

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية الأدب والفنون

قسم اللغة العربية وآدابها

تخصص لغة عربية وإعلام



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

تحت عنوان:

سيمولوجيا الحوار في الخطاب الإعلامي السمعي البصري
(حوار الساعة - نموذجا)

إشراف الأستاذ :

د. حنيفة بن ناصر

إعداد الطالبة :

نسمن خديجة

الموسم الجامعي: 2016/2015



كلمة شكر وتقدير

نشكر الله عزّ وجلّ الذي وفقنا في إتمام هذا العمل المتواضع .

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف

" حنفي بن ناصر "

الذي لم يخل علينا بنصائحه وارشاداته طيلة قيامنا بهذا العمل

كما نشكر جميع الأساتذة وكل من ساهم في مساعدتنا

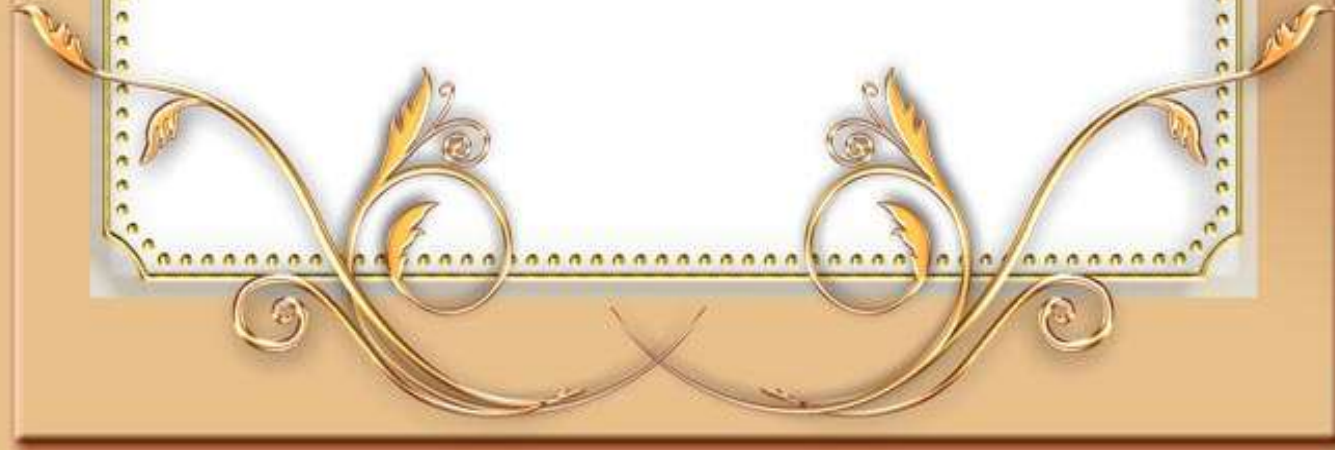
سواء من قريب أو بعيد





إهداء

إلى اللذين كانا سببا في وجودي وكانا سنداً لي
في جهودي والدي الكريمين
وإلى زوجي
وكافة أفراد عائلتي إخوتي وأخواتي
إلى كل الأهل والأقارب
إلى كل الأصدقاء والصديقات
إلى كل هؤلاء أهدي هذه المذكرة



مدخل سيميائيات المصطلح والإتجاهات

1. ماهية السيميائيات

2. مفهوم السيميائيات (لغة وإصطلاحاً)

3. إتجاهات السيميائية

1. ماهية السيمائيات :

عندما تأملنا بهذا الكون بمختلف ظواهره، وجدنا نظاما من العلامات فسلوكنا وملابسات الحياة الاجتماعية والفكرية وملابسات الإنتاج والتبادل لا تخلو من استخدام العلامات فكل الوجود مبني على أساسها، وما فيها من دلالة، ونحن نستخدم العلامات اللغوية والتي يبدأ اكتسابها مع نشوء الحياة الواعية ثم علامات الكتابة وعلامات التحية: والتعرف على الآخر، ثم العلامات التي تنظم المرور والعلامات الخارجية التي تشير إلى الظروف الاجتماعية وعلامات العبادة والشعائر وعلامات الفن... الخ. فعلامة تلعب دورا أساسيا هو التمثيل في المسرح الحياة الاجتماعية، فهي تحل محل شيء آخر وتستدعيه باعتبار بديل عنه.¹

إن دراسة النظام الاستشاري هي دراسة قديمة جدا، إن لم نقل قديمة قدم الكون نفسه، إلا أن المنطلقات النظرية هذه الدراسة اختلفت من زمن إلى آخر ومن أمة إلى أمة أخرى وذلك لاختلاف الثقافات والمراحل التاريخية، وقد وصلت إلينا بعض التأملات والأفكار السيمولوجية من حضارات قديمة كالحضارة الصينية والهندية واليونانية والعربية، إلا أن الأفكار والتأملات بقيت في إطار التجربة الذاتية ولم تدخل في إطار التجربة العلمية الموضوعية.

فلم يكن علم السيمياء وليد العصر الحديث بل هو علم قديم النشأة: فقد اهتدى القدماء من عرب وعجم بهذا الجانب من علم اللسانيات من أكثر من ألفي سنة، فافرد الفيلسوف " أفلاطون" هذا الموضوع في كتابه Cartyle واستعمل مصطلح السيميوطية **Sémiotique** في الفلسفة ويبدو السيميوطيا اليونانية لم تكن هدفا إلا تصنيف علامات الفكر لتوجيهها من منطلق فلسفي شامل، وانطلاقا من هذا تنصهر السيميوطيا ضمن

¹. بنفيست إميل، سيميوطيا اللغة، ترجمة سيزا قاسم، ط1، الدار البيضاء، 1986، ج1. ص.16.

المنطلق السوري.¹ وعلماء العرب أطلقوا على هذا العلم اسم (السيموطيقا)، وترجموه تارة باسم (علم الرموز) وتارة بـ (علم العلامة)، وتارة باسم (علم الدلالة)...

وعرفهما الدكتوران الرويلي والبازعي في كتابهما (دليل الناقد الأدبي) بقولهما " السيمولوجيا (السيموطيقا) لدى دراستها تكن علم أو دراسة العلامات (الإشارات) دراسة منظمة منتظمة، و بفضل الأوروبيين مفردة السيمولوجيا التزاما منهم بالتسمية السويسرية أما الأمريكيون فيفضلون السيموطيقا، التي جاءها المفكر والفيلسوف الأمريكي " تشارل سن ساندر بيرس".²

من خلال المقولات السابقة نذهب إلى أن السيمائية تعتبر حقلا من حقول المعرفة التي وسمت دراسات الحديثة. ومنذ ظهورها وهي تهتم بتفسير معاني الدلالات، والرموز الإشارات...

و رغم تعدد مصطلحات ودلالاتها، فقد قدمت الخدمات جليلة للدرس الحديث وهي تعتبر بان الكون كله نظامه قائم على رموز وإشارات ذات دلالة... ومن ثمة ندرس السيمائية بنية الإشارات وعلاقتها في هذا الكون وتوزعها ووظائفها الداخلية والخارجية...

أما عند العرب فقد عرفوا علماء أسموه أسرار الحروف أي علم السيمائية ويهتم هذا الأخير بالطلب والعقاير والأدوية والكيماوية وكان ذلك قبل الاحتكاك بين الحضارات (الترجمة والتبادل الفكري) وقد تعددت في ذلك دراسات الحاتمي وابن خلدون وابن سينا والغزالي والجرجاني وغيرهم، وعليه لم يكن التراث عربي بعيدا عن مثل هذه المشاغل فقد أولى البلاغيون والمقصرون عناية كبرى بكافة الأنساق الدلالية وتصنيفا وكشفا عن قوانينها وقوانين الفكر.³

1. قدور عبد الله ثاني: سيمائية الصورة، مغامرة سيمائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، ص45.

2. روبرت شولز: السيمياء، والتأويل، ترجمة سعيد الغانجي، ص 247.

3. قدور عبد الله، المرجع نفسه، ص 75.

وفي الأخير يمكننا القول بان الفكر العربي والإسلامي اعتبر إن اللغة ليست بمعزل عن الدلالات الأخرى، ولذا نجد ابن جني يقول " اللغة أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم".

2. تعريف السيميائية:

إن السيميائية علم واسع وشامل وجامع في طياته الكثير من العلوم ولذلك سوف نشير إلى أهم التعريفات كالتالي:

أ. التعريف اللغوي:

السِّمَاء والسِّمَاء: بياء زائدة: لفظان مترادفان لمعنى واحد، و ورد ذلك في كتاب الله لكل سيماء، قال تعالى: { سِيمَاهُمْ فِي وُجُوهِهِمْ مِنْ أَثَرِ السُّجُودِ } الفتح 29، وقال سبحانه { تَعْرِفُهُمْ بِسِيمَاهُمْ } البقرة 273.¹

إن الأصل اللغوي لمصطلح السيمولوجيات يعود إلى العصر اليوناني *sémion* الذي يعني العلامة Logas الذي يعني الخطاب وبامتداد اكبر لكلمة Logas بمعنى العلم هكذا يصبح تعريف السيمولوجيا بعلم العلامات.²

ورد في قاموس ابن منظور أن السيمياء مشتقة من الفعل سام هو مقلوب "وسم" وقيل "سوم" سوم فرس أي جعل عليه السمة وقيل الخيل المسومة هي التي عليها السمة والسومة هي العلامة.³

نلاحظ من كل ذلك أن لفظه " سيماء " دون الياء جاءت في القران في عدة مواضع مثل الآية 273 في سورة البقرة وتكن العلامات من كثرة السجود، ونلاحظ دلالة اللفظة في القران هي نفسها إلى ذكر ابن منظور، كما جاءت هذه اللفظة في الشعر لقول أسيد بن

¹ .القران الكريم: سورة الفتح: الاية29، وسورة البقرة: الآية: 273.

² .محمد مظيف، ما هي السيمولوجيا: لبنان، دار إفريقيا الشرق. ط2: 2000، ص 37.

³ . فيصل الأحمر: معجم السيميائيات: لبنان، دار العربية للعلوم ناشرون، ط 1: 2010، ص. 29.

عنقاء الفزازي: "غلام رماه بالحسن يافعا له سيمياء لا تشق على البصر" أي يفرح به من ينظر إليه.

ويفهم مما في إدارة المعارف الإسلامية: 21/13 أن لفظة السيمياء عربية قديمة المراد منها السمة أو الإشارة أو الاستعارة على أنها تستعمل للإشارة إلى باب من أبواب السجر.¹

ب. اصطلاحا:

السيمائية أو السيمولوجيا هي دراسة حياة للعلامات داخل الحياة الاجتماعية وهي في حقيقتها" كشف واستكشاف لعلاقات دلالية غير مرئية من خلال التخلي المباشر للواقعة، أنها تدريب للعين على التقاط الضمني والمتوازي، لا مجرد الاكتفاء بتسمية المناطق او التغيير من مكونات المتن.²

من خلال قول سعيدين كراد يمكننا القول السيمولوجيا علم خاص بالعلامات هدفها دراسة المعنى الخفي لكل نظام الخفي لكل نظام علاماتي فهي تدرس لغة الإنسان والحيوان وغيرها من العلامات غير اللسانية باعتبارها نسق من العلامات.

ويعد فريناندي دي سوسير أول من عرف هذا العلم فقال: "علم يدرس حياة العلامات في وسط الحياة الاجتماعية"، ويعرف شارل ساندريس بيرس السيمائية بقوله: "ليست المنطلق بمفهومه العام إلا اسما آخر للسيميوطيقا والسيميوطيقا نظرية شبه ضرورية أن نظرية شكلية للعلامات.³

ف نجد بيرس عرف السيمائية من وجهة نظر فلسفية فلا يمكن دراسة أي شيء في الرياضيات أو الكيمياء وعلم النفس إلا من خلال السيمائية، في قوله: "ليست بإمكانني

1. عبد الفتاح الحمور: سيمائية التواصل والتفاهم في التراث العربي القديم: دار الجزيرة للنشر والتوزيع، ط 1. 1432هـ-2011، ص 24.

2. سعيد بنكراد: سيمائيات، مفاهيمها وتطبيقاتها، سلسلة شرفات 11، منشورات الزمن، الرباط، 2003، ص 58.

3. فيصل الأحمر، المرجع السابق، ص 17.

أن ادرس أي شيء في هذا الكون كالرياضيات والأخلاق والميتافيزيقا والجاذبية الأرضية والديناميكية الحرارية والبصريات والكيمياء وعلم التشريح المقارن، علم الفلك، علم النفس، علم الاقتصاد وتاريخ العالم والسكوت والرجال والنساء، علم القياس، علم الموازين إلا انه نظام سيميائي¹.

وكذلك عرفها العالم رولان بارت R. Parths في قوله "استمدت السيمولوجيا هذا العلم الذي يمكن أن نحدده رسميا بانتم علم الدلائل (العلامات)،² ومن كان هذا أن الحديث عن السيمياء ليس سوى الحديث عن العلامة، فمن خلال هذه التعريفات نرى إنها كلها مرتبطة بالعلامة: إذن مفهوم السيمياء مرتبط بالعلامة.

3. اتجاهات ومدارس السيميائية:

أكد السيميائيون إن السيميائية العامة ما زالت في بدايتها، وإنها ما تزال في مرحلة ما قبل إلا نموذج من تطورها كعلم، ومن هنا فان الكثير من المدارس والاتجاهات تتعارض من حيث صور كل واحد للنظرية السيمولوجية ولا سيما أن وضع في اكتساب النشأة المزدوجة للسيميائية منذ ظهورها على يد بيرس ودو سوسير...

وهكذا نجد انه أصبح للسيميائيات اتجاهات متعددة فمثلا محمد السرعيني تحدها بثلاث اتجاهات متعددة جاءت على النحو الآتي:

الاتجاه الأمريكي، الاتجاه الفرنسي، الاتجاه الروسي بالإضافة اتجاه الرابع تمثل في الاتجاه الايطالي، إما مارسلود اسكال فهي عنده، سيميائيات التواصل، سيميائيات الدلالات سيميائية التعبير عن الفكر.

¹ دليلة مرسلتي، فرنسوا شوفالدون- مارك يوفان - جان موطيت، مدخل إلى السيمولوجيا، ترجمة عبد الحميد براد، ديوان المطبوعات الجامعية الساحة المركزية، بن عكنون الجزائر، ط1، 1995، ص11.

² قدور عبد الله ثاني، المرجع السابق، ص 78.

أ. المدرسة الأمريكية:

ارتبط هذا الاتجاه بالفيلسوف المنطقي تشارلز ندرس بيرس والسيميوطيقا عنده بحث موسع يهتم بالدلائل اللسانية وغير اللسانية وأكد بيرس انه لا يمكننا أن ندرس أي شيء، مهما كان إلا بوصفه دراسة سيميوطيقية (سيميائية)، وسيميوطيقا بيرس ذات وظيفة فلسفية منطقية لا يمكن فصلها عن فلسفة التي سماها الاستمرارية والواقعية والتداولية ويمكن اعتبار سيميوطيقا بيرس سيميانيات الدلالة والتواصل في ان واحد، كما أنها اجتماعية وجدلية، وتعتمد على أبعاد ثلاثة وهي: البعد التركيبي، البعد التداولي، البعد الدلالي.¹

من خلال ذلك يمكننا القول بأن بيرس لم يكن بوسعها أن يدرس أي شيء إلا بوصفه دراسة سيميوطيقية والسيميوطيقا الليبرية سيميوطيق للدلالة والتواصل، والتمثيل في نفس الوقت... تعتمد على أبعاد الثلاثة: دلالية، وتداولية، وتركيبية.

ب. المدرسة الفرنسية:

• السيميولوجيا السويسرية:

يمثل هذا الاتجاه فيرديناند دو سوسير مؤسس اللسانيات والسيميانيات، فالسيميانيات عنده تدرس الأنساق القائمة على اعتبارية الدليل ومن ثم لها الحق في دراسة الدلائل الطبيعية أي لها موضوعين رئيسيين: الدلال الاعتبارية، والدلائل الطبيعية وعلاوة على ذلك فإنها التي تحدد استقلالها ومجالها الابستمولوجي، وتتكون مفاهيمها وتصوراتها النظرية ومصطلحاتها الإجرائية، ما عليها إلا أن تستعير من اللسانيات مبادئها ومفاهيمها كاللسان والكلام والسنكرون والدياكروني.²

¹. محمد داني، في ماهية السيميانيات والصورة، دار النشر سدي معروف كزبلانكا، المغرب، ط 1، 2013، ص148.

². المرجع نفسه، ص149.

ومن هنا تبين لنا أن هناك علما وهو علم اللغة الذي يعتبر فرع من فروع السيميائية... هذا العلم الذي استعار عددا من مبادئ علم اللغة الحديث منها: العلامة اللغوية والبدال والمدلول، واعتباطية الدليل...

• سيميولوجية باريس السيموطيقية:

تضم كلا من جريماس، وميشيل اريفي، كلودستابول، وجان كودكوكي... ويوضح أعمال هذه المدرسة الكتاب القيم الذي صدر تحت عنوان "السيموطيقا" وقد سعت هذه المدرسة بمفهوم السيميائية الذي لا يتجاوز أنظمة العلامات إلى مصطلح السيموطيقا الذي يقصد به علم الأنظمة الدلالة، وقد اعتمدت هذه المدرسة على أعمال وأبحاث سويسري وهلمسليف وحتى بيرس حيث كان اهتمام أصحاب هذه المدرسة قائما على تحليل الخطاب الأجناس الدينية من منظور سيموطيقا قصد استكشاف القوانين الثابتة المولدة لمظاهرات النصوص العديدة.¹

ومن خلال ذلك يتبين لنا أن مدرسة باريس السيموطيقية تضم أكثر من عالم وقد وضع جرما مربعه السيميائي الذي يمكن أن يطبق على أن فعل إنساني (معرفي أو خيالي) وان كل معنى يقوم على تعارضات رباعية...

• اتجاه السيموطيقا الرمزية:

سيمائيات هذه المدرسة تسمى (نظرية الأشكال الرمزية) حيث استلهم كلا من مولينو وجان ناتبي نظرية بيرس الأمريكي موسوعة عن علامة وأنماطها كالإشارة (القرنية) والأيقونة والرمز وفلسفة كاسيرر الرمزية التي تنظم للإنسان بأنه حيوان رمزي، كما تدرس الأنظمة الرمزي و محل العلامات في الاتجاهات والمدارس الأخرى.²

¹. محمد داني، المرجع السابق، ص150.

². المرجع نفسه، ص151.

يمكننا القول بان فلسفة كاسيرر تهدف إلى سد الجيوب الفارغة في فلسفة كانط وقد اعتبر الإنسان حيوانا رامزا واللغة البشرية تمثل الطور المتقدم للإنسان فقد انتقل منظور الطبيعة إلى طور الثقافة أي منظور العلامات إلى طور الرموز القابلة التعميم.

• الاتجاه المادي:

خير من يمثل هذا الاتجاه الباحثة جوليا كريستيفا التي تستند في بحثها التوفيق بين اللسانيات والتحليل الماركسي لإيجاد بين الداخل والخارج من المعطى التجريبي الداخلي وقد وظفت كريستيفا مصطلحات ذات بعد ماركسي كالمنتج والممارسة الدالة والمنتج على عدستك المصطلحات الموظفة في الفكر الرأسمالي كالمبدع والإبداع الفني.¹

من خلال ذلك يمكننا القول بان جوايا كريستيفا اهتمت بتحليل النصوص الأدبية فتبنت في ذلك مشروعا تحليليا أطلق عليه اسم " السيميولوجيا التحليلية **Sémanalyse** الذي يعني: التركيب بين الخطاب السيميولوجي والتحليل النفسي النظري.

ج. المدرسة الروسية:

تعتبر الشكلانية الروسية التمهيد الفعلي لدراسات السيميائية في غرب أوروبا واسمها الحقيقي جماعة Ololaz وكانت أبحاثها تطبيقية ونظرية في أن واحد من نتائج هذه الأبحاث ظهور مدرسة تارتو من أعلامها البارزين، لوري لوتمان وتودوروف وقد جمعت أعمال هؤلاء في كتاب جامع تحت اسم "أعمال حول أنظمة العلامات" و اهتمت هذه المدرسة بسيميولوجيا الثقافة، واهم ما تميز به الشكلانية الروسية:

- توفيق بين آراء بيرس وسوسير حول العلامة.
- استعمال مصطلح السيميوطيقا بدل السيميولوجيا.
- الاهتمام بالسيميوطيقا الاستمولوجية الثقافية.²

¹. محمد داني، المرجع السابق، ص152.

². المرجع نفسه، ص155.

من خلال يتبين لنا أن هذه المدرسة ركزت اهتمامها على السيميوطيقا المعرفية والثقافية، كما اهتمت أيضا بالأجناس الأدبية الأخرى مهما كانت قيمتها الدينية، واعتبار أن العلامة، كما عند مدرسة تارتو لا تكتسب دلالتها إلا بوضعها في إطار الثقافة.

د. المدرسة الإيطالية:

يمثل هذه المدرسة كل من امبيرتو ايكو، وروسي لاندي الذين اهتموا كثيرا بالظواهر الثقافية باعتبارها موضوعات تواصلية، وأنساق دلالية على غرار سيميوطيقا الثقافية في روسيا، ويرى ايكو "إن الثقافة لا تنشأ إلا حينما تتمثل الخارج تمثيلا داخليا وذاتيا، أي حينما تنتقل من الطبيعي بواسطة الفكر التجريد، فنسبي الأشياء الطبيعية ونستند إليها وظيفية معينة يتذكرها على تلك الهيئة، ويكون ذلك تميز الأشياء عن بعضها البعض بواسطة الفكر ووضع سمات لها تميزها وتستحضرها في حال غيابها المادي".¹

من خلال مقولة امبرتو ايكو نرى أن كل نظام من أنظمة الاتصال الثقافية تنقسم إلى 18 نسقا، هي السيمائية الحيوان، العلامة الشمية، التواصل المسي، سنن الذوق العلامات المصاحبة كما هو لساني، السيمائية الطبية، حركات الأجسام والإشارات الدالة على القرب الأنواع السنية الموسيقية، اللغات المشكلة، اللغات المكتوبة، اللغات الطبيعية، التواصل المرئي، نسق الأشياء، بنات الحكي، الأنواع السنية الثقافية، الأنواع السنية والرسائل الجمالية، التواصل الجماهيري الخطابي، الفصل الأول: الحوار مفهومه أشكاله، وسائله، ومجالاته المتعددة .

¹. محمد داني، المرجع السابق، ص156.

مقدمة

لقد ازداد الاهتمام بوسائل الاعلام بشكل لافت للنظر في الآونة الاخيرة نظرا لما يمر به العالم بصورة عامة من احداث سياسية واجتماعية واقتصادية تستوجب التوقف عندها ومتابعة المجريات السياسية خطوة بخطوة للوقوف على المجريات والاحداث التي يمر بها. ويأتي الاعلام بوسائله المتعددة والمختلفة لينقل اهم المجريات على الساحة العربية والعالمية حيث تتوقف صفة واهمية الاعلام وفاعليته على ارتباطه بالأحداث والظروف القائمة في وقت معين حيث يشتمل الاعلام على عدد من وسائل الاتصال التي لها تأثيرها المباشر على المستقبل فمنها وسائل مقرررة حيث يتم الاتصال عن طريق الكلمة المكتوبة وهناك وسائل اتصال مسموعة حيث يتم الاتصال عن طريق الكلمة المسموعة وهناك وسائل مرئية حيث يتم الاتصال عن طريق الكلمة المصورة وايضا هناك ما يعرف بالغة الصامتة في الاتصال. لكن الوسائل المهمة التي يتركز عليها الاعلام كوسيلة مهمة هي الاذاعة والتلفزيون والصحف اليومية وكذلك المجالات وغيرها من الوسائل الاخرى.

