

مركزات الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام

The Pillars of Media Discourse in the Media

الدكتورة رنا عبداللطيف حامد

Rana Abdul Latif Al-Azawi

rana.a@comc.uobaghdad.edu.iq

كلية الإعلام – جامعة بغداد

University of Baghdad – College of Media

المستخلص

ظهر مفهوم تحليل الخطاب الإعلامي في الآونة الأخيرة والذي على الرغم من عدم اتفاق الباحثين على تعريف موحد له إلا أنه بات يستخدم على نطاق واسع في الكثير من الدراسات الإعلامية، ومنذ منتصف الثمانينيات أصبحت نظرية الخطاب تعتمد أكثر فأكثر في تحليل النصوص الإعلامية لكن هذا الجهد لم يكن كافياً في دراسة الرسائل والنصوص الإعلامية، وعلاقتها مع بنية المجتمع والسلطة، التي تسيطر عليه ومن هنا جاء التطور في محاولات التحليل الكيفي للرسائل الإعلامية

كما ويرمي البحث إلى التعرف على خصائص المركزات الإعلامية المستخدمة في الخطاب الإعلامي محل الدراسة واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي-التحليلي، أما المنهج المستخدم فهو المنهج النقدي (التحليل الخطابية): لتحليل البنية اللغوية والأيدولوجية للخطاب الإعلامي لعدد من التقارير الإخبارية المختلفة في إذاعة سوا .

Abstract

The concept of media discourse analysis has emerged in recent years. Despite the lack of consensus among scholars on a unified definition, it has come to be widely employed in numerous media studies. Since the mid-1980s, discourse theory has increasingly been used in the analysis of media texts; however, these efforts have not been sufficient to fully examine media messages and texts and their relationship with the structure of society and the power systems that dominate it. This limitation has led to the development of qualitative approaches aimed at analyzing media messages more comprehensively.

The present study seeks to identify the characteristics of the media foundations employed in the media discourse under examination. The researcher adopted the descriptive-analytical approach, while the primary methodological framework applied is the critical approach (discourse analysis), in order to analyze the

linguistic and ideological structures of media discourse in a selected number of diverse news reports broadcast by Radio Sawa.

مقدمة

تعد وسائل الاعلام بالنسبة للكثيرين النافذة التي يطلون من خلالها للعالم ، ومصدرا رئيسيا لتشكيل الراي العام لدى الجماهير، اذ تقدم هذه الوسائل يوميا مجموعة من الاخبار ووجهات النظر والعناوين التي قد تكون صحيحة او خاطئة او منحازة او محايدة كلا حسب الايدولوجية والسياسة المتبعة لديه والتي من شأنها ان تؤدي الغرض المطلوب منها وحسب سياسة وايدولوجية تلك الوسيلة بغض النظر عن بعض المفاهيم الاعلامية او الإنسانية او الاجتماعية ، اذ يتشكل الخطاب او النص الاعلامي لدى هذه الوسائل حسب توجهاتها وسياساتها والايدولوجية المتبعة لديها مما يضطر العاملين فيها كالمحررين او المراسلين الخ الالتزام بتلك المفاهيم او المصطلحات او المفردات حتى وان لم تتماشى مع مبادئهم او انسانياتهم، ويعد الخطاب: "مصطلح لساني، يتميز عن النص والكلام والكتابة وغيرها، ويشمل كل إنتاج ذهني، سواء أكان نثراً أم شعراً -منطوقاً أم مكتوباً- فردياً أم جماعياً، ذاتياً أم مؤسسياً، وللخطاب منطق داخلي وارتباطات مؤسسية، فهو ليس ناتجاً بالضرورة عن ذات فردية يعبر عنها أو يحمل معناها أو يميل إليها، بل قد يكون خطاب مؤسسة أو فترة زمنية أو فرع معرفي ما.^(١)

فالخطاب او النص الاعلامي صنف من أصناف الخطابات المتغلغلة في أعماق الحياة الاجتماعية المؤثرة فيها والمتأثرة بها، كما يعد صناعة ثقافية بأتم معنى الكلمة تتكاثر على إنتاجه وسائط متعددة يظهر ذلك في طبيعة الرسائل التي تتدفق عبر هذا الخطاب وسرعتها وطرق توزيعها وكيفية تلقيها الأمر الذي جعل من الإعلام محورا أساسياً في منظومة المجتمع، وذلك بعد أن ساد الإعلام ووسائله الإلكترونية الحديثة ساحة الثقافة.

ويستمد الخطاب الاعلامي أهميته من كونه منتجاً يأتي في إطار بنية اجتماعية محددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعّال في المجتمع، وله القدرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه. ولا يمثل تحليل الخطاب أداة لتحليل البيانات، أو مجرد معرفة لمعاني الكلمات، وإنما معرفة معقدة للغة من أجل فهم الممارسات الاجتماعية والاتصالات الناجحة، كما أنه عبارة عن منهج ونظرية أي عبارة عن حزمة متكاملة، فهو يشكل منظوراً بشأن طبيعة اللغة وعلاقتها بالواقع الاجتماعي^(٢). والخطاب الاعلامي واليات هذا الاخير للإقناع بالاستناد الى كون الخطاب الاعلامي هو خطاب إبلاغي تداولي ثري ومتنوع يهدف إلى الإبلاغ والإقناع والمتعة و هو من أبرز الخطابات الإنسان الحالي إنه الخطاب الاعلامي كخطاب عصري عابر للتخصصات^(٣).

ويأخذ الخطاب أشكالاً متعددة فهو قد يكون رسالة محكية أو مكتوبة وقد يقتصر على كلمة واحدة لكنها تعبر عن موقف ما كالثبينة على سبيل المثال والتي تعبر عن امتعاض أو غضب المرسل. يقول الباحث محمد شومان: إن الخطاب متحرك ومتغير وله جمهور وهدف وقصد معين وهو يتشكل من مجموعة من النصوص والممارسات الاجتماعية، وهو يتضمن أنواعاً عديدة من النشاط العلاماتي مثل الصور المرئية، والأفلام والرسوم البيانية كما الاتصال غير الشفهي مثل حركات الرأس واليدين^(٤).

(١) ميشيل فوكو، نظام الخطاب وإرادة المعرفة، ترجمة: أحمد سلطان وعبد السلام بن عبد العالي، (الدار البيضاء، المغرب: دار النشر المغربية، ١٩٨٥م)، ص ٩.

(٢) دراسات، مركز القرار للدراسات الإعلامية، التحليل النقدي للخطاب الاعلامي، السعودية، ١٩ / يوليو، ٢٠٢٣م.

<https://alqarar.sa/7217>

(٣) خالد كب، بلاغة الخطاب الاعلامي و آلياته العملية للإقناع، القاهرة: مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد السادس والعشرون شباط - فبراير ٢٠٢٤م، المجلد ٧، ص ١٠٦.

(٤) محمد شومان، اشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية: الدراسات المصرية نموذجاً، (مصر : جامعة المنيا، المجلة العلمية لكلية الآداب ، نيسان، ٢٠٠٤م) ، ص ٣٣.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

يضرِب هذا البحث إلى محاولة فهم شيء من "مرتكزات" النص الإعلامي منطلقاً من جملة من التصورات، منها ذلك الذي افترضه فولفجانج هاينمان في أن دراسات علم اللغة النصي text linguistics ما عادت تعنى بجعل النص أو جعل بنائه النحوي أو بنيته الدلالية نقطة الارتكاز في التحليل؛ بل نزعَت إلى أن يكون ذلك بما يتصل بالممارسات الاتصالية العملية التي تؤسس له، أو ما يتصل منها بصنع أدوات تحقيق حدس المرسل ومقاصده وقدرته على التأثير في المتلقي فيما يؤكد قبوله للرسالة^(٥)، وهو افتراض يعني أيضاً أن علينا أن نستعين بتصورات هذا العلم لا بتصورات علم اللغة الاجتماعي^(٦)، وحده في أية محاولة للاقترب من بنية النص الإعلامي القائمة أساساً على التوظيف الاتصالي ومركزيته فيه.

البحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

وتعد عملية اختيار مشكلة البحث من أهم المواضيع التي يجب أن ينتبه إليها الباحث بدقة تامة، فلا شك أن للاختيار السليم لموضوع البحث أثراً كبيراً على قيمة البحث ذاته وأي خطأ أو سوء تقدير في اختيار المشكلة قد يوقع الباحث في مزالق قد تؤدي بجهوده كاملة نحو الضياع وعدم الاستفادة بالشعور بمشكلة ما، الخطوة الأولى التي ينطلق منها الباحث في القيام بأي بحث علمي، هذا الشعور يدفع الباحث إلى محاولة إيجاد حل مناسب للمشكلة التي يشعر بوجودها فالتفكير كعملية يمثل نشاطاً لمواجهة المشكلات ونقطة البداية في البحث العلمي هو الاحساس بمشكلة، فبدون مشكلة تتطلب دراسة وتقصي لا يوجد بحث علمي، لأنه لا ينشأ من فراغ وعلى هذا فإن السمة الرئيسة التي تميز البحوث العلمية، هي أن تكون ذا مشكلة محددة وفي حاجة إلى أن تخضع للدراسة^(٧).

بالرغم من الدور الكبير الذي تؤديه وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الجمعي وتوجيه الرأي العام، إلا أن الخطاب الإعلامي غالباً ما يتأثر بالتحيزات السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية. ومن هنا تبرز الحاجة إلى دراسة المرتكزات التي يقوم عليها هذا الخطاب، لمعرفة كيف تُبنى رسائله، وما القيم والأفكار التي يروج لها، ومدى التزامه بالموضوعية والمهنية.

وتكمن مشكلة البحث في غياب وضوح المرتكزات الفكرية والمهنية التي يقوم عليها الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام، وتأثير ذلك على مصداقيته ودوره في تشكيل الوعي.

ثانياً: تساؤلات البحث:

يمكن أن تُطرح التساؤلات التالية:

- (١) ما المقصود بالخطاب الإعلامي؟ وما أهم خصائصه ووظائفه في السياق الإعلامي الحديث؟
- (٢) ما المرتكزات الأساسية التي يقوم عليها الخطاب الإعلامي؟ (مثل: الموضوعية، المصداقية، المصلحة العامة، الأيديولوجيا، التأطير الإعلامي).
- (٣) كيف تتجلى هذه المرتكزات في وسائل الإعلام المختلفة (المرئية، المسموعة)؟
- (٤) ما العوامل التي تؤثر في تشكيل الخطاب الإعلامي؟ (سياسية، اقتصادية، ثقافية، تكنولوجية)؟
- (٥) هل يلتزم الخطاب الإعلامي في الواقع بالمرتكزات المهنية والأخلاقية؟

ثالثاً: فرضيات البحث

١. يتأثر الخطاب الإعلامي بالانتماءات السياسية والاقتصادية لوسيلة الإعلام.
٢. تتراجع الموضوعية كلما زاد التوجيه الأيديولوجي في الخطاب الإعلامي.

(٥) فولفجانج هاينمان و ديتير فيهفجر ترجمة: فالح بن شبيب العجمي، مدخل إلى علم اللغة النصي، (الرياض: جامعة الملك سعود، ١٩٩٩م)، ص ٦١.

(6) Media Linguistics : On Mediality and Culturality , Martin Luginbühl , 10plus1: Living Linguistics Issue1I 2015I Media Linguistics p2

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

٣. تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي دوراً في إعادة تشكيل مرتكزات الخطاب الإعلامي التقليدي.
رابعاً: أهمية البحث

تتمثل أهمية الدراسة بأنها ستكون اضافة للدراسات

يمكن تحديد أهمية البحث من خلال ثلاثة جوانب هي:

(١): **الأهمية العلمية:** وتتمثل بمساهمة البحث في إثراء الجانب النظري في دراسات الإعلام من خلال تحديد مفهوم واضح ومتكامل لمصطلح الخطاب الإعلامي ومرتكزاته الفكرية والمهنية. كما أنه يضيف معرفة أكاديمية حول كيفية تشكل الخطاب الإعلامي ودوره في بناء المعاني وتوجيه الرأي العام. فضلاً عن تعزيز البحث من الربط بين الدراسات الإعلامية والتحليل الخطابى والنقد الثقافى، مما يفتح آفاقاً جديدة أمام الباحثين في هذا المجال. ومن جانب آخر يوفر إطاراً علمياً يمكن أن يُعتمد عليه في دراسات لاحقة تتناول الخطاب الإعلامي في سياقات سياسية أو ثقافية مختلفة.

(٢): **الأهمية المجتمعية:** البحث يسلط الضوء على أثر الخطاب الإعلامي في تشكيل الوعي المجتمعي، وما ينتج عنه من مواقف واتجاهات لدى الجمهور. ويساعد في رفع الوعي بأهمية الخطاب المسؤول الذي يقوم على الموضوعية والشفافية ويخدم الصالح العام. كما يمكن أن يساهم في تقويم أداء المؤسسات الإعلامية ودفعها نحو تبني خطاب أكثر مهنية وإنسانية. ويوضح للمتلقى العادي كيفية قراءة الخطاب الإعلامي بوعي نقدي، مما يعزز الثقافة الإعلامية في المجتمع.

