الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية

جامعة محمد الصديق بن يحي –جيجل–

كلية الآداب واللغات

قسم اللغة والأدب العربي

العنوان:

تداولية الخطاب الإعلامي في جريدة "صوت الأحرار"

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في اللغة والأدب العربي

تخصص: لسانيات الخطاب

إعداد الطالبتين:

– يسرى شعباني

– ماجدة بونفيخة

إشراف الأستاذ:

د.محمد زكور

أعضاء المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلميـــــة	الجامعـــــة	الصفـــة
د.رشيد جقريف	أستاذ محاضر(أ)	جامعة جيجل	رئيســــــــــا
د.محمد زكور	أستاذ محاضر(ب)	جامعة جيجل	مشرفا ومناقشا
أ.د. فيصل الأحمر	أستاذ التعليم العالي	جامعة جيجل	مناقشـــــــا

السنة الجامعية: 2021–2022م

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

أوّل مشكور هو الله سبحانه وتعالى، على ما أعاننا عليه من مقدرة في إنجاز هذه المذكرة، التي تمثّل بذرة عمل جماعي أثمر في هذا العمل فلله الحمد والشكر.

كما نتقدّم بخالص شكرنا واحترامنا، وكل التقدير للأستاذ الدكتور "محمد زكور" الذي منحنا وقته وجهده وخبرته الطويلة، لإعانتنا على إتمام هذه المذكرة، جزاه الله تعالى كل خير.

وشكر خاص للأستاذ بودلال سامي والأستاذة: أمينة خنوف على مدّ يد العون.

فلك منا يا أستاذنا الكريم أسمى كلمات الشكر والامتنان. ولك من الله الثواب العظيم بإذن الله.

كما نتقدّم بشكرنا وتقديرنا لأساتذة قسم اللغة العربية على مجهوداتهم في سبيل العلم، ولإدارة كلية اللغات بجامعة الصديق بن يحي –جيجل– على مجهوداتهم الكبيرة

وفي الأخير لا يسعنا إلاّ أن نحمد الله عزّ وجل على توفيقه.

مقـــــدّمة

مقدمة

تُعدّ التداولية فرعًا من فروع اللّسانيات الحديثة، وهي عِلمٌ جديد يدرس اللّغة في الاِستعمال وتهتّم بمقاصد المتكلِّم، أيْ تهتّم بالظروف والسياقات المتعلّقة بالملفوظ الكلامي، أمّا الخطاب الإعلامي فهو نوع من أنواع الخطابات التّي تهتم بحياة الإنسان اليومية، فهو خطاب ناقلٌ للأخبار والحوادث اليوميّة إلى الجمهور، ويشمل على العديد من الأنماط مثل: الخطاب السياسي، الخطاب الثقافي، الخطاب الإشهاري، الخطاب التجاري، وغيرها من الخطابات، ويتّم نقل هذه الأخبار عبر وسيط تلفاز أو جريدة أو راديو وغيرها، فهذه الوسائل تُسهِّل عملية نقل المعلومات وتداولها وتأويلها بسرعة من قبل الجمهور المُتلقّي، وقد جاءت هذه الدراسة الموسومة بعنوان "تداولية الخطاب الإعلامي في جريدة صوت الأحرار".

تنطلق هذه الدراسة من إشكالية رئيسية تدور حول الخطاب الإعلامي وكيفية تداوله في الجريدة، والتي نصيغها كالآتي:

-ما هي الأبعاد التداولية في الخطاب الإعلامي لجريدة صوت الأحرار؟

هذه الإشكالية الجوهرية يمكن تفريعها إلى عدّة تساؤلات أهمّها:

-ما هو المقصود بالتداولية؟.

-ما هي علاقة التداولية بالخطاب الإعلامي؟.

-كيف تجلّت التداولية في جريدة صوت الأحرار؟.

-ما هي آليات التداولية التّي وُظِّفت في الجريدة؟.

ومن أجل التوصّل إلى إجابات عن هذه الأسئلة، كان لا بدّ علينا إتّباع خطّة بحث مقسّمة إلى: فصلين الأوّل نظري بعنوان "مفاهيم حول التداولية والخطاب الإعلامي" تطرقنا فيه من جهة إلى ماهية التداولية بمفهومها ونشأتها ومهامها وعلاقاتها بالعلوم الأخرى وكذا قضاياها، ومن جهة ثانية تناولنا مفهوم الخطاب وحاولنا الإحاطة من جهة ثالثة بماهية الخطاب الإعلامي وبيّنا العلاقة بين التداولية والخطاب الإعلامي.

أمّا الفصل الثاني فكان تطبيقيا موسوما بـ"أثر الأبعاد التداولية في الخطاب الإعلامي بجريدة صوت الأحرار" حيث اخترنا عينة ممثلة من جريدة صوت الأحرار مكونة من الأربع أعداد الأولى لشهر مارس 2022م، وتناولناها بالدراسة والتحليل شكلا ومضمونا، انطلاقا من التعريف بالجريدة وهيكلها التنظيمي، وكذا مواضيعها وأقسامها ثم تطرقنا إلى استراتيجية العنونة والواجهة الرئيسية بالجريدة وأبعادها التداولية، لنتعمق أكثر في آليات واستراتيجيات التداولية وأبعادها المتضمنة في الجريدة من خلال أفعال الكلام، الإشاريات، استراتيجية الحجاج، الاستلزام الحواري، ثم أتت بعد ذلك الخاتمة ضمنّا فيها أهم النتائج التي توصلنا إليها من دراستنا هذه وكذا أجبنا فيها عن إشكالية البحث وتساؤلاته المطروحة.

لقد اِعتمدت الدراسة بشكل أساسي على المقاربة التداولية الذي اِستعملنا آلياته في التحليل التداولي للنصوص الصحفية باعتباره موضوعا من ضمن الدراسات البينية العابرة للتخصصات مثل الخطاب الإعلامي.

وفي حدّ علمنا وحسب اطلاعنا هذه الدراسة لها أهميّة من حيث أنّها تُسلِّط الضّوء على الجوانب التداولية في جريدة "صوت الأحرار" إضافة إلى كونها من الدراسات القليلة التّي تناولت هذا الموضوع.

أمّا بخصوص أسباب هذه الدراسة فهناك أسباب ذاتيّة تتمثّل في رغبتنا المُلِحّة في الاِهتمام بميدان الصحافة والرغبة في استكشاف تقنيات كتاباته المختلفة، إضافة إلى اهتمامنا بالمجال الإعلامي والصحفي وميولاتنا الشّخصية له، وفضولنا الشديد لاكتشاف المضامين الخفيّة في الجرائد من معاني ورسائل ومقالات، أمّا الأسباب

الموضوعية فتمثلت في قلّة الاِهتمام بتداولية الخطاب الإعلامي، وعدم الوعي بنظرية التداولية التّي تعتبر نظرية مهمّة لفهم مقاصد الكلام وربطها بالخطاب الإعلامي كون التداولية من العلوم الجديدة الحاضرة في الحياة والتّي يمكن عن طريقها فهم سياق الخطابات الموجّه إلى جلّ فئات المجتمع.

سَعَت هذه الدراسة إلى تحقيق عدّة أهداف منها: التعريف بالتداولية، والإشارة إلى قضايا التداولية التّي يحتوي عليها الخطاب الإعلامي، ومعرفة الخطاب الإعلامي والكشف عن خصائصه ومميزاته عن باقي الخطابات الأخرى.

اِعْتمدنا على بعض الدراسات السابقة التّي أقيمت حول هذا الموضوع ولو بشكل جزئي، وعلى قلّتها سنذكر: تداولية الخطاب في الإعلام المرئي لإيمان مريمش وعبلة سداري تحت إشراف الأستاذ عباس حشاني، التداولية في الخطاب القرآني "سورة مريم"-أنموذجا، لربيعة بوطغان وهدى بوفنش تحت إشراف الاستاذ عبد الرحمن لزرق، الخطاب الإشهاري في قناة الشروق –مقاربة تداولية- لمنى مخالفة ومريم يسعد تحت إشراف الأستاذ عثمان لالوسي.

كما اِعتمدنا في هذه الدراسة على عدّة مصادر ومراجع خدمتنا في معالجة اشكالية البحث ونذكر على سبيل المثال بعض الكتب المهمّة:

- محمود أحمد نحلة: آفاق جديدة في البحث اللّغوي المعاصر.

- مسعود صحراوي: التداولية عند العلماء العرب.

- بشير ابرير: دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي.

- هشام صويلح: الخطاب الإعلامي نسق تبليغي تداولي.

ورغم ما واجهنا من صعوبات والتي كان من أبرزها: قلّة المصادر والمراجع في ما يخصّ الخطاب الإعلامي قلّة الدراسة حول هذا الموضوع، وتشعّب المادة المعرفية في ما يخصّ التداولية واتّساع مفهومها وكثرة مصادرها ومراجعها صعبّت علينا الإلمام بالمعلومات التّي تخدم الموضوع.

وختامًا نخلص الشكر والتقدير لكل من ساهم في إتمام هذه الدراسة بمصدر أو فكرة ونتوجه بالشكر إلى أستاذنا الفاضل "محمد زكور" على دعمه لنا، وقد سعينا في هذا البحث أن يكون فيه إفادة ما يجعله يليق بهذه المرحلة البحثية، آملين بتدارك النقائص التّي لا يخلو منها أي عمل بشري، واللّه وليُّ كل نجاح وتوفيق.

الفصل الأوّل

مفاهيم حول التداوليّة والخطاب الإعلامي

منذ أن وُجِد الإنسان وهو يسعى في هذه الأرض بحثًا عن الحقيقة، أو على الأقل مقاربتها، وفي سعيه الحثيث لبلوغها تركت باله لا يهدأ ولا يستقر، فمنذ أن كان يطلبُها من الأمور الميتافيزيقية أو الماورائية، ها هو يحاول استكناهها من الطبيعة، فأوجد بذلك العلوم بمختلف أشكالها، وميادين الدراسة فيها التّي تنطلق من مناهج كالمنهج التجريبي في العلوم الدقيقة، ومناهج النقد والنظريات في الأدب والعلوم الإنسانية الأخرى، وحتّى تستقرّ لهم هذه العلوم أوجدوا المصطلحات التي تعدّ "خلاصات العلوم، رحاق المعارف ورحيقها المختوم" كما يحب يوسف وغليسي وصفها فالمصطلحات تنتقل بانتقال العلوم، فتسايرها، وتتطور بتطورها وتفنى بفنائها، فهي مقرونة بمجال التداول، ومدى تقبله، ولأن المصطلح في البحوث والدراسات الحديثة يعد ركيزة أساسية، يراد بسطها وجعلها مفهومة وميسرة، بعيدا عن التعقيد فحاولت أن تتبنى مفهوما محددا مضغوطا ومكرسا، وهذا ما سنتبناه في هذه المحاولة إبراز مجموعة من المفاهيم في هذا الموضوع، فما مفهوم المصطلحات: التداولية، الخطاب الخطاب الإعلامي؟.

أولا– ماهية التداولية:

1– مفهوم التداولية:

أ– التداولية لغـة:

ورد في المعاجم العربية الجذر اللغوي لمصطلح التداولية هو الفعل الثلاثي "دَوَلَ"، فوَرَدَ في كتاب العين للخليل بن أحمد الفراهيدي(ت 170هـ)أنّ: **"دول الدُّولةُ والدَّولةُ لغتان، ومنه الإدالة الحجّاج إنّ الأرض ستدالُ مِنَّا كما أدَلنا منها، أي نكون في بطنها كما كنَّا على ظهرها "** [1]

أمّا في معجم مقاييس اللغة لابن فارس (ت395 هـ) وردت دول: **"الدال والواو واللام أصلان: أحدُهما يدلُّ على تحوّل شيء من مكان إلى مكان، والآخر يدلّ على ضَعْفٍ واسْتِرخاء، فأما الأوّل فقال أهل اللّغة: اندَالُ القومُ، إذا تحوّلوا من مكان إلى مكان، ومن هذا الباب تدَاوَلَ القوم، الشيء بينهم: إذا صار من بعضهم إلى بعض. .، أما الأصل الآخر فالدّويلُ من النّبت: ما يبس لعامه...ومن هذا الباب أندالَ بطنُهُ، أي استرخَى"**[2]

أمّا الزمخشري فورد في معجمه أساس البلاغة (ت 528هـ): "أن: دول: **"دالت له الدّولة، ودالت الأيّام بكذا، وأدال الله بني فلان من عدّوهم: جعل الكرّة لهم عليه. ..والدهر دُوَلٌ وعُقَبُ وتوبٌ، وتداولوا لشيء بينهم والماشي يداول بين قدميه: يراوح بينهما، ونقول دواليك أي دالت لك الدولة كرّة بعد كرّة..."**[3]

---

(1) – الخليل بن أحمد الفراهيدي: كتاب العين، تح: عبد الحميد هنداوي، دار الكتب العلمية، منشورات محمد علي بيضاوي، بيروت–لبنان، ج2، د.ط، 2003، ص 60.

(2) – ابن الحسين بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، تح : إبراهيم شمس الدين، دار الكتب العلمية، بيروت–لبنان، مج1، ط 2 ، 2008، ص 426.

(3) – أبي القاسم جار الله بن عمر بن أحمد الزمخشري : أساس البلاغة، تح: مدخل باسل عيون السُّود، دار الكتب العلمية، بيروت–لبنان، ج1، ط1، 1998، ص 303.

كما جاء في قاموس المحيط للفيروز أبادي (ت817هـ):"**تداولوه، أخذوه بالدول، ودواليك أي مداولة ودواليك أي مداولة على الأمر أي تداول بعد تداول** "[1].

وبناءً على ما تقدّم من التعاريف اللّغوية لمصطلح التداولية في المعاجم العربية نجدها أنّها لا تتعدى عن الجذر اللّغوي دول لأنّها تحمل كل من معاني التنقل من حال إلى حال والتحوّل والتغيّر والتبدل الذي يقتضي وجود أكثر من حال.

ب- التداولية اصطلاحا:

عرّف التداولية مجموعة من اللغويين والدارسين على أنّها العلم الذي يهتم باللّغة وما يرتبط بها، وقد قال عنها رائدها الأوّل (تشارلز موريس Charles Morris)*التداولية هي: « **العلم الذي يدرس علاقة العلامات بمؤوليها، هذا هو التعريف الأوّلي للتداولية**» [2]. فهذا التعريف يفتح آفاق وأبواب على هذا العلم مع العلوم الأخرى، كعلم السيمياء وغير ذلك، حيث عدّ التداولية جزء من علم السيمياء الذي يتقاطع معها.

كما ميّز بين ثلاثة فروع من الرموز اللغوية وهي:

- **الجانب النحوي:** دراسة علاقة الرموز اللغوية بعضها ببعض.
- **الجانب الدلالي:** دراسة علاقة الرموز اللغوية بالأشياء التي تدل عليها.
- **الجانب البراجماتيكي:**وتُعنى بعلاقة الرموز اللّغوية بالمتلقي وبالظواهر النفسية والإجتماعية والمرافقة لِاستعمال هذه الرموز وتوظيفها.[3]

(1) – الفيروزآبادي: قاموس المحيط، تح: أبو الوفاء نصر الهوريني ، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، ط 3، 2009، ص 1014.

* **تشارلز موريس:** فيلسوف أمريكي عُني بقضايا الدلالة المنطقية والسيميولوجيا.

(2) – صابر الحباشة: الأسلوبية و التداولية مداخل لتحليل الخطاب، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، ط1، 2011، ص 51.

(3) – شاهر الحسن: علم الدلالة السيمانتيكا والبراغماتية في اللغة العربية، دار الفكر للطباعة و النشر، عمان، ط1، 2001 ص 157.

أي التداولية لا تعنى بموضوع اللّغة وحدها فقط بل بكل ما يحيط بها أيضا من خلال البحث عن علاقة العلامات أو الرموز بما تعبّر عنه من موضوعات أي مقاصد وأيضا علاقة هذه العلامات بمتكلميها ومستمعيها، كذلك طريقة فهمها من خلال تقدير وزن وقيمة الكلام وتحليله وتفسيره من قبل المتلقي والكيفية التي نقلت عليها الإجابة.

أمّا رودولف كار ناب (R. garnab) فيعتبرها: «**قاعدة اللسانيات، كونها المنهج الذي باستطاعته أن يجيب عن أسئلة من هذا النمط: ماذا نضع حين نتكلم؟ماذا نقول بالضبط حين نتكلم؟ فمن يتكلم إذن؟ وإلى من يتكلم؟ من يتكلم ومع من؟ من يتكلم لأجل من؟...** »[1]، ويعني هذا أنّ التداولية أساس اللسانيات لأنّها تعتبر منهج الذي يفتح آفاق كثيرة والتي من خلالها نجيب على مجموعة من التساؤلات.

أمّا "مسعود صحراوي" فيقرّ بأنّ: «**التداولية ليست علما لغويا محضا ولكنّها علم جديد للتواصل يدرس الظواهر اللغوية في مجال الاستعمال، ويدمج من ثمّ مشاريع معرفية متعدّدة في دراسة ظاهرة التواصل اللّغوي وتفسيره** »[2]، فالتداولية اِستقت معالمها من علوم أخرى كاللسانيات، فهي تدرس اللغة في الاستعمال ويعني هذا في التواصل.

كما يؤكد أيضا "الجيلالي دلاش" حين عرّفها بأنّها: «**تخصص لساني يدرس كيفية استخدام الناس للأدّلة اللغوية في صلب أحاديثهم وخطاباتهم، كما يُعنى من جهة أخرى بكيفية تأويلهم لتلك الخطابات**

(1) – فرانسواز أرمينكو : المقاربة التداولية، تر: سعيد علوش، مركز الإنماء القومي، ط 3، ص 7.

(2) – ينظر: مسعود صحراوي : التداولية عند العلماء العرب –دراسة تداولية لظاهرة " الأفعال الكلامية " في التراث اللساني العربي، دار الطليعة للطباعة و النشر–بيروت–لبنان، ط1، 2005، ص 16.

والأحاديث »[1].فالتداولية تدرس اللّغة في الاستخدام كما تقوم بإخراج المعنى الحرفي للمتكلم إلى المعنى المقصود(المراد للمستمع).

أمّا "طه عبد الرحمان"* فقال: «**التداول وصف لكل ما كان مظهرا من مظاهر التواصل والتفاعل بين صانعي التراث من عامّة النّاس وخاصتهم** »[2]فهي تصف كلام النّاس بمختلف فئاته مهما كان مظهره.

كما تعرّف أيضا بأنّها: «**الدراسة التي تعنى باستعمال اللّغة، وتهتم بقضية التلاؤم بين التعابير الرمزية والسياقات المرجعية والمقامية والحدثية والبشرية** »[3]، فمن خلال هذا القول نرى أنّ التداولية تهتم بدراسة اللّغة في الاستعمال ضمن السياق المرجعي التي تنتج فيه هذه اللّغة والتعابير الرمزية والمقام المتلائم والحدثية والبشرية.

ورغم اختلاف الباحثين حول موضوع التداولية فإنّ أغلبهم يؤمن «**أنّ قضية التداولية هي إيجاد القوانين الكلية للاستعمال اللغوي والتعرف على القدرات الإنسانية للتواصل اللغوي، من ثم تصير التداولية جديرة بأن تسمّى "علم الاستعمال اللغوي** »[4]، فالتداولية مسألتها هي طرح الجانب الاستعمالي للّغة والتأكد من معرفة الكفاءة والقدرة الإنسانية في التواصل اللّغوي.

ومن خلال هذه التعريفات المتنوعة وحسب ما تناوله الدارسين فالتداولية هي دراسة اللّغة أثناء التواصل أي في الاستعمال والمقصود من الكلام، لأنّ الكلام لا يعتمد على المتكلّم فقط ولا على السامع كذلك بل من

(1) – الجيلالي دلاش : مدخل إلى اللسانيات التداولية، تر: يحياتن، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، 1992، ص 1.

* **طه عبد الرحمان:** فيلسوف ومفكر مغربي يلقب بفيلسوف الأخلاق أو فقيه الفلسفة.

(2) – طه عبد الرحمان: تحديد المنهج في تقويم التراث، المركز الثقافي العربي، الرباط، المغرب، د.ط، 1993، ص 245.

(3) – فيليب بلانشيه: التداولية من أوستين إلى غوفمان، تر: صابر الحباشة، دار الحوار، سوريا، ط1، 2007، ص 18.

(4) – مسعود صحراوي: التداولية عند العلماء العرب، مرجع سابق، ص 16-17.

خلال تعاون أجزاء العملية التواصلية للوصول إلى السياق المعين في الكلام، فهي تجمع بين اللّغة والسياق من أجل فهم المعنى ومعرفة المقاصد.

2- نشأة التداولية ومهامها:

أ- نشأة التداولية:

حظيت اللغة بنصيب وافر من الاهتمام والدراسة من قبل الدارسين منذ زمن بعيد، فمن خلالها انبثقت عدّة نظريات ومعارف دعت إليها، وكان هدفها بناء نظرية تسمح بوصف كلّ اللغات الإنسانية ومن بينها "التداولية"، حيث " نشأت في جو من الضبابية بسبب تداخل جملة من الأفكار والآراء والنظريات في تشكيلها"[1].يعني ظهور التداولية كان غير واضح وبارز لكنه نضج نتيجة عوامل، "فنشأة التداولية توافقت تقريبا مع نشأة العلوم المعرفية، كعلم النفس واللسانيات وفلسفة العقل والذكاء الِاصطناعي وعلوم الأعصاب "[2].أي كان ظهورها متزامن مع ظهور العلوم الأخرى وهذا كذلك تأكيد على علاقتها القوية وصِلتها مع باقي العلوم.

وتعدّ «اللسانيات أقرب حقل معرفي إلى التداولية في منظورنا، إذا كان الأمر كذلك فإنّه من المشروع البحث في صلة هذا العلم التواصلي الجديد باللسانيات وبغير اللسانيات من الحقول المعرفية الأخرى التّي تشترك معها في بعض الأسس المعرفية »[3]لأنّ التداولية ترتبط اِرتباطا وثيقا باللسانيات من خلال اِشتراكهما في عدّة قواعد وقضايا معرفية فكلاهما يدرسان اللّغة.

(1) – عمر بلخير: مقالات في التداولية و الخطاب، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، المدينة الجديدة-تيزي وزو، 2013، دط، ص 75.

(2) – ينظر: أن روبول، جاك موشلار: التداولية اليوم علم جديد في التوصل، تر: سيف الدين دغفوس، محمد الشيباني، دار الطليعة، بيروت-لبنان، ط1، 2003، ص 27-28

(3) – ينظر: مسعود صحراوي: التداولية عند العلماء العرب، مرجع سابق، ص 15.

ويمكن كذلك إرجاع نشأة التداولية إلى سنة 1955، عندما ألقى جون أوستن John Austin *محاضراته في جامعة هارفارد 1967 (التّي جُمعت ونُشرت 1989)ضمن برنامج "محاضرات وليام جيمس" william James Lectures **[1]. فنقطة انطلاق الدراسة التداولية كان متصل مع ظهور المحاضرات التي وضعها البريطاني جون أوستن وكانت جهوده أفادت الدرس التداولي وأقامته إلى ما هوعليه الآن.

ويعتبر الفيلسوف الأمريكي (بول غرايس Poul Grace)*** عرّاب التداولية، ذهب إلى أنّ الكثير من الألفاظ لن تجد تفسيرها في المنهج الدلالي، ولكن في منهج تحادثي –أوتداولي. ويرى غرايس أن ما يميز التفسير التداولي هوطبيعته الإستدلالية[2]، تعني أنه ما لا يمكن ولم يُستطع تفسيره في التفسير الدلالي يُمكن تفسيره بالتفسير التداولي.

أمّا الفيلسوف "جون أوستن" عندما ألقى ""محاضرات وليام جيمس" لم يكن يفكِّر في تأسيس اِختصاص فرعي للسانيات، فلقد كان هدفه تأسيس اِختصاص فلسفي جديد هوفلسفة اللّغة ونجح في ذلك، وكانت الغاية من بقية المحاضرات وضع أحد الأسس الفلسفية التحليلية "[3]، فهذه الفلسفة أثبتت أهميّة اللّغة ووضعت اللّغة موضع الدّراسة والتحليل الذي يحتوي على المنهج الفلسفي.

وبما أنّ الفلسفة التحليلية هي الينبوع المعرفي لأوّل مفهوم تداولي وهو"الأفعال الكلامية"فمن اللازم التعريف بهذا التيار الفلسفي ومختلف مميزاته واهتماماته، وبهذا الفلسفة التحليلية هي السبب في نشوء اللسانيات

---

* **جون أوستن:** فيلسوف ومنظر قانوني إنجليزي، أثر على القانون البريطاني والأمريكي من خلال نهج تحليلي للفقه ونظرية الوضعية القانونية، كان مجادلا ضد أي حاجة للصلات بين النظم القانونية والأخلاق.

** **وليام جيمس:** واحد من أكثر فلاسفة نفوذا في الثورة الأمريكية المعاصرة وهو الذي صاغ مصطلح البراغماتية.

(1) – آن روبول، جاك موشلار: التداولية علم جديد في التواصل، مرجع سابق، ص 28.

***بول غرايس:** فيلسوف، أستاذ جامعي ولغوي.

(2) – ينظر: جورج يول: التداولية، تر: قصي العتّابي، الدار العربية للعلوم ناشرون ، دار الأمان–الرباط، ط1، 2010، ص 13.

(3)– ينظر: آن روبول، جاك موشلار: التداولية اليوم علم جديد في التواصل، مرجع سابق، ص 29

التداولية[1]، أي أنّها انطلقت منها.

حيث نشأت الفلسفة التحليلية بمفهومها العلمي الصارم في العقد الثاني من القرن العشرين في فيينا بالنمسا، على يد الفيلسوف الألماني "غوتلوب فريجه" "Gottlob Frege"* في كتابه "أسس علم الحساب"[2]، ثمّ الفيلسوف وعالم الرياضيات البريطاني"روسل" الذي طوّر كثيرا من قضايا الفلسفة التحليلية والتي أنتجت فيما بعد"الفلسفة الأوستينية"، وقد قدموا دراسة الجوانب الدلالية والجوانب التداولية للّغات الطبيعية وتجاوزوا الفكرة بأنّ المشكل فلسفي يكمن في اللّغة ذاتها، فنجدهم يلحُّون على وصف اللّغة في استعمالاتها دون تجريدها عن تداولها العادي، وحصروا المعنى في الاستعمال[3]. فقد أثار مجموعة من الفلاسفة تغييرا جذريا بين الفلسفة القديمة والفلسفة الحديثة ممّا ساهم في اِستخلاص نتائج قامت ببناء تحليل فلسفي جديد "الفلسفة التحليلية"، "وقد تخلت عن أسلوب البحث الفلسفي القديم وخصوصا جانبه الميثافيزيقي، وتغيير بؤرة الاهتمام الفلسفي من موضوع "نظرية المعرفة" إلى موضوع "التحليل اللغوي"، كذلك تحديد وتعميق بعض المباحث اللغوية ولاسيما مبحث "الدلالة "والظواهر اللّغوية المتفرعة عنه".[4]

فكانت الجذور واللبنات الأولى للتداولية تعود إلى الفلسفة التحليلية، التّي تخلت عن البحث الفلسفي القديم المبني على الميثافيزيقا واِهتمت بالظواهر اللّغوية والدلالية المتفرعة عنها، وبهذا جاءت التداولية لتمثِّل حلقة وصل بين الحقول المعرفي وكانت الفلسفة التحليلية من بينها.

(1)- ينظر: مسعود صحراوي: التداولية عند العلماء العرب، مرجع سابق، ص 17.

* **غوتلوب فريجه:** فيلسوف ألماني يعرف بين كثير ين بأنه مبتدع الفلسفة التحليلية مركزا على فلسفة اللغة.

(2)- المرجع نفسه، ص 18.

(3) - ينظر: خليفة بوجادي: في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم، بيت الحكمة للنشر والتوزيع، ط1، 2009، ص50-51.

(4) - ينظر: مسعود صحراوي : التداولية عند العلماء العرب، مرجع سابق، ص 21.

ب – مهام التداولية:

للتداولية مهام عديدة حصرت كما يلي:

- ✓ دراسة استعمال اللّغة التي لا تدرس البنية اللّغوية ذاتها، ولكن تدرس اللغة عن استعمالها في الطبقات المقاميّة المختلفة، أي باعتبارها "كلاما محددا" صادرا عن "متكلم محدّد "وموجّها إلى "مخاطب محدّد "بـ "لفظ محدد" في مقام تواصلي محدد لتحقيق غرض تواصلي محدد.
- ✓ شرح كيفية جريان العمليات الاستدلالية في معالجة الملفوظات.
- ✓ شرح أسباب أفضلية التّواصل غير المباشر وغير الحرفي على التواصل الحرفي المباشر[1].
- ✓ تحديد الأعمال اللّغوية المهمّة، وذلك هو تحليل الأعمال المتضمنّة في الأقوال.
- ✓ تعيين خصائص سياق التلفّظ الذي يحدّد أيّ القضايا يعبّر عنها بجملة مُعطاة[2].

وبهذا نقول أنّ التداولية تدرس أثناء استعمال اللّغة لأنّ اللسانيات تتفرع لدراسة اللّغة في مختلف مستوياتها(الصوتية، الصرفية، التركيبية، الدلالية)، في حين دراسة استعمال اللّغة لا تنحصر ضمن الكينونة اللّغوية إنّما تتجاوز إلى أقوال الإِستعمال في الطبقات المقامية حسب أغراض المتكلمين وأحوال المخاطبين، كما أنّها تدرس الأبنية الصرفية وهي في أصلها معالجة الملفوظات وفهمها، كما تقيم التداولية روابط وثيقة بين اللّغة والتواصل، لأنّ اللغة مقرونة بالوظيفة التواصلية التبليغيّة.

