

جامعة الجزائر 03

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الإعلام

الأبعاد الدلالية السياسية للمصطلحات الإعلامية بالفضائيات العربية:
دراسة تداولية للمصطلحات المستخدمة في قناتي الجزيرة والعربية في الفترة
الممتدة ما بين "2003-2014"

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ

إعداد الطالبة :

أ . د أحمد بوخاري

نوال عياض

العام الجامعية 2026/2025

كلمة شكر وتقدير

أتقدم بخالص عبارات الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذ الدكتور أحمد بوخاري، المشرف على هذا العمل، لما أبداه من دعم علمي متواصل، وتوجيه دقيق، ومتابعة جادة رافقت مختلف مراحل إنجاز هذه الدراسة. كان إشرافه أكثر من مجرد تأطير أكاديمي، بل كان مسارًا من المرافقة العلمية الرصينة، التي اتسمت بالصبر، والحكمة، والحرص على ترسيخ قيم البحث الجاد والدقة المنهجية.

فبرغم امتداد هذه الرحلة البحثية عبر سنوات، ظلّ دعمه ثابتًا، ونصحه حاضرًا، وإيمانه بأهمية هذا العمل دافعًا للاستمرار والمثابرة.

إن ما تعلمته تحت إشرافه لا يقتصر على هذا البحث، بل يمتد إلى بناء رؤية علمية ومنهجية ستظل راسخة في مساري الأكاديمي.

فله مني كل التقدير والاحترام، وجزاه الله خير الجزاء على ما قدّمه من علمٍ وتوجيهٍ ومرافقةٍ كريمة.

نوال عياض

الإهداء

إلى روح والدتي الطاهرة...

تلك التي كانت شعلة الحياة في دروبي، ونورًا لا ينطفئ في عتمة الأيام،

رحلت جسدًا، لكنها ما زالت تسكنني دعاءً وحنينًا وامتدادًا لا ينقطع.

إليك أهدي ثمرة هذا العمل، وفاءً لسنواتٍ من التضحية،

ولقلبٍ كان السند الأول، والنبض الذي علّمني كيف أواصل الطريق.

إلى أخي لحسن...

عتبة هذا البيت، وركيزة هذه العائلة،

من منحها الحنان والودّ، وكان ظلًا من الطمأنينة في وجه الحياة،

لك مني امتنانٌ لا تفنيه الكلمات.

إلى أختي رميلة...

يا لؤلؤة العائلة التي تضيء حضورًا ودفنًا،

لك من هذا الجهد نصيب المحبة والاعتزاز.

إلى جميع إخوتي وأخواتي...

وإلى عائلة عياض، حيثما وجدوا،

أنتم الامتداد، وأنتم المعنى الذي يكتمل به الطريق.

إليكم جميعاً...

أهدي هذا العمل، عربون وفاء ومحبة لا تنتهي

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل المصطلح الإعلامي السياسي بوصفه وحدة مركزية في بناء الخطاب الإعلامي، من خلال الكشف عن أبعاده التداولية والحجاجية، ودوره في تشكيل إدراك الجمهور وصناعة الرأي العام. وتتعلق الدراسة من إشكالية رئيسية مفادها: كيف يُسهم المصطلح الإعلامي في إعادة بناء الواقع السياسي داخل الخطاب الإعلامي، وما هي الآليات التي تحكم إنتاجه وتداوله؟

اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المضمون مدعوماً بمقاربة تحليل الخطاب، حيث تم تحليل عينة من المواد الإعلامية المختارة وفق تقنية "الأسبوع الاصطناعي"، بالاستناد إلى فئتين رئيسيتين: "ماذا قيل؟" التي تتناول المضامين والموضوعات والفاعلين، و"كيف قيل؟" التي تركز على الجوانب الشكلية والأسلوبية واللغوية. كما تم توظيف عدد من الأطر النظرية، أبرزها نظرية التأطير، والمقاربة التداولية، ونظرية الحجاج، إضافة إلى تصور بورديو حول السلطة الرمزية.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المصطلح الإعلامي لا يُستخدم بوصفه أداة وصفية محايدة، بل يُوظف ضمن استراتيجيات خطابية تهدف إلى التأثير في إدراك الجمهور، من خلال عمليات التبسيط، والتأطير، والتحوير الدلالي. كما بيّنت النتائج أن اختيار المصطلحات يعكس

التوجهات الإيديولوجية للمؤسسات الإعلامية، ويسهم في بناء سرديات إعلامية تمنح الشرعية أو تنزعها عن الفاعلين السياسيين.

وتخلص الدراسة إلى أن المصطلح الإعلامي السياسي يمثل أداة مركزية في إنتاج المعنى داخل الخطاب الإعلامي، وأن تحليله يُعد مدخلاً أساسياً لفهم آليات التأثير الإعلامي في السياقات السياسية المعاصرة.

الكلمات المفتاحية:

المصطلح الإعلامي السياسي، الخطاب الإعلامي، التأيير، الحجاج، التداولية، الرأي العام، السلطة الرمزية.

Abstract :

This study aims to analyze political media terminology as a central unit in constructing media discourse, by examining its pragmatic and argumentative dimensions and its role in shaping public perception and opinion. The study addresses the following research question: how does media terminology contribute to reconstructing political reality within media discourse, and what mechanisms govern its production and circulation?

The study adopts a content analysis method supported by a discourse analysis approach. A selected sample of media content was analyzed using the “constructed week” technique, based on two main analytical categories: “what is said” (topics, actors, and content) and “how it is said” (language, style, and presentation). The research is grounded in several theoretical frameworks, including framing theory, pragmatics, argumentation theory, and Bourdieu’s concept of symbolic power.

The findings reveal that media terminology is not used as a neutral descriptive tool, but rather as a strategic discursive instrument aimed

at influencing audience perception. This is achieved through mechanisms such as simplification, framing, and semantic shift. The study also demonstrates that the selection of terms reflects the ideological orientations of media institutions and contributes to constructing narratives that legitimize or delegitimize political actors.

The study concludes that political media terminology plays a crucial role in meaning-making within media discourse, and that its analysis provides a key entry point for understanding media influence in contemporary political contexts.

Keywords:

Political media terminology, media discourse, framing, argumentation, pragmatics, public opinion, symbolic power.

خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي

- 1- إشكالية البحث
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- فرضيات البحث
- 4- أهمية البحث
- 5- أهمية الدراسة
- 6- منهج الدراسة
- 7- أدوات الدراسة
- 8- إجراءات التحليل وتفسير البيانات
- 9- مجتمع الدراسة وعينته
- 10- تقنية الأسبوع الاصطناعي في سياق الأحداث
- 11- الدراسات السابقة

الإطار النظري:

الفصل الاول: التداولية والحجاج والمصطلح الإعلامي السياسي

- 1- مفهوم التداولية
- 2- نشأة التداولية وتطورها التاريخي
- 3- الأسس النظرية للتداولية
- 4- التداولية في الخطاب الإعلامي: اللغة كفعل تواصلية وإيديولوجية
- 5- الحجاج: البلاغة الجديدة، منطق الإقناع، ورواد النظرية
- 6- عناصر اللوغوس والإثوس والبائوس
- 7- الحجاج في الإعلام السياسي

الفصل الثاني: المصطلح السياسي والمصطلح الإعلامي — دراسة تحليلية

مقارنة

- 1- المصطلح السياسي والمصطلح الإعلامي: تحليل مقارنة
- 2- التحويل الدلالي والحمولة القيمية للمصطلح الإعلامي
- 3- المصطلح الإعلامي والسيادة الرمزية
- 4- المصطلح الإعلامي السياسي — مفهوم تداولي حجاجي
- 5- المصطلح الحجاجي وبناء الرأي العام

6-نشأة المصطلح الإعلامي

7-التبسيط - التأطير - التحوير الدلالي بوصفها آليات تشكّل المصطلح الإعلامي

السياسي

8-المصطلح الإعلامي السياسي — مفهوم تداولي حاجي

9-دور الإيحاء والتضمين في المصطلح الإعلامي السياسي

10- المصطلح الإعلامي السياسي بوصفه أسلوب هيمنة رمزية

11- دور المصطلح الإعلامي السياسي في تشكيل المواقف الجماهيرية

الإطار التطبيقي

تمهيد

1- تقديم عينة الدراسة

2-التعريف بالقناتين محل الدراسة

3-الجانب الاجرائي التطبيقي

4-عينة الدراسة وإجراءات بناء المادة التحليلية

5-المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية حرب العراق(2003-2007)

6-المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية ثورات الربيع العربي(2011-2013)

7-المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية صعود تنظيم داعش(2014-2019)

8-المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية الحروب على قطاع غزة(2008-2014)

9-الجدول التركيبي المقارن

- 10- مصفوفة تحليل المصطلح الإعلامي
- 11- الرسم البياني لتطور المصطلح الإعلامي السياسي
- 12- النتائج العامة للدراسة
- 13- توصيات الدراسة

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

مقدمة

مقدمة

تُعَدّ اللغة الإعلامية في السياقات المعاصرة أحد أهم الأدوات الرمزية التي تسهم في تشكيل الوعي الجمعي وإعادة بناء الواقع الاجتماعي والسياسي، إذ لم تعد مجرد وسيط محايد لنقل الأخبار، بل أصبحت فاعلاً مركزياً في إنتاج المعنى وتوجيه التأويلات الممكنة للأحداث. فالخطاب الإعلامي، بما يتضمنه من مصطلحات وتوصيفات، يعمل على بناء تمثيلات ذهنية لدى الجمهور، ويؤطر إدراكه للقضايا السياسية وفق زوايا محددة، وهو ما يمنحه سلطة رمزية تتجاوز الوظيفة الإخبارية إلى وظيفة التأثير والإقناع

وفي هذا السياق، تُفهم اللغة بوصفها ممارسة اجتماعية محمّلة بالأبعاد الإيديولوجية، حيث تعكس مواقف الفاعلين وتعيد إنتاج علاقات القوة داخل المجتمع. (Fowler, 1991)

وقد عرف العالم العربي خلال الفترة الممتدة بين 2003 و2014 تحولات جيوسياسية عميقة، شكّلت منعطفاً حاسماً في بنيته السياسية والأمنية، بدءاً من حرب العراق سنة 2003، مروراً بالحروب العربية-الإسرائيلية، ووصولاً إلى ثورات الربيع العربي سنة 2011 وما تلاها من صعود فاعلين غير تقليديين، مثل التنظيمات المسلحة العابرة للحدود، وعلى رأسها تنظيم "داعش". ولم تقتصر هذه التحولات على إعادة تشكيل خرائط النفوذ والتحالفات، بل امتد أثرها ليطل البنية الخطابية للإعلام العربي، حيث شهدت اللغة الإعلامية تحولات دلالية وتداولية عميقة عكست طبيعة الصراع السياسي والإيديولوجي في المنطقة (بوزان 2001)

تُعدّ التداولية من أبرز الاتجاهات اللغوية الحديثة التي برزت في ميدان الدراسات اللسانية المعاصرة، حيث أثارت اهتمام الباحثين في مختلف التخصصات العلمية. فقد قدمت التداولية إمكانيات جديدة ومبتكرة لمعالجة العديد من الإشكاليات العالقة في مجالات متنوعة، مما جعلها فضاء معرفيًا غنيًا ومنفتحًا على مختلف العلوم الإنسانية. وبفضل هذا التنوع والإثراء، استطاعت التداولية أن تحظى بمكانة مرموقة في الأبحاث اللسانية، متجاوزة النظرة التقليدية التي كانت تعتبرها مجرد مجال هامشي أو "سلة مهملات". لقد أعادت التداولية تعريف حدود اللغة، حيث أصبحت تركز على الوظيفة التواصلية للغة في سياقاتها الاجتماعية والثقافية، مما أكسبها تقديرًا واسعًا وأهمية متزايدة في الدراسات الحديثة.

وموضوع الخطاب بشكل عام، والخطاب السياسي بشكل خاص، من أكثر القضايا التي نالت اهتمامًا واسعًا من قبل الباحثين على مستوى العالم، وخاصة في السياق المعاصر. وتبرز أهمية الخطاب السياسي في كونه الوسيلة الأكثر ارتباطًا بالجمهور، حيث يهدف إلى التأثير في المتلقي واستمالته لتحقيق أهداف محددة.

وفي ظل هذه السياقات المتغيرة، برز المصطلح الإعلامي السياسي بوصفه أداة مركزية في بناء الخطاب، حيث لم يعد مجرد تسمية وصفية، بل تحوّل إلى أداة حجاجية تُستخدم في إنتاج الشرعية أو نزعها، وفي تأطير الفاعلين والأحداث ضمن أنساق دلالية محددة. فقد أفرزت مرحلة ما بعد غزو العراق ثنائيات اصطلاحية مثل: الاحتلال/التحرير والطوائف/المليشيات، في حين أفرزت ثورات الربيع العربي ثنائية الثورة/الفوضى، بينما كرّست مرحلة صعود

التنظيمات المسلحة ثنائية المقاومة/الإرهاب. وتعكس هذه الثنائيات صراعًا خطابيًا عميقًا داخل الحقل الإعلامي، حيث تتداخل الأبعاد السياسية والإيديولوجية في تشكيل المعجم الإعلامي في تشكيل المعجم الإعلامي (تيون أ. فان دايك. 2008)

ويُعدّ هذا التحول الاصطلاحي امتدادًا لما أشار إليه إدوارد سعيد، الذي يرى أن الخطاب ليس انعكاسًا محايدًا للواقع، بل هو بناء معرفي يتأثر بالبنى السلطوية والسياقات السياسية التي يُنتج داخلها. كما يؤكد باري بوزان أن التحولات الجيوسياسية لا تقتصر على إعادة ترتيب موازين القوى، بل تمتد لتشمل إعادة تشكيل الخطابات التي تبرّر هذه القوى وتمنحها الشرعية. وعلى مستوى الفاعلين الإعلاميين، برزت القنوات الإخبارية العربية، وعلى رأسها قناة الجزيرة وقناة العربية، بوصفها منصات مركزية لإنتاج الخطاب السياسي، حيث تلعب دورًا مزدوجًا يتمثل في نقل الأحداث من جهة، والمساهمة في إعادة بنائها وتأطيرها من جهة أخرى، عبر اختيار المصطلحات وتوظيفها ضمن استراتيجيات خطابية محددة. ويكشف هذا الدور عن انتقال الإعلام من موقع "الوسيط" إلى موقع "الفاعل"، بما يعكس تحولات أعمق في طبيعة الممارسة الإعلامية في العصر الرقمي.

ويمكن تأطير هذه التحولات ضمن مجموعة من المراحل الأساسية التي شكّلت السياق العام لإنتاج الخطاب الإعلامي خلال الفترة المدروسة، والمتمثلة في: مرحلة حرب العراق سنة 2003 وما رافقها من انقسام إعلامي عربي، ومرحلة الحروب الإقليمية في فلسطين ولبنان، ثم مرحلة ثورات الربيع العربي سنة 2011 وما نتج عنها من إعادة تشكيل للفاعلين السياسيين،

وصولاً إلى مرحلة صعود التنظيمات المسلحة سنة 2014، إضافة إلى بروز الثورة الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي التي أسهمت في إعادة تشكيل الفضاء العمومي وأنماط إنتاج وتداول الخطاب الإعلامي.

وانطلاقاً من هذا الإطار، تكتسب دراسة المصطلح الإعلامي السياسي أهمية خاصة، باعتباره مدخلاً تحليلياً لفهم ديناميات الخطاب الإعلامي العربي، حيث يسمح بالكشف عن الآليات التداولية والحجاجية التي يتم من خلالها بناء المعنى، وتوجيه الرأي العام، وإعادة إنتاج التمثيلات السياسية. وعليه، يسعى هذا المدخل إلى استكشاف العلاقة بين التحولات الجيوسياسية وإعادة تشكيل اللغة الإعلامية، من خلال تحليل كيفية توظيف المصطلح السياسي في الخطاب الإعلامي، بوصفه أداة مركزية في إنتاج المعنى والتأثير في المتلقي.



الاطار المنهجي

الإطار المنهجي:

- 1- إشكالية البحث
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- فرضيات البحث
- 4- أهمية البحث
- 5- أهمية الدراسة
- 6- منهج الدراسة
- 7- أدوات الدراسة
- 8- إجراءات التحليل وتفسير البيانات
- 9- مجتمع الدراسة وعينته
- 10- تقنية الأسبوع الاصطناعي في سياق الأحداث
- 11- الدراسات السابقة

1 - الإشكالية

شهد الخطاب الإعلامي العربي خلال الفترة الممتدة بين 2003 و2014 تحولات بنيوية عميقة مست بنيتة اللغوية والدلالية، وذلك في سياق تحولات جيوسياسية كبرى أعادت تشكيل الفاعلين السياسيين وأنماط الصراع في المنطقة. ولم تقتصر هذه التحولات على مستوى المضامين الإعلامية، بل امتدت لتشمل طبيعة المصطلح السياسي ذاته، الذي انتقل من كونه أداة وصفية إلى كونه آلية مركزية في بناء المعنى وتأطير الواقع وإنتاج التمثلات السياسية.

وفي هذا الإطار، يبرز المصطلح الإعلامي السياسي بوصفه وحدة خطابية ذات حمولة تداولية وحجاجية، تُسهم في توجيه إدراك الجمهور للأحداث، من خلال إدراجها ضمن أنساق دلالية محددة تعكس تموقعات إيديولوجية ومؤسسية. وقد بيّن تيون أ. فان دايك أن الخطاب الإخباري لا يكتفي بعكس الواقع، بل يعيد بناءه وفق استراتيجيات لغوية تعكس علاقات القوة والمعرفة، بينما يؤكد نورمان فيركلاف أن اللغة الإعلامية تُمارس بوصفها شكلاً من أشكال الفعل الاجتماعي الذي يسهم في إنتاج الهيمنة الرمزية وإعادة إنتاجها.

ومن هذا المنطلق، لم يعد اختيار المصطلح في الخطاب الإعلامي عملية لغوية بريئة، بل أصبح جزءاً من استراتيجية خطابية تهدف إلى شرعنة فاعلين، أو نزع الشرعية عنهم، أو إعادة تأطير الأحداث بما يخدم رؤية معينة للواقع السياسي. ويظهر ذلك بوضوح في التباين

الاصطلاح بين وسائل الإعلام العربية، خاصة بين قناتي الجزيرة والعربية، حيث يعكس اختلاف التسمية اختلافًا في المقاربة التأطيرية والإيديولوجية للأحداث.

وعليه، تنطلق هذه الدراسة من إشكال معرفي مركزي يتمثل في فهم العلاقة بين اللغة والسلطة داخل الخطاب الإعلامي، من خلال تحليل المصطلح الإعلامي السياسي بوصفه أداة تداولية-حجاجية في إنتاج المعنى.

❖ السؤال المركزي للدراسة:

كيف تُنتج قناتا الجزيرة والعربية المصطلح الإعلامي السياسي، وما الوظائف التداولية والحجاجية التي يؤديها هذا المصطلح في تأطير الأحداث الجيوسياسية خلال الفترة (2003-2014)؟

2- تساؤلات الدراسة

(1) ما أبرز المصطلحات السياسية المتداولة في خطاب قناتي الجزيرة والعربية، وما الحقول

الدلالية التي تنتمي إليها؟

(2) كيف يُوظّف المصطلح الإعلامي السياسي داخل السياق الخطابي (خبري، تحليلي،

تقريري)، وما الوظائف التداولية التي يؤديها؟

(3) ما الاستراتيجيات الحجاجية المرتبطة باستخدام المصطلح الإعلامي السياسي في

الخطاب الإخباري؟

4) كيف يسهم المصطلح الإعلامي السياسي في تأطير الأحداث الجيوسياسية داخل

الخطاب الإعلامي؟

5) ما أوجه التشابه والاختلاف في استخدام المصطلحات السياسية بين قناتي الجزيرة

والعربية؟

6) كيف تؤثر التحولات الجيوسياسية (2003-2014) في إنتاج وتطور المصطلح

الإعلامي السياسي داخل الخطاب الإعلامي؟

3- فرضيات البحث

1) أن المصطلح الإعلامي السياسي لا يُوظف بوصفه تسمية حيادية، بل يؤدي وظائف

تداولية متعددة (التوصيف، التبرير، الإدانة، التعبئة)، تُسهم في توجيه إدراك الجمهور للأحداث السياسية.

2) أن الاختلاف الإيديولوجي والخط التحريري بين قناتي الجزيرة والعربية ينعكس على

طبيعة المصطلحات المستخدمة، من حيث الحقول الدلالية، والوظائف التداولية، والاستراتيجيات الحجاجية.

3) أن التحولات الجيوسياسية الكبرى خلال الفترة (2003-2014) أسهمت في إعادة

تشكيل المعجم الإعلامي السياسي، من خلال بروز مصطلحات جديدة وتراجع أخرى تبعاً للسياق السياسي.

(4) أنَّ المصطلح الإعلامي السياسي يحمل حمولة حجاجية تُستخدم في بناء الشرعية أو

نزعه عن الفاعلين السياسيين، من خلال استراتيجيات حجاجية متنوعة (أمنية،

أخلاقية، قانونية، إنسانية)

(5) أنَّ تحليل المصطلحات الإعلامية المتداولة في تغطيات القنوات يكشف عن أطر

إعلامية مختلفة (أمنية، إنسانية، صراعية)، تعكس السرديات التي تعتمد كل قناة في

تقديم الأحداث.

(6) أنَّ المصطلح الإعلامي السياسي في الخطاب الإعلامي العربي لا يُستورد بشكل

مباشر، بل يُعاد إنتاجه دلاليًا داخل سياق ثقافي وإيديولوجي محلي، بما يؤدي إلى

تحويل معناه الأصلي وتكييفه مع السياق الاتصالي العربي

4- أهمية البحث

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل المصطلح الإعلامي السياسي بوصفه بنية خطابية غير

محايدة، من خلال الكشف عن أبعاده التداولية والحجاجية داخل الخطاب الإعلامي العربي،

وذلك في سياق التحولات الجيوسياسية التي شهدتها المنطقة خلال الفترة (2003-2014)

وتسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

(1) تحليل الوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي السياسي في الخطاب الإخباري، من حيث دوره في التوصيف، والتبرير، والإدانة، والتعبئة، بما يسمح بفهم آليات توجيه إدراك الجمهور للأحداث.

(2) الكشف عن أثر الخط التحريري والتوجه الإيديولوجي لكل من قناتي الجزيرة والعربية في تشكيل طبيعة المصطلحات السياسية المستخدمة، ودلالاتها داخل الخطاب الإعلامي.

(3) رصد تطور المعجم الإعلامي السياسي في ضوء التحولات الجيوسياسية خلال الفترة (2003-2014)، من خلال تتبع بروز مصطلحات جديدة واختفاء أخرى.

(4) تحليل البنية الحجاجية للمصطلح الإعلامي السياسي، من خلال تحديد الاستراتيجيات الحجاجية التي يُوظف ضمنها، ودوره في بناء الشرعية أو نزعها عن الفاعلين السياسيين.

(5) استكشاف الأطر الإعلامية (Framing) التي تُبنى من خلال المصطلح الإعلامي، وكيف تسهم هذه الأطر في تشكيل السرديات المختلفة حول الأحداث السياسية.

(6) دراسة آليات إعادة إنتاج المصطلح الإعلامي السياسي داخل السياق العربي، من خلال تحليل كيفية تكيف المصطلحات ذات المنشأ الخارجي مع الخصوصيات الثقافية والإيديولوجية المحلية.

5- أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذا البحث من كونه يدرس المصطلح الإعلامي السياسي داخل سياق تداولي وحجاجي، ويكشف العلاقة بين اللغة والإيديولوجيا في الخطاب الإعلامي العربي. فهو يدمج بين المقاربة اللسانية التداولية وتحليل الخطاب الإعلامي، بما يسهم في إثراء الدراسات العربية التي ما تزال—كما يشير عبد اللطيف (2015)—تركّز على تحليل المحتوى أكثر من تحليل آليات إنتاج الخطاب.

وتتجلى أهمية الدراسة في ثلاثة مستويات رئيسية:

❖ الأهمية العلمية والمنهجية:

يقدم البحث مساهمة في تأصيل تحليل المصطلح الإعلامي في ضوء النظرية التداولية والحجاجية، ويطرح نموذجًا منهجيًا يجمع بين التحليل الكيفي والدلالي لخطاب القنوات الإخبارية.

❖ أهمية الاتصالية والإعلامية:

يمكن هذا البحث من فهم كيفية توظيف اللغة لصناعة التأطير الإعلامي، وتبرير المواقف السياسية، وممارسة السلطة الرمزية في القنوات ذات التأثير الواسع، وهو ما يتسق مع ما يؤكد عليه van Dijk (2008) حول دور الخطاب الإعلامي في تشكيل الإدراك الجمعي.

❖ الأهمية الزمنية والمعممية:

تهتم الدراسة بفترة سياسية مضطربة بين 2003 و2014 شهدت تحولات كبرى—من غزو العراق إلى الربيع العربي وصعود داعش—أسهمت في نشوء معجم إعلامي جديد وتغير في دلالات المصطلح السياسي (بلخضر، 2020).

وبذلك، تمثل الدراسة إضافة علمية من حيث التأصيل النظري لمقاربة تداولية حجاجية عربية، ومن حيث التطبيق العملي على مواد إعلامية تؤثر في الرأي العام، مما يتيح فهماً أدق لآليات صناعة المعنى وبناء السرديات السياسية داخل الإعلام العربي.

6- منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على تصميم منهجي مركب يشكّل فيه منهج تحليل المضمون (Content Analysis) الإطار الإجرائي الرئيسي، بوصفه أحد المناهج الأساسية في بحوث الإعلام والاتصال، والذي يُستخدم لدراسة المضامين الإعلامية بطريقة منهجية ومنظمة، بهدف الكشف عن الأنماط الدلالية والاتجاهات الكامنة في الخطاب الإعلامي.

ويعرف تحليل المضمون في بحوث الاتصال بأنه طريقة البحث عن الوصف المادي والكمي للمضمون الاتصال، وقد تم تطوير هذه الطريقة البحثية منذ أربعينيات القرن العشرين عبر دراسات الدعاية والاتصال.

حيث وضع هارولد لازويل خمس عناصر أساسية للاتصال وهي من ؟ وإلى من ؟ وماذا ؟ وكيف ؟ وبأي تأثير ؟ وكانت هذه العناصر سبباً في وضوح مضامين العملية الاتصالية وساعدت على استخدام علم اللغويات في تحليلها، وبناء على ذلك تم تعريف تحليل المضمون باعتباره الأسلوب الذي يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوي الظاهر للاتصال.

وبعد تحليل المضمون وسيلة البحث التي يستخدمها الباحث لوصف المحتوى الظاهر للرسالة الإعلامية وصفاً كمياً وموضوعياً ومنهجياً، أي أنها تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوي الظاهر للاتصال، وهو يشمل كل المعاني التي تنقل عن طريق الرموز الاتصالية اللفظية والمصورة والحركية والتي تكون مادة الاتصال نفسها. وهو أداة لوصف المحتوى الظاهر للرسالة وصفاً موضوعياً ومنتظماً وكمياً مثل المؤلفات أو الأقول، أو الأخبار أو الصور أو القصص أو الأحاديث... الخ، ويتم ذلك عن طريق تصنيف مضمون المادة موضوع الدراسة إلى فئات معينة، ثم يعبر عنها بصيغ كمية، وتستخدم هذه الطريقة عادة في دراسة مضمون وسائل الاتصال.

وقد عرف "موريس المجرز Maurice Angers" تحليل المضمون بأنه تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية صادرة من أفراد أو مجموعة والتي يظهر محتواها في شكل مرقم. وعرفت "جانيس Janees" تحليل المضمون بالأسلوب الذي يستخدم في تصنيف المادة الإعلامية وتبويبها، ويعتمد أساساً على تقدير الباحث أو

مجموعة الباحثين، ويتم بمقتضاه تقسيم المضمون إلى فئات بالاستناد إلى قواعد واضحة، على افتراض أن تقدير القائم بالتحليل هو باحث علمي، ويتم تحديد نتائج تحليل المضمون وفقاً لتكرارات ظهور أو ورود وحدات التحليل في السياق.

و تحليل المضمون هو "أسلوب بحثي يُمكن من الوصف الموضوعي والمنهجي والكمّي للمحتوى الظاهر للاتصال" بيرلسن (1952, p. 18)، كما يوسّعه كلاوس كريبندورف ليشمل تحليل المعاني والسياقات، حيث يرى أنه "تقنية بحثية تهدف إلى استخلاص استدلالات قابلة للتكرار وذات مصداقية من النصوص إلى سياقاتها" (كلاوس كريبندورف 2018).

وانطلاقاً من هذا التصور، لا يقتصر توظيف هذا المنهج في الدراسة الحالية على الجانب الكمي المرتبط بإحصاء التكرارات، بل يمتد ليشمل البعد الكيفي، من خلال تحليل الدلالات التداولية والحجاجية للمصطلحات الإعلامية داخل سياقاتها الخطابية، وهو ما يتقاطع مع مقاربات تحليل الخطاب النقدي التي تنظر إلى اللغة بوصفها ممارسة اجتماعية تُسهم في إنتاج المعنى وإعادة تشكيله (فيركلاف، 1995).

وفي هذا الإطار، يُوظف تحليل المضمون بوصفه أداة إجرائية لترميز المعطيات وتصنيفها، في حين تُسند مهمة التفسير العميق إلى مقاربات تحليل الخطاب، والتداولية، والحجاج، بما يسمح بفهم الوظائف الاتصالية والإيديولوجية للمصطلح الإعلامي السياسي.

ويُتيح هذا التوجه المنهجي الجمع بين مستويين من التحليل:

✓ مستوى وصفي-كمي: يهدف إلى رصد تكرارات المصطلحات وتصنيفها ضمن حقول

دلالية محددة؛

✓ مستوى تفسيري-كيفي: يسعى إلى تحليل الوظائف التداولية والحجاجية لهذه

المصطلحات، والكشف عن الأطر الإعلامية التي تُسهم في بنائها .

كما يتكامل هذا الإطار مع المنهج المقارن، الذي يسمح برصد الفروق بين قناتي الجزيرة

والعربية في توظيف المصطلحات الإعلامية السياسية، وتحليلها في ضوء السياقات السياسية

والإيديولوجية التي أُنتجت فيها.

وعليه، يُشكّل تحليل المضمون القاعدة الإجرائية للدراسة، ضمن منظومة منهجية متعددة

المستويات، تجمع بين الوصف والتحليل والتفسير والمقارنة، بما يتيح فهمًا شاملاً لآليات إنتاج

المصطلح الإعلامي السياسي داخل الخطاب الإعلامي العربي.

7- أدوات الدراسة

تُعَدّ أدوات الدراسة حلقة وصل أساسية بين الإطار المنهجي والتطبيق العملي، إذ تمكّن

الباحث من تحويل المفاهيم النظرية إلى مؤشرات قابلة للقياس والتحليل. وانسجامًا مع طبيعة

منهج تحليل المضمون المعتمد في هذه الدراسة، تم توظيف مجموعة من الأدوات المنهجية

المتكاملة، التي تسمح بفحص المصطلح الإعلامي السياسي في أبعاده الدلالية والتداولية

والحجاجية داخل الخطاب الإعلامي، مع ضمان الدقة والموضوعية في معالجة البيانات.