(٣) **الأهمية التطبيقية:** يقدم نتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير سياسات التحرير الإعلامي داخل المؤسسات الإعلامية. ويساعد الإعلاميين والمحررين في تحسين أساليب بناء الرسالة الإعلامية وفق مرتكزات علمية ومهنية واضحة. كما يمكن أن يكون أداة تدريبية في كليات الإعلام أو مراكز التدريب الإعلامي لتحليل الخطاب وتقييمه. وهو يتيح أيضاً لصناع القرار الاستفادة من نتائجه في توجيه الخطاب الإعلامي الوطني بما يخدم أهداف التنمية والاستقرار.

خامساً: أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى:

- ١) تحديد المفهوم النظري للخطاب الإعلامي وبيان خصائصه ووظائفه.
- ٢) الكشف عن المرتكزات الأساسية التي يقوم عليها الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام المختلفة.
- ٣) تحليل طبيعة العلاقة بين الخطاب الإعلامي والعوامل المؤثرة فيه (السياسية، الاقتصادية، الثقافية).
- ٤) تقويم مدى التزام الخطاب الإعلامي بالمهنية والموضوعية.

٥) سادساً: حدود البحث ومجالاته

١. **الحدود الموضوعية:** يقتصر البحث على دراسة مرتكزات الخطاب الإعلامي دون التوسع في تحليل كل محتوى إعلامي أو مؤسسة محددة.
٢. **الحدود المكانية:** ركز البحث على وسائل الإعلام الأجنبية الموجهة للعراق وتحليل نصوصها الإعلامية بالمقارنة مع تناول هذه المصطلحات المستخدمة في إذاعة سوا مع وسائل محلية وعربية العربية.
٣. **الحدود الزمنية:** يغطي البحث المدة من عام ٢٠١٥ إلى ٢٠٢٤، لما تمثله من مرحلة غنية بالتحويلات الإعلامية و السياسية والاقتصادية والاجتماعية فلقد تم اختيار نصوص إعلامية سياسية وامنية واقتصادية وخدمية واجتماعية على مراحل مختلفة خلال المدة الزمنية المذكورة

سابعاً: منهج البحث

(٧) كامل حسون القيم، مناهج واساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الانسانية، (بغداد: المكتبة الوطنية للطباعة والنشر، ٢٠٠٧م)، ص ١٥٦.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية الذي تهدف إلى وصف الظاهرة والتعريف بها وإعطاء معلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة موضوع البحث^(٨)، أما المنهج الذي اعتمدته الباحثة فهو المنهج المسحي الذي يهدف لتكوين قاعدة أساسية من البيانات والمعلومات في تخصص ما^(٩).

ثامناً: أدوات البحث

أعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون وهو " تصنيف المادة المكتوبة أو المسموعة أو المرئية وفق معايير محددة بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل والمحتوى ومرتكزات الخطاب الإعلامي النظرية والعلمية"^(١٠) والتي تعد من انسب الأدوات استخداماً لمثل هذا البحث. كما واستخدمت الباحثة أداة الملاحظة (Observation) لبعض التقارير كأمثلة لمتابعة كيفية عرضها في إذاعة سوا وتحليل نصوصه موضوع الدراسة.

ثامناً: مجتمع البحث وعينته

يتكون مجتمع البحث من مجموعة من المواد الإعلامية (المتمثلة بعدد من التقارير الإخبارية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية الخ في إذاعة سوا) التي تُنتج وتُبث عبر إذاعتها وموقعها الإلكتروني خلال الفترة المحددة للدراسة.

أما عينة البحث: عينة من التقارير الإخبارية المختلفة التي بثت عبر إذاعة سوا للمدة من ٢٠١٤/١١/١ ولغاية ٢٠١٥/٣/١ بالإضافة الى تحليل بعض النصوص كأمثلة على استخدام المرتكزات في الخطاب الإعلامي.

تاسعاً: المصطلحات الإجرائية

(١) **الخطاب الإعلامي:** هو جملة الرسائل والمضامين التي تنتجها وسائل الإعلام بهدف التأثير في الجمهور وتوجيه الرأي العام، متضمنة اللغة والأسلوب والمحتوى والأهداف الأيديولوجية الكامنة خلفها.

(٢) **المرتكزات:** يقصد بها الأسس الفكرية والمهنية والقيمية التي يستند إليها بناء الخطاب الإعلامي، مثل المصادقية، الموضوعية، الحياد، والتأطير الإعلامي.

(٣) **وسائل الإعلام:** تشمل القنوات التلفزيونية، الصحف الورقية والإلكترونية، الإذاعات، والمنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم محتوى إعلامياً للجمهور.

المبحث الثاني: الإطار النظري

أولاً : مفهوم النص :

حُدّد مفهوم (النص) بوجه عام عند الذين عنوا بدرسه بأنه ضرب من (نسج لغوي Text) يخضع لجملة من القواعد النحوية النصية التي تنظمه^(١١) ودلالة (النسج) ههنا تلمّح إلى تداخل معجمي بين مفهوم (النص) في اللغات الأوربية ومفهوم (النسج) ، بل نكاد نجد أن تلك اللغات كلها تنزع إلى أن تتداخل بين المفهومين، ولعل ذلك حاصل لأنها اقتبست المصطلح من اللفظ الإغريقي textus الذي يدلّ في تلك اللغة على عملية النسج الخاصة بالقماش، لكنه تجاوز ذلك ليشير إلى أسلوب العمل الكتابي (Style of literary

(٨) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتاب، ٢٠٠٠م)، ص ١٥٧.

(٩) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (دولة الامارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م)، ص ١٦٣.

(١٠) بركات عبد العزيز، مناهج البحث الاعلامي الاصول النظرية ومهارات التطبيق، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٥م)، ص ٢٥٥.

(١١) فولفجانج هاينمن وديتر فيهفجير ، مرجع سابق ، ص ٦١.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

(work) ^(١٢) ، وهو أمر يتضمن مشابهة نسج الكلمات نسج الخيوط ، ثم استقر ذلك اللفظ عندهم ليكون المصطلح الذي يدلّ على مفهوم " النص " ^(١٣)؛ وكأنّ التباس تداخل الدلالة بين النسجين هو الذي قاد رولان بارت إلى أن يعيد تفسير مفهوم (النسج) في النص بروح مفعٍ بفهم وظيفة الكتابة، فضرب عن مشابهة " نسج القماش " إلى مشابهة " نسج العنكبوت "؛ إذ وجد أن نسج العنكبوت يماثله في الوظيفة، فتلك الوظيفة في نسج العنكبوت تكمن في انقلابه إلى "فخ" تقع فيه الكائنات الصغيرة، بل قد تقع فيه تلك العنكبوت التي نسجته نفسها؛ فذهب بسبب من تلك المشابهة إلى أن ما ينبغي أن نفعل في النص أن نركز اهتمامنا في داخل نسيجه على الفكرة التوليدية التي يتخذها لنفسه، ثم ينشغل بها من خلال تشبيك دائم، وأن الذات إذ تكون ضائعة فيه تكاد تنحل كما لو أنها كانت تلك العنكبوت التي تذوب نفسها في الإفرازات البانية لنسيجها ^(١٤). إن أهمية هذا التصور في أكبر الظن تقع في تركيزه بدرجة ما على صفات النص الداخلية المهيمنة ووظائفها الاتصالية لا على كينونته نفسها وهو واحد من المنطلقات التي ينبغي لنا أن نتعامل معها . وفي الحق أن مفهوم النص كان دائما مفهوما إشكاليا عند عامة الدارسين ^(١٥)؛ أرجع فريق منهم ذلك إلى المجالات المتباينة التي تتنازع ^(١٦)، وأرجعه فريق آخر إلى التصورات شديدة التفارق التي كانت تحتويه ^(١٧)؛ أو توماس بالمر إذ لم يجد فيه سوى ضرب من " تتابعات وحدات صرفية جيدة السبك يمكن علاجها بتوسيع نحو الجملة " .

والخلاصة أن ليس في وسع هذا الاتجاه أن يعطينا تصورا واضحا عن حدود النص، أو حدود مفارقتها للجملة التي هي في أغلب الظن تؤلف كيانا نحويا خالصا يتحدد في ضوء المستوى النحوي، في حين أن معرفة النص وحدوده ووظائفه تحتاج منا في أقل تقدير معايير أخرى نعتقد أنها كامنة في بنيته المتشابهة، يكون لها وحدها أن تحدد لنا سماته النصية، ^(١٨) ووظائفه الاتصالية على نحو أكثر وضوحا وتحديدا. وعنيّ الاتجاه الثاني منهما بتجاوز تلك البنية اللغوية - على الرغم من اعترافه بها مكونا نصيا أساسيا - إلى ما نصطلح عليه بالبنية الاتصالية، أو النظر إلى النص على أنه تركيب معقد ينشأ عن البنيتين معا، ومن هذه التعريفات التي نزلت إلى تعميق الفهم الاتصالي للنص كان تعريف (برينكر) الذي ذهب فيه إلى أن النص وحدة منسجمة تقوم على التوازن بين مركبين أساسيين هما اللغة والتواصل ^(١٩)؛ كأنه بهذا يقترح علينا مفهوما يدمج بين البنيتين اللغوية والتواصلية ^(٢٠) في نسج واحد، ولا يكاد تعريف (شميت) يبعد عن هذا؛ إذ نظر إليه بوصفه " موضوعا محددا داخل الحدث الاتصالي "، وكذا تعريف هارتمان في أنه " علامة لغوية أصلية تبرز الجانبين الاتصالي والسميائي " ^(٢١).

إن الأهمية المنهجية لهذا الاتجاه تكمن في أكبر الظن في تركيزه على أن النص يتجاوز كونه عملاً لغوياً خالصاً إلى كونه عملاً اتصالياً وظيفياً؛ ولعلنا نجد أنه من أجل ذلك يتجاوز حدود نظام العلامات اللغوية إلى أشياء تقع خارج بنية تلك العلامات؛ كي يصطنع تفاعلا اتصالياً وظيفياً ، وهو ما يوضحه تعريف كالابر

(١٢) Media Linguistics : On Mediality and Culturality , Martin Luginbüdl , 10plus1: Living Linguistics Issue11 2015I Media Linguistics p2

(١٣) كلاوس يرنكر، التحليل اللغوي للنص / مدخل إلى المفاهيم الأساسية والمناهج، ترجمة سعيد حسن بحيري، (القاهرة: مؤسسة المختار، ٢٠٠٥م)، ص ٢٢-٢٣.

(١٤) حنان سعادات عودة، رسائل ابن حزم : دراسة في رسالتي طوق الحمامة و في مداوة النفوس أنموذجا : دراسة في نحو النص، (عمان : الان الناشر والموزعون ، ٢٠١٥م)، ص ١٦.

(١٥) المرجع نفسه، ص ١٨ و ص ١٠٣.

(١٦) المرجع نفسه، ص ٢٠.

(١٧) سعيد حسن بحيري، علم لغة النص / المفاهيم والاتجاهات، (القاهرة: الشركة المصرية للنشر، لونجمان، ١٩٩٧م)، ص ١١٥.

(١٨) كلاوس يرنكر، مرجع سابق، ص ٢٢-٣٠.

(١٩) المرجع نفسه، ص ٢٤-٢٥.

(٢٠) المرجع نفسه ص ٢٧-٣٠.

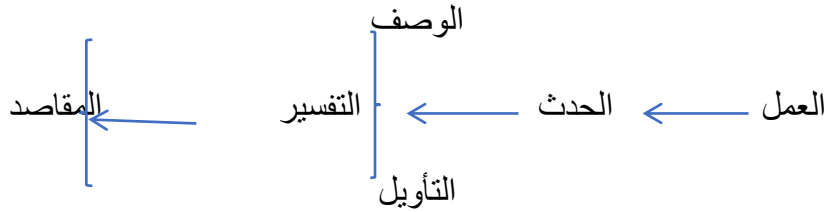
(٢١) سعيد حسن بحيري، مرجع سابق، ص ١٠٨.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

في أن النص إنما هو " مجموعة الإشارات التي ترد في تفاعل اتصالي"، أو تفسير فولفجانج هاينمان بأن ذلك كان لأنه يشتمل أساسا إشارات اتصالية غير لغوية^(٢٢)؛ أو ما ذهبت إليه كريستينا حين عدت النص جهازا (عبر لساني)^(٢٣)؛ لاشتماله على علامات غير قابلة للحشر في المقولات اللغوية وحدها، إذ إن كينونته قائمة أساسا على توأصليته^(٢٤).

