

الخطاب كأداة اتصالية للتأثير: دراسة في مبادئ تحليل الخطاب الإعلامي

Discourse as a communication tool for influence: A study of the principles of media discourse analysis

عاشور زينة

جامعة الجزائر 3 (الجزائر)

وحدة بحث: الخدمة العمومية في الإعلام الجزائري

zinachour@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2025/09/12

تاريخ الإستلام: 2025/06/10

ملخص:

في عالم، يسوده ضياع المعلومة بين الملايين من المعلومات، وتدفق الخطابات اللامتناهية على المتلقي، وما لهذه الخطابات من تأثير عليه، يبرز "تحليل الخطاب" كضرورة منهجية ملحة، تساهم في فهمنا للواقع الذي نعيش فيه. يعالج هذا المقال تحليل الخطاب، بمقاربة نظرية شاملة، اعتمادا على العديد من المراجع؛ عربية وأجنبية، يتناول الخطاب بوصفه أداة اتصالية، تهدف إلى التأثير، علاقة الخطاب بالتخصصات الأخرى. كما أكد على السياق، باعتباره أبرز مكون في تحليل الخطاب (اجتماعي، ثقافي، تاريخي...)، أما عن العوامل المؤثرة في اختيار استراتيجية الخطاب، فلخصها المقال في مقاصد المرسل والسلطة (سلطة المرسل وسلطة المتلقي). وأخيرا أجب المقال بالإيجابية عن إن كان تحليل الخطاب منهجا وذكر أدوات تحليل الخطاب الإعلامي.

الكلمات المفتاحية: أدوات تحليل الخطاب؛ استراتيجية الخطاب؛ الخطاب؛ الخطاب الإعلامي؛ السياق؛ تحليل الخطاب.

Abstract: In a world where information is lost among millions of other pieces of information, and where the endless flow of discourses is overwhelming the receiver and their impact on him, "discourse analysis" emerges as an urgent methodological necessity, contributing to our understanding of the reality in which we live.

This article examines discourse analysis using a comprehensive theoretical approach, drawing on numerous references, both Arab and foreign. It examines discourse as a communication tool aimed at influencing a. It also emphasizes context as the most prominent component of discourse analysis. As for the factors influencing the choice of discourse strategy, the article summarized them in the sender's intentions and authority. Finally, the article mentioned the tools used to analyze media discourse.

Keywords: context; discourse; discourse analysis; discourse analysis tools; discourse strategy; media discourse.

مقدمة:

يعتبر الخطاب من الأدوات المركزية في التواصل الإنساني، إذ لا يقتصر دوره على نقل المعلومات أو التعبير عن الأفكار، بل يتجاوز كل هذا ليكون وسيلة فعالة لممارسة التأثير والإقناع والتوجيه. فالخطاب، عملية اتصالية مركبة، يستبطن مقاصدا وأهدافا تتفاوت بحسب السياق والمرسل والمتلقي، وهو ما يجعل من تحليل الخطاب ضرورة منهجية لفهم آليات هذا التأثير وتفكيك بنيته العميقة.

يمارس الخطاب قوة رمزية من خلال اللغة والأسلوب والتركيب والمحتوى، وتتجلى هذه القوة في كل المجالات: الإعلامية، الدينية، السياسية، الثقافية...وبذلك تزداد أهمية تحليل الخطاب كمنهج بحثي يستكشف العلاقات بين النص والسياق، بين اللغة والسلطة وبين الاتصال والتأثير.

يحاول هذا المقال تسليط الضوء على جوانب عديدة من تحليل الخطاب، بالإجابة على الإشكالية التالية:

كيف نشأ تحليل الخطاب وتطور كمجال معرفي؟ ما مدى أهمية فهم السياق في مقارنة الخطاب؟ وماهي الأدوات المنهجية التي يعتمد عليها تحليل الخطاب لفهم بنيته ووظيفته التأثيرية؟

أولاً: تعريف تحليل الخطاب:

يتركّب "تحليل الخطاب" من كلمتين: "تحليل" و"خطاب".

1- تحليل:

نجد في "قاموس العلوم الإنسانية" أنّ: "التحليل في الكيمياء هو إجراء تحليل على جسم ما، وهو الكشف عن العناصر التي تشكّله. فيسمّى تحليل: كلّ طريقة يتّبعها العقل، يفكّك بها مشكلة ما أو مفهوم ما. التحليل هو عكس (DORTIER, 2004) التركيب".

تنظر السيميوطيقا إلى أي موضوع قصد الدراسة على أنّه كلّ من المعاني، ويعمل التحليل على كشف العلاقات بين الأجزاء المشكّلة له من جهة، وبين هذه الأجزاء والكلّ الذي تركّبه...بذلك نتحدّث عن الطريقة الهابطة في مقابل التّركيب (GREIMAS & COURTES, 1993).

وتضيف "كريمة شعبان" نقلا عن "جان نعوم طموس" أنّ كلمة "تحليل" تشير إلى مفهوم تطبيقي وهي لا تقتصر على النظام الداخلي للنص أي على التحليل اللغوي واللساني، بل يتعدى ذلك إلى ما يحيط بالنص من ظروف سياسية، تاريخية، اجتماعية، نفسية (شعبان، 2016)

2- الخطاب:

يمثل الخطاب إحدى المفاهيم المركزية في علوم الاتصال وعلوم اللغة والعلوم الاجتماعية. فتعددت تعاريفه، إذ "تستعمل كلمة 'خطاب' للتعبير عن معاني عديدة من الضيقة إلى الأكثر اتّساعا، والصعوبة ذاتها تنطبق على تحليل الخطاب" (MAINGUENEAU, 1984).

ورد في القرآن الكريم لفظ "خطاب" 3 مرات، في الآيات (القرآن الكريم):

قال تعالى: "...فقال أكفلنيها وعزّي في الخطاب" (سورة ص، 23)

قال تعالى: "وشددنا ملكه وآتيناه الحكمة وفصل الخطاب" (سورة ص، 20)

قال تعالى: "الرحمن لا يملكون منه خطاباً" (النبأ، 37)

وردت كلمة "خطاب" في اللغة العربية بعدة معاني تتميز عن دلالتها اللسانية الحديثة، من هذه الدلالات "الكلام".

نقرأ في "لسان العرب": "جاءت المادة "الخطاب" على وزن فعال من خاطب، ومصدر خطاب، ومخاطبة على وزن مفاعلة، ومعناه الكلام والمحادثة ومراجعة الكلام والمشاورة فيها، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاباً وهما يتخاطبان" (هياجنة، 2009)

وهنا نلاحظ أنّ المخاطبة تعني المحادثة والتواصل. أما في "لسان اللسان": "الخطب: الشّأن أو الأمر، صغر أو عظم، ومنه قولهم: جلّ الخطب أي عظم الأمر والشّأن. والخطاب والمخاطبة: مراجعة الكلام. والخطبة مصدر الخطيب، وخطب الخاطب على المنبر، واختطب يخطب خطابة، واسم الكلام الخطبة. والخطبة، مثل الرسالة التي لها أول وآخر" (منظور، 1993).

نجد في "القاموس المحيط": "وخطب الخاطب على المنبر خطابة، بالفتح، وخطبة بالضم، وذلك الكلام: خطبة أيضاً، أو هي الكلام المنثور المسجع ونحوه. ورجل خطيب: حسن الخطبة، بالضم" (آبادي، 2005). أما "الأصفهاني" الذي وقف عند المادة بإسهاب في كتاب "المفردات في غريب القرآن"، كتب: "لا تتجاوز تجليات الخطاب لدى أهل التفسير معنى المحادثة، الطلب، البيان، السلطان والفصل والبيّنة والإيجاز والتكلم، ومن ثمة تفسير الخطب بالشّأن والغرض، والأمر العظيم الذي يكثر فيه التخاطب" (هياجنة، 2009).

لم يكن لفظ الخطاب، في اللغة الفرنسية، حسب تعريف "بربارا كاسان Barbara CASSIN": "متصلاً في الأصل باللغة اتصالاً مباشراً، إذ اللفظ Discours الفرنسي مشتق من الأصل اللاتيني "discurrere" بمعنى "الجري هنا وهناك وعندما بدأ لفظ discursus، عند نهاية الحقبة اللاتينية يأخذ معنى الخطاب، فقد كان معناها في البداية: طريقاً محفوفاً بالشكوك للمحادثة والمناقشة، قبل أن يحيل اللفظ على تشكيل منطوق أو مكتوب للفكر، وهكذا أصبحت البلاغات الإغريقية للوغوس...ومثلها البلاغات اللاتينية للخطابة oratio، أصبحت بالنسبة إلينا بلاغات الخطاب، لأقسام الكلام: الفعل، الفاعل،... (الحباشة، 2011).

يتعدى المفهوم المركب للخطاب الدلالة اللغوية إلى الدلالة الفلسفية، والدلالة السياسية والدلالة الإعلامية. وتتضح الفروق بين الدلالات حسب السياقات التي تورد فيها (الغباشي، 2013، صفحة 162)، بل وحتى، حسب المدارس المختلفة التي قدمت تعريفات مختلفة باختلاف ميادينها (شعبان، 2016، صفحة 192):

1- الخطاب حسب المدرسة الأمريكية: هو التفاعل الشفوي أو التقاويل. وحسب هذا الرأي، تعتبر الأقوال التي لا تنتهي إلى الخطاب الشفوي خطابات باردة، فقيرة تتسم دراستها بقلّة الفائدة (الحباشة، 2011، صفحة 117).