فليس ثمة من ينكر أهمية الإعلام في عالمنا المعاصر، ودوره الكبير في بناء الأمم و القوميات الكبرى في عالم اليوم، و دوره الكبير في التوعية و المراقبة و التنمية، و بات الإعلام من الحقائق الكبرى، حيث أصبح يشكل البنية الأساسية للمجتمعات و المتحدث الرسمي باسمها، و يعبر عن توجهاتها و أفكارها السياسية و الاقتصادية و الثقافية، وما يحدث اليوم في العالم من أزمات خير دليل على قوة الإعلام و سطوعه في تغيير الأحداث و توجيه الرأي العام نحو الاتجاه الذي يخدم مصالح وسياسات الدول التي تسيطر عليه وعلى هذا الأساس سعت معظم الدول إلى امتلاك ترسانة إعلامية تمكنها من مجابهة التحديات وصد التهديدات المحيطة بها، ويمكن القول أن وسائل الإعلام باتت عنصرا أساسيا في رسم سيادة الدول كما لها من دور على مستوى مختلف الأصعدة، وانتقلت هذه الأخيرة إلى مرحلة اقل ما يمكن القول عنها أنها أهم مرحلة في تاريخ وسائل الإعلام و الاتصال منذ نشأتها، فقد تعدى دورها إلى ادوار أخرى، حيث تغلغت في أوساط المجتمعات، و خلقت مفاهيم و رؤى جديدة تتماشى مع سياسات الجهات المالكة لها وعلى هذا الأساس أصبح امتلاك وسائل الإعلام ضرورة ملحة شأنها شأن امتلاك الأسلحة الأمر الذي دفع العديد من الدول إلى بناء قاعدة إعلامية تكون مهمتها الدفاع عن مصطلح

هذه الدول و الترويج لسياستها و أفكارها بأفضل طريقة ممكنة، و من دون أن ننسى أيضا دور الإعلام في تحقيق التنمية وتعزيز الروابط بين أفراد المجتمع الواحد.

في ظل الانفتاح الإعلامي الذي تشهده الساحة الإعلامية في الجزائر و التغييرات التي طرأت على جمهورها هذا ما جعل الوسائل الإعلامية تبني مضامينها بأساليب استمالاته و هذا نتيجة الموضوعية التي أصبح فيها، وفي كل وسائل الإعلام العالمية و ليست فقط الجزائرية، و هذا ما سنعالجه في هذه الدراسة المعنونة بـ: « سيميائية الحوار في الخطاب الإعلامي حوار الساعة- أنموذجا » و لعدة أسباب و دواعي اخترنا أن ندرس هذه الحصة السياسية بالتحديد (حوار الساعة) التي تبث في القناة الجزائرية الثالثة و القناة الأرضية حتى نستخلص الطريقة التي تبنى عليها هذه الحصة من خلال الكشف عن الخطط التي تمشي عليها الحصة، من اجل تقديمها للجمهور، وهذا الجمهور الذي لا يستطيع أن يستغني أبدا عن الإعلام التلفزيوني لمدى أهمية المعلومات و الأخبار في حياته، أين أصبحت المعلومات السلاح يشتغل في الكثير من المواقف و الوضعيات و تحتوي هذه الدراسة على ثلاثة فصول انطلاقا من الإشكالية المطروحة لماذا الحوار؟ وكيف يكون مؤثرا في الآخر؟ و ما هي نتائجه و فوائده؟

وانطلاقا من هذه الأسئلة ارتأينا أن تكون رسالتنا موسومة بسيميائية الحوار في الخطاب الإعلامي، حوار الساعة - نموذجا -.

حيث انطلقنا فيه من مقدمة تحدثنا من خلالها عن الإعلام و أهميته في حياتنا اليومية و تليها ثلاثة فصول تغطي الإطار النظري و الجانب التطبيقي كما سبقت هذه الفصول مدخل أولجنا فيه ماهية السيميائيات و مفهومها لغة و اصطلاحا ثم ذكر اتجاهاتها في حين أن الفصول تقسم على النحو الآتي:

الفصل الأول يتضمن الإطار النظري للدراسة، و هو معنون بالخطاب الإعلامي وفيه أدرجنا العناصر الآتية: الخطاب والإعلام ثم الخطاب الإعلامي فمتطلبات الخطاب الإعلامي و بعده لغة الخطاب الإعلامي.

أما الفصل الثاني فعنوانه كالأتي: ماهية الحوار الإعلامي و يشتمل على العناصر التالية : مفهوم الحوار، أشكاله، وسائله، أنواعه وأهميته، سمات المحاور الإعلامي الناجح وأخيرا أسس الحوار الفعال.

في حين أن الفصل الثالث فهو عبارة عن إطار تطبيقي و عرجنا فيه إلى تحليل سيميائي لشريط مقدم في التلفزيون الجزائري قناة الأرضية الموسوم بعنوان " حوار الساعة "

وجعلنا لبحثنا خاتمة سجلنا أهم النتائج التي توصلنا إليها.

والمنهج الذي اعتمدنا عليه هو المنهج الوصفي التحليلي القائم على وصف الظاهرة الإعلامية، بكل جزئياتها و تفاصيلها الحقيقية و تحليل هذه الظاهرة.

ومن الأسباب التي دفعتنا لإجراء هذه الدراسة كان ما هو موضوعي و ما هو ذاتي ومن بين الأسباب الموضوعية هي علاقة الموضوع بتخصصنا العلمي بالإضافة إلى أن الفرد يعيش في مجتمع يفرض عليه بالضرورة عضويته فيه، و الظواهر التي يشاهدها يوميا و تحدث على مرأى ومسمع قريب منه، و اغلب الأفراد تبدو لهم عادية، إلا أن الباحث تكون ملاحظته علمية و واقعية هذا ما أدى بنا إلى اختيار هذا الموضوع و بالتحديد، عندما لاحظنا أن هناك طرق و فنيات مستعملة في الحصة السياسية من بينها "حوار الساعة" من اجل جعل الجمهور يتفاعل معها، و الأسلوب المستعمل في الإلقاء لنجاح الحوار.

وكذلك لاحظنا أن الدراسات السيميولوجية للحوار في الخطابات الإعلامية نادرة في مكتبة الأدب بكلية الآداب و الفنون بخروبة، كما رافقت اختيار دراستنا أسباب ذاتية تمثلت في اهتمامه بالتلفزيون الجزائري، و البرامج التي يبيثها بحكم أننا ننتمي إلى المجتمع الجزائري بالإضافة إلى اهتمامنا بالحصص السياسية من بينها حصة "حوار الساعة" وكذلك الإعجاب بشخصية مقدمة البرنامج الإعلامية السيدة "فريدة بلقسام" واختيارنا لهذا الموضوع لم يكن اعتباطيا بل ينم عن دراسة مسبقة رغم محدوديتها و مشاوره أهل الاختصاص صف على ذلك إلمامنا بهذا النوع من المواضيع،بالفعل أننا متابعين لكل ماله

علاقة بمجال الإعلام، ولقد سارت دراستنا هذه على أهداف معينة تكمن في معرفة الاستراتيجيات المتبناة من قبل مقدمي البرامج التلفزيونية السياسية منها بهدف إعطاء مكانة متميزة للحوار في هيكله البرامج التلفزيونية كما نهدف أيضا للإجابة عن التساؤلات المطروحة في الإشكالية بالإضافة أن هذا العمل يهدف إلى معرفة ما مدى نجاح أسلوب الحوار و إبداء الرأي و الرأي الآخر في الخطابات الإعلامية سواء كان الحوار هو الإطار الأمثل و الحضاري الذي يمكن أن تبدي فيه مختلف الأطياف أرائها بهدف إظهار المقاصد و الأهداف الخاصة أو العامة.

ويجب أن تكون البحوث التي نختارها و نقوم بدراستها نابعة من الواقع و الظروف الاجتماعية الخاصة بالمجتمع، الذي نجد أنفسنا مدعوون لخدمته وبالتالي فالأهمية تنعكس في محاولة علمية في توضيح أسلوب الحوار و المعرفة الجيدة في انتقاء الألفاظ المناسبة لنجاح للعملية الحوارية التي يصنعها المرسل في وسائل الإعلام السمعية البصرية و يستقبلها المتلقي الذي هو الجمهور و بالرغم من تعرضنا إلى مجموعة من الصعوبات إلا انه لم يمنعنا من التصميم بإرادة و عزيمة كبيرتين على إجراء هذه الدراسة و الوصول إلى نتائج علمية و موضوعية، إن البحث الاجتماعي مهما كانت إمكانيه و أدواته إلا انه يزداد صعوبة، قفلت المراجع عن التلفزيون الجزائري و كذا الدراسات السابقة، فحدث و لا حرج فالدراسات السيميولوجية على حصص تلفزيونية كهذه تكاد تكون منعدمة إن لم نقل غير موجودة فعلا، وكذلك من بين الصعوبات التي صادفتنا في دراستنا صعوبة في التحليل السيميولوجي الذي يكمن في الوصول إلى المعنى الخفي.

وفي ختامنا لا يمكننا إلا أن نتقدم بجزيل الشكر و الإمتنان للأستاذ الفاضل الدكتور المشرف " حنيفة بن ناصر " على ما بذله من جهد علمي صادق منذ الخطوة الأولى من كتابتنا للبحث إلى هذه اللحظة، فقد كان لإرشاداته و توجيهاته الفضل الكبير في الخروج بهذا العمل، سائلين من المولى العلي القدير أن يجزيه خير الجزاء.

كما أشكر الوالدين الكريمين اللذان لولاهما لما وصلت إلى ما أنا عليه الآن، والشكر
و العرفان سلفا إلى لجنة المناقشة الأفاضل الذين قبلوا مناقشة هذه الرسالة و تقويم و أودها
أن تكون لبنة نافعة في مكتبة اللغة العربية فجزاهم الله خير الجزاء.

الفصل الأول الخطاب الإعلامي-

I. الخطاب

II. الإعلام

III. الخطاب الإعلامي.

VI. متطلبات الخطاب الإعلامي.

V. لغة الخطاب الإعلامي.

I. الخطاب:

1. مفهومه:

لقد وردت كلمة الخطاب بتعريفات متنوعة و متعددة في أكثر من جانب لنرى ما إذا تعني كلمة الخطاب بشقيها العربي و الغربي.

أ. لغة:

إذا حاولنا تأصيل مفهوم الخطاب، فإننا سنعود إلى ما أنتجه تراثنا بدء من المعاجم الأساسية إذ نجد "لسان العرب «لأبن منظور» في تعريفه للخطاب يقول: «الخطاب و المخاطبة أي مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة و خطابا، وهما يتخاطبان و الخطبة مصدر الخطيب و خطب الخطيب على المنبر، و اختطب يخطب خطابه و اسم الكلام الخطبة»¹.

فيما ذهب "ابن إسحاق" إلى أن الخطبة عند العرب "تعني الكلام المستور المشجع و نحوه وفي التهذيب: الخطبة مثل الرسالة لها أول و آخر. فيما عرف "الزمخشري" في كتابه أساس البلاغة الخطاب بأنه: خطب أي المخاطبة أحسن خطاب: وهو المواجهة بالكلام، و كان يقول الرجل في النادي بالجاهلية فيقول: خطب و اختطب القوم فلانا: دعوة أن يخطب إليهم و يقول له: «أنت الأخطب أي البين الخطبة فتخيل إليه أنه ذو البيان في خطبته»².

و عليه يمكننا القول أن الخطاب هو محادثة ذات طبعه رسمية، أو المصلح الرسمي المنظم للأفكار سواء أكان مكتوبا أم مقروء: أيضا لقد استخدم هذا التعبير نفسه في شكل خطبة دينية أو بحت علمي... الخ كما أن الخطاب في اللاتينية معناه (القرار الإداري) و من هذه التعريفات نستنتج أن التراث العربي يحس أهمية الخطاب و الدور التداولي الذي يعتبر أهم شروطه مما نجد أسس النظريات اللسانية كامنة فيه.

1. ابن منظور، لسان العرب: مادة (خطب) دار صادر بيروت ط1، سنة 1994، ص 41.

2. بسام مشاقبة، مناهج البحث الإعلامي و تحليل الخطاب دار أسامة للنشر و التوزيع عمان الأردن ط1، 2010، ص 99.

ب. اصطلاحا:

تتعدد التحديدات الخاصة بمفهوم الخطاب خصوصا إذا استحضرننا الكم الهائل من التعريفات الصادرة عن النقاد و التي تتسم بعدة سمات تتراوح بين التكامل و التنافر نذكر منها:

« يعرف المفكر الفرنسي ميشيل فوتو الخطاب بأنه نظام تعبير مقنن و مضبوط و الذي يحتوي على النصوص و الأقوال كما تفضي بمجموع كلمات و نظام بنائها و بنيتها أو تنظيمها البنائي ».1

و يعرفه أيضا بنفيسست على أنه كل تلفظ يفترض متكلما أو مستمعا وعند الأول بصفة التأثير وعند الثاني بطريقة الخطاب بوصفه ما يتجاوز الجملة فهو المفهوم الغائب في الدراسات الحديثة.1

من خلال التعريفين السابقين للخطاب يمكننا أن نستنتج أن الخطاب هو كل الأشياء التي تكون العالم الاجتماعي بما فيه ذلك هويتنا، وبعبارة أخرى فإن الخطاب هو واقعنا الاجتماعي و إدراكنا لهويتنا أي إنه بدون خطاب لا يوجد واقع اجتماعي، وبدون فهم الخطاب لا يمكن أن نفهم واقعنا و تجاربنا.

"لقد أصبح مصطلح الخطابة بصفة عامة عملية متداولة بين العديد من فروع المعرفة و الدراسة مثل النظرية النقدية علم الاجتماع، علم اللغة، الفلسفة، علم النفس الاجتماعي، و العديد من المجالات الأخرى و كذلك العديد من الفروع الأخرى التي كثيرا ما تركت غير معرفة أو محددة كما أن استخدامها ببساطة يعد معرفة عامة.2

وعليه يمكننا القول بأن الخطاب له النطاق الأوسع للمعاني الواردة لأي مصطلح في النظريات الأدبية و الثقافية علاوة على ذلك فهو في الغالب المصطلح الذي يوجد ضمنا في النصوص النظرية التي على الأقل محددة أو معروفة.

1 . بسام مشاقبة، المرجع السابق، ص 101.

2 . عصام خلف كامل، مفهوم الخطاب في الدراسات الأدبية و اللغوية المعاصرة دار فرحة للنشر و التوزيع، 2003 ص 5.

2. أقسام الخطاب:

نود و في هذا المقام الكلي أن نقسم الخطاب بصفة عامة إلى قسمين رئيسين وهما:

أ. الخطاب الخاص:

"ويتمثل في الخطاب الذي يدور بين أفراد جماعة متخصصة من الجماعات التي تتفق في مجال معين من مجالات الحياة، وله مفردات وتراكيبه أو مصطلحاته المفردة و المركبة الخاصة بهؤلاء القوم، و من خطاب العلماء أو الأدباء أو أصحاب الفن أو أصحاب الوظيفة أو أصحاب الصنعة الواحدة، و هلم جرا"¹.

وعليه يمكننا القول بأنه يمكن أن يدخل في الإطار الخطاب المكتوب أو الشفوي الذي تنتجه كل جماعة منها لتعليم تلاميذها أو مخاطبة مرديها وندمائها، كالخطاب العلمي و الخطاب التقني و الخطاب الأدبي و الخطاب اللغوي و الخطاب الفني... الخ

ب - الخطاب العام:

"هو الموجه - في الأغلب- لكل أفراد المجتمع دون تميز و ذلك بغض النظر عن بيئاته أو طبقاته، وقد أسموه أيضا بـ "الخطاب الجماهيري" وهو خطاب تثقيفي عام، لكل من أنواعه أو أجناسه أهداف خاصة به، ويندرج في إطاره الخطاب الإعلامي الموجه - في الأغلب الأعم- إلى أفراد فئات الشعب كله بمختلف طبقاته دون تميز.²

و نستنتج من خلال ذلك أن هذا اللون من الخطاب يشتمل على أنواع أهمها: الخطاب السياسي، والخطاب الديني و الخطاب الاجتماعي التثقيفي العام بوسائله المتنوعة من مسارح و دور خياله و منتديات ثقافية و إذاعات مسموعة و مرئية و صحف و مجلات و غيرها.

1 . صفاء جبارة، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ص78.

2 . المرجع نفسه، ص79.

3. عملية الخطاب:

إذا كان المنتج أو المنشئ أو المصدر بل المخاطب (بكسر الهاء) هو أساس الخطاب فإن تمام عملية الخطاب لا يكون إلا بتضافر* ثلاثة عناصر أخرى و هي:

- المستقبل أو المتلقي المقصود بالخطاب بل المخاطب (بفتح الطاء)
- المضمون أو المحتوى أو الموضوع أو الفكرة أو الوسيلة أو النص.

وسيلة الخطاب، وهي أداة التوصيل و إن شئت فقل: هي الوسيلة التعبيرية التي تحمل مضمون المنتج لتوصيله إلى المتلقي أو المستقبل أو المخاطب.¹

4. وسائل الخطاب:

تتنوع وسائل الخطاب، فقد تكون وسيلته الكلمة المسموعة أو مكتوبة أو الصورة أو الرسم أو الشارة "GESTURE" وتشمل حركة الجسمية* التي يصدرها الإنسان مستقلة أو مصاحبة للغة المفهومة أو المقروءة بإرادته أو غيرها وتسهم في توضيح المعنى أو التي يصنعها لأغراض التوصيل أو التعليم والإرشاد كإشارات لغة الصم والبكم ومرور المشاة، والإشارات الإرشادية لحركة المواصلات المعتمدة على الضوء أو الكتابة أو اللون أو سياق الحال أو الموقف أو المقام "CONTEST OF SITUATION" وكما هو واضح فإنه قد يجتمع للخطاب في أن واحد أكثر من وسيلة وقد أشار قدمائنا إلى وسائل الخطاب، فقال الجاحظ (255هـ)، "وجميع أصناف الدلالات على المعاني من لفظ وغير لفظ، خمسة أشياء لا تنقص ولا تزيد، أو لها اللفظ ثم العقد ثم الحال التي تسمى نصبه، والنسبة هي الحال الدالة، التي تقوم مقام تلك الأصناف، ولا تقصر عن ذلك تلك الدلالات، ولكل واحد من هذه الخمسة صورة بئنة من صورة صاحبته وحلية أختها، وهي التي تكشف لك عن أعيان المعاني في الجملة وعن حقائقها في التفسير".²

* تظافر وتضافر كلا اللفظين صحيح، إذا ورد عن العرب النطق بالضاد أو الظاء

1. صادق أبو سليمان، الخطاب الإعلامي الفلسطيني المعاصرة دراسة دلالية في ضوء البلاغة العربية، جامعة الأزهر، 2007، ص219.

* احتضن هذا النوع من الخطاب بعلم أسموه بـ "علم لغة الجسم" وسمته د.فاطمة محجوب "علم الحركة الجسمية" أو "علم الكينات" "kenesics" وهو جزء من علم الاتصال " وقد تحدث عنه وأوضحت الروابط بلغة الكلام مع إجراء تطبيقات له على الحركة الجسمية عند المصريين " وآيات من القرآن الكريم ينظر: محجوب فاطمة(1976)، دراسات في علم اللغة، دار النهضة العربية، القاهرة، ص، 100-105. 159-205.

2. جاحظ أبو عثمان عمر بن بحر، البيان والتبيين، ط5، تحقيق وشرح، عبد السلام هارون، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، د.ت، طبعة مكتبة الخانجي القاهرة (1985) ج1، ص ص 107، 106.

وجعل ابن عبد ربه (ت 328هـ) عناصر البلاغة أو البيان أربعة، فقال " البلاغة تكون على أربعة أوجه تكون باللفظ والخط والإشارة والدلالة وكل منها حظ من البلاغة والبيان وموضوع لا يجوز فيه غيره، ومنه قولهم لكل مقام مقال، ولكل كلام جواب، ورب إشارة أبلغ من لفظ، فأما الخط والإشارة فمفهومان عند الخاصة وأكثر العامة، وأما الدلالة فكل شيء ذلك على شيء فقد أخبره به كما قال الحكيم : اشهد أن السموات والأرض آيات دالات، وشواهد قوائم كل يؤدي عند الحجة ويؤدي لك بالربوبية"¹.

إذا تصفحنا فيما جاء عن العالمين الجليلين: الجاحظ بن عبد ربه في هذا المجال من نصوصه وشواهد سيكتب أن بضاعة اللاحق من بضاعة سابقه ، وكما هو واضح فإن عناصر البلاغة والبيان عند ابن ربه لهي عناصر الجاحظ التي ذكرها في "بيان البيان" باستثناء العقد فقط وان ما عناه الجاحظ بـ "الحال أو النصبة " سماه الأخير بـ "الدلالة " وأن "الحكيم" الذي جاء الأخير ابن عبد ربه بنصب توضيحا لمعنى مصطلحيه "الدلالة" لهو "بعض الخطباء" الذي أورد الجاحظ في نصبه الذي استفاد منه كما هو بائن – ابن عبد ربه.

5. أنواع الخطاب:

بعد أن تحدثنا سابقا عن مفهوم الخطاب لغة و اصطلاحا و الخطاب في القرآن الكريم فلآن لابد أن نتحدث عن أنماط وأنواع الخطاب:

أ. الخطاب الديني:

هو أكثر الخطابات عمومية بكل أشكاله و مدارسه و تنوعاته سواء أكان مقدسا أو دنيويا أو ألهايا، إنسانيا، و حيا أم إلهاما، نقلا أم عقلا، يمتاز الخطاب الديني بأنه سلطوي أمرى إدعائي يطالب بالإيمان بالغيب بالقضايا العقيدية، ويعتمد على التصوير الفني و إثارة الخيال و الحياة المستقبلية و ما بها من وعود و خلاص من ألام البشر.²

وطبيعة هذا الخطاب أنه قابل للانشطار من خلال:

1 . ابن عبد ربه الأندلسي (1987)، العقد الفريد، ط3، ج2، تحقيق د.مفيد قميحة، دار الكتب العلمية، بيروت ص302.

2 . بسام مشاقبة، المرجع السابق ص 112.

- خطاب عقائدي كما هو في علم الكلام أو باطني كما هو في التصوف أو تشريعي كما هو في الفقه و أصوله.
- خطاب يقدس الناس حتى يصبح بديلا عن المقدس ذاته.
- له أصول و فروع.
- له قلب و أطراف.
- له حق و باطل.
- يوجد فيه فرقة ناجية و فرقة هالكة.
- يعتمد على سلطة النص أكثر من إيمانه على سلطة العقل.
- يعتبر نفسه متميزا بل و حكما على باقي الخطابات.
- يتوحد به الحكام بحيث يصبح الخطاب الديني و السياسي واحد.
- تكثر المذابح و الحروب، ويتم تكفير المخالفين باسمه.
- أقدم الخطابات تاريخيا.
- يؤدي أحيانا إلى الغرور و التعصب و التعالي، ولا يقبل الحوار لأنه خطاب أخلاقي يعتمد على سلطة القاتل و إرادته.
- لا يحتاج إلى مقاييس للصدق إلا من صدق القائل.¹

ب. الخطاب الفلسفي:

يخرج من معطف الخطاب الديني لكنه حاول تطوير الخطاب الديني من حيث نزع الجانب العقائدي النقلي السلطوي و تحويله إلى خطاب عقلي برهاني يمتاز هذا الخطاب بما يلي:

- بالحوار و الرأي و الرأي الأخر.
- يشتمل على مقاييس صدقية أهمها الاتساق، التطابق أي النتائج مع المقدمات خاصة إذا كان استنباط مع الواقع، استقرائيا مع التجربة الإنسانية، خطابا مع العلوم الإنسانية.
- قادرا على التعميم و التجريد و الصياغات النظرية للقوانين: إنساني النزعة، منفتح على الحضارات الأخرى.

¹ . بسام مشاقبة ، المرجع السابق، ص 113.

- يخاطب جمهور العقلاء بصرف النظر عن انتماءاتهم الدينية و العرفية و السياسية.
- يخاصمه الخطاب الديني لأنه يعتبره منافسا له على المعرفة و السلطة.
- أصحابه دافعوا عنه و وقفوا مواقف مشرفة، فسقراط و الجعد و الحلاج و السهرودي كلهم شهداء الموقف.
- تزدهر به الحضارات و تعرفه مثل الحضارة اليونانية و الإسلامية و الأوروبية الحديث.¹

وعلى هذا فإنه قد يميز الخطاب الفلسفي على أنه ميدان للاتصال من خلاله قد تزدهر الحضارات و قد عرفته كثير من الحضارات مثل اليونانية و الإسلامية و الأوروبية الحديثة... الخ .

ج. الخطاب الأخلاقي:

"وهو الخطاب الذي يقرأ الخطابين الديني و الفلسفي في الحد الذي يتفق عليه الناس وهو خطاب الفضائل و التميز بينهما و بين الرذائل يختزل العقائد و النظريات إلى مجرد سلوك فاضل و معاملة حسنة، و لذلك اشتهرت مدرسة فلسفية أخلاقية اعتبرت الأخلاق جوهر الأديان، وأشهر أعلامها الراغب الأصفهاني الصوفية الليبرالية عند مندلسون الكاثوليكية التجديدية عند لوزي و اليهودية الإصلاحية عند إسبنوزا و مندلسون.²

و نلاحظ من خلال ذلك أن الخطاب الأخلاقي يمكن تدوينه بمعنى واضح على أنه الوسط المشترك بين الخطاب الديني و الخطاب الفلسفي فهو يعتبر الأخلاق جوهر الأديان.