3– علاقة التداولية بالعلوم الأخرى:

إنّ الاهتمام بدراسة التداولية جعلها تتقاطع مع بعض المجالات والعلوم من بينها: علم الدلالة، علم النفس، علم الاجتماع، البنيوية، البلاغة، وتحليل الخطاب...وغيرها، وهذا ما أشارت إليه "فرانسواز

(1) – مسعود صحراوي : التداولية عند العلماء العرب، مرجع سابق، ص 26-27.

(2) – صابر محمود الحباشة: الأسلوبية و التداولية مداخل لتحليل الخطاب، مرجع سابق، ص 53.

أرمينكوFrancoise Arming"بقولها: «ونكاد نرى جيدا على عكس من ذلك إلى أيّ حدّ تكون التداولية مفترق طرق غنية، لتداخل اختصاصات اللّسانيين، المناطقة، السيميائيين، الفلاسفة السيكولوجيين، فنظام التّقاطعات هونظام الإلتقاءات والإفتراقات» [1].فهي تؤكد وتثبت تداخل المعارف والعلوم مع التداولية، وقد خصصنا بعض العلوم للدراسة وهي:

أ– علاقة التداولية بعلم الدلالة:

تعتبر التداولية وعلم الدلالة فرعان من فروع اللسانيات، فللتداولية علاقة مع هذا العلم كونهما: «كلّ من التداولية وعلم الدلالة، يبحث في دراسة المعنى في اللّغة، ومن الضروري بيان حدود الاهتمام بالمعنى في علم الدلالة، وحدود الاهتمام في التداولية »[2]فكل من التداولية وعلم الدلالة يقومان بدراسة المعنى أي اِهتموا بيه ونجد أنّ علم الدلالة «يشارك التداولية في دراسة المعنى على خلاف في العناية ببعض مستوياته، ونتيجة لتنامي الاهتمام بالتفاعل بين المعنى والاستعمال ظهرت اتجاهات حديثة تحاول أن تؤلف بينهما »[3]، فهناك تداخل بينهما بارز، فكل منهما متمم للآخر، يميلان في اتجاه واحد وهو معرفة المعاني أي يشتركان في الموضوع ولكن هناك بعض الاختلافات.

ب– علاقة التداولية بعلم النفس اللغوي:

للتداولية علاقة بارزة مع علم النفس لأنّ علم النّفس يهتم بدراسة الحقائق النفسية المكنونة في حياة الإنسان فهي المرآة التي تعكس حياته وتاريخه النّفسي ولمعرفته لا بدّ من دراسة لغته، كما أنّ دراسة علم اللّغة

(1) – فرانسواز أرمينكو : المقاربة التداولية، تر: سعيد علوش، مرجع سابق، ص 9.

(2)– خليفة بوجادي: في اللسانيات التداولية(مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم)، بيت الحكمة للنشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2009، ص127.

(3)– محمود أحمد نحلة : آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، دار المعرفة الجامعية، د.ط، 2002، ص 10.

تحتاج هي الأخرى إلى دراسة الظواهر النّفسية، اذ أنّها لا تهتم بمقاصد المتكلم بل بالجانب التأثيري والانفعالي لدى السامع، والبحث في العقل الباطني وما يحيط بالنفس من عُقد ورغبات وأسرار وملابسات وما إلى ذلك تمهيدا لعلاجها، "وهو يشترك مع التداولية في الاهتمام بقدرات المشاركين التّي لها اثر كبير في أدائهم مثل الإنتباه والذاكرة، والشخصية " [1]، أي أنّ التداولية وعلم النّفس اللّغوي يهتمان بالمتكلم وأدائه، والأثر الذي يتركه ويحدثه ويخلفه في نفسيته.

ج- علاقة التداولية بعلم الاجتماع:

تتداخل التداولية مع علم إجتماع تداخلا كبيرا، فمن خلال المنظور الاجتماعي يرى أنّ التداولية هي «أقوال تتحول إلى أفعال ذات امتداد اجتماعي بمجرد التلفظ بها»[2]فالتداولية عبارة عن كلام بمجرد النطق به أو عند التحدث يعطينا نتيجة مطابقة لذلك القول، فلكل مقام مقال، «فالتداولية تدرس الآثار اللغوية من خلال العلاقة بين المتخاطبين وما يتولد عنهما من مقاصد، حيث نشأت ردًّا على اللسانيات البنيوية التي أبعدت المكوّن الاجتماعي في اللغة، واقترحت في ذلك أن تدرس اللّغة استنادا إلى مباحث أفعال الكلام »[3]فالتداولية تهتم بالقصد من الكلام أو الخطاب والبيئة الاجتماعية.

د- علاقة التداولية بتحليل الخطاب:

فالتداولية لها علاقة أيضا بتحليل الخطاب فهما يشتركان في: «الاهتمام أساسا بتحليل الحوار، يقتسمان عددا من المفهومات الفلسفية واللغوية كالطريقة التي توزع بها المعلومات في الجمل أوالنصوص، والعناصر الإشارية

(1)- محمود أحمد نحلة: آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، مرجع سابق، ص 11.

(2) – عمر بلخير: مقالات في التداولية و الخطاب، مرجع سابق، ص 76.

(3) – خليفة بوجادي : في اللسانيات التداولية، مرجع سابق، ص 132.

والمبادئ الحوارية »[1]فكلاهما يساهمان في تفسير وشرح المحادثات وتقسيم المفاهيم الفلسفية واللّغوية، فالتداولية وتحليل الخطاب وجهان لعملة واحدة فالعلاقة بينهم قوية ومتلازمة وهناك تداخل بينهما لأنّ كلاهما يهتمان بدراسة النصوص وتحليلها والاهتمام بعناصر الخطاب والغاية المقصدية منه.

ومما سبق نلاحظ أنّ التداولية تتشارك وتتقاطع مع هذه العلوم في موضوع اللّغة.

4– قضايا التداولية:

تعتبر التداولية دراسة اللّغة أثناء الاستعمال وهي علم جديد لدراسة التواصل اللّغوي داخل الخطابات، إذ تحتوي على خمس نظريات أساسية هي: أفعال الكلام، الحجاج، الإشاريات، الاستلزام الحواري، متضمنات القول.

أ– أفعال الكلام:

تعتبر نظرية أفعال الكلام أحد الموضوعات الرئيسية التّي ترتكز عليها اللسانيات التداولية، وقد عرفها مجموعة من الدارسين على أنّها: «يراد بالفعل الكلامي الإنجاز الذي يؤديه المتكلّم بمجرّد تلفظه بملفوظات معيّنة ومن أمثلة الأمر والنّهي الوعد والتعيين والإقالة والتعزية والتهنئة...فهذه كلّها أفعال كلامية ». [2]فأفعال الكلام تستعمل في الحياة اليومية في مختلف المواضيع، فعند استعمال اللّغة أو الكلام تصبح له غاية وهي التأثير على السامع.

كما عرّفتها "فرانسواز أرمينكو" بأنّها: «دراسة نسقية للعلاقة بين العلامات ومؤوليها، ويتعلق الأمر بمعرفة

(1) – محمود أحمد نحلة: آفاق جديدة في البحث اللّغوي المعاصر، مرجع سابق، ص 11.

(2) – مسعود صحراوي: التداولية عند العلماء العرب، مرجع سابق، ص 10.

ما يقوم به مستعملو التأويل، وأيّ فعل ينجزون باستعمالهم لبعض العلامات»[1]أي أنّ الدراسة التداولية هي عبارة عن دراسة تسلسلية تنظيمية للعلاقة بين العلامات وتفسيراتها، واللّغة عبارة عن أرض للممارسة.

وقد كان الفلاسفة وعلماء اللّغة يضبطون الجمل الصادقة والكاذبة فتكون «صادقة إذا طابقت الواقع، وكاذبة إذا خالفته»[2]وذلك يعني أنّ أساس اللّغة هو معرفة الواقع المعاش فإذا كانت الجمل مطابقة للواقع فهي صادقة وإن لم تطابقه فلا أساس لها من الصحة.

وبناءا على هذا ميّز أوستن بين نوعين من الأفعال: أفعال إخبارية(وصفية)، وأفعال أدائية.[3]

- **أفعال إخبارية:** وهي أفعال تصف وقائع العالم الخارجي، وتكون صادقة أو كاذبة.
- **أفعال أدائية:** لا توصف بصدق ولا كذب، بل تكون موفقة أو غير موفقة.

وحسب تحليل أوستن للفعل اللغوي يرى أنّه يشتمل على ثلاثة أفعال: [4]

- **فعل القول:** الذي بواسطته يتفوه المرء بشيء ما ويتفرع إلى ثلاثة أفعال فرعية:
  - ✓ **الصوتي:** ويتمثل في التلفظ أو إنتاج أصوات أو قرع.
  - ✓ **التبليغي:** ويتمثل في كون هذه الأصوات والقرع تتوفر على صورة(كلمة)معينة.
  - ✓ **الخطابي:** الذي يجعل هذه الكلمات أو العبارات ذوات دلالة معينة.
- **الفعل الإنشائي:** فيتمثل في إنتاج عمل ما بإنتاج الفعل الإنشائي، ويتعلق الأمر بتحقيق قصد المتكلّم.
- **الفعل التأثيري:** والذي بواسطته أحدث وجوبا رد فعل وتأثرا لدى المخاطبين، فالفعل التأثيري يحقق هدف

(1) – فرانسواز أرمينكو: المقاربة التداولية، مرجع سابق، ص 60.

(2) – جواد ختام: التداوليّة، أصولها، واتجاهاتها، دار الكنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ط1، 2006، ص 86.

(3)– ينظر: محمود أحمد نحلة: آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، مرجع سابق، ص 43 –44.

(4)– ينظر: الجيلالي: مدخل إلى اللسانيات التداولية، مرجع سابق، ص 24.

هو التأثير في المتلقي واستقبال ردة فعل.

وقد أحصى أوستن خمسة أصناف من الأفعال هي: [1]

- ✓ **الحكميات:** تقوم على الإعلان عن حكم يتعلق بقيمة أو حدث مثل: قيم، حكم، وصف. ...، إطلاق الأحكام على الواقع.
- ✓ **الإنفاديات:** تقوم على إصدار قرار لصالح أو ضد سلسلة أفعال مثل: أمر، قاد، دافع عن، نصح، طلب. ..
- ✓ **الوعديات:** تشير إلى إلزام المتكلم بأداء فعل ما، كما قد تكون إفصاحات عن نواياه مثل: موعد، أقسم راهن، عقد، نوى. ..
- ✓ **سلوكيات:** تتعلق بردود فعل اتجاه سلوك الآخرين، واتجاه الأحداث المرتبطة بهم، أي ترتبط بالإفصاحات عن الحالات، مثل: الإعتذار، الشكر، التهنئة، الترحيب...
- ✓ **التبيينيات:** تستعمل لعرض مفاهيم، وتوضيح استعمال كلمات وضبط مراجع مثل: أكد، أنكر، وهب أثبت، استنبط وشرح...، وهذه الأفعال تبيّن الأقوال داخل الحوار أو الخطاب.

وقد تمكّن أوستن من تحديد المفاهيم الأساسية لنظرية أفعال الكلام، مثل: « الفعل الإنجازي الذي أصبح مفهومًا محوريًا في هذه النظرية، وعُدّت في صميم الأعمال التداولية، وقد توصّل إلى أنّ للخطاب معانٍ صريحة يحملها الخطاب ومعانٍ ضمنية يستلزمها الخطاب، وذلك من خلال تقسيمه دلالة الخطاب إلى صريح وضمني مستلزم »[2].أي أنّ للخطاب معاني مباشرة وغير مباشرة تقوم التداولية بتأويلها وتفسيرها بواسطة آليات

(1)- نعمان بوقرة : المصطلحات الأساسية في لسانيات النص وتحليل الخطاب، دراسة معجمية، جدارا للكتاب العالمي، عمان، الأردن، ط1، 2009، ص 90.

(2) – محمود عكاشة: النظرية البراجماتية اللسانية (التداولية)، مرجع سابق، ص 102.

كنظرية أفعال الكلام التي تعتبر أهم مفاهيمها الفعل الإنجازي، ويشمل هذا الأخير على محتويين: [1]

❖ **المحتوى القضوي النحوي:** وهو مجموع معاني مفردات الجملة مضموم بعضها إلى بعض في علاقة إسناد.

❖ **ثانيهما: القوة الإنجازية الحرفية:** وهي التي تدل عليها أدوات تصبغ الجملة بأسلوب خاص كالاستفهام والأمر والطلب والتأكيد عليه، والنهي والتأكيد عليه فالقوة الإنجازية تعني أسلوب الجملة وطريقة إنجازها.

ونجد أنّ سيرل بعد أوستن قسّم الأفعال الإنجازية إلى قسمين مباشرة وغير مباشرة: [2]

–الأفعال الإنجازية المباشرة: ورأى أنّها تطابق قوتها الإنجازية مراد المتكلم، فيطابق ما يعنيه.

–الأفعال الإنجازية غير المباشرة: وهي التي تخالف قوتها مراد المتكلم.

كما طوّر شروط الملائمة عند أوستن فجعلها أربعة، وطبقّها تطبيقا محكما على كثير من الأفعال الإنجازية وهي: [3]

–شروط المحتوى القضوي: وهو يتحقق بأن يكون للكلام معنى قضوي ويتحقق في حقل الوعد إذا كان دالا على حدث في المستقبل يلزم به المتكلم نفسه.

–الشرط التمهيدي: ويتحقق إذا كان المتكلم قادرا على انجاز الفعل لكن لا يكون من الواضح عند كل من المتكلم والمخاطب أنّ الفعل المطلوب سينجز في المجرى المعتاد للأحداث أولا ينجز.

–شرط الإخلاص: ويتحقق حين يكون المتكلم مخلصا في أداء الفعل فلا يقول غير ما يعتقد.

–الشرط الأساسي: ويتحقق حين يحاول المتكلِّم التأثير في السامع لينجز الفعل.

(1) – محمود عكاشة: النظرية البراجماتية اللسانية (التداولية)، مرجع سابق، ص 102.

(2)– المرجع نفسه، ص 108.

(3)– محمود أحمد نحلة: آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، مرجع سابق، ص 48.

وقد وضع سيرل شروط لضبط الاتصال الإنجازي زيادة على الشروط التي قدمها أوستن: [1]

–شروط المدخل والمخرج الاعتيادية: ويفترض أن يكون الاتصال صريحا وجادا وأن يتم بين متكلم ومتلق يشترط فيما بينهما عضويا ونفسيا.

–شرط المحتوى القضوي: ينبغي أن يعبّر فعل التلفظ عن قضية، وأن تُسند القضية إلى المتكلم فعلا مستقبلا.

–شروط تمهيدية: أن يفترض المتكلم أن المستمع يريد أن يقوم بالفعل، وأن يصدق افتراض المتكلم، وأن يكون أمر انجاز الفعل من قبل المتكلم واضحا لدى المتكلم والسامع.

–شرط الصدق: أن ينوي المتكلم إنجاز الفعل الذي تسنده القضية المصرح بها.

–الشرط الأساسي: أن يقصد المتكلم أن يلزمه تلفظه القيام بالفعل مناط التلفظ.

–شرط المعنى غير الطبيعي: أن يقصد المتكلم أن يدرك المستمع أن المتكلم ملزم بالقيام بالفعل من خلال تلفظه، وأن يكون الإدراك قائم على معرفة المستمع بمعنى تلفظ المتكلم

–الشرط التعريفي: أنه لا يكون تلفظ المتكلم صحيحا ولا وعده صادقًا ما لم تستوف الشروط السابقة.

كما قدّم سيرل تصنيفا بديلا لما قدمه أوستن من تصنيف الأفعال الكلامية يقوم على ثلاثة أسس منهجية هي: الغرض الإنجازي، اتجاه المطابقة، شرط الإخلاص، وهي خمسة أصناف: [2]

–الأفعال التأكيدية: أن تطابق الأفعال الواقع وأن يكون المتكلم مقتنعا بها، وأن يكون الغرض الإنجازي فيها وصف واقعة معينة من خلال قضية لا تحمل أفعالها الكذب، وأن يكون وصف الوقائع آمن.

(1)- ينظر: محمود عكاشة: النظرية البراجماتية اللسانية(التداولية)، مرجع سابق، ص 109-110.

(2) – ينظر: المرجع نفسه، ص 106-107.

-الأفعال التوجيهية: وغرضها الإنجازي محاولة المتكلم توجيه المخاطب إلى فعل معين، ويبدأ الأمر بالتلميح به وينتهي بالتصريح على وجه الإلزام والاستعلاء واتجاه المطابقة فيها من العالم إلى الكلمات ويشترط الإخلاص في الرغبة الخالصة في التأثير في المتلقي وإقناعه ويدخل فيها النصح والإرشاد والإصلاح والاستعطاف والتشجيع.

-الأفعال الإلزامية: وغرضها الإنجازي التزام المتكلم بفعل شيء في المتلقي واتجاه المطابقة فيها من العالم إلى الكلمات ويشترط لها الإخلاص في القصد ويدخل فيها: الوعد، الوصية.

-الأفعال التعبيرية: وغرضها الإنجازي التعبير عن الموقف النفسي تعبيرا يتوافر فيه الإخلاص وليس لهذا الصنف اتجاه المطابقة، لأنّ المتكلم لا يحاول أن يطابق الكلمات بالعالم ولا أن يطابق العالم بالكلمات ويدخل فيها: الشكر والتهنئة والاعتذار...

-الأفعال الإعلانية (الإعلانيات): وتعتمد على الأداء الناجح الذي يتميز بمطابقة محتواها القضوي الواقعي أو التقريب بين مضمون القضية المعبر بها وبين الواقع المعبر عنه لضمان إنجاز أفضل، لإحداث تغيير في الوضع القائم.

فتعد نظرية أفعال الكلام جديرة بالدراسة، إذ استقطبت مجموعة من العلماء وساهم فيها عدة فلاسفة ومفكرين من بينهم أوستن وقام بتطويرها وتجديدها تلميذه سيرل فأكمل بما بدأه معلمه لأن ما قدمه لم يكن كافيا ومكتملا لتأسيس نظرية ملمومة من كل الجوانب.

ب- الحجاج:

الحجاج مفهوم ملتبس ومتشعب غير واضح، وهو مصطلح قديم الوجود في مختلف العلوم، ويستعمل فيه المتكلم مختلف أساليب الإقناع في مختلف المواضيع لتغيير اتجاه أفكار المتلقي والتأثير عليه، وهو: «تقديم الحجج

والأدلة المؤدية إلى نتيجة معينة وهو يتمثل في إنجاز تسلسلات استنتاجية داخل الخطاب، وبعبارة أخرى يتمثل الحجاج في إنجاز متواليات من الأقوال بعضها هو بمثابة الحجج اللّغوية وبعضها الآخر هو بمثابة النتائج التي تستنتج منها »[1].فالحجاج هو إعطاء براهين من أجل الإقناع وتدعيم الكلام وهو مجموعة من الأقوال البعض منها أدلة والبعض الآخر عبارة عن حوصلة. .

كما يعرّف بأنّه: «توجيه خطاب إلى متلق ما لأجل تعديل رأيه أو سلوكه أوهما معًا»[2].فالهدف من الخطاب التأثير في المستقبل، لأنّ وظيفة الرسالة التي يوجّهها وظيفة حجاجية اِقناعية فالأوّل يؤثّر على الثاني والثاني يؤثّر في الأوّل يتّضح ذلك من خلال أسلوب الحوار من أجل تغيير وتفسير اِعتقادات وتصرفات الطرف الآخر ونزع اللُبس والغموض.

أمّا مفهوم الحجاج عند أوزفالد ديكرو وانسكومبر* فهو: «العلاقة القائمة بين سلسلة من الأقوال التي يخدم بعضه بعضا حجاجيا »[3].فالحجاج هو عبارة عن كلام أو مجموعة من الكلمات متناسقة أي متصلة فيما بينها، تعتمد على بعضها البعض في إعطاء الأدلة مساعدة لبعضها.

ونجد عباس حشاني في كتابه "خطاب الحجاج والتداولية " وصف نظرية الحجاج بالشمولية في قوله: «قد بنت وشيّدت نظرية أخرى تعرف بنظرية الحجاج وهذه الأخيرة موسومة بالشمولية»[4]، فالحجاج عمّ الدرس التداولي واحتواه.

---

(1)- حافظ إسماعيلي علوي : الحجاج مفهومه و مجالاته دراسات نظرية و تطبيقية في البلاغة الجديدة، ، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، ج1، د.ط، 2010، ص 57.

(2) – عزيز لدية: نظرية الحجاج تطبيق على نثر ابن زيدون، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، د.ط، 2015، ص 13.

***أوزفالد ديكرو:** لساني فرنسي واحد من أبرز المساهمين في الدراسات المتعلقة بالتداوليات ونظرية الحجاج.

(3)- جايلي عمر: نظرية الحجاج اللغوي عند "أوزفالد ديكرو"و "أنسكومبر"، مجلة العمدة في اللسانيات و تحليل الخطاب، العدد: 3، 2018، ص197.

(4) – عباس حشاني : خطاب الحجاج والتداولية–دراسة في نتاج ابن باديس الأدبي –عالم الكتب الحديث، إربد –الاردن، د.ط، 2013، ص109.

❖ **السلّم الحجاجي:**

يعرف السّلم الحجاجي بأنّه: «عبارة عن مجموعة غير فارغة من الأقوال مزودّة بعلاقة ترتيبية »[1]. فالسّلم الحجاجي هو أقوال أو كلام له معنى وغاية أي ليس فارغ، ويكون عبارة عن تدرج في الحجج أي ترتيبها حسب القوّة والضعف، وهو بمفهوم آخر: «علاقة ترتيبية الحجج »[2].أي عبارة عن أدلة أو براهين مترابطة فيما بينها لتحقيق هدف وتكون خادمة لبعضها البعض أي الثاني خادم للأوّل والذي بعده خادم للثاني. ..إلخ.

ويقوم على ثلاثة قوانين وهي: قانون النّفي، قانون القلب، قانون الخفض.

–قانون النّفي: ومحتوى هذا القول أنّه: «إذا كان قول ما"أ"مستخدما من قبل متكلّم ما ليخدم نتيجة معينة فإن نفيه(أي أ)سيكون حجّة لصالح النتيجة المضادة »[3]. أي عكس النتيجة المتوصل إليها ونفيها.

–قانون القلب: وهو«إذا كان أحد القوانين أقوى من الآخر في التدليل على مدلول معين فإنّ نقيض الثاني أقوى من نقيض الأوّل في التّدليل على نقيض المدلول » [4].أي أنّ عكس الثاني أقوى من عكس الأوّل فالحجّة الثانية أقوى من الأولى في قانون القلب.

–قانون الخفض: ومضمونه أنّه: «إذا صدق القول في مراتب معينة من السّلم فإنّ نقيضه يصدق في المراتب التي تقع تحتها »[5]. أي إذا كانت الحجّة صحيحة في الأوّل فالتي بعدها صحيحة فتدعم القول الأوّل.

(1)– عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب –مقاربة لغوية تداولية–، دار الكتاب الجديدة المتحدة، ط1، 2004، ص 50.

(2) – أبو بكر العزاوي: اللغة والحجاج، العمدة في الطبع، الدار البيضاء، ط1، 2006، ص 20.

(3) – المرجع نفسه، ص 22.

(4) – طه عبد الرحمان : في أصول الحوار و تجديد علم الكلام، مرجع سابق، ص 106.

(5) – جايلي عمر: نظرية الحجاج اللّغوي عند" أوزفالد ديكرو" و " أنسكومبر "، مرجع سابق، ص 201.

❖ **العوامل والروابط الحجاجية:**

يوجد نوعين من المؤشرات والأدوات الحجاجية، الروابط الحجاجية والعوامل الحجاجية وهما: «مفهومان لا يمكن الاستغناء عنهما، وذلك نظرا لمركزيتهما التوجيهية للخطاب وفق مقاصد المتكلّمين»[1].حيث لا يمكن التخلي عن العوامل والروابط الحجاجية وذلك لمكانتهما في الخطاب فبهم تبيّن الحجج.

وقد «اشتملت اللغة العربية على هذه المؤشرات كغيرها من اللّغات، فهي تحتوي على عدد كبير من العوامل والرّوابط والتي نذكر منها: لكن، بل، إذن، حتى، لاسيما، إذ، لأن، بما أن، مع ذلك، ربّما، تقريبا، إنما، ما إلاّ...»[2]. وقد خدمت الخطاب الحجاجي في ربطه وجعله متناسق.

العوامل الحجاجية: في معناها عبارة عن «مورفيمات إذا وجدت في ملفوظ تحوّل وتوجّه الإمكانات الحجاجية لهذا الملفوظ »[3].أي عبارة عن أصغر الوحدات في الجملة إذا وجدت في الكلام تتحكم فيه وتوجّهه وهي «لا تربط بين المتغيرات الحجاجية أي بين حجّة وحجّة أو بين مجموعة من الحجج وإنما تقوم بحصر الإمكانات الحجاجيّة التي تكون لقول ما ومن أمثلها: ربّما، تقريبا، كاد، قليلا، كثيرا، ما...إلا، جل أدوات القصر »[4].فهي لا تقوم بوظيفة الربط بل تقوم بتضييق أو حبس الحجج.

وعندما يدخل العامل الحجاجي على الملفوظ يكسبه ثلاث مظاهر حجاجية: [5]

➢ **القضاء على تعدد الإستلزامات والنتائج:** إذ ما ينقل المتلقي من التعدّد والغموض إلى وحدة النتيجة، أي إلغاء التعدد وإعطاء نتيجة محددة.

(1) – ينظر : أبو بكر العزاوي: اللغة والحجاج، مرجع سابق، ص 198.

(2) – ينظر: المرجع نفسه، ص 26.

(3)– جايلي عمر: نظرية الحجاج اللغوي عند "أوزفالد ديكرو"و "أنسكومبر"، مرجع سابق ص 198.

(4) – ينظر: أبو بكر العزاوي: اللغة و الحجاج، مرجع سابق، ص 27.

(5) – ينظر: كمال بخوش: المعرفية لمقاربة النصوص الحجاجية، مجلة تعليمات، العدد 9، 2016، ص 344.

➢ **تنشيط المواضيع:** فالمواضع هي العمدة في ارتباط المعطى (ق)الذي يمكن أن يمثّل حجّة للنتيجة (ن)وعلاوة على الوظيفة التعاقدية بين الحجّة والنتيجة، إذ تعتبر مظهر من مظاهر تناسق الخطاب، فالمواضيع هي الركن الأساس في اقتران المعطى(ق)ب(ن).

➢ **تقويّة التّوجه نحوالنتيجة(ن):** وهذا على صعيد ما يسمّى بالسلالم الحجاجية التي يمكن اِعتبارها آلية من آليات البرهنة على مقولة التوجّه الحجاجي بل حجاجية اللّغة.

الروابط الحجاجية:

تعرّف بأنّها: «مورفيم من صنف الروابط (حروف العطف والرّوابط)»[1].إذ تعتبر أصغر وحدة في الجملة من قسم أدوات الربط، وهي تربط بين قولين أو بين حجّتين على الأصح(أو أكثر)وتسند لكلّ قول دورًا محدّدًا داخل الاستراتيجية الحجاجية العامة، ويمكن التّمثيل للروابط بالأدوات التالية: بل، لكن، حتى، لاسيما، إذن، لأن، بما أن، إذ...إلخ، اذ تفيد في الربط بين الحجج لجعلها متناسقة، ولها عدة أنماط منها: [2]

-الرّوابط المدرجة للجميع (حتى، بل، لكن، مع ذلك، لأنّ. ..)والروابط المدرجة للنتائج(إذن، لهذا، وبالتالي...).

-الروابط التي تدرج حججا قوية(حتى، بل، لكن، لاسيما...)، والروابط التي تدرج حججا ضعيفة.

-روابط التعارض الحجاجي (بل، لكن، مع، ذلك...)وروابط التساوق الحجاجي(حتى، لاسيما).

ولهذه الروابط وظيفتين، الأولى تربط بين وحدتين دلاليتين أو أكثر، أي تجمع بين الكلمات، لكي تكون مترابطة، أمّا الوظيفة الأخرى فتؤدي دورا حجاجـيا للوحدات الدّلالية التي تربط بينهما قولين أو حجتين أو أكثر

(1) – جايلي عمر: نظرية الحجاج اللغوي عند "أوزفالد ديكرو" و" أنسكومبر"، مرجع سابق، ص 199.

(2) – أبو بكر العزاوي: اللغة والحجاج، مرجع سابق، ص 30.

وتسند لكلّ قول دورًا محددًا، داخل الإستراتيجية الحجاجية العامة. [1]

❖ **المبادئ الحجاجية والتوجّه الحجاجي:**

➢ **المبادئ الحجاجية:** هي «مجموعة من المسلّمات والأفكار والمعتقدات المشتركة بين أفراد مجموعة لغوية وبشرية معينة والكلّ يسلّم بصدقها وصحتها ». [2]فهي قواعد عامة ومجموعة من الصور المتفق عليها تكون معلومة بين الأشخاص، فتعرف إن كانت صحيحة أم لا، فهناك بعض الأفكار تكون معروفة نتائجها.

حيث تتميز المبادئ الحجاجية بـ: [3]

–العمومية: فهي تصلح لعدد كبير من السيّاقات المختلفة والمتنوعة.

–التدريجية: أنّها تقيم علاقة بين محمولين تدريجيين أو بين سلّمين حجاجيين.

–النسبية: فإلى جانب السّياقات التي يتّم فيها تشغيل حجاجي ما، فهناك إمكان إبطاله ورفض تطبيقه باعتباره غير وارد وغير ملائم السّياق المقصود أويتم إبطاله باعتماد مبدأ حجاجي آخر مناقض له.

➢ **التوجّه الحجاجي"الوجهة الحجاجية":** تعرّف الوجهة الحجاجية بأنّها: «هي الاتّجاه الذي يعين للقول قصد الوصول إلى هذا القسم من الاستنتاجات أو إلى غيره، إن الوجهة الحجاجية هي خاصية من خصائص الجملة موضوع أداء القول»[4].فالوجهة الحجاجية تعني التوجه أو الميل الذي يميّز القول من أجل بلوغ الاستنباطات والاستخلاصات وما إلى ذلك.