أ. استمارة تحليل المضمون

يعد منهج تحليل المضمون واحد من المناهج التحليلية التي زاد إقبال الباحثين عليها في الدراسات الإعلامية والاتصالية لعدة اعتبارات لعل أبرزها القيمة العلمية التي أصبحت تحملها هذه البحوث من جهة وموضوعية الباحث من جهة أخرى، بالإضافة إلى جمعه بين التحليل الكمي القائم على الأرقام والبيانات والتحليل الكيفي الذي يبحث في دلالة هذه الأرقام والخلفية المروج لها. وإذا كان التوجه الأول السائد في البداية يركز على التحليل الكمي أكثر واعتبار تحليل المضمون منهجاً وأسلوباً كمياً بامتياز، على اعتبار أنه يعتمد العد والقياس والتكرار في رصد الفئات، فإن التوجه الجديد يزوج بين التحليلين الكمي والكيفي ويعتبر التحليل الكمي رصد لأرقام وبيانات لا قيمة لها

كما تُعد استمارة تحليل المضمون الأداة الرئيسة في هذه الدراسة، حيث تُستخدم لتنظيم عملية جمع البيانات وتصنيفها وفق فئات محددة سلفاً. ويشير Klaus Krippendorff إلى أن تحليل المضمون يقوم على تحويل النصوص إلى وحدات قابلة للترميز والتحليل، بما يسمح باستخلاص دلالات علمية من المحتوى الإعلامي كريبندورف (Krippendorff, 2018).

وفي هذا السياق، تم تصميم استمارة تحليل تتلاءم مع طبيعة الدراسة، بحيث تشمل متغيرات تعكس مختلف أبعاد المصطلح الإعلامي السياسي، مثل نوع المصطلح، الحقل الدلالي الذي ينتمي إليه، السياق الخطابي الذي يرد فيه، إضافة إلى الوظائف التداولية والاستراتيجيات

الحاجية المرتبطة به. وقد مكّنت هذه الاستمارة من تحويل المادة الإعلامية إلى بيانات منظمة، تسمح بإجراء تحليل كمي للتكرارات، إلى جانب تحليل كفي للدلالات والمعاني.

ب. دليل الترميز

يمثل دليل الترميز أداة مكملّة لاستمارة التحليل، إذ يهدف إلى ضبط عملية تصنيف البيانات وتوحيد معايير الترميز، بما يقلل من التحيز الذاتي ويعزز موثوقية النتائج. وتؤكد **كيمبرلي أ. نوياندورف** أن إعداد دليل ترميز دقيق يُعد شرطاً أساسياً لضمان الاتساق المنهجي في تحليل المضمون. (Neuendorf, 2017)

وقد تم في هذه الدراسة إعداد دليل ترميز يتضمن تعريفات إجرائية واضحة لكل فئة تحليلية، بما يحدد بدقة كيفية تصنيف المصطلحات داخل النص الإعلامي. فعلى سبيل المثال، تم تحديد الوظائف التداولية للمصطلح وفق أدوار محددة مثل التوصيف أو التبرير أو الإدانة، كما تم تصنيف الاستراتيجيات الحاجية إلى أنماط مختلفة (أمنية، أخلاقية، قانونية)، وهو ما سمح بإجراء تحليل منضبط يجمع بين الدقة الكمية والعمق التفسيري.

ت. الفئات التحليلية

تشكل الفئات التحليلية الإطار المفاهيمي الذي يُبنى عليه تحليل المضمون، إذ يتم من خلالها تفكيك الخطاب الإعلامي إلى عناصر قابلة للدراسة. ويشير **أولي ر. هولستي**

إلى أن نجاح تحليل المضمون يرتبط بمدى دقة تحديد الفئات التحليلية وقدرتها على تمثيل الظاهرة المدروسة. (Holsti, 1969)

وانطلاقاً من ذلك، تم بناء الفئات التحليلية في هذه الدراسة وفق تصنيف ثنائي يجمع بين البعد المضموني والبعد الشكلي. فمن جهة، تم التركيز على فئة "ماذا قيل؟" التي تشمل المصطلح الإعلامي والحقول الدلالية المرتبطة به، ومن جهة أخرى، تم اعتماد فئة "كيف قيل؟" التي تعنى بالسياق الخطابي والوظائف التداولية والاستراتيجيات الحجاجية. وقد أتاح هذا التصنيف إمكانية الربط بين التحليل الكمي للمحتوى والتحليل الكيفي للمعاني.

ث. وحدة التحليل

تُعد وحدة التحليل عنصراً محورياً في ضبط إجراءات تحليل المضمون، حيث تحدد الجزء الذي يخضع للفحص داخل المادة الإعلامية. وفي هذه الدراسة، تم اعتماد المصطلح الإعلامي السياسي كوحدة تحليل أساسية، نظراً لكونه يمثل محور الدراسة وركيزتها المفاهيمية.

ولا يُنظر إلى المصطلح هنا بوصفه وحدة لغوية منفصلة، بل يتم تحليله في سياقه الخطابي، بما يسمح بفهم دلالاته ووظائفه التداولية والحجاجية داخل النص الإعلامي. وهو ما يتوافق مع الطرح الذي يقدمه [نورمان فيركلاف] ، الذي يؤكد ضرورة تحليل اللغة في سياقها الاجتماعي والخطابي. (Fairclough, 1995)

ج. أسلوب التحليل

اعتمدت الدراسة على مقارنة تحليلية تجمع بين البعدين الكمي والكيفي، حيث تم استخدام التحليل الكمي لرصد تكرارات المصطلحات وتصنيفها ضمن حقول دلالية، في حين تم توظيف التحليل الكيفي للكشف عن الأبعاد التداولية والحجاجية لهذه المصطلحات داخل السياق الخطابي.

ويُعد هذا التكامل بين المستويين ضروريًا لفهم الخطاب الإعلامي في شموليته، إذ لا يكفي الاقتصار على الإحصاء الكمي دون تفسير دلالي، كما لا يمكن الاكتفاء بالتحليل الكيفي دون مؤشرات كمية تدعمه. ومن ثم، فإن هذا التوجه المنهجي يتيح قراءة أكثر عمقًا للمصطلح الإعلامي السياسي بوصفه أداة في إنتاج المعنى وتأطير الواقع.

8- إجراءات التحليل وتفسير البيانات

في إطار الانتقال من الوصف الكمي إلى التفسير الكيفي، اعتمدت الدراسة على مجموعة من المقاربات التحليلية المستندة إلى نماذج نظرية في تحليل الخطاب، وذلك بهدف تعميق فهم الدلالات التداولية والحجاجية للمصطلح الإعلامي السياسي داخل الخطاب الإعلامي.

8 . 1 تحليل التسمية (Naming Analysis)

تم توظيف نموذج تمثيل الفاعلين الذي قدّمه Theo van Leeuwen، والذي يُعنى بكيفية تمثيل الفاعلين داخل الخطاب، من خلال آليات التسمية والإحالة، وما تحمله من دلالات إيديولوجية. (van Leeuwen, 2008)

وقد تم اعتماد هذا التحليل للكشف عن كيفية توظيف المصطلحات الإعلامية في بناء صورة الفاعلين، حيث صُنّفت المصطلحات ضمن فئات تشمل الفاعلين السياسيين، الضحايا، العمليات العسكرية، إضافة إلى التمييز بين المصطلحات ذات الطابع الأخلاقي والمصطلحات التقنية.

8 . 2 تحليل التأطير (Framing Analysis)

استندت الدراسة إلى مقاربة Robert Entman، التي تنظر إلى التأطير بوصفه عملية اختيار وإبراز عناصر معينة من الواقع، بهدف توجيه تفسير الجمهور للأحداث (Entman, 1993).

وقد تم توظيف هذا التحليل للإجابة عن أسئلة تتعلق بكيفية تعريف الحدث، وتحديد المسؤوليات، وإبراز بعض الجوانب مقابل إخفاء أخرى، وهو ما يسمح بفهم الأطر الإعلامية التي تُبنى من خلال المصطلح السياسي.

8 . 3 تحليل الشرعنة (Légitimation Analaysais)

اعتمدت الدراسة على نموذج الشرعنة الذي طوّره ثيو فان ليوفن ، والذي يميز بين أنماط متعددة من الشرعنة، منها القانونية، والأخلاقية، والبراغماتية، إضافة إلى نزع الشرعية (van Leeuwen, 2007).

وقد أتاح هذا التحليل الكشف عن كيفية توظيف المصطلح الإعلامي في إضفاء المشروعية على فاعلين سياسيين، أو نزعها عنهم، ضمن سياق الخطاب الإعلامي.

4.8 التحليل الحجاجي

تم توظيف أدوات التحليل الحجاجي للكشف عن آليات الإقناع المرتبطة بالمصطلح الإعلامي السياسي، وذلك من خلال تحليل أنماط الحجاج المستخدمة، مثل الحجاج القيمي، والعقلاني، والمقارنة، والاستعطاف.

وقد مكّن هذا التحليل من فهم البعد الإقناعي للمصطلح، ودوره في توجيه مواقف المتلقي، بما يعكس الأبعاد الإيديولوجية الكامنة في الخطاب الإعلامي.

9- مجتمع الدراسة وعينته

يتكوّن مجتمع الدراسة من مجموع المواد الإعلامية ذات الطابع السياسي التي بثّتها قنوات الجزيرة والعربية خلال الفترة الممتدة بين 2003 و2014، وهي مرحلة تاريخية اتسمت بتحوّلات جيوسياسية عميقة كان لها أثر مباشر في إعادة تشكيل الخطاب الإعلامي ومصطلحاته

السياسية. وتشمل هذه المواد مختلف الأشكال الإخبارية التي تُعنى بتغطية القضايا السياسية، بما في ذلك النشرات الإخبارية والتقارير المعمقة والبرامج التحليلية.

ونظرًا لطبيعة الدراسة التي تستهدف تحليل البعد التداولي والحجائي للمصطلح الإعلامي السياسي، فقد تم اعتماد العينة القصدية (Purposive Sampling) ، التي تقوم على اختيار وحدات تحليل تُعدّ الأكثر تمثيلًا للظاهرة المدروسة، بدلًا من السحب العشوائي. ويُعد هذا النوع من العينات مناسبًا في الدراسات الكيفية وتحليل الخطاب، حيث يتيح التركيز على نصوص غنية دلاليًا وقادرة على الكشف عن أنماط التوظيف اللغوي داخل الخطاب الإعلامي، وهو ما يؤكدونه تونغكو

(2007) ، الذي يرى أن العينة القصدية تُستخدم عندما يكون الهدف اختيار حالات تتوفر فيها خصائص محددة ترتبط مباشرة بموضوع الدراسة.

وفي هذا الإطار، تم اختيار عينة مكونة من (60) مادة إعلامية، موزعة بالتساوي بين القناتين محل الدراسة، بواقع (30) مادة لكل قناة، بما يسمح بإجراء مقارنة منهجية بينهما، والكشف عن أوجه التشابه والاختلاف في توظيف المصطلح الإعلامي السياسي.

وقد تنوعت المواد المختارة لتشمل:

✓ النشرات الإخبارية الرئيسية؛

✓ التقارير السياسية المعمقة؛

✓ مقتطفات من البرامج التحليلية والحوارية؛

وذلك بهدف الإحاطة بمختلف السياقات الخطابية التي يُوظَّف فيها المصطلح الإعلامي السياسي.

وقد استند اختيار هذه المواد إلى معيار منهجي يتمثل في احتوائها على مصطلحات سياسية ذات دلالات تداولية وحجاجية واضحة، بما يتيح تحليلها في ضوء الاستراتيجيات الخطابية المرتبطة بالتسمية والتأطير وبناء المعنى. ويسهم هذا التوجه في ضمان ملاءمة العينة لأهداف الدراسة، وتعزيز قدرتها على تفسير الظاهرة المدروسة في سياقها الإعلامي والسياسي

10- تقنية الأسبوع الاصطناعي في سياق الأحداث

في إطار ضبط البعد الزمني لعينة الدراسة، تم الاستعانة بتقنية الأسبوع الاصطناعي (**Constructed Week Sampling**)، غير أن تطبيقها لم يتم على كامل الفترة الزمنية الممتدة بين 2003 و2014، بل اقتصر على الفترات التي شهدت أحداثاً جيوسياسية كبرى، وذلك انسجاماً مع طبيعة الدراسة التي تركز على الخطاب الإعلامي في سياقات النزاع والتحول السياسي.

ويُعد هذا التكيف منسجماً مع ما تشير إليه الأدبيات المنهجية، التي تؤكد إمكانية توظيف تقنيات المعاينة الزمنية داخل فترات محددة ذات كثافة إعلامية عالية، بدلاً من تطبيقها على

فترات زمنية ممتدة لا تتسم بنفس الدرجة من الأهمية التحليلية (Riffe, Aust, & Lacy, 1993).

10. 1 الإجراء التطبيقي المعتمد

تم تطبيق تقنية الأسبوع الاصطناعي وفق الخطوات الآتية:

أ / تحديد الفترات الزمنية المرتبطة بالأحداث الجيوسياسية الكبرى محل الدراسة، مثل :

➤ حرب العراق (2003)

➤ الحروب في غزة ولبنان

➤ ثورات الربيع العربي (2011)

➤ صعود تنظيم داعش (2014)

ii. اعتبار كل فترة حدثية وحدة زمنية مستقلة للتحليل، يتم تطبيق تقنية الأسبوع

الاصطناعي داخلها بشكل منفصل .

iii. اختيار أيام غير متتالية داخل كل فترة حدثية، بحيث تمثل مختلف أيام الأسبوع، مما

يسمح بتكوين "أسبوع اصطناعي" يعكس نمط التغطية الإعلامية خلال تلك المرحلة .

iv. انتقاء المواد الإعلامية داخل هذه الأيام المختارة وفق العينة القصدية، بالاعتماد

على معيار احتوائها على مصطلحات سياسية ذات دلالات تداولية وحجاجية واضحة .

ب / القيمة المنهجية لهذا التكيف

يتيح هذا التوظيف المزدوج لكل من العينة القصدية وتقنية الأسبوع الاصطناعي تحقيق توازن منهجي بين:

➤ التمثيل الزمني للمحتوى الإعلامي داخل فترات الذروة؛

➤ التركيز الموضوعي على الخطاب المرتبط بالأحداث الجيوسياسية؛

كما يسهم في تجنب التحيز الناتج عن الاختصار على أيام متتالية أو فترات زمنية محدودة، مع الحفاظ على ارتباط العينة بسياقها التحليلي، وهو ما يعزز من دقة النتائج وموثوقيتها.

"تم تطبيق الأسبوع الاصطناعي داخل فترات الحدث وليس على كامل الزمن، لأن الدراسة تُعنى بتحليل الخطاب في لحظات الصراع وليس في التغطية الروتينية".

11- الدراسات السابقة

الدراسات السابقة هي مجموعة الدراسات والأبحاث التي تناولت الموضوع الذي يقوم الباحث بدراسته، وتلعب هذه الدراسات دورا كبيرا في إعطاء فكرة عامة للباحث عن البحث الذي يقوم به، وعن مراحل تطوره. وتلعب الدراسات السابقة دورا كبيرا وهاما في إغناء البحث العلمي، وتجعل مصادر هذا البحث متنوعة ومتعددة.

أولاً/ الدراسات العربية

في سياق تحليل الخطاب الإعلامي وتحولاته في البيئة العربية، برزت مجموعة من الدراسات التي سعت إلى تفكيك بنية الخطاب الصحفي والكشف عن آلياته التأثيرية في تشكيل الرأي العام.

في هذا الإطار، تأتي دراسة تقيّة فرحي (2018) المعنونة بـ "الصحافة المكتوبة في الجزائر وتحولات الخطاب الإعلامي"، وهي أطروحة دكتوراه بجامعة الجزائر 3، هدفت إلى تحليل التحولات التي طرأت على الخطاب الصحفي في الجزائر في ظل التغيرات السياسية والإعلامية. اعتمدت الدراسة على منهج تحليل الخطاب، وخلصت إلى أن الخطاب الإعلامي لا يُعد مجرد ناقل للواقع، بل هو بناء رمزي يتأثر بالسياق السياسي والإيديولوجي، حيث تتغير دلالات المفاهيم والمصطلحات تبعاً لتوجهات المؤسسة الإعلامية. وتتقاطع هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في تركيزها على البعد الخطابي للممارسة الإعلامية، غير أنها لم تتناول المصطلح الإعلامي بوصفه وحدة تحليل مستقلة، كما لم تعتمد المقاربة التداولية الحجاجية.

كما يمكن الإشارة إلى أطروحة "وسائل الإعلام وتحولات الاستقبال الأدبي" منشورة عبر (ResearchGate)، التي اهتمت بدراسة تأثير الوسائط الإعلامية في تشكيل أنماط التلقي لدى الجمهور، حيث هدفت إلى فهم العلاقة بين الرسالة الإعلامية والمتلقي في ظل التحولات الرقمية. وقد أظهرت نتائجها أن وسائل الإعلام الحديثة تسهم في إعادة تشكيل المعنى من خلال التفاعل مع السياق الثقافي والاجتماعي.

ورغم أهمية هذه الدراسة في إبراز دور المتلقي، إلا أنها تختلف عن دراستنا في كونها تركز على التلقي بدل تحليل البنية التداولية للمصطلح الإعلامي.

وفي سياق قريب من تحليل العلاقة بين الاتصال والسلطة، تناولت أطروحة دكتوراه بجامعة تلمسان حول “شبكات الاتصال وعلاقتها بممارسة السلطة والتأثير” دور وسائل الاتصال في إنتاج النفوذ الرمزي، حيث بيّنت أن الخطاب الإعلامي يُستخدم كأداة لإعادة إنتاج السلطة وتوجيه الإدراك الجمعي.

وتتقاطع هذه الدراسة مع بحثنا في بعدها النقدي المرتبط بالسلطة والإيديولوجيا، لكنها لا تقدم تحليلاً دقيقاً للمصطلحات الإعلامية داخل الخطاب السياسي.

ثانياً/ الدراسات الأجنبية

على المستوى الدولي، تشكل الدراسات النقدية في تحليل الخطاب والتأثير مرجعية أساسية لفهم آليات اشتغال اللغة الإعلامية.

في هذا السياق، يُعد عمل نورمان فيركلاف (Fairclough, 1995) الموسوم بـ *Media Discourse* من أبرز الدراسات التي تناولت الخطاب الإعلامي بوصفه ممارسة اجتماعية، حيث سعى إلى الكشف عن العلاقة بين اللغة والسلطة، مبيناً أن المفردات الإعلامية ليست محايدة، بل تُستخدم لإنتاج الهيمنة وإعادة تشكيل الواقع الاجتماعي.

وتُشكل هذه الدراسة أساسًا نظريًا مهمًا لبحثنا، خاصة في تحليل البعد الإيديولوجي للمصطلحات، غير أنها لا تقدم تحليلًا تداوليًا حاجيًا مفصلاً.

كما أسهم تيون فان دايك (van Dijk, 1998) ؛ 2006 (في تطوير المقاربة النقدية للخطاب، حيث ركّز على العلاقة بين الخطاب والإيديولوجيا، موضحًا أن اللغة الإعلامية تُستخدم كآلية لإنتاج "السيطرة الرمزية" وتوجيه التمثلات الذهنية للجمهور. وتتقاطع هذه المقاربة مع دراستنا في بعدها النقدي، خاصة في تحليل المصطلح كأداة هيمنة، إلا أنها لم تُطبق بشكل مباشر على الإعلام العربي أو على تحليل المصطلحات السياسية بشكل مقارن.

أما روبرت إنتمن (Entman, 1993) ، فقد قدم نموذج التأطير الإعلامي، الذي يوضح كيف تسهم اللغة في تحديد زوايا النظر إلى الحدث من خلال إبراز بعض العناصر وإخفاء أخرى، حيث حدد وظائف التأطير في تعريف المشكلة، وتحديد أسبابها، وإسناد المسؤولية، واقتراح الحلول. ويمثل هذا النموذج أداة تحليلية مركزية في دراستنا، خاصة في فهم دور المصطلح الإعلامي في بناء المعنى، غير أنه لا يتناول البعد التداولي والحاجي للمصطلح بشكل معمق.

ثالثًا/ التحليل النقدي للدراسات السابقة

من خلال استقراء الدراسات العربية والأجنبية، يتضح أنها تنقسم إلى اتجاهين رئيسيين:

✓ اتجاه عربي ركّز على تحليل الخطاب الإعلامي في سياقه السياسي والاجتماعي، مع إبراز البعد الإيديولوجي، لكنه غالبًا ما بقي في مستوى الوصف العام دون التعمق في تحليل المصطلح بوصفه وحدة تداولية حجاجية .

✓ اتجاه عربي اهتم بـ التأسيس النظري والنقدي للخطاب الإعلامي، خاصة من خلال نظريات التأطير وتحليل الخطاب النقدي، غير أنه لم يُطبّق بشكل كافٍ على السياق الإعلامي العربي .

رابعًا/ الفجوة العلمية

في ضوء ما سبق، تتحدد الفجوة العلمية التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها في النقاط الآتية:

- ✓ غياب دراسات تجمع بين التحليل التداولي والحجائي للمصطلح الإعلامي
- ✓ محدودية الدراسات المقارنة بين القنوات الإخبارية العربية
- ✓ نقص تطبيق الأطر النظرية الغربية على تحليل الخطاب الإعلامي العربي
- ✓ غياب الامتداد الزمني الطويل (2003-2014) في دراسة المصطلحات السياسية

خامسًا / موقع الدراسة الحالية

انطلاقًا من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى تقديم إضافة علمية من خلال:

✓ تحليل المصطلح الإعلامي السياسي بوصفه أداة تداولية حجاجية

✓ إجراء مقارنة منهجية بين قناتي الجزيرة والعربية

✓ توظيف نظريات :

✚ التأطير

✚ تحليل الخطاب النقدي

✚ التداولية

✓ دراسة التحولات الخطابية خلال فترة زمنية ممتدة (2003-2014)



الإطار النظري

الفصل الاول: التداولية والحجاج والمصطلح الإعلامي السياسي

الإطار النظري:

الفصل الاول: التداولية والحجاج والمصطلح الإعلامي السياسي

- 1- مفهوم التداولية
- 2- نشأة التداولية وتطورها التاريخي
- 3- الأسس النظرية للتداولية
- 4- التداولية في الخطاب الإعلامي: اللغة كفعل تواصلي وإيديولوجي
- 5- الحجاج: البلاغة الجديدة، منطق الإقناع، ورواد النظرية
- 6- عناصر اللوغوس والإثوس والباتوس
- 7- الحجاج في الإعلام السياسي

1- مفهوم التداولية

التداولية منهج في دراسة اللغة له أسسه ومفاهيمه، تكون ضرورة في كل تحليل لغوي، تهتم بدراسة اللغة في علاقتها بالسياق المرجعي لعملية التخاطب وبالأفراد الذين تجري بينهم تلك العملية التواصلية. يتناول البحث نظرية الأفعال الكلامية ودورها في بناء البرنامج الحجاجي في إطار الخطاب السردى، وذلك من خلال تطبيقها على مجموعة مختارة من نواذر البلاء للجاحظ، هدف اختبار الكفاية المعرفية والتفسيرية للنظرية أولاً، ولمعرفة طريقة توظيف البنيات اللغوية للإقناع بالقضايا موضوع العرض والاعتراض ثانياً. وقد اعتمدنا منهجة تداولية ينطلق بالتحليل من التراكيب اللغوية، لينتهي إلى آفاق المقام التداولي الذي هو في كثير منه من طبيعة خارجية غير لغوية، لنصل في ختام البحث إلى نتيجة مركزية مفادها أن هناك علاقة وطيدة بين الشكل اللغوي للنادرة الذي يتقمصه الفعل الكلام، بوصفه بنية برهانية حجاجية، وبين درجة التأثير التي يحدثها في المتلقي، وهي متلازمة تتعقد على عين من المقام بكل مكوناته؛ سواء أكان واقعية أم افتراضية محتملاً.

التداولية اصطلاح مدعاة دائماً للالتباس، فهو في الوقت نفسه مستعمل للإحالة على مجال لساني ورؤية خاصة للغة ويلاحظ حجم إشكالية المصطلح اللساني ومدى العشوائية التي تعيشها حركة الترجمة بتناول مصطلح التداولية عند جورج يول مثلاً: فنرى د. قصي العتابي (2010) يذهب في ترجمته لكتاب "براغماتيكس" "pragmatics" لجورج يول يستخدم مصطلح التداولية، أما محمود فراج حافظ (1999) فعند ترجمته لكتاب "معرفة اللغة" لجورج يول أيضاً

فيستخدم مصطلح (البراجماتية) مقابلاً لمصطلح "pragmatics" وهذا على مستوى المؤلف نفسه والمصطلح نفسه. كما عرفت تطويرية بكونها دراسة متنوعة ومتنوعة وظاهرة كلمة وتواصلية واجتماعية في نفس الوقت وهي أيضاً دراسة اللغة في أنواع الاستخدام أو اللغة المستخدمة؛ (فليب، 2007، ص.17) بمعنى دراسة اللغة في سياقاتها الواقعية لا في حدودها المعجمية أو تراكيبها النحوية هي الكلمات والعبارات والجمل كما نستعملها ونفهمها ونقصدها، في ظروف المواقف معينة، لا كما نجدها في القواميس المعتدلة ولا كما تقترح كتب النحو التقليدي. (محمد يزيد، 2010، ص.18).

يقول الباحث طه عبد الرحمن رائد التداولية عند العرب: "إني وضعت هذا المصطلح - يعني التداولية - منذ سنة (1970)، في مقابل (pragmatique) ولو أن التداوليين الغربيين علموا بوجود هذه اللفظة في العربية لفضلوها على لفظة (pragmatique) ، لسبب واحد، وهو أنها لا توفي بالمقصود من علم التداول، فلفظة التداول تفيد في العلم الحديث الممارسة... وتفيد أيضاً التفاعل في التخاطب... ثم بالإضافة إلى ذلك أنها من مادة واحدة ولفظة الدلالة نفسها، يعني أن التداول سوف يرتبط بالدلالة، فإذن هذا هو التبرير العلمي الأولي لمصطلح التداول "وقد تابعه الباحثون في المشرق والمغرب في استعمال هذا الاصطلاح، ومن هؤلاء الباحثين: أحمد المتوك(1985) ، (وإدريس مقبول2004) ، (وعبد الهادي بن ظافر الشهري2004)، (ومسعود صحراوي2005)، (ومحمود أحمد نحلة2006) ، (ونعمان بوقرة 2009)، ومؤيد آل صوينت.(2010)

وعلى صعيد الأعمال المترجمة وردت التداولية مصطلحا مقابلا للمصطلح الأجنبي عند كل من: سعيد علوش (1986) ، (وعبد القادر قنيني 2000)، (وسيف الدين دغفوس ومحمد الشيباني 2003) ،

وإلى جانب ترجمة المصطلح الأجنبي (pragmatics) بالتداولية، ترجمه محمد علي الخولي (1982) في معجمه اللغوي بـ(علم الرموز) وجعله مرادفا للسميائيات، ويعالج الرموز اللغوية وغير اللغوية.

تُعد التداولية (Pragmatics) من أبرز التحولات الإستمولوجية في اللسانيات المعاصرة، حيث نقلت الاهتمام من دراسة اللغة بوصفها بنية شكلية مغلقة إلى تحليلها باعتبارها ممارسة تواصلية مرتبطة بسياقات الاستعمال الاجتماعي والثقافي. ويعود أصل المصطلح إلى اللفظ اليوناني *pragmatikos* الذي يدل على الفعل والممارسة، وهو ما يعكس الطابع العملي للغة بوصفها أداة لإنجاز الأفعال داخل الواقع الاجتماعي. (Mey, 2001)

وقد جاءت التداولية كرد فعل على محدودية المقاربات البنيوية والتوليدية التي ركزت على الجملة في ذاتها، دون اعتبار كافٍ للسياق ومقاصد المتكلم. ومن ثم، أصبح المعنى في المنظور التداولي نتاجاً لعلاقة تفاعلية بين الملفوظ والسياق والمتكلم والمتلقي، حيث لا يمكن فهم الخطاب إلا باستحضار ظروف إنتاجه وتأويله. (Levinson, 1983)

وتتعدد تعريفات التداولية، غير أنها تلتقي في التأكيد على مركزية الاستعمال. إذ يعرفها Levinson بأنها دراسة العلاقة بين اللغة ومستعملها، بينما يرى Mey أنها تهتم بدراسة المعنى كما يُبنى في الاستعمال الفعلي داخل السياقات الاجتماعية. (Mey, 2001) كما يذهب Yule إلى اعتبار التداولية مجالاً يُعنى بفهم ما يقصده المتكلم وكيف يُفسره المتلقي، وهو ما يضع المقاصد الاتصالية في صميم التحليل التداولي. (Yule, 1996)

وفي السياق العربي، يؤكد عبد الحميد أن التداولية تدرس العلاقة بين الملفوظ وسياق إنتاجه وتأويله، مما يدل على أن المعنى ليس ثابتاً، بل يتشكل عبر تفاعل مجموعة من العوامل مثل الخلفية الثقافية والمعرفة المشتركة (عبد الحميد، 2018). كما يشير العمري إلى أن التداولية تمثل انتقالاً نوعياً من تحليل اللغة كنسق شكلي إلى دراستها بوصفها نشاطاً تواصلياً يخضع لشروط المقام والسياق (العمري، 2005).

وترتكز التداولية على مجموعة من الأسس النظرية، من أبرزها نظرية أفعال الكلام التي أسس لها أوستن (1962) وطوّرها سارل (1979)، حيث يُنظر إلى اللغة بوصفها فعلاً يُنجز من خلال القول، وليس مجرد وسيلة لنقل المعلومات. كما تُعد نظرية الاستلزام الحوارية عند غرايس (1975) من الركائز الأساسية، إذ تبرز أن المعنى لا يقتصر على ما هو صريح، بل يتضمن دلالات ضمنية تُستنتج من السياق ومبادئ التعاون.

كما تتقاطع التداولية مع مقاربات تحليل الخطاب، خاصة عند فيركلاف (1995) و van (2008) Dijk، حيث يُنظر إلى اللغة بوصفها أداة لإنتاج المعنى داخل علاقات السلطة والإيديولوجيا، بما يجعل الخطاب الإعلامي مجالاً لإعادة تشكيل الواقع والتأثير في إدراك الجمهور.

كما تكتسب التداولية أهمية خاصة في تحليل الخطاب الإعلامي السياسي، إذ يُنظر إلى المصطلح الإعلامي لا باعتباره مجرد تسمية، بل كفعل تداولي يحمل وظائف حجاجية وتأطيرية. فاختيار مصطلحات مثل "ثورة" أو "احتجاج"، أو "مقاومة" أو "إرهاب"، يعكس استراتيجيات خطابية تهدف إلى توجيه إدراك المتلقي وصناعة المعنى داخل الفضاء الإعلامي. فالتداولية بهذه المصطلحات تارة تأخذ طابعا لسانيا محضا، وتارة تكسب صفة العلم، ومرة أخرى تجمع على أنها المظلة التي تخفي وراءها عدة معارف تتعلق بالبعد التداولي. ومن جهة أخرى نجد مصطلح البراغماتية الذي توازت معه بالبعد اللساني وأكسبها سمة الوظيفية «فلقد أضحى من المسلم به في الدراسات اللسانية أنه لا يمكن الحديث عن علم الدلالة دون موازنته بما يسمى عند الغربيين بالبراغماتية pragmatics» (يونس علي، 2004، ص.11) ومن المصطلحات الأخرى التي ترجمت عن كلمة pragmatics التخاطبية؛ السياقية؛ المقامية؛ المقاماتية؛ الوظائفية (مجال اللسانيات)؛ علم الذرائع الذرعية؛ الذرائعية الذريعات مذهب الذرائع؛ الفائداتية؛ الفوائدية؛ الغائبة؛ النفعية والانتفاعية (عكاشة، 2013، ص.13) ومن بين

المصطلحات التي عرّبت أي نقل اللفظ كما هو نذكر «البراجماتية؛ البرجماتية البرجماتية البرجماتية» .

وبناءً على ما سبق، يمكن تعريف التداولية إجرائيًا في هذه الدراسة بأنها مقارنة تحليلية تُعنى بدراسة كيفية إنتاج المعنى داخل الخطاب الإعلامي السياسي، من خلال تحليل العلاقة بين الملفوظ والسياق ومقاصد المتكلم، بما يسمح بالكشف عن الوظائف التداولية والحجاجية للمصطلحات الإعلامية.

