

صدى الخطاب الإعلامي الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي

□ تحليل تعاليق القراء عبر النت حول قصة الطفل الغريق أيلان □

*The echo of the Algerian media discourse on social networking sites-
Analysis of the readers' comments on the Internet about the story of the
drowned child Aylan-*

كريمة سالمي

جامعة مولود معمري. تيزي وزو (الجزائر). karima.salmi@ummo.dz

تاريخ الإستلام: 2022 / 01 / 15 تاريخ القبول: 2022 / 05 / 08 تاريخ النشر: 2022 / 05 / 13

ملخص:

تتطرق الدراسة لتأثير الخطاب الإعلامي الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي، وتعتمد في ذلك مدونة تتضمن تعاليق القراء على ما نقلته صحيفة الشروق أون لاين وصحيفة الخبر حول قصة الطفل الغريق أيلان. وتتبنى المقاربة التداولية في تحليل بنية الخطابات التي يمررها القراء عبر تعاليقهم، وهذا بهدف الوقوف على مدى انخراطهم فيما يعرضه الخطاب الإعلامي. وتوصلت الدراسة إلى أنّ الخطاب الإعلامي يحقق صداه عبر الاتصال أون لاين من خلال تنشيط عملية التلقي وتفعيل التحوار على مستويين: التحوار ما بين القراء أنفسهم بصورة مباشرة؛ وتحوار هؤلاء مع الجمهور العام بصورة ضمنية. وتشكل تعاليق هؤلاء القراء بناءً خطابياً يخضع لآليات محدّدة ويمثل في بعض مظاهره إعادة إنتاج للخطاب الإعلامي نفسه.

الكلمات المفتاحية: التفاعلية؛ التواصل الاجتماعي؛ الخطاب الإعلامي؛ الصدى؛ المقاربة التداولية.

Abstract:

This study approaches the influence of the Algerian media discourse on social networks, and uses a corpus that includes readers' comments on what was reported by Al-Shourouk Online and Al-Khabar newspapers about the story of the drowned child, Aylan. It adopts pragmatic approach in analyzing the structure of the readers' discourse, in order to determine the extent of their involvement in what is presented in the media discourse.

The study concluded that the media discourse achieves its impact through online communication by activating the process of receiving and discussion on two levels: dialogue between the readers themselves directly and their interaction with the general public implicitly. The comments constitute a discursive construction with specific mechanisms and represents a reproduction of the media discourse itself.

Keywords: *echo; interaction; media discourse; pragmatic approach; social media.*

1. مقدمة

يشهد عالم اليوم تطورا مذهلا في وسائل الاتصال، لاسيما ما يتعلّق بمجال الإنترنت وما يعرضه من آليات مستحدثة أحدثت ثورة في نظام التواصل والعلاقات الاجتماعية. وفي هذا العالم الجديد الذي تغيّر فيه مجرى الاتصال الجماهيري دخل الخطاب الإعلامي دائرة إعلامية- أوسع مستعملا الفضاءات التي تُتيحها وسائل الاتصال الجديدة (النت، أون لاين..). ويُعرف الخطاب الإعلامي بطابعه التأثيري على الجمهور المتلقي وسعيه إلى تعبئة الجماهير وتوجيه الرأي العام، وهو خطاب يُبنى وفق استراتيجيات معيّنة لتحقيق غايات محدّدة. تتناول هذه الدراسة البعد التأثيري في الخطاب الإعلامي الجزائري والصدى التي يحققه على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي، ولقد وقع اختيارنا على عيّنة من الخطابات التي نقلتها الصحف الجزائرية، لاسيما "الخبر" و"الشروق أون لاين"، حول الحدث الذي تصدّر المشهد الإعلامي لأسابيع عدّة، ويتعلّق الأمر بنشر صورة الطفل السوري المهاجر أيلان الذي مات غرقاً على أحد شواطئ تركيا، في الثاني من أيلول 2015. وتهدف الدراسة إلى إبراز القوة التأثيرية للخطاب الإعلامي الجزائري وبيان قدرته على خلق التفاعل مع المتلقين (القراء) وإثارة ردودهم بصورة آنية عبر النت، وتسعى في ذلك إلى الإجابة عن الإشكالية التي تؤسّس لها الأسئلة الآتية:

- كيف تلقى جمهور القراء الخطابات التي نقلتها الصحف الجزائرية حول صورة أيلان؟ وما هو الصدى الذي حقّقه في اتجاههم؟

- ما هي طبيعة الخطابات التي يمرّرها القراء عبر تعاليقهم؟ وما هي الآليات الخطابية التي تقوم عليها؟ ويكون تركيزنا في هذه الدراسة على مواقف القراء وتعاليقهم على ما تناقلته الصحفتان، وذلك من خلال تحليل الخطابات التي يُنشئونها ويتداولونها عبر النت، ونتبنّى في ذلك المقاربة التداولية التي تسمح بوصف الآليات الخطابية التي يعتمد عليها القراء لتمرير آرائهم، وكذا الوقوف على التفاعلية التي يخلقها الخطاب الإعلامي الجزائري مع متلقّيه. ويمكن أن نجمل الفرضيات التي ننطلق منها في الآتي:

- إنّ إمكانية تحقيق التأثير مرهونة بدرجة تفاعل أطراف عملية التواصل؛
- تتيح وسائل الاتصال الجديدة فضاء أوسع لقيام التفاعل بين صاحب الخطاب الإعلامي والقراء من ناحية؛ وبين القراء فيما بينهم من ناحية أخرى؛
- يسمح تحليل خطابات القراء بمعرفة درجة تأثير الخطاب الإعلامي في مواقفهم.

اقتضت دراسة هذا الموضوع عرض المسائل وفق المنهجية الآتية: عرض الجوانب النظرية في الجزء الأول من الدراسة في عنصر رئيسي هو: الفعالية التواصلية في الخطاب الإعلامي، ليتّم بلورته في عنصرين فرعيين هما: اللّغة في الخطاب الإعلامي؛ والخطاب الإعلامي: التفاعلية والتأثير؛ أمّا الجزء الثاني من الدراسة فقد خُصّص للمعالجة التطبيقية للموضوع في عنصر رئيسي هو: مقارنة تداولية لتعليق القراء عبر النت، ويندرج تحته عنصران فرعيان هما: الخطاب في بعده التداولي؛ والملاحم التداولية في تعاليق القراء.

أولاً: الفعالية التواصلية في الخطاب الإعلامي

إنّ عملية التواصل ظاهرة إنسانية واسعة النطاق، تتجاوز كونها مجرد تناقل للرسائل اللغوية بين الأفراد إلى عملية بناء أسس الحياة الاجتماعية، ويقرّ الدارسون بأنّ «التواصل يمكّن الناس من إقامة علاقات بينهم تحملهم على تقدير ما يفرق بينهم وما يجمع، فينشئون بذلك علاقات نفسانية واجتماعية، ولا تتمثّل علاقاتهم في النزاع والصراع والتخريب فقط، وإنّما تتمثّل أيضاً في التفاهم والثراء المتبادل والتعاون على إنشاء المعرفة ووضع القيم؛ ويقودهم مجموع هذه التفاعلات الرمزية إلى التجمع في مجموعات حسب نوع من التوسط الاجتماعي، وهم بذلك يكوّنون وعيا بالذات فرديا وجماعيا في آن واحد» (باتريك شارودو و دومينيك

منغونو، 2008). وهو الوعي الذي تشكّله مجموع التمثلات الثقافية والاجتماعية التي يتقاسمها الأفراد داخل المجموعة الاجتماعية نفسها، حيث تندرج هذه التمثلات ضمن الفكر الجماعي الذي يحدّد أنماط التفكير والسلوكيات وما تقتضيه من توافق بين الأفراد في تقدير الأمور.