قدم لنا فان ديك تصورا متقدما عن البنية الاتصالية للنص، خلص فيه إلى أن هذه البنية تكون على نحو ما بنية موازية للبنية اللغوية، تقوم على وحدة ذات طبيعة اشتباكية هي (الحدث)، ثم يرى أن كينونة هذه الوحدة (أي الحدث) بالنسبة للعمل الاتصالي أنها تمثل مفهوما موازيا لمفهوم (المعنى) بالنسبة لسلسلة الأصوات اللغوية؛ فالحدث هو الذي يقدم لنا إدراكنا أو وصفنا أو تأويلنا للعمل، وينبغي أن نتعامل معه على نحو ما نتعامل مع مفهوم (المعنى) الذي يقدم التفسير اللغوي المطلوب من سلسلة الأصوات اللغوية في النص^(٢٥)، ولأنها عنده بنية موازية للبنية اللغوية في داخل النص، فإن أهمية تدبرها تصبح أمرا لازما في فهم كينونة النص.

ويمكن إجمال تلك البنية الاتصالية عنده بالمخطط الآتي :



معايير تحليل النص

قد يكون من المهم لنا أن نضع " تداولية" النص بوصفها تصورا مركزيا في عملية التحليل النصي؛ إذ ليس باستطاعة أحد قطعا افتراض التحليل من غير أن ينظر إلى منتج النص وعمليات الانتاج واستحضار قبول المتلقي، وإذا كان لنا في هذا الصدد أن نتجاوز نماذج التحليل التي تنظر إلى النص بوصفه حدثا لغويا خالصا، كتحليل لوتمان Lotman الذي اعتمد فكرة (التركيبية)، فرأى أن منهج التحليل إنما يقوم على عزل ما يأتي^(٢٦):

١. التعبير : وهو عنده التجسيد المادي للنظام اللغوي الخاص بالنص بوصفه (كلاما) طبقا لمفهوم دوسوسير.

٢. التحديد : ويعني به الدلالة غير القابلة للتجزئة للنص، وعنده كل تجزئة ستجعله نصا آخر.

٣. الوحدة البنيوية، إذ يمثل النص عنده بنية متكاملة من جملة العناصر، بل أن بنيويته تلك هي شرط كونه نصا^(٢٧).

نقول إذا كان لنا أن نتجاوز ذلك إلى نماذج تتصف بمنهجية ازدواجية البنية نجد أمامنا الأنموذج الذي قدمه بوجراند، وهو أنموذج يقوم على افتراض كون النص وجودا معقدا متشابكا يتصل (بموقف حدوث SITUATION OF OCCURRENCE تتفاعل فيه مجموعة من المرتكزات STRATEGIES، والتوقعات EXPECTATIONS والمعارف KNOWLEDGE في بيئة شاسعة نستخدمها عليها

(٢٢) فولفجانج هاينمان، مرجع سابق، ص ٨-٩.

(٢٣) جوليا كريس طيفا، علم النص، ترجمة فريد الزاهي، (المغرب : دار توبقال، ١٩٩٧م) ص ٢١.

(٢٤) سهل ليلي، حدود النص في الدرس اللساني الغربي، الجزائر: مجلة الخطاب، المجلد ١٣، العدد ٢، ٢٠١٨م، ص ١٠٦.

(٢٥) تون ز فان ديك، علم النص - مدخل متداخل الاختصاصات، ترجمة: سعيد حسن بحيري، (القاهرة: دار القاهرة للكتاب، ٢٠٠١م)، ص ١٢٥-١٢٦.

(٢٦) صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص، (الكويت : سلسلة عالم المعرفة، ١٩٩٣) ص ٢١٥-٢١٦.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

بالسياق CONTEXT ، يلابسه تركيب داخلي هو سياق البنية CO-TEXT^(٢٧) ؛ فهو لذلك ليس " مجرد صورة مكونة من الوحدات الصرفية أو الرموز " ؛ بل " تجلّ لعمل إنساني ينوي به شخص ما أن ينتج نصا، ويوجه السامعين به إلى أن يبنوا عليه علاقات من أنواع مختلفة " ^(٢٨)، ثم يقترح من أجل ذلك مجموعة من المعايير ذات الطبيعة الإجرائية لاكتشاف موجودات النص وهذه المعايير عنده هي :

١. السبك : ويُعنى بالترابط الرصفي ووسائل التضام من قبيل العبارات والتركيبات، والجمل، والألفاظ الكنائية، والتكرار، والحذف، والأدوات، والروابط، والاستبدالات.

٢. الحبك : أو الالتحام ويُعنى فيه بالترابط المفهومي، والعناصر المنطقية للالتحام كالسببية والعموم والخصوص ومعلومات تنظيم الأحداث والأعمال والموضوعات والمواقف وما يتصل بالتماسك بالتجربة الإنسانية .

٣. القصد الذي يتضمن موقف منشيء النص.

٤. القبول الذي يتضمن موقف مستقبل النص .

٥. الموقف الذي يتضمن ما يجعل النص مرتبطا بموقف سائد.

٦. التناسل الذي يتضمن العلاقات بين النص ونصوص أخرى سالفة.

٧. الإعلامية التي تتضمن العامل المؤثر بالنسبة لعدم الجزم في الحكم على الوقائع في النص مقابل البدائل الممكنة^(٢٩).

فنخلص من هذا إلى أن النص عنده مشتمل على موجودات تقع طائفة منها خارج النص نفسه من قبيل منتج النص وقوته الإنجازية ومقاصده ، والمتلقي وموقفه من النص وقدراته التأويلية، ثم الظروف المحيطة بعملية الانتاج والتلقي ودرجة توقع المعلومات الجديدة وكفايتها الإعلامية، وهي كلها – إن أنعمنا النظر - عناصر ذات طبيعة اتصالية بحتة.

تصنيف النص: يمثل تصنيف النص موضع إشكال آخر؛ لأننا لا نستطيع بدرجة ما تحديد المعيار الرئيس لهذا التصنيف، وقد لاحظ هاینمان على نحو ما رأينا سابقا أن أغلب ما قُدم من تصنيفات كان يجري في داخل(اللغة)أي بمراعاة ظواهرها وحدها؛ وتبعاً للموجودات اللغوية وحدها ؛ ويفهم عينة النص على أنها (تركيب أو منشأة من علامات وأنها منتج خليط من المركبات الأولية التي تعكس كل منها جوانب من عينة النص).

وقدمت (ساندريك) تصنيفا إجرائيا يعتمد جملة من المعايير الكامنة في داخل النص نفسه أي في لغته والصفات القواعدية الخاصة به والصياغة المميزة، ثم جملة من المعايير تتصف بأنها مما يقع خارج النص من قبيل شروط الاتصال وشروط الحدث.^(٣٠)

وقدم (جروسية) تصنيفا انطلق فيه من مفهوم (وظيفة النص) المهيمنة فيه أي من الوظيفة الاتصالية ، وقد عرّفها بأنها " قصد التواصل لدى الباث المعبر عنه بوسائل محددة ، وسارية عرفيا ، أي مقررّة بشكل ملزم في جماعة التواصل ، ثم خلص إلى أن الوظائف المهيمنة في النصوص هي التي تصنع أشكالها وأفعالها الإنجازية "^(٣١).

وهو مفهوم كان قد استقر أيضا في تصنيف (سيرل) لـ (الأفعال الكلامية speech Acts)؛ إذ جرى التصنيف في ضوء الفعل الإنجازي الذي يمثل عنده القصد الاتصالي أو الوظيفة المهيمنة؛ فوضع من أجل

(٢٧) روبرت بوجراند، النص و الخطاب و الإجراءات، ترجمة تمام حسان ، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٨م)، ص ٩١.

(٢٨) المرجع نفسه، ص ٩٢.

(٢٩) المرجع نفسه، ص ١٠٤-١٢٥.

(٣٠) فولفجانج هاینمان و ديتير فيهفيجر ، مرجع سابق، ص ١٨٦-١٨٨.

(٣١) المرجع نفسه، ص ١٢٢ وينظر ص ١٩٣.

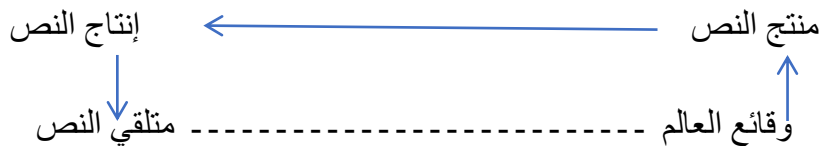
مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

ذلك مثلاً النصوص التي تعنى بالتقرير والزرع والتنبؤ والإيضاح والتشخيص والوصف تحت تصنيف بعينه هو (الإخباريات) ^(٣٢).

تصنيف النص الاعلامي: يقوم تصنيف النص الاعلامي بوصفه نصاً على قصد مهيمن واقع في عملية الاتصال نفسها لا في البنية اللغوية، ويمثل هذا القصد الجانب الاستراتيجي فيه، بل يمكن القول إن صفة (الاعلامية) في النص إنما لحقته بسبب من تلك الوظيفة المهيمنة التي هي وظيفة الإبلاغ أو نقل المعلومات الجديدة - قبل كل شيء - إلى المتلقين عبر وسيلة اتصال عامة (هي الصحف والراديو والتلفزيون)، ويمثل ذلك الإبلاغ فعلها الإنجازي الظاهر في أقل تقدير، منطلقين في ذلك من المقولة التي تذهب إلى أن الإعلام أساساً يقوم على مبدأ رئيس هو "مدى انعدام العلم extent of unknownness" ^(٣٣)

بتعبير آخر يمكن القول إن وظيفة النص الاعلامي المهيمنة تكمن في (إعلاميته)، لا في (بنيتها) اللغوية، وقد يجوز لنا القول أيضاً بأن تلك (الاعلامية) بسبب كونها العنصر البراجماتي Pragmatic الرئيس في النص هي من يقوم بمنحه شكله وفعله الإنجازي illocutionary act ^(٣٤)، ولعل الأمر شبيه بدرجة ما بالذي تفعله "الأدبية" في داخل النص الأدبي؛ إذ يرى عامة الباحثين - وعلى رأسهم ياكوبسن وتودوروف - أن تصنيف النص الأدبي إنما يستند إلى محرك داخلي كامن فيه هو ذلك الذي اصطلاحاً عليه بالأدبية (أو الشعرية)؛ فوصل بهم الأمر إلى أن النصوص الأدبية إنما تقوم قبل كل شيء على هيمنة هذه الأدبية في داخلها ^(٣٥)، فهل يكون لنا أن نضع "فصلاً" - بالمعنى الذي وضعه المناطقة يمثل عندنا الفاصل بين النص الاعلامي وغيره من النصوص على نحو ما فعل الباحثون في جوهريّة "الأدبية" في فصل النص الأدبي من غيره؛ فنقول إن المحرك الرئيس للنص الاعلامي إنما يكمن في إعلاميته تلك.

مفهوم الإعلامية: نقول بدءاً إن مرّج المصطلح كان (روبرت بوجراند) على نحو ما ذكرنا آنفاً، وقد جعله في جملة معايير يحتاجها المحلل في تصور بنية "النص" أي نص - إعلامياً كان أو غير إعلامي - ، ثم قد رأى أن تلك الإعلامية تمثل "العامل المؤثر في مسألة الجزم في الحكم على الوقائع المشار إليها في النص في مقابل البدائل الممكنة" أو (مدى التوقع الذي تحظى به وقائع النص المعروف في مقابل غير التوقع أو المعلوم مقابل المجهول) فهي عنده إذن مفهوم يتعلق بمقدار الجدة في المعلومات المتصلة بالوقائع ومدى تأثيرها في المتلقي، ومن أجل ذلك نظر إليها على أنها معيار مهم في تحليل النص، وهو مرتبط بأربعة عناصر ذات طبيعة اتصالية هي منتج النص وعملية إنتاج النص ثم متلقي النص والوقائع المتعلقة بالعالم ^(٣٦)، ويمكن لنا أن نوضح هذا الارتباط بالمخطط الآتي:



إذ تصل وقائع العالم إلى المتلقي عن طريق اتصال يقوم به منتج ما متحكم أساساً بعملية إنتاج النص، غير أن ذلك المتلقي يُخضع تلك العملية من جهته إلى درجة قبوله وإلى مجموعة من الافتراضات التي يؤمن بها، ولا يقبلها على أنها أمر مسلم به؛ ويفسر بوجراند ذلك بأن ثمة عقداً للتواصل "يسمح لأطراف التبادل أن يعترف كل طرف بالآخر بملامح هوياتهم المحددة بوصفهم فاعلي هذا الفعل، وكذا تعرف زمن الفعل والاعتبار بوجاهة الظروف" ^(٣٧).

(٣٢) المرجع نفسه، ص ١٣٣.

(٣٣) روبرت بوجراند، مرجع سابق، ص ٢٧٦.

(٣٤) فولفجانج هاينمن وديتر فيهفجر، مرجع سابق، ص ١٨٨.

(٣٥) رينيه وليك وأوستن وارن، كتاب نظرية الأدب، تعريب د. عادل سلامة، (المملكة العربية السعودية: دار المريخ، ١٩٩٢م) ص ٣٥-٣٦، ورومان جاكسون، الطاهر بومزير، كتاب التواصل اللساني والشعرية / مقارنة تحليلية لنظرية منشورات (لبنان، الدار العربية للعلوم، ناشرون ومنشورات الاختلاف، ٢٠٠٧م) ص ٥١-٥٢.