2- نشأة التداولية وتطورها التاريخي

تُعَدّ التداولية (Pragmatics) ثمرة تحوّل إبستمولوجي عميق في الدراسات اللسانية، حيث ظهرت بوصفها ردًا نقديًا على محدودية المقاربات البنيوية والتوليدية التي ركّزت على البنية الشكلية للغة بمعزل عن شروط الاستعمال والسياق. ففي حين اهتمت البنيوية، كما عند دي سوسير، بوصف اللغة كنظام من العلاقات الداخلية، وركّزت التوليدية مع تشومسكي على الكفاءة اللغوية (competence) باعتبارها قدرة ذهنية مجردة، جاءت التداولية لتُعيد الاعتبار إلى الأداء اللغوي (performance) بوصفه فعلًا اجتماعيًا تواصليًا يتحدد بالسياق والمقاصد (Chomsky, 1965; Morris, 1938).

وقد ارتبطت البدايات الفعلية للتداولية الحديثة بأعمال الفيلسوف البريطاني جون لانغشو أوستن (Austin)، الذي أحدث قطيعة معرفية مع التصور الوصفي للغة من خلال محاضراته

الشهيرة (1962) *How to Do Things with Words*، حيث أكد أن اللغة لا تُستخدم فقط لوصف العالم، بل لإنجاز أفعال داخل الواقع الاجتماعي. فحين يُصرّح المتكلم بعبارة مثل "أُعلن افتتاح الجلسة"، فإنه لا ينقل معلومة، بل يُنجز فعلاً مؤسّساتيًا. وبذلك، نقل أوستن مركز التحليل من "صدق العبارة" إلى "قوة الفعل اللغوي"، مؤسسًا لما عُرف لاحقًا بنظرية أفعال الكلام. (Austin, 1962)

وفي هذا السياق، ميّز أوستن بين ثلاثة مستويات مترابطة للفعل اللغوي: الفعل التلفظي (locutionary act) الذي يتعلق بإنتاج الملفوظ، والفعل الإنجازي (illocutionary act) الذي يعكس نية المتكلم، والفعل التأثيري (perlocutionary act) الذي يرتبط بالأثر الذي يحدثه القول في المتلقي. وقد أظهر هذا التقسيم أن المعنى ليس خاصية لغوية خالصة، بل نتيجة تفاعل بين اللغة والسياق والقصدية، وهو ما فتح المجال أمام دراسة الأبعاد الحجاجية والإيديولوجية للخطاب، خاصة في المجالات السياسية والإعلامية (Austin, 1962; Cutting, 2002).

وقد جاء جون سيرل (Searle) ليُطوّر نظرية أفعال الكلام في إطار أكثر نسقية ومنهجية، حيث أعاد صياغتها ضمن تصور يرى أن اللغة ممارسة اجتماعية محكومة بقواعد تداولية حيث يتناول البحث نظرية أفعال الكلام عند جون سيرل بوصفها مرحلة تمثل الضبط المنهجي في الدرس التداولي، إذ أعاد من خلالها بناء النظرية على أساس يرى اللغة فعلاً منظمًا تحكمه قواعد، ويتحدد فيه المعنى من خلال تفاعل القصد مع الأعراف والسياق، لا باعتباره خاصية

كامنة في الألفاظ ذاتها وركّز سيرل على مفهوم القصدية (intentionality) باعتباره حجر الزاوية في تحديد معنى الملفوظ، كما قدّم تصنيفًا دقيقًا للأفعال الكلامية إلى خمسة أصناف: التوكيدات، والتوجيهات، والالتزاميات، والتعبيريات، والإعلانات. (Searle, 1979) ويكشف هذا التصنيف كيف تُستخدم اللغة في بناء الالتزام، وتوجيه السلوك، وصياغة المواقف، مما يمنحها بعدًا حجاجيًا واضحًا، خاصة في الخطاب الإعلامي الذي يسعى إلى التأثير والإقناع أكثر من مجرد نقل الوقائع. (Levinson, 1983)

وبالتوازي مع ذلك، أسهم الفيلسوف بول غرايس (Grice) في إرساء أحد أهم أعمدة التداولية من خلال نظريته حول مبدأ التعاون (Cooperative Principle)، الذي يفترض أن التفاعل اللغوي يقوم على مجموعة من القواعد الضمنية التي تنظّم التواصل، وهي: مبدأ الكم، والكيف، والعلاقة، والأسلوب. (Grice, 1975) غير أن الأهمية الحقيقية لهذه النظرية تكمن في مفهوم الاستلزام الحواري (Conversational Implicature)، الذي يوضح كيف يُنتج المعنى الضمني عندما يخرق المتكلم هذه المبادئ ظاهريًا، مما يدفع المتلقي إلى استنتاج معانٍ غير مصرح بها. وقد شكّل هذا المفهوم نقلة نوعية في فهم الخطاب، حيث لم يعد المعنى محصورًا في المستوى الظاهر، بل أصبح يشمل ما يُفهم ضمناً في ضوء السياق (Yule, 1996; Huang, 2007).

ومع تطور هذا الحقل، توسّعت التداولية لتشمل مقاربات متعددة، من بينها التداولية الاجتماعية التي يبرزها (Mey, 2001)، والتي تؤكد على دور السياق الاجتماعي والمؤسساتي

في إنتاج المعنى، والتداولية الإدراكية التي تربط اللغة بالعمليات الذهنية (Sperber & Wilson, 1986) كما تداخلت التداولية مع تحليل الخطاب النقدي، خاصة عند Fairclough (1995) و van Dijk (2008)، حيث أصبح الخطاب يُفهم كأداة لإنتاج السلطة وإعادة تشكيل الواقع الاجتماعي من خلال اللغة.

وفي السياق العربي، شهدت التداولية تطورًا ملحوظًا من خلال جهود عدد من الباحثين الذين سعوا إلى تكييف هذا الحقل مع تحليل الخطاب العربي، حيث يؤكد عبد الرحمن (1998) أن التداولية تمثل انتقالًا من دراسة اللغة كنظام إلى دراستها كفعل تواصلية مرتبط بالقيم والسياقات الثقافية، بينما يرى حسان (2006) أن التداولية تفتح المجال لفهم أعمق للمعاني الضمنية التي لا تكشفها البنية اللغوية وحدها.

وانطلاقًا من هذا المسار التاريخي، يتضح أن التداولية لم تنشأ دفعة واحدة، بل تطورت عبر تراكم معرفي بدأ مع أوستن، وتبلور مع سيرل وغرايس، ثم اتسع ليشمل مقاربات متعددة تربط اللغة بالسياق والسلطة والإدراك. وهو ما يجعلها أداة تحليلية فعالة في دراسة الخطاب الإعلامي السياسي، حيث تُستخدم اللغة ليس فقط لوصف الأحداث، بل لإعادة بنائها وتأطيرها. فالمصطلحات الإعلامية مثل "تحرير" و "غزو" و "مقاومة" و "إرهاب" لا تعمل كوحدات محايدة، بل كأفعال تداولية تُسهم في إنتاج المعنى، وبناء الشرعية، وتوجيه إدراك الجمهور.

وعليه، فإنّ توظيف المقاربة التداولية في تحليل الخطاب الإعلامي يُمكن من الكشف عن البنية العميقة للمعنى، بما في ذلك المقاصد الضمنية، والاستراتيجيات الحجاجية، والعلاقات السلطوية التي تُبنى عبر اللغة، وهو ما يمنح هذه الدراسة أساساً نظرياً متيناً لفهم ديناميات التسمية والتأطير في الخطاب الإعلامي العربي.

3- الأسس النظرية للتداولية

1-أفعال الكلام: من الوصف إلى الفعل في التداولية

تعدّ نظرية الأفعال الكلامية من بين المفاهيم القاعدية التي يقوم عليها المنهج التداولي الذي يهتم بدراسة الاستعمال اللغوي و كيفية تحقيق التواصل اللغوي بين المتخاطبين وفهم مقاصدهم، وطريقة إنتاجهم لفعل تواصلية أو فعل كلامي في إطار موقف كلامي ملموس ومحدد يتم من خلاله التعامل مع المعاني التي يتغاضى عنها علم الدلالة

و تُعدّ نظرية أفعال الكلام (Speech Act Theory) من الركائز الأساسية التي أسهمت في تشكّل التداولية الحديثة، حيث مثّلت انتقالاً نوعياً من النظر إلى اللغة بوصفها نظاماً وصفيّاً إلى اعتبارها ممارسة فعلية تُنجز من خلالها أفعال داخل الواقع الاجتماعي. وقد شكّلت هذه النظرية قطيعة إبستمولوجية مع الفلسفة التحليلية التقليدية التي كانت تحصر وظيفة اللغة في نقل المعاني أو الحكم على صدق القضايا، لتؤكد أن اللغة تُستخدم أساساً لتحقيق أفعال ذات أبعاد اجتماعية وسياسية وقانونية. (Austin, 1962; Levinson, 1983)

وقد كان الفيلسوف البريطاني جون لانغشو أوستن (Austin) أول من أسس لهذا التحول من خلال تمييزه بين العبارات الوصفية (constatives) والعبارات الإنجازية (performatives)، حيث بيّن أن بعض الملفوظات لا تصف الواقع بل تنشئه. فقول المتكلم: "أعلن بداية الجلسة" أو "أقرّ هذا القانون" لا يُعبّر عن حدث قائم، بل يُنجز فعلاً مؤسساتياً بمجرد التلفظ به، وهو ما يعكس الطابع الفعلي للغة في السياق التداولي. (Austin, 1962)

إطار تحليله للفعل الكلامي، قدّم أوستن تقسيمًا ثلاثيًا أصبح مرجعًا أساسيًا في الدراسات التداولية، يتمثل في:

الفعل التلفظي: (Locutionary Act) ويشير إلى إنتاج الملفوظ في صورته الصوتية والتركيبية والدلالية .

الفعل الإنجازي: (Illocutionary Act) وهو جوهر الفعل الكلامي، حيث يُنجز المتكلم فعلاً اجتماعيًا مثل الأمر، أو الوعد، أو الإعلان، أو التهدي

الفعل التأثيري: (Perlocutionary Act) ويتمثل في الأثر الذي يُحدثه الخطاب في المتلقي، مثل الإقناع، أو التأثير، أو التحريض. (Austin, 1962; Cutting, 2002)

ويكشف هذا التقسيم أن المعنى لا يُختزل في البنية اللغوية، بل يتشكل من خلال تفاعل عناصر متعددة، أهمها السياق، والقصدية، والعلاقة بين أطراف الخطاب. ومن هنا، أصبحت اللغة تُفهم بوصفها نشاطًا تداوليًا يتجاوز حدود النص إلى شروط إنتاجه واستقباله (Yule,

(1996) وقد جاء جون سيرل (Searle) ليطور نظرية أفعال الكلام في إطار أكثر نسقية، حيث أعاد صياغتها ضمن تصور يرى أن الأفعال الكلامية تحكمها قواعد تداولية تضبط شروط نجاحها، مثل شروط الملاءمة (felicity conditions) ، التي تحدد متى يكون الفعل الكلامي ناجحًا أو غير ناجح (Searle, 1979). كما أكد سيرل على مركزية القصدية (intentionality) في فهم المعنى، معتبرًا أن كل ملفوظ هو تعبير عن نية تواصلية محددة. ومن أبرز إسهامات سيرل أيضًا تصنيفه الوظيفي للأفعال الكلامية إلى خمسة أنماط رئيسية:

➤ التوكيدات: (Assertives) التي تهدف إلى نقل أو تثبيت حقيقة (مثل: "اندلعت الحرب"). التوجيهات: (Directives) التي تسعى إلى دفع المتلقي إلى القيام بفعل (مثل: "يجب التدخل").

➤ الالتزامات: (Commissives) التي تتضمن التزامًا مستقبليًا (مثل: "سندافع").

➤ التعبيرات: (Expressives) التي تعبر عن موقف أو شعور (مثل: "تستكر").

➤ الإعلانات: (Declarations) التي تُحدث تغييرًا في الواقع بمجرد التلفظ (مثل: "إعلان وقف إطلاق النار"). (Searle, 1979; Huang, 2007).

ويظهر هذا التصنيف أن اللغة ليست وسيلة حيادية لنقل المعلومات، بل أداة لإنتاج الأفعال والتأثير في الواقع، وهو ما يمنحها بعدًا حجاجيًا وإيديولوجيًا واضحًا، خاصة في الخطاب السياسي والإعلامي. (van Dijk, 2008).

وفي هذا السياق، تتقاطع نظرية أفعال الكلام مع تحليل الخطاب، حيث تُستخدم الألفاظ والمصطلحات بوصفها أفعالاً إنجازية تسهم في بناء المعنى وتأطيره. فاختيار توصيف معين مثل "ثورة" بدل "أزمة"، أو "مقاومة" بدل "إرهاب"، لا يعكس مجرد اختلاف لغوي، بل يُجسد فعلاً تداولياً يهدف إلى إضفاء الشرعية أو نزعها، وهو ما يجعل اللغة أداة للصراع الرمزي داخل الفضاء الإعلامي (Fairclough, 1995).

وفي الدراسات العربية، يؤكد العزاوي (2015) أن المصطلح الإعلامي في سياق الأزمات لا يؤدي وظيفة وصفية فحسب، بل يضطلع بدور حجاجي يسهم في تشكيل إدراك الجمهور، حيث يصبح "أداة لبناء الواقع لا مجرد انعكاس له" (العزاوي، 2015، ص. 117). كما يشير عبد الحميد (2018) إلى أن الخطاب الإعلامي يوظف الأفعال الكلامية لإنتاج التأثير النفسي والإقناعي، خاصة في القضايا ذات البعد السياسي.

وانطلاقاً من ذلك، فإن الخطاب الإعلامي السياسي يُعد مجاًلاً خصباً لتجسيد نظرية أفعال الكلام، حيث تتحول المصطلحات إلى أدوات إنجازية تسهم في بناء السرديات الإعلامية. فالمفاهيم المتداولة أثناء النزاعات، مثل "تحرير"، "اجتياح"، "شهداء"، "ضحايا"، لا تُستخدم كوحدات لغوية محايدة، بل كأفعال كلامية تؤدي وظائف حجاجية وتأطيرية، تُسهم في توجيه الرأي العام وإعادة تشكيل الوعي الجمعي.

وعليه، فإن اعتماد نظرية أفعال الكلام في هذه الدراسة يُمكن من تحليل المصطلح الإعلامي السياسي باعتباره فعلاً تداولياً يحمل مقاصد ضمنية، ويؤدي دوراً مركزياً في بناء المعنى داخل الخطاب الإعلامي العربي خلال الفترة (2003-2014)، بما يكشف عن العلاقة المعقدة بين اللغة، والسلطة، والإيديولوجيا.

2- 2 الافتراضات : المعنى السابق على القول داخل التداولية

الافتراض السابق مفهوم نشأ من رحم الاهتمام بفلسفة اللغة قبل تبلور التداولية، ومع تبلور التداولية ودراسات الخطاب اختلطت المرجعيات العلمية التي تنظر للافتراض السابق، حتى بلغت حد التضارب؛ بين من يجعله عملاً تداولياً يقوم به المتحدث ومن ثم يقترب من أفعال الكلام ومن الخصائص التداولية للحديث، أو من يجعله خارج إطار البحث التداولي ومن ثم يقترب من التحليل الدلالي والمعنى المعجمي، وهو ما يؤثر على فهم دوره في الخطاب وطريقة تحليله التي اختلفت وتعددت منذ فريغه وراسل وصولاً إلى ستراوسن وجرايس وفان دايك وجورج يول.

الافتراض المسبق هو واحد من أهم المفاهيم في اللغة وهو يشير إلى الاستدلالات الضمنية في التواصل بين الناس. هذه الاستدلالات ضرورية لفهم الألفاظ على نحو صحيح. يهدف البحث إلى: تحليل وتحديد أنواع الافتراض المسبق ، و تُعدّ الافتراضات (Presuppositions) من المفاهيم المحورية في التداولية الحديثة، نظراً لدورها الحاسم في

الكشف عن البنية العميقة للمعنى داخل الخطاب، حيث لا يقتصر التواصل اللغوي على ما يُقال صراحة، بل يتضمن شبكة من المعاني المسبقة التي تُقدّم بوصفها مسلّمات لا تحتاج إلى إثبات. ومن هذا المنطلق، فإن الافتراض التداولي لا يُعبّر عن محتوى ظاهر في الملفوظ، بل عن معرفة ضمنية يُفترض أنها مشتركة بين أطراف الخطاب، وتُشكّل أساساً لفهم الرسالة وتأويلها. (Levinson, 1983)

وقد قدّم ستالنكر (Stalnaker) أحد أبرز التعريفات للتداولية الافتراضية، حيث اعتبر أن الافتراض يتمثل في "مجموعة المعتقدات المشتركة التي يفترضها المتكلم ويعتمد عليها في بناء خطابه. (Stalnaker, 1974, p. 202) "وبهذا المعنى، تُعد الافتراضات جزءاً من "الأرضية المشتركة (common ground) "التي تنظّم التفاعل اللغوي، وتسمح بتمرير المعنى دون الحاجة إلى التصريح به. كما يرى (Karttunen 1974) أن الافتراضات ترتبط ببنية الجملة نفسها، حيث يمكن لبعض التراكيب اللغوية أن تُنتج افتراضات تلقائية حتى دون قصد صريح من المتكلم.

ويستند مفهوم الافتراض إلى فكرة أساسية مفادها أن الخطاب لا يبدأ من فراغ، بل يُبنى على خلفيات معرفية وثقافية وإيديولوجية مشتركة. وهذا ما يجعل الافتراضات أداة قوية في توجيه الفهم، إذ يتم تمريرها ضمناً بوصفها حقائق قائمة، رغم أنها قد تكون محل جدل أو اختلاف. ففي الخطاب الإعلامي السياسي، لا تُعرض الأحداث بشكل محايد، بل تُقدّم ضمن إطار افتراضي يُوجّه المتلقي نحو تأويل معيّن. (Saeed, 2016)

فعلى سبيل المثال، العبارة:

"أعاد الاحتلال قصف المدينة"

تحمل في بنيتها مجموعة من الافتراضات الضمنية، من بينها:

- وجود احتلال قائم،
 - حدوث قصف سابق،
 - كون هذا الفعل سلبياً أو مُداناً ضمن السياق الخطابي .
- وهذه المعاني لا تُذكر صراحة، لكنها تُفرض على المتلقي كجزء من الفهم الطبيعي للعبارة، مما يجعل الافتراض آلية حجاجية غير مباشرة تُسهم في بناء الموقف دون إعلان صريح (Yule, 1996).

وفي إطار التحليل التداولي، يرتبط مفهوم الافتراض أيضاً بمبدأ التعاون عند غرايس (Grice)، حيث يُفترض أن المتكلمين يقدمون معلومات في ضوء معرفة مشتركة، غير أن هذه "المعرفة" قد تكون مشحونة بإيديولوجيا معينة، تُمرّر ضمناً عبر الخطاب (Grice, 1975). ومن هنا، تصبح الافتراضات أداة لتوجيه الإدراك، وليس مجرد عنصر لغوي محايد. وقد سعى ليفنسون (Levinson, 1983) إلى تصنيف الافتراضات إلى أنماط متعددة، أبرزها:

- الافتراضات الوجودية: (Existential Presuppositions) التي تفترض وجود كيان أو حدث (مثل: "عاد الرئيس" → يفترض وجود رئيس) .
 - الافتراضات الواقعية: (Factive Presuppositions) التي تفترض صدق محتوى معين (مثل: "ندم على ما فعل" → يفترض أن الفعل حدث) .
 - الافتراضات المعجمية: (Lexical Presuppositions) المرتبطة بدلالات الكلمات (مثل: "توقف العدوان" → يفترض أن العدوان كان قائمًا) .
 - الافتراضات التركيبية: (Structural Presuppositions) الناتجة عن بنية الجملة (مثل الأسئلة التي تفترض صحة معلومة معينة) .
- ويُظهر هذا التصنيف أن الافتراض ليس ظاهرة سطحية، بل بنية عميقة تتداخل فيها اللغة مع السياق والإيديولوجيا. ففي المثال:

"توقف العدوان اليوم"

يُفترض ضمناً:

- وجود عدوان سابق،
- استمراريته لفترة،
- عدم مشروعيته ضمن الإطار الخطابي .

وهذه المعاني تُمرّر دون نقاش، مما يمنح الافتراض قوة حجاجية خفية، إذ يدفع المتلقي إلى قبول مقدمات معينة دون مساءلة، وهو ما أشار إليه دوكرو (Ducrot, 1984) بوصفه شكلاً من أشكال "الإقناع غير المباشر".

وتتجلى أهمية الافتراضات بشكل أوضح في الخطاب الإعلامي السياسي، حيث تُستخدم المصطلحات كحاملات لافتراضات إيديولوجية. فعبارة مثل:

"بدأت القوات الشرعية عملية تحرير المدينة"

تتضمن افتراضات متعددة:

- شرعية الفاعل (القوات)،
- عدم شرعية الطرف المقابل،
- وجود احتلال يستدعي التحرير،
- مشروعية الفعل العسكري .

وهذه الافتراضات تُسهم في بناء صورة ذهنية مسبقة لدى المتلقي، مما يسهل عملية التأثير دون الحاجة إلى تقديم حجج صريحة، وهو ما يجعلها أداة مركزية في صناعة الرأي العام (van Dijk, 2008).

وفي الدراسات العربية، يشير العزاوي (2015) إلى أن الخطاب الإعلامي العربي يوظف الافتراضات كآلية لتوجيه الإدراك السياسي، حيث يتم تمرير مواقف أيديولوجية عبر صيغ لغوية تبدو إخبارية ومحايدة. كما يؤكد عبد الحميد (2018) أن الافتراضات تُسهم في تشكيل التأثير النفسي للخطاب، لأنها تستند إلى ما يبدو أنه "معرفة مشتركة" بين المتكلم والمتلقي.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن الافتراضات تمثل بنية تداولية عميقة تُسهم في إنتاج المعنى قبل التلفظ به، حيث تُحدد إطار التأويل وتوجّه المتلقي نحو فهم معيّن. ومن ثم، فإن تحليل الافتراضات في هذه الدراسة يُعدّ ضرورة منهجية لفهم كيفية بناء المصطلح الإعلامي السياسي في الخطاب العربي، والكشف عن المسلّمات الخفية التي تُسهم في إعادة إنتاج الإيديولوجيا وتوجيه الرأي العام خلال الأحداث السياسية (2003-2014).

3.2 الضمنيات : المعنى المستتر خلف الملفوظ في التداولية

تُعدّ الضمنيات (Implicatures) من المفاهيم المركزية في التداولية، لما تمثّله من انتقال نوعي في فهم المعنى اللغوي من مستواه الظاهر إلى مستواه الضمني، حيث لا يقتصر التواصل على ما يُقال صراحة، بل يتجاوز ذلك إلى ما يُفهم ضمناً في ضوء السياق وشروط التخاطب. وقد ارتبط هذا المفهوم أساساً بأعمال الفيلسوف بول غرايس (Grice)، الذي أسّس له ضمن نظريته حول مبدأ التعاون (Cooperative Principle)، والذي يفترض أن

المتخاطبين يلتزمون ضمناً بمجموعة من القواعد التي تنظم التفاعل اللغوي، وتجعل الخطاب قابلاً للفهم والتأويل (Grice, 1975).

ويقوم مبدأ التعاون عند غرايس على أربع قواعد أساسية: مبدأ الكم (تقديم القدر الكافي من المعلومات)، ومبدأ الكيف (الصدق وعدم قول ما هو زائف)، ومبدأ العلاقة (الارتباط بالموضوع)، ومبدأ الأسلوب (الوضوح وتجنب الغموض). غير أن الأهمية النظرية لهذا التصور لا تكمن في الالتزام بهذه القواعد، بل في إمكانية خرقها بشكل مقصود، حيث ينتج عن هذا الخرق ما يُعرف بـ"الضمنية الحوارية" (Conversational Implicature) "، أي المعنى الذي لا يُصرّح به المتكلم، لكنه يُفهم من خلال السياق (Grice, 1975; Levinson, 1983). فحين يقول المتكلم:

"إنه قائد قوي، لكنه محاط بمستشارين سيئين"

فإن المعنى الظاهر يتمثل في الإشادة بالقائد، غير أن المعنى الضمني يشير إلى التشكيك في أدائه السياسي، إذ يُفهم أن ضعف النتائج لا يعود إليه مباشرة، بل إلى محيطه، وهو ما يُنتج خطاباً نقدياً غير مباشر. وهنا، يتولد المعنى من خلال خرق جزئي لمبدأ الكيف أو العلاقة، مما يدفع المتلقي إلى استنتاج دلالة أعمق من المستوى السطحي. (Yule, 1996)

وقد ميّز غرايس بين نوعين رئيسيين من الضمنيات:

• الضمنيّات الحوارية العامة: (Generalized Implicatures) وهي التي يمكن استنتاجها دون الحاجة إلى سياق خاص، اعتمادًا على المعرفة العامة وقواعد التخاطب .

• الضمنيّات الحوارية الخاصة: (Particularized Implicatures) وهي التي تتطلب سياقًا محددًا لفهمها، حيث يرتبط معناها بالظروف الاجتماعية والسياسية المحيطة بالخطاب . (Grice, 1978; Huang, 2007)

ويُظهر هذا التصنيف أن الضمنية ليست خاصية لغوية خالصة، بل ظاهرة تداولية تتداخل فيها اللغة مع السياق والمعرفة المشتركة. ومن ثم، يصبح المتلقي شريكًا في إنتاج المعنى، حيث يقوم بعملية استدلالية لفهم ما لم يُقل صراحة، وهو ما يجعل التواصل عملية تفاعلية تتجاوز حدود النص (Sperber & Wilson, 1986).

وتكتسب الضمنيّات أهمية خاصة في الخطاب الإعلامي السياسي، حيث يُعدّ الإيحاء أكثر فاعلية من التصريح، لأنه يسمح بتمرير المواقف الإيديولوجية دون مواجهة مباشرة، ويُجنب الوسيلة الإعلامية الاتهام بالتحيز الصريح. فعلى سبيل المثال، العبارة:

"المجتمع الدولي لم يتحرك بعد"

تحمل ضمنيًا:

• أن التدخل مطلوب أو ضروري،

• أن عدم التحرك يُعد تقصيرًا أو إخفاقًا،

• أن هناك مسؤولية أخلاقية لم تُؤدَّ .

وبذلك تتحول العبارة من مجرد نقل معلومة إلى ممارسة نقد ضمني دون استخدام لغة مباشرة

أو تقييمية. (Fairclough, 1995)

كما تتجلى الضمنيات بوضوح في اختيار المصطلحات السياسية ذات الحمولة القيمية، حيث

تحمل الكلمات في ذاتها دلالات ضمنية تتجاوز معناها المعجمي. فالثنائيات مثل:

➤ غزو / تحرير

➤ شهيد / قتيل

➤ مقاومة / مليشيات

➤ انقلاب / تصحيح مسار

لا تُستخدم بوصفها تسميات محايدة، بل كوسائط تداولية تُحمّل الحدث تأويلًا معينًا. فاختيار

مصطلح “تحرير” يفترض ضمناً مشروعية الفعل وشرعيته الأخلاقية، في حين أن “غزو”

يُحمّل الحدث دلالة عدوانية تُفضي إلى نزع الشرعية. وهو ما يؤكد أن اللغة الإعلامية ليست

أداة وصف، بل أداة تأطير وإقناع (van Dijk, 2008).

وفي هذا السياق، يشير دوكرو (Ducrot, 1984) إلى أن الخطاب الحجاجي يقوم أساسًا على الإيحاء، حيث يُبنى التأثير من خلال ما لا يُقال، أكثر مما يُبنى على ما يُقال صراحة. كما يرى أموسي (Amossy, 2000) أن الخطاب السياسي يعتمد بدرجة كبيرة على الاستراتيجيات غير المباشرة، التي تجعل المتلقي شريكًا في بناء المعنى، مما يزيد من قوة الإقناع.

ويتجلى ذلك بوضوح في الخطاب الإعلامي العربي خلال تغطية الأزمات السياسية، حيث تُستخدم الضمنيّات لتوجيه الإدراك دون إعلان مباشر. فعلى سبيل المثال:

"القوات دخلت المدينة دون مقاومة"

تحمل ضمنيًا:

- ضعف أو انهيار المقاومة،
- احتمال وجود قبول أو تواطؤ محلي،
- هشاشة السلطة القائمة .

وهذه المعاني لا تُصرّح بها الجملة، لكنها تُستنتج ضمنيًا، وهو ما يعكس جوهر الضمنية بوصفها آلية لتوجيه الفهم دون فرضه.

ومن ثم، تُعدّ الضمنيات أداة حجاجية فعّالة، لأنها تقوم على إشراك المتلقي في عملية الاستنتاج، مما يجعله أكثر قابلية لتبني المعنى، لأنه يشعر أنه توصل إليه بنفسه. وهذا ما يمنح الخطاب الإعلامي قوة تأثيرية كبيرة، خاصة في السياقات السياسية التي تتسم بالتعقيد والتنافس الإيديولوجي.

وبناءً على ذلك، فإن تحليل الضمنيات في هذه الدراسة يُمكن من الكشف عن البنية الخفية للخطاب الإعلامي، وفهم كيفية تمرير المواقف والتوجهات الإيديولوجية عبر اللغة. كما يسمح بتفكيك آليات التأطير غير المباشر التي تعتمد على القنوات الإعلامية في تغطية الأحداث السياسية، خاصة خلال الفترة (2003-2014)، مما يجعل هذه الأداة التداولية ضرورية لفهم ديناميات بناء المعنى داخل الخطاب الإعلامي العربي.

2.4 المقاصد التواصلية : نية المتكلم وبناء المعنى داخل الخطاب

المقصد: "كلمة تستعمل أحياناً كفهم، بسبب تعارضها مع الانتشار، وللالمام بالتّواصل كفعل، يدخل مفهوم (المقصد)، الذي يفترض فيه التّحفيز والتّبرير وهذا ما يعرّض مفهوم (المقصد) للنقد، إذ يفترض التّواصل كفعل إراديّ، في حين أنّ الأمر غير ذلك، ويفترض التّواصل كفعل لوعي يندرج مفهومه في علم النّفس (السيكولوجيا)، ما يجعله غير بسيط. يعالج المقصد من زاوية أصوله الفينومينولوجيّة، التي تسمح بإدراك الفعل كنيّة، تتمركز بين نمطيّ وجود (التّقدير - الإنجاز)"، أي تستعمل كلمة المقصد لفهم بسبب تداولها كثيراً،

وتستعمل كفعل للمعرفة بكل ما يحيط بنا. يتوسّع معنى المقصد بالتّحفيز أو بتبرير الكلام والأفعال، وهنا يصبح فعلاً إراديّاً لأنّ المقصد يفترض في معناه، أنّ التّواصل هو فعل يعود إلى إرادة الشخص، وهذا الأمر يعني أنّه من المفروض التّواصل للفهم وإدراك الأفعال إذا دخلت في علم النّفس، وهذا يجعله معقّداً، ثم إنّهُ يدرس المقصد من الجهة الظّاهريّة التي تقوم بفهم الكلام والأفعال بنواياها، "قصد الشيء: عناه، أراده، قصد أن يبرهن لك، نسيان مقصود، لم أقصد أحداً في كلامي: لا أُلح إلى أحد.

جاء في لسان العرب؛ القصد: استقامة الطّريق، قصد يقصد قصداً فهو قاصده، وقوله تعالى: ﴿وَعَلَى اللَّهِ قَصْدُ السَّبِيلِ﴾ أي على الله تبيان الطّريق المستقيم والدّعاء إليه بالحجج والبراهين الواضحة، ومنها جائز أي طريق غير قاصد، وطريق قاصد أي سهل مستقيم

يعدّ المقصد من التّكلّم من أهمّ الدّراسات التداوليّة، ووصول غاية المتكلّم لمخاطبه، ومعرفة نيّته من خلال تلفّظه، وفق شروط وافتراضات وتأويلات، ودراسة أطراف الكلام مما تضمّه الدّراسات النّداوليّة، وتتجز متضمّنات القول، وتبحث في صميمها، للتّوصّل إلى مقاصد المتكلّم ومراده.