ينتمي الاتصال الإعلامي إلى فضاء التواصل الجماهيري، وهو بذلك يتحقّق بطرق خاصّة لتجسيد أهداف في دائرة أوسع ممّا يتحقّق في التواصل اليومي بين الأفراد-التواصل ما بين الذوات- وإنّ وجود وسائل الإعلام في حدّ ذاتها أمر يخضع لفكرة مشتركة مفادها أن دورها يكمن في "قول الأحداث"، وينبغي عليها القيام بعرض الحال الذي يسمح للجمهور بتكوين فكرة حول وضعية العالم، ويُفترض منها كذلك أن تقدّم تفسيرات معقولة لهذه الأحداث" (Esquenazi, 2013). وبات واضحاً أنّ وسائل الإعلام المختلفة لا تهدف إلى مجرد نقل الأخبار والإعلام بها، وإنّما تعمل كذلك على خلق الرأي العام، وتوجيه التفكير، وهو ما يوضّحه ب. بورديو في حديثه عن تلاعب وسائل الإعلام بالعقول من حيث إنّ "أحد الرهانات السياسية على مستوى التبادل اليومي أو على المستوى العام هي القدرة على فرض مبادئ لرؤية العالم، نظارات مثل تلك التي يرى الأفراد من خلالها العالم وفقاً لبعض التصنيفات (الشباب والعواجز، الفرنسيين والأجانب). بفرض هذه التقسيمات يتمّ خلق مجموعات، تبعاً وتعمل ويمكن أن تصل إلى حدّ الاقتناع بوجودها، تمارس ضغطاً وتحصل على امتيازات، في ظل هذه النضالات يلعب التلفزيون اليوم دوراً حاسماً" (بيير بورديو، 2004)، وفي هذا الإطار يقوم التواصل الإعلامي على خلق ظروف التأثير على الجماهير العريضة من خلال الخطابات التي تمرّر في اتجاهها.

1. اللغة في الخطاب الإعلامي

ويحيل الحديث عن الخطاب الإعلامي إلى أهمية اللغة التي يبني بها، ذلك أنّه "ترتبط هذه اللغة في بلاغتها الجديدة ارتباطاً مباشراً بمفهوم الوسائل الجماهيرية مقرّرة ومسموعة ومرئية، وبوظائف هذه الوسائل من إعلام وتثقيف وإقناع وترويح، مشاركة ذهنية وقلبية كما ترتبط بنظرية التحرير الجماهيري حيث أصبح من المعتاد نقل المعلومات عن طريق الاتصال الشخصي المباشر كما كانت الحال في عهود سابقة من تاريخ الإنسانية وأصبح الاتصال الجماعي أمراً حكيماً لتدفق المعلومات إلى جماهير الناس الغفيرة" (شرف، 1983)، وإنّ اللغة هي التي تكفل للخطاب ترابطاً موضوعياً، وهذا من منطلق أنّ الخطاب ليس حديثاً عن موضوع، وإنّما هو بناء لهذا الموضوع وفق رؤية معيّنة ومقاصد تواصلية معيّنة. وتختلف أبنية الخطاب -طرق استخدام اللغة- حسب الأهداف التي يراد تحقيقها، وأياً كان أمر الهدف من عملية الاتصال فإننا لكي نصل إلى اتصال فعّال لا بد أن نحدد بوضوح هذا الهدف، وأن يكون واضحاً في الأذهان نوع ومدى الاستجابة Response التي نأمل الحصول عليها من وراء عملية الاتصال. سيما أن أهم نقد لهذا التقسيم هو النقد الموجه لطبيعة اللغة، فهناك من الأسباب ما يجعلنا نذهب إلى أن أيّ استخدام للغة يتضمن جانباً إقناعياً" (شرف، 1983).

وينفرد كل خطاب بخصائصه حسب المجال الثقافي والاجتماعي والمعرفي الذي ينتمي إليه، وكذلك حسب الجنس الخطابي الذي يجسّده بنيةً ولغةً، ففي المجال الإعلامي مثلاً «سنجد أن الجنس الإذاعي المسموع يمثل فيه الصوت مكان الرمز المدوّن في الجنس الصحفي، ويفتقد العنصر المرئي في الجنس التلفزيوني أو السينمائي ولكننا في الأجناس الإعلامية نجد "مجمعا" للفتون إن صح هذا التعبير، فهي تضم في أعطافها حضارة بأسرها بما في ذلك العادات والتقاليد، ومقومات الكيان الاجتماعي العام» (شرف، 1983). وتبرز في الخطاب الإعلامي أهمية قولية المضمون باللغة- العلامات اللسانية- الأمر الذي يؤدي بالضرورة إلى الاهتمام بمضامين الخطاب من خلال هذه اللغة.

ويرى زكي قاسم أن «المضمون هو نصّ لغوي في الأساس، ولا يتم إنتاجه إلا بتوفر عناصر تكوينه، أي الحدث والموقف والمرسل، وإنتاج النصّ هنا لمعناه، بمعنى أن المرسلّة تنتج دلالتها في التركيب الداخلي لأجزائها. هذا التركيب الذي يتضح فيه التعليق المتراتب للأجزاء على الكلّ. وعلى هذا، لا تكون الدلالة في المرسلّة متأتية في وحدات ثابتة مثل الكلمة أو الجملة، وإنما عن طريق البحث في النصّ والخطاب بأكمله. فقد تأكد أن المعنى الكلي للنصّ، والمعلومات التي يتضمنهما أكبر من مجرد مجموع المعاني الجزئية للجمل التي تكوّنه. بقول آخر، إن الدلالة الكلية للمرسلّة تنجم عنها باعتبارها بنية لغوية كبرى شاملة» (زكي قاسم، 2007). وفي كلّ الحالات فإنّ الظاهرة الخطابية تتشكل في علاقتها بعوامل لغوية وأخرى غير لغوية، وهذه العوامل على اختلافها تُضفي طبيعة خاصّة على الخطابات، وهذا ما تقرّه النظرية التداولية في تحليل الخطاب، إذ تهتم بعلاقة اللغة بمستعملها ومؤولمها، وبطرق استخدام اللغة في سياقات مختلفة لتحقيق المقاصد التواصلية.