(1) – ينظر: جايلي عمر: نظرية الحجاج اللغوي عند" أوزفالد ديكرو"و " أنسكومبر"، مرجع سابق، ص 199.

(2) – ينظر: أبو بكر العزاوي: اللغة و الحجاج، مرجع سابق، ص 33.

(3) – ينظر: المرجع نفسه، ص 31-32.

(4) – كمال بخوش: الأسس المعرفية لمقاربة النصوص الحجاجية، مرجع سابق، ص 9.

ويقسّم التوجيه الحجاجي إلى ثلاثة أنواع هي: [1]

-التوجيه الحجاجي الأحادي: وهو توجّه حجة واحدة نحو نتيجة واحدة.

-التوجّه الحجاجي الثنائي: أي توجه حجة واحدة نحو نتيجتين.

-التوجّه الحجاجي المتعدد: فهو توجّه حجّة إلى أكثر من نتيجتين.

فالحجاج من أهم وأبرز القضايا التي تدرسها التداولية، يقوم على إعطاء وتقديم البرهان والحجة والدليل من أجل إقناع الطرف الأخر فتؤدي بذلك إلى نتيجة واحدة.

ج- الإشاريات:

تعتبر الإشاريات «أحد مجالات الدراسة التداولية فهي ليست مبحث مستحدث ولا مستجد على حقل الدراسات اللغوية، إذ تناوله النحاة في مصنفات كثيرة، وانشغلوا بالتعقيد له وبيان خصائصه الصرفية والتركيبية والدلالية، وعلى رغم من الأهمية التي تكتسيها الإشاريات في النسيج اللغوي إلا أنها لم تحظ بالعناية المطلوبة مما يجعلنا أبعد على فهم حدودها » [2]فالإشاريات مصطلح استخدم منذ القدم كان غير مصرح به ولم يعتنى به من قبل الدارسين السابقين فحاولوا دراسته من عدّة جوانب وبهذا.

ويطلق على الإشاريات في مجال التداولية كذلك أنّها: «ألفاظ دالة على عناصر غائبة حاضرة، حصرها ولفنسون في إشاريات شخصية، وإشاريات زمنية، وإشاريات مكانية، وإشاريات اجتماعية، وإشاريات خطابية»[3]

(1) -كمال بخوش: الأسس المعرفية لمقاربة النصوص الحجاجية، مرجع سابق، ص 10.

(2) - ينظر: جواد ختام: التداولية أصولها و اتجاهاتها، مرجع سابق، ص 75-76.

(3)- نعمان بوقرة: المصطلحات الأساسية في لسانيات النص و تحليل الخطاب، مرجع سابق، ص 87.

فالإشاريات مصطلحات أو عبارات تدل على شيء يكون إمّا حاضر أو غائب، وهي متنوعة حسب الزمان والمكان والظروف الاجتماعية والخطابات، فالإشاريات تلعب دورًا مهمًا في التواصل.

وقد قسمها الدارسون إلى ثلاث أقسام هي: الإشاريات الشخصية، والإشاريات المكانية، والإشاريات الزمانية، ومنهم من أضاف الإشاريات الاجتماعية والإشاريات الخطابية.

-إشاريات الشخصية: وهي «ضمائر الحاضر الدالة على المتكلم وحده، أو معه غيره مثل(أنا/نحن)»[1].وهي وسائل لاختصار الكلام، فنجد معظم الباحثين تطرقوا إلى الإشاريات الشخصية من خلال تعريفهم للضمائر فنجد السكاكي يعرف الضمير بأنّه: «عبارة عن الاسم المتضمن الإشارة إلى المتكلم أو إلى المخاطب أو إلى غيرهما بعد سابق ذكره »[2].إذ أنّ هناك إشاريات تدل على المتكلم وهناك من تدل على المخاطب وغيرها فهي: «ضمائر الحاضر، والمقصود بها الضمائر الشخصية الدالة على المتكلم وحده مثل أنا أو المتكلم ومعه غيره مثل نحن، والضمائر الدالة على المخاطب مفردًا أو مثنى أو جمعًا، مذكرا أو مؤنثا. وضمائر الحاضر هي دائمًا عناصر إشارية، لأنّ مرجعها يعتمد اعتمادًا تامًا على السياق الذي تستخدم فيه »[3]. فالضمائر توحي إلى ما يريد تبليغ المتكلم إلى المخاطب والإشارة إليه.

وقد ذهب تيفيار في قوله: «أنها أشبه ما تكون وظيفتها بالمصباح تستمد ضوءها من المحتوى المعجمي للوحدات التّي تحيل إليها »[4].فهنا شبّهها بالمصباح لأهميّتها وفائدتها على المعاني التّي تحيل ويقصد بها.

(1) – نعمان بوقرة: المصطلحات الأساسية في لسانيات النص و تحليل الخطاب، مرجع سابق، ص 87.

(2) – جواد ختام: التداولية أصولها و اتجاهاتها، مرجع سابق، ص 78

(3) – محمود أحمد نحلة: آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، مرجع سابق، ص 17-18.

(4) – نعمان بوقرة: المدخل إلى التحليل اللساني للخطاب الشعري، عالم الكتب الحديث، الأردن، د.ط، 2008، ص 87.

-إشاريات الزمانية: وهي «كلمات دالة على الزمان المحدد بالسّياق قياسا إلى زمن المتكلّم »[1].وهي التّي تدّل على زمن معين مرتبط بسياق وزمان المتكلِّم، ومن الإشاريات الزمانية نجد: أمس، الآن، الأسبوع الماضي، السنة المقبلة اذ أنّ هذه الكلمات لا يتضح معناها إلا بالإشارة إلى زمان بعينه بالقياس إلى زمان التكلّم أو مركز الإشارة الزمانية.[2]

-الإشاريات المكانية: وهي «عناصر إشارية للمكان تحدّد مراجعها بالنظر إلى مكان التكلّم»[3].إذ هي إشاريات مكانية تدل على مكان محدد، وينقسم بذاته إلى قسمين: "أسماء الإشارة، هذا، هذه، هؤلاء ذاك"والظروف هنا، هناك، يسار، يمين، خلف، أمام، غرب".[4]، فهذه" الكلمات تعتمد على السّياق المباشر الذي قيلت فيه، ويستحيل استعمالها أو تفسيرها إلاّ بالوقوف على ما تشير إليه بالقياس إلى مركز الإشارة المكانية"[5]، تختلف حسب السياق الذي نتكلّم منه والكاتب هو الذي يحمّل التعبير دلالة تكشف عن وظيفة إحالية، ويمكن أن يحمل بتعبير آخر يُفهم ويستنبط من خلال المعنى الذي يود التوصّل إليه.

-الإشاريات الخطابية: وهي «عناصر إشارة لا تحيل إلى ذات المرجع الذي تحيل إليه الإحالات الضميرية فإذا روى شخص قصّة، تذكره بأخرى قال لكن تلك قصة أخرى »[6]. المقصود أنّه في الإحالة يشير المتكلِّم إلى أنّ حدث ما أو واقعة ما اِرتبطت بشيء آخر، لكن لن يذكره في هذا الموضع بل سيتدله بغير ذلك من ألفاظ مُبهَمة.

-إشاريات اجتماعية: وهي «ألفاظ تشير إلى علاقات اجتماعية بين المتكلمين من حيث هي علاقة ألفة

(1) – نعمان بوقرة: المصطلحات الأساسية في لسانيا ت النص وتحليل الخطاب، مرجع سابق، ص 87.

(2) – ينظر: محمود أحمد نحلة: آفاق جديدة في البحث اللّغوي المعاصر، مرجع سابق، ص 20.

(3) – نعمان بوقرة: المصطلحات الأساسية في لسانيات النص و تحليل الخطاب، مرجع سابق، ص 87.

(4) – ينظر: محمود أحمد نحلة : آفاق البحث اللغوي المعاصر، مرجع سابق، ص 21.

(5) – نعمان بوقرة: المصطلحات الأساسية، مرجع سابق، ص 87.

(6) – المرجع نفسه، ص 87.

أو علاقة رسمية »[1].ذلك حسب العلاقة التي تربط المتحدثين مع بعضهم من حيث الارتباط الذي بينهما سواء كانت صداقة ومؤانسة أو بالجانب الآخر المتعلق بالرسميات.

وعليه نستنتج أنّ الإشاريات تعمل على توحيد وتوطيد العلاقات الاجتماعية فنحن نستعملها يوميا في التواصل بحسب مكانة من نُخاطِب ونوع العلاقة الاجتماعية التي تربطنا به.

د- الاستلزام الحواري:

يعد من أبرز المفاهيم التي تقوم عليها التداولية وهو: «المعنى المستفاد من السياق ويعد من أهم المبادئ البراجماتية اللسانية التداولية ويعني أن التواصل الكلامي محكوم بمبدأ عام(مبدأ التعاون) وبمسلمات حوارية، وسلامة القول وقبوله من قائله وملائمته مستوى الحوار »[2].أي خلاصة القول الحاصل في العملية الخطابية بين المتكلّم والمخاطب ومحاولة التفريق بين ما يقال وما يقصد في مختلف الخطابات، فالجمل تحمل عدة دلالات.

وقد «سعى غرايس Grice لتوضيح الاختلاف بين ما يقال وما يقصد، فالاستلزام الحواري متغيّر بتغيّر السياقات التي يرد فيها » [3]، فالاستلزام الحواري عند غرايس مختلف ومتنوع من سياق لآخر ومن مقاصد الكلام حسب الأساليب المستخدمة فيه، فهو بذلك متعدد بتعدد الأساليب.

وللاستلزام الحواري عند غرايس عدة خصائص هي: [4]

(1) – نعمان بوقرة: المصطلحات الأساسية، مرجع سابق، ص 87.

(2)– محمود عكاشة : التداولية اللسانية النشأة والمفاهيم المبادئ، مرجع سابق، ص 86.

(3)– نعمان بوقرة : المصطلحات الأساسية في لسانيات النص وتحليل الخطاب، مرجع سابق، ص 84.

(4) – ينظر: محمود أحمد نحلة : آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، مرجع سابق، ص 38-39-40.

-الاستلزام ممكن إلغاؤه: ويكون ذلك عادة بإضافة قول يسُدُّ الطريق أمام الاستلزام أو يحول دونه، وهو الذي يمكّن المتكلم من أن ينكر ما يستلزمه كلامه.

الاستلزام لا يقبل الانفصال عن المحتوى الدلالي: ذلك الالتزام الحواري المتصل بالمعنى الدلالي لما يقال لا بالصيغة اللغوية التي قيل بها فلا ينقطع مع استبدال مفردات أو عبارات بأخرى ترادفها.

-الاستلزام متغير: والمقصود بالتغير هو التعبير الواحد يمكن أن يؤدي إلى استلزامات مختلفة في سياقات مختلفة مثل ذلك أن يقول رجل سرق متاعه يوم العيد: تلك أفضل هدية، ومن الممكن أن يقول هذه العبارة نفسها رجل تلقى رسالة من صديق قديم يوم العيد أو طالب بشر بنجاحه...إلخ.

-الاستلزام يمكن تقديره: والمراد به أن المخاطب يقوم بخطوات محسوبة يتجه بها خطوة بخطوة إلى للوصول إلى ما يستلزمه الكلام فإذا قيل مثلا: الملكة فيكتوريا صنعت من حديد، فإن القرينة تبعد السامع عن قبول المعنى اللفظي فيبحث عما وراء الكلام من معنى.

وقد ميز"جرايس"بين نوعين من الاستلزام: [1]

- **الاستلزام العرفي:** قائم على ما تعارف عليه أصحاب اللغة من استلزام بعض الألفاظ دلالات بعينها لا تنفك عنها مهما اختلفت بها السياقات وتغيرت التراكيب، ومن ذلك مثلاً في الإنجليزية but ونظيرتها في اللغة العربية لكن فهي هنا وهناك تستلزم دائما أن يكون ما بعدها مخالفًا لما يتوقعه السامع.
- **الاستلزام الحواري:** وهو متغير دائما بتغير السياقات التي يرد فيها.

ووضع "**جرايس**" مبدأ سماه ب"مبدأ التعاون "وهو يقوم على المبادئ الحوارية التالية[2]:

(1) – ينظر: محمود أحمد نحلة: آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، مرجع سابق، ص 33، 34.

(2) – ينظر: المرجع نفسه، ص 38-39-40.

– **مبدأ الكمّ:** اجعل إسهامك في الحوار بالقدر المطلوب من دون أن تزيد عليه أو تنقص منه.

– **مبدأ الكيف:** لا تقل ما تعتقد أنه غير صحيح ، ولا تقل ما ليس عندك دليل عليه.

– **مبدأ المناسبة:** اجعل كلامك ذا علاقة مناسبة بالموضوع.

–**مبدأ الطريقة:** كن واضحا ومحددا: فتجنب الغموض، وتجنب اللبس، وأوجز، ورتب كلامك.

بهذا نخلص القول أن الاستلزام الحواري من المبادئ الرئيسية التي تشيد بها الدّراسة التداولية.

هـ– متضمنات القول:

من المفاهيم الأساسية التي تقوم عليها التداولية بشقيه(الافتراض المسبق والأقوال المضمرة)فهي تشغل حيِّزًا مُهِما فيه تهتم بالجوانب الخفية والضمنية للخطاب وهي «مفهوم تداولي إجرائي يتعلق برصد جملة من الظواهر المتعلقة بجوانب ضمنية وخفية من قوانين الخطاب، تحكمها ظروف الخطاب العامة كسياق الحال وغيره »[1].أي من المفاهيم التي تخضع للمعالجة تختص بمراقبة مجموعة منوعة من الظواهر الغير المصرح بها والمستترة للخطاب.

– الافتراض المسبق:

وهو«مفهوم براجماتيكي تتضمنه العبارة في المقام الذي ترد فيه، من حيث العلامات المشتركة والمعروفة مسبقا لدى المتكلم والمخاطب »[2].أي مصطلح تداولي تحتويه العبارة في الموضع الذي ترجع إليه، من خلال العلامات المشتركة والمشهورة من قبل المتكلم والمخاطب.

وهو: «شيء يفترضه المتكلم يسبق التفوه بالكلام، أي أن الافتراض المسبق موجود عند المتكلمين وليس

(1) – مسعود صحراوي: التداولية عند العلماء العرب، مرجع سابق، ص 30.

(2) – أحمد فهد صالح شاهين: النظرية التداولية وأثرها في الدراسات النحوية المعاصرة، عالم الكتب الحديث، إربد–الأردن، ط1، 2015 ص 20.

في الجمل »[1]، يحدث بين المتخاطبين وليس في الجمل وهو مالا يريد التكلّم به المخاطَب للمخاطِب وتركه يفهمه وحده، و«الافتراض المسبق له بالغ الأهمية في عملية التواصل، وإنجاز الأفعال اللغوية، بحيث يتم افتراض وجود أساس سابق لدى المتلقي يعتمد عليه المرسِل في بناء خطابه، وينطلق منه للوصول إلى غاية المرسِل »[2]. تتضح أهميته من خلال ما يؤديه من وظيفة لإنجاح العملية التخاطبية وتحقيق التواصل بين الأطراف المتخاطبة فيتم الانطلاق من افتراض سابق والبناء عليه.

كما نجد بعض الباحثين قد ميزوا بين نوعين من الافتراض السابق هما: المنطقي أو الدلالي، والتداولي:[3]

-فالأوّل مشروط بالصدق بين قضيتين، فإذا كانت(أ)صادقة كان من اللازم أن تكون(ب) صادقة. -أما الافتراض التداولي السابق فلا دخل له بالصدق والكذب، فالقضية الأساسية يمكن أن تنفى دون أن يؤثر ذلك على الافتراض السابق.

- الأقوال المضمرة:

تعدّ الأقوال المضمرة «النمط الثاني من متضمنات القول وترتبط بوضعية الخطاب ومقامه على عكس الافتراض المسبق الذي يُحدّد على أساس معطيات لغوية »[4].وهي المعاني الخفية في الخطاب

ويقول عنها كانتيليان ما يلي: «إنَّنا نستعملها لهدف ثلاثيّ: أوّلا، حين تساوِرُنا الشكوك حول وجوب التعبير بصراحةٍ أم لا، ثمّ ثانيًا، حين تحول وصول اللِّياقة دون الكلام المباشر، وأخيرا، بقصد بلوغ هذه الأناقة

(1) – جورج يول: التداولية، مرجع سابق، ص 51.

(2) – أحمد فهد صالح شاهين: النظرية التداولية وأثرها في الدراسات النحوية المعاصرة، مرجع سابق، ص 20.

(3) – محمود أحمد نحلة: آفاق جديدة في البحث اللّغوي المعاصر، مرجع سابق، ص 28-29.

(4) – مسعود صحراوي: التداولية عند العلماء العرب، مرجع سابق، ص 32.

فحسب، ولأنّ للحداثة والتنوُّع سحرًا يفوق سحر علاقة الوقائع المباشرة »[1].فهناك ثلاث استعمالات للأقوال المضمرة: الأوّل عندما يثير الأمر الشّك والإلتباس والإرتياب عند التعبير بصدق أو بغير صدق، والثاني حين يكون سلوك الإنسان في حياته مع غيره متّسمًا بالأدب من غير التحدّث مباشرة، أمّا ثالثا من أجل الوصول إلى غاية الأناقة فقط، لأنّ المعاصرة والتقدّم والاختلاف تلائم مفاهيم العصر وعلاقته بالواقع مباشرة.

وأوجه الإختلاف بينهما أنّ كلاهما يتميّزان أحدها عن الآخر «الأوّل وليد السياق الكلامي والثاني وليد ملابسات الخطاب » [2].لأنّ سياق الكلام يتعدّد ويتتابع حسب السياقات والطبقات المقامية التي تستعمل ويحتويها الخطاب.

ثانيا– مفهوم الخطاب:

1– الخطاب لغة:

إنّ لفظة الخطاب من الألفاظ الثريّة لكثرة الكلمات المتفرغة عنها، فتحيل في معاجم اللغة العربية إلى عدة معان فقد ورد في كتاب العين لصاحبه الفراهيدي: «**خطب الخَطب: سَبَبُ الأمر، وفلانٌ يخطُبُ امرأةً ويختطبها خطبةً، والخطاب: مراجعة الكلام**».[3]

أمّا عند الزمخشري فيقول: «**خطب: خاطَبَهُ أحسنَ الخِطاب، وهو المواجهة بالكلام، وخطب الخطيبُ خِطبةً حسنة، وخَطَب الخَاطِبُ خِطبَةً جميلة**».[4]

---

(1) –كاترين كيربرات – أوركيوني : المضمَر، تر: ريتا خاطر، المنظمة العربية للترجمة، بيروت–لبنان، ط1، ديسمبر 2008، ص 497.

(2) – مسعود صحراوي : التداولية عند العلماء العرب، مرجع سابق، ص 32.

(3)– الخليل بن أحمد الفَراهيدي : كتاب العين، تح : عبد الحميد هنداوي، دار الكتب العلمية ، بيروت_لبنان، ج1، ط1، 2003، ص418_419.

(4) – أبي القاسم جار الله محمود بن عُمر بن أحمد الزمخشري: أساس البلاغة، تح: محمد باسل عيون السّود، منشورات محمد علي بيضون، دار الكتب العلمية، بيروت _لبنان، ج1، ط1، 1998، ص 255 .

كما ورد في لسان العرب لابن منظور: «**خطبَ: الخطبُ: الشأنُ أو الأمرُ، صغُرَ أوعظُم، وقيل: هو سَبَبُ الأمْر، يقال: ما خطبك ؟، أي ما أَمْرك....، وخَطَبَ المرأة: يَخطبُها خَطْبًا، ويقال: خَطَبَ فُلانُ إلى فلانٍ فخَطَبَّهُ وأخطبه أي أجابه، والخِطابُ والمُخَاطَبَة: مراجعة الكلام، وقد خاطبَهُ بالكلام مُخَاطَبَةً وخِطابًا**».[1]

2- الخطاب اصطلاحا:

إنّ محاولة تحديد مفهوم دقيق لمصطلح الخطاب أصبح أمرا صعبا نظرا لاتساع دلالته فهو ليس مفهوم واحد بل له مفاهيم متعددة وهو مرتبط بعدّة حقول معرفية إذ أنّه مصطلح متداول وشائع، فنجد عددًا من الباحثين اِهتموا بالخطاب واختلفوا في تحديد مفهوم متقارب له، وقد بدأ مصطلح الخطاب بمفهومه الدلالي مع (فرديناند ديسوسور Ferdinand de Saussure)* في كتابه "محاضرات في اللسانيات العامة "حيث اشتمل على مبادئ أساسية ساعدت على توضيح مفهوم الخطاب، فالخطاب عنده: «**مرادف للكلام في اللسانيات البنيوية** »[2]، كما اعتبر الخطاب هو "الكلام"، لأن أوّل ثنائية جاء بها هي اللّغة والكلام، أي أن الخطاب «**تعود جذوره إلى عنصري اللّغة والكلام** » [3]فاللغة هي نظام من الرموز التّي يعبر بها الفرد عن أغراضه، أمّا الكلام إنجاز أو«**فعل فردي متعلق بالإرادة والذكاء** »[4]يتوجه به المتكلم إلى شخص آخر إلى المخاطب.

(1)- ابن منظور أبو الفضل جمال الدين بن مكرم : لسان العرب مادةُ [خ ط ب]، دار صادر-بيروت، ج1، ط1، 1997، ص 361.

* فيردناند دي سوسير عالم لغويات سويسري يعتبر الأب و المؤسس للمدرسة البنيوية في اللسانيات.

(2)- سعيد يقطين: تحليل الخطاب الروائي (الزمن السرد التبئير، المركز الثقافي العربي)، ط 3، 1997، ص 22.

(3)- ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب (مقاربة لغوية تداولية)، دار الكتاب الجديدة المتحدة، ط1، 2004، ص 37.

(4)- المرجع نفسه، ص 23 .

ويرتكز في تعريفه على مرجعية سيكولسانية (نفسية لسانية)بحيث يرى أنّه: «**متتالية من الملفوظات**»[1] فالخطاب هو مجموعة من الملفوظات، الجمل مترابطة متناسقة فيما بينها تكون خطاب مغلق.

أمّا (هاريس Harris)*الذي يعد متقدِّما في هذا المجال فيقدّم تعريفا للخطاب بقوله: «**ملفوظ طويل أو هو متتالية من الجمل تكون مجموعة منغلقة يمكن من خلالها معاينة بنية سلسلة من العناصر بواسطة المنهجية التوزيعية وبشكل يجعلنا نظل في مجال لساني محض** »[2]، وحسب قول(هاريس) فالخطاب هو مجموعة من الجمل تكون متناسقة فيما بينها لتشكل خطابا منغلق حتّى نتمكن من خلالها من وصف ومعاينة مجموعة من العناصر في شكل منهجي، يجعلنا نظل في مجال لساني محض أي صريح.

أمّا(بنفنستBenveniste)**فقد كان عكس هاريس الذي وقف عند حد الملفوظ فهو يعرف الخطاب بأنه: «**كل تلفظ يفترض متكلما ومستمعا وعند الأول هدف التأثير على الثاني بطريقة ما**»[3] أي أنّ الخطاب هو كل تلفظ أو كلام مسموع يؤثر في المستمع، فهي علاقة تأثير وتؤثر فالمتكلم يؤثر على المستمع، فهو يشترط وجود متحدث ومتلق ليتحقق هدف الخطاب ويتم القبول، و"بنفست "هنا يركز على عناصر التواصل وكيف تقوم العملية التواصلية وآثارها في المتلقي.

ونجد (التهانوي)*** أيضا قدّم تعريفا للخطاب بأنه: «**توجيه الكلام نحو الغير للإفهام(...)، وهو اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه، فاحترز باللّفظ عن الحركات والإشارات**»[4]

(1) – سعيد يقطين، تحليل الخطاب الروائي، مرجع سابق، ص 24.

*هاريس عالم ومؤثر لغوي أمريكي، و صيغًا رياضيًا، وخبيرًا منهجيًا في العلوم، صاحب النظرية التوزيعية.

(2) – سعيد يقطين، تحليل الخطاب الروائي، مرجع سابق، ص 17.

**بنفنست لساني وسيميائي فرنسي، عرف بأعماله المنصبة على اللغات الهندوأوربية.

(3)–سعيد يقطين، تحليل الخطاب الروائي، مرجع سابق، ص 19 .

*** التهانوي: كاتب وعالم هندي، صاحب موسوعة كشّاف اصطلاحات الفنون والعلوم.

(4)– محمد علي التهانوي: موسوعة كشّاف اِصطلاحات الفنون و العلوم، تح : علي دحروج، تر: جورج زينَاتي، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت–لبنان، ج 2، ط1، 1996، ص 749.

فالخطاب هو كلام بين المخاطِب والمخاطَب، أي توجيه رسالة إلى المخاطَب يشترط فيها الألفاظ المتواضع عليها أي اللّغة المستعملة غير مهملة، ويكون الكلام اللفظي أو العباراتي ليس الكلام الإشاراتي، بُغية تحقيق غاية وهي إفهام من هو متهيئ للفهم أي إفهام الغير والتأثير فيه، ويستثني الإشارات والرموز أي أن يكون الكلام مباشر.

أمّا (جابر عصفور)*وفي ترجمته لكتاب عصر البنيوية لصاحبه " إديث كريز ويل " فنجده يعرف الخطاب بأنّه: «**الطريقة التي تشكل بها الجمل نظاما متتابعا تُسهِمُ به في نسق كل متغاير ومتحد الخواص وعلى نحو يمكن معه أن تتآلف الجمل في خطاب بعينه لتشكّل نصا مفردا، أو تتآلف النصوص نفسها في نظام متتابع لتشكل نصًا مفردًا، أو تتآلف النصوص نفسها في نظام متتابع لتشكل خطابًا أوسع ينطوي على أكثر من نص مفرد، وقد يوصف الخطاب بأنّه مجموعة دالة من أشكال الأداء اللّفظي تنتجها مجموعة من العلامات، أويوصف بأنّه مُساق من العلاقات المتعينة التي تستخدم لتحقيق أغراض معينة**»[1]

فالخطاب هو جمل متناسقة متتابعة متتالية، تشكل لنا بنية مغلقة أو نص مغلق، فالخطاب هو مجموعة من العلامات أو جمل متآلفة، تكون لها غاية وأهداف لكي يتحقق هدف العملية التواصلية.

ونجد(سعيد يقطين)** يعرفه أيضا بقوله هو: «**الطريقة التي قدم بها المادة الحكائية في الرواية، قد تكون المادة الحكائية واحدة، لكن ما يتغير هو الخطاب في محاولته كتابتها ونظمها، لو أعطينا لمجموعة من الكتاب الروائيين مادة قابلة لأن تحكى، وحددنا لهم سلفا شخصياتها وأحداثها المركزية وزمانها وفضائها لوجدناهم يقدمون لنا خطابات تختلف باختلاف اِتجاهاتهم ومواقفهم، وإن كانت القصة التي**

*جابر عصفور: كاتب ومفكر وباحث وأكاديمي مصري.

(1)- إديث كريزويل: عصر البنيوية، تر: جابر عصفور، دار سعاد الصباح-الكويت، ط1، 1993، ص 379.

**سعيد يقطين: ناقد وباحث مغربي.

يعالجون واحدة »[1]، فيقصد سعيد يقطين بقوله هذا أن أساس الرواية ينحصر في الخطاب، والذي يتغير أثناء عملية الكتابة، فنجد الشخصيات والزمن والأحداث نفسها لكن إذا أعطيناها للكُتَاب نجد أنّها تختلف في سردها من شخص لآخر، باختلاف اتجاهاتهم، رغم أنّها نفس الحكاية فتختلف طريقة السرد فقط.

والخطاب عند (رولاند بارث Roland Barth)*في قوله: «**الخطاب جملة كبيرة** »[2]، يقصد بهذا القول أن الخطاب هو مجموعة من الجمل أو الأقوال مكتوبة أو منطوقة متناسقة ومترابطة فيما بينها تؤدي وظيفة معينة لتحقق هدف معين.

ونجد (أحمد المتوكل)**ينظر إلى الخطاب من منظور وظيفي في قوله: «**يعد خطابا كل ملفوظ/مكتوب يشكِّل وحدة تواصلية قائمة الذات** »[3].فالخطاب هو كل ما تعدىَّ الجملة، ويكون له غرض أو هدف معين ويكون طويلاً أو قصيرًا شفويًا أو كتابيًا لكن الأساس هو الرسالة يبلغها، أي أن يحقق الهدف من العملية التواصلية.

ويقول "جيوفرى ليتش Geoffrey Neil Leech"*** و"مايكل شورت": «**الخطاب تواصل لغوي يُنظر إليه باعتباره عملية تجري بين متكلم ومستمع، أو تفاعل شخصي يحدد شكله غرضه الإجتماعي**»[4]، فالخطاب هو عملية تواصل بين المرسل والمرسل إليه، أو المخاطِب والمخاطَب، يكون بينهم علاقة تأثير وتأثر، تفاعل بين المتكلم والمستمع، يكون نوعه حسب الهدف.

---

(1) – سعيد يقطين: تحليل الخطاب الروائي، مرجع سابق، ص 7.

*رولاند بارث: فيلسوف فرنسي، ناقد أدبي، دلالي، ومنظر اجتماعي.

(2) – رابح بوحوش: اللسانيات وتحليل النصوص، جامعة باجي مختار–عنابة–الجزائر، عالم الكتب الحديث، اربد–الأردن، د.ط، 2009، ص101.

** أحمد المتوكل: عالم مغربي صاحب مصطلح النظرية الوظيفية.

(3)– أحمد المتوكل: الخطاب وخصائص اللّغة العربية – دراسة في الوظيفة و البنية والنمط –، دار الأمان، الرباط– المغرب، ط1، 2010، ص 24.

***جيوفرى ليتش: متخصص في اللّغة الإنجليزية واللغويات.

(4) – سارة ميلز: الخطاب، تر: عبد الوهاب علوب، المركز القومي للترجمة، ط1، 2016، ص 15.