يمثّل هذا العنصر منتهى رسالة الكلام وغرضه الإبلاغيّ؛ "قالمقاصد والأغراض هي المحصّل النّهائيّ من مراد المتكلّم الخاصّ من التّركيب، الذي أنشأه حذفاً وذكرًا، وتقديمًا وتأخيرًا، مراعيًا فيه أحوال مخاطبه وعلمه ومعرفته المسبقة بفحوى الكلام

تحتل المقاصد التواصلية (Communicative Intentions) موقعًا محوريًا في النظرية التداولية، إذ تمثل الرابط الأساسي بين الملفوظ اللغوي والغاية التي يسعى المتكلم إلى تحقيقها من خلاله. فالمعنى، وفق التصور التداولي، لا يُختزل في البنية اللغوية أو الدلالة المعجمية، بل يتحدد أساسًا في ضوء قصدية المتكلم وسياق الاستعمال. ويؤكد سيرل أن “القصدية هي ما يمنح الفعل الكلامي هويته”، إذ لا يمكن فهم أي ملفوظ إلا بالرجوع إلى نية المتكلم التي تقف خلفه. (Searle, 1969)

وفي السياق نفسه، يرى غرايس أن التواصل اللغوي يقوم على افتراض عقلائي مفاده أن المتكلم يسعى إلى أن يكون مفهومًا، وأن المتلقي يفسّر الخطاب في ضوء هذا الافتراض، وهو ما يجعل المقاصد عنصرًا جوهريًا في بناء المعنى. (Grice, 1975) كما تؤكد نظرية الصلة (Relevance Theory) عند سبربر وويلسون أن فهم الخطاب يقوم على استنتاج نية المتكلم من خلال البحث عن أكثر التأويلات صلة بالسياق، وهو ما يعزز مركزية المقصد في العملية التواصلية. (Sperber & Wilson, 1986)

ومن هذا المنطلق، لا يُنتج المتكلم خطابًا عشوائيًا، بل يختار ألفاظه وتراكيبه في ضوء أهداف محددة، مثل الإخبار، أو الإقناع، أو التبرير، أو التوجيه، أو حتى إعادة تشكيل الواقع. وبذلك تتحول اللغة إلى أداة للفعل الاجتماعي والسياسي، لا مجرد وسيلة وصفية (Levinson, 1983).

1-4-2 أبعاد المقاصد التواصلية

يمكن تحليل المقاصد التواصلية في الخطاب وفق ثلاثة مستويات متكاملة:

أ. المقصد الإنجازي (Illocutionary Intent)

وهو الهدف المباشر الذي يسعى المتكلم إلى تحقيقه عبر الفعل الكلامي، مثل الإعلان، أو الأمر، أو التهديد، أو الإدانة. ويُعد هذا المستوى امتدادًا لنظرية أفعال الكلام، حيث يتحدد المعنى من خلال نوع الفعل الذي يُنجزه المتكلم. (Searle, 1979)

فعلى سبيل المثال، استخدام مصطلح "عملية تحرير" لا يُعد مجرد وصف، بل فعل إنجازي يهدف إلى إضفاء الشرعية على الفعل العسكري، في حين أن استخدام "اجتياح" يُنجز فعلًا معاكسًا يتمثل في نزع الشرعية.

ب. المقصد التأثري (Perlocutionary Intent)

ويرتبط بالآثر الذي يسعى الخطاب إلى إحداثه في المتلقي، مثل إثارة التعاطف، أو الخوف، أو الغضب، أو التأييد. وهنا تتقاطع التداولية مع علم النفس الإعلامي، حيث يصبح الخطاب أداة لتوجيه الانفعالات الجماهيرية. (Austin, 1962)

فعلى سبيل المثال، مصطلح "مجزرة" لا يكتفي بوصف الحدث، بل يستهدف إثارة صدمة أخلاقية لدى المتلقي، ودفعه نحو موقف إدانة.

ت. المقصد التداولي العام (Pragmatic/Discursive Goal)

ويتعلق بالإطار العام الذي يحكم الخطاب داخل المؤسسة الإعلامية، مثل دعم توجه سياسي، أو تبرير سياسة معينة، أو بناء سردية إعلامية. ويؤكد فيركلاف أن الخطاب الإعلامي ليس محايداً، بل يمارس السلطة من خلال اللغة، حيث يُسهم في إعادة إنتاج العلاقات الاجتماعية والإيديولوجية. (Fairclough, 1995)

2-4-2 المقاصد التواصلية في الخطاب الإعلامي السياسي

يُعدّ المجال الإعلامي، وخاصة السياسي منه، بيئة خصبة لتجسيد المقاصد التواصلية، حيث لا تُستخدم اللغة بوصفها أداة نقل، بل كوسيلة لبناء الواقع وتأطيره. فاختيار المصطلحات لا يتم بشكل اعتباطي، بل في ضوء استراتيجيات اتصالية تهدف إلى:

- التأثير في المتلقي
- توجيه الرأي العام
- بناء الشرعية أو نزعها
- تبرير السياسات والتدخلات
- تشكيل الصور الذهنية للفاعلين

فعند تغطية أحداث مثل الربيع العربي، تختلف المقاصد التواصلية باختلاف الوسيلة الإعلامية:

➤ استخدام مصطلح "ثورة" يُنجز فعل شرعنة ودعم

➤ استخدام "قوضى" يُنجز فعل نزع شرعية

➤ استخدام "احتجاجات" يُوحى بحياد ظاهري يخفي موقفًا ضمنيًا

وهذا الاختلاف لا يعكس مجرد تباين لغوي، بل اختلافًا في البنية القصدية للخطاب، أي في

الأهداف التي تسعى كل وسيلة إلى تحقيقها. (van Dijk, 2008)

3-4-2 أهمية المقاصد في تحليل المصطلح الإعلامي

تكتسب المقاصد التواصلية أهمية منهجية خاصة في تحليل الخطاب الإعلامي، لأنها تمكّن

من:

➤ تفسير اختيار مصطلح دون آخر

➤ الكشف عن الأبعاد الإيديولوجية الكامنة

➤ فهم التوجيه الضمني للرأي العام

➤ تحديد موقع الوسيلة الإعلامية داخل الصراع السياسي

وفي هذا السياق، يرى أموسي أن الخطاب الحجاجي لا يمكن فهمه بمعزل عن هدفه

الإقناعي، حيث تُبنى اللغة على استراتيجيات تهدف إلى التأثير لا إلى الإخبار فقط

(Amossy, 2000) كما يؤكد دوكرو أن الحجاج اللغوي يقوم على توجيه المتلقي نحو تبني

موقف معين عبر بنية القول ذاته، وليس عبر الحجج الصريحة فقط. (Ducrot, 1984)

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن المقاصد التواصلية تمثل البعد العميق الذي يمنح الخطاب الإعلامي معناه الحقيقي، حيث لا يفهم المصطلح السياسي في ذاته، بل في ضوء الهدف الذي وُظف من أجله. ومن ثم، فإن تحليل المقاصد في هذه الدراسة يُعدّ مدخلاً أساسياً لفهم:

= لماذا تختار قناة الجزيرة مصطلحاً معيناً؟

= ولماذا تعتمد قناة العربية مصطلحاً مختلفاً؟

= وكيف تعكس هذه الاختيارات استراتيجيات سياسية وإعلامية متباينة؟

وبذلك، يُسهم هذا التحليل في الكشف عن العلاقة المعقدة بين اللغة، والسلطة، والإيديولوجيا داخل الخطاب الإعلامي العربي.

4- التداولية في الخطاب الإعلامي: اللغة كفعل تواصلية وإيديولوجية

تُعدّ التداولية إطاراً نظرياً بالغ الأهمية في دراسة الخطاب الإعلامي، لأنها تتيح تجاوز التحليل السطحي للنصوص إلى تفكيك الآليات التي تُبنى من خلالها المعاني والمواقف السياسية داخل التغطية الإخبارية. فالإعلام لا ينقل الأحداث بصورة محايدة أو سردية مجردة، بل يختار مفرداته وصياغاته وفق مقاصد اتصالية واضحة؛ منها الإقناع، التأثير، التوجيه، صناعة الشرعية، أو نزعها. وقد أشار Fairclough (1995) إلى أنّ الخطاب الإعلامي هو

"ممارسة اجتماعية تتداخل فيها اللغة مع البنى السياسية والإيديولوجية"، ما يعني أنّ تداولية الإعلام تستند إلى فهم اللغة باعتبارها فعلاً سياسياً بقدر ما هي فعل تواصلية

4. 1 اللغة في الإعلام ليست وصفاً بل فعلاً

تبيّن الدراسات التداولية أن الخطاب الإعلامي يشتغل على مستويات متعددة من المعنى، فلا يكفي تحليل الدلالة القاموسية للمصطلح، بل يجب دراسة ما يفعله هذا المصطلح في سياق إنتاجه، وما يخلفه من أثر في المتلقي. فعندما تستعمل قناة خبرية كلمة مثل "تحرير" بدل "غزو"، فهي لا تغيّر الكلمة فقط، بل تغيّر الحكم الأخلاقي والسياسي على الحدث، وتقدّم سردية جديدة حوله. وهذا ما يؤكده Austin (1962) حين يرى أن الأفعال الكلامية يمكن أن تُنشئ واقعاً سياسياً أو اجتماعياً.

4. 2 التداولية وأفعال الكلام في الإعلام

تأسست نظرية الأفعال الكلامية على قاعدة مفادها أنّ جوهر العملية التواصلية لا يقتصر على تبادل أو نقل المعلومات فحسب، بل إنّها كفيل بتحقيق فعلي للحدث، بمعنى أنّك إذا نطقت بجملة من قبيل "زوجتك ابنتي" فإنّك لا تنشئ قولاً فقط بل تؤدي فعلاً، فعل تحكمه القواعد، والأعراف وتوجّهه الأهداف. ومن ثمّ فالفعل الكلامي هو «الملفوظ المتحقق من قبل متكلّم محدّد في سياق محدّد و الذي لا تكون اللغة معه مجرد أداة تواصلية بل فعلاً اجتماعياً أو سلوكاً فردياً أو مؤسساتياً

1.2.4 ظهور نظرية الأفعال الكلامية

ارتبطت بدايات نظرية الأفعال الكلامية بفلاسفة اللغة الذين أسهموا شكل مباشر في نشأتها و تطويرها حيث ينطلق روادها من مسلمة تنص على أن اللغة الطبيعية هي الوسيط الأمثل لنقل أفكار الانسان و تجسيد قصده غير أن دورها لا يقف عند هذا الحد فحسب إذ لا تقتصر مهمتها على نقل الخبر و وصف الواقع بل توظف أيضا لانجاز أعمال لا تؤدي من دونها.

ومن أبرز رواد هذا التيار "فيتغنشتاين Wittgenstein " في مرحلته المتأخرة " التي يعبر عنها كتابه بحوث فلسفية Philosophical Investigations ،الذي رأى أن وظيفة اللغة لا تقتصر على تقرير الوقائع أو وصفها لكن للغة وظائف أخرى كالأمر و النهي و الاستفهام ... فليست اللغة عنده حسابا منطقيا دقيقا لكل كلم ففيها معنى محدد ل للكلمة الواحدة معان متعددة تعدد استخداما لها في الحياة اليومية ،بحيث تتعدد معاني الجمل بتعدد السياقات التي ترد فيها فالمعنى عنده هو الاستعمال .

لقد كان لإرث فيتغنشتاين أثرا بالغا على "أوستين" Austin الذي تصدى للرد على فلاسفة الوضعية المنطقية في محاضراته التي نشرت في كتاب-

thingswithwordsHow to do " - الذين "رأوا أن اللغة وسيلة لوصف الوقائع الموجودة في العالم الخارجي بعبارات إخبارية ثم يتم الحكم بعد ذلك على هذه العبارات بالصدق إن

طابقت الواقع و بالكذب إن لم تطابقه ، فإذا لم تطابق العبارة واقعا فليس من الممكن الحكم عليها بالصدق أو الكذب و هي من ثم لا معنى لها ... و هم بذلك يخرجون من اللغة معظم أنواع الخطاب الأدبي و الديني الأخلاقي فهي معيارهم لا معنى لها "

أنكر أوستين مقولة " اقتصار وظيفة اللغة على وصف ،وقائع العالم و أطلق عليها عبارة " المغالطة الوصفية " ورأى أن هناك عبارات تشبه العبارات الوصفية في بنائها لكنها لا تصف وقائع العالم و لا توصف بالصدق و لا الكذب كأن يقول أحدهم : سميت ابنتي فاطمة أو أتعهد بكفالة اليتيم الخ فهذه العبارات و أمثالها لا تصف وقائع العالم الخارجي بل إن الناطق بها لا ينشئ قولاً بل يؤدي فعلاً هو "الفعل الكلامي" .

ميز أوستين في البداية بين نوعين من الجمل :

جمل وصفية" إخبارية «: هي جمل تصف وقائع العالم الخارجي و تكون صادقة أو كاذبة

جمل انجازية" أدائية « :تتجزأ بها في ظروف ملائمة أفعال أو تؤدي ولا توصف الصدق أو الكذب بل تكون ناجحة " موفقة " أو فاشلة و يدخل فيها التسمية و الوصية و الاعتذار و الرهان و النصح و الوعد بحيث

و قد حدد الفرق بين هذين النمطين عن طريق وضع مجموعة من المعايير منها ما هو مقالي و منها ما هو مقامي

تُظهر التحليلات الإعلامية أنّ النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية تمتلئ بالأفعال الإنجازية
مثل:

✓ الإعلان

✓ الإدانة

✓ الاعتراف

✓ الشرعنة

✓ النزع

✓ التوجيه

✓ التحذير

وهذه الأفعال لا تُفهم إلا من خلال قصدية المتكلم، وهو ما يجعل التداولية أداة تحليل مثالية لفهم الخطاب الإعلامي. وقد أكد (Searle 1979) أنّ "قصدية المتكلم هي مفتاح فهم الفعل الكلامي"، وهو ما ينطبق تمامًا على الخطاب الإعلامي الذي يولي أهمية كبرى للمقاصد الإقناعية.

4 . 3 الإعلام فضاء للضمنيات والإيحاءات

إحدى الخصائص التداولية التي تعكسها وسائل الإعلام هي الاعتماد على المعنى الضمني والافتراضات، حيث تُمرّر مواقف سياسية دون الإعلان الصريح عنها. فعلى سبيل المثال، قول قناة ما:

"القوات الشرعية استعادت السيطرة على المدينة".

يحمل ضمناً:

✓ الاعتراف بشرعية هذه القوات،

✓ إدانة الطرف الآخر،

✓ وتبرير الفعل العسكري.

بهذا، يصبح المعنى التداولي أعلى قيمة من المعنى المعجمي، وتصبح الحقيقة الإعلامية نتيجة التفاوض بين النص والسياق.

4 . 4 التداولية باعتبارها آلية إيديولوجية

من منظور نقدي، تُستخدم التداولية في الخطاب الإعلامي ليس فقط من أجل التواصل، بل من أجل ممارسة السلطة؛ إذ تُسهم المفردات في بناء الشرعية أو نزعها. وقد أشار van Dijk (2006) إلى أنّ "الخطاب الإعلامي يُنتج تمثّلات ذهنية عن الفاعلين السياسيين، ويعيد

إنتاج علاقات الهيمنة". فعندما تصف قناة فاعلاً بـ"المقاومة"، وأخرى بـ"المليشيات"، فإنها تؤدي فعلاً تداولياً ذا حمولة سياسية يغيّر طبيعة الحدث في ذهن المتلقي.

4 . 5 الخطاب الإعلامي العربي نموذج تطبيقي للتداولية

برزت التداولية في الخطاب الإعلامي العربي بوضوح خلال:

➤ غزو العراق (2003)

➤ حرب غزة

➤ الربيع العربي (2011)

➤ ظهور داعش (2014)

حيث اختلفت التغطيات بين:

➤ شرعنة الفعل العسكري

➤ نزع الشرعية

➤ تقديم الحدث كثورة

➤ أو فوضى

وتشير دراسات مثل العزاوي (2015) وشوقي (2016) إلى أنّ المصطلح الإعلامي خلال

هذه الأحداث كان جزءاً من الاستراتيجية الاتصالية.

التداولية في الإعلام تمثل:

➤ منظوراً لفهم العلاقة بين اللغة والسلطة

➤ أداة لكشف المقاصد والإيديولوجيا

➤ آلية لتحليل المصطلحات السياسية

➤ جسراً بين النص والسياق الاجتماعي والسياسي

وبذلك، فإن تحليل المصطلح الإعلامي السياسي وفق المقاربة التداولية يُعدّ غير ممكن دون فهم كيفية اشتغال اللغة كفعل سياسي يحاول التأثير في المتلقي وتشكيل وعيه.

5- الحجاج: البلاغة الجديدة، منطق الإقناع، ورواد النظرية

1.5 تعريف الحجاج لغوياً واصطلاحياً

- تعريف الحجاج لغة

الحجاج في اللغة العربية يعود إلى الجذر "حجج"، الذي يحمل معانٍ متعددة تتعلق بالمجادلة والإقناع. يشير الحجاج إلى التوجه نحو إقناع الطرف الآخر بحجة أو دليل معين، وتأتي الكلمة من الفعل "حَجَّ" بمعنى قصد أو عزم، ومنها جاءت كلمة "حجة" التي تعني البرهان والدليل الذي يُستخدم لإثبات صحة رأي ما أو تفنيد رأي آخر.

- تعريف الحجاج اصطلاحاً

في الاصطلاح، يُعرف الحجاج بأنه عملية استخدام الأدلة والبراهين والمنطق لإثبات وجهة نظر معينة أو نفي وجهة نظر أخرى. يتضمن الحجاج مجموعة من الأساليب التي تهدف إلى إقناع المتلقي بصحة فكرة أو موقف معين من خلال الاستدلال العقلي والمنطقي. يُستخدم الحجاج في مجالات عديدة مثل الفلسفة، والبلاغة، والجدل، والسياسة، والقانون، ويُعتبر أداة أساسية في التواصل الإنساني لتعزيز الفهم المتبادل والوصول إلى حلول وسط.

يُعدّ الحجاج من المفاهيم المركزية في تحليل الخطاب المعاصر، لا سيما في مجال الإعلام والاتصال، لارتباطه الوثيق بآليات التأثير والإقناع داخل الفضاء التداولي. فمن الناحية اللغوية، يرتبط مصطلح الحجاج بالجذر العربي "حجج"، الذي يفيد معاني البرهان والدليل والاستدلال في سياق جدلي، حيث تُفهم الحجة باعتبارها أداة لإثبات الرأي أو دحضه. وقد أشار ابن منظور إلى أنّ الحجة هي "البيان الذي يُحتج به عند الخصومة"، وهو تعريف يُبرز البعد التفاعلي للحجاج بوصفه ممارسة لغوية قائمة على الإقناع والمجادلة (ابن منظور، 2003).

أما على المستوى الاصطلاحي، فقد عرف مفهوم الحجاج تطوراً ملحوظاً من التصور البلاغي الكلاسيكي إلى المقاربات التداولية الحديثة. ففي البلاغة الأرسطية، ارتبط الحجاج بفن الإقناع، حيث يُنظر إليه كآلية خطابية تستهدف التأثير في عقل المتلقي ووجدانه عبر توظيف الحجج المنطقية والعاطفية (أرسطو، 1979). غير أنّ هذا التصور تعمّق مع أعمال بيرلمان وتيتيكا، اللذين أعادا تأسيس الحجاج ضمن إطار "البلاغة الجديدة"، معتبرين إياه

منظومة خطابية تهدف إلى كسب موافقة الجمهور من خلال استراتيجيات لغوية وسياقية تتجاوز البرهان الصوري إلى التأثير التداولي (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1969).

وفي امتداد هذه المقاربات، تؤكد الدراسات الحديثة الطابع التواصلي والاجتماعي للحجاج، حيث ترى أموسي أنه لا ينفصل عن الوضعية التخاطبية، بل يتحدد من خلال العلاقة بين المتكلم والمتلقي والسياق الثقافي الذي يُنتج فيه الخطاب (Amossy, 2000) كما يذهب العزاوي إلى أن الحجاج يمثل بنية لغوية تداولية تُسخر لتوجيه المتلقي نحو تبني موقف معين، وهو ما يعكس طابعه التأثيري وليس الوصفي فقط (العزاوي، 2006). وفي السياق ذاته، يبرز طه عبد الرحمن البعد الأخلاقي للحجاج، معتبراً إياه ممارسة حوارية قائمة على الإقناع المسؤول، لا مجرد تقنية خطابية (طه عبد الرحمن، 2000).

وانطلاقاً من ذلك، يتضح أن الحجاج في الخطاب الإعلامي لا يقتصر على تقديم المعلومات، بل يتجلى بوصفه آلية مركزية لإعادة بناء الواقع وتمثيله. فوسائل الإعلام، من خلال اختيارها للمصطلحات وصياغتها للأحداث، تمارس أفعالاً حجاجية ضمنية تُسهم في توجيه إدراك الجمهور. فعندما تُوصف جهة ما بـ"المقاومة" بدل "المليشيات"، فإن ذلك لا يعكس اختلافاً لغوياً فحسب، بل يُعبّر عن بناء حجاجي يسعى إلى إضفاء الشرعية أو نزعها، وفقاً للتموقع الإيديولوجي للمؤسسة الإعلامية.

ويستند هذا الفعل الحجاجي إلى مجموعة من العناصر المتداخلة، تشمل بناء الأطروحة، وانتقاء الأدلة، وتوظيف الشحنات القيمية للمفردات، فضلاً عن تمثيل الفاعلين داخل الخطاب بطريقة تُعزّز موقفاً معيناً. وهو ما يجعل الحجاج منظومة تواصلية مركبة تتداخل فيها الأبعاد اللغوية والتداولية والإيديولوجية، وتُسهّم في تشكيل الرأي العام، خاصة في سياقات الصراع والتحويلات السياسية.

وعليه، فإنّ الحجاج، في امتداده من المعنى اللغوي إلى التداولي، يُمثّل أحد المفاتيح الأساسية لفهم الخطاب الإعلامي السياسي، باعتباره أداة لإنتاج المعنى وتوجيهه، لا مجرد وسيلة لعرض الوقائع.

5 . 2 تطور الحجاج من البلاغة التقليدية إلى البلاغة الجديدة

يعدّ الحجاج من المفاهيم المركزية في تحليل الخطاب، وقد عرف مساراً تطورياً متدرّجاً انتقل به من إطار البلاغة الكلاسيكية إلى المقاربات التداولية والإيديولوجية الحديثة، الأمر الذي جعله أداة تحليلية فعّالة لفهم الخطاب الإعلامي السياسي المعاصر. ففي التصور الكلاسيكي، تناول أرسطو الحجاج بوصفه فنّ الإقناع، حيث لا يقتصر الخطاب على نقل الوقائع، بل يتجاوز ذلك إلى التأثير في المتلقي ودفعه لتبني موقف معين. وقد أسّس أرسطو نظريته على ثلاث دعائم كبرى: اللوغوس (الاستدلال العقلي)، والإثوس (مصادقية المتكلم)، والباثوس (التأثير العاطفي)، وهي عناصر ما تزال حاضرة بقوة في الممارسة الإعلامية الراهنة،

خاصة في تغطية الأزمات والصراعات، حيث تتداخل المعطيات التحليلية مع بناء الثقة واستثارة الانفعال. (Aristotle, 1991)

ومع التحولات التي شهدتها الفكر الحجاجي في القرن العشرين، قدّم شايم بيرلمان نقلة نوعية حين أعاد تعريف الحجاج ضمن إطار “البلاغة الجديدة”، حيث انتقل به من منطق الحقيقة المطلقة إلى منطق المقبولية الاجتماعية. فالحجاج، في هذا التصور، لا يُقاس بمدى مطابقته للمنطق الصوري، بل بقدرته على إقناع جمهور معين داخل سياق اجتماعي وثقافي محدد. (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1969) وتُعدّ هذه الرؤية ذات أهمية خاصة في تحليل الخطاب الإعلامي، إذ لم يعد النجاح الاتصالي مرتبطاً فقط بالدقة الموضوعية، بل بمدى قدرة الخطاب على بناء القبول والتأثير في اتجاهات الجمهور.

وفي اتجاه مغاير، قدّم أوزفالد دوكرو تصوراً لغوياً للحجاج، حيث اعتبر أنّ البعد الحجاجي كامن في بنية اللغة ذاتها، وليس مجرد وظيفة تُضاف إليها. فالألفاظ، في نظره، تحمل توجيهات ضمنية تُسهم في توجيه المتلقي نحو مواقف معينة، حتى قبل الدخول في البناء الاستدلالي الصريح. (Ducrot, 1984) ويعني ذلك أنّ الاختيار المعجمي في الخطاب الإعلامي ليس محايداً، بل يُشكّل جزءاً من الاستراتيجية الحجاجية، وهو ما يظهر بوضوح في الخطاب السياسي حين تختلف التسميات بين “مقاومة” و “مليشيات”، بما يحمله كل مصطلح من حمولة قيمية وإيديولوجية.

أما في المقاربات المعاصرة، فقد أبرزت روث أموسي البعد الاجتماعي والإيديولوجي للحجاج، مؤكدة أنه لا يقتصر على الإقناع المعرفي، بل يتجاوز ذلك ليصبح أداة لممارسة السلطة وبناء الرأي العام داخل فضاءات التواصل. (Amossy, 2000) فالحجاج، وفق هذا التصور، يتجسد في عمليات التأطير، وتوجيه الإدراك، وصياغة التمثلات الذهنية للجمهور، وهو ما يجعل الخطاب الإعلامي مجالاً خصباً لتجلياته. وفي السياق العربي، يشير محمد العمري إلى أن الحجاج لم يعد مجرد تقنية بلاغية، بل أصبح آلية مركزية في إنتاج الخطاب المعاصر، حيث تتداخل فيه الأبعاد اللغوية والتداولية والثقافية (العمري، 2010). كما يؤكد عبد الله صولة أن الحجاج يمثل بنية خطابية تُسهم في تنظيم العلاقة بين المتكلم والمتلقي، وتوجيه عملية الفهم داخل السياق التداولي (صولة، 2007).

ويُظهر هذا المسار التطوري أن الحجاج انتقل من كونه تقنية بلاغية تُعنى بوسائل الإقناع (عند أرسطو)، إلى كونه عملية اجتماعية تقوم على المقبولية والتفاعل مع الجمهور (عند بيرلمان)، ثم إلى كونه خاصية مدمجة في اللغة ذاتها (عند دوكرو)، وصولاً إلى اعتباره ممارسة إيديولوجية ترتبط بالسلطة وبناء المعنى (عند أموسي والمقاربات الحديثة). وهذا التحول المعرفي يجعل من الحجاج إطاراً تحليلياً متكاملاً لدراسة الخطاب الإعلامي السياسي، حيث تتقاطع اللغة مع السلطة، وتتداخل الاستراتيجيات الإقناعية مع عمليات التأطير وصناعة الرأي العام.

وعليه، فإنّ الحجاج في السياق الإعلامي لا يُختزل في كونه أداة للإقناع، بل يتجاوز ذلك ليصبح فعلاً اتصاليًا مركبًا يُسهم في إعادة تشكيل الواقع الرمزي، وتوجيه إدراك الجمهور، والتأثير في مواقفه تجاه القضايا السياسية، خاصة في سياقات الصراع والتحول.

5. 3 مفهوم الأطروحة في الحجاج

تُعَدّ الأطروحة مفهومًا محوريًا في النظرية الحجاجية، إذ تمثل الفكرة أو الموقف الذي يسعى المتكلم إلى الدفاع عنه وتوجيه المتلقي نحو قبوله داخل وضع تواصلٍ محدد. ولا تُفهم الأطروحة بوصفها حقيقة مطلقة أو معطى ثابتًا، بل باعتبارها بناءً خطابيًا يتشكل في سياق تفاعلي، حيث تتحدد قيمتها بمدى قدرتها على تحقيق القبول والإقناع لدى الجمهور المستهدف. وفي هذا الإطار، يؤكد بيرلمان وأولبرختس-تيتيكا أن الأطروحة ليست سوى ادعاء يُراد له أن يصبح مقبولًا، وأن فاعليتها الحجاجية ترتبط بمدى استجابتها لأفق انتظارات المتلقي (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1969).

ومن المنظور البلاغي الكلاسيكي، تتحدد الأطروحة بوصفها الحكم أو الرأي الذي يقوم عليه الخطاب، والذي يُدعم من خلال وسائل الإقناع الثلاث التي حددها أرسطو، والمتمثلة في اللوغوس باعتباره البعد الاستدلالي، والإثوس المرتبط بمصداقية المتكلم، والباثوس المتصل بالتأثير العاطفي في الجمهور (Aristotle, 1991). وبذلك، فإن الأطروحة لا تُطرح في الخطاب بصورة معزولة، بل تُبنى ضمن منظومة حجاجية متكاملة، تُسخر فيها الأدلة والوسائل البلاغية لتوجيه المتلقي نحو تبني موقف معين.

غير أنّ المقاربات التداولية الحديثة قد وسّعت من فهم الأطروحة، حيث لم تعد تُختزل في مضمون صريح، بل أصبحت تُستشف من خلال البنية اللغوية ذاتها. ففي هذا السياق، يرى دوكرو أن الخطاب لا يقدّم أطروحات جاهزة، بل يُضمّنُها داخل الاختيارات المعجمية والتركيبية التي تُوجّه المتلقي ضمّنًا نحو تأويل معيّن (Ducrot, 1984). وعليه، فإن المفردات ليست محايدة، بل تحمل توجيهات حجاجية مسبقة، تُسهم في بناء الأطروحة داخل الخطاب دون الحاجة إلى التصريح بها بشكل مباشر.

أما في المقاربات المعاصرة، فتؤكد أموسي أن الأطروحة تتجاوز كونها رأيًا فرديًا لتصبح تمثيلًا اجتماعيًا وإيديولوجيًا، يعكس موقع المتكلم داخل الحقل التداولي، ويسهم في بناء الشرعية أو نزعها. (Amossy, 2000) ويتقاطع هذا الطرح مع ما يذهب إليه العمري، الذي يرى أن الأطروحة في الخطاب المعاصر تُبنى ضمن شبكة من العلاقات الحجاجية التي تربط بين اللغة والسياق والثقافة، مما يجعلها أداة لإنتاج المعنى وتوجيهه داخل الفضاء العمومي (العمري، 2010).

وفي الخطاب الإعلامي السياسي، تتخذ الأطروحة أشكالًا متعددة، فقد تظهر في صيغة تصريح خبري، أو تقييم سياسي، أو توصيف لحدث معيّن، كما قد تتجسد عبر المصطلحات المكثفة ذات الحمولة القيمية مثل: "احتلال"، "تحرير"، "انقلاب"، "مقاومة"، أو من خلال استعارات توطّر الحدث ضمن رؤية محددة. وفي هذه الحالة، لا تُقدّم الأطروحة باعتبارها رأيًا قابلاً

للفناش، بل باعتبارها تمثيلاً للواقع يُراد له أن يبدو بديهياً أو موضوعياً، وهو ما يعكس الطابع الإيديولوجي للخطاب الإعلامي.

ومن هنا، يغدو تحليل الأطروحة خطوة أساسية في تفكيك الخطاب الإعلامي، لأنها تمثل النقطة التي تتقاطع عندها مختلف عناصر البنية الحجاجية، من حجج وأدلة واستراتيجيات إقناعية. كما يسمح هذا التحليل بالانتقال من مستوى الوصف اللغوي إلى مستوى الكشف عن المواقف والإيديولوجيات التي تنتجها المؤسسات الإعلامية، خاصة في سياقات الصراع السياسي، حيث تصبح الأطروحة أداة لإعادة تشكيل الواقع الرمزي وتوجيه الرأي العام. وعليه، يمكن اعتبار الأطروحة بمثابة العقدة المركزية التي تنتظم حولها العملية الحجاجية برمّتها، إذ تحدد طبيعة الخطاب، وتوجّه بنيته، وتضبط مسارات التأثير في المتلقي، مما يجعلها مدخلاً تحليلياً لا غنى عنه في دراسة الخطاب الإعلامي السياسي.

