

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية الأدب العربي والفنون

قسم الدراسات اللغوية والأدبية



مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في اللغة والأدب العربي

تخصص: لسانيات تطبيقية

الوظائف اللغوية في الخطاب الإعلامي -دراسة في آليات الاقناع نماذج مختارة-

إعداد الطالبة:

إشراف:

زروقي نوال

د. آمنة لطروش

لجنة المناقشة

الترتبة/ الاسم واللقب	اسم الجامعة:	انصفة:
د. زينب لوت أستاذة	المدرسة العليا للأستاذة مستغانم	عضوا رئيسا
د. آمنة لطروش أستاذة محاضرة أ	المدرسة العليا للأستاذة مستغانم	مشرفا ومقررا
د. نكاح سعاد أستاذة محاضرة أ	جامعة عبد الحميد بن باديس	عضوا ممتحدا

العام الجامعي

2025-2026

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في اللغة والأدب العربي
قسم اللغة العربية
المستورة آمنة لطروش

قسم الدراسات اللغوية والأدبية

رخصة إيداع النسخة النهائية لمذكرة الماستر

أنا الممضي (ع) أسقله الأستاذ (ع)، أمانة لطروش

الرتبة العلمية، ... أستاذة محاضرة أ

بصفتي مشرفاً (ع) على مذكرة الماستر الخاصة بالطالب (ع)،

الاسم واللقب: زروقي نوال

التخصص: اللسانيات تطبيقية

السنة الجامعية: 2025-2026

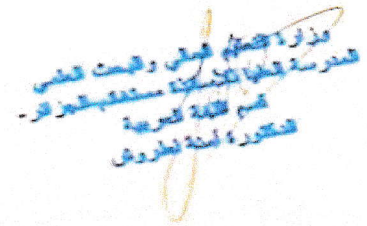
والموسومة: "الوظائف اللغوية في الخطاب الإعلامي دراسة في آليات الإقناع- نماذج مختارة-"

أشهد أن الطالب (ع) قد أتم (ت) إنجاز المذكرة وفق التوجيهات العلمية والمنهجية المطلوبة. وبعد مناقشتها والأخذ بعين الاعتبار ملاحظات لجنة المناقشة وتصحيحها. أرخص له (أ) بإيداع النسخة النهائية للمذكرة لدى مكتبة الكلية.

مستغانم في 29/06/2026

مصادقة رئيس القسم

إمضاء الأستاذ المشرف





فَاخْرُجْ مِنْهَا إِلَىٰ الْحَدِّ الْمَعْلُومِ

قبس من ذكر الحكيم

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ وَ نُنْزِلُ مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ وَلَا يَزِيدُ الظَّالِمِينَ إِلَّا خَسَارًا ﴾ (82) وَإِذَا أَنْعَمْنَا عَلَى الْإِنْسَانِ أَعْرَضَ وَنَأَىٰ بِجَانِبِهِ وَإِذَا مَسَّهُ الشَّرُّ كَانَ يَؤُوسًا ﴿83﴾ قُلْ كُلُّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرُبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿84﴾ سورة الإسراء الآيات [82- 84]

شكر وعرفان

الحمد لله والشكر له الذي وقّني لإتمام هذا العمل المتواضع، فله الحمد أولاً وآخراً، وبه أستعين وعليه أتوكل.

أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى أستاذتي الفاضلة " لطروش آمنة"، لما بذلته من جهدٍ كريم في إرشادي وتوجيهي، فلها مني خالص الدعاء بدوام الصحة والعافية والمزيد من التقدم العلمي.

كما أتقدم بالشكر والتقدير إلى أستاذتي الكرام الذين شرفني بالتلمذ على أيديهم، فكان لهم بالغ الأثر في إثراء معارفي، فجزاهم الله عني خير الجزاء على ما قدموه من علمٍ وعطاء.

وفي الختام، أبعث بكلمات الشكر لكل من أسهم، من قريب أو بعيد،

في إنجاز هذا العمل ولو بكلمة طيبة أو دعاء صادق.

Congratulations



2026

إهداء:

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على خير من بُعث رحمةً للثقلين،

نبينا محمد صلى الله عليه وسلم. أما بعد:

أحمد الله الذي يسّر لي إتمام هذا العمل، وأهدي ثمرة جهدي المتواضع

إلى **أمي الحبيبة** و **أبي الغالي**، اللذين أفنيا عمرهما في تربيتي وتعليمي،

. وكانا سندي الأول في درب العلم والمعرفة

.إلى كل من مدّ لي يد العون، ومنحني ولو ذرة علمٍ فنهلته منها

.إلى **إخوتي وأخواتي** عرفاناً بالجميل ومحبةً لا توصف

.وإلى كل الأحبة الذين احتواهم قلبي، وإن ضاقت الصفحات عن ذكر أسمائهم، فمكانهم في القلب محفوظ

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل، سائلاً المولى أن ينفع به.

- زهرقي نوال -

مقدمة

شهد العالم في العقود الأخيرة تطورًا متسارعًا في وسائل الإعلام والاتصال، بفعل الثورة التكنولوجية والرقمية التي غيّرت طبيعة التواصل داخل المجتمعات المعاصرة. وقد أصبح الإعلام اليوم من أكثر المجالات تأثيرًا في تشكيل الوعي الجماعي وتوجيه الرأي العام، نظرًا لقدرته الكبيرة على نقل المعلومات والأفكار والصور بسرعة واسعة الانتشار. ومع هذا التطور، لم يعد الخطاب الإعلامي مجرد وسيلة لنقل الأخبار، بل تحوّل إلى فضاء لغوي وثقافي يمارس أدوارًا متعددة تتصل بالإقناع والتأثير والتوجيه وصناعة المعنى.

وفي ظل هذا الحضور القوي للإعلام في الحياة اليومية، برزت أهمية اللغة باعتبارها الركيزة الأساسية التي يقوم عليها الخطاب الإعلامي، فهي الأداة التي تُصاغ بها الرسائل الإعلامية وتُنقل عبرها المواقف والتصورات. كما أن نجاح الخطاب الإعلامي في الوصول إلى المتلقي والتأثير فيه يرتبط بمدى توظيف اللغة بطريقة تحقق التواصل الفعّال وتستجيب لطبيعة الجمهور والسياق الإعلامي.

وانطلاقًا من ذلك، تُعدّ دراسة الوظائف اللغوية للخطاب الإعلامي من الموضوعات المهمة في الدراسات اللغوية والإعلامية، لما تكشفه من أبعاد تتعلق بكيفية استثمار اللغة داخل النصوص الإعلامية لتحقيق أهداف مختلفة، كالإخبار والتأثير والإقناع والتفاعل. ومن هذا المنطلق، ومن

هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة إلى تناول الوظائف اللغوية للخطاب الإعلامي، من خلال إبراز أهم الوظائف التي تؤديها اللغة داخل النصوص الإعلامية، وتحليل دورها في تحقيق التواصل والتأثير داخل الفضاء الإعلامي المعاصر من خلال بحثنا الموسوم بـ: "الوظائف اللغوية للخطاب الإعلامي"

وتبرز أهمية دراسة الوظائف اللغوية للخطاب الإعلامي في الكشف عن الكيفية التي تُستثمر بها اللغة لتحقيق أهداف إعلامية متنوعة، سواء كانت إخبارية أو تواصلية أو إشهارية أو أيديولوجية. فالخطاب الإعلامي يوظف أساليب لغوية مختلفة، تتراوح بين اللغة المباشرة واللغة الإيحائية، وبين الأسلوب الموضوعي والأسلوب التأثيري، مما يجعل اللغة عنصرًا حاسمًا في بناء المعنى وتشكيل مواقف المتلقين واتجاهاتهم، وعليه تتمحور إشكالية بحثنا حول الكشف عن طبيعة الوظائف اللغوية التي يؤديها الخطاب الإعلامي، وكيفية توظيف اللغة داخل الرسائل الإعلامية لتحقيق أهداف التواصل والتأثير والإقناع. وانطلاقًا من ذلك يمكن صياغة الإشكالية الرئيسة على النحو الآتي: كيف تُسهم الوظائف اللغوية في بناء الخطاب الإعلامي وتحقيق أهدافه التواصلية والتأثيرية؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية، من أبرزها:

- ما المقصود بالخطاب الإعلامي وما أهم خصائصه اللغوية وأنواعه؟
- ما أبرز الوظائف اللغوية التي يعتمد عليها الخطاب الإعلامي؟
- كيف تُوظف اللغة داخل الخطاب الإعلامي للتأثير في المتلقي؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات اعتمدنا مقدمة، مدخلا وفصلا نظريا وآخر تطبيقي خصصناه لدراسة بعض الخطابات، وذيّلناه بخاتمة قدمنا فيها أهم النتائج المتوصل إليها، أما المدخل فخصصناه لجملة من المفاهيم الأساسية المرتبطة بموضوع الدراسة، حيث تطرقنا إلى مفهوم الخطاب الإعلامي، ثم عرض أهم أنواعه وخصائصه تبعاً لاختلاف أهدافه ووظائفه. كما تناولنا مفهوم اللغة الإعلامية باعتبارها الأداة الرئيسة في بناء الرسالة الإعلامية، مع إبراز أهم سماتها وخصائصها الأسلوبية والتداولية.

ثم الفصل الأول الجانب النظري المتعلق بـ "الوظائف اللغوية في الخطاب الإعلامي" حيث تم التطرق في البداية إلى مفهوم الوظيفة اللغوية وبيان أهميتها في العملية التواصلية، ثم عرض أبرز الوظائف اللغوية التي يعتمد عليها الخطاب الإعلامي في نقل الرسائل وتحقيق التأثير في المتلقي. ثم انتقلنا إلى آليات التأثير في الخطاب الإعلامي، إضافة إلى تحليل البنية اللغوية

للخطاب الإعلامي وما تتضمنه من خصائص تركيبية ودلالية وأسلوبية تسهم في تحقيق أهداف التواصل والإقناع والتوجيه داخل الفضاء الإعلامي.

خصّص الفصل الثاني للجانب التطبيقي من الدراسة، حيث يتم فيه تحليل نماذج مختارة من الخطابات الإعلامية قصد الكشف عن الوظائف اللغوية الموظفة فيها، وبيان كيفية توظيف اللغة لتحقيق أهداف التأثير والإقناع والتواصل، مع إبراز العلاقة بين طبيعة الخطاب الإعلامي والوظائف اللغوية التي يؤديها داخل السياق الإعلامي والتواصلي.

وقد اعتمدنا في بحثنا على المنهج الوصفي، لكونه الأنسب في وصف الظواهر اللغوية داخل الخطاب الإعلامي وتحليل وظائفها المختلفة، مع الاستعانة بمقاربة تحليل الخطاب للكشف عن آليات التأثير والتواصل التي تحققها اللغة في النصوص الإعلامية.

وقد حظي موضوع الوظائف اللغوية في الخطاب الإعلامي باهتمام الباحثين، فقد تناولت دراسة بوحفص (2018) الوظائف اللغوية في الصحافة الجزائرية المكتوبة، وخلصت إلى هيمنة الوظيفة الإفهامية والإقناعية. بينما ركزت دراسة بن عيسى (2020) على نشرات الأخبار التلفزيونية، وأبرزت غلبة الوظيفة المرجعية والانفعالية. أما في البيئة الرقمية، فقد بين شومان (2019) بروز الوظيفة التأثيرية في خطاب منصات التواصل الاجتماعي. ورغم هذا الزخم، إلا

أن الدراسات السابقة ركزت على الوصف العام للوظائف دون التعمق في آليات اشتغالها كأدوات إقناعية في النماذج الجزائرية المعاصرة، وهو ما تسعى هذه الدراسة لصدّه.

وكأي بحث علمي لا يخلو من بعض الصعوبات واجهتنا جملة من الصعوبات، أبرزها صعوبات نظرية تمثلت في تداخل المفاهيم بين "الوظيفة اللغوية" و"الاستراتيجية الإقناعية"، وصعوبات تطبيقية في حصر نماذج ممثلة للخطاب الإعلامي نظراً لتجده، وصعوبات توثيقية لندرة المراجع العربية المتخصصة. وقد تم تجاوزها بالاستناد إلى أداة تحليلية محكمة .

وفي الختام، فإنّ هذا العمل ما كان ليتحقق لولا فضل الله عز وجل أولاً، ثم بفضل توجيهات الأستاذة المشرفة الدكتورة "آمنة لطروش" لما قدمته لنا من معلومات فجزاها الله كل خير، وأسأل الله تعالى أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم.

مدخل

"الخطاب الإعلامي مفهومه وخصائصه وأنواعه"

يعتبر الخطاب الإعلامي نوع من أنواع الخطاب وهو لغة الجماعة، يعتمد على نقل المعارف، الأفكار، المعلومات إلى الجمهور عبر وسائل مختلفة، مستعملاً أساليب التأثير والإقناع في المواقف، ويعمل على توجيه الرأي العام وبناء المواقف تجاه القضايا المطروحة .

1-الخطاب والنص :

أ- الخطاب :

• لغة :

وقد ذكر ابن منظور في كتابه لسان العرب : « الخطاب، خطب، يخاطب، خطابة . إذن فهي مشتقة من الجذر الثلاثي (خ.ط.ب) الخطاب مراجعة الكلام وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطاب وهما يتخاطبان.»¹

الخطاب هو كل كلام موجه من متحدث إلى مخاطب، ويكون ذلك في صورة تخاطب وتبادل الأقوال بين الطرفين المتخاطبين.

وقد ورد في أساس البلاغة للزمخشري ما يلي: « خطب : خاطبة أحسن الخطاب، وهو المراجعة بالكلام ... يقوم الرجل في النادي في الجاهلية فيقول : خُطِبَ واختطب القوم فلانا :

¹ - ابن منظور، لسان العرب، دار صادر بيروت، ج1، ط3، 1994، ص356.

دعوه إلى أن يخطب إليهم....»¹، أي أنّ الخطب هو عملية مخاطبة الناس، كما في قولهم "اختطب فلانا القوم" أي طلبوا منه الكلام، وهي دعوة الشخص ليخاطب الجمهور.

• اصطلاحاً :

«الخطاب هو كل إنتاج لغوي موجّه إلى نقل فكرة أو موقف أو التأثير في المتلقي»²، أي أنّ الخطاب هو عملية لغوية موجهة للمتلقي داخل سياق اجتماعي محدد، تهدف إلى نقل رسالة وتحقيق التأثير في المتلقي.

يقول جاكسون في هذا الصدد الخطاب : « الخطاب عبارة عن نص لغوي اجتماعي يخاطب المتلقي بطريقة منظمة ويعكس موقف المتحدث أو الجهة الإعلامية »³، بمعنى أنّ الخطاب هو أداة توصلنا إلى ما يدور بذهن المتكلم من محاوره، وتمكننا من معرفة طريقة تفكيره، أما الخطاب الإعلامي فهو أوسع من ذلك حيث أننا نصل إلى عقلية وهي التي يدور عنها هذا الخطاب.

¹ - إكرام بن سلامي، الخلفية اللغوية لتمثيل الخطاب الشعري في كتاب الموشم المرزباني، قراءة تداولية المدرسة العليا للأساتذة بقسنطينة، مجلة الأثر، ع10، ص80.

² - عبد الله دراز، مبادئ الخطاب الإسلامي، دار الطبعة، القاهرة، ط1، 1985. ص42.

³ - رومان جاكسون، مقالة في وظائف اللغة، دار المعارف، القاهرة، دط، 1972، ص15.

ب- النص:

• لغة :

يقال في اللغة «نصّ الشيء رفعه وأظهره ، وفلان نصّ أي استقصى مسأل عن الشيء حتى استخرج ما عنده، ونص الحديث ينصه نصّا؛ إذا رفعه، ونصّ كلّ شيء منتهاه»¹، فالنصّ مزداد وضوحا على الظاهر لمعنى في المتحدث، وهو سوق الكلام لأجل ذلك الجوهر، مرادفات (المعنى ، المضمون) ،النص ما لا يحتمل إلا معنى واحد وقيل ما لا يحمل التأويل .

• اصطلاحا:

نقول ينظر إلى النص في الاصطلاح أنه « تشكّل كل متتالية من الجمل نصّا، شريطة أن تكون هذه الجمل علاقات، أو على ألا صح بين بعض عناصر هذه الجمل علاقات تتم هذه العلاقات بين عنصر وآخر وارد في جملة سابقة أو جملة لاحقة، أي أن لنص نسيج من الجمل المترابطة »²، ويتضح من هذا القول أنّه لن تتحقق وحدة النص عندما ترتبط مكونات كل جملة بمكونات جمل أخرى، وتكون علاقات دلالية نحوية تربط بين هذه الجمل المتتالية، سواء كانت سابقة أو لاحقة، معنى ذلك النص هو وحدة متكاملة تتكون من تراص للجملة والكلمات وهو نسيج مترابط بين جملة وأخرى .

¹ - ابن منظور، لسان العرب، تحقيق مجموعة من الأساتذة، دار صادر، بيروت، ط3، 1414/1994، ج7، ص44.42.

² - محمد الأخضر الصبيحي، مدخل إلى علم النص ومجالات تطبيقية، ط1، الجزائر، 2008، الدار العربية للعلوم/ ص70.

ويقول محمد العبد: «النص بناء كلي متسق منسجم ومتشاكل خاضع لمجموعة من القواعد النحوية و الصرفية والصوتية والمعجمية و ثم فالنص ليس له طول محدد»¹، أي أنّ النص بناء شامل ومتشكل ومنسجم يتقيد لمجموعة من القواعد التركيبية والصرفية والصوتية والمعجمية ، فلنص له طول غير محدد .