2. الخطاب الإعلامي: التفاعلية والتأثير

تمثل التفاعلية جانباً أساسياً في عملية التواصل، إذ إنه "من حيثُ المبدأ يتكون التفاعل التواصلية من مفهومين: مفهوم التفاعل Intéraction الذي يعني الفعل ورد الفعل، وبذلك يكون معناه في الحوار هو المشاركة في الفعل ورد الفعل حول مضامين معينة. ومفهوم التواصل الذي يعني الحالة التي يصير إليها الحوار بين طرفين على الأقل" (نظيف، 2010). ويقترن مفهوم التفاعلية بالتأثير المتبادل بين الذات المتواصلة Sujets communicants "والتفاعل هو ذلك المسار للتأثيرات المتبادلة التي يمارسها المشاركون في التبادل التواصلية (أو المتفاعلون) بعضهم على بعض، ولكنه أيضاً المكان الذي يُمارس فيه تبادل الفعل وردّ الفعل هذا" (باتريك شارودو و دومينيك منغونو، 2008)، ويُفترض في ذلك وعي المتفاعلين بأدوارهم الكلامية في وضعية تواصلية محدّدة - وضعية الخطاب - وتموقع كلّ منهم إزاء الآخر، سعياً منهم إلى استخدام معطيات تلك الوضعية وفق ما يسمح لهم بتجسيد أغراضهم التواصلية.

ينبغي الخطاب في بعده التأثيري على إستراتيجيات لغوية لتحقيق أقوى فعالية في فرض وجهة نظر أو تغيير المواقف أو توجيه الفكر.. الخ، وإنّ أساس كل خطاب هو مبدأ التأثير Principe d'influence، وهو المصطلح الذي استعاد ب. شارودو استعماله ليشير إلى أحد المبادئ الأربعة التي تؤسّس لعمل اللغة إلى جانب مبادئ الغيرية والتعديل والإفادة. ويحدّد هذا المبدأ عمل اللّغة بأنّ عمل تبادل بين طرفين في التواصل يقرّ بأنّ "ما يحفّز قصديّة الذات المتكلّمة يندرج في غائيّة عمليّة (أو نفسية) تحمل أطراف التواصل على إنتاج خطابات تهدف إلى أن يكون لها مفعول على الطرف الآخر" (شارودو 1995 أ: 87)، (باتريك شارودو و دومينيك منغونو، 2008)، وهو الأمر الذي يدفع كل طرف من أطراف التّواصل إلى ردّ فعل ما يكون بنفس درجة وقع خطاب الآخرين عليه، وإنّ التجاوب الذي يمكن أن يُظهره كل منهم إزاء الآخرين من شأنه أن يجعلهم متلقين إيجابيين، فيأخذ التواصل بينهم طابع التفاعلية.

وتترأى في مسألة فعالية الخطاب الإعلامي أهمية الصدى الذي يحققه لدى الجماهير، وإذا كانت كلمة "الصدى" تعني في الأساس رجوع الصوت يرده جسم عاكس، أو انعكاس الشيء على محيطه، فإنّها تتضمن كذلك معنى الأثر الملموس والتجاوب الواضح بين قطبين. وإنّ إمكانية حدوث الصدى بالنسبة للخطاب الإعلامي تتحدّد وفق ما يمكن أن يثيره لدى الجمهور المتلقي من توتر إزاء المضامين التي ينطوي عليها، والتي تحملها على تفعيل خلفياته وتأويلاته، ليتحوّل ذلك إلى وعي يجعله منتجاً بدوره لتصورات ومضامين ومتفاعلاً بدرجة ما مع الخطاب نفسه. ولعلّ المقابلة التي وضعها ب. شارودو - Charaudeau بين الأثر المقصود Effet visé والأثر الحاصل Effet produit قد تفسر جانباً من ظاهرة الصدى، وهي المقابلة التي استعملها ليميّز من جهة بين الآثار التي تقصد الذات المتواصلة وتحاول إنشائها في الذات المرسلّة إليها التي تصوّرها وتبنمها بكيفية مثالية وتُستى آثاراً مقصودة، ومن جهة أخرى الآثار التي تحسّ بها الذات المؤولة

بالفعل والتي تبنيها وتعيد بناءها على طريقتها وتسمى آثاراً حاصلة (1997 أ: 37، 88) (باتريك شارودو و دومينيك منغونو، 2008).

ويتبين من ذلك ارتباط الصدى بالآثار الحاصلة، أي تلك التي تتحقق على مستوى المتلقي ذاته، والتي قد تبتعد عن تلك المقصودة من قبل صاحب الخطاب، لتأخذ حجماً آخر نتيجة اقترانها بتصوّرات المتلقي وتأويلاته، ويمكن أن نفترض في ذلك إمكانية تعثر المتلقي أثناء التأويل أو بالأحرى في مرحلة إعادة بناء معنى الخطاب، فلا يكون للخطاب الصدى المتوقع. وتثار في هذا المجال قضية ما يتم إيصاله للآخرين فقد يكون معنى (sens) وقد يكون قضية أو فكرة أو فرضية أو خبراً أو اقتراحاً أو اعتقاداً أو موقفاً أو شعوراً، ذلك أنّ العلامات اللسانية تتجاوز نقل المضمون أو ما تمّ الاتفاق عليه إلى نقل إحياءات وظلال المعاني التي سبق لها أن انطبعت في أذهان مستعملي اللغة عبر تجاربهم، فارتبطت بعواطفهم وتداخلت مع مشاعرهم وكونت تطلعاتهم ورغباتهم بل وشكلت نظرتهم للعالم والآخرين (عبد السلام عشير، 2006). وتجدر الإشارة إلى أنّ وظيفة التأثير المسندة إلى الخطاب الإعلامي ليست مسألة محتوى من المعلومات، بقدر ما ترتبط بكيفية تشغيل اللغة لتمير المضامين، وذلك وفق آليات واستراتيجيات.

ثانياً: مقارنة تداولية لتعاليق القراء عبر النت

تشكل المدونة التي تعتمدها هذه الدراسة من الخطابات التي تمّ تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تنطوي عليها تعاليق تناقلها القراء ردّاً على ما نقلته الصحف في المجال الإعلامي الجزائري، لاسيما "الخبر" و"الشروق أون لاين"، حول الحدث الذي ارتبط بنشر صورة الطفل المهاجر-أيلان- الذي مات غرقاً على أحد شواطئ تركيا في الثاني من أيلول 2015، وهذا إضافة إلى التعاليق التي ردّها القراء على بعضهم.

ومن تلك الخطابات الإعلامية اخترنا ما تضمّنه مقال رابع.ع من صحيفة (الشروق أون لاين) بعنوان: هكذا نعى الفنانون الجزائريون الرضيع السوري الغريق "إيلان كردي" (05 سبتمبر 2015)؛ ومقال اسلام بن خليف من صحيفة (الخبر) بعنوان: هل ستغير صورة الطفل الغريق مجرى التاريخ؟ (03 سبتمبر 2015)، ويتعلق موضوع تلك الخطابات إذن بالنهاية المأسوية للطفل السوري -أيلان- ومن خلالها مأساة الشعب السوري المضطهد وكلّ المهاجرين الذين خرجوا من ديارهم فراراً من الحروب والقهر والظلم، وما أثارته من تعاطف مع الشعب السوري من جهة أخرى؛ وتنديد بالمسؤولين عن تلك المأساة من جهة أخرى.