5. 4 الحجة - الدليل - الاستدلال

تُعَدّ الحجة والدليل والاستدلال مكونات أساسية في العملية الحجاجية، إذ تتكامل فيما بينها لتشكّل بنية خطابية متماسكة تهدف إلى إقناع الجمهور وتبرير الأطروحة المراد الدفاع عنها. فالحجة، من الناحية الاصطلاحية، لا تُفهم بوصفها فكرة معزولة، بل باعتبارها بناءً لغوياً-تداولياً يسعى إلى توجيه المتلقي نحو قبول موقف معين داخل سياق تواصل محدد. وفي هذا الإطار، يرى بيرلمان وأولبرختس-تيتيكا أنّ الحجة تمثل بنية خطابية تهدف إلى جعل

الأطروحة مقبولة لدى جمهور معين، وليس إثباتها كحقيقة مطلقة (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1969).

أما الدليل، فيمثل العنصر الداعم للحجة، إذ يوفّر لها الأساس المعرفي أو الواقعي الذي تستند إليه، وقد يتخذ أشكالاً متعددة، مثل الأدلة العقلية، أو الوقائع التجريبية، أو المرجعيات السلطوية، أو حتى الصور والرموز ذات الحمولة القيمية. ولا يقتصر الدليل على كونه معطى خارجياً، بل قد يتجسد أيضاً في البنية اللغوية ذاتها، من خلال اختيار مفردات تُوحى بدلالات معينة وتُضفي على الخطاب طابعاً تفسيريّاً موجّهاً. أما الاستدلال، فيُشير إلى العملية الذهنية التي يتم من خلالها الربط بين الحجة والدليل، والانتقال من مقدمات إلى نتائج، بما يتيح للمتلقي تبني الأطروحة بوصفها نتيجة منطقية أو مقبولة ضمن السياق التداولي.

وقد أسّس أرسطو لهذا الترابط من خلال تمييزه بين ثلاثة أنماط من الأدلة الحجاجية، تتمثل في اللوغوس باعتباره الاستدلال العقلي، والإثوس المرتبط بمصادقية المتكلم، والباثوس القائم على التأثير العاطفي في الجمهور (Aristotle, 1991) ويُظهر هذا التصنيف أنّ قوة الخطاب لا تكمن في نوع واحد من الأدلة، بل في التكامل بينها، وهو ما يتجلى بوضوح في الخطاب الإعلامي السياسي، حيث يتم الجمع بين المعطيات الخبرية والتحليلية، وبناء صورة موثوقة للوسيلة الإعلامية، إلى جانب توظيف الصور والانفعالات لتوجيه المتلقي نحو موقف معين.

وفي امتداد المقاربة التداولية، يؤكد دوكرو أنّ الحجة لا تتفصل عن اللغة، بل تتجسد داخلها، حيث تحمل الألفاظ في ذاتها توجيهات حجاجية ضمنية تُسهم في بناء الاستدلال (Ducrot, 1984). فاختيار مصطلح مثل "تحرير" لا يقدم مجرد توصيف، بل يُنتج دليلاً ضمنيّاً على الشرعية، في حين أنّ استخدام "انقلاب" يحمل دلالة معاكسة تنزع هذه الشرعية. ومن ثمّ، يصبح الدليل ليس فقط معطًى موضوعيّاً، بل بناءً لغويّاً يُعيد تأطير الحدث داخل الخطاب. أما في المقاربات المعاصرة، فتؤكد أموسي أنّ الحجة والدليل والاستدلال لا يمكن فهمها بمعزل عن السياق الاجتماعي والإيديولوجي، إذ يُستخدم الحجاج في الخطاب الإعلامي كآلية لبناء الشرعية أو نزعها، وليس فقط لنقل المعرفة. (Amossy, 2000) وفي هذا السياق، قد تتفوق الأدلة العاطفية والرمزية على الأدلة المنطقية في تحقيق التأثير، خاصة خلال الأزمات والحروب، حيث تُصبح الاستمالة الوجدانية عنصراً حاسماً في تشكيل مواقف الجمهور. وفي السياق العربي، يشير حمادي صمود إلى أنّ الحجاج لا يقتصر على تقديم البراهين، بل يقوم على تنظيم الخطاب وفق استراتيجيات تستهدف التأثير في المتلقي وتوجيه عملية الفهم (صمود، 2011). كما يؤكد عبد السلام المسدي أنّ اللغة الإعلامية تُعيد إنتاج الواقع عبر أنماط من الاستدلال الضمني، تجعل المتلقي شريكاً في بناء المعنى، لا مجرد متلقٍ سلبي (المسدي، 2005).

وانطلاقاً من ذلك، يتضح أنّ الحجة والدليل والاستدلال في الخطاب الإعلامي السياسي لا تعمل بمعزل عن الإطار اللغوي والإيديولوجي الذي يحتويها، بل تندمج ضمن نسق تواصلية

متكامل، تصبح فيه الكلمات ذاتها أدلة محمّلة، ويغدو الاستدلال عملية ضمنية تُوجّه إدراك المتلقي. وعليه، فإن تحليل الحجاج الإعلامي يقتضي تفكيك هذه المستويات المتداخلة، من خلال الكشف عن كيفية بناء الأدلة، وتوظيف الاستدلالات، وصياغة الحجج بما يخدم السرديات الإعلامية ويعكس التموقع الإيديولوجي للمؤسسات الإعلامية.

6- عناصر اللوغوس والإثوس والباثوس

تُعَدّ مفاهيم اللوغوس والإثوس والباثوس الركائز الأساسية التي تقوم عليها النظرية الحجاجية الأرسطية، إذ تمثل الأبعاد الثلاثة التي يتأسس عليها الخطاب الإقناعي بوصفه فعلاً تواصلياً مركّباً يجمع بين العقل والمصادقية والعاطفة. وقد أرسى أرسطو هذا التصور من خلال ربط فعالية الخطاب بقدرته على مخاطبة هذه المستويات مجتمعة، لا كلّ على حدة (Aristotle, 1991).

فاللوغوس (Logos) يشير إلى البعد العقلي للحجاج، حيث يقوم الخطاب على تقديم الأدلة المنطقية، والاستدلالات العقلية، والمعطيات الواقعية التي تمنحه طابعاً من الاتساق والموضوعية. وفي السياق الإعلامي، يتجلى اللوغوس من خلال توظيف الأرقام والإحصاءات، واستدعاء الخبراء، وتحليل المعطيات السياسية والتاريخية، بما يُضفي على الخطاب طابعاً معرفياً يُعزّز قابليته للتصديق. غير أنّ هذا البعد لا يُفهم بمعزل عن السياق، إذ يشير العمري إلى أنّ الحجاج العقلي في الخطاب المعاصر لا يهدف إلى إنتاج الحقيقة بقدر ما يسعى إلى بناء صورة معقولة ومقبولة للواقع داخل أفق انتظارات الجمهور (العمري، 2010).

أما الإثوس (Ethos) ، فيرتبط بصورة المتكلم ومصادقيته كما تتشكل في ذهن المتلقي، حيث لا يعتمد الإقناع على مضمون الخطاب فقط، بل على الثقة التي يحظى بها مصدره. وقد أكد أرسطو أنّ المتكلم يُقنع بفضل ما يتمتع به من سمعة أخلاقية وصورة إيجابية (Aristotle, 1991).

وفي الخطاب الإعلامي، يتجسد الإثوس في المكانة المهنية للمؤسسة الإعلامية، وخطها التحريري، وتاريخها في التغطية، فضلاً عن طبيعة الضيوف والخبراء الذين تستضيفهم. كما يتعزز هذا البعد من خلال الأسلوب اللغوي المستخدم، وطريقة تقديم الأخبار، والالتزام الظاهري بمعايير المهنية. ويشير عبد الله صولة إلى أنّ بناء الثقة في الخطاب لا يتم فقط عبر المضمون، بل عبر تمثيل الذات المتكلمة داخل الخطاب بوصفها جديرة بالتصديق (صولة، 2007).

أما الباثوس (Pathos) ، فيمثل البعد العاطفي للحجاج، ويهدف إلى استثارة انفعالات المتلقي من أجل توجيه مواقفه وتعزيز استجابته للأطروحة المقدّمة. ويتجلى هذا البعد في الخطاب الإعلامي من خلال اختيار الصور المؤثرة، واستحضار القصص الإنسانية، واستخدام مفردات ذات حمولة انفعالية، خاصة في سياقات الحروب والأزمات الإنسانية. وفي هذا الإطار، يؤكد بيرلمان أنّ العاطفة ليست عنصراً ثانوياً في الحجاج، بل تُسهم في جعل الأطروحة أكثر قبولا من خلال مواءمتها مع القيم والانفعالات المشتركة لدى الجمهور (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1969). كما يرى حمادي صمود أنّ التأثير العاطفي يُعدّ جزءاً لا

يتجزأ من الاستراتيجية الحجاجية، لأنه يُعيد تشكيل إدراك المتلقي للواقع من خلال الانفعال (صمود، 2011).

وتكمن أهمية هذا الثالوث في كونه لا يعمل بصورة منفصلة، بل في إطار تكاملي داخل الخطاب الإعلامي. فالقنوات الإخبارية، خاصة في تغطية القضايا السياسية والصراعات، لا تكتفي بتقديم المعطيات (لوغوس)، بل تدعمها بمصادر ذات مصداقية (إثوس)، وترافقها بعناصر بصرية ولغوية تُثير العاطفة (باثوس). ومن خلال هذا التفاعل، يتحول الخطاب الإعلامي من مجرد نقل للوقائع إلى ممارسة حجاجية مركبة تهدف إلى التأثير في إدراك الجمهور وصياغة مواقفه.

وعليه، فإن تحليل اللوغوس والإثوس والباثوس يُعدّ مدخلاً منهجياً أساسياً لفهم البنية الإقناعية للخطاب الإعلامي، إذ يسمح بتجاوز تقييم صدق المحتوى إلى تحليل كيفية بنائه وتأثيره. كما يُمكن الباحث من الكشف عن الكيفية التي تُوظف بها المؤسسات الإعلامية المعطيات العقلية، والرمزية المهنية، والاستمالات العاطفية، من أجل بناء الشرعية أو نزعها داخل الفضاء العمومي.

7- الحجاج في الإعلام السياسي

يُعدّ الحجاج في الإعلام السياسي إحدى الآليات المركزية في تشكيل الرأي العام وصناعة المواقف الجماهيرية، إذ لم يعد الخطاب الإعلامي يقتصر على نقل الأخبار والمعطيات، بل أصبح يمارس وظيفة إقناعية مركّبة تُعبّر عن مواقف محددة وتسعى إلى تبريرها داخل الفضاء

العمومي. ومن هذا المنظور، يغدو الإعلام السياسي مجالاً تطبيقياً خصباً لنظريات الحجاج، حيث تتقاطع البنية اللغوية مع الأبعاد الإيديولوجية والثقافية في إنتاج خطاب موجّه يهدف إلى إقناع الجمهور أو إعادة توجيه إدراكه للأحداث.

وفي هذا السياق، يؤكد بيرلمان أنّ الخطاب الحجاجي لا يُبنى في الفراغ، بل يتأسس انطلاقاً من طبيعة الجمهور المخاطب، الذي يُشكّل نقطة الارتكاز في عملية الإقناع (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1969). فالمتلقي ليس عنصراً سلبياً، بل فاعلاً ضمناً في تشكيل الخطاب، مما يدفع المؤسسات الإعلامية إلى انتقاء مفردات وصياغات تتلاءم مع أفق انتظاراته وقيمه. ويتجلى ذلك بوضوح في توظيف المصطلحات السياسية المتقابلة مثل: "احتلال/تحرير"، "مقاومة/مليشيات"، أو "ثوار/متمردون"، حيث لا يعكس الاختلاف مجرد تنوع لغوي، بل يُعبّر عن بناء حجاجي يسعى إلى توجيه الحكم القيمي لدى المتلقي.

وفي امتداد المقاربة التداولية، يرى دوكرو أنّ الحجاج متجذّر في بنية اللغة ذاتها، إذ تحمل الكلمات توجيهات ضمنية تُسهم في توجيه عملية التأويل حتى قبل اكتمال البناء الاستدلالي (Ducrot, 1984). وبناءً على ذلك، فإن المصطلح الإعلامي لا يؤدي وظيفة وصفية محايدة، بل يعمل كأداة تأطير حجاجي تُعيد تشكيل الحدث داخل نسق دلالي موجّه. وتزداد هذه الوظيفة وضوحاً من خلال الاستعارات والتوصيفات الرمزية التي تُقدّم الوقائع ضمن ثنائيات قيمية مثل الشرعية/اللاشرعية أو الأمن/الفوضى، وهو ما يسمح بإنتاج سرديات إعلامية متباينة حول الحدث ذاته.

أما في المقاربات النقدية، فقد ربط كل من فيركلاف وفان دايك الحجاج بالممارسة الاجتماعية والسلطة الرمزية، معتبرين أنّ الخطاب الإعلامي لا يكتفي بنقل الواقع، بل يُسهم في إنتاجه وإعادة تشكيله وفق علاقات القوة السائدة. (Fairclough, 1995; van Dijk, 2006) وفي هذا الإطار، يُستخدم الحجاج بوصفه أداة استراتيجية لإضفاء الشرعية على سياسات معينة أو نزعها عن أطراف أخرى، من خلال توظيف متكامل لعناصر اللوغوس والإثوس والباثوس داخل خطاب موجّه.

وعليه، فإن الحجاج في الإعلام السياسي لا يقتصر على كونه تقنية لغوية للإقناع، بل يتجاوز ذلك ليُشكّل ممارسة تواصلية معقّدة تتداخل فيها الأبعاد اللغوية والتداولية والإيديولوجية. فهو يشغل عبر آليات متعددة، مثل التسمية والتأطير والاستعارة والتكرار، ويهدف إلى تحقيق وظائف استراتيجية، من بينها التعبئة، والتبرير، والتحريض، وإعادة تشكيل الإدراك الجماعي. ومن ثمّ، فإن تحليل الحجاج الإعلامي يُمكن الباحث من الانتقال من مستوى تحليل النصوص إلى مستوى تفكيك البنى العميقة للخطاب، والكشف عن علاقات السلطة والمعنى التي تتحكم في إنتاجه، خاصة في سياقات الأزمات والحروب والتحويلات الجيوسياسية.

الفصل الثاني: المصطلح السياسي
والمصطلح الإعلامي — دراسة تحليلية
مقارنة

الإطار النظري:

الفصل الثاني: المصطلح السياسي والمصطلح الإعلامي — دراسة تحليلية مقارنة

- 1- المصطلح السياسي والمصطلح الإعلامي: تحليل مقارنة
- 2- التحويل الدلالي والحمولة القيمية للمصطلح الإعلامي
- 3- المصطلح الإعلامي والسيادة الرمزية
- 4- المصطلح الإعلامي السياسي — مفهوم تداولي حجاجي
- 5- المصطلح الحجاجي وبناء الرأي العام
- 6- نشأة المصطلح الإعلامي
- 7- التبسيط — التأطير — التحويل الدلالي بوصفها آليات تشكّل المصطلح الإعلامي السياسي
- 8- المصطلح الإعلامي السياسي — مفهوم تداولي حجاجي
- 9- دور الإيحاء والتضمين في المصطلح الإعلامي السياسي
- 10- المصطلح الإعلامي السياسي بوصفه أسلوب هيمنة رمزية
- 11- دور المصطلح الإعلامي السياسي في تشكيل المواقف الجماهيرية

1- المصطلح السياسي والمصطلح الإعلامي: تحليل مقارن

تكتسب دراسة المصطلح السياسي والمصطلح الإعلامي أهميتها من كون اللغة ليست مرآة محايدة للواقع، بل فاعلاً في إنتاجه وإعادة تشكيله. فاللغة السياسية تُعدّ حقلاً معرفياً تتقاطع فيه القوة والمعنى، بينما يُعدّ الإعلام وسيطاً رئيساً يعيد صياغة هذه اللغة وفق أهدافه التداولية والحجاجية. ومن هذه الزاوية، يصبح التفريق بين المصطلح السياسي والمصطلح الإعلامي ضرورياً للكشف عن طبيعة التحول الدلالي والتداولي الذي تخضع له المفردة عند انتقالها من المجال الأكاديمي إلى المجال الإعلامي.

1.1 تعريف المصطلح لغوياً واصطلاحياً

لا تعد أي كلمة مصطلحاً إلا إذا اتفق أهل الاختصاص في علم معين عليها، ومن ثم لا يعد المصطلح مصطلحاً حتى يكتسي طابع التواطؤ والتواضع على دلالة معينة ضمن اختصاص معين. فالاصطلاح كما يعرفه الشريف الجرجاني هو: « عبارة عن اتفاق قوم على تسمية الشيء باسم ما ينقل عن موضعه الأول » (الجرجاني، 1985، ص 28)، وهذا الكلام معناه أن للتعريف الاصطلاحي معنى لغوياً هو الأصل في الدلالة ومن ثم يتم إخراج اللفظ من معناه اللغوي لإكسابه المعنى الاصطلاحي لوجود مناسبة بينهما. وها هو ابن جني عند حديثه في (باب القول على أصل اللغة ألهام هي أم اصطلاح)، يستعمل هذا اللفظ بمعنى

الاتفاق والتواضع إذ يقول : « أصل اللغة إنما هو تواضع واصطلاح، لا وحي وتوقيف » (ابن جني، 1989، ص40).

كما يعرفه الزبيدي بقوله « اتفاق طائفة مخصوصة على أمر مخصوص » (الزبيدي، 1965، مادة « صلح »)، فالمصطلح إذا هو « كلمة أو مجموعة من الكلمات المترابطة فيما بينها ضمن موضوع موحد (OXFORD DICTINARY, p423) » ، أو هو « وحدة معجمية يتم تحديدها ضمن نص في اختصاص معين (Kocourek, 1982, p77.) » ، ويعرفه فلبر هالمت Helmut Felber بقوله : « هو كل رمز اتفاقي يمثل مفهوما في مجال معين (Felber, 1984, p114) ».

وبذلك تحتاج المصطلحات إلى « تعريفات خاصة، من خلال تحليل المفاهيم وتحديد دلالاتها ثم التحقق من العلاقات بينها ليتم إلحاق كل منها بمفهوم معين يختلف عن غيره من المفاهيم حسب المجال المستعمل فيه...بعدها يتم انتقاء الكلمات المناسبة لتكوين المصطلح » (Felber, 1984, p114).

أما علم المصطلح (Terminologie) أو (Terminology) وهو العلم الذي يعنى بقوائم المصطلحات في مجال معين فيعرفه معجم (Oxford) بأنه « مجموع المصطلحات في موضوع ما أو في دراسة ما أو في مهنة ما (OXFORD DICTINARY , p423) » ، وهو بهذا يختلف عن مفهوم المعجمية، و« تشترك معالجة كل من علم المصطلح (Terminology) وعلم المعجم (Lexicology) في السمات النظرية نفسها من استرداد

المفردات وتحليلها وبنائها، وخبزها للغات الحديثة. وتتطابق العلوم التطبيقية للمصطلحية (Terminography) وصناعة المعجم (Lexicography) في توزيع المفردات بشكل مطبوع أو مجموعة حقائق (أو بيانات data لغوية إلكترونية). وهكذا ينظم علم المصطلح وتطبيقاته صناعة المعجم.... وعليه فعلم المصطلح مزود باحتياجات حقول المواضيع، كتنظيم معارف تخصصية « (زفكي، 2010، ص10)

يُعرّف المصطلح السياسي بأنه علامة لغوية تتسم بالدقة والحياد النسبي، تُستخدم لضبط المفاهيم المجردة داخل العلوم السياسية، مثل السيادة، الشرعية، الثورة، المعارضة، والعنف السياسي. (Heywood, 2013) ويرى بورديو (1991) أنّ المصطلح السياسي جزء من الرأسمال الرمزي الذي يُنتج العلاقات السلطوية داخل المجال السياسي، إذ تسهم اللغة السياسية في ترسيخ التصورات الشرعية للنظام القائم أو في نقده وتقويضه.

كما يؤكد الباحثون العرب أن المصطلح السياسي يتمتع بخصائص علمية، أهمها: التحديد المفهومي، الثبات النسبي، وإمكانية التداول داخل المجال الأكاديمي بصورة مشتركة (عبد المجيد، 2012). وبذلك، فإن وظيفته الرئيسية هي التفسير والتوصيف، لا الإقناع والتشديد.

2.1 المصطلح الإعلامي — من المفهومي إلى التداولي

يختلف المصطلح الإعلامي اختلافاً جوهرياً عن المصطلح السياسي من حيث طبيعته ووظيفته وآليات اشتغاله داخل الخطاب. فإذا كان المصطلح السياسي يتشكل في الغالب داخل

فضاء مؤسساتي أو أكاديمي بوصفه مفهوماً تحليلياً أو قانونياً يسعى إلى قدر من الدقة والحياد النسبي، فإن المصطلح الإعلامي ينتمي إلى حقل تواصلية جماهيري، يُعنى بإنتاج المعنى وتوجيهه أكثر من اهتمامه بالضبط المفهومي الصارم. وبذلك، لا يقتصر الإعلام على نقل المصطلحات كما هي، بل يعيد تشكيلها وتكييفها بما يتلاءم مع مقتضيات التداول، وأهداف التأثير، وسياقات الصراع الخطابي.

وفي هذا السياق، يشير فيركلاف إلى أن انتقال المفاهيم من المجال السياسي إلى المجال الإعلامي يخضع لعملية إعادة إنتاج دلالي، حيث تُعاد صياغة المصطلحات بما يتوافق مع الخط التحريري للمؤسسة الإعلامية، وتمثّلات الجمهور، والإطار الإيديولوجي الذي يوجّه الخطاب. (Fairclough, 1995) ويعني ذلك أن المصطلح الإعلامي لا يحتفظ بدلالته الأصلية، بل يتحوّل إلى أداة تأطير تُسهم في إعادة بناء الحدث داخل منظومة من القيم والمعاني الموجهة.

ويتجلى هذا التحول في جملة من الخصائص التي تميّز المصطلح الإعلامي، فهو يميل إلى الإيجاز والاختزال بما يضمن سرعة التداول، ويعتمد التبسيط الدلالي عبر تجاوز التعقيد النظري، كما يتسم بحمولة قيمية تجعله ينتقل من الوصف إلى الحكم، فضلاً عن طابعه الحجاجي الذي يُوجّه المتلقي ضمناً نحو موقف معين، وقابليته للتنازع بين الفاعلين الإعلاميين داخل المجال العمومي. وهذه الخصائص مجتمعة تجعل المصطلح الإعلامي أداة دينامية في إنتاج المعنى، لا مجرد وسيط لغوي محايد.

وتتجسد هذه الوظيفة التداولية بوضوح في التباين الدلالي بين المصطلحات المستخدمة في تغطية الأحداث السياسية. فتوصيف فاعل معين بـ"مقاوم" يضفي عليه شرعية أخلاقية وسياسية، بينما يُسهم وصفه بـ"مليشيا" في نزع هذه الشرعية وإعادة تأطيره ضمن خطاب سلبي. وبالمثل، فإن استخدام مصطلح "تحرير" يمنح الحدث بعداً إيجابياً، في حين أنّ توصيفه بـ"احتلال" يُعيد إدراجه ضمن إطار الهيمنة والاستعمار. ومن هنا، لا يعكس الاختلاف في المصطلحات مجرد تنوع لغوي، بل يعكس اختلافاً في المقاصد الحجاجية والتموقعات الإيديولوجية.

وفي هذا الإطار، يبرز ما يسميه فان دايك بالانحياز الدلالي، حيث لا يكتفي الخطاب الإعلامي بوصف الواقع، بل يعيد إنتاجه وفق منظومة من التمثّلات التي تخدم توجهات معينة (van Dijk, 2006).

فالمصطلح الإعلامي يُسهم في بناء إدراك المتلقي من خلال تحديد ما ينبغي فهمه وكيفية تأويله، مما يجعله عنصراً فاعلاً في تشكيل الرأي العام.

كما يمكن فهم هذه الظاهرة في ضوء مفهوم السلطة الرمزية عند بورديو، الذي يرى أنّ اللغة ليست مجرد أداة تواصل، بل وسيلة لإنتاج الهيمنة داخل المجال الاجتماعي، حيث تمتلك المصطلحات القدرة على فرض رؤية معينة للعالم وتكريسها بوصفها طبيعية أو بديهية (Bourdieu, 1991).

وفي هذا السياق، تصبح الثنائيات المفاهيمية مثل "شهيد/قتيل"، "ثورة/مؤامرة"، أو "انقلاب/إصلاح" تجسيداً لصراع رمزي حول المعنى، يعكس اختلاف الفاعلين في تحديد الواقع وتوجيه إدراكه.

وعليه، فإن المصطلح الإعلامي يمثل انتقالاً من الحقل المفهومي إلى الحقل التداولي؛ من الدقة التعريفية إلى الفاعلية التأثيرية؛ ومن المعنى بوصفه توصيفاً محايداً إلى المعنى بوصفه موقفاً موجّهاً. وهو ما يجعل تحليله ضرورة منهجية لفهم الخطاب الإعلامي السياسي، والكشف عن الأبعاد الحجاجية والإيديولوجية التي تحكم إنتاجه وتداوله.

2- التحويل الدلالي والحمولة القيمية للمصطلح الإعلامي

إن انتقال المصطلح من الحقل السياسي إلى الفضاء الإعلامي لا يتم بصورة محايدة أو آلية، بل يخضع لسلسلة من التحولات الدلالية التي تعيد تشكيل بنيته ووظيفته داخل الخطاب. فالمصطلح، حين يُستعمل في السياق الإعلامي، يفقد تدريجياً طابعه التقني-المفاهيمي، ويتحوّل إلى علامة خطابية تتقاطع مع الأبعاد الإيديولوجية وآليات التأطير، وهو ما يندرج ضمن ما يسميه فيركلاف بإعادة الإنتاج الخطابي للواقع، حيث لا يُنقل الواقع كما هو، بل يُعاد بناؤه لغوياً بما يخدم تموقعات معينة. (Fairclough, 1995)

وفي هذا الإطار، يمكن فهم هذا التحول من خلال ثلاث عمليات مترابطة تُشكّل جوهر اشتغال المصطلح الإعلامي. أولى هذه العمليات هي التبسيط، حيث تميل وسائل الإعلام إلى تجريد

المصطلحات السياسية من تعقيداتها النظرية، وتحويلها إلى صيغ تداولية أكثر مباشرة، بما يضمن سرعة الفهم وانتشار المعنى داخل المجال الجماهيري. غير أنّ هذا التبسيط، رغم وظيفته التواصلية، يؤدي في كثير من الأحيان إلى اختزال المفهوم وإفراغه من عمقه التحليلي، إذ تتحول مصطلحات مركّبة مثل “الشرعية الدستورية” أو “الديمقراطية التمثيلية” إلى تعبيرات مبسطة ذات حمولة دلالية عامة، تُستخدم لإنتاج فهم سريع، وإن كان غير دقيق.

أما العملية الثانية فتتمثل في **التأطير**، الذي يُعدّ من أبرز الآليات التي يعتمد عليها الإعلام في توجيه إدراك المتلقي. فالمصطلح لا يُقدّم في الفراغ، بل يُدمج داخل سياق سردي يحدد كيفية تفسيره وفهمه. ويشير إنتمن إلى أنّ التأطير يقوم على اختيار جوانب معينة من الواقع وإبرازها، بما يؤدي إلى توجيه التفسير والتقييم. (Entman, 1993) ومن ثمّ، فإن توصيف حدث ما بـ “ثورة” يُدرجه ضمن إطار تحرري، في حين أنّ تسميته بـ “انقلاب” تعيد تأطيره ضمن خطاب نزع الشرعية، وهو ما يبيّن أنّ المصطلح الإعلامي يشكّل جزءاً من البنية الأيديولوجية للخطاب.

وتتجلى العملية الثالثة في **التحويل الدلالي وإعادة الشحنة القيمية**، حيث لا يقتصر الأمر على تغيير المعنى، بل يمتد إلى إضفاء حمولة تقييمية تجعل المصطلح أداة لإنتاج موقف لا مجرد وصف للواقع. ففي هذا المستوى، تصبح المفردات حاملة لأحكام ضمنية تُوجّه إدراك المتلقي، كما في الثنائيات: “مقاومة/إرهاب”، “شهيد/قتيل”، “تحرير/احتلال”. ويُشير فان دايك

إلى أنّ هذا النوع من التحول يعكس ما يُعرف بالانحياز الدلالي، حيث يُعاد تشكيل المعنى بما يتوافق مع التوجهات الإيديولوجية للخطاب. (van Dijk, 2008)

وتُظهر هذه العمليات مجتمعة أنّ المصطلح الإعلامي لا يعمل بوصفه أداة لغوية محايدة، بل بوصفه فاعلاً حجاجياً يُسهم في بناء التمثّلات الذهنية وتوجيهها. ويتضح ذلك بشكل جلي في حالات إعادة توصيف الأحداث السياسية، حيث قد يُقدّم الحدث ذاته بوصفه "ثورة" في خطاب، و"مؤامرة" أو "انقلاباً" في خطاب آخر، وهو ما يعكس اختلافاً في زاوية الرؤية أكثر مما يعكس اختلافاً في الوقائع ذاتها. وبذلك، تصبح التسمية ممارسة رمزية تُنتج حكماً أخلاقياً وتُسهم في إسناد الشرعية أو نزعها.

وعليه، فإنّ التحولات الدلالية التي تطرأ على المصطلح عند انتقاله إلى الخطاب الإعلامي تكشف عن طبيعة هذا الخطاب بوصفه مجالاً لإعادة إنتاج المعنى، حيث تتداخل اللغة مع السلطة والإيديولوجيا. وهو ما يجعل تحليل هذه التحولات مدخلاً أساسياً لفهم كيفية اشتغال الحجاج الإعلامي، والكشف عن الآليات التي يتم من خلالها توجيه الرأي العام وصياغة الإدراك الجماعي للأحداث.

3- المصطلح الإعلامي والسيادة الرمزية

يرى بيير بورديو أنّ التحكم في اللغة لا يقتصر على كونه ممارسة تواصلية، بل يمثل شكلاً من أشكال السلطة الرمزية التي تُمارس داخل المجال الاجتماعي، حيث تصبح القدرة

على تسمية الأشياء والأحداث والفاعلين جزءاً من آليات الهيمنة ذاتها. (Bourdieu, 1991) فالمصطلح، في هذا السياق، لا يُعدّ مجرد وحدة لغوية محايدة، بل أداة لإنتاج الإدراك الاجتماعي، تُسهم في تحديد ما ينبغي فهمه وكيفية تأويله. ومن هنا، يتجلى ما يسميه بورديو "احتكار تعريف الواقع"، حيث تمتلك الجهات الفاعلة في الحقل الإعلامي القدرة على فرض رؤى معينة للعالم بوصفها طبيعية أو بديهية.

ويتضح هذا البعد السلطوي للمصطلح الإعلامي من خلال مستويات متعددة تتداخل فيها التسمية مع الحكم القيمي. فعلى مستوى تسمية الفاعل السياسي، لا تعكس المفردات المستخدمة مجرد توصيف، بل تُعيد بناء هوية الفاعل داخل الخطاب. فالفارق بين توصيف جهة ما بـ"مقاوم" أو "مقاتل" أو "إرهابي" أو "مليشياوي" لا يكمن في البعد اللغوي فحسب، بل يمتد ليشمل إعادة إنتاج موقع هذا الفاعل ضمن ثنائية الشرعية واللاشرعية، بما يحمله ذلك من أبعاد أخلاقية وسياسية.