(٣٦) روبرت بوجراند، مرجع سابق، ص ١٠٤-١٠٥.

(٣٧) المرجع نفسه، ص ١٨٣.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

لكن ذلك يعني من جهة أخرى أن (الإعلامية) ليست جزءا من النسيج الداخلي للنص وإن بدت كأنها هي العامل الرئيس المؤثر في بنيته بوصفها فعله الإنجازي المهيمن، أو لنقل وظيفته المهيمنة، ولعل أقرب تمثيل يمكن اقتراحه في هذا الصدد هو مفهوم (السر)؛ إذن إن سرية تلك ليست جزءا داخليا منه، لكنها تمثل العامل المؤثر في كونه سرا، بل هي المرتكز الذي يستند إليه، وأنه بانهييار تلك السرية تنهار داخلية أيضا^(٣٨).

مفهوم الكفاية الإعلامية

ذهب جراند إلى أن بإمكاننا تتبع إعلامية أي نص من خلال دراسة درجة الكفاية الإعلامية فيه في ضوء مبدأ (الجدة والتوقع)، وتحديد نسبة احتمال ورود ذلك في موقع بعينه؛ إذ كلما بعد احتمال الورد ارتفع مستوى الكفاية، وقد أدرج لنا ثلاثة مستويات لهذه الكفاية هي^(٣٩):

١. كفاية إعلامية دنيا : يكون مضمون الإبلاغ فيها بحدود ماهو متوقع فعلا، أو هي ضمن بدائل متوقعة بدرجة عالية.

٢. كفاية إعلامية متوسطة يكون مضمون الإبلاغ فيها بتوقع دون منطقة الاحتمال العليا الي سبق ذكرها.

٣. كفاية إعلامية عليا يكون مضمون الإبلاغ فيها خاصا بوقائع غير متوقعة أو أحداث مثيرة أو مفاجئة تتطلب منا كثيرا من الاهتمام والانتباه.

إن من المهم الإشارة ههنا إلى أن الإعلامية ليست معيارا خاصا بالنص الإعلامي، بل هي معيار في كل نص، بيد أن الفرق الجوهرى بين النص الإعلامي وغيره من النصوص على نحو ما نوهنا آنفا أن هذه الإعلامية ستبدو مرتكزا مهيمنيا في النص الإعلامي وحده .

إن هيمنة (الإعلامية) على النص الإعلامي على ما نزع تشير مباشرة إلى أن هويته النصية إنما تقوم على جدة الوقائع التي يشتمل عليها، أو على قوة التوقع فيها، وأنه لو جُرد من ذلك سينقلب به الحال من نص إعلامي إلى نص تاريخي، ولعله من أجل ذلك أشار بوجراند إلى أنه ليس من وجود لـ (نصوص إعلامية قديمة؛ بل ثمة أعمال إعلامية سابقة)^(٤٠)؛ فكأنه بهذا قد نزع إلى عدّ (الإعلامية) شيئا متصلا بعملية إنتاج النص لا شيئا متصلا بكيونته الداخلية^(٤١)، أي أن النص الإعلامي إنما هو (إعلامي) في (الآن)، أي يقوم على الوجود (الآن) للتوقع؛ ولذا جاز لنا القول بأننا لا نقرأ نصوص الصحف القديمة – إن فعلنا ذلك - بوصفها نصوصا إعلامية؛ بل بوصفها نصوصا تاريخية تسرد علينا وقائع قد جرت وسقط عنها التوقع .

مفهوم التوقع: يقوم مفهوم " التوقع " على كثرة البدائل في إمكانات حدوث الوقائع؛ ولأنه كذلك صار مما يحتاج منا إلى شيء من نظر متدبر؛ إذ إنه يتضمن استلزاما ما : هو أن النص الإعلامي لا يشتمل على أي ضرب من التعبير الذي تستدعيه المخيلة؛ فلا موضع فيه لمجاز يحتاج إلى تأويل أو يقود إلى إشكال، إن التوقع في النص الإعلامي يدفع به إلى أن يكون قائما على معيار (الصدق والكذب) وحده، بعبارة أخرى يظهر الأمر كأن التوقع والمجاز يقف بعضهما مقابل بعض متضادين في هذا النص ؛ لأن أي تضامن بينهما يعني أننا قد خرجنا من مفهوم (الإعلامية) السالف الذكر إلى مفهوم (الأدبية) الذي يمثل (المجاز) على نحو ما مركزه؛ لأننا في أقل تقدير نحافظ في النص الإعلامي على أن " تسود فيه تنظيمات عالم المتلقي "، ولعل إشارات بوجراند التي تحدث فيها عن الكفاية الإعلامية في النص الأدبي التي تؤكد أن : " عالم النصوص الخرافية يوجه منشئ الإجراء إلى الحد من تطبيق ما يناسب العالم الحقيقي من توقعات " ^(٤٢) ؛ تقرب إلى

(٣٨) لعل تعليقات الباحثين في هذا الشأن توثق هذا الأمر ؛ فقد ذهب د. سعد مصلوح إلى أنها ليست عنصرا داخليا في النص، وإنما مما يتصل بالسياق المحيط بالنص(نحو أجرومية للنص الشعري دراسة في قصيدة جاهلية (مجلة فصول :المجلد ١٠ ، العدد ٢٠١ ، ١٩٩١م) ص ١٥١-١٦٦ ، وإليه ذهب أيضا الباحثان عقيل عبد الزهرة مبدر وعبد الخالق فرحان شاهين في (الأصول المعرفية لمعيار الإعلامية في التراث النقدي والبلاغي عند العرب ٢٤٩)

(٣٩) روبرت بوجراند ، مرجع سابق، ص ٢٤٩-٢٥٥ .

(٤٠) المرجع نفسه ، ص ٢٧٦ .

(٤١) المرجع نفسه، ص ١٠٦ .

(٤٢) المرجع نفسه، ص ٢٥٨ .

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

الأذهان ما يطلب منا مفهوم سيادة "تنظيمات عالم المتلقي" في النص الإعلامي ؛ إذ إن هذا العالم في ذلك النص يرتبط بعالم الحقائق وحدها ، وبهذا تبدو إعلاميته مفارقة لنمط إعلامية النص الأدبي ؛ إذ قد يكون عالم النص الأدبي عالما خرافيا أو مما يمزج الوقائع بما هو متخيل فيجعل ذلك المزج عالما واحدا له واقعيته المقنعة على الرغم من خياليته ، فنحن مثلا قد نجد في عالم أليس في بلاد العجائب عالما مقبولا ؛ إذ لا يخلو من كثير من توقعات عالم الحقائق على الرغم من خياليته ، بل قد تكون تلك الممازجة هي ما يجعله مقنعا عند المتلقي باعتبار أن ذلك ضرب من قواعد اللعبة، وهو ما يفهم " من بعض المجالات بالتقابل مع العالم الحقيقي : كنسبة أدوار إنسانية للحيوانات، أو كون الحيوانات تلعب لعبة الورق "^(٤٣) وهلم جرا.

وخلاصة الأمر في هذا الشأن أن التوقعات ذات الطبيعة غير الواقعية إنما تقع في النص الأدبي، بل قد تكون من عناصر قوته وأبديته في حين أنها ستكون في النص الإعلامي من عناصر ضعفه وانهيائه . وفي الحق أن ذلك يدفعنا إلى تأمل أعمق في مفهومي " التوقع " و " اللاتوقع " ؛ فنحن في الخطاب الإعلامي نطلب عادة اللامتوقع، ولكن بحدود وقائع العالم وحدها، أو ما يقع حقيقة، لا ما يمكن أن يجري في الخيال أو يقترب منه؛ بل لنا أن نقول إن الكفاية الإعلامية لأي نص إعلامي إنما تقوم على مدى ذلك (اللاتوقع) في ما هو متوقع، وهو ما أشرنا إليه آنفا في الخضوع الكلي لمعيار الصدق والكذب ، لا معيار الواقع والخيال، ولعل المثال البارز ههنا يتوضح في كل تلك التسريبات " اللامتوقعة " التي صاحبت حادث اغتيال الصحفي جمال الخاشقجي في قنصلية بلاده، إذ كانت كل تلك التسريبات غير متوقعة ومفعمة بالإثارة ولا يمكن لها أن تخطر على بال، لكنها في الوقت نفسه كانت مما يقع في إطار (متوقع) وواقعي جدا خلاصته مقتل الصحفي المذكور ومحاولة إخفاء جثته.

إن ذلك على نحو ما يساعدنا في بناء معيارية قريبة مما نطلب من الدقة في تحديد درجة الكفاية الإعلامية في لغة الإعلام؛ فالكفاية العالية في هذا الصدد إنما تقوم على وجود بدائل غير متوقعة ضمن مبدأ التوقع نفسه لا خارجه، إن علينا أن نتعامل مع ذلك اللاتوقع على أنه ضرب من كسر التوقع في حدود واقعيته نفسها ، ومن أجل ذلك يمكننا تصنيف النصوص الإعلامية في ضوء هذا المعيار؛ فأخبار زيارة روتينية يقوم بها وزير محلي إلى مؤسسة محلية ستكون كفايتها الإعلامية في أوطأ الدرجات، في حين ستكون في تلك الزيارة نفسها عالية جدا إن حدث ما ليس متوقعا كالاغتيال على ذلك الوزير في أثناءها .

وفي العودة إلى مفهوم (الصدق) في النص الإعلامي - الذي أشرنا إليه فيما سبق - يمكن لنا أن نستعير طريقة برينكر لتوضيح هذا المفهوم ؛ إذ ذهب إلى أن شرط هذا الضرب من النصوص هو أن تطابق المفردات (أي المضمون) العالم (أي الوقائع) (From Words to World)، وأن الأمر يكون معكوسا تماما في النصوص الأخرى- من قبيل النصوص الأدبية - حين لا تهيمن الوظيفة الإعلامية فيها بل أن يكون القصد أساسا أن يطابق العالم (أي الوقائع) المفردات (أي المضمون) (From World to Word)^(٤٤).

ولأن الأمر كذلك سيبدو (المجاز) شيئا لا يتوافق مع مبدأ التطابق فكيف يمكن لنا التعامل معه في إنتاج النص الإعلامي؟ ، و لنا أن نشير إلى أن النص الإعلامي قد يشتمل على تعبيرات مجازية، غير أنها مما يمكن أن ينظر إليه على أنه من باب (المجاز المنسي)، أو ما يعرف بـ (العبارات الاصطلاحية) أي تلك العبارات التي نزعنا عن ألفاظها دلالتها الوضعية ، وصارت تبدو كأنها كتلة واحدة تحمل دلالة كلية ، تكون لها صفة التداول والاستقرار والتكلس^(٤٥)، فنلاحظ مثلا أن عبارة من قبيل ما استعمله (السي أن أن) : " الديمقراطيون قلبوا الطاولة على ترامب في الانتخابات الأخيرة " تبدو عبارة : " قلبوا الطاولة " أول وهلة ضربا من مجاز لأن ما يطلب من العبارة كان شيئا غير معنى (قلب الطاولة) الوضعي، و سيجد المتأمل أنها

(٤٣) المرجع السابق ص ٢٥٩.

(٤٤) كلاوس برينكر ، مرجع سابق، ص ١٣٤.

(٤٥) قاسطون قروص، التعابير المتكلسة / الأسماء المركبة وعبارات أخرى ، تعريب صالح الماجري وبشير الوهراني، تونس: مركز الدراسات والبحوث الاقتصادية والاجتماعية، ٢٠٠٨م) ص ١٥.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

ليست سوى تركيب متداول عند العامة للتعبير عما يعرف بالدلالة المركبة ومعناه عندهم : أنهم قلبوا الأمر عليه.

