقي في الخطاب: ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 97. وقد فرعت (لاكوف) (Lakoff) ثلاث قواعد عن مبدأ التأدب سمّتها قواعد تهذيب الخطاب؛ إذ يتلفظ المرسل بخطابه وفقاً لواحدٍ منها، أو أكثر وهي: - قاعدة التعفّف: وتعني ألاّ تفرض نفسك على المرسل إليه، أي لتبقى متحفّظاً، ولا تتطفّل على شؤون الآخرين، - قاعدة التخيير، وهي بأن تجعل المخاطب يتخذ قراراته بنفسه، ودع خياراته مفتوحة، - قاعدة التودّد، وهي بأن تظهر الود للمرسل إليه، أي كن صادقاً: Robin Lakoff, Papers from the ninth regional meeting, Chicago linguistic society, 1973, pp : 292- 305 / ينظر: المرجع نفسه، ص: 100.

³ - وهو مبدأ استعمله كلٌّ من (براون وليفنسون) أساساً، في عملهما التداولي، والذي أرادا من خلاله أن يصوغا بعض القواعد الكلية لضبط ظاهرة التأدب بين طرفي الخطاب، حيث ارتكز هذا المبدأ على عاملين هما: 1- قيمة الوجه الاجتماعية؛ إذ يجب على المرسل أن يصون وجه غيره كعلامة على الاحترام المتبادل، بوصف الوجه هو رغبات الإنسان الأساس، وينقسم هذا العامل إلى قسمين: - الوجه الدافع: وهو رغبة الإنسان في ألاّ يعترض الآخرون على أفعاله، و- الوجه الجالب: وهو رغبة كل واحدٍ في أن تكون إرادته محترمة على الأقل من البعض الآخر.

² - نسبة تهديد الوجه: ويبتغي الباحثان تصنيف عدد من إستراتيجيات التخاطب لضمان الاحترام المتبادل ممّا لزم عنه تصنيفاً للأفعال التي تهدّد الوجه، وتحديد أثر كلٍّ منهما: Pénélope Brown et Stephen Levinson, Universal in language usage : Politeness phenomena, in easter, goody questions and politness, Cambridge University press, New York, 1978, pp : 56- 289. بيد أنّهما ينسبان هذا الاستعمال

المجازي إلى (قوفمان)/ ينظر: المرجع نفسه، ص: 103، 104.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 68، 69.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

ولعلّ هذا هو المقصود بمفهوم البلاغة، عندما يستطيع المتكلم أن يطابق كلامه مع الموقف الاتصالي، أين يصل في النهاية إلى فهم السامع بتوظيفه لكفاءته اللغوية والتداولية، حيث يقودنا هذا « إلى القول ببراعة النظرية البلاغية العربية حين كانت تجعل الكلام البليغ هو الكلام المطابق لمقتضى الحال، وهي موازنة بين الموقف والنص، باعتبار أحدهما يعث على الآخر، أو يحيل عليه ويفسّره، ولذلك يشيع في البلاغة، وبخاصة عند عبد القاهر البحت في أغراض الأساليب والتنوعات اللغوية كالتقديم والتأخير، والحذف، أو حتى الفروق الأسلوبية بين قول وقول كالفرق الخبرية وفروق الاستفهام.. إلخ، ممّا يعني أنّ ما يقال في موقف قد لا يصلح أن يقال في غيره من الناحية اللغوية والمقامية، لعدم إفضاء أحدهما إلى الآخر، ولربّما كان في هذا التوجّه ما يمكننا من دراسة المواقف المختلفة، وحصرها وتبويبها انطلاقاً من اللغة، لا اتكالا على المجتمع، هذا من جهة، ومن جهة أخرى يفسّر هذا أوجه التعدّد الدلالي الوظيفي والمعجمي في اللغة »¹.

ونلاحظ من خلال هذا المعيار تدخّل عامل السُلطة في اختيار الإستراتيجية للتعبير عن قصد المرسل؛ ففي فعل الطّلب مثلاً، قد يستعمل المرسل ذو الرتبة العليا الإستراتيجية المباشرة، في حين يستعمل المرسل ذو الدرّجة الدنيا الإستراتيجية التلميحية، كما يتبلور هذا، أيضاً، في الإستراتيجية المستعملة عند رفض الطّلب؛ فقد يصرّح به الأعلى درجة، بخطاب مباشر وموجز، أمّا ذو الدرّجة الدنيا؛ فإنّه يلمّح ويناور كثيراً ليعبّر عن قصده من ناحية، ويراعي درجة السُلطة من ناحية أخرى ممّا يدعوه إلى الإطناب واستنفاذ الوقت².

ج- معيار هدف الخطاب:

من البديهي أن تكون هناك حاجة تواصلية وراء قيام الفرد المتكلم بالاتصال، حيث تتضح هذه الحاجة لدى المستمع من خلال فهمه لقصد المرسل، ومن ثمّ إظهار ردّ فعله عليه، وبالتالي، يكون الهدف الذي يقصد المتكلم تحقيقه من وراء هذا الاتصال متوقّف على ردّ فعل المستمع، سواء كان إيجابياً أو سلبياً.

إلّا أنّه يجب التّفريق بين مفهومين في الخطاب، وهما: « القصد والهدف، لأنّه قد يخلط

مفهوم الهدف بمفهوم القصد؛ فالقصد له جانبان هما:

- حصول الإرادة بالتلفظ عند المرسل؛ فلا يكون كلامه غفلاً أو سهواً.

¹ - ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السياق، ص: 596، 597.

² - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 239.

الفصل الرَّابِعُ أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

- معنى الخطاب كما يريد المرسل، لا كما هو في الدلالة المنطقية فحسب، أمَّا الهدف؛ فهو « ما نسعى إلى تحقيقه بأفعالنا »¹، وما هذه الأفعال إلاَّ الأفعال اللُّغوية التي يجسِّدها المرسل في الخطاب »².

وبهذا، يصبح لكلِّ خطابٍ هدفٍ خاص به، وهناك من يقصد بالهدف الغرض من الخطاب، حيث يعرفه عبد الرَّحمن أيوب بأنَّه تلك « الأمور المتعلِّقة بالمتكلِّم أو السَّامع التي تحدِّد الغرض من كلامه كأن يكون المخاطب أباً، أو خادماً، أو زميلاً ممَّا يجعل الحديث في صورة الرَّجاء، أو الأمر، أو محاولة للتَّعاون »³.

كما يتعلَّق القصد والهدف بالطَّرْف الأوَّل في العمليَّة التَّخاطبية، وهو المتكلِّم، أمَّا الطَّرْف الثَّاني، وهو المستمع؛ فيقع عليه الفهم والتَّأويل، ثمَّ إبداء ردِّ فعلٍ عليه، بهذا يصبح الفهم واحداً من العناصر السِّياقية « التي تسبق إنتاج الخطاب، وله بذلك دور التَّأثير على المرسل وتوجيهه في اختيار الإستراتيجيات الخطابية من حيث أدواتها وآليَّاتها اللُّغوية المناسبة التي تكفل تحقيقه »⁴.
بهذا، يصبح للهدف دور وظيفي يشكِّل وظيفة الحدث الذي يدور حوله التَّواصل، حيث « يشمل الغرض من الحدث بكلِّيته، والوظائف المختلفة لأجزائه من الأقوال المختلفة التي تصدر عن المتحدِّثين »⁵.

وإذا كان الهدف هو الفعل المنجز من خلال الخطاب؛ فهذا لا يعني أنَّ المرسل يستطيع أن يحقِّقه في كلِّ عمليَّة اتِّصالية يقوم بها؛ إذ يمكن للمرسل أن يمارس أفعالاً لغوية دون أن ينجح في تحقيق هدفه. ذلك أنَّ الهدف يتكوَّن من مستويين: « نفعي، وكمِّي؛ فالمستوى النَّفعي يقع خارج الخطاب، وهو الغاية الفعلية التي يريد المرسل أن يحقِّقها؛ مثل: تحقيق الأهداف الاجتماعية، كالمصالحة بين متخاصمين، أو الأهداف التَّعليمية مثل تنمية قدرات الطُّلاب، أو الأهداف الاقتصادية، مثل جلب رؤوس الأموال للإسهام في التَّنمية، أو الأهداف العسكرية مثل استسلام العدو، أو الأهداف السِّياسية مثل البدء في التَّبادل الدِّبلوماسي بين بلدين.

¹ - B. J. Haslett. Communication « Strategic action in context », LEA, New Jersey,

1987, p : 122 / عن: عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، المرجع السَّابق، ص: 149.

² - المرجع نفسه، ص: 149.

³ - عبد الرَّحمن أيوب، « التَّحليل الدَّلالي للجملة العربية »، مقال في المجلَّة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد: 10، مج: 03، 1983، ص: 120 / عن ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطُّلحي، دلالة السِّياق، ص: 569.

⁴ - عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 149.

⁵ - نايف خرما وعلي حجاج، اللُّغات الأجنبيةَّة تعليمها تعلُّمها، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت: 1988م، ص: 46، 47 / عن: ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطُّلحي، دلالة السِّياق، ص: 570.

الفصل الرَّابِعُ أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
أمَّا المستوى الكلِّي؛ فيتجسَّد في الفعل اللُّغوي الَّذي يمارسه المرسل من خلال عمليَّة التَّلْفُظ
بالخطاب، بغضِّ النَّظر عمَّا إذا نجح في تحقيق الهدف النَّفعي، أم لا. وهو الخطوة الضَّرورية الَّتِي
يتوصَّلُ بها المرسل إلى تحقيق الهدف الأوَّل (...). بوصفه الهدف الكامن في صلب الخطاب اللُّغوي،
بأصواته وأبنيته ومفرداته وتراكيبه، ممَّا يجعله معياراً في تصنيف (الإستراتيجيات) «¹.
ويعدُّ الهدف معياراً من معايير اختيار وتصنيف الإستراتيجيات المختلفة، وذلك نظراً لعدَّة
أسباب، نذكر منها أنَّه:

أولاً: يتَّصف بالعمومية، فقد يحقِّق به المرسل أكثر من هدف نفعي، وهذا ما يجعل منه
معياراً لتسمية الإستراتيجية باسمه، حيث يستعملها المرسل في خطابه، سواءً أكان خطابه هذا
اجتماعياً، أم سياسياً، أم غيره، وبهذا يصبح تصنيف الخطاب حسب إستراتيجيته، بدلاً من تصنيفه
حسب حقله، ولذلك يمكن أن نسمِّي الإستراتيجية بإستراتيجية التَّبْرير، أو إستراتيجية الاعتذار، أو
إستراتيجية الإقناع؛ إذ يمكن أن يستعمل المرسل أيًّا منها حسب هدفه في خطابه، بغضِّ النَّظر عن
حقله.

ثانياً: لأنَّ المرسل يعدُّ استعمال الإستراتيجية حسب هدف الخطاب من باب الممكن؛ فهو
يبتغي تحقيق ذلك الهدف في خطابه؛ ولذلك فإنَّه يوظِّف اللُّغة جاهداً حسب ما يتناسب مع
السِّياق، بالرَّغم من أنَّه لا يملك تحقيق الهدف النَّفعي؛ فليس في قدرة المعلِّم أن يحشو ذهن الطَّالب
بالمعلومات، ولا يمكن للمرشِّح أن يمسك بأيدي النَّاحبين لتدوِّن اسمه على بطاقات التَّرشيح (...).
ومع ذلك يبقى المرسل هو المسؤول عن تحقيق الغايات بنجاحه في تحقيق هدف الخطاب بوصفه
أفضل الخيارات المطروحة أمامه، إن لم يكن أفضلها على الإطلاق، ورغم هذا التَّفاوت في
الغايات، إلَّا أنَّ كلَّ واحدٍ من هؤلاء يمكن أن يعتمد على الإستراتيجية نفسها.

ثالثاً: لأنَّ المرسل لا يصرِّح بهدف الخطاب الَّذي يريد تحقيقه، إلَّا فيما ندر؛ فهو ينجزه عبر
إستراتيجية تتكامل فيها آليات كثيرة يسعى المرسل إلى توظيفها بواسطة كفاءته التَّداولية الَّتِي
تستثمرها؛ فلا يتلفَّظ بفعلٍ لغويٍّ يصرِّح فيه بهدف الخطاب (...). ولكنَّه قد يلجأ إلى ذلك إذا لم
يتنبَّه المرسل إليه إلى الهدف الحقيقي من الخطاب؛ فيكون لجوء المرسل عندها للتَّصريح بالهدف
اضطراراً لا اختياراً (...). لأنَّ اختيار الإستراتيجية حسب الهدف، والعمل بها دون التَّلْفُظ
بمضمونها صراحةً قد يحقِّق هدف المرسل دون أن يشعر المرسل إليه بذلك (...). ومن الأمثلة على

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 149.

الفصل الرَّابِعُ أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

ذلك الخطاب الَّذي يهدف المرسل فيه لتوجيه النَّاس إلى اعتناق أيديولوجيا معيَّنة؛ إذ يستعمل إستراتيجية الإقناع، أو إستراتيجية التَّبرير، لدفع النَّاس إلى الإيمان بها والعمل وفق مبادئها، إلاَّ أنَّ الهدف النَّفعي لهذا الخطاب هو الهيمنة عليهم من خلال السَّيطرة على أذهانهم، وعليه يمكن وصف هذا الخطاب بأنَّه خطاب أيديولوجي، ويكون هدفه ذا طبيعة اجتماعية¹.

ونستنتج من هذا القول أنَّ المرسل في ممارسته لإستراتيجية الإقناع، يمتلك سلطة في الخطاب على المستمع « يمكن تسميتها بسلطة الإقناع، وبذلك الإقناع يجسِّد السُّلطة، وهذه عمليَّة تتحقَّق بكثير من الآليات اللُّغوية، ويعدُّ الحجاج من أبرزها، لأنَّه عملٌ عقلي في ممارسته، لكنَّه يعتمد على اللُّغة في تمثيله ممَّا يسهم في استثمار قالي المنطق واللُّغة بالدرَّجة الأولى، وهما القالبان الأساسيان في كلِّ عمليَّة لغوية، وفي ذلك ما يترع إلى تغيير المعتقدات؛ بل وتوجيه الذَّهن صوب وجهةٍ محدَّدة²، وبهذا، تصبح السُّلطة عاملاً مهمَّاً في اختيار الإستراتيجية الخطابية المناسبة.

أمَّا بالنسبة إلى القصد؛ فإنَّه المعنى الخاص بالمفوض، ممَّا يجعلنا نستنتج أنَّ المقاصد لدى المرسل ترتبط بالفهم والتَّأويل عند المتلقِّي، وكذلك بالسياق الَّذي ورد فيه الخطاب، حيث يودِّي بنا التَّأويل إلى معرفة القصد من الخطاب، سواءً كان هذا القصد صريحاً في الكلام أو كامناً في ثناياه، ذلك أنَّ « التَّأويل لا يعني بالنسبة إلينا عدم الفهم، أو الفهم الخاطيء، وإنَّما نقصد به الجهاز القارئ الَّذي نتوسَّل به للتَّفاعل مع بنية النَّص؛ ولذلك فإنَّه فهمٌ قابلٌ للنَّقاش؛ إذ لا نقف من خلاله إلاَّ على جزء من هذا الَّذي يستتر خلف النَّص ويكمن داخله³ ».

وإذا كان التَّأويل يرتبط بالسياق الَّذي يرد فيه التَّخاطب؛ فإنَّ على المستمع أن يستجمع معارفه السَّابقة ويستحضرها فيما يتلاءم مع مقاصد المرسل لأنَّ « التَّأويل تراسل مع سياقاتها، وهي تزداد ثراءً بتفاعلها مع سياقات ثقافية متغيِّرة، ولا نريد بذلك تقييد دلالاتها النَّصية، إنَّما نسعى إلى منحها المعاني المتجدِّدة والمواكبة للسياقات المتغيِّرة الَّتِي تأخذ أشكالاً مختلفة في الزَّمان والمكان⁴ ».

¹ - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، المرجع السَّابق، ص: 150، 151.

² - المرجع نفسه، ص: 242.

³ - إدريس بلمليح، « من التَّركيب البلاغي إلى المجال التَّصوُّري عند عبد الله راجع »، من قضايا التَّلقِّي والتَّأويل، مطبعة النَّجاح الجديدة بالدَّار البيضاء، منشورات كُلية الآداب والعلوم الإنسانيَّة بالرباط - سلسلة ندوات ومناظرات رقم: 36، جامعة محمَّد الخامس، المملكة المغربية، ط: 01: 1995، ص: 89.

⁴ - عبد الله إبراهيم، التَّلقِّي والسيَّاقات التَّقافية - بحث في تأويل الظَّاهرة الأدبيَّة، دار الكتاب الجديد المتَّحدة، بيروت - لبنان، دار أويا للنَّشر والتَّوزيع، طرابلس - ليبيا، ط: 01، 2000م، ص: 99.

4- أنواع الإستراتيجيات الخطابية:

يعدُّ اختيار الإستراتيجية الخطابية عاملاً مهمّاً في تحديد العلاقة بين طرفي الخطاب، وفي وصول المرسل إلى تحقيق غايته وأهدافه، حيث تتنوّع الإستراتيجيات التي يتبنّاها هذا المرسل وذلك على حسب العلاقة التي تربطه بالمرسل إليه، والهدف الذي يريد تحقيقه من وراء التلفُّظ بالخطاب. وعليه، يوجد عاملان مهمّان يؤثّران على اختيار نوع الإستراتيجية وهما:

- 1- العلاقة السَّابقة بينه وبين المرسل إليه التي قد تدرج من الحميمة إلى الانعدام التَّام، ويسعى المرسل، في هذه الحالة، إلى تعويضها من خلال إيجادها بالخطاب.
- 2- السُّلطة؛ فقد يمتلكها أحد طرفي الخطاب على الطَّرَف الآخر، عندما يعلو الآخر درجة، وقد لا يمتلكها أيُّ منهما عندما تتساوى درجاتهما، أو عندما لا يربطهما أيُّ علاقة¹. وعلى أساس هذان العاملان نستعرض أهمُّ أنواع هذه الإستراتيجيات، حيث نذكر منها:

4-1- الإستراتيجية التَّضامنية:

وهي تقوم أساساً على العلاقة التي تربط بين طرفي الخطاب (المتكلِّم والمستمع)؛ فهي إمَّا علاقة تضامن موجودة من قبل، أو أنّ المرسل يسعى إلى إقامتها مع المتلقّي، وبالتالي « يمكن الحدس بمفهوم الإستراتيجية التي يحاول المرسل أن يجسِّد بها درجة علاقته بالمرسل إليه ونوعها، وأن يعبّر عن مدى احترامه لها، ورغبته في المحافظة عليها، أو تطويرها بإزالة معالم الفروق بينهما، وإجمالاً هي محاولة التقرُّب من المرسل إليه، وتقريبه² ».

وفي هذا النُّوع من الإستراتيجية، قد يقبل المرسل أن يتضامن مع المرسل إليه كما قد يرفض، وذلك على حسب سلطته في الخطاب؛ « فقد يفضِّل أن يتعامل مع المرسل إليه بخطاب رسمي يؤكِّد على رغبته في إبقاء الفرق بينهما كما هو. وبرغم هذا؛ فإنَّ هذه الرِّغبة ليست على إطلاقها؛ فقد يرغب المرسل، رغم سلطته، في التَّضامن، وتجنُّد الإستراتيجية التَّضامنية من خلال علامات لغوية معيَّنة، تشير إلى رغبة المرسل في التَّضامن مع المرسل إليه، ممَّا يجعله يستنتج أن المرسل قدَّم تنازلات عن سلطته التي يتمتَّع بها³ ».

وتستدعي الإستراتيجية التَّضامنية توفّر بعض العناصر من أجل حدوث التَّضامن بين المرسل والمتلقّي، حيث يمكن أن نذكر منها ما يلي:

¹-ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 256.

²- المرجع نفسه، ص: 257.

³- المرجع نفسه، ص: 257.

1- مدى التشابه أو الاختلاف الاجتماعي.

2- مدى تكرار الاتصال.

3- مدى امتداد المعرفة الشخصية.

4- درجة التألف، أو كيفية معرفة طرفي الخطاب لكل منهم¹.

5- مدى الشعور بتطابق المزاج أو الهدف أو التفكير¹

6- الأثر الإيجابي أو السلبي²

ومن بين الأهداف التي يتوخاها المتكلم من خلال تبنيه للإستراتيجية التضامنية، أنها تمكنه

من:

1- تحسين صورته أمام الآخرين، خاصة إذا كان معروفاً بالتشدد في آرائه، أو التسلط في تعامله، أو أن خطابه يتميز بالرسمية والجدف.

2- أنها تكسبه ولاء الناس، خاصة إذا كان المتكلم رجلاً سياسياً، مما يجعلهم يؤمنون بمبادئه وأفكاره، ويعتقدون بصواب قراراته³.

3- أنها أسهل طريق يجعله يعزز الصداقة والحميمية مع الآخرين، ويبرز استعداده لخدمة الآخرين⁴.

4- كما يمكن استثمار هذه الإستراتيجية في إجراء التحقيقات مثلاً، من أجل إراحة المتهم وتطمينه، وزرع الثقة في نفسه، مما ينعكس أثره إيجابياً على نتيجة التحقيق.

5- تفعيل التضامن في حياة الناس، بما ينعكس على التفاعل الخطابي، وتطوير حقهم في ممارسة الحياة بحرية مع تقليص دور السلطة⁵.

¹ - ويمكن ملاحظة هذه العناصر مثلاً من خلال العلاقة التي تربط بعض الرؤساء بشعوبهم، حيث يؤدي الاتفاق في وجهات النظر، ووحدة الرؤية بينهما إلى حدوث تضامن واسع، ونذكر على سبيل المثال علاقة الرئيس الجزائري السيد: "عبد العزيز بوتفليقة" مع أغلبية الشعب الجزائري أنها علاقة تضامنية يتوفر فيها - خاصة - علاقة التشابه وامتداد المعرفة الشخصية، حيث أن تكرار اتصال السيد الرئيس بالشعب، وتواصله معهم بشكل مباشر أدى إلى حدوث تألف كبير، وتعميق معرفة كل منهما بالآخر، مما أدى إلى شعور عميق بتطابق المزاج والهدف والتفكير.

² - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 259.

³ - John Wilson, Politically speaking, basil backwell ltd, Cambridge, massachusetts, USA, 1990, p : 50. / ينظر: المرجع نفسه، ص: 262.

⁴ - Carmen Garcia, Making a request and responding to it, a case study of peruvian spanish speakers, Journal of pragmatics, vol : 19, N : 02, February, 1993, p : 130. ينظر:

المرجع نفسه، ص: 262.

⁵ - ينظر: المرجع نفسه، ص ص: 261، 262.

4-2- الإستراتيجية التَّوجيهية:

تقوم هذه الإستراتيجية كذلك على أساس العلاقة بين طرفي الخطاب، حيث تشكّل هذه العلاقة معياراً اجتماعياً؛ فالمرسل في هذه الإستراتيجية هو الذي يتلفّظ بالخطاب ويوجّهه حسب ما تقتضيه سلطته، والتي لا يتنازل عنها؛ فلا يراعي بذلك علاقته الحسنة بالمرسل إليه، ويغفل اعتبار وجودها « إن وجدت، فلا يكثرث بها في خطابه، كما قد لا يكون همّه هو تأسيسها؛ فيتلفّظ وفقاً لما تقتضيه إحدى الإستراتيجيات الأخرى، وهي ما نسمّيه هنا بالإستراتيجية التَّوجيهية (...). ومن هذا المنطلق؛ فإنّ الخطاب ذا الإستراتيجية التَّوجيهية يعدُّ ضغطاً وتدخلًا، ولو بدرجات متفاوتة على المرسل إليه، وتوجيهه لفعلٍ مستقبليٍّ معيّن. وهذا هو سبب تجاوز المرسل لتهديب الخطاب من خلال استعمال بعض الأساليب والأدوات اللغوية التي لا تتضمّن بطبيعتها ذلك؛ فتهذيب الخطاب يأتي لديه في المقام التَّالي، في حين يتقدّمه مرتبة تبليغ المحتوى»¹.

وإذا كان التَّوجيه يقتضي أن يكون المتكلّم قادراً على التَّأثير في المخاطب؛ فإنّ ذلك يفترض أن يكون قادراً على إنجاز أفعالٍ تأثيرية تعمل على إقناع المتلقّي عن طريق التَّقرير والتَّوكيد والإثبات والشَّرح؛ إذ يمكننا الاستدلال الدقيق على الأفعال الإنشائية التَّأثيرية والإيجابية بما يسمّيه "سيرل" (Searle) بأفعال التَّوجيه (Directifs)، والتي تتجسّد غايتها الإنشائية في الأمر، الطَّلَب، والاستفهام (...). فكثيراً ما نجد المخاطب يطرح أسئلة واستفهامات مختلفة، ثمّ يجيب عليها باسم المتلقّي، ليعود بعد ذلك إلى ما قاله في البداية، وعليه؛ فإنّ أفعال التَّوجيه ترتبط ببناء الخطاب قصد الإقناع².

يسعى المتكلّم من خلال تبنّيه للإستراتيجية التَّوجيهية إلى تحقيق إرادته بالخطاب عن طريق الأفعال اللغوية التي يأتي بها، والتي تسمّى بأفعال التَّوجيه، حيث صنّفها "باخ" (Bach) إلى عدّة أصناف نذكر منها:

1- الطَّلَبات، وتتخذ عند الإنجاز أشكالاً لغوية مختلفة منها: (السؤال، التوسُّل، التضرُّع، المناشدة، الإلحاح، الدَّعوة، الطَّلَب، الحث، الاستدعاء، الابتهاال، الحجاج). ويتمُّ التَّعبير عن صنف الطَّلَبات إذا كان خطاب المرسل يعبر عن: رغبته بأن يعمل المرسل إليه عملاً ما، وأن يكون قصد المرسل هو الباعث على تنفيذ ذلك العمل ولو جزئياً.

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص ص: 322، 323.

² - ينظر: ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفُّظ وتداولية الخطاب، ص ص: 168، 169.

الفصل الرَّابِعُ أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

2- الأسئلة، وتتخذ عند الإنجاز أشكالاً لغوية مختلفة، منها: (السؤال، الاستعلام، الاستجواب، التشكُّك)، حيث يتمُّ التعبير بواسطة هذا الصِّنف عن رغبة المرسل في أن يخبره المتلقِّي عن القضية سواءً بالإيجاب أو السُّلب.