• النص والخطاب :

يقول روجر فارلر Roger Fowler: « إنّ كل نص خطاب، فعل لغة من لدن مؤلف ضمني، له تصميم محدد لقارئ ضمني محدد الهوية»²، فكل نص خطاب، حدث لغة من المؤلف ضمني، يتميز بتصميم معين لقارئ ضمني معين الهوية، معنى ذلك النص هو الخطاب، وهو فعل المؤلف إلى القارئ محدد، في حين وترى جولها كريستيفا Julia kristeva : «النص الأدبي خطاب يخترق حالياً وجه العلم والايديولوجيا والسياسة»³، أي أنّ النص الأدبي هو الخطاب يتغلغل الايديولوجيا حالياً ميدان العلم والسياسة .

النّص والخطاب هما وجهان لعملة واحدة رغم اختلافات الطفيفة فالنّص هو الشكل والخطاب هو التطبيق لهذا الشكل .

¹ - محمد العبد، النص والخطاب والاتصال، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة، دط، 2014 ، ص8.

² - المرجع نفسه، ص8.

³ - المرجع نفسه، ص8.

2- مفهوم الخطاب الإعلامي :

• لغة :

هو «مراجعة الكلام ، والكلام والرسالة، وهو المراجعة بالكلام، أما يخاطب به الرجل صاحبه ويقتضيه الجواب ، وهو مقطع كلامي يحمل معلومات يريد المرسل (المتكلم) أن ينقلها إلى المرسل إليه . ويكتب رسالة ويفهمها الآخر بناء على نظام لغوي مشترك بينهم ، ويكون المعنى الذي توصلنا إليه يتمثل في «الحوار» الذي يرتبط بدوره بوجود عناصر التالية :

المرسل ، المستقبل ، الرسالة .¹، من هنا تبيننا لنا الخطاب الإعلامي هو ما يخاطب به المتكلم يقتضيه الجواب، وهو مقطع الحواري يحمل معلومات التي ينقلها من المتحدث إلى مستمع ، ويكتب الرسالة و يفهمها الآخر بناء على اللغة مشتركة بينهم ، ويكون المعنى يرتبط بعناصر هي : المرسل، المستقبل، الرسالة .

لكن التعريف الاصطلاحي للخطاب الإعلامي كما يرى بشير أبرير: هو « إنتاج لغوي إخباري يكون متعدد الأشكال تتكون ضمن نسق اجتماعي وثقافي معين . له قدرة على التأثير في المتلقي، من خلال اعادة بناء وعيه، ورسم تصورات للمستقبل، تبعا للوسائط التقنية

¹ - ينظر: العباشي شعيب، الخطاب الإعلامي والقضايا المعاصرة ، عالم الكتب ، ط1، القاهرة، 2013، ص162.

والمرجعيات المعرفية التي يستند إليها ¹. أي هو عمل لغوي متنوع الأشكال تتشكل حول نسق اجتماعي وثقافي معين يؤثر في المتلقي من خلال بناء وعيه تكون مرجعياته المعرفية يستند إليها .

• خصائص الخطاب الإعلامي :

إنَّ خصائص هذا الخطاب الإعلامي يتميز بها، عن غيره تجعله مبرزاً عن خطابات الأدبية الأخرى، يمكن أن نلخصها في النقاط التالية :

• **الاتساق (cohesion):** كما يعرفه هاليداي : «مجموعة الرسائل اللغوية التي تضمن الربط بين العناصر الداخلية و الخارجية للجملة الثانية، إذا تكون الملفوظ المنطوق من التجلي في صورة نص هي : الضمير العائ، الروابط، الاقتضاءات، تتابع أزمنة الأفعال، بما يسمح بتدرج الموضوع على نحو المنظم، وهو بذلك يعتبر التماسك القوي بين الأجزاء التي تشكل الخطاب ²، فالاتساق هو كل رسالة لغوية تضمن الربط بين العنصر الداخلي والخارجي، تكن الرسالة ملفوظة أو منطوقة في صورة تعود لضمير العائد، الروابط، الاقتضاءات تتبع أزمنة الفعل، حول موضوع المنظم، وهو التماسك القوي بين كل أجزاء الخطاب .

¹ - بشير ابرير، الصورة في الخطاب الإعلامي: دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والايقونية، الملتقى الخامس للسمياء والنص الأدبي، ص3.

² - هاجر أحسن لعروسي، الخطاب الإعلامي في التلفزيون بين الايديولوجية والموضوعية، دار الوثائق لنشر ولاستيراد والتوزيع الكتب، ط1، 2020، ص27.

• **الانسجام coherence** : « قد تعدد الترجمات العربية لهذا المصطلح نجد سعد مصلوح إلى (الحبك) وتعبه في ذلك جميل عبد المجيد، لكن تعددت المقابلات العربية لمصطلح (الانسجام) فإنّ مدلوله واحد، يتخلص في كونه العلاقات الخطية الموجودة بين المعاني والمفاهيم والأفكار في باطن النص ¹، وبالرغم من تعدد الترجمات لمصطلح الانسجام فإن المقابلات العربية مدلولها واحد، في كونها وجود علاقات بين المعاني والمفاهيم والأفكار في أعماق النص.

• **الاستشهاد (Citation)**: من شأنه «تقوية درجة التصديق بقاعدة ما معلومة وذلك بتقديم حالات خاصة».² فتقديم الاستشهاد يستعمل في حالة الخاصة لتقوية التصديق بقاعدة المعلومة.

• **الأهمية (Relevance)** : ويقدم بها تناول القضايا التي تهتم بأكثر عدد من الجماهير والتي تمس احتياجاتهم ومتطلباتهم ورغباتهم عن تستجيب وقرب لأمالهم وتطلعاتهم³، والأهمية هي الحجيات والمتطلبات التي يسعى إليها الجماهير من خلال تناول عدة قضايا، وتسهل أمالهم وتطلعاتهم.

¹ -خلال مصطفىاوي، الانسجام النفسي وعلاقة (النظرية والتطبيق)، مجلة اللغة العربية، ع39، المركز الجامعي عين تموشنت، دت، ص187.

² - هاجر أحسن لعروسي، المرجع نفسه، 27

³ - ينظر: هاجر أحسن لعروسي، الخطاب الإعلامي في التلفزيون بين الايديولوجية والموضوعية، ص27.

• **الوضوح (Clarity):** «يجب أن يكون الخطاب واضحاً لفظاً ومعنى من حيث سهولة الكلمات، الجمل والعبارات ليسهل فهم الأفكار والمعلومات المراد إيصالها للمتلقي، ويتحقق ذلك بالتركيز على الحقائق والأفكار والمعلومات الهامة والأساسية».¹ وتحقق خاصية الوضوح زيادة المصداقية وتجنب الالتباس وغموض تعكس احترافية الوسيلة الإعلامية ويزيد ثقة الجمهور (المتلقي) .

• **الحيوية في الخطاب (Dynamisme du discours):** هي السمة التي تجعل الخطاب حيّاً، تجعل المتلقي قادراً على الانتباه وإقناعه من طرف المرسل بحيث يشعر المتلقي أن الخطاب موجه إليه مباشرة،² والحيوية في الخطاب يقصد بها لبسمة فعالة تجعل المتلقي قادراً على الانتباه من طرف المرسل، من خلال توجيه الخطاب يشعر به مباشرة موجه إليه. والمقصود بالحيوية في قولها: «هي اختصار الكلمات الجذابة الشوق البعيد عن الجمود الجذب المتلقين للخطاب والحفاظ على اهتماماتهم»³، معنى ذلك وضع الكلمات تجذب وتلفت الانتباه المتلقين قصد التشويق والمتابعة للخطاب.

¹ - الخطاب الإعلامي وأساليب الإقناع:

[http:// www.zakatins.net/pdf/alkhetab%20alealame.pdf](http://www.zakatins.net/pdf/alkhetab%20alealame.pdf).2015/01/08

² - هاجر أحسن لعروسي، المرجع نفسه، ص28.

³ - هاجر أحسن العروسي ، المرجع السابق، ص 28.

• التنوع (Variety) :

يقصد به «التعدد في الفقرات، والعبارات والجمل في وحدة عضوية واحدة للخطاب وأن توزع الأفكار الجديدة على ثنايا الفقرات بحيث كل فكرة تقدم تصور جديدة». ¹بمعنى أن التنوع هو التعدد في الأفكار من خلال الوحدة عضوية للخطاب على ثنايا الفقرات، بحث كل فكرة تقدم لنا تصور جديد .

• الاختصار (Conciseness): «وهو تكلم باختصار، بانجاز، باقتضاب، وقد عرف في المعجم (اللغة العربية المعاصرة) مصدر اختصر ، اختصار ، اختزال ، شكل مختصر لعبارة أو كلمة .»²

يرى أحمد حمدي أنّ الخطاب « يقوم الخطاب الإعلامي يشرح عدة مواضيع تحتاج إلى شرح والتفسير المواضيع السياسية، الاقتصادية، يوضح المدلول والمغزى من ورائها ويسهل فهمها لدى الجمهور ليكون الآراء ووجهات النظر حولها .»³ وهذا يعني أنّ الخطاب يوضح الهدف والمدلولات المواضيع التي تحتاج إلى تفسير، بيان، تعليق، توضيح المعنى، مع عدم إطالة المملة واختزال ما يجب اختصاره في الخطاب المتحدث .

¹- الخطاب الإعلامي وأساليب الاقناع، المرجع نفسه.

² - معجم مجاني للطلاب، دار المجاني، بيروت ، 2008 ص 240، 241.

³ - أحمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي، آفاق وتحديات، دار هومة، الجزائر، 2002، ص 15، 16.

3- اللغة الإعلامية : يؤكد حمزة الجابري أنّ اللغة الإعلامية ليست مجرد وسيلة تعبير

لغوي، بل نتاج سياق الاجتماعي وفكري واقتصادي تتحكم فيه بنية الإعلام ووظائفه داخل المجتمع في قوله : « إنّ اللغة الإعلامية تعد انعكاسا مباشرا لطبيعة النظام الإعلامي السائد؛ إذا تتشكل وفق حدود الحرية المتاحة، وتخضع لوظائف الإعلام أدواره داخل المجتمع»¹.

ومن هنا نكتشف أنّ لغة الإعلام هي مجرد مرآة عاكسة لمجتمع بما فيه من تنظيمات ومكونات وبنى يحتويها الإعلام بكل مجالاتها، السياسية والاقتصادية والتاريخية والثقافية وغيرها.

اللغة الإعلامية مصطلح متعدد في كتب من خلال السمات والخصائص فهي: «اللغة التي تشيع على أوسع نطاق في المحيط الجمهور العام، وهي القاسم المشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافية والصناعة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب»²، معنى ذلك اللغة مستخدمة في الوسائل الإعلام، تنقل الأفكار بطريقة واضحة، يكون ذلك في معظم العلوم المعرفية الاجتماعية، الإنسانية، الفن والأدب.

يقول يوسف عبد علي حسين : « اللغة الإعلامية التي يفترض أن تتميز بالعقلانية لتحقيق صداقيتها تغدو في هذا الضرب من الإعلام الاحتكاري للغة تنقي العقل وتتجاهل

¹ -حمزة الجابري، اللغة الإعلامية -المفهوم - الخصائص- الواقع والتحديات، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع ط 1، 2013، ص35.

² -سامي الشريف، أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية .المفاهيم .الأسس .التطبيقات - جميع الحقوق المحفوظة للمركز ، كلية الاعلام القاهرة، 2004، ص34.

المنطق وتزدري طرائق الاقناع الطوعية، مكتفية بالتعامل مع انفعالات بشرية معنية تركز في نهاية المطاف اغترابا إعلاميا كاملا¹، فاللغة الإعلام تكون مجردة صورة للواقع تشرحه وتصله بكل مصداقية وعقلانية، ويمكنها أن تكون كذلك في نفس الوقت مثل الرسام الذي يزين برشاته وألوانه لوحة هذا الواقع أو يشوهها بحسب الغرض المرجو أو فئة المستهدفة وكل ذلك يكتشف بحسب الذوق العام للناس والوعي الجمعي .

- خصائص اللغة الإعلامية :

للغة الإعلامية خصائص عدة يمكن ذكر أهمها فيما يلي:

أ- الوضوح:

«ترجمة هذه الخاصة إلى طبيعة وسائل الإعلام من ناحية وإلى الخصائص جمهورها من ناحية أخرى، فإذا كانت الكلمات غير واضحة في الوسيلة، فالمستمع لا يشرحها للتأكد منه أو الاستفهام عما غمض منه، وجمهور وسائل الإعلام هم فئات متنوعة، ولذا يجب أن تكون الكلمات والجمل والمعاني واضحة حتى تحقق أهدافها»²، فهاته الخاصية إذا هي نتيجة حتمية لجمع بين اثنين أولهما اللغة الإعلامي، ومدى سهولتها وجزالتها وقربها من المستوى المتلقي، وثانيهما مستوى هذا المتلقي وقدرته على فهم والتحليل واستنتاج.

¹ - يوسف عبد علي حسين، اللغة الإعلامية، دار دجلة للنشر والتوزيع، ط11، 2016، ص 41.

² - سامي الشريف، أيمن منصور ندا، اللغة العربية، المفاهيم، الأسس. التطبيقات، ص 38.

ب- الإيجاز والاختصار :

«تتصف اللغة الإعلامية بالاختصار والإيجاز في نقل المعلومة، أو كل يقول جوزيف بولتر للصحفيين اكتبوا الجمل القصيرة، التي تتجه رأساً للحديث، فتبين ماذا أجرى وأين، وإذا ذكروا أسماء الأشخاص والتواريخ والأماكن»¹ ، فالإيجاز شرط ضروري في أي لغة فهي بمثابة اللغة الإعلامية التي يسمعها الناس باستمرار فهي إذا عرضة وفريسة سهلة وروتين والملل، فهذا الإيجاز بمثابة المنقذ لها، فالمتلقي يبحث دوماً بزينة الموضوع دون تفاصيل خصوصاً إننا في عصر السرعة .

ت- الملاءمة: ويقصد بها أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من الناحية ومع الجمهور المستهدف من الناحية الأخرى فإن لغة الراديو هي لغة ذات طابع وصفي وهي لغة تتوجه إلى حاسة السمع، ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة : «ولغة الصحافة تستهدف فئات اجتماعية وتعليمية اقتصادية معنية وتتوجه إلى حاسة البصر، فيجب أن تكون ملائمة أيضاً»²، فلغة الإعلام يجب أن تتناسب مع طبيعة الموضوع متناول كذلك أن تحوي جميع الخصائص التي تضمن المقصد والمعلومة منها ما ذكرناه من خصائص الوضوح والإيجاز لتحقيق الملائمة الموجودة من كل ذلك .

¹ - عبد الخالق سلطان، نزار خورشيد مامه ، اللغة الإعلامية، في جامعة دهوك كلية التربية الأساسية، mamah@wid.ac، ع2، يونيو 2022، ص465.

² - سامي الشريف، أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية . المفاهيم . الاسس . التطبيقات، ص38.

ث- الجاذبية: ويقتصد بها التشويق: أن تكون الكلمة على الشرح والوصف بطريقة حية ومسلية، فلا وجود يتوق إلى الاستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون جاف خال من عوامل الجاذبية والتشويق»¹، والجاذبية في اللغة الإعلامية هي قدرة اللغة على التأثير في المتلقي وهي تجمع بين التشويق، الوضوح الأسلوب المؤثر في الجمهور، بحيث تعزز هذه الخاصية في اللغة الإعلام التفاعل مع المتلقي والمحتوى .

ج- السرعة: يلجأ الإعلاميون إلى استخدام لغة تمتاز بالسرعة في نقل المعلومة؛ ممّا يجعلهم إلى استخدام تعابير قصيرة للحصول على النشر بسرعة لذلك «فعلى الاغلب الصحفيون استخدام الجمل القصيرة التي تتعمق في التفاصيل بيان المشاعر الذاتية»²، والسرعة هي القدرة الخطاب على توصيل النشر بسرعة وبأقل جهد ذهني للمتلقي، تهدف إلى إيصال الفكرة مباشرة، بدون شرح مطول في التفاصيل بيان المشاعر الذاتية. لأنّ الأخبار الإعلامية تمتاز بديمومة والاستمرارية ومواكبة الوقائع لذلك هي حاجة ماسة للسرعة .

4-أنواع الخطاب الإعلامي :

يتميز الخطاب الإعلامي بتنوعه تبعاً لتعدد وظائف وأعرضه، ويتخذ أشكالاً متعددة تختلف باختلاف الأهداف مما يجعل دراسته ضرورية لتحليل رسائله وتأثيره في المتلقي.

¹ - نزار خور شيد مامه، عبد الخالق سلطان، اللغة الإعلامية، ص 165.164.

² - المرجع نفسه، ص 165.

1- الخطاب الإعلامي الاجتماعي :

يعمل الخطاب الاجتماعي إلى تسليط الضوء على الظواهر الاجتماعية من خلال معالجة العلاقات والقيم والأنماط الاجتماعية تؤثر في الأفراد والجماعات داخل المجتمع، إذ « يعكس الخطاب الاجتماعي في الإعلام قضايا المجتمع ويسهم في تشكيل القيم والاتجاهات العامة»¹، وبهذا يعالج الخطاب الاجتماعي مشكلات المجتمع، ويلعب دورا في توجيه القيم والسلوكيات العامة .