****ميشال فوكو: فيلسوف فرنسي، يعتبر من أهم فلاسفة النصف الأخير من القرن العشرين.

أمّا (ميشال فوكوMichel Foucault)**** عرفه بقوله: «**الخطاب شبكة معقدة من النظم الإجتماعية والسياسية والثقافية التي تبرز فيها الكيفية التي ينتج فيها الكلام كخطاب** »[1]، ويقصد في هذا التعريف أنّ للخطاب ضوابط أو حدود لاختلاف المجتمعات وثقافاتهم وسياسة كل مجتمع، فلكل مجتمع عادات خاصة به أو شفرات فيمكن قول كلام في مكان ولا يمكن في آخر، فكل مجتمع يتحكم في ما يمكن قوله ولا يمكن قوله ، حيث تمارس على المتحدث كيف يكون خطابه.

ونخلص إلى أنّ مصطلح الخطاب متعدد المعاني، فهو عبارة عن رسالة أو كلام من مخاطِب إلى مخاطَب في سياق معين بغية تحقيق هدف معين، أو هو ما تعدى الجملة يكون إمّا منطوق أو مكتوب ويتنوع بتنوع الطرق التي يتّخذها المتكلمون، ونلاحظ إختلاف الدارسين في تحديد مفهوم له، نظرا لكثرة تداول هذا المصطلح، ونجد أيضا تعدد التخصصات التي ينتسب إليها الباحثين وإختلاف نظرتهم إليه.

ثالثا– ماهية الخطاب الإعلامي:

1– مفهوم الخطاب الإعلامي:

يعدّ الخطاب الإعلامي نوع من أنواع الخطابات التي تستخدم للتأثير على المجتمعات، فهو يعتمد على نقل الأخبار والمعلومات وحياة الناس اليومية لكافة الناس بمختلف الوسائل: التلفاز، الراديو، الجرائد. .. ويعتبر محرك ومؤثر في المجتمع.

و«**الخطاب الإعلامي يستأنس للمألوف من اللّغة ويعمل على تكريسه، حيث أنَّ أهدافه تتوجّه بشكل أساسي إلى تقديم المعلومات دون بهار ج ولا مؤثرات لغوية، ويهمه بالدرجة الأولى أن تكون وسيلته التعبيرية لا تثير أية إشكالات لدى المتلقي، ولا تأويلات قد تؤدي إلى انحرافات أو تشوهات تطال**

(1) – نعمان بوقرة: لسانيات الخطاب، مباحث في التأسيس و الإجراء، دار الكتب العلمية، بيروت– لبنان، ط1، 2012، ص 18.

مضمون الرسالة الإعلامية»[1]، ففي الخطاب الإعلامي يكون استعمال اللّغة المستعملة المألوفة السليمة والبسيطة، التي يفهمها كل النّاس، وهو يقوم بتوجيه المعلومات نحو المتلقي، فتكون بأُسلوب مباشر مفهوم بسيط لكي لا تثير إشكالات لدى الجمهور، أو عدم فهم مضمون الرسالة الإعلامية أو الغاية منها.

وهو«**الخطاب الذي يهدف إلى الإخبار عن الحوادث، بهدف التأثير في اِتجاهات القراء والمستمعين والمشاهدين، وتوجيههم في اِتجاه خاص بكيفية الخبر والإعلام وصياغته، ويعتبر من أكثر وأشهر أشكال الخطابات لأنَّه الطريق الذي يؤدي القوة في السياسة والاِقتصاد**»[2]، فهو خطاب يعلن من خلاله عن كافة الأخبار، الحوادث وغيرها يهدف إلى التأثير في المجتمع وتوعيته، ويعتبر من أشهر الخطابات لأنّه يؤثر في السامع، ويكون لكل الفئات في المجتمع، ومتضمن لكل الأخبار الاجتماعية الثقافية السياسية الاقتصادية. ...الخ، فهو يهدف إلى عرض الحقائق والوقائع والحوادث إلى المتلقي بغية التأثير في الرأي العام لِما له من أثر قوي في تحريك الرأي، ويكون بطريقة مباشرة.

كما عرفه (أحمد العاقد)* بقوله: «**هو مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية: التقارير الإخبارية، الافتتاحيات، البرامج التلفزية، المواد الإذاعية وغيرها من الخطابات النوعية**»[3].فالخطاب الإعلامي هو مجموعة من النشاطات والخطابات المتنوعة، تنقل إلى الجمهور عبر وسائل مختلفة.

ويعرّف أيضا بأنّه: «**منتوج لغوي إخباري منوع يعتمد على عدة علوم اِجتماعية، كما يدمج بين المساهمات الحديثة والنقدية، في مجال اللّغويات التطبيقية والنّقد الأدبي، كما يزاوج بين التحليل اللّغوي**

(1) – أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي–آفاق و تحديات –، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط 2، 2007، ص 63.

(2) – ينظر: بسام عبد الرحمن المشاقبة: مناهج البحث الإعلامي و تحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، د.ط، 2009، ص117.

*أحمد العاقد: أستاذ باحث في التواصل السياسي وتحليل الخطاب.

(3) – بشير إبرير: دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، جامعة عنابة – الجزائر، قسم اللغة العربية و آدابها، عالم الكتب الحديث، إربد–الأردن، ط1، 2010، ص 48.

والسيميولوجي ويستفيد من الإتجاهات الحديثة في التأويل، والتيارات النقدية في علم الإجتماع والأنثروبولوجي »[1]، إذ أنّه يوضح لنا أن الخطاب ما هو إلاّ منتوج إخباري لغوي، يرتكز على مجموعة من العلوم الاجتماعية، فما هو الخطاب الإعلامي ؟، انه ذلك الخطاب المرتبط بالمجتمع، فلا خطاب بدون مجتمع يتلقاه، ولا صيرورة لخطاب بدون متلق يفهمه ويتداوله.

كما اصطلح (بشير أبرير)* على مفهوم الخطاب الإعلامي بأنّه: «**منتوج لغوي إخباري منوع في إطار بنية إجتماعية ثقافية socio culturelleمحددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه ورسم رُؤاه المستقبلية، وبلورة رأيه بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها**» [2]، فالخطاب الإعلامي هدفه الإخبار وهو متنوع، وهو شكل من أشكال الممارسة الإجتماعية، له غاية أو هدف التأثير في السامع لكي يحرك رأيه، بواسطة طرق وأفكار وعن طريق وسائط، لكي يتحقق هدف الاتصال.

وهو: «**ذلك النشاط اللغوي الإتصالي الجماهيري المبني على تراكمات سوسير الأنثروبولوجية الثقافية نابعة من مجتمع ما، يحمل هذا الخطاب في أوعية اتصالية جماهيرية لها قدرة تأثيرية وإقناعية على المتلقي، بغية تشغيل آلته التأويلية لإعادة تشكيل وعيه إتجاه مصلحة مجتمعية ما** »[3]؛إذن فالخطاب الإعلامي هو عملية تواصل بين المرسل المخاطِب والمرسل إليه المخاطَب المتلقي، يهدف المرسل أو المخاطِب إلى التأثير في المتلقي وإقناعه، بغية تغيير أفكاره، وتصويبه إلى مصلحة ما، فللخطاب الإعلامي قدرة كبيرة على التأثير في أفكار وآراء الجمهور.

---

(1)- عبد اللّه ثاني محمد النذير : تأويل الخطاب الإعلامي، مقاربة جيوبوليتيكية للمشهد الإعلامي العربي، دار الغرب للنشر والتوزيع، 2016، ص18-19.

*بشير أبرير: أستاذ في جامعة عنابة متخصص في اللسانيات والسيميائية والتداولية.

(2)- بشير إبرير: دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، مرجع سابق، ص 49.

(3)- عبد اللّه ثاني محمد النذير: تأويل الخطاب الإعلامي، مرجع سابق، ص 20.

و«**يعد الخطاب الإعلامي صناعة ثقافية بأتم معنى الكلمة، تتكاثف على إنتاجها وسائط متعددة يظهر ذلك في طبيعة الرسائل التي تتدفق عبر هذا الخطاب وسرعتها وطرائق توزيعها وكيفيات تلقيها الأمر الذي جعل من الإعلام محورا محورًا أساسيا في منظومة المجتمع**»[1]، فللخطاب الإعلامي أهمية كبيرة في المجتمع نظرا لما يقدمه للجمهور من أخبار وبرامج. . إذ يتم نقل الأخبار بسرعة إلى المتلقي وتكون لكل الفئات في المجتمع أي يفهمها كل النّاس، وبهذا أصبح للإعلام دور أساسي مهم في المجتمع.

وهو«**صناعة تجمع بين اللغة والمعلومة ومحتواها الثقافي، والآليات التقنية لتبليغها عبر الزمان والمكان** "[2]، **وهو"نسق تفاعلي مركب متشابك يجمع بين اللساني والأيقوني، تتلاقى فيه العلامات اللّغوية وغير اللّغوية، يشترك في هذه الميزة مع خطابات أخرى ويختلف عنها في الوقت نفسه، وذلك مثل: الخطاب الإشهاري والسياسي والدعائي** »[3]، فالخطاب الإعلامي يشمل عدة مجالات، وهو نقل الأحداث والأخبار والمعلومات إلى الجمهور المتلقي عبر وسائل الإعلام، في زمن ومكان معين وقد أصبح للإعلام دور مهم في المجتمع، لما له من أهميّة.

فالخطاب الإعلامي هو الخطاب الذي يقوم بنقل حياة الإنسان اليومية والأخبار والأحداث إلى الجمهور عبر وسائل الإعلام، ويقوم بالتأثير على الأفراد والمجتمعات إذ أنّه مؤثر قوي قادر على تحريك الرأي العام لما له من أهميّة في المجتمع فهو يتضمّن العديد من المجالات.

2-خصوصيات الخطاب الإعلامي:

يعتبر الخطاب الإعلامي من أهم الخطابات لما له من تأثير قوي وأهمية لدى الجمهور، وله خصائص تميزه

(1)- بشير إبرير: الصورة في الخطاب الإعلامي-دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونيّة، جامعة عنابة، ملتقى الدولي الخامس "السيمياء والنص الأدبي"، ص 151.

(2)- المرجع نفسه، ص 151.

(3)- المرجع نفسه، ص 152.

عن باقي الخطابات الأخرى، ونتعرف عليها من الجوانب التالية:

❖ **من حيث فرضية الصدق والموضوعية:** يهدف الخطاب الإعلامي حسب "محمد البكاء "*إلى: «**تزويد النّاس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيًا عن عقلية الجماهير، واتجاهاتهم وميولهم**»[1]، فالخطاب الإعلامي عنده هو ذلك الخطاب الذي يزود النّاس بأخبار تكون صحيحة ومعلومات سليمة وهذا من أجل تحقيق رغباتهم وحل مشكلاتهم، إذن فهذا الخطاب يتسم بالمصداقية الحقيقة والعقلانية والصدق، وله أهداف تتمثل فيما يلي: [2]

أ–المعقولية: فالمعقولية تعتبر الأساس داخل الخطاب الإعلامي، والتي يتّم إنجازها بفعل جملة صحيحة مركبّة، تحترم قواعد اللّغة المستعملة وتكون مستوفية الشروط ما دام التواصل مستمرًا، وهي أحد الشروط الدائمة للتواصل بين أفراد المجتمع.

ب–الحقيقة: إذ تعتبر شرط أساسي، وذلك بوجود حقيقة مستوحاة من الواقع من خلال الأقوال التقريريّة والإخبارية.

ج–المصداقية: وهذا الشرط يعتبر هو الأهم ممّا له من مصداقية داخل الأشخاص، حيث يمتاز بشرعية معاييره وهذا بعد الإعتراف من طرف الجمهور أو المجتمع، حيث يحيل هذا الشرط إلى مصداقية الذات المتكلمة والتي تعتبر أوّل المتلقين.

*محمد البكاء: أستاذ اللغة العربية وآدابها بكلية الإعلام بجامعة بغداد بالعراق.

(1) – محمد عبد المطلب البّكاء : الإعلام واللغة، مستويات اللغة والتطبيق، دار نينوى للدراسات والنشر و التوزيع، دمشق–سوريا، 2010، ص 5.

(2) – ينظر: حسن مصدق: النظرية النقدية التواصلية، يوغن هابرماس ومدرسة فرانكفورت، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء–المغرب، ط1، 2005، ص 145–146.

د–الصدق: وهو الشرط الرابع من حيث خصائص الخطاب الإعلامي، حيث يكون الفرد صادقا بعيدا عن الكذب والتضليل، ومن دون سفسطة، فكل ما كان القول صادقا ومطابق للواقع تحقق هدف الخطاب الإعلامي وحصل الفهم.

فهذه المبادئ الأربعة تعتبر من شروط الخطاب الإعلامي يجب تحققها لكي يكون تواصل حقيقي صادق صحيح، ولا يستقيم من دونها تواصل بين المتحدثين.

❖ **من حيث الأنساق التبليغية:** ويمكن تقسيمها إلى جزأين:

لا تجانس الأنساق التبليغية في الخطاب الإعلامي: تتميز بنية الخطابات الإعلامية بطبيعتها وبطرائق إشتغالها حيث تتولد وفق نمطين أساسيين هما:

أ–أمّا اللغات اللفظية: إمّا أن تكون مكتوبة أو منطوقة أومن جهة إنتاجية وإمّا أن تكون مسموعة أو مقروءة من جهة تلقي، حيث تشتمل على الظواهر السيميائية كالتنغيم والنبر والتصويت. .، ومن ثمَّ ينطبق مفهوم اللّغة اللّفظية على النصوص المكتوبة في الصحف ونصوص الإذاعة والتلفزة.[1]

ب–أمّا اللغات غير المنطوقة أو البصرية: حيث تدخل في الإعتبارات السلوكية غير اللّفظية بما في ذلك الحركات والملامح والتحرك الجسدي، كما تنطبق على الأنساق الإعلانات والإشهار، إشارات المرور، الصور الإعلانية.[2]

فالخطاب الإعلامي يتّخذ عدّة وسائل للتعبير والتبليغ منها الإذاعة والتلفزة والصور السمعية والبصرية، حيث يتّم استخدام اللّون والموسيقى والأداء والحركة.

(1)– ينظر: هشام صويلح: الخطاب الإعلامي: نسق تبليغي تداولي–دراسة في المفهوم و الخصائص –، كلية الآداب و العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار –عنابة، مجلة التواصل في اللغات و الآداب، المجلد : 25 ع: 1، مارس 2019، ص 153.

(2) – ينظر: المرجع نفسه، ص 153.

لا تجانس الوحدات الخطابية في النصوص الصحفية:

أ–اللاّتجانس السيميائي: وينتج عن طريق التوزيع الذي تحظى به أعلى مساحة الصفحة الصحفية، من خلال مقالات ذات أحجام مختلفة، وتنوع أشكال الوثائق واللّغوية، كوحدات يعلوها نص بسيط عكس بعض الوحدات التي تكون معقدة. (1)

ب–اللاتجانس النصي: فهو لا ينفصل عن اللاتجانس السيميائي ويتجلى ذلك في تصنيف المقالات من لدن المهنيين (خبر، موجز، مقال، ربورتاج، حوار، إلى غيرهم) ويتّخذ هذا النوع أشكال متعدِّدة في الوصف والحكي والبرهنة حتّى علامات الزمنية مثل التفسير والشرح والإجراء الذي يراد به الإرشاد والتنبيه.

ج–اللاتجانس التلفظي: ويتجلى هذا النوع من اللاتجانس في المقام الأوّل في تنوع الكتاب، كما يظهر ويشير إليه النص الإعلامي (الصحفيون، المبعوثون، خاصون، المراسلون، المحررون. ..الذين ينتمون إلى المجتمع)، كما يتجلى في المقام الثاني في وسم الكلام أو الألفاظ المقتبسة أو المستشبهة عندما تكون أو بحضور أفعال تقدِّم كلام منقول"(2).

❖ **من حيث قنوات التبليغ وتباين أفراد الجمهور المتلقي، لكل متلق وسيط، لكل متلق خطاب:** فيوجه خطاب كل وسيط إعلامي إلى فئة معينة من المجتمع، وتكون محددة من حيث السن والجنس ومستوى التكوين والوضع الاقتصادي، ومدروسة من حيث احتياجاتها الإعلامية، فنجد قنوات وصحف وإذاعات ومواقع انترنت تنقل أخبارا في عدّة مجالات: سياسية، ثقافية، رياضية، اِجتماعية....، وتنعت هذه الوسائط بالإخبارية، تكون موجهة إلى القارئ الجمهور من كل الفئات من حيث العمر والجنس والمستوى التعليمي، وهناك صحافة متخصصة فنجد قنوات متخصصة بالرياضة وجرائد أيضًا، ويكون مخصص إلى فئة الشباب خاصة الذكور، ونجد قنوات أخرى

(1) – ينظر: بشير إبرير: دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، عالم الكتب الحديث، إربد–الأردن، د.ط، ص 98.

(2) – ينظر: هشام صويلح: الخطاب الإعلامي، مرجع سابق، ص 154.

للأطفال مثلا قنوات خاصة بالأناشيد والرسوم المتحركة، وقنوات تعليمية موجهة حسب مستوى مضامينها إلى التلاميذ أو الطلاب. .[1].

نخلص إلى أن تنوع الوسائط يؤدي إلى تنوع المضامين، ومن ثمة إلى عدم تجانس المتون والخطابات، التي تتشكل من مستويات لغوية مختلفة، ويراعى فيها سن ومستوى الجمهور، لاختلاف المستويات والأعمار.

3-**الخطاب الإعلامي تشكيلة خطابية وبناء متعدد الأصوات**: فالخطاب الإعلامي يتألف من جملة خطابات يستعملها ويتفاعل بها الإنسان المعاصر، ويشكل على أساسها تصوراته وأفكاره، ويبني على إثرها سلوكاته ويصرِّفُها، ولا يستطيع الِاستغناء عنها، فنجد تنوع الخطابات: الخطاب الإخباري، الخطاب السياسي، الخطاب الإشهاري، والخطاب الرياضي.....، فالخطاب الإعلامي هو خطاب متعدد الخطابات شامل، أي نسيج من الخطابات، كما يتميز أيضا بتنوع المتكلمين الذين ينتمون فيه إلى "عوالم اِجتماعية مختلفة "(العالم السياسي، العالم العلمي، العالم الإعلامي، عالم التجارة....).

فالخطاب الإعلامي هو بناء متعدد الأصوات، وهو تشكيلة خطابية غير متجانسة في نسيج خطابي متآلف، فهو مجموعة من الخطابات. [2]

4-**تنوع أنماط الخطاب وآلياته، وتعدد أغراضه التبليغية في الوسائط الإعلامية**: نجد تنوع الخطابات في الخطاب الإعلامي لتعدد المجالات واِختلافها، فنجد كل مجال له خطاب مخصص له، لذلك عنيت الدراسات اللسانية وغير اللسانية بتنميط الخطابات واِعتمدت في ذلك معايير متعددة كمعايير المجال (علمي، ديني، سياسي أدبي) والآليات (وصفي، سردي، حجاجي)وغيرها، وهذا التنميط المستعمل يتداخل فيما بينه، فنجد وجود مجالات حياة مختلفة، تنتج عليها أنماط خطابية مختلفة، أبرزها ما يلي:

(1)- ينظر: هشام صويلح: الخطاب الإعلامي، مرجع سابق، ص 154-155.

(2)- ينظر: المرجع نفسه، ص 155.

-الخطاب الإخباري: هو الخطاب الذي يهدف إلى الإخبار عن الحوادث قصد التأثير في إتجاهات القراء والمستمعين والمشاهدين، وتوجيههم في اتجاه خاص بكيفية الخبر والإعلام وصياغته وهو تمثيل إيديولوجي للعالم لأنّه ينتقي ما يجري إخباره.

-الخطاب السياسي: إذ انّه خطاب اختباري ملموس ومتحقق في التجربة السياسية، إنه مرتبط بالمؤسسات السياسية، وهو انعكاس لسلوكيتها العقائدية والإيديولوجية والتاريخية والإجتماعية والنفسية والحقوقية والدينية" فهو خطاب متبادل التأثيرات والمفاعيل بين عناصر مكوناته، والخطاب السياسي آلية للتفاوض والصراع بين الأفراد يتم بواسطته تغيير الأفكار والمفاهيم والمعتقدات، ولا يتصور خطاب إعلامي خال من مضمون سياسي فالأحداث السياسية المختلفة بمثابة المادة التي يتغذى منها إعلام اليوم.[1]

-الخطاب الإشهاري: يعد الخطاب الإشهاري أحد أنواع الخطابات الرئيسية التي يتشّكل منها الخطاب الإعلامي حيث عُرِّف بأنّه: «إنتاجًا معرفيًا سيميائيًا محركًا ومؤثرًا في المجتمع ومتأثرا به، وحدثًا لغويًا منجزًا هدفه التواصل مع أفراد المؤسسات الإجتماعية، له منطق داخلي ومراجع تأثير ومفاهيم، ومصطلحات خاصّة به تبيِّن أصالته وتفرده لسانيا وإيقونيا»[2]، ويعتبر أهم المصادر التي تعوّل عليه المؤسسات الإعلامية بخاصة المستقلة، في جلب المداخيل المالية التي تضمن لها البقاء والإستمرارية، فهو يعتبر من أهم أنواع الخطاب الإعلامي.

-الخطاب الإعلامي الإقتصادي: الإعلام الاقتصادي هو الإعلام المعني أساسا بمعالجة الأحداث والظواهر والتطورات في الحياة الإقتصادية بجوانبها المختلفة، ويحظى الخطاب الإعلامي الاقتصادي مكانة بارزة، نظرا لأهميّته لأنّ الإعلام في حد ذاته أصبح سلعة إقتصادية، كغيرها من السلع الأُخرى.

(1) – ينظر: هشام صويلح: الخطاب الإعلامي، مرجع سابق، ص 155-156.

(2) – ينظر: بشير إبرير: دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، مرجع سابق، ص 94.

-الخطاب الأدبي الفني: هو خطاب يقوم بعرض أو قراءة لأعمال أدبية أو فنية، على وسيط إعلامي ما كعرض رواية جديدة أو قصيدة أو ديوان...، والترويج بطريقة غير مباشرة من خلال إعطاء جماليات العمل الأدبي أو الفني أو الثقافي لِمحاولة إقناع الجمهور المتلقي، فهذه المادة الأدبية والفنية في الخطاب الإعلامي، لا تقلّل أهميّة عن باقي المواد الإعلامية، لِمَا تتميّز به من نوع المواضيع المطروقة.

-الخطاب العلمي: وهو حدث لغوي ومنتوج معرفي متخصص يشمل ترسانة من المفاهيم العلمية الخاصة بميدان معرفي ما، ويعتبر من المكونات الأساسية للخطاب الإعلامي بمختلف وسائطه، حيث نجد الصحف تخصص صفحات خاصة لقضايا علمية متنوعة في شكل تقارير أو حوارات مع شخصيات علمية متخصصة في مجالات محددة، وتجري قنوات إذاعية مقابلات مع مختصين لمناقشة ظاهرة ما، وتلفزيونات أيضا، أمّا المادة العلمية في الخطاب الإعلامي لا تنقل كما هي خاما إلى الجمهور فهي تبسِّط اللّغة العلمية المعقدة لكي يفهمها الجمهور.

خطاب الإعلام الرياضي: أصبح المجال الرياضي في المجتمع المعاصر عبارة عن حياة كاملة وغنية، تضم عدّة جوانب سياسية، اقتصادية، ثقافية، ...وتعد معطيات الحياة الرياضية بجوانبها المختلفة هي موضوع خطاب الإعلامي الرياضي.[1]

-الخطاب الإجتماعي: هو خطاب إعلامي ذو مضمون اِجتماعي خاص، يركز اِهتمامه على قضايا لها علاقة وثقى بواقع النّاس، يكس واقع الإنسان الذي يعيشه، فيعد الخطاب الإجتماعي أيضا مكونًا من مكونات الخطاب الإعلامي، فأهدافه هي السعي إلى نقل حيان الإنسان وتوعية الرأي العام بما هو موجود في المجتمع.

_خطاب الإعلام الثقافي: هو الإعلام الذي يعالج الأحداث والظواهر والتطورات الحاصلة في الحياة الثقافية ويتوجّه أساسا إلى جمهور نوعي معني ومهتم بالشأن الثقافي، ويسعى إلى تثقيف الجماهير الواسعة.[2]

(1) - ينظر: هشام صويلح: الخطاب الإعلامي نسق تبليغي تداولي، مرجع سابق، ص 157-158-159 .

(2)- ينظر: المرجع نفسه، ص 160.

5-أغراض وسياقات تداول الخطاب الإعلامي:

أنّ كل هذه الخطابات تعبّر عن واقع النّاس وحياتهم اليومية، وممارساتهم الإجتماعية، فالخطابات الإعلامية تواصلية تداولية.(1)

ونخلص من هذا أنّ الخطاب الإعلامي هو عملية إجتماعية للتفاعل بين الوقائع والأحداث أي شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، يتّسم بالصدق والمصداقية والحقيقة والمعقولية، له قدرة كبيرة في التأثير على المتلقي وتغيير رأيه، ويكون الخطاب الإعلامي منطوق أو مكتوب إمّا في الجرائد، أو التلفاز، أو حسب الاعتبارات السلوكية غير اللّفظية الرموز والإشارات...، ونجد تنوع الخطابات وتنوع الكُتّاب أيضا، يتألّف من تشكيلة خطابية لها أغراض تبليغية مختلفة، فبهذا يكون الخطاب الإعلامي مختلفًا عن غيره من الخطابات نظرًا لتعدد المواضيع والأنماط، فهو مُلِم بكل المجالات.

رابعا- التداولية والخطاب الإعلامي:

الخطاب الإعلامي شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، نظرا لقدرته الكبيرة للتأثير في المتلقي فهو يعبِّر عن حالات ووقائع لها صلة بوقائع النّاس في حياتهم اليومية والأحداث التي يعيشونها، وهو يشمل عدّة خطابات أهمها (سياسية، ثقافية، اجتماعية، دينية. ..)، ميزة هذه الخطابات "أنّ بدخولها عالم الإعلام، أصبحت خطابات إعلامية ذات صبغة تواصلية تداولية، تشمل على جميع عناصر ومكونات الخطاب التداولي، من حيث تحديد المرسل والمتلقي والقصد من الرسالة، وظروف وملابسات الإنتاج، وقناة الإرسال. .. كما أنّها خطابات لا تخلو من شروط التداول اللّغوي، التي يحدِّدها الدكتور "طه عبد الرحمان "*في النقاط التالية: اللغوية، الإجتماعية الإقناعية، الإعتقادية، كما تتنوع وظائفها بتنوع أغراض منشئيها، وسياقات تداولها، وأشكال الإستجابة والآثار التّي تحدثها، فالخطاب الإعلامي هو فعالية تداولية تعكس سياقا إجتماعيا واقتصاديا وسياسيا وثقافيا معينا، وهو

(1)- ينظر: هشام صويلح: الخطاب الإعلامي نسق تبليغي تداولي، مرجع سابق، ص 160.

*طه عبد الرحمان: فيلسوف مغربي، متخصص في المنطق وفلسفة اللغة والأخلاق.

ككّل خطاب تبليغي تداولي، بحاجة إلى مناخ سياسي واجتماعي وفكري حر وتعددي ديمقراطي، ليحقق ذاته ليمارس فعالياته، وهو ليس صوت ينبثق من فراغ ويتوجه إلى فراغ بل فعالية، وهو نسيج تواصلي تداولي وبنية ثقافية اجتماعية "[1].

فالخطاب الإعلامي مرآة عاكسة لحياة الإنسان اليومية والتواصل اليومي وهو"ليس بمنأى عن المباحث التداولية، باعتباره متواليات لغوية تتضمن مجموعة من المقاصد المباشرة والضِّمنية التي تعبِّر عنها المؤسسة الإعلاميّة"[2].

إذ بمختلف وسائله التقليدية منها أو الحديثة يمثل الفضاء اللّغوي الّذي تنشر فيه وتبسط مختلف القضايا الّتي تأثر الرأي العام، وهو خطاب ينطلق من مسلمة بسيطة، مفادها تحفيز المتلقّي على الانجذاب إلى عالم المتلفظ ومشاركته اعتقاده، "أما التّداولية فتهتم بالبعد الإستعمالي أو الإنجازي للكلام، ويأخذ بعين الاعتبار المتكلّم والسيّاق، فهي نظرية تُعنى: بإيجاد القوانين الكلية الاستعمال اللّغوي، والتعرف على القدرات الإنسانية للتواصل اللّغوي " [3]، إذ تهتم بدراسة التواصل اللّغوي، وتشكل في ذلك على آليات تساعدها على بلوغ المعنى المقصود سواء أكان هذا المعنى صريحا أم مضمرا.

أمّا في مجال الدراسات اللّسانية الحديثة يشغل الخطاب الإعلامي حيّزا مهماّ ، فكانت التداوليّة تدرس البعد التواصلي أو المعاني والمقاصد الحقيقيّة، المراد تبليغها للجمهور، إذ تنفرد بأساليب خاصة في تحليل الخطاب مهما كان نوعه، لذلك اعتبرت بأنّها: "بمثابة المعرفة العميقة أوهي خاصتها الأساسية، أي المعرفة العميقة بالنفس البشريّة، ومعرفة عميقة بدلالة الكلمات والمفاهيم، ومعرفة عميقة بالماضي والحاضر، ومعرفة عميقة

(1)- ينظر: هشام صويلح: الخطاب الإعلامي، مرجع سابق، ص 160.

(2) – رضوان نحال : الخطاب الإعلامي و دوره في تشكيل الرأي العام–مقاربة تداولية لخطاب قناة الجزيرة عبر موقع تويتر، جامعة السلطان مولاي سليمان، بني ملال –المغرب، مجلة التمكين الإجتماعي، المجلد 2، ع: 3، سبتمبر 2020، ص 99.

(3) – ينظر: المرجع نفسه، ص 98.