أما على مستوى تسمية الحدث، فإن اختيار المصطلح يُسهم في تحديد طبيعته وتأثيره داخل سردية معينة. فالتباين بين توصيف حدث ما بـ"ثورة" أو "احتجاجات" أو "فتنة" أو "حرب أهلية" لا يعكس اختلافاً في الوقائع بقدر ما يعكس اختلافاً في زاوية الرؤية والتأويل، حيث يُوجّه المصطلح إدراك المتلقي نحو قراءة محددة للحدث. وفي هذا السياق، يتقاطع هذا الطرح مع ما يشير إليه فان دايك من أنّ الخطاب يُسهم في تشكيل التمثيلات الذهنية للجمهور عبر آليات دلالية موجّهة. (van Dijk, 2006)

ويمتد هذا التأثير إلى مستوى تسمية الضحية، حيث تحمل المصطلحات المستخدمة حمولة قيمية تُحدّد موقع الإنسان داخل شبكة الشرعية الأخلاقية. فالتوصيف بـ"شهيد" يضيف بعداً تقديسياً، بينما يشير "قتيل" إلى توصيف محايد نسبياً، في حين يحمل "رهينة" دلالات مختلفة ترتبط بالإكراه والضعف. وبذلك، تصبح التسمية أداة لإنتاج حكم أخلاقي ضمني، يُسهم في توجيه التعاطف أو الرفض لدى الجمهور.

وانطلاقاً من ذلك، يمكن القول إن الصراع داخل الخطاب الإعلامي هو، في جوهره، صراع على المصطلح ذاته. فالاختلاف في توصيف الأحداث بين القنوات الإعلامية، كما في تغطية حرب العراق 2003 أو أحداث الربيع العربي أو النزاعات في غزة، لا يعود إلى تباين لغوي بسيط، بل يعكس اختلافاً في التوضع الإيديولوجي والسياسي، وفي تصور كل وسيلة إعلامية لطبيعة الفاعلين ومسؤولياتهم والسرديات التي ينبغي ترسيخها. وهو ما يؤكد أنّ المصطلح الإعلامي يُشكّل أداة مركزية في بناء الخطاب الحجاجي، حيث تتداخل التسمية مع التأطير ومع إنتاج المعنى.

وعليه، فإن المصطلح الإعلامي السياسي لا يُعدّ انعكاساً مباشراً للواقع، بل يُمثّل أداة لإعادة إنتاجه داخل حدود خطابية محددة، تُوجّه الإدراك الجماعي وتُعيد تشكيله. ويتبيّن، في هذا الإطار، أنّ المصطلح السياسي ينتمي إلى مستوى مفهومي يسعى إلى ضبط المعنى، في حين ينتمي المصطلح الإعلامي إلى مستوى تداولي-حجاجي يهدف إلى التأثير والتوجيه. ومن ثمّ، فإن تحليل المصطلح الإعلامي السياسي يُتيح الكشف عن ديناميات السلطة والإيديولوجيا

داخل الفضاء الإعلامي، ويفتح المجال لفهم كيفية تحوّل اللغة إلى أداة لصناعة الشرعية أو نزعها، وتعبئة الرأي العام أو إعادة تشكيله وفق مقاصد الخطاب واتجاهاته.

4- المصطلح الإعلامي السياسي — مفهوم تداولي حجاجي

يمثل المصطلح الإعلامي السياسي نقطة تفاعل مركزيّة بين اللغة والإيديولوجيا والسياق السياسي، إذ لا يُعدّ مجرد أداة لسرد الأحداث أو وصف الوقائع، بل يتحول داخل الخطاب الإعلامي إلى آلية رمزية لإنتاج المعنى وإعادة تشكيل إدراك المتلقي. ومن ثمّ، فإنّ وظيفته لا تُختزل في نقل المعلومة، بل تتوسع لتشمل توجيه التأويل، وصناعة الانطباع، وبناء الشرعية أو نزعها. وهنا تتجلى الطبيعة الحجاجية للمصطلح، بوصفه وسيلة للتأثير في الرأي العام ضمن إطار تداولي يتفاعل مع السياق والسردية الإيديولوجية التي يتبناها الفاعل الإعلامي. وعلى خلاف المصطلح السياسي في حقله الأكاديمي أو القانوني—حيث يُصاغ بدقة مفاهيمية ويستهدف التعيين والتحليل—فإن المصطلح الإعلامي يخضع لتحوّلات دلالية وشحنات قيمية تجعله عنصراً فاعلاً في تشكيل الرؤية الجماهيرية. فهو ينتقل من مستوى المفهوم إلى مستوى الخطاب، ومن اللغة المجردة إلى اللغة المؤدّجة، ليؤدي دوراً في توجيه إدراك المتلقي عبر التأثير في تأويل الحدث وتحديد طبيعة الفاعلين ومواقعهم الأخلاقية والسياسية. وبهذا المعنى، يصبح المصطلح الإعلامي جزءاً من بناء السرديات الكبرى التي ترافق الأحداث السياسية، لا مجرد تسمية محايدة لها.

ومن هذا المنظور، يمكن النظر إلى المصطلح الإعلامي السياسي باعتباره مفهوماً تداولياً حجاجياً، حيث لا يُستمد معناه من القاموس فحسب، بل من السياق الذي يُستخدم فيه، ومن علاقته بالخط التحريري للمؤسسة الإعلامية، وبتموقعها داخل الحقل السياسي، وبطبيعة الجمهور المستهدف. وفي هذا الإطار، يشير فان دايك إلى أنّ السياق لا يُعدّ مجرد خلفية خارجية، بل مكوناً معرفياً يُسهم في إنتاج المعنى وتوجيه التأويل داخل الخطاب (van Dijk, 2006). وعليه، فإن دلالة المصطلح تتحدد عبر شبكة من العلاقات التي تربط بين النص والسياق والفاعل والغاية الاتصالية.

كما يتقاطع هذا الطرح مع المقاربة النقدية للخطاب التي ترى أنّ اللغة الإعلامية تُستخدم لإعادة إنتاج الواقع الاجتماعي وفق علاقات القوة السائدة، حيث تُسهم المصطلحات في بناء تمثّلات ذهنية تُوجّه إدراك الجمهور للأحداث والفاعلين (Fairclough, 1995). فالمصطلح لا يصف الواقع فحسب، بل يُعيد تشكيله داخل إطار دلالي موجّه، مما يمنحه وظيفة إيديولوجية تتجاوز حدود الوصف إلى التأثير.

وعليه، فإن المصطلح الإعلامي السياسي يُمثّل وحدة تحليل مركزية في دراسة الخطاب الإعلامي، لأنه يكشف عن كيفية تداخل اللغة مع السلطة، وعن الآليات التي يتم من خلالها إنتاج المعنى وتوجيهه داخل الفضاء العمومي. كما يسمح تحليله بالكشف عن الاستراتيجيات الحجاجية التي تعتمدها المؤسسات الإعلامية في بناء الشرعية أو نزعها، وفي تشكيل الرأي العام وفق مقاصدها واتجاهاتها التحريرية. ومن ثمّ، فإن دراسة المصطلح الإعلامي لا تقتصر

على مستواه اللغوي، بل تمتد إلى أبعاده التداولية والإيديولوجية، بوصفه أداة فاعلة في صناعة الواقع الرمزي.

4. 1 تعريف إجرائي للمفهوم

انطلاقاً مما سبق، يمكن تعريف المصطلح الإعلامي السياسي إجرائياً بأنه:

"وحدة لغوية مشحونة دلاليًا وقيميًا، تُستخدم داخل الخطاب الإعلامي لتأطير حدث سياسي أو فاعل اجتماعي، وإنتاج موقف أو تأويل معين لدى المتلقي، من خلال الجمع بين البعد الوصفي والبعد الحجاجي، وتحويل اللغة إلى أداة تأثير رمزي."

ويعني ذلك أن المصطلح لا يُعرّف الواقع فحسب، بل يُعيد تشكيله في الوعي الجمعي. فهو يمارس وظيفة تفسيرية وإقناعية في آن واحد، بما يجعله جزءاً من استراتيجية تواصلية متكاملة تهدف إلى التأثير في الاتجاهات والمواقف، وليس الاكتفاء بالإخبار أو الوصف.

وهذا يتسق مع ما ذهب إليه Fairclough (1995)، عندما أكد أن الخطاب الإعلامي يمارس سلطة رمزية عبر اختيار المفردات وتحديد دلالاتها، بما يتيح له إعادة إنتاج موازين القوة عبر اللغة. فالمصطلح الإعلامي، في جوهره، ليس انعكاساً للواقع، بل وسيلة لبنائه وتمثيله وتوجيه فهمه.

4.2 علاقة المصطلح بالسياق : من التسمية إلى إعادة إنتاج الواقع

يمثل السياق أحد المحددات الحاسمة لدلالة المصطلح الإعلامي السياسي، إذ لا يمكن فهم أي مصطلح بمعزل عن الإطار الذي يُنتج فيه ويُتداول داخله. فالمصطلح السياسي داخل الخطاب الإعلامي لا يمتلك معنى ثابتاً أو محايداً، بل يكتسب دلالاته من خلال تفاعله مع السياقات السياسية والاجتماعية والإعلامية التي تحتضنه. وفي هذا الإطار، يؤكد فيركلاف أنّ المعنى لا يُنتج داخل اللغة فقط، بل يُعاد تشكيله وفق علاقات القوة والبنى الإيديولوجية التي تحكم الخطاب. (Fairclough, 1995)

ويتحدد هذا السياق عبر مستويات متداخلة تسهم مجتمعة في إنتاج المعنى. ففي المستوى الأول، يرتبط المصطلح بالسياق السياسي للأحداث، حيث تتأثر دلالاته بطبيعة الظرف التاريخي والوقائع المرتبطة به. فالأحداث الكبرى، مثل غزو العراق سنة 2003، أو الحروب في غزة، أو ما عُرف بالربيع العربي، أو صعود تنظيمات مسلحة، لا تُقدّم عبر مصطلحات محايدة، بل تُعاد تسميتها وفق قراءات مختلفة تعكس تموقع الفاعلين داخل المشهد السياسي. ومن ثمّ، فإن التسمية لا تنفصل عن الحدث، بل تُشكّل جزءاً من إعادة بنائه دلاليًا.

أما المستوى الثاني، فيتعلق بالسياق التحريري والإعلامي، حيث تُوجّه السياسات التحريرية للمؤسسات الإعلامية اختيار المصطلحات وتوظيفها. فاختلاف التوصيف بين "احتلال" و"تحرير" أو "اجتياح" لا يعكس مجرد تنوع لغوي، بل يُجسّد اختلافًا في الرؤية والتوجه،

ويكشف عن الخلفيات الإيديولوجية التي تؤطر الخطاب الإعلامي. وفي هذا السياق، يصبح المصطلح امتدادًا للخط التحريري، لا مجرد أداة وصف.

وفي المستوى الثالث، يتحدد المعنى من خلال سياق التلقي، إذ تُصاغ المصطلحات بما يتلاءم مع تمثيلات الجمهور وقيمه وخلفياته الثقافية والسياسية. فالمؤسسة الإعلامية لا تنتج خطابها في فراغ، بل تراعي أفق انتظارات الجمهور، وتسعى إلى توظيف مفردات قادرة على تحقيق التأثير والإقناع. وهو ما يجعل المصطلح أداة تواصلية تُبنى على التفاعل مع المتلقي، لا على الدلالة القاموسية فقط.

أما المستوى الرابع، فيرتبط بالسياق الرمزي للصراع الخطابي، حيث تتحول اللغة إلى مجال للتنافس على الشرعية والتمثيل داخل الفضاء العمومي. وفي هذا الإطار، يرى بورديو أنّ التسمية تمثل شكلًا من أشكال السلطة الرمزية، إذ تُمكن الفاعلين من فرض رؤيتهم للعالم وإضفاء طابع المشروعية عليها. (Bourdieu, 1991) ومن ثمّ، فإن الصراع حول المصطلحات ليس صراعًا لغويًا فحسب، بل هو صراع على المعنى وعلى السلطة في آن واحد.

وانطلاقًا من ذلك، يتضح أنّ المصطلحات المتداولة في الخطاب الإعلامي، مثل "ثورة"، "انقلاب"، أو "تصحيح"، لا تُفهم بوصفها وحدات معجمية مستقلة، بل بوصفها مؤشرات سياقية تعكس تموقعات إيديولوجية محددة. فالمعنى لا يُستمد من اللفظ في ذاته، بل من السياق الذي يُنتج فيه، ومن العلاقة بين المرسل والمتلقي، ومن طبيعة الخطاب السياسي الذي يؤطره.

ويتجلى ذلك بوضوح في التباين بين القنوات الإعلامية في توصيف الأحداث السياسية، حيث يعكس اختلاف المصطلحات اختلافًا في المقاصد والرؤى والسرديات.

وعليه، فإن المصطلح الإعلامي السياسي، بوصفه أداة تداولية، لا يمكن فصله عن السياق المنتج له، لأنه يتحدد من خلاله ويكتسب معناه داخله. وهو ما يجعل تحليل السياق شرطاً منهجياً لفهم دلالة المصطلحات، والكشف عن الأبعاد الحجاجية والإيديولوجية التي تحكم اشتغالها داخل الخطاب الإعلامي.

4. 3 دور الإيحاء والتضمين : من المعنى القاموسي إلى المعنى التداولي

لا يتوقف المصطلح الإعلامي السياسي عند سطح المعنى القاموسي، بل يتجاوزه إلى شبكة من الإيحاءات والضمنيات التي تُسهم في توجيه التأويل وتشكيل الموقف. ويرى Grice (1975) أن الضمنيات تمثل جوهر المعنى التداولي، إذ تُفهم الكلمة بما تُشير إليه ضمناً لا بما تصرّح به لفظياً.

ويُعدّ الإيحاء هنا آلية لغوية لإسناد الشرعية أو نزعها، وتبرير الفعل أو تجريمه، وهو ما يجعل المصطلحات تعمل كأدوات تقييمية تؤثر في الإدراك.

أمثلة توضيحية:

➤ **الشهيد**

إيحاء بالشرعية الأخلاقية، والتضحية، والمظلومية.

➤ الإرهابي

إحياء بالنزع الكامل للشرعية، والتجريم، والعنف غير الأخلاقي.

➤ المقاومة

إحياء بالعدالة، والنضال، والدفاع عن الحق.

➤ مليشيات

إحياء بالفوضى، وعدم الانضباط، واللاشرعية.

هذه المصطلحات لا تعمل كألفاظ محايدة؛ بل تحمل في بنيتها "تقييماً مسبقاً" يجعل الجمهور يتموضع سياسياً وأخلاقياً تجاه الحدث أو الفاعل دون الحاجة إلى تفصيل تفسيري. إن الضمنيّات هنا تُغني الخطاب عن الشرح، لأن المصطلح ذاته يؤدي وظيفة الحجاج والإقناع. وتكشف هذه الإستراتيجية عن وظيفة المصطلح الإعلامي السياسي ك:

➤ أداة تصنيف

➤ أداة تبرير

➤ أداة نزع أو إسناد الشرعية

➤ أداة للتأثير العاطفي (Pathos)

➤ أداة للهيمنة الرمزية

وفق رؤية بورديو، فإن التحكم في الكلمة يعني التحكم في النظام الرمزي؛ ووفق Grice ، فإن المعنى المتضمن غالبًا يكون أكثر تأثيرًا من المعنى الصريح.

4.4. المصطلح كأداة للهيمنة الرمزية : من التسمية إلى احتكار الواقع

يُعدّ بيير بورديو أحد أبرز المفكرين الذين سلطوا الضوء على البعد السلطوي للغة، باعتبارها ليست مجرد وسيلة للتواصل، بل أداة لإنتاج السلطة وإعادة إنتاجها. ففي كتابه (1991) Language and Symbolic Power، يؤكد بورديو أن التحكم في المصطلح يعني التحكم في القدرة على تعريف الواقع وتفسيره، وبالتالي التأثير في إدراك الجماهير له. ومن ثم، يغدو الصراع على المصطلح صراعًا على الشرعية، وعلى من يمتلك الحق في تسمية الحدث والفاعل.

وفق هذا المنظور، يتحول المصطلح الإعلامي السياسي إلى أداة للهيمنة الرمزية، تعمل على فرض رؤية معينة للعالم عبر ثلاث آليات مركزية:

➤ احتكار التسمية

إذ تمتلك المؤسسة الإعلامية، بحكم قدرتها على الوصول للجمهور، سلطة تحديد التسمية المعتمدة للحدث أو الفاعل السياسي (انقلاب/تصحيح، مقاومة/مليشيات). وهذه التسمية ليست محايدة بل مؤطرة داخل رؤية أيديولوجية.

➤ احتكار الشرعية

فالمصطلح يحمل حمولة قيمية تحدد مَن يمتلك الشرعية السياسية أو الأخلاقية، ومن يفقدها.

فالفاعل الذي يوصف بـ"شهيد" يمتلك شرعية أخلاقية، بينما من يوصف بـ"إرهابي" يفقدها. وبذلك، تصبح المفردة أداة لشرعنة السياسات أو نزع شرعية الخصوم.

➤ احتكار السردية

حيث يُستخدم المصطلح بوصفه حجر الأساس في بناء سردية إعلامية كبرى حول الصراع أو الحدث. فالمصطلح لا يسمّى فقط، بل يختزل السردية ويوجه الفهم والتموضع السياسي للمتلقى.

في السياق العربي، يتجلى ذلك بوضوح عبر التغطيات الإعلامية لقضايا مثل العراق، فلسطين، أو الربيع العربي. فاختلاف المصطلح بين "ثورة" و"مؤامرة" لا يعكس مجرد تباين لغوي، بل صراعاً حول شرعية الحدث وموقع الفاعلين وعلاقتها بالقيم السياسية والدينية والأخلاقية. وبذلك، يصبح المصطلح أداة لإدارة الصراع الرمزي بين القوى السياسية والإعلامية.

ويشير (Fairclough 1995) إلى أن هذه الممارسة ليست عفوية، بل جزء من بنية أوسع للهيمنة، حيث تسهم اللغة في تثبيت موازين القوى داخل المجتمع. أما (van Dijk 2008) ،

فيرى أن السيطرة على الخطاب تمثل شكلاً من أشكال السيطرة الاجتماعية، لأن التأثير في اللغة هو تأثير في الوعي.

بناءً عليه، فإن المصطلح الإعلامي السياسي:

= يحدد ما يُرى وما يُحجب،

= يصنع الإدراك العام،

= يشرعن الفاعلين ويجرد الخصوم من الشرعية،

= ويعيد إنتاج التمثيلات الجماعية.

ولا يتعلق الأمر باللغة فقط، بل بالسلطة التي تتحرك خلف اللغة وتستثمرها. وهكذا، يتحول المصطلح إلى أداة لفرض الهيمنة الرمزية، حيث تكتسب التسمية قوة تتجاوز الفعل السياسي نفسه، لتصبح جزءاً من الصراع على الوعي الجماهيري.

5- المصطلح الحجاجي وبناء الرأي العام

في كتابها "الحجاج في الخطاب" L'argumentation dans le discours "تدافع الباحثة الفرنسية والأستاذة الجامعية ذات الأصول الرومانية روث أموسي Ruth Amossy على فكرة توسيع حقل اشتغال الحجاج، ليتجاوز حدود البنية اللغوية إلى تخوم الخطاب، وينفتح على الخطابات الحية الملموسة. وسنحاول هتك القناع عن صورتها لموضوع الحجاج وعلاقته

بنظريات تحليل الخطاب، انطلاقاً من هذه الترجمة التي من شأنها إخصاب التلاقح الثقافي بين البلاغتين الغربية والعربية.

يمكن أن نشير إلى أن استعمال الكلام مرتبط، بالضرورة، بسؤال الفعالية؛ فالخطاب يسعى دائماً إلى أن يؤثر في الجمهور، ويجعله ينخرط في أطروحة ما: إنه إذن يحمل قصداً حجاجياً، لكن يمكنه أيضاً أن يبحث بمراوغة عن طرائق للنظر والإحساس، مما يجعله، في هذه الحال، يمتلك بعداً حجاجياً. ومن هذا المنطلق، يمكننا أن نطرح الأسئلة الآتية: كيف يكتسب الكلام قوة التأثير في سامعه؟ وبأي الوسائل اللغوية، وبأي الاستراتيجيات المبرمجة أو التلقائية يضمن قوته؟

تبين روث أموسي أنّ الحجاج لا ينبغي اختزاله في كونه ممارسة لغوية شكلية أو عملية منطقية تهدف إلى الإقناع العقلي فحسب، بل يتجاوز ذلك ليفهم بوصفه ممارسة اجتماعية وإيديولوجية تسهم في تشكيل الرأي العام وتوجيه تمثلاته. (Amossy, 2000) فالحجاج، في المنظور التداولي، لا يشتغل فقط عبر بناء الحجج العقلانية، بل يعتمد كذلك على آليات التأثير الرمزي والانفعالي، وعلى تشكيل صورة المتكلم (Ethos)، وإنتاج خطاب يبدو متماسكاً ومنطقياً في ظاهره، بما يسمح له بالتأثير في إدراك الجماهير.

وفي هذا السياق، يغدو المصطلح الإعلامي السياسي أداة حجاجية مركزية، إذ لا يقتصر دوره على التسمية أو الوصف، بل يعمل على تكثيف خطاب كامل داخل وحدة لغوية موجزة محملة بشحنات دلالية وإيحائية. فاختيار مصطلح بعينه لا يعكس فقط توصيف الحدث، بل يُحدّد

زاوية النظر إليه، ويؤجّه تأويله، ويؤطر الموقف منه. ومن ثمّ، يصبح المصطلح وسيلة لإنتاج المعنى وتوجيهه في آن واحد، بما يجعله عنصراً فاعلاً في بناء الرأي العام.

وتتجلى الوظيفة الحجاجية للمصطلح بوضوح من خلال قدرته على تشكيل الانفعال الجماعي، حيث يُسهم في استثارة مشاعر التعاطف أو الخوف أو الغضب، وفقاً لطبيعة الشحنة الدلالية التي يحملها. فالمصطلحات من قبيل "الشهيد" أو "المقاومة" تُفعل بُعد التعاطف والانتماء، في حين تُستخدم مفردات مثل "الإرهاب" أو "الميليشيات" لإنتاج إحساس بالتهديد والخطر. ويُعدّ هذا البعد الانفعالي، أو ما يُعرف في البلاغة الأرسطية بـ"الباثوس"، عنصراً جوهرياً في العملية الحجاجية، إذ يُمكن الخطاب من التأثير المباشر في المتلقي دون الحاجة إلى تفاصيل منطقية معقدة، وهو ما أشار إليه أرسطو في تحليله لمكونات الإقناع الثلاثة (Aristotle, trans. 2007).

ولا يقتصر تأثير المصطلح على البعد الانفعالي، بل يمتد ليشمل بناء صورة الفاعلين داخل الخطاب، حيث يُسهم في إنتاج تمثّلات ذهنية حول الأطراف المعنية بالأحداث. فاختيار توصيف معين لفاعل سياسي—مثل "مقاوم" أو "متمرد" أو "إرهابي"—لا يحدد فقط موقعه داخل الحدث، بل يمنحه قيمة أخلاقية محددة تُوجّه حكم الجمهور عليه. وهنا، يتقاطع المصطلح مع بُعد "الإيثوس"، إذ يشارك في بناء صورة الفاعل ومصادقيته داخل الخطاب، بما يؤثر في درجة تقبّل الرسالة.

كما يعمل المصطلح على إنتاج ما يمكن تسميته بـ"المنطق الظاهري" للخطاب، حيث يُقدّم الحدث ضمن إطار دلالي يبدو بديهياً ومقبولاً، رغم كونه محمّلاً باختيارات إيديولوجية مسبقة. فالمصطلح لا يُقنع فقط من خلال ما يحمله من معنى، بل من خلال ما يُخفيه من بدائل ممكنة تم إقصاؤها لصالح توصيف معين. وهو ما يجعل الحجاج في الخطاب الإعلامي قائماً على الانتقاء والتأطير بقدر ما هو قائم على البرهنة.

وعليه، فإن المصطلح الإعلامي السياسي يُمثّل أداة استراتيجية في بناء الرأي العام، لأنه يُسهم في توجيه الانفعالات، وتحديد مواقع الفاعلين، وبناء سردية مقنعة تُقدّم الأحداث ضمن إطار دلالي محدد. ومن ثمّ، فإن تحليل المصطلحات لا يكشف فقط عن طبيعة الخطاب الإعلامي، بل يتيح فهم الآليات التي يتم من خلالها تشكيل الإدراك الجماعي وتوجيهه داخل الفضاء العمومي.

❖ تثبيت صورة المؤسسة (الإثوس)

وفي امتداد للوظائف الحجاجية للمصطلح الإعلامي السياسي، لا يقتصر تأثيره على استثارة الانفعالات الجماعي، بل يمتد ليشمل بناء صورة المؤسسة الإعلامية ذاتها، أي ما يُعرف في البلاغة الكلاسيكية بـ"الإثوس". فالمصطلح لا يُوجّه فقط إلى الجمهور، بل يعكس في الآن نفسه تموقع المؤسسة الإعلامية داخل الحقل السياسي والإيديولوجي. إذ إنّ اعتماد قناة إعلامية لمجموعة من المصطلحات بشكل متسق ومنهجي يُسهم في ترسيخ صورة معينة عنها، سواء باعتبارها وسيلة موضوعية، أو منبراً وطنياً، أو فاعلاً منحازاً لقضية معينة

وفي هذا السياق، يتحول المصطلح إلى عنصر من عناصر "رأس المال الرمزي" الذي تمتلكه المؤسسة الإعلامية، حيث يُنتج نوعًا من الثقة أو المصادقية لدى الجمهور، نتيجة التكرار والانسجام في الخطاب. فالجمهور لا يتلقى المصطلحات بوصفها وحدات لغوية معزولة، بل يربطها بهوية المؤسسة التي تُنتجها، وبمواقفها التحريرية، مما يجعل اختيار المصطلح جزءًا من استراتيجية بناء الشرعية الإعلامية. وهو ما يتقاطع مع تصور بورديو الذي يرى أن اللغة ليست مجرد وسيلة للتواصل، بل أداة لإنتاج السلطة الرمزية داخل الفضاء الاجتماعي (Bourdieu, 1991).

ومن جهة أخرى، يُسهّم المصطلح في بناء السردية الإعلامية من خلال ما يمكن تسميته بـ"المنطق الظاهري"، أو اللوغوس المبسط، حيث تُختزل تعقيدات الحدث داخل توصيف لغوي موجز يحمل في طياته تفسيرًا ضمنيًا. ففي إطار ما يشير إليه فان دايك بـ"المعرفة المشتركة"، يتم توظيف المصطلحات بطريقة تجعلها قابلة للفهم السريع والقبول الجماهيري، لأنها تستند إلى مخزون معرفي وثقافي مشترك بين المرسل والمتلقي. (van Dijk, 2006) وهكذا، فإن استخدام مصطلحات مثل "احتلال" مقابل "تحرير"، أو "انقلاب" مقابل "تصحيح"، لا يعبر فقط عن اختلاف في التسمية، بل يُقدّم قراءة جاهزة للحدث، تُعني عن تقديم أدلة تفصيلية أو تحليلات معقدة.

وبذلك، يتحول المصطلح الإعلامي إلى بنية حجاجية مكثفة، تُمارس نوعًا من الإقناع الضمني عبر ما يبدو أنه توصيف بديهي أو محايد، في حين أنه يحمل اختيارات إيديولوجية محددة.

وهذا ما يمنح الخطاب الإعلامي قدرة على التأثير السريع في الرأي العام، من خلال تبسيط الواقع وإعادة تنظيمه ضمن سردية قابلة للتداول والتصديق.

وعليه، فإن أبعاد الحجاج الثلاثة—الباثوس، والإثوس، واللوغوس—تتجسد بوضوح داخل المصطلح الإعلامي السياسي، مما يجعله أداة مركزية في تشكيل الرأي العام، ليس فقط عبر ما يقوله، بل عبر الطريقة التي يُقدّم بها، والسياق الذي يُستخدم فيه، والجهة التي تتبناه داخل الفضاء الإعلامي.

5. 1 المصطلح وصناعة القبول أو الرفض

يؤدي هذا التكتيف الحجاجي إلى إكساب المصطلح قدرة على صناعة التوافق أو المعارضة داخل الرأي العام. فالمتلقي الذي يسمع مصطلحاً ذا حمولة إيجابية يميل تلقائياً إلى منح الفاعل شرعية أخلاقية وقانونية، في حين تؤدي الحمولة السلبية إلى نزع الشرعية عنه. ومن هنا، تشكّل المصطلحات جزءاً من "المخزون الحجاجي" الذي يُستخدم في إدارة الصراع الرمزي والإعلامي.

وبذلك، تغدو المصطلحات الإعلامية السياسية أدوات استراتيجية في بناء الرأي العام، لأنها لا تنتقل الواقع فقط، بل تعيد تشكيله. فالمصطلح ليس مرآة للحدث، بل عدسة تحدد كيفية رؤيته وتفسيره وتقييمه، وهو ما يجعل دوره محورياً في تحليل الخطاب الإعلامي السياسي.

5. 2 موقع المصطلح الإعلامي السياسي كمحور مركزي في الأطروحة

يمثل اختيار المصطلح محوراً لهذه الأطروحة خياراً منهجياً واعياً، نابعاً من الأهمية الاستثنائية التي يحتلها المصطلح داخل بنية الخطاب الإعلامي السياسي. فالمصطلح ليس مجرد عنصر لغوي محايد، بل هو نقطة التقاء بين اللغة والإيديولوجيا والتداول السياسي، الأمر الذي يجعله مدخلاً تحليلياً قادراً على تفكيك الخطاب الإعلامي من الداخل وفهم آليات اشتغاله وتأثيره في الرأي العام. وبذلك، فإن المصطلح يمارس . كما يشير (Fairclough 1995) . سلطة رمزية من خلال دوره في إعادة تشكيل الواقع عبر التعبير اللغوي.

❖ المصطلح بوصفه نقطة تقاطع بين اللغة والسياسة والإيديولوجيا

يُعدّ المصطلح إحدى الوحدات اللغوية الأكثر حساسية للمتغيرات السياسية والاجتماعية؛ فهو يستبطن مواقف سياسية ويُترجم اختيارات تحريرية، ويعكس في الوقت ذاته تموضعات إيديولوجية. ومن هنا، يصبح المصطلح حلقة وصل بين النص والسياق، وبين فاعلية اللغة وطبيعة السلطة. وتشير أعمال (Bourdieu 1991) إلى أنّ من يسيطر على المصطلحات يسيطر على تمثيلات الواقع ذاته، وهو ما يجعل تحليل المصطلح مدخلاً لفهم الصراع الرمزي داخل الإعلام العربي.

❖ قدرة المصطلح على الكشف عن الاستراتيجيات الحجاجية في الإعلام

تحليل المصطلحات لا يكشف فقط اختلاف القنوات، بل يكشف اختلاف طرق بناء المواقف والإقناع. فاختلاف المصطلحات بين قناة الجزيرة وقناة العربية لا يعكس تبايناً لغوياً فقط، بل اختلافاً في:

✓ التأطير الإخباري

✓ الشرعنة أو نزع الشرعية

✓ بناء الموقف السياسي

✓ صناعة السردية

وتوضّح أموسي (2000) أن الحجاج الإعلامي يُبنى من خلال وحدات لغوية تحمل قيماً، وهو ما يجعل المصطلح المفتاح التحليلي الأمثل لرصد هذه القيم داخل الخطاب.

❖ أهمية المصطلح في تحليل القضايا الكبرى في المنطقة العربية

تتضح مركزية المصطلح عند تحليل أحداث مثل:

✓ حرب العراق (احتلال/تحرير/غزو)

✓ الربيع العربي (ثورة/فوضى)

✓ فلسطين (مقاومة/مليشيات)

✓ سوريا (نظام/نظام قمعي)

✓ داعش (داعش/تنظيم الدولة)

فهذه المصطلحات ليست مجرد تسميات، بل تمثل بناءً سرديًا كاملاً يوجّه المتلقي نحو مواقف محددة.