يقول محمد عبد المجيد: « يسعى الخطاب الاجتماعي إلى معالجة الظواهر المجتمعية عبر طرح قضايا واقعية ومناقشتها إعلاميا»²، أي أنه يسعى إلى تسليط الضوء على الظواهر الاجتماعية ومناقشتها وتحليلها بشكل إعلامي واضح، ف « الإعلام بوصفه خطابا اجتماعيا لا يكتفي بعكس الواقع بل يسهم في بنائه من خلال إعادة إنتاج القيم والمعايير داخل المجتمع»³ وهكذا يهدف الخطاب الاجتماعي إلى معالجة الظواهر المجتمعية، عبر طرح القضايا الواقعية ومناقشتها إعلاميا .

¹ - حسن عماد مكاي، نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر، القاهرة، ط1، 2005، ص189.

² - محمد عبد المجيد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، لبنان، ط3، 2004، ص101.

³ - بيير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، تر: درويش الحلوجي، دار كنعان للدراسات والنشر، دمشق، ط1، 2000،

2- الخطاب الإعلامي السياسي :

يعرف بأنه هو إنتاج من الأقوال والخطابات السياسية، إذ « يعدّ الخطاب السياسي في وسائل الإعلام أداة لتشكيل الرأي العام والتأثير في الموقف والاتجاهات من خلال توظيف اللغة والاقناع »¹ وبهذا يمثل الخطاب السياسي فاعلة لتشكيل الرأي العام، مستندا من أساليب الاقناع، ويضيف عبد السلام المسدي: « الخطاب السياسي في وسائل الإعلام هو ممارسة لغوية تهدف إلى التأثير في الرأي العام وتوجيهه عبر آليات الاقناع والحجاج »²، إنّ هذا النوع من العلام يعمل على تشكيل الرأي العام في الاتجاهات عبر توظيف أساليب اللغة وآليات الاقناع، ويعمل الخطاب السياسي الإعلامي على بناء صورة ذهنية للفاعلين السياسيين بما يخدم أهدافا ايدولوجية محددة، ويولد الخطاب السياسي الإعلامي فكرة ذهنية للفاعلين السياسيين بما يعمل أهدافا ايدولوجية محددة، ويتميز بجملة من الخصائص نذكر منها:

-الاقناع والتأثير .

-الطابع الايدولوجي .

-يعبر عن معتقدات والقيم، تتمثل في الرؤية الفكرية والسياسية .

-الارتباط بالسلطة.

¹ - محمد مفتاح، تحليل الخطاب الشعري : استراتيجية التناص، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط3، 1992، ص45.

² - عبد السلام المسدي، اللسانيات وأسسها المعرفية، الدار التونسية للنشر، تونس، ط1، 2000، ص132.

-الاستمالة العاطفية، التأثير على العواطف .

-الدفاع بالجدل عن المواقف، يكون بالوضوح والتبسيط .¹

3-الخطاب الإعلامي الإخباري :

يتمثل في الكلام الذي ينقل المعلومات والمعارف (الأخبار) إلى الجمهور بشكل مباشر ودقيق، من خصائصه: الدقة والموضوعية، كما يوضح فاضل محمد البداني : إنَّ الصحفي يكون تركيزه على الحقائق، ويضيف عبد العزيز شرف: « يقوم الخبر الصحفي على نقل الوقائع بدقة وموضوعية، مع تجنب التعليق أو إبداء الرأي»²، يقصد بالخبر الصحفي نقل الاحداث والوقائع كما هي، بدقة والموضوعية، مع تجنب التعبير عن رأى الشخصي، بالإضافة إلى أنَّ « اللّغة في الخطاب الإخباري تتسم بالبساطة والوضوح وتهدف إلى إيصال المعلومة بأقل قدر من التّأويل »³، فيحرص الخطاب الإخباري إلى اللغة البسيطة والواضحة لتسهيل المعلومة دون التّأويل .

¹ - ينظر: محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية، الدار المصرية اللبنانية، لبنان، ط1، 2007، ص99.

² - عبد العزيز شرف، الأساليب الفنية التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، ط2، 2000، ص27.

³ -محمود علم الدين، أساسيات الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2001 ، ص58.

4-الخطاب الإعلامي الترفيهي :

يعتمد الخطاب الترفيهي على تقديم محتوى جذاب وفعال ومشوق يحقق المتعة ويشير اهتمام الجمهور، و« يهدف الخطاب الترفيهي إلى تحقيق المتعة والإثارة مستندا إلى عناصر التشويق والجاذبية»¹، بحيث يركز الخطاب الترفيهي على توفير المتعة وجذب الانتباه عبر أساليب مشوقة وجاذبة مع الاعتماد على التشويق والجاذبية في العرض، و« تعتمد البرامج الترفيهية على تبسيط الخطاب وتوظيف اللغة القريبة من الجمهور لضمان التفاعل»²، أي توظف البرامج الترفيهية لغة قريبة من الجمهور لضمان التفاعل بين المنتج والمتلقي.

5-الخطاب الإعلاني الإعلامي :

هو خطاب تأثير وإقناعي يهدف إلى تغيير سلوك الجمهور من خلال الترويج للسلع «يقوم الخطاب الإعلاني على بناء رسائل رمزية تستهدف التأثير في سلوك المستهلك من خلال الإثارة العاطفية والعقلية»³، يبنى الخطاب الإعلاني محتواه الرمزي بطريقة تؤثر في سلوك الأفراد، ما يزيد من فاعلية الرسالة التسويقية، إذ « يعد الخطاب الإعلاني من أكثر الخطابات تأثيرا، إذ يعتمد على الاقناع واستمالة المتلقي عبر توظيف اللغة والصورة لتحقيق أهداف

¹ علي عوجة، الإعلام والترفيه، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، ط1، 2003، ص63.

² نبيل راغب، فنون الإعلام، دار غريب للنشر، القاهرة، ط1، 1999، ص94.

³ جون فيسك، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، تر: سعد البازعي، دار الشرق، عمان، الأردن، ط2، 1996، ص 126.

تسويقية»¹، فيتسم -الخطاب الإعلاني- بالقوة التأثيرية، مما يجعله من أكثر الخطابات قدرة على التأثير في سلوك المتلقي وتحقيق أهداف تسويقية .

6-الخطاب الإعلامي التحليلي :

يعتبر الخطاب الإعلامي التحليلي من أبرز أشكال الخطاب التي تتعدى نقل الخبر وتفكيكه وتفسيره، مع ربطه بساقه السياسي، الاجتماعي، الاقتصادي، فـ « يتجاوز الخطاب التحليلي مجرد نقل الأحداث ليقدم تفسيراً لها في ضوء السياقات السياسية والاجتماعية»²، فهو لا يقتصد هذا النوع من الخطاب الإعلامي على الأحداث، بل يسعى إلى تفسيرها وربطها بسياقاتها الاجتماعية والسياسية، يقول طه عبد الرحمن في هذا الصدد «التحليل الإعلامي يعتمد على تفكيك الخطاب وإعادة تركيبه للكشف عن دلالاته العميقة»³، بمعنى أنه يركز التحليل الإعلامي على دراسة مكونات الخطاب وإعادة تحليلها بعمق للكشف عما يتضمنه من دلالاته، فيقوم التحليل الإعلامي على ربط المعطيات الخبرية بسياقاتها العامة، بما يسمح بفهم أعمق للأحداث وتفسيرها.⁴ من خلال تفسير العناصر، وربط العناصر والخلفيات، وتوضيح المعاني للوصول إلى دلالات العميقة.

¹-عبد الحميد محمد، الإعلان والإعلام، دار النهضة العربية، القاهرة، ط1، دت، ص67.

²-صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص، دار الشرق، القاهرة، ط1، 1992، ص112.

³-طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط2، 2006، ص76.

⁴-حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة القضايا المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، لبنان ، ط1، 2005، ص141.

الفصل الأول:

" الوظائف اللغوية والخطاب الإعلامي "

- مفهوم الوظيفة اللغوية.
- أنواع الوظيفة اللغوية.
- الوظائف اللغوية للخطاب الإعلامي.
- البيئة اللغوية للخطاب الإعلامي.
- آليات التأثير الإعلامي غير اللغة.

تمهيد:

تعتبر اللغة أداة الأساسية في بناء الخطاب الإعلامي، إذا تمثل الوسيلة التي تُنقل بها المعلومات، وتُصاغ من خلالها المعاني والمواقف فالخطاب الاعلامي ليس مجرد نقل للوقائع بل هو عملية تواصلية مركبة تستهدف التفسير والأخبار في آن واحد. وقد اهتمت الدراسات اللسانية والتواصلية بتحليل وظائف اللغة، خاصة مع إسهام اللساني الروسي رومان جاكيسون الذي بين أن اللغة تؤدي وظائف مختلفة بحسب عناصر التواصل وتظهر هذه الوظائف بوضوح في الخطاب الإعلامي. وتتداخل فيه الوظائف ستة منها الاخبارية والتعبيرية. ويكون ذلك لطبيعة الرسالة الإعلامية.

1- مفهوم الوظيفة اللغوية:

أ- الوظيفة:

- لغة : إذا تتبعنا مصطلح الوظيفة في المعاجم العربية ، فإننا نجد لها معان متعددة ، يجمعها ابن منظور في معجمه الشهير «لسان العرب» قائلا : «الوظيفة من كل شيء ما يقدر له في كل من رزق أو طعام أو علف أو شراب ، ويجعلها الوظائف والوظف ، ووظف الشيء على نفسه ووظفه توظيفا ألزمها إياه ، وقد وظفت له توظيفا على الصبي كل يوم حفظ آيات

من كتاب الله عزوجل . والوظيفة لكل ذي أربع: ما فوق الرسغ إلى مفصل الساق .¹ الوظيفة تعني ما يُعطي من رزق أو طعام أو علف أو شراب، يجعلها الوظائف أو الوظف. ويقال إن الشيء، وظف على نفسه، أي ألزم نفسه به، مثل: توظيف الصبي لحفظ آيا القرآن يومياً. وعند ذوي الاربعة أرجل، تعني الوظيفة الجزء الممتد من الفوق الرسغ إلى مفصل الساق.

اصطلاحاً:

ب - الوظيفة اللغوية:

عرفها رومان جاكيسون Roman Jakobson: هي الدور الذي تؤدّيه الرسالة اللغوية بعناصر العملية التواصلية. ويؤكد أن في قوله: الوظيفة اللغوية هي الدور التي تؤدّيه الرسالة اللغوية، على حسب العنصر الغالب في عملية التخاطب، فكّما كان الخطاب حول عنصر معيّن (المرسل، المتلقي، السياق، الرسالة، القناة، الشفرة) برزت وظيفة مخصوصة.

«تؤدي اللغة وظائف متعددة تعدّد الاغراض التي تستعمل من أجل تحقيقاً إلا أن الوظيفة الأساسية هي وظيفة التواصل .²، فإقامة علاقة بين مرسل ومستقبل هي الوظيفة

1- محمد بودية، مفهوم الوظيفة في اللسانيات العربية، المؤتمر الدولي الخامس اللغة العربية المجلس الدولي للغة العربية، ص161.

2 - أحمد المتوكل، الوظيفة والبنية: مقاربات وظيفية لبعض قضايا التركيب في اللغة العربية، منشورات عكاظ للطباعة والنشر ط1، الرباط، دت، ص10.

الأساسية، رغم عدة وظائف أخرى لديها، فجميع هذه الوظائف المتنوعة تشكل في نهاية عملية تواصلية، وهي الهدف الذي تعمل اللغة من أجله، النقل، الافهام المشاعر والأفكار.

2-أنواع الوظائف اللغوية:

اللغة ظاهرة بشرية في التواصل الإنساني، فهي ليست مجرد كلمات وجمل بل أداة تنظم وتعبير و إفهام تحقق أغراضًا متعددة. درس رومان جاكيسون الوظائف اللغوية من منظور تواصلية، وبين ستة وظائف أساسية أهمها التعبيرية، وهي توضح الهدف من كل استخدام للغة. ومن جهة أخرى نظرها ليدي إلى الوظائف اللغوية في السياق الاستخدام اليومي، أهمها الإجرائية، التفاعلية، المعرفية، موضحًا كيف تساعد اللغة على تكوين العلاقات الاجتماعية ونقل المعلومات في البيئة والتحكم فيها من هنا يتبين أن الوظائف اللغوية لا يقتصر على تحليل النصوص فقط، بل يكتشف الغرض والمعنى والسياق استخدام اللغة.

• الوظائف التعبيرية: «la fonction expressive»

الوظيفة التعبيرية: La fonction expressive. «يطلق عليها بالوظيفة الانفعالية Emotive» يعبر بها المتكلم أو الكاتب عن مشاعره تكون مرتبطة بذات على التجربة النفسية.» نستنتج بذلك التجربة المتحدث مستخدمة لتبيان العواطف كالغضب والفرح والاعجاب ألم، دهشة، تؤثر في لمتلقي من تفاعل العاطفي. بشكل مباشر في تعبير، تكون بعيدا عن

المتلقي أو الموضوعية تهتم أكثر بشخصية ذاتية، أما ان تكون بصدق أو كذب»¹. تعرف هذه الوظيفة اللغوية بتعبيرها للمتكلم عن مشاعره وأفكاره، وهي نوعين من الانفعال الحق والباطل.

«وتنقسم الانفعالات من هذه الزاوية إلى التعبير الانفعالي الخالص عما يختلج في الذات التي كانت مصدر للخطاب المرسل ، وأخرى تجاوزت النقل المباشر الأحداث التي يبدي المرسل تجاهها موقفا مميزا يجعل الخطاب المنجز مُلْكَاً له ، ويتجلى الصنف الأول في الرسالة المشحونة بخطاب علمي أو حديث عادٍ حيث تنطق في معظمها الدول مع مدلولاتها بينما تزداد الرسالة المشحونة بخطاب متعالٍ في قيمتها الابداعية كلما تمكن الباثُ من ارسال سلسلة وحدات خطابية ذات مدلول متجاوز للواقع الخالص ، متعالٍ عن الحقيقة كما هي في وجودها الطبيعي»².

تعتبر هذه الوظيفة اللغوية عن مشاعر المتحدث وأحاسيسه ومشاعره، تركز الكلام على المرسل وهو العنصر أساسي في عملية التخاطب تكون الانفعالات بشكل مباشر في الوظيفة التعبير، كفرح أو سرور، حزن أو ألم، دهشة، الإعجاب، إن هذه الوظيفة تهتم أكثر بذاتية بعيد عن المتلقي أو الموضوعية بالدرجة الأولى.

1 - ينظر: رومان ياكبسون، قضايا الشعرية ترجمة محمد الولي ومبارك حنون. ط5، دار البيضاء المغرب. دس، ص 30

2 - الطاهر بومزبر، التواصل اللساني والشعرية مقارنة تحليلية لنظرية رومان جاكيسون، ص35

• الوظيفة الإفهامية : « la fonction cognitive »:

وتسمى أيضا عند اللسانيين بمصطلح وظيفة تأثيرية *fonction impressive*, وهو مصطلح مهم يمكن اشارة إلي الافهام، ذلك ان الجانب النظر إلى عقلية اما المصطلح الثاني *impressive* يحمل المدلول العاطفي لوظيفة الإفهامية. نستخلص من هذه الوظيفة الإفهامية تأكد أكثر عن فهم الموضوع على المتكلم، تكون نظرتها الاولى على الجانب العقلي في المفردة التأثيرية (وظيفة تأثيرية *fonction impressive*, اما الثانية العاطفة للوظيفة المستعملة أكثر في التقارير، الاخبار، الكتب العلمية.¹ تؤكد الوظيفة الإفهامية أكثر على فهم الموضوع على المتحدث، تكون نظرتها الأولى على الجانب العقلي في المصطلح التأثير وظيفة تأثيرية «*fonction impressive*»، أمّا الجانب الثاني يركز على المصطلح *impressive* يحمل هذا المدلول العاطفة للوظيفة. وتستخدم أكثر في التقارير، الأخبار، الكتب العلمية.

« وتبرز هذه الوظيفة على سطح الخطاب عندما تتجه الرسالة إلى المرسل إليه، وتجد تعبيرها الأكثر خلوصا في النداء والأمر اللذين ينحرفون، من وجهة نظر تركيبية وصرفية وحتى فونولوجية في الغالب، عن المقولات الاسمية والفعلية والآخرى، وتختلف جمل الامر عن الجمل الخبرية في نقطة أساسية: فالجملة الخبرية يمكنها أن تخضع لإخبار الصدق، ولا يمكن لجمل

1- سمير المرزوقي، جميل شاكر، مدخل إلى نظرية القصة تحليلا وتطبيقا. دار المشرق مشروع النشر المشترك دس،

الامر أن تخضع لذلك¹. نفهم من خلال رأيته أن الوظيفة الإفهامية تتميز بتسيير الرسالة إلى المستقبل، وتجد تعبيرها الأكثر في النداء والامر اللذان تنحرفان، ومن جهة تركيبية وصرفية وحتى فونولوجية في الغالب. أنّ الجملة الخبرية يمكنها أن تتقيد لإخبار الصدق ولا يمكن لجمل الامر أن تخضع لذلك.

تتميز هذه الوظيفة الافهامية عندما تسيير الرسالة إلى المستقبل، وتجد تعبيرها الأكثر في النداء والأمر اللذان ينحرفان، ومن جهة يمكنها أن تتقيد لأخبار الصدق ولا يمكن لجمل الامر أن تتقيد لذلك.