د. الخطاب القانوني:

اختزال للخطاب الديني الفلسفي الأخلاقي في المجموعة من الأوامر والنواهي وعلى النحو التالي :

الدين للشريعة، والفلسفة مواعظ وعمل، ولذلك أزدهر الخطاب القانوني داخل الخطابين الديني و الفلسفي مثل القياس في الشريعة و الحلقة في اليهودية، والقانون الكنسي في المسيحية بل توحدت الشريعة مع الدين وأصبحت أهم من العقائد و الفلسفات النظرية

¹ . المرجع نفسه، ص 113.

² . عصام خلف كامل، المرجع السابق، ص 30.

مثل الشريعة اليهودية و الشريعة الإسلامية،¹ إذا كان الخطاب الأخلاقي القاسم المشترك بين الخطاب الفلسفي و الخطاب الديني: فالخطاب القانوني هو يجمع ما بين الخطابات الثلاثة السابقة فهو يختزل مجموعة من الأوامر منها الذين الشريعة، الفلسفة مواظ.

و. مميزات الخطاب القانوني:

- خطاب عام للناس جميعا يضع قواعد السلوك و عقوبات في حالة خرق القانون.
- يعتمد على العقاب أكثر من الجزاء وقد يصل العقاب إلى الموت.
- عادة ما تحدث خروقات بين القاعدة و التطبيق وبين صورة القانون وماديته و شدته ولينته بين حسن النية و سوءها بين المصلحة العامة و الخاصة.

هـ. الخطاب الاجتماعي و السياسي:

"وهو الخطاب الذي يتحول من الديني بعد اختزاله عدة مرات إلى الخطاب الإنساني الذي يبدأ بالمجتمع و يصدر عنه خاصة خطب الزعامات السياسية و الحزبية، قادة الدول و رؤساء الحكومات و الوزراء و رجال أعمال.

فلغة اتصال و الاتصال بين الذوات و الذوات أعضاء في مجتمع و في نظام سياسي و الصدق من الخطاب فهو ترابط اجتماعي، فيما يمتاز هذا الخطاب..كونه من أهم مظاهره أو التأثير في الناس و توجههم كما في الخطاب الإيديولوجي. و في هذا الخطاب يتم الكشف عن صراع الأهواء و المصالح و الإرادات و القوى الاجتماعية و السياسية في حراك اجتماعي، بالرغم مما يبدو في المجتمع إلى الأمام أو تجذبه إلى الخلف في مسار تاريخي تحكمه قوانين التاريخ".²

إن الخطاب السياسي هو مرتبط بالمجتمع حيث يصدر عنه خاصة خطب الزعامات السياسية و الحزبية، قادة الدول و رؤساء الحكومات و الوزراء و رجال الأعمال و غيرهم المختصين في مجال السياسة.

1 . بسام مشاقبة، المرجع السابق، ص 118.

2 . بسام مشاقبة، المرجع السابق، ص 117.

و. الخطاب الأدبي الفني:

"هو خطاب الذي يقوم بتحليل الأعمال الأدبية و الفنية لبيان جمالياتها، و صورها وأساليبها و قدرتها على التأثير في المتلقي، و إثارة خياله و مقدار ما فيها من إبداع من جانب الأديب أو الفنان".¹

يمكننا القول بان الخطاب الأدبي و الفني هو مشهد مقروء أو مكتوب من وجهة نظم المعتقدات، القيم، و المقولات التي تجسدها هذه المعتقدات و هو يقوم بتحليل أعمال أدبية و فنية لبيان جمالياتها و قدرتها على التأثير في المتلقي فالعمل الأدبي هو إبداع و تحليله نقديا يدخل في باب الخطاب النقدي الجمالي و يمتاز هذا الخطاب بما يلي:

- الجمع ما بين الذاتية و الموضوعية.
- يجمع ما بين الأديب و الفنان.
- يجمع بين الواقع الذي يصورانه و يعبران عنه.
- تكمل حقيقة جماله على مستوى الوجداني و الانفعالي و ليس على مستوى التجريد العقلي كما هو الحال في الخطاب المنطقي الرياضي أو الخطاب الطبيعي: كما هو في الخطاب العلمي و ابرز نقاده عبد القاهر الجرجاني و حازم القرطاجيني.

ز. الخطاب الإعلامي و المعلوماتي:

وهو الخطاب الذي يهدف إلى الأخبار عن الحوادث بهدف التأثير في اتجاهات القراء و المستمعين و المشاهدين و توجيههم في اتجاه خاص بكيفية الخبر و الإعلام و صياغته و ليس الهدف الرئيسي الإعلام كما يجري الآن، و خاصة لدى الإعلام العربي. يعتبر الخطاب الإعلامي من أكثر و اشهر أشكال الخطابات لأنه الطريق الذي يؤدي القوة في السياسة و الاقتصاد وقد تعرض هذا الخطاب إلى جملة تحولات رئيسية فبدأ بثورة الطباعة ثم ثورة وكالات الأنباء ثم الثورة التكنولوجية في التلفزيون و الحاسوب، و هذا التطور قاده إلى علما مستقلا هو المعلوماتية، و تحول من علم إنساني تقليدي إلى تكنولوجي حديث يهدف إلى تنظيم المعلومات و الاستفادة منها في كيفية صناعة القرار.²

1 . عصام خلف كامل، المرجع السابق، ص 38.

2 . بسام مشاقبة، المرجع السابق، ص 118.

II. الإعلام:

إن الإعلام خلافا للاتصال فهو مرتبط اشد الارتباط بالوسائل الحديثة وهو إن كان يتفق مع الاتصال في الشرطين الأساسيين لوقوع العملية يعني الصيغة و نقل الخبر فإنه يختلف معه في شيوع الخبر إذ ليس هو شرطا في وقوع عملية الاتصال زيادة على انه عملية الاتصال لها مدلول اجتماعي في حين أن الإعلام يقتصر على مفهوم إعلامي محض أن صح التعبير.

1. مفهومه:

أ. لغة:

كلمة الإعلام في اللغة مشتقة من علم، ومعناه معرفة الشيء على حقيقته، وكذلك فإن الإعلام هو الأخبار أو هو التبليغ أو الأنباء، فالإعلام في اللغة هو الإشهار، الإعلان والأخبار بشيء أو عن شيء وكلها مرادفات تعني انتقال بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة بحيث تنشر بينهم، فتصبح لهم لغة للتفاهم و اصطلاحا للتعامل و وسيلة للمشاركة.¹

كلمة الإعلام مشتقة من العلم، تقول العرب استعلمه الخبر فاعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طالب معرفته فلغويا يكون معنى الإعلام نقل و هو نفس المعنى الذي يطلقه العلماء على عملية الإعلام يقول الدكتور عبد اللطيف حمزة "الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحفية و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة".²

إذا من خلال هذان التعريفان للإعلام يمكننا القول بأن الإعلام هو نشر الوقائع و الآراء مناسبة بواسطة ألفاظ و أصوات أو صور و بصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور.

ب. اصطلاحا:

1. سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، ط1، 2007، ص20.
2. زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، ط1، 2007، ص13

"الإعلام عملية اتصال: وهو قبل كل شيء إقامة اتصال بين فرد أو جماعة لديه رسالة MESSAGE يريد إيصالها إلى فرد أو جماعة آخرين و لكن يقوم هذا الاتصال لابد من توفر أربعة عناصر: مرسل، ملنقط، قناة اتصال و رسالة".¹

إن الإعلام في الاصطلاح هو مجموعة الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال و نقل المعلومات و المعارف موضوعية بغية الأخبار و التوجيه و تشكيل رأي الأمة إزاء القضايا المطروحة.

الإعلام كما يقول احمد زكي، لفظ جديد... للابتداع الجماعة العربية كما نعلم في هذا السنوات القليلة الماضية، و انتشر أول ما انتشر فقرانه لغرابته (الأعلام) بفتح الهمزة ثم قيل انه بكسر الهمزة و طلبناه في المعاجم فوجدناه - أعلمه الأمر أو بالأمر أطلععه عليه - والأعلام الذي هو المصدر بمعناه هذا الاصطلاحي الجديد لم نجد له ذكر.²

ومن خلال هذا القول يمكننا الاستنتاج والتوصل إلى أن كلمة الإعلام بصورة مجردة هو حمل خبر أو نبا من جهة إلى أخرى أو من شخص إلى آخر، أو تبني قضية يتم إيصالها من خلال قنوات معينة إلى المتلقي سامعا أو مشاهدا أو قارئا.

2. خصائص الإعلام:

• أول خاصية يتميز بها الإعلام هي خاصية الإصابة، وهي كون الخبر يغطي حالة من حالات المستقبل فمن كان مريضا و لم يجد دواء فان اهتمامه بشفاء يجعله يتلقى الأخبار المتعلقة بالدواء بكل ضعف و يعطي لهذا الأخبار الدرجة الأولى في اهتماماته و الأخبار المتعلقة بالحرب المحتملة الوقوع بين الشرق و الغرب تتلقاها الأوساط المختلفة باهتمام مختلف حسب موقعها في النزاع بين الشرق و الغرب فالخبر هنا وهناك تعلق قيمته وتهبط حسب ظروف من يتلقاه.³

من خلال ذلك يعتبر الإعلام نشاط اتصالي تحسب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي و المكونات الأساسية و هي: مصدر المعلومات، رسائل إعلامية، وسائل إعلامية

1. زهير احداث، المرجع السابق، ص15.

2. سليم عبد النبي، المرجع السابق، ص21.

3. زهير احداث، المرجع السابق، ص15.

التي تنقل الرسائل، جمهور المتلقين و المستقبلين للمبادرة الإعلامية وترجع الأثر الإعلامي
الصدى.

• ثاني خاصية في الإعلام هي التأثير كون الخبر يؤثر في رأي المستقبل و يزوده
بالمعلومات الجديدة التي تجعله يتمكن من اتخاذ قرار في أمر يهمه، فقيمة الخبر تعلق بقدر
ما تنقص المعلومات الخاصة به و لهذا كانت الأخبار التي يحصل عليها الجواسيس كيفما
كان ميدان نشاطهم سياسيا أو اقتصاديا أو عسكريا ترقى قيمتها و ترتفع ولذا كانت الأخبار
التي روجتها جريدة واشنطن بوست حول قضية ورتراغات اكتسبت أهمية كبرى لأنها
فتحت مجالا واسع للتنافس السياسي في الولايات المتحدة و اتخاذ قرارات جديدة بالنسبة
لحياة الأمة الأمريكية.¹

وهنا نستنتج أن الخاصية الثانية هي أن الخبر يتسم بالصدق و الموضوعية، و عرض
الحقائق الثابتة و الأخبار الصحيحة دون تزيف فيها باعتبار إعلام بث المسموع أو المرئي
أو المكتوب بالأحداث الواقعية.

• ثالث خاصية هي أن الإعلام يعرف بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير
و روحها وميولها، و اتجاهاتها، وليس نشاط ذاتيا يتأثر بشخصية الإعلاميين القائمين
بالنشاط الإعلامي، و يسعى الإعلام إلى محاربة التحيزات و الخرافات و العمل على إكمال
النقصان و تثقيف و تثقيف العقول.

• يهدف الإعلام إلى الشرح و التبسيط و توضيح الحقائق و الوقائع و ذلك يترتب
على الجهود الموضوعية تأثير عقلي على عقلية الجمهور و مستويات تفكيرية و إدراكه كما
يؤدي ذلك إلى إحداث اليقظة و النمو التكييف الحضاري في المجتمع.

• يتأثر الرأي العام تأثر عاليا بالجهود الإعلامية حيث تسعى بهذه الجهود عن طريق
مخاطبة العقول و العواطف السامية للجمهور إلى تنوير الرأي العام و تثقيفه و حشده
و الارتقاء به.

• تزداد أهمية الإعلام كلما زاد المجتمع تعقيدا و تقدمت المدنية و ارتفع المستوى
التعليمي و الثقافي و الفكري لأفراد المجتمع.

¹ . المرجع نفسه، ص16.

3. وسائل الإعلام:

مما لا شك فيه أن لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة على الإقناع تختلف باختلاف المهمة المسندة إليها و باختلاف الجمهور و هناك عدة وسائل إعلامية ألا أننا سنقف أمام ثلاثة من أهمها:

أ. الراديو:

"هو وسيلة إعلام و اتصال بإمكانها الوصول إلى جميع الأفراد في كل زمان و عبر كل مكان متحد بذلك كل الظروف الطبيعية و غير الطبيعية و ذلك عن طريق البث الإذاعي و خاصة بتطور التكنولوجيا حيث يرى أدوين واكين انه منذ ظهور الراديو و هو يلعب دورا أساسيا في تزويد العامل بالأخبار بسرعة و لا يحتاج إذاعة خبر هام إلى أكثر من القطع على البرنامج، و بذلك فالإذاعة المسموعة تحقق السبق الإخباري أكثر من الصحف باعتباره إرسال متصلا ليلا و نهارا.¹

فمن خصائص الراديو المساعدة على استخدامه هو توافر لدى كافة الأفراد بالإضافة إلى ما يقدمه من برامج متنوعة و بطريقة ملائمة لظروف المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الأمية، كما أن الاستماع للراديو لا يتطلب جهدا عضليا أو عصبيا، واستخدامه ليس معقد كالتلفزيون، إلا أن أثره كبير خاصة في:

- تحفيز الناس باختلاف إتجاهاتهم و مشاغلهم على الاهتمام بالمصلحة العامة.
- التقليل من العنصرية و العصبية.
- دحض الشائعات الضارة خدمة للمصلحة العامة.
- تثقيف الجماهير و توعيتهم و إشباع حاجياتهم الفكرية و النفسية.
- الدعوة للقيم الجديدة و التي تخدم التطور و تعرية القيم التي تعوقه و تطوير أنماط السلوك الاجتماعي بما يتناسب مع الظروف الحياة الجديدة.

¹ . إبراهيم إمام، الإعلام والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، 1979، ص84..

ب. التلفزيون:

"التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية رسائلها يتلقاها الفرد من خلال حاستين و بالتالي فإثباتها يكون أكثر من رسالة تتلقاها حاسة واحدة، و بذلك فالتلفزيون أكتسب ميزة الصدق من طرف مشاهديه خاصة المادة الإعلامية المباشرة و التي أصبح استعداد للوقوف بها، إذ أن وسيلة التلفزيون تستخدم أساليب متعددة لتقديم المضمون إلى جانب إضافته لنوع من الألفة و الصداقة و الواقعية باستخدامه، و تغطي هذه الوسيلة تقريبا جميع أنحاء العالم. كما أن مشاهدة التلفزيون لا يتطلب استعدادات مسبقة و بذلك فمشاهدته تزداد يوما بعد يوم و هذا كله خدمة للمشاهد من خلال تلبية حاجياته و رغباته بتقديم مواد إعلامية متنوعة و مختلفة و بالتالي فتأثيره واضح و فعال على الجمهور".¹

من خلال ذلك يعتبر التلفاز من أهم وسائل الإعلام في العصر الحديث فهو منهل ثقافة، و مورد علم و مروى تسلية و مرح و فائدة الصغار و الكبار أمام شاشته الصغيرة، و حتى تؤدي البرامج التلفزيونية رسالتها التربوية و التوجيهية و الترفيهية للقائمين على إعداد هذه البرامج أن يسعوا جاهدين إلى إعداد البرامج التي تهدف إلى المثل العليا التي ترسخ في أذهان أبنائهم القيم الفاضلة و العادات التربوية السليمة متعاونين مع المربين و أصحاب الاختصاص بعلم النفس و الاجتماع.

ج. الصحافة:

" الصحافة وسيلة حديثة لإرضاء حاجة قديمة و المتمثلة في نشر الأنباء و إعلام الرأي العام بالأحداث يوما بعد يوم ولكنها تعد تاريخيا من أقدم وسائل الإعلام مقارنة بالراديو و التلفزيون إذ أن الصحافة تمكن القارئ من السيطرة على ظروف التعرض أكثر من مرة للرسالة في أي وقت و في أي مكان مما يتيح فرصة كافية لاستيعاب معناها كما أنها تتطلب جهدا من القارئ و مشاركة من مع وجود حرية أكبر في التخيل و التصور المعاني و فهم التلميحات اللبقة و الرموز و التفسيرات المتعددة و قراءة ما بين السطور، كما ان الصحافة تستهدف جماهير صغيرة الحجم و معينة دون أخرى".²

1. مختار التهامي، الرأي العم و الحرب النفسية، ج1، القاهرة، دار الهاني للطبع و النشر، 1988، ص128..

2. مختار التهامي، الرجع السابق، ص131.

يمكننا القول بان للصحافة تأثير كبير على الجماهير خاصة عند تعرضها للقضايا السياسية والاجتماعية ومناقشتها بإسهاب، وعرض وجهات النظر المختلفة وخلفيات الأنباء وعموما فتأثير الصحافة على الرأي العام يمكن تقسيمه إلى التوجيه (الافتتاحيات، الأعمدة، بريد القراء) قسم للإعلام والأخبار، وقسم ليس له علاقة بالتوجيه فموضوعاته لا تثير المنافسات والجدل.

وعليه ومما سبق فكل وسيلة إعلام السابقة أسلوبها في التأثير، وأسلوبها في الإقناع وأسلوبها في التوجيه والإعلام، لا يمكننا بحال من الأحوال تفضيل وسيلة عن أخرى ولكن يبقى لكل منها مزاياه الخاصة.

III. الخطاب الإعلامي:

إن تأصيل هذا الخطاب أصبح ضرورة بحثية و علمية لمعرفة مفهومه و مكوناته و تشكيلاته و التغييرات التي طرأت عليه أثناء الممارسة الخطابية للوصول إلى فهم ميكانيزمات هذا الخطاب و موقعه من اللغة الاتصالية كنظام عام و بالتالي تحديد فاعلية دوره في إطار ظاهرة التعامل النفسي بمختلف مستوياتها.

1. مفهومه:

يعتبر الخطاب الإعلامي عملية تقنيع أي إقناع الواقع و تصوره وفق إدراك مسبق لما يجب أن يكون و يتم تمثله في نظام من المفاهيم و التصورات و المقترحات و المقولات التي تتميز بمنطق داخلي بحكمها بغض النظر عن طبيعة هدفه الإقناع و الاستجابة السلوكية كما يقوله و يتسم بطقوس معينة وله خصائص و أبعاده الطقوسية.¹

إن هذا التعريف الإجرائي يعني مجموعة من الحقائق لابد و أن تتوقف عندها مليا لأنها تعبر عن خصائص الخطاب الإعلامي و مكوناته البنائية فعلية تقنيع الواقع ليست في جوهرها إلا عملية استبدال العلاقات الاجتماعية الحية و المعيشية بالمتخيل الوهمي الذي يعمل جاهدا على تزيين الوعي عبر أقنعة تحول دون التعرف إلى ما هو حقيقي، بعبارة أخرى بعلاقة تصورية حيث يقوم التصور مقام الحقيقي و يستبدل الواقع المعيشي بالمتخيل الوهمي.

1 . عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، دار الشهاب الجديد، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 2004، ص52.

إذا اعتبرنا أن الخطاب السياسي يضع تصور للواقع و يمثله على الصعيد العقلي في نظام من المفاهيم التي تأخذ الطابع العام و المحدد فان الخطاب الإعلامي يقع في أكثر المواقع الحساسة بل و أخطرها أي في موقع التمثل لهذه بين تصور الواقع ذاته و هنا تبدأ عملية طبخ لهذا الخطاب و إنتاجه حيث أن المهم التعرف على الواقع و تلمس قوانينه بقدر تقني لهذا الواقع و تقديمه على انه الواقع ذاته حاضر من خلال فهم الماضي و إمكانية إمساك بالمستقبل و التحكم به لذا فهو يسعى إلى الجزئيات في إطلاق أحكام عامة مطلقة لا تعبر في تحليلها من قبل المحلل الإعلامي إلا عن التشويه و التعارض العلمي و المنطقي انه يعتمد في صياغاته عن الوقائع و الأحداث و ما قد حدث فعلا، و لكن عملية إعادة الإنتاج والتي تتم بواسطة المخطط و المنفذ الإعلامي فردا كان أم فريقا لا بد أن تشوه الواقعة لا مثلما يجب أن تكون.¹

من خلال النظرة الثاقبة و المحللة و المفسرة إلى طبيعة هذا النظام و مكوناته سنجد بالرغم من هذه المكونات أنها مازالت بعيدة عن التحديد أي ملامح هذا النظام غير واضحة للعالم بسبب عدم استقلالية الظاهرة الإعلامية و انتشارها أو توزعها بين العديد من العلوم من جهة و تعدد مناهج التحليل الخطاب الإعلامي أو بالأحرى تعدد مذاهب تحليل الخطاب الإعلامي من جهة ثانية.

إن الخطاب الإعلامي صنف من الخطابات المتغلغلة في أعماق الحياة الاجتماعية المؤثرة فيها و المتأثرة بها، مقامات التي لها السيادة في سلم الخطابات المعرفة الأخرى و إذا كان ذلك فان عالم تتسيد فيه الصورة بفضل التكنولوجيا المعلومات و الاتصال و تمثل انتقالا نوعيا في بناء العالم الحديث بما تحمل من دلالات فكرية متنوعة لها علاقة ب صناعة الوعي و تشكيله و توجيهه فرديا كان أو جماعيا.

¹ . بسام مشاقبة، المرجع السابق، ص154.

2. مكوناته:

إن تحديد مكونات الخطاب الإعلامي يجعلنا أن تعود إلى الدراسات الألسنية ونستعير مفاهيمها و بالمجمل فقد حددت هذه الدراسات مكونات الخطاب الإعلامي على النحو التالي:

أ. الفاعلية:

المقصود بالفاعلية أي الفاعل الخطابي الذي يمتلك مميزات، وله أفعال معينة، وهو ما ليس منتج الخطاب الرسمي و إنما هو إعادة إنتاج الخطاب و تحت أنماط و تشكيلات خطابية متعددة، و عملية إعادة إنتاج لهذه تعد جزء لا يتجزأ من عملية واسعة يقوم بها الخطاب السياسي الرسمي و يتم فيها إعادة إنتاج العلاقات الاجتماعية ذاتها، و القائمة في مجتمع معين.¹

و عليه يمكننا القول بأنه لا بد من التأكيد على أن الفاعل الخطابي سواء كان شخصا أو فريقا دعائيا لا بد أن يترك أثاره أو بصماته الشخصية التي تعكس مختلف مكوناته والتي لا بد أن تلقي بظلالها على محتوى الخطاب و على الرموز و الإشهارات التي يتم الرجوع إليها فالخطاب و التي لا تنفصل بحال عن السياق الاجتماعي و التاريخي بمختلف جوانبه و الذي يتوفر فيه إنتاجه.

ب. الفضائية:

يعتبر المكون الثاني من مكونات الخطاب الإعلامي أي أن ما يهمننا في هذا المكون باعتباره فضاء إدراكيا هو الفضاء الصغير التي يمتلك إمكانات التواصل المباشر، و إدراك المكونات الخطابية عبر وحدات الجزئية و السماح بتحويلات معينة تعمل على تحويل سيميائية العالم الطبيعي إلى السيميائية السياسية يعمل الفاعل الخطابي من العمل على إنتاج علاقات جديدة و على سبيل المثال: ترمز الصليب المكون في حقيقة إلى رمز إلهية الديانات الشمسية القديمة ولكنه أصبح الآن رمزا للنازية واليهودية وكذلك المنجل والشكوسة حيث تحول من أدوات عمل إلى رمز للحركة الشيوعية العالمية.²

خلاصة القول أن الفضاء الخطاب الإعلامي هو الذي يحدد في العموم انتماء هذا الخطاب بالرغم من حرص الفاعل الخطابي على طمس حقيقة بهذا الانتماء و مراميه

1 . بسام مشاقبة، المرجع السابق، ص155.

2 . المرجع نفسه، ص157.

الحقيقية عن الآخرين و تقديم نفسه مثلا شرعيا أو ممثلا للشرعية و إزالة التناقض ما بين السلطة الحاكمة و الآخرين لذلك فانه قد يلجا إلى استلهاهم ثقافة المجتمع لتاريخه و بما ساعده في تسهيل هضم مقولاته و تسويقها خلال عملية التبادل التي لا تعتمد سوى الرموز وهكذا يلغي الخطاب ذاته طالما يضع نفسه ضمن نظام دلالي.