❖ المصطلح كمدخل لتقييم تأثير الإعلام في تشكيل الرأي العام

لأن المصطلح يؤثر في الإدراك، فهو يؤثر في الرأي العام. فالمتلقي لا يتعامل مع الحدث مباشرة، بل مع الحدث كما تمت تسميته وتأطيره. بذلك، يصبح تحليل المصطلح المدخل الأكثر فعالية لفهم:

✓ كيف يُبنى الرأي العام؟

✓ كيف تُصاغ المواقف الجماهيرية؟

✓ كيف يتشكل التمثيل السياسي داخل الخطاب الإعلامي؟

5. 3 وظائف المصطلح السياسي

يؤدي المصطلح السياسي جملة من الوظائف المحورية داخل الخطاب السياسي والفكري، يتجاوز من خلالها الدور التسموي البسيط نحو التأطير المفاهيمي وإنتاج المعنى. فهو أولاً وظيفة توصيفية، مفاهيمية تعمل على ضبط المفاهيم وتجريدها وتحديد طبيعتها داخل الحقل السياسي، مثل مفاهيم الشرعية، السيادة، السلطة، الثورة. ويرى (2013) Heywood أن المصطلح السياسي يوفر إطاراً معرفياً يساعد على فهم العلاقات السياسية وتفسيرها وفق بنية مفاهيمية مشتركة بين الباحثين وصنّاع القرار. أمّا وظيفته التفسيرية، فتكمن في قدرته على

تقديم قراءات مختلفة للحدث، وإتاحته أدوات منهجية لتأويل الظواهر السياسية المعقدة، ما يجعله جزءاً أساسياً من تحليل السياسات وصياغة القرارات.

من ناحية أخرى، يقوم المصطلح السياسي بوظيفة تصنيفية، تقويمية، إذ يصنّف الفاعلين والممارسات وفق مرجعيات معيارية، فمصطلحات مثل معارضة أو نظام أو احتلال لا تنقل معنى فقط، بل تحدد موقع الفاعل ضمن الحقل السياسي. وهنا يبرز البعد الرمزي للمصطلح، حيث يؤكد بورديو (1991) أن المصطلح ليس مجرد أداة للإحالة، وإنما "رأس مال رمزي" يمارس سلطة عبر إنتاج الشرعية أو نزعها. كما يضطلع المصطلح السياسي بوظيفة إصطلاحية، تواصلية، إذ يسمح بخلق لغة مشتركة بين الفاعلين السياسيين، ويُعدّ أداة للخطاب الأكاديمي والإعلامي على حد سواء، بما يضمن قابلية التداول والفهم المشترك داخل المجال العمومي.

وتضاف إلى ذلك وظيفة إيديولوجية، رمزية تتجلى في قدرة المصطلح على تمثيل توجهات سياسية معينة، وترجمة اختيارات الدولة أو الفاعلين السياسيين، ومن ثمّ يصبح المصطلح أداة للصراع الرمزي، حيث تُستخدم المفردة لتكريس سلطة ما أو تفويض أخرى. فمصطلح "ثورة" مقابل "فوضى" مثلاً يعكس رؤية معينة للحدث لا تنبع من دلالاته القاموسية، بل من خلفيته الإيديولوجية. وأخيراً، يؤدي المصطلح السياسي وظيفة تعبوية، إذ يسهم في توجيه الجمهور ودفعه نحو دعم أو رفض سياسات معينة، خاصة في سياقات التحول السياسي والصراعات الإقليمية.

وبذلك، يتضح أنّ المصطلح السياسي ليس مجرد تسمية أو تعريف، بل هو أداة معرفية ورمزية تؤدي وظائف علمية وتواصلية وإيديولوجية، وتشكّل إحدى أهم أدوات فهم وتحليل المجال السياسي، وأحد مرتكزات الخطاب الإعلامي والسياسي في آن واحد.

5.4 علاقة المصطلح السياسي بالسلطة عند بورديو

يضع بيير بورديو اللغة في قلب الممارسة السلطوية، معتبراً أنّ المصطلحات ليست أدوات للتواصل فحسب، بل هي موارد رمزية تُستخدم لإنتاج السلطة وإعادة إنتاجها داخل المجتمع. فبحسب بورديو، لا تُمارس السلطة السياسية فقط عبر القوانين والمؤسسات، بل أيضاً عبر القدرة على تسمية الأشياء وتحديد معانيها في الفضاء العمومي. (Bourdieu, 1991) ومن هذا المنطلق، يصبح المصطلح السياسي أداة استراتيجية تحدد من خلالها الجماعات السياسية ما يجب أن يُفهم باعتباره شرعياً أو لا شرعياً، عادلاً أو ظالماً، ثورة أو فوضى، مقاومة أو إرهاباً.

ويرى بورديو أنّ من يمتلك القدرة على فرض المصطلحات يمتلك القدرة على فرض الرؤية للعالم؛ فالتسمية هنا ليست مجرد فعل لغوي، بل هي فعل سلطوي، إذ يحمل المصطلح في ذاته سلطة تعريفية تؤثر على الإدراك الجماعي. ولهذا يؤكد بورديو أنّ الصراع السياسي لا يدور فقط حول الموارد المادية، بل أيضاً حول "الرأسمال الرمزي"، وهو القدرة على التحكم في المفردات والخطابات التي تُستخدم لتأطير الواقع. فالمصطلح السياسي يمكن أن يشرعن سلطة ما، أو يقوّض أخرى عبر إعادة صياغة صور الفاعلين والأحداث داخل المخيال الجماعي.

وقد لقي هذا التصور امتدادًا في الأدبيات العربية المعاصرة، حيث أشار عدد من الباحثين إلى أن اللغة السياسية في الإعلام العربي لم تعد محايدة، بل أصبحت جزءًا من آليات الصراع على المعنى والهيمنة الرمزية. ففي هذا السياق، يؤكد عبد السلام المسدي أن الخطاب السياسي العربي يقوم على توظيف المصطلح بوصفه أداة حجاجية تسعى إلى التأثير في المتلقي وتوجيه وعيه، وليس مجرد وسيلة لوصف الواقع (المسدي، 2006). كما يذهب محمد عابد الجابري إلى أن اللغة السياسية تُسهم في تشكيل البنية الذهنية للجمهور، من خلال ما تحمله من حمولات إيديولوجية تعكس تموقع الفاعلين داخل المجال السياسي (الجابري، 1991).

وفي السياق نفسه، يشير حسن عماد مكايي إلى أن وسائل الإعلام لا تنقل الواقع كما هو، بل تعيد صياغته من خلال اختيار المصطلحات وتحديد الأطر التي يُقدّم من خلالها الحدث، وهو ما يجعل اللغة الإعلامية جزءًا من عملية بناء الواقع الاجتماعي (مكايي، 2009). كما يبرز عبد الله الغدامي دور الخطاب الإعلامي في إنتاج المعنى الثقافي وتكريس أنماط الهيمنة الرمزية، من خلال ما يسميه "النقد الثقافي للخطاب"، حيث تتحول اللغة إلى أداة لإعادة إنتاج السلطة داخل المجتمع (الغدامي، 2000).

وينطبق هذا بوضوح على السياق العربي المعاصر، حيث يتجلى الصراع حول المصطلحات السياسية مثل "الشرعية"، "الثورة"، "الإصلاح"، "الاحتلال"، أو "الإرهاب"؛ فكل طرف يسعى إلى احتكار التسمية، لأن من ينجح في تحديد المصطلح ينجح في تحديد المعنى. وهكذا،

تصبح المعركة على المصطلح معركة على السلطة الرمزية، إذ يُدار الصراع السياسي ليس فقط في ميادين السياسة، وإنما أيضًا في ميادين الخطاب واللغة والإعلام.

ومن هذا المنظور، يمكن القول إن المصطلح السياسي عند بورديو لا يُفهم بوصفه مجرد تمثيل لفظي للواقع، بل بوصفه ممارسة خطابية تُسهم في صناعة الواقع ذاته، عبر منح الشرعية أو نزعها، وإعادة إنتاج العلاقات السلطوية داخل المجتمع. وبالتالي، فإن تحليل المصطلح السياسي في الإعلام لا يقتصر على دراسة الدلالة القاموسية، بل يمتد إلى دراسة السلطة الرمزية التي يمارسها المصطلح على المتلقي، في ضوء الصراع السياسي والإيديولوجي داخل الحقل الإعلامي.

6- نشأة المصطلح الإعلامي

تعود نشأة المصطلح الإعلامي إلى التحولات التاريخية التي شهدتها الإعلام منذ انتقاله من مجرد وسيط ناقل للمعلومات إلى فاعل مركزي في تشكيل الرأي العام وصناعة المعنى. فمع تطور الصحافة المطبوعة خلال القرن التاسع عشر، بدأ الخطاب الإعلامي يعتمد على تبسيط المصطلحات السياسية والاجتماعية وإعادة صياغتها بما يتلاءم مع جمهور واسع، الأمر الذي مهّد لظهور ما يمكن تسميته بـ"المصطلح الإعلامي" بوصفه أداة للتواصل الجماهيري. وفي هذا السياق، يشير بريغز وبورك إلى أنّ تطور وسائل الاتصال ارتبط بإعادة تشكيل اللغة المستخدمة في نقل الأحداث، حيث أصبحت الكلمات تؤدي وظيفة تفسيرية وتأطيرية، لا مجرد

وظيفة وصفية. (Briggs & Burke, 2005)

ومع ظهور الإذاعة ثم التلفزيون في القرن العشرين، اكتسب المصطلح الإعلامي خصائص جديدة فرضتها طبيعة الوسائط السمعية والبصرية، من حيث السرعة والاختزال والقدرة على التأثير المباشر. فقد أصبحت اللغة الإعلامية أكثر كثيفاً، وأشد ارتباطاً بوظيفة التعبئة والتأثير، وهو ما جعل المصطلح أداة مركزية في بناء الرسائل الإعلامية الموجهة للجمهور. ويؤكد حسن عماد مكاوي أنّ تطور وسائل الإعلام ارتبط بتحول في طبيعة الخطاب من نقل الخبر إلى إعادة صياغته ضمن قوالب دلالية موجّهة (مكاوي، 2009).

وقد تعمّق هذا التحول بشكل لافت خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية، حين تحولت المصطلحات إلى أدوات دعائية ضمن استراتيجيات الاتصال السياسي، حيث تم توظيف ألفاظ مثل "العدوان" و"التحرير" و"الجبهة الداخلية" بهدف تعبئة الرأي العام وتوجيهه. وفي هذا الإطار، لم يعد المصطلح مجرد توصيف للواقع، بل أصبح أداة لإعادة بنائه ضمن خطاب إيديولوجي يخدم أهدافاً سياسية محددة، وهو ما تؤكد دراسات الدعاية والحرب النفسية التي ترى أن اللغة تشكّل أحد أهم أدوات التأثير الجماهيري.

ومع نهاية القرن العشرين وبروز الإعلام الفضائي، دخل المصطلح الإعلامي مرحلة جديدة اتسمت بالعولمة، حيث لم تعد المصطلحات حبيسة السياقات المحلية، بل أصبحت تنتقل عبر الحدود وتتداول بين أنظمة إعلامية مختلفة. وقد انعكس ذلك بوضوح في انتقال مصطلحات من الإعلام الغربي إلى الإعلام العربي، خاصة في تغطية الحروب والأزمات، مثل مصطلح

"الصدمة والترويع" خلال غزو العراق سنة 2003، وهو ما يعكس تداخل الحقول الإعلامية وتوحد الأجندات الخطابية في بعض القضايا الدولية.

أما مع الثورة الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي، فقد شهد المصطلح الإعلامي تحولاً نوعياً يتمثل في انتقاله من الإنتاج المؤسسي إلى الإنتاج التفاعلي، حيث لم تعد المؤسسات الإعلامية هي الجهة الوحيدة المنتجة للمصطلحات، بل أصبح الجمهور نفسه فاعلاً في إنتاجها وتداولها. فقد ظهرت مصطلحات مثل "الربيع العربي" و"الثورة المضادة" و"الفوضى الخلاقة" و"الميلونية" و"ميدان التحرير" في سياق تفاعلي مرتبط بالأحداث، قبل أن تتبناها وسائل الإعلام وتعيد توظيفها ضمن خطابها. وفي هذا الإطار، يشير فيركلاف إلى أنّ الخطاب الإعلامي المعاصر يشهد تداخلاً متزايداً بين الإعلام والسياسة، حيث تُنتج المصطلحات ضمن صراع مستمر على المعنى داخل الفضاء العمومي. (Fairclough, 1995)

وعلى الصعيد العربي، تتجلى ملامح نشأة المصطلح الإعلامي بوضوح في تغطية الأحداث المفصلية، مثل حرب لبنان 2006، والحروب على غزة، ثم موجة الربيع العربي، حيث برزت مصطلحات مثل "ثوار"، "متظاهرون"، "مخربون"، "شهيد"، "قتيل" و"احتلال" و"قصاص". ولم تكن هذه المصطلحات محايدة، بل حملت شحنات تقييمية تعكس توجهات تحريرية وإيديولوجية، وهو ما يدل على أن الإعلام العربي لم يعد مجرد ناقل للحدث، بل أصبح منتجاً للمعنى ومشاركاً في تشكيله (عبد الحميد، 2010).

وبذلك، فإن نشأة المصطلح الإعلامي لا يمكن فهمها بوصفها حدثاً لحظياً، بل هي مسار تاريخي تراكمي مرّ بعدة تحولات متداخلة، بدأت بالتبسيط اللغوي في الصحافة المطبوعة، مروراً بالتوظيف الدعائي في سياق الحروب، وصولاً إلى العولمة الإعلامية، وانتهاءً بالإنتاج التفاعلي في البيئة الرقمية. ومن ثمّ، فإن المصطلح الإعلامي المعاصر يُعدّ نتاجاً لتفاعل معقد بين التطور التكنولوجي، والتحوّلات السياسية، والبُنى الثقافية والاجتماعية، وهو ما يجعله أداة تحليلية أساسية لفهم الخطاب الإعلامي في سياقاته المختلفة.

7- التبسيط - التأطير - التحوير الدلالي بوصفها آليات تشكّل المصطلح

الإعلامي السياسي

يخضع المصطلح الإعلامي السياسي لعمليات لغوية-خطابية معقدة تعيد تشكيل دلالاته الوصفية من أجل توظيفه في سياق حجاجي وتداولي. وتعدّ عمليات التبسيط، التأطير، والتحوير الدلالي من أبرز الأدوات التي يلجأ إليها الإعلام في عملية تحويل المصطلح من معنى أكاديمي محايد إلى أداة إقناعية وذات حمولة قيمية.

أولاً: التبسيط (Simplification)

يتسم المصطلح الإعلامي بضرورة أن يكون قابلاً للتداول الجماهيري، وهو ما يفرض عملية تبسيط دلالية ومعرفية، تُختزل من خلالها المفاهيم المعقدة في صيغ لغوية قصيرة ومباشرة. فبدل استخدام مفاهيم مثل العنف السياسي المنظم أو المقاومة المسلحة، يختزل

الإعلام هذه المفاهيم في مصطلحات مثل إرهاب أو مقاومة، وهي مصطلحات تحمل دلالة قيمة واضحة يسهل التعاطي معها. ويشير Fairclough (1995) إلى أن هذا التبسيط لا ينفصل عن وظيفة الإعلام في مخاطبة جمهور واسع، مما يجعل المصطلح أكثر فاعلية في صناعة المواقف، وإن كان ذلك على حساب الدقة العلمية. وهكذا يتحول المصطلح من أداة تحليلية إلى أداة تعبئة.

ثانيًا: التأطير (Framing)

يمثل التأطير عملية إعادة تقديم الحدث السياسي داخل بنية خطابية معينة تحدد ما يجب إبرازه وما يجب إخفاؤه. وقد أوضح Entman (1993) أن التأطير ليس مجرد وصف للحدث، بل عملية انتقائية تُبنى من خلالها السرديات. فعندما يُستخدم مصطلح تحرير بدل احتلال، فإن الإعلام لا يغير الكلمة فقط، بل يغير أيضًا زاوية النظر، ويحدد الفاعل الأخلاقي في الحدث. وبهذا يصبح التأطير خطوة أساسية في بناء المصطلح الإعلامي، حيث تتحول المفردة إلى أداة لتوجيه الإدراك، وتحديد المسؤولية، وإعادة تعريف العلاقات السياسية. ومن ثم فإن التأطير يعكس رؤية القناة الإعلامية ومرجعيتها الأيديولوجية.

ثالثًا: التحوير الدلالي (Semantic Shift)

لا يقتصر التغيير في المصطلح على مستوى التأطير، بل يمتد إلى تغيير دلالاته ذاتها. فالتحوير الدلالي هو عملية نقل المصطلح من معناه الأصلي إلى معنى جديد تراكم عبر

الاستخدام الإعلامي. وقد ظهر هذا في مصطلحات مثل الربيع العربي، التي بدأت كتسمية محايدة نسبياً، ثم اكتسبت دلالات متناقضة مثل الفوضى الخلاقة أو الثورة المضادة وفق الخطاب الإعلامي. ويشير (van Dijk 2006) إلى أن التحوير الدلالي يُستخدم لإعادة بناء التمثيلات الجماعية، بما يجعل المصطلح أداة لإنتاج الهيمنة الرمزية أو مقاومتها. وهكذا يتحول المصطلح إلى وسيلة لصياغة المواقف السياسية لا مجرد نقلها.

التكامل بين العمليات الثلاث

تعمل هذه العمليات الثلاث بصورة متكاملة:

✓ التبسيط يجعل المصطلح قابلاً للتداول.

✓ التأطير يمنحه وظيفة تعبيرية-إقناعية.

✓ التحوير الدلالي يجعله يحمل معنى تقييماً جديداً.

وينتج عن هذا التكامل انتقال المصطلح من كونه عنصراً لغوياً إلى كونه أداة سياسية وإعلامية ذات القدرة على التأثير في الإدراك الجماعي، وتوجيه الرأي العام، وصناعة الشرعية أو نزعها.

أمثلة تطبيقية

مصطلح إعلامي	مصطلح سياسي	الحدث
تحرير	احتلال	غزو العراق
مليشيات	مقاومة	انتفاضة فلسطين

مؤامرة	احتجاج	الربيع العربي
شهيد	قتيل	مقتل مدني

يُظهر الجدول كيف تتداخل العمليات الثلاث في إنشاء معانٍ متعارضة.

8- المصطلح الإعلامي السياسي — مفهوم تداولي حاجي

يُمثل المصطلح الإعلامي السياسي أحد أبرز أدوات تشكيل الخطاب داخل وسائل الإعلام، إذ يتجاوز الدور الوصفي نحو الدور التداولي والحاجي، من خلال توظيف اللغة لإنتاج المعنى وتوجيه الإدراك وصياغة المواقف السياسية. فالمصطلحات السياسية داخل وسائل الإعلام ليست وحدات لغوية محايدة؛ بل هي أدوات رمزية تُستخدم ضمن استراتيجية حاجية لتبرير الأحداث أو نزع الشرعية عنها، وصناعة التأثير لدى الجمهور. ومن هذا المنظور، يصبح المصطلح الإعلامي السياسي مفهوماً تداولياً، لأن قيمته لا تقوم على معناه المعجمي فقط، بل على سياق الاستعمال والمقاصد الاتصالية التي يتضمنها الخطاب.

وحدة لغوية ذات حمولة دلالية وإيديولوجية تُستخدم في الخطاب الإعلامي لتأطير حدث سياسي أو فاعل معين، بهدف التأثير في المتلقي عبر دمج البعد الوصفي بالبعد الإقناعي.

يمكن صياغة تعريف إجرائي للمصطلح الإعلامي السياسي بوصفه:

وفق هذا التعريف، لا يُعدّ المصطلح مجرد تسمية للأشياء، بل جزءًا من استراتيجية خطابية—
تداولية تحوّل اللغة إلى فاعل في صناعة الشرعية أو تقويضها. ويؤكد (Fairclough 1995)
أن المصطلحات الإعلامية تمثل تجليات واضحة لممارسة السلطة الرمزية داخل الخطاب.

ثانيًا: الطابع التداولي للمصطلح السياسي

يرتكز الطابع التداولي للمصطلح الإعلامي السياسي على ثلاثة أبعاد رئيسية:

❖ السياق

المعنى يتحدد بناءً على الظروف الاتصالية والسياسية المصاحبة لخطاب الإعلام.
فمصطلح “تحرير” مثلاً يكتسب دلالة إيجابية في خطابٍ ما، بينما يكتسب مصطلح “احتلال”
دلالة معاكسة في خطاب آخر.

❖ المقاصد الاتصالية

وفق سيرل (1979)، فإن الملفوظات ليست أدوات نقل للواقع فقط، وإنما أفعال لغوية ذات
قصدية.

فالمصطلحات الإعلامية قد تعبّر عن:

✓ التبرير

✓ الإدانة

✓ التعبئة

✓ نزع الشرعية

✓ أو منحها

❖ الضمنيات والإيحاءات

كما يرى غرايس (1975)، فإن جزءاً مهماً من المعنى ينتج من الضمنيات.

فمصطلح مثل "شهير" مثلاً يفترض ضمناً شرعية سياسية وأخلاقية للفاعل.

بذلك يصبح المصطلح الإعلامي السياسي ممارسة تداولية بامتياز.

8.2 البعد الحجاجي للمصطلح الإعلامي السياسي

يرتبط المصطلح الإعلامي السياسي بالحجاج من خلال:

✓ الاستدلال (بيرلمان، 1969): البحث عن المقبولية لدى الجمهور

✓ التوجيه (أموسي، 2000): توجيه إدراك المتلقي نحو موقف ما

✓ التقييم (دوكرو، 1984): تضمين الحكم داخل المفردة

✓ الشرعنة ونزع الشرعية: (van Leeuwen, 2007) خلق شرعية لغوية للأحداث

فالقول "مقاومة" vs. "مليشيا" ليس مجرد اختلاف لغوي، بل اختلاف حجاجي يهدف إلى بناء سرديتين متعارضتين.

8.3 المصطلح كأداة للهيمنة الرمزية

يقدم بورديو إطارًا تحليليًا مهمًا لفهم سلطة المصطلح، إذ يرى أن من يمتلك القدرة على

تسمية الأشياء يمتلك القدرة على تحديد الواقع نفسه. (Bourdieu, 1991)

فالمصطلح يصبح جزءًا من الصراع على:

✓ احتكار المعنى

✓ احتكار السرد

✓ احتكار الشرعية

وفي السياق الإعلامي العربي، يظهر هذا الصراع جليًا في مصطلحات مثل:

قناة العربية	قناة الجزيرة
مليشيا	مقاومة
قتيل	شهيد
تحرير	احتلال
ثورة	انقلاب

هذه المقابلات تكشف البعد الحجاجي للمصطلح.

8.4 المصطلح السياسي الإعلامي بين الإقناع والتأثير

وفق (Amossy 2000) ، فإن الحجاج ليس مجرد برهنة، بل إقناع عبر البناء اللغوي.

وبذلك يعمل المصطلح الإعلامي السياسي على:

- ✓ بناء سردية
- ✓ تشكيل موقف
- ✓ تعبئة رأي عام
- ✓ نزع أو منح الشرعية
- ✓ خلق تضاد قيمي

ويتجلى ذلك بوضوح في تغطية الأحداث الكبرى:

غزو العراق 2003 — حرب غزة — الربيع العربي — صعود داعش.

8.5 آليات اشتغال المصطلح الإعلامي السياسي

يتشكل المصطلح عبر آليات ثلاث:

- ✓ التبسيط: إزالة التعقيد المفاهيمي
- ✓ التأطير: إدراج المصطلح ضمن سردية
- ✓ التحوير الدلالي: نقل الدلالة من الحياد إلى التقييم

هذه العمليات تجعل المصطلح أداة تأثير وليست مجرد أداة وصف.

يتضح أنّ المصطلح الإعلامي السياسي ليس مجرد مفردة جامدة، بل ممارسة تداولية حجاجية، تتحكم في بناء المعنى وتوجيه الإدراك. ويتمتع المصطلح بقوة تأثيرية لأنه يشغل موقعاً وسطاً بين اللغة والسياسة والإعلام، ما يجعله عنصراً جوهرياً في فهم الخطاب الإعلامي خلال التحولات الجيوسياسية.

فالتحليل التداولي-الحجاجي للمصطلح يكشف:

✓ التوقعات السياسية للفتنات

✓ تقنيات التأثير في الجمهور

✓ الصراعات الرمزية حول الشرعية

✓ المعاني المضمرّة داخل اللغة

ومن ثم، فإن المصطلح يشكّل مفتاحاً لفهم كيف يُنتج الإعلام العربي الرأي العام والموقف السياسي، لا بوصفه ناقلاً للخبر بل بوصفه صانعاً للمعنى.

6.8 علاقة المصطلح بالسياق

لا يمكن فهم المصطلح الإعلامي السياسي بمعزل عن السياق الذي يُنتج فيه، لأن المعنى في التداولية لا ينشأ من البنية المعجمية للمفردة فقط، بل من الظروف الاتصالية والاجتماعية والسياسية التي تحيط بها. ويؤكد غرايس (Grice, 1975) أن السياق يشكّل

عنصرًا حاسمًا في توليد المعنى؛ إذ تتحدد الدلالات الضمنية للمصطلحات عبر توقعات المتلقي، والعلاقات القائمة بين الأطراف المتخاطبة، والغايات الاتصالية من وراء الخطاب. لذلك، فإن المصطلح السياسي مثل "مقاومة" أو "انقلاب" أو "شرعية" لا يحمل معنى ثابتًا، بل يتغير بتغير السياق الذي يستعمل فيه، سواء كان سياق حرب، أو انتخابات، أو احتجاجات شعبية، أو نزاع دولي.

فالخطاب الإعلامي لا يوظف المصطلح في حالة فراغ، بل ضمن شبكة من الأحداث والسرديات والمرجعيات السياسية، تجعل المصطلح جزءًا من عملية تأطير الواقع لا مجرد وصفه. وهو ما يشير إليه Fairclough (1995) عندما يذهب إلى أن الخطاب الإعلامي يقوم على إعادة بناء الأحداث وفق منظور مؤسساتي يحدد كيفية فهم الجمهور لها. فمصطلح مثل "احتلال" في قناة ما قد يُستبدل بمصطلح "تحرير" في قناة أخرى، رغم أن الحدث واحد، لأن السياق الأيديولوجي والسياسي للقناتين مختلف.

إن السياق إذاً لا يحدد الدلالة فحسب، بل يحدد كذلك الوظيفة الحجاجية للمصطلح. فمصطلح "شهيد"، مثلاً، في سياق المقاومة يضفي شرعية أخلاقية على الفعل، بينما مصطلح "قتيل" في سياق تقارير رسمية يجرد الحدث من رمزيته ويقدمه بوصفه واقعة قانونية أو أمنية. وبذلك، يتحول السياق إلى عنصر مؤسس للدلالة التداولية للمصطلح، لأن المتلقي يستقبل المفردة ليس فقط بوصفها وحدة لغوية، بل بوصفها جزءًا من مخزون رمزي وثقافي تراكمي.

كما يؤكد بيرلمان (1969) أن المصطلح السياسي لا يمكن تحليله بدون استحضار ما يسميه "الفضاء الحجاجي"؛ أي الجمهور المتخيل، والموقف السياسي، والسياق التاريخي. فالمصطلح يعمل داخل شبكة من القيم والتصورات التي يشارك فيها المتلقي. وهذا ما يجعل المصطلح نفسه يتحول إلى أداة للصراع السياسي، حيث تتنافس الخطابات على احتكار تسميته وتحديد مفهومه.

ومن هنا، يصبح السياق ليس محيطاً خارجياً للخطاب، بل عنصراً بنيوياً داخل عملية تشكيل المصطلح، لأن كل خطاب إعلامي يعيد صياغة الواقع من خلال اختياراته المصطلحية، التي تركز بدورها على حسابات أيديولوجية وجمالية وسياسية. وهذا ما يجعل التحليل التداولي للمصطلح غير مكتمل دون تحليل السياق الذي يتولد فيه، لأن المعنى لا يوجد في الكلمات فقط، بل في العلاقات التي تربط الكلمات بالأحداث، وبالمرجعيات الثقافية والاجتماعية التي تمنحها قيمتها التأثيرية والرمزية.

9- دور الإيحاء والتضمين في المصطلح الإعلامي السياسي

يُعدّ الإيحاء والتضمين من أبرز الآليات التداولية التي تمنح المصطلح الإعلامي السياسي قوته التأثيرية داخل الخطاب. فالمعنى في التداولية لا يتوقف عند المستوى المعجمي الظاهر، بل يتجاوزهُ إلى ما يسميه غرايس (Grice, 1975) بـ الضمنيّات، أي ذلك الجزء من المعنى الذي لا يُصرّح به مباشرة، ولكن يُترك للمتلقي ليفهمه ضمناً عبر السياق. ومن هذا المنظور،

يصبح المصطلح السياسي حاملاً لمعنيين: معنى صريح مباشر، ومعنى إيحائي مضمحل يرتبط بالمواقف والقيم والأفكار التي يسعى الخطاب الإعلامي لترسيخها.

فاللغة الإعلامية لا تُستخدم فقط لنقل المعلومات، بل لتوجيه التفكير. فعندما تختار قناة إعلامية مصطلحاً مثل "تحرير" بدل "غزو"، فهي لا تصف الحدث فقط، بل تضعه ضمن إطار أخلاقي معيّن؛ إذ يُوحى "التحرير" بالعدالة والمشروعية والأمل، بينما يُوحى "الغزو" بالعنف وعدم الشرعية والهيمنة. وهكذا، يُسهم الإيحاء في إعادة بناء الواقع عبر اختيار الكلمات ذات الحمولة الدلالية العالية، ما يجعل المصطلح في الإعلام وسيلة لتشكيل الإدراك قبل نقل الحدث.

ويذهب دوكرو (Ducrot, 1984) إلى أنّ الإيحاء جزءٌ من البنية الداخلية للمفردات؛ فالكلمات ليست محايدة، بل تتضمن توجيهاً حاجياً خفياً، يدفع المتلقي نحو موقف ما دون حاجة إلى برهنة صريحة. فمصطلح "مقاومة" مثلاً يتضمن حكماً إيجابياً ضمنياً، بينما مصطلح "مليشيات" يتضمن حكماً سلبياً. وهكذا ينتج الخطاب السياسي تأثيره عبر الإيحاء أكثر من التصريح، وهو ما يجعل المصطلح في الإعلام أداة لتمرير المواقف بشكل غير مباشر.

أما فان ديك (2008)، فيوضح أن اللغة الإعلامية تُنتج ما يسميه "النماذج الذهنية"، أي الصور الذهنية التي يكونها المتلقي حول الفاعلين السياسيين. ويتم بناء هذه الصور عبر التضمين اللغوي أكثر من التصريح؛ إذ تُستعمل المصطلحات لإنتاج قيمة أخلاقية وسياسية

دون إعلانها مباشرة. فمصطلح "انقلاب" لا يصف الحدث فقط، بل يضم حكماً تقويمياً يجرده من الشرعية، بينما مصطلح "انتفاضة" يضم قيم المقاومة والتغيير الشعبي.

وبالتالي، فإن دور الإيحاء والتضمين في المصطلح الإعلامي السياسي يتجاوز التعريف اللغوي إلى إنتاج موقف، وتوجيه الانفعال، وتحديد المتخيل السياسي. فالكلمة لا تحمل معنى فحسب، بل توطر الحدث وتبرره أو تنتزع شرعيته عبر البعد الضمني. وهو ما يجعل التحليل التداولي للمصطلح ضرورياً لفهم الخطاب، خصوصاً في قنوات إعلامية ذات توجهات سياسية مختلفة كالجزيرة والعربية، حيث يلعب الإيحاء دوراً محورياً في بناء الهوية السياسية للمصطلح، وتوجيه الجمهور نحو تأويل معين دون إلزامه بحقيقة صريحة.