3- المتطلِّبات، والتي تأخذ أشكالاً لغوية مختلفة عند الإنجاز، منها (المنع، الخطر، التَّحريم، التَّقيد)، ويتحقَّق فعل التَّحريم إذا عبَّر المرسل عن اعتقاده بأنَّ خطابه، بحكم سلطته، يمثِّل سبباً كافياً لمنع المرسل إليه من فعله، وأن يقصد أن يكون كفُّ المرسل إليه عن فعله نتيجة لتلفُّظه بذلك الخطاب.

4- أفعال التُّصح، وتأخذ أشكالاً لغوية مختلفة عند الإنجاز، ومنها: (الحث، التُّصح، التَّحذير، الإشارة، العرض، التَّوصية، الاقتراح، الإنذار). و تتحقَّق أفعال التُّصح، إذا عبَّر المرسل، في خطابه، عن اعتقاده بأنَّ هناك مبرراً كافياً للتأثير على المرسل إليه ليعمل بما يراه، والقصد بأن يأخذ المتلقِّي اعتقاد المرسل سبباً كافياً من أجل الفعل¹.

وإذا كان المرسل في الإستراتيجية التَّوجيهية هو صاحب السُّلطة الذي لا يراعي في خطابه العلاقة الحسنة التي تربطه بالمرسل إليه، حتَّى وإن كانت موجودة؛ فإنَّ المرسل إليه في الإستراتيجية التَّوجيهية هو واحد من اثنين: « الأوَّل: المرسل إليه المتخيَّل، بما له من صورة نمطية معيَّنة في السِّياق، ممَّا يؤكِّد عدم حضوره العيني عند إنتاج الخطاب، أمَّا الصِّنف الآخر؛ فهو المرسل إليه الحاضر لحظة التلفُّظ بالخطاب؛ فيكون معروفاً عند المرسل معرفة جيِّدة، وعليه، يتراوح استعمال الأدوات والآليات اللغوية بين تلك التي توجِّه المرسل إليه المتخيَّل، وبين تلك التي توجِّه المرسل إليه المعين² ».

3-4- الإستراتيجية التلميحية:

تبنى إستراتيجية التلميح على معيار شكل الخطاب اللغوي للدلالة على قصد المتكلِّم، حيث نجد أنَّها كثيرة الاستعمال خاصَّةً في الخطاب الإعلامي- وفي الخطاب السِّياسي تحديداً - الذي يعتمد على التلميح بالقصد وتضمينه في ثنايا القول، وبالتالي، يمكن أن نعرِّف الإستراتيجية التلميحية بأنَّها « الإستراتيجية التي يعبِّر بها المرسل عن القصد بما يغيّر معنى الخطاب الحرفي،

¹ Kent Bach : Linguistic communication and speech acts, The MIT Press, -
Cambridge, Massachusetts, USA, 1979, pp : 47- 49. / ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات

الخطاب، ص ص: 337، 338.

² - المرجع نفسه، ص: 323.

الفصل الرَّابِعُ = أهُمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
لينجز بها أكثر ممَّا يقوله؛ إذ يتجاوز قصده مجرد المعنى الحرفي لخطابه؛ فيعبّر عنه بغير ما يقف عنده
اللفظ مستثمرًا في ذلك عناصر السِّياق»¹.

وتعتمد هذه الإستراتيجية على استخدام الأقوال المضرة والضمنية في الخطاب، والتي
تحتاج إلى تأويلها من طرف المتلقّي، وذلك باعتماده على السِّياق، والافتراضات المسبقة التي يعلمها
كلُّ طرف في الخطاب، ذلك أنّه « لتعرّف على القول المضمر ينبغي الاعتماد على السِّياق،
وبالاستعانة بقوانين الخطاب؛ فحسب "سرفوني"؛ فإنّ الشّيء الذي يتدخّل في التّأويل أو الإضمار
ليس السُّؤال " ماذا يقول المتحدث؟"، لكنّ السُّؤال " لماذا يقول ما يقوله في سياق معيّن؟ " إذن
التّأويل يجري على السُّؤال الذي يطرح حول التلفّظ، وليس على الملفوظ ذاته.

كما أنّه لا يمكن لأيّ خطاب الاستغناء عن الافتراض المسبق، ذلك أنّه باحتوائه على
معطيات يعرفها كلٌّ من المتكلّم والمخاطب لا يعني إلغاء أهمّيته، أو نفيه، ولكن يعتبر القاعدة
الأساس التي يركز عليها الخطاب في تماسكه العضوي»².

وتقتضي هذه الإستراتيجية معرفةً كاملة باللُّغة، وبأساليب إنتاج الخطاب فيها، وهي ما
يسمّى بالكفاءة اللُّغوية (**La compétence linguistique**)، إلا أنّ هذه الإستراتيجية تستلزم
معرفة أخرى تتجاوز الكفاءة اللُّغوية « إلى معرفة بعض الأبعاد الأخرى التي تتعلّق بالسِّياق، وهذه
المعرفة هي جزءٌ من مكوّنات الكفاءة التّداولية في قوالبها المتنوّعة، ومن هذه الشُّروط:

- امتلاك مهارة العمليّات الذهنية في الكفاءة التّداولية لإنتاج الخطاب المناسب للسِّياق لما
في ذلك من تمثّل العناصر السِّياقية، وبلورتها في الخطاب اللُّغوي، ليرتبط فيه اللفظ بقصد المرسل،
بشكلٍ من أشكال الخطاب المتعدّدة، أو باليّة من آليّاته الكثيرة، ممّا ينتج عنه عدد غير محدود من
الخطابات باستعمال الآلية الواحدة من آليات التّلميح المقاربة مثل الكتابة، فالكفاءة التّداولية تستقرُّ
في منطقة التّجريد في ذهن الإنسان»³.

إنّ المقام التّواصلية هو الذي يفرض على المتكلّم اختيار الإستراتيجية المناسبة لأداء خطابه،
وبالتّالي؛ فإنّ اللُّجوء إلى استخدام الأقوال المضرة قد يرجع إلى أسباب كثيرة تمنع المخاطب من
التّصريح، وقد تكون محدّدة في مقام التّواصل ووظيفة العلاقة التي تربطه بالمخاطب (...). كما
يؤدّي الضمني (**L'implicite**) إلى اجتناب الشّرح لغايات معيّنة تخصّ المقام أو طبيعة العلاقة

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشّهري، المرجع السّابق، ص: 370.

² - ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفّظ وتداولية الخطاب، ص: 179.

³ - عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 378.

الفصل الرَّابِعُ ===== أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
التي تربط المخاطب بالمتلقي (الجمهور)، والتواصل يصبح متعذراً في حالة عدم افتراض أن المتلقي
قد اكتسب عدداً معيناً من الأخبار والمعلومات ¹.

يكتسي كلُّ من الافتراض المسبق والقول المضمر أهمية كبيرة في الإستراتيجية التلميحية
وذلك لأنَّهما « يتفقان في استخدام القيم الاستنتاجية **Valeurs déductives**؛ فالقول المضمر
Sous- entendu يستنتج من القول ذاته بتحويل الصيغ الكلامية إلى استفهام، ثم نفي؛ فهو
متعلِّق بالبنى التركيبية، بينما يتعلَّق الأمر أثناء الافتراض المسبق بالملكة البلاغية والذكاء لدى
المشاركين في الخطاب » ².

4-4- إستراتيجية الإقناع:

إذا كان المتكلم يسعى من خلال إقامته للاتصال إلى التأثير في المتلقي وتغيير سلوكه
ومنظومة معتقداته؛ فإنَّه يعتمد في هذه الحالة على إستراتيجية الإقناع، ذلك أنه يرمي إلى إقناعه بما
يراه، وبذلك تصبح هذه الإستراتيجية فعلاً تداولياً خالصاً، يقوم في أساسه على معيار هدف
الخطاب، حيث « تستعمل إستراتيجية الإقناع من أجل تحقيق أهداف المرسل التفعيلية، بالرغم من
تفاوتها تبعاً لتفاوت مجالات الخطاب أو حقوله؛ فقد يستعملها التاجر لبيع بضاعته، وقد يستعملها
المرشَّح لرئاسة الدولة أو المؤسسة لحمل الناخبين على انتخابه، وقد يمارسها الطفل مع أحد والديه
من أجل الحصول على قطعة من الحلوى، أو السَّمَّاح له باللَّعب، وهكذا » ³.

إنَّ القيام بعملية الإقناع يعتمد أساساً على الحجاج (**L'argumentation**)، حيث يعدُّ
الحجاج شرطاً تداولياً في أنَّه عملية اتصالية تنبئ إستراتيجية الإقناع، وذلك يقتضي أن يكون
المرسل قادراً على خوض غمار الكلام الحامل لشرط الإقناعية؛ فهو « عندما يطالب غيره
بمشاركته اعتقاداته؛ فإنَّ مطالبته لا تكتسي صبغة الإكراه، ولا تدرج على منهاج القمع، وإنَّما
تتبع في تحصيل غرضها سبلاً استدلالية متنوِّعة تجرُّ الغير جرّاً إلى الاقتناع برأي المحاور، وقد تزدوج
أساليب الإقناع بأساليب الإمتاع؛ فتكون، إذ ذاك، أقدر على التأثير في اعتقاد المخاطب، وتوجيه
سلوكه لما يهبها هذا الإمتاع من قوَّة في استحضار الأشياء، ونفوذ في إشهادها للمخاطب كأنَّه
يراه رأي العين » ⁴.

¹ - ينظر: ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفُّظ وتداولية الخطاب، ص: 179.

² - المرجع نفسه، ص: 179، 180.

³ - عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 445.

⁴ - طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، ط: 02، المركز الثقافي العربي: 2000م، ص: 38. / عن: المرجع

نفسه، ص: 446.

الفصل الرَّابِعُ أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

وإذا كان الإقناع يعتمد على الحجاج، فإنَّ المحاجَّة لا تقف عند حدِّ الإقناع، « لأنَّ في ذلك محاولة المخاطب في لعب دور الممثل حتَّى يجعل جمهوره واثقاً فيه (اكتسابه). لقد رُبطت المحاجَّة بالعوامل الوضعية التَّبليغية (السِّياق)، وبالصِّيغ اللُّغوية (التَّركيب)، ومادامت اللُّغة المحتجِّ بها كامنة في الأذهان (مفهوم "سوسير")؛ فلا شكَّ أنَّها عمليَّة استنتاجية ذهنية متوقِّفة على ما يصدر من المتكلِّم من مقدِّمات وتحليلات، وربَّما افتراضات (من النَّاحية اللُّغوية)، وكذلك من ملامح الوجه والتصرُّفات النَّاحية غير اللُّغوية) «¹.

تستعمل الإستراتيجية الإقناعية في جميع الأنشطة التَّواصلية، حيث تمارس على جميع الأصعدة؛ فنجدها مستخدمة من طرف الحاكم والفلاح الصَّغير، وكبير القوم، والطفل، والمرأة، وذلك بوعيٍ منهم، ممَّا يجعلها تنتمي إلى الكفاءة التَّداولية الَّتِي يمتلكها الإنسان السُّوي بوصفها دليلاً على مهارته الخطابية².

كما أنَّها تعدُّ دليلاً قوياً على سلطة المرسل الَّذِي يصل إلى إقناع الطَّرَف الثَّاني في الخطاب بأفكاره، وبالتالي، نستطيع القول أنَّ الإقناع³ يتحقَّق عندما يمكِّن المرسل من تحقيق هدفه في الخطاب؛ « فالإقناع سلطة عند المرسل في خطابه، ولكنَّها سلطة مقبولة إذا استطاعت أن تقنع المرسل إليه؛ إذ لا تحقِّق إستراتيجية الإقناع نجاحها إلَّا عند التَّسليم بمقتضاها، إمَّا قولاً أو فعلاً، وما جعل الإقناع سلطةً مقبولة، هو كون الحجاج هو الأداة العامَّة من بين ما يتوسَّل به المرسل من أدوات أو آليَّات لغويَّة «⁴.

وتعدُّ إستراتيجية الإقناع من أهمِّ أنواع الإستراتيجيات المستخدمة في الخطاب الإعلامي؛ فالوصول إلى إقناع المتلقِّي بأفكار وأيديولوجيات المرسل في مجال الإعلام هو من أولى الأولويَّات، حيث يبذل القائم بالاتِّصال أقصى الجهود من أجل أن يحقِّق أهدافه السِّياسية والأيديولوجية، وتوجُّهاته الاقتصادية والثَّقافية المختلفة، حيث يسخرُ لذلك كلَّ الطَّاقات البشرية والمادِّية

¹- ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلْفُظ وتداولية الخطاب، ص: 125.

²- ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 446.

³- « يرتبط محتوى الرِّسالة عادةً بالقدرة على الإقناع Persuasion؛ فقد كان " أفلاطون" يعرف البلاغة بأنَّها "كسب عقول النَّاس بالكلمات"، وكان "أرسطو" يرى البلاغة على أنَّها القدرة على كشف جميع السبل الممكنة للإقناع في كلِّ حالةٍ بعينها « : حسن عماد مكّاوي، ليلى حسين السيّد، الاتِّصال ونظرياته المعاصرة، الدَّار المصرية اللُّبنانية، ط: 02، :1422هـ/2001م، القاهرة، ط: 03: 1423هـ/2002م، ص: 187.

⁴- عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 446.

الفصل الرَّابِعُ أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
والتَّكنولوجية الممكنة، خاصَّةً في ظلِّ التطوُّر الهائل لوسائل الإعلام المختلفة، وما خلَّفه هذا التطوُّر
من روح تنافسية انعكست على نوعيَّة المنتوجات الإعلامية وعلى المضامين التي تعالجها.

كما يرتبط الإقناع في مجال الإعلام بمحتوى الرِّسالة الموجهة إلى المتلقِّي، هذا المحتوى الذي
يتعلَّق بالقرارات التي يتَّخذها المتكلِّم بخصوص متضمَّنات هذه الرِّسالة، والمتمثَّلة في « تحديد الأدلَّة
التي سوف يستخدمها وتلك التي سوف يستبعدها، والحجج التي يسهب في وصفها، وتلك التي
يجب أن يختصرها، ونوعيَّة الاستمالات التي يستخدمها، ومدى قوتها..؛ فكلُّ رسالة إقناعيَّة هي
نتاج للعديد من القرارات بالنسبة لشكلها ومحتواها، وأغلب تلك القرارات لا يملِها الهدف
الإقناعي فقط، ولكن تملِها أيضاً خصائص المتلقِّي، ومهارات القائم بالاتِّصال »¹.
ولذلك؛ فإنَّ المرسل في تبنِّيهِ لإستراتيجية الإقناع يتوخَّى إتِّباع الضَّوابط التي تتعلَّق بالتَّداول
الحجاجي، وأن يلتزم بها في خطابه، ومنها:

- أن تكون دلالة الألفاظ محدَّدة، والمرجع الذي يحيل عليه الخطاب محدَّد كذلك، لكي لا
ينشأ عن عدم التَّحديد الدَّقيق مشكلة في تأويل المصطلحات التي من قبيل: الديمقراطيَّة، الشَّفافية،
الضَّبائية مثلاً.

- ألاَّ يقع المرسل في التَّنقض بقوله أو بفعله، كمن يدَّعي مثلاً أنَّه عضوٌ في لجنة الدِّفاع عن
حقوق الإنسان، ثمَّ يستعمل في ادِّعائه حججاً واهية، أو بأن يسيء الأدب مع المرسل إليه؛ لأنَّه
بذلك يناقض نفسه في اللَّحظة التي يتلفَّظ فيها بخطابه.

- موافقة الحجاج لما يقبله العقل، وإلاَّ بدا زيف الخطاب ووهن الحجَّة.
- توفُّر المعارف المشتركة بين طرفي الخطاب، ممَّا يسوِّغ قبول المرسل إليه لحجج المرسل، أو
إمكانية مناقشتها أو تفنيدها، وإلاَّ انقطع الحجاج بينهما، وتوقَّفت عمليَّة الفهم والإفهام.

- مناسبة الخطاب الحجاجي للسياق العام؛ لأنَّه هو الكفيل بتسويق الحجج الواردة في
الخطاب من عدمها؛ فقد يكون الحجاج صحيحاً من النَّاحية النَّظرية، ولكنَّه غير مناسب للسياق؛
إذ يمثِّل مهرباً للمرسل من المسؤوليَّة، عندها يتحوَّل الحجاج إلى جدال يهتمُّ فيه المرسل بذاته دون
اهتمامه بالمرسل إليه.

¹ - جيهان رشتي أحمد، الأسس العلميَّة لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة: 1978، ص: 461، 462 / عن:
حسن عماد مكّوي، ليلى حسين السيِّد، الاتِّصال ونظرياته المعاصرة، ص: 187.

الفصل الرَّابِعُ ===== أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

- امتلاك المرسل لثقافة واسعة، خاصَّةً فيما يتعلَّق بالجمال الذي يدور ضمنه الحجاج، مثل المجال الدِّيني أو السِّياسي؛ لأنَّه بدون ذلك الرِّصيد المعرفي لن يستطيع إيجاد دعوى أو تبنِّي اعتراض معيَّن؛ فتعوزه الحيلة للدِّفاع عمَّا يراه، كما تعوزه الحيلة في بناء خطابه واختيار حججه¹.
وبالإضافة إلى تقيُّد المتكلِّم بضوابط التَّداول الحجاجي عند تلفُّظه بخطابه؛ فإنَّ هناك آليات وأساليب إقناعية يجب عليه اعتمادها في رسائله الإقناعية، نذكر منها:

أولاً: الاستمالات المستخدمة في الرِّسالة الإقناعية، وهي ثلاثة أنواع:

1- الاستمالات العاطفية:

وهي آلية تركز على إثارة انفعالات المتلقِّي للتأثير على آرائه ومواقفه، حيث « تستهدف الاستمالات العاطفية التأثير في وجدان المتلقِّي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النَّفسية، والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتِّصال »².

2- الاستمالات العقلانية:

وفيها يكون خطاب المرسل موجَّهاً لمخاطبة المتلقِّي باستعمال الأدلَّة والبراهين، وبالتَّالي؛ فهي آلية « تعتمد على مخاطبة عقل المتلقِّي، وتقديم الحجج والشُّواهد المنطقية، وتفنيد الآراء المضادَّة بعد مناقشتها، وإظهار جوانبها المختلفة، وتستخدم في ذلك:

1- الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.

2- تقديم الأرقام والإحصاءات.

3- بناء التَّنائج على مقدِّمات.

4- تفنيد وجهة النَّظر الأخرى »³.

3- استمالات التَّخويف:

أمَّا هذه الآلية؛ فيلجأ إليها المتكلِّم عند إحساسه بعدم اقتناع المتلقِّي بأفكاره وآرائه؛ فيلجأ إلى استمالات التَّخويف التي تعمل على « تنشيط الإثارة العاطفية لدى المتلقِّي مثل: إثارة خوف النَّاس من الحرب لتبرير زيادة الاعتمادات الخاصَّة بالتَّسليح، وتحذير النَّاس من الأمراض الخطيرة

¹ - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشَّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص ص: 465، 466، 467، 468.

² - حسن عماد مكَّاوي، ليلى حسين السيِّد، الاتِّصال ونظرياته المعاصرة، ص: 188.

³ - نجلاء العمري، الدَّعاية الإسرائيليَّة في راديو صوت إسرائيل - دراسة تحليلية لعيِّنة من الأخبار والبرامج الإخبارية الموجَّهة باللُّغة العربيَّة، رسالة ماجستير غير منشورة، كليَّة الإعلام، القاهرة: 1987، ص ص: 224 - 241 / عن: المرجع نفسه، ص: 190.

الفصل الرابع أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
حتَّى يسارعوا إلى الكشف الطَّبِّي الدَّوري، وتؤدِّي استمالة التَّخويف إلى جعل المتلقِّي يستجيب
للرَّسالة في حالتين:

- 1- شدَّة الإثارة العاطفية شكلاً حافزاً لدى المتلقِّي للاستجابة لمحتوى الرِّسالة.
- 2- توقُّعات الفرد بإمكان تجنُّب الأخطار، وبالتالي، تقليل التوتُّر العاطفي عند
الاستجابة لمحتوى الرِّسالة ¹ .

كما ينبغي الإقناع على تظافر مجموعة من الإستراتيجيات الَّتِي تعمل على بناء رسالة
إعلامية موجهة إلى المتلقِّي بهدف إقناعه، حيث عرض " ملفين ديفلير" و" ساندرأ
بول روكيش" ثلاث إستراتيجيات نظرية للإقناع ²، وهي:

1- الإستراتيجية السِّكودينامية.

2- الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية.

3- إستراتيجية بناء المعنى.

حيث تعنى الأولى باستخدام رسالة إعلامية فعَّالة لها القدرة على تغيير الوظائف النَّفسية
للأفراد لكي يستجيبوا لهدف المرسل؛ إذ يكمن مفتاح الإقناع في تعلُّم جديد، من خلال معلومات
يقدمها المرسل لكي تغيِّر البناء النَّفسي الدَّاخلي للفرد المستهدف " الاحتياجات، المخاوف،
التصرُّفات" ممَّا يؤدِّي إلى السُّلوك العلني المرغوب فيه ³.

أمَّا الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية؛ فتتطلَّب أن تحدِّد رسائل الإقناع القواعد الخاصَّة
بالسُّلوك الاجتماعي، أو المتطلَّبات الثقافية للعمل الَّذِي سوف يحكم الأنشطة الَّتِي يحاول رجل
الإعلام تحقيقها ⁴.

وأمَّا الثالثة؛ فهي تعنى ببناء المعاني أو الصُّور الذهنية، من خلال مصادر غير محدودة
للمعلومات التنافسة، الَّتِي تصوغ أو تعدِّل المعاني الَّتِي خبرها النَّاس عن كلِّ شيء من المنتجات
التَّجارية إلى الشُّؤون السِّياسية ⁵.

¹ - حسن عماد مكَّوي، ليلى حسين السيِّد، المرجع السَّابق، ص: 191.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 199.

³ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 202.

⁴ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 205.

⁵ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 206.

5- فعالية وسائل الإعلام في إستراتيجيات الخطاب:

يسعى المتكلم من خلال استخدامه لمختلف الإستراتيجيات الخطابية إلى التأثير في المتلقي، وذلك بتغيير سلوكه ومنظومة معتقداته¹، إلا أن درجة فعالية هذا التأثير تختلف باختلاف الوسيلة الإعلامية التي يتخذها المرسل كوسيط بينه وبين المتلقي، سواء كانت سمعية أو مقروءة أو سمعية بصرية.

إلا أن أكثر الوسائل نجاعة في التأثير هي التي تتفاعل مع درجة مصداقية المصدر في تحديد تغيير اتجاهات المتلقين، وعند استخدام التلفزيون تكون الثقة بالمصادر أكثر فعالية في تغيير الاتجاهات من استخدام الراديو أو الطباعة، وعدم الثقة بالمصادر تكون أكثر فعالية عند استخدام الراديو أو المواد المطبوعة؛ إذ يتفاعل المتلقي مع التلفزيون أكثر من تفاعله مع الراديو، ويتفاعل مع الراديو أكثر من المواد المطبوعة².

لا شك إذن أن درجة التأثير تختلف من وسيلة إعلامية إلى أخرى، وهذا عائد إلى الخصائص الإعلامية التي تتمتع بها كل وسيلة، حيث « يمتلك التلفزيون من الخصائص ما يجعله منفرداً عن الوسائل الإعلامية الأخرى؛ فقد لقي من الباحثين عناية خاصة؛ لأنه أصبح أحد الأدوات المعاونة في التنشئة الاجتماعية؛ بل أصبح يزاحم دور الأسرة والمدرسة فيها »³.
ومن بين الخصائص التي يتمتع بها التلفزيون نجد:

1- الاستحواذ: وهو من أبرز الصفات التي تملها الطبيعة المادية للتلفزيون؛ فهو يسيطر على سمع الرائي وبصره؛ لأنه يركّز انتباهه على صورة متحركة ناطقة متغيرة محصورة في إطار صغير محدود، ولا يكلف الرائي جهداً؛ بل يخدمه كيفما أحب وإلى حد كبير⁴.

2- التكرار: ويعدُّ عاملاً مهماً من عوامل التأثير، يعني ترسيخ الأفكار والمفاهيم في الأذهان عبر إعادة بثها، يعني التكرير إعادة الرسالة أكثر من مرة، وذلك للتأكد من استقبالها وفهمها والتقليل من خطر التشويش، وهذا الأسلوب متبع باستمرار في جميع أنواع الاتصال،

¹ « لا شك أنه في ظل المجتمعات الإعلامية المعاصرة أصبحت شخصية الفرد هي - إلى حد ما - من صنع وسائل الإعلام بالإضافة إلى الأسرة والمدرسة » : صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان - الأردن، ط: 01، 1995، ص: 128.

² ينظر: حسن عماد مكّوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص: 59.

³ - صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 128.

⁴ - ينظر: صالح ذياب هندي، أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الفكر للنشر والتوزيع، جمعية عمال المطابع التعاونية، عمان - الأردن، ط: 01، 1990، ص: 29.

الفصل الرابع ===== أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
حيث أن التكرار يعطي الفرصة لأن تصل الرسالة إلى جمهورٍ أوسع، وخاصةً أولئك الذين حالت أسباب التشويش دون متابعتهم لها¹.

3- القدرة على الالتقاء بأكبر عدد ممكن من المتلقين؛ فهو الوسيلة الجماهيرية الأولى؛ فقد دخل جهاز التلفزيون كل بيت، وخاطب كل بعيد وقريب باللغة التي يفهمها، وبالطريقة التي تقرّبها إلى الواقع المعاش. إنّه يخاطب أكبر عدد من الأفراد والجماعات في كل أمّة وشعب على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم وأجناسهم؛ فينقل إليهم الأخبار حين حدوثها وفي وقتها، ويجعلهم يستعملون حاستين هما، حاسة السمع والبصر².

4- الانتباه: وهي خاصية يتمنّع بها التلفزيون نظراً لتميّزه الفنّي بالصورة والحركة واللون، ممّا يؤدّي إلى جذب الانتباه، وزيادة الاهتمام و التشويق كنتيجة لالتصافه بالحركة وتنوّع الأحجام والألوان والأصوات³.

6- النصوص السمعية البصرية:

إنّ النصوص التي تبثّ عن طريق التلفزيون تترك تأثيراً خاصاً على المتلقّي، أكثر من أيّ وسيلةٍ أخرى، حيث « تمتاز النصوص السمعية البصرية بخضوعها لسنن خطابية متعدّدة تؤطّر توليد السرد، والتصوير والتصويت. ومن ثمة، تكتسي البنيات الخبرية قيمتها الفنّية والحجاجية بمدى تقيدها بمبدأ التّزامن واحترامها له. والمقصود بالتّزامن، التّوازي المنطقي بين المقاطع السردية واللّقطات التصويرية، بحيث يقع الانسجام بين مستويات الحكاية ومدلولاتها من جهة، وتوالي اللّقطات ونوعيتها من جهة ثانية. وإن دققنا الأمر، قلنا إنّ التّزامن يتعمّق بحيز التّطابق بين وجهات النظر السردية ووجهات النظر التصويرية »⁴.