2- مدارس تحليل الخطاب الفرنسية: هناك توجه كامل في فرنسا، يسمى "تحليل الخطاب"، يظهر في أشكال مختلفة يمكن تصنيفها إلى أربعة منظومات كبرى، هي: المنظومة المنطوقية، المنظومة الحجاجية، المنظومة السردية والمنظومة الخطابية (شومان، 2007).

تعبّر "النزعة الفرنسية" طريقة في التفكير، تهتم بالخطابات المقيدة، متجاهلة التفاعلات اللفظية الكلامية العفوية، كما تهتم بالخطابات الروتينية المألوفة، كالدرس الجامعي، نشرة الأخبار المتلفزة أو حصة تلفزيونية (MAINGUENEAU, Analyser les textes de communication, 2012). ويعود هذا إلى أنّ "فرنسا من البلدان القديمة، ذات التقاليد الراسخة، على النقيض من الدول الحديثة، حيث الأمور فيها أقل ثباتاً وأكثر حركية" (الحباشة، 2011، صفحة 122).

يمكن تبني التعريف التالي للخطاب: "كلّ نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر محدّدة من المتكلّم أو الكاتب، وتفترض نية التأثير على السّامع والقارئ مع الإهتمام بمجمل الطّروف والملابسات التي تمّت فيه" (الشمري، 2010). بصيغة أخرى، وحسب تعريف "عبد النبي خزعل": الخطاب هو الكلام الموجه إلى الآخر، أفراداً كانوا أو جماهير، بهدف الاتصال بهم عبر آليات لغوية تتخذ أساليب المشافهة أو الصّياغات التحريرية أو تتخذ أساليب غير لغوية تعتمد بالأساس على الصّور أو الإيماءة أو الإشارة أو الحركة، بهدف إعلام المستقبل بشيء معيّن أو حدث أو خبر محدّد، وكذلك إقناعه بوجهة نظر معيّنة. يتضمّن الخطاب سلوكاً وأسلوباً ومضموناً، وهو يعتمد في صياغة محتواه على قدرات المتصل الإقناعية للتأثير في المتلقي وجعله يقبل بما يرمي إليه من أهداف ونتائج (خزعل، 2001). و"يعكس مفهوم الخطاب – على وجه العموم – المنظومة المعرفية التي يظهر من خلالها سواء لدى المفكّر أو نظام الفكر أو العصر" (عضابنة، 2012).

ثانياً: نشأة الخطاب وعلاقة تحليل الخطاب بالتخصصات المختلفة:

1- نشأة الخطاب:

لقد نشأ مفهوم الخطاب في إطار دراسات اللّغة والألسنية وعلم اللغة الحديث، رغم أنّ علماء الألسنة الأوائل أمثال "دوسوسور" (1857-1913) و "أمسليو" (1899-1965) و "جاكسون" وغيرهم لم يناقشوا موضوع الخطاب،...إنّما كان "بايسونز" أوّل من طرح مسألة الخطاب في الدراسات الألسنية عام 1943.

أمّا النقلة الألسنية الكبيرة في مسائل الخطاب، جاءت على يد "بنفنيست" (1902-1967) (شومان، 2007، صفحة 23).

ولكن يمكن القول أن أغلبية مدارس تحليل الخطاب المعاصرة تتبع مفهوم "فوكو" للخطاب بصفته مجموعة من المنطوقات (التصريحات والتعبيرات) الملتزمة نسبياً بقواعد معيّنة، و التي تفرض حدوداً على عملية صنع المعنى (شومان، 2007، صفحة 52).

يعود مصطلح "تحليل الخطاب" إلى مبادرة "جون دوبوا" في العدد 13 من مجلة "لانجوايجس" الصادرة سنة 1969 إلى ترجمة نص اللساني الأمريكي "هاريس" كتبه سنة 1952م. وتم فهمه مباشرة على أنّه "تحليل الأقوال" (الحباشة، 2011، صفحة 126).

2- علاقة تحليل الخطاب بالتخصصات المختلفة:

يعتبر تحليل الخطاب استراتيجية من استراتيجيات عديدة في التحليل، ومن المفيد دائماً استخدام "تحليل الخطاب مع أشكال أخرى من التحليل (فاركلوف، 2009).

يدخل الخطاب عند "دومينيك مانجينو" في سلسلة من المقابلات: ثنائية الخطاب/ الجملة، ثنائية الخطاب/ القول... (فاركلوف، 2009، صفحة 106)، حيث لا يمكن لتحليل الخطاب أن تقوم له قائمة إلا بالارتكاز على اللسانيات (فاركلوف، 2009، صفحة 122).

ثنائية اللّغة/الخطاب: إنّ الخطاب ليس هو اللّغة (شومان، 2007، صفحة 24)، رغم أن اللّغة كما عرّفها "محمود عكاشة": "سجل حافل يرصد تاريخ البشرية، ويصور مراحل تاريخية ويجسد أوضاعها ويحفظ فكرها وإبداعها، فاللغة ظاهرة اجتماعية ترقى برقي المجتمع وتتسع باتّساعه وتتطوّر بتطوّره" (عكاشة، 2005).

ويذكر "صابر محمود الحباشة" تعريف "لايبنيز" (1646-1716) اللّغة: "عبارة عن مرآة للعقل"، بمعنى أنّ اللّغة عظيمة الترقى تعكس الإنجازات الفكرية لمتكلميها وتعزّزها" (الحباشة، 2011، صفحة 135).

"اللغة: وسيلة اتصال أو أداة للتعبير عن الأفكار، إنها نظام من العلامات لنقل الأفكار. ووفق تعبير "جان بول سارتر" (1905-1980): الإنسان هو اللّغة، إنّ الإنسان هو أولاً ما يقوله" (غلفان، 2010).

يقول "نور الدين السيد" نقلاً لفكرة "كيوم": ليس الكلام هو الذي يتميّز بالدّكاء، بل الاستعمال الفردي هو الذي يتميّز بذلك (السّد، 2010).

وذهبت بعض المدارس الحديثة إلى أنّ وظيفة اللّغة الأساسية هي الإقناع والإغراء والإعجاب والتلاعب والتبرير... والإقناع من الملامح الرئيسية للخطاب (عكاشة، 2005).

تتجلّى العلاقة بين الخطاب واللغة في خطاب "فوكو"، باعتبار المنطوق هي الوحدة الأولى للخطاب (هياجنة، 2009، صفحة 12). ولذلك "لا خطاب دون لغة" (يونسى، 2012)، فالخطاب كيان شكّله اللغة، من هنا تتجسد أهميتها التي تناولتها مختلف المدارس بالبحث وفقاً لاتجاهات مختلفة سواء عند العرب أو عند الغربيين، كالاتجاه الشكلي الذي يهتم بدراسة النظام اللغوي معزولاً عن السياق، والاتجاه التواصلى الذي يهتم بدراسة اللغة في السياق التواصلى...

واستناداً إلى العناصر المكوّنة للاتصال، حدّد "رومان جاكبسون" وظائف اللّغة كالتالي:

- 1- الوظيفة التعبيرية أو الانفعالية: إذ تهدف إلى التعبير عن موقف المرسل.
- 2- الوظيفة الإيعازية أو الندائية: التي تخص المرسل إليه وذلك بمثل النداء والأوامر.
- 3- الوظيفة المرجعية: المتمحور حول المرجع.
- 4- وظيفة إقامة الاتصال: وتدور حول القناة أو وسيلة الاتصال.
- 5- وظائف ما فوق اللغة: وتدور حول لغة الخطاب ذاتها.
- 6- الوظائف الشعرية: تتمحور حول المرسل كما يقتضيه الإيقاع. وعرفانا بجهود "جاكبسون"، نلاحظ أن الخطاب لا يقتصر على وظيفة دون أخرى، بل يمكن لهذه الوظائف أن تتمازج فيما بينها، على أن تغلب واحدة منها على الخطاب ليكتسي بها بعداً خاصاً به. (يونسى، 2012، صفحة 45).

الخطاب اللغوي: هو كلام يؤدّى شفويا أو يسجل كتابيا وإلكترونيا، والجمل والعبارات والفقرات لا تحمل في ذاتها معنى، وإنما هي مادة خامدة في بطون الكتب أو المطبوعات أو التسجيلات الصوتية، وتظل هكذا حتى تتاح للقارئ أو للمستمع لتبعث فيها الحياة من خلال ما يثيره في نفس المتلقي من معان وأفكار ومعتقدات، تجيء دائما مخصّبة بالخلفية المعرفية للمتلقي (خبراته، معارفه، أسلوبه، اتجاهاته، ميوله في الفكر....) وبهذا فإن المتلقي ينشئ بنية جديدة لما يقرأ ويسمع، وقد تنحرف هذه البنية كلياً أو قليلاً عما أراد منشئ الخطاب اللغوي أن ينقله إلى عقول من يتلقون الخطاب... وهذا تأويل للخطاب (الله، 2005).