بالعلاقات القائمة بين الأشياء والظواهر والأفكار والأحداث والوقائع، ومعرفة بالقضايا علمية كانت أو فنية أو سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية، ومعرفة عميقة بعلاقة الإنسان بالإنسان، وعلاقة الإنسان بالعالم، فهي تهدف إلى إظهار المعاني الحقيقيّة المتضمنة في كل خطاب من خلال آليات تمكنها من الربط بين الخطاب وكل ما يحيط به من ظروف وعوامل خارجيّة أي دراسة الخطاب والكشف عن مضامينه " [1]، فالتداولية تهتم بدراسة الخطاب الإعلامي من خلال فهم مضامينه ومقاصده الخفيّة، أثناء الكلام فتقوم بتأويله، وإعادة صياغته.

في ختام هذا الفصل وبعد مباحثتنا المقتضبة حول المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بموضوع الدراسة رأينا أنّ الدراسة التداولية عبارة عن مقاربة بينية يمكنها أن تتجاوز حدود البنيات النصية إلى السياقات المختلفة، كما رأينا أنّ الخطاب الإعلامي يمتاز بمرونة كبيرة في تأسيسه للخبر الصحفي، بالإضافة إلى خصوصيته مقارنة بباقي الخطابات الفنية والأدبية، لذلك فإنّ مقاربة الخطابات الإعلامية من منظور تداولي تمكّننا من كشف الحقائق المبطّنة والمضمرات والمقاصد الكلامية التي يتربّع عليها النّص الصحفي الذي يعدّ مجالاً خْصبا للممارسة النقدية وحتّى وإن وجدنا صعوبة في تحديد الأدبيات النظرية للدراسة لاسيما في بعض المفاهيم المتعلقة بالخطاب الإعلامي إلاّ أننا وجدنا العنصر اللّغوي حاضرا بقوة على غرار بعض المكونات غير اللغوية التي يمكن أيضا دراستها تداوليّا وفي الفصل الموالي سنحاول التطبيق على مدونة الدراسة المتمثلة في جريدة صوت الأحرار الجزائرية.

(1)- ينظر: صونية برّش : تداولية الخطاب الإعلاميّ الجزائريّ، دراسة تداولية للغة الجرائد أنموذج، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، الممارسات اللّغوية، المجلد : 11، ع: 3، أكتوبر 2020، ص 352 .

الفصل الثاني

أثر الأبعاد التداولية في الخطاب الإعلامي بجريدة "صوت الأحرار"

نحاول في هذه الفصل النظر في مقاصد الخطاب الإعلامي لجريدة صوت الأحرار من منظور تداولي والكشف عن بنيته اللغوية في إطار العملية التخاطبية باعتبارها نشاطا لغويّا تواصليا نسعى من خلاله إلى إقامة علاقة مع بنية هذا الخطاب، وقياس مستويات التلقي والتأثير في القراء، ولأنّنا أمام نوع جديد من الخطابات لابدّ علينا أولاّ أن نقدّم توصيفا لعينة الدراسة وموضوعها، وحدودها، وطبعا لا يمكننا أن ندرس أعدادا كبيرة من جريدة صوت الأحرار، لذلك سنقتصر على عينة محدّدة بما تخدم موضوعنا، وبالقدر الّذي نحصل على نتائج إيجابية ومرضية نلامس فيها جوهر هذه المباحثة المتواضعة في مجال الخطاب الإعلامي وهي "الصحافة المكتوبة"، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، فإننا نقرّ مسبقا بأنّه يصعب علينا تطبيق جميع إجراءات التحليل التداولي بحذافيرها، إنما سننتقي بعضا منها بما يتوافق وينسجم مع خصوصية هذا الخطاب، لذلك سنقسّم دراستها التطبيقية إلى مبحثين كبيرين، الأول نعرف فيه بالجريدة محل الدراسة وتحديد مدونة الدراسة على غرار شرح أهدافها واهتماماتها والمبحث الثاني سيكون مقاربة تداولية على النماذج المختارة نستعين فيها ببعض المفاهيم النظرية التي انطلقنا منها في الفصل الأول من هذه الدراسة.

أولا– التعريف بالجريدة وتحديد عينة الدراسة:

1– تعريف الجريدة.

تعتبر الجريدة وسيلة إعلام وهي عبارة عن إصدار أو مطبوعة تحتوي على أخبار ومعلومات وإعلانات ويعرفها "أدبيب إسحاق" صاحب جريدة (مصر)في القاهرة بقوله: "الجريدة لفظ أطلق اصطلاحًا على الصحيفة التي تطبع في أوقات معينة، مشتملة على أنباء وآراء ومباحث في السياسة أو الأدب أو العلم أو منهن معًا"[1] فالجريدة تشمل مجموعة من الأخبار بهدف إيصالها للمتلقي.

(1) – محمد فريد عزت: مدخل إلى الصحافة، د.ط، القاهرة، 1993، ص 53.

وفي تعريف آخر الذي وضعته دار المعارف البريطانية للصحيفة، تقول: "نشرة دورية غير مغلفة تصدر في فصول منتظمة وتقوم بصفة أولية بنقل الأخبار "[1]، وتنقسم الجرائد إلى أنواع منها ما يلي: [2]

– **الجرائد اليومية والجرائد الأسبوعية:** تقوم الجرائد اليومية بنشر آخر الأخبار، ومتابعة الأحداث الجارية، في حين تقوم الجرائد الأسبوعية بتحليل هذه الأحداث وتفسيرها.

– **الجرائد الصباحية والجرائد المسائية:** الجرائد المسائية غالبا ما تصدر بالمدن الكبرى وعواصم الدول، وهي تنفرد بالعديد من الأخبار التي لم تتمكن الجرائد الصباحية من الحصول عليها، وفي حين أنّ الجرائد الصباحية في أوروبا وغالبية دول العالم الثالث في آسيا وإفريقيا والأمريكيتين، والصحافة المسائية تنشر في الولايات المتحدة.

– **الجرائد القومية والجرائد المحلية:** القومية تميل إلى القضايا القومية العامة، وتصل إلى جميع القراء في الدولة التي تصدر بها، أمّا المحلية تميل إلى القضايا الخاصة بالإقليم التي تصدر به، ولا تهتم بالأخبار الدولية، وهي موجهة لقراء إقليم محدد.

– **الجرائد الجماهيرية(الشعبية)وجرائد النخبة:** الجماهيرية هي الجرائد ذات الأرقام المرتفعة في التوزيع، ورخيصة الثمن، وتهتم بالأخبار التي تثير اِهتمام القراء وتمس مصالحهم، أمّا جرائد النخبة فتوزيعها أقل، ومادتها أعلى وأعمق، وتهتم بتحليل الأخبار وتفسيرها، ومرتفعة الثمن، وتبتعد عن الإثارة، وتميل إلى الحجم الكبير.

–**الجرائد العامة والجرائد المتخصصة:** العامة تتسع اهتماماتها لتشمل جميع أوجه النشاط الإنساني في المجتمع وتهتم بنشر الأخبار العامة، أمّا المتخصصة فهي تركز على الأخبار الخاصة بالمجال الذي تهتم به.

–**الجرائد المستقلة والجرائد الحزبية:** المستقلة لا تعبر عن اتجاه سياسي معين، ويغلب عليها طابع صحافة الخبر، أمّا الحزبية فهي تعبِّر عن فكر سياسي معين أو اتجاه خاص.

(1) – محمد حسن عبد العزيز: لغة الصحافة المعاصرة، ر.ت: أنيس منصور، دار المعارف القاهرة ، د.ط، ص 15.

(2) – ينظر: المرجع نفسه، ص 54-55.

ونحن هنا نتطرق إلى جريدة صوت الأحرار التي تعتبر جريدة منوعة وشاملة لمختلف المواضيع: السياسية الاجتماعية، الثقافية، الإخبارية، الدينية، الرياضية....، وتعتبر من أقدم الجرائد.

وهي: "يومية وطنية إخبارية تصدر عن دار الصحافة الجديدة، مديرها العام ومسؤول النشر فيها: محمد نذير بولقرون، أمّا مقرها الرسمي في: الجزائر العاصمة ب 6 شارع باستور"[1]، أمّا"رئيس تحريرها هو: يوسف شنيتي".[2]

ونجد "أخبارها تنشر عبر صحيفة يومية أو عن طريق الانترنت عبر جريدة PDF، توزع يوميًا عل الموقع الإلكتروني وهي تهتم بنشر الأخبار المحلية والدولية كل يوم" [3]

وكانت أوّل انطلاقة لها أوّل عدد في فبراير عام 1998، حيث ساهمت في نشر المواد الإعلامية، وهي تابعة لحزب جبهة التحرير الوطني، وقد ساهمت في البداية في استئجار دار الصحافة الجديدة، وذلك من أجل طباعة المحتويات الإعلامية المتنوّعة، إلاّ أنّه فيما بعد ساهمت في إنشاء مطبعة خاصة بها، ساهمت في تقليل التكاليف المترتبة على استئجار المطابع التابعة للمؤسسة الصحفية الجزائرية المحلية، فركزّت على تقديم القروض الصحفية المختلفة والمتنوعة، مع أهمية قدرتها على نشر وعرض كافة المحتويات الصحفية ذات المجالات والموضوعات الإخبارية المختلفة، بحيث يتّم التأكيد على أهميّة نشر الصور الصحفية إلى جانب الموضوع، والذي يعطي جمالية للعدد الصحفي.

كما أسهمت هذه الجريدة في اِستقطاب كتّاب الأعمدة الصحفية، والذين يسعون إلى كتابة شتى الموضوعات الصحفية، بحيث يتم إمّا استقطابهم من قبل المؤسسات الصحفية المحلية في الجزائر أو العاملين داخل صحيفة صوت الأحرار الجزائرية، كما تسعى أيضا إلى تصميم بشكل ساخر عن موضـــوعات إخـــــبارية أو

(1)- موقع جريدة صوت الأحرار: sawt al ahrar.dz، 29/05/2022، 11: 38.

(2)- الموقع نفسه.

(3)- الموقع نفسه.

شخصيات سياسية وغيرها[1]، وفي ما يلي نقدم جدول تعريفي لبيانات جريدة صوت الأحرار:

1-عنوان الجريدة اسم الجريدة:	-صوت الأحرار . Sawt Al-Ahrar
2-اللغة:	-اللّغة العربية.
3-المدير العام المسؤول النشر:	-محمد نذير بولقرون.
4-رئيس التحرير:	-يوسف شنيتي.
5-إدارة التحرير:	-6 شارع باستور الجزائر العاصمة.
6-بلد النشر:	-الجزائر
7-عدد صفحات الجريدة:	-16 صفحة.
8-شعار الجريدة:	-يومية وطنية إخبارية.
9-سعر الجريدة:	-10دج.
10-موقع الجريدة:	- WWW.Sawt-alhrar.dz. -Sawt al ahrar@gmail.com.
11-مواضيع الجريدة:	-الوطن، روضة المؤمن، ثقافة، فكر وفنون، رياضة، المجتمع، محلية، دولية.
12-فروع الجريدة:	-الوسط: الجزائرية للطباعة الوسط. -الغرب: المؤسسة الوطنية للطباعة وهران. -الشرق: المؤسسة الوطنية للطباعة قسنطينة. -الجنوب: الجزائرية للطباعة وحدة ورقلة.

(جدول تعريفي لبيانات جريدة صوت الأحرار من إعداد الطالبتين اعتمادا على المعلومات السابقة).

(1) - موقع جريدة صوت الأحرار: sawt al ahrar.dz، 29/05/2022، 11: 38.

2- هيكل تنظيمي والإداري للجريدة:

يُعد نجاح الجرائد وانتشارها وتحقيقها لنسب عالية من المقروئيّة ثمرةً للجهود المتحدة والمثابرة بين عمالها وإدارتها، وكذلك الدقة والوضوح التي تمتاز بها، فالتنظيم الجيّد يسمح باستمرار وتواصل سيرورة العمل من خلال تدبير وترتيب آلياتها داخل مؤسستها لتأخذ نسقها الصحيح، إذ تقسّم المهام بين أعضائها حسب أقسامها الإداريّة والفنية "وهذه الصلاحيات ومداها تختلف بين مؤسسة صحفيّة وأخرى طبقا لإمكانياتها الماليّة والتقنيّة وتوجيهاتها العامة"[1]، فكل دار لها طريقة وكيفية تسير عليها في تنظيم شؤونها ومشاريعها ذلك بحسب مواردها وإدارتها ومداخلها المالية والتقنية وكذلك حسب القائمين عليها.

فغالبا ما تشمل الإدارات الرئيسيّة في المؤسسات الصحفيّة على: [2]

_إدارة التحرير.

_إدارة الإعلانات.

_إدارة المطابع.

_إدارة التوزيع.

بالإضافة إلى إدارات مساعدة أخرى مثل:

_إدارة شؤون الإداريّة.

_إدارة الماليّة.

_إدارة المخازن والمتابعة.

_إدارة شؤون العاملين.

(1) – عيسى محمود الحسن: إخراج الصحف والمجلات، دار زهران للنشر والتوزيع، المملكة الأردية الهاشمية ، ط1، 2013، ص 11.

(2) – ابراهيم عبد الله المسلمى: إدارة المؤسسات الصحفية، العَربى للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، القاهرة، 1995، ص 172.

فتعدد وتنوع الإدارات يسهل في عمليّة إخراج الجرائد وتنظيم العمل وتنسيقه حتى تدور عجلة الإنتاج بكل يسر وسهولة.

ولنجاح واستقرار المؤسسات الصحفيّة لابدّ من: [1]

_اختيار موقع الدار الصحفيّة.

_التصميم الهندسي للدار الصحفيّة.

_تنظيم الأقسام والمكاتب.

_وضع آلات الطباعة وباقي آلات الصحفيّة.

_مدخل الصحيفة.

_توفير الإضاءة والتهويّة.

_الخدمة العامة داخل المؤسسة.

_التأمين على المؤسسة الصحفيّة ومنشأتها.

فأغلب المؤسسات الصحفيّة تحتوي على هذه الفروع، فهي من الأساسيات والمرتكزات التي تقوم عليها وبتوفرها يضمن استمرار العمل وثباته.

تتبنى كل دار صحفيّة طريقة ومنهج في عملها، فتسعى إلى المشي في نفس الوتيرة إذ تعتمد بذلك المؤسسة أو دار الصحفيّة على هيكل تنظيمي يساعد على نشر وتوزيع مهمّات منتجيها وأعضائها ، فمن أهمها: "رئيس تحرير" مثلا: يهتم و"يتولّى في بعض الصحف مهام إداريّة إلى جانب المهام الصحفيّة والسياسيّة ويقوم بتوزيع الصلاحيات بين العاملين وتوجيههم في كافة فروع العمل والإنتاج في الصحيفة، كما يكون للصحيفة أكثر من

(1) – ينظر : ابراهيم عبد الله المسلمى: إدارة المؤسسات الصحفية، مرجع سابق، ص ص 193– 200.

رئيس التحرير"[1]، فهو بذلك يمثل أعلى سلطة في الدار أو المؤسسة، تسقط نحوه عدّة واجبات اتجاه مؤسسته للمساهمة في تسييرها وكذلك تنزل إليه "مسؤوليّة الأمور الإداريّة والماليّة للمدير العام أو لرئيس مجلس الإدارة"[2] فرئيس التحرير يتكلف بهذا الجانب حسب طبيعة التنظيم المتفق عليه داخل الدار والأجهزة الرقابيّة الموجودة داخلها.

كما يتخذ "مدير التحرير" في الصحيفة في مهامه "جانبا هاما من المسؤوليات في إدارة الصحيفة والإشراف على أقسامها المختلفة، له صلاحية توجيه الصحيفة في غياب "رئيس التحرير"، وكذلك الاجتماعات اليوميّة للصحيفة"[3]، فمدير التحرير مهم في الدار الصحيفة فهو العمود الفقري لها، ودوره أساسي وموضعه مهم درجته تلي مقام "رئيس التحرير"، ودار الصحيفة في حاجة إلى خدماته لا يمكن الاستغناء عنه أو إهمال دوره.

وفي أغلب الصحف نجدهم لا يقتصرون على مدير تحرير واحد "قد يكون هناك أكثر من مدير تحرير للصحفيّة يتحمل كل واحد منهم جانبا واحد منهم جانبا من المسؤوليّة في قيادة العمل في الصحيفة وفي المسائل المتعلقة بإدارتها وتحريرها"[4]، فهو بذلك أهم عضو في إدارة الصحفية يساعد على دفع العمليّة الإنتاجية بأسلوب أسهل وأرقى دون جهد وعناء ليحافظ على سيرورة العمل ومرونته.

وتحتوي الجريدة على أهم عضو "سكرتير التحرير": فعمله "يرتبط مباشرة بإنتاج الصحيفة وإخراجها الفني بصورته النهائيّة ويتصل عمله بإدارة تسمىّ "سكرتارية التحرير " التي ترتبط بعمل عدد من الإداريات في المؤسسة الصحفية وتشرف على بعضها، كما تتلقى "سكرتارية التحرير" من رؤساء الأقسام في الصحيفة قوائم بالموضوعات الداخلية في دائرة اختصاص أقسامهم فهي المحطة النهائيّة التي تتوقف عنها سائر الموضوعات والمواد القائمة من أقسام

(1) – ينظر: عيسى محمود الحسن: إخراج الصحف والمجلات، مرجع سابق، ص 11.

(2) – المرجع نفسه، ص 11.

(3)– ينظر: المرجع نفسه، ص 12.

(4)– المرجع نفسه، ص 12.

التحرير، حيث تقوم بتحديد المساحة لكل قسم من هذه الأقسام سواء صفحة المحليات، أو المجتمع أو الاقتصاد أو الرياضة....إلخ.

وتقوم أيضا بالاتصال بالكتاب الذين يتعاونون مع الصحيفة والرسّامين، كما يظل على اتصال دائم مع الأقسام الأخرى لتحقيق الانسجام والتنسيق التام فيما يخدم عمليّة إعداد الصحيفة للطبع"[1]، فتعدد دور "سكرتير التحرير" راجع إلى الفطنة واليقظة وقوة الصّبر التي يتحلّى بها، فذكائه يساعده على إنجاز مختلف الأعمال في وقت واحد دون تكلفة أي جهد عضلي أو نفسي هدفه إنتاج وإخراج الجرائد في أحسن الظروف.

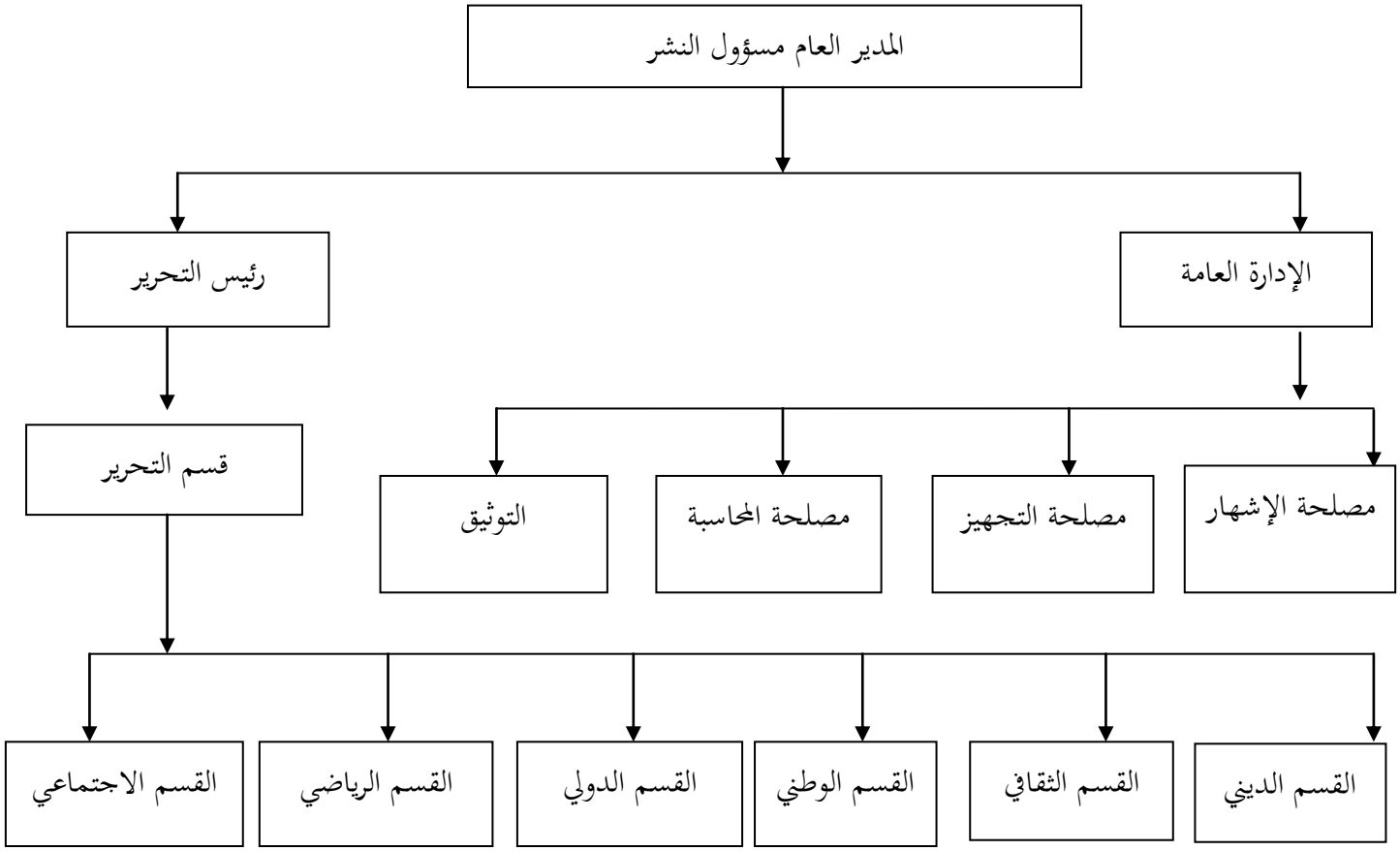
كما لا ننسى وجود رجال الخفاء الذين يسهرون ويساهمون على نجاح إعداد الجرائد وإخراجها في الوقت المناسب والمحدد لنشرها.

وفيما يخص الهيكل التنظيمي للجريدة "صوت الأحرار" نشير إلى بعد محاولة الاتصال بطاقم الجريدة المسؤولة عن هيكلتها لم نتلقى أي رد منهم على اتصالاتنا المتكررة، لذلك كان لزاما علينا أن نحاول صياغة هيكل افتراضي لخريطة عمل الجريدة وفي النهاية عثرنا على هيكل مصمم تم دراسته في أحد الدراسات السابقة وهو كالآتي: [2]

(1)- ينظر: عيسى محمود الحسن: إخراج الصحف والمجلات، مرجع سابق، ص ص 12-15.

(2)- رابح بلقاسم : الإشهار والتوازن الآلي للصحف الوطنية في الجزائر، دراسة مقارنة ليوميتي "الشعب"و"صوت الأحرار"، إشراف إبراهيم براهيمي، مذكرة ماجستير، الجزائر، 2006 -2007، ص 132.

الشكل رقم (01): الهيكل التنظيمي لجريدة صوت الأحرار.



المصدر: رابح بلقاسم، الإشهار والتوازن الآلي للصحف الوطنية في الجزائر، دراسة مقارنة ليوميتي "الشعب"و"صوت الأحرار"، أطروحة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006 – 2007، ص 131.

يتشكل الهيكل التنظيمي حسب رؤيتنا من خلال المخطط السابق من مدير عام مسؤول عن النشر والسّاهر عن سير العمل ويعد نقطة الانطلاق والمتحكم الرئيسي في شؤون النشر، ويتفرع بدوره إلى رئيس التحرير والثّاني المشرف على الإدارة العامة، وينقسم رئيس التحرير إلى أقسام عديدة متنوعة: قسم محلي، قسم وطني قسم ديني، قسم اجتماعي، قسم ثقافي، قسم رياضي، قسم أدبي، كما نجد قسم الإدارة العامة تتفرع إلى أربعة

مصالح هي: مصلحة الماليّة والمحاسبة، مصلحة الإشهار، مصلحة التوثيق، مصلحة التجهيز، وتتمثل وظائفها فيمايلي[1]:

– **مصلحة الماليّة والمحاسبة:** تشرف على عمليات التوزيع وإعادة حساب المرتجعات وتخزينها وإعداد الميزانيات السنويّة المالية والمحاسبة والتكفل بأجور المستخدمين وما إلى ذلك.

– **مصلحة الإشهار:** وهي مكلفة بجمع المادة الإشهاريّة التي لا تختلف وظيفتها عن أي مصلحة إشهارية لأي جريدة.

– **مصلحة التوثيق:** وتهتم بجمع وتوثيق كل ما يتعلق بوثائق ومنتوجات اليوميّة.

– **مصلحة التجهيز:** وتسهر على حماية التجهيز لليوميّة من إصلاح الأعطاب. ... إلخ .

وحسب اطلاعنا على بعض الهياكل التنظيميّة لبعض الجرائد لاحظنا عدم وجود فروقات واختلافات كبيرة في هذه الهياكل، فنجدها متشابهة ومتقاربة إلى حد بعيد يشتركان في نقاط عديدة "إلا أنه حسب تصريح لأحد المستخدمين في الإدارة العامة لجريدة "صوت الأحرار"، فإن اليوميّة لا تعير اهتماما للهيكل التنظيمي بقدر ما تعير اهتمام للمنتوج الإعلامي وإدارة تسيير المؤسسة حسب الأعراف المتعارف عليها إداريا "[2]، هنا نستخلص أن جريدة "صوت الأحرار" كان آخر اهتماماتها بناء هيكل تنظيمي خاص بها، فهو ليس من أولوياتها بقدر ما تولي العناية والاهتمام في تنوع الموضوعات والمحتوى الذي تقدمه للجمهور الذي تخاطبه بصفة عامة وزبائنها خاصة.

3– مواضيع وأقسام الجريدة:

تعد الجرائد من أهم وسائل الإعلام التّي تطّلع عليها جل فئات المجتمع، تسمح بتسليط الضوء والتصدي

(1)– رابح بلقاسمي: الإشهار والتوازن المالي للصحف الوطنية في الجزائر، دراسة مقارنة ليوميتي "الشّعب" و"صوت الأحرار"، المرجع السابق، ص132.

(2) المرجع نفسه، ص 132.

لمختلف الأخبار والمواضيع والقضايا التي تحملها طيات الصحيفة والتي تتطرق إليها، سواء كانت أخبار اقتصادية أو سياسة أو اجتماعية أو دينية، رياضية، أو محلية كانت أو دولية....وغير ذلك، تهم الفرد خاصة والمجتمع عامة فهي تستهدف عيّنة محدّدة كفئة الشباب الذين تستهويهم الأخبار الرياضية، فتجدهم يطّلعون على الصفحات الخاصة بالرياضة، وكالطبقة المثقفة تجدهم يهتمون بالصفحات المتعلقة بالأخبار الثقافية والفكرية (...) وهكذا ونتطرق هنا من خلال دراستنا إلى عدّة أقسام تم دراستها في جريدة صوت الأحرار منها:

– **الوطن:** تهتم الجريدة في هذا الجزء بالأخبار الوطنية، تتناول عدّة مقالات تدرس مختلف الأخبار، سواء سياسية أو دبلوماسية أو أخبار رئاسية، قام بها رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون بالتطرق إليها مثل: الدعم الجزائري للقضية الصحراوية، والاستقبالات التي أجراها الرئيس تبون مع نظيره وزير الخارجية البريطاني، وقيام الوزراء بزيارات ميدانية في مختلف ولايات الوطن....، ومتفرقات أخرى تجرى في ولايات الوطن (عنابة، جيجل، بومرداس...) كالأضرار التي تخلّفها حوادث المرور ماديا ومعنويا فتحصي عددا كبيرا من الضحايا، وتسجيل الإحصائيات التي تقوم بها الشرطة الوطنية بحجزها(تفكيك الجماعات الإرهابية(الأسلحة، الذخائر)، العصابات وتجار المخدرات (المهلوسات، الكوكايين، الخمر، السرقات، التعدّي على المواطنين وتهديدهم. ..)، كذلك العلاقات التي تقوم بها الدولة الجزائرية بتعزيزها مع مختلف المنظمات العربية والدولية، وكذلك الاستثمارات في عدّة ميادين، والمبادرات والأعمال الخيرية التي تقوم بها عدّة جمعيات وأجهزة الدّولة.

هذا الجزء يحتوي على خمس صفحات في كل عدد من الجريدة والمتفرقات تختلف من عدد لآخر حسب الأخبار المتداولة في الوطن.

– **الإشهار:** الملفت للانتباه في هذه الجريدة وجود أكثر من صفحة مخصصة للإشهارات والإعلانات(إشهارين في العدد الواحد)، وعند دراسة صفحة الإشهارات نلاحظ أنّها مقسمة إلى(نصفين مرة عموديا ومرة أفقيا)حسب

"التقاليد الخاصة بالصحيفة التي يعملون بها"[1]، فكل جريدة لها طريقتها الخاصة في الإخراج من طرف منتجيها والإدارة التي تسهر على نجاحها، حيث أنّ نصفها يبيّن اسم الجريدة المكتوب بخط وحجم كبير وكذلك عنوان ورقم الجريدة للاتصال ونشر الإعلانات فيها، ومن الأمثلة عن الإعلانات الموجودة في بعض الأعداد نذكر إعلانات عن طلب عروض ومنح مؤقتة للصفحات، وإعلانات عن بيع بالمزاد العلني للعقارات (شراء، بيع، كراء) إعذرات يتّم نشرها من رئيس المجلس الشعبي البلدي أو هيئة ما إلى وجهة ما أو مؤسسة ما، وإعلانات عن طلب العروض الوطنية المفتوحة قصد تزويد المؤسسات بالأجهزة وإلى غير ذلك.