¹ - ينظر: صالح خليل أبو أصيب، نصوص تراثية في ضوء علم الاتّصال المعاصر، دار آرام للدراسات و النشر، عمّان الأردن، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ص: 35.

² - ينظر: محمد وطّاس، أهميّة الوسائل التعليمية في عمليّة التعلّم عامّة، وفي تعليم اللّغة العربيّة للأجانب خاصّة، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر: 1988، ص: 109.

³ - ينظر: أميرة منصور يوسف علي، الاتّصال والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة- الإسكندرية: 1999، ص: 130.

⁴ - أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحافي- من اللّغة إلى السّلطة، دار الثّقافة- مطبعة النّجاح الجديدة- الدّار البيضاء- المغرب، ط: 01، ص: 158.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
تأسس النصوص السمعية البصرية على ما يسمى بإستراتيجية السيميائيات الواسطية¹،
والتي تهتم بكيفية عرض النص كحدث متكامل، حيث « يضمن النص الخبري في الوسائط
السمعية البصرية توليداً متوازياً للأدلة اللفظية وغير اللفظية. وإضافةً إلى ذلك، ينطبق مبدأ التزامن
على ترابط بنية الصورة، والمؤثرات الصوتية التي يتم توضيحها زمن تشكيل النص الخبري.
وبناءً على ما سلف، تنهض السيميائيات الواسطية في تحليل الخطاب الخبري بالقبض على
السُنن المتعددة، إن على صعيد العبارة أو على صعيد المضمون، وهكذا، تعنى بوصف مسارات
السرد اللفظي، وترمي إلى ضبط معمار الصورة، بما في ذلك من مقاييس فضائية وأشكال
هندسية »².

7- وظائف وسائل الإعلام:

تأتي أهمية وسائل الإعلام من خلال الدور الذي تقوم به، وذلك بنقلها للأخبار
والمعلومات، و « لما كانت وسائل الاتصال تكون إحدى العمليات المركزية التي يحصل الأفراد من
خلالها على فهم ذاتي للواقع الاجتماعي؛ فإن هذه العملية تظل موضوعاً للبحث غير محدد بوقت
معين. و مع تزايد استخدام هذه الوسائل في حياة الأفراد يصبح الدور الذي تلعبه في بناء الواقع
الاجتماعي أكثر أهمية »³.

إلا أنه يجب الانتباه كذلك إلى خطورة هذا الدور حينما تكون وسائل الإعلام المختلفة
تعمل على تسريب أفكار و أيديولوجيات معينة بهدف تبديل الحقائق و تزييف الوقائع؛ فتصبح
مسخرة لخدمة أغراض دنيئة لأطراف معينة تستغل وسائل الإعلام لبسط نفوذها والترويج
لأفكارها.

¹ - « إن إستراتيجية السيميائيات الواسطية تكمن أساساً في الجمع بين ثلاثة عناصر متفاعلة: أولها، العنصر اللساني الموازي، وثانيها، العنصر اللساني النصي، وثالثها، العنصر السيميائي الإجازي. أما العنصر اللساني الموازي؛ فيشمل كل السمات الملازمة للعملية اللفظية من تنظيم وتقطيع صوتي ونبر وغيرها، إنه عنصرٌ لتثبيت المقاصد الدلالية؛ إذ كلما كان التركيز على وحدة تعيينية، كلما أدركنا أن ثمة مقصد تضميني مسكوت عنه، ويتناسق ذلك مع العنصر اللساني النصي الذي ليس إلا مكونات البناء الفردي بما في ذلك الأحداث وكيفية صياغتها، وتفعيل مقاطعها. وأما العنصر السيميائي الإجازي؛ فيتضمن محفزات التواصل غير اللفظي، وسمات البنية الشريطية: زاوية الكاميرا، عمق الصورة، تأطير الفضاء، الحركات الجسدية، السحنات وغيرها. وهكذا، تشكل سيرورة تعالقات العناصر معطيات تجسدية لسيميائيات حركية، تحاول تسطير المكونات البنوية والوظيفية للنص السمعي البصري، ولنسقه الخطابي » : أحمد العاقد، المرجع السابق، ص: 158، 159.

² - المرجع نفسه، ص: 158.

³ - حسن عماد مكأوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص: 16.

الفصل الرَّابِعُ أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

ولهذه الأسباب « يلاحظ المتابع للدراسات الإعلامية خلال القرن العشرين أنه لا يوجد اتفاق أساسي حول وظائف وسائل الإعلام في المجتمع؛ بل كثيراً ما يحدث الخلط بين الوظائف والتأثيرات. فبينما تهتمُّ الوظائف بالدور العام الذي تؤديه وسائل الاتصال؛ نجد أن التأثيرات عبارة عن نتائج و تحديد لهذه الأدوار العامّة »¹.

وبالتالي فإنَّ وظائف وسائل الإعلام ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتأثيرات التي يمكن أن تحدثها على الفرد و على المجتمع، و ما يترتب على ذلك من وظائف متفرّعة عنها و التي يمكن أن نجملها فيما يلي:

أ- وظائف وسائل الإعلام في المجتمع:

لا أحد يمكنه أن ينكر العلاقة الموجودة بين وسائل الإعلام و بين المجتمع؛ ففي العصر الحديث أصبحت المجتمعات الإنسانية لا تستطيع الاستغناء عن وسائل الإعلام المختلفة، خاصةً وهي بهذا الحجم و بهذا التطور، حتّى أصبح من الصّعب معرفة « أيُّهما السبب و أيُّهما الأثر، بمعنى هل المجتمع الحديث يؤدي إلى وجود وسائل الإعلام الحديثة أم العكس؟ وهذه النقطة الجدلية ليست مهمّة، و إنّما المهمُّ هو أن نفهم كيف يخدم كلُّ منهما الآخر؟ و ما هي الوظائف التي يقدمها كلاهما للآخر؟ »².

ونجد الآراء تتعدّد و تختلف حول مفهوم و ماهية الوظائف المجتمعية، حيث يرى هارولد لاسويل (Harold Lasswell) بأنَّ هناك ثلاثة وظائف حدّدها انطلاقاً من اعتقاده لوجودها في جميع المجتمعات و هي:

1- وظيفة مراقبة البيئة :

ونقصد بالبيئة المحيط الدّاخلي و الخارجيّ الخاص بأيّ مجتمع، حيث تتمُّ وظيفة المراقبة في هذين المستويين « بكشف ما يهدّد قيم الجماعة و يؤثّر عليها، و على العناصر المكوّنة لها »³، بالإضافة إلى « تجميع المعلومات و توزيعها سواءً أكان داخل المجتمع أم خارجه، حتّى يتمكّن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيّرة، و تستخدم مراقبة البيئة كتحذيرٍ مبكّر للنظام لتوفير المعرفة اللاّزمة لاتّخاذ القرارات، و يعتبر المراسل الخارجيّ التابع لوسيلة الإعلام مراقباً مهمّاً لما

¹- حسن عماد مكّاوي، ليلي حسين السيّد، الاتّصال و نظرياته المعاصرة، المرجع السّابق، ص: 16.

²- المرجع نفسه، ص: 70.

³- صالح خليل أبو أصبع، الاتّصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 104.

الفصل الرابع ===== أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
يقوم به الدبلوماسيون و الخبراء بشأن البيئة الخارجية، في حين يعمل المندوب وقائد الرأي على مراقبة البيئة الداخلية ¹ .

كما يُسمَّى صالح خليل أبو أصعب هذه الوظيفة باسم وظيفة الرقابة أو « الرقيب العمومي »، و هي في رأيه « تمثل أحد الدروع الأساسية لحماية المجتمع و صيانتها من الفساد، والمخالفات، و إساءة استخدام السلطة؛ و لذا فقد أطلق على الصحافة اسم السلطة الرابعة ² .
وتكمن أهمية هذه الوظيفة في المساهمة الفعالة التي يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بها إلى جانب المؤسسات الحكومية، والتي تتمثل في التّحسيس بأهمية نشر الوعي بين أفراد المجتمع، وغرس روح المسؤولية بين الجماهير، ذلك أن « وظيفة الرقابة والإشراف على البيئة التي - يتم فيها الاتّصال - هي من الوظائف التي يجب أن تسعى الحكومات لإيجادها؛ لأنها تمثل عوناً لها في كشف أشكال الفساد التي يمكن أن تحدث، وبهذا تلعب وسائل الإعلام دوراً مسانداً للحكومة في تأدية دورها على أكمل وجه، كما تلعب دوراً أساسياً للدفاع عن مصالح الناس ³ .

2- وظيفة ترابط المجتمع في الاستجابة للبيئة:

تتجلى هذه الوظيفة من خلال المساهمة الفعالة لوسائل الإعلام في تحقيق « ترابط بنية المجتمع وتماسكه، حيث يقوم الاتّصال بمسؤولية الرّبط بين الحاكم والمحكوم، و بين الجماعات المختلفة في المجتمع بما يتلاءم مع مصالحها المشتركة ⁴ ، ممّا ينتج عنها حدوث التّلاحم بين فئات المجتمع المختلفة و ظهور ردود أفعال من طرف هذه الفئات تجاه البيئة المحيطة ممّا يؤدي إلى تطوّر الرّأي العام و الذي بدونه لن تستطيع الحكومة أن تقوم بدورها؛ فلا بدّ أن يوجد نوع من التّرابط بين أجزاء المجتمع حول القضايا الأساسية.

كما يتمّ توحيد الرّأي العام في المجتمعات الديمقراطيّة من خلال تسليط الضّوء على القضايا التي تهتمّ المجتمع، و يرى « لاسويل » (Lasswell) أن خير من يقوم بهذه الوظيفة هم الحرّرون و الصحفيون، و المتحدّثون في وسائل الإعلام ⁵ .

أمّا « ماكويل » (Mcwell) ؛ فيرى بأنّ تحقيق التماسك الاجتماعي يكون من خلال « الشّرح، و التّفسير، و التّعليق على الأفكار، و الأحداث، و المعلومات، ثمّ تدعيم الضّبط

¹ - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيّد، الاتّصال و نظرياته المعاصرة، ص: 71.

² - صالح خليل أبو أصعب، الاتّصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 107.

³ - المرجع نفسه، ص: 107.

⁴ - المرجع نفسه، ص ص: 104، 105.

⁵ - ينظر: حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيّد، الاتّصال و نظرياته المعاصرة، ص: 71.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
الاجتماعي و المعايير الخاصة به، وكذلك التَّنشئة الاجتماعية، ودعم الإجماع حول القضايا
والمواقف المختلفة «¹، إذن نستطيع القول بأن جوهر هذه الوظيفة يتمثل في لعب دور الوسيط
بين القاعدة الاجتماعية المشتركة و السُّلطة.

3- وظيفة نقل التُّراث الاجتماعي عبر الأجيال :

تنتقل العادات والتقاليد و تُورث عبر الأجيال عن طريق ممارستها لها بشكل متكرر، ممَّا
يجعل هذه الممارسة هي التي تُعطي لهذه العادات و التقاليد بُعدها الحضاري والثقافي معاً، الأمر
الذي يمنح للتُّراث الاجتماعي قيمةً و سلطةً نافذة، يصبح من خلالها مقوماً أساسياً و معلماً بارزاً
من معالم الهوية المشتركة، سواء داخل الوطن الواحد أو على المستوى القومي، و من بين الوسائل
التي يُستعان بها للحفاظ على هذا الموروث الحضاري و الثقافي هو وجود وسائل الإعلام المختلفة،
التي تؤدي وظيفة: « نقل القيم و العادات و التقاليد، و نقل اللُّغة إلى أفراد المجتمع »².

4- وظيفة التَّخدير:

إنَّ التَّعرُّض المستمر لوسائل الإعلام يسبب نوعاً من الإدمان عليها؛ إذ يصبح المتلقِّي غير
قادر عن الاستغناء عنها؛ فيزداد تأثيرها عليه أكثر فأكثر إلى أن تصبح المضامين التي تروِّج لها هذه
الوسائل قادرةً على تغيير أيديولوجيته وسلوكه ونظام معتقداته دون أن يبدي مقابل ذلك أية
مقاومة، كما أنَّ عالماً الاتِّصال « بول لازرسفيلد » (Paul Lazarsfeld) و « روبرت
ميرتون » (Robert Mirton)، و من قبلهما « لاسويل » (Lasswell) قد أدركوا أنَّ
وسائل الإعلام « يمكن أن تسبب خللاً وظيفياً، أي تحدث آثاراً غير مرغوب فيها للمجتمع،
ولكنَّهما أكَّدا على نوعٍ مختلفٍ من الخلل الوظيفي و هو ما أسموه « التَّخدير »، و يحدث ذلك
من خلال زيادة مستوى المعلومات للجمهور؛ حيث يتسبب طوفان المعلومات لأعداد كبيرة من
النَّاس إلى جرعات من المعلومات التي تُحوّل معرفة النَّاس إلى معرفة سلبية، و يؤدي ذلك إلى
الحيلولة دون أن تصبح نشاطات البشر ذات مشاركة فعَّالة نشيطة، و بالتَّالي توجد اللامبالاة
"Apathy" لأنَّ وسائل الإعلام تغمر النَّاس بالمعلومات بدلاً من أن توفِّق الجمهور (وهو
المقصود)؛ فإنَّها تؤدي في النَّهاية إلى تخدير الجمهور »³.

¹- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيّد، الاتِّصال و نظرياته المعاصرة، المرجع السَّابق، ص: 74.

²- صالح خليل أبو أصبع، الاتِّصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص: 105.

³- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيّد، الاتِّصال و نظرياته المعاصرة، ص: 73.

5- دور وسائل الإعلام في خدمة النِّظام السِّيَاسِي :

يأتي هذا الدَّور انطلاقاً من العلاقة الموجودة بين الإعلام و السِّيَاسة، حيث تقوم وسائل الإعلام بتأدية وظائف مختلفة من خلال تمرير الرِّسائل السِّيَاسِيَّة، ذلك أنَّ هذه الأخيرة لا يمكنها الوصول إلى تحقيق أغراضها المختلفة من دون وجود الوسائل، ويمكن أن نذكر من بين هذه الوظائف ما يلي:

1- تمرير الخطابات السِّيَاسِيَّة الهادفة إلى التَّأثير على الشُّعوب و السَّيطرة على مواقع الحكم فيها، كالحملات الانتخابية، والخطابات الحزبية والإعلان عن القرارات الحكومية والتَّشريعات... إلخ.

2- جعل وسائل الإعلام المنبر الأنسب لمخاطبة الشُّعوب والحكومات الأخرى ومحاورتها « و لعلَّ حرب الخليج الثَّانية (1990) بين العراق و الكويت تعبّر عن ذلك بوضوح، حيث تمَّ تبادل الرِّسائل السِّيَاسِيَّة بين الرِّئيس الأمريكي جورج بوش و الرِّئيس العراقي صدام حسين عبر وسائل الإعلام الدَّولية »¹.

3- المحافظة على التماسك الاجتماعي و ذلك بإبراز وسائل الإعلام للأُمور الَّتِي يشترك فيها جميع أفراد المجتمع و التَّركيز عليها بهدف تقليل الصِّدام و الصِّراع داخله خاصَّةً أثناء الأزمات الحادَّة و الحروب؛ إذ تقوم بتوحيد الأفكار و جعل الجميع تابع للحكومة وعليه يتشكَّل ما يُسمَّى بالرَّأي العام².

4- إبراز الهويَّة المشتركة للمجتمع، ذلك أنَّ اكتشاف قيم ومعتقدات مجتمع ما يكون عن طريق دراسة أنواع التَّرفيه الشَّعبية السَّائدة فيه، حيث أنَّ كوميديا المواقف الشَّعبية، والمسلسلات، والقصص، والأغاني، وأفلام السِّينما، أصبحت تعبّر عن الوعي الشَّعبي لأنَّها تعكس هذه القيم و المعتقدات الخاصَّة بالمجتمع³.

5- خدمة النِّظام الاقتصادي عن طريق تأديتها لوظيفة التَّرويج، و الَّتِي تعتبر من أهمِّ الوظائف الَّتِي تؤدِّيها وسائل الإعلام، حيث يمكنها أن تسخَّر مختلف إنتاجها الإعلامي لترسيخ

¹- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيّد، المرجع السَّابق، ص : 76.

²- ينظر: المرجع نفسه، ص: 77.

³- ينظر: المرجع نفسه، ص: 78.

الفصل الرابع ===== أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
الأوضاع الاقتصادية القائمة سواء عن طريق الإعلانات أو الإشهار، أو من خلال عروض الدراما،
و المواقف الكوميديّة، و البرامج الوثائقية و الإخبارية و الحكايات و المنوعات ¹.

ب- وظائف وسائل الإعلام للفرد:

يمكن أن نلخص أهمّ الوظائف التي تؤدّيها وسائل الإعلام بالنسبة للفرد فيما يلي:

1- توجيه سلوك الفرد سياسياً و ثقافياً و اجتماعياً و اقتصادياً... إلخ؛ فهي توجيه سلوكه السياسي مثلاً عن طريق إرشاده إلى ممارسة عمليّة التصويت الانتخابي، التي تزيد أو تقلل من احتمالات فوز أيّ مترشّح سياسي ².

وتوجيه سلوكه الاقتصادي عن طريق توجيه رغباته الشرائية، حيث يتعرّف على من؟ يبيع ماذا؟ و أين؟ و حدود الأسعار للسلع و الخدمات ³؛ بالإضافة إلى ذلك فإنّ وسائل الإعلام تتيح للفرد إجراء عمليّة المفاضلة بين السلع، و المنتجات المعروضة للبيع، و ذلك عن طريق توفيرها للإعلانات و الإشهار الخاصّة بذلك.

كما أنّ « المعلومات التي نحصل عليها من وسائل الإعلام توجيه سلوكنا في العديد من الأمور العامّة، نشاهد كيف يتصرّف الناس في المواقف المختلفة: المنزل - المدرسة - التعليم - أماكن العمل - أماكن الترفيه؛ فمن خلال ما نتعرّض إليه في وسائل الإعلام يتكوّن لدينا مخزون من البناء المعلوماتي الذي نستعين به عند مواجهة مواقف مشابهة » ⁴.

2- تطوير مفاهيمنا عن الذات و ذلك يجعل الأفراد يستكشفون الواقع الذي يعيشون فيه؛ فعن طريق وسائل الإعلام يتمكّن الفرد من قراءة أو مشاهدة أو الاستماع لمواقف مختلفة من حياة الناس سواء كانت حقيقية أو خيالية ⁵، ممّا يجعله يكتسب خبرة جديدة في كلّ مرّة انطلاقاً من تجارب لم يمارسها في الواقع.

3- تحقيق وسائل الإعلام للتحرّر العاطفي لدى الأفراد، وهو ما يُسمّى بالخبرة العاطفية و « إطلاق العنان للانفعالات؛ فما نبحت عنه في كلّ هذه الحالات هو التغيّر " Change "، و السعادة " Pleasure "؛ فحين نستخدم وسائل الإعلام عادةً ما نلمس

¹ - ينظر: حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيّد، المرجع السابق،، ص: 78.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 81.

³ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 81.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 81.

⁵ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 82.

الفصل الرَّابِعُ ===== أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

التَّغيير، وحين لا نجد شيء¹ يمتعنا في المحتوى نحاول أن نستمتع بالوسيلة نفسها، و في كثيرٍ من الحالات ترتبط متعة المحتوى بمتعة الوسيلة نفسها².

وأحياناً تكون وسائل الإعلام أداةً فعَّالةً لامتناس غضب الجماهير، حيث تساعد على استخراج وإطلاق المكبوتات لدى الأفراد الغاضبين. وهو ما يحدث على سبيل المثال عند تنظيم المسيرات الكبرى و المظاهرات الشَّعبية السَّلمية؛ فعرض وسائل الإعلام لها و للشَّعارات والمطالب المرفوعة فيها، ونقلها للمشاكل التي يعبر عنها مختلف الأطراف في المجتمع الواحد تساهم في تخفيف الاحتقان الحاصل؛ فالقراءة التي تقوم بها عند تغطيتها لمثل هذه الأحداث تساهم بقدرٍ كبيرٍ في امتصاص الانفعالات التي بإمكانها إحداث انفجار داخل المجتمع، ممَّا يبعث نوعاً من الارتياح بعد هالة من الغضب العام.

لقد اكتسبت وسائل الإعلام هذه الأهمية الكبيرة انطلاقاً من الأدوار التي تقوم بها داخل المجتمعات أو خارجها - سواءً كانت إيجابية أم سلبية - حيث تركت « بصماتها على كلِّ ما يحيط بها من أفراد و شعوب، و بقدر ما قرَّبت بين الشُّعوب مكَّنت بعضها من السَّيطرة على البعض الآخر، وفي نفس الوقت سهَّلت عمليات التَّبادل و التَّأثير بين هذه الشُّعوب »³، حيث انعكس هذا التَّأثير على سلوك الأفراد و طرق تفكيرهم، و لم تسلم من ذلك بالطَّبع لغاتهم و آدابهم⁴ ولا شكَّ في أنَّ هذا التَّأثير قد طال اللُّغة العربية خاصَّةً في مجال الإعلام باعتباره انعكاساً للواقع الاجتماعي و لكنَّه تآثر يتراوح بين السَّلب و الإيجاب يمكن تحديده حسب درجات التَّبادل ونوعيته و حجمه.

ولا يتوقَّف الأمر عند هذا الحد؛ بل إنَّ التَّكنولوجيا التي وصلت إليها وسائل الإعلام مكَّنت العمل الإعلامي من الوصول إلى مخاطبة أغلب حواس الإنسان في وقتٍ واحد، الأمر الذي جعله يعتمد - إلى جانب اللُّغة - على وسائل تواصلية سيميائية أخرى مختلفة.

ج - أهداف وسائل الإعلام:

قد رأينا في بداية الفصل الثَّاني⁵، بأنَّ "هارولد لاسويل" (Harold Lasswell) قد حلَّص عمليَّة الاتِّصال في عبارته المشهورة : من يقول؟ ماذا؟ لمن؟ و بآية وسيلة؟ و بأيِّ تآثير؟

¹ - الصَّحيح: " و حين لا نجد شيئاً يمتعنا "، لعلَّه خطأ مطبعي.

² - المرجع نفسه، ص: 84.

³ - أحمد حمدي، « لغة الأدب و لغة الإعلام »، المجلَّة الجزائرية للاتِّصال، العدد: 6 و 7، ص: 169.

⁴ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 169.

⁵ - ينظر: الفصل الثَّاني، ص: 80.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

حيث أكد على عنصر التأثير في عملية الاتصال، و كانت دراسات لاسويل (Lasswell) متصلة بتأثير الدعاية على الرأي العام، كما ارتبطت بتحليل المضمون لوسائل الإعلام، و لكن "ريموند نيكسون" (Raymond Nixon) عدل عبارة "لاسويل" و أضاف شيئاً جديداً يتصل بالموقف العام للاتصال، وهو الهدف من العملية الاتصالية؛ فأصبحت العبارة على النحو التالي: من يقول؟ ماذا؟ لمن؟ و ما هو تأثير ما يقال؟ وفي أية ظروف؟ و لأي هدف؟ و من ذلك الحين تبلورت أهداف و وسائل الإعلام التي خلاصتها التأثير الفعلي في سلوك الفرد و الجماعة¹.

إذن السؤال الذي يطرح هنا هو كيف يمكن لوسائل الإعلام من أن تحقق هذا التأثير في سلوك الأفراد و الجماعات؟ و أين يكمن هذا التأثير عند الأفراد المستهلكين لمختلف المواد الإعلامية؟.

إن استهلاك المواد الإعلامية نابع من حاجة الفرد إلى معرفة الجديد من الأخبار والمعلومات والحقائق، و من رغبته في اكتشاف العوالم التي لا يستطيع بلوغها أو الوصول إليها بشكل مباشر؛ وعليه فهو يتابع هذه المستجدات و الوقائع و هو مستحضر لوعيه، وهنا يأتي دور وسائل الإعلام للتأثير في وعيه بخلق صور نمطية و زرع قيم جديدة.

والصور النمطية هي « تلك الصور التي تنطبع في الأذهان عن أشخاص أو شعوب حاملة معها سمات موضوعية في قالب ذهني يحد من التفكير في تصور هؤلاء الأشخاص أو الشعب بصورة مخالفة للصورة المنطبعة في الذهن، و تقوم وسائل الإعلام بدور مهم في صنع هذه الصور النمطية من خلال عرض صورة لشخصية ما كالمعلم، الشيخ، الشرطي، الفنان، العامل، الفلاح إلخ، وهذه الصور تحمل سمات يتم تكرارها في وسائل الاتصال المختلفة مما يؤدي إلى رسوخ هذه السمات عن تلك الشخصيات، وكذلك يتم صنع الصور النمطية عن الشعوب، مثل الصورة التي رسمها الإعلام الغربي عن الفلسطينيين كإرهابيين² ».

وكمثال على ذلك يمكننا إلقاء نظرة فاحصة على الدور الذي لعبته وسائل الإعلام الجماهيري في خلق صورة نمطية عن المدرس والإساءة إليه في السينما و المسرح و التلفزيون يمكن أن تشرح لنا جانباً من هذه المسألة على سبيل المثال مسرحية « مدرسة المشاغبين » والتي

¹ ينظر: صالح ذياب هندي، أثر وسائل الإعلام على الطفل، ص: 22.

² صالح خليل أبو أصبع، تحديات الإعلام العربي: المصادقية، الحرية، التنمية، و الهيمنة الثقافية (دراسات في الإعلام)،

الفصل الرَّابِعُ أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

نقلتها تلفزيونات الوطن العربي، و تمَّ استنساخ أشرطة فيديو عنها، وأصبحت في متناول الجمهور و شاهدها ملايين الأطفال العرب؛ فقد أثَّرت تأثيراً سلبياً في نظرة الجمهور إلى المعلم¹.