ج. الزمانية:

يعتبر هذا المكون الثالث من مكونات الخطاب الإعلامي وتمارس الزمانية في الخطاب الإعلامي مهمة اثر المعنى وتكثيف البعد الزمني من خلال المنطوقة الزمنية التي يضمنها الخطاب والصورة المثالية التي تعتمد إلى إنتاجها وذلك لحماية وتخليد النظام الاجتماعي والسياسي والقوانين الفاعلة في تطويرها.¹

من خلال ذلك نعني بالزمائية أنها عملية التدرج في بناء المنطق الإعلامي لوضع مستقبل الخطاب في موقف فكري يعني من خلال التلاعب ببعض عناصر موقفه الأصلي، ومنطقة الذاتي يقويه تدريجيا إلى تكوين رأي معين أو تقييم وضع معين ما كان يمكن أن يحدث لو ترك لمنطقه الذاتي الطبيعي.

3. مميزات الخطاب الإعلامي:

يمتاز الخطاب الإعلامي بعدة مميزات أهمها:

أ. إنه خطاب طقوسي:

و الطقوسية هي التي تحدد الفاعلية المقترحة أو المفروضة للخطاب، و تأثيره في المستقبل بهذا الخطاب مثلما يحدد الحركات و ضروب السلوك و الرموز التي يصاحب الخطاب ناهيك أن شكل النطق هو رمز بحد ذاته، ومن هنا فإن طقسية الخطاب الإعلامي تتشكل من دورين رئيسين أولهما الخواص المنفردة فلا يمكن أن يكون الخطاب الإعلامي كيفما اتفق و من دون مناسبة معينة و تليها الأدوار المناسبة فالطقسية هي المحدد الرئيسي لدور الفاعلية الخطابية و تأثيرها، و على ذلك يجب أن يحتل هذا الموضوع أو ذلك أو يصوغ هذا النمط أو ذلك في عبارات الخطاب.²

1 . بسام مشاقبة، المرجع السابق، ص159.

2 . المرجع نفسه، ص 160.

و نستنتج من خلال كل ذلك أن الخطاب الطقوسي يتشكل من دورين رئيسين أولهما الخواص المنفردة الذي يحتوي بدوره على قدسية الموضوع و تراكيبه و كذا المقام و أيضا على حق الأفضلية و حق التفرد الذي يتميز به الفاعلون الخطابيون و في النهاية يحدد الفاعلية المقترحة لمضمون الخطاب و تأثيره على مستقبله و مدى قمته التأثيرية و دور الثاني هو الأدوار المناسبة حيث يعمل الطقس على إدخال الفرد نفسه إلى الجو الأسطوري الإعلامي.

ب. الأسطورية:

وهي الميزة الثانية للخطاب الإعلامي من حيث أن أي خطاب إعلامي لا يمكن أن يستغني عن البعد الأسطوري سواء كان ميتولوجيا أم قائما على خلق أساطير جديدة في المجتمع المعاصر من خلال اعتماد دعائم تمثيل أسطوري محدد.

ومن جهة أخرى فان توافر الشرط الأسطوري في الخطاب الإعلامي يكمن في أن الأسطورة وحدها هي التي تعطي الفرد قوة إضافية لتحكم في الواقع الخارجي و إعطائه الوهم بأنه يستطيع أن يفهم العالم وانه يفهمه عقلا.¹

يمكننا القول بان الأسطورة تسعى إلى تحويل الواقع إلى حالة أسطورية تستبعد التحديد الزمني منها باعتبارها تفسير الحاضر و الماضي و كذلك المستقبل، كما يمكنها خلق تصورات تتفق و ما يشعر به الفرد إلا أنها خطيرة، و قد تكمن خطورتها في نقل الخطاب الإعلامي من إعلان الرغبة أو إخفائها إلى أن يصبح هو موضوع الرغبة و هو الأداة التي بها و من أجلها يقع الصراع أنها السلطة التي تسعى لاستحواذ عليها.

¹ . بسام مشاقبة، المرجع السابق، ص 161.

ج. الإقناعية:

و تعتبر هذه الميزة في الخطاب الإعلامي من حيث أنها تنطلق من البناء المنطقي للخطاب الإعلامي من خلال تقديم رأي واحد و حل واحد و مخرج واحد و عمل واحد ممكن و يتم تحقيق ذلك من خلال السياقين التالية:

• السياقات المعرفية:

"التي تقدم على أساس تشيد منظومة من الرموز ذات التمثل الإفرادي من خلال قطينة تقود هذه العمليات و تترجم على مستوى ترتيب الموضوعات بالانشطار الثنائي حيث تكون كل طبقة نفيًا للأخرى، و يعبر التعارض هذا عن نفسه من خلال الطابع الاستبعادي لكل مصطلح يقع في بعد واحد".¹

و عليه يمكننا اعتبار السياقات المعرفية حقل محتمل من الوقائع و الأحداث سواء كان كذبا أم حقيقة، و تدخل في هذا الإطار عمليات التغليف و الاختلاف و التشويه و التحريف ثم الاختيار و الحزم في الطرح و الحشد الانتقائي للوقائع و كذلك حقول أخرى من حقل الدلالة اللغوية وحق التكوين المنطقي الذي يتمثل في الأفكار المنمطة و القوالب النمطية و غيرها.

• السياقات العاطفية:

"التي تعتمد على سلسلة من الأفاعيل النفسية و الآليات الدفاع لاستجابة لدى متلقي الرسالة الاتصالية و التي حددتها بشكل واضح دراسات فرويد في علم النفس و بافلوف و ماستون في علم النفس السلوكي".²

ومن كل ذلك نستنتج بان السياقات العاطفية هي مجرد رغبات و مخاوف التي تنطلق منها و هي اعتبارات مستوى الجمهور المتلقي كما أنها في حاجة إلى النفوذ والانتماء إلى الجماعة و الذوبان بالمجموع و التي يتجلى بشكل خاص بإلحاق بالركب و الإجماع الكلي.

1 . بسام مشاقبة، مناهج البحث الإعلامي و تحليل الخطاب ص 161.

2 . المرجع نفسه، ص 162.

IV. متطلبات الخطاب الإعلامي:

إن كان الخطاب يكشف عن منتج فلا بد له أيضا أن يتناسب و عقلية المستقبل و مستواه، لذا فهو يتطلب من المنتج أن يراعي مجموعة من الأمور حتى تقع رسالته الإعلامية الموقع الذي يريده لها و أهمها:

التعرف على خصائص مخاطبه الفكرية و الاجتماعية و السياسية و احتياجاته لمراعاتها في توجيهه و توعيته وفي هذا المجال يتوجب على المنتج أو المنشئ أن يراعي في خطابه قدرة مستقبله العقلية، و طاقاته الثقافية و ظروفه الاجتماعية و ما إلى ذلك من أمور كاشفة هادية و هذه اللوازم ضرورية نراها كفيلة بان تقرب المنتج الإعلامي من مستقبله و تهئ له و لرسالته الإعلامية منازل القبول عنه، المر الذي عايناه عند أساتذتنا حيث كانوا قبل شرحهم النص الأدبي شعرا أو نثرا و تحليلهم لمعانيه يتحدثون لنعما يسمونه "جو النص، و يشمل التعريف بالكاتب و عصره، و الكشف عن مناسبة النص أو ملاسبات قوله، و ذلك لخلق الجو المناسب لنا لتعرف على كل ما يحيط بالكاتب و نصه من أحوال أو سياقات.¹

اختيار الألفاظ المناسبة، و الجمل السليمة المترابطة التي تراعي حصيلته اللغوية و دعم الأسلوب بوسائل الإيضاح الشارحة الكاشفة التي تتناسب و مستوى المتلقي كالنصوص الدينية أو الأدبية أو الحكم و الأمثال و غير ذلك.²

وبصفة عامة يتضح لنا أن صياغة الخطاب الإعلامي خاصة تتطلب من المنتج لغة واضحة بعيدة عن النادر و الغريب و الوحشي و المستكره من الألفاظ أو التراكيب، و ينبغي أن تشكل لغته القاسم المشترك الذي يجتمع عليه جمهور مستقبله فهي العرض الذي يعرض بها بضاعته.

وما كان لنقاد العربية و بلغائها، ولنا أن تنص على ضرورة اختيار اللفظ المأنوس، ووضعه في تراكيب سلمية واضحة إلا أن اللغة هي حلة المعاني، وأن التمكن من جعلها قادرة على التعبير عن المعاني أو المضامين التي تحملها ببسر هو الهدف الأسمى الذي يسعى المنتج أو المخاطب إلى الوصول إليه.

1 . صادق سليمان، المرجع السابق، ص 324.

2 . المرجع نفسه، ص 324.

وضوح عناصر المضمون، وتسلسل عناصر أفكاره، الأمر الذي يتطلب من المصدر المخاطب وعيا تاما بمحتويات خطابه، فإذا كان المضمون ناضجا في ذهن صاحبه انطلق لسانه بما يمتلك دماغه من مفردات و تراكيب متلائمة و متطلبات أدمغة مستقبلية في التعبير عنه بسهولة.¹

• بلاغة الخطاب الإعلامي:

إذا كان لنا أن نحدد الكلام البليغ و هو قوام أي أسلوب راق، و من النص الرسالة الإعلامية أو الخطاب الإعلامي بحسب مصطلح هذه الدراسة، فإننا نرى ضرورة أن يتوافر له شرطان رئيسيان هما:

- فصاحة اللفظ و التركيب و المعنى.

- ملائمة التلازم لمقتضى الحال.

وإذا ما نجح المنتج في اختبار عناصر خطابه: اللغة، التركيب، المعنى و ملائمتها لمقتضى الحال، و إمكانية التأثير في المخاطب فقد أوصل رسالته، وكل من أوصلك حاجته أو رسالته وفق أنظمة اللغة السليمة كما كان يقول القدماء فقد ابلغ.⁽²⁾

و على هذا النحو يمكننا القول بأن بلاغة الخطاب الإعلامي تكمن في تمكن المنتج في خطابه من توفير متطلبات المتلقي بجذبه إليه، و استمرار تواصله معه، الأمر الذي يجعلنا ننص على كل منهما يؤثر في الآخر، فالمنتج أو المنشئ أو المخاطب في حرصه في خطابه على جذب مخاطبيه أو مستقبله لا بد كما هو مفترض أن يتقرب إليه بعناصر اللفظ و التركيب والصورة و المثل التي يتطلبها مستواه يمكنه فهمها، لذا فانه في هداه الحالة يتقمص أو يتخيل عقلية صاحبه إلى لا محالة ستؤثر فيه، فإذا ما نجح في ذلك فسيصل إلى غرضه في الإقناع والإمتاع، وهو الجانب التأثيري الذي يسعى إلى بلوغه.

1 . صادق سليمان، المرجع السابق، ص 325.

2 . المرجع نفسه، ص 326.

V. الخطاب الإعلامي نسق تفاعلي:

يعد الخطاب الإعلامي صناعة ثقافية بأنم معنى الكلمة تتكاثف على إنتاجها وسائط متعددة يظهر ذلك في طبيعة الرسائل التي تتدفق عبر هذا الخطاب و سرعتها و طرائق توزيعها و كفاءات تلقيها الأمر الذي جعل من الإعلام محور أساسيا في منظومة المجتمع وكما قال نبيل علي: "لقد ساد الإعلام و وسائله الالكترونية الحديثة ساحة الثقافة و التكنولوجيا و ثقافة الوسائط المتعددة و كما لقب أرسطو بالمعلم الأول حاز "ولت ديزني" لقب المعلم الأعظم بعد أن باتت الثقافة إعلامها و ترفيهها تصنيعا لا تنظيرا"¹.

إن صناعة تجمع بين اللغة و المعلومة و محتواها الثقافي و الآليات التقنية لتبليغها عبر الزمان و المكان، أن الخطاب الإعلامي كما حدده احمد العاقد: "هو مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية: التقارير الإخبارية: افتتاحيات: البرامج التلفزيونية والمواد الإذاعية و غيرها من الخطابات النوعية"².

تقتضي مجموع الأنشطة التواصلية الإعلامية في هذا التعريف وسائط إعلامية لها فعالية في انجاز مسارات التخاطب الإعلامي: فيعد الوسط عقلا تقنيا له لمسات خاصة في تلقي المضمون و إعادة تنظيم أشكاله و بته من جديد، و ما يهمننا في كل هذا هو محاولة صياغة تعريف للخطاب الإعلامي تتخذه إجراء منهجيا نستثمره حسب مقتضيات الموضوع وسيرورة الدراسة.

و بناء على هذا نصطلح على مفهوم الخطاب الإعلامي بأنه منتج لغوي إخباري منوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية **Structive Culturelle** محددة: وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي و إعادة تشكيل وعيه و رسم رؤاه المستقبلية و بلورة رأيه لحسب الوسائط التي يستعملها و المرتكزات المعرفية التي يصدر عنها.

وهو نسق تفاعلي مركب متشابك يجمع بين اللساني و الأيقوني، تتلاقى فيه العلامات اللغوية و الغير اللغوية، يشترك في هذه الميزة مع خطابات أخرى يختلف عنها في الوقت

1. نبيل علي، الثقافة العربية و عصر المعلومات: رؤيا للمستقبل الخطاب الثقافي العربي عالم المعرفة، رقم 265، 2001، ص 344.

2. احمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، ط1. 2002. ص 110.

نفسه وذلك مثل: الخطاب الإشهاري و السياسي و الدعائي و خاصة من حيث الشحن الإيديولوجي، وكل ذلك يشتغل عبر اللغة و عبر الصورة في الآن نفسه بما يجعل الخطاب الإعلامي نسق سيميائي دالا قابلا للقراءة و التأويل عابر للتخصصات و معارف عديدة، موظفا مستثمرا إياها حسب ما تقتضي الأوضاع.¹

VI. لغة الخطاب الإعلامي:

على الرغم من شيوع مصطلح اللغة الإعلامية و تداوله في الكثير من الكتب و الدراسات فإنه لا يوجد تعريف محدد أو معين لهذا المصطلح و منها هي "اللغة التي تشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام و هي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة و الثقافة و الصناعة و التجارة و العلوم البحتة و العلوم الاجتماعية و الإنسانية و الفنون و الآداب ذلك لأن مادة الإعلام في التعبير عن المجتمع و البيئة تستمد عناصرها من كل فن و علم و معرفة".²

إذا يمكننا القول بأن الإعلام أصبح في عصرنا صناعة متكاملة تستخدم أحدث مبتكرات التكنولوجيا و أكثرها تجاوبا مع ذلك و أسرع تطبيقا و ممارسة، الأمر الذي جعل وسائل الاتصال في قمة ذلك التطور حتى صار الذي يملك الإعلام هو الذي يملك مفاتيح الحضارة.

"تلتقي لغة الخطاب الإعلامي، في كثير من جوانبها مع لغة الخطاب الأدبي، خاصة في كونهما تعبير لغوي غير أن نقطة الاختلاف تكمن في تفاوت مستويات هذا التعبير وانتمائه و أشكال مختلفة، فإن الخطاب الأدبي يجنح إلى الإبداع في ممارسة اللغوية و تفجير طاقات اللغة، و المغامرة في تفاصيل ابتكاراتها و قدراتها الإبداعية خدمة للغايات و الأهداف المنشودة، في حين إن الخطاب الإعلامي يستأنس للمألوف من اللغة، و يعمل على تكريسه، حيث أن أهداف تتوجه بشكل أساسي إلى تقديم المعلومات دون غموض و لا مؤثرات لغوية، و يهيم بالدرجة الأولى أن تكون وسيلته التعبيرية لا تثير أية إشكالات

1 . انظر بشير ابريرا، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، أعمال المؤتمر الثاني عشر تداخل الأنواع الأدبية قسم اللغة العربية، اليرموك اريد، الأردن 2008، المجلد 1، ص ص 230 ، 231.

2 . مصطفى محمد الحسناوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن - عمان، ط1، 2011 ص 48.

لدى المتلقي، و لا تأويلات قد تؤدي إلى انحرافات أو تشوهات تطال مضمون الرسالة الإعلامية¹.

وعليه يبرز الفرق بين لغة الخطاب الإعلامي، ولغة الخطاب الأدبي في اختلاف مجال الخبرة المشتركة حيث أنه لكل مستقبل أدواته لتفكيك و تحليل و تركيب إشارات ورموز النص أو المادة الإعلامية و بتعبير آخر فإن جمهور الخطاب الأدبي محدود من حيث العدد لأنه جمهور نخبة في حيث يكون جمهور الخطاب الإعلامي واسعاً و غير محدود لأنه يخاطب كل القطاعات.

"و اللغة هي وسيلة الإعلام أو المنهج الذي تنقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل فاللغة اللسانية و الإشارات و الصور السينما كلها وسائل لنقل الرسالة" و يذهب الدكتور عبد العزيز شرف كذلك إلى أن "الكلمات في وسائل الإعلام لها صورتان من الوجود: وجود بالقوة و وجود بالفعل، فكل كلمة تسمع أو تنطق تترك في أثرها مجموعة من الانطباعات في ذهن كل من المتكلم و السامع يشترك الأول بطريق ايجابي و خاصة في وسائل الإعلام بوصفه بادئاً بالاتصال و الثاني بطريق سلبي بوصفه مستقبلاً (بكسر الباء) و يشكل المعنى المشكلة الجوهرية في علم الإعلام اللغوي².

من خلال ذلك يمكننا القول بان اللغة في ذاتها وسيلة (إعلام) و إنما يمكننا القول بأن اللغة تؤدي وظيفة اتصالية أو بمعنى آخر أن الاتصال وظيفه من وظائف اللغة، و قديماً يؤكدون أن اللغة وعاء الفكر و أن وظيفتها هي التعبير عن الفكر البشري سواء كان متكلفاً بأمور محضة أم بعواطف و الأحاسيس و الرغبات الإنسانية.

1 . احمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي، أفاق و تحديات دار الطباعة و النشر و التوزيع الجزائر، ط 2002، ص 63.

2 . مصطفى محمد الحسناوي، المرجع السابق، ص 49.

الفصل الثاني

ماهية الحوار الإعلامي

1. مفهومه.
2. أشكاله.
3. وسائله.
4. أنواعه.
5. سمات المحاور الإعلامي الناجح.
6. أسس الحوار الفعال.
7. أهميته.

إن اختيار موضوع الحوار ليس خاضع للصدفة، بل إن أهميته لها ما يعطي للحوار والمتتبعين و كذلك يعطيه نتائج فكرية موائية لذلك الحوار، لذلك فان موضوع الحوار يضع قيمة القناة التليفزيونية على المحك فإما أن يكون موضوعا من مواضيع الساعة و بالتالي يستحق الطرح في القناة التلفية كما في طرح من فوائد فكرية و توجيهية على المتتبعين بالأساس، و إما أن يكون موضوعا مبتذلا فيقل متتبعوه وينتهي من حيث بدا دون فائدة تذكر.

1. مفهوم الحوار:

أ. لغة:

وجد الباحث أن اغلب قواميس اللغة أجمعت على أن مفردة حوار ترجع إلى الفعل الثلاثي حار، و الحوار من الحور و هو مصدر حار يحور حورا ففي مختار الصحابي لأبي بكر الرازي أن حار تعني رجع و المحاورة المجاورة و التحاور: التجاوب.¹

أما الفيروز أبادي في القاموس المحيط فقال أن الحوار الرجوع و الحوار يعني مراجعة النطق، و تحاوروا أي تراجعوا الكلام بينهم وأحاره استنطقه والتحاور أي التجاوب.²

واللسان العربي لابن منصور جاء فيه أن المحاورة : مراجعة المنطق والكلام وهو المخاطبة والاسم من المحاورة: الحويرة نقول سمعت حوارهما وحويرهما والمحاورة المجاورة والتحاور التجاوب.³

ورد في التعريفات الثلاث السابقة أن لفض الحوار له معاني كثيرة تدور في مجملها حول معنى الرجوع و المراجعة و الرد، وورد في لسان العرب أيضا أن الحوار بمعنى الجواب.

¹ أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، دار الحديث، القاهرة، 2003، ص25

² الفيروز أبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة لطباعة والنشر والتوزيع، ط 8، 1426هـ، 2005، ص38.

³ ابن منصور، لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، بيروت لبنان، ط2، 1419هـ، 1999، ص279.

و ورد في قوله تعالى في سورة الكهف: (فَقَالَ لِصَاحِبِهِ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَنَا أَكْثَرُ مِنْكَ مَالًا وَأَعَزُّ نَفَرًا) ثم قال تبارك و تعالى في جواب صاحبه (قَالَ لَهُ صَاحِبِهِ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَكْفَرْت بِالَّذِي خَلَقَكَ مِنْ تُرَابٍ ثُمَّ مِنْ نُطْفَةٍ ثُمَّ سَوَّكَ رَجُلًا).¹

فجاء في الآية الكريمة يحاوره أي يراجعه الكلام و يجاوبه.

ب. الحوار اصطلاحاً:

عرف جميل صليبا الحوار على انه حديث بين طرفين أو أكثر، فلا بد للحوار من مخاطب و تبادل للكلام و مراجعته، و هو إما جدالاً أو مفاخرة و سجالاً أو أسئلة وأجوبة وغاية الحوار تولد الأفكار الجديدة في ذهن المتكلم، لا الاقتصار على عرض الأفكار القديمة وفي هذا التجاوب توضيح للمعاني و أغناء للمفاهيم يفضيان إلى تقدم الفكر.²

من خلال التعريف يتبين لنا أن الحوار والمحاورة هي المراجعة في الكلام بين الطرفين لبث شكوى أو غرام أو تفصيل أمر أو تهدئة خاطر أو نحو ذلك من الأغراض التي يقتضيها الحال والمقام.

وعرف أيضا بأنه نشاط لغوي اجتماعي وسلوك تعاوني بين الأفراد يتضمن مجموعة من الأفراد في حديث حول موضوع معين.

و ورد انه صورة علاقاتية تهدف إلى القناع والاستكشاف الذاتي بين المشتركين فيه، ولا تتمسك بدعاوي القوة و السلطة أو التقاليد أو النفوذ أو الوضع الفكري.

¹. سورة الكهف، الآيات، 34-37.

². محمد جلوب الكتاني، تقنيات الحوار الإعلامي، قناة الجزيرة نموذجاً، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2012، ص10.

وعرفه آخرون بأنه محادثة بين طرفين أو أكثر تتضمن تبادل للآراء والأفكار والمشاعر، وتستهدف تحقيق أكبر قدر من الفهم والتفاهم بين الأطراف المشاركة فيه لتحقيق أهداف معينة يسعى المشاركون في الحوار لانجازها.¹

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نلخص بتعريف للحوار بأنه احد أشكال التواصل الشفوي التي تتضمن تبادل الحديث بين فردين أو أكثر، بطريقة منظمة بهدف كشف وتحليل الموضوعات وتحقيق أكبر قدر من الفهم والإفهام عن طريق مراجعة الكلام وتداوله بحكمة بين الأطراف المشاركة فيه.

وفي تعريف آخر للحوار أن هناك استعمالات عديدة لهذا المصطلح قد يستعمل للدلالة من حيث تضاده مع المناجاة MONOLOGUE على كل تبادل للكلام بين شخصين في اغلب الأحيان، غير أن الكثيرين يؤثرون استعماله للإحالة على الأشكال التخاطب أكثر من الحديث حيث توجد إرادة متبادلة لبلوغ نتيجة بعينها، وهكذا يتحدث عن الحوار بالنسبة للمسرح والفلسفة، إذن فالحوار ينحو للإنصاف بقيمة أخلاقية أن الحوار يروم الابتعاد عن حقل القوى والمصالح... أن متعة الحوار ليست تلك التي تأتي من الإجماع بل من الإثراءات التي لا تنتهي.

ج. الحوار في الإسلام:

يعد العصر الإسلامي ازهي عصور الحوار جلاء حيث أتى الإسلام ساعيا لتحرير العقول من القيود الكونية العالقة به وهدم الفلسفات الإغريقية القديمة وإرساء الناس إلى الهدى والصواب وتعريفهم بالله عز وجل، وهذا لم يتحقق إلا في وجود جو سارية الديمقراطية وتبادل الإسراء والشورى والحرية والصراحة، وكان هذا الجوهر المنبت الأساسي للحوار الجاد الذي يدعو الأفراد إلى أعمال الفكر للبحث عن الصواب والحق

¹. مينيك مونقانو، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة: محمد يحياتن، منشورات الاختلاف، ط1، 2000-2005، ص35.