وتندرج تلك الخطابات ضمن ما يُعرف بشكل عام بالخطاب الإنساني الذي يدافع عن القيم العليا التي آمن بها الإنسان منذ الأزل، ويندّد بانتهاك حرية الإنسان وكرامته، وما من شك أنّ هذا النوع من الخطابات من شأنه أن يسجّل مشروعية قضية من القضايا العادلة، هي قضية المستضعفين التي تدعّمها فئة من الفاعلين الاجتماعيين، ومنهم الإعلاميون، وذلك بالتنديد بالوضع المزري الذي وصلت إليه الإنسانية اليوم حتى أنّ بعض الخطابات الإعلامية قد أخذت بعداً نضالياً.

ويُشير الدارسون في هذه المسألة إلى أنّه "لا ينبغي في تحليل الخطابات نسيان الفاعلين الاجتماعيين الذين يُنتجونها، وسواء تعلق الأمر بخطابات التبليغ أم التعبئة، التجمّع أم النضال، فهي ناتجة عن التفاعل الاجتماعي ودعامته في الآن نفسه" (Juhem, 2001)، وعلى ذلك يكون الخطاب الإنساني خطاباً دون خصوم، فمن غير الممكن أن تنصّر خطاباً مضاداً له مثلما تعرفه الخطابات الأخرى. ويلتقي هذا الخطاب في طابعه الإنساني مع ما تقوم به الجمعيات والمنظمات، وفي هذا المضممار يقترن البعد الإنساني في الخطاب الإعلامي بالمسعى التعبوي للجماهير حول القضايا التي يُناضل من أجلها، رامياً إلى إيقاظ الضمير الإنساني ورافعا صوت الإنسانية المستغيثة على المنابر الإعلامية لتحقيق الصدى الأكبر.

1. الخطاب في بعده التداولي

تتعلق التداولية بدراسة كيفية استخدام اللغة في السياقات المختلفة، وذلك من منطلق أن الاستعمال هو الذي يُثبِت اللغة كفعل وكأداء، وأنّ فهم الخطابات وتأويلها يرتبطان بسياقات القول، فلا يُكتفى في ذلك بالدلالات اللغوية، وإنما يقتضي الأمر ربط معنى الخطاب بمعطيات غير لغوية للوصول إلى مقاصد صاحب الخطاب.

ويعنى باللغة في المنظور التداولي في علاقتها بمستعملها ومؤولها، وهو ما يمثل بعداً من أبعادها الثلاثة التي حددها ش. موريس C. Morris (1938) على النحو التالي:

- المجال التركيبي المرتبط بعلاقات الأدلة بأدلة أخرى؛
- المجال الدلالي، ويتصل بعلاقات هذه الأدلة بالواقع المرجعي الذي تحيل إليه؛
- المجال التداولي الذي يخصّ علاقة العلامات بمستعملها ومؤولها (Charaudeau et Maingueneau, 2002)

إنّ ربط اللغة بالاستعمال والتأويل هو ما يجعل منها خطاباً يتشكل بمقتضى ظروف إنتاجه، وهي " تعني مجموع الظروف التي يحدث فيها فعل التلفظ (سواء كان مكتوباً أو ملفوظاً). ويعني ذلك المحيط المادي والاجتماعي الذي يقع فيها هذا الفعل، والصورة التي يشكلها المتخاطبون عن هذا المحيط، هوية هؤلاء المتخاطبين، والفكرة التي يكوّنها الواحد عن الآخر (إضافة إلى تمثل كل منهم لما يتصوّره عنه الآخر)، والأحداث السابقة عن فعل التلفظ (لاسيما العلاقات القائمة في السابق بين المتخاطبين، وفي الآن نفسه، وبالخصوص التبادلات الكلامية التي تندرج فيها عملية التلفظ المعيّنة (Ducrot et Todorov, 1972). ويتضمّن الخطاب أساساً مؤشرات تحيل على تلك الظروف، وتشكّل وضعية الخطاب في المنظور التداولي إطاراً لتفاعل الأطراف المتواصلة، وتتسم بالتحوّل وفق مجموعة من المتغيّرات الكفيلة بتحديد المعنى الذي يقصده المتكلم، والذي على المتلقي فهمه، ومن خلال هذه المتغيّرات لا يتسنى للمتخاطبين التحكم في مجريات التواصل فحسب، بل التأثير على بعضهم كذلك، بشكل من الأشكال، لتجسيد أهدافهم التواصلية.

وتتخذ الخطابات أشكالاً مختلفة وفقاً لتلك الأهداف فتتنوع في لغتها وبنيتها، إذ إنّ الخطاب في طبيعته عبارة عن بناء، فهو يخضع لمجموعة من الآليات والاستراتيجيات التي تكفل له الطابع القصدي، ويبني المتكلم خطابه على نيّة الدخول في علاقة تخاطبية مع الآخر مراعيّاً في ذلك الضوابط اللغوية من ناحية؛ والضوابط الاجتماعية -التأديب في الكلام- من ناحية أخرى.

وفي هذا المجال يمكن أن نشير إلى اختلاف بنية الخطابات باختلاف الاستراتيجيات التي تقوم عليها، "والتي تتصل بمعطيات إنتاج الخطاب، أي بعناصر السياق التواصلية التي نتج فيها، وكذلك بالتفاعل أو العلاقة بين أطرافه من مرسل ومرسل إليه، ومن ثم علاقة الخطاب ذاته بالمرسل، وإدراك الآليات المستعملة فيه مثل الاستدلال والحجاج، والاستلزام الحوارية أو مفهوم الخطاب، ومتى يمكن التعبير بظاهر الخطاب مباشرة أو اللجوء إلى التلميح بما يبطنه من معنى. إذ توجد هذه العناصر والآليات في الخطاب مهما كان نوعه، أو القصد من إنتاجه، على تفاوت بينها، حسب السياق الذي أنتج فيه ومدى الحاجة إلى توظيف

البعض منها دون البعض الآخر (ظافر الشهري، 2004)، كما أنّ بناء الخطاب يقتضي تكييفه حسب العناصر المستجدة في السياق التواصلي، والتي قد تضطر صاحبه إلى التغيير في بنية خطابه وأدواته اللغوية لتحصيل غاياته بالطريقة الأنسب.

إنّ الغرض من الخطاب ليس دائماً إفادة الآخرين بالإخبار والمعلومات، وإنّما تحمل الخطابات طابعاً إقناعياً، وفي هذا السياق يمكن أن نحيل إلى الخطاب الذي يحاول المتكلم من خلاله الدّفاع عن فكرة أو موقف (في حالة المناظرة)، أو إقناع المتلقي بأفضلية رأيه وصحة وجهة نظره في بعض المسائل، أو الخطاب الذي يسعى فيه إلى تحقيق غرض نفعي أو تحصيل فائدة مثلما هو الحال بالنسبة للخطاب الإشهاري الذي يهدف إلى جلب الزبائن (أو المتلقين)، وهي خطابات تبني على آليات الإقناع والتأثير لتحقيق أهدافها، ومن أهم مسوغات استعمالها أنّ تأثيرها التداولي في المرسل إليه أقوى، ونتائجها أثبتت وديمومتها أبقى، لأنّها تنبع من حصول الاقتناع عند المرسل إليه غالباً، لا يشوبها فرض أو قوّة. إضافة إلى تمايزها من الإستراتيجيات المتاحة الأخرى، مثل الإستراتيجيات الإكراهية لفرض قبول القول أو ممارسة العمل على المرسل إليه دون حصول الاندفاع الداخليّ أو الاقتناع الذاتي؛ فاقتناع المرسل إليه هدف خطابي يسعى المرسل إلى تحقيقه في خطابه (بن ظافر الشهري، 2004)، ويكون ذلك بتوظيف الآليات والأدوات الحجاجية التي يتضمّن نظام اللغة (الحجاج في اللغة)، كما يقوم الخطاب على استراتيجيات أخرى تفرضها الوضعية الخطابية منها الاستراتيجية التلميحية؛ والتضامنية؛ والتوجيهية.