ويعطي لنا هذا النموذج، من بين ملايين النماذج التي نشاهدها و نسمعها و نقرؤها يومياً، دليلاً واضحاً على الخطورة التي يمكن أن تشكلها وسائل الإعلام خاصَّة في المجتمعات غير المتحضَّرة، حيث أنَّ « التَّعرُّض المستمرَّ لتحريف الواقع الذي تقدِّمه وسائل الإعلام عبر الكلمة والصُّورة سيؤدِّي إلى أن ينمو النَّاس مع قيم و اتِّجاهات ومعتقدات مزيفة غير واقعية، ويقوم العامل الاقتصادي - المعلن كمصدر دخلٍ و عامل السَّيطرة - السَّياسية في التحكُّم بالوسائل الإعلامية، ورسائلها المزيفة من أجل تحقيق منافع أولئك المتحكِّمين بوسائل الإعلام اقتصادياً وسياسياً »².

إنَّ التَّعرُّض المستمر لوسائل الإعلام داخل المجتمعات المختلفة يمكنه أن يُخلِّف آثاراً إيجابية و سلبية على تفكير أفرادها و على سلوكهم؛ وبالتالي فإنَّ إخضاع هذه الوسائل للدراسة أضحي ضرورةً ملحةً داخل كلِّ مجتمع؛ إذ يجب أن تنطلق من مبدأ التَّفريق بين الإيجابيات التي تنجم عنها أو تحقِّقها، و بين ما تعكسه هذه الوسائل من آثارٍ سلبية يمكنها أن تشكل خطورةً كبيرةً على المقوِّمات الخاصَّة لهذه المجتمعات.

ويمكننا القول إذن بأنَّ « دراسة وسائل الإعلام تمُّ في الوقت نفسه:

- اللسانيات، التي تحلِّل خصوصية مختلف أنواع الرسائل؛
- علم النَّفس الاجتماعي، الذي يفحص: - الآثار التي تخلِّفها هذه الأنواع من الرسائل على تصرُّف الفرد و الجماعة (التَّغييرات في الرأْي، إلخ) ، دور التَّعليقات في تفكيك الرُّموز (الإعلان، الإشهار، إلخ)؛

- علم الاجتماع، الذي يصف وظيفتها، سيرها، و تفاعلها داخل المجتمع؛
- تعليمية اللُّغات، التي تتساءل بخصوص: - التَّفاعل الحاصل بين الإعلام المدرسي (التَّعليم) و الإعلام المُجاوز للمدرسة (وسط اجتماعي عائلي، وسائل الإعلام)،
- إمكانيات استعمال وسائل الإعلام كوسائل تعليم جماهيرية (دروس مُتلفزة في اللُّغة باتِّجاه

¹- ينظر: صالح خليل أبو أصبع، المرجع السَّابق، ص: 71.

²- المرجع نفسه، ص: 71.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
آلاف التلاميذ) أو كـمـمـولـين لمواد لسانية تختلف عن المواد اللسانية المستعملة عادةً: نصوص الإعلان، نشرة ناطقة، إلخ «¹.

ويمكن التمثيل للإستراتيجية الإقناعية² بنصّ من الملحق الخاص بمشروع الميثاق من أجل السلم والمصالحة الوطنية، والذي يتضمّن استدعاء هيئة النّاحيين الجزائريين للاستفتاء المتعلق بالمصالحة الوطنية بتاريخ: 2005/09/29، حيث سنتناول مقتطفات منه فيما يلي:
« تاريخ الجزائر سلسلة من النّضالات المتعاقبة التي خاضها شعبها ذوداً عن حرّيته وكرامته. والرّصيد هذا، المتكوّن على مرّ الحقب والعصور جعل من الجزائر أرضاً تُرعى فيها قيم التسامح والسّلام والحوار والحضارة.

وإذا استمدّ الشعب الجزائري قوّته من وحدته واعتصم بما يؤمن به من القيم الرّوحية والأخلاقية العريقة، استطاع التغلّب على أشدّ الحنّ قساوة وإضافة الجديد من الصّفحات المشرقة إلى تاريخه الحافل بالأعجاز. لما كان الشعب الجزائري يأبى الضيّم والاستعباد؛ فإنّه عرف كيف يعتصم بحبل الصّبر والجلد، ويستمرّ في التصدّي والمقاومة رغم ما يتعرّض له من أشنع المحاولات لتجريدته من ثقافته وإبادته طيلة قرنٍ ونيّفٍ من الاحتلال الاستيطاني. ثمّ جاءت ثورة أوّل نوفمبر 1954 الجيدة، كالفلق الذي ينبج في اللّيلة الظّلماء، لتبلور تطلّعات الشعب الجزائري وتير درب كفاحه من أجل انتزاع حرّيته واستقلاله (...). وطيلة أكثر من عقد من الزّمن حصل الانحراف بمسار الجزائر عن جادّته الصّحيحة بفعل اعتداء إجرامي لا سابق له استهدف من بين ما استهدفه من أغراض آثمة مقيّنة محو المكاسب التي غنمها الشعب مقابل تضحياتٍ جسام؛ بل وأدهى من ذلك تفويض أركان الدّولة الوطنية ذاتها (...). والشعب الجزائري مدينٌ بالعرفان، إلى الأبد، لأرواح أولئك الذين استشهدوا من أجل بقاء الجمهورية الجزائرية الديمقراطيّة الشّعبية. إنّه سيظلّ إلى جانب أسر شهداء الواجب الوطني، وأسر ضحايا الإرهاب، وذلك لأنّ تضحياتهم نابعة من قيم المجتمع الجزائري. والدّولة لن تدّخر جهداً معنوياً أو مادياً كي يستمرّ اعتبارها وتقديرها ودعمها لتلك الأسر وذوي الحقوق لقاء التّضحيات المبذولة (...). في الفتنة هذه تمّ تسخير الدّين الخفيف وعدد من الجزائريين لأغراض منافية للوطنية. فالإسلام من حيث هو مكوّن من المكوّنات الأساسيّة للهويّة الوطنية، كان على مرّ

¹- R. Galisson et D. Coste et autres, Dictionnaire de didactique des langues, pp : 330, 331.

²- وقد اخترنا أن نمثّل لهذه الإستراتيجية بالذات لأنّها تعتبر أهمّ الإستراتيجيات الخطابية المعتمدة في مجال الإعلام.

الفصل الرَّابِعُ ===== أهُمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
التَّاريخ، خلافاً لما يدَّعيه هؤلاء الدَّجالون، العروة الوثقى التي تشدُّ الشَّمْل والمصدر الذي يشعُّ
منه النُّور والسَّلْم والحرِّيَّة والتَّسامح.

إنَّ هذا الإرهاب الهمجي الذي ابتلى الشَّعب الجزائري، وأصابه في مقاتله طيلة عقدٍ من
الزَّمَن يتنافى مع قيم الإسلام الحقِّ ومُثل السَّلْم والتَّسامح والتَّضامن الإسلاميَّة (...). ولقد تيقَّن
الجزائريون والجزائريات كلَّ اليقين من أنَّه، من دون عودة السَّلْم والأمن، لن يثمر أيُّ مسعى
من مساعي التَّنمية السِّياسية والاقتصاديَّة والاجتماعية بالثَّمار التي يتوخونها منه؛ وإذ أنَّهم طالما
افتقدوا هذا السَّلْم وهذا الأمن؛ فإنَّهم يُقدِّرون بكلِّ وعيٍ ما لهما من أهمِّية ليس بالنَّسبة لكلِّ
واحدٍ منهم فحسب؛ بل وبالنَّسبة للأُمَّة جمعاء. وحتى يتسنى نهائياً تعزيز السَّلْم والأمن، لا
مناص من أن نخوض، اليوم، مسعى جديداً قصد تحقيق المصالحة الوطنية لأنَّه لا سبيل إلى
اندمال الجروح التي خلَّفتها المأساة الوطنية من دون المصالحة الوطنية. إنَّ المصالحة الوطنية غاية
ينشدها الشَّعب الجزائري حقاً وصدقاً، ذلك أنَّها مطلب غير قابلٍ للتَّأجيل نظراً لما تواجهه
الجزائر من تحدِّيات التَّنمية العديدة. إنَّ الشَّعب الجزائري يعلم علم اليقين أنَّ المصالحة الوطنية
تعدُّ بكلِّ خير، وأنَّها كفيلة بتعزيز ما في يد الجزائر الديمقراطيَّة والجمهورية من مكاسب بما
يخدم جميع مواطنيها (...). بسياسة إفاضة السَّلْم والمصالحة ستُستكمل الجهود المبذولة من قبل
جميع مكوَّونات الشَّعب الجزائري من أجل بقاء الجزائر. وهاهو ذا الشَّعب مدعوُّ اليوم إلى
الإدلاء بكلمته حول بنود هذا الميثاق من أجل السَّلْم والمصالحة الوطنية (...). إنَّ الشَّعب
الجزائري يصادق على هذا الميثاق من أجل السَّلْم والمصالحة الوطنية، ويفوض لرئيس
الجمهورية اتِّخاذ جميع الإجراءات قصد تجسيد ما جاء في بنوده»¹.

ونحاول أن نحلُّ هذا النَّص² من منظور نظرية التَّلْفُظ، ونظرية أفعال الكلام، وقد وقع
اختيارنا عليه كنموذج للتَّحليل لجملةٍ من الأسباب نوجزها فيما يلي:

¹ - مشروع الميثاق من أجل السَّلْم و المصالحة الوطنية، مرسوم رئاسي رقم 05-278 مؤرَّخ في 09 رجب عام 1426
الموافق لـ 14 غشت سنة 2005، يتضمَّن استدعاء هيئة الناخبين للاستفتاء المتعلِّق بالمصالحة الوطنية يوم الخميس 29
سبتمبر سنة 2005، ص: ص: 04، 05، 06، 07، 08، 09، (مخطوط).

² - إنَّ الخطاب يرادف الملفوظ *Énoncé* أو ملفوظاً أكبر من الجملة، أي مجموعة من الجمل، تصوُّرات تقترب كثيراً من
مفهوم النَّص إن لم تكن مرادفةً له. ويصبح الخطاب ضمن الممارسة اللغوية وسيلةً للمعرفة، وبالتالي يتحوَّل إلى نص *Texte*،
إنَّ كثيراً من اللُّغات لا تفرِّق بين النَّص والخطاب؛ فعند " هلمسليف " النَّص هو كل مادة لغوية قابلة للدرِّس، ويشكِّل مع مفهوم
الخطاب فرضية قابلة للتَّحليل والدراسة: ينظر: ذهيبية حمو الحاج، لسانيات التَّلْفُظ وتداولية الخطاب، ص: 140.

- 1- لأنه خطابٌ إقناعيٌ نجح المرسل من خلاله في التوفيق بين فئتين من المجتمع الجزائري من الصعب الجمع بينهما نظراً للأحداث الخطيرة التي مرت بها الجزائر خلال عقدٍ كاملٍ من الزمن.
 - 2- لأن نجاح المرسل في تحقيق هدف الخطاب ناتجٌ عن تمتعه بكفاءة لغويةٍ و تداولية متميزة - نظراً لخبرته وحنكته السياسية- والتي تظهر بوضوحٍ من خلال توفقه في اختيار المصطلحات المناسبة للظروف المقامية التي أنتج فيها الخطاب، وتوظيفها فيه التوظيف الصحيح.
- وللوقوف على دراسة المصطلحات الموظفة في الخطاب الإعلامي السياسي عن طريق التحليل اللساني وفق منظور عملية التلغظ، يجب الوقوف أولاً على:

« 1- عملية الاستعلام: **Repérage**، والتعرُّف على عناصر مهمة مثل المتكلم، الطريقة التي يسجّل بها حضوره في خطابه (الضمائر)، التعرُّف على السياق (الزمن والمكان)، والهدف من الحديث، والمخاطب المستفيد من الخطاب؛ فالإنسان يتحدث لشخصٍ معيّنٍ سواء كان حقيقياً أو خيالياً، وعن طريق خطاب منطوق أو مكتوب.

2- التعرُّف على نوع التلغظ: صريح أو ضامن في الخطاب «¹.

هذا بالنسبة إلى تحليل ملفوظٍ ما حسب نظرية التلغظ، أمّا عن تحليل الخطاب السياسي وفق منظور لسانيات التلغظ؛ فإن ذلك يستدعي الوقوف على:

« - البصمات التي يتركها المخاطب في خطابه (التأثير أيديولوجياً، سياسياً،...).

- تحديد المتلقي (المخاطب) (بدونه يفقد الخطاب مصداقيته).

- الهدف من الخطاب (دراسة العنصر المرجعي المتحدّد من خلال ما يرمي إليه المخاطب).

- موقف المتكلم إزاء خطابه (التماسك/ المسافة التلغظية **Adhésion / Distance**).

- الوقوف عند مفهوم (الحقيقي والخيالي) للأفكار الضمنية المفترضة (**Implicites et**

Présupposées)، بحيث يسمح لنا تحديد مواقعها تعيين المواقف السياسية والإيديولوجية والاجتماعية... للمخاطب، والمكانة التي يجعلها للمخاطب في خطابه «².

ويمكن الكشف عن هذه العناصر من خلال تحليل هذا الخطاب فيما يلي:

1- المرسل (المخاطب): السيد رئيس الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

وهو بالإضافة إلى كونه رئيساً للجمهورية؛ فهو شخصية بارزة ومؤثرة في أوساط الشعب الجزائري، ورجلٌ يتمتع بحنكة سياسية وخبرة متميزة في العمل الدبلوماسي، كما أنّه يُعتبر من كبار

¹ - ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلغظ وتداولية الخطاب، ص: 143.

² - المرجع نفسه، ص: 144.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
المجاهدين في صفوف جيش التحرير الوطني، حيث انخرط في العمل الثوري ضد الاستعمار الفرنسي وهو في سن مبكرة.

وبالإضافة إلى ذلك؛ فهو صاحب مشروع الميثاق من أجل السلم والمصالحة الوطنية، والذي مهد له بمشروع الوثام المدني مباشرة بعد اعتقاله هزم السلطة في الجزائر.

2- المرسل إليه: الشعب الجزائري بجميع أطيافه السياسية والاجتماعية، والمرسل إليه هنا ينقسم إلى ثلاثة فئات:

أ- الفئة المتضررة خلال الفترة التي عانت فيها الجزائر المشكلة الأمنية، وقد أطلق على هذه الفئة مصطلح: " ضحايا الإرهاب"، حيث تم تداول هذا المصطلح في وسائل الإعلام لمدة طويلة، ثم استبدله السيد رئيس الجمهورية بمصطلح: " ضحايا المأساة الوطنية"، تمهيداً لتجسيد مشروع المصالحة الوطنية.

ب- الفئة التي سميت بالضالة: وتنقسم بدورها إلى فئتين:

1- الفئة الضالة أو (المغرر بها)، والتي لم تستجب لنداء الوثام المدني، والمصالحة الوطنية.
2- الفئة التي سميت بالتائبة: والتي عادت إلى أحضان المجتمع، وتحاول الاندماج فيه من جديد.

3- الفئة الثالثة: وتتمثل في بقية الشعب الجزائري، بصفته معرضاً لدفع المزيد من الضحايا، إذا لم يوافق على هذا المشروع.

3- المرسله: نص المشروع الخاص بميثاق السلم والمصالحة الوطنية.

4- الحدث: موعد انتخابي يستفتى فيه الشعب الجزائري حول مشروع هذا الميثاق، سواء بالقبول أو الرفض.

5- الظروف المقامية المحيطة بإنتاج النص: المشكلة الأمنية الخطيرة التي عانت منها الجزائر طيلة عقد من الزمن.

6- الغرض: موافقة الشعب الجزائري بالإجماع على مشروع الميثاق من أجل السلم والمصالحة الوطنية.

7- الهدف: القضاء على جذور الفتنة بين أفراد الشعب الجزائري، واستتباب الأمن للخروج بالبلاد من أزمتها الأمنية والاقتصادية، والاجتماعية نهائياً.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

إنّ خطاب المرسل هو خطابٌ مباشرٌ، يحاول من خلاله أن يصف ما هو موجودٌ في الواقع من مشاكل، ومحاولته تقديم الحلول الأكثر نجاعةً في -نظره- لحلّ الأزمة المستفحلة؛ فواقع الأحداث يجتّم على المرسل استخدام الإستراتيجية المباشرة، ويتوقّف ذلك - في الخطاب السياسي على وجه الخصوص - « على مدى قوّة المُخاطب على إيصال رسالته، شخصيّته، مستواه الثقافي والتعليمي...، التأثير على المتلقّي دون المساس بحقه، التصريح في مواقع، والتلميح في مواقع أخرى، الاستعانة بمجموعة الافتراضات المسبقة التي من الضروري أن يتقاسمها كلٌّ من المُخاطب والمتلقّي، الذي يلجأ إلى التّأويل وتفسير أقوال مُخاطبه وفق ما يمتلكه من قدرات على فهم الصّيغ اللغوية، وكشف المآل الحقيقي لكلّ أساليب المُخاطب من إلحاح، إثبات، توكيد... »¹.

وتحتلّ اللغة في الخطاب الإقناعي الصّدارة نظراً لكونها تشكّل مركز القوّة والفاعليّة بالنسبة إلى المرسل؛ فهي أفضل وسيلة حجاجية على الإطلاق، وذلك في ماهيتها الحقيقيّة - أي الاستعمال - أين تتحدّد هويّة كلٍّ من المرسل والمتلقّي، إلى جانب حال الحديث ضمن ظاهرة الاستمراريّة **Continuité**، والتّفاعليّة **Interaction**².

8- المسافة³: La distance

يمكن أن نرصد المسافة في النّص من خلال رصد علاقة المرسل بالمتلقّي، وبما أنّ المتلقّي ينقسم إلى عدّة أطراف؛ فإنّنا نلاحظ أنّ المسافة تتراوح بين درجة الصّفّر و إلى غاية أقصى درجة. إنّ المرسل يتحدّث عن الشعب الجزائري (المتلقّي) منذ بداية الخطاب إلى نهايته، بحيث أنّه جعله محور كلامه، وعليه، نجد أنّ المسافة تنعدم بينه وبين المتلقّي إلى درجة الصّفّر عندما يكون المُخاطب هو الشعب الجزائري " المجاهد والمسلم"، وهنا تنعدم المسافة لأنّ كلاً منهما مسلم، وكلاهما شارك في الثّورة التحريرية أو احتضنها، ونلمح ذلك في قوله: « .. وإذا استمدّ الشعب الجزائري قوّته من وحدته، واعتصم بما يؤمن به من القيم الرّوحية والأخلاقية العريقة، استطاع التغلّب على أشدّ المحن قساوةً، وإضافة الجديد من الصّفحات المشرقة إلى تاريخه الحافل بالأمجاد... ».

كما يظهر انعدام المسافة بوضوح عندما يربط المرسل ذاتيّته بذاتيّة المتلقّي (الشعب الجزائري) بالصّمير: " نحن"، الذي يتحدّد محتواه المرجعي من خلال وظيفته داخل السّياق، حيث

¹ - ذهبية حمو الحاج، المرجع السّابق، ص: 131.

² - المرجع نفسه، ص: 130.

³ - ينظر: الفصل الثّاني، ص: 144.

الفصل الرَّابِعُ = أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
 يشير إلى رغبة المرسل في أن يُقاسمه الشَّعب الجزائري نفس الرأْي، ويشاركه نفس التوجُّهات من أجل تحقيق الهدف، وذلك في قوله: « ..وحتَّى يتسنَّى نهائياً تعزيز السَّلم والأمن، لا مناص من أن نخوض اليوم مسعىً جديداً قصد تحقيق المصالحة الوطنية، لأنَّه لا سبيل إلى اندمال الجروح الَّتِي خَلَفَتْهَا المأساة الوطنية من دون المصالحة الوطنية... ».

فيصبح مدلول ¹ الضَّمير نحن = أنا + لا- أنا
 أنا + أنت
 أنا + هو
 أنا + أنت + هو.

وعليه، فالضَّمير "نحن" يعني: أنا المرسل + أنت الشعب الجزائري + هو الفئة التَّائبة.
 إلّا أنَّ المسافة تبدأ في الاتِّساع إلى أن تصل إلى أقصى درجة في النَّص حينما يتحدَّث المرسل عن المسبِّبين للمأساة الوطنية، والَّذين يرفضون العودة إلى أحضان المجتمع، أو من يقف وراءهم ويضللُّ سبيلهم، ونلاحظ ذلك من خلال قوله: « ..إنَّ الإرهاب الهمجي الَّذي ابتلى الشَّعب الجزائري، وأصابه في مقاتله طيلة عقدٍ من الزَّمن يتنافى مع قيم الإسلام الحق، ومثُل السَّلم والتَّسامح والتَّضامن الإسلاميّة... ».

9- الأحكام²: Les modalités

لقد ساهمت علامات الشَّخص داخل النَّص في إبراز موقف المرسل تجاه مُخاطبه، وتجاه خطابه، كما بيَّنت درجة التزامه وعزمه على إقناع المتلقِّي بهدفه؛ فالمرسل استعمل اللُّغة لصالحه، ليُعبِّر عن مشاعره وأحاسيسه ووجهة نظره، وفي هذا دلالة واضحة على إصداره لأحكام قيمية ذاتية، وتعتبر هذه الأحكام من أقوى الوسائل الحجاجية في الخطاب الإقناعي، ذلك أنَّ تضمين الصِّفات الانفعالية في أحكام القيمة يُشكِّل ما يُدعى بالأحكام التَّقديرية- الوجدانية الانفعالية، والَّتِي تختلف عن الوحدات الأخرى بحيث تحمل قوَّة إنشائية يمكن أن تؤثر على الخطاب، إلى جانب ردِّ فعل المتلقِّي³.

¹ - ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلَّفُظ وتداولية الخطاب، ص: 157.

² - ينظر تعريفها في الفصل الثَّاني، ص: 146.

³ - ينظر: ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلَّفُظ وتداولية الخطاب، ص: 163.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
 إنَّ الكشف عن الأحكام في الخطاب يُوَدِّي إلى الكشف عن ذاتية المرسل، هذه الأخيرة التي تُظهر أيديولوجيته، وهي في هذا النَّصَّ أيديولوجية سياسية تتوغَّل في أعماق المشكلة الأمنية التي عانى منها الشَّعب الجزائري، وتظهر في النَّص من خلال ربطه للمتلقِّي (الشَّعب الجزائري) بماضيه، والمتمثَّل في الثَّورة التَّحريرية، وتاريخه الحافل بالبطولات والأمجاد، وبدينه الحنيف – الإسلام – باعتباره ديناً للدَّولة، والذي تدين به الأغلبية السَّاحقة من الشَّعب الجزائري؛ فالمرسل متشرَّب من مبادئ ثورة التَّحرير المجيدة، ومن القيم الإسلامية السَّمحاء، ويظهر ذلك من خلال قوله: « .. تاريخ الجزائر سلسلة من النِّضالات المتعاقبة التي خاضها شعبها ذوداً عن حرَّيته وكرامته (...). لَمَّا كان الشَّعب الجزائري يأبى الضَّيم والاستعباد؛ فإنَّه عرف كيف يعتصم بجبل الصَّبر والجلد، ويستمرُّ في التصدِّي والمقاومة رغم ما تعرَّض له من أشنع المحاولات لتجريدته من ثقافته، وإبادته طيلة قرنٍ ونيّف من الاحتلال الاستيطاني، ثمَّ جاءت ثورة نوفمبر 1954 المجيدة، كالفلق الذي ينبجج في اللَّيلة الظَّلماء، لتبلور تطلُّعات الشَّعب الجزائري، وتير درب كفاحه من أجل انتزاع حرَّيته واستقلاله... ».

وكذلك في قوله: « .. في الفتننة هذه تمَّ تسخير الدِّين الحنيف وعدد من الجزائريين لأغراض منافية للوطنية. فالإسلام من حيث هو مكوَّن من المكوِّنات الأساسية للهوية الوطنية، كان على مرِّ التَّاريخ، خلافاً لما يدَّعيه هؤلاء الدَّجالون، العروة الوثقى التي تشدُّ الشَّمْل والمصدر الذي يشعُّ منه الثَّور والسَّلم والحرِّية والتَّسامح... ».

وعليه، فإنَّ أيديولوجية المرسل معروفة بالنِّسبة إلى المتلقِّي، والعكس، فالمرسل يعرف تماماً إلى من يتحدَّث بالرُّغم من أنَّ هذا المتلقِّي منقسمٌ أيديولوجياً إلى عدَّة فئات¹ - ليس لها نفس المبادئ والأفكار، ولا نفس المواقف السِّياسية - إلاَّ أنَّه يحاول أن يجمع شمل الجزائريين حول نبتة الفتنة، ومحاوله غرس فكرة قبول الآخر مهما اختلفت الآراء والتوجُّهات والمذاهب الفكرية والسِّياسية.

10- الزَّمان والمكان:

أ- الزَّمان: الخميس 29 سبتمبر 2005، ويواكب هذا التَّاريخ حدثاً انتخابياً يشكِّل منعطفاً هاماً في تاريخ الجزائر، وهو الزَّمن الذي يرتبط به إنتاج الخطاب، الذي يرتبط بأزمة

¹ - يضمُّ المجتمع الجزائري فئاتٍ مختلفة من حيث الأيديولوجيات والمواقف السِّياسية والفكرية؛ فهناك فئة تحمل فكراً علمانياً، وفئة تحمل فكراً لائكياً، وأخرى فكراً شيوعياً، ورابعة تحمل فكراً إسلامياً... إلخ.

الفصل الرابع أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
أخرى أهمُّها الزَّمن اللُّغوي¹، أو زمن الحديث، وهو زمنٌ مرتبطٌ بالحاضر باعتباره يشكِّل مرجعيته، بالإضافة إلى ارتباط أزمتهٍ أخرى به، وهي الماضي والمستقبل.
ويتمثَّل الزَّمن الماضي في النَّص من خلال نقطتين زمنيَّتين متباعدتين على محور الأزمنة، وتدخلان فيما يسمَّى بالزَّمن التَّاريخي².