النص/الخطاب:

كما رأينا سابقا، كانت في الماضي القريب، كلمة "خطاب" مرتبطة فقط بالإنتاج الشفوي، لكنها أصبحت تعني حتى النص المكتوب (BARRY, 2002) : فمثلا، عند "بريجيت بوفار": "كل نص خطاب عندما يتعلّق الأمر بالملفوظ ويفترض وجود مستقبل" (Buffard-MORET, 2009)، لكن "بنفنيست"، لم يفرّق بين النص والخطاب على أساس التفريق بين الشفوي والمكتوب، لأن المكتوب عبارة عن إعادة إنتاج الخطاب الشفوي وأهدافه. (AMORIM, S.D.)، إذ كل نص موضوع يعد نتاج عمل تلفظ شفوي ينشئ آليا مسار تقبل متعلق به، ولا يجب التمييز بين التلفظ والملفوظ، بما أنّ النص قابل للتّحليل كلياً في ضوء صيغ البث والتّقبل (الحباشة، 2011، صفحة 18).

فالخطاب هو "النص + السياق الاجتماعي الذي يتطلّب تحليلا معيّنا والخطاب بهذا المعنى أوسع من النص" (شعبان، تحليل الخطاب الإعلامي، بعض المنطلقات النظرية، 2016، صفحة 20). بصيغة أخرى، "تحليل النص" جزء أساسي من "تحليل الخطاب". لكن تحليل الخطاب "لا يقتصر على التحليل اللساني للنصوص" (فاركلوف، 2009، صفحة 21). خاصة وأن صناعة المعنى لا تستند فقط إلى اليّين في النص، إنما أيضا إلى المستتر (فاركلوف، 2009، صفحة 39).

ويمكن فهم الفرق بين النص والخطاب حين يكون الحديث مثلا عن المقدس، حيث:

"يتجلّى التفريق بين مصطلحي "النص" و"الخطاب" إذا تعلّق "النص" بالمقدّس في تشكيكه للتّوابع العقديّة، فالنص مشدود إلى مصدر إلهي، ولكن الخطابات تتكوّن من تأويل ومقاربة هذا المقدّس، سواء أكانت خطابات فقهية أو مذهبية أم فلسفية أم أدبية، خطابات تاريخية... وهذا يشير إلى أهمية التأويل" (1703).

النص الخطابي: أبرز ما يميز النص الخطابي هو ضرورة ارتباطه بجمهور يتوجه إليه، وربما كانت صورة الجمهور المتلقي أسبق إلى ذهن الخطيب من موضوع النص (بوقرومة، 2015).

يلخص "نورمان فاركلوف" الفرق بين النص واللغة والخطاب كما يلي: "أستخدم مصطلح "النص" بمعنى واسع جدا. النصوص المكتوبة والمطبوعة - ك: قائمة المشتريات ومقالات الصحف - هي نصوص"، مدوّانات المحادثات واللقاءات المحكية نصوص أيضا، كذلك الأمر، بالنسبة إلى برامج التلفزيون، وصفحات شبكة المعلوماتية. يمكننا القول إن أي ظهور فعليّ للغة في الاستخدام هو "نص" مع محدودية هذا التعريف، إذ أن برامج التلفاز كنصوص لا تتضمن فقط اللغة، إنما أيضا الصور المرئية والمؤثرات الصوتية. ونستخدم مصطلح "لغة" لنشير إلى اللغة المنطوقة (المحكّية والمكتوبة): الكلمات، الجمل. ليشير استخدام مصطلح "الخطاب" (في ما يسمى عامة "تحليل الخطاب") إلى رؤية معينة للغة في استخدامها باعتبارها عنصرا في الحياة الاجتماعية يتصل اتصالا وثيقا بعناصر

أخرى. لكن مصطلح "الخطاب" يمكن استخدامه بطريقة خاصة وبطريقة عامة، مجردة (فاركلوف، 2009، صفحة 23:22).

الخطاب/الكلام: تعتبر الكلمة وحدة الكلام، "الكلمة هي امبراطورية القوة" (SFEZ, 2009).

يلخص الدكتور "عبد الرحمن الحاج صالح" الفرق القائم بين الخطاب والكلام، "كما يلي: " للفظ "كلام" مجالا دلاليا واسعا. أما لفظ "خطاب" فأضيق منها. فللكلام مدلولات لا دخل للخطاب فيها مثل: قولهم "كلام العرب أو العجم" ومثل "الكلام المستغنى" الدال عند "سبيويه" على الجملة المفيدة... ثم إن الكلام قد لا يكون موجها إلى مخاطب معين مثل ما يحصل في كلام النائم أو المجنون... أما الخطاب فلا يكون إلا في مخاطبة وهذا اللفظ نفسه مصدر خاطب فلا يتصور خطاب إلا في حال خطابية مع مخاطب معين. ثم للخطاب مدلول آخر اختص به دون الكلام، ولا يقوم مقامه حينئذ إلا لغرض، وهو معنى المحاجة والجدل ومحاولة إقناع الغير. فالخطاب في هذا الجانب هو محاولة صاحبه التأثير في المخاطب ويوصف حينئذ بأنه فصيح (بمعنى بليغ لا فصيح اللغة فقط) إذا بلغ درجة معينة من الإفادة والتأثير في نفس الخطيب" (صالح، 2012) يمكن استعمال مصطلح الخطاب بمعنى خاص هو الكلام والنصوص المنتميان إلى حقل محدد من النشاط البشري، ويمكن استنادا لهذا التعريف التمييز بين الكلام والنصوص في حقل النشاط الديني، مكونا خطابا دينيا، والكلام والنصوص المنتج في حقل النشاط السياسي، مكونا خطابا سياسيا (اللطيف، 2015).

العاطفة/الخطاب: قال "هيجل": "لا شيء يتحقق دون عاطفة" (MEYER, 2007).

يقتضي فهم الفعل فهم العاطفة التي سببت الفعل (بشار، 2016)، ففهم أي خطاب يستلزم الإلمام بأكثر من معاني الكلمات المنفردة، وإن نظرنا إلى العواطف وحاولنا الإلمام بالمعاني المحيطة بأنواعها المختلفة، فإنه يبدو من المنطقي أن الكلمات كما هي في القاموس غير كافية. ولهذا نجد العديد من الشفرات التي تشكل في مجموعها ما يعرف بعقلانية العواطف (بشار، 2016، صفحة 39:46):

أ- الشفرات الجسدية: مثل تغير لون الجلد، الحركات، الارتعاش.

ب- الشفرات الانفعالية.

ج- الشفرات الطبيعية: القدرة، المعرفة، الرغبة، ...

د- الشفرات المنظورية: خصخصة الحديث، بالثقل في الشدة والكمية.

هـ- الشفرات الإيقاعية: يساهم الإيقاع في إنشاء المعنى والمقصود بالإيقاع مظهر الضغوط التي يحس بها الجسد،

ك- التسارع والتباطؤ...

و- الشفرات الصورية.

يلخص "رافاييل ميشلي" العواطف في الخطاب، كما يلي: "تنتقل العواطف عن طريق اللغة اللفظية إضافة إلى اللغة غير اللفظية: نبرة الصوت، حذته، الإيماءات، الإشارات" (MICHELI, 2014).

الخطاب/الاتصال: يعتبر الخطاب رسالة اتصالية تتحول من مرحلة الملفوظية والتمظهر اللساني إلى مرحلة التلفظ والتفاعل مع المرسل إليه في غياب عوائق الاتصال وحضور سياق الاستقبال، وفهم الرسالة فهما صحيحا. مما يحقق البعد التداولي وإعطاء القارئ سلطة التأويل، وإسناد الخطاب إلى إحالاته المرجعية، وتجاوز فكرة موت المؤلف والقارئ والتعامل مع الرسالة منغلقة على ذاتها (عمر، 2010-2011). حيث يبرز المرسل والمرسل إليه كجانبين مهمين للخطاب. فالمتكلم أو المرسل ينشئ خطابا، أما المستمع أو المستقبل يتلقى الرسالة بطريقته الخاصة، فينجز تأويلا لكلام...وتأويله خطابا أيضا (العمرى، 2019). فكل قراءة لنص ما هي إلا عملية فردية خاصة بالفرد لا تتكرر مع الآخرين، وبالتالي فإن أي نص غالبا ما يؤثر استجابة أو ردود فعل مختلفة لدى المتلقين المختلفين (حاتم، 1998).

الخطاب الإعلامي:

أصبح مفهوم الخطاب يستعمل على نطاق واسع في تحليل النصوص الإعلامية (المشاقبة، 2014).

يتعذر علينا فهم الخطاب الإعلامي بمعزل عن السياق العام الذي تتم فيه عمليات إنتاج هذا الخطاب، أي محاولة معرفة خصائص الوسيلة الإعلامية، نوعية أطر الصحيفة العاملة، موقف واتجاه وقيم ووعي الجماهير المستهدفة. كلها عوامل تقوم بدورها، قد يكون هذا الدور ثانويا ولكنه موجود ويمارس تأثيرا ما في تحديد شكل ومضمون الخطاب الذي تنقله وسائل الإعلام إلى جماهيرها (رؤان، 2007)، فالخطاب الإعلامي: ممارسة اجتماعية متغيرة ومتنوعة قد تكون متصارعة أو متعاونة، كما أن هناك تداخلا أو تعايشا بين أكثر من خطاب. (الغباشي، 2013، صفحة 163).