ويقوم صاحب الخطاب بتفعيل قدراته وكفاءاته المختلفة واستعمال معطيات وضعية التواصل وتوجيهها حسب مقاصده، للخروج من تلك الوضعية بقدر كبير من النجاح في تمرير أفكاره وبلوغ أهدافه، وهو أمر ينمّ عن تعقد ظاهرة الخطاب، إذ لا تقع على المستوى اللغوي المحض، وإنّما تشمل جوانب عدّة تحفّ بملازمات تشكّلها، ويبقى صاحب الخطاب في علاقته بالمتلقين وفيما يظهره من قدرات التوصيل والتأثير العنصر المحوريّ في كلّ وضعية تواصلية. هذا، وإنّ العناصر المشار إليها هي من المعطيات التي من شأنها إبراز الخطاب في بعده التداولي، وتمثل جانباً من المنطلقات التي تؤخذ بعين الاعتبار في مقارنة الخطابات مقارنة تداوليّة.

2. الملامح التداولية في تعاليق القراء

نسعى في هذا الجانب التطبيقي من البحث إلى الوقوف على بعض الملامح التداولية في تعاليق القراء، ونتبّئ في تحليلها التصدّور التداوليّ، فما تعرضه التداولية من إجراءات تحليل نحسبها حصيفة للكشف عن الآليات الخطابية في نقل المقاصد. وسنحاول الكشف عن القوة التأثيرية في الخطاب الإعلامي- المقالات الصحفية حول قصّة الطفل أيلان- تجاه الجمهور المتلقي، وعن الصدى الذي يحققه على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي. ونرى أنه بالإمكان ذلك من خلال تحليل مواقف القراء إزاء مضامين هذا الخطاب، لذا سنهتمّ في تحليل المدوّنة بتعاليقهم وردودهم عبر مواقع النت على ما تمّ نشره .

جاء في المقال بعنوان: *هكذا نعى الفنانون الجزائريون الرضيع السوري الغريق "إيلان كردي" للصحفي راجح. ع استعراض لمواقف الفنانين من موت أيلان، وفيه استوقفنا أولاً رأي صاحب المقال وتعليقه عمّا حدث، حيثُ قال:*

وُجد جثة هامة خلال محاولة أهله الهرب من جحيم الحرب في سوريا

فراح بعضهم يرثي المشهد ويكي من قساوة صدمته
وذلك للتأكيد على المعنى الإنساني والوجداني كما لا يصل بعيداً عن الاختلافات السياسية
-كلمات مؤثرة جداً قرر تحويلها إلى أغنية تنتقد موقف العرب حيال ما يحدث في سوريا
ونشير كذلك إلى أنه قد عنون ما عرضه من رسائل الفنانين وتعليقاتهم بالعبارات التي استوقفته
بالتأكيد، فجاءت العناوين على النحو الآتي:

(أطفالنا أكبادنا يصعدون إلى السماء): (ملائكة على شواطئ الموت): (أين هو ذاهب هذا العالم؟)
(الضمير العربي..النهاية)، وتُحيل في مجملها إلى عجز الناس عن التعبير أمام مشهد يُندر بتجزد الإنسان من
إنسانيته، وذلك من خلال مأساة من يُمثل أسى معانها-هذه الإنسانية- وهو الطفل في براءته.
ونورد تعليقاً جاء في شكل قصيدة حول مأساة الطفل أيلان برع صاحبها في نظمها بالدرجة الجزائرية
على أوزان أغنية جزائرية مشهورة، هي من النوع الغنائي المعروف "بالشعبي" عنوانها: يا بحر الطوفان، وقال
فيها:

« يا البحر الغامق ماذا ديت رجال ونسوان.. صبيات ووصبيان بينهم وليدنا يلان ملي "رميتو" في الشط
ببرائتو.. بكينا يا وعدي.. يا بحر الطوفان.

ملي خرج مع الفاميليا.. هارين من سورية.. قاصدين الشقيقة تركيا.. هي سباب هاد لمحان.. يا بحر

الطوفان

ملي مضى إيلان واغب هارين من الإرهاب.. طريقو كانت كلها عذاب..كملها فلكثبان.. يا بحر الطوفان
أوروبا المنافقة.. تقلب فلايك الحارقة.. و"تستت" بالدموع والحرقه.. وين حقوق الإنسان..آه يا بحر
الطوفانننننن».

وتنتهي هذه القصيدة بنفس الكورس أو اللازمة الغنائية Refrain للأغنية الأصلية، وهي (يا بحر
الطوفان). وتوحي دلالة (وليدنا إيلان) في سياق القصيدة بشعور إنساني يجعل من الطفل الضحية ابناً لكل
إنسان، وهو شعور يتجاوز مجرد تعاطف وتضامن، ولعل صاحب التعليق في تعبيره عن مشاعره عاد إلى هذه
الأغنية بالذات التي موضوعها هو بحر الطوفان ليوحي بذلك إلى أنّ مأساة أيلان بدأت في البحر وانتهت فيه.
وهو يُهاجم من كان وراء ذلك في قوله:

أوروبا المنافقة.. تقلب فلايك الحارقة، بمعنى: (أوروبا هي التي تسبب في قلب زوارق المهاجرين غير
الشرعيين)؛ تستت بالدموع والحرقه، بمعنى: (تتظاهر بتعاطفها معهم وتحسرها عليهم).

ويتبين بهذا درجة تفاعل صاحب التعليق مع ما ورد في المقال الصحفي -الخطاب الإعلامي- وتبنيّه
للقضية الإنسانية التي تمثلها قصة أيلان، فقد عبّر عن ذلك بصورة إبداعية من خلال قصيدته محاولاً تمرير
موقفه الداعم لما تضمنه ذلك الخطاب. كما أنه اعتمد في تمرير مقاصده استراتيجية تلميحية، الأمر الذي
يدعو المتلقي بالضرورة إلى التأويل، وتحليل الدلالة المرتبطة بمقصده إلى وجود فرق بين ما تدّعيه الدول
الأوروبية من دفاعها عن حقوق الإنسان وبين ما تسعى إليه من تهديد لاستقرار البلدان وتشريد أبنائها، وهي
الفكرة التي تؤكد العبارة الأخيرة في التعليق (وين حقوق الإنسان..آه يا بحر الطوفان)، والتي يخلص إليه
متحسراً.