• الوظيفة الانتباهية: «La finction phatique»:

هنالك أنماط لغوية تقوم بأدوات خارجية عن الخطاب البلاغي لتزويد المتلقي بقيم إخبارية، وإنما تؤدي وظيفة المحافظة على سلامة جهاز الإتصال، والتأكد من استمرار مرور سلسلة الرسائل الموجهة إليه على الوجه الذي أرسلت به، وهذا ما ذهب إليه جاكيسون عندما أقر بأن «هناك رسائل تُوظف في الجوهر لإقامة التواصل وتمديده أو فهمه، وتوظف للتأكد ممّا

1- رومان ياكيسون قضايا الشعرية ترجمة محمد الولي ومبارك حنون، ص29.

إذا كانت دورة الكلام تشغل " أبو اهل تسمعني؟" لإثارة المخاطب أو التأكد من أن انتباهه لم يرتخ «قل أسمعني؟»¹.

تستخدم هذه الوظيفة الإنتباهية توظيفاً لرسائل، في المعنى لإقامة التواصل، التأكد من دور الكلام لإثارة المخاطب أو جلب الانتباهه.

• الوظيفة المرجعية: «hafonction Referentille» :

ترجمت باصطلاحاً أخرى إلى جانب المرجعية مثل معرفية «cognitive إيجابية démotive». إلا أن هذه المصطلحات تشترك في كونها تشير إلى الوظيفة المهيمنة عندما تتجه الرسالة إلى السياق، وتركز عليه. وتتكون كل رسالة بهذه الوظيفة عندما تكون محتواها مؤيداً الأخبار الواردة فيها باعتبار أن اللغة فيها تحيلنا على أشياء وموجودات نتحدث عنها وتقوم اللغة فيها بوظيفة الرمز على تلك الموجودات والاحداث المُبلَّغة².

تقابل هذه المصطلحات في الإصطلاح مفاهيم موازية، من بينها المرجعية، والمعرفية، والإيحائية أو التأثرية، وتشترك هذه المصطلحات أنها تدل على الوظيفة المهيمنة عند توجيه الرسالة إلى السياق، والتركيز عليه. وتتجلى هذه الوظيفة في كل رسالة إلى سياق، والتركيز

1- الطاهر بمزير، المرجع نفسه، ص 43.

2 - عبد السلام المسدي، الأسلوبية والاسلوب، دار الكتاب الجديد المتحدة. ط5، كانو الثاني /يناير/ اي النار. إفرنجي.

عليه. وتتجلى هذه الوظيفة في كل رسالة يكون محتواها مُؤكدًا للأخبار الواردة فيها نظر لأنَّ اللغة فيها تحيلنا إلى الأشياء وموجودات والاحداث المبلَّغة، فاللغة في رسالة تهيمن عليها الوظيفة المرجعية. ينبغي أن تتجه إميل بنفينيست «Emile Benveniste» «فإن دور الدليل استعاضة وأخذ مكان شيء ما فيوحي لنا أنه ناب عنه»¹ عندما تهيم الوظيفة المرجعية على الرسالة، تستخدم اللغة لتوجيه الإنتباه إلى الواقع، ويكون الدليل استعاضة عن الشيء ما، فيوحي لنا بوجود أو مقامه.

• الوظيفة الشعرية «Lafonction Poétique»:

قبل كل تفصيل لمكونات ومميزات وحقل هذه الوظيفة الحاصلة بفعل التركيز على العامل الأساسي في الدارة التواصلية وهي: «الرسالة»، يجب أن نجري مقارنة بين دالتين متضمنتين في الدل الواصف «الشعرية» الأول منها حاصل بفعل التركيز على الرسالة والثاني من خلال دراسة المنجز بفعل التركيز على عنصر الخطاب ذاته، لنصل إلى تعريف كل واحد منهما كما يلي:

- الشعرية : « Poétique » : هي الوظيفة التي تركز على رسالة مع عدم إهمال

العناصر الثانوية الأخرى ، ونلمح تعريفها في تحديد جاكيسون لمجال الشعرية بوصفها علما

1- الطاهر بمزبر، التواصل اللساني والشعرية، مقارنة تحليلية لنظرية رومان جاكيسون، ص 44.45.

قائما بذاته ضمن أفانين اللسانيات ؛ أي بوصفها الدارسة اللسانية للوظيفة الشعرية في السياق الرسائل اللفظية عموما وفي الشعر على وجه الخصوص .¹ فالشعرية هي وظيفة اللغة التي تركز على شكل التعبير، الصور الأسلوب، مع المضمون والفكرة ويكون هذا عموماً في الشعر على وجه الخصوص. فهي تركز أكثر على جمالها محو الإنتباه وتصبح اللغة مرآة لذاتها، حيث ننظر كيف تُبنى الكلمات وتُنسق لتجنب وتثير تجربة جمالية للجمهور أو المتلقي ولا تقصر على المحتوى وحده، «فكل رسالة لفظية عند جاكيسون تكون بهذه الوظيفة ولا تكاد تغيب عن أية رسالة لكنها بدرجة متفاوتة، بينما تفرض الهيمنة المطلقة على فن الشعر لكنها ليست هي الوظيفة الغالبة فيه .»²

يؤكد جاكيسون أن كل رسالة لفظية بهذه الوظيفة بدرجة متفاوتة، وبينما تفرض الهيمنة هذه الوظيفة بشكل كامل على فن الشعر، إلا أنها ليست الوظيفة العليا أو الأساسية فيه.

• الوظيفة ما وراء اللغة: «Lafinction métalinguistique»:

تستخدم مثل هذه الرسائل عندما يشعر المتخاطبان أنهما بحاجة التأكد من الاستعمال الصحيح للسّنن الذي يوظفان رموزه في العملية التخاطبية ، فيكون الخطاب «مركّز على السّنن

1 - الطاهر بومزير، التواصل اللساني والشعرية مقارنة تحليلية لنظرية رومان جاكيسون، ص 52.

2 - أحمد منور، الخطاب الشعري عند رومان جاكيسون، مجلة اللغة والادب. صفحة 88. العدد الثاني 1994. جامعة الجزائر.

، لأنه يشغل وظيفة ميتا لسانية (أو وظيفة شرح) ، يتقول ؟ ويسبق المتكلم مثل هذه الاسئلة فيسأل: أتفهم ما أريد قوله ؟»¹ تعمل هذه الوظيفة ما وراء اللغة في رسائل المخاطبين عندما يكون الحاجة إلى التأكد من إستخدام الصحيح للسّنن الذي يوظفان رموزه في التواصل، فيركّز هذا الخطاب على السّنن، ويشغل وظيفة ميتا لسانية.

- أنواع الوظائف اللغوية عند هاليدي:

ويُحوّل هاليدي للغة ثلاث وظائف هي التصوريّة، التّعاملية، والنّصيّة.

أما التصويرية: «فتقوم بترتيب عالم الكاتب أو المتحدث الحقيقي أو المتخيل، أي أن اللغة تشير إلى الأشخاص والأفعال والأحداث والحالات المتخيلة والحقيقة، ومثال ذلك عندما يقوم لمرسل بإرسال رسائل ونصوص إلى المتلقي، فتتحول هذه الرسائل والنصوص إلى مجموعة من الإنفعالات، والمشاعر، والاحاسيس الذاتية.»² وتعمل التصويرية على تنظيم عالم الكاتب أو المتحدث، سواء كان تخيلاً أم حقيقياً، وأنّ اللغة تدل على الأشخاص

1- الطاهر بومزبر ، التواصل اللساني والشعرية .المرجع السابق. صفحة 46.

2- تمام حمد المنيزل، الوظيفة عند هاليداي: دراسة تحليلية. قسم اللغة العربية. كلية العلوم والادب. جامعة الجوف المملكة العربية السعودية المجلة الدولية للدراسات اللغوية والادبية العربية. المجلد 2. العدد 1، 2020 ، thalmnaizl@ju.edu.sa. تاريخ استلام البحث: 2020/02/11، تاريخ قبول البحث :2020/03/22/2020/03/22: doi :https://doi.org/10.31559/galls2020/21/03/2020/03/22. ص 27.

والأفعال والأحداث والحالات، وعندما يقوم المرسل بتوجيه الرسالة إلى المتلقي، فتنقل هذه

النصوص معبرة عن الإنفعالات، والمشاعر وأحاسيس الذاتية.

أمّا النصية: «فتقوم اللغة بإنتاج النصوص، والربط أجزاء الخطاب الواحد، بما تقدّمه له من وسائل الربط، وخصائص السياق التي تستخدم اللغة فيه، ومثال ذلك: الصور، المكالمات الهاتفية، الرسائل النصية.¹، تخدم النصية اللغة بإنتاج النصوص، والوصل بين أجزاء الخطاب الواحد، بما توفره من أدوات الربط، وتتيحه من خصائص السياق التي تعمل اللغة فيه. ويتجلى في أشكال متعددة، مثل: التصوير، والمكالمات والرسائل.

إنّ هذه الوظائف الثلاثة بدورها تفرغت إلى تسع وظائف وهي:

• لوظيفة النفعية (الوسيلة): « Instrum ental. Function » :

ويقصد بها استعمال اللغة للحصول على الأشياء المادية ، مثل : الطعام و الشراب ،
ويلخصها هاليداي في عبارة (أنا أريد : i want).² تخدم هذه الوظيفة النّفعية اللغة للحصول
على شيء أو تحقيق حاجة شخصية نلخصها في الأمثلة التالية (أنا أريد الطعام والشراب أنا
أريد التعلم والشهرة).

1 - المرجع نفسه، ص 28.

2 -عمر بوقمرة ، وظائف اللغة في نظرية الاستعمال - وظيفتها الانجاز والحجاج أنموذجا - حسيبة بن بوعلي السلف -
الجزائر (اللسانيات - المجلد 24- العدد 1) 2017/12/24، ص 18.

• الوظيفة التنظيمية:

«تستعمل اللغة لإصدار الأوامر الآخرين، وتوجيه سلوكياتهم، ويليخصها هاليداي في عبارة أفعل كما أطلب منك (do asi tell yuo)»¹ تهدف هذه الوظيفة التنظيمية على التحكم في سلوك الآخرين، مثال: التوقيت عند إشارة الحمراء و الإنطلاق عند إشارة الخضراء.

• الوظيفة التفاعلية: Interactional function:

ويراد بها إستعمال اللغة للتعبير عن مشاعر الفرد ويوجزها هاليداي في عبارة أنا وأنت and you². تساعد هذه الوظيفة التفاعلية على إقامة العلاقات الإجتماعية، التعبير عن المشاعر والأحاسيس الفرد، أنا وأنت لنتكلم مع بعضنا البعض.

• الوظيفة الشخصية: (personal function) :

استعمال اللغة للتعبير عن مشاعر الفرد وأفكاره ، ويوجزها هاليداي فيعبارة (إنني قادم here icome:)³. تعكس هذه الوظيفة الشخصية هوية الفرد، التعبير عن الذات، مشاعر، أفكار، أحاسيس، عواطف. مثال: إنني مسرع، أنا متحمس جدًا لهذه الرحلة، أحب هذه المدينة.

1 - المرجع نفسه ، ص19.

2 - تمام حمد المنيزل، الوظيفة عند هاليداي: دراسة تحليلية، ص 19.

3 -عمر بوقمرة ، وظائف اللغة في نظرية الاستعمال - وظيفة الانجاز والحجاج أنموذج ، ص28

• الوظيفة الإستكشافية: **heuristic function** :

ويقصد بها استخدام اللغة من أجل الإستخدام عن أسباب الظواهر ، والرغبة في التعلم منها ، ويليخصها في عبارة أخبرني عن السبب (Tell me why). تعمل هذه وظيفة اللغة على اكتشاف حقيقة العالم وفهمه، تكون غالباً في أسئلة أو التجارب. مثال: لماذا كل هذه الفوضى.

• الوظيفة التخيلية: **Inaginative function** :

ويستعمل فيها المتكلم اللغة للتعبير عن تخيلات وتصورات من إبداعه ، وإن لم تطابق الواقع ، ويليخصها هاليداي في عبارة : دعنا نتظاهر وندعي (letupr et end).² ويهدف هذا التعبير إلى الخيال، هدفه الأبداع للمتكم، وخاصة إن لم يتطابق الواقع مع المتحدث فيتصور ويتخيل ويبدع في اللغة هروباً من الواقع. مثال: دعنا نتظاهر القوة والشجاعة، تخيل الطيران بين النجوم.

• الوظيفة البيانية: **representational function** :

توظف اللغة من أجل تمثل الأفكار و المعلومات ، وإيصالها للآخرين ، ويليخصها هاليداي في عبارة (لدي شيء أريد إبلاغك به : I have got something).³ إنَّ الوظيفة البيانية

1 - تمام حمد المنيزل، الوظيفة عند هاليداي: دراسة تحليلية، ص 19.

2 - عمر بوقمرة ، وظائف اللغة في نظرية الاستعمال - وظيفة الانجاز والحجاج أنموذج، ص 19.

3 - تمام حمد المنيزل. الوظيفة عند هاليداي: دراسة تحليلية. ص 28.

في اللّغة هدفها الحقيقي، نقل الأفكار والمعلومات والمعرفة بدقة ووضوح للآخرين. مثال: تدور الأرض حول الشمس، الماء يغلي عند 100 درجة مئوية.

• وظيفة التّلاعب باللّغة : play function :

ويقصد بها اللعب باللّغة وبناء كلمات منها حتى ولو كانت بلا معنى ، ومحاولة استغلال كل إمكانيات نظام اللّغة ، وتوجزها وليجاريفرز في عبارة : (billy billy).¹ تعمل اللّغة للمرح و اللّعب بكلمات، توظيف نكة ، التّلاعب الصوتي ، نكت كلاسيكية للمرح بكلمات لماذا عبرت الدجاجة الطريق ؟ هو يضحك دائماً، ضحكه ضحك الأطفال، أرتدت الدجاجة مائة ثوب.

• لوظيفة الشعائريّة:

ويقصد بها إستعمال لتجديد شخصية الجماعة، والتّعبير عن السلوكيات فيها، ويُخلصها هاليداي في عبارة (كيف حالك؟ how do you do).² تحافظ هذه الوظيفة الشعائريّة على الإتصال الإجتماعي من خلال التعبير عن السلوكيات، تتمثل في العبارات الجماعة الثابتة. مثال: مرحباً، السلام عليكم، مع السلامة.

1- عمر بوقمرة ، وظائف اللّغة في نظرية الاستعمال - وظيفة الانجاز والحجاج أنموذج ، ص19.

2- تمام حمد المنيزل. الوظيفة عند هاليداي: دراسة تحليلية، ص 28.

3-الوظائف اللغوية للخطاب الإعلامي:

إن كل نوع من هذه الوظائف اللغوية في الخطاب الإعلامي له وظيفة خاصة، وهي حسب غرضي الوظيفي للمتكم نحو اتجاه المتلقي الذي يريده من اخبار وإقناع، وتداول لذلك يجب أن تكون الرسالة اللغوية الاعلامية لغتها مفهومة، ويمكن أن نخلص أهم هذه الوظائف فيما يلي:

1. الوظيفة التبليغية (الإخبارية):

إن وظيفة الإبلاغ من أبرز الوظائف اللغوية عن الأفكار والمشاعر ونقلها من المتحدث إلى المستمع يجعل اللغة وسيلة جوهريّة لا يمكن الإستغناء عنها بين المجتمع والتبليغ في الخطاب الإعلامي، لا يختلف عن مفهوم وظيفة اللغوية. وتكون هذه الوظيفة هي نقل محتوى معين إلى المتلقي مع إختلاف المضمون.¹ وتتميز بالخصائص التالية هي:الموضوعية - الدقة - الوضوح - البساطة، ويكون الهدف من هذه الخصائص النقل الوقائع والاحداث كما هي في الواقع للمتلقي.

2. الوظيفة التداولية: PRAMATIQUE.

«تعد التداولية ملتقى لكثير من العلوم ولاتقف ولاتستقر على أحد منها،تلتقي مع الدلالة وعلم اللغة الاجتماعيا وغيرها من علوم ، وقد قال الباحث شارلزموريس (chmirris)(ت1979م) أنّها:

1- ينظر أسماء مجيدي، وظائف اللغة في الخطاب الاعلامي مجلة اللسانيات التطبيقية /المجلد: 05 العدد: 09. السنة:

2021 / جامعة أحمد بوقرة بومرداس (الجزائر) ص 169 - 189

تهتم بدراسة الاستعمال اللغوي hangageusage الذي يقوم به أشخاص لهم معارف خاصة ووضعية اجتماعية معينة «¹» هي دراسة اللغة في إطارها الوظيفي ، أي فهم بنيات اللغة بالاعتماد على العلل والاستدلالات غير اللغوية nilinguistics «²،و هناك من يعرفها بأنها : «دراسة لكيفية إدراك قدر كبير مما لم يتم قوله على أنه مما يتم إيصاله عن طريق الاستدلالات التي يقوم بها السامع للوصول إلى تفسير المعنى الذي يقصده المتكلم .»³

يعود مصطلح التداولية إلى الفيلسوف شارلز موريس انطلاقاً من عنايته بتحديد الاطار العام لعلم العلامات أو السيميائية ؛ من خلال تمييزه بين ثلاثة فروع هي : النحو والتركيب : (syntax) (وهو : دراسة العلاقة الشكلية بين العلامات بعضها البعض. والفرع الثاني الدلالة تعني بالوظيفة التداولية في الخطاب الإعلامي هو دراسة اللّغة في (semantic) وهي :دراسة علامات بالاشياء التي تؤول إليها هذه العلامات .والفرع الثالث التداولية pragmatics وهي:دراسة علاقة العلامات بمستعملها وبمؤوليها.⁴السياق استخدامها. حيث تركز على قصد المرسل وتفاعل المتلقي، ويكون تحقيق من الوظائف اللّغوية الإقناع والتأثير فمن أوضاع تواصل محدد. «ترى أسماء مجيدي في

¹حجاج سميرة. shadjadz @univ.chef.dz ، الخطاب الاعلامي والتحليل التداولي – برنامج سين –أنموذج .تاريخ الاستلام 2023/09/10 تاريخ

القبول :2024/01/18، تاريخ النشر :2024/01/21 ص221.