والابتعاد عن المراوغة والتلاعب بالعقول حيث كان خطابة للعقل والقلب والفكر قائما على الحجة والدليل الواضح والبرهان الساطع والمجادلة الموضوعية الحكيمة.¹

وعليه يمكننا القول بان في الإسلام يهدف إلى وصول الناس إلى الحق بالطريقة التي تعمق الإيمان في النفوس وتسريح بها الصدور، فالإسلام رفض الحوار والجدل الذي يعد قائما بذاته بتحول فيه الإنسان إلى شخص جدلي لا هم له في المجال الفكري إلا أن يتغلب على خصمه وان يلف وبدور الاستغلال الفراغ بمجاد لا تتضح الوقت.

حرص الله تعالى على أن يندد بمن يجادل ويحاور وهو لا يعتمد على حجة أو برهان أو دليل، يقول تعالى: { وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّنِيرٍ }.²

وقوله تعالى: { وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَيَتَّبِعُ كُلَّ شَيْطَانٍ مَّرِيدٍ }.³ وبهذا يتأكد لدينا مما لا يرقى إليه مجال للشك أن الحوار اصل من الأصول الثابتة للحضارة العربية الإسلامية ينبع من رسالة الإسلام من طبيعة ثقافة وجوهر حضارته.

2. أشكاله:

إن الحوار المتعدد الأطراف هو الحوار الذي يقضي إلى إنتاج فكرية وتوجيهية هامة، وذلك بالنظر إلى أن إبداء الرأي والرأي الآخر من أطراف متعددة يؤدي حتما إلى تنافس تلك الأطراف في إبداء أحسن الإسراء لاستمالة اكبر عدد من الشرائح المستهدفة، مما يؤدي إلى تطور متنامي لموضوع الحوار من جهة وتزايد وتيرة الإقناع من طرف المتبعين من جهة أخرى وتعدد أشكال الحوار الإعلامي لتشمل ما يلي:

أ. الحوار الفردي:

وهو عرض يجيب فيه شخص واحد فقط عن أسئلة المحاور حول موضوع معين، وعلى المحاور أن يتأكد أولا انه لا يقدم دردشة أو محادثة خاصة بينة ضيقة بل يتذكر دائما

¹. منصور الرفاعي عبيد، الحوار أدبه وأهدافه، مركز الكتاب للنشر، طبعة 1، 1424هـ، 2004، ص50.

². سورة لقمان، الآية 20.

³. سورة الحج، الآية 3.

أن هناك طرف ثالث يتسم بالرقابة الصارمة والحساسية المفرطة لما يقدم أولاً وهو الجمهور، وهناك مجموعة من الأسس التي يجب على المحاور مراعاتها عند إجراء هذا الحوار وتتمثل في:

- السيطرة على الحوار و عدم انحراف مساره إلى أغراض شخصية أو دعائية.
- إزالة الرهبة والقلق من نفس المشاورة في الحوار نتيجة لإحساسه بوجوده بمفرده والتركيز عليه وحده.
- أن يعلل المحاور سبب اختيار لشخصية بعينها دون غيرها.
- إذا كان الحوار شخصياً فعلى المحاور أن يمتلك كافة المعلومات عن الضيق الذي يحاوره.¹

من خلال ذلك يتبين لنا أن الحوار المنفرد أو الفردي به الحوار من مقدمي البرامج بالضيق للحصول على المادة المطلوبة برنامجه مستخدماً في ذلك كل الرغبات والمشبّهات لتسهيل مهمة المحاور والوصول على أعماقه الإنسانية دون تعمد إحراجه أو توتر نفسي للضيف يأخذه بعيداً عن الموضوع.

ب. المناقشة الجماعية:

وهي شكل من أشكال الحوار تتضمن مجموعة من الأفراد لتداول الحديث حول موضوع معين أو التوصل إلى حل المشكلة مطروحة، وذلك من خلال التفكير الجماعية فيما بينهم.

ويكمن تحديد أهداف المناقشة الجماعية فيما يلي:

- محاولة تكوين رأي واع حول موضوع المناقشة من خلال تبادل الأفراد للمعلومات والأفكار.
- الاستشارة لإصدار قرار معين وهذا يستلزم إبداء المشاركين لأرائهم وتحليلها.

1. ريم احمد عبد العظيم، الحوار الإعلامي: برنامج تدريبي لتنمية مهاراته، دار المسير لنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 1430هـ، 2010، ص 60.

- اتخاذ القرار الجماعي بشارة في صياغة ومسؤوليته أفراد الجماعة.¹

يمكننا القول بان المناقشة الجماعية تتميز عن الحوار عن الحوار الفردي بان يتفاعل المشاركين مع بعضهم البعض بحل محل تفاعل كل فرد منهم مع الشخص الواحد الذي يدير الحوار مما يؤدي إلى زيادة التأكيد لوجهات نظر المشاركين.

ج. الندوة:

هي مناقشة متكاملة بين مجموعة من المتخصصين يتراوح عددهم من فردين إلى خمسة أفراد، وجمهور متلقي لهم وذلك في موضوع معين من خلال تناول جميع جوانبه، ويجب ألا يزيد عدد المحاورين في الندوة عن خمسة أفراد وذلك حتى نتاج الفرصة لهم للتعبير عن وجهة نظرهم وحتى لا يرتبط الملتقى بين عدد كبير من الأفراد والآراء التي يعرضوها، وفي الندوة يتناول كل طرف من أطراف الندوة جزئية أو عنصر من عناصر الموضوع ويعطي كل منهم وقتا متساوي البدلي في الجزئية المحددة له ثم يكون الشخص الآخر متمثلا لعنصر محور آخر بحيث تتكامل أطراف الموضوع، وفي النهاية يخصص المحاور وقتا لطرح أسئلة الجمهور ويتم الإجابة عنها وعند الانتهاء من الإجابة عن الأسئلة المطروحة يعطي لأعضاء الندوة مرة أخرى وقتا متساويا لتخليص أفكارهم، وبهذا يتضح الفرق بين المنافسة الجماعية والندوة، فالمنافسة الجماعية ليست منظمة بهذا الشكل الكاسر، فهي تتناول موضوعا أو مشكلة لكل مشارك فيها الحق في أن يتحدث في أي زاوية يريد.²

من خلال ذلك يتبين لنا أن الندوة تختلف عن غيرها من أشكال الحوار في اشتراك الجمهور فيها مباشرة، ولهذا يجب تحديد جمهور الندوة بدقة ممن لهم اهتمام وصلة بموضوعها وإخبارهم بموعد الندوة ومكانها، وإعداد مكان مناسب يستوعب هذا الجمهور.

¹. سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2010، ص200.

². ريم احمد عبد العظيم، المرجع السابق، ص62.

د. الحوار المائدة المستديرة:

ويشترك في هذا الشكل من الحوار ثلاثة أو أربعة مشاركين بالإضافة إلى المحاور والذي يسمى (المنسق) ويجلسون جميعا في شكل نصف دائرة يتوسطهم المحاور، وفي هذا الشكل من الحوار يلعب المنسق دورا ثانويا حيث لا يتدخل في الحوار ويقتصر دوره على توزيع الأدوار بين المشاركين فيه من خلال إعطاء الكلمة لكل واحد منهم ولا يتدخل في الموضوع إلا عندما يرفع الحديث إلى نقطة أخرى من نقاطه.

ويهدف الحوار حول المائدة المستديرة إلى معالجة موضوع واحد بعمق حيث يشترك فيه خبراء متخصصون في الموضوع أو القضية المطروحة، ولا يحاول المشاركون فرض آرائهم كما انه ليست شرطا أن تتعارض آرائهم وتختلف وجهات نظرهم بل يسعى الحوار فقط إلى تحليل الموضوع واكتشاف جوانبه، وفي النهاية يقوم المحاور بتخليص الآراء والأفكار المطروحة من قبل المشاركين وكتابة الخاتمة تستوحي من هذه الآراء وتلك الأفكار.¹

هـ. المناظرة:

هي شكل من أشكال الحوار ذات الطابع العقلي الإقناعي، فهي عبارة عن تبادل للآراء بين فريقين يتناولان موضوعا واحدا لاتجاهين مختلفين، يقوم كل طرف بعرض القضية وتحليلها وتفسيرها ونقدها مع بيان أولته وحججه وبراهينه التي تؤكد وجهة نظره وعلى طرف الآخر أن يتصدى لهذا الرأي بأسانيده وقرائنه حتى يتم الوقوف على جوهر القضية من خلال هذه المناظرة، وينبغي أن تتضمن المناظرة موضوعا واحدا يكون مثيرا للجدل بمعنى انه يجب أن يكون موضوع المناظرة من الموضوعات التي يكون هناك اختلاف في الآراء حولها حيث إن المسلمات والبديهيات لا يجري التناظر حولها.²

1. سليم عبد النبي، المرجع السابق، ص205.

2. ريم احمد عبد العظيم، المرجع السابق، ص63.

ومن خلال ذلك يتضح لدينا أن السمات التي تميز المناظرة عن الندوة أن المناظرة ينبغي أن يكون أكثر انتباها من المتحدث أو المستمع في الندوة، كما ينبغي أن يتابع ما يعرض من حجج ومعلومات بوعي أقوى منه في الندوة، حتى يستطيع مواجهتها والرد عليها.

و. دراسة الحالة:

يمثل هذا الشكل من أشكال الحوار الإعلامي مرانا على حل المشكلات حيث يعطي المشاركون فيه مشكلة واقعية مكتوبة كحدث أو سلسلة من الأحداث، ويمكن أن تكون في صورة كلمات منطوقة أو تسجيلات صوتية أو ضوئية أو صور أو إحصائيات، ويطلب من المشاركين في الحوار وضع حلول لهذه المشكلة، وفي كثير من الأحيان قد يكون هناك اختلاف وجدال حول أفضل الحلول للمستندات المطروحة، لذلك يجب على المحاور أن يطلب من المشاركين في الحوار تدعيم آرائهم وحلولهم بدليل مستمد من الحقائق المقدمة إليهم.¹

يمكننا القول بان دراسة الحالة تتطلب وقتا في بداية عرض الحالات الاستيعاب المشاركين في الحوار للمعلومات المطروحة، وذلك الاختلاف من مشارك الآخر، كما يعد أسلوب دراسة الحالة أسلوب غير مناسب للمشاركين الذين ليست لديهم خبرة عن الموضوع المطروح حيث يكونون غير قادرين على استخدام خبراتهم ومعرفتهم المتوفرة في البحث والنقاش وتبادل الخبرات.

3. وسائل الحوار:

إن الحوار أصبح سمة بارزة في الكثير من البرامج التلفزيونية إذ نرى هذه البرامج تعطي مساحة كبيرة من البث التلفزيوني اليومي لأي قناة وللحوار وسائل أو عناصر متعددة تتركز في نقاط أهمها:

¹ .سليم عبد النبي، المرجع السابق، ص206.

أ. المحاور و الصحفي:

وهو العنصر المهم والطرف الذي يعتمد عليه كثيرا في نجاح الحوار والإفشاء إلى النتيجة والهدف منه لذا يجب إن تكون المحاور مثقفا وملما بموضوع الحوار وقادرا على إدارته ملتزما بالموضوع ومسيطر على مشاعره، منصتا جيدا وموضوعيا غير متحيز ويسال بالنيابة عن القراء وان يكون متمكنا في طرح الأسئلة فقط، فلهذا كما يقول ليوناردو راي ثيل و رون تيلر" هو نصف المهنة فقط لان الهدف في النهاية هو الحصول على الأجوبة لي يمكن أن تكون متحدثا جيدا مع ذلك فالأمر كله نسبي تماما، فالصحفيون يخسرون ما يرون من الأساليب المناسبة حسب مقتضيات الظروف والمواقف، فالأساليب تختلف دائما، إدارة اللقاءات الصحفية أذن مثل ترتيبات لعبة أنواع فالمحاور والخبير يستطيع أن يقيم الشخص ذا الأهمية في ثوان معدودة، هل هذا الشخص غريب الأطوار؟ هل هو أمين؟ ما الذي يحاول إخفاءه؟ هل يجعلك تحصل على الإجابة يخلع؟ وما تقرأه في عيون الناس وفي سلوكياتهم هو المفتاح الذي يرشدك إلى كيفية إدارة الحوار.¹

من خلال ما سبق يتضح لدينا أن صحفي يجب عليه أن يتميز بمزايا يكون ناجحا وأهمها قادرا على إدارته وملما بموضوعه ويتسم بالموضوعية والابتعاد عن الذاتية.

ب. المحاور أو الضيف:

هو العنصر الآخر في هذه المعادلة والعامل الرئيسي الذي يجب أن يؤخذ بنظر الاعتبار لذا عند اختياره الأخذ بجوانب الآتية:

- دراسة الوثائق حوله الشخصية التي يراد إجراء الحوار معها.
- إقامة الصلة مع هذه الشخصية والحصول على موافقتها المسبقة في التعاون.

¹. محسن جلوب الكتاني، تقنيات الحوار الإعلامي، ص82.

والغاية من ذلك هو الاختيار الصحيح لهذه الشخصية بحيث تتلاءم وتتوافق مع موضوع المحاور من ناحية إلمامها وتخصصها به أو قربها منه، وكذلك مع معرفة أهميتها وكونها شخصية معروفة أو مشهورة ذات موضوعية ومصداقية.¹

ومن خلال ذلك يمكننا القول بان المحاور أو الضيف هو عنصر مهم من عناصر الحوار وهو الشخصية المستقبلية الذي سيقوم بالرد على ما يسمع ويجب أن تكون اختيار صحيحا يتلاءم والموضوع المحاور.

ج. موضوع الحوار:

بدون موضوع لا يمكن إجراء حوار فيجب أن يكون هناك موضوع لكي يكون هناك حوار، والموضوع يجب أن يكون مختارا بعناية من قبل الصحفي المحاور أي بمعنى أن يكون مهما لشريحة كبيرة من المتلقين وله مساس بحياتهم أو يرضي فضول المتلقين في معرفة سواء كان هذا الموضوع اقتصاديا أو سياسيا أو اجتماعيا أو ثقافيا أو فنيا أو رياضيا.² يتضح لنا من خلال ذلك انه لا يوجد حوار بدون موضوع فهو الركيزة الأساسية وفكرة الرئيسية ويكون في مختلف مجالات: اجتماعية، دينية، وطنية إلى غير ذلك من أمور اقتصادية أو الصحية أو زراعية.

د. وسيلة الحوار:

يتم من خلالها نقل الحوار وحمله إلى الجمهور المتلقي له، ويقوم بهذا الدور إحدى وسائل الاتصال الجماهيري من صحافة، إذاعة، تليفزيون.³

يتبين من خلال ذلك أن وسيلة الحوار تكمن في إحدى وسائل الاتصال الجماهيري من صحافة وإذاعة وتليفزيون.

¹. منصور الرفاعي عيد، حوار أدبه وهدافه، ص25.

². محسن جلوب الكتاني، المرجع السابق، ص58.

³. المرجع نفسه، ص59.

هـ. الجمهور المتلقي للحوار:

هو الفئات المختلفة من الأفراد الذين توجه إليهم الرسالة الحوارية بهدف زيادة معلوماتهم عن موضوع الحوار أو تدعيمها أو تغييرها أو خلق آراء جديدة أو إمتاعهم من خلال الحوارات الترفيهية، وقد يشارك الجمهور الإعلامي مشاركة مباشرة، كما يحدث في الندوات الإعلامية أو مشاركة غير مباشرة والتي تتم عبر الهاتف، وقد يكون وهذا الجمهور مستمعا أو قارئاً أو مشاهداً.¹

نستنتج من خلال ذلك أن الجمهور المتلقي للحوار هو الفئة المختلفة من الأفراد الذين توجه إليه الرسالة الحوارية.

4. أنواع الحوار:

ينقسم الحوار الإعلامي إلى ثلاثة أنواع رئيسية يندرج تحتها مجموعة من الأنواع الفرعية الرئيسية للحوار هي:

أ. حوار الأخبار أو المعلومات:

يتجه هذا النوع من الحوار إلى الحصول على الإخبار والمعلومات والحقائق حول حدث مهم، أو واقعة ذات شأن، أو قضية أو المعلومات التي تدور حولها أو حول بلد أو مؤتمر أو فكرة أو تجربة ومن هنا أكثر الأنواع تشعباً وامتداداً على الساحة الإعلامية ونشراً من جانب الصحف اليومية والأسبوعية.²

إذا فحوار المعلومات بهدف إلى الحصول على المعلومات حول موضوع معين وذلك من خلال متخصصين لديهم دراية وعلم بالموضوع ويستطيعون الإدلاء بمعلومات وافية وتفاصيل دقيقة وتوضيحه للجمهور المتلقي له.

¹. منصور الرفاعي عيد، المرجع السابق، ص25.

². ريم احمد عبد العظيم، المرجع السابق، ص58.

ب. حوار الرأي:

وهو يتجه للحصول على رأي متخصص أو أكثر حول موضوع معين، فيعرضون آراءهم حول الموضوع المطروح للحوار ويترحون التعليق المناسب عليه الاستدلال بالحجج والأدلة والبراهين التي تؤيد هذه الآراء.¹

يمكننا القول بان هذا النوع من الحوار يهدف للحصول على الآراء ووجهات النظر الخاصة بقيادة الفكر والعلم والأدب والسياسة ومختلف جوانب الحياة، بهدف شرح الوقائع وتفسيرها وتحليلها والتعليق عليها وإعطاء الانطباع عنها.

ج. حوار الشخصية:

يتم من خلاله إجراء حوار مع شخصية من الشخصيات البارزة في أي مجال من المجالات بهدف تقديمها للجمهور، وينتج عنه رسم بورتريه معلوماتي عن هذه الشخصية، فتدور أسئلة الحوار حول كل ما يتعلق بها مثل نشأتها، وتطورها، حياتها الخاصة والعامة، وأعمالها، أفكارها، أهدافها وكل ما يهم الملتقى أو يعرفه عنها".²

يمكننا القول بان الحوار الشخصية هو لون ونوع من الحوار لا يجري فيه تركيب الأسئلة نح الحصول على إجابة إخبارية أو معلوماتية أو تفسيرية أو توجيهية، ولكن أسئلة هذا النوع تركز على وجه التحديد على الشخصية نفسها وبعض الجوانب المتصلة بحياتها أو نشاطها بحيث تكون هي في المحل الأول حوار هذا النوع.

وهذه الأنواع الرئيسية للحوار يندرج تحت مجموعة من الأنواع الفرعية التي تصف وقف الهدف من إجراء الحوار السياسي، والحوار الاجتماعي والحوار الديني، والحوار الثقافي وفيما يلي نبذة مختصرة عن كل منها:

¹. ريم احمد عبد العظيم، المرجع السابق، ص 59.

² محسن جلوب الكتاني، المرجع السابق، ص 88.

• الحوار السياسي:

"ويتناول قضية من القضايا السياسية التي تشغل اهتمام الرأي العام سواء على الصعيدين الدولي أو العالمي، ويتم اختيار شخصية أو أكثر من الشخصيات التي لها علاقة بالأمور السياسية كي تدلي بدلوها في الموضوع المحدد وغالبا ما يكون المشاركون في هذا الحوار من المثقفين وأصحاب المناصب السياسية"¹.

يتبين لنا أن الحوار السياسي يتناول قضية سياسية تشغل اهتمام الرأي العام سواء على مستوى الدولي أو العالمي، ويكون اختيار الشخصية ليست محل الصدقة ولكن شخصية تكون سياسية.

• الحوار الديني:

و يشكل نسبة كبيرة من البرامج الحوارية بالإذاعة والتلفزيون، ويتم إجراء حوار مع شخصية أو أكثر من الشخصيات الدينية التي لها علم ودراية كافية بأمور الدين والعقيدة والتي تستطيع أن توضح وتفسر الأمور الدينية وتجنب عن الاستثمارات المطروحة².

من خلال ذلك يتبين أن الحوار الديني بعد احد أنواع الحوارات التي تعرض في الإذاعة والتلفزيون ويتم من خلاله استضافة شخصية دينية إلى لها علم ودراية بأمور الدين والعقيدة ومنها الأئمة.

• الحوار الثقافي:

"ويدور حول الموضوعات الفكرية التي تخرج عن إطار الحياة الضرورية اليومية للفرد العادي، وقد يكون الضيف المشارك فيه فردا أو أكثر"³.

¹. ريم احمد عبد العظيم، المرجع السابق، ص 59.

². محسن جلوب الكتاني، المرجع السابق، ص 89.

³. المرجع نفسه، ص 90.

إن الحوار الثقافي هو يهدف إلى استضافة شخصيات لها من العلم والمعرفة، وهو يهتم بالموضوعات الفكرية الخارجية عن الحياة الضرورية اليومية للفرد العادي.

5. سمات المحاور الإعلامي الناجح:

إن قدرا كبيرا من نجاح الحوار الإعلامي يتوقف على شخصية قائدة، فقد يؤدي بطريقة في إدارته إلى إحالته لشيء مميت جامد لا حياة فيه رغم التوفيق في اختيار موضوعه واختيار المشاركين فيه، كما قد يؤدي إلى أن يصبح الحوار قطعة من الغموض تتشابك فيه الأصوات وتضيع معالم الموضوع ويختلط راس بذيبة وينتهي إلى لاشيء غير إضاعة وقت المشاهد أو المستمع وسخطه على فائدة من هنا كانت هناك مجموعة من السمات التي يجب توفرها لدى المحاور حتى يتمكن من أداء حوار ناجح يؤدي فيه دور بنجاح وعلى أكمل وجه، وتتمثل هذه الخصائص في (السمات الشخصية، الصوتية، الإقناعية).

أ. السمات الشخصية:

• الموضوعية:

وتعني العدالة في الحكم على الأشياء وإصدار أحكام غير متحيزة لعنصر أو رأي أو سياسة والوقوف إلى جانب الحق ولو لحق به ضرر، ولذلك يجب على المحاور ممارسة التقمص العاطفي، أي يضع نفسه موضوع مشاهديه ومستمعيه ويفكر في جهات نظرهم حتى يمكنه أن يتعرف في اهتمام مصالحهم.

• الصدق:

كي يكون الإعلامي على ثقة متلقيه يجب أن يتصف بالصدق، لأن من شأن ذلك أن يجعل حوار جدير بثقة المتلقي وبالتالي تتكون اتجاهات إيجابية تحوه ونحو المؤسسة الإعلامية التي يمثلها.¹

¹. ريم احمد عبد العظيم، المرجع السابق، ص 65.

• الوضوح:

المحاور الإعلامي الناجح يتسم بالوضوح في لغته وفكره بحيث تكون لغته ونطقه وأضحت ومادته منظمة ومتسلسلة منطقيا وكلماته واضحة وغير معقدة.

• الدقة:

يجب على المحاور التأكيد من أن الكلمات إلى يستخدمها تؤدي المعنى الذي يقصده بعناية، وتعني الدقة أيضا دقة المعلومات التي يقدمها وصحتها، لأن المعلومة الخاطئة تعرض المحاور إلى مخاطرة مراجعة الغير وتفقد مصداقيته.

• الحماس:

ينبغي على المحاور أن المحاور أن يكون مؤمنا برسالة الإعلامية متحمسا لها، فحملات تجعله أكثر حيوية وديناميكية في جواره إذا بدا في الظروف التواصلية حيوية ونشيطا يلقي درجة عالية من التصديق فضلا عن أن إدارة الجمهور لذلك الخاصة من العوامل المؤثرة في مدى تقبلهم وإقناعهم به.¹

• القدرة على التذكر:

وتعني حضور الذهن أثناء الحديث حتى لا يحدث فتور في الحوار، وهناك طرائق متنوعة لتنمية هذه القدرة كاستخدام الاختصارات والرموز للدلالة على الأفكار.

• الاتزان الانفعالي:

ويقصد به أن يظهر المحاور وانفعالاته بالقدر الذي يناسب الموقف وان يكون متحكما فيها، فمثلا ووجده أي محاور بالرفض من جانب احد المتلقين أو المشاركين في الحوار فلا يواجه ذلك بالغضب بل بالحكمة والحكم.²

¹. ريم احمد عبد العظيم، المرجع السابق، ص 66.

². سليم عبد النبي، المرجع السابق، ص 220.

• المظهر:

يجب أن يكون المحاور على مستوى الموقف من ناحية المظهر لأنه يمثل جهازا إعلاميا له كيانه في الدولة، وكما هو معروف إن مظهر الإنسان يدل على مخبره وثقافته، وهذا المظهر الحسن يمنحه الاحترام والنفير، ولذلك يجب على المحاور أن يعتني بمظهره العام ويتمثل ذلك في:

- النظافة والأناقة الشخصية.
- الملابس والمظهر المناسب للحالة.
- الصحة النفسية والبدنية.¹

• القدرة على التعبير الحركي:

"يعد التعبير الحركي ضربا من التواصل والسلوك اللغوي والذي يجب على المحاور أن يضعه في الاعتبار ويعطيه ما يستحقه من الاهتمام والممارسة في المواقف التواصلية المختلفة، فالحركات الجسمية و الايماءات المصاحبة للحديث المنطوق تعمل على ديمومة المشاركة الايجابية لأطراف عملية التواصل الفوري بل إنها تدعم أوضاع الكلام وحالاته وتحظ له ايجابية.²

ومن خلال كل ما سبق تبين لنا انه يجب على المحاور أن يتسم بعدة صفات ليكون محاورا ناجحا وهذه السمات أما أن تكون شخصية أو صوتية أو إقناعية.