– **قسم روضة المؤمن**: تحتوي على مواعظ وإرشادات ودروس من الحياة متغذية ومتشبعة بالدين الإسلامي وتحتوي على قصص وعبر وحكم وتفاسير، كذلك وجود آيات قرآنية وأحاديث شريفة من أجل تقوى والخوف من الله عز وجل وعدم الوقوع والخضوع في المعاصي والذنوب وذكر فضل الله على عباده من استغفار وقراءة القرآن وصيام الأشهر الحرم (رجب، شعبان)، ونشير على عدم توفر هذا القسم في كل الأعداد، فيتطرقون إلى أقسام أخرى كما لاحظنا إعادة في النشر أكثر من عدد في الجريدة بعد يومين أو ثلاث.

– **القسم الدولي**: يشمل على العديد من الأخبار الدولية التي تحدث حول العالم تهتم بالجانب السياسي كالقضية الصحراوية والقضية الفلسطينية (الكيان الصهيوني)والحرب الأوكرانية التي شنتها روسيا عليها، هذه الأخبار عبارة عن تحليلات وتفاسير للمسؤولين أو ممثلين لهذه الدول المغلوب عليها نادت بالاستقلال وتحقيق الأمن والحرية والديمقراطية، من خلال انعقاد المؤتمرات الصحفية كما نجد صور لممثليها أو رؤساء لهذه الدول، وفي كل عدد من الجريدة صفحة أو صفحتين خاصة بهذا القسم.

– **القسم الخاص بثقافة الفكر والفنون**: يحمل هذا القسم دراسة شاملة للأخبار الثقافية من شخصيات، ممثلين وكتاب سينمائيين وروائيين ومعرفة أحوالهم الشخصية وانجاز حوارات معهم، وإحياء ذكرى وفاة واستشهاد

(1) – عيسى محمود الحسن، المرجع السابق، ص 14.

المجاهدين ولتمجيد ذكرى اندلاع الثورة التحريرية، من خلال عروض الأفلام الجديدة التي ستنزل إلى الأسواق، وتغطية الجوائز التي ينالها المشاركون في المنافسات الوطنية والدوليّة، وجود مقالات تتحدث عن الإبداعات التي تخلفها المرأة العربية عامة والجزائرية خاصة في شتى الميادين، وكذلك نشر المعارض والإحتفاليات التّي تصادفها بعض ولايات الوطن، ونجد قراءات في كتب حديثة وما إلى ذلك، هذا الجزء ثري بالأخبار الثقافية الجديدة تساعد القارئ على الإطلاع ومعرفة كل ما يدور في الساحة الثقافية والفكرية في مختلف الفنون، وهو كذلك يوجز في صفحة أو صفحتين من الجريدة في كل عدد.

– **قسم الرياضة:** أهم جانب يلق اِهتماما لدى فئة الشباب والرجال عامة إذ يتناول الأخبار الرياضية للفرق التّي يشجعونها ويهتمون بالمقابلات التّي يجرونها، وقد تكون فرق وطنية (محلية: شباب قسنطينة، شباب بلوزداد) والدوريات الكبرى الأوروبية والأندية (كالنادي الإنجليزي والنادي الإسباني)، كما يتناول مختلف صفقات اِنتقالات اللاعبين بين الأندية وقرارات التفاوض من جانب المسؤولين والموكلين، والتحدث عن الشائعات والمشاكل التي تواجه اللاعبين كاهتمام نادي بشراء أو رغبة اللاعب في الرحيل أو الإنتقال إلى وجهة ما.

– **قسم أحوال النّاس:** هذا القسم يتطرق إلى عدّة قضايا التي تَهُم الفرد من خلال إعطاء حلول للمشاكل وذلك بطرح المشكلة أو القضية ومحاولة معالجتها وتقديم النصائح والخطوات لتفاديها، وكذلك تهتم بصحة وجسم الإنسان والدعوة إلى ممارسة مختلف الأنشطة والتركيز على الرياضة وفائدتها التي تُظهر نتائج ممتازة على جسم الأفراد، ومختلف المواضيع الأخرى من دراسات ومعلومات مفيدة للتوعيّة والإرشاد ونهج طريق صحيح في بناء العلاقات الاِجتماعية كبناء الأسرة وتربية الأبناء وهذا تحت إشراف أخصائيين في المجال، وكذلك أخبار مشاهير في العالم وأحوالهم والكشف عن التكنولوجيا الحديثة التي ستكون مستقبلا في السوق التجاري....إلخ.

قسم المجتمع: يشمل أخبار عامة عن الأحداث الاِجتماعية كاِفتتاحيات الصالونات والمعارض، التي تساهم فيها بعض ولايات الوطن (وهران، البيض، ...)مثل: افتتاح الطبعة الثالثة للصالون الدولي للأثاث والإكسسوارات

والاحتفال باليوم العربي للتراث الثقافي (الأزياء والمجوهرات النايلية ضيوف شرف بتلمسان)، كذلك الدراسات الطبية مثل: التاب بلوك (أحدث تقنية لتسكين الألم ما بعد العملية القيصرية)، والتلقيح ضد كوفيد 19 الذي ساهم في التخفيض من التعقيدات والوفيات، ونجد مختلف التنظيمات في مجال السياحة وغيرها مثل: عملية واسعة لتنظيم الخدمة السياحية. ..وغيرها من الأخبار الثقافية.

فهذا القسم يهدف إلى أنّه فرصة للتعريف بالموروث الثقافي وتسويق منتوجات الحرفيين والاهتمام بمتطلبات الفرد خاصة والمجتمع عامة في جميع الميادين: الصحة، الرحلات، الصناعات التقليدية..وغيرها.

القسم المحلي: يتناول أخبار محلية لمختلف ولايات الوطن مثل: والي المدية يأمر بالمتابعة الصارمة لمشاريع قطاع الموارد المائية، والي البليدة يلتقي بعينة من أصحاب المشاريع المبتكرة، صعوبة حركة السير عبر عدد من البلديات الجبلية بجيجل، إعداد برامج شاملة لنظافة البيئة والمحيط.

يسعى هذا القسم إلى تزويد القارئ بالأخبار المختلفة في ربوع بلديات الوطن والإنشغالات التي تجري فيها من قبل الولايات، ولا يتوفر هذا القسم في العدد الأوّل والثالث من الجريدة مع وجوده في باقي الأعداد.

ثانيا– إستراتيجية العنونة، الواجهة الرئيسية وأبعادها التداولية في الجريدة:

للعنوان أهمية كبير في الخطاب الإعلامي الصحفي، ويمثل عتبة مهمة لدى القارئ فهو اختصار لموضوع الخبر، وهو استهلال يمكن أن يختزل خطاب كاملا في سطر أو سطرين، ونجد الكثير من القراء من يقفون على عتبة العنوان دون القراءة، والبعض يستفزهم العنوان فيقرؤون التفاصيل والجزئيات بعدها، فالعنونة الصحفية تمثل إستراتيجية مهمّة في بناء محتوى الخطاب الإعلامي؛ وهي بطبيعة الحال تلك الخطوط العريضة للعناوين الرئيسية والفرعية التي تأتي على رأس المقالات والمواضيع المطبوعة على صفحات الجريدة، فهي عنصر مهم في الصحيفة ويتوقف عليه إلى حد كبير نجاحه وظيفتها، كما تعد احترافية صياغته نصف العمل الصحفي"[1]، كما يمكن

(1) – محمد البكاء، الإعلام واللغة، مستويات اللغة والتطبيق، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، دمشق، دط، 2010، ص112.

النظر لخصوصية هذه العنوانين باعتبارها أفعالا كلامية ناظمة لمحتواها القضوي، ولها شروط خاصة تخضع لمتضمنات القول المباشرة وغير المباشرة في سياقات مختلفة، لذلك سنقوم في هذه الجزئية باستخلاص أهم العناوين من عينة الدراسة وتحليل خطابها انطلاقا من تفكيك بنيتها اللغوية، الصوتية والتركيبية والصرفية والمعجمية إلى ربطها بسياق الكلام، للوصول إلى وظائفها ومقاصدها التداولية المتعددة، وبالإضافة إلى هذا سنعقب على الوظائف التداولية للواجهة الرئيسية بوصفها مدخلا لمضامين الجريدة.

1- الوظائف الإخبارية والتأثيرية للعناوين في الجريدة.

حتى نتمكن من تحديد الوظائف الإنجازية للأفعال الإخبارية والتأثيرية في عناوين جريدة صوت الأحرار سنركز بشكل انتقائي على العناوين الكبرى والفرعية في الصفحات الرئيسية للنماذج المختارة، ونراعي في هذا الانتقاء مضامين المقالات المتشابهة والأساليب المتكررة على نتعرف على السياسة اللغوية التي تعتمدها الجريدة في صياغة العناوين، وفيما يلي جدول العينة؛ مع تحديد عدد الجريدة والغرض ووظيفتها التداولية.

الرقم	العنوان الصحفي	العدد	الوظيفة التداولية
01	الرئيس تبون يؤكد دعم الجزائر الثابت لاستقلال الشعب الصحراوي.	7312	وظيفة تأكيدية
02	الجزائر تتابع بصفة متواصلة وضع رعاياها في أوكرانيا	7312	وظيفة إخبارية
03	صدور المرسوم الخاص بمنحة البطالة في الجريدة الرسمية	7312	وظيفة إخبارية تطمينية
04	الحرب في الصحراء الغربية وحالة التوتر يجب أن تكون مصدر قلق لأوروبا	7312	وظيفة تأثيرية تنبيهية
05	الدول التي أيدت الحروب السابقة لا يحق لها إدانة روسيا.	7312	وظيفة تحذيرية تنبيهية
06	الوزير الأول يوجه رسالة تقدير وعرفات لأفراد الحماية	7313	وظيفة تعبيرية

	المدنية		
07	مشروع تعزيز القانون يعزز الحريات النقابية ويؤكد حماية العمل النقابي	7313	وظيفة تأكيدية تعزيزية
08	توسيع شبكة النقل بالسكك الحديدية نحو الجنوب من أولويات الحكومة	7313	وظيفة تذكيرية إخبارية
09	أهمية ممارسة الرياضة متى تظهر نتائجها على الجسم؟	7313	وظيفة إغرائية إخبارية
10	والي ولاية المدية يأمر بالمتابعة الصارمة لمشاريع قطاع الموارد المائية.	7313	وظيفة تحذيرية إلزامية.
11	النواب يؤكدون على ضرورة إعادة النظر في النظام الداخلي للبرلمان	7314	وظيفة تأكيدية أمرية.
12	الغرب وراء تنامي الإرهاب والتطرف المسلح في إفريقيا	7314	وظيفة إخبارية تهديدية.
13	نرسل قوات إضافية إلى أوروبا للدفاع عن الناتووليس للقتال في أوكرانيا	7314	وظيفة تبريرية حجاجية
14	شبكة تغطية موبيليس معترف بها من طرف أوكلا	7314	وظيفة تعبيرية تأثيرية
15	وداعا عمي فرحات	7314	وظيفة تعبيرية تأثيرية
16	توجيهات بإنجاح فتح الأسواق الجوارية بشهر رمضان	7315	وظيفة توجيهية أمرية.
17	متفائلون بنهاية كورونا بالجزائر	7315	وظيفة تعبيرية تأثيرية
18	بشكل غير مسبوق...القطط الروسية في ورطة جراء حرب أوكرانيا	7315	وظيفة تحذيرية تنبيهية

19	لا يقل خطرا عن كورونا...خبراء يحذرون من إهمال قاتل	7315	وظيفة تحذيرية
20	مصالح مديرية التجارة تدعو المواطنين للتبليغ عن التجاوزات.	7315	وظيفة تحذيرية إبلاغية.

❖ **تعقيب وتحليل:**

سنحاول مقاربة بنية العناوين الصحفية كأفعال كلامية، ممثلة في: الفعل القولي والفعل القضوي والفعل الإنجازي والفعل التأثيري بحسب ما جاء به "سورل":

أ- الفعل القولي (التلفظي): ويمكننا التمثيل لمكونات الفعل النطقي، بمستوياته اللغوي (الصوتية والنحوية والمعجمية) من العينة كالآتي:

➢ **في العنوان رقم (01)**: ***"الرئيس تبون يؤكد دعم الجزائر الثابت لاستقلال الشعب الصحراوي"*** يشتمل هذا الملفوظ العنواني على حروف أبجدية صوتية حروف المباني مكونة لحروف المعاني مثل التعريف (**ال**) والجر (**لـ**) والنبر في لفظ (**يؤكّد**)، بالإضافة إلى ألفاظ مركبة تركيبا صرفيا ونحويا مثل: (**الرئيس تبون/ استقلال/ الشعب الصحراوي**) على غرار بعض الألفاظ المستقلة مثل الأسماء والأفعال على نحو: (**الرئيس/ الجزائر/ الثابت/ يؤكد/ دعم**)، وكلها جاءت من المخزون اللغوي للغة العربية واحترمت شروط وقواعد اللغة، وفق نسق لغوي محدّد يخضع لنظام اللغة العربية، والجملة شملت تقديما للفاعل على المفعول به لأهمية الفاعل بوصفه رئيسا للبلاد، وهي قيمة إضافية لشأن الرئيس في السياسة الخارجية للبلاد التي تؤيد القضايا الدولية العادلة، وبالتالي فإن الفعل الكلامي أدى وظيفة تأكيدية بالدرجة الأولى على استقرار الموقف الجزائري اتجاه قضية الصراع حول الصحراء الغربية، وهذا التقديم والتأخير لم يخل بالقاعدة النحوية، ولم يجعل المعنى بعيدا عن القارئ المتلقي، حيث جنبها الغموض والإبهام وأسهلها على مستوى القراءة والصوت والسمع والفهم.

ب– الفعل القضوي: يمكنا تقديم تمثلات الأفعال القضوية بالرجوع لمحتواها الإخباري الممثل في المرجع والإسناد الذي يمثل بؤرة الخطاب، نلاحظ في عنوان الخبر الصحفي رقم (04): **"الحرب في الصحراء الغربية وحالة التوتر يجب أن تكون مصدر قلق لأوروبا"** أن الفعل القضوي في هذه المنطوقات يتمثل في إحالة الصحفي إلى مرجع محدد هو الوضع الأمني في دول الساحل والعمليات العسكرية لمكافحة الإرهاب، وإسناد "الملفوظ الشرطي" يجب أن يحيل إلى دعوة الجزائر لضرورة تثمين الموقف السياسي الجزائري لفك النزاع المغربي الصحراوي، واحتواء ملفوظ "مصدر قلق" يدعم الفعل القضوي لغرض إنجازي غير المباشر في سياق التجاذبات السياسية وتوتر العلاقات بين المغرب والجزائر، وبالتالي فإن إسناد الفعل القضوي تمثل في عملية توصيل خبري عن طريق وقائع وأحداث لها صلة بالعالم الأوربي الذي يمكن أن يهدد أمنهم القومي عن طريق دول الساحل المطلة على أوروبا.

ج– الفعل الإنجازي:

بمجرد النطق بملفوظ كلامي له إحالة ومرجع، أو فعل قضوي، فإنه يؤدي عملية خبرية لقوة إنجازية فالعناوين الخبرية في مجملها لها قوة إنجازية لفعل القضوي، ففي العناوين رقم (2) (5) (13) (11) (14) وردت الأفعال الإنجازية (**تتابع/أيدت/نرسل/ إعادة /معترف**)، وهنا يمكن لمحتوى القضوي أن يحتمل التصديق أو التكذيب، وقد بدا لنا من العناوين، أن الناقل للأخبار ينقل أخبار متكلم آخر، قد يكون مسؤولا أو وزيرا أو رئيسا دولة، وقد يكون وزيرا، فالإعلامي مخاطِب يتمرس نقل الأخبار وليس له صلة مباشرة بمحتوى تلك الأخبار التي تتمّ عندما ينقل أحاديث، لذلك يمكننا وصف الأفعال القضوية بأنها تقريرية تقبل التقييم بمعيار الصدق أو الكذب، ومدى مطابقتها لشرطي الإخلاص ومطابقة الواقع، ولو ركزت على الصيغ الزمانية لوجدناها تركز بشكل كبير على الماضي والحاضر الدال على استمرارية الحدث، ما يسمع للقارئ المتلقي من التأكد من صحة الخبر بالرجوع لمرجع إخباري آخر، هذا الأسلوب اللغوي الإعلامي معتمد كثيرا في عناوين الصحيفة، مما يقوي الخطاب ويخلق نوعا من الصدقية والتأكيدية في صدق المعلومات المنقولة عن الآخر، ويمكن اعتباره من أهم الأساليب التي

تعتمدها لغة الصحافة لإعطاء شرعية لصحة الخبر، وأداء وظيفة قصدية يمكن أن تفهم عن طريق الاستدلال والمنطق.

د- الفعل التأثيري:

يشتغل الفعل التأثيري بالدرجة الأولى على استهداف القارئ بغرض تحقيق نتيجة من الفعل الإنجازي، وقد اشتملت العنوانين في جريدة صوت الأحرار على أفعال الكلام التأثيرية، كما جاء في العنوان رقم(14) **"متفائلون بنهاية كورونا بالجزائر"** تعبيرا عن التفاؤل والفرح بعد ثلاث سنوات من الحجر الصحي، فكلمة نهاية تعبر عن نهاية المأساة والقلق والآلام، وحتى إن كان الفعل القضوي" متفائلون" يحتمل مغالطة لمحاولة التصديق بنهاية فيروس كورونا، إلا أن الصحفي انطلق من وقائع وأحداث ومؤشرات لبداية زوال الفيروس، لذلك فإن قوة الفعل القضوي يمكنها أن تغلق شعورا بالارتياح لدى القارئ الذي هو جزء من الحدث الصحفي. وفي المثال رقم (15) **"وداعا عمي فحات"**، جاء الفعل القضوي مرتبطا بحدث الموت المفاجئ للمرحوم، والخطاب الإعلامي جاء من صوت خارج عن الصحفي الإعلامي فهو ناقل لفعل العزاء والمرسل إليه عائلة الفقيد، والتدوينة الصحفية في هذا العنوان قابلة للتصديق لأنها مطابقة للواقع.، وفي المثال رقم (17)**"شبكة تغطية موبيليس معترف بها من طرف أوكلا"** تؤدي وظيفة الثناء والتعزيز لخدمة اتصالات الجزائر موبيليس، وهي موجهة لمستعملي الشبكة وغيرها، فالوظيفة الإشهارية معززة ومؤكد لجودة خدمات الشركة وقدرتها على المنافسة في السوق العالمية، فشهادة شركة أوكلا العالمية لا يمكن دحضها باعتبارها شركة ذات مصداقية عالمية، لكن يبقى مبدأ الصدق ومطابقة الواقع غير قابل عمليا مرتبطي بمستخدمي هذه الشبكة، لذلك لا يغدو أن يكون هذا الثناء سوى دعاية إعلانية لصالح شركة موبيليس الوطنية.

2- الوظائف الإخبارية للواجهة الرئيسية للجريدة:

تؤثّر الجريدة الصحفية على القارئ بشكل كبير من خلال صفحتها الأولى، فهي أول عتبة صورية يمكن أن تكشف عن مضامين العدد، يتعرف من خلالها على أهم الأخبار كما تؤثر عليه من خلال بنيتها الشكلية وطريقة تصفيفها وترتيب عناوينها الرئيسية والفرعية، ويمكن أن تكون وحدة بصرية إرسالية مؤثرة على القارئ من خلال العناصر الطباعية من ناحية الشكل واللون والبياضات والأحجام، فتصميم الواجهة مقصود بغرض استهداف القارئ وتحقيق وظائف بعضها تجاري والآخر ترويجي إعلامي لاسيما في ظل التنافسية الشديدة من طرف مؤسسات السمعي البصري ووسائط الاتصال التي تسعى دائما إلى تحقيق أرباح من منتجاتها الإعلامية والترويجية "وتكمن أهمية الواجهة الصحفية بالدرجة الأولى في وظيفتها الانتباهية للقارئ، وإخراجها يتعلق بصفحات الجريدة ككل ويعتمد ذلك على حجم وكمية الأخبار المراد نشرها وتنوعها وتؤثر الجريدة على القارئ من خلال صفحتها الأولى فهو يتعرف من خلالها على أهم الأخبار ولذلك يهتم الطبوغرافيين بإخراج الصفحة الأولى كونها واجهة الجريدة وتساهم في ترسيخ شخصية الجريدة لدى القارئ"[1]، لذلك سنتناول في هذا العنصر الوظيفة الإخراجية للصفحات الأولى من مدونة الدراسة، ونحللها من الناحية الشكلية والمضمونية وتبيان أثرها التداولي على المتلقي مركزين على المفاهيم الإجرائية المتعلقة بتحليل واجهات الجرائد الصحفية، رأس الجريدة أو اللافتة، وتكون في القسم العلوي للجريدة، والشعارات العاكسة لسياسة الجريدة، والإذنان بالجانب الأيمن والأيسر لرأس الجريدة والفهارس والعناوين المتمثلة في محتويات عدد الجريدة، وعنق الواجهة المحدد لتاريخ الجريدة وبعض البيانات المتعلقة بتهميشات وسعر الجريدة، وكل هذا مع مراعاة الأحكام والأشكال والألوان والاتساعات والفراغات والصور الفوطوغرافية، وغيرها من التشكيلات الطباعية التي يمكن أن تحتويها الصفحة الرئيسية.

(1) – الحسن عيسى محمود، إخراج الصحف و المجلات، دار وهران للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2013، ص18.

❖ **النموذج الأول: (العدد: 7312 ليوم الثلاثاء 01 مارس 2022**

قال إن بلادنا جاهزة لاحتضان كأس إفريقيا للأمم بعد عام 2023، سبقاق يصرح
التأهل إلى المونديال أحسن رد على الذين يحزنهم فوز الجزائر
سيتم تحضير تقرير نهائي حول خارطة المشاريع الاستثمارية
رفع القيود عن 18 مشروعا جديدا خلال الأسابيع الأخيرة
صوت الأحرار
SAWT AL-AHRAR
sawtalahrar@gmail.com
www.sawt-alahrar.dz
الثلاثاء 1 مارس 2022 الثالثة وعشرون - العدد 7312 الثمن 10 دج
في الذكرى الـ46 لإعلان تأسيس الجمهورية الصحراوية
الرئيس تبون يؤكد دعم الجزائر الثابت لاستقلال الشعب الصحراوي
بن بوزيد يؤكد أن 2022 سنة إصلاحات بالقطاع ويكشف
استحداث الوكالة الوطنية للرقمنة سيساهم في تحسين الخدمات الصحية
افتتاح الصالون الدولي للمنتوجات الوطنية ،إنتاج وتصدير، بالوادي
رزيق يؤكد على توفير كافة التسهيلات لدعم المؤسسات وترقية التصدير
أمام مخاوف تراجع إمدادات الغاز الروسي بأوروبا جراء الحرب على أوكرانيا
إيطاليا تبحث مع الجزائر تموين إضافي لأوروبا بالغاز

جاءت اللافتة في وسط الجريدة في الأعلى ببنط عريض ولون أصفر وخلفية زرقاء(**التأهل للمونديال أحسن رد للذين يحزنهم فوز الجزائر**)، ويتعلق هذا التوظيف بسياسة الجريدة المركزة على أهمية الخبر وجدته كما ساعد في تحديد شخصيتها فالانسجام الدلالية بين لونين أساسين (الأصفر والأزرق) خلق نوعا من الجاذبية نحو الخبر الاستهلالي الذي يمكن أن يقع على عين القارئ المتلقي بشكل مباشر ما يسمح للقارئ بالاستمرارية في تفقد عناوين أخرى أو البحث عن تفاصيل الحدث داخل محتوى الجريدة، لذلك دائما نجد رقم صفحة العنوان مكتوب أسفل يمين العنوان لتوجيهه مباشرة للمحتوى، أما مكان اللافتة فجاء في المنتصف بمساحة معتدلة، ما جعله يحمل قيمة ذات دلالة إعلامية متعلقة بالجمهور الرياضي الكبير، في محاولة لاستقطاب أكبر

عدد من القراء جاء تحت عنوان الجريدة" **الأحرار**" بخط سميك وكبير فوقه لفظة "**صوت**" باللون الأحمر وتحته كلمة "**يومية وطنية إخبارية**" باللون الأسود ليشكل الشعار الكبير (**اللقو**) وقد أحدث جمالية من ناحية التصميم، وجاء ببنط صغير مع الموقع الإليكتروني والبريد، وزمن الجريدة والعدد فهي جمل بيانية توضيحية وإخبارية لنوعية ومجال الجريدة ذات البعد الوطني.

ما يميز أذنان الجريدة أنها مفقودتين تماما فغالبا ما يستعملا لعناوين خبرية مهمة أو كمساحات إخبارية مهمة، ويختلف مضمونهما حسب كل جريدة، فهناك من تستعمله للإشهار ومنها لنشر الأخبار، لكنها استغلب في عنوان عريض فوق صورة فوطوغرافية أخذت جميع المساحة، ويمكن إرجاع ذلك لسببن، أولها غياب الإشهارات لدى الجريدة، والأخر تركيزها على الخبر الهام وسط الجريدة الذي يمكن أن يكون القيمة المهيمنة على باقي أجزاء المضامين الأخرى، فالصورة الفوطوغرافية أخذت مساحة كبيرة من الصفحة الرئيسية، لصورة الرئيس تبون مع نظير ريس الصحراء الغربية، جاء العنوان مضاءً باللون الأصفر فوق خلفية سوداء كدلالة على توتر الأوضاع في الصحراء الغربية، كما تمّ التركيز على مت الخط النسخي الكبير لإبراز العنوان الإنجازي التأكيدي (**الرئيس تبون يؤكد دعم الجزائر الثابت لاستقلال الشعب الصحراوي**)، والعنوان خادم لسياق الأحداث الدولية والصراع الجزائري المغربي بعد قطع علاقات الجزائر الدبلوماسية مع المغرب، وللصورة إيحاءات على التنسيق المستمر بين الدبلوماسية الجزائرية والصحراء الغربية في إحالة على الصداقة والجوار بين الشعبين الجزائري والصحراوي الرئيسين وهي عبارة تصريحية عن الموقف الرسمي الجزائري المنسجم مع السياسة الخارجية الجزائرية، وهنا يمكن أن نفهم توجه جريدة صوت الأحرار لسياسة الدولة فهي تعتمد على أخبار سياسية بالدرجة الأولى بغرض التأثير على الرأي العام، أما باقي المساحات فهي فهارس لعناوين فرعية مرفوقة بصور للمسؤولين وقائمة محتويات العدد وأرقام

صفحاتها أدت وظيفة إرشادية للقارئ، وهي عناصر استهلالية استقطابية تراوحت ما بين ما هو سياسي واقتصادي واجتماعي.

❖ **النموذج الثاني: (العدد: 7313 ليوم الأربعاء02 مارس 2022).**

في مجال الإشارة، أنظمة المعلومات والحرب الإلكترونية
الفريق شنقريحة يؤكد حرص القيادة العليا للجيش على ترقية وعصرنة مكونات القوات المسلحة
قضية استيراد الإسمنت وتضخيم الفواتير
إلتماس عشر سنوات سجنا نافذا في حق لوح وكونيناف
صوت الأحرار
SAWT AL-AHRAR
sawtalahrar@gmail.com
www.sawt-alahrar.dz
الأربعاء 2 مارس 2022 الثالثة وعشرون - العدد 7313 الثمن 10 دج
فيما حيّا قرارات رئيس الجمهورية الرامية إلى حماية الجانب الاجتماعي للمواطنين
قوجيل يُثني على دور الدبلوماسية الجزائرية عربيا ودوليا
قال إن 158 منظمة نقابية تمارس نشاطها بالجزائر.. وزير العمل يؤكد:
مشروع تعديل القانون يعزز الحريات النقابية ويؤكد حماية العمل النقابي
نوّه بتضحياتهم الجسام في مواجهة فيروس كورونا
بلجود يشيد بالاحترافية العالية للحماية المدنية في إدارة الحوادث والكوارث الطبيعية
المدير العام لوكالة التشغيل عبد القادر جابر يكشف
الموافقة على 5500 ملف منحة البطالة

وقد جاءت هنا اللافتة في وسط الجريدة في الأعلى ببنط عريض ولون أصفر وخلفية حمراء (الفريق شنقريحة يؤكّد حرص القيادة العليا للجيش على ترقية وعصرنة مكونات القوات المسلحة)،وجاءت في الأعلى بهاذين اللونين نظرا لأهمية الخبر كي ينجذب القارئ إليها، وقد أرفق هدا الخبر بصورة الفريق شنقريحة في مؤتمر أيضا لكي تدعم الخبر، كما نجد تحت العنوان رقم الصفحة التي يحتوي فيها الخبر ليتوجه القارئ إلى تلك الصفحة مباشرة دون تفقد كل صفحات الجريدة، حيث كان مكان اللافتة في المنتصف بمساحة معتدلة كأعداد الجريدة الأخرى وكان موجه إلى النواحي العسكرية، وقد كان تصميم الجريدة نفسه في كل الأعداد، ونلاحظ أن صورة

صالح قوجيل رئيس مجلس الأمة أخذت مساحة كبيرة من الصفحة الرئيسية نظرًا لأهميّة الخبر إذ جاء العنوان باللّون الأصفر فوق خلفية سوداء ببنط عريض، من أجل إبرازه (قوجيل يُثني على دور الدبلوماسية الجزائرية عربيا ودوليًا)،فالعنوان يخدم السياق الذي يجري عليه المقال الصحفي الذي يتحدّث عن ما تعيشه الدبلوماسية الجزائرية في المحيط العربي والإقليمي والدولي، أمّا باقي المساحات فهي عناوين فرعية لمختلف الأخبار والتّي أغلبها سياسية.