² نفس المرجع.ص221.

³ المرجع نفسه .مجلة (لغة كلام) تصدر مخبر اللغة والتواصل جامعة غيليزان / الجزائر ، ص222.

⁴ عبد الهادي بن ظافر الشعري ، استراتيجيات الخطاب (مقاربة لغوية تداولية ، دار الكتاب الجديد .ط1-

مارس/الربيع2004إفرنجي :دار الكتاب الجديد المتحدة.س21.

مقالها الوظائف اللغة في الخطاب الإعلامي، أن التداولية في الخطاب الإعلامي ترتبط أساساً

بسياق الاستعمال (من يتحدث؟ لمن؟ وفي أي طرف؟

القصد التواصل للمرسل الذي يرسل هذه الرسالة تتمثل في الإقناع، التأثير التوجيه. «وأهم من

ذلك التفاعل هذا المتلقي بالخطاب ومحتواه.

إن الخطاب الإعلامي لا يفهم من خلال الكلمات فقط. وإنما من خلال ما يلي:

- الظروف المحيطة بهذا الخطاب الإعلامي.

- العلاقة بين المرسل والمرسل والمتلقي.

- وفق السياقات الاجتماعية. «²» ويكون هدفها تحقيق التأثير في المتلقي، توجيه

فهمه وتأويله للرسالة لجعل الخطاب الإعلامي فعالاً مع المجتمع والواقع وليس فقط نقل

المعلومة. «³

3. الوظيفة الإقناعية:

تعمل الوظيفة الإقناعية أو الحجاجية إلى التأثير في المتلقي وتوجيه آرائه ومواقفه عند

إستعمال اللغة في أحد أنواع الخطاب الإعلامي بوصفها آليات من آليات الحجاجية تعتمد على

1 ينظر: أسماء مجيدي، وظائف اللغة في الخطاب الاعلامي (المرجع السابق) من 175ص - 176

2-ينظر أسماء مجيدي: وظائف اللغة في الخطاب الاعلامي (المرجع السابق) ، ص 176.

3 - ينظر: المرجع نفسه، ص177.

التداول، وترى أسماء مجيدي أن الإقناع هو السعي في الوظائف اللّغة في الخطاب الإعلامي إلى تغيير آراء الآخرين أو زيادة التسليم بفكرة ما. وهو مهمة المخاطب وتحقق الإقناع لدى المستمع مرهون بوضوح الدلالة وتقديم الحجج لثبوت موقف المتكلم. «¹وتكون هذه الحجج مجموع الآليات اللّغوية التي يستعملها المخاطب للتأثير والإقناع في المتلقي. ويكون هذا الحجاج خارجي أو داخلي:

- الحجاج الخارجي: سلطة المخاطب أو المتكلم ومكانته.

- يكون كل ما يقوله المتكلم صحيحاً وحكماً.

- الحجاج الداخلي: أدلة النصوص داخل الخطاب وتوظيف الآليات القرآنية،

الأحاديث النبوية، الشواهد والأمثلة.²

¹- ينظر: أسماء مجيدي: وظائف اللغة في الخطاب الاعلامي ص179.

² انظر: المرجع نفسه ، ص 180-183

1. الصور (IMAGE) :

تعمل الصورة على إبراز التأثير في الخطاب الإعلامي وهي إحدى الآليات غير اللّغة لم تعد مجرد عنصر مكمل للنّص، هي أداة مركزية في بناء وعي وتوجيه المتلقي. إنها تنجح في نقل رسائل المعقدة بسرعة وفاعلية. تحدث الإنفعال وترسيخ المواقف. وقد أشار أحد الباحثين بأنها: «تمتلك قدرة على التأثير في الجمهور ن لما تحمله من شحنة دلالية وإيحائية تجعلها أداة فعالة في تشكيل الرأي العام .»¹ تؤدي الصّورة في اثارة الإنفعالات دوراً هاماً، كتعاطف، الخوف، الفرح، وهو ما يعزّز من قوة الرسالة الإعلامية ويجعلها أكثر رسوخاً في ذهن الجمهور. فالمتلقي يفاعل غالباً مع ما يراه أكثر ممّا يقرأه ويسمعه، لذلك تُستخدم الصورة بكثافة في الخطابات الإعلامية كالخطاب السياسي مثلاً الصور كألة تأثيرية يقتنع بها الجمهور، تصل الرسالة المعقدة لشعب في الخطاب الإعلامي ويجعلها أكثر رسوخاً في الذهن.

يعرف حسن عماد مكايي الصورة أنّها: «أكثر الوسائل الإعلامية قدرة على التأثير،

لأنّها تجمع بين نقل المعلومة وإثارة الإنفعال في آن واحد.»²

1 انظر: محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب. ط3، 2004، ص220.

2 انظر: حسن عماد مكايي، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر، ط2، 2005، ص182.

ومن هنا نقول إن الصورة هي آلة من آليات الإقناع والتأثير، ولأنها تجمع بين نقل المعلومة واحداث الإنفعال في آن واحد، وبناء المعنى والتأثير في الرأي العام.

2. الإخراج الفني: (VISUAL PRODUCTION)

يعتبر الإخراج الفني من أهم الآليات غير اللغوية التي يعتمد عليها الخطاب الإعلامي في تحقيق التأثير، إذ لا يقتصر دور الرسالة الإعلامية على مضمونها اللغوي فحسب، بل يتعداه إلى الكيفية التي تعرض بها سمعياً وبصرياً، وهو الطريقة التي ترتب بها العناصر البصرية (ألوان، لقطات، تصميم لإيصال الرسالة بفعالية المتلقي).

لقد بين حسن عماد مكايي أن الإخراج الفني هو التنظيم العناصر البصرية وتنسيقية في تشكيل الرسالة إعلامية بما يخدم هدف التأثير والإقناع. ويبين الدور في قوله: «يلعب الإخراج الفني دوراً مهماً في تشكيل الرسالة الإعلامية، من خلال تنظيم العناصر البصرية وتنسيقها بما يخدم هدف التأثير والإقناع». ¹ ويعمل هذا الإخراج الفني في الخطاب الإعلامي على ما يلي:

¹ انظر: حسن عماد مكايي، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر. ط2. 2005.

1- توجيه انتباه المتلقي، مثال: في نشرات الاخبار التلفزيونية، يتم تقريب كاميرات (ZOOM) على وجه المذيع عند أي إعلان عن أي خبر مهم، لإبراز التركيز والجدية على هذا الخبر المهم.

2- بناء المعرفة وليس فقط عرضه

3- التأثير العاطفي في الجمهور كالألوان، الاضاءة و الموسيقى، ألوان داكنة + موسيقى حزينة → إحساس بالحزن أو القلق . ألوان زاهية + إضاءة قوية → إحساس بالتفاؤل.

4- تعزيز المصادقية أو التشكيك.

3. لغة الجسد: (BODYLANGUAGE)

تعتبر لغة الجسد من أبرز الآليات غير اللغة التي تسهم في تعزيز فاعلية الخطاب الإعلامي، إذ تعتمد على مجموعة من الإشارات غير اللفظية كتعبير الوجه، وحركات الجسد، نبرة الصوت، من خلال هذه أبعاد التواصلية التي تواكب الخطاب يتمكن المتلقي من فهم مواقف المتحدث ونواياه بشكل مباشر وواضح. وذكر هذا المصطلح في المراجع العربية: «أن لغة الجسد وسيلة إتصال فعالة، تنتقل من قبلها معان وإنفعالات قد تفوق في تأثير الكلمات الملفوظة»¹

1- ينظر: على عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، ط1 2003، ص95.

تتمثل هذه آلية الغير اللغوية في شخصية المتكلم الذي يريد إيصال الرسالة في الخطاب الإعلامي، وهي تعابير الوجه، تحريك اليدين وغير من الإشارات والأداءات الغير اللفظية، تطعي فهما للمتلقى مباشرة.

4. التكرار:

تكرار الرسالة الاعلامية يعتبر من أهم الآليات التي تؤدي إلى ترسيخ الفكرة في ذهن المتلقي. ويعرفه ديفليرو دينيس في كتابه نظريات وسائل الاعلام بأنه: «يعد التكرار من الرسائل الفعالة في التأثير الاعلامي إذ يؤدي إلى تثبيت الرسالة في ذهن المتلقي وزيادة احتمال تقبلها»¹

التكرار هو إعادة نفس أو الرسالة (كلمة. شعار. صورة إلى عدة مرات داخل الخطاب الإعلامي، يهدف ترسيخ حضورها في وعي الجمهور، ويكون التكرار من أبرز آليات التأثير والإقناع، لأنه لا يعتمد فقط إلى نقل المعلومة، بل يعزز حضورها في ذهن المتلقي.

1- ينظر: المؤلف دينيس ماكويل denismcquail الكتاب نظرية الاتصال الجماهيري mass communication theory

mcquails ، لندن ، ط1 ، ص80.

4- البيئة اللغوية في الخطاب الاعلامي:

يقصدُ بالبيئة اللغوية الاشارات والسياقات اللغوية والاجتماعية الذي يتم فيه استخدام اللغة في وسائل الاعلام.

بيّن عبد السلام المسدي في قوله ذلك: «إن اللغة في الخطاب الإعلامي لا تتعزل عن سياقها بل تشكل داخل بيئة تواصلية تتفاعل فيها الرسالة مع المتلقي والوسيلة والظروف الاجتماعية.»¹ معنى ذلك أن اللغة المستعملة في وسائل الإعلام لا تكون منفصلة عن الظروف التي تحيط بها. فالرسالة الإعلامية تتأثر بعوامل عديدة مثل الوسيلة الإعلامية (تلفزيون. إذاعة...) وطبيعة الجمهور المتلقي، وأيضاً بالظروف الاجتماعية والسياسية. كذلك للوصول إلى الرسالة بوضوح وتحقيق التأثير المطلوب نختار الكلمات والأساليب في الخطاب الإعلامي. مناسبة في البيئة.

وقد تطابقت رأيه محمد نبيس أن: «الخطاب الاعلامي يبني معناه من خلال محيطه اللغوي والثقافي. حيث تتداخل الكلمات مع الرموز والسياقات لتشكل دلالة الرسالة

1- عبد السلام المسدي ، الاسلوبية والاسلوب ، دار الكتب الوطنية ، بيروت، 2006 ،ص39.

الإعلامية.¹ إنَّ الرسالة الإعلامية هي مجموع العناصر الأخرى مثل الثقافية السائدة في المجتمع والرموز المستخدمة والسياق الذي وردت فيه الرسالة.

إنها تشكل بالبيئة اللغوية التي تساعد المتلقي على الفهم والإستيعاب، إذا هي عنصر من عناصر البيئة اللغوية التي تدعم المتلقي على فهم الرسالة .

5-آليات التأثير الخطاب الاعلامي غير اللغة:

يخدم الخطاب الإعلامي منظومة تواصلية مركبة لا تقتصر على اللغة اللفظية وحدها ، وإنما تتجاوزها لتشمل جملة من الآليات غير اللغوية التي تعمل على الفعالية في التأثير والتوجيه المتلقي ، فالصورة ، الإخراج الفني ، ولغة الجسد ، كلها عناصر متكاملة لتشكل رسالة إعلامية قادرة على الإقناع ، وتكمن أهميتها في قدرتها على تجاوز حدود الكلمات اللفظية ، ممّا يعزز من القوة التأثير ، لذلك لا يمكن أن نحصر آليات التأثير في الخطاب الإعلامي في الجانب اللغوي بل نقف عند مختلف الوسائط غير اللفظية التي تصنع داخل التواصل الخطاب المعنى جديد .

1 - محمد نبيس، الشعر العربي الحديث: نبياته وإبدالاتها ، الدار البيضاء، 1989 ، ص27.

خلاصة الفصل:

تبين من خلال الفصل أن اللغة تعد عنصراً أساساً في حياة الإنسان إذ لا يمكن تصور تواصل أو إعلام بدونها، فهي وسيلة لنقل الأفكار والمعاني والتأثير في المتلقي. ولا تقتصر اللغة على كونها ألفاظاً وقواعد، بل هي نظام تواصل يؤدي وظائف متعددة داخل الخطاب الإعلامي.

وتبرز أهمية الوظائف اللغوية - كما حددها رومان جاكيسون في ستة وظائف مهمة ولكل وظيفة عنصر من عناصر هذا التواصل، في كونها تسهم في تحقيق أغراض الخطاب إضافة إلى الوظائف الأخرى المرتبطة بالسياق والتواصل.

إلا أن الخطاب الإعلامي لا يعتمد على اللغة وحدها، وإنما يستند أيضاً إلى آليات غير لغوية تعزز تأثيره، مثل:

- الصورة هي الوسيلة القوية التي يتميز بها لجذب الانتباه وترسيخ المعنى.
- الإخراج الفني: هو ينظم شكل الرسالة الإعلامية لزيادة من جاذبيتها
- لغة الجسد: تعكس المواقف و الإنفعالات.

ومن جهة أخرى، تقوم البيئة مهمة فهم الخطاب، إذا تتأثر اللغة بالسياقات الاجتماعية والثقافية للمتلقى، وهذا ما يجعل عملية التواصل مرتبطة بالظروف المحيطة مثل الزمان والخلفيات الفكرية. وعلى ضوء ذلك فإن الخطاب الإعلامي الناجح هو الذي يحقق توازنا بين وظائفه اللغوية والوسائل غير اللغة، مستنداً في ذلك على البيئة اللغوية لتحقيق أهدافه الإقناعية والتأثيرية.

الفصل الثاني:

" الوظائف اللغوية للخطابات

السياسي - الاشهاري

- نماذج مختارة_ "

تمهيد:

بعد التطرق في الجانب النظري إلى الوظائف اللغوية وأهم تصنيفاتها، ننتقل في هذا الفصل إلى الجانب التطبيقي الذي يبرز لنا تجليات هذه الوظائف داخل الخطاب الاعلامي من خلال نماذج مختارة .

يقوم هذا الفصل على تحليل النصوص الاعلامية، باعتبارها تمثل نماذج غنية تتداخل فيها أبعاد وظيفية كالاخبار، التأثير، التفسير. فالخطاب الاعلامي لا يكتف بنقل المعلومة فقط، وإنما يسعى إلى بناء توجيه فهو المتلقي لها.وعليه سنحاول اشتغال اللغة داخل الخطاب الإعلامي، ودورها المهم في توجيه الرأي العام للمتلقي.

❖ تحليل نموذج (1) الخطاب السياسي.

وثيقة : نص رسالة رئيس الجمهورية بمناسبة إحياء يوم العلم .

19:15- 16/04/2016

بعث رئيس الجمهورية، عبد العزيز بوتفليقة هذا السبت 16 أبريل 2016 رسالة إحياء

يوم العلم ، هذا نصها الكامل .

بسم الله الرحمن الرحيم، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين وعلى آله وصحبه إلى يوم الدين»

أيتها السيدات الفصليات أيها السادة الافاضل.

لقد سبق لي أن قلت في مثل هذا المقام :«إن لهذه المدينة جاذبية لا تقاوم، فما يزال زائرها حين يفارقها في شوق وحنين إليها حتى يعود. وقد عدت إليها كما تعرفون، مرات عديدة لكائي بالعالم قد تحصن بمدينتكم هذه واستحصن بها، فما يبرحها إلا ليعود إليها ، وما أظن أحدا فينا يتخيل أن العلم وقسنطينة سيفترقان في يوم من الايام .

ولا ريب في أنكم سعدتم أيما سعادة ، و أخذتكم العزة بتظاهرة «سنة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية»التي احتضنتها مدینتكم ، وجعلت منها عاصمة للبلدان العربية قاطبة .وحقاكم ذلك ، فقد كانت ، على مدى عام كامل ، فضاء تعارف وتفعل ، التقت فيه صفوة من النخب

العربية ، من المشرق والمغرب ، لتتبادل فنونا من المعرفة والثقافة ، تجلى مافيهما من سعة وتنوع وثراء ، وعمقت الصلة والانتماء الطبيعيين الانسان الجزائري وأشقائه في الفضاء الاوسعالممتد في كلتا القارتين إفريقيا آسيا .

ولئن كانت السنة حافلة بالعطاء الثقافي فإن الفصل في ذلك يعود إلى جميع من ساهم في إنجاحها من رجال ونساء . ونشطو او أثروا بأعمالهم وعطاءاتهم فعالياتها ، فكانو بذلك أهذا الاكبار والتقدير.¹

أيها السيدات الفضليات، أيها السادة الافاضل.