الخطاب الجماهيري: مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، برز صوت الجميع، أو العوام من الناس، ما اصطلح عليه الباحثون بـ "الهامشي" (إشارة إلى أنه كان صوت مهمش)، وهذا ما يلخصه الباحث "فوضيل عدنان" وهو يعرف الخطاب الجماهيري أنه: "ليس مجرد خطاب عادي ومبتذل كما كانت تروج له بعض الدراسات السابقة التي تندرج ضمن ما اصطلح عليه "بالنخبوية" (النخبوية المتعالية) وإنما هو خطاب يحتوي على قيمة ثقافية تحمل الإرث الإنساني الثقافي بكل أبعاده العلائقية في أي مجتمع كان". ليبين كل هذا في مذكرته، التي ارتكزت على الإجابة على الإشكالية: "كيف ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي "وسيلة الفيسبوك" في ارتقاء "الهامشي" واحتضان الخطابات الجماهيرية" (عدنان، 2013:2014).

الخطاب/الترجمة:

ربما تكون الحقبة التي نعيش فيها أكثر المراحل التي عرفت الترجمة ازدهارا وتطورا لم تعرفه من قبل (العصر الذهبي للترجمة)، وهذا يعود لممارسة إنسان عصرنا التواصل في أقصاه، بفضل الوسائل المتاحة الإعلامية الاتصالية، في ظل العولمة التي فرضت تقارب الأفراد والشعوب وأسست لمجتمع المعلومات، المتعطش دوما للجديد. فإذا كانت الترجمة عاملا لنقل العلوم من منطقة إلى أخرى وعبر مراحل تاريخية، ساهمت في تطور العلوم، فإن العلوم أيضا طورتها، لنصل اليوم إلى الذكاء الاصطناعي الذي قضى على كل عائق في طريقها، فأصبحت فورية وبأدنى الأخطاء.

الترجمة: ليست مجرد تمرين عقيم في الألسنية، وإنما هي عملية تواصلية تحدث في إطار اجتماعي ثقافي معين، هي ظاهرة اجتماعية بقدر ما هي لغوية. والمترجم وسيط. وتعتبر كل الترجمات تواصلية بشكل أو بآخر.

يستخدم "نيومارك" مصطلحي الترجمة الدلالية والترجمة الاتصالية. وميزة هذه الصيغ أنها تغطي معظم "الترجمات الوسط بين الاثنين". وتعد الترجمة الدلالية أقل تطرفاً من التعادل الحرفي، وبالتالي فهي تتوافق أكثر مع استراتيجية الترجمة العامة لكونها تحاول قدر الإمكان إيصال المعنى السياقي المضبوط للنص الأصلي، حسب ما تسمح به البنى الدلالية والنحوية للغة الهدف (حاتم، 1998، صفحة 11).

إن أفضل مترجمي الأعمال الأدبية هم أولئك الذين يفهمون تماماً مقصد الكاتب الأصلي للنص، فالمترجم يجب أن يتمثل "روح النص الأصلي" ويجعل مقصد كاتب النص الأصلي "مقصده هو" (حاتم، 1998، صفحة 17).

وهنا تكمن العلاقة بين الترجمة والخطاب، فالترجمة تنشأ خطاباً في لغة ثانية مطابقاً للخطاب الأصلي (بما أنها تعتمد على نقل النص الأصلي بسياقه إلى اللغة المستهدفة).

ثالثاً: السياق وإستراتيجيات الخطاب:

اتفقت التعريفات السابقة في مجملها للخطاب حول أهمية السياق: فالخطاب لا ينتج من فراغ، بل في إطار سياق اجتماعي، ثقافي، تاريخي محدّد ولفهم أي خطاب من الضروري أن تربط بين الخطاب والسياق الاجتماعي والثقافي بل وينبغي أن نربط بين هذا الخطاب ومجمل الخطابات التاريخية والمعاصرة (شومان، 2007، صفحة 32).

يكفي هنا التذكير بإحدى التعريفات للخطاب للتأكيد مرة أخرى على أهمية السياق: "هو استعمال لغوي شفاهي أو مكتوب ينتج ويتداول ويستهلك في سياق اجتماعي تاريخي فعلي محدد. ومن ثم فإن السياق مكون أساسي من مكونات تحليله، وبدون معرفة عميقة وشاملة بعناصر السياق سوف يكون من الصعوبة بمكان دراسة وظائف الخطاب أو تلقيه (اللطيف، 2015، صفحة 270؛ 271).

1-السياق:

1-1-تعريف السياق: هي الحالة الملموسة التي بث فيها الخطاب، ويشمل كلاً من المكان، والزمان، الهوية، وطبيعة العلاقات التي تجمع الأطراف (BARRY، 2002).

يتكون السياق -حسب الباحث "عماد عبد اللطيف"- من "المحددات الفيزيكية والزمانية والمكانية والتاريخية لعمليات إنتاج الخطاب وتداوله وتلقيه والاستجابة له، إضافة إلى وسائط الانتاج والتداول والتلقي، والفواعل الاجتماعيين المشاركين في هذه العمليات، ويدخل في زمرتهم منتجو الخطاب ومتلقوه (اللطيف، 2015).

السياق التداولي: يتمثل في الظروف المحيطة بالملفوظ وإحالاته الأدائية، فيشترط كل فعل كلامي، مقام التلفظ وزمن مناسب للتبليغ، ويتحدد في وضعية التلقظ الاجتماعية والنفسية، ويتصل أحياناً بعالم الأشياء ويستعين فيه الباحث بفهم قصدي المتكلم، ولتحديد نوع الفعل الكلامي المنجز والإحاطة بمدلول العلامات في سياقها المناسب (عمر، 2010-2011، صفحة 12).

2-1- أنواع السياق: يؤثر السياق في تحديد استراتيجيات الخطاب المناسبة (المشاقبة، 2014، صفحة 134).

(1)- السياق النصي: تحليل بعض الوحدات اللغوية الكبرى، مثل: العبارة، أجزاء الخطاب في المحادثات، المحاور، كذلك النماذج الحجاجية في بعض نماذج الخطاب...

(2)- السياق الوجودي: تكتسب التتابعات اللغوية أو السيميائية معانيها من خلال علاقاتها (وهذا الرأي لأهل الفلسفة والمنطق على خلاف البنيويين)، ويتضمن هذا السياق بطبعه عالم الأشياء، حالاتها والأحداث التي ترجع إليها التعبيرات اللغوية وكذلك موقعهم الزماني مؤشرات السياق الوجودي.

(3)- السياق المقامي: المقامات بوصفها سياقاً هي صنف متأصل في المحدّدات الاجتماعية، فقد يكون هذا السياق إطاراً للمؤسسات، محكمة... ويلخصها "إيجور بابو" كما يلي: "يتأثر" الخطاب "المنتوج بمكان إلقاءه. فمثلاً الشخص المستجوب تتأثر أجوبته بتواجده في مكان عمله أو في منزله. حتى طريقه ووضع الجسد أثناء إلقاء "الخطاب" تؤثر عليه، فطريقة الجلوس مثلاً تساعد في انغماس الخطيب فيما يقوله... ولأهمية المكان في الخطاب، نجد المخرجين يقومون بمعاينة الأماكن قبل التصوير" (BABOU, 1999).

(4)- سياق الفعل: تعتبر الأفعال اللغوية أنماطاً جزئية من السياق المقامي، حيث يرى "أوستن" أن التسلسلات اللغوية تعبر عن أفعال، بل هي الأفعال نفسها فلم يعد هناك جمل وصفية بحتة ذات معنى ثابت دون أن تكون منطوقات أدائية.

(5)- السياق النفسي: أي اعتبار الخطاب فعلاً وأن الفعل اللغوي قصد مشروط يقود إلى دمج الحالات الذهنية والنفسية في نظرية تداولية حيث أن أولها: رغبات المتكلم: وهي اهتمامات ومعتقدات ومقاصد ورغبات، كلها تدخل كعنصر ذاتي لتحديد السياق. ثانياً، العنصر الموضوعي، أي الوقائع الخارجية التي يتم فيها القول، يعني الظروف المكانية والزمانية... ثالثاً، العنصر الدوائي، أي المعرفة المشتركة بين المتخاطبين، وهي معرفة معقدة التركيب (BABOU, 1999، صفحة 134؛ 135).

ويلف السياق إنتاج الخطاب من ظروف وملابسات، ويعتبر العنصر الشخصي أهم عناصر السياق، ويمثل طرفاً الخطاب: المرسل والمرسل إليه وما بينهما من علاقة، بالإضافة إلى مكان التلفظ وزمانه وما فيه من شخوص وأشياء وما يحيط بهما من عوامل حياتية، اجتماعية، سياسية أو ثقافية وأثر التبادل الخطابي في أفراد الخطاب الأخرى.

3-1- عناصر السياق:

يعتبر العنصر الشخصي أهم عناصر السياق... رغم تكامل كل العناصر:

1- المرسل: محور إنتاج الخطاب لأنه الذي يتلفظ به من أجل التعبير عن مقاصد معينة، وبغرض تحقيق هدف فيه ويجسد ذاته من خلال بناء خطابه باعتماد إستراتيجية خطابية تمتد من مرحلة تحليل السياق ذهنياً والاستعداد له، فبدون المرسل لا يمكن للغة الطبيعية أن تتجسد وتمارس دورها و تصبح موجودة بالفعل... المرسل هو الذي يوظف اللغة في مستوياتها المتميزة بتفعيلها في نسج خطابه (BABOU, 1999، صفحة 136).

2- المرسل إليه: اعتبر البلاغيون أنّ المرسل إليه هو جزء من بناء الخطاب وتداوله مرهون إلى حد كبير بمعرفة حالة أو افتراض ذلك الحال.