وفي تعليق يقول فيه صاحبه: (ومتى كان للعرب والغرب ضمير حتى ينهز واطن أن هذه طبخة جديدة
يطبخونها....).

ويُستشف من الشطر الأول منه: (ومتى كان للعرب والغرب ضمير حتى ينهز) معنى الاستنكار فيما يبدو
ظاهرياً أنه استفهام، ويمكن أن يُفهم من عبارة (متى كان للعرب والغرب ضمير) المعنى الآتي:

(لم يُعرف أبداً عن العرب وعن الغرب أنّ لهم ضميراً، فلِمَا نفترض غير ذلك؟).

وهو عبارة عن القصد الذي يتضمّنه القول، أو ما يُعرف بمتضمّنات القول، والذي على المتلقي استنباطه في شكل افتراض مسبق. وللتذكير فإن ك. كبريات- أوريكيوني قد حدّدت طبيعة الافتراضات المسبقة في أنّها كل المعلومات التي لا تُعرض بشكل صريح (ودون أن تشكل مبدئياً الموضوع الحقيقي للرسالة المراد توصيلها)، لكن نجدّها مُدرّجة بطريقة آلية في صيغة الملفوظ وتكون مسجّلة في صلبه، وهذا مهما كانت خصوصية الإطار التلفظي (Kerbrat-Orecchioni 1991)، وفي هذه الحالة فإنّ المضمون، وإن لم يُعرض بصيغة صريحة، فإنّه مسجّل في البنية اللغوية للكلام من خلال بعض العلاقات أو القرائن اللغوية، أي ما يُشير إليه بطريقة ما.

وفي التعليق الموالي يتحدث صاحبه عن العرب "الوُعَاظ".....موضّحاً بقوله:

ولم يتأخر العرب ومشايخهم في الهرولة إلى جثة الطفل [...] وانبروا يحاضرون في الوعظ ويمارسون التكسب من دروس الوعظ الأخلاقي [...] وهؤلاء تحديدا هم الذين تمتلئ رقابهم وبطونهم بدماء السوريين و أطفالهم..

يُلاحظ أنّ المقطع (تمتلئ رقابهم و بطونهم بدماء السوريين وأطفالهم) يتضمّن افتراضاً مسبقاً بالية بلاغية تتمثل في الكناية، حيث إنّ ما أريد من خلال هذا المقطع هو التلميح إلى أن المتحدّث عنهم هم الذين اقترفوا ذنب القتل في حق السوريين، وهو ما تدل عليه بالتحديد عبارة (دماء السوريين)، ولا تتطلب من المتلقي جهداً تأويلياً كبيراً لأنّه في حالة الكناية تكون المعرفة المشتركة بين المتكلم والمتلقي كفيلاً بتوضيح المقصد، فالمعرفة المشتركة هي الأرضية التي يعتمد عليها طرفا الخطاب في إنجاز التواصل؛ إذ ينطلق المرسل من العناصر السياقية في إنتاج خطابه، كما يعوّل عليها المرسل إليه في تأويله، وذلك حتى يتمكن من الإفهام والفهم، أو الإقناع والاقتناع (ظافر الشهري، 2004).

وينقل الصحفي اسلام بن خليف في مقاله بعنوان: هل ستغير صورة الطفل الغريق مجرى التاريخ؟

ما جاء في الصحف العالمية حول قضية أيلان، ويتحدث عن مأساة الشعب السوري معبراً عن تضامنه الكامل معه في العبارات الآتية :

(وجع و مآسي الشعب السوري): (المأساة التي هزت العالم)، (الوضع الكارثي الذي وصل إليه الأشقاء

السوريون).

وقد ورد من أحد القراء (اسمه عمار) تعليق باللغة الفرنسية على ما تضمّنه هذا المقال، قال فيه:

Ce petit garçon et son frère remercient tous les pays qui ont aidé et formé et développé les groupes terroristes en Syrie comme le Qatar, l'Arabie Saoudite, la France, l'Angleterre, les USA....la liste est longue.

(هذا الطفل الصغير وأخوه يشكران كل البلدان التي ساعدت المجموعات الإرهابية في سوريا وشكّلتها

وطوّرتها مثل قطر، والعربية السعودية، وفرنسا، وانجلترا، والولايات المتحدة الأمريكية.... القائمة طويلة).

وفي تعقيب على هذا التعليق يقول متحدّث:

من دمر سوريا يا أخي عمار؟؟ .. هو السفاح والمجرم بشار الأسد[...]. فلماذا يحكم شعبه بدون رضاه؟؟

وتنطوي العبارة (فلماذا يحكم شعبه بدون رضاه؟؟) على ظاهرة تلميحية في صورة الافتراض المسبق،

وتتعلّق بفكرة أنّ الشعب السوري لم يرض بحكم بشار الأسد. ويُشير القائل في ذلك إلى أنّ مصدر الدمار في

سوريا هو حاكمه الذي فضّل البقاء في الحكم و"قتل" شعبه، وهو المضمون الذي تُؤكّده عبارة الاستنكار التي

أعقب بها المعلق كلامه، وهي: (لماذا لم يستقل حتى يجنب بلده هذا الدمار والخراب).

وتستوقفنا في تعليقات القراء كذلك ما قاله أحدهم :

أما المعارضة السورية فإنها كالعادة عندما تقتل الناس تمسح السكاكين بثياب الحكومة السورية [...] عقلها العفن لا يستطيع أن يقرأ الكارثة إلا على أنها سبب مباشر لسياسة الحكومة السورية [...] أمسكت المعارضة جثة الطفل ورشقت بها الحكومة السورية [...].

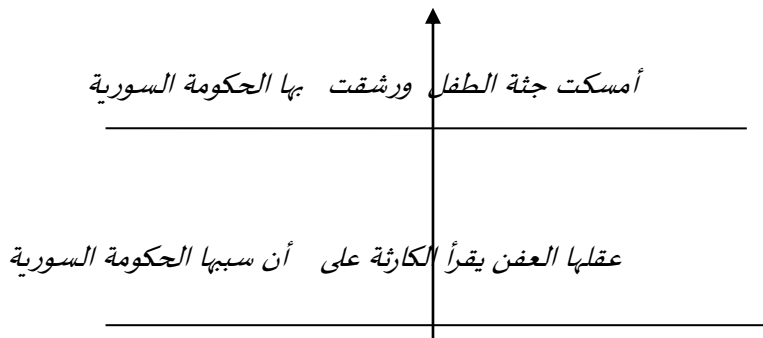
وهنا يتهم القائل بشكل صريح المعارضة السورية بالجبن ومحاولة التخفي وراء ما يبدو من انتهاكات الحكومة السورية، وهي في نظره تهدف إلى التستر على تورطها في قتل السوريين، وللتأكيد على موقفه هذا استعمل الإستراتيجية الإقناعية.

ويكون اللجوء إلى الإستراتيجية الإقناعية لإحداث التأثير في المتلقي، وحمله على تقبل ما يتلقاه من آراء وتوجهات، وهي إستراتيجية تداولية تتشكل بأليات حجائية يراعى فيها تنالي الملفوظات الحجج (مجموعة من الحجج) والملفوظات النتائج، إذ يكون الحجج في ملفوظين: أحدهما للتبرير ويُمثل الحجة؛ وثانها لعرض نتيجة. وهو ما يتضح في مثل القول: (الجو جميل، لنخرج) بمعنى: الجو جميل إذن "هيا نخرج"، ويُجسد هذا القول علاقة صريحة مع الملفوظ الحجة، والملفوظ النتيجة.