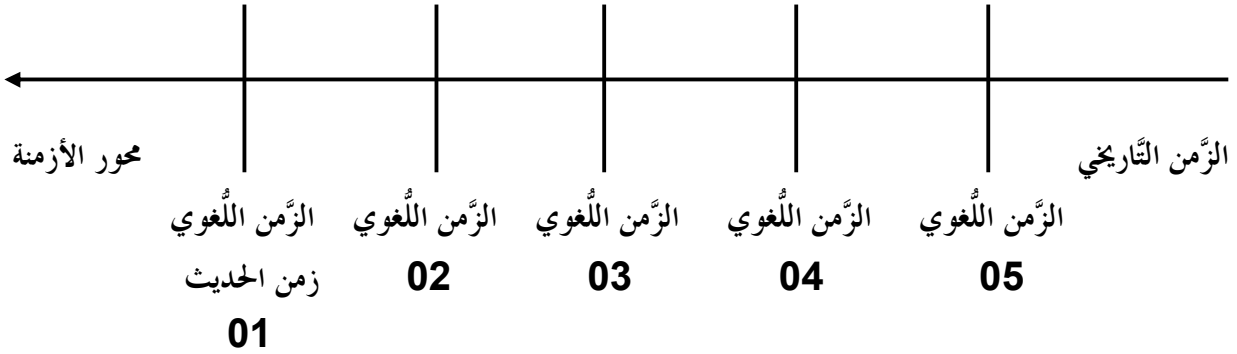
فالأولى، وهي الأكثر بُعداً، وتمثَّل في قوله: « تاريخ الجزائر سلسلة من النَّضالات المتعاقبة التي خاضها شعبها ذوداً عن حرَّيته وكرامته. والرَّصيد هذا، المتكوَّن على مرِّ الحقب والصور جعل من الجزائر أرضاً تُرعى فيها قيم التَّسامح والسَّلام والحوار والحضارة... ». «
أمَّا الثانية؛ فتتعلَّق بفترة الثَّورة التَّحريرية وما قبلها وصولاً إلى تاريخ الاستقلال، وقد عبَّر عنها بقوله: «.. لَمَّا كان الشَّعب الجزائري يأبى الضَّيم والاستعباد؛ فإنَّه عرف كيف يعصم بجبل الصَّبر والجلد، ويستمرُّ في التصدِّي والمقاومة رغم ما تعرَّض له من أشنع المحاولات لتجريدته من ثقافته، وإبادته طيلة قرنٍ ونيف من الاحتلال الاستيطاني، ثمَّ جاءت ثورة نوفمبر 1954 الجيدة، كالفلق الذي ينبجج في اللَّيلة الظَّلماء، لتبلور تطلُّعات الشَّعب الجزائري، وتدير درب كفاحه من أجل انتزاع حرَّيته واستقلاله... ». «

ثمَّ تأتي الفترة الزَّمنية التي شكَّلت محور الخطاب، وهي فترة العشريَّة الزَّمنية، والتي تعرَّض فيها الشَّعب الجزائري لأزمةٍ أمنيَّة خطيرة أثَّرت على جميع الأصعدة فيها، وقد أشار إليها بقوله: «.. وطيلة أكثر من عقد من الزَّمن حصل الانحراف بمسار الجزائر عن جادته الصَّحيحة بفعل اعتداء إجراميٍّ لا سابق له استهدف من بين ما استهدفه من أغراضٍ آثمةٍ مقيتةٍ محو المكاسب التي غنمها الشَّعب مقابل تضحياتٍ جسام... ». «
ويمكن التَّمثيل لهذه الفترات الزَّمنية في الشَّكل التَّالي:

¹ - ينظر تعريفه في الفصل الثَّاني، ص: 147.

² - ينظر تعريفه في الفصل الثَّاني، ص: 147.

تاريخ الاحتلال الثورة التحريرية تاريخ الاستقلال العشرية السوداء تاريخ إنتاج الخطاب



أما المستقبل فأشار إليه بقوله: « .. بسياسة إفاضة السلم والمصالحة ستستكمل الجهود المبذولة من قبل جميع مكونات الشعب الجزائري من أجل بقاء الجزائر ... ».

ب- المكان: يتعلق خطاب المرسل بقضية من القضايا التي تخص الجزائر، والجزائر تمثل المكان الذي ينتمي إليه كلاً من المرسل والمتلقي، وتعلق به هويتهما، وهو المكان الذي يريد المرسل أن يتحقق من أجله هدف الخطاب.

أما بالنسبة إلى المصطلحات التي وظفها المرسل في النص؛ فإنها تناسب تماماً الخطاب الحجاجي أو الإقناعي، ويؤدي بشكل دقيق الوظائف التي تقتضيها الظروف المقامية التي أنتج فيها النص.

فالمرسل وظف مصطلحات تعبر عن أيديولوجيته وفكره، وعن أيديولوجية المتلقي في الوقت نفسه؛ فنجده يستخدم مصطلحات مثل: " الثورة، والسلم، والحرية، والأمن، والتسامح، والسلام، والحوار، والتضامن، والحضارة" بشكل متكرر في النص، وذلك يعني حرصه على نبذ العنف، ولم يشمل الجزائريين، ودعوته لجميع الأطراف إلى التوحد والمصالحة، وإلى قبول كل جانب للآخر مهما كانت أفكاره معتمداً على الأيديولوجية المشتركة بينه وبين المتلقي لتمرير خطابه، وهي " الوطنية والإسلام".

كما استند المرسل إلى القرآن الكريم حينما وصف الإسلام "بالعروة الوثقى" التي تجمع المسلمين على اختلاف أجناسهم وألوانهم، وذلك رغبة منه في جمع شمل الجزائريين تحت لواء الإسلام الحق من جديد، وتوعيتهم من أجل دحض الفتنة، ورفع الشكوك، .

الفصل الرَّابِعُ أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
وفي المقابل، نجدُه يوظف مصطلحات أخرى ليصف الأزمة الَّتِي أصابت الجزائر، ومُسبِّبها
مثل: " المأساة الوطنية، الإرهاب الهمجي، الدَّجالون، الفتنة، الخنة.."، وذلك للإشارة إلى الوضع
الغريب الَّذِي عاشته الجزائر، وإلى ضرورة تغييره لتعود الجزائر إلى سابق عهدها، ولتستطيع بناء
مستقبلها المشرق.

ومن الآليات الإقناعية الحجاجية الَّتِي اعتمد عليها المرسل في خطابه استخدامه لعدد من
الاستمالات¹ الإقناعية بهدف التَّأثير على المتلقِّي، ويمكن أن نجملها فيما يلي:

1- الاستمالات العاطفية: استخدم المرسل استمالات عاطفية ليُظهر تعاطفه تجاه أسر
الضَّحايا، وشهداء الواجب الوطني كما سمَّاهم، حيث يُمثِّلان الفئة الأكثر تضرُّراً خلال فترة
الأزمة، وقد اعتمد المرسل هذه الآلية لإقناع هذه الفئة بالذَّات بانتهاج درب المسامحة والعفو، ومن
ثمَّ درب المصالحة الوطنية؛ فإذا قبلت هاتان الفئتان بالذَّات بمشروع المصالحة، سيكون إقناع
الشَّعب الجزائري بأكمله أمراً ميسوراً؛ لأنَّها الفئة المعنية بالدرجة الأولى، ومن ثمَّ الشَّعب
الجزائري.

ونلمح هذا النوع من الاستمالات في قوله: «.. والشَّعب الجزائري مدينٌ بالعرفان، إلى
الأبد، لأرواح أولئك الَّذين استشهدوا من أجل بقاء الجمهورية الجزائرية الديمقراطيَّة الشَّعبية.
إنَّه سيظلُّ إلى جانب أسر شهداء الواجب الوطني، وأسر ضحايا الإرهاب، وذلك لأنَّ
تضحياتهم نابعةٌ من قيم المجتمع الجزائري. والدَّولة لن تدَّخر جهداً معنوياً أو مادياً كي يستمرَّ
اعتبارها وتقديرها ودعمها لتلك الأسر وذوي الحقوق لقاء التَّضحيات المبذولة...».

2- الاستمالات العقلانية: إنَّ الاستمالات العقلانية ضروريةٌ في أيِّ خطابٍ إقناعي، ذلك
أنَّ إقناع المتلقِّي يتطلَّب من المرسل تدعيم خطابه بالأدلة والبراهين، والوصول إلى مُخاطبة عقل
المتلقِّي بطريقةٍ منطقيَّة، واستمالاته نحو وجهة نظره.

وأوَّل خطوةٍ قام بها المرسل في خطابه هي استشهادُه بمعلوماتٍ وأحداثٍ من واقع الشَّعب
الجزائري، تتعلَّق بماضيه المشرفِّ، الحافل بالبطولات والأجساد، والمتمثِّل في ثورة نوفمبر المجيدة،
والثَّمن الباهض الَّذي دفعه هذا الشَّعب لقاء انتزاعه لحرِّيته واستقلاله، ولكي يحافظ على كرامته
وهويِّته الَّتِي لطالما حاول الاستعمار الفرنسي طمسهما ومحوهما، والدَّوس عليهما.

¹ - ينظر تعريفها خلال هذا الفصل، ص: 234.

الفصل الرَّابِعُ ===== أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التَّداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

ثانياً: بناؤه للتَّائج على مقدِّمات، حيث وصف مُسبِّبات الأزمة والأوقات العصيبة التي مرَّ بها الشَّعب الجزائري، ثمَّ قدَّم خيار المصالحة الوطنية كنتيجة حتمية للخروج من الأزمة، ونلمح ذلك في قوله: « .. إنَّ الشَّعب الجزائري يعلم علم اليقين أنَّ المصالحة الوطنية تُعدُّ بكلِّ خير، وأنها كفيلة بتعزيز ما في يد الجزائر الديمقراطيَّة والجمهورية من مكاسب بما يخدم جميع مواطنيها... ».

ثالثاً: قيامه بتنفيذ وجهات النَّظر الأخرى، وذلك بتصحيحه لبعض المفاهيم التي أدَّت إلى حدوث فتنة بين الجزائريين، كمخاطبته للفئة المغرَّرين بما من أن ما يدَّعونه ليس له أيُّ علاقة بتعاليم الإسلام السَّمحاء، هذا مثل: « .. إنَّ هذا الإرهاب الهمجي الذي ابتلى الشَّعب الجزائري، وأصابه في مقاتله طيلة عقدٍ من الزَّمن يتنافى مع قيم الإسلام الحقِّ ومُثل السَّلم والتَّسامح والتَّضامن الإسلاميَّة... ».

استمالات التَّخويف: لجأ المرسل إلى تبني هذه الآلية، لكي لا يترك أية فرصة تؤدِّي إلى عدم اقتناع المتلقِّي، حيث تعمل هذه الآلية على إثارة خوف النَّاس من معبَّة استمرار الأزمة، وتحذيرهم من نتائجها الوخيمة على مستقبلهم، ومستقبل بلادهم، وتعمل استمالات التَّخويف على تنشيط الإثارة العاطفية لدى المتلقِّي، حيث تعتبر من أهمِّ الطُّرق الحجاجية المعتمدة في الخطاب الإقناعي لتحقيق الاستجابة المرجوة عند المتلقِّي، ونلمح استخدام المرسل لهذه الآلية في قوله: « .. ولقد تيقَّن الجزائريون والجزائريات كلَّ اليقين من أنَّه، من دون عودة السَّلم والأمن، لن يثمر أيُّ مسعى من مساعي التَّنمية السَّياسية والاقتصاديَّة والاجتماعية بالثَّمار التي يتوخونها منه ؛ وإذ أنَّهم طالما افتقدوا هذا السَّلم وهذا الأمن؛ فإنَّهم يُقدِّرون بكلِّ وعي ما لهما من أهمِّية ليس بالنَّسبة لكلِّ واحدٍ منهم فحسب؛ بل وبالنَّسبة للأُمَّة جمعاء... ».

وتظهر علاقة المرسل بالمتلقِّي من خلال عدم خروجه عن قواعد وقوانين الخطاب¹، والأهمُّ من ذلك هو مراعاته لمعيار العلاقة التي تربطه بالمخاطب، وهي علاقة الحاكم بالمحكوم، حيث يفرض هذا النَّوع من الإستراتيجيات تحديد هذه العلاقة من أجل الوصول إلى تحقيق هدف الخطاب.

¹ - ينظر تعريفها خلال هذا الفصل، ص: 211 وما بعدها.

2- تحليل النص في ضوء نظرية أفعال الكلام:

لقد حدّد أوستين (Austin) الأفعال الثلاثة التي يتكوّن منها الفعل الكلامي (Un acte de parole)، وهي: الفعل التعبيري " A.Locutoire "، والفعل الإنجازي " A. Illocutoire "، والفعل التأثيري " A. Perlocutoire "، حيث أنّه توصّل إلى أنّ التلفظ بالفعل الكلامي يقود إلى الصّنف الثّاني (أي الفعل الإنجازي)، والذي يُعدُّ محور نظرية أفعال الكلام، حيث صنّف أوستين (Austin) تحت فعل قوى الكلام الإنجازي، خمسة أصنافٍ تدعى بالقيم الإنجازية للتلفظ: " Les valeurs illocutoires de l'énonciation "، حيث صنّفها إلى: 1- الأفعال الحكمية: A. Verdictifs، 2- التمرسية: A. Exercitifs، 3- الوعدية: A. Promissifs، 4- العرضية: A. Expositifs، 5- السلوكية: A. Comportatifs¹.

وقد تمكّن المرسل في هذا الخطاب من إنجاز أفعال لغوية² تتوزّع داخل النص، وتتنوّع حسب توظيفه لها، ويمكن إجمالها فيما يلي:

1- الأفعال العرضية: Expositifs:

وتظهر في النصّ عندما يحاول المرسل عرض موقفه تجاه ما حدث منذ بداية الأزمة الأمنية، موقفه المتمثّل في اعتراضه وإنكاره لما أصاب الشعب الجزائري واصفاً إيّاه بالاعتداء الإجرامي، وعمله على إقناع المتلقّي باستخدام جميع الطّرق المتاحة مثل الحجاج والبرهنة، يجعله المصالحة الوطنية خياراً لا بديل عنه، بقوله: « لا سبيل إلى اندمال الجروح التي خلفتها المأساة الوطنية من دون المصالحة الوطنية ».

2- الأفعال الوعدية: Promissifs:

وهي الأفعال التي تدلّ على الوعد، وعلى تعهّد المرسل وتكفّله بإنجاز شيء ما، حيث يضع المرسل موافقة المتلقّي على مشروعه مقابل ضمانه لعودة السّلم والأمن؛ بل وربط عودة السّلم بالتّمنية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك بقوله: « .. إنّ الشعب الجزائري يعلم علم اليقين أنّ المصالحة الوطنية تعدُّ بكلّ خير، وأنها كفيّلة بتعزيز ما في يد الجزائر الديمقراطيّة والجمهورية من مكاسب بما يخدم جميع مواطنيها... »، ومما يدلّ على هذا النوع من الأفعال في خطاب المرسل، توظيفه للفعلين: وعد، وكفل.

¹ - ينظر: الفصل الأوّل، ص ص: 65، 66، 67.

² - ينظر: الفصل الأوّل، ص: 61 وما بعدها.

3- الحكمية: Verdictifs:

وتتعلق هذه الأفعال بما يصدر من أحكام، وكذا بالصُّور التي تصدر فيها هذه الأحكام، سواءً كانت هذه الأحكام نهائية أو تقديرية، أو على صورة رأي، والمرسل بتبنيّه لمشروع الميثاق من أجل السّلم والمصالحة الوطنية قد عبّر عن رأيه والمتمثل في القبول بخيار المصالحة الوطنية كحلٍّ وحيد.

4- السلوكية: Comportatifs:

ويحدّد هذا النوع من الأفعال التصرفات الخاصّة التي يبيدها المرسل، والتي تفرضها عليه الظروف، والمواقف، والمظاهر، والحالات المختلفة التي تواجهه، والتي تفرض عليه- في سياقها- القيام بسلوكٍ معيّن، والمرسل في هذا النصّ بوصفه فرداً من أفراد الشعب الجزائري، فرضت عليه المسألة التي تعرّض لها الشعب الجزائري أن يُبدي أسفه وتعاطفه مع عائلات الضحايا وشهداء الواجب الوطني¹.

5- التمرسية: Exercitifs:

ومن خلالها يمارس المرسل سلطته التي تسمح له بإصدار الأحكام، وذلك من خلال منصبه كرئيسٍ للجمهورية، وتظهر هذه الأفعال في النصّ عندما يحاول أن يبلغ مخاطبه بأن سلطته تبدأ بعد موافقته (أي موافقة المتلقّي) على مشروعه، وذلك في قوله: « .. إنَّ الشعب الجزائري يصادق على هذا الميثاق من أجل السّلم والمصالحة الوطنية، ويفوض لرئيس الجمهورية اتّخاذ جميع الإجراءات قصد تجسيد ما جاء في بنوده.. ».

6- التوجيهية²: Directifs:

وتتمثّل هذه الأفعال في دعوة المتلقّي إلى فعل شيءٍ ما ينتج عنه تغيير في سلوكه، ولتحقيق ذلك، تبنى المرسل طرقاً أدائية مختلفة بين إقناعٍ وتخويفٍ وتطلّع إلى المستقبل، أتاحت له الوصول إلى تحقيق هدف الخطاب، وتمثّل دعوة المرسل في قوله: « ..وها هو ذا الشعب مدعوُّ اليوم إلى الإدلاء بكلمته حول بنود هذا الميثاق من أجل السّلم والمصالحة الوطنية.. ».

¹- ينظر أمثلة هذه الأفعال في الفصل الأوّل، ص: 69.

²- تنتمي الأفعال التوجيهية إلى تصنيف سيرل (Searle) الذي أتى به بدلاً من تصنيف أوستين (Austin) والذي يرى أنّه قاصر.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
إنَّ كلَّ فعلٍ من هذه الأفعال اللُّغوية يحمل قوَّةً إنجازيةً " Force illocutionnaire "،
والحقيقة أنَّ المرسل إذا استطاع الوصول إلى تحقيق هدفه من الخطاب، وهو إقناع المتلقِّي برأيه،
وبالحلول التي أتى بها؛ فذلك يعني نجاحه في إظهار القوَّة الإنجازية التي يحملها ملفوظه ¹.

8- مفهوم وظائف اللُّغة :

إنَّ اهتمام الإنسان بدراسة اللُّغة لم يتوقَّف منذ أن بدأ وعيه بها، وذلك نظراً للأهمية التي
تحتلُّها هذه اللُّغة، والدَّور الذي تلعبه في حياة الأفراد والجماعات في مختلف المجتمعات اللُّغوية.
ويمكننا أن نجعل أهمية هذا الدَّور في مصطلح أكثر دقَّةً والمتمثِّل في وظيفة اللُّغة،
والتي تؤدِّيها أثناء استعمالها لتحقيق الفهم لأنواع المعاني في العملية الاتِّصالية، « ولعلَّ التَّساؤلُ
عن وظيفة اللُّغة قد يبدو لأوَّل وهلة مشكلة غريبة؛ فالناس يمارسون اللُّغة في مختلف جوانب
حياتهم دون أن يشغلوا أنفسهم بتحديد الوظائف التي تؤدِّيها اللُّغة لهم. وقد جرت العادة على
القول إنَّ وظيفة اللُّغة عند الأطفال و الكبار هي نقل أفكار الفرد إلى الآخرين » ².
ولكن، هل وظيفة اللُّغة تنحصر فقط في نقل الأفكار إلى الآخرين؟ أم تتعدَّى ذلك إلى
وظائف أخرى؟.

إنَّ اللُّغة هي الوسيلة الأساسية للتَّواصل البشري، الذي يعتبر في حدِّ ذاته تفاعلاً بين الأفراد
على اختلاف مستوياتهم و ثقافتهم؛ وبالتالي فإنَّه يقتضي التَّبادل عن الانفعال حيث أنَّ
« الأفكار في المجال الإنساني يحكمها اعتبار انفعالي، و موقف من الآخرين، و إن كان هذا كلُّه
لا يمحو صفتها العامَّة من حيث هي صنفٌ من الأفكار » ³.

وإذا كانت وظيفة اللُّغة تنبني على الطَّابع الانفعالي، وعلى اتِّخاذ موقف من الآخرين؛
فإنَّها تستطيع كذلك أن تجعل الفرد المتكلِّم قادراً على توجيه تفكير الآخرين، وتصرفهم
الخارجي، في الوقت نفسه الذي يوجِّه فيه خطوات تفكيره، ويضبطها ⁴.

¹ - ينظر: الفصل الرابع، ص: 216.

² - نور الدين النيفر، فلسفة اللُّغة و اللسانيات، مؤسَّسة أبو وجدان للطَّبع و النُّشر والتَّوزيع، تونس، ط: 01، 1993،
ص: 149.

³ - مصطفى ناصف، اللُّغة والتفسير و التَّواصل، سلسلة عالم المعرفة 193، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب،
1415هـ/1995م، الكويت، ص: 21.

⁴ - محمَّد خلف الله أحمد، الطِّفل من المهد إلى الرُّشد، المطبعة الرِّحمانية، ط: 01، القاهرة: 1358هـ/1939م، ص: 16/
ينظر: حلمي خليل، اللُّغة و الطِّفل - دراسة في ضوء علم اللُّغة النَّفسي - دار النَّهضة العربية للطَّباعة و النُّشر، بيروت، لبنان،
ص: 50.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

كما أن للغة وجهان: الأول، وهو الجانب الشكلي، الذي تُعرّف فيه على أنّها ذلك الكيان النفسي الذي يتمثل فيه الواقع الخارجي في شكل ثنائية تجمع بين التصوّرات الذهنية والصّور السمعية، وهو ما شكّل محور الدّراسات البنيوية.

أمّا الثاني؛ فهو جانبها المادّي، حيث تتجسّد من خلاله اللّغة في شكل عبارات منجزة في سياقات مختلفة، وهو ما يشكّل جوهر الدّراسات التداولية؛ وبهذا يصبح للّغة وظيفتان أساسيتان، ذلك أنّها « نظام اصطلاحي مؤلّف من رموز تعبيرية وظيفتها التّفسانية أن تكون آلة للتّحليل والترّيب التصوّريين، ووظيفتها العملية أن تكون أداة للتّخاطب بين الأفراد »¹.

نفهم من خلال هذا القول أنّه أعطى لوظيفة اللّغة جانبان لا يقلُّ أحدهما أهميّة عن الآخر، وهما: الجانب الفكري، و الجانب العملي أو التّفعي.

أمّا عن الجانب الفكري؛ فهو الجانب الذي انبثق عنه مبحث هامّ من مباحث علم اللّغة وهو علاقة اللّغة بالفكر²، أين يتمثل الجانب النفسي و العقلي تمثلاً واضحاً³، ذلك أنّ « الإنسان حينما استطاع أن يبتكر الرّموز اللّغوية و يستخدمها، استطاع في الوقت نفسه أن يحقّق لعمليّة التّفكير عنده استقلالاً عن العالم المادّي، بحيث أصبحت هذه الرّموز ممثّلة في الكلمات، هي موضوع التّفكير بدلاً من الأشياء ذاتها، و بذلك خطا الإنسان خطواته الأولى نحو التّفكير المجرد »⁴.

أمّا الجانب العملي عنده، وهو الذي نتج عنه ما يعرف اليوم باسم علم اللّغة الاجتماعي sociolinguistiques، و الذي انبثق من التأمل في الجانب التّفعي للّغة، وهو فرع حديث نسبياً من فروع علم اللّغة التّطبيقي La linguistique Appliqué⁵.

¹ - ينظر: محمّد خلف الله، الطّفّل من المهد إلى الرّشد، ص: 16، 17/ عن: حلمي خليل، المرجع السّابق، ص: 50.

² - « إنّ الحاجة الماسّة إلى دراسة اللّغة تنبع من أنّها المفتاح لفهم الكثير من السلوك البشري الخاص بالأفراد، أو التّفاعل بينهم. ولأنّ اللّغة والتّفكير مرتبطان؛ فإنّ أيّ دراسة للّغة تصبح إسهاماً في فهمنا للعقل البشري، ومن ناحية أخرى؛ فإنّ تحليل لغة قوم لا يعطينا وسيلة للدّخول إلى ثقافتهم والتعرّف إلى فكرهم فحسب؛ وإنّما يتيح لنا التعرّف إلى بنية العلاقات العمليّة التي يقيمون عليها مجتمعهم؛ لأنّ الإنسان يدرك علاقته بالعلم ومناهج عمله، وهدفه فيه بناءً على البنية اللّغوية التي يستعملها، ومن هنا، فإنّ البشر يرون الحقائق الموضوعيّة نفسها بطرائق مختلفة، ويعبرون عن إدراكاتهم بصور لغوية مختلفة تماماً؛ فاللّغة تصنع الفكر بقدر ما يصنعها » : نور الدين النيفر، فلسفة اللّغة واللّسانيات، ص: 160.

³ - ينظر: حلمي خليل، اللّغة والطّفّل، ص: 52.

⁴ - المرجع نفسه، ص: 52.

⁵ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 53.

الفصل الرابع أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
 ثم يضيف قائلاً بأنَّ علم اللُّغة الاجتماعي يتناول « دراسة الجانب العملي من اللُّغة أو الجانب النَّفعي من الكلام و مستوياته المختلفة، من كلام رسمي **Formal speech**، و كلام غير رسمي **Informal speech**، مراعيًا في ذلك السِّياقات **Contextes** المختلفة التي يستخدم فيها هذا الكلام أو ذلك، سواء من التَّواحي السِّياسية، أو الاجتماعية، أو التَّطبيقية، أو المهنية، أو غير ذلك »¹.

1-8- الوظائف اللُّغوية للمرسل الإعلامية:

إنَّ اللُّغة تُؤدِّي وظائف مختلفة، و ذلك حسب استعمال المتكلم و استقبال المستمع لها، والظُّروف المحيطة بأداء هذه الوظائف داخل دارة الكلام التَّواصلية²، والتي حدَّدها رومان جاكبسون³ (**Roman Jakobson**) في ستَّة وظائف:

1- الوظيفة التَّعبيرية أو الانفعالية: F. Émotive

وتظهر هذه الوظيفة في الرِّسائل التي تصدر عن المرسل، حيث تشير إلى موقفه من مختلف القضايا التي يتحدَّث عنها بشكلٍ مباشر⁴، وبما أنَّ التَّواصل يحدث نتيجة انفعال المتكلم بمحيطه الذي يعيش فيه، والأشخاص الذين يتواصل معهم؛ فإنَّ الوظيفة التَّعبيرية « تترع إلى تقديم انطباع عن انفعال معيَّن صادق أو خادع، وتمثِّل صيغ التعجُّب في اللُّغة، الطَّبقة الانفعالية الخالصة، وتبتعد صيغ التعجُّب عن وسائل اللُّغة المرجعية في آن واحدٍ بواسطة تشكيلها الصَّوتي »⁵.

¹- حلمي خليل، المرجع السابق، ص: 53.

²- والمتكوِّنة من المرسل، المرسل إليه، المرجع، القناة، اللُّغة (نظام الرُّموز)، المرسل؛ فبقدر ما يقوم تركيزنا على عامل معيَّن من هذه العوامل الستَّ المكوِّنة لعملية التَّواصل، بقدر ما يكون للمرسل الكلامية وظيفة مختلفة. من هذه الزَّاوية، يميِّز جاكبسون (**Jackobson**) بين ست وظائف تُؤدِّيها المرسل اللُّغوية، لترتبط كلُّ وظيفة، بصورة وثيقة، بعامل من عوامل التَّواصل: ينظر: ميشال زكريا، الألسنية (علم اللُّغة الحديث) المبادئ والأعلام، المؤسسة الجامعية للدراسات والنَّشر والتَّوزيع، بيروت- لبنان، ط: 02، 1403هـ/ 1983م، ص: 53، 54.