يقول "رولان بارت" عن أهمية كلا من المرسل والمرسل إليه: "لا يمكن أن يوجد سرد بدون سارد وبدون مستمع أو قارئ" (بارت، 1998).

3-العناصر المشتركة: إنّ العلاقة بين المرسل والمرسل إليه هي علاقة شراكة وتشاركية، ولذلك اعتبرت العلاقة ما بين طرفي الخطاب من أبرز السياقات التي تؤثر على تحديد استراتيجيات الخطاب المناسب واختيارها.

فمثلاً: في الخطاب المباشر. يمكن للمرسل ملاحظة ردّ فعل الجمهور، فيعدّل من الخطاب ويضيف إليه، ويتوقّف عند بعض المواضع، ويسرع في أخرى، وينوّع في طبقة صوته وسرعة الأداء، ويستعين بالنبر والتنغيم ليؤثّر في الجماهير، ويلهم حماسهم ويشدّ بمشاعرهم ويراقب حاله خلال الأداء. وحضور المرسل في الخطاب يعمّق وجوده وشخصيته عند المتلقي، وذلك عن طريق لغته الخاصة وفكره (عكاشة، 2005، صفحة 114). والتفاعل مع الخطاب يحقق حالة نفسية قد يكون دافعها الحماس، الذي يكون نتيجة مباشرة لتفاعله مع الخطاب،...فسيكشف المرسل من رد الفعل درجة الفهم والتأثير والإقناع سلباً أو إيجاباً.

2-الإستراتيجية الخطابية: يتكون المصطلح من كلمتين: الإستراتيجية والخطاب، فكلّ لفظ وله مدلوله المستقل عن اللفظ الآخر. ويمكن تعريف الإستراتيجية أنها مجموعة عمليات تهدف إلى بلوغ غايات معيّنة أو هي تدابير مرسومة من أجل ضبط معلومات محدّدة والتحكّم بها (المشاقبة، 2014، صفحة 137).

2-1-تعريف الإستراتيجية: هي خطة يرسمها المرسل للوصول إلى غرضه المنشود وهي خطة تتجسّد عبر مستويين، أحدهما ذهني، أين تكون الخطة مرسومة في ذهن المرسل، وثانيهما مادي، فيه تتجسّد الإستراتيجية فعلاً. وذلك كلّ ما يتحقق بتدخّل السّياق الذي يتحكم في اختيار الإستراتيجية المناسبة وتحقيق الغرض المراد: الهدف، وهو الوصول إلى قلب المتلقي -الموضوع- عناصر السّياق (يونس، 2012، صفحة 54).

الإستراتيجية في الخطاب: أي أن الخطاب المنجز يكون خطاباً مخطّطاً له بصفة مستمرة وشعورية. ولذلك فإنّ على المرسل أن يختار الإستراتيجية التي تعبّر عن قصده وتحقيق هدفه بأفضل حالة (المشاقبة، 2014، صفحة 137).

يمكن للمرسل أن يتوخّى في الخطاب الواحد استراتيجيات مختلفة، أو يتوخّى إستراتيجية واحدة في أصناف متعدّدة من الخطاب (الشهري، 2014).

2-2-العوامل المؤثّرة في اختيار إستراتيجية الخطاب: هناك عاملان مهمّان من العوامل التي تؤثر في اختيار إستراتيجية الخطاب، وهما:

1-المقاصد: تهتم المقاصد بشكل عام ببلورة المعنى كما هو عند المرسل، إذ يستلزم منه مراعاة كيفية التعبير عن قصده. وانتخاب الإستراتيجية التي تتكفل بنقله مع مراعاة العناصر السياقية الأخرى (المشاقبة، 2014، صفحة 37).

هناك مقاصد مباشرة للمخاطب، وأخرى مضمّنة في ثنايا الخطاب (يونس، 2012، صفحة 77).

2_ السّلطة: تلعب السلطة دوراً رئيسياً في إنتاج الخطاب وتأويله كما أنها تمنحه قوته الإنجازية، ولذلك فهناك عدد من الباحثين ممّن يعتبرون أنّ الخطاب نفسه سلطة... ويتجلّى دور السّلطة بوصفها محدّداً رئيسياً في ترجيح استراتيجية معينة دون أخرى.

تتوزع أبعاد السلطة (المشاقبة، 2014، صفحة 141:143) كما يلي:

أ_ سلطة اللغة: تكمن في قواعد وأنظمة معينة، إذ تصبح هذه الأنظمة قيود بالزامها للمرسل في التقيد بأنظمتها العامة، من نظام صوتي، معجمي، دلالي، تركيبى وعلى الفرد أن يستجيب في النهاية للغة وقوانينها وسلطانها.

ب_ سلطة المرسل: تنتقل السلطة من اللغة إلى المرسل بوصفه الفاعل الرئيسي في الخطاب من منطلق أن له القدرة على الإذعان لقواعد اللغة وقيودها، حيث يكتسب المرسل سلطته من حقل من الحقول الاجتماعية أو الوظيفية وغيرها، وتكون موجودة قبل التلقظ بالخطاب، وتتلور بالإنتماء إلى درجات متفاوتة في سلم العلاقات العمومية في الخطاب المتأصلة، مثل: علاقة الجد بالولد وعلاقة الطبيب ومريضه... كما يمكن للمرسل امتلاك السلطة بعد التلقظ بالخطاب...

ج_ سلطة المرسل إليه: تتضح سلطته عندما يكون في مرتبة أعلى من المرسل.

د_ سلطة المجتمع: تتمثل فيما يسمح باستعماله من ألفاظ اللغة وما يجعل بعض الأنماط الخطابية الصريحة غير ممكنة (كالجنس).

2-3- أربع إستراتيجيات خطابية ذكرها "عبد الهادي بن ظافر الشهري":

الإستراتيجية التضامنية، الإستراتيجية التوجيهية، الإستراتيجية التلميحية وإستراتيجية الإقناع (الشهري، 2014، صفحة 546).

من الاستراتيجيات الخطابية، التوجيه بواسطة الإستفهام، يعدّ الإستفهام من الآليات التوجيهية بوصفه يوجّه المرسل إليه إلى ضرورة الإجابة عنه، فيستعمله المرسل للسيطرة على مجريات الأحداث والسيطرة على ذهن المرسل إليه (بوقرومة، 2015، صفحة 131)، فيستعمل الأسئلة المغلقة: هل، أم، ما، من، أي، كم، كيف؟

كما يعدّ الإستفهام من أنجع أنواع الأفعال اللغوية حجاجاً (في إستراتيجية الإقناع)، إذ أنّ الأسئلة أشدّ إقناعاً للمرسل إليه وأقوى حجّة عليه (يونسى، 2012)، خاصة عندما يأتي معه النفي. هذا السؤال يسّى "خطابي"، له معنى تأكيدى أقوى منه لو صيغت الجملة بالإيجاب (Buffard-MORET، 2009، صفحة 21).

كما أنّ استخدام المرسل لضمير "نحن" في مخاطبته للجمهور، يجعله هو والجمهور في مستوى واحد (في الإستراتيجية التضامنية). وحضور الجمهور في عملية الاتصال يجعل الوضعية الاجتماعية أكثر فعالية وحركية ويعطي المرسل فرصة اختيار الأسلوب المناسب والمؤثر من خلال رؤيته المباشرة له ورد فعل الجمهور تجاه الحدث (طوالبية، 2008).

ويبقى الهدف هو الذي يحدّد الإستراتيجية الخطابية: فإذا كان الغرض هو توجيه المرسل إلى فعل معيّن، كانت الإستراتيجية توجيهية، وإن كان التقرب إلى المرسل إليه وإقامة علاقة معه، كانت تضامنية، وإن كان التأثير في المتلقي وإقناعه برأى أو فكرة ما، كان السبيل إلى ذلك إستراتيجية الإقناع (يونسى، 2012، صفحة 220).

رابعاً: نشأة تحليل الخطاب كمنهجية قائمة بذاتها:

1- من البنيوية إلى تحليل الخطاب: يظهر من خلال تتبع مسار التحول إلى تحليل الخطاب، أن هناك حاجة منهجية لم تستوفها البنيوية وما ولاها من حيث تجاهل فهم السياق الذي يكون فيه القول...

1-1- البنيوية والخطاب: يشير الباحث "محمود عكاشة" إلى أن "البنيوية" لم تهتم سوى بالنص (عكاشة، 2005، صفحة 18)، فكانت اللسانيات البنيوية بكل مدارسها واتجاهاتها تهتم بدراسة الجملة انطلاقاً من مجموعة المستويات المنهجية حيث تبدأ بأصغر وحدة، وهي الصوت وتنتقل إلى أكبر وحدة لغوية وهي الجملة والعكس صحيح أيضاً (اسعيداني، 2013). فلم تدرس دور الفرد أو المبدع أو أثر الجوانب النفسية في الخطاب، وعلاقة النص بالعالم الخارجي، حيث نادى بموت المؤلف (عكاشة، 2005، صفحة 19).

2-1- التحول اللساني إلى التداولية ومحورية المتلقي خدمة لتحليل الخطاب: لم تتمسك البنيوية طويلاً بتجاهلها للسياق بكل عناصره، فقد ظهرت اتجاهات أخرى ترى أهمية دراسة العناصر الأخرى التي شاركت في إنتاج النص. فظهرت دراسات ونظريات عديدة منها التي جعلت من فعل المتلقي محورياً لمفاهيمها النظرية والإجرائية. ففسحت "نظرية المتلقي" المجال أمام الذات المتلقية للدخول في فضاء التحليل (بوقرومة، 2015، صفحة 21).