ونشير في هذا الصدد إلى أنّ تقديم الحجج على مستوى الخطاب يخضع لمبدأ السلام الحجائية، ولنفرض أنّ لدينا متتالية ملفوظات (مل.1، مل.2)، تكون هذه المتتالية حجائية إذا أمكن إعادة صياغتها بواحد أو أكثر من الملفوظات التالية «مل.1 يؤيد، يدعم، يعلّل، يبرّر مل.2.»؛ «مل.1، إذن...لذا...مل.2.»؛ «مل.2، بما أنّ، مل.1.» (باتريك شارودو و دومينيك منغونو، 2008). ويقوم السلم الحجائي على العلاقة التراتبية بين ملفوظات وفق قوة دلالتها أو ضعفها على مدلول معيّن، والملفوظ التي يأتي في أعلى السلم يكون الحجة الأقوى ويستلزم بالضرورة ما يأتي تحته من الملفوظات، وفي هذا يقول ديكر: «يبدو من المستحيل تأييد نتيجة ما بالملفوظ الذي هو في درجة أسفل دون تقبل فكرة أن الملفوظ الأعلى منه درجة سيّتيحه بشكل أفضل» (Ducrot, 1980).

وبالنسبة للتعليق السابق يُمكن توضيح العلاقة الحجائية بين الملفوظات المشكّلة له (الظاهرة الحجائية) وفق السلم الآتي:

جين المعارضة السورية



السلم الحجائي 1

تمثل هذه الأقوال حججا في اتجاهها نحو قمة السلم، إذ تؤدي إلى نتيجة واحدة هي عبارة عن مدلول هذا السلم (جين المعارضة السورية)، وتبعا لقصدهم القائل فإنّ الحجة التي وردت في أعلى السلم (أمسكت جثة الطفل ورشقت بها الحكومة السورية) هي أقوى حجّة على هذا المدلول من الحجّة الأخرى:

(عقلها العفن يقرأ الكارثة على أن سبها الحكومة السورية). وعليه، فإن المتلقي يمكن أن يؤوّل هذا الكلام كما يلي: المعارضة السورية متورطة في قتل السوريين، وجبها جعلها تهم الحكومة السورية بكونها المسؤولة عن الكارثة، ووصلت إلى حدّ استغلال موت الطفل للتأكيد على اتهامها هذا، وهو ما يعدّ قمة الجبن في نظر القائل.

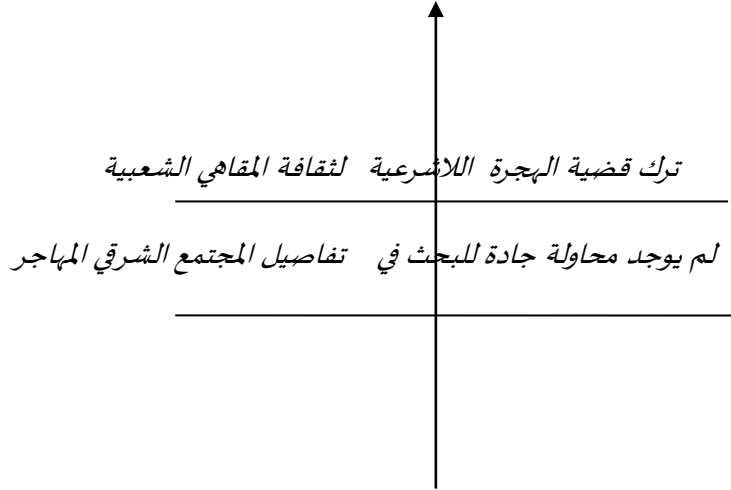
وقد جاء في قول آخر التعليق الآتي:

الإعلام العربي هو المسؤول الأول والأخير لأنه ترك قضية الهجرة اللاشعرية لثقافة المقاهي الشعبية [...] ولم توجد محاولة جادة للبحث في تفاصيل المجتمع الشرقي المهاجر [...].

تبين العلاقة الحجاجية بين الملفوظين: (ترك قضية الهجرة اللاشعرية لثقافة المقاهي الشعبية) و (لم توجد محاولة جادة للبحث في تفاصيل المجتمع الشرقي المهاجر) تدرّجها في القوة تبعاً لما يؤكّد الفكرة التي ذهب إليها القائل، وهي أنّ:

(الإعلام العربي له مسؤولية في مأساة الهجرة اللاشعرية)، وهو المدلول الذي يُدعمه الملفوظان على اعتبارهما حجّتين، ويمكن أن نمثل ذلك في السلم الحجاجي الآتي:

الإعلام العربي هو المسؤول الأول



السلم الحجاجي 2

إنّ الإعلام العربي حسب هذا المعلق هو المسؤول عمّا ينجّر عن الهجرة اللاشعرية من كوارث إنسانية، وذلك بحجّة أنّه لم يبحث في تفاصيل المجتمع الشرقي المهاجر، لكن الحجّة الأقوى تنقلها فكرة (ترك قضية الهجرة اللاشعرية لثقافة المقاهي الشعبية). ونعلم أنّ ما يقع في مرتبة ما من السلم الحجاجي يستلزم بالضرورة ما يقع تحته، لذا فإنّ مسؤولية الإعلام العربي في نظر القائل أمر واقع بحجّة أنه ترك قضية الهجرة اللاشعرية لثقافة المقاهي الشعبية، وهي الدلالة الأقوى.

وإنّ استعمال هذا المعلق للإستراتيجية الإقناعية ينمّ عن تبنيّه للقضية المعروضة في الخطاب الإعلامي ودفاعه عنها، فهو لا يتأثر بما يعرضه هذا الخطاب فحسب، وإنّما ينتج خطاباً في نفس الاتجاه، أي لرفع صوت الإنسانية، وهذا من أقوى الأدلة على القوة التأثيرية للخطاب الإعلامي.

وهذا يكون قد اكتمل بناء خطاب إنساني في توجّهه وتأثيره في مداه الاجتماعي، وهو خطاب القراء، إذ تمكّن من تحقيق تجاوب المعلّقين الآخرين وإثارة مشاعرهم، ليس من خلال التعليقات فحسب، وإنّما من خلال تعقيهم على تعليقات قراء آخرين، والذي بفضلها تتضاعف القوّة التأثيرية للخطاب الإعلامي.

II. الطرق والأدوات

اعتمدت هذه الدراسة على معالجة مدوّنة تضمّنت تعاليق القراء عبر النت على الخطاب الإعلامي الذي تنطوي عليه مقالات صحفية نشرتها صحيفة "الشروق أون لاين" وصحيفة "الخبر" حول قصّة الطفل السوري الغريق أيلان، وهذا من منطلق أنّ دراسة خطابات القراء من شأنها تحديد درجة تأثير الخطاب الإعلامي في مواقفهم. وقد تمّت هذه المعالجة وفق المقاربة التداولية التي تسمح بوصف الآليات التي يُبنى عليها الخطاب ليحقّق غايته.