لقد سجل تاريخ الجزائر أن التعليم كان مزدهرا .ودور العلم والكتاتيب منتشرة .قبل أن تغزو فرنسا الجزائر سنة 1830- وشهد على ذلك المؤرخون الغربيو النزهاء من الذين رصدوا أحوال الجزائر ، خاصة خلال الفترة التي سبقت الاحتلال الفرنسي المقيت .

لكن الاوضاع انقلبت رأسا على عقب ، فما كاد القرن التاسع عشر ينتهي حتى الامية التي تعدها الاستعمار قد تفشت بين معظم الجزائريين ولا أدل على ذلك من أن نسبة الامية

¹ - عبد العزيز بوتفليقة ، رسالة إحياء يوم العلم . يوم السبت 16 أفريل 2016 - على ساعة 19:15 .

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://radioalgerie.dz/news/ar/article/20160416/74797.html&ved=2ahUKEwilkavo9_SUAXVxRKQEhcm9CVsQFnoECCAQAQ&usg=AOvVaw0nyxmFNDHUrRWXrzbOAh3o

ارتفعت إرتفاعا مذهلا بين أبناء الجزائر لتبلغ 60 بالمائة غداة افتتاح الجزائر سيادتها سنة 1962.

لكن الاوضاع انقلبت رأسا على عقب، فما كاد القرن التاسع عشر ينتهي حتى كانت الأمية التي تعدها الاستعمار قد تفشت بين معظم الجزائريين.

ولا أدل على ذلك من أن نسبة الامية ارتفعت إرتفاعا مذهلا بين أبناء الجزائر لتبلغ 60 بالمائة غداة افتتاح الجزائر سيادتها سنة 1962.

ولكن أيتها الجزائريات ،أيها الجزائريون ، أن تتمنوا في هذه المفارقة العجيبة التي كان الاستعمار الفرنسي وراءها : مجتمع آمن ، قارئ ،متمكن من وسائل المعرفة والعلم يتحول .

في عهد ظلام الاحتلال إلى المجتمع بدائي متخلف مقطوع الصلة بأنوار المعرفة.

لقد رأى الاستعمار الغاشم أن عدوه الاول والاخير إنما هو العلم الذي تقوم عليه كل حركة مجدية في البناء الاجتماعي والحضاري ، فعمل طيلة قرن وربع من الزمن علة تجهيل أبناء هذا الشعب ، ولم يتورع عن هدم المدارس والزوايا والكتاتيب والمساجد وحرق المكتبات في جميع أنحاء الوطن . ولنا أبلغ مثال على ذلك في الطريقة التي ختم بها هذا الاستعمار احتلاله

البعيظ عئءا أءرق مكنبة ءامعية الءزائر في شهر أفريل من عام 1962 ، أي في الشهر الءي نءقل فيه بيوم العلم .¹

وفي نطاق هءه السياسة الءهنمية ، أزهقت أرواح العلماء الءزائرين والاسائءة والتلاميذ والطلاب الثانويات و الءامعات ، وما كان أقلهم .

لم يكتف الاستعمار بذلك ، بل عمد إلى التضييل والاستخفاف بالعقول ، وترويح الخرافات والاباطيل والاساطير .وظن أنه قد بلغ الارب ، وقام ءسور وطيدة بين عالمه هو عالم الءزائرين وهم يواءهون طغيان الاستعمار والاحتلال .

وءامت تلك الحال الوخيمة إلى ءءركت هم الءزائرين ، نهاية القرن التاسع عشر ، بقاءة نخبة من الشباب الءريء المقدم ، وشرعت في إكاء شعة المعرفة والدعوة لضرورة الاءء بأسبابها ونشرها بين الناس . وقيض الله للءزائر فتي من مءينءكم هءه وكان ذا تلع إلى أفق أوسع يرى فيه الانسان الءزائري واقفا من ءءيد على قءميه كغيره في هءا العالم . ماكان ذلكم الفتي سوى عبء الءميد بن باءيس الصنهاءي، نسبا ومءءا .فلقد أدرك أن ءاجة الءزائري للعلم كءاجته إلى الهواء النقي الصافي الءي ينبغي أن يعب منه في كل لءظة من لءظات الءياه .وعرف، ءق المعرفة ، أن الءرية ليست كلمة يءلفظ بها هءا أو ذاك ، وإنما هي ءيمة كفاف

¹ - عبء العزير بوتقليقة (المرءع السابق)

مرير طويل يرتكز على العلم والمعرفة قبل أن يعتمد على السلاح .وهكذا، سبق صليل القلم
أزيز الرصاص . وها أنتم تتعمون اليوم بهذه النتيجة الباهرة .

أيها السيدات الفضيلات ، أيها السادة الافاضل :

قسنطينة، على غرار المدن الجزائرية الاخرى ، تحتفي اليوم بالذكرى السادسة والسبعين لرحيل
رائد الحركة الاصلاحية الشيخ العلامة عبد الحميد بن باديس والشعب الجزائري برمته يستعيد
صورة ذلك العلم الفذ في تاريخنا الحديث . ومن ثم ، يحتفل بيوم العلم الذي صار موعدا سنويا
نقف فيه على ما قطعناه من أشواط على نهج إمامنا عبد الحميد بن باديس (رحمه الله).¹

والغاية من هذا الاحتفال بيوم العلم ، كل سنة ، لا يتوقف عند استذكار هذا الرائد القدوة
ورفاقه أجلاء الذين نذروا حياتهم لخدمة وطنهم الجزائر حين جعلوا من نشر العلم والمعرفة
،النافعة في الدنيا والاخرة ، وسيلة للتحرر الفكري الذي بدونه ما كان في استطاعة الانسان
الجزائري أن يقوى على التخلص من تير الاستعمار.

وفي هذا المقام ، يملي علينا الواجب أن نقف وقفة إجلال وتقدير لهذا الرمز الوطني
ونتمتع في مسيرته النضالية ونستمد الدروس والعبر منها، ونحكم الصلة الوطيدة بين حاضرننا

¹ - عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

بغاية الانطلاق بخطى ثابتة، وعزيمة راسخة نحو آفاق المستقبل ، متساوقين مع عصرنا هذا ،
حريصين على كسب رهان الحداثة دون التفريط في تراثنا وأصالتنا .

لقد انصبت جهود الشيخ عبد الحميد بن باديس وصحبه في جمعية العلماء المسلمين
على مواجهة مخططات الاستعمار الساعية إلى مسخ الشخصية الوطنية ومحو مقومات هوية
الشعب الجزائري التي مكنته من المحافظة على قيمة الاصلية وإعادة بناء كيانه الوطني ترسيخه
حتى وقف شامخ الهامة بين شعوب العالم.

ومن هذه الارضية الصلبة ، عرف عبد الحميد بن باديس كيف يدافع عن اللغة العربية
والثقافة الجزائرية ، مدركا في الوقت نفسه وبرؤية ثاقبة ، التزاوج الطبيعي القائم بين البعد
الامازيغي للشعب الجزائري وبعده العربي الاسلامي .

ومن إيماءاته التي كان يوقع مقالاته الصادرة في مجلة الشهاب «ابن باديس
الصنهاجي» ونحن حين نستذكر ، في يوم العلم مناقب الامام عبد الحميد بن باديس وسيرته
وحياته التي نذرنا لخدمة العلم والتتوير ونشرها والنضال من أجل القضية الوطنية ، لا يسعنا إلا
أن نعمل الفكرة في جميع مأنجزه، مع رفاقه ، في مضمار التربية والتعليم ، وفي تخليص
الممارسة الدينية من شوائب الدجل والبدع والشعوذة .

وفي السياسة والاجتماع وفي الصحافة والاعلام على الرغم من سطوة المستعمر الفرنسي ومحاولاته اليائسة لا حماد كل صوت حر.¹ لقد شمر عن ساعد الجد مع صحبه لمواحه المشروع الفرنسي التعزيري بأن حرص على تعليم الكبار والصغار ، البنين والبنات ، فتحعيونهم بخطاب قد يتخلص كله في القولة البليغة التي خاطب بها الانسان الجزائري :«لا حياة لك إلا بحياة شعبك وبلدك ودينك ولغتك ، وكل ماهو جميل رائع من عادات وتقاليد ، وإذا أردت أن تضمن الدوام و الاستمرار لكل ذلك ، فكن ابن عصرك مسائرا للزمن الذي تحيا فيه منسجما مع أسباب الحياة وسبل التعايش والسلوك المثالي في المجتمع .»

ويأبى على الواجب في هذا السياق ، إلا أن أغتتم هذه السانحة وأعرب عن عرفان الشعب الجزائري على الواجب في هذا السياق ، إلا أن أغتتم هذه السانحة وأعرب عن عرفان الشعب الجزائري قاطبة ،وعن عظيم إمتنانه واكبار ، لكل الرجال والنساء ، على إختلاف أجيالهم ، الذين ساهموا ، قبل تحرير بلادنا وبعده ، في استعادة حق الانسان الجزائري في نور العلم ، ونعمة المعرفة من خلال مساهمتهم القيمة الجليلة في بناء صرح المنظورمة التعليمية الوطنية بمختلف قطاعاتها وبنائها ، وعن حرص الدولة الثابت على الاعتناء الدائم بتحسين ظروف جميع اللذين يضطلعون بالوظيفة التعليمية النبيلة بكافة أسلاكها واختصاصها ، وعلى تمكينهم

¹ - عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

جميعا من كل الوسائل اللازمة لمواصلة جهودهم في أداء رسالتهم الشريفة التي لاغنى عنها لتنمية بلادها وتطويرها .

أيها السيدات الفضليات ، أيها السادة الأفاضل .

إن هذا اليوم عزيز على الجزائريات و الجزائريين الفخوريين بما لهم من مشاركات فعالة في الفكر و العلم منذ عهد أبوليوس ابن باديس ، ولا شك في أن قائمة العلماء المجاهدين طويلة ، وهي تضم قوافل ممن أفنوا أعمالهم في بذل الجهد الجهد من أجل رقي مجتمعهم عبر العصور والحفاظ على منعته .

لقد كان التعلم نضالا وجهادا أكبر لدى الشعب الجزائري طوال سنوات الاحتلال التي تعرض فيها لأفضع وأعنف سياسات التجهيل ، بل وإلى حد إبادة علمائه ومثقفيه ¹.

لذلك كله ، ما فتئت الدولة الجزائرية ، منذ أن عادت إلى الوجود ، تولي عنايتها لتربية النشئ وتمكينه من العلم والمعرفة ، إيمانا منها بأن الاستثمار في الإنسان هو الإستثمار الاضمن فائدة والأبقى من حيث هو الذي يتيح تكوين الجزائري القادر على التعرف على ذاته في مرآة أصالة أولا بأول ، وعلى إتخاذ وجهة الانتماء الصحيح حتى يتبوأ مكانته اللائقة به في العالم الذي يحيا فيه ، ومن ثم ، تمكين بلادنا من مغالبة التحديات الناجمة عن التحولات

¹ - عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

الفصل الثاني الوظائف اللغوية في الخطابات الإشهارية-نماذج مختارة -

التي تعيشها على الصعيد السياسي والاقتصادي و الاجتماعي والثقافي ، ومن التصدي للتقلبات التي تشهدها المعمورة قاطبة .

أجل ، هناك رهانات جديدة مرتبطة بالعلومة ، وظهور مجتمع المعلومات والاتصال ، وشارع وتيرة الثورة العلمية والتكنولوجية ، وهي في مجملها ، توجب على الجزائر المساهمة في شبكات المعرفة ، و الاستجابة للطلب الاجتماعي و الاقتصادي الذي يتطلب مستويات أعلى من التأهيل والاداء علما بأن نوعية الموارد البشرية ، وتكوين النخب الوطنية ، واعتناق سلوكيات جديدة في العمل و إنتاج المعرفة ، أصبحت أمورا لا بد منها من حيث هي عوامل مؤثرة في تحديد التوازنات الجيوسياسية العالمية الجديدة ولئن كان للعلم دور هام لا يعوض في مسار التقدم والرقى وأثر واضح على تطبيقاته التكنولوجية المتسارعة ، والتي شملت شتى المجالات وبخاصة تكنولوجيا المعلومات ، فلا ينبغي أن يبهزنا بالقدر الذي يجعلنا تعقل عن الجوانب السلبية الكامنة فيه ويسلخنا من إنسانيتنا وتميزنا الثقافي . فلا أوخم من المعرفة عندما تفنقر إلى الخلف وتخلو من الضمير والتبصر .إننا في حاجة إلى علم ينفع ، إلى علم لا يضر ، إلى علم يحقق إنسانيتنا في هذا الحياة !

أيها السيدات الفضليات ، أيها السادة الأفاضل

المدرسة هي التي تخلق في الانسان روح التحدي بحيث لا يسلم نفسه لإغراءات الكسل الخمود و التواكل، كما أنها تنمي فيه القيم الروحية والوطنية والانسانية بعيدا عن الغرور والتطرف و التعصب ، فيصبح مواطنا سويا صالحا ونافعا لنفسه ولغيره.¹

يتعين على القائمين بالمدرسة ، والقيمين عليها ، أن يدركوا الدور الهام الذي يقع على عاتقهم في تكوين البنية الصلبة للمواطن الصالح حسا ومعنى وفي توفير الامن العلمي والثقافي لمجتمعنا .

والجزائر ، وعيا منها بهذا ، أولت أهمية قصوى للتربية والتعليم والبحث العلمي ولا أدل على ذلك من بعض الارقام التي تعكس هذه الجهود وتترجم مساعي السلطات العمومية لرفع التحدي من أجل ضمان التربية السليمة القومية للناشئة الجزائرية كافة ، بنات وبنين .

فنسبة تدرس البالغين 6سنوات من الاطفال في الجزائر بلغت 98.5 % ، وبلغ معدل التدرس في في التعليم الابتدائي 97.9 % ، وتجاوز مجموعة التلاميذ المتمدرسين 8 ملايين ونصف مليون تلميذا وهو يفوق خمس (1/5) ساكنة الجزائر دون احتساب طلبة الجامعات ومعاهد التعليم العالي.

¹عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

ولا ينبغي أبدا أن تسنأ هذه الخطوات العملاقة التي قطعتها منظوماتنا التربوية وجوب مواصلة تحسينها ببذل المزيد من الجهود للارتقاء بمستوى أداء المدرسين الذين هم الركيزة الأساس في كل عمل تربوي ، مع توفير إمكانيات ولوج عالم تكنولوجيات الإعلام والاتصال بقدر أوفى وأنجع في التعليم والتكوين والتسيير .

أيها السيدات الفضليات ، أيها السادة الأفاضل،

لابد لي ، في يوم العلم هذا ، أن أقول إن اللغة الأمازيغية التي كرسنا لغة وطنية عام 2002 ، صارت بمقتضى التعديل الدستوري الأخير ، لغة وطنية رسمية وبصفتها عنصرا جوهريا من عناصر هويتنا الوطنية ، فإنها ستنبوأ مكانتها الطبيعية إلى جانب الإسلام والعروبة من حيث هي رافد من روافد التراث الذي يتقاسمه الشعب الجزائري.

وما الارتقاء بالأمازيغية إلى مصف اللغة الوطنية الرسمية وتمتين للحمة المجتمع . ومن شأن الاكاديمية ، التي نص الدستور على إنشائها ، العناية بالأمازيغية لغة وثقافة وتراثا ، وذلك باعتماد المناهج العلمية الكفيلة بتطويرها وتفعيلها في الابداء العلمي والفكر والأدبي والاعلامي وضمان تعميم استعمالهم وتداولها بين الجزائريين قاطبة .¹

¹ عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

ولا مندوحة لنا من أن نجعل من طلب العلم غاية لكل مجتمعنا ، وأن نحرص على تكوين قاعدة علمية قادرة على إبداع طرق لصوغ مستقبل يحقق ما نطمح إليه من تنمية ورفي وازدهار . ومن ثم ، فإن على جامعاتنا أن تضطلع بهذه المهمة ، وأن تسعى لكي توفر للبلاد نخبة متميزة من العلماء والباحثين في شتى حقول المعرفة و الاختصاص لا تكون قادرة على مسايرة عصرها فحسب ، بل وعلى المشاركة في إنجازاته ، وتكون في الوقت نفسه ، واعية للمصالح العليا لوطنها ومشاركة حقا في حل المشاكل المجروحة بإلحاح على الشعب.

ولا يعني ذلك أن على الجامعة الجزائرية أن تتخلى عن البحث النظري وعن رسالتها الأكاديمية وتحصر رسالتها في الاستجابة لمتطلبات ظرفية ، كلا عليها أن تجد الترتيب الأمثل للأولويات ، الترتيب الذي يمكنها من إيجاد الموازنة السليمة . في كل المسائل التربوية ، بين ضرورة أخذ المتطلبات العاجلة للنهوض بالمجتمع في الحسبان وضرورة تطوير البحث الأساسي الذي لا غنى عنه .

وفي نفس الوقت إن حاجتنا إلى منظومة رقمية في الجامعات المؤسسات التربوية والثقافية يميلها علينا حرصنا على استجماع أسباب الوصول إلى المعلومة حيثما كانت، فمجتمع المعرفة الذي نبتغي ولوحة حري بنا أن نضع لبناته الولي عقول شبابنا المفكر ، المتنور ، العاقل ، الواعي ، المنتج .

أيها السيدات الفضليات ، أيضا السادة الافاضل .