³- ولد رومان جاكبسون (**R. Jakobson**) في (1896...)، تخصصَّ في جامعة موسكو في القواعد المقارنة، وفي فقه اللُّغة السُّلافية، شارك في تأسيس نادي موسكو الألسني سنة: 1915، وهو أحد اللُّسانيين الفارِّين من روسيا و المؤسِّسين لحلقة براغ، له الكثير من الأعمال منها نظريته في التَّحليل الفونولوجي (مدرسة هارفارد) و بعض المفاهيم في النَّقد الشُّكلاني / الطَّيب دبه، مبادئ اللُّسانيات البنوية، ص: 47.

⁴- ميشال زكريا، الألسنية (علم اللُّغة الحديث) المبادئ والأعلام، ص: 54.

⁵- رومان جاكبسون، القضايا الشَّعرية، تر: محمَّد الولي ومبارك حنون، دار توبقال للنَّشر، الدَّار البيضاء: ط: 01، 1988، ص: 28/ عن: ردَّة الله بن ردَّة بن ضيف الله الطُّلحي، دلالة السِّياق، ص: 549.

2- الوظيفة الندائية أو الإفهامية: F. Conative:

وهي الوظيفة التي تظهر في « المرسلات التي تتوجَّه إلى الملتقط لإثارة انتباهه، أو للطلب إليه القيام بعملٍ معيَّن. وتدخل الجمل الأمرية ضمن هذه الوظيفة الندائية.

3- الوظيفة المرجعية: F. Référentielle:

تظهر هذه الوظيفة في المرسلات ذات المحتوى الذي يتناول موضوعات وأحداث معيَّنة. تشكِّل هذه الوظيفة التبرير الأساسي لعملية التَّواصل، ذلك أنَّنا نتكلَّم بهدف الإشارة إلى محتوى معيَّن نرغب في إيصاله إلى الآخرين، وتبادل الآراء معهم حوله.

4- وظيفة إقامة الاتِّصال: F. Phatique:

تظهر هذه الوظيفة في المرسلات التي تراعي إقامة الاتِّصال، وتأمين استمراره، وتقوم هذه الوظيفة على تعابير تتيح للمرسل إقامة الاتِّصال أو قطعه.

5- وظيفة تعدِّي اللُّغة: F. Métalinguistique:

تظهر هذه الوظيفة في المرسلات التي تتمحور على اللُّغة نفسها، وتتناول بالوصف اللُّغة ذاتها، وتشمل هذه الوظيفة تسمية عناصر البنية اللُّغوية، وتعريف المفردات.

6- الوظيفة الشعريَّة: F. Poétique:

تظهر هذه الوظيفة في المرسلات التي تتمحور على المرسله نفسها، كعنصر قائم بذاته، ولا تنحصر هذه الوظيفة بالشعْر فقط؛ بل تتعدَّاه لتشمل المرسلات الكلامية ككل¹.
هذا بالنسبة إلى وظائف اللُّغة عند جاكسون، أمَّا بوهلر (Buhler)؛ فقد قدَّم نموذجاً لوظائف اللُّغة يقتصر على ثلاث وظائف فقط هي: الوظيفة الانفعالية، والوظيفة الندائية، والوظيفة المرجعية، ويقابل هذا النموذج مثلث الزوايا، المتكلِّم، والمخاطب، والغائب (أي الشَّخص أو الحدث أو الشَّيء الذي نتحدَّث عنه). بالإضافة إلى محاولة "هاليداي" (Hallyday) تقديم حصر عام لأهمِّ وظائف اللُّغة يمكن إدراج كلِّ الأطروحات ضمنه²، حيث عدَّ سبعة وظائف:

¹ - ميشال زكريا، الأسنوية (علم اللُّغة الحديث) المبادئ والأعلام، ص: 54.

² - ينظر: نور الدين النيفر، فلسفة اللُّغة واللِّسانيات، ص: 150.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.

1- الوظيفة النفعية: وهي الوظيفة التي تؤدي إلى تحويل البيئة، وإحداث أشياء معينة؛ فالجمل مثل (وجدتك هذه المحكمة مذنباً) و (الزم مكانك)... لها وظيفة نفعية؛ فهي أفعال اتصالية تحدث ظروفاً معينة.

2- الوظيفة التقنية: وهي الوظيفة التي تقن الأحداث، مع أنه يصعب التفريق بينها وبين الوظيفة النفعية؛ فالوظيفة التقنية ليست الأداة التي تحافظ على التحكم بالأحداث (...). فتقنين قواعد المقابلات بين الناس، وتقنين الموافقة، والرفض، وضبط السلوك، ووضع القوانين، كلها تمثل مزايا تقنية للغة.

3- الوظيفة الدلالية للغة: وتستعمل هذه الوظيفة لإصدار الجمل الخبرية، وإيصال الحقائق و المعرفة، وتفسير أو تقرير أي حقيقة كما نراها أو ندركها؛ فالجمل كـ (الشمس حارة)، و (ألقى الرئيس كلمة في الليلة الماضية) ...، تؤدي وظيفة دلالية.

4- الوظيفة التفاعلية: وهي تؤدي وظيفة التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، ويخدمه، كما يرى مالينوفسكي، عملية استمرارية الاتصال بين الأفراد، وإبقاء قنوات الاتصال مفتوحة، وهذا يمثل الوظيفة التفاعلية للغة، ويتطلب الاتصال التفاعلي معرفة بالكلمات الدارجة، واللّهجات المهنية والخاصة، وأساليب المرح، والفولكلور، والمعايير الثقافية، وأساليب التعامل المهذب والرسمي، وغيرها من أساليب التواصل الاجتماعي.

5- الوظيفة الشخصية: وتسمح هذه الوظيفة للمتحدث بالتعبير عن مشاعره وعواطفه وشخصيته، وانعكاسات مستوى تفكيره، وتتميز الشخصية الفردية لإنسان ما باستخدامه للوظيفة الشخصية في الاتصال، وتتفاعل الطبيعة الشخصية للغة، والإدراك، والوجدان، والثقافة بطرق لم يكشف عنها حتى الآن.

6- الوظيفة الاستكشافية للغة: وتتجلى هذه الوظيفة في استخدام اللغة من أجل اكتشاف المعرفة، ومعرفة البيئة من حولنا، ويعبر عن الوظائف الاستكشافية بشكل منتظم وجيد للسؤال عن الأشياء التي يجهلونها عن البيئة من حولهم، والبحث ما هو إلا طريقة استكشافية للحصول على تمثيل للحقيقة من الآخرين.

7- الوظيفة الإبداعية للغة: وتؤدي هذه الوظيفة إلى إيجاد نظم وأفكار إبداعية، ومن ذلك تأليف القصص الخيالية أو المسلية، وكتابة الرواية هي استعمالات إبداعية للغة، ومن الأمثلة على الوظائف الإبداعية نجد: استعمال اللغة في الشعر، والتلاعب بالألفاظ، والتورية..، حيث

الفصل الرابع ===== **أهمُّ الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.**
نستطيع من خلال الأبعاد الإبداعية للغة أن نتعدَّى العالم الواقعي لنصل إلى مستويات عالية من جمال اللغة ذاتها، لنكوّن من خلالها أحلاماً مستحيلة كما يجلو لنا ¹.
إنَّ قيام اللغة بوظيفتها بشكلٍ عام، وفي مجال الإعلام بشكلٍ خاص، يصحبه عمليات فيزيولوجية و نفسية تتمثل فيما يلي:

« إحداهما: الحركات العضلية المنظّمة التي تقوم بها مجموعة من الأعصاب التي تصحب النطق بالأصوات.

والثانية: العمليات الحسيّة التي تمثّل الجانب القابل أو التأتري من وظيفة اللغة، والتي توجه حركات الأعصاب و تنظّمها، ويقوم عادةً بهذه الوظيفة حواس البصر والسمع والحركة، و في حالة العمي و الصمّ يقوم اللمس مقام الحاستين الأوليين.
والثالثة: العملية التأويلية، وهي ترجمة الكلمات المسموعة أو الرّموز المنظورة إلى معانٍ مفيدة » ².

9- معالم البعد التداولي لوظيفة المصطلح الإعلامي:

ينتج عن تداول الكلام بين طرفين متخاطبين، أو بين مجموعةٍ من الأطراف، تأديتهم لمجموعة من الوظائف، تتحدّد حسب الظروف المقامية المحيطة بإنتاج هذا الكلام، وقد حاولنا أن نستنتج هذه الوظائف من خلال المفاهيم التي أتت بها أهمُّ النظريات التداولية، ومن خلال تحليلنا للنص وفقها ممّا أدّى بنا إلى تصنيفها كما يلي:

9-1- الوظائف التداولية للغة حسب نظرية أفعال الكلام:

يرى أوستين (Austin) أنّ التلفظ بالفعل الكلامي يقود إلى الصّنف الثاني من الأفعال المكوّنة له، وهو "الفعل الإنجازي" (L'acte illocutoire)، انطلاقاً من أنّ أيّ إنجازٍ كلاميٍّ هو إنجازٌ لقوّة فعل الكلام ³، وبالتالي فإنّ الوظيفة التداولية الأساسية للغة، حسب نظرية أفعال الكلام، هي الوظيفة الإنجازية، والتي تعني الإنجاز الفعلي للغة في زمانٍ معيّنٍ محسوس، ومكانٍ معيّنٍ محسوس، وينتج عن هذه الوظيفة مجموعة من الوظائف يمكن استخلاصها من خلال تقسيم

¹ - دوجلاس براون، مبادئ تعلّم وتعليم اللغة، تر: إبراهيم بن حمد القعيد وزميله، الرياض، مكتب التربية العربي لدول الخليج العربية، 1414هـ/ ينظر: ردّة الله بن ردّة بن ضيف الله الطلحي، دلالة السياق، ص ص: 556، 557، 558.

² - حلمي خليل، اللغة و الطفل، ص: 54.

³ - ينظر: الفصل الأوّل، ص: 65.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
كلٌّ من أوستين (Austin) ومن بعده سيرل (Searle) للقيم الإنجازية للتلفظ، والتي يمكن أن نلخصها حسب كل تصنيف كما يلي:

9-1-1- الوظائف التداولية للمصطلح حسب تصنيف أوستين للقيم الإنجازية

للتلفظ:

1- الوظيفة الحكمية: Fonction verdictive

وتتجلى هذه الوظيفة في الخطاب من خلال ما يُعلنه المرسل من آراء وأحكام عن طريق تلفظه بالكلام، وقد تكون هذه الأحكام نهائية أو تقديرية حول حدثٍ ما، ويمكن أن نستدلّ عليها في الخطاب من خلال توظيف المرسل للأفعال الكلامية التي تخصُّ إطلاق الأحكام، مثل: حدّد، وصف، حلّل، قدر، أرخ، حكم، صنّف، ميز،... إلخ.

2- الوظيفة التمرسية: F. Exercitive

وتختصُّ هذه الوظيفة بإظهار السُّلطة التي يمارسها المرسل في الخطاب، والتي يُصدر بموجبها أحكاماً حول سلوك المتلقّي، إن كان مناسباً أم لا، أو الحكم على ما يجب أن يكون بدلاً من الحكم على ما هو كائن، ومن الأفعال الكلامية التي يصدرها المرسل أثناء إطلاقه للأحكام: أمر، طلب، عيّن، ترفع، توسّل، وعظ، نصح، طالب،... إلخ.

3- الوظيفة الوعدية: F. Promissive

وتظهر هذه الوظيفة عندما يُظهر المرسل التزامه بالقيام بأفعال معيّنة شرط توفر عنصر الإخلاص، ومما يدلُّ على هذه الوظيفة في الخطاب، أفعال مثل: وعد، أقسم، تكفّل، اتفق مع، نذر على نفسه، ضمّن، وتبنّى قضية، أبرم عقداً... إلخ.

4- الوظيفة العرضية: F. Expositive

وتبرزُ هذه الوظيفة في الخطاب من خلال ما يبيده المرسل من سلوكيات تفرضها عليه الظروف والمظاهر والمواقف التي يتعرّض لها، ويعبّر عنها في سياقات مختلفة، مثل إبداء التعاطف أو الأسف، أو الاعتذار، أو الشُّكر، أو التهنئة، أو الترحيب، أو اللعن، أو التقدُّم، ومن الأفعال التي تدلُّ عليها في الخطاب: تعاطف، اعتذر، شكر، هنأ، رحّب بـ، أسف، جامل، صفّق، بارك، لعن، نقد،... إلخ.

9-1-2 الوظائف التداولية للمصطلح حسب تصنيف سيرل (Searle) للقيم

الإيجازية للتلفظ:

1- الوظيفة التأكيدية: F. Assertive

وتظهر هذه الوظيفة عند تأكيد المرسل أو تحقيقه أو إثباته لشيء ما عن طريق التلفظ، وتعني هذه الوظيفة وضع مسؤولية المتكلم - بدرجات متفاوتة - على مجموع الظروف الخاصة الموجودة، وعلى صحّة وصدق القضية المعبر عنها، وعلى مدى تطابقها مع الواقع، ويمكن الكشف عن هذه الوظيفة في الخطاب بالكشف عن أفعال التأكيد مثل: أكد، أثبت..

2- الوظيفة التوجيهية: F. Directive

وتعني هذه الوظيفة بتوجيه المرسل للمتلقّي وجعله يفعل شيئاً ما، ينتج عنه تغيير في سلوكه ووضعياته، ومنظومة معتقداته، وجعلها مطابقة لسلوكه، مستعملاً في ذلك سلطته لتبليغ محتوى الخطاب، ومتجاوزاً لقواعد التأدّب وتهذيب الخطاب في أحيان كثيرة، وذلك عن طريق استخدامه لأفعال التوجيه مثل: أمر، نصح، إلخ.

3- الوظيفة الوعدية¹: F. Promissive

4- الوظيفة التعبيرية: F. Expressive

وتتعلّق هذه الوظيفة بقيام المرسل بالتعبير عن مقاصده ضمن سياق محدّد، ليشكل محتوى خطابياً ذا دلالة مع توفر شرط الصدق، والملائمة مع الظروف المقامية، لينتج عنها تحقيقه لهدفه الإيجازي.

5- الوظيفة الإخبارية: F. Déclarative

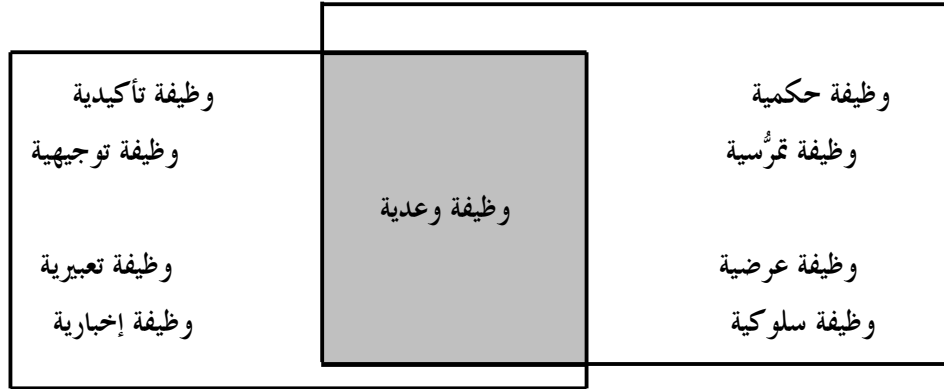
وتسمّى كذلك بالوظيفة الإعلامية، وفيها يقوم المرسل بالتلفظ بخطاب يهدف من ورائه إخبار المتلقّي بأخبار ومعلومات تجعل من كلامه مفيداً ومطابقاً للواقع، يكون قد أدى وظيفة إخبارية².

وإذا قارنا بين تصنيف كلٍّ من أوستين (Austin) وسيرل (Searle) نجد أنّهما يتقاطعان في الأفعال الوعدية " A. Promissifs"، وبالتالي فالوظائف كذلك تتقاطع في الوظيفة الوعدية " F. Promissive"، ونمثّل لذلك في الشكل التّالي:

¹ - ينظر تعريف هذه الوظيفة في تصنيف أوستين خلال الصّفحة السّابقة، حيث أنّ سيرل أبقى على الأفعال الوعدية في تصنيفه للقيم الإيجازية للتلفظ.

² - ينظر: كل من تصنيف أوستين وسيرل للقيم الإيجازية للتلفظ في الفصل الأوّل، ص: 65 وما بعدها.

الوظائف التداولية للغة حسب تصنيف أوستين للقيم الإنجازية للتلفظ



الوظائف التداولية للغة حسب تصنيف سيرل للقيم الإنجازية للتلفظ.

وتصنّف نظرية أفعال الكلام الأفعال الإنجازية إلى صنفين¹ هما:

1- الأفعال اللغوية المباشرة: Les actes du langage directes.

2- الأفعال اللغوية غير المباشرة: Les actes du langage indirectes.

وباستخدام المرسل لهذين النوعين من الأفعال؛ فهو يؤدّي وظيفتين تداوليتين مختلفتين:

1- الوظيفة الإقناعية (أو التأثيرية):

يحتاج الخطاب الإقناعي إلى توظيف أفعال لغوية مباشرة يتطابق معناها تماماً مع مقصدية المرسل، وهو ما يسمّى بالمعنى الحرفي للعبارة؛ فالمرسل يصرّح بمقاصده ولا يضمّنّها في الخطاب؛ فيكون المعنى الذي يحمله الخطاب معنّى مباشراً، والأفعال الموظّفة فيه تحتوي على الأقل على إشارة واضحة تشير إليه، ومثال هذه الأفعال، أمر، وعد.. إلخ.

2- الوظيفة التلميحية:

وعلى العكس من الوظيفة الإقناعية؛ فالوظيفة التلميحية تتعلّق بتوظيف المرسل لأفعال لغوية غير مباشرة في خطابه، لا تعبّر عن المعنى الحرفي للكلام؛ بل يكون متضمّنًا فيه، حيث يصبح المعنى غير ممثّل من طرف العناصر اللسانية المكوّنة للعبارة، ويعتمد المرسل في إستراتيجية التلميح على تفعيل مبدأ التعاون والثقة في أنّ المرسل إليه سيتمكّن من تأويل الخطاب التأويل المناسب للسياق²، وبهذا ترتبط الوظيفة التلميحية بالوظيفة التأويلية.

¹ - ينظر: الفصل الأوّل، ص ص: 69، 70.

² - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، ص ص: 368، 369.

9-2- الوظائف التداولية للغة وفق نظرية تداولية الحوار:

تأسس نظرية تداولية الحوار على مبدأ التفاعل الذي يقتضي بناء علاقة تخاطبية بين طرفين أو أكثر، يكون الطرف الأول فيها بآناً لرسالة اتصالية ذات محتوى دلالي واضح، ويسمى هذا الطرف بالبات أو المصدر، أما الطرف الثاني، وهو المتلقي، يُعتبر الوجهة التي تنتهي إليها الرسالة الاتصالية، ويسمى حينئذٍ الهدف، إلا أن طرفي التخاطب يمكنهما تبادل الأدوار بحيث يصبح المتلقي مرسلًا، والمرسل متلقيًا، وهذا ما يسمى بالمحادثة¹ " La conversation " .

وينتج عن التواصل الحوارية مجموعة من الوظائف يمكن حصرها فيما يلي:

1- الوظيفة التفاعلية²: Fonction interactionnelle:

في التواصل الحوارية يرتبط كل من المرسل والمتلقي عن طريق بناء علاقة تخاطبية، وأياً كانت طبيعة هذه العلاقة التي تربطهما؛ فإن الحوار يفتح باب التواصل الاجتماعي واستمراره، وهذا ما يمكن تسميته بالوظيفة التفاعلية للغة؛ إذ تعتبر من أهم الوظائف التداولية، وهي تقتضي بالضرورة معرفة كل من طرفي الخطاب لبعضهما، وللظروف المحيطة بعملية المحادثة.

كما تقتضي العلاقة التخاطبية في إطار المحادثة أن لا يخرج الحوار عن قوانين الخطاب³ وأحكامه، ومن بين الوظائف التي يمكن استنتاجها من خلال خضوع المحادثة لهذه القوانين والأحكام ما يلي:

1- وظيفة الإخبار: وهي وظيفة مستمدة من قانون الإخبار⁴، تعني هذه الوظيفة بنجاح

المرسل في إيصال مقاصده وأفكاره إلى المتلقي، وذلك عن طريق إعطائه لمجموعة من المعلومات الشاملة للمتلقي دون تشويش، وعدم احتكاره للمعارف التي لم يسبق للمتلقي الاطلاع عليها، وأن يتسم خطابه بمبدأ الصدق.

2- وظيفة الإفادة: وهذه الوظيفة مستمدة من قانون الإفادة، والحمول على قانون

التناسب⁵، وتعني هذه الوظيفة أن يكون خطاب المرسل مناسباً للمقام، كما تُظهر هذه الوظيفة

¹ - ينظر: الفصل الأول، ص: 74.

² - ينظر تعريف الوظيفة التفاعلية في الوظائف التي أتى بها هاليداي خلال هذا الفصل، ص: 264.

³ - ينظر تعريفها خلال هذا الفصل، ص: 211.

⁴ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 213.

⁵ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 213.

الفصل الرابع أهم الإستراتيجيات الخطابية والوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي العربي.
مدى استفادة المتلقي من كلام المرسل، وذلك من خلال ما ينتج عن خطابه من نتائج علمية
يستفيد منها المتلقي.

3-9- الوظائف التداولية للغة حسب نظرية التلفظ:

تشارك نظرية التلفظ مع نظرية أفعال الكلام في وظائف متعدّدة مثل: 1- الوظيفة
التعبيرية، 2- الوظيفة الإخبارية، 3- الوظيفة الإقناعية، 4- الوظيفة التوجيهية، 5- الوظيفة
التلميحية، بالإضافة إلى وظائف أخرى نذكر منها:

6- الوظيفة التضامنية: وهي الوظيفة التي يحاول من خلالها المرسل أن يتضامن مع
المتلقي، ويرز رغبتة في الإبقاء على هذا التضامن واحترامه، وتختلف هذه الوظيفة عن الوظيفة
السُّلوكية لأنها، بالإضافة إلى اشتغالها على أفعال التعاطف، والأسف، والاعتذار، والشكر،
والتهنئة؛ فهي تشمل أيضاً على أفعال مثل: التقدير، والرفض، واللعن... إلخ¹.

7- الوظيفة التأويلية: وتخصّ هذه الوظيفة المتلقي، وهي تعني ترجمته لمعاني الألفاظ
والعبارات الموجّهة إليه من طرف المرسل، والتي تحمل مقاصده الصريحة أو الضمنية.

8- الوظيفة التخيلية أو الانفعالية: وهي الوظيفة التي تعكس انفعالات، ومشاعر،
وأحاسيس المرسل تجاه الأشياء الموجودة في الواقع؛ فهي تسمح « للفرد بالتحرُّر نسبياً من
ضغوط الواقع عن طريق وسيلة من صنعه هو، وتمثّل في ما ينتج من أشعار وفنون وإبداع في
قوالب لغوية تعكس انفعالاته وتجاربه وأحاسيسه، كما يستخدمها الإنسان للترويج أو لشحن
الهمة والتغلب على صعوبة العمل، وإضفاء روح الجماعة، كما هو الأمر في الأغاني والأهازيج
التي يردّها الأفراد في الأعمال الجماعية أو عند التترّه، ويمكن رصد خصوصيات لكل خيال
لغوي »².

9- الوظيفة التعليمية: وهي وظيفة تواصلية تربوية، حيث تساهم في نشر العلم والمعرفة
من خلال برامج تربوية وتعليمية وتثقيفية، وتكمن أهمية هذه الوظيفة في إمكانية وصولها إلى أكبر
عدد ممكن من المتلقين، على اختلاف مستوياتهم.

ومّا أمكننا ملاحظته أنّ نظرية أفعال الكلام تتقاطع مع نظرية التلفظ في كثير من الوظائف
يمكن أن نمثّل لها في الشكل التالي:

¹ ينظر تعريف الوظيفة السلوكية في الصفحات السابقة.

² نور الدين النيفر، فلسفة اللغة واللسانيات، ص: 154.

الوظائف التداولية للغة حسب نظرية التلطف



الوظائف التداولية للغة حسب نظرية أفعال الكلام.

وتعتبر هذه الوظائف من أهمّ الوظائف التداولية التي تؤدّيها اللغة بشكل عام ، والمصطلح بشكل خاص، إلا أن هناك بعض الوظائف التي تغلب على بقية الوظائف الأخرى في مجال الإعلام¹، نظراً لطبيعة هذا المجال ولحجم جمهوره، ووسائله المتعدّدة، والخصائص التي يتميّر بها، وانطلاقاً من هذه الأهمية التي يكتسبها هذا المجال، يشكّل المصطلح الإعلامي أداة هامة للإقناع والتّوجيه، وللتعبير عن الأفكار والأيدولوجيات والترويج لها، وعدم الاهتمام به وبكيفية وضعه واستعماله، يشكّل عائقاً من العوائق الكبيرة التي تواجه اللغة والإعلام في الوقت نفسه.

¹ - وأهمّ هذه الوظائف: 1- الوظيفة الإخبارية أو الإعلامية التي تعنى بتبليغ الأخبار والمعلومات والخبرات إلى جمهور المتلقين، وذلك في أجزاء متفرقة من الكرة الأرضية، خاصّة بعد الثورة التكنولوجية الهائلة.
2- الوظيفة الإقناعية أو التّأثيرية، وهي التي تهدف إلى إقناع المتلقّي بفكرة ما، أو بحث الجمهور على الإقبال على سلعة معينة، أو الدّول على نمط سلوكي غير محبّب اجتماعياً، ويستخدم في ذلك الألفاظ المحمّلة وجدانياً، وأنماط من الأسلوبية والبلاغة وتقنيات الصّورة، كما تعتمد على تقديم الحجج الدامغة، والتقيّد بضوابط التداول، وعدم الخروج عنها، لأنّ تأثير الإقناع في المتلقّي أقوى، وديمومته أبقي، نظراً لشموليّته؛ إذ يُمارس على جميع الأصعدة، بالإضافة إلى أنّ إقناع المتلقّي هدف خطابي يسعى المرسل أو القائم على الاتّصال إلى تحقيقه: ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشّهري، إستراتيجيات الخطاب، ص: 445، 446. بالإضافة إلى الوظيفة التوجيهية، والتلميحية، والوظيفة التّضامنية، والترويجية والتعليمية.