سعت الدراسة إلى تحليل خطابات القراء (مضمون المدوّنة) ملامسة الملامح التداولية فيما حاول القراء (المعلّقون) تمريره كخطاب تعبيراً عن مواقفهم إزاء مأساة الطفل السوري، وهي الملامح التي تعلّقت أساساً بالحجاج (السلم الحجاجي)، والافتراضات المسبقة والتلميح من حيث هي آليات خطابية.

III. نتائج الدراسة

أبانت الدراسة عن قدرة الخطاب الإعلامي الجزائري على خلق تفاعل مع المتلقين (القراء)، وذلك من خلال وسائط الاتصال الجديدة التي تتيح له ولوج فضاء أوسع على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي. وقد أحدث هذا التفاعل تجاوب المتلقين، في تعبيرهم عن مواقفهم وآرائهم، مع ما ذهب إليه ذلك الخطاب، ممّا يؤكّد الفرضية التي انطلقت منها الدراسة، والتي مفادها أنّ تحقيق التأثير يرتبط بدرجة تفاعل أطراف عملية التواصل.

وتظهر التعاليق التي تمّ تحليلها في شكل إعادة إنتاج الخطاب -الخطاب الإعلامي- الذي تلقاه القراء، فهي ليست بمجرد ردود بسيطة، بل عبارة عن بناء خطابيّ Construction discursive يخضع لآليات خطابية كالإستراتيجية الإقناعية، والافتراض المسبق، والتلميح على وجه التحديد، وهو ما ينمّ عن تبني القراء للقضية التي يعرضها ذلك الخطاب ودفاعهم عنها. وفي هذا كذلك ما يثبت إحدى فرضيات الدراسة التي تشير إلى أنّ تحليل خطابات القراء يسمح بمعرفة درجة تأثير الخطاب الإعلامي في مواقفهم.

وعلى مستوى آخر، تعلّق البناء الخطابيّ كذلك حول نفس القضية -قضية إنسانية- بتلك العملية التي تبدأ بالخطاب الإعلامي لتنتهي بالخطاب الجماهيري ممثلاً في التعاليق الناقلة لمواقف القراء، والتي تبرز القيمة الاتصالية للخطاب الإعلامي والصدي الذي يحققه.

IV. خاتمة

نخلص بعد هذا إلى أنّ الآليات التي فرضها عالم الاتصال الجديد من شأنها توسيع دائرة الاتصال الإعلامي وتدعيم فعاليته في التأثير، وقد مكّنتنا هذه الدراسة من ملاحظة ذلك في عنصرين: يتعلق الأول بالتفاعل الذي ينمّ عنه تجاوب القراء مع الحدث ومع الخطاب الإعلامي الذي ينقله؛ ويتعلق الثاني بالآلية في ردود القراء على خطاب إعلامي يُثير قضية إنسانية؛ وهو ما أضفى طابعا حيويًا على عملية التلقي.

خلق ما يُعرف بالاتصال أون لاين وضعية جديدة في تمرير الخطاب الإعلامي إلى الجماهير العريضة، إذ يعمل على تنشيط عملية التلقي ويساهم في إثارة نقاش حول مضامين ذلك الخطاب يأخذ شكل تحاور بين المعلّقين أنفسهم، وهو ما أبرزته هذه الدراسة، حيثُ كان تعبير القراء (مضمون المدوّنة) عن مواقفهم من خلال تعاليق وتعقيب على تعاليق بعضهم. ويمكن أن نصف هذا التلقي بأنّه تشاركي، إذ يساهم المعلّقون جماعياً في بناء خطاب في فضاء افتراضي، وهذا باعتمادهم طريقة تحاور متاحة لهم، في ذلك الفضاء

التفاعلي التحواري (عبر موقع النت)، ولها وجهان: التحوار مع الجمهور العام من خلال الردود على الخطاب الإعلامي (المقالات الصحفية)؛ والتحوار فيما بينهم من خلال تعقيهم على بعض التعليقات، ويكون دور المتلقي بهذا الشكل أبرز في هذا النوع من الاتصال.

كما أكدت الدراسة الطابع التآثري لهذا النوع من الاتصال الإعلامي، وذلك من خلال مقارنة تداولية لبنية الخطابات التي أنتجها القراء، ووقفت على بعض الآليات التي اعتمدت فيها وأريد بها الإقناع والتأثير في الآن نفسه، ومنها الإقناعية والتلميحية، والتي تُظهر مدى انخراطهم فيما يعرضه الخطاب الإعلامي كواقع وكتصوّر.

وتجدر الإشارة إلى أهمية فتح آفاق البحث في هذا النوع من الخطابات الذي يخصّ مجتمع الإنترنت إن صحّ التعبير، والذي يمكن أن نطلق عليه مصطلح-خطاب القراء- وتمثله تلك الخطابات التي ترتبط بالتواصل الجماهيري المتاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بهدف استجلاء خصائصه والوقوف على أبعاده المختلفة ومداه الاجتماعي.

الإحالات والمراجع: المؤلفات:

- باتريك شارودو و دومينيك منغونو، معجم تحليل الخطاب، تور عبد القادر المهيري وحمّادي صمود، دار سيناترا، المركز الوطني للترجمة، تونس، 2008، ص 109، ص309، ص304، ص 202، ص 70.
- 1. Jean-Pierre Esquenazi, Pour une sociologie du discours médiatique, L'écriture de l'actualité, 2^{ème} édition, Presses Universitaires De Grenoble, France, 2013, p15.
- بيبورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، تر: درويش الحلوجي، دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الإعلامية، الطبعة الأولى، دمشق، 2004، ص 54 و 55.
- عبد العزيز شرف، العربية لغة الإعلام، دار الرفاعي للنشر والطباعة والتوزيع، الرياض، السعودية، 1983، ص47، ص56، ص36.
- رياض زكي قاسم، اللغة والإعلام- بحث في العلاقات التبادلية- في «اللسان العربي وإشكالية التلقي»، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2007، ص129.
- محمد نظيف، خصائص التفاعل التواصلي.دراسة تطبيقية في اللسانيات التداولية، أفريقيا الشرق، المغرب، 2010، ص15.
- عبد السلام عشير، عندما نتواصل نغير، مقارنة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، أفريقيا الشرق، المغرب، 2006، ص39.
- Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau, Dictionnaire d'analyse du discours, Editions du Seuil, Paris, 2002, p 454 et 455.
- Oswald Ducrot et Tzvetan Todorov, Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage, Editions du Seuil, Paris, 1972, p 417.
- عبد الهادي ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجديد المتحدة، 2004، ليبيا، بنغازي، ص86، ص 445 و 446، ص49.
- Catherine Kerbrat – Orcchioni, L'implicite, Armand Colin, Paris, 1991, p25.
- Ducrot, Oswald, Les échelles argumentatives, Editions De Minuit, Paris, 1980, p24.

المقالات

- Juhem, Philippe. (2001) : «La légitimation de la cause humanitaire : un discours sans adversaires», In L'Humanitaire en discours, Revue Mots n° 65, ENS Editions, 2001, pp 9-27. p 11.