في هذا الصدد يرى "يوسف لعجان" أن دور القارئ أضفى مهماً في الساحة الأدبية بفضل انتشار الصحافة والمجلات المتخصصة، حيث يختار مؤلفاً، يقتني مؤلفاته، ينقدها ويقيّمها... فأصبح المؤلف يحتاط في كتاباته ويستحضر مستويات القارئ أثناء بناء هيكلها... فانتقل القارئ من مرتبة المستهلك إلى مرتبة الشريك المحاور الذي يملأ الفراغات... بل يلزم الكاتب على تركها" (لعجان، 2013).

يسمّيها الثنائي "أرمان وميشال ماتلار" بـ "التحوّل اللّساني الجذري"، حيث أهملت اللّسانيات البنيوية المتحدّث والمتلقي بينما تدرس اللّسانيات الاتصالية أو "البراغماتية التلفظية" العلاقات التي تربطهما (ماتلار، 2005). وظهرت التداولية التي تلتقي مع نظرية المتلقي لتجعل المتلقي محور البحث والعناية (حسين). حيث تدرس علاقة العلامات بمؤلفها (الحباشة، 2011، صفحة 51).

3-1- الأسلوبية والخطاب: تتقاطع الأسلوبية مع التداولية من بعض الجهات نحو اهتمامها بالكيان اللغوي الذي يتجلى فيه القول، غير أن الأسلوبية تقف عند حدود جمالية القول (حيث تقابل في تاريخ البلاغة: البلاغة الإنشائية)، أما التداولية تنظر إلى البعد العملي للقول (وتقابل في تاريخ البلاغة: البلاغة الإقناعية) (الحباشة، 2011، صفحة 46).

4-1- السيميولوجية والخطاب: السيميولوجيا هي "علم العلامات أو الإشارات أو الدوال اللغوية والرمزية سواء أكانت طبيعية أم اصطناعية، وهذا يعني أنّها تدرس كل ما هو لغوي وغير لغوي" (اسعيداني، 2013، صفحة 346). يشير "محمد شومان" إلى أن السيميولوجيا قد قادت في الستينات وأوائل السبعينيات حقل تحليل النصوص الإعلامية، ووفرت للباحثين أسلوباً لتحليل المعنى (شومان، 2007، صفحة 24). حيث تعمل على إظهار كيف ينشأ توجه معين من خلال التحليل الدقيق للمنشور شكلاً ومضموناً (KERMOAL & MIGATA, 2005).

هيمن التحليل الإيديولوجي على هذا الحقل في أواخر السبعينات وبداية الثمانينات وزوّد الباحثين بمنهج التفكير في العلاقات بين المعنى والبنية الاجتماعية. ومنذ الثمانينات وحتى الآن، أصبحت نظرية الخطاب هي التي تقود عمليات تحليل النصوص (شومان، 2007، صفحة 24).

1-5- الخطابة والخطاب: بعد أرسطو بكتابه "فن الخطابة"، يعد "دليل كارنجي" من أبرز مختصي الخطابة للقرن العشرين، وجمع تدريباته لشخصيات عالمية في كتابه المعروف "التأثير في الجماهير عن طريق الخطابة"، يعبر عن المفعول القوي للخطابة على الجماهير بجملته "ليس بين فنون الكلام ما ينهض وسيلة للتأثير في الناس كالخطابة"، حتى عرفت بـ "فن القول". يرى "فان ديك" أنّ الاهتمام بالخطابة ضعف، مما أدى إلى ظهور نظرية "تحليل الخطاب". وهي نظرية أكثر تطوراً وأشدّ كلفاً بالنص من نظرية الأسلوبيات التي سبقتها، وقد قامت على أنقاضها (عكاشة، 2005، صفحة 20).

1-6- تحليل المضمون وتحليل الخطاب: أما إعلامياً، فيشير باحثون في المجال إلى أنّ الدراسات الإعلامية اهتمت في بدايتها بالتحليل الكمي للمضمون. لكن الانتقادات التي انصبّت على شكلية وعدم موضوعية فئات تحليل المضمون الكمي، التي "تدّعي الدقة والموضوعية" وتنزع إلى تفتيت النص، وتحويله إلى مجرد أرقام وبيانات إحصائية لا تكشف عن معنى النص أو المعاني التي يحملها، ساهمت في ظهور التحليل الكيفي للمحتوى والذي يقوم على: "الفحص الدقيق لمصادر المادة المزمع تحليلها، وعلى الملاحظة الصريحة والفهم الذاتي للذين يقومون بالتحليل..." ولكن هذه الأدوات المنهجية لم تكن كافية لدراسات الرسائل أو النصوص الإعلامية في علاقاتها المتشابكة والمعقدة مع الرسائل السابقة، ومع بنية المجتمع والقوى المهيمنة عليه، ومن هنا تطوّرت محاولات التحليل الكيفي باتجاه تبني منهجية "تحليل الخطاب" (شومان، 2007، صفحة 23).

2- "تحليل الخطاب" منهجية وله مناهجه:

يعتبر العديد من الباحثين تحليل الخطاب مقارنة منهجية للعلوم الاجتماعية والإنسانية. إنها مقارنة متعددة الاختصاصات كمية وكيفية، تدرس سياق الخطاب الشفوي أو المكتوب ومحتواه.

من أهمّ المبادئ النظرية لتحليل الخطاب أنها مقارنة سوسيوثقافية، إذ تأخذ بعين الاعتبار سياق القول، خصائص القائل والخصائص الدلالية للقول. ويقع "تحليل الخطاب" في الخط الفاصل بين اللسانيات النصية والمكان الاجتماعي الذي نشأ فيه، والذي ينتهي إلى اختصاصات مثل: السوسيوولوجيا والإثنولوجيا.

رغم توظيف العديد من الباحثين لـ "تحليل الخطاب" على أساس أنّه نظرية للتفسير، اعتبره آخرون منهجاً في التحليل، ويسجّل هذا المنهج نظرة تفسيرية اجتماعية للواقع الاجتماعي.

2-1- مناهج تحليل الخطاب: هناك فئة من الباحثين تحدد منهجاً من المناهج لخدمة "تحليل الخطاب"، مثل: "عمّار ساسي" الذي يجعل "المنهج الوصفي الوظيفي" المنهج الأنسب لـ "تحليل الخطاب"، أو "محمد طوالبية" الذي يشير إلى "أهمية التحليل السيميولساني للخطاب، والذي يشمل على الجانب اللغوي والشكلي للخطاب وعن شكل الخطاب: عنوان الخطاب، قائله، زمنه، مكانه وموضوعه". لكنّ باحثين آخرين قالوا بتعدد المناهج التي يعتمد عليها "تحليل الخطاب" من بينهم، "محمد شومان" الذي عرف تحليل الخطاب على أنه: "عبارة عن مجموعة متّصلة من المناهج لدراسة الخطاب. وهذه المناهج لا يترتّب عليها مجرد ممارسات لجمع البيانات وتحليلها، وإنّما يترتّب عليها أيضاً مجموعة من الافتراضات النظرية وما وراء النظرية... ويشارك "تحليل الخطاب" مع كافّة المناهج الكيفية في الاهتمام بما تحمله الحياة الاجتماعية من معانٍ" (طوالبية، 2008، صفحة 109). نقرأ نفس التوجه لـ "صابر محمود الحباشة" الذي كتب عن "إمكانية استخدام العديد من المناهج الكيفية التقليدية: كتحليل المحادثة، التحليل الروائي، الأسلوبية والتداولية" (الحباشة، 2011، صفحة 44).

أما "حسن حنفي"، فقد صنف مناهج "تحليل الخطاب" إلى 04 مناهج (ساسي، 2009):

1-1-2- تحليل الألفاظ: أي ضبط استخدام الألفاظ والتراكيب، وأحيانا قد يتم استبدالها ووضع رموز بدلا منها..

2-1-2- تحليل اللغة: وهو المنهج المعروف والمتداول في تحليل النصوص الفلسفية... ينتقل من اللفظ إلى المعنى.

3-1-2- تحليل الأحلام: وذلك بالذهاب إلى ما وراء الألفاظ والصّور والخيالات لمعرفة دلالاتها النفسية الواعية واللاواعية، مثال: تحليل السيرة الذاتية وأحاديث النفس "المونولوج" وهو منهج يكشف البعد النفسي الغائب في منهج تحليل الألفاظ ومنهج تحليل اللغة.

4-1-2- منهج تحليل المضمون: من أهم أنواع المناهج لأنه الأشمل والأعم، والذي يستطيع احتضان المناهج السابقة ويجلسها تحت مظلته، أي أنه يحتوي على تحليل الألفاظ وتحليل الأشياء من أجل تحليل الأفعال ووصف علاقة الإنسان بالكون أي العالم الإنساني أو العالم الطبيعي...

وهنا يشير "محمد شومان" إلى إمكانية استخدام "تحليل المضمون" بطريقة غير آلية كمنهج أنسب لـ "تحليل الخطاب"، وذلك بالإعتماد على التأويل بدرجة أكبر للربط بين المضمون النصي والسياقات الخطابية الأوسع نطاقا. حيث يهتم محلّو الخطاب بالطبيعة المفسّرة اجتماعيا لفئات البحث... لا التركيز على تطبيق فئات على حديث ما مثلا (شومان، 2007، الصفحات 28-30).