❖ **النموذج الثالث: (العدد: 7314 ليوم الخميس 03 مارس 2022).**

فيما حجز أزيد من 70 كغ من المخدرات
الجيش الوطني يوقف 17 عنصر دعم للجماعات الإرهابية
صوت الأحرار
الخميس 3 مارس 2022 الثالثة وعشرون - العدد 7314 الثمن 10 دج
حسب بيان لرئاسة الجمهورية
رئيس الجمهورية يترأس اجتماعا للمجلس الأعلى للأمن
قال إنه يسعى لتكييفها مع الدستور.. بوغالي يؤكد
قوة أي منظومة تشريعية لها انعكاس مباشر على الحياة العامة
النواب يؤكدون على ضرورة إعادة النظر في النظام الداخلي للبرلمان
تجسيدا لبرنامج رئيس الجمهورية
عبد المجيد تبون.. وزير الاتصال يؤكد:
الجزائر تتبنى سياسة وطنية جديدة لترقية الإعلام والاتصال
الإعلام البديل أفرز تصرفات خطيرة
وزارة الخارجية تنشر بيانات اتصال لمواطنيها
أفراد من الجالية الجزائرية بأوكرانيا يؤكدون صعوبة الخروج من كييف
قالت إن الغرب رفض التعامل مع مطالبها بصياغة هندسة جديدة للأمن الأوروبي
روسيا تؤكد أن الحرب العالمية الثالثة ستكون نووية ومدمرة

وفي هذا العدد جاءت اللافتة أيضا في وسط الجريدة في الأعلى بنبط عريض ولون أبيض وخلفية حمراء (الجيش الوطني يوقف17عنصر دعم للجماعات الإرهابية)،وجاءت بهاذين اللونين وهذا الخط العريض نظرا لأهميّة الخبر ولكي تجذب انتباه القارئ، وقد دعّم هدا الخبر بصورة للجيش الوطني وبحوزتهم كمية معتبرة من المخدرات التّي تمّ حجزها أيضا،من أجل تحقيق الاطمئنان وتوفير الأمن ،ونلاحظ غياب رقم الصفحة إذ يتوجب البحث عن هذا الخبر في صفحات الجريدة، وقد كان مكان اللافتة في المنتصف بمساحة معتدلة كأعداد الجريدة الأخرى، لكي

يعرف أفراد المجتمع أنّ هناك أمن أو جيش وطني ساهر على حماية التراب الوطني،أمّا تصميم الجريدة فنفسه في كل الأعداد ونلاحظ أنّ صورة رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون في اجتماعه المنعقد للمجلس الأعلى للأمن أخذت مساحة كبيرة من واجهة الجريدة ، وقد جاء العنوان باللون الأبيض فوق خلفية سوداء بنبط عريض من أجل استقطاب القراء(رئيس الجمهورية يترأس اجتماعا للمجلس الأعلى للأمن)كما نجد رقم الصفحة مكتوب بالأرقام الهندية عكس الأعداد التي قبله بالعربية، ويكون هذا الخطأ إمّا مطبعي أو مقصود ،فهنا العنوان يعكس السياق الذي يتحدث فيه المقال المتمثل في تولي رئيس الجمهورية اجتماع للمجلس الأعلى للأمن حسب ما أفاد به بيان لرئاسة الجمهورية، أمّا باقي المساحات فهي عناوين جزئية لعديد من الأخبار دولية ووطنية.

❖ **النموذج الرابع: (العدد: 7315 ليوم الأحد 06 مارس 2022).**

بعد زيارة عضوين من المكتب الفيدرالي، الفاف تؤكد
ملعب مصطفى تشاكر جاهز تقريبا لاحتضان مباراة الجزائر - الكاميرون
صوت الأحرار
SAWT-AHRAR
sawtalahrar@gmail.com
www.sawt-alahrar.dz
الأحد 6 مارس 2022 الثالثة وعشرون - العدد 7315 الثمن 10 دج
قصد ضمان التموين بالمواد واسعة الاستهلاك
توجيهات بإنجاح فتح الأسواق الجوارية الخاصة برمضان
قال إن التحضير لهذا الموعد يتم في ظروف جيدة، بعجي يكشف:
«الأفلان يستعد لمحطات هامة»
فتح عملية الانخراط وإعادة الانخراط في صفوف الحزب
صندوق دعم المؤسسات الناشئة هو تأكيد لالتزامات الرئيس ، بن عبد الرحمن يؤكد:
الرئيس تبون يطمح لبناء نموذج اقتصادي جديد
■ تسريع وتيرة الرقمنة الشاملة للمعاملات الإدارية
ممثل الجزائر لدى الأمم المتحدة لزهر سوالم يؤكد:
«المغرب يتلاعب بالرأي العام الدولي ويحرف الحقائق»
قال إن الدولة تتحمل مصاريف براءات الاختراع، وليد يؤكد:
«تدابير جديدة لفائدة الشركات الناشئة وحاضنات الأعمال»
رزنامة الامتحانات المدرسية 2022
إمتحانا شهادتي التعليم المتوسط والبكالوريا من 6 إلى 16 جوان المقبل

وفي هذا العدد أو النموذج جاءت اللافتة في وسط الجريدة في الأعلى أيضا وبنبط عريض ولون أبيض مع خلفية حمراء (ملعب مصطفى تشاكر جاهز تقريبا لاحتضان مباراة الجزائر –الكاميرون)وجاءت بهذا الشكل من

أجل لفت إنتباه القارئ للخبر، ونجد تحت العنوان رقم الصفحة التي يوجد بها الخبر، لكي يجدها المتلقي أو الجمهور بسهولة، أمّا مكان اللافتة في المنتصف بمساحة معتدلة كأعداد الجريدة الأخرى، والخبر كان موجّه للجمهور الرياضي، أمّا تصميم أو أجزاء الجريدة فكان نفسه في كل الأعداد، ونلاحظ صورة أبو الفضل الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني أخذت مساحة كبيرة من الصفحة الرئيسية، نظرًا لجدّة الخبر وأهميّته، وقد جاء العنوان أيضا باللون الأبيض فوق خلفية سوداء ببنط عريض، من أجل إبرازه للجمهور المتلقي(الأفلان يستعد لمحطات هامة)والعنوان يُحيل لسياق الأحداث الوطنية والذي يدور حول استعداد الحزب لمحطات هامة مؤكدا على أنّ هذا التحضير يتم في ظروف مواتية ومشجعّة خاصة بعد الفوز الذي حقّقته الأفلان في المحطات الانتخابية السابقة، كما نجد رقم الصفحة تحت العنوان أيضا بالرقم الهندي ويعود السبب كما ذكرناه سابقا لسبب مطبعي أو مقصود، أمّا بقية المساحة تحتوي على أخبار متفرقة رياضية ودولية ووطنية.

ثالثا– إستراتيجية الحجاج في الجريدة:

سنحاول في هذه الجزئية الكشف عن مقاصد الخطاب الإعلامي في جريدة صوت الأحرار من خلال إثراء بلاغة التلقي بوصفها برنامجا تأثيريا من خلال التركيز على أهمية دراسة الأبعاد الحجاجية لاستجابات القراء مطبقين بعد المفاهيم التداولية الجدلية المتعلقة بالحوار والمنطق، مستحضرين توظيف الأدوات اللغوية والبلاغية لوسائل للإقناع والتأثير في المتلقي ونضعها في خانة الأفعال الواعية المدروسة الرامية إلى تحقيق مقاصد الكلام لذلك فإننا سنركز بالأساس على مستويات التحليل اللغوي بالدرجة الأولى، ومعاينة الأساليب المتعددة التي عاينت الحقائق والأحداث الاجتماعية والسياسية والاقتصادية لتحقيق مبدأ المعقولية والمصداقية في الخطاب الإعلامي، لذلك سنركز على العناصر اللغوية والبلاغية، من خلال الكشف عن أدوات اللّغة التبريرية والتعليلية، وأدوات الربط، وتوصيف الأحداث والوقائع، والاستهلال الفعلي.

اعتمدت جريدة صوت الأحرار بشكل كبير على الأدوات اللّغوية في بنائها الحجاجي للخطاب الإعلامي وكثيرة هي: استعمالات اللّغوية والبلاغيّة التّي تُعزّز من إستراتيجية الحجاج بُغية التّفسير والاستدلال لنقل الخبر للمتلقّي لأداء وظيفة إقناعية، فكثيرا ما تستعمل الصحف معجم الألفاظ التّبريرية وأدوات الربط وتوصيف الأحداث والوقائع والتكرار، وغيرها من الصور البلاغيّة التي تُسهم بطريقة أو بأخرى في بناء خطاب له أبعاد حجاجيّة ترقى لمستوى المقبولّية والصدقيّة لدى المتلقي.

1- معجم الألفاظ التبريرية والاستدلالية: وردت في جريدة صوت الأحرار الكثير من الألفاظ التبريرية والاستدلالية عل النحو التالي: (لأنّ، بما أنّ، كيفما، حيث أنّ، فإنّ، على أنّ، وتجدر الإشارة، وعليه، حسب وفيما، بل يمكن، إلى أنّ، ...) وغيرها من الألفاظ الدالة في وظيفتها داخل الجمل والفقرات على محاولة الإقناع القارئ بوجود مصداقية للخبر الصحفي، ولنا أن مثالا عن ذلك من جريدة صوت الأحرار:

(من جانب آخر، شدد الدبلوماسي الصحراوي على أنّ مقترح المغرب "الحكم الذاتي" لا يمكن أن يشكل حلا للنزاع دون موافقة من الشعب الصحراوي لأنّ فرضه من جانب واحد يعني رابح مقابل خاسر، مشيرا أنّ جبهة بوليساريو ليس لديها مشكل أن يتم طرح مقترح الحكم الذاتي إلى جانب الاستقلال والانضمام كخيرات للاستفتاء وإعطاء الشعب الصحراوي حرية الاختيار بشكل ديمقراطي).[1]

نلاحظ في العبارة الصحفيّة تكثيفا من ألفاظ التبريريّة والاستدلالية، واستعملت أدوات لرّبط الحدث القائم وعلاقته بالمتلقي بل على مستوى التوصيل والتفاعل اللذين يعملان على تحقيق الوظيفة الحجاجيّة ما يسمح أيضا بخلق وظيفة تأثيريّة لتلقي الخبر بشكل إيجابي دون أي مغالطات أو ارتباكات يمكن أن تحدث عند المتلقي، وتحقيق مقاصد المتكلم يتطلب توظيف عبارات قويّة ذات مؤشرات حجاجيّة.

(1) - الجريدة: العدد7312

2- أدوات الربط: تسهم أدوات الربط في جميع الخطابات بشكل كبير في تحقيق الاتساق الدّاخلي للنصوص الصحفيّة المكتوبة فبالقدر الذي يمكن أن تؤدي وظيفة تقريرية إخبارية يمكن أن تؤدي أيضا وظيفة حجاجيّة من خلال التنويع في أدوات الربط مثل: **(و/في/من/فيما/عن/ل/حتى/على/بل/ب....)**، وهذه الروابط كثيرة ما تصاغ في ملفوظات كلامية بشكل متسلسل وخطي ما يسمح بانتقالات سلسة من جملة إلى أخرى دون التشويش أو إحداث خلخلة في معانيها، نستحضر مثالا عن ذلك في المقطوعة الخبريّة الآتية:

(وصرح الوزير للصحافة على هامش إشرافه على إطلاق تسمية «الشهيد قرابصي عبد المجيد» على المعهد الوطني المتخصص في التكوين المهني بعين مليلة بأم البواقي، أن اللجنة المنصبة المشتركة بين وزارتي المجاهدين وذوي الحقوق والثقافة والفنون قد أنهت الدراسة المتعلقة بكل التحفظات التي كانت مرفوعة حول هذا الفيلم). [1]

نلاحظ في التصريح الخبري توظيفا مكثفا لأدوات الربط (و/على/في/بـ/أنّ/بين/قد/...)، وقد ساهمت في خلق انسجام لغوي ومنها تنظيم لتفاصيل الخبر ما جعلها متسلسلة قابلة للفهم والإدراك دون أي لبس أو غموض، فقابلية تصديق الخبر تكون بنسبة كبيرة جدا لما يوظّف كاتب المقال أدوات الربط بكل صحيح ومكثف ومن هما تتحقق الوظيفة الحجاجيّة.

3- توصيف الأحداث والوقائع:

نلاحظ أن في الخطاب الصحفي في جريدة صوت الأحرار أنّه كثرا ما يقوم بتوصيف الأحداث والوقائع بشكل دقيق لدرجة التفصيل في كل شيء له علاقة بموضوع الخبر فيأتي الخطاب تفصيليا للحدث من خلال عرض الأزمنة والأمكنة والشخصيات والمحيط حتى تضع المتلقّي الذي كثيرا ما يهتم بتفاصيل الأحداث لهذا فإنّ

(1) - الجريدة: العدد7315

التدقيق في الخبر الصحفي يصنع علاقة تفاعل بين كاتب الخبر الصحفي ومتلقيه، ونأخذ مثالين عن ذلك من الجريدة:

(وأوضحت ذات الأخصائية، خلال لقاء حول وضعيّة سرطان الرئة، أنّ نسبة 70 بالمائة من المرضى يتقدمون إلى العلاج في حالة خطيرة من المرض، مؤكدة أن التشخيص المبكر يبقى الحل الأمثل لضمان نوعية جيدة للعلاج). (1)

(سجلت مديرية التوزيع للكهرباء والغاز بالجلفة خلال سنة 2021 حوالي 10 اعتداءات على شبكة توزيع الكهرباء، في حين تم تسجيل 29 اعتداء على شبكة توزيع الغاز ما تسبب في حرمان 31000 زبون من الكهرباء و5223 زبون من غاز المدينة. وحسب بيان صادر عن المكلفة بالاتصال على مستوى مديرية التوزيع، فإن الأعطاب المترتبة عن التعدّي على شبكة توزيع الغاز مثلت حوالي 70 بالمائة من مجمل الأعطاب). (2)

نلاحظ في الفقرتين توصيفا يشمل التعداد الكمّي والتوصيف الكيفي وتحديد المعالم والفضاءات والأزمنة للحادثة الصحفية، هذا ما يجعل القارئ يُصدق الخبر الصحفي وعليه تؤدي وظيفة حجاجيّة إقناعيّة تجعله قانع بالحدث.

4- الإستهلال الفعلي: ويتمثل في تلك الأفعال التي يبتدئ بها الخبر الصحفي في أغلب المقاطع: ***(طالبت، أدانت، أسدى، سجّلت، تعدّى، أعلن، أشار، كشف، أشار، قال، أراد، أطلقت، فتحت، التمس، فتحت، أرجعت، أوقفت، أحبط، تمكّن، أكد، بيّن، لقي، ترأس، دعى، جاء، نظّم، تناولت، عقد، نشرت....).***

(1) - الجريدة: العدد7312

(2) - الجريدة: 7313.

نلاحظ أنّ قوة الأفعال الاستهلالية وأثرها في المتلقي يجعل الخطاب مفعّما بالحيوية والحركة، فالمتلقي غالبا ما تستفزّه الأفعال ذات الصيغة المبالغة مثل: أكّد، ضمّن، أوضح، بيّن...إلخ، بالإضافة إلى استعمال كل من صيغة الحاضر والماضي لافتتاح الخبر الصحفي، فالقوّة الانفعالية تُحدث نوعا من التفاعل الحسّي له أثر توضيحي لدلالات الخبر الصُحفي، وقد لاحظنا أنّ أغلب المقاطع تُبتدأُ بالفعل وهذا من أجل تأكيد صحّة الخبر إذ تعتمد إستراتيجيّة الحجاج على قوّة الأفعال ومدى صدقها ومطابقتها للواقع فهي تؤدي وظيفة حجاجية إقناعيّة بامتياز.

رابعا– الإشاريات وأبعادها التداولية في الجريدة:

تزخر الجرائد الصحفية بعدد كبير من الإشارات فلا تكاد تخلو فقرة أو جملة من إشارية، فدائما ما الكتاب والمحررون وسيلة هامة في الرسالة الخبرية داخل الخطاب الإعلامي، لذلك سنسلط الضوء في هذا العنصر على العناصر الإشارية وكيفية توظيفها في الخطاب الإعلامي بجريدة صوت الأحرار انطلاقا من بعض الأشكال التي أشرنا إليها في الجانب النظري وهي: (الإشاريات الشخصية، والزمانية، والمكانية، والاجتماعية)، وسنحاول استخراج الصّيغ الإشارية من خلال العناصر اللّغوية وسياقاتها المختلفة، والتحقّق منها في حالات استعمالها ووظائفها التداولية، كما أننا سنركز على وظيفتها الإعلامية كمؤشر استدلالي على قوة الخبر الصحفي من ناحية الأحداث والوقائع الاجتماعية.

1– الإشاريات الشخصية في الجريدة:

الرقم	الإشاريات	النوع	العدد
01	دعا الأمين العام مناضلي الحزب أبناء المجاهدين، الشباب والمرأة، النخب الاجتماعية والإطارات والكفاءات العمال والفلاحين مختلف شرائح المجتمع المدني المتعاطفين والمساندين للحزب إلى	شخصية	7315

	الانخراط وتجديد الانخراط، دعما لصفوف الحزب وإضفاء مزيد الفعالية والتجدد في الهياكل القاعدية.		
02	يضيف الوزير الأول: نحن نتطلع إلى مضاعفة هذا العدد وإلى مضاعفة الحاضنات خلال السنة الجارية.	شخصية	7315
03	وجدد ذات المسؤول استعداد الحكومة على تعبئة كل الطاقات الحية من شبابنا ومن فاعلين اقتصاديين واجتماعيين من أجدل إنجاح هذا البرنامج.	شخصية	7315
04	إلى جانب آخر أكد ذات المتحدث أن مشروع بناء مستشفى ضخم جزائري ألماني قطري يساهم في تطوير المنظومة الصحية سيتكفل ببعض الأمراض الناذرة كنا نبعثها للخارج وتكلف الخزينة كثيرا.	شخصية	7315

وظفّت جريدة صوت الأحرار الكثير من الإشاريات الشّخصية في صيغ متنوعة، منها ما هو مباشر يعبر عن الشخصية ذاتها كأعلام ومسؤولين، ومنها ما هو بضمير مستتر مثل ضمائر الغائب (هو، هي، هم) وضمائر المتكلم (نحن، أنا)، ولاحظنا غياب ضمائر المتكلم بشكل ملحوظ مثل (أنتَ، أنتِ، هو، هي...)، وهذه النماذج التي استخرجناها من عينة الدراسة لا تمثّل الكلّ، بل هي مجرّد عيّنة يمكننا الاستقراء من خلالها، نلاحظ هيمنة الإشاريات الشخصية للأعلام كمّا ونوعاً مقارنة بباقي الإشاريات الأخرى، والتّي تعبّر في أغلب المواضع عن أفعال الشخصيات المسؤولة سياسيا واقتصاديا واجتماعيا، وما يتوافق مع نمطية اللّغة الصحفية الإخبارية، التي تضع القارئ أمام ردود فعل قوية للإحساس بالذات الإخبارية واستقلاليتها في رسم أحداث والوقائع الاجتماعية ذات اهتمام المواطن.

2- الإشاريات الزمانية في الجريدة:

الرقم	الإشاريات	النوع	العدد
01	تزامنا واستمرار للعمليات العسكرية في أوكرانيا، أسعار النقط تواصل الارتفاع.... واصلت أسعار ارتفاعها بنسب متفاوتة أمس بالتزامن مع استمرار العمليات العسكرية الروسية بأكرانيا	زمانية	7312
02	كشف طبيب التخدير والإنعاش عن مدة مفعول التاب بلوك والذي يكون بين 18 إلى 24 ساعة بعد إجراء العملية القيصرية وهي أصعب فترة بعد العملية.	زمانية	7312
03	إلى غاية 31 مارس الجاري، تمديد آجال استفادة المؤسسات المصغرة ماليا من إعادة جدولة استحقاقات القروض.	زمانية	7313
04	أوقفت مفارز للجيش الوطني الشعبي خلال الأسبوع المنصرم 17 عنصرا دعم الجماعات الإرهابية.	زمانية	7314

تتطابق إشاريات الزمان في جريدة صوت الأحرار الطبيعية أو الكونية مع الإشاريات الزمانية اللّغوية الإخبارية، لكن في حالة اختلافها لابد من الرجوع إلى سياق التلفّظ الزماني مثل (تزامنا، استمرارا)، لأنّها مؤشرات تعبر عن مقصد الصحفي الناقل للأخبار، ولقد جاءت الإشاريات الزمانية الكونية محددة باليوم والشهر والسنة، وأحيانا بالأسبوع، وأحيانا بإشارات للماضي القريب مثل لفظة (أمس، أول أمس، البارحة، قبل أيام، الأسبوع المنصرم)، وقد طغى على الجريدة هذا النمط من التوظيف الإشاري الذي يعبر عن سرعة نقل الخبر قبل استهلاكه إعلاميا، كما نجد تفصيلات دقيقة للأزمنة بالتحديد الوقت مثل(من 18 إلى 24 ساعة)، وهذا التفصيل يخدم

خصوصية الحدث الذي يحتاج إلى دقة، كما نجد إشاريات متداولة بكثرة للتعبير عن السنة مثل (الجاري)، وهي تحيل إلى سنة نشر الخبر.

3- الإشاريات المكانية في الجريدة

الرقم	الإشاريات	النوع	العدد
01	تدخلت مصالح الوحدة الثانية للحماية المدنية سيدي عيسى بولاية المسيلة أمس من أجل إخماد حريق شبّ في شقة بالطابق الثاني.	مكانية	7314
02	عرفت الطبعة الأولى للمخيم الوطني المنظم اليوم الجمعة بقمة رأس الكلثوم بجبل شبيليا ببلدية بوحمامة بولاية خنشلة حضور أزيد من 300 مشارك يمثلون 23 ولاية من الوطن.	مكانية	7315
03	بالجنوب والهضاب إنشاء مركز وطني لتطوير شجرة الأرغان في الجزائر قريبا.	مكانية	7315
04	بلدية سوق الأحد بغليزان، إنجاز مشاريع تنموية ترفع الغبن عن سكان مكان الظل، كشف الكاتب العام لبلدية سوق الحد بولاية غليزان، بن كحلة عبد القادر عن استفادة قرية أولاد مصطفى من العديد من المشاريع التنموية وذلك تخص قطاعات حيوية ضمن برنامج مناطق الظل.	مكانية	7315

وظفت جريدة صوت الأحرار الإشاريات المكانية بشكل كبير وأدت وظيفة توظيحية إفهامية وتقريرية وهي وظائف إحالية للأمكنة والجغرافيا التي تلمس واقع المتلقي للخبر الإعلامي، ونحن نعرف أنّ الإشاريات المكانية مرتبطة بموقع المتكلم أثناء التلفّظ، لذلك يلزم على المتخاطبين في الخبر الإعلامي معرفة وإدراك لحظة التلفّظ ومكانه

واتجاهه لأنّه قد يقود استعمال إشاريات المكان، فيتخذها مرجعا تحيل عليه ويؤوّل مكوّنات التلفّظ اللّغوية الإخبارية والابتعاد عن أي لبس وغموض، فهي عبارة عن تحديدات صورية بالأساس، الغرض منها ربط السياق اللّغوي للخبر المجرد بالسياق المادي الملموس لواقع المتلقي القارئ، استعملت صحيفة صوت الأحرار تفصيلات كثيرة للمكان وخصوصيته وذلك لطبيعة الخبر الصحفي الذي يحتاج توصيفا دقيقا لمعرفة السياق المكاني التي جرت فيه الأحداث والوقائع، والتي تمكن للقارئ استيعابها في صورتها الذهنية (المدلول)، أوعن طريق السياق المشير إليه ماديا في الواقع، وكان لهذه الإشاريات مساهمة كبيرة في تشكيل تفاصيل الواقع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

4- الإشاريات الاجتماعية في الجريدة:

الرقم	الإشاريات	النوع	العدد
01	قدم رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون تعازيه إلى عائلة المتوفي بمدينة أكرانا.	اجتماعية	7312
02	الفريق شنقريحة يزور المؤسسة المركزية لتجديد عتاد الإشارة.	اجتماعية	7312
03	الوزير الأول يستقبل سفيرة الولايات المتحدة الأمريكية بالجزائر.	اجتماعية	7312
04	من جهته أبرز والي الولاية في كلمته أن إحياء هذه المناسبة مع الإخوة الصحراويين تحمل دلالة ورسالة تبرز التضامن والتآزر نحوجماهير الشعب الصحراوي.	اجتماعية	7312

وظفّت جريدة صوت الأحرار إشاريات اجتماعية بشكل مخصوص يتناسب مع طبيعة الخبر الصحفي وهي كثيرة مبنية على العلاقات الاجتماعية التواصلية للشخصيات السياسية بشكل رئيسي، ولأنّ التحليل التداولي يهتمّ بالإشارايات الاجتماعية وذلك لعلاقة اللسانيات الاجتماعية في بيان أثر العلاقات الاجتماعية بين المشاركين

في الخطاب وموضوعه، وفي بيان مراتبهم وأجناسهم، وأثر السياق غير اللغوي في اختبار التنوعات اللغوية البارزة في كلامهم، ويتضح لنا هذا الأثر في التعبيرات اللغوية للأخبار المختلفة الموظفة في العناوين والمقالات، مثل تعبيرات المقام والرفعة والألقاب(الرئيس، الوزير، معالي، الفريق، والي)، وبعض الإشاريات الاجتماعية مثل (السيد، الإخوة، الشعب، جماهير، عائلة)، والتي هي الأخرى لا تنفصل عن طابعها السياسي وقد لاحظنا أن الجريدة لا تركز على الإشارات الاجتماعية المتعلقة بالفرد والأسرة، والسلوكات الإنسانية لأن الجريدة لا تركز على الحوارات بين الشخصيات كما الحال مع الرواية التي تعتمد بشكل كبير على هذه الأنواع من الإشاريات، وعليه يمكننا القول أن السياق السياسي لنقل الأخبار الصحفية ركز على الإشاريات الاجتماعية المحددة للألقاب والمقامات السياسية أكثر من غيرها من الإشاريات الأخرى.

خامسا– أفعال الكلام في الجريدة:

سنعتمد في مقاربتنا التداولية للأفعال الكلامية على التصنيفات الخمس التي جاء بها سورل، وهي الاخباريات، والتوجيهيات، والإلزاميات، والتعبيريات، والإعلانيات، ويعتبر الخطاب الإعلاني غني جدا بهذه الأفعال الكلامية، ويمكننا استخلاص من الدراسة أفعال الكلام الواردة في جريدة صوت الأحرار مع تصنيفها وتبيان الأغراض والمقاصد التداولية منها.

1– أفعال الإخباريات.

الرقم	أمثلة من المدونة	الوظيفة التداولية	العدد
01	الجزائر تتابع بصفة متواصلة وضع رعاياها في أوكرانيا	التقرير والإثبات	7312
02	على خلفية الاعتداء على 3 طالبات داخل الإقامة إنهاء مهام مدير الإقامة الجامعية بودواو	التقرير والتنفيذ	7313

03	أعلنت أمس السفارة الجزائرية في العاصمة الأوكرانية كييف كافة المواطنين المقيمين بأوكرانيا أنه تقرر تعليق كل مصالحها وخدمتها نظرا للظروف التي تعيشها أوكرانيا	التقرير والتحذير	7315
04	أكد الوزير الأول أيمن عبد الرحمن أن الحكومة تعمل على تحسين مناخ الأعمال وتبسيط إجراءات الفعل الاستثماري.	التقرير والإثبات	7315

2- أفعال التوجيهيات:

الرقم	أمثلة من المدونة	الوظيفة التداولية	العدد
01	بلمهدي ينّوه بدور الأئمة في تكوين الأجيال على حب الدين والوطن	توجيهية إرشادية	7312
02	شددت الوزيرة في كلمتها على ضرورة تكييف أساليب المحافظة على هذا التراث من كل مساس به، وذلك من خلال التكوين الخاص بالأفراد، والإطارات الأمنية، إلى جانب تشكيل فرق مؤهلة تساهم بشكل فعال في التوعية والإعلام بخصوص حماية التراث من كل التجاوزات والاعتداءات	توجيهية تكليفية	7314
03	دعا البروفسيور رشيد بن مالك رئيس الجمعية الجزائرية للطب الداخلي، عشية إحياء اليوم العالمي لمكافحة السمنة إلى تكثيف حملات التوعية والتحسيس...كما شدد خلال اليوم يوم دراسي انتظم بالمناسبة على ممارسة الرياضة.	توجيهية إرشادية	7314

04	طالب رئيس المخابر المركزية بمستشفى الرويبة السلطات بزيادة أسِرّة العناية المركزة، وإعادة النظر في نظام إعادة الهياكل الصحية وتحديثها.	تكليفية توجيهية	7314

3- أفعال الإلزاميات:

الرقم	أمثلة من المدونة	الوظيفة التداولية	العدد
01	التلقيح ضد كوفيد 19 ساهم في التخفيض من التعقيدات والوفيات.	توجيهي حجاجي	7312
02	أسدى جهيد موس والي ولاية المدية تعليمات لمصالحه بغرض التنسيق التام والمحكم بين مختلف الجهات المعنية ذات الصلة بقطاع الموارد المالية ومصالح سونلغاز.	أمري تنفيذي	7313
03	غايا مرباح يواصل التألق مع الرجاء ويصرح: سأقدّم المزيد في المباريات القادمة، وأشكر الجماهير.	وعدي تنفيذي	7314
04	وجدد بلعابد التزام الجزائر بمساهمتها ودعمها لمساعي الاتحاد الإفريقي في التغذية المدرسية في القارة.	وعدي تنفيذي	7314

4- أفعال التعبيريات:

الرقم	أمثلة من المدونة	الوظيفة التداولية	العدد
01	الشاعرة والقاصة المغتربة خديجة بن عادل، قصيدة يتيمة لم يكتبها شاعر، وقصة ألم يخطها ناثر.	الرثاء والعزاء	7313

02	أثنى المدرب بيب غوار ديولا على الدولي الجزائري رياض محرز في الندوة الصحفية بعد المباراة التي تألق فيها لاعب الخضر بعد أن سجل هدفا وقدم لقاء في المستوى	الثناء والإعجاب	7314
03	أبدى عضو اللجنة الطبية إلياس أخاموك أول أمس تفاؤله بنهاية جائحة كورونا في الجزائر موضحا أن المتغيرات الجديدة لكرونا أصبحت غير خطيرة.	توضيحي وتأثيري	7315
04	انقلبت حياة نجمة أمريكية رأسا على عقب، فبعدما كانت تظهر على غلاف المجلات المخصصة في الأزياء أصبحت متشردة في الشارع، تبحث عن الطعام في سلال القمامة.	الاستنكار والرفض	7315

5- أفعال الإعلانيات:

الرقم	أمثلة من المدونة	الوظيفة التداولية	العدد
01	وزير النقل يكشف جديد أسعار تذاكر الرحلات الجوية	إعلاني تبليغي	7312
02	افتتح معرض الفنون التشكيلية أول أمس بدار الثقافة مولود بلقاسم آيت بلقاسم، لتيسمسيلت بمشاركة عشر فناني من الولاية، وهذا في إطار إحياء اليوم العالمي للتراث التقليدي.	إعلاني ترويجي	7314
03	تأهل نادي نيس أول أمس لنهائي كأس فرنسا بعد تغلبه على فرساي بهدف دون رد.	إعلاني خبري	7314
04	وبعد تدخلات المتعاملين الحاضرين، تواصل اللقاء بتبادل وجهات النظر حول إمكانية إقامة شراكة....أعرب الطرفان عن الرغبة في إنجاح مشاريع استثمارية لترقية الإنتاج المحلي.	التوافق والعقد.	7314

تَبيَّن لنا من الجداول التصنيفية لأفعال الكلام في الجريدة محل الدراسة أنّ الخطابات الصحفية تعتمد بشكل مكثف على الأقوال المباشرة والصريحة، وتمحورت بشكل أساسي في الأفعال الإنجازية المباشرة، وأغلبها تضمينية وتقريرية تؤذي وظيفة إخبارية وإبلاغية، وقد أسهمت أفعال الكلام في الجريدة في بناء المقاصد أثناء ربطها بالسياقات السياسية والاجتماعية والثقافية التي لعبت دورا مهما في صياغة المقاصد غير المباشرة، وبالرغم من المنحى الإعلامي الذي سلكته الجريدة في سردها للأخبار، إلاّ هذا لم يمنع من ظهور بعض القوى الإنجازية لأفعال الكلام المتعلقة بالحكمية والتكليفية، والتقريريات والإيقاعيات، وذلك لوجود الكثير من الأحداث السياسية والاقتصادية، والتي يمكن أن نعتبرها خاصية من خصائص جريدة صوت الأحرار.