وفي الحق لم تعد عبارات المجاز المنسي عند اللغويين من باب المجاز، وإن كانت في أول ظهورها كذلك، لعل انقلابها بعد شيوع استعمالها إلى وحدات دلالية مركبة ينظر إليها على أنها قد انقلبت إلى أن تحمل دلالات واضحة ذات طبيعة واقعية؛ فعبارة من قبيل " ضرب الجيش العدو بيد من حديد " تشير مباشرة إلى معنى القوة الشديدة من غير أن تمر عند المتلقي بعمليات التأويل التي هي عمليات داخلية لتفسير ذلك التعبير. **الشفرة الفرعية:** عبّر جروسية عن هذا المرتكز بأنه " حالة خاصة "، وفسر برينكر ذلك بالوظيفة الفرعية التي تقوم بها الشفرة، وهو عنده نمط من الشفرة تدفع إليه جملة من " القواعد التي تقيد صراحة السلوك والعمل " (٤٦)؛ حين يحاول منتج النص تضمين نصه- من غير تصريح بذلك - معاني ضمنية ينقلب بها الحال إلى أن تصبح جزءاً مهيمناً في الدلالة الإعلامية المطلوبة، بل قد تكون في حساب الباث مما يمثل الجزء الأساسي من الرسالة الإعلامية التي ينجزها، فيحاول إجبار اللفظ على حملها ضمن الرسالة الموجهة؛ فتكرار في موقع سلبي للفظ ما مثلاً في نصوص الباث يقود بعد حين إلى أن يحمل ذلك اللفظ قيمة سلبية إلى ذهن المتلقي ويجعلها تستقر على تلك القيمة فيه؛ وهو ما يمكن ملاحظته في استعمال الإعلام لكلمة (ميليشيا militia) مثلاً؛ إذ هي في الوضع اللغوي كلمة محايدة على نحو ما يشير معجم وبستر (٤٧) غير أنها انقلبت إلى تلك الوظيفة الفرعية للشفرة في كثير من النصوص الإعلامية على نحو ما نجد في الإعلام الخليجي أو الإعلام الغربي الموجه للشرق الأوسط؛ ويمكن لنا تفسير ذلك بأن النص الإعلامي إنما يقع منذ لحظة إنشائه تحت ضغط ما نصطلح عليه بـ " اتجاه المعنى " لا تحت ضغط مضمونه، ثم يتخذ ذلك الضغط منحى أن يكون هو مركز (التنبؤ Focus) في الرسالة، فينقلب ذلك الباث - الذي يضم عدداً لمجموعات عقيدية مسلحة ما - إلى أن يستعمل تلك الكلمة من أجل تحميلها ذلك الموقف الأيديولوجي السلبي .

وأكبر الظن أن هيمنة الشفرة الفرعية تستجلب قوتها مما نطلق عليه في علم الدلالة semantics بالدلالة الانفعالية التي هي القيمة العاطفية أو الانفعالية التي تظهر في أثناء الاستعمال أو الاتصال المتكرر إيجاباً أو سلباً (٤٨)، فنحن مثلاً لا يمكن لنا أن نعتاد أن نقول : (قال الشاعر الميت الجواهري)؛ لأن الدلالة الانفعالية لكلمة (ميت) ذات قيمة سلبية في أثناء الاتصال، فنقوم باستبدالها بكلمة أخرى تحمل الدلالة الذهنية نفسها، لكنها في الوقت نفسه تتصف بقيمة انفعالية إيجابية فنقول : (قال الشاعر الراحل الجواهري) . إن من الممكن الزعم أيضاً إن هيمنة الشفرة الفرعية تتصل بدرجة ما بما اصطلح عليه بالتناظر الدلالي الذي عرّفه جلنتس بأنه " تكوين لغوي يُنشأ بالتزام مطابق لقصد الباث والتزام بغرض ذي تأثير لاحق مساو في الأغلب ليس في شريك واحد فقط، بل في عدد كبير من الشركاء " (٤٩)، وهو التناظر الذي انتهى جريماًس إلى أنه هو الذي يحدد الشفرة الفرعية في التقسيم السيميائي للوحدات المعجمية لا السياق (٥٠)، ويمكن القول ههنا أيضاً : إن التناظر الدلالي في النص الإعلامي إنما يقع تحت وطأة وظيفة اتصالية رئيسة فيه هي (الترويج/ الدعاية/ المغالبة) التي هي مهمة الباحث الإعلامي الرئيسية، وما يتبع ذلك من قصد في إبراز القيم العاطفية أو الأيديولوجية المتصلة بالرسالة التي يروج لها سلباً أو إيجاباً، وهو ما يخلق هذا التناظر؛ ولذا نجد اختلافاً في استعمال النظائر من باثٍ إلى آخر باختلاف الأيديولوجية بينهما وأن اختلاف تلك النظائر يقود المتلقي إلى فهم الاختلاف في الرسالة المستلزمة وهو ما نجده في النظائر الآتية:

(٤٦) كلاوس برينكر، مرجع سابق، ص ١٣٥.

(٤٧) Merriam Webster Dictionary , <https://www.merriam-webster.com/dictionary/militia> (Milicia)

(٤٨) محمد هادي مرادي و سيدة فاطمة سليمي، الدلالات الهامشية بين الدراسات التراثية وعلم اللغة الحديث، (عمان: مجلة العلوم الإنسانية الدولية، العدد ٢٠، ٢٠١٣ م) ص ٩٩.

(٤٩) زيتسلاف وأورزيناك، مرجع سابق، ص ٥٩.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

تنظيم الدولة الإسلامية : داعش

أنصار الله : ميليشيا الحوثي

المسلحون : الإرهابيون

الجيش العربي السوري : قوات النظام السوري

الاستلزام: يمثل الاستلزام Implicure أيضا واحدا من مرتكزات النص الإعلامي المهيمنة ، بل هو آلية مهيمنة من آليات بناء الخطاب فيه ، ويقوم مفهومه على أن ليس في ميسور المرء حصر التأويل الدلالي في أثناء عملية التخاطب بالصورة الحرفية أو بالمعطيات الظاهرة، وإنما يحتاج عادة إلى أن ينتقل من المعنى الصريح المباشر إلى معنى آخر غير مصرح به يقود إليه الموقف الاتصالي^(٥١)، وهو المفهوم الذي حاول جرايس التنظير له^(٥٢)، ويتلخص الأمر عنده في الإشارة إلى ما يرمي إليه المرسل أو الباث على نحو غير مباشر لكي يتجاوز المتلقي المعنى العام المصرح به إلى معنى آخر غير مباشر أو غير مصرح به ، معنى مكتنف في الوقت نفسه بقصد غير معنن يعده المرسل قصدا ذا أهمية في عملية الاتصال، بل يعده طبقة أساسية في " فعل الإنجاز "، ولعله من أجل ذلك خلص جرايس إلى أن الفعل الإنجازي في حقيقة أمره يشتمل على قوتين إنجازيتين، أطلق على القوة الأولى منهما مصطلح " القوة الإنجازية الحرفية" وعلى الثانية مصطلح " القوة الإنجازية المستلزمة" موضحا أن هذه القوة المستلزمة ستكون مما يدرك مقاما لا بقرائن ذات طبيعة بنوية تدل عليها، أي أنها ذات طبيعة اتصالية^(٥٣).

وأكبر الظن أن هذه الازدواجية في القوة الإنجازية تظهر بوصفها مرتكزا مهيمنًا في النص الإعلامي ، مستغلة ما يعرف بشرط "التعاون"، وهو الشرط الذي يقوم عادة بين المرسل والمتلقي ، فالباث يقدم المعلومات الجديدة التي يتصور أنها تمثل مركز اهتمام المتلقي في الوقت نفسه الذي يطلب منه من غير تصريح قبول المعنى الضمني المستلزم، أي أن الإعلامية التي تعنى بـ " تقديم المعلومات الجديدة " قد لا تجعل هذا التقديم قصدا رئيسا لإجراء فعل الكلام، وإن كان الظاهر يسوغ ذلك، في حين يكون القصد الأكثر أهمية عند الباث هو الغرض الضمني المستلزم؛ فتبدو من أجل ذلك استراتيجية التواصل بينهما - أي الباث والمتلقي - قائمة على مبدأ التعاون المؤسس على توزيع الأدوار؛ فالمرسل في عملية الاتصال يقدم (اتجاه المعنى على (مضمونه) في حين يقدم المتلقي (المضمون) على (الاتجاه) - في الأغلب -، وأكبر الظن أن هذا هو المدخل الرئيس لهيمنة الاستلزام في النص الإعلامي، وفي كونه ذا وظيفة براغماتية مهيمنة ، بل ينقلب الأمر معها إلى إمكان عده مرتكزا في البنية الاتصالية^(٥٤)، ففي عبارة من قبيل : (مقتل رجل أسود في فرجينيا الغربية) لا نجد الباث يُعنى بتقديم معلومات الواقعة نفسها بقدر اهتمامه غير المصرح به بما فيها من استلزام متصل بالتعامل العنصري مع واحد من السكان من أصل إفريقي، فيظهر الأمر كأن الاستلزام هو الذي يمنحها نمطا من الكفاية الإعلامية أعلى درجة ، فتظهر بؤرة الخبر أمانا محصورة بكلمة (أسود)، لا بعملية القتل نفسها ، وهي بؤرة نجد أنها تنهار تماما إن نحن أعدنا كتابة العبارة بتغيير مكان القتل إلى موضع آخر هو الكونغو فنقول : (مقتل رجل أسود في جمهورية الكونغو)؛ فينهار الاستلزام ، ويبدو النص في الوقت نفسه كأنه قد فقدَ القصد الأساسي من انتاجه.

وأخيرا... كل ما سبق يوضح إلى حد ما أن النص الإعلامي يشتمل في حقيقته على تعقيد يحتاج منا إلى شيء من التأمل ؛ إذ يمكن ملاحظة أن بنيته الاتصالية تغلب في كل حركته بنيته اللغوية ، بل قد يكون لنا أن نزعم أن تلك البنية هي جوهره الذي يفرق بينه وبين غيره من النصوص ؛ مما يدفع بنا إلى أن نقترح نمطا

(٥٠) المرجع نفسه، ص ٥٧.

(٥١) العياشي أدراوي، الاستلزام الحوارية في التداول اللساني / من الوعي بالخصوصيات النوعية للظاهرة إلى وضع القوانين الضابطة لها، (المغرب: الرباط ، دار الأمان ومنشورات المختلف، ٢٠١١م) ، ص ١٨.

(٥٢) المرجع نفسه ، ص ٦٧

(٥٣) المرجع نفسه، ص ٩٦-٩٧.

(٥٤) كلاوس يرنكر ، مرجع سابق ، ص ١١٠-١١١.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

في دراسته يكون متصلاً بفرضيات تغلب دراسة حركة الاتصال فيه على بنيته اللغوية ؛ وتوضح هيمنة ضرب من الاستراتيجيات الاتصالية على بنيته.

ولنا أن نزع أيضاً أن العلم الذي يوفر لنا هذا الضرب من الدراسة المتصلة بدراسة مفهوم الاتصال في النص الإعلامي هو (علم النص) باختلاف تصوراته ومناهجه، وأن كنا في الوقت نفسه ننوه بذلك العلم اللغوي الذي يحمل عنوان علم اللغة الإعلامي Media Linguistics ، الذي يعنى بدراسة استعمال اللغة في الإعلام^(٥٥).

لقد حاولت الباحثة في هذه الدراسة إبراز ما تعتقد أنه يمثل جملة من المرتكزات أو الإستراتيجيات المتصلة بهذا الأمر، من غير أن تناقش ذلك على نحو تفصيلي، أو أن تورد مسائل ذات طبيعة تفصيلية، وقدمت نماذج في تحليل البنى الاتصالية لبعض النصوص؛ وأن سلطت قبل كل شيء الضوء على هيمنتها في أثناء عملية إنتاج النص .

مرتكزات الخطاب الإعلامي :

تتمحور مرتكزات الخطاب الإعلامي الأساسية حول الإقناع والتأثير والتفاعل بين المرسل والمستقبل، ويشمل ذلك بناء الرسالة بلغة وصور تجمع بين الواقع والخيال (الأساطير)، مع التركيز على الدقة والأمانة المهنية (في الخطاب الصحفي) والشحن الأيديولوجي (في الخطاب السياسي)، ويستند على آليات بلاغية وحجج منطقية لخلق استجابة عاطفية ومعرفية لدى الجمهور عبر وسائل متعددة ومنها^(٥٦) :

المرتكزات الأساسية:

المرسل والمصدر: (القائم بالاتصال/ المؤسسة الإعلامية) الذي يبدأ الرسالة بفكر أو وجهة نظر محددة. المتلقي (الجمهور): يمثل الجمهور المستهدف، حيث يسعى الخطاب الإعلامي للتأثير في وعيه وتشكيل رأيه. الرسالة: المحتوى الذي يحمل معلومات وأفكاراً، يتم صياغته بأساليب متنوعة (لغة وصورة). الوسيلة (القناة): المنصة التي يُبث عليها الخطاب (مطبوع، مسموع، مرئي، رقمي). السياق: الظروف والبيئة المحيطة بالعملية الاتصالية، بما فيها السياق الاجتماعي والسياسي، والذي يؤثر على الرسالة وطريقة استقبالها.

الهدف: تحقيق الإخبار، التثقيف، الدعاية، الترويج، أو التأثير وتوجيه الرأي العام اللغة والأسلوب: استخدام لغة واضحة ومباشرة يفهما جميع الناس من مثقفين وعوام، وتجنب المصطلحات المعقدة أو الركيكة. يتطلب الخطاب الإعلامي أسلوباً حجاجياً يهدف إلى الإقناع واستمالة المتلقي. التأثير والاستجابة (الرجع): الهدف النهائي هو إحداث تأثير معين (تثقيف، إقناع، توعية) لدى الجمهور، ومتابعة ردود أفعالهم وتفاعلهم مع الرسالة لقياس مدى نجاح الخطاب. مرتكزات بنائية ومضمونية:^(٥٧)

١. الهدف الإقناعي والتأثيري: يسعى لتغيير المعرفة أو السلوك وتوجيه الرأي العام، من خلال بناء حجج قوية وتقديم حلول أو وجهات نظر محددة.