وهنا يشير "عبد الواسع الحميري" إلى أن "تحليل الخطاب" كمنهج يبحث إلى جانب ما قيل، عن المسكوت عنه: "ينهض منهج "تحليل الخطاب" على الأسس التالية: 1- دراسة الظواهر اللغوية في حضورها العيني المباشر، بحثا عما وراءها من أنساق فكرية أو إيديولوجية (خطابية) هي التي تنتجها وتسهم في إعادة إنتاجها. 2- وهذا يتطلب منا التحوّل، خلال عملية التحليل، من دراسة المعلوم في الظاهرة اللغوية الواعية (الشكل الخارجي للملفوظات) إلى دراسة ما وراء تلك الظاهرة اللغوية (المجهول) ومن البنية السطحية، إلى البنية العميقة، ومن الظاهر (النص) إلى الباطن (الخطاب)" (الحميري، 2009).

3- أدوات "تحليل الخطاب" الإعلامي:

قدّم باحثون محاولة للجمع بين أدوات "تحليل الخطاب الإعلامي" كأدوات للتحليل الكيفي وأداة تحليل المضمون (ذي الأبعاد الكمية المحضة)، في حين يتم توظيف أدوات "تحليل الخطاب" للكشف عن نوع المرتكزات الفكرية، والمنطلقات المرجعية لمقولات الخطاب وأطروحاته، وكيفية تقديم الحجج لدعم صحة أطروحاته، وذلك عبر سياق بحثي مقارنة (المقصود، 2012). اعتبار "تحليل الخطاب" منهجا، يعني اعتماد الباحثين على مجموعة من الأدوات في تحليلاتهم لأي خطاب إعلامي: خطابات الصحف أو الخطابات الإذاعية أو التلفزيونية أو الأنترنت.

لخص "شومان" أدوات تحليل الخطاب (شومان، 2007) كالآتي:

3-1-1- أداة مسار البرهنة: تستخدم "أداة تحليل مسار البرهنة في التحليل" لـ "تحليل الإيديولوجيا" داخل خطاب ما، دون إجراء أي تفكيك لبنية الخطاب، حيث يتم التعامل مع أطروحة مركزية داخل الخطاب، ونقلها بسياقها إلى صيغتها ثم البحث عن تسلسل للحجج. يمكن تطبيقه على الخطابات المتنوعة للفضائيات التلفزيونية التي تتناول الشأن العام لدولة معينة والتي تتنوّع خطاباتها وفق أنماط ملكيتها، فهناك فضائيات مملوكة للدولة، وأخرى ملكية خاصة، وأخرى أجنبية تابعة للدول وهيئات إعلامية وتتناول الشؤون العامة في الدولة،...

يقوم الباحث بقراءة شاملة لمضمون الخطاب الإعلامي بشأن قضية محدّدة، ويستخرج من كل مضمون رأي (خطاب) مقولته الأساسية (الطرح المركزي) والذي يستهدف منتج الخطاب ترويجه وتدعيمه، ويمكن للخطاب الواحد أن يحوي أكثر من مقولة أساسية، ويتم استخدام أداة مسار البرهنة في المواقف الفكرية الجدلية، وهي تعدّ الأساس في تحليل واستخلاص مؤشّرات ونتائج بشأن سمات التفاعل الفكري الحادث بشأن قضية مطروحة.

3-2- أداة تحليل القوى الفاعلة: تقوم على أساس تحليل تصوّر خطاب محدّد لمجموعة من الفاعلين ذوي الأهمية، ورصد الأفعال والصفات المنسوبة لهم في الخطابات الإعلامية المدروسة، وتقييم هذه الأدوار والصفات سلبيا أو إيجابيا من وجهة نظر الخطابي. وحيث يقوم الباحث، وفق أهداف دراسته باختيار مجموعة من الفاعلين الذين وجد بشأنهم تصوّر في مختلف الدراسة وفي الخطابات المعبرة عن القضية أو الحدث، ويصبح تحليل أدوارهم الممنوحة في الخطابات المدروسة، حيث تتحدّد طبيعة التصرّور بمدى تأييد أو مناهضة الخطاب الإعلامي لأحد هؤلاء الفاعلين ويتم رصد مدى اتّساق أو تباين طبيعة التصرّورات المقدّمة عن القوى الفاعلة داخل الخطاب.

3-3- أداة تحليل الأطر المرجعية: وتعتمد هذه المقاربة المنهجية على حقيقة أساسية، هي وجود منطلقات فكرية متباينة، تشكل قاعدة لانطلاق الخطابات المختلفة وأطروحاتها المتنوعة، وهي بمثابة أسس ومبادئ تستند إليها الخطابات الصحفية... ويتمّ تتبع هذه الأطر ورصد كيفية وطبيعة استخدام الخطابات الإعلامية لها.

إن التحكم في كيفية توظيف الأدوات المذكورة في تحليل أي خطاب (رغم أنها أدوات كلاسيكية في ظل توفر وسائل جد متطورة آخرها تحليل الذكاء الاصطناعي)، يسمح للباحث بفهم الخطاب، بكل أبعاده، واستنطاقه بما لم يقل فيه، ليتجلى المسكوت عنه للباحث بأشكال واضحة، تمكنه من فهم الواقع والتنبأ بأحداث مستقبلية، استنبطت من التحليل المنهجي للخطاب.

خامسا: اقتراح خطاب "دونالد ترامب" يوم تنصيبه رئيسا للولايات المتحدة الأمريكية للعهد الثانية، للتحليل:

يمكننا اقتراح موضوع للتحليل (فقط كمثال صالح للدراسة التطبيقية مستقبلا، لا يسمح المقال بإدراجه هنا عمليا): خطاب الرئيس الأمريكي "دونالد ترامب" يوم تنصيبه كرئيسا للولايات المتحدة الأمريكية للعهد الثانية، يمكن تحليله من زوايا عديدة: الأسلوب (نبرة الصوت، التكرار، تشبيهات)، العبارات الرمزية، الجمهور المستهدف (خصومه، حلفائه، عامة الشعب،...)... كما يمكن التركيز على جانب واحد فقط، مثل: المضامين السياسية في خطابه؛ نظرتة لأمريكا، الأمن، الاقتصاد... ومن خلال تحليل خطابه، يمكن للباحث معرفة مستقبل العلاقات الدولية بين الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الدول... بل معرفة مصير وتوجه العالم ككل؛ بما أنه لا يزال يعيش فوقعة العولمة الأمريكية و"عقدة رد الجميل للديموقراطية المزعومة"... هذه الكلمات التي اخترتها لوصف العالم، جاءت بعد السماع الأولي لبعض خطابات الرئيس الأمريكي "دونالد ترامب"، القراءة الأولية، تنبئ ب"تراجع الولايات المتحدة الأمريكية" باعتبار نفسها حامية للديمقراطية في العالم، وبروز جلي "للأنانية" الليبرالية بمفهوم "دع القوي يمر حتى بإلغاء جذري للضعيف"... هذا التحليل الأولي لخطاب الرئيس "ترامب"، لم يخطئ في الكشف عن النوايا الأمريكية، فقد كشفت الأيام التي تلت الخطاب، تحركات ميدانية، أكدت أن العالم "ترك" "يتيما" بعدما ساد الترويج ل"العولمة" بمفهوم "الرعاية الأمريكية"، ليكتسي المفهوم براديعما جديدا، على الباحثين محاولة دراسة العولمة بمفهومها الجديد وإعادة النظر في مفهوم الديمقراطية، من خلال تحليل خطابات "ترامب" وربطها بالواقع العالمي ودور المنظمات الدولية وحتى العربية بحماية "حقوق الإنسان" التي تثير يوميا تساؤلات عن جدواها وفعاليتها....

اكتشفنا من خلال دراستنا لتحليل الخطاب أهميته لفهم الواقع والتنبؤ للأحداث اللاحقة. ومن خلال مثالنا التطبيقي المقترح للتحليل، تجلّى في خطاب "ترامب" يوم تنصيبه رئيساً للولايات المتحدة الأمريكية، للعهد الثانية، مستقبل ومصير العلاقات الأمريكية بالعالم، بل للعلاقات الدولية ككل، لما للولايات المتحدة الأمريكية من "سلطة" على العالم...

يعد مقالنا هذا مدخلا نظريا متكاملًا إلى "تحليل الخطاب"؛ قدم مفاهيم عديدة للخطاب وتحليل الخطاب، كما تتبع تطور الخطاب بعلاقته بعلوم عديدة، كاللسانيات والترجمة... كما كشف لنا عن أهمية السياق في فهم أي خطاب، وأهم الاستراتيجيات وأبرز الأدوات التي يمكن الإعتماد عليها لتحليل الخطاب.