الخصائص

خاتمة

رأينا من خلال هذه الدراسة نموذجاً للتوجهات المختلفة والأيدولوجيات المتعددة، للإعلام السياسي العربي، حيث قدّم هذا الأخير صورة عن الواقع العربي المفكك، كما برهن على عدم نضج الوعي السياسي بالقضايا العربية الراهنة، وتحدياتها المستقبلية، وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج الهامة، هي حصيلة ما يمكن تسجيله من ملاحظات حول المصطلح الإعلامي ووظيفته في المجال السياسي، ونحمل مجموع هذه الاستنتاجات فيما يلي:

- ضرورة توحيد الخلفيات والآراء السياسية، والتوجهات الأيدولوجية لمختلف المؤسسات الإعلامية العربية، بما يخدم القضايا العربية.

- توفر إرادة سياسية عربية مشتركة ترمي إلى النزعة التوحيدية، وتشجيع الطموحات اللغوية التي تهدف إلى تعميم وتوحيد استعمال المصطلحات في الإعلام العربي بشكل عام، وفي الإعلام السياسي بشكل خاص، كخطوة أولى للوحدة العربية في كل المجالات الأخرى.

- القضاء على مشكل التبعية في مجال الإعلام، والكف عن اعتبار الإعلام الغربي هو المصدر من حيث الوصول إلى الأخبار، أو من حيث المصطلحات والمضامين التي يستخدمها، خاصة بعدما أثبتت بعض وسائل الإعلام العربية جدارتها من حيث تغطيتها للأحداث، ووصولها إلى مصادر الأخبار أينما كانت.

- العمل على وضع مصطلحات إعلامية تتناسب مع ما يطرأ من أحداث سياسية واجتماعية وثقافية، مع مراعاة أن تكون المحتويات والمضامين التي تحملها هذه المصطلحات مطابقة لمضمون الفكر العربي والهوية العربية، والتفكير العربي، ذلك أن اللغة والإعلام معاً يشكلان أهم سفير للفكر والحضارة العربية والإسلامية في الخارج، بغض النظر عن دورهما الفعّال في داخل الوطن العربي.

- تفعيل التنسيق بين المؤسسات الإعلامية، وهيئات التعريب و الجامعات اللغوية المتخصصة.

- اجتناب ارتكاب الأخطاء اللغوية في لغة الإعلام للقضاء على انخفاض مستواها وتدنيه، والعمل على تكوين الكفاءات، والرفع من مستواهم اللغوي والأدائي للقضاء على الضعف الذي يعاني منه القائمون عليه.

- إسناد أمر الترجمة والتوليد إلى المتخصصين، بالإضافة إلى مراقبة الأعمال الفردية التي يقوم بها بعض المترجمين بشكل عشوائي، وضرورة توحيد استعمالهم للمصطلحات المناسبة.

- بناء علاقة جديدة مع اللغة و الأدب والتاريخ والتراث تعتمد على البحث والدراسة والوعي، وأخذ دور الفاعل في حياة المفاهيم والعبارات التي يتطلبها العصر وإنجازاته وتطوراته، بدلاً من الاكتفاء بدور المتلقي السلبي الذي ينقل عن الآخرين دون تمحيص لخطورة ما ينقله على هويته ومصيره ومستقبله.

- توحيد المناهج المختلفة، لكي لا تتضارب الاجتهادات في اختيار المصطلح.

- فتح معهد عربي استراتيجي للدراسات الإعلامية يعني بمتابعة أجهزة الإعلام العالمية لغويًا، وسياسيًا، وفكريًا، ويدرس التعبيرات والمصطلحات التي يُصدرها لنا الإعلام الغربي، ويزوّد الإعلام العربي بالمصطلحات والتعبيرات المناسبة؛ إذ يبقى التنسيق بين المعاهد والهيئات والجامع العربية والمؤسسات الإعلامية، في وضع واستعمال المصطلحات ونشرها، غير كافٍ، ويحتاج إلى جهاز أكبر يعمل من أجل دراسة وتوحيد هذا الاستعمال، وتوجيهه، ويقوم بمبادراته اللغوية من أجل الحفاظ على الحقّ العربي والشخصية العربية والثقافة العربية بشكل مدروس من قبل المتخصصين من فقهاء اللغة العربية.

- إن الالتزام باستعمال المصطلح الموحد، ونشره، والترويج له عند جمهور المتلقين، يحتاج إلى مساهمة القرارات السياسية في تفعيل القرارات الصادرة بشأن المصطلح، والتي تخرج بها الجامعات والهيئات اللغوية والعلمية المتخصصة، ذلك أنّ القرار السياسي مسألة على قدر كبير من الأهمية في قضية الترجمة والتعريب، حيث يتوقف عليه نجاح أو فشل دور المؤسسات العلمية والجامعات في توحيد وشيوع المصطلح العلمي، لأنّ ذلك يُبنى على إرادة الحاكم قبل هذه المؤسسات.

- كما يجب أن يكون استصدار قرارات سياسية بشأن المصطلح في اتجاه دعم ما وصل إليه العلماء واللغويون، والجامع والجامعيون من نتائج، وتطبيق ذلك ليس بشكل مبعثر ومتفرّق ولكن بشكلٍ موحدٍ على الصعيد العربي، وهي الخطوة الأولى التي يتوجّب علينا العمل على تنفيذها، والسعي الحثيث لإصدار مثل هذا القرار السياسي من خلال الجامعة العربية.

- تفعيل دور الجامعات في نشر وإشاعة وتوحيد المصطلح، وذلك باعتبارها المراكز المعنية بالبحث العلمي والأكاديمي، بالإضافة إلى كونها أنسب مكان لتطبيق وتنفيذ المصطلحات التي يتمُّ

الاتفاق عليها في الجامع اللغوية العربية أو مكتب تنسيق التعريب، حيث تعمل على نشرها من خلال المحاضرات التي تلقى على الطلاب.

- الاتفاق على فلسفة إعلامية عربية مشتركة تمكن الإعلام العربي من الوقوف في نفس المستوى من المواجهة مع الإعلام الغربي، واللغة هي أهم الوسائل التي يجب الاهتمام بها.

- العمل على بناء تخطيط إعلامي عربي يتوافق مع المعطيات الراهنة.

- تدعيم هذا العمل بوجود سياسات إعلامية تتوافق مع المخططات الموضوعية.

إن تطبيق هذه الحلول يحتاج إلى وعي خاص بواقع الإعلام العربي اليوم، وإلى بذل الكثير من الجهود بإرادة وحزم، حتى يعود له دوره الفاعل والمهادف، خاصة في ظل هذه الظروف الحرجة التي تعاني منها أمتنا العربية، وفي ظل هذه السلطة التي يمارسها الإعلام الغربي بشكل عام لخدمة أغراضه الدنيئة تجاه الأمة العربية قاطبة.

كما نرجو من خلال بحثنا، أن نكون قد أسهمنا في لفت الانتباه إلى هذه المشكلة الخطيرة، لتأخذ مكانها ضمن اهتمامات الباحثين في اللغة وفي الإعلام.

والله الموفق والمستعان

والسلام.

ثبت المصطلحات

ثبت المصطلحات فرنسي-عربي

Acte.....	فعل/ حدث
Acte de langage.....	فعل لغوي
Acte de langage direct.....	فعل لغوي مباشر
Acte de langage	فعل لغوي غير مباشر
	indirect
Acte d'énonciation.....	فعل تُلْفُظِي
Acte de parole.....	فعل كلامي
Acte illocutoire.....	فعل إنجازي
Acte locutoire.....	فعل تعبيرِي
Acte perlocutoire.....	فعل تأثيرِي
Acte phatique.....	فعل تركيبِي
Acte phonétique.....	فعل صوتِي
Acte rhétique.....	فعل دلالي
Actes assertifs.....	أفعال تأكيدية
Actes Comportatifs.....	أفعال سلوكية
Actes déclaratifs.....	أفعال إخبارية
Actes directifs.....	أفعال توجيهية
Actes Exercitifs.....	أفعال تمرسية
Actes Expositifs.....	أفعال عرضية
Actes Expressifs.....	أفعال تعبيرية
Actes Promissifs.....	أفعال وعدية
Actes Verdictifs.....	أفعال حكمية
Appréciation.....	تقدير
Argumentation.....	حجاج/ تحاجج
Auditeur.....	مستمع
Canal.....	قناة
Circonstances.....	ظروف
Code.....	نظام رموز/ قانون/ سنن
Collocation.....	الرّصْف/ التّساوق
Communication.....	اتّصال
Communication de groupe.....	اتّصال جمعي
Communication de masse.....	اتّصال جماهيري
Communication générale.....	اتّصال عام

Communication	اتّصال عبر الثقافات
		interculturelle
Communication internationale	اتّصال دولي
Communication	اتّصال شخصي / بيفردي
		interpersonnel/interindividuel
Communication intra personnelle	اتّصال ذاتي
Communication non verbale	اتّصال غير لفظي
Communication organisationnelle	اتّصال تنظيمي
Communication politique	اتّصال سياسي
Communication verbale	اتّصال لفظي
Compétence	كفاءة لغوية
Compétence pragmatique	كفاءة تداولية
Compétence sémantique	كفاءة دلالية
Concept	تصوّر ذهني
Conceptualisation	مفهمة
Cognitive	معرفية
Contenu	محتوى
Contexte	سياق
Contexte circonstanciel	سياق ظرفي
Contexte de l'énonciation	سياق تعبيرّي / تلفظي
Contexte épistémique/	سياق افتراضي
		présuppositionnel
Contexte étendu	سياق واسع
Contexte interactionnel	سياق تفاعلي
Contexte linguistique/ verbal	سياق لغوي
Contexte restreint	سياق محدود
Contexte situationnel/ de situation/	سياق موقعي/ مقامي/ سياق الموقف
		non linguistique
Contextique	سياقية
Continuum	مجموعة اتّصالية نظرية
		théorique
Convenances	تناسبات
Conversation	محادثة/ حوار
Croyances	معتقدات
Décodage	فك الترميز
Deixis	مبهمات/ ضمائر

Dénotative.....	تعينية
Destinataire.....	مرسل إليه
Destinateur.....	مرسل
Déviation sémantique.....	انزياح دلالي
Dialogue.....	حوار
Dimension pragmatique.....	بعد تداولي
Discours.....	خطاب
Distance.....	مسافة
Émetteur.....	بأث/ مرسل
Encodage.....	ترميز
Énonciataire.....	مُخاطَب
Énonciateur.....	متلفظ/ مُخاطَب
Énonciation.....	تلفظ
Énonciation littérale.....	تعبير حرفي
Énonciation sérieuse.....	تعبير حقيقي
Énoncé.....	ملفوظ/ منطوق/ عبارة
Expression.....	تعبير / عبارة
Fonction argumentative.....	وظيفة حجاجية
Fonction assertive.....	وظيفة تأكيدية
Fonction comportative.....	وظيفة سلوكية
Fonction conative.....	وظيفة ندائية/ إفهامية
Fonction déclarative.....	وظيفة إخبارية
Fonction directive.....	وظيفة توجيهية
Fonction émotive.....	وظيفة تعبيرية/ انفعالية
Fonction Exercitive.....	وظيفة تمرسية
Fonction Expositive.....	وظيفة عرضية
Fonction expressive.....	وظيفة تعبيرية
Fonction métalinguistique.....	وظيفة تعدّي اللغة
Fonction performative de la parole.....	وظيفة أدائية للكلام
Fonction phatique.....	وظيفة إقامة الاتصال
Fonction poétique.....	وظيفة شعرية
Fonction Promissive.....	وظيفة وعدية
Fonction référentielle.....	وظيفة مرجعية
Fonction verdictive.....	وظيفة حكمية
Force d'énonciation.....	قوة التلفظ

Force illocutoire.....	قوة إنجازية
Forme.....	شكل
Homonyme.....	مشارك لفظي
Idéologie.....	إيديولوجيا
Image acoustique.....	صورة سمعية
Implicite.....	تضمين
Indicateurs.....	أدلة
Indication expresse.....	إشارة واضحة
Indice.....	إشارة
Informations.....	أخبار / معلومات
Instances de discours.....	إنبيات الخطاب
Intention.....	قصد
Intentionnalité.....	قصديّة
Interaction.....	تفاعل
Interlocuteurs.....	أطراف التّخاطب
Intonation.....	تنغيم
Langage.....	لسان
Langue.....	لغة
Locutaire.....	متلقّي
Locuteur.....	متكلّم
Loi de modalité.....	قانون النّوعية
Loi d'exhaustivité.....	قانون الدّقة والوضوح
Loi d'informativité.....	قانون الإخبار
Loi du discours.....	قوانين الخطاب
Macro contexte.....	سياق كبير
Mass Medias/ Moyens de communication de	وسائل الإعلام
masse	
Mass Medias Audio-	وسائل إعلام سمعية بصرية
visuels	
Mass Medias Auditifs.....	وسائل إعلام سمعية
Mass Medias Immobiliers.....	وسائل إعلام ثابتة
Mass Medias Lisibles.....	وسائل إعلام مقروءة
Maximes conversationnelles.....	قواعد حوارية
Message.....	مرسلة
Micro contexte.....	سياق صغير

Mimiques.....	إيماءات
Modalités.....	أحكام
Modalités appréciatives.....	أحكام تقديرية
Modalités de comportement	أحكام السلوك التخاطبي
	discursif
Modalités Expressives.....	أحكام تعبيرية
Parole.....	كلام
Performance.....	أداء كلامي
Phonème.....	فونيم/ وحدة صوتية
Phonème contexte.....	سياق صوتي
Phrase.....	جملة
Polysémie.....	تعدد المعنى
Posteriori.....	بعدي
Postulats de conversation.....	مسلمات الحوار
Pragmatique.....	تداولية
Pragmatique du langage.....	تداولية اللغة
Pragmatique linguistique.....	لسانيات تداولية
Pragmatique philosophique.....	تداولية فلسفية
Préconstruit.....	مسبق
Préfixes verbaux.....	سوابق الأفعال
Présupposés.....	افتراضات مسبقة
Principe de coopération.....	مبدأ التعاون
Principes de pertinence.....	مبدأ الملائمة
Principe de sincérité.....	مبدأ الصدق
Propagande.....	دعاية
Réalisation.....	إنجاز
Réalité extra linguistique.....	واقع اللغة الخارجي
Réalité linguistique.....	واقع لغوي
Récepteur.....	مستقبل
Référence.....	مرجعية
Référent.....	مرجع
Repérage.....	استعلام
Renseignement.....	استعلامات
Sémantique.....	علم الدلالة
Sens.....	معنى

Signe.....	علامة
Signes para verbal.....	علامات مصاحبة للتلفظ
Signifiant.....	دال
Signification.....	دلالة
Signification linguistique.....	دلالة لسانية
Signifié.....	مدلول
Situation.....	موقف/ مقام
Situation du discours.....	حال الخطاب
Source.....	مصدر
Sous-entendu.....	أقوال مضمرة
Structuration.....	بنية
Substance.....	مادّة
Système.....	نظام
Terme.....	مصطلح
Théorie des actes du langage.....	نظرية أفعال الكلام
Théorie pragmatique.....	نظرية تداولية
Théorie pragmatique de la conversation	نظرية تداولية الحوار
Théorie pragmatique de l'énonciation	نظرية تداولية الحديث
Valeurs déductives.....	قيم استنتاجية
Variantes.....	تنوّعات

معجم المصطلحات الإعلامية المحلّة في البحث

Assassiné/ Mort.....	قتيل
Civilisation.....	حضارة
Combattant/ Guerrier.....	مُجاهد
Commando/ Partisan.....	فدائي
Dialogue.....	حوار
Émeute/ Désordre public.....	فتنة
Épreuve.....	محنة
Imposteurs.....	دجالون
Kamikaze.....	انتحاري
La nation Arabe/ Communauté.....	الأمة العربية
	Arabe

Le Maghreb Arabe.....	المغرب العربي
Le Maghreb Islamique.....	المغرب الإسلامي
Le Moyen Orient.....	الشرق الأوسط
Le monde Arabe.....	العالم العربي
Le monde Islamique.....	العالم الإسلامي
Le pays Arabe.....	الوطن العربي
Le peuple Arabe.....	الشعب العربي
Les pays Arabe.....	الدول العربية
Les peuples Arabes.....	الشعوب العربية
Les Systèmes Arabes/ Régimes	الأنظمة العربية
	Arabes
Liberté.....	حرية
L'Orient Arabe/ Levant	المشرق العربي
	Arabe
L'Orient Islamique.....	المشرق الإسلامي
Lumière.....	نور
Martyr.....	شهيد
Nord Africain.....	شمال إفريقيا
Paix.....	سلم/ سلام
Résistant.....	مقاوم
Révolutionnaire.....	ثائر
Sécurité/ Sûreté.....	أمن
Solidarité.....	تضامن
Terrorisme.....	إرهاب
Tolérance.....	تسامح
Tragédie.....	مأساة
Victime.....	ضحية



فهرس المصادر والمراجع

المراجع والمصادر العربية

القرآن الكريم

1- رواية الإمام ورش بقراءة الإمام نافع من طريق أبي يعقوب الأزرق تأسيساً على نسخة مأذونة أصولاً من الدار الشامية برواية حفص لقراءة الإمام عاصم، دار ابن كثير، دمشق- سوريا، دار الفجر الإسلامي، دمشق- سوريا، ط: 11، 1424هـ/ 2003م.

الأمدي (سيف الدين أبو الحسن علي بن محمد)

2- الإحكام في أصول الأحكام، تح: الشيخ إبراهيم العجوز، دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، (د.ط)، (د.ت).

إبراهيم عبد الله

3- التلقي والسيقات الثقافية- بحث في تأويل الظاهرة الأدبية، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت- لبنان، دار أويا للنشر والتوزيع، طرابلس- ليبيا، ط: 01، 2000م.

أبو أصبع صالح خليل

4- الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان- الأردن، ط: 01، 1995م.

5- تحديات الإعلام العربي: المصداقية، الحرية، التنمية، والهيمنة الثقافية (دراسات في الإعلام)، دار الشروق، 1999م.

6- نصوص تراثية في ضوء علم الاتصال المعاصر، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان- الأردن.

أرمينكو فرانسواز

7- المقاربة التداولية، ترجمة: سعيد علوش، مركز الإنماء القومي.

أولمان ستيفن

8- دور الكلمة في اللغة، ترجمه وقدم له وعلق عليه: د.كمال بشر، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط: 12.

بدوي أحمد زكي

9- معجم مصطلحات الإعلام: الرأي العام، الإعلان، العلاقات العامة، الصحافة، الراديو، التلفزيون، السينما، تقديم: أحمد خليفة، دار الكتاب المصري، القاهرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط: 01، 1405هـ/ 1985م.

بلحسن عمّار

10- الأدب والأيدولوجيا، المؤسسة الوطنية للكتاب، المكتبة الشعبية.

بلخير عمر

11- تحليل الخطاب المسرحي في ضوء النظرية التداولية، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط: 01، 2002م.

بلعيد صالح

12- اللغة العربية آلياتها الأساسية وقضاياها الراهنة، ديوان المطبوعات الجامعية، جوان: 1995م.

13- اللغة العربية العلمية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2002م.

الجاحظ أبو عثمان عمرو بن بحر بن محبوب

14- البيان والتبيين، تحقيق: درويش جويدي، المكتبة العصرية للطباعة والنشر، صيدا- بيروت، ط: 02، 1421هـ/2000م، ج: 01، 02، 03.

ابن جنّي أبي الفتح عثمان

15- الخصائص، تحقيق: محمّد علي النّجار، دار الهدى للطباعة والنشر، بيروت- لبنان، ط: 02.

حجازي محمود فهمي

16- الأسس اللغوية لعلم المصطلح، دار غريب للطباعة، القاهرة.

حسّان تَمّام

17- الأصول- دراسة استمولوجية للفكر اللغوي عند العرب- النحو، فقه اللغة، البلاغة، أميرة للطباعة، عالم الكتب، القاهرة، 1420هـ/2000م.

18- مناهج البحث في اللغة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، مطبعة النّجاح الجديدة، الدّار البيضاء، 1407هـ/1986م.

حسّاني أحمد

19- مباحث في اللسانيات- مبحث دلالي، مبحث تركيبّي، مبحث صوتي- ديوان المطبوعات الجامعية، 1999.

الحمزاوي محمّد رشاد

20- العربية والحدّاث أو الفصاحة فصاحات، دار الغرب الإسلامي، بيروت- لبنان، ط: 02 معدّلة ومزيدة، 1986.

21- المصطلحات اللغوية الحديثة، الدّار التّونسية للنشر، 1987م.

حمو الحاج ذهبية

22- لسانيات التلفظ وتداولية الخطاب، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، منشورات مخبر تحليل الخطاب، جامعة مولود معمري، تيزي وزو- الجزائر.

ابن خلدون عبد الرّحمن أبو زيد وليّ الدّين

23- المقدّمة، تحقيق: خليل شحادة، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت- لبنان، ط: 01، 1424هـ/2003م.

خليل حامد

24- المنطق البراجماتي عند تشارلز بيرس « مؤسس البراجماتية » ، دار
الينابيع للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 1996م.
خليل حلمي

25- دراسات في اللغة والمعاجم، دار النهضة العربية، بيروت- لبنان، ط: 01،
1998م.

26- اللغة والطفل- دراسة في ضوء علم اللغة النفسي، دار النهضة العربية
للطباعة والنشر، بيروت- لبنان.

دبّ الطيّب

27- التجليات السيميائية عند أبي حيان التّوحّيدي- بحث مقدّم لنيل شهادة
الماجستير في اللغويات، إشراف: د. سعدي الزبير، جامعة الجزائر، 1997، 1998م
(مخطوط).

28- مبادئ اللسانيات البنوية- دراسة تحليلية ابستمولوجية، دار القصة للنشر،
الجزائر، 2001م.

زكريا ميشال

29- الألسنية (علم اللغة الحديث) المبادئ والأعلام، المؤسسة الجامعية
للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت- لبنان، ط: 02، 1983م.

الزّمخشري جار الله أبي القاسم محمود بن عمر

30- أساس البلاغة، قاموس عربي- عربي، راجعه وقدم له: إبراهيم قلاتي، دار
الهدى للطباعة والنشر والتوزيع.

السبكي (علي بن عبد الكافي) وابنه تاج الدين

31- الإبهاج في شرح المنهاج، تح: أحمد جمال الزمزمي ونور الدين صغيري،
دار البحوث للدراسات الإسلامية وإحياء التراث، دبي- الإمارات العربية المتحدة،
ط: 01، 1424هـ/ 2004م.

السّد نور الدين

32- الأسلوبية وتحليل الخطاب، دراسة في النّقد العربي الحديث (الأسلوبية
والأسلوب)، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.

شامية أحمد

33- خصائص العربية والإعجاز القرآني (في نظرية عبد القاهر الجرجاني
اللغوية)، ديوان المطبوعات الجامعية (سلسلة المعرفة)، 1995.

شرف عبد العزيز

34- علم الإعلام اللغوي، طبع في دار نديار للطباعة، الشركة المصرية العالمية
للنشر- لونغمان 2000، القاهرة، ط: 01.

35- المدخل إلى وسائل الإعلام- الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، السينما،

المسرح، أقمار الاتصالات، دار الكتاب المصري للطباعة والنشر والتوزيع-

القاهرة، دار الكتاب اللبناني للطباعة والنشر والتوزيع- لبنان، ط: 02، 1409هـ/1989م.

الشَّهري عبد الهادي بن ظافر

36- إستراتيجيات الخطاب- مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد، بيروت- لبنان، ط: 01، 2004م.

الشيخ عبد الواحد حسن

37- العلاقات الدلالية والتراث البلاغي العربي (دراسة تطبيقية)، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، سلسلة اللغة العربية، الإسكندرية، ط: 01، 1419هـ/1999م.

طالب الإبراهيمي خولة

38- مبادئ في اللسانيات، دار القصة، الجزائر، 2000م.

الطلحي ردة الله بن ردة بن ضيف الله

39- دلالة السياق، معهد البحوث العلمية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، ط: 01، 1424هـ.

العائد أحمد

40- تحليل الخطاب الصحافي- من اللغة إلى السلطة، دار الثقافة، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء- المغرب، ط: 01، 2002م.

عزوز أحمد

41- أصول تراثية في نظرية الحقول الدلالية- دراسة- منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2002.

42- نظرية الحقول الدلالية- دراسة في التأسيس والتطبيق، أطروحة مقدّمة لنيل شهادة دكتوراه الدولة، إشراف: د. عبد الكريم بكري، المشرف المساعد: د. مختار حبار، معهد اللغة العربية وآدابها، جامعة وهران- السّانيا، 1998- 1999م (مخطوط).

عشراتي سليمان

43- الخطاب السياسي والخطاب الإعلامي في الجزائر، مدارس لسيمونتيك القول والفعل والحال، دار الغرب للنشر والتوزيع، وهران- الجزائر.

علي أميرة منصور يوسف

44- الاتّصال والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية: 1999.

عمر أحمد مختار

45- علم الدلالة، عالم الكتب، القاهرة، ط: 05.

غاليم محمّد

46- التوليد الدلالي في البلاغة والمعجم، دار توبقال للنشر، ط: 01، 1987م.

فاخوري عادل

47- علم الدلالة عند العرب، دراسة مقارنة مع السيمياء الحديثة، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت- لبنان، ط: 01، مايو: 1985م.

الفهري عبد القادر الفاسي

48- اللسانيات واللغة العربية، نماذج تركيبية ودلالية، منشورات عويدات، بيروت- لبنان، ط: 02، 1986م.

كرم جان جبران

49- مدخل إلى لغة الإعلام، دار الجيل، ط: 01، 1986م.

الكبيسي محمد علي

50- ميشال فوكو تكنولوجيا الخطاب، تكنولوجيا السلطة، تكنولوجيا السيطرة على الجسد، دار سراس للنشر، تونس، أبريل 1993م.

لاينز جون

51- اللغة والمعنى والسياق، ترجمة: عباس صادق الوهاب، دار الشؤون الثقافية العامة، ط: 01، 1987م.

لعياضي نصر الدين

52- وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري والمجتمع آراء ورؤى، دار القصة للنشر، 1999م.

المبارك محمد

53- استقبال النص عند العرب، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط: 01، 1999م.

محمد محمد سيّد

54- المسؤولية الإعلامية في الإسلام، طبع المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الرغاية- الجزائر، ط: 02، 1986م.

مرتاض عبد الجليل

55- اللغة والتواصل (اقترابات لسانية للتواصلين: الشفهي والكتابي)، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.

56- مدكور عاطف

علم اللغة بين القديم والحديث، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات جامعة حلب- كلية الآداب، سوريا: 1407هـ / 1987م.