٢. التركيب بين اللغوي والبصري (سيمائي): يجمع بين الكلمات والصور العلامات غير اللغوية، مما يخلق نسقاً معقداً من المعاني.

٣. توظيف السياقات (المعرفي والعاطفي):

١. السياق المعرفي: استخدام المصطلحات، الشعارات، الحقائق أو التشويه لخلق دلالات معينة.

٢. السياق العاطفي: استغلال مشاعر الجمهور (مثل الصداقة، العداوة، الرغبات والمخاوف) لخلق استجابة.

(٥٥) Linguistics : on Mediality and and , Martin Luginbühl P2

(٥٦) محمود سيد محمد علي ، التحليل النقدي للخطاب الإعلامي: المفهوم، الأسس النظرية ومداخل التحليل، مصر : جامعة بني سويف: المجلد ٢٠٢٢، العدد ٢٤ - الجزء الثالث يوليو ٢٠٢٢م، ص ٥٨١-٦٠٤.

(٥٧) طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث الإعلامي، (مصر: دار كلمة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م) ، ص ٢٥٨-٢٥٩.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

بناء الأسطورة: تحويل الواقع إلى حالة أسطورية تفسر الماضي والحاضر والمستقبل، وتخلق تصورات مقدسة لدى الجمهور .

مرتكزات مهنية وأخلاقية:

١. المهنية والموضوعية (في الصحافة): الأمانة، الدقة، فصل الخبر عن الرأي، وتحري الحقائق لتجنب تشويهها.
٢. المسؤولية: الالتزام بأخلاقيات المهنة ومعايير النشر، خصوصاً مع تزايد وسائل الإعلام البديل.
٣. الخطاب المتنوع الشامل: يمزج بين الأخبار السياسية والاقتصادية والثقافية، ويشمل مجالات الحياة المختلفة .

مرتكزات تفاعلية:

١. التفاعل بين المرسل والمستقبل: الخطاب ليس موجهاً فقط، بل يتضمن استجابة وتفاعلاً مع الجمهور.
 ٢. الاستثمار في التخصصات: يوظف معرفة وخبرات متنوعة لخدمة رسالته الإعلامية.
- باختصار، الخطاب الإعلامي هو نسق تفاعلي مركب يهدف للإبلاغ والإقناع، يستخدم اللغة والصورة، ويعتمد على البلاغة والحجج لبناء وعي الجمهور، مع التزام أو انحراف عن المعايير المهنية والأخلاق. وبما ان الباحثة استخدمت أداة الملاحظة وتحليل النص بشكل نقدي عبر تحليل النص الإعلامي المذاع وكيفية استخدامهم او تبويبهم للمفردات في النصوص الإعلامية المستخدمة عبر اثريها مقارنة مع بعض وسائل الاعلام ، بالإضافة الى تحليل المضمون الذي افردت له المبحث الثالث الذي تناول الاطار العملي للبحث ، حيث اختارت الباحثة عدد من التقارير الإخبارية التي بثت عبر اثير راديو سوا في العراق والموقع الالكتروني للإذاعة كنماذج لتحليلها والغاية منها تعزيز في وسائل الاعلام ومن بين هذه النماذج الذين عمل عليها وانجزها مراسلون من مختلف محافظات العراق ومن بينها التالية :

١- النساء في العراق لسن كباقي النساء، فهن لا يتابعن اخر صيحات الموضة ولا يبحثن عن أحدث الماركات، انما يبحثن عن خيمة تأويهن مع اطفالهن من حر الصيف وعيون الطامعين.

ام كرم نازحة من الانبار قتل زوجها في العمليات العسكرية الاخيرة في الرمادي تاركا اياها و٤ اطفال، أصغرهم مريض بالقلب يعيش بين الحياة والموت.

ام محمد هربت من جرم تنظيم داعش وتعسف، ليتلقفها مجرم في أطراف بغداد ويسرق كل ما لديها من مال وذهب لا تملك غيره.

عند مراجعة النص الاخباري وتحليل خطابه نجد ان راديو سوا يعتمد في تحرير اخبارها او تقاريرها على بعض العبارات او النصوص الإعلامية التي تختلف بها عن الكثير من الإذاعات او القنوات الإخبارية وتتشابه بالأسلوب والصياغة نوعاً ما مع البعض منها ، ففي هذا النص نلاحظ استخدامه لمصطلح او عبارة تنظيم داعش بدل دولة تنظيم الدولة الإسلامية أي استخدامهم للمختصرات ، واستخدامهم لعبارة العمليات العسكرية بدل الحرب او القتال بين القوات العراقية ومسلحين تنظيم الدولة الإسلامية ، كما نلاحظ في تحليل العبارات النصية في مقدمة التقرير يرجع لاستخدام اسلوب التشبيه والوصف ، والسياقات العاطفية باستخدام أسلوب الاستمالة العاطفية باستغلال مشاعر الجمهور (مثل الصداقة، العداوة، الرغبات والمخاوف) لخلق استجابة، وهنا ترى الباحثة بان وان تشابهت الكلمات الا انها اختلفت في الصياغة والدقة والوضوح وفي وضعها في المكان المناسب لها من اجل الحصول على الغاية المطلوبة منها اذا ان التلاعب بالكلمات او الاحرف في بعض الأحيان يحقق المراد منه وبالأخص اذا ما كان التقرير او النص الإعلامي يلقي الضوء على حالة إنسانية او أوضاع إنسانية يتعرض لها بعض المواطنين .

٢- رصاصة مستقرة في احشائها، وتهشم عظام يدها، ومنظر امها التي قتلت والكلاب تنهش جثتها من الساعة الثانية ليلا الى صباح اليوم التالي وهي جالسة بجوارها هذا ما تبقى في ذاكرة حنان الطفلة ذات الثماني سنوات التي نزحت مع اهلها في ليلة مظلمة هرباً من تنظيم داعش الذي طرق الباب عليهم وامرهم بالخروج

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

من بيوتهم او تفجيرها، شقيق حنان من ابيها ابو عثمان يروي لإذاعة سوا تفاصيل ليلة خروجهم من الرمادي من قرية البو فراج للبحث عن ملاذ امن:

في هذا النص تم الاعتماد على التركيب بين اللغوي والبصري (سيمائي) الذي يجمع بين الكلمات والصور والعلامات غير اللغوية، مما يخلق نسقاً معقداً من المعاني بالإضافة الى استخدام الأساليب اللفظية حيث استخدم أسلوب الوصف والتشبيه بشكل كبير لوصف الحالة موضوع التقرير وتم تصوير الواقعة بالكلمات وتم استخدام أسلوب الجذب والاثارة والتشويق في سرد تفاصيل التقرير من اجل جذب المستمع وعادة هذا الطريقة في النصوص الإعلامية لا تستخدم في الكثير من الوسائل التي تعتمد على أسلوب او الية التحرير بالبداية بفعل عند صياغة او كتابة النص الإعلامي اما الكتابة بطريقة القصص او الجمل الاسمية او الحرف فعادة ما بدأت لدى الوسائل الاعلام الأجنبية كراديو سوا والحررة وال بي بي سي .

٣- لم تقتصر معاناة النازحين على اماكن سكنهم، ولكن انتشار الاوباء والأمراض بات يهدد الاطفال في بعض المخيمات، راديو سوا زار أحد المخيمات والذي انتشر فيه مرض حبة بغداد:

اما الوجه المشرق في معاناتهم، فتمثل بتمكن البعض منهم من ادخال اولاده الى المدرسة لاستكمال دراستهم، والحديث لعدد من الطلبة:

نلاحظ في نص التقرير ان سياسية المحررين او الإذاعة اعتمدت على تسمية أهالي الرمادي الذي غادروا مدنهم بالنازحين في كل المواضيع والتقارير التي تم اعدادها في غرف الاخبار في المؤسسة المذكورة فيما اطلق عليهم لدى وسائل أخرى بالمهجريين او أبناء محافظة الرمادي او الانبار وغيرها وهذا ما يركز عليه البحث اذا يوضح كيفية تغيير مرتكزات النص الإعلامي او الكلمات او الجمل في النص الإعلامي وتبويبه بطريقة إعلامية ليصبح لنا اكثر من وصف للكلمة او الجملة ذات العبارة او المدلول الواحد .

٤- مقطع صوتي للفنان

بهذا الكلمات عرف حجي راضي او سليم البصري بين العراقيين على مدار سنوات حياته فلا يمكن ان يذكر اسمه الا وتبادر الى اذهان العراقيين هذا المقطع التمثيلي من مسلسل تحت موسى الحلاق، وتكريما لسنوات عمله وابداعاته الفنية احتضنت ساحة القشلة في شارع المتنبي في العاصمة بغداد نصبا تذكاريا للفنان، نقيب الفنانين جبار جودي يتحدث لأذاعتنا:

لا يختلف الوضع في هذا النص عن النصوص السابقة والتي تميزت بأسلوب الاثارة والوصف والدقة والمصادقية إذا ابتداء التقرير بمقطع صوتي وهنا يمكن تبويب هذا النوع من النص الإعلامي في باب المرتكزات البنائية والمضمونية

من حيث توظيف السياقات المعرفية والعاطفية حيث استخدم أسلوب الاستمالة العاطفية بالإضافة الى أسلوب بناء الأسطورة اي تحويل الواقع إلى حالة أسطورية تفسر الماضي والحاضر والمستقبل، وتخلق تصورات مقدسة لدى الجمهور .

٥- بعد انقطاع زاد على الثلاثة عقود عادت بغداد لتحتض مجددا احدى بطولات اتحاد الشرطة العربي حيث انطلقت اليوم في قاعة الشعب للألعاب الرياضية منافسات بطولة الشرطة العربية بالجودو وتستمر لغاية الثاني والعشرين من هذا الشهر وبمشاركة تسع دول عربية ، مهدي الفيكي رئيس اتحاد الشرطة العراقي اكد ان الوفود التي حضرت الى بغداد خرجت بانطباعات ايجابية :

في هذا النص استخدمت مرتكزات مهنية وأخلاقية، بأسلوب الخطاب المتنوع الشامل الذي يمزج بين الأخبار السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية ويشمل مجالات الحياة المختلفة، بالإضافة الى المرتكزات التفاعلية أي التفاعل بين المرسل والمستقبل: الخطاب ليس موجهاً فقط، بل يتضمن استجابة وتفاعلاً مع الجمهور.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

٦-دعى مجلس محافظة ذي قار الحكومة الاتحادية إطلاق مبالغ البترو دولار المترتبة للمحافظة في الخزينة العامة وقال عضو المجلس عبد الرحمن الطائي في حديث لراديو سوا ان النقص المالي عاد بالسلب على الخدمات في المحافظة.

الى ذلك يرى الخبير الاقتصادي براق الخرسان ان اللوم لا يلقى على الحكومة المركزية وحدها بل على محافظة ذي قار ايضا لأنها لم تستثمر موازنات الاعوام السابقة في مشاريع حيوية وأضاف ولا يختلف هذا النص عن النص السابق اذ تشابهت مركيزات الخطاب الإعلامي في النصين على اختلاف نوع المضمون فالأول كان رياضي وهذا النص اقتصادي ، اذ استخدمت مركيزات مهنية وأخلاقية، بأسلوب الخطاب المتنوع الشامل الذي يمزج بين الأخبار السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية ويشمل مجالات الحياة المختلفة، بالإضافة الى المركيزات التفاعلية الاستثمار في التخصصات: يوظف معرفة وخبرات متنوعة لخدمة رسالته الإعلامية.

٧- لم يقف الاعتقال حاجزا بينهم وبين التظاهر، فلأسبوع الثاني على التوالي أنهى العشرات من الناشطين المدنيين والمواطنين تظاهريهم أمام مدخل المنطقة الخضراء، وسط بغداد، للمطالبة بتنفيذ الإصلاحات ومحاربة الفساد، الناشطة المدنية انتصار الميالي تتحدث لأذاعتنا:

واضافت الميالي، ان المتظاهرين أمهلوا البرلمان اسبوعين لتحقيق مطالبهم بسبب زيارة الاربعين:

٨-على الرغم من تأخر الحكومة بتنفيذ مطالب المتظاهرين الا انهم ما زالوا يصرون على استمرار تظاهراتهم كل جمعة، جمعة بعد جمعة تتعالى الهتافات ويرتفع سقف المطالب دون جدوى، الناشط المدني يحيى ذياب يتحدث لأذاعتنا:

الاسباب التي تقف وراء تأخر تنفيذ الحكومة لمطالب المتظاهرين اوضحها سعد الحديثي المتحدث باسم مكتب رئيس الوزراء :

في هذين النصين او التقريرين وردت العديد من الكلمات التي اختلفت وسائل الاعلام في تناولها او تناولها منها المتظاهرين والناشطين المدنيين والمواطنين فالنص الإعلامي هنا وضح الايدلوجية المتبعة لهذه الإذاعة فبينما اعتبرتهم وسائل اعلام معارضين وأخرى اعتبرت الناشطين محرضين وأخرى اعتبرتهم مندسين كل حسب سياستها وأيدلوجيتها عدتهم إذاعة سوا متظاهرين وناشطين مدنيين سلميين وفي هذين النصين والنصوص السابقة تكمن الغاية من مركيزات النص الإعلامي او الخطاب الإعلامي في وسائل الاعلام موضوع البحث حيث المقصود واحد وهم الجمهور (المتلقي) على اختلاف مساهميتهم ما أدى الى اختلاف الدلالة اللغوية والوصف لهم باستخدام مركيزات بنائية وموضوعية ، بتبويب السياقات المعرفية أي استخدام المصطلحات، الشعارات، الحقائق أو التشويه لخلق دلالات معينة بالإضافة الى الموضوعية والحيادية .