برز تحليل الخطاب الإعلامي كضرورة ملحة لفهم كيفية قيام الإعلام ببناء الرسائل وتوجيه الرأي العام وتشكيل التصورات الجماعية، خاصة وأن الإعلام لا ينقل الواقع (كما كان يفترض به أن يفعل)، بل أقرب ما يمكن وصف وسائل الإعلام به: أنها "أوعية إيديولوجية" - كما لقبهم الباحثة الفرنسية "مادلان غرافيتز" Madeleine GRAWITZ - حيث تقوم بإعادة تشكيل الواقع لغويا وخطابيا وفق غايات محددة. وبهذا، فمعرفة أدوات تحليل الخطاب الإعلامي، وإدراك آلياته قصد التحليل النقدي، يسمح لنا بفهم العالم الذي نعيش فيه؛ عالم تسود فيه "التخمة المعلوماتية"، وعالم تضيق فيه المعلومة بين معلومات لا حصر لها... لا سلاح لنا فيه سوى الرؤية النقدية والتحليل النقدي، بكل وعي واستقلالية.

Références

- (s.d.). Consulté le 03 13, 2017, sur diae.net/42710
- AMORIM, M. (S.D.). *Dialogue et altérité dans les discours*. Paris: Edition l'Harmatan.
- BABOU, I. (1999, 12 7). Science, Télévision et Rationalité, Analyse du discours télévisuel à propos du cerveau. *thèse le doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Paris 03*, 150. Paris.
- BARRY, A. O. (2002, juillet 07). Les bases théoriques en analyse du discours. Canada. Consulté le 04 26, 2014, sur <http://www.chaire-mcd.ca/>
- Buffard-MORET, B. (2009). *Introduction à la stylistique* (éd. 2). Paris: Armand COLIN.
- DORTIER, J.-F. (s.d.).
- DORTIER, J.-F. (2004). *Le dictionnaire des sciences humaines*. Liban: Delta.
- GREIMAS, A. J., & COURTÉS, J. (1993). *Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris: Hachette Supérieure.
- KERMOAL, F., & MIGATA, V. (2005). *Mieux connaître ses lecteurs, méthodes d'analyse* (éd. 2). Paris: Victoire Editions.
- MAINGUENEAU, D. (1984). *Genèse du discours* (éd. 2). Liège: Pierre Mardaga.
- MAINGUENEAU, D. (2012). *Analyser les textes de communication* (éd. Nouvelle édition). Paris: Armand Colin.
- MEYER, M. (2007). *Le philosophe et les passions* (éd. 1). France: Presse Universitaire de France.
- MICHEL, R. (2014). *Les émotions dans le discours, modèle d'analyse, perspectives empiriques* (éd. 1). Paris: De Boeck Supérieur.
- SFEZ, L. (2009). *La communication* (éd. 7). Liban: Editions Points Delta.
- آبادي, م. أ. (2005). *القاموس المحيط*. بيروت: مؤسسة الرسالة.
- اسعيداني, س. (2013). *سؤال في الإعلام والاتصال*. الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- الحباشة, ص. م. (2011). *الأسلوبية والتداولية، مداخل نظرية لتحليل الخطاب*. عالم الكتاب الحديث للنشر والتوزيع.
- الحميري, ع. أ. (2009). *بما الخطاب وكيف نحلّه* (éd. 1). بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

- السدر، ن. أ. (2010). *الأسلوبية وتحليل الخطاب، دراسة في النقد العربي الحديث، تحليل الخطاب الشعري والسريدي*. الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع.
- الشمري، ر. أ. (2010). *الخطاب الديني بين سلبية الجمود وضرورة التجديد*. بك. أ. الكوفة (Éd.), *إلحادسية للعلوم الإنسانية* 13(1), p. 175.
- الشهري، ع. ب. (2014). *استراتيجيات الخطاب مقارب لغوية تداولية*. (1. Éd.) ليبيا: ليبيا: دار الكتاب الجديد المتحدة.
- العمرى، م. (2019). نوفمبر- ديسمبر. (راهن الخطاب المسجدي والمرجعية الدينية الوطنية رسالة المسجد. p. 10, الغياشي، ش. (2013). *الخطاب الإعلامي والقضايا المعاصرة*. (1. Éd.) القاهرة: عالم الكتاب.
- القرآن الكريم. (s.d.).
- اللطيف، ع. ع. (2015). كيف ندرس التناس في الخطاب؟ إطار نظري وتطبيقات على بلاغة السياسة الدينية Dans. م. مشبال & م. مشبال (Éd.), *بلاغة الخطاب الديني*. (1. Éd.) الجزائر: منشورات الاختلاف.
- الله، ع. ح. (2005). *الأصولية الأمريكية، الخطاب الديني أثناء الغزو الأمريكي للعراق، دراسة تحليلية*. القاهرة: دار الهدى للنشر والتوزيع.
- المشاقبة، ب. ع. (2014). *مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب*. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- المقصود، ه. ع. (2012). *دراسات في تحليل الخطاب الإعلامي، صورة الذات العربية في الأزمات الدولية وآليات التحيز في التغطية الخيرية*. (1. Éd.) القاهرة: دار العالم العربي.
- بارث، ر. (1998). *التحليل البنوي للسرد*. (Éd.) حسن بحراوي و آخرون. (أ. ك. المغرب (Éd.), المغرب: مجلة أفاق
- بشار، س. (2016). *بسمياء الانتماء في رواية الانطباع الأخير لمالك حداد*. الجزائر: دار المنتهى للطباعة والنشر والتوزيع.
- بوقرومة، ح. (2015). *المتلقي في الخطاب القرآني*. (1. Éd.) الجزائر: دار المنتهى للطباعة والنشر والتوزيع.
- حاتم، إ. م. (1998). *الخطاب والمترجم*. ع. ف. عطاري (Trad.), الرياض، الرياض: جامعة الملك سعود.
- حسين، ز. ه. (s.d.). *تداولية التلقي... مقارنة منهجية*. Consulté le 03 12, 2017, sur Alustathiq.com
- خزعل، ع. أ. (2001). *جويلية-سبتمبر*. (الخطاب الديني الفضائي، سماته وانعكاساته على شرائح المجتمع (طلبة الكليات الإسلامية أنموذجاً) الباحث الإعلامي. p. 09, (13)
- روان، ب. ب. (2007). *وسائل الإعلام والمجتمع، دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية*. (1. Éd.) الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- ساسي، ع. (2009, 06). *المنهج الوصفي الوظيفي والتحليل الصوتي لخطاب القرآن، سورة الرعد نموذجاً*. و. أ. والأوقاف (Éd.) رسالة المسجد. p. 06, (06)
- شعبان، ك. (2016). *جانفي*. (تحليل الخطاب الإعلامي، بعض المنطلقات النظرية فكر ومجتمع. (36)
- شعبان، ك. (2à). *تحليل الخطاب الإعلامي، بعض المنطلقات النظرية فكر ومجتمع*.
- شعبان، ك. (2à). *تحليل الخطاب الإعلامي، بعض المنطلقات النظرية فكر ومجتمع*.
- شعبان، ك. (2à). *تحليل الخطاب الإعلامي، بعض المنطلقات النظرية فكر ومجتمع*.
- شومان، م. (2007). *تحليل الخطاب الإعلامي، أطر نظرية ونماذج تطبيقية*. (1. Éd.) القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- ص. ع. ع. (2015).
- صالح، ع. أ. (2012). *الخطاب والتخاطب في نظرية الوضع والاستعمال العربية*. الجزائر: المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية.
- طوالية، م. (2008). *الخطاب الإسلامي المعاصر وأثره في نظرية نشوء الجماعة الفكرية، نموذج الخطاب القطبي والجبهة الإسلامية للإنقاذ*. أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر. 155، الجزائر.
- عدنان، ف. (2013:2014). *خطابات الفابسيوك وخطاب المثقف، مقارنة سيميائية ثقافية مذكورة ماجستير غير منشورة في اللغة والأدب العربي، جامعة تيزي وزو. 02، الجزائر*.
- عضابنة، أ. (2012). أكتوبر. (مفهوم الخطاب عند "محمد أركون"). ط. ل. والتوزيع (Éd.) فكر ومجتمع. p. (14)
66. عكاشة، م. (2005). *خطاب السلطة الإعلامي، نحو تجديد لغة الخطاب*. (1. Éd.) القاهرة: الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي.
- عمر، غ. ب. (2010-2011). *سيميولوجيا الاتصال في الخطاب الديني، قصص الأنبياء في القرآن الكريم - نموذجاً*. -.
- ق. ع. والاتصال (Éd.), جامعة الجزائر.
- غلفان، م. (2010). *في اللسانيات العامة (تاريخها، طبيعتها، موضوعها، مفاهيمها)*. بيروت: دار الكتاب الجديد المتحدة.
- فاركلوف، ن. (2009). *تحليل الخطاب، التحليل النصي في البحث الاجتماعي*. (1. Éd.) ط. وهبه (Trad.), بيروت: المنظمة العربية للترجمة.
- لعجان، ي. (2013, 06 16). *عرض نظرية التلقي*. Récupéré sur www.diwanalarab.com
- ماتلار، أ. م. (2005). *تاريخ نظريات الاتصال*. (3. Éd.) ن. أ. رابح (Trad.), لبنان: لمنظمة العربية للترجمة.
- منظور، أ. (1993). *لسان اللسان: تهذيب لسان العرب*. بيروت: دار الكتب العلمية.
- هياجنة، م. س. (2009). *الخطاب الديني في الشعر العباسي إلى نهاية القرن الرابع الهجري*. (1. Éd.) س. إ. للتنمية، Éd.) عمان: عالم الكتاب الحديث.
- يونس، ف. (2012). *استراتيجيات الخطاب في التشيد الوطني، دراسة تداولية*. (1. Éd.) الجزائر: دار ميم للنشر.