ب. السمات الصوتية:

"إن الصوت أداة أساسية للمحاور إذ يجب أن يمتلك صوتا جيدا قادرا على التعبير خاليا من عيوب النطق قويا بعكس شخصية أثناء الحديث، فكل إنسان له صوت ولكن القدرة

¹. ريم احمد عبد العظيم، المرجع السابق، ص 66.

². المرجع نفسه، ص 67.

على النطق السليم وكيفية الأداء والإلقاء الجيد ووضوح المعاني هو ما يعرف بين الشخص الذي يصلح للعمل كمحاور في وسائل الإعلام من غيره.¹

إن السمة الصوتية لها دورا أساسيا فالمحاور يجب أن يكون صوته جيد وواضح يختلف به عن غيره لكي يصلح للعمل كمحاور في وسائل الإعلام.

ج. السمات الإقناعية:

الإقناع هو كسب تأييد الأفراد لرأي أو موضوع أو وجهة نظر معينة وذلك عن طريق تقديم الأدلة والبراهين المؤيدة لوجهة النظر بينما يحقق الاستجابة لدى الأفراد والمقدرة الإقناعية من أهم السمات الأساسية التي يجب توافرها لدى المحاور وتتضمن مجموعة من القدرات وهي:

- القدرة على العرض والتعبير.
- القدرة على الضبط الانفعالي.
- القدرة على التحليل والابتكار.
- القدرة على تقبل النقد.
- توظيف الأدلة والشواهد والبراهين في موضعها الصحيحة.
- القدرة على المجادلة المحمودة.²

وعليه فإن خاصية الإقناع هي مكسب رئيسي للمحاور لجلب تأييد الأفراد، والإقناع يكون عن طريق تقديم الأدلة والبراهين المؤيدة لواجهة النظر.

¹. سليم عبد النبي، المرجع السابق، ص 222.

². المرجع نفسه، ص 223.

6. أسس الحوار الفعال:

نظرا لأهمية الحوار وما يؤديه من دور في كشف وجلاء الموضوعات المختلفة، وحتى يسير الحوار في طريقة الصحيح الذي يتيح له التقدم والتطور في الاتجاه الايجابي هناك مجموعة من الأسس التي يجب إتباعها والاسترشاد بها أثناء إجرائه أو تتمثل هذه الأسس في:

أ. الديمقراطية:

لقد أكد جون ديوي على أن مسيرهم الديمقراطية وبقية في الوجود هو تنظيمها الاجتماعي المتأصل في الحوار، فكل مشارك في الحوار يجب أن يكون لديه الفرصة لكي يعرض راية ويقدم وجهة نظره، وهذه الفرصة يجب أن تكون متساوية وتكافئه لجميع الأطراف المشاركة فيه أيا كانت آراؤهم، فالحوار الذي لا يستند على الديمقراطية يهدم أهم أسس الحوار، لأن حركة الفكر وتطورها تعتمد على حرية التعبير التي تتيح لجميع الأفراد الفرصة لاختيار الأفكار الكامنة في عقولهم وبالتالي إمكانية تعديل تلك الأفكار وإعادة بناءها، فالحوار لا يصبح حقيقة دون إعطاء كل الأطراف المشاركة فيه حق التحدث مع احترام وجهات النظر المتعارضة.¹

ب. التخلي عن النرجسية:

إن رغبة المحاورين في رؤية كل منهم الآخر بمنظار معتم وضيق أو تجاهل رؤيتهم وعدم الاعتراف بتفقههم أو بمهارتهم الفكرية إنما هي سياسة نرجسية ذميمة يجب التخلي عنها أثناء الحوار: فأخلاقيات الحوار توجب رفض النرجسية لأنها مرض نفسي غير مرغوب به أن تهيمن على القائمين به.²

ومن خلال ذلك فمن الضروري لأطراف الحوار كي يصبح حوارهم علميا نافعا أن يخلو عن سمة تعظيم الأنا وتضخيم الذات، ليست بسيط مفادها أن سمة غير مجدية

1. سليم عبد النبي، المرجع السابق، ص294.

2. مرجع نفسه، ص226.

وليس هناك من سبب منطقي واحد يبرز اعتناقها من قبل فرد يحترم إنسانية وشخصية، كما يحترم إنسانيات وشخصيات الآخرين.

ج. توافر العقلية الناضجة:

لا يصبح الحوار ذا أهمية ما لم يستند إلى عقلية ناضجة وواقعية قادرة على تحليل المواقف بشكل مرن ومتحرر من التمسك والتعصب للأفكار المسبقة وقادرة على تقديم الحقائق وتناولها بدلا من الفقر على النتائج مباشرة، كما ينبغي على العقلية الناضجة أن تتحرر من الانفعال أو الخوف الذي قد يحول الحوار إلى شكل من أشكال الشجار وبدون العقلية الناضجة يصبح من الصعب على المتحاور أن يدافع عن وجهة نظر خاصة به، وقد يعوقه ذلك من الاشتراك الفعال في الحوار.¹

يمكننا القول بأنه فضلا عن أن النضج العقلي يتيح للفرد الإحساس بالمسئولة أرائه واتجاهاته التي قد تكون معارضة لاتجاهات وأراء غيره من أطراف الحوار، وهنا يستطيع المواجهة والجدل حتى يؤد رأيه بناءا على تفكير عقلي ناضج أو يقبل آراء الآخرين إذا ما اقتنع بها.

د. التفاعل الاجتماعي المرن:

" يجب أن تقوم في الحوار في الموضوعات المختلفة على أساس من التعاون والتفاعل الاجتماعي بين الأطراف المشاركة فيه بحيث لا يمكن الهدف فيه هو انتصار طرف على آخر بل يكون الهدف هو الوصول إلى النتائج والأفكار في جو من التآزر والتفاعل الاجتماعي وفي ضوء ظروف الحوار وملاساته ومقدماته الموضوعية."²

حسب رأينا هذا التفاعل الاجتماعي يفرض على المتحاورين قدرا من الألفة والحب والمودة والاحترام فلا يمكن أن يتواجد حوار هادف في غياب الحب والاحترام المتبادل،

1. ريم احمد عبد العظيم، المرجع السابق، ص52.

2. محمد جلوب الكتاني، المرجع السابق، ص68.

كما يصعب وجود في جو من اليأس وعدم الإيمان بقدرة الفرد على التفاعل والتفكير والابتكار.

هـ. الاستئناس بذوي الخبرة:

" تتطلب بعض القضايا الجوهرية في الموضوعات الحوارية المختلفة الاستعانة بأراء ومشهورات الخبراء والمتخصصين، وهذا يظهر جليا في الحوارات الإعلامية بالإذاعة والتلفزيون والصحافة، لاختلاف موضوع الحوار يحدد المتحاورون فيه، فالحوار السياسي يتطلب متحاورين متخصصين في الأمور السياسية وقد يتضمن في بعض الأحيان جوانب اقتصادية حقيقية في تعيين الاستعانة بخبراء في حقول الاقتصاد بغرض إلقاء الضوء على جوانب الموضوع بصورة كافية، والحوار البيئي يتطلب متحاورون من العلماء والأستاذ المتخصصين في الأمور الدينية والفقهية."¹

فمن خلال ذلك يتبين لنا أن لكل برنامج حوارى إلا وكان لديه من المتخصصين فمثلا إذا كان الحوار سياسى سيكون هناك متخصصون في مجال السياسية وذلك عن مجال الدينى والى غير ذلك...

و. التساؤل:

" يعد التساؤل أو طرح الأسئلة هو قلب العملية الحوارية، حيث أن إجراء الحوار يتطلب وقبل كل شيء إلا يتحدث المشاركون فيه عن أهدافهم بصورة ارتجالية، وعلى ذلك فإن البناء الضروري للحوار هو السؤال والإجابة في حين أن هناك كثير من المواقف الحوارية الاجتماعية لا يعد التساؤل عنصرا أساسيا فيها حيث تعتمد في الغالب على وجود عبارات وجمل بنائية."²

إذا فتتوع الأسئلة إلى يمكن استخدامها في موقف الحوار، فمن حيث الشكل تنقسم الأسئلة إلى مغلقة وهي التي يتم الرد عليها بنعم أو لا، والأسئلة المفتوحة وهناك أسئلة

1. محمد جلوب الكتاني، المرجع السابق، ص69.

2. ريم احمد عبد العظيم، المرجع سابق، ص83.

القصيرة والطويلة وتنقسم الأسئلة من حيث الهدف أسئلة التذكر، أسئلة الفهم، أسئلة التفسير أسئلة التطبيق، أسئلة التقويم.

ز. الجدل المحمود:

" يعرف الجدل بأنه اصطلاح الحوار تتقابل فيه الحجة والبرهان بالبرهان، وينقسم الجدل إلى نوعين وهما الجدل المذموم وهو ما يكون لدفع الحق لو للبس الحق بالباطل، أما الجدل المحمود هو ما يكون لتحقيق الحق والكشف عن الباطل والهدى إلى الرشد.¹"

من خلال ذلك يتبين لنا أن الحوار بدون جدل محمود أو خلاق ايجابي بعد حوار هزليا ساحبا مع مراعاة إلا يزيد الجدل عن الحد المعقول أو المسموح به حتى لا يصل الحوار في بعض الأحيان إلى كون صراعا بين أصوات مختلفة أكثر من كونه رحلة سلسلة نحو الطريق الذي يقودنا إلى الاتفاق أو الحقيقة.

ح. الإصغاء الفعال:

إن نجاح أي حوار يقوم على مقدرة الأطراف المشاركة فيه على الإصغاء ومما يفيد الحوار ضعف القدرة على الإصغاء مما يسبب الكثير من سوء الفهم ويجعلنا كثيرا ما نسمع عبارات "لا تقاطعني، حاول تفهمني، اسمعني للنهاية، دعني أكمل حديثي"، فالإصغاء من مهارة تحتاج إلى تدريب مستمر إن الإصغاء الجيد سيساعد على الفهم والاستيعاب ويجعل التحوار والتواصل هادفا وبناء.²

¹. محمد جلوب الكتاني، المرجع السابق، ص69.

². المرجع نفسه، ص70.

7. أهميته الحوار:

يعد الحوار سلاح من أسلحة الوجود الثقافي والمعرفة الحضارية، وهو الوسيلة ناجحة من وسائل الدفاع عن المصالح العليا للأمة وشرح قضاياها وإبراز اهتماماتها وتبليغ رسالاتها وإسماع صوتها وضبط حقيقتها وكسب الأنصار لها وجلب المنافع إليها ورد المفسد منها لذلك فالحوار أهمية كبيرة تتمثل في:

أ. الأهمية الاجتماعية للحوار:

"يعد الحوار احد أشكال التواصل اللغوي والاجتماعي، فهو قانون العلاقات الاجتماعية ووسيلة للتفاهم والتضامن والتعاون وبعيدا عن الصراع بعيدا عن الصراع ولا تناحر والتعسف، والحوار ضرورة إنسانية حيث انه احتياج إنساني يمكن القول بأنه يقع ضمن الحاجات الأساسية للإنسان فبداية حياة الإنسان هي الحوار، فالعلاقة هي الأصل أما العزلة فهي الحالة الشاذة، وليس هذا غريبا إذ عرفنا أن كلمة إنسان في العربية مشتقة من (انس) وهي مرادفة (ألف) أي اطمأن التي كانت أخر وعكسها توحش و هذا الاطمئنان هو الذي يدفع إلى الحوار والتفاهم."¹

من خلال ذلك تبين لنا أن الحوار هو حتمية للنضوج فكيف ينضج الإنسان ويستطيع أن يفهم نفس ويعرف نقاط القوة ونقاط الضعف، ومن يعلم إذا ابتعد عن الناس ولم يدخل في حوارات معهم فالحوار يستطيع الإنسان أن يكتشف نفسه وقدراته ويكتشف الآخرين ويزيد علما وتنمي إرادته يتحرر من التمرکز نحو الذات والاهتمام بالنفس إلى الاهتمام بالأخر والتعاطف معه.

ب. الأهمية اللغوية للحوار:

¹. ريم احمد عبد العظيم، المرجع السابق، ص 43.

" إن كان الحوار أهميته الاجتماعية الفائقة فإن الأهمية اللغوية له لا تقل عن أهمية الاجتماعية بل يمكن القول إنها تسبقها، فإذا امتلاك الفرد اللغة الصحيحة واكتسب فنون التواصل اللغوي المختلفة فقد امتلك القدرة على أداء الحوار اجتماعي جيد، وحيث إن اللغة كل متكامل تترابط فنونها ومجالاتها وتتكامل فيها بينها فان للحوار علاقته الوثيقة بغيره من الفنون اللغوية الأخرى التي يظهر تأثيره جليا فيها".¹

وبهذا يتضح إن الحوار أهمية لغوية قد تكون سابقة للأهمية الاجتماعية وتتضح أن هناك علاقة بين الحوار والفنون اللغوية المختلفة وقدرته على تنمية هذه الفنون والتوظيف الجيد لمهاراتها.

ج. الأهمية التعليمية للحوار:

" تعرف الطريقة الحوارية بأنها طريقة تفاعلية في التدريس تقوم على استخدام الأسئلة والأجوبة بين المعلم والطالب، ويكون المعلم فيها مسئولاً عن توجيه دقة الحوار، ويفصد بالطريقة التفاعلية تكل الطريقة التي تهدف إلى توجيه المتعلم إلى التفاعل في الموقف التعليمي، وبالتالي مساعدة على الوصول إلى المعرفة أو تقوم على المساءلة وتبادل الأفكار واشتراك التعليمي عي العملية التعليمية، وتهدف إلى تنشيط الفكر بين المعطيات وتعمل على مقارنة المعلومات والأفكار للوصول إلى تبادلات جديدة وبالتالي تعلم جديد".²

إذا وعليه فان المعلم الجيد هو الذي يسعى إلى مساعدة طلاب على الحقول من السلبية إلى الايجابية ومن الجمود إلى التفاعل في مختلف المواقف التعليمية، وهناك يأتي دوره في اختيار الطرائق التدريبية التي تؤمن بالتفاعل عنصرا أساسيا فيها، ومن هذه الطرائق الطريقة الحوارية في التدريس.

¹. المرجع نفسه، ص 46.

². ريم احمد عبد العظيم، المرجع السابق، ص 47.

الفصل الثالث

الجانب التطبيقي للدراسة

- تمهيد
- المستوى الوصفي
- المستوى التضميني
- المستوى التعيني
- الخلاصة

تمهيد:

بعد النظري ننتقل إلى الجانب التطبيقي الذي حاولنا فيه أن نقوم بتحليل سيمولوجي لحصّة من حصص برنامج "حوار الساعة" السياسي الذي تبث في التلفزيون الجزائري في القناة الأرضية و الجزائرية الثالثة، التي تقوم بتقديمها الصحفية الإعلامية السيدة "فريدة بلقاسم" التي كانت عبارة عن منسق لهذه الحصّة من خلال تفعيل و تنشيط الحوار بين المتحاورين، حيث سنحاول على اثر هذه الحصّة الحوارية تحليل شريط مصور، نتطرق من خلال ذلك إلى مستويين مهمين و هما : المستوى التعييني الذي يضم كل ما هو ملاحظ في الشريط بما في ذلك الديكور، الألوان، الملابس، الأكسيسوار... الخ أما المستوى التضميني فحاولنا من خلاله تحليل اللغة المتحاور بها من اجل الوصول إلى هدف ألا و هو نجاح أسلوب الحوار بين الصحفية و المتحاورات معتمدين في ذلك على آليات تساعدنا في تبادل الأفكار و الرؤى بين المتحاورين أي إبداء الرأي و الرأي الآخر.

المستوى الوصفي:

الحامل: بثت هذه الحصة عبر التلفزيون الجزائري بقناتيهِ الأرضية و الجزائرية الثالثة وقد أعددنا هذه الحصة من القناة الأرضية وهي قناة تبث برامج تعرف بالجزائر بالدرجة الأولى و تمتين لغة التواصل الجزائري العربي.

المدّة: 45 د.

يوم البث: يوم الأحد من كل أسبوع على الساعة 21h15.

الشخصية:

تداول على هذه الحصة شخصيات متعددة الأفكار و الأوجه و جمهور من الفئات الشبابية و فئات الكهول من كلا الجنسين، بالإضافة إلى منشطة الحصة الدائمة التي تقوم بتنشيط حصة حوار الساعة " فريدة قسام " وهي صحيفة جزائرية تمارس مهنة الصحافة في السمعى البصرى بالتلفزيون الجزائري تقدم البرامج الإخبارية مثل نشرة الأخبار التي تبث من التلفزيون الجزائري على الساعة الثامنة 20h00 مساءً بالإضافة إلى برنامج "حوار الساعة" التي تشرف على تقديمه.

تعريف حصة حوار الساعة:

هي حصة سياسية تبث بالتلفزيون الجزائري في القناة الجزائرية الثالثة و القناة الأرضية، تقوم بنقاش و تحليل الأمور السياسية التي تتعلق بالجزائر، تستضيف شخصيات سياسية من رؤساء أحزاب و ممثلين لها بمختلف التوجهات كما تستضيف أيضا شخصيات أكاديمية بالإضافة إلى وجوه إعلامية جزائرية و شخصيات بمستوى ثقافي من اجل الحوار و النقاش و إعطاء وجهات نظرهم المختلفة حول أمور السياسة في الجزائر، حيث أنها تناقش الإصلاحات التي أقرتها الدول الجزائرية و الانتخابات التشريعية التي شهدتها الجزائر في 10 مايو 2012، وهي توعي المواطن بأهمية المشاركة في الانتخابات، كما أنها تحيط بكل مستجدات الساحة الجزائرية في النشاط السياسي خصوصا فهي تناقش اكبر قدر ممكن

حول برنامج الأحزاب السياسية وما تحمله من جديد للمواطن الجزائري بهدف خدمته وخدمة الصالح العام للجزائر.

المستوى التعييني:

نلاحظ أننا أمام خطاب مرئي مسموع وليس خطاب مكتوب، وهذا الخطاب عبارة عن شريط فنحن أمام شريط لحصة حوارية تنطلق من موضوع يكون حديث الساعة.

يحتوي على ديكور في أستوديو تلفزيوني بالتلفزيون الجزائري بقناتيه الجزائرية الثالثة و الأرضية ونحن ارتأينا اختبار هذا الفيديو من القناة الجزائرية الأولى و عليه نلاحظ في الفيديو شعار التلفزة الجزائرية أي رمز القناة في الأعلى على الجهة اليسرى كما نلاحظ في أسفل على الجهة اليسرى دائرة كتب فيها كلمتين بالبند الرقيق باللون الأبيض في مساحة زرقاء " حوار " في الأولى وتليه " الساعة " كما نرى أيضا وجود أشخاص في الأستوديو وهم على مائدة مستديرة وكلهن نساء، فهن ضيوف الحلقة وهن خمسة نساء يجلسن ثلاثة من هن على الجهة اليسرى و اثنتين على الجهة اليمنى و تتوسطهن مقدمة الحصة وهي " فريدة بلقسام " التي تظهر بمظهر لائق، و تجسد مظهرها في اللباس الذي يظهر في المعطف التي كانت ترتديه ذو اللون الأصفر وهنا ظهر من لباسها فقط، المعطف لأنها كانت جالسة على كرسي فلقطات التصوير كانت صدرية من رأسها حتى صدرها كما ظهر شعرها الذي رافقه تسريحة أنيقة، كما نلاحظ خلق مقدمة الحصة شاشة كبيرة ذو اللون الأزرق الفاتح كتب عليها اسم البرنامج " حوار الساعة " باللون الأزرق الغامق بالبند الغليظ كما عليها صورة مقام الشهيد في دائرة و أيضا صورة ساعة في دائرة أخرى، ونلاحظ أيضا السيدات المدعوات كلهن يرتدين ملابس باللون الأسود و الأبيض واغلبهن يظهر شعرهن الذي ترافقه تسريحة أنيقة سوى واحدة ترتدي وشاح.

كل هذه المشاهد كانت في الأستوديو وإذا ما أردنا الانتقال إلى خارج الأستوديو من خلال الروبورتاج الذي أعدته " دلال بوطبة " فنلاحظ أننا أمام عمارة كبيرة تعلق عليها لافتة كبيرة كتبت عليها باللون الأصفر " بلدية المدنية " ذو خلفية سوداء، ثم ندخل إلى داخل البلدية فنصف ما فيها، حيث نلاحظ مكتب تجلس خلفه امرأة وبجانبتها على الجهة

اليمنى عُم الجزائر وأمامها على المكتب لافتة كتب عليها باللون الأصفر بالبند الرقيق " السيدة حبيبة بن سالم رئيسة المجلس الشعبي البلدي " ذو خلفية سوداء، ومنتقل بعد ذلك لنلاحظ أشخاص من كلا الجنسين يجلسون في قاعة كبيرة وهي عبارة عن مدرج ثم بعد ذلك نرى الكثير من المواقع السياسية التي تحتلها اليوم المرأة في مختلف المجالس المنتخبة وطنية ومحلية من هن "دليلة فورار"، "سميرة إبراهيمي" و "لويزة شاشوه" ثم بعد ذلك الرجوع إلى بلاطو حوار الساعة وإنهاء النقاش الذي بدأت به البرلمانيات.

سيمائية العنوان:

العنوان هو إحدى العتبات الأولى بوصفه مجموعة من الدوال بحيث ينظر له من ناحية التركيب و الدلالة و فعل التأويل وذلك يحاول أن يعطي عنوانا يبعد عن البنية السطحية بقدر الإمكان، سواء من خلال الصورة الذهنية، أو من خلال متخيل الذهني، لذلك قد يأخذك العنوان إلى تأكيدات داخل النص ضمن مجموعة من السياقات أو بعضها، كسياق الحدث أو الوصف أو التراكيب اللغوي أو الدلالي فكريا أو حياتيا، وهذا يكفي أن العنوان يدخل بنا في عوالم عديدة و محطات كثيرة في هيكل العمل تجسده بشكل مباشر أو غير مباشر، لذا يقول « رولان بارث R.Barth »: " العنوان هو نظام دلالي سيميولوجي يحمل في طياته قيما أخلاقية و اجتماعية و إيديولوجية "

لأن العنوان ذو دلالات و علامات رامزة للنص أو لجزء منه،فان دراسة العنوان تأتي وفق ما يتميز به من وظائف بصرية و جمالية و ترويجية أو اغرائية و دلالية،لهذا يطرح الدراسة على نفسه الكثير من التساؤلات تجاه العنوان مثل: هل العنوان هو مفتاح للنص (أي الحصة) مأخوذ من المادة النصية؟ إحاء محض صدفة؟ ما نوع الدلالات التي يحملها العنوان؟ كيف تتم عملية تأويله؟ وما هي أهم أشكاله؟ أهو جملة اسمية أم فعلية؟ أهو عنوانا بارزا على الصفحة أم محفور فيها؟ و خصوصا إذا عرفنا أن العنوان هو "أعلى اقتصاد لغوي ممكن ليفرض أعلى فاعلية تلقي ممكنة " وهذا ما أكده "محمود عبد الوهاب" حيث قال: "إن العنوان على المستوى اللغوي يعتبر مقطعا لغويا يعلو في النص و تتحكم فيه قواعد نحوية و سيميائية".

إن عنوان الحصة التي نحن بصدد تحليلها يتكون من جملة اسمية "حوار الساعة" مكتوب الخط الأبيض و في دائرة وذات خلفية زرقاء و يأتي في الأسفل على اليسار فكلمة الحوار لها معنيين: معنى قريب المتمثل في الخطاب الذي يحدث بين شخصين فأكثر عن طريق الأخذ و الرد أما المعنى الثاني و المتمثل في ارتباطه بأغلب الأعم بالمواضيع السياسية و التي هي في سياقنا الحالي، الساعة هي أيضا لها معنيين: معنى مادي و المتمثل في الساعة التي تعلق على اليد أو الحائط التي تتكون من عقارب، أما المعنى المعنوي للساعة وهي الدلالة على الوقت الراهن أو الحالي.