ليس هناك شك في أن الثقافة سلوك اجتماعي إنساني دائم التجدد ، وينطلق أساسا من الفرد ليصبح منتجا اجتماعيا مشتركا بين كل الأفراد ، يتعارفون من خلال هذا المصطلح على القيم والمبادئ التي ترتقي بالمجتمع ، باعتماد الفن والادب والفكر والعلم بغية بناء منظومة ثقافية قائمة على الهوية الوطنية الواحدة بمختلف ابعادها .¹

إن الثقافة المجدية هي الدرع الذي يقي شبابنا من التطرف ، هاته آلاف المقيمة التي تنتقل ، من بلد إلى آخر ، ومن زمن إلى زمن . وإننا لن نتوانى في محاربة التطرف باستخدام أم سلاح المعرفة والتنوير للقضاء على أسبابه ومكوناته.

إنه من حق الجزائريات والجزائريين بل ، ومن واجبهم : أن يعتزوا يكون دستور بلادهم قد كرس الحق في التحصيل المعرفي بأن جعله حقا مضمونا يتساوى فيه أبناء الشعب كلهم ، فعلينا أن نعمل . الآن أكثر من أي وقت مضى ، على الخروج بالمعرفة والثقافة من طور الاستهلاك إلى طور الإبداع و النتاج لكي تسهما في التنمية الاقتصادية .

¹ - عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

من شأن تجسيد حق المواطن والمواطنة في التحصيل المعرفي أن يدفعنا دفعا قويا في اتجاه الاضطلاع بمسؤوليتنا المتمثلة في وقاية المجتمع الجزائري من إنتاج ثقافة كراهية الغير ثقافة زرع الرعب وثقافة التزمت ، وثقافة الموت وتحصينه من أخطارها .

إن الثقافة ليست منتجا رسميا ولا صناعة مؤسسة بعينها ، إنما هي نتاج دينامية اجتماعية جماعية تبدأ بالتعليم في المؤسسات التربوية ، عبر مختلف الاطوار ، لتبليغ مؤسسات البحث العلمي والابتكار المتجدد ، مع ضرورة أن يتناسق معها الشارع والمؤسسات الدينية ، ودور الشباب ، ودور الثقافة والمسارح ، والسينما ، والتلفزيون ، ووسائل الاعلام ، وغيرها من المرافق الثقافية والاجتماعية والحيوية .

أيها السيدات الفضليات ، أيها السادة الأفاضل .

لذا ، وفي هذا اليوم البهيج ، وفي هذه المدينة التي تذكرنا بعمق تاريخنا وبمجد حضارتنا ، وفي هذا الفضل الذي نقف في كل أسابيعه ترحما على أمجاد ثورة نوفمبر المجيد ، أهيب بكل الجزائريين والجزائريات أن يهتموا دائما أكثر بتعليم أبنائنا ووقوف عائلتنا بجانب المدرسة الجزائرية ، لكي نحضر اليوم جيل الغد الذي سيكمل ، بعون الله ، مسيرة جيل الكفاح التحرري وجهد جيل بناء الجزائر المستقلة ، جيل الغد الذي يسهر بالعلم والثقافة على تعزيز استقلالنا

الاقتصادي ، والمساهمة في رفع مشعل حضارتنا العربية الاسلامية في العالم ، وضمان عقدا بعد عقد ، مكانة أرقى للجزائر وطنهم أرض العلم والحضارة .¹

التحليل:

عناصر الخطاب في النص : حسب العناصر الستة التي ذكرها رومان جاكيسون وهي على النحو التالي :

- 1- المرسل : هو صاحب الخطاب رئيس الجمهورية ، عبد العزيز بوتفليقة .
- 2- المرسل إليه : (المتلقي) وهنا المتمثل بالشعب الجزائري عامة ، الجمهور في النص ، لتأكد مثال على ذلك النداء إليه في العبارة التالية .
أيها السيدات الفضليات ، أيها السادة الأفاضل .
- 3- الرسالة : هي مضمون الخطاب (النص) .
1- تمجيد العلم .
2- إبراز الدور الذي قام به عبد الحميد بن باديس على نهجه (رحمه الله).
3- أهمية التعليم والتأكد عليها في بناء بلدنا الجزائر .

¹ - عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

4- الرسالة وطنية لتوعية الشعب الجزائري ، أيضا هذه الرسالة إقناعية .

4) السياق : الظرف الذي طرح في يوم العلم .كان تاريخه 16 أفريل 2016 ، إحتفال وطني لذرة الثورة الجزائر ...إلخ.

5) القناة (وسيلة الاتصال) : الوسيلة التي نقلت الخطاب الرسمي مكتوبا أو مقروءاً.

مثال وسائل الاعلام ←التلفزيون ← الاذاعة ← تكون هذه الوسيلة تتوسع التأثير والاقناع في الجمهور .

6)الشفرة (اللغة) : اللغة المستعملة في النص (الخطاب) ← اللغة الفصحى ← اللغة

الرسمية بأسلوب بلاغي ← وهذا ما يعزز الاقناع في المتلقي (الجمهور).¹

تحليل النص حسب نظرية رومان جاكيسون

1- الوظيفة التعبيرية التي طبقها الرئيس بوتفليقة في النص .

لقد عبر الرئيس عن مشاعره وأفكاره عندما وصف المدينة الجذابة في أمثلة التالية :

مثال 1 : «إن لهذه المدينة جاذبة لا تقاوم فما يزال زائرها في شوق وحنين إليها حتى

يعود.»²، تحتوي الجملة على انفعال واضح : شوق وحنين ← تعبر الكلمات عن المشاعر

¹ - انظر : عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

² - عبد العزيز بوتفليقة ، رسالة إحياء يوم العلم . يوم السبت 16 أفريل 2016 - على ساعة 19:15 (المرجع السابق)

الداخلية للزائر المدينة .تعكس عاطفة قوية تجاه المدينة ، أي أن يريد الرئيس بوتفليقة نقل إحساس الحب إليها.

المثال 2 : «لقد عدت إليها ، كما تعرفون ، مرات عديدة¹»¹ يعبر عن ارتباطه بالمدينة ، وصف الرئيس بوتفليقة استعارة تقديرا للعلم والمدينة والعلاقة الانفعالية - التي تظهر في هاتان العبارتان - وهذا هو معنى الوظيفة التعبيرية .

ومن هنا نقول أن الوظيفة التعبيرية في الخطاب تعكس مشاعر المتكلم مثل : الشوق والحنين والارتباط العاطفي .

المثال 3: «إن لهذه المدينة جاذبية لا تقاوم²»² الرئيس يعبر عن انفعال وإعجاب الشخصي من المتكلم (الرئيس ، الجمهور عبد العزيز بوتفليقة.

المثال 4 : «ولا أظن أحدا فينا يتخيل أن العلم وقسنطينة سيفترقان...»³³ هنا تعبير انفعالي وتؤكد شخصي على ارتباط العلم بالمدينة ، يتجاوز حدود سرد المعلومات إلى التعبير عن المشاعر .

2- الوظيفة التي طبقها الرئيس بوتفليقة في النص:

¹ - عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

² عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

³ عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

لقد ذكر في النص الأسلوب الاستفهامي غير مباشر في ما يلي :

المثال 1: «وما أظن أحداً فينا يتخيل أن العلم وقسنطينة سيفترقان في يوم من الايام»¹

-تحليل المثال :

1-صيغة شبه استفهامية «أتخيل» ، تؤكد هذه العبارة في الجملة التالية العلم والمدينة مرتبطان دائماً - وظيفتها إثارة في التفكير الجمهور أن الانفصال مستحيل - تعزيز هذه الفكرة التي يريد إيصالها إن هذا الخطاب قليل الاسئلة المباشرة ، لكنه يحتوي على الاستفهام غير مباشر كأداة بلاغية قوية الاقناع .

3-الوظيفة الانتباهية التي طبقها رئيس بوتفليقة في النص :

استعمل الرئيس الوظيفة الانتباهية للحفاظ على التواصل مع الجمهور لجذب الانتباه ، والتأكد على الجمهور في السياق . ويظهر هذا في عدة مواطن في النص في مايلي :

المثال 1: «أيها السيدات الفضليات ، أيها السادة الافاضل .»² هذا الافتتاح ليس معلومة

فقط وانما أسلوب لفت الانتباه الجمهور واستدعاء مشاركته في خطاب رسمي (خطاب الرئيس).

¹ - عبد العزيز بوتفليقة ، رسالة إحياء يوم العلم (المرجع السابق)

² - عبد العزيز بوتفليقة ، رسالة إحياء يوم العلم (المرجع السابق)

المثال 2: « كما تعرفون »¹ - تهدف هذه العبارة إلى إشترك الجمهور ذهنيا في الحديث وجعلهم يشعرون بأنهم جزء من هذا الخطاب (النص) وليس فقط ملتقين - لتنشيط انتباه المستمعين .

المثال 3 : «ولا ريب في أنكم سعدتم أيما سعادة »².تقد لنا هذه العبارة الوظيفة الانتباهية وتستدعي مشاركة الجمهور في تقييم المشاعر أو ربط تجربتهم : تتمثل في سعدتهم (بيوم العلم) -تهدف هذه الوظيفة الانتباهية إلى جذب الانتباه للجمهور (المتلقي)، وإشراكه في النص ، وتخلق حوارا ضمنيا بين الرئيس الجمهورية والمستمعين (الجمهور) . وهذا مايجعل التفاعل بينهم من أول الكلمات إلى نهايتها .

(4) وظيفة ماوراء اللغة التي طبقها الرئيس بوتفليقة في النص :

تظهر هذه الوظيفة في اللغة الخطاب موجها إلى الشرح أو التوضيح معنى كلمة أو مفهوم داخل النص (الخطاب) .

-يوضح الرئيس بوتفليقة في النص " يوم العلم " ³ ليس مجرد تاريخ احتفالي ، وإنما هو مناسبة وطنية تحمل دلالة رمزية مرتبطة بقيمة المعرفية بناء المجتمع الجزائري.

¹ - عبد العزيز بوتفليقة ، رسالة إحياء يوم العلم (المرجع السابق)

² - عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

³ - عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

إن مقصود بالعلم على أنه العلم المفيد الذي يساعد إلى خدمة الوطن وتطوره ، وهو ليس مجرد معلومات نظرية ، وأن "العلماء"¹ بدورهم وخدمتهم إلى نشر الوعي والتوجيه إلى الشعب ، اذا باعتبارهم لرسالة الإصلاح والتنوير و التحفيز إلى بناء المجتمع الراقي ، وأن كلمة العلماء هي بدل على الهوية الوطنية باعتبارها عناصر مكتملة أساسها الدين واللغة والتاريخ .

لقد ظهرت الوظيفة اللغوية ما وراء اللغة من خلال ابراز عدة توضيحات للعلم والعلماء والهوية الوطنية في النص لما يقدم المتكلم التوجيهات للفهم المتلقي .

5) الوظيفة الشعرية : في النص (خطاب الرئيس)

(الجمالية) في الخطاب (النص).

تخدم الوظيفة الشعرية في هذا النص على الاقناع من خلال توظيف التكرار والتوازي ، واستعمال الصور البلاغية ، مما أضفى على الخطاب بعدًا جماليا وإيقاعيا ، وساهم ذلك تأثيرا على الجمهور (المتلقى).

1)-التكرار :كرر الرئيس فكرة العلم هو أساس نهضة الامة وخدمتها وهو طريق لتقدمها .إن هذا التكرار يعطي إيقاعا ويعزز التأثير في المتلقي ، ويكون ذلك مع نفس المعنى بصيغ مختلفة .

¹ - عبد العزيز بوتفليقة (المرجع السابق)

(2) - التوازن :

يقدم الأفكار في بناء التوازن مثل : العلم وسيلة لبناء الحاضر ، ويكون هذا التوازن يخلق في النص انسجاما لغويا مميزا ،

(3) الصور البلاغية :

عبر الرئيس عن العلم في عدة صور واستعمال المجاز يعطينا جمالية على الخطاب (النص).

مثال : توظيف الاستعارة المكنية وغيرها .¹

يعتبر الخطاب الرئاسي بمناسبة يوم العلم من الخطابات الاعلامية له بعد وطني ، إذ يجمع في هذا الخطاب بين الاقناع والتأثير والإخبار ، ما هذا مناسبا لتطبيق وظائف اللغوية عند هاليداي (Halliday) التي تدرس اللغة كأداة تجريبية وتفاعلية وتنظيمية .

(1)-الوظيفة التجريبية (ideational function) :

تعكس هذه الوظيفة الواقع والمعرفة والتجربة ، ويبين الرئيس في كلامه ، مكانة العلم والعلام ، والدور الاصلاحى التربوي ، وأهمية الهوية الوطنية الجزائرية.

¹ - عبد العزيز بوتفليقة ، رسالة إحياء يوم العلم (المرجع السابق)

الفصل الثاني الوظائف اللغوية في الخطابات الإشهارية-نماذج مختارة -

أشار الرئيس في الخطاب على أساس نهة الامة الجزائرية ودور العلم في ذلك . وجهود التي ساهمت في تطور المنظومة التعليمية لا دولة ، ورمز إلى العلماء في تاريخ الجزائر .

التحليل :

ينقل هذا الخطاب الحقائق والمعارف يربط بين الماضي والحاضر (المستقبل)، معنى ذلك من خلال الماضي نصنع مستقبلا أفضل، ويؤكد أن التقدم لا يكون إلا بالعلم، إذن اللغة تستخدم لانعكاس الواقع وبناء رأي العام (رأي الفكرية للجمهور)¹.

(2)-الوظيفة التفاعلية (interpersonal function) :

وتقصد بالتفاعل العلاقة بين المتكلم والمتلقي والتأثير فيه ، يتمثل في توعية الشعب مثلا.

في الخطاب (النص) :

- استعمال الضمير نحن للمتكلم (الرئيس) إلى المتلقي (الشعب الجزائري) .
- استخدام نبرة التوجيه والتحفيز لتوعية الجمهور .
- الدعوة إلى العمل والمشاركة في المستقبل .
- اشتراك الشعب في المسؤولية الوطنية مثال الدفاع عن الوطن .

¹ - عبد العزيز بوتفليقة ، رسالة إحياء يوم العلم (المرجع السابق)

- توجيه الكلام للشبان بضرورة طلب العلم والتعلم .
 - بيان موقف إيجابي نحو الاعتزاز والفخر .
- كانت هذه الوظيفة تواصلية بين الرئيس والشعب قائمة على التفاعل والاقناع والتأثير .

3-الوظيفة النصية (textual function) :

جاء الخطاب نصا متكاملا ومفهوما في تنظيم والتسلسل المنطقي للأفكار من الماضي إلى الحاضر ←مستقبل.

مستعملا في الخطاب عدة أدوات الربط مثل : (إن .كذلك ...) عالج موضوعا واحدا (وحدة الموضوعية) ←(العلم والوطن).

-انتقال من الكلام عن دور العلماء إلى واقع التعليم ، وربط الافكار بأدوات المنطقية لتبسيط الفهم للمتلقي ، وتكرار المفاهيم العلم والوطن لانها مصالحين مركزيين .

يتميز الخطاب بالترابط وانسجام القوى داخله يخدم أهمية عامة وواضحة ومؤثرة في

المتلقي.¹

¹ - عبد العزيز بوتفليقة ، رسالة إحياء يوم العلم (المرجع السابق)

❖ تحليل نموذج (2) للخطاب الاشهاري:

إنّ الإشهار هو عملية فنية تهدف إلى التأثير نفسيا على طرق الثاني المتلقي تحقيقا لمطالبات تجارية لتنمية المشروعات الاقتصادية وترويج المنتجات بصدق وصراحة القدرة على الاقناع.

1-وصف النموذج الإشهار (المنتج مارغرين):استهل الإشهار بظهور علبة مارغارين

بلاستيكية أسطوانية الشكل متوسطة الحجم ومرفقة بيضتان، لديها غطاء أسود محاط بإطار

أصفر يحمل عنوان المنتج باللغة الفرنسية واستعملاته في الطلاء، الطبخ والحلويات.

مرفق بصورة امرأة عجوز ترتدي لباسا أحمر بنقاط بيضاء وخمار أبيض تحته قطعة

قماش حمراء تظهر في الصورة بالإضافة إلى ذلك نجد على الغطاء صورة ترمز للاستعمالات

هذا المرغارين، رفيق خبر - طبق أكل وقطعة كيك مثلثة الشكل ومزينة.

نفس المعلومات المذكورة في الغطاء العلوي تتجدد في منتصف العلبة حيث نفس شعار

المنتج لمرّة باللغة العربية وكذلك رموز استعمالاته المنتجة، تاريخ الانتاج وتاريخ نهاية

صلاحية المرغارين.

ظهور العلبة بشكل سريع وهي تتحرك دائريا إنسحابيا يتزامن بظهور فتاة تتكلم باللهجة

الجزائرية قائلة: "هيا نبدؤوا يا شابات ويا شبان، السن والصنعة في اليدين، شاطرين وفي الطبخ

الفصل الثاني الوظائف اللغوية في الخطابات الإشهارية-نماذج مختارة -

ناجحين بخطوة، Fougue فكرة وحركة، وبالصدفة تصنع حكاية، الإلهام نقطة بداية، وألا هم لمسة الإحساس، الطبخ فن مارغرين ماني فن الطبخ".¹



2-الوظائف اللغوية للخطاب الإشهاري:

2-1- الوظيفة التأثرية (الاقناعية/ الندائية):

إنّ الوظيفة الاقناعية تساهم في توجيه الخطاب مباشر إلى المشاهدين، قصد التأثير فيهم

وحثهم على التفاعل مع المنتج، عند قول من الخطاب: "هيا نبدؤوا يا شابات و يا شبان"

¹ - <https://vm.tiktok.com/ZS9YsEM68EBAF-KidyE>

الفصل الثاني الوظائف اللغوية في الخطابات الإشهارية-نماذج مختارة -

استعمل النداء لتحفيز لاستمالة الجمهور وجذب انتباهه، في بداية عرض الإشهار، كما نرو أيضا هناك ربط بين هذا المنتج والابداع في الطبخ لنجاح التأثير.