سادسا– الاستلزام الحواري في الجريدة:

تعتبر آلية الاستلزام الحواري أداة مهمة في التحليل التداولي التي تكشف المغالطات والخروقات الكلامية وتحدد مواطن الصدق والكذب الكلامي، لذلك سنقف على بعض أشكال هذا الاستلزام الحواري الواردة في جريدة صوت الأحرار وسنحاول أخذ نموذج خطابي لكلّ منهما وتحليلها وفقا للسياق التخاطبي التي وردت فيه محاولين أيضا التركيز على مدى الالتزام بالضوابط والمعطيات التي تحكم العملية التخاطبية الإعلامية بين طرفيها مثل مبدأ التعاون، ومبدأ الافتراض المسبق، ومبدأ التأويل المحلي.

1–النموذج الخطابي الأول:

❖ **(مجرد رأي):**

«يتحدث الخطاب الرسمي عن بناء الجزائر الجديدة وعن وجود مؤامرة تستهدف أمن واستقرار الجزائر، ويعود هذا الخطاب من حين لأخر إلى أسلوب التحذير من هذا الخطر، بل يجري الحديث بشكل صريح عن مخطّط تم الكشف عن خيوطه منذ سنوات، أريد به جر البلاد نحو متاهات العنف والفوضى، لكن ما الذي فعلته السلطة

لمنع أجندات التخريب من أن تنال من أمن الجزائر؟، وهل فعلا تم تحصين البلاد من أي سيناريو يهدد أمنها، ووفق المعطيات الحالية، أليس هناك احتمال بأن تعيش الجزائر مرة أخرى أزمات أمنية كتلك التي عرفتها في الماضي القريب خاصة وأن الاستقرار المحقق بعد تضحيات جسام وسنوات طويلة من الجهد؟، قد يصبح في مرمي قناصة قوى أصبحت معروفة باشتغالها في نشر الفتن والفوضى والتقسيم؟»[1].

ينطلق التحليل التداولي عبر آلية الاستلزام الحواري من كيفية تمكين المخاطب من توصيل المعاني المضمرة عن طريق المعاني الصريحة، من النموذج الخطابي الأول يمكن لنا أن نفيد من المعاني أكثر مما كتب وعبر عنه حرفيا بالدلالة اللفظية النطقية المباشرة، فإذا أخذنا الجملة الخطابية: (**يتحدث الخطاب الرسمي عن بناء الجزائر الجديدة وعن وجود مؤامرة تستهدف أمن واستقرار الجزائر**)، فإنّه يوجب علينا أولا فهم سياسة الجزائر القديمة حول الأيادي الخارجية الممتدة إلى الداخل لمحاولة زعزعة استقرار الوطن، لكن هذا الخطاب الجديد هو قديم وهذا أوّل خرق في الخطاب، فالفعل التلفظي مع الإشارية الزمنية (**يعود+ منذ سنوات**) يمكن اعتباره مغالطة، فهذا الخطاب ليس بالجديد في ظل الجزائر القديمة والجديدة، وهنا اختراق لمبدأ الكيف، فأسلوب صياغة الخبر الصحفي جاء على النحو الذي تدير فيه السلطة خطابا متكررا في سياقات مختلفة، فالسياق المباشر هو زمن العشرية السوداء المعبّر عنه بصيغة: (**في الماضي القريب**)، والمقصود تلك الخطابات الداعية للتغيير الديموقراطي واللّوبيات الخارجية الّتي تحاول تأزيم الوضع السياسي والاقتصادي في البلاد، وبالنظر إلى مبدأ المناسبة وزمن كتابة المقال فإن الخرق الحواري واضح، لأّنه جاء في سياق ما بعد حراك 22 فيفري 2019، والأحداث الأخيرة التي شهدها صيف 2021، من حرائق في بلاد القبائل.

(1) – ق.مصطفى، مقال "مجرد رأي"، جريدة صوت الأحرار، 01 مارس 2022، العدد7312، ص05.

يركّز الخطاب الرسمي للدولة الجزائري على جبهتين رئيسيتين تهدد أمن واستقرار البلاد، الأول يتمثل في الجبهة الداخلية المستهدفة من الجوار وهي نظام المخزن المغربي والصراع السياسي حول الصحراء الغربية، على غرار التطبيع المغربي مع الكيان الصهيوني، والآخر يتمثل في الجبهة الخارجية من وراء البحر التي عبر عنها صاحب المقال بـ: (**مرمى القناصة**)، وهي المعارضة من الخارج التي تصنّفها الدولة كجماعات متطرفة وإرهابية لها امتداد لحركة الإرهاب في الجزائر، هدفها زرع الفتنة وتقسيم البلاد وتخريبها، وجملة الاستفهامات في المنجز الخطابي للمقال جاء في السياق التلفظي الذي وردت فيه تلك الأحداث المتسارعة لما بعد الحراك (الجزائر الجديدة)، فمتتالية الاستفهامات: (**ما الذي فعلته– هل فعلا– أليس هناك**) لم تأت استفسارية بالقدر ما هي أفعال لغوية غير مباشرة، تتجلى في المعنى المستنبط من الخروقات الحوارية، وهي تمثيل لموقف الكاتب الاستنكاري؛ بمعنى آخر يمكن تفسير الأجوبة على أنها تلميحية توكيدية لدور السلطة في محاربة هذه المؤامرات الخارجية، وتحذيرية تأثيرية لمتلقي للخبر الصحفي بضرورة أخذ الحيطة والحذر من تداعيات الأزمة السياسية الراهنة في الجزائر.

2–النموذج الخطابي الثاني:

❖ **(علامات أفول):**

«بعد أكثر من سنتين من انسحابها من الاتفاق النووي بين إيران والقوى الكبرى أعلنت الولايات المتحدة الأمريكية أمس إعادة فرض كل العقوبات الأممية على طهران، تلك العقوبات التي كان الاتفاق النووي قد أنهاها بصرف النظر عن الموقف الأمريكي من إيران فإن دونالد ترامب وضع بلاده في مواجهة حلفائها الذين أعلنوا رفضهم للخطوة الأمريكية وجددوا التزامهم بالاتفاق وسعيهم إلى حمايته. إذا كانت لفرنسا وألمانيا سوابق في معارضة المواقف الأمريكية من قضايا دولية فإنه يندر أن تخالف بريطانيا الحليف

الأمريكي في قضايا دولية وما تعلق بالشرق الأوسط خاصة، ويكفي هذا لإظهار مدى العزلة الدولية التي تعاني منها الولايات المتحدة بسبب خيارات ترامب». [1]

يتضمن النموذج الخطابي الثاني افتراضا مسبقا يتمثل في اتهام الدول الحليفة للولايات المتحدة الأمريكية التي تعاني عزلة وهي التي تتمسك بضرورة الالتزام بالاتفاقيات الدولية، القارئ يعلم مسبقا أنّ الدول العظمى تتصرف دائما خارج القانون، ومصلحتها قبل كل شيء، وجاءت هذه العقوبات في سياق الحرب الروسية الأوكرانية، فدولة إيران حليف استراتيجي لروسيا، فالأزمنة الأوكرانية هي حجة دفعت بأمريكا إلى اتخاذ تدابير استثنائية، لصدّ التكتل الإيراني الروسي، إن الملفوظ (**إعادة فرض**) يمثل تحولا جديدا في السياسة الأمريكية السابقة، والمقصد أن سياسة الفرض العقوبات كانت متكررة وممتدة تاريخيا وليست وليدة اليوم فحسب، إنّ الأزمة الاقتصادية والحرب العالمية الثالثة المتوقعة (الحرب على الدولار) كلها مؤشرات يمكن أن يستحضرها المتلقي كمخزون معرفي يستطيع تحديد المقصود من الخطاب الإعلامي، وهي علامات توقعية بسقوط النظام العالمي الغربي الذي تهيمن عليه أمريكا وحلفائها وإعادة تشكل المعسكر الشرقي القديم، ولو ركزنا على الصيغة الشرطية والتوكيدية (**إذا كانت....فإنه ينذر**) فإنّنا نستشف ذلك الصراع الخفي بين الدول العظمى، فانضمام بريطانيا بمواقفها إزاء البرنامج النووي الإيراني إلى مواقف دول غرب أوروبا يعني علامة سقوط الهيمنة الأمريكية وسقوط النظام الاقتصادي والنقدي الجديد.

تمّ اختراق كل من مبدأ الكم والكيف لغرض تفسيري للمخاطَب حتى يتمكّن من الإمساك بسياق الأحداث العالمية المتسارعة، إلاّ أنّه احترم مبدأ المناسبة والطريقة في تمرير مقاصد الخطاب السياسي الذي جاء في سياق الحرب الروسية الأوكرانية وتداعياتها السياسية والاقتصادية على العالم.

(1) - نجيب بلحيمر، مقال "علامات أفول"، جريدة صوت الأحرار، 02 مارس 2022، العدد7313، ص16.

3- النموذج الخطابي الثالث:

❖ **(في ذكرى وفاة الصحفية زهرة بوعزة، زهرة الله اليانعة!!!)**

«ولم أستطع أن أصدق أن الصحفية زهرة قد ذبلت وهي زهرة يانعة في ربيع الزهور، لم تكن زهرة سوى زهرة من أزهار الصحافة الوطنية التي أينعت في مطلع العشرية الحمراء فكانت مثل زنبقة حمراء تقاوم الإعصار والنار، بل كانت زنبقة خضراء !، نعم، زهرة هذه الزنبقة الخضراء جاءت ذات يوم إلى جريدة الجزائر اليوم وهي تمشي على استحياء، فكانت صحفية اجتماعية وتعد صفحة إسلامية بعنوان أوراق حضارية وبين الحين والآخر كانت ترافق الصحفي القدير أحمد آيت واعلى في كتابة عمود الصفحة الأخيرة الذي كان ينشر بالقبائلية وبالحروف العربية، بل إنها كانت أكثر من مرة تترجم لى بعض ما أكتبه بالعربية لينشر بالقبائلية، شمعت الصحيفة الخضراء بالشمع الأحمر ووئدت مثل بقية المعلقات العشر، ومع ذلك لم تكن زهرة من الذين يلعنون الظلام بل راحت توقد شمعة الحوار التي لم تكن سوى طبعة مزيدة ومنقحة عن جريدة الجزائر اليوم ولكنها سرعان ما قد أجهضت قبل تسعة أشهر. .!!لم تستسلم زهرة، يا لها من زهرة تصمد في وجه الريح والإعصار والحريق والطوفان، كانت في كل مرة تطلع من تحت التراب ومن تحت الماء ومن تحت الرماد، فكان الأثير ملاذها الأخير.. »[1]

يتموقع هذا النموذج الخطابي على فعل الرثاء المتعلق بالسياق خارج اللساني الذي يستدعي استحضار الماضي المشرق للصحفية زهرة بوعزة، وكل ما نعرفه عن شخصيتها الطيبة، ومسيرتها الكبيرة في مجال الإعلام

(1) - ابراهيم قارعلي، مقال "في ذكرة وفاة الصحفية زهرة بوعزة، زهرة الله اليانعة!!!"، جريدة صوت الأحرار، 03 مارس 2022، العدد7314، ص13.

والصحافة، والذي يفترض من طرف منتج الخطاب أنّها محبوبة لدى عامة الشعب، والرثاء متضمّن في التشبيهات المكثفة التي قدمها كاتب المقال (**زهرة يانعة– زهرة من أزهار الصحافة– زنبقة خضراء– زنبقة حمراء**)، هذه التشبيهات التي خلخلت أفق التلقي والاستقبال نحو تأويل محلي يوحي إلى أن الفقيدة ذات أهمية كبيرة، فهي أيقونة لعالم الاحترافية في الصحافة لتمكنها من ناصية اللغة، فإذا أخدنا الجملة الخطابية (**شمعت الصحيفة الخضراء بالشمع الأحمر ووئدت مثل بقية المعلقات العشر**) فإنّنا نجد تناصا مع بنية الخطاب الشعري التراثي، فقداسة الحرف الإعلامي مثل قصيدة مقدسة علقت في صفحات التاريخ لبلاغتها وفصاحتها، وهذا الأسلوب في خرق اللغة أعطى أهمية لرسالة الخطاب الإعلامي في ذكري وفاة الصحفية زهرة بوعزة، ويستعمل أسلوب الاستثناء في قوله: (**ولكنها سرعان ما قد أجهضت قبل تسعة أشهر**)، دلالة على أنّ مشوارها وطموحها الإعلامي لم يكتمل، ولفظة (**الأثير**) من المصطلحات الكثيرة الورود في مجال الإعلام الإذاعي في إشارة إلى أنّها كانت عاملة في الإذاعة الوطنية الأولى وكانت مشروعا كبيرا اتجاه المجتمع، في برنامج ديني كان يحظى بمتابعات كثيرة من طبقات المجتمع، ما جعلها محبوبة لدى الشعب الجزائري، ولكبر سنها وتجربتها العميقة في الحياة.

وفي ختام هذا الفصل التطبيقي رأينا أن الخطاب الإعلامي في جريدة الأحرار يمكن أن يدرس من جوانب عديدة، كما نؤكد نجاعة الأدوات والإجراءات التداولية في تحليلها للنصوص ذات الطابع الإعلامي، وقد حاولنا قدر الإمكان الربط بين المفاهيم ذات طابع لساني محض والمفاهيم الخارجة عن اللغة، وهذا ما ترتّبت عنه هذه الدراسة بالوصف والتحليل والتي سنختمها بمجموعة من النتائج التي بنينا عليها تساؤلات الدراسة وفرضياتها.

الخـــاتمة

الخاتمة

تضم الخاتمة أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا لـ"تداولية الخطاب الإعلامي في جريدة صوت الأحرار"، وهي كالتالي:

- ✓ التداولية منهج وآلية تهتم باللغة وما يرتبط بها.
- ✓ للتداولية علاقة مع عدّة علوم معرفية كعلم النّفس، علم الاجتماع، علم الدلالة، وتحليل الخطاب.
- ✓ تسعى التداولية إلى معالجة الكثير من المفاهيم منها أفعال الكلام، السياق، الاستلزام الحواري، الحجاج.
- ✓ الخطاب الإعلامي هو الخطاب الذي يقوم بنقل الأخبار والمعلومات والحوادث إلى الجمهور المتلقي.
- ✓ يهدف الخطاب الإعلامي إلى التأثير في اتجاهات القراء والمستمعين بُغية التأثير في الرأي العام، وهذا يكون بطريقة مباشرة وغير مباشرة.
- ✓ جريدة صوت الأحرار من الجرائد المعروفة والمألوفة لدى المجتمع الجزائري منذ الاستقلال.
- ✓ يطغى على الجريدة الأخبار السياسية بالدرجة الأولى بغرض التأثير على الرأي العام.
- ✓ التداولية تقوم بفهم المقاصد وتفسيرها وتأويلها في الخطاب الإعلامي وكيفية تداولها لدى الجمهور.
- ✓ تجلّت التداولية في جريدة صوت الأحرار من خلال تضمّنها لآلياتها كالحجاج والإشاريات وأفعال الكلام والاستلزام الحواري والافتراض المسبق.
- ✓ الهدف المنشود في تصميم الواجهة الرئيسية استهداف القارئ و تحقيق وظائف بعضها تجاري و الآخر ترويجي إعلامي من أجل تحقيق الأرباح من منتجاتها الإعلامية الترويجية.
- ✓ كل العناوين الصحفية لجريدة صوت الأحرار تؤدي العديد من الوظائف التداولية منها الإخبار والتوكيد والتأثير والتعبير والتوجيه و التنبيه والتعبير و التحذير والإبلاغ والإرشاد.... وغير ذلك.
- ✓ آلية الاستلزام الحواري مهمة في تحليل الخطاب الإعلامي فهي تكشف مغالطات وخروقات الخبر الصحفي وتحدد مواطن الصدق و الكذب وتكشف عن حقيقة المعلومات.

- ✓ لاحظنا أنّ لغة الجريدة لا تحرم مبدأ الكم فهي تقوم بتوصيفات مكثفة لدرجة الاسهاب والإطناب والتكرار، وقد يكون هذا عيبا من عيون الكتاب الصحفية.
- ✓ تستعمل الجريدة الأدوات والروابط الحجاجية بشكل كبير وهذا راجع لسياسة الجريدة من أجل تحقيق الوظيفة الإقناعية بغية التأثير في القارئ.
- ✓ اعتمدت الجريدة على توظيف الأفعال في الحاضر في أغلب بداية الفقرات الإعلامية، وهذا من أجل إحداث أثر ووقع لدى المتلقي من أجل أداء وظيفة تأكيدية.

تعتبر هذه أهم النتائج التي توصلنا إليها آملين أن نكون قد وفقنا في الإجابة على أغلب التساؤلات التي أثارتها الإشكالية، عسى أن يُنير بحثنا هذا طريق باحث ما مستقبلا، والحمد لله الذي وفقنا على إتمامه رغم النقائص التي لا يمكن لأي بحث أن يخلو منها.

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم برواية ورش عن نافع.

أولا– المصادر:

1– مدونة الدراسة:

1.جريدة صوت الأحرار، العدد7312-7313-7314، 01- 02-03 مارس2022م.

2– المعاجم والقواميس:

1. ابن الحسين بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، تح: إبراهيم شمس الدين، دار الكتب العلمية، بيروت–لبنان، مج 1، ط 2 ، 2008.

2. ابن منظور أبو الفضل جمال الدين بن مكرم: لسان العرب مادةُ [خ ط ب]، دار صادر–بيروت، ج 1، ط1، 1997.

3. أبي القاسم جار الله بن عمر بن أحمد الزمخشري: أساس البلاغة، تح: مدخل باسل عيون السُّود، دار الكتب العلمية، بيروت–لبنان، ج 1، ط1، 1998.

4. أبي القاسم جار الله محمود بن عُمر بن أحمد الزمخشري: أساس البلاغة، تح: محمد باسل عيون السّود، منشورات محمد علي بيضون، دار الكتب العلمية، بيروت _لبنان، ج 1، ط1، 1998.

5. الخليل بن أحمد الفراهيدي: كتاب العين، تح: عبد الحميد هنداوي، دار الكتب العلمية، منشورات محمد علي بيضاوي، بيروت–لبنان، ج 2، د.ط، 2003.

6. الفيروزآبادي: قاموس المحيط، تح: أبوالوفاء نصر الهوريني، دار الكتب العلمية، بيروت–لبنان، ط 3، 2009.

الخليل بن أحمد الفَراهِيدي: كتاب العين، تح: عبد الحميد هنداوي، دار الكتب العلمية ، بيروت_لبنان، ج 1، ط1، 2003.

7. محمد علي التهانوي: موسوعة كشّاف إصطلاحات الفنون والعلوم، تح: علي دحروج، تر: جورج زينَاتي، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت–لبنان، ج2، ط1، 1996.

ثانيا– المراجع:

1– الكتب باللغة العربية:

1. إبراهيم عبد الله المسلمى: إدارة المؤسسات الصحفية، العَربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ط، القاهرة، 1995.

2. أبوبكر العزاوي: اللغة والحجاج، العمدة في الطبع، الدار البيضاء، ط1، 2006.

3. أحمد المتوكل: الخطاب وخصائص اللّغة العربية – دراسة في الوظيفة والبنية والنمط –، دار الأمان، الرباط– المغرب، ط1، 2010.

4. أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي–آفاق وتحديات –، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط 2، 2007.

5. أحمد فهد صالح شاهين: النظرية التداولية وأثرها في الدراسات النحوية المعاصرة، عالم الكتب الحديث، إربد–الأردن، ط1، 2015.

6. بسام عبد الرحمن المشاقبة: مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان– الأردن، د.ط، 2009.

7. بشير إبرير: دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، جامعة عنابة – الجزائر، قسم اللغة العربية وآدابها، عالم الكتب الحديث، إربد–الأردن، ط1، 2010.

8. جواد ختام: التداوليّة، أصولها، واتجاهاتها، دار الكنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ط1، 2006.

9. حافظ إسماعيلي علوي: الحجاج مفهومه ومجالاته دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة، ، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، ج 1، د.ط، 2010.

10. الحسن عيسى محمود، إخراج الصحف والمجلات، دار وهران للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013.

11. حسن مصدق: النظرية النقدية التواصلية، يوغن هابرماس ومدرسة فرانكفورت، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء–المغرب، ط1، 2005.

12. خليفة بوجادي: في اللسانيات التداولية(مع محاولة تأصيلية في الدرس العربي القديم)، بيت الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2009.

13. رابح بوحوش: اللسانيات وتحليل النصوص، جامعة باجي مختار-عنابة-الجزائر، عالم الكتب الحديث، اربد-الأردن، د.ط، 2009.

14. سعيد يقطين: تحليل الخطاب الروائي (الزمن السرد التبئير، المركز الثقافي العربي)، ط 3، 1997.

15. شاهر الحسن: علم الدلالة والسيمانتيكا والبراغماتية في اللغة العربية، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، ط1، 2001.

16. صابر الحباشة: الأسلوبية والتداولية مداخل لتحليل الخطاب، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، ط1، 2011.

17. طه عبد الرحمان: تحديد المنهج في تقويم التراث، المركز الثقافي العربي، الرباط، المغرب، د.ط، 1993.

18. عباس حشاني: خطاب الحجاج والتداولية-دراسة في نتاج ابن باديس الأدبي –عالم الكتب الحديث، إربد –الأردن، د.ط، 2013.

19. عبد اللّه ثاني محمد النذير: تأويل الخطاب الإعلامي، مقاربة جيوبوليتيكية للمشهد الإعلامي العربي، دار الغرب للنشر والتوزيع، 2016.

20. عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب (مقاربة لغوية تداولية)، دار الكتاب الجديدة المتحدة، ط1، 2004.

21. عزيز لدية: نظرية الحجاج تطبيق على نثر ابن زيدون، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، د.ط، 2015.

22. عمر بلخير: مقالات في التداولية والخطاب، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، المدينة الجديدة-تيزي وزو، 2013، د.ط.

23. عيسى محمود الحسن: إخراج الصحف والمجلات، دار زهران للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية ، ط1، 2013.

24. محمد البكاء، الإعلام واللغة، مستويات اللغة والتطبيق، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، دمشق، دط، 2010.

25. محمد حسن عبد العزيز: لغة الصحافة المعاصرة، ر.ت: أنيس منصور، دار المعارف القاهرة ، د.ط.

26. محمد فريد عزت: مدخل إلى الصحافة، د.ط، القاهرة، 1993.

27. محمود أحمد نحلة: آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، دار المعرفة الجامعية، د.ط، 2002.

28. مسعود صحراوي: التداولية عند العلماء العرب –دراسة تداولية لظاهرة " الأفعال الكلامية " في التراث اللساني العربي، دار الطليعة للطباعة والنشر-بيروت-لبنان، ط1، 2005.

29. نعمان بوقرة: المدخل إلى التحليل اللساني للخطاب الشعري، عالم الكتب الحديث، الأردن، د.ط، 2008.

30. نعمان بوقرة: المصطلحات الأساسية في لسانيات النص وتحليل الخطاب، دراسة معجمية، جدارا للكتاب العالمي، عمان، الأردن، ط1، 2009.

31. نعمان بوقرة: لسانيات الخطاب، مباحث في التأسيس والإجراء، دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، ط1، 2012.

2- الكتب المترجمة:

1. إديث كريزويل: عصر البنيوية، تر: جابر عصفور، دار سعاد الصباح-الكويت، ط1، 1993.

2. آن روبول، جاك موشلار: التداولية اليوم علم جديد في التوصل، تر: سيف الدين دغفوس، محمد الشيباني، دار الطليعة، بيروت-لبنان، ط1، 2003.

3. جورج يول: التداولية، تر: قصي العتّابي، الدار العربية للعلوم ناشرون ، دار الأمان-الرباط، ط1، 2010.

4. الجيلالي دلاش: مدخل إلى اللسانيات التداولية، تر: يحياتن، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، 1992.

5. سارة ميلز: الخطاب، تر: عبد الوهاب علوب، المركز القومي للترجمة، ط1، 2016.

6. فرانسواز أرمينكو: المقاربة التداولية، تر: سعيد علوش، مركز الإنماء القومي، ط 3.

7. فيليب بلانشيه: التداولية من أوستين إلى غوفمان، تر: صابر الحباشة، دار الحوار، سوريا، ط1، 2007.

8. كاترين كيربرات – أوركيوني: المضمَر، تر: ريتا خاطر، المنظمة العربية للترجمة، بيروت-لبنان، ط1، ديسمبر 2008.

ثالثا- المجلات:

1. مجلة تعليمات، العدد 9، 2016.

2. مجلة العمدة في اللسانيات وتحليل الخطاب، العدد: 3، 2018.

3. مجلة التواصل في اللغات والآداب، المجلد: 25 ع: 1، مارس 2019.

4. مجلة التمكين الإجتماعي، المجلد 2، ع: 3، سبتمبر 2020.

5. مجلة الممارسات اللّغوية، المجلد: 11، ع: 3، أكتوبر 2020.

رابعا– الرسائل والأطروحات الجامعية:

1.رابح بلقاسم: الإشهار والتوازن الآلي للصحف الوطنية في الجزائر، دراسة مقارنة ليوميتي "الشعب"و"صوت الأحرار"، إشراف إبراهيم براهيمي، مذكرة ماجستير، الجزائر، 2006 -2007.

خامسا– الملتقيات العلمية:

1. بشير إبرير: الصورة في الخطاب الإعلامي–دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونيّة، جامعة عنابة، ملتقى الدولي الخامس "السيمياء والنص الأدبي".

سادسا– المواقع الإلكترونية:

1 –sawt al ahrar.dz موقع جريدة صوت الأحرار.

فهرس المحتويـــات

فهرس المحتويات

المحتويات	الصفحة
شكر	–
إهداء	–
مقدمة	أ–د
الفصل الأول مفاهيم حول التداولية والخطاب الإعلامي	
أولا– ماهية التداولية	07
1– مفهوم التداولية	07
2– نشأة التداولية ومهامها	11
3– علاقة التداولية بالعلوم الأخرى	14
4– قضايا التداولية	17
ثانيا– مفهوم الخطاب	35
1– الخطاب لغة	35
2– الخطاب اصطلاحا	36
ثالثا– ماهية الخطاب الإعلامي	40
1– مفهوم الخطاب الإعلامي	40
2–خصوصيات الخطاب الإعلامي	43
رابعا– التداولية والخطاب الإعلامي	50
الفصل الثاني أثر الأبعاد التداولية في الخطاب الإعلامي بجريدة صوت الأحرار	
أولا: التعريف بالجريدة وتحديد عينة الدراسة	54
1– تعريف الجريدة	54
2– هيكل تنظيمي والإداري للجريدة	58
3– مواضيع وأقسام الجريدة	63
ثانيا: استراتيجية العنونة، الواجهة الرئيسية وأبعادها التداولية في الجريدة	67
1– الوظائف الإخبارية والتأثيرية للعناوين في الجريدة	68
2– الوظائف الإخبارية للواجهة الرئيسية للجريدة	73
ثالثا: استراتيجية الحجاج في الجريدة	79

فهرس المحتويات

رابعا: الاشاريات وأبعادها التداولية في الجريدة	83
1– الإشاريات الشخصية في الجريدة	83
2– الإشاريات الزمانية في الجريدة	85
3– الإشاريات المكانية في الجريدة	86
4– الإشاريات الاجتماعية في الجريدة	87
خامسا: أفعال الكلام في الجريدة	88
1– أفعال الإخباريات	88
2– أفعال التوجيهيات	89
3– أفعال الإلزاميات	90
4– أفعال التعبيريات	90
5– أفعال الاعلانيات	91
سادسا: الاستلزام الحواري في الجريدة	92
1–النموذج الخطابي الأول	92
2–النموذج الخطابي الثاني	94
3– النموذج الخطابي الثالث	96
الخاتمة	99
قائمة المصادر والمراجع	102
فهرس الموضوعات	108