فجملة الحوار الساعة هي حوارات الساعة الراهنة أي ما يحدث في البلد من مواضيع الساعة.

سيمائية الصور:

إن مفهوم الصورة وإنتاجها قائم و على مجموعة من الرموز و الدلالات التي تضعنا أمام إشكالية اللغة التشكيلية، وهي مرئية متطورة عبر الآليات القراءة و تنوعها، و لأننا اعتبرنا أن لغتنا خطية و متواصلة، بحيث تصلنا المعلومات شفويا أو كتابيا الواحدة تلو الأخرى على امتداد الخيط الزمني فان إدراكنا للصورة شامل و متزامن فالمعلومات تنكشف أمامنا، في آن واحد ذلك أن القراءة ناتجة عن مسار العين التي تنتقل بين الرموز لتؤسس محور الرؤية.

تتميز الصورة بالغموض التي تحمل معاني متعددة يضاف إلى ذلك أن الرسالة التي تنتقلها لا يمكن فك رموزها على النقيض من ذلك نجد أن الرسالة اللسانية قادرة على تحقيق تواصل خال من اللبس، فيما يتعلق بغموض الرسالة البصرية نقول إن غموضها يعتبر على الأجدر ميزة أكثر مما هو عيب، كما أن غموض الصور يشكل غناها فالصور تنتقل دلالات، ومن الصعب أن تعرف ماذا تعني وكيف تقوم بصدد ذلك.

فإذا قمنا بتحليل الصور التي جاءت في الفيديو الذي نحن بدراسته فعندما نرى الصحفية " فريدة بلقسام " تنظر إلى ما هو موجود أمامها، أي في الأوراق التي كانت

على الطاولة التي أعدتها لبرنامج الحصة فنرى أنها تدور عليها الثقة بالنفس و الهدوء وهذا التركيز يدل على القوة الشخصية في التحكم و تتبع خطوات النقاش الذي يدور بينها و بين الضيوف المتمثلات في شخصيات سياسية لأحزاب سياسية، و إذا رأيناها تجمع يديها فهذا يعكس حالة الهدوء والتركيز التي كانت تتمتع بها هذه الشخصية ذات القوة و التمييز و النجاح الذي عبر عنه هندامها المتمثل في المعطف الأصفر و تسريحة شعرها الأنيقة.

وإذا شاهدنا أن الصحفية الإعلامية " فريدة بلقسام " تقوم بحركات بيدها حيث تفتحهما ثم تغلقهما ثم بعد ذلك ترفعها وذلك تجسيدا لكلامها بحيث تكون طريقة ذراعها المرفوعتين و اليدين المفتوحتين تعبيراً عما تقوله فحركة يداها تطابق تماما ما تقوله وكل حركة تقوم بها قد تكون مقصودة، ولم تأتي هكذا فهي تدعم كلامها بحركة تمثيلية من اجل توضيح الرسالة، وأما إذا رأيناها تغلق عينيها فدلالة على تركيزها و بقصد اختيار الكلمات المناسبة التي تعبر عن الموقف.

سيمائية الزمان و المكان و العلاقة بينهما:

وهو الزمان الذي حدث فيه الحوار الإعلامي، فهذا الحوار حدث يوم 10 مارس 2013 مصاحب للاحتفال المرأة بعيدها السنوي يوم 8 مارس أما المكان الذي حدث فيه الخطاب بما انه خطاب سمعي بصري فهو حدث في التلفزيون الجزائري بقاتية الأرضية و الثالثة و نحن أخذنا هذا الخطاب من القناة الجزائرية الأولى و مكانه كان في أستوديو.

إن العلاقة التي تربط الزمان بالمكان هي علاقة تكامل، فكل منهما يكمل الآخر و من ثم لا يوجد لأحدهم دون الآخر بمعنى أن هذه العلاقة أساسية لأنها تشخص جدلية في الحياة، و تشخيص جدلية الواقع الإعلامي في حد ذاته.

سيمائية البناء الخارجي للشخصيات:

و يقصد بالبناء الخارجي للشخصية الملامح الخارجية لهذه الشخصية: شكل الوجه و حجمه، شكل العينين و لونهما، شكل الأنف، العنق، طول الشخص، عرضه، ما يلبسه و طبيعة تحركه، جلسته، نبرات صوته... الخ وهنا كما كنا قد أولجنا سابقا انه لكل حركة

جسدية قد تقوم بها مقدمة البرنامج وأي أخرى لها دلالتها سواء أكانت غارقة فمها أو فاتحة له أو أنها تضحك أو مكشرة و كذلك نبرة الصوت لها دلالة فعند خفض الصوت ورفعته تختلف وكذلك، الهدام يلعب دور كبير كما قال أحد الشعراء " هندامك يرفعك قبل جلوسك وكلامك يرفعك بعد جلوسك"، وهنا ليس المقصود مجرد وصف، إنما يمكن أن تستنبطه من دلالات من هذه الملامح و ما يمكن أن تشير إليه بهذه الملامح من معاني ضمنية يريد المرسل أن يوصلها إلينا.

سيميائية الملامح الداخلية للشخصيات:

ويقصد بالملامح الداخلية للشخصيات الصفات النفسية و الفكرية و العقلية و الاجتماعية و الخلقية و العقائدية التي تتمتع بها الشخصية مثل: العصبية، السيرة الذكاء الإهمال، سعة الأفق، سعة الإطلاع، التعصب، التسامح، التكبر، التواضع... الخ، إن التعرف على هذه الملامح يساعدنا في الدراسة السيميائية بصورة أفضل.

المستوى التضميني:

تاريخ الحلقة: 2013/03/10

I. بطاقة تقنية شاملة:

1. مقدمة الحلقة: فريدة بلقسام

2. ضيوف الحلقة:

- سميرة بوراس: برلمانية في حزب جبهة التحرير الوطني.
- رتيبة عياد: عضو في التجمع الوطن الديمقراطي.
- فاطمة سعدي: برلمانية في المكتب الوطني لحركة مجتمع السلم.
- نادية شويتام: عضو في حزب العمال.
- زبيدة عسول: برلمانية سابقة.

3. أهداف موضوع الحوار:

إن أهداف موضوع الحوار تتخذ وجهتين: أولاهما تنوير الرأي العام بشأن الرسالة التي قدمها رئيس الجمهورية للمرأة الجزائرية بمناسبة احتفالها بعيدها السنوي يوم 8 مارس، الوجهة الثانية هي إبداء الرأي و الرأي الآخر وكيف قرأ كل برلمان هذه الرسالة: ثم اشتراك الآخر في الرأي و الآخر هو المنتبع، فكيف يصير المنتبع مستهدفا و ما هي آليات ذلك؟

إن الآخر يصير مستهدفا بمجرد إبداء الرأي من طرف المحاور، لأن الهدف من إبداء الرأي هو تنوير الآخر و حضه على تغيير رؤاه بشأن الموضوع المطروح للنقاش. وهذا التنوير و هذا الحض إنما يؤسسان لموقف جديد يتنافى مع المنظومة السابقة عن الحوار و آليات ذلك تتخلص في الحجاج المناسب في اللحظة المناسبة بالطريقة المناسبة.

4. شكل الحوار:

إن الحوار المتعدد الأطراف هو الحوار الذي يفضي إلى نتائج فكرية و توجيهية هامة، وذلك بالنظر إلى أن إبداء الرأي و الرأي الآخر من أطراف متعددة يؤدي حتما إلى تنافس تلك الأطراف في إبداء أحسن الآراء لاستمالة أكثر عدد من الشرائح المستهدفة مما يؤدي إلى تطور متنامي لموضوع الحوار من جهة و تزايد وثيرة الإقناع من طرف المنتبعين من جهة أخرى.

وهذا ما يميز الحوار الذي نحن بصدده إذ أن وضع الضيوف الخمسة بين أنهم ليسوا من طينة هيئة يمكن المرور على آرائها دون اهتمام، بل على العكس من ذلك إنهم من صنف وازن يجب حمل آرائهم محمل الجد لأنهم معنيون مباشرة بمنتهى المستقبل و لأنهم يحملون آراء يمكن أن توافق شريحة عريضة من المثقفين.

II. البناء الحوارى:

1. معلومات عن الضيوف:

اعتاد برنامج " حوار الساعة " أن يستضيف شخصيات من عوالم مختلفة نظرا لنوعية المواضيع المقترحة للنقاش وهي مواضيع سياسية ذات الاهتمام الدولى الراهن لذلك فإن اختيار الضيوف لا تخضع للصدفة، ومن هنا كان اختيار خمسة شخصيات مهمة وكلهن نساء لأن الموضوع المناقش يتكلم عن المرأة العربية عموما و الجزائرية خصوصا وهذا الاختيار له صدهاء في إعطاء البرنامج وزنه على الساحة الإعلامية.

بما أن موضوع الحوار هدفه تكلم عن المرأة بمناسبة الرسالة المقدّمة من قبل رئيس الجمهورية والدعوة إلى تغيير الدهنيات التي تقول أن المرأة ليست كالرجل بكل شيء، وقد اقتضت الضرورة استضافة خمسة ضيوف من الجنس الأنثوي وهذا على النحو الآتي:

السيدة " سميرة بوراس " عن حزب جبهة التحرير الوطنى، ثم السيدة " رتيبة عباد " عن التجمع الوطنى الديمقراطى فالسيدة " فاطمة سعیدی " عضو المكتب الوطنى لحركة مجتمع السلم و أيضا السيدة " نادية شويتام " عن حزب العمال و ختاما السيدة " زبيدة عسول " برلمانية سابقة و حاليا محامية معتمدة لدى المحكمة العليا (محكمة النقص) ومجلس الدولة.

هذا يبين أن الضيوف الخمسة ليس لهن نفس الوضع اتجاه موضوع الحوار مما يعطي إمكانية هامة لتشعب الآراء و اختلافها و بالتالي إغناء موضوع الحوار بآراء لا يربط بينهما إلا الانتماء للأحزاب السياسية إلا أن الارتباط المباشر للضيوف الخمسة بالأحزاب السياسية هو ما أعطى للآراء السياسية حرارتها و جعلها تعبر عن انشغالات شريحة مهمة من المتتبعين بل شعوب المنطقة ككل.

2. افتتاح الحوار:

على غرار كل الحوارات سياسية كانت أو غيرها، يمنح مقدّم البرنامج فرصة افتتاح الحوار بتقديمه للانشغالات الأساسية التي دعت إلى عقد الحوار و تخصيص حصة كاملة للموضوع في هيكله البرامج التلفزيونية للقناة حيث جاء تقديم " فريدة بلقسام " على النحو التالي:

" مشاهدنا الكرام برنامج حوار الساعة في عدده لهذا الأسبوع يسعد باستضافة البرلمانية السيدة"سميرة بوراس " عن حزب جبهة التحرير الوطني " كما يسعد البرنامج باستضافة البرلمانية " رتيبة عباد " عن التجمع الوطني الديمقراطي برنامج حوار الساعة يسعد أيضا باستضافة السيدة " فاطمة سعدي " عضو المكتب الوطني لحركة مجتمع السلم، كما يسعد البرنامج باستضافة البرلمانية " نادية شويتام " عن حزب العمال، البرنامج يسعد أيضا و في كل مرة بالأستاذة والسيدة " زبيدة عسول " برلمانية سابقة، إذا سميرة دعيني أبدا معك يعني البارز في رسالة سيد رئيس الجمهورية التي وجهها للمرأة الجزائرية بمناسبة احتفالها بعيدها السنوي قال: " إن تعزيز مكانة المرأة في بلادنا مرهون بتغيير الدهنيات فما تعليقكم؟

يشكل التقديم من مونولوج يهدف إلى وضع المشاركين و المتتبعين في صلب الموضوع الحوارية فهو نص موازي للخطوط الأساسية الموجهة للحوار، و هذا المونولوج يجسد كفايات مهمة لمقدّم البرنامج و هذه الكفايات متعددة تتقاطع فيما بينهما لذا يمكن أن نحصرها مبدئيا في ثلاثة كفايات و لكن تحليلها كما سنرى يبين مدى استحضرها لكفايات أخرى يتم تفعيلها أثناء الإجراء الحوارية.

أ. الكفاية اللسانية: « La Compétence Linguistique »¹

و هي من أهم هاته الكفايات التي تتمثل في حسن اختيار الألفاظ المناسبة و القوية للتعبير عن الأحداث الراهنة التي سبقت المنتدى أو تتزامن معه، وهي ألفاظ إعلامية تهدف

¹ مصطلح مترجم عن محمد نظيف في كتابه الحوار والخصائص التفاعلية، دراسة تطبيقية في اللسانيات التداولية، إفريقيا الشرق المغرب 2010، ص 73.

تنبيه المتتبع على أهمية الموضوع المطروح وكذلك هناك استحضر للكثير من الحجج التي تفيد القيمة الإعلامية لما هو مطروح للنقاش.

ب. الكفاية الثقافية الإيديولوجية: « la compétence culturel édiologique »

اللتان يتم تفعيلهما مع الكفاية اللسانية و ذلك لإظهار مدى الإدراك المعرفي للموضوع باستحضار الأسباب و المسببات و للربط بين الأحداث المتزامنة التي أدت إلى قيام المنتدى و تهدف الكفائتان معا تحقيق تفاعل إيجابي مع المتتبعين و ذلك بفضل الانسجام الداخلي للمعلومات و كذلك ضرورتها في تحقيق الإقناع بجدوى الموضوع المطروح للنقاش، وأهمية تلك المعلومات لفرض درجة عليا من التتبع من طرف المستهدفين.

ج. الكفاية الحجاجية : « La Compétence Argumentative »

تحضر الكفاية الحجاجية في كل مجهود للإقناع لأن البعد الحجاجي يكون في اللغة كلما كان هدف الخطاب هو إقناع المستهدف بهذا الخطاب لذلك فإن الكفاية الحجاجية تظهر من أجل تدعيم الأفكار وإجراء تواصل أفضل مع المتتبعين.

وهذا ما يجسده المونولوج حيث الطابع الحجابي الذي يميزه يبدأ من أوله متمثلا في الحجتين:

✓ تعزيز مكانة المرأة الجزائرية مرهون بتغيير الدهنيات.

✓ مواكبة الإعلام و المجتمع المدني لدور السياسي الذي تلعبه المرأة في البلاد.

و هما الحجتان اللتان أفضتا إلى قرار الذي قدمه رئيس الجمهورية للمرأة الجزائرية في عيدها السنوي وهذا القرار يبدو من خلال الخطاب الحجاجي نتيجة حتمية للحجتين السابقتين، هذا الخطاب الحجاجي بين تفعيل الكفاية التواصلية « la compétence communicationnelle » من الجزائر مقدمة المونولوج، تلك الكفاية التي جعلتها تستحضر حوارا مضمرا بينها وبين المشاركات والمتتبعين كأنما ترسل رسائل حوارية إلى المستقبلين مقترضين الذين يجب إقناعهم بأهمية الموضوع الذي سيثار للنقاش وكذا

استحضار أذهانهم كما سيؤول إليه الحوار بشأن ذلك الموضوع كما يستمر الخطاب الحجاجي « Le Discours Argumentatif » في حجتين إضافيتين هما:

- قدرات المرأة مثل قدرات الرجل في تقدير المجتمع كما هو الحال عند دول الشمال ودول الجنوب.

- النساء والرجال سواسيا إلى مختلف العهديات والوظائف الانتخابية.

وهما الحجتان اللتان نجم عنهما اعتراف بالمساواة في المسؤوليات السياسية والاجتماعية والثقافية طبعا هذه المساواة قد أقرها القرآن الكريم، هذا يبين مدى تدرج الحجاجي الذي يحافظ على مبدأ الملائمة «Principe De Pertinence» وهي هنا علاقة مضمرة مفادها أن استرسال الحجاجي وثيق الصلة بالموضوع الحوارية وهو في مجمله منتدى مستقبل الذي يجسد اعتراف بمثابة المرأة في المجتمع، ولكي يأتي هذا الاعتراف نتيجة حاجية منطقية فانه كان مسبقا بحجتين تدريجيتين مقنعتي، هذا التدرج الحجاجي الذي يؤدي إلى نتيجة حتمية هو ما لا يدع مجالاً للشك لدى المتابعين .

3. المقاربة التأويلية للحوار :

إن الفكرة المحورية التي يدور عليها الحوار بين "فريدة بلقسام" ومحاورتها هي :

" المكانة التي وصلت إليها المرأة في المجتمع الجزائري "

وهي مسألة تستثير عملية التأويل كإستراتيجية تفسيرية تستهدف اتساع دائرة الفهم بين المتلقي بما يخدم الخلفيات السياسية والمعرفية للأطراف المتدخلة.

ولنبدأ بتساؤل "فريدة بلقسام" حيث قالت " إذا سميرة دعيني أبدا معك يعنى البارز في الرسالة سيد رئيس الجمهورية التي وجهها للمرأة الجزائرية بمناسبة احتفالها بعيدها السنوي قال " إن تعزيز مكانة المرأة في بلادنا مرهون بتغيير الدهنيات " فما تعليقكم؟

إن تحليل ما جاء في كلمة "فريدة بلقسام" يقتض الربط بين عنصرين لها علاقة بالكفائيتين اللسانية والتداولية وهما عنصران مرتبطان بالتأويل واتساع دائرة الفهم نوجزهما

فيما يلي: الاستعمال الحوارى للمعلومة السياسية أى إدخال المعلومة فى علاقات سياقية تجعلها تندرج فى الاستعمال الحوارى بئسر، إذن هناك من جهة الاستعمال الحوارى ومنهجية ثانية، التعدد السياسى وكلاهما بهدف إغناء التأويل واتساع دائرة الفهم لدى المتلقى بالخصوص.

فإذا أردنا تعداد المعلومات السياسية الأساسية التى جاءت فى كلمة "فريدة بلقسام"، نجدها أربع معلومات هى على التوالى:

- توجيه رئيس الجمهورية رسالة للمرأة الجزائرية.

- الرسالة موجهة للمرأة أثناء احتفالها بعيدها السنوى.

- المكانة التى أصبحت تحتلها المرأة فى بلادنا.

- دعوة رئيس الجمهورية إلى تغيير الدهنيات

ومما يميز مبدئياً هاته المعلومات الأربعة هو أن استعمالها الحوارى ينقسم إلى قسمين:

قسم تأويلى « Interprétative » وقسم تقريرى « Dénotative »¹ والقسم تقريرى تنتمى إليه المعلومة الأولى والثانية بالنسبة للمعلومة الأولى نجد أن رئيس الجمهورية هو القاضى الأول للبلاد فهو فقط الذى يستطيع أو عنده صلاحية فى اتخاذ القرارات السياسية، أما المعلومة الثانية فطابعها تقريرى أوضح من المعلومة الأولى ذلك أن الرسالة موجهة للمرأة فى عيدها السنوى، أما القسم التأويلى من المعلومات فيتشكل من المعلومتين الثالثة والرابعة لأن السياق تأويلى تكون المسألة خاضعة لتأويل فريدة بلقسام نظراً لبعض الحثيات التنظيمية التى لاحظتها فى هذه الرسالة.

بالنسبة للتعدد السياقى نجد أن المعلومات الأربعة ترتبط بسياقات ثلاثة فاعلة فى استعمالها الحوارى وهى على التوالى:

¹. مصطلح مترجم عن محمد نظيف، ص 95.

أ. السياق المرجعي:

من المعلوم أن ارتباط القول بالمحيط التداولي هو الذي يسمى تأطيرا «cadrage» وهو السياق المرجعي المباشر لأي قول « énoncé » وبفضل السياق المرجعي يتموضع أي قول في إشكال حوارى ينسجم مع مقتضيات التبادل التفاعلي « l'échange interactionnel » والسياق المرجعي بالنسبة للمعلومات الأربعة يتحدد بشكل مباشر ووحيد في القسم التقريرى من تلك المعلومات أو المعلومات الأولى والثانية، بينما في القسم التأويلي فإن السياق المرجعي هو سياق ذاتي يهتم المتكلم وحده أي إن المعلومات الثالثة والرابعة لا يلزم سياقها المرجعي المتلقين جميعا بقدر ما تعبر عن تأويل فريدة بلقسام وحدها.

ب. السياق المقامي:

كما إن السياق المقامي يعنى بالبواعث الاجتماعية الفاعلة في الخطاب الحوارى وبعض الأهمية للعناصر المؤثرة في المعتقدات و السلوكات معا لتخلق التنازع منها تكون كلمة فريدة بلقسام التي وجهتها لسميرة بوراس تعكس مقاما اجتماعيا لا يمكن أن نحيل فيه إلى شخصين فقط ولكن المحيط حوارى يشمل مرسلين احتمالين وكذلك مستقبلين حقيقيين واحتماليين.

ج. السياق التفاعلي:

إن السياق التفاعلي لقول " فريدة بلقسام " يبنى على شيئين:

- سياق تفاعلي لساني أو ما اعتبر بالداخل القولي أي العلاقة التفاعلية التي تحكم المعلومات من حيث هي نتاج لساني.
- سياق تفاعلي مقامي أو ما اعتبر خارج القولي، أي التفاعلات التي استحضرتها " فريدة بلقسام " أثناء إلقائها الكلمة، خاصة استحضارها المتلقي المتمثل في البرلمانىة عن جبهة التحرير الوطنى " سميرة بوراس ".

كل هذا يعني أن " فريدة بلقسام " لم تستحضر المتلقي وحده بل استحضرت المشاركين في الحوار وكذلك عموم المتلقين لذلك جاء خطابها منسجما من المحيط التداولي الذي يحكم عموم المعنيين باللحظة الحوارية وبالنسبة للمساق التفاعلي المقام أي تفاعل العنصر البشري الذي اطر العلاقة الخطابية بين المرسل " فريدة بلقسام " والمستقبل " سميرة بوراس " يجدر التذكير أن التفاعل المقامي لا يخص ممثلي الخطاب المذكورين فقط ولكن يخص كل الشريحة المثقفة من لمتتبعين الذين يهتمهم معرفة الأسباب الخلقية التي دفعت رئيس الجمهورية إلى إرسال هذه الرسالة لأن هذه الرسالة تمس كل النساء الجزائريات بمن فيهن النساء البرلمانيات وحتى سميرة بوراس، لذلك فسؤال فريدة بلقسام هو تعبير عن أشكال شريحة واسعة من المتتبعين وبالتالي عن تفاعل مقامي سيكون سببا في شد انتباه المتلقي من جهة وبالنسبة لشريحة من المتطلعين لأخبار الإعلامية من جهة أخرى.

بداية تفعيل دينامية المجموع:

إن انطلاق الحوار بكيفية عملية يكون مع تحوّل المستقبل إلى المرسل وتحوّل المرسل إلى مستقبل هكذا يتم إذن تفعيل دينامية المجموع بين " فريدة بلقسام " و" سميرة بوراس " الذي جاء جوابها على النحو الآتي: " أنا أجيبك سيدتي بأن تغيير الدهنيات يعني عبرت عنه الأحكام القانونية التي جاءت في تعديل الدستور 2008 في المادة 31 مكرر التي تعمل على تجسيد مكانة المرأة في المجالس المنتخبة الذي يرمي إليه هذا التعديل وهو نزع الحواجز الاجتماعية الموجودة بين المرأة والرجل كذلك تعامل مع المرأة على أنها فكر وكقوة اقتراح وأن المرأة هي نصف المجتمع إذا ما كنا أردنا أن ترتقي في المجتمعات بالمرأة والرجل هذا لم الأمر يبقى فقط بل تجسد في الانتخابات التشريعية لـ 2012 الذي تمخض من عدد هائل ومحترم من النساء الجزائريات في البرلمان وكانت الدولة يعني أول دولة في العالم العربي لي تحضى فيه بهذا العدد من البرلمانيات".

إن جواب " سميرة بوراس " ينطوي على تفاعل واضح بينها وبين ما يمكن أن تعتقده الأخريات في كون المرأة الجزائرية أصبح لها دور فعّال في المجتمع وهي بذلك قد

فرضت وجودها وكسرت الحواجز الاجتماعية التي تقول أن المرأة تبقى في البيت وكذلك تغيير الفكر والتعامل مع المرأة على أنها فكر، فهي نصف المجتمع بل هي المجتمع كله.