٩-لم تعد الامطار نعمة للكثير من الناس ، اذ باتت نقمة يخافون من هطولها على حياتهم وممتلكاتهم ، فالموت من الغرق او بتماس كهربائي او تلف الاثاث او الاجهزة الكهربائية هواجس تكونت لدى المواطن العراقي بعد موجة الامطار التي شهدتها العاصمة الاسبوع الماضي. ام عمار تتحدث لأذاعتنا عن البعض منها:

ولا يختلف هذا النص عن النصين التي ذكرت السابقين والمتعلقة بالجوانب الحياتية المختلفة للجمهور او المتلقي اذ تشابهت مركيزات الخطاب الإعلامي على اختلاف نوع المضمون فالأول كان رياضي والثاني اقتصادي فيما يندرج هذا النص ضمن الاخبار او التقارير الخدمية، اذ استخدمت مركيزات مهنية وأخلاقية، بأسلوب الخطاب المتنوع الشامل الذي يمزج بين الأخبار السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية والخدمية ويشمل مجالات الحياة المختلفة، بالإضافة الى المركيزات المهنية والاخلاقية من حيث المسؤولية اي الالتزام بأخلاقيات المهنة ومعايير النشر، خصوصاً مع تزايد وسائل الإعلام البديل.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

١٠- تمكن مقاتلو عشيرة البو نمر من رصد واسقاط طائرة مسيرة تابعة لتنظيم داعش في ناحية بروانة التابعة لقضاء حديثة غرب الرمادي، نعيم الكعود شيخ عشيرة البو نمر في محافظة الانبار يروي لأذاعتنا تفاصيل عملية اسقاط الطائرة:

واشار الكعود الى ان الوضع الامني بات مستقرا بسبب تسليح العشائر وتشكيل هيئة حشد العشائر: مرتكزات النص او الخطاب الاعلامي في هذا النص واضحة واكثر دلالة وهو يشابه بعض النصوص الوارد ذكرها سابقا فمثلا تم استخدام كلمة مقاتلو في تحرير النص او التقرير من قبل محررين راديو سوا فيما اطلقت تسمية عدة او وصفوا بصفات أخرى في وسائل الاعلام المختلفة كتسمية أبناء العشائر او أبناء الرمادي او الصحوات او حشد العشائر وغيرها وبالتالي الدلالة اللغوية تشير الى معنى واحد وهم الأشخاص الذي شاركوا في القتال ضد تنظيم داعش من المدنيين من أبناء المحافظة الذين قاتلو مع القوات العسكرية العراقية .

وأيتضا استخدامهم لتنظيم داعش بدل من تنظيم الدولة الإسلامية وسبق ان اوضحنا ذلك في الاطار النظري . ١١- شن عناصر تنظيم داعش هجوما بواسطة عدد من الانتحاريين الذين يرتدون احزمة ناسفة على ناحية البغدادي غربي محافظة الانبار فجر الاربعاء ، ما اسفر عن مقتل مدير شرطة الناحية وجرح عدد اخرين ، عارض محم العبيدي نائب مدير ناحية البغدادي يتحدث لأذاعتنا:

وهذا النص لا يختلف عن النص السابق بل يتشابه معه الى حد كبير جدا باستخدام نفس المصطلحات وبنفس الطريقة التي رسمتها هيئة التحرير براديو سوا وفق الأيدلوجية والسياسة المتبعة لديهم ومن هذه المصطلحات:

تنظيم داعش بدل تنظيم الدولة الإسلامية : الانتحاريين الذين يرتدون احزمة ناسفة فيما اطلق عليهم الكثير من القوات والاذاعات المحلية والعربية بمصطلح الإرهابيين
مقتل مدير الشرطة فيما تطلق القنوات الأخرى وبالأخص المحلية على ضحايا التفجيرات شهداء وليس قتلى.
مما سبق نستنتج أن الخطاب الاعلامي يتشكل من مجموع الرسائل الاتصالية الصادرة عن وسائل إعلامية متنوعة مكتوبة، ومسموعة ومرئية التي تنتج من قبل القائم بالاتصال، وتُنشر وفق سياقات خاصة وتحمل وجهات نظر مختلفة تسعى الى إحداث تأثير في الجمهور المتلقي مستخدمة مختلف أساليب الاقناع والترويج. وإذا كان لنا من شيء، فإننا نقترح بهذا الصدد على طلاب نظريات الاتصال الذين ينزعون إلى النظر من خلال علم النص أن يجروا بحثا مطولة ذات جوانب تطبيقية تعني بإبراز حركة كل واحد من هذه المرتكزات في داخل النص الاعلامي وبيان طبيعة هيمنتها في داخل البنية الاتصالية.

المبحث الثالث: عرض وتفسير نتائج تحليل المضمون

يتناول هذا البحث تحليل مضمون وتفسير النتائج للمواضيع الإعلامية التي تم انتقائها لغرض الدراسة والمتمثلة بالمواضيع التي نشرت في إذاعة سوا ابان تدهور الوضع الأمني والسياسي في عدد من محافظات العراق من بينها الانبار والموصل وصالح الدين وديالى بعد دخول تنظيم داعش إليها . يتضمن منهجية علمية (تحليل المحتوى) والتركيز على عناصرها الأساسية (الموضوع، المصادر، الأطر، الصور، اللغة)، وقياس تكرار هذه المرتكزات وتفسير المعاني الضمنية لفهم توجهات وسائل الإعلام وتأثيرها.

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

الجدول (١) نوع محتوى النص الاعلامي

ت	المضمون	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	امني	٧٠	٤٦.٩	الاولى
٢-	سياسي	٤٠	٢٦.٨	الثانية
٣-	اجتماعي	١٥	١٠.٠٦	الثالثة
٤-	رياضي	٦	٤.٠٢	الرابعة
٥-	اقتصادي	٥	٣.٣٥	الخامسة
٨-	ثقافي او فني	٥	٣.٣٥	الخامسة
٩-	خدمي	٥	٣.٣٥	الخامسة
١٠	تربوي	٣	٢.٠١	السادسة
	المجموع	١٤٩	١٠٠%	

بلغ النصوص الإعلامية التي اذيعت في راديو سوا (١٤٩) إذ اعتمدت على التقارير الإخبارية الميدانية والمكتبية واللقاءات ، إذ احتلت التقارير الأمنية المرتبة الاولى بعدد تكرار (٧٠) تقريراً، ونسبة (٤٦.٩%)، فيما احتلت الموضوعات السياسية المرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (٤٠) موضوعاً، ونسبة (٢٦.٨%). واحتلت الموضوعات الاجتماعية المرتبة الثالثة بعدد تكرارات بلغت (١٥) بنسبة (١٠.٠٦) فيما جاءت التقارير الرياضية بالمرتبة الرابعة بعدد تكرارات بلغت (٦) ونسبة (٤.٠٢) فيما احتلت كل من التقارير الاقتصادية والثقافية والفنية والخدمية المرتبة الخامسة بعدد تكرارات بلغت (٥) ونسبة (٣.٣٥) واحتلت النصوص التربوية المرتبة الأخيرة بعدد تكرارات بلغت (٣) ونسبة (٢.٠١)، ويرجع حصول الاخبار الامنية على المرتبة الاولى بسبب الوضع الأمني في تلك الفترة التي كان يسيطر فيها داعش على بعض المحافظات وكانت تجري العديد من العمليات العسكرية بين القوات الأمنية العراقية وعناصر تنظيم داعش . بحسب الجدول (١).

جدول (٢) المجال الجغرافي (المحافظات)

ت	المحافظة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	الانبار	٤٠	١٨.٩	الاولى
٢-	نينوى	٣٢	١٥.١	الثانية
٣-	ديالى	٣٠	١٤.٢	الثالثة
٤-	بغداد	٣٠	١٤.٢	الثالثة
٥-	النجف	١١	٥.٢	السادسة
٦-	صلاح الدين	١٥	٧.١	الخامسة
٧-	ذي قار	٨	٣.٧	الثامنة
٨	الكويت	٨	٣.٧	الثامنة
٩	كربلاء	١٠	٤.٧	السابعة
١٠	البصرة	٧	٣.٣	التاسعة
١١	اقليم كردستان العراق	٢٠	٩.٤	الرابعة
	المجموع	٢١١	١٠٠%	

وفيما يتعلق بالمنطقة الجغرافية فقد هيمنت محافظة الانبار على بقية المحافظات من حيث عدد التكرارات فيما بلغ اجمالي التقارير والنصوص الاعلامية المستخدمة لهذه المحافظات (٢١١) مادة باختلاف نوعه ومضمونه وطريقة عرضه ، فقد حصدت محافظة الانبار (٤٠) تكرارات، شكل نسبة (١٨,٩%)، وحصلت نينوى على المرتبة الثانية بعد تكرارات بلغ (٣٢) ونسبة (١٥,١) فيما حصدت ديالى وبغداد المرتبة

مرتکزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

الثالثة بعدد تكرارات بلغت (٣٠) وبنسبة (١٤,٢) وجاءت محافظات إقليم كردستان بالمرتبة الرابعة وبعدها تكرارات (٢٠) وبنسبة (٩,٤) فيما حصلت محافظة صلاح الدين المرتبة الخامسة بعدد تكرارات (١٥) وبنسبة (٧,١) وتلتها محافظة النجف بالمرتبة السادسة بعدد تكرارات (١١) وبنسبة (٥,٢) وجاءت محافظة كربلاء بالمرتبة السابعة بعدد تكرارات بلغت (١٠) وبنسبة (٤,٧) فيما احتلت كل من ذي قار والكويت المرتبة الثامنة بعدد تكرارات (٨) وبنسبة (٣,٧) واحتلت محافظة البصرة المرتبة التاسعة والأخيرة بعدد تكرارات بلغ (٧) وبنسبة (٣,٣)، وسبب حصول محافظات الانبار والموصل وديالى وصلاح الدين على المراتب الأولى لأنها كانت تشهد عمليات عسكرية وقتال بالإضافة الى التهجير والنزوح بعد دخول تنظيم داعش اليها بحسب الجدول (٢).

جدول (٣) فئة المصادر :

المراتب	النسبة	التكرار	المصادر
الأولى	٤٢.٢	٦٠	حكومية
الثالثة	٢١.١	٣٠	محليين
الثانية	٢٨.١	٤٠	مواطنين
الرابعة	٨.٤	١٢	شهود عيان
	١٠٠%	١٤٢	المجموع

بلغ عدد المصادر التي تضمنتها التقارير التي بثت على إذاعة سوا ١٤٢ مصدر ، تنوعت واختلقت بين مصادر حكومية ومحليين ومواطنين وشهود عيان الخ ، وحازت المصادر الحكومية التي تتضمن (مسؤولين ومتحدثين رسميين وقادة عسكرية وغيرها) على المرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغ (٦٠) تكرارا وبنسبة (٤٢,٢) وجاء المواطنون بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغ (٣٠) وبنسبة (٢١,١) فيما احتل المحليين المرتبة الثالثة بـ (٣٠) تكرارا وبنسبة (٢١,١) فيما احتل شهود العيان المرتبة الرابعة والأخيرة بعدد تكرارات بلغ (١٢) وبنسبة (٨,٤)، ويشير الى حصول المصادر الحكومية الى المرتبة الأولى للحرص الإذاعة على الحيادية والموضوعية والدقة في نقل الأحداث وتعد هذه من اهم مرتکزات الخطاب المهنية والأخلاقية والتي تمثل المهنية والموضوعية (في الصحافة)، كالأمانة، الدقة، فصل الخبر عن الرأي، وتحري الحقائق لتجنب تشويهها، بالإضافة الى المسؤولية والالتزام بأخلاقيات المهنة ومعايير النشر، خصوصاً مع تزايد وسائل الإعلام البديل وحسب الجدول (٣).

جدول (٤) مرتکزات بنائية ومضمونية:

ت	الوسائل المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	الهدف الإقناعي والتأثيري	٤٠	٢٨.٥	الأولى
٢-	التركيب بين اللغوي والبصري (سيميائي)	٣٠	٢١.٤	الثالثة
٣-	السياق المعرفي	٣٥	٢٥	الثانية
٤-	السياق العاطفي	٢٠	١٤.٢	الرابعة
٥-	بناء الأسطورة	١٥	١٠.٧	الخامسة
	المجموع	١٤٠	١٠٠%	

وفي فئة المرتکزات البنائية والمضمونية للخطاب الاعلامي موضوع الدراسة ، جاء الهدف الإقناعي والتأثيري بالمرتبة الأولى وبعدها تكرارات بلغ (٤٠) وبنسبة (٢٨,٥) ، فيما احتل السياق المعرفي المرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغ (٣٥) وبنسبة (٢٥%) ، وجاء التركيب بين اللغوي والبصري (سيميائي) بالمرتبة

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

الثالثة وبعدها تكرارات بلغ (٣٠) وبنسبة (٢١,٤) ، فيما احتل بناء الأسطورة المرتبة الرابعة والأخيرة بعدد تكرارات بلغ (١٥) وبنسبة (٧,١٠) ، وبحسب الجدول (٤).