المسدي عبد السلام

57- قاموس اللسانيات، عربي- فرنسي، فرنسي- عربي، مع مقدّمة في علم المصطلح، الدار العربية للكتاب، 1984م.

مفتاح محمد

58- تحليل الخطاب الشعري (إستراتيجية التناص)، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء- المغرب، ط: 02، 1986م.

مكاوي حسن عماد، السيد ليلى حسين

59- الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط: 02، 1422هـ/ 2001م، ط: 03، 1423هـ/ 2002م.

ابن منظور أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم الأفريقي المصري

60- لسان العرب، دار صادر، بيروت- لبنان ط: 01، 1300هـ.

منقور عبد الجليل

61- علم الدلالة- أصوله ومباحثه في التراث العربي- دراسة- من منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2001م.

موان جورج

62- علم اللغة في القرن العشرين، ترجمة: نجيب غزاوي، مؤسسة الوحدة، سوريا.

ناصر مصطفى

63- اللغة والتفسير والتواصل، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، رجب: 1415هـ/ يناير: 1995م.

النيفر نور الدين

64- فلسفة اللغة واللسانيات، مؤسسة أبو وجدان للطبع والنشر والتوزيع، تونس، ط: 01، 1993م.

هندي صالح ذياب

65- أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الفكر للنشر والتوزيع، جمعية عمال مطابع التعاونية، عمان- الأردن، ط: 01، 1999م.

وطاس محمد

66- أهمية الوسائل التعليمية في عملية التعلم عامة، وفي تعليم اللغة العربية للأجانب خاصة، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1988م.

يوسف أحمد

67- سيميائيات التواصل وفعالية الحوار- المفاهيم والآليات، منشورات مختبر السيميائيات وتحليل الخطابات، جامعة وهران- الجزائر.

-الدوريات والمجلات-

الأشتر عبد الكريم

68- « توحيد المصطلح وتعميمه- المقاصد والأبعاد » ، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق عدد خاص وفيه القسم الأول من بحوث ندوة (إقرار منهجية موحدة لوضع المصطلح).

69- « اللُّغة العربية والإعلام المرئي والمسموع- مقترحات في سبل العلاج والتنمية » ، مجلّة مجمع اللُّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه تتمة بحوث ندوة (اللُّغة العربية والإعلام)، 1420هـ/1999م.

بلمليح إدريس

70- « من التّركيب البلاغي إلى المجال التّصوّري عند عبد الله راجع » ، من قضايا التّلقّي والتّأويل، مطبعة النّجاح الجديدة بالدار البيضاء، منشورات كلىة الآداب والعلوم الإنسانيّة بالرّباط- سلسلة ندوات ومناظرات رقم: 36، جامعة محمّد الخامس، المملكة المغربيّة، ط: 01، 1995م.

بوشعالة مصطفى محمّد

71- « توحيد المصطلح العلمي العربي وشيوعه من خلال التّجربة اللّيبية » ، مجلّة مجمع اللُّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه تتمة بحوث ندوة (إقرار منهجيّة موحّدة لوضع المصطلح)، من 25 حتّى 1999/11/28، مطابع دار البعث، رجب: 1421هـ/ أكتوبر: 2000م.

بومعيزة سعيد

72- « عمليّة إنتاج الأخبار في التّلفزيون الجزائري، نشرة الثامنة- دراسة حالة » ، المجلّة الجزائرية للاتّصال، معهد علوم الإعلام والاتّصال، جامعة الجزائر، ربيع وخريف 1992، العدد 06 و 07.

حمدي أحمد

73- « لغة الأدب ولغة الإعلام » ، بحث ألقى في مؤتمر للأدباء العرب، المجلّة الجزائرية للاتّصال، سنة: 1992م، العدد: 6 و 7.

حمّادي محمّد ضاري

74- « وسائل وضع المصطلح العلمي في العربية » ، مجلّة مجمع اللُّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأوّل من بحوث ندوة (إقرار منهجيّة موحّدة لوضع المصطلح).

خسارة ممدوح محمّد

75- « المعرّب والدّخيل في المجلّات المتخصّصة » ، مجلّة مجمع اللُّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه تتمة بحوث ندوة (إقرار منهجيّة موحّدة لوضع المصطلح)، من 25 حتّى 1999/11/28، مطابع دار البعث، رجب: 1421هـ/ أكتوبر: 2000م.

الخطيب أحمد شفيق

76- « منهجية بناء المصطلحات وتطبيقها » ، مجلّة مجمع اللُّغة العربية بدمشق، مجلّة المجمع العلمي العربي سابقاً، عدد خاص وفيه القسم الأوّل من بحوث ندوة (إقرار منهجيّة موحّدة لوضع المصطلح)، 1421هـ/ 2000م.

الدّالي محمّد أحمد

77- « في الطَّرِيق إلى مصطلح علمي عربي موحد- واضع المصطلح، وأساليب وضعه، ووسائل توحيدِه » ، مجلة مجمع اللُّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأوَّل من بحوث ندوة (إقرار منهجيَّة موحَّدة لوضع المصطلح)، المجلد: 75، ج: 03.

سماعة جواد حسيني

78- « المعجم العلمي المختص (المنهج والمصطلح) » ، مجلة مجمع اللُّغة العربية بدمشق، مجلة المجمع العلمي العربي سابقاً، عدد خاص وفيه تتمة بحوث ندوة (إقرار منهجيَّة موحَّدة لوضع المصطلح) ، 1421هـ / 2000م.

السيد محمود أحمد

79- « المبادئ الأساسية في وضع المصطلح وتوليده » ، مجلة مجمع اللُّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأوَّل من بحوث ندوة (إقرار منهجيَّة موحَّدة لوضع المصطلح).

شعبان بئينة

80- « دور اللُّغة العربية في مواكبة المصطلح الأجنبي في الإعلام المقروء » ، مجلة مجمع اللُّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه القسم الأوَّل من بحوث ندوة (اللُّغة العربية والإعلام)، من 21 حتى 23 / 11 / 1998، 1420هـ / 1999م.

العظم صادق جلال

81- « ما هي العولمة » ، الثَّقافة العربية ثقافات العالم: حوار الأنداد، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، إدارة برامج الثَّقافة والاتِّصال، تونس، 1999م.

القرشي خضر عليان، قنبيبي حامد صادق

82- « المصطلح العلمي ودوره وأهميَّته » ، مجلة جامعة أم القرى، السَّنَة السادسة، 1414هـ، العدد الثامن.

كوتري جون ماري

83- « في محتوى (مضمون) الاتِّصال السِّياسي » ، ترجمة: الطَّاهر بن خرف الله، المجلة الجزائرية للاتِّصال، سنة: 1992م، العدد: 06 و 07.

مرتاض عبد الملك

84- « نظرية التَّبليغ بين الحداثة الغربية والتُّراث العربي » ، تجلِّيات الحداثة، مجلة يصدرها معهد اللُّغة العربية وآدابها، جامعة وهران، 1992، العدد: 01.

النوري محمَّد جواد

85- « المؤثِّرات في إشاعة المصطلحات العربية » ، مجلة مجمع اللُّغة العربية بدمشق، عدد خاص وفيه تتمة بحوث ندوة (إقرار منهجيَّة موحَّدة لوضع المصطلح)، من 25 حتى 28 / 11 / 1999، مطابع دار البعث، رجب: 1421هـ / أكتوبر: 2000م.

ويس أحمد محمَّد

86- « الانزياح وتعدُّد المصطلح » ، مجلّة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت: يناير/ مارس: 1997، المجلد: 25، العدد: 03.
أخرى:

دبّه الطيّب

87- محاضرة بعنوان: « اللسان البشري والأنظمة السيميائية الأخرى » ، دائرة اللّغة العربية وآدابها، جامعة عمّار تليجي بالأغواط.

88- محاضرة للسنة الثّانية بعنوان: « ماهية الاتّصال » ، مقياس: مدخل إلى علوم الاتّصال، قسم اللّغة العربية وآدابها، جامعة ابن خلدون، تيارت، السنة الجامعية: 1998، 1999م.

89- مشروع الميثاق من اجل السّلم والمصالحة الوطنية، مرسوم رئاسي رقم: 278-05 مؤرّخ في 09 رجب عام 1426هـ الموافق لـ 14 غشت سنة 2005، يتضمّن استدعاء هيئة النّاخبين للاستفتاء المتعلّق بالمصالحة الوطنية يوم الخميس 29 سبتمبر سنة 2005.

القنوات الفضائية

90- قناة الجزيرة الفضائية.

91- قناة دبي الفضائية.

92- قناة العربية الفضائية.

المراجع باللّغة الفرنسية

Bougnoux Daniel

93- Introduction aux sciences de la communication, Éditions Casbah, Alger 2001.

Benveniste Émile

94- Problèmes de linguistique générale, T1, Éditions Gallimard, Paris : 1966

95- Problèmes de linguistique générale, T2, Éditions Gallimard, Paris : 1974.

Bateson Grégory, Rusch Jurgen

96- Communication et société, Préface de Paul Watzlawick, Éditions du Seuil, 1988.

Breton Philippe

97- L'utopie de la communication (Le mythe du village planétaire), Éditions Casbah, Alger : 2000.

Chalen J.

98- Éléments de linguistique et de pragmatique pour la compréhension automatique du langage : du signe au sens, Éditions Clips, Paris.

De Saussure Ferdinand

99- Cours de linguistique générale, Éditions préparé par : Tullio De Mauro, Éditions Payot – Paris, 1985.

Dubois Jean et Autres

100- Dictionnaire de linguistique, Librairie Larousse, Paris.

Ducrot Oswald

101- Le Dire et le dit, Les Éditions de Minuit, Paris : 1984.

Ducrot Oswald et Al

102- Les mots du discours, Les Éditions de Minuit, Collection « Le sens commun », Paris : 1980.

Escarpit Robert

103- L'information et la communication – théorie générale, Hachette supérieur, Paris.

104- L'écrit et la communication, Éditions Bouchene, Alger : 1993, collections que sais-je ?

Eluerd Roland

105- La pragmatique linguistique, Éditions Fernand Nathan : 1985.

Greimas Algirdas Julien et Courtés Joseph

106- Sémiotique, Dictionnaire Raisonné de la théorie du langage, Éditions Classique Hachette, Paris.

Gary- Prieur Marie-Noëlle

107- Les termes clés de la linguistique, Éditions du Seuil, Paris : Octobre : 1999.

Ghiglione Rodolphe

108- L'homme communicant, Éditions Armand Colin – Collection U, Paris : 1986.

Galisson R. et Coste D. et Autres

109- Dictionnaire de didactique des langues, Librairie Hachette, 1976.

Lazar Judith

110- La science de la communication, Éditions Dahlab Alger, collection que sais-je ?

Martinet André

111- Éléments de linguistique générale, Armand Coulin, Paris.

Maingueneau Dominique

112- Aborder la linguistique, Éditions du seuil, collections Mémo, Paris.

113- Les termes clés de l'analyse du discours, Éditions du seuil, Collections Mémo, Paris, 1996.

Mounin George et Autres

114- Dictionnaire de linguistique, P.V.F., Paris, 1974.

Orecchioni Catherine Kerbrat

115- Énonciation de la subjectivité dans le langage, Armand Colin, Paris, 1980

116- La conversation, Éditions du Seuil, Paris : 1996.

Prieto Luisse

117- Messages et signaux, P.V.F., 1966.

Recanati François

118- Les énoncés performatifs, Les Éditions de Minuit, Paris : 1981.

Sapir Edward

119- Linguistique, Présentation de Jean – Elie Boltanski, Les Éditions de minuit, Paris.

Sarfati Georges Elia

120- Précis de Pragmatique, Éditions Nathan, 2002.

Searle John Richard

121- Sens et expression -Étude de théorie des actes de langage, Les Éditions de Minuit, Collection "Le sens commun" Paris : 1982.

Siouffi Gilles et Van Dan Raemdonck

122- « La pragmatique », 100 Fiches pour comprendre la linguistique, Fiche : 22, Éditions Bréal.



إنَّ السَّيِّدَ رَئِيسَ الجُمهُورِيَّةِ الجَزائِرِيَّةِ الدِّيمُقْرَاطِيَّةِ الشَّعْبِيَّةِ يَسْتَدْعِي النَّاخِبُونَ
الجَزائِرِيِّينَ، وَالنَّاخِبَاتِ الجَزائِرِيَّاتِ لِلإِدْلَاءِ بِرَأْيِهِم عَن طَرِيقِ الاسْتِفْتَاءِ، يَوْمَ الخَمِيسِ
29 سبْتَمْبَرِ 2005، وَفِيما يَلِي مَقْتَطَفٌ مَن نَصِ المَلْحَقِ:

مَشْرُوعُ المِيثاقِ مَن أَجْلِ السَّلْمِ وَالمِصالِحَةِ الوِطْنيَّةِ.

بِسْمِ اللّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دِيباجَةٌ

« تارِيخُ الجَزائِرِ سُلْسُلَةٌ مَن النِّضالاتِ المَتعاقِبَةِ الَّتِي خاضَها شَعْبُها نُوْدًا عَن
حَرِيَّتِهِ وَكِرامَتِهِ. وَالرَّصِيدُ هَذا، المَتكوِّنُ عَلى مَرِّ الحَقْبِ وَالعِصْرِ جَعَلَ مَن الجَزائِرِ
أَرْضًا تُرعى فِيها قِيمُ التَّسامِحِ وَالسَّلَامِ وَالحِوارِ وَالحِضارَةِ.
وَإِذا اسْتَمَدَّ الشَّعْبُ الجَزائِرِيُّ قُوَّتَهُ مَن وَحدَتِهِ وَاعتَصَمَ بِما يُؤْمِنُ بِهِ مَن القِيمِ
الرُّوحيَّةِ وَالأَخْلاقِيَّةِ العَرِيقَةِ، اسْتَطاعَ التَّعَلُّبُ عَلى أَشَدِّ المَحْنِ قِساوَةً وَإِضاْفَةً الجَدِيدِ مَن
الصِّفَحاتِ المَشْرِقةِ إِلى تارِيخِهِ الحافِلِ بِالأمْجادِ. لَمَّا كانَ الشَّعْبُ الجَزائِرِيُّ يَأبى الضَّيْمِ
وَالاسْتِعْبادِ؛ فَإِنَّهُ عَرَفَ كِيفَ يَعتَصِمُ بِحَبْلِ الصَّبْرِ وَالجَلْدِ، وَيَسْتَمِرُّ فِي التَّصَدِّي
وَالمِقاوِمَةِ رَغمَ ما يَتعرَّضُ لَه مَن أَشْنَعِ المِحاوِلاتِ لَتَجْرِيدِهِ مَن ثِقاْفَتِهِ وَإِبادَتِهِ طِيلةَ قَرْنِ
وَنيْفٍ مَن الإِحتِلالِ الاسْتِيطانِيِّ. ثَمَّ جِاءَتِ ثُورَةٌ أوَّلُ نِوفَمْبَرِ 1954 المِجِيدَةِ، كَالفَلقِ الَّذِي
يَنبَلِجُ فِي اللَّيْلَةِ الظُّلْماءِ، لَتَبْلُورَ تَطْلُعاتِ الشَّعْبِ الجَزائِرِيِّ وَتَتِيرَ دَرَبَ كِفاْحِهِ مَن أَجْلِ
انْتِزاعِ حَرِيَّتِهِ وَاسْتِقلالِهِ (...) وَطِيلةَ أَكْثَرِ مَن عَقْدِ مَن الزَّمَنِ حِصْلِ الانْحِرافِ بِمِساَرِ
الجَزائِرِ عَن جادَّتِهِ الصَّحِيحَةِ بِفِعْلِ اعْتِداءِ إِجْرامِيٍّ لا سابِقَ لَه اسْتَهْدَفَ مَن بَينَ ما
اسْتَهْدَفَهُ مَن أَغْراضِ أئِمَّةٍ مَقِيتَةٍ مَحَوِ المِكاَسِبِ الَّتِي غَنَمَها الشَّعْبُ مِقاِبِلِ تَضَحِيَّاتِ
جِسامِ؛ بَلْ وَأَدهى مَن ذَلِكَ تَقْوِيضِ أركانِ الدَّوْلَةِ الوِطْنيَّةِ ذاتِها (...) وَالشَّعْبِ الجَزائِرِيِّ
مَدِينِ بِالْعِرفانِ، إِلى الأَبَدِ، لأرواحِ أولئِكَ الَّذينَ اسْتَشْهَدُوا مَن أَجْلِ بقاءِ الجُمهُورِيَّةِ
الجَزائِرِيَّةِ الدِّيمُقْرَاطِيَّةِ الشَّعْبِيَّةِ. إِنَّهُ سَيَظَلُّ إِلى جانِبِ أَسْرِ شَهادَةِ الوِاجِبِ الوِطْنيِّ، وَأسْرِ
ضَحاياِ الإِرْهابِ، وَذلكَ لِأَنَّ تَضَحِيَّاتِهِم نابِعةٌ مَن قِيمِ المِجْتَمَعِ الجَزائِرِيِّ. وَالدَّوْلَةُ لِنِ
تَدخِرُ جِهادًا مَعنَوِيًّا أَوْ مادِّيًّا كِيفَ يَسْتَمِرُّ اعْتِبارُها وَتَقْدِيرُها وَدَعْمُها لِتلكَ الأَسْرِ وَذِويِ
الحَقوقِ لِقائِ التَّضَحِيَّاتِ المَبذُولَةِ (...) فِي الفِتْنَةِ هَذهِ تَمَّ تَسْخِيرُ الدِّينِ الحَنِيفِ وَعددِ مَن
الجَزائِرِيِّينَ لأغْراضِ مِناْفِيَّةِ لِلِوِطْنيَّةِ. فَإِلسْلامُ مَن حَيْثُ هُوَ مَكُونٌ مَن المِكوِّناتِ
الأساسِيَّةِ لِلهَويَّةِ الوِطْنيَّةِ، كانَ عَلى مَرِّ التَّارِيخِ، خِلافًا لِمَا يَدَّعِيهِ هَؤلاءِ الدَّجالونَ،
العِروَةُ الوَثْقِيَّةِ الَّتِي تَشُدُّ الشَّمْلَ وَالمِصدرِ الَّذِي يَشعُ مَنه النُّورُ وَالسَّلْمُ وَالحَرِيَّةُ
وَالتَّسامِحُ.

إنَّ هَذا الإِرْهابِ الهَمْجِيِّ الَّذِي ابْتلى الشَّعْبَ الجَزائِرِيِّ، وَأصابَهُ فِي مِقاتِلِهِ طِيلةَ
عَقْدِ مَن الزَّمَنِ يَتنافى مَعَ قِيمِ الإِسلامِ الحَقِّ وَمُثُلِ السَّلْمِ وَالتَّسامِحِ وَالتَّضامِنِ الإِسلامِيَّةِ
(...) وَلَقَدْ تَيقَّنَ الجَزائِرِيُّونَ وَالجَزائِرِيَّاتُ كَلَّ اليَقينِ مَن أَنَّهُ، مَن دونِ عِودَةِ السَّلْمِ
وَالأَمَنِ، لِنِ يَثْمُرُ أَيُّ مِساْعِي التَّنْمِيَّةِ السِّياسِيَّةِ وَالاِقْتِصادِيَّةِ وَالاِجْتِماعِيَّةِ
بِالنِّمارِ الَّتِي يَتوخونها مَنه؛ وَإِذا أَنَّهُم طالَما افْتَقَدُوا هَذا السَّلْمَ وَهَذا الأَمَنَ؛ فَإِنَّهُم يُقدِّرونَ
بِكَلِّ وَعِيٍّ ما لَهما مَن أَهمِّيَّةِ لَيسَ بِالنِّسْبَةِ لِكُلِّ واحِدٍ مَنهم فَحَسَبِ؛ بَلْ وَبِالنِّسْبَةِ لِلأُمَّةِ
جَمْعاءِ. وَحَتَّى يَتَسَنَّى نِهايًّا تَعزِيزَ السَّلْمِ وَالأَمَنِ، لا مِناصَ مَن أنْ نَخوضَ، اليَوْمَ،
مِساْعِي جَدِيدًا قَصْدَ تَحْقِيقِ المِصالِحَةِ الوِطْنيَّةِ لِأَنَّه لا سَبيلَ إِلى انْدِمالِ الجِروحِ الَّتِي

خلفتها المأساة الوطنية من دون المصالحة الوطنية. إنَّ المصالحة الوطنية غاية ينشدها الشعب الجزائري حقاً وصدقاً، ذلك أنَّها مطلب غير قابلٍ للتأجيل نظراً لما تواجهه الجزائر من تحديات التنمية العديدة. إنَّ الشعب الجزائري يعلم علم اليقين أنَّ المصالحة الوطنية تُعدُّ بكلِّ خير، وأنَّها كفيلة بتعزيز ما في يد الجزائر الديمقراطية والجمهورية من مكاسب بما يخدم جميع مواطنيها (...) بسياسة إفاضة السَّلم والمُصالحة ستُستكمل الجهود المبذولة من قبل جميع مكونات الشعب الجزائري من أجل بقاء الجزائر. وهاهو ذا الشعب مدعوُّ اليوم إلى الإدلاء بكلمته حول بنود هذا الميثاق من أجل السَّلم والمصالحة الوطنية (...). إنَّ الشعب الجزائري يصادق على هذا الميثاق من أجل السَّلم والمصالحة الوطنية، ويفوض لرئيس الجمهورية اتِّخاذ جميع الإجراءات قصد تجسيد ما جاء في بنوده»¹.

¹ - مرسوم رئاسي رقم 278-05 مؤرَّخ في 9 رجب عام 1426 الموافق 14 غشت سنة 2005، يتضمَّن استدعاء هيئة الناخبين للاستفتاء المتعلِّق بالمصالحة الوطنية يوم الخميس 29 سبتمبر سنة 2005، (مخطوط).



فهرس الموضوعات

07-02	تمهيد: اللُّغة والتَّواصل
78-09	الفصل الأوَّل: من المفاهيم الأساسيَّة في دراسة المصطلح الإعلامي العربي
09	1- تعريف المصطلح
15	2- تعريف المصطلح الإعلامي
16	3- البعدان: التَّواصل والتَّداولي لوظيفة المصطلح الإعلامي العربي
16	3-1- من حيث البعد التَّواصل
16	3-1-1- تعريف الاتِّصال
22	3-1-3- أنواع الاتِّصال
26	3-1-4- العلاقة بين الإعلام والاتِّصال
28	3-2- من حيث البعد التَّداولي
29	3-2-1- نشأة التَّفكير التَّداولي
32	3-2-2- مفهوم التَّداولية
37	3-2-3- أهميَّة المنهج التَّداولي
38	3-2-4- المفاهيم الأساسيَّة للتَّداولية
60	3-2-5- التَّداولية ونظريَّاتها
61	أ- نظرية أفعال الكلام
71	ب- نظرية تداولية الحديث/ لسانيات التلقُّظ
74	ج- نظرية تداوليات الحوار
148-80	الفصل التَّاني: عناصر المحيط التَّداولي للمصطلح الإعلامي العربي
81	1- مستويات الاتِّصال الإعلامي
84	2- أنشطة الاتِّصال من حيث الجمهور والرَّسالة
100	3- عناصر المحيط التَّداولي للمصطلح الإعلامي العربي
101	3-1- واضع المصطلح الإعلامي ومستعمله (المتكلِّم/ رجل الإعلام)
105	3-1-1- الشُّروط التي يجب أن تتوفَّر في رجل الإعلام
113	3-2- اللُّغة والإعلام
114	3-2-1- مفهوم الخطاب
119	3-2-2- مستويات الخطاب
128	3-3- قناة الاتِّصال
133	3-4- جمهور الخطاب الإعلامي

135.....	3-5- السِّياق
144.....	3-6- التَّلْفُظُ وقِيوده الحركية
	الفصل الثالث: من إشكاليَّات المصطلح الإعلامي العربي
-150.....	- مناقشة تحليلية في ضوء اللِّسانيات التَّداولية-
208	
	1- إشكاليَّة المصطلح الإعلامي العربي على مستوى
162.....	الوضع
	2- المصطلح الإعلامي العربي وإشكاليَّة تحديد
170.....	المفهوم
173.....	1-2- إشكاليَّة تعدُّد المصطلح الإعلامي
173.....	1-1-2- تعدُّد المعاني
176.....	2-1-2- أسباب تعدُّد المصطلح الإعلامي
.....	3- المصطلح الإعلامي ونظرية الحقول الدَّلاليَّة
187	
193.....	4- السُّلْطة في الخطاب
199.....	5- المتلقِّي ووسائل الإعلام
201.....	6- إشكاليَّة توحيد المصطلح الإعلامي
.....	7- إشكال التبعيَّة في المصطلح الإعلامي
205	
206.....	1-7- فلسفة الإعلام
206.....	2-7- التَّخْطِيط الإعلامي
208.....	3-7- سياسات الإعلام
	الفصل الرَّابِع: أهمُّ الإستراتيجيات و الوظائف التَّداولية للخطاب في المصطلح الإعلامي
271-210.....	العربي
211.....	1- قوانين الخطاب
214.....	2- الأحكام
218.....	3- إستراتيجيات الخطاب
.....	1-3- معايير تصنيف إستراتيجيات الخطاب
219	
226.....	4- أنواع الإستراتيجيات الخطابية
.....	5- فعاليَّة وسائل الإعلام في إستراتيجيات الخطاب
236	
237.....	6- النُّصوص السَّمعية البصرية
238.....	7- وظائف وسائل الإعلام
260.....	8- مفهوم وظائف اللُّغة
262.....	1-8- الوظائف اللُّغوية للمرسلَّة الإعلامية
.....	9- معالم البعد التَّداولي لوظيفة المصطلح الإعلامي
265	
.....	1-9- الوظائف التَّداولية للُّغة حسب نظرية أفعال الكلام
265	

9-1-1- الوَظائف التَّداولية للمصطلح حسب تصنيف أوسْتين للقيم الإنجازية

للتلفُظ 266

9-1-2- الوَظائف التَّداولية للمصطلح حسب تصنيف سيرل للقيم الإنجازية

للتلفُظ 267

9-2- الوَظائف التَّداولية للُّغة وفق نظرية تداولية الحوار

269

9-3- الوَظائف التَّداولية للُّغة حسب نظرية التلفُظ

270

الخاتمة 273

ثبت المصطلحات 285-277

فهرس المصادر والمراجع 299-287

قائمة المراجع العربية 287

قائمة المجلَّات والدَّوريات 294

قائمة المراجع الأجنبيَّة 298

الملحق 301

فهرس الموضوعات 306-304