ثم بعد ذلك تنتقل الصحفية الإعلامية " فريدة بلقسام " التي توجه سؤالها إلى البرلمانية الثانية بعد شكر البرلمانية الأولى في قولها " سيدة بلعيد عن تجمع الوطني الديمقراطي أعطى السيد رئيس الجمهورية خلال رسالته للمرأة جملة من الوصفات إن صح التعبير مفادها أن الترقية وتعزيز دور المرأة في المجتمع يمر عبر حملة إعلامية واسعة تستند للمجتمع المدني وتبرز كفاءات النساء والتزامهن وهي كفيلة بتطوير الدهنيات وتحسين التصورات من شأن دور المرأة في المجتمع، كيف تقرأون اليوم في المجتمع الوطني الديمقراطي مواكبة الإعلام والمجتمع المدني لدور السياسي الذي تلعبه المرأة في البلاد؟"

إن تحليل ما جاءت به " فريدة بلقسام " في سؤالها تدرج كذلك عنه أربع معلومات وهي على التوالي:

- إعطاء رئيس الجمهورية خلال رسالته للمرأة جملة من الوصفات.
- ترقية وتعزيز دور المرأة في المجتمع يمر عبر حملة إعلامية واسعة تستند إلى المجتمع المدني.
- إبراز الكفاءات النساء والتزامهن، وهن كفاءات بتطوير الدهنيات وتحسين التصورات دور المرأة في المجتمع.
- الدور السياسي الذي تلعبه المرأة في البلاد.

ولقد تم التفاعل بين " فريدة بلقسام " والبرلمانية " رتيبة عياد " الذي جاء جوابها على النحو الآتي:

" أجاب على السؤال: التجمع الوطني الديمقراطي فخور جدا بمكانة التي وصلت إليها المرأة في مجال السياسي بنسبة 30 % التي أصبحت اليوم تفوق الكثير من الدول

في العالم كلنا نعرف أن تطورات الدول تقاس بمكانة المرأة في البرلمان إذا نحن فخورون جدا وهذا راجع إلى القرار السياسي الذي اتخذته سيد رئيس الجمهورية والذي نبغلو الشكر باسمي الخاص وباسم كل المناضلات التجمع الوطني الديمقراطي على هذا القرار الشجاع الذي قدم للمرأة مكانة في المجال السياسي، سيد رئيس الجمهورية في 08 مارس كانت رسالته قوية وهادفة في الفقرة التي تكلم فيها على مجال الإعلام في المجتمع المدني ومدى تأثيرهم على إبراز الكفاءات النسوية على أن اليوم المجتمع المدني يلعب دور مهم في إبراز مكانة المرأة في المجال السياسي عبر الندوات هو الحلقة التواصل بين المواطن و النساء السياسيات وكذا الإعلام هو لي وصل المعلومة للمواطن على مدى الكفاءة السياسية للنساء في البرلمان والمجتمع الوطني ديمقراطي فخور جدا بالمستوى الذي وصلت إليه المرأة في البرلمان ونعتقد أن هذه الصورة الغير الجيدة الذي قدموها المرأة ما تعبرش حقيقة المستوى الذي كان في البرلمان مستوى من النساء الجامعيات إلى غير ذلك".

إن جواب " رتيبة عياد "تمثل في المكانة التي وصلت إليها المرأة في مجال السياسي التي بلغت نسبتها 30 % ومدى تأثير الإعلام والمجتمع المدني في إبراز الكفاءات النسوية.

إن جواب " رتيبة عياد " المتمثل في :

صرحت البرلمانية "رتبة عياد " مجيبة عن التساؤل الذي طرحته فريدة بلقسام إلى أن الإعلام والمجتمع المدني كان لهما دور كبير في التأثير على المرأة من خلال إبرازها لكفاءاتها النسوية وقدراتها المهنية خاصة في المجال السياسي مما دفع ذلك بتحريك العجلة نحو التقدم والتطور بالدولة الجزائرية إلى أعلى المراتب وخاصة في المحافل الدولية وان لم نقل أيضا في جميع دول العالم الأخرى وهذا ناتج عن المجهودات الجبارة التي قام بها رئيس الجمهورية حول حق المرأة في الإطار المهني خاصة في المجال السياسي وهذا ما أعطاه صبغة جديدة في منصب البرلمان والحكومة أيضا.

في حين أن الصحفية فريدة بلقسام إنتقلت إلى سؤال آخر مع إعلامية أخرى وتمثل قولها في " السيدة سعدي عن حركة مجتمع السلم يعني برأيك هل اليوم هنا كقناعة لدى

المجتمع الجزائري على انه مجتمع رجعي والمجتمع لا يساير التطورات الحاصلة وتقدم الحاصل هل باعتقاده أن قدرات المرأة مثل قدرات الرجل في تقدير المجتمع كما هو الحال عند دول الجنوب ودول الشمال كما جاء أيضا في رسالة رئيس الجمهورية عندما يتعلق الأمر بالتصور وصولا إلى الانجاز؟

وإذا ما أردنا أن نحلل قول الصحفية في سؤالها للضييفة ويبرز لدينا ثلاثة معلومات وهي كالآتي:

- فناعة المجتمع الجزائري المتمثلة في قدرات المرأة كقدرات الرجل.

- الاتهامات الموجهة للمجتمع الجزائري على انه مجتمع رجعي ولا يساير التطورات.

- جاء في رسالة رئيس الجمهورية بأن المرأة مثل الرجل من خلال التصور وصولا إلى الانجاز.

وتم التفاعل البرلمانية مع الصحفية من خلال الإجابة على سؤالها في قولها:

" طبعا ما جاء في رسالة رئيس الجمهورية للنساء الجزائريات نثمن ما جاء في هذه الرسالة فيما يخص المزيد من المساواة في المسؤوليات السياسية والاجتماعية والثقافية طبعا هذه المساواة قد أقرها القرآن الكريم، بمعنى نحن بالنسبة لنا كمجتمع جزائري هذه المصطلحات ليست جديدة علينا ولكن أقرها القرآن الكريم ونريد فقط كنساء جزائريان إنصاف وتكافؤ الفرص بين جميع المواطنين والمواطنات ولا نريد من خلال هذه المساواة أن نحول النساء إلى رجال أو الرجال إلى نساء، نحن نقرأ من خلال رسالة الرئيس أنه أكد على أن المرأة الجزائرية رغم المجهودات التي قدمتها أثناء الثورة وبعد الثورة لم تنل حظها بعد تقدير ومن الاستحقاق..."

نلاحظ من خلال قول البرلمانية "فاطمة سعیدی" عن المكتب الوطني لحركة مجتمع السلم أنه خلال قراءتها لرسالة رئيس الجمهورية كان مضمونها المتمثل في المساواة بين المرأة والرجل برغم من أن هذه المساواة كانت قبل ذلك أي نادى بها القرآن الكريم وكما أنها قد دعت إلى إقامة يوم وطني للمرأة بما أننا نحتفل باليوم العالمي لها كما دعت

الإنصاف بين المواطنين والمواطنات وهذا التكافؤ يكون في جميع الفرص كما أقرت على أن المرأة كان لها دور الفعال في المجتمع قبل وبعد الثورة التحريرية.

ثم بعد ذلك تنتقل مقدمة البرنامج لتوجه سؤالها إلى البرلمانية "نادية شويتام" عن حزب العمال من خلال قولها: " ممثلة حزب العمال جاء أيضا في رسالة سيد رئيس الجمهورية بأن تكريس وحقوق المرأة يقص عليه الدستور في أن النساء والرجال يكونوا سوسيا إلى مختلف العهديات والوظائف الانتخابية، حزب العمال هل كان من الممكن أن نصل إلى نسبة 30% من تواجد المرأة في البرلمان لولا قانون (كوطة kauta) وهل مازلت في حزب العمال ضد هذا النظام أو هذا القانون؟".

وعلى هذا السؤال تترتب مجموعة من الأفكار يمكن إدراجها فيما يلي:

- جاء في رسالة الرئيس بأن تكريس حقوق المرأة ينص عليه الدستور.

- النساء والرجال قد يكونوا سواسيا في مختلف العهديات والوظائف.

- بلغت نسبة تواجد المرأة في البرلمان 30%.

لقد نجح عنصر الحوار من خلال الأخذ والرد الذي دار بين الصحفية "فريدة بلقسام" والبرلمانية "نادية شويتام" عن طريق الرد على سؤالها قائلة: " أنا أتمنى لو يكون خارج 08 مارس أيضا فضاءات خاصة في الإعلام الثقيل التي يتكلم على هموم المرأة، معاناة المرأة لأن 08 مارس أيضا يوم عالمي للنضال وعندوا تاريخ تاعوا في العالم وكرس نظالات المرأة و انتسابات المرأة كل حقوق ونحن كجزائريين استفدنا من هذه الانتسابات مباشرة بعد الاستقلال، وتاريخ الجزائر يكن منذ تنهان حتى الحركة الوطنية وحتى فاطمة نسومر شاركت جنبا إلى جنب الرجل في الستينيات والسبعينات وثمانينيات والمرأة في كل محطة كانت أدت دورها الفعال في تاريخ بلادها وهذا يعني جعل مجتمعنا مميز يكن أكثر تقدم من كل المجتمعات...هناك أحزاب ضد باش تطور المرأة والمجتمع وبريء من هذا التخلف..لكن مازال التمييز قائم في قانون الأسرة..."

لقد جاء في كلمة " نادية شويتام " أن حزب العمال يدعو إلى إقامة فضاءات أخرى تركز دور المرأة غير 08 مارس كما تتكلم هذه الفضاءات على هموم المرأة ومعاناتها كما تقول أن يوم 8 مارس لا يدل على يوم العالمي للمرأة فقط فهو أيضا يعبر عن اليوم العالمي للنضال، وقالت أيضا أن المرأة في الحركة الوطنية شاركت جنبا إلى جنب الرجل مثل المناضلة " لالة فاطمة النسومر"، " تنهان" و" كهينة " وغيرها من المناضلات الجزائريات فحسب رأيها لازالت المرأة تمثل العنصر الفعال في المجتمع ولا نستطيع تجاهلها أو تجاهل ما حققته في المجتمع.

تذهب الصحفية الإعلامية " فريدة بلقسام " مقدمة برنامج " حوار الساعة" لتوجه سؤالها إلى البرلمانية " زبيدة عسول " (برلمانية سابقة) من خلال قولها: " سيدة زبيدة ما البارز الذي استوقفك في الكلمة التي وجهها رئيس الجمهورية للمرأة الجزائرية في عيدها السنوي وما تعليقك على المكتسبات التي حققتها المرأة في السنوات الأخيرة خاصة من 2012 إلى الآن؟".

فيما يخص سؤال الصحيفة فهو ينطوي على فكرة أساسية وهي المكتسبات التي حققتها المرأة في السنوات الأخيرة خاصة في 2012 الى أن فان الاستعمال الحوارى لهاته المعلومة السياسية يؤطرها مبدأ إخباري دقيق وهو الملائمة في استعمال المعلومة.

هاته الملائمة التي أصبح من الضروري الإشارة إليها مع دخول دينامية المجموع إلى مرحلة جديدة تتمثل في دخول زبيدة عسول إلى الحوار حيث جاء في جوابها: " استوقفني ثلاث نقاط في كلمة رئيس الدول الموجهة للنساء بمناسبة 8 مارس وخاصة بمناسبة 50 سنة بعد الاستقلال:

- **النقطة الأولى:** هو أنه تكلم على 8 مارس لا يمكن أن يكون احتفال ولكن يكون موقف أو محطة ما حققناه وما بقي لنحققه في المستقبل.
- **النقطة الثانية:** هو أنه تكلم على الشراكة، المرأة لازم تكون شريك فاعل في المجتمع وفي كل المجالات اليومية ألا وهي المجال الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي والسياسي.

● **النقطة الثالثة:** رئيس الدولة القاضي الأول للبلاد يحس بأنه الآن حان الوقت في أننا نتكلم عن تغيير الحقيقي وهذا التغيير يجد التجسيد فعلى في الواقع ، وهذا التغيير لا يتأنى إلا إذا أزلنا لكل الحواجز والعقبات التمييزيين التي تحُول دون أن تكون المرأة كمواطن كاملة الحقوق والواجبات.

إن تعداد المعلومات السياسية التي تشمل عليها كلمة زبيدة عسول هو الذي يبين ملائمتها لموضوع الحوار، تشمل كلمة زبيدة عسول من ثلاثة معلومات سياسية :

- هو أن 8 مارس ليس احتفال وإنما هو محطة تقييم المرأة من خلال ما حققته وما بقي لتحقيقه في المستقبل.

- مشاركة المرأة في المجتمع هو أنها لا بد أن تكون شريك فعال وفي كل المجالات سواء الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، أو السياسية.

- حان الوقت للتغيير الحقيقي من خلال إزالة كل الحواجز والعقبات المتميزية بين المرأة والرجل.

- نجد جواب " زبيدة عسول " اتخذ الطريقة الحجاجية التي تتفاعل مع ما يقتضيه إقناع الخاطبين حيث نهجت طريقة تعلق الدليل الحجاجي بالنتيجة، فرسالة رئيس الجمهورية للمرأة في عيدها السنوي هي التي دفعت بإزالة الحواجز والعقبات التمييزية وأعطت للمرأة مكانتها المستحقة في المجتمع.

وختاماً يمكننا القول بأن الصحفية الإعلامية " فريدة بلقسام" كانت بمثابة

المنسق للحصة وهذا ما جعل هذه الأخيرة تتجح عن طريق تفاعل كل المتحاورات فيها من خلال الإجابة عن الأسئلة فأدى إبداء الرأي والرأي الآخر إلى تفاعل كل المتحاورات وبطريقة حضارية مساهمات في نجاح البرنامج.

الخلاصة:

ختاما فالخطاب الإعلامي كغيره من الخطابات، مؤسسة لسانية ذات بعد تواصلية غاية التأثير في المتلقي، وتوجيه الرأي عبر مجموعة من التقنيات المستمدة من حقول فنية ومعرفية أخرى كالبلغة و الأدب و السياسة... مما يشترط على محله التسلح بزاد نظري قوي، و منهج علمي متين، حتى يتسنى له سبر أغواره وكشف خباياه، والوقوف على أدق مميزاته وأن يكون المحلل كذلك قارئ لما وراء السطور وليس ذو نظرة تحليلية سطحية واصفة، وهذا كله بغيت فهم الرسالة وتأويلها، وكذا الوقوف على تقنيات الخطاب الإعلامي.

الختامة

أشرفنا على نهاية عملنا ويطيب لنا أن نبين خاتمة ما توصلنا إليه في هذه الدراسة وإن كانت الأعمال بخواتمها، فما ستقدمه هذه الخاتمة هي خلاصة جهد مثابر وسعي صادق تمثل جملة من الاستنتاجات وهي على النحو الآتي:

1. إن السيميائية تعتبر حقلا من حقول المعرفة فهي تهتم بالأنساق اللسانية وأخرى غير لسانية وتتنوع دائرتها أكثر لتشمل تفسير معاني الدلالات والرموز و الإشارات.
2. التحليل السينمائي أو السيميولوجي يدرس جميع النصوص و الخطابات والأنشطة الإنسانية والبشرية إما سطحا وإما عمقا وذلك من خلال مطابقة الشكل مع المضمون.
3. تعد السينمائيات علم واسع وشامل وجامع في طياته التغير من العلوم اذ يعود أصلها اللغوي إلى العصر اليوناني semion الذي يعني العلامة logos.
4. إذا أردنا معرفة أصل الخطاب فيجب علينا الرجوع إلى التراث العربي، فهذا الأخير تحسس أهمية الخطاب والدور التداولي الذي يعتبر أهم شروطه مما نجد أسس النظريات اللسانية كامنة فيه.
5. اعتبر العرب الخطاب هو الواقع الاجتماعي وإدارات للهوية أي أنه بدون خطاب لا يوجد واقع اجتماعي وبدون فهم الخطاب لا يمكن أن نفهم واقعنا وتجاربنا.
6. تعددت أنواع الخطابات لتشمل ما هو ديني، وما هو فلسفي، وما هو أخلاقي، وما هو قانوني وتوسعت الدائرة أيضا لتشمل على الخطاب الاجتماعي فالخطاب السياسي وحتى الخطاب الإعلامي المعلوماتي.
7. اصطلح على الإعلام بأنه حمل خبر أو نبأ من جهة إلى أخرى أو من شخص لآخر أو تبني قضية يتم إيصالها من خلال قنوات معينة إلى الملتقى سامعا أو مشاهدا أو قارئا.
8. للإعلام وسائل مختلفة و أهمها: الراديو والتلفزيون والصحافة، ومما لا شك فيه أن كل وسيلة من هذه الوسائل القدرة على إقناع تختلف باختلاف المهمة المسندة إليها وباختلاف الجمهور.

9. إن الخطاب الإعلامي هو عملية تقنيـع أي اقناع الواقع وتصوره وفق إدراك مسبق لما يجب أن يكون، وان كان الخطاب يكشف عن منتخب فلا بد أيضا أن يتناسب وعقلية المستقبل ومستواه.

10. يعد الحوار وبصفة عامة أحد أشكال التواصل الشفوي التي تضمن تبادل بين فردين أو أكثر بطريقة منظمة بهدف كشف وتحليل الموضوعات، وتحقيق أكبر قدر من الفهم والإفهام عن طريق مراجعة الكلام وتداوله بحكمة بين الأطراف المشاركة فيه.

11. يعتبر الحوار أصل من الأصول الثابتة للحضارة العربية الإسلامية ينبع من رسالة الإسلام وهدية ومن طبيعة ثقافته وجوهر حضارته.

12. ينقسم الحوار الإعلامي إلى ثلاثة أنواع رئيسية: حوار الأخبار أو المعلومات، حوار الرأي وحوار الشخصيات وتندرج تحت هذه، أنواع أخرى فرعية التي تصنف وفق الهدف من الإجراء وهي الحوار السياسي، الحوار الاجتماعي، الحوار الديني، والحوار الثقافي.

13. بث مثل هذه الحصص على مباشر، لما فيه من مزايا التفاعلية والحيوية والإثارة مع فتح باب النقاش وإبداء الرأي والرأي الآخر.

14. بث الحصة في مواقيت الذروة من المشاهد لها المسائل السياسية من أهمية وهذا التوقيت نراه بعد نشرة الثامنة مباشرة، مع إعادة بثها في مواقيت أخرى لتمكين الاستفادة منها الجمهور عريض، وكذلك تخصيص عدد كاف من الومضات الاشهارية الخاصة في مواقيت مختلفة للإعلان عن موضوعها والتذكير بيوم وساعة البث وهو ما من شأنه أن يوسع دائرة مشاهدة الحصة ويؤسسه لسلوك انتصار موعد بثها تبعا لما أعلن عن وتم التركيز عليه.

15. استعمال أسلوب خطابي تفهمه مختلف الشرائح الاجتماعية وذلك بالتخفيف من تخصص أو بتعريفه إلى أقصى ما يمكن وهذا يكون من جانب مقدمة البرنامج كما يكون من جانب الضيوف.

16. إن أسئلة المنشطة " فريدة بلقسام" كانت أكثر جرأة – الجرأة المهنية طبعاً- وذلك بغية تحقيق ما يسمى بالاستفزاز الإعلامي الذي يدفع الضيوف أو المستجوبات إلى التقدم أكثر في مسار الحديث وكشف حقائق أو واقع بأكثر فاعلية، وهذا أسلوب من رجال الإعلام في القنوات الكبرى، وهو أسلوب مهني ومشروع، وقدر ما يحقق الإثارة وشد المشاهد يحقق الفائدة المرجوة من الحصاة أو التحقيق وهو الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الحقيقة وكشف الواقع أو غير ذلك من الأهداف المرجوة.

الملاحق



التلفزة الجزائرية الارضية



حصة حوار الساعة يوم 10 مارس 2013



بلاطو حوار الساعة الضيوف على المائدة المستديرة



الصحفية الإعلامية فريدة بالقسام منشطة لحنة حوار الساعة

قائمة المصادر و المراجع

القران الكريم : رواية حفص عن عاصم.

المعاجم:

1. ابن منظور، لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، بيروت لبنان، ط2، 1419هـ/1999.

2. أبي بكر الرازي، مختار الصالح، دار الحديث، القاهرة 2003.

3. الفيروز أبادي، قاموس المحيط، مؤسسة الرسالة لطباعة والنشر والتوزيع ط2، 1426هـ/2005.

الكتب العربية:

4. إبراهيم إمام، الإعلام الذاتي والتلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي 1979م.

5. أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة ط1، 2002.

6. أحمد حمدي الخطاب الإعلامي العربي أفاق وتحديات، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع الجزائر ط1، 2002.

7. بسام مشاقبة، منهاج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان الأردن ط1-2010م.

8. بشير ابرير، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، الأردن 2008.

9. بن عبد ربه الأندلسي، العقد الفريد، ط3-ج2 1987 م تحقيق دكتور مفيد قمحية دار النشر العلمية بيروت.

10. جاحظ أبو عثمان عمر بن بحر، البيان والتبيين ط5-تحقيق ونشر عبد السلام هارون، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة 1985م ج1.

11. ريم أحمد عبد العظيم، الحوار الإعلامي، برنامج تدريبي لتنمية مهاراته، دار الميسرة النشر والتوزيع والطباعة ط1، 2010-1430هـ.
12. زهير احد ادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال – ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون الجزائر ط2007/1.
13. سعيد بن كراد، سيميائيات، مفاهيمها وتطبيقاتها، سلسلة شرفات 11 منشورات الزمن رباط، ط 2003.
14. سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع- عمان الأردن ط1-2010.
15. صادق أبو سليمان، الخطاب الإعلامي الفلسطيني المعاصر- دراسة دلالية في ضوء البلاغة العربية –جامعة الأزهر، 2007.
16. صفاء جبارة، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، دار أسامة للنشر والتوزيع – عمان الأردن ط2010/1.
17. عبد الفتاح الحموز، سينمائية التواصل و التفاهم في التراث العربي القديم، دار الجريز للنشر والتوزيع ط1-1432هـ/2011م.
18. عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، دار الشباب الجديد القاهرة ط1-2004.
19. عصام خلف كامل، مفهوم الخطاب في الدراسات الأدبية واللغوية المعاصرة، دار فرحة للنشر والتوزيع 2003.
20. قدور عبد الله الثاني، سيميائية الصورة ، مغامرة سيميائية في أشهر الإرسالات البصرية في العالم، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر.
21. محمد جلوب الكتاني ، تقنيات الحوار الإعلامي، قناة الجزيرة نموذجا دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن – عمان ط1-2012.

22. محمد داني، في ماهية السينمائيات والصورة، دار النشر سيدي معروف كازابلانكا المغرب ط1، 2013.
23. محمد نظيف، ماهي السيميولوجيا، لبنان، دار إفريقيا الشرق، ط2، 2000.
24. مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، ج1 القاهرة، دار الهاني للطبع والنشر، 1988م.
25. مصطفى محمد الحسناوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن عمان ط1، 2001.
26. منصور الرفاعي عبيد، الحوار آدابه وأهدافه، مركز الشباب للنشر، ط1، 1424هـ/2004م.
27. نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية للمستقبل العربي، عالم المعرفة 2001م.

الكتب المترجمة:

28. بنفيس اميل، سيميولوجيا اللغة ترجمة سيزار قاسم ط1، الدار البيضاء 1986، ج1.
29. دليلة مرسلي، فرنسوا شوفالدون، ماركبوفان، جان موطين، مدخل إلى السيميولوجيا (نص - الصورة) ترجمة عبد الحميد بوراو، ديوان المطبوعات الجامعية الساحة المركزية بن عكنون، الجزائر، ط1، 1995.
30. روبرت شولز، السيمياء والتاويل، ترجمة سعيد الغانجي.
31. مينيك مونقار، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة محمد يحياتن، منشورات الاختلاف، ط1، 2005 / 2006.

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
	كلمة شكر وتقدير.
	الإهداء.
أ	المقدمة.....
	مدخل: سيميائيات المصطلح الإتجاهات
07	1. ماهية السيميائيات.....
09	2. تعريف السيميائيات.....
11	3. اتجاهات ومدارس السيميائية.....
	الفصل الأول: الخطاب الإعلامي
17	I. الخطاب:.....
26	II. الإعلام.....
31	III. الخطاب الإعلامي.....
37	IV. متطلبات الخطاب الإعلامي.....
39	V. الخطاب الإعلامي نسق تفاعلي.....
40	VI. لغة الخطاب الإعلامي.....
	الفصل الثاني: ماهية الحوار الإعلامي
43	1. مفهوم الحوار.....
46	2. أشكاله.....
50	3. وسائل الحوار.....
53	4. أنواع الحوار.....
56	5. سمات المحاور الإعلامي الناجح.....

60 أسس الحوار الفعال
64 أهمية
الفصل الثالث : تحليل سيميائي لحصة حوار الساعة	
67 تمهيد
68 المستوى الوصفي
69 المستوى التعييني
73 المستوى التضميني
88 خلاصة
90 خاتمة عامة
94 الملاحق
97 قائمة المصادر والمراجع
101 فهرس