2-2- الوظيفة التعبيرية (الانفعالية):

تتضح الوظيفة التعبيرية التي تحمل المشاعر الإلهام والاحساس مثل ما ظهر في الخطاب الإشهاري " الإلهام نقطة بداية "، كذلك "والأهم لمسة الإحساس" يعبر هذا الخطاب عن قيمة وجدانية مرتبطة بالطبخ، كذلك انفعال بالنسبة إلى الجمهور المستهدف.

2-3- الوظيفة المرجعية (الإخبارية).

تظهر فكرة المنتج مع ربط مجال الاستعمال في تحضير الأطباق كما رأينا أن مارغرين ماني " له علاقة بالطبخ، وفنه، فهو أساس في إنجاز الحلويات والأطباق.

2-4- الوظيفة الجمالية (الشعرية):

يوجد في الخطاب التناسق والايقاع اللفظي في استعمال العبارات قريبة في الصوت كعبارة: السّين والصنعة في اليدين، شاطرين وفي الطبخ ناجحين"

الفصل الثاني الوظائف اللغوية في الخطابات الإشهارية-نماذج مختارة -

يوجد تنعيم اللفظي لإضافة طابع موسيقى لجذب المتلقي، إلى شراءه ويسهل ذلك إلى حفظ الرسالة الإشهارية.

2-5- الوظيفة الإيحائية:

يرمز إلى المنتج مارغارين بأنه الابداع والفن والإلهام عند قول : " الطبخ فن، مارغارين ماني فن الطبخ" لا يقدم المنتج بأنه مادة غذائية فقط، وإنما رمزاً للإبداع والتميز، كما نلاحظ في الإشهار التنوع في الأطباق.

2-6- الوظيفة التواصلية:

كانت اللغة تتجلى في استعمال اللغة الجمهور باللهجة الجزائرية وهي قريبة من المتلقي أكثر - ممزوجة بكلمة أجنبية (fourgue) ما يسهم في خلق تواصل مباشرة مع المتلقي وجعل الخطاب حيويًا أكثر للمشاهد عادة يستعمل الدارجة ويقصدها أكثر من اللغة الفصحى.

2-المستوى اللغوي الإشهار (النموذج 2):

استعمل في الإشهار اللغتين الفرنسية والعربية توحى بأن المنتج موجه للجمهور متعدد اللغات، حتى يعزز إلى مختلف الشرائح، يعني بذلك يصل إلى أفق واسعة للجمهور مكتوب بالمنتج باللغة العربية والفرنسية.

إنّ خطابه يتميز بالبساطة بطريقة مباشرة، حيث ركز على استعمال المنتج (Tartine, Cuisine, Pâtisserie) ليكون مفهوماً للجميع، أما بنسبة للتعبير فهو يركز على جودة المنتج عندما أستعمل عبارات التحفيزية غير مباشر " هيا نبدؤوا يا شابات ويا شبان "

3- آليات الاقناع من خلال الإشهار:

✓ المستوى البصري:

اللقطة مقربة للجمهور، أعني سقوط علبة المارجرين يعطى ذلك جذب الانتباه بالحركة الديناميكية للمنتج المباشر (لترسيخه بصريا).

✓ الإثارة العاطفية:

يستعمل الإشهار بلقطة مع بيض والقهوة، ربط المنتج مع العائلة وراحتها المنزلية كما تظهر عليهم ملامح الفرح والسرور والاعتزاز به، والهدف من ذلك خلق الاحساس بالشهية، يدخلك في جو الافطار العائلي.

وجود صورة طاء على العلبة وهو مبتسم يعطي ذلك انطبعا لمنتج معتمد به من قبل الخبراء.

✓ الموسيقى التصويرية:

كان هذا الخطاب الإشهار بصوت يشير بأن الموسيقى جزء أساسي في خلق الجو
الاقتناع يعني لا تكون هذه الموسيقى جذابة.

خاتمة

وأخير توصلنا إلى النتائج الدراسة من خلال البحث في موضوع الوظائف اللغوية في الخطاب الإعلامي يمكن ذكرها في ما يلي:

✓ إنّ الخطاب الإعلامي يمثل عملية تواصلية تتجاوز نقل الأخبار والمعلومات في تأثير المتلقي وتوجيهه، كما أنّه متميزاً بمجموعة من الخصائص الاتساق والانسجام، الوضوح، الإيجاز والاختصار، وسرعة الانتشار، وتنوع أشكاله وأنواعه إضافة إلى الوسائط الإعلامية والغايات الاتصالية.

✓ يوجد تميزاً بين مفهومين الخطاب والنص، النص هو بنية لغوية متكاملة، إنّما الخطاب يشمل السياق والمتلقي هدف التواصل فهو يتجاوز جانب اللغوي، يرتبط أكثر بعملية الإقناع والتأثير.

✓ يتميز الخطاب الإعلامي بخصائص متداولة وظيفياً تجعله يقدر إلى الوصول إلى جمهور واسع، يكون ذلك اعتماده على أساليب الواضحة والتكثيف والانتشار والتشويق ليحقق الفعالية في الرسالة الإعلامية.

✓ تشمل اللغة أبعاداً عدة كالإخبار والتأثير، من مميزات المرونة والبساطة في أسلوب، والوضوح، حسب طبيعة الوسيط والجمهور المستهدف.

✓ يتعدد الخطاب الإعلامي إلى أنواع مختلفة إلى الخطابات الإشهارية والرياضية، السياسية، الاجتماعية وغيرها، وكل نوع من هذه الأنواع له اختلاف في الأساليب اللغوية وآليات الاقناع والتأثير المستعملة فيها.

✓ تمثل الوظائف اللغوية أدواراً مختلفة التي تؤديها اللغة في العملية التواصلية (داخل العملية التواصل) ، تتنوع بين الوظائف الاخبار، الانفعال، الاقناع التبليغ وغيرها يكون ذلك حسب طبيعة الخطاب وأهداف المرجوة.

✓ إنّ الخطاب الإعلامي لا يعتمد (يستند/ يقوم) على وظيفة لغوية واحدة، إنّما يستند على تداخل عدة وظائف معاً حتى تعمل تحقيق للتأثير والاقناع حتى يضمن فاعلية الرسالة الإعلامية.

✓ تؤثر البيئة اللغوية في الخطاب الإعلامي من خلال السياقات المختلفة الاجتماعية، الثقافية، التداولية، يشكل ذلك دلالة الرسالة الإعلامية.

✓ تؤدي آليات التأثير الإعلامي غير اللغوية دوراً مهماً في الرسالة الإعلامية، وتعزيزها في قدرة الاقناع والتأثير تتمثل: في الصورة، الصوت، الألوان، الموسيقى وحركات (حركة).

المصادر والمراجع

• المصادر والمراجع:

1. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر بيروت، ج1، ط3، 1994.
2. ابرير بشير، الصورة في الخطاب الإعلامي: دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونية، الملتقى الخامس للسينما والنص الأدبي.
3. بودية محمد، مفهوم الوظيفة في اللسانيات العربية، المؤتمر الدولي الخامس للغة العربية، المجلس الأعلى للغة العربية.
4. بيبورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، تر: درويش الحلوجي، دار كنعان للدراسات والنشر والتوزيع، دمشق، ط1، 2000.
5. الجابري حمزة، اللغة الإعلامية - المفهوم، الخصائص، الواقع والتحديات، ط 1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013م.
6. جاكسون رومان، مقالة في وظائف اللغة، دار المعارف، القاهرة، ط1، 1972.
7. جون فيسك، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، تر: سعد البازعي، دار الشرق، عمان، الأردن، ط2، 1996.
8. حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة القضايا المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية. ط1.
9. حمدي أحمد، الخطاب الاعلامي العربي : آفاق وتحديات، دار هومة، الجزائر، 2002،

10. دراز عبد الله، مبادئ الخطاب الإسلامي، دار الطبيعة، القاهرة، ط1، 1985.
11. دينيس ماكويل denismcquail الكتاب نظرية الاتصال الجماهيري mass communication theory mcquails ، لندن ، ط1.
12. شرف عبد العزيز، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2000.
13. الشهري بن ظافر عبد الهادي، استراتيجيات الخطاب (مقاربة لغوية تداولية ، دار الكتاب الجديد، المغرب، ط1، 2014.
14. الشريف سامي، أيمن منصور ندا، اللغة الاعلامية .المفاهيم .الأسس .التطبيقات – كلية الاعلام القاهرة، 2004/1425
15. شومان محمد، تحليل الخطاب الاعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية ،الدار المصرية اللبنانية.
16. الصبيحي محمد الأخضر، مدخل إلى علم النص ومجالات تطبيقية، الدار العربية للعلوم، ط1، الجزائر ، 2008.
17. طه عبد الرحمان ، اللسان والميزان ، دار النشر : المركز الثقافي العربي .ط2، 2006.
18. عبد الحميد محمد ، الاعلان والاعلام ،دار النشر :دار النهضة العربية، ط1.
19. _____، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب. ط3، 2004.

20. عبد المجيد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، ط3
21. عبد علي حسين يوسف، اللغة الاعلامية ، دار دجلة للنشر والتوزيع . ط1 ، 2016.
22. عجوة علي ، الإعلام والترفيه ، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، ط1، 2003.
23. _____، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، ط1 2003.
24. العيد محمد، النص والخطاب والاتصال، الاكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، 2014.
25. الغباشي، الخطاب الاعلامي والقضايا المعاصرة ، ط1، القاهرة، عالم الكتب ، 2013.
26. فضل صلاح ،بلاغة الخطاب وعلم النص ، دار الشرق، القاهرة، ط1، 1992.
27. لعروسي أحسن هاجر، الخطاب الاعلامي في التلفزيون بين الايديولوجية والموضوعية، ألف للوثائق نشر، استيراد وتوزيع الكتب ط1، 2020.
28. المتوكل أحمد ، الوظيفة والبنية: مقاربات وظيفية لبعض قضايا التركيب في اللغة العربية. ط1، الرباط: منشورات عكاظ للطباعة والنشر
29. محمود علم الدين، أساسيات الصحافة ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2001.
30. المرزوقي سمير ، جميل شاكر، مدخل إلى نظرية القصة تحليلا وتطبيقا. دار المشرق مشروع النشر المشترك دس.

31. المسدي عبد السلام ، الاسلوبية والاسلوب، دار الكتاب الجديد المتحدة. ط5، كانو

الثاني /يناير. دس.

32. _____، اللسانيات وأسسها المعرفية ، الدار التونسية للنشر والتوزيع، تونس،

ط1، 2000.

33. معجم مجاني للطلاب :دار المجاني بيروت ، 2008.

34. مفتاح محمد ، تحليل الخطاب الشعري : استراتيجية التناص، المركز الثقافي العربي،

بيروت، ط3، 1992.

35. مكايي حسن عماد ، نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر، ط2، 2005.

36. نبيس محمد ، الشعر العربي الحديث: نبياته وإبدالاتها ، الدار البيضاء، 1989.

37. نبيل راغب ، فنون الاعلام ، دار غريب للنشر، القاهرة، ط1، 1999.

38. ياكبسون رومان ، قضايا الشعرية تر: محمد الولي ومبارك حنون. ط5، دار البيضاء

المغرب. دس.

• المجالات:

1. بن سلامي إكرام ، الخلفية اللغوية لتميل الخطاب الشعري في كتاب الموشم المرزاني،

قراءة تداولية المدرسة العليا للأساتذة بقسنطينة، الأثر، ع1، دس.

2. بوقمرة عمر ، وظائف اللغة في نظرية الاستعمال - وظيفتها الانجاز والحجاج أنموذجا - حسيبة بن بوعلي السلف - الجزائر (اللسانيات - المجلد 24- العدد 1) 2017/12/24.
3. حجاج سميرة shadjadj@univ.chef.dz ، الخطاب الاعلامي والتحليل التداولي - برنامج سين - أنموذج مجلة (لغة كلام) تصدر مخبر اللغة والتواصل جامعة غيليزان / الجزائر ، 2023/09/10 .
4. سلطان عبد الخالق ، دنزار خورشيد مامه ، اللغة الاعلامية . في جامعة دهبوك كلية التربية الاساسية . naza_mamah@wid.ac ، العدد الثاني يونيو 2022.
5. الطاهر إبراهيم، بلاغة الخطاب الرياضي، واستراتيجيات التأثير أناشيد جمهور الرجاء الرياضي المغربي أنموذجا، باحث في سلك الدكتوراه بكلية الآداب والعلوم الإنسانية، مختبر الترجمة وتكامل المعارف، جامعة القاضي عياش مراكش، المغرب، مجلة العلامة، م6، ع2، 2021/08/10.
6. مجيدي أسماء ، وظائف اللغة في الخطاب الاعلامي مجلة اللسانيات التطبيقية، م05، ع1، جامعة أحمد بوقرة بومرداس (الجزائر) 2021
- a. مصطفىاوي خلال، الانسجام النفسي وعلاقة (النظرية والتطبيق) مجلة اللغة العربية، ع39، دت

7. منور أحمد ، الخطاب الشعري عند رومان جاكيسون، مجلة اللغة والادب جامعة

الجزائر، ع2 1994.

8. المنيزل تمام أحمد، الوظيفة عند هاليداي: دراسة تحليلية. قسم اللغة العربية. كلية العلوم

والادب. جامعة الجوف المملكة العربية السعودية المجلة الدولية للدراسات اللغوية والادبية

العربية. المجلد 2. ع 1، 2020، thalmnaizl@ju.edu.sa.

9. تمام حمد المنيزل ،الوظيفة عند هاليداي : دراسة تحليلية أستاذ اللغة والنحو المساعد -

مجلة قسم اللغة العربية كلية العلوم والأدب . جامعة الجوف. المملكة العربية السعودية

.. thalmmaizlaja edusz

• المواقع الإلكترونية:

1. <https://vm.tiktok.com/ZS9YsEM68EBAF-KidyE>

2. الخطاب الإعلامي وأساليب الاقناع:

2015/01/08 .www.zakatins.net/pdf/alkhetab%20alealame.pdf

3. عبد العزيز بوتفليقة ، رسالة إحياء يوم العلم . يوم السبت 16 أفريل 2016 - على

ساعة 19:15 .

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://radioalgerie.dz/news/ar/article>

[/20160416/74797.html&ved=2ahUKEwilkavo9_SUAXVxRKQEhcm9CVsQFnoECCAQAQ&usg=AOvVaw0nyxmFNDH](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://radioalgerie.dz/news/ar/article/20160416/74797.html&ved=2ahUKEwilkavo9_SUAXVxRKQEhcm9CVsQFnoECCAQAQ&usg=AOvVaw0nyxmFNDH)

قائمة الموضوعات

الموضوعات	الصفحة
الشكر الإهداء	
مقدمة	أ-هـ
مدخل: الخطاب الإعلامي مفهومه وخصائصه وأنواعه	19-1
- الخطاب والنص.	5-2
- الخطاب الإعلامي مفهومه وخصائصه.	10-6
- اللغة الإعلامية مفهومها وخصائصها.	14-11
- أنواع الخطاب الإعلامي.	19-14
الفصل الأول: " الوظائف اللغوية والخطاب الإعلامي"	46-20
مفهوم الوظيفة اللغوية	22-21
أنواع الوظيفة اللغوية	34-23
الوظائف اللغوية للخطاب الإعلامي.	42-35
البيئة اللغوية للخطاب الإعلامي	43
آليات التأثير الإعلامي غير اللغة	44
الفصل الثاني: الوظائف اللغوية في الخطابات الإشهارية-نماذج مختارة	82-47
تحليل الخطاب السياسي للرئيس عبد العزيز بوتفليقة	71-49
تحليل الخطاب الإشهاري	77-72
خاتمة	80-78
قائمة المصادر والمراجع	87-81
قائمة الموضوعات	88

ملخص :

يعالج هذا العمل دور الوظائف اللغوية في تشكيل الخطاب الاعلامي مع كيفية التوظيف لتحقيق الاقناع في المتلقي، وقد بينت هذه الدراسة أن الخطاب الإعلامي لا يقتصد على نقل المعلومة فحسب إنما يسعى إلى توجيه الرأي العام عبر آليات الحجاج متعددة أهمها التكرار، الاستعارة التوكيد ، إلا أن هناك آليات غير اللغة يعتمد عليها هذا الخطاب الاعلامي كصور ، وأصوات ، الاخراج ، لقوة الإقناع .

الكلمات المفتاحية: الوظائف اللغوية – الخطاب الإعلامي –آليات الإقناع.

Abstract::

This study examines the role of linguistic functions in shaping media discourse and explores how they are employed to achieve persuasion among audiences. The findings reveal that media discourse is not limited to the mere transmission of information; rather, it seeks to influence and guide public opinion through various argumentative and persuasive mechanisms, most notably repetition, metaphor, and emphasis. Furthermore, the study demonstrates that media discourse relies not only on linguistic devices but also on non-verbal elements such as images, sounds, and audiovisual production techniques, all of which contribute significantly to enhancing its persuasive power.

Keywords: Language functions – Media discourse – Persuasion mechanisms.