الجدول (٥) مرتكزات مهنية وأخلاقية:

ت	المعيار	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	المهنية والموضوعية	٧٠	١٣,٦	الثانية
٢-	المسؤولية	٢٠	٣,٨	السادسة
٣-	الخطاب المتنوع الشامل	١٤٩	٢٨,٩	الأولى
٤-	الدقة	٤٠	٧,٧	الثالثة
٥-	المصادقية	٤٠	٧,٧	الثالثة
٦	الشفافية	٣٠	٥,٨	الخامسة
٧	احترام الخصوصية	٢٠	٣,٨	السادسة
٨	موثوقية المصادر	٧٠	١٣,٦	الثالثة
٩	مراعاة سلامة اللغة العربية	٧٠	١٣,٦	الثانية
١٠	دقة الصور	٣٥	٦,٨	الرابعة
	المجموع	٥١٤	%١٠٠	

وفي فئة المرتكزات المهنية والأخلاقية والتي تشمل العديد من المرتكزات من بينها الخطاب الشامل والمتنوع وسلامة اللغة العربية و المهنية والموضوعية الخ والتي كان مجموعها (٥١٤) ، حصد الخطاب الشامل والمتنوع المرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغ ١٤٩ وبنسبة (٢٨,٩) ، واحتل كل من المهنية والموضوعية وسلامة اللغة العربية وموثوقية المصادر المرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغ (٧٠) وبنسبة (١٣,٦) ، فيما جاءت كل من الدقة والمصادقية بالمرتبة الثالثة وبعدها تكرارات بلغ (٤٠) وبنسبة (٧,٧) ، وجاءت دقة الصور التي نشرت مع التقارير في الموقع الالكتروني للإذاعة المرتبة الرابعة بعدد تكرارات بلغ (٣٥) وبنسبة (٦,٨) ، وحصدت الشفافية المركز الخامس بعدد تكرارات (٣٠) وبنسبة (٥,٨) ، فيما جاء كل من المسؤولية واحترام الخصوصية بالمرتبة السادسة والأخيرة بعدد تكرارات بلغ (٢٠) وبنسبة (٣,٨) بحسب الجدول (٥).

الجدول (٦) النصوص الإعلامية المستخدمة:

ت	المعيار	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١-	تنظيم داعش	٦٠	١٩,٣	الثانية
٢-	العمليات العسكرية	٦٥	٢٠,٩	الأولى
٣-	القتلى	٤٠	١٢,٩	الرابعة
٤-	المجاميع المسلحة	٣٣	١٠,٦	السادسة
٥-	النازحين والمهجرين	٣٥	١١,٢	الخامسة
٦	القوات الأمنية العراقية	٥٠	١٦,١	الثالثة
٧	عناصر الصحوة	١٧	٥,٤	السابعة
٨	الحشد الشعبي	١٠	٣,٢	الثامنة
	المجموع	٣١٠	%١٠٠	

مرتكزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

في هذا الجدول جمعت الباحثة ابرز المفردات التي تم تناولها من قبل إذاعة سوا والتي استخدمت بشكل مختلف ومتنوع في الكثير من الوسائل الإعلامية المحلية والعربية والعالمية من بينها إذاعة سوا والتي تمثل لب موضوع البحث الذي يتحدث عن مرتكزات الخطاب الإعلامي وكيفية تناول النصوص الإعلامية بأكثر من مفردة وبمعنى واحد أو هدف واحد، ومن بينها العمليات العسكرية وتنظيم داعش والقتلى وغيرها ، اذ جاءت العمليات العسكرية بالمرتبة الأولى وبعدد تكرارات بلغ (٦٥) وبنسبة (٢٠،٩)، واحتلت مفردة تنظيم داعش المرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغ (٦٠) وبنسبة (١٩،٣) ، فيما احتلت مفردة القوات الأمنية العراقية المرتبة الثالثة بعدد تكرارات بلغ (٥٠) وبنسبة (١٦،١)، واحتلت مفردة القتلى المرتبة الرابعة بعدد تكرارات بلغ (٤٠) وبنسبة (١٢،٩) ، واحتل النازحين والمهجرين المرتبة الخامسة بعدد تكرارات بلغ (٣٥) وبنسبة (١١،٢)، فيما جاءت المجاميع المسلحة بالمرتبة السادسة وبعدد تكرارات بلغ (٣٣) وبنسبة (١٠،٦)، وجاءت عناصر الصحوة بالمرتبة السابعة وبعدد تكرارات بلغ (١٧) وبنسبة (٥،٤) ، فيما جاءت مفردة الحشد الشعبي بالمرتبة الثامنة والأخيرة بعدد تكرارات بلغ (١٠) وبنسبة (٣،٢)، بحسب الجدول (٦).

❖ النتائج

١. أظهرت نتائج البحث أن المحافظات التي دخلها تنظيم داعش والتي من بينها الانبار وصلاح الدين وديالى ونيوى الخ حصدت المراتب الأولى وكان لها الحظ الاوفر في التغطية الإعلامية ويرجع ذلك الى الاحداث الأمنية والسياسية التي كانت ترافق تلك الفترة.
٢. أظهرت نتائج البحث ان المرتكزات الإعلامية البنائية والموضومية والأخلاقية والمهنية كانت من أبرز واهم المرتكزات المستخدمة في النصوص الإعلامية التي بثت عبر إذاعة سوا ركزت خلال تغطيتها الاحداث في تلك المدة.
٣. دعمت المواد الصحفية التي نشرتها إذاعة سوا على موقعها بالصور المتعلقة بالأحداث لتعزيز مصداقيتها، وجذب انتباه المتلقي.
٤. طغى المحتوى الأمني والسياسي على باقي المجالات وبنسبة وفارق واضحين عن باقي المجالات ، يرجع ذلك الى الوضع السياسي والأمني للبلد متزامنا مع دخول تنظيم داعش لعدد من المحافظات في تلك الفترة.
٥. طفت المصادر الحكومية على باقي المصادر التي استعان بها المحررين لمعرفة الاخبار والاحداث وتقصي الحقائق من مصدرها ، ويدل هذا على اهتمام الإذاعة بمرتكزات الدقة والمصداقية وموثوقية المصادر .
٦. وظهرت نتائج تحليل النصوص الإعلامية لوجود مفردات استخدمت بطريقة تختلف عن باقي الوسائل منها تنظيم داعش بدل تنظيم الدولة الإسلامية ، والقتلى بدل الشهداء ، وغيرها ويعود ذلك الى ايدولوجية وسياسة الإذاعة التي تلزمها بهذه الالية .

❖ المراجع

- (١) تون فان ديك، النص: مدخل متداخل الاختصاصات، ترجمة: سعيد حسن بحيري، (القاهرة: دار القاهرة للكتاب، ٢٠٠١م).
- (٢) جوليا كريستيفا، علم النص، ترجمة: فريد الزاهي، (المغرب: دار توبقال، ١٩٩٧م).
- (٣) خالد كب، بلاغة الخطاب الإعلامي وآلياته العملية للإقناع، مجلة الدراسات الإعلامية، المجلد ٧، العدد السادس والعشرون، (المركز الديمقراطي العربي، شباط/فبراير ٢٠٢٤م).
- (٤) روبرت دي بوجراند، النص والخطاب والإجراء، ترجمة: تمام حسان، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٨م).

مرتكرات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

- (٥) رولان بارت، لذة النص، ترجمة: منذر عياشي، (سوريا: مركز الإنماء الحضاري، ١٩٩٢م).
- (٦) رينيه وليك، وأوستن وارن، نظرية الأدب، تعريب عادل سلامة، (المملكة العربية السعودية: دار المريخ، ١٩٩٢م).
- (٧) حنان سعادات عودة، رسائل ابن حزم : دراسة في رسالتي طوق الحمامة و في مداوة النفوس أنموذجا : دراسة في نحو النص ،(عمان : الان الناشرون والموزعون ، ٢٠١٥م).
- (٨) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (الإمارات العربية المتحدة – الجمهورية اللبنانية: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م).
- (٩) سعيد حسن بحيري، علم لغة النص / المفاهيم والاتجاهات ،(القاهرة: الشركة المصرية للنشر، لونهاجمان، ١٩٩٧م).
- (١٠) صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، ١٩٩٣م).
- (١١) الطاهر بومزبر، التواصل اللساني والشعرية: مقاربة تحليلية لنظرية رومان جاكسون، (بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون، ومنشورات الاختلاف، ٢٠٠٧م).
- (١٢) طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث الإعلامي، (مصر: دار كلمة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- (١٣) عبد الخالق فرحان شاهين، أصول المعايير النصية في التراث النقدي والبلاغي عند العرب، رسالة ماجستير، (الكوفة: كلية الآداب، جامعة الكوفة، ٢٠١٢م).
- (١٤) عبد العزيز بركات، مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٥م).
- (١٥) عقيل عبد الزهرة مبدر، وعبد الخالق فرحان شاهين، الأصول المعرفية لمعيار الإعلامية في التراث النقدي والبلاغي عند العرب، مجلة اللغة العربية وآدابها، مجلد ٢٠١٢، العدد ١٥، (الكوفة: كلية الآداب، جامعة الكوفة، ٢٠١٢م).
- (١٦) العياشي أدراوي، الاستلزام الحوارى في التداول اللسانى: من الوعى بالخصوصيات النوعية للظاهرة إلى وضع القوانين الضابطة لها، (الرباط: دار الأمان، منشورات الاختلاف، ٢٠١١م).
- (١٧) فولجانب هانمن، وديتر فيهفجر، مدخل إلى علم اللغة النصى، ترجمة: فالح بن شبيب العجمى، (الرياض: جامعة الملك سعود، ١٩٩٩م).
- (١٨) قاستون قروس، التعابير المتكلسة: الأسماء المركبة وعبارات أخرى، تعريب صالح الماجري وبشير الورهانى، (تونس: مركز الدراسات والبحوث الاقتصادية والاجتماعية، ٢٠٠٨م).
- (١٩) كامل حسون القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمى فى الدراسات الإنسانية، (د.م: المكتبة الوطنية للطباعة والنشر، ٢٠٠٧م).
- (٢٠) كلاوس يرنكر، التحليل اللغوى للنص: مدخل إلى المفاهيم الأساسية والمناهج، ترجمة: سعيد حسن بحيرى، (القاهرة: مؤسسة المختار، ٢٠٠٥م).
- (٢١) لىلى سهل، حدود النص فى الدرس اللسانى الغربى، مجلة الخطاب، المجلد ١٣، العدد ٢، (الجزائر، ٢٠١٨م).
- (٢٢) محمد شومان، إشكاليات تحليل الخطاب فى الدراسات الإعلامية العربية: الدراسات المصرية نموذجًا، المجلة العلمية لكلية الآداب، (المنيا: جامعة المنيا، نيسان ٢٠٠٤م).
- (٢٣) محمد عبد الحميد، البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتاب، ٢٠٠٠م).
- (٢٤) محمد هادى مرادى، وسيدة فاطمة سليمى، الدلالات الهامشية بين الدراسات التراثية وعلم اللغة الحديث، مجلة العلوم الإنسانية الدولية، العدد ٢٠، (٢٠١٣م).
- (٢٥) محمود سيد محمد على، التحليل النقدي للخطاب الإعلامى: المفهوم، الأسس النظرية ومداخل التحليل، مجلة جامعة بنى سويف، المجلد ٢٠٢٢، العدد ٢٤، الجزء الثالث، (تموز/يوليو ٢٠٢٢م).

مرتکزات الخطاب الاعلامي في وسائل الاعلام، د. رنا عبداللطيف حامد

- ٢٦) مركز القرار للدراسات الإعلامية، التحليل النقدي للخطاب الإعلامي، (السعودية، ١٩ تموز/يوليو ٢٠٢٣م).
- ٢٧) ميشيل فوكو، نظام الخطاب وإرادة المعرفة، ترجمة: أحمد سلطان وعبد السلام بن عبد العالي، (الدار البيضاء: دار النشر المغربية، ١٩٨٥م).
- ٢٨) نحو أجرومية للنص الشعري: دراسة في قصيدة جاهلية، مجلة فصول، المجلد ١٠، العدد ١-٢، (١٩٩١م).
الإنكليزية :

١. Media Linguistics: On Mediality and Culturality , Martin Luginbudl , 10plus1:
Living Linguistics Issue1I 2015I Media Linguistics.

٢. Merriam Webster Dictionary , (Milicia) , Merriam Webster .com