10- المصطلح الإعلامي السياسي بوصفه أسلوب هيمنة رمزية

يُمثل المصطلح الإعلامي السياسي أداة فعّالة للهيمنة الرمزية، بالمعنى الذي يناوله بيير بورديو، الذي يرى أن السلطة لا تُمارَس فقط عبر العنف المادي أو القهر المباشر، بل عبر العنف الرمزي الذي يُعاد إنتاجه في اللغة والخطاب. (Bourdieu, 1991) وفي هذا السياق، يصبح المصطلح الإعلامي وسيلة لإعادة تشكيل الإدراك العام للواقع السياسي، عبر فرض أنماط معينة من التفكير والتصنيف دون أن يشعر المتلقي بأنه خاضع لإكراه. فالهيمنة الرمزية لا تُفرض بالقوة، وإنما بالتطبيع؛ بحيث يُصبح ما تقوله وسائل الإعلام صحيحاً بحد ذاته، ويُتلقى المصطلح باعتباره توصيفاً موضوعياً لا خياراً أيديولوجياً.

وتتجلى هذه الهيمنة الرمزية في قدرة القنوات الإعلامية على إنتاج وتداول مصطلحات من قبيل "الشرعية"، "الإرهاب"، "الانقلاب"، "المعارضة"، "المقاومة"، "المليشيات"، حيث تُستخدم هذه المصطلحات لتحديد من يمتلك الحق ومن يُجرّم، من يُقدّم كفاعل مشروع ومن يُقدّم كخارج عن القانون. وبذلك، لا يكتفي المصطلح بوصف الواقع، بل يعيد بناءه وفق رؤية المؤسسة الإعلامية. فعلى سبيل المثال، عندما تُطلق قناة ما على حدث سياسي معيّن مصطلح "ثورة"، فهي تمنحه معنى إيجابياً يرتبط بالتغيير والإرادة الشعبية. أمّا عندما تصفه بـ "قوضى"، فإنها تنتزع منه شرعيته وتُقدّمه باعتباره تهديدًا للأمن والاستقرار.

ويقدّم بورديو تفسيرًا جوهريًا لهذه الظاهرة حين يربط بين اللغة والسلطة، معتبرًا أن المؤسسات تمتلك القدرة على فرض تسميات معينة واكتساب شرعية تداولها داخل الحقل السياسي. فالهيمنة الرمزية تُمارس عبر الاعتراف لا القسر؛ إذ يقتنع الأفراد بالمصطلحات المتداولة لأن وسائل الإعلام تمتلك "الرأسمال الرمزي" الذي يُضفي الشرعية على خطابها. وبالتالي، فإن القنوات الإعلامية لا تكتفي بنقل المضامين، بل تمارس سلطة تسمية الأحداث والفاعلين، وهي سلطة تُعدّ - وفق بورديو - من أخطر أشكال السيطرة لأنها غير مرئية وغير مُعترف بها كسيطرة. وتتجلى خطورة هذه الهيمنة الرمزية في قدرتها على خلق اتفاق ضمني حول دلالة المصطلح. فمصطلح "شهيد" في خطاب قناة ما يمكن أن يُؤطر الحدث ضمن قيم التضحية والمشروعية، بينما مصطلح "قتيل" في قناة أخرى يوحي بالحياد أو النزاع الأخلاقي للحدث. وهكذا تتحول المفردات إلى أدوات للصراع الرمزي بين الخطابات، حيث يسعى كل فاعل إلى فرض رؤيته

عبر المصطلح. ويتعزّز هذا الصراع في السياقات السياسية الحساسة مثل الحروب، الفتن الطائفية، الصراعات الإقليمية، حيث تصبح التسمية معركة لا تقل أهمية عن الحدث نفسه. ويؤكد ذلك أن المصطلح الإعلامي ليس مجرد علامة لغوية، بل هو أداة نفوذ تُستخدم لتوجيه الرأي العام وتشكيل الوعي وتثبيت الشرعية أو نزعها. وبذلك، يغدو المصطلح جزءًا من منظومة العنف الرمزي التي تُعيد إنتاج التراتبية السياسية داخل المجتمع، وتدعم رؤية معينة للعالم، مع إخفاء علاقات القوة الكامنة وراءها.

11- دور المصطلح الإعلامي السياسي في تشكيل المواقف الجماهيرية

يُعدّ المصطلح الإعلامي السياسي من أبرز الأدوات التي تُسهم في تشكيل المواقف الجماهيرية، نظرًا لقدرته على توجيه الإدراك وتحديد زاوية النظر إلى الأحداث السياسية. فاللغة ليست انعكاسًا محايدًا للواقع، بل إطارًا معرفيًا يُعيد تشكيله ويمنحه معنى جديدًا، وهو ما أكدته دراسات علم النفس الاجتماعي ونظريات الاتصال السياسي التي ربطت بين اختيار المفردات وبين تكوين الاتجاهات والمواقف لدى الجمهور. وفي هذا السياق، يشير George Lakoff (2004) إلى أنّ الكلمات تُبنى داخل "أطر مفاهيمية Frame" تؤثر في طريقة فهم المتلقي للحدث السياسي؛ فمصطلح مثل "تحرير" يفعل إطارًا إيجابيًا يرتبط بالاستقلال والحرية، بينما مصطلح "غزو" يفعل إطارًا سلبيًا يرتبط بالعدوان والهيمنة.

وتنعكس أهمية المصطلح في تشكيل الاتجاهات الجماهيرية من خلال آليتين أساسيتين:

الأولى هي التحفيز العاطفي؛ حيث تُسهم المفردة المحملة بدلالات وجدانية في انسياق الجمهور نحو موقف معين دون إدراك واعٍ لعملية التأثير. فعلى سبيل المثال، تُعدّ مفردات مثل "شهير"، "مقاومة"، "ثوار"، من المصطلحات التي تستدعي قيم التضحية والبطولة، وهو ما يُعزز موقفًا إيجابيًا من الفاعل السياسي المرتبط بها. أما مفردات مثل "انقلاب"، "مليشيات"، "إرهاب"، فتتزعج الشرعية وتُنتج موقفًا سلبيًا من الفاعل الآخر. والثانية هي التحليل التقييمي أو ما يسمى بـ evaluative meaning حيث يحمل المصطلح حكمًا ضمنيًا يُقدّم تقييمًا للأحداث، ما يجعل الجمهور يميل لاتخاذ موقف متوافق مع هذا التقييم.

وتُظهر دراسات الحجاج والإقناع (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1969) أن الخطاب الإعلامي لا يفرض رأيًا على الجمهور، بل يبني قابلية اجتماعية له، عبر اختيار المصطلحات التي تتماشى مع توقعات الجمهور ومرجعياته. وهذا ما يجعل تأثير المصطلح الإعلامي أكثر ديمومة من التأثير المباشر، لأنه يعمل من داخل المنظومة القيمية للمجتمع، لا من خارجها. فعندما يُقدّم حدث سياسي بوصفه "ثورة شعبية" تتشكل لدى الجمهور مواقف داعمة تتأسس على قيم العدالة والتحرر. بينما حين يُقدّم بوصفه "تمردًا مسلحًا"، فإن الموقف الجماهيري ينتقل إلى موقع الرفض والإدانة.

وتؤكد دراسات الاتصال السياسي مثل أعمال (McCombs & Shaw 1972) الخاصة بنظرية وضع الأجندة Agenda Setting أن الإعلام لا يخبر الجمهور بما يفكر فيه فقط،

بل بما يجب أن يفكر فيه. ويأتي المصطلح هنا ليحدد كيف يجب التفكير، وليس فقط ما يجب التفكير فيه. وهذا ما يجعل المصطلح أداة لا تُحدد الموضوعات فحسب، بل توجه زاوية النظر إليها، وتبني اتجاهات جماهيرية متباينة تجاه الفاعلين السياسيين.

ويتعاضد دور المصطلح في تشكيل المواقف الجماهيرية في سياقات الصراع والأزمات، حيث تتداخل العوامل العاطفية مع التحليل العقلاني. فمصطلح "مقاومة" من شأنه أن يحفز الشعور بالكرامة والعدل والتضحية، بينما مصطلح "مليشيات" يدفع الجمهور نحو التوجس والخوف والرفض. وهكذا تتحول المفردة إلى جهاز حجاجي قادر على صناعة مواقف جماهيرية تدعم سياسات معينة أو تعارضها.

وبناء على ما سبق، يمكن القول إن المصطلح الإعلامي السياسي لا يكتفي بوصف الأحداث، بل يلعب دورًا تكوينيًا في تشكيل وعي الجمهور وانحيازاته، ويُعد جزءًا من منظومة التأثير الإعلامي التي تحدد اتجاهات الرأي العام، وتعيد إنتاج الشرعية السياسية، وتدعم أو تُقوّض المواقف الحاكمة.

يشكل المصطلح الإعلامي السياسي محور هذه الأطروحة لأنه يُمثّل البنية اللغوية الأكثر تأثيرًا في تشكيل الخطاب الإعلامي وصناعة المعنى داخل المجال العمومي العربي. فالمصطلح ليس مجرد مفردة تُستخدم في تغطية الحدث السياسي، بل هو أداة تمثيل رمزي تختزل موقف المؤسسة الإعلامية، وتترجم مرجعيتها الإيديولوجية، وتوجّه الإدراك الجماهيري نحو قراءة محدّدة للواقع. ومن هذا المنطلق، فإنّ تحليل المصطلح يمكن الباحث من فهم البنية

العميقة للخطاب الإعلامي، لأنه يكشف عن المقاصد الاتصالية والإستراتيجيات الحجاجية والتأطيرات الدلالية التي تخدم أهدافاً سياسية وأمنية وثقافية.

وتبرز أهمية المصطلح بوصفه محوراً للأطروحة في كونه يمثل نقطة التقاء بين ثلاثة مستويات تحليلية: مستوى اللغة (العلامة والدلالة)، ومستوى التداول (السياق والاستخدام)، ومستوى التأثير (التوجيه والإقناع). فعندما تصف قناة حدثاً معيناً باستخدام كلمة "احتلال"، فإن المعنى لا يبقى في حدود الوصف اللغوي، بل يمتد إلى بناء موقف جماهيري يدين الحدث ويجرمه. أما حين يُستبدل المصطلح بـ"تحرير"، فإن المعنى يأخذ اتجاهاً معاكساً تماماً، ما يجعل المصطلح أداة حجاجية قادرة على قلب دلالات الحدث ذاته. ومن هنا، يصبح تحليل المصطلح مدخلاً لفهم آليات تشكيل الرأي العام والشرعية السياسية في الإعلام العربي.

وتتضاعف أهمية المصطلح السياسي في السياق العربي خاصة في ظل التحولات الكبرى التي شهدتها المنطقة بين 2003 و2014، من غزو العراق إلى الربيع العربي وصعود الحركات المسلحة، حيث لم تكن المصطلحات مجرد مفردات تصف عالم السياسة، بل كانت جزءاً من صناعة السرديات الكبرى حول المقاومة، الإرهاب، الشرعية، الثورة، والاحتلال. وهو ما يؤكد van Dijk (2006) حين يرى أن المصطلح يُعدّ تمثيلاً معرفياً وإيديولوجياً للواقع، وأن اللغة تُستخدم لإنتاج الهيمنة الرمزية وبناء سلطة الخطاب.

كما أنّ اختيار المصطلح يمثل مدخلاً مثاليًا للكشف عن التباينات بين الخطاب الإعلامي العربي ذاته، وبشكل خاص بين قناتي الجزيرة والعربية اللتين مثّلتا اتجاهين سياسيين وإعلاميين

مختلفين. فمصطلحات مثل: مقاومة / مليشيات، انقلاب / ثورة، تحرير / غزو، ليست اختلافات لغوية فحسب، بل انعكاسات لمواقف سياسية متعارضة. وبالتالي، فإن تحليل المصطلح يسمح بفهم الاختلافات الخطابية بين المؤسستين الإعلاميتين، وتبيان كيفية توظيف اللغة لبناء الشرعية أو نزعها، وتوجيه المتلقي نحو موقف سياسي معيّن.

وتأسيساً على ذلك، فإن المصطلح الإعلامي السياسي يمثل محور الأطروحة لأنه يجمع بين السمة اللغوية والسمة الاتصالية والسمة الإيديولوجية، ويقدم إطاراً تحليلياً قادراً على تفسير العلاقة بين الإعلام والسلطة والجمهور. وبذلك تغدو دراسة المصطلح ليست فقط دراسة لغوية، بل مدخلاً لفهم بنية السلطة الرمزية في الإعلام العربي، واستراتيجيات التأثير الجماهيري في سياقات الصراع والتحوّل السياسي.



الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي:

تمهيد

- 1- تقديم عينة الدراسة
- 2- التعريف بالقناتين محل الدراسة
- 3- الجانب الاجرائي التطبيقي
- 4- عينة الدراسة وإجراءات بناء المادة التحليلية
- 5- المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية حرب العراق (2003-2007)
- 6- المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية ثورات الربيع العربي (2011-2013)
- 7- المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية صعود تنظيم داعش (2014-2019)
- 8- المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية الحروب على قطاع غزة (2014-2008)
- 9- الجدول التركيبي المقارن
- 10- مصفوفة تحليل المصطلح الإعلامي
- 11- الرسم البياني لتطور المصطلح الإعلامي السياسي
- 12- النتائج العامة للدراسة
- 13- توصيات الدراسة

تمهيد :

يهدف هذا الفصل إلى تنزيل الإطار المنهجي المعتمد في الدراسة على المادة الإعلامية المختارة، من خلال تحليل المصطلح الإعلامي السياسي بوصفه وحدة تحليل مركزية للكشف عن آليات اشتغاله داخل الخطاب الإعلامي. وينطلق هذا التحليل من فرضية أساسية مفادها أن المصطلح لا يؤدي وظيفة وصفية محايدة، بل يضطلع بدور تداولي وحجائي يسهم في بناء المعنى وتأطير الأحداث السياسية.

وفي هذا السياق، يتم تناول عينة من التغطيات الإعلامية لقناتي الجزيرة والعربية خلال الفترة الزمنية المحددة، اعتمادًا على مقارنة تحليلية تجمع بين البعد التداولي والبعد الحجائي، بما يسمح بفهم كيفية توظيف المصطلحات في إنتاج الدلالات وتوجيه إدراك المتلقي.

كما يسعى هذا الفصل إلى اختبار الفرضيات المطروحة، من خلال تفكيك البنية الدلالية والتداولية للمصطلحات الإعلامية، ورصد الفروق في استخدامها بين القناتين، بما يعكس اختلافات في المقاربات التحريرية والخلفيات الإيديولوجية. وبناءً على ذلك، سيتم عرض نتائج التحليل في شكل جداول تفسيرية مدعمة بقراءة كيفية تكشف عن الوظائف الاتصالية للمصطلح داخل الخطاب الإعلامي.

1- تقديم عينة الدراسة

تتكون عينة الدراسة من مجموعة من المواد الإعلامية المنتقاة من قناتي الجزيرة والعربية، وذلك خلال فترة زمنية تمتد من 2003 إلى 2014، وهي فترة تميزت بتحويلات سياسية كبرى على المستويين الإقليمي والدولي، بدءًا من حرب العراق، مرورًا بأحداث الربيع العربي، وصولًا إلى التحويلات المرتبطة بصعود التنظيمات المسلحة وتغير طبيعة الصراعات في المنطقة.

وقد تم اختيار هذه العينة وفق معيار حضور المصطلحات الإعلامية السياسية ذات الحمولة التداولية والحجاجية، بما يسمح بتحليل كيفية توظيفها داخل الخطاب الإعلامي في سياقات مختلفة. وبلغ حجم العينة الإجمالي (30) مادة إعلامية، موزعة بالتساوي بين القناتين، بما يضمن قدرًا من التوازن في التحليل والمقارنة.

وتشمل هذه المواد نشرات إخبارية وبرامج تحليلية، تم انتقاؤها بطريقة قصدية (Purposive Sampling)، نظرًا لارتباطها المباشر بموضوع الدراسة، واحتوائها على كثافة دلالية للمصطلحات محل التحليل. كما يتيح هذا الامتداد الزمني الطويل تتبع تطور استخدام المصطلح الإعلامي السياسي وتحولاته في ضوء تغير السياقات السياسية والإعلامية.

2- التعريف بالقناتين محل الدراسة

أ. قناة الجزيرة

تُعَدّ قناة الجزيرة واحدة من أبرز المؤسسات الإعلامية في العالم العربي، حيث تأسست سنة 1996 في الدوحة بدولة قطر، في سياق تحولات عميقة شهدتها المجال الإعلامي العربي مع بداية الانتقال من الإعلام الحكومي التقليدي إلى الإعلام الفضائي العابر للحدود. وقد ساهمت القناة منذ انطلاقتها في إحداث نقلة نوعية في طبيعة الخطاب الإعلامي، من خلال تبني نموذج القنوات الإخبارية المتخصصة التي تقدم تغطية إخبارية وتحليلية على مدار الساعة، مع التركيز على القضايا السياسية ذات البعد الإقليمي والدولي. (Seib, 2005)

وقد اكتسبت الجزيرة حضوراً واسعاً وتأثيراً ملحوظاً في الفضاء الإعلامي العربي والدولي، بفضل تغطياتها المكثفة للأحداث السياسية الكبرى، مثل الحرب في أفغانستان (2001)، وحرب العراق (2003)، وثورات الربيع العربي (2011)، حيث اعتمدت أسلوباً إعلامياً يقوم على تكثيف التغطية الميدانية والانفتاح على الفاعلين السياسيين المختلفين، مما أسهم في تعزيز دورها كفاعل إعلامي مؤثر في تشكيل الرأي العام. (Lynch, 2006)

كما تميز الخطاب الإعلامي للقناة بإعطاء مساحة واسعة للنقاش السياسي، من خلال استضافة أطراف متعددة ومتعارضة، وهو ما جعلها تُقدّم في كثير من الأدبيات بوصفها نموذجاً لـ "الإعلام التعددي" في السياق العربي، رغم ما يثار حولها من نقاشات تتعلق بخلفياتها السياسية وتأثيرها في أجندة التغطية. (Miles, 2005)

وفي هذا السياق، يُلاحظ أن الخطاب الإعلامي للجزيرة يوظف في كثير من الأحيان مصطلحات ذات حمولة تقويمية واضحة في توصيف الأحداث السياسية، مثل استخدام مفاهيم

"الاحتلال" أو "المقاومة" أو "العدوان"، وهو ما يعكس حضور البعد التداولي في اختيار المصطلح، باعتباره أداة لتوجيه المعنى وتأطير الحدث داخل سياق دلالي معين. ومن ثم، يشكل تحليل خطاب الجزيرة مدخلاً أساسياً لفهم الوظائف التداولية والحجاجية للمصطلح الإعلامي السياسي، في ظل ارتباطه بإنتاج المواقف وبناء السرديات الإعلامية (Fairclough, 1995).

ب. قناة العربية

تُعدّ قناة العربية من أبرز القنوات الإخبارية العربية التي ظهرت في مطلع الألفية الثالثة، حيث انطلقت سنة 2003 في إمارة دبي بالإمارات العربية المتحدة قبل أن تستقر العاصمة السعودية الرياض في عام 2025 موزلك في سياق تنافسي شهد توسعاً ملحوظاً في سوق القنوات الإخبارية الفضائية، خاصة بعد النجاح الذي حققته قناة الجزيرة في نهاية التسعينيات وبداية الألفية. (Boyd-Barrett, 2013)

وقد سعت قناة العربية منذ تأسيسها إلى تقديم نموذج إعلامي إخباري يعتمد على السرعة في نقل الخبر، والتركيز على التحليل السياسي المرتبط بالسياق الإقليمي والدولي، مع محاولة بناء خطاب إعلامي يُقدّم بوصفه أكثر توازناً وأقرب إلى الطابع المهني في المعالجة الإخبارية، وهو ما مكّنها من ترسيخ مكانتها كأحد المصادر الأساسية للأخبار في العالم العربي (Rugh, 2004).

وتتميز تغطيات العربية، في كثير من الأحيان، باستخدام مصطلحات ذات طابع توصيفي أو تقني مقارنة ببعض القنوات الأخرى، حيث تميل إلى توظيف مفردات مثل "التحالف الدولي" أو "العمليات العسكرية" أو "الجماعات المسلحة"، وهي مصطلحات تُقدّم في إطار لغوي يبدو أكثر حيادًا على المستوى الظاهري، غير أنها لا تخلو من أبعاد تداولية وحجاجية تسهم في إعادة تأطير الأحداث ضمن سياق معين.

ومن هذا المنطلق، فإن تحليل خطاب قناة العربية، إلى جانب قناة الجزيرة، يتيح إمكانية إجراء مقارنة تحليلية تكشف عن الفروق في استخدام المصطلح الإعلامي السياسي، وكيفية توظيفه في بناء المعنى داخل الخطاب الإعلامي، سواء من خلال التقويم الصريح أو من خلال التحديد الظاهري الذي يخفي بدوره اختيارات دلالية ذات أبعاد إيديولوجية (van Dijk, 1998).

3- الجانب الاجرائي التطبيقي

ينطلق هذا الفصل من توظيف المصطلح الإعلامي السياسي بوصفه وحدة تحليل إجرائية للكشف عن آليات بناء المعنى داخل الخطاب الإعلامي، حيث يتم التعامل مع المصطلح لا كعنصر لغوي معزول، بل كأداة دلالية تسهم في تأطير الأحداث السياسية وتوجيه إدراك المتلقي.

وفي هذا السياق، يركّز التحليل على تتبع حضور المصطلحات داخل المادة الإعلامية، ورصد سياقات استخدامها، مع الوقوف عند ما تحمله من دلالات ضمنية تسهم في بناء مواقف خطابية، سواء من خلال تقويم الحدث أو من خلال إعادة تقديمه في إطار يبدو أكثر حيادًا.

ويعتمد هذا التوجه التحليلي على توظيف إجرائي لمستويات متعددة تشمل رصد المصطلحات المتكررة، وتحليل سياقاتها التداولية، والكشف عن أبعادها الحجاجية، إضافة إلى إجراء مقارنة بين القناتين محل الدراسة من أجل إبراز الفروق في التأطير الخطابى للأحداث السياسية. ويستند هذا التحليل إلى corpus إعلامي يتكون من عينة قصدية تضم (30) مادة إعلامية من قناتي الجزيرة والعربية، موزعة بشكل متوازن بينهما، خلال الفترة الممتدة من 2003 إلى 2014، والتي تمثل مرحلة مفصلية في تشكل الخطاب الإعلامي السياسي في المنطقة، في ظل أحداث كبرى مثل حرب العراق وثورات الربيع العربي وصعود التنظيمات المسلحة. وعليه، يسعى هذا الفصل إلى الانتقال من المستوى الوصفي للمصطلحات إلى تحليل وظائفها داخل الخطاب الإعلامي، من خلال عرض النتائج في شكل جداول تحليلية مدعمة بقراءة كيفية تكشف عن أدوار المصطلح في بناء السرديات السياسية وتوجيه المعنى.

4- عينة الدراسة وإجراءات بناء المادة التحليلية

يعتمد هذا الفصل على corpus إعلامي تم بناؤه انطلاقاً من مواد إخبارية وتحليلية مستخرجة من نشرات الأخبار والتقارير السياسية في قناتي الجزيرة والعربية، خلال الفترة الممتدة من 2003 إلى 2014.

وقد تم التعامل مع هذه المادة وفق مسار إجرائي يهدف إلى تحويلها من محتوى إعلامي خام إلى معطيات قابلة للتحليل، وذلك من خلال:

تحديد الأحداث السياسية المفصلية التي شكّلت محور التغطية الإعلامية خلال الفترة

المدرسة

انتقاء مواد إعلامية مرتبطة بهذه الأحداث، بما يضمن تمثيلاً دلاليًا كافياً لخطاب

القناتين

رصد المصطلحات الإعلامية السياسية الأكثر حضوراً داخل هذه التغطيات

تصنيف المصطلحات وفق مجالاتها الدلالية والسياقات التي وردت فيها

تنظيم المعطيات ضمن جداول تحليلية تُيسّر قراءة الوظائف التداولية والحجاجية

للمصطلح

وبذلك، تم الانتقال من مستوى تجميع المادة الإعلامية إلى مستوى بنائها كـ corpus تحليلي

يخدم أهداف الدراسة ويتيح تفكيك الخطاب الإعلامي بشكل منهجي.

جدول (1): تصنيف عينة الدراسة

الحدث السياسي	الفترة الزمنية	نوع المادة الإعلامية	الهدف من التحليل
حرب العراق	2003-2007	نشرات أخبار وتقارير سياسية	تحليل مصطلحات التدخل العسكري

تحليل مصطلحات الصراع	تقارير عسكرية وإنسانية	2008-2014	حروب غزة
تحليل مصطلحات الحراك الشعبي	تقارير ميدانية وبرامج سياسية	2011-2013	الربيع العربي
تحليل مصطلحات الإرهاب	تقارير أمنية وتحليلات سياسية	2014	صعود تنظيم داعش

5- المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية حرب العراق (2003-2007)

2007)

تُعدّ حرب العراق (2003-2007) محطة مفصلية في تطور الخطاب الإعلامي العربي، حيث شكّلت سياقاً غنياً لإنتاج وتداول المصطلحات الإعلامية السياسية المرتبطة بالتدخل العسكري والتحويلات التي أعقبته. وقد أظهرت التغطيات الإعلامية للقناتين محل الدراسة حضوراً كثيفاً لمصطلحات متعددة استُخدمت في توصيف الحدث، وهو ما يجعلها مجالاً مناسباً لتحليل كيفية بناء المعنى الإعلامي.

ويركّز هذا المحور على رصد المصطلحات الأكثر تداولاً داخل corpus الدراسة، وتحليل دلالاتها وسياقات استخدامها، بهدف الكشف عن الفروق في التأطير الخطابي بين قناتي الجزيرة والعربية، دون الوقوف عند الأبعاد النظرية التي تم تناولها سابقاً.

5. 1 توصيف التدخل العسكري

جدول (2): توصيف التدخل العسكري وسقوط النظام في الخطاب الإعلامي

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدالية	القناة	المصطلح
توصيف العملية العسكرية	عربية	تقويمية سلبية	الجزيرة	غزو
تحديد الفاعل العسكري	عربية	نقدية	الجزيرة	غزو التحالف
توصيف القوات	عربية	إدانة	الجزيرة	القوات الغازية
توصيف المرحلة	عربية	سياسية تقويمية	الجزيرة	الاحتلال الأميركي
شرعنة التدخل	غربية مترجمة	تبريرية	العربية	حرب التحرير
توصيف رسمي	غربية	تقنية	العربية	قوات التحالف
توصيف عسكري	غربية	شبه محايدة	العربية	حرب العراق
توصيف الهدف	غربية	سياسية تقنية	العربية	إسقاط النظام

يكشف تحليل المعطيات الواردة في الجدول (2) عن تباين واضح في اختيار

المصطلحات بين القناتين، حيث تميل قناة الجزيرة إلى توظيف مفردات ذات حمولة تقويمية

سلبية، مثل "غزو" و"القوات الغازية" و"الاحتلال الأميركي"، وهي مصطلحات تسهم في تأطير التدخل العسكري بوصفه فعلاً عدوانياً يفتقد إلى الشرعية.

في المقابل، تعتمد قناة العربية على مصطلحات ذات طابع تقني أو تبريري، مثل "حرب التحرير" و"قوات التحالف" و"إسقاط النظام"، وهي مفردات تُقدّم ضمن إطار لغوي يعيد تعريف الحدث بوصفه تدخلاً مشروعاً أو عملية سياسية موجهة.

ويعكس هذا التباين اختلافاً في المرجعيات الخطابية التي تستند إليها كل قناة، حيث تحيل مصطلحات الجزيرة إلى خطاب نقدي، في حين تقترب العربية من الخطاب السياسي الدولي في توصيف الحدث. كما يُظهر ذلك أن المصطلح الإعلامي لا يؤدي وظيفة وصفية فقط، بل يسهم في بناء موقف ضمني من الحدث، من خلال توجيه إدراك المتلقي نحو تأويل معين. وتؤكد هذه النتائج الفرضية القائلة بأن المصطلح الإعلامي السياسي يمثل أداة مركزية في بناء التأطير الخطابية للأحداث، وليس مجرد عنصر لغوي محايد داخل النص الإعلامي.

2.5 توصيف المرحلة السياسية

جدول (3): مصطلحات توصيف المرحلة السياسية بعد سقوط بغداد

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدالية	القناة	المصطلح
توصيف الوضع الأمني	غربية	أمنية تقويمية	القناتان	الفوضى
تفسير الاضطراب الأمني	غربية	تفسيرية تقنية	العربية	الفراغ الأمني

توصيف الإدارة القائمة	عربية	سياسية تقويمية	الجزيرة	سلطة الاحتلال
إدارة المرحلة الانتقالية	عربية	تقنية مؤسساتية	القناتان	العملية السياسية
تسويق الوجود الأميركي	عربية	تبريرية	العربية	إعادة أعمار العراق
خطاب الشرعنة السياسية	عربية	قيمية معيارية	العربية	نشر الديمقراطية

يكشف التوزيع الكمي للمصطلحات في الجدول (3) عن حضور واضح للمصطلحات ذات المرجعية الغربية، حيث تمثل (5 من أصل 6 مصطلحات)، مقابل حضور محدود للمصطلحات ذات المرجعية العربية (مصطلح واحد فقط).

كما يُلاحظ أن قناة العربية توظف أغلبية المصطلحات ذات الطابع التفسيري أو التبريري (4 مصطلحات)، في حين تقتصر مساهمة قناة الجزيرة في هذا المحور على مصطلح واحد مركزي ("سلطة الاحتلال") يحمل حمولة تقويمية قوية.

أما من حيث الطبيعة الدلالية، فتتوزع المصطلحات بين:

- ✓ مصطلحات تقنية/مؤسساتية (العملية السياسية)
- ✓ مصطلحات تفسيرية (الفراغ الأمني)
- ✓ مصطلحات تقويمية (الفوضى، سلطة الاحتلال)
- ✓ مصطلحات تبريرية/قيمية (إعادة البناء، نشر الديمقراطية)

وهو ما يعكس تنوعاً في وظائف المصطلح داخل الخطاب الإعلامي خلال هذه المرحلة. يُظهر تحليل المعطيات الواردة في الجدول (2) تحولاً في الخطاب الإعلامي من توصيف الفعل العسكري إلى تأطير المرحلة السياسية التي أعقبت سقوط بغداد، حيث برزت مصطلحات جديدة ترتبط بإدارة المرحلة الانتقالية وإعادة بناء الدولة.

غير أن هذا التحول لم يكن محايداً، بل اتخذ مسارات خطابية مختلفة بين القناتين. فقد اعتمدت قناة العربية على مصطلحات ذات طابع تقني وتفسيري مثل "العملية السياسية" و"الفراغ الأمني"، وهي مفردات تُسهم في تقديم الوضع القائم باعتباره نتيجة ظرفية يمكن إدارتها ضمن إطار مؤسساتي. كما دُعِمت هذا التوجه بمصطلحات ذات بعد تبريري مثل "إعادة بناء العراق" و"نشر الديمقراطية"، وهي تعابير تحيل إلى خطاب الشرعة المرتبط بالمقاربة الأميركية للتدخل. في المقابل، حافظت قناة الجزيرة على توظيف مصطلح "سلطة الاحتلال"، وهو توصيف ذو حمولة سياسية مباشرة يعيد تأطير الوضع بوصفه استمراراً لواقع الاحتلال، وليس مجرد مرحلة انتقالية. ويكشف هذا الاختلاف عن تباين في تمثيل السلطة القائمة في العراق، حيث تميل العربية إلى تقديمها ضمن إطار مؤسساتي، في حين تعيد الجزيرة ربطها بسياق الهيمنة السياسية.

كما يُلاحظ أن استخدام مصطلح "الفوضى" من قبل القناتين يعكس نقطة النقاء الخطابية، غير أن دلالاته تظل مفتوحة على تأويلات مختلفة، إذ يمكن أن يُستخدم لتبرير التدخل أو لنقد نتائجه، بحسب السياق الذي يرد فيه.

وتُظهر هذه النتائج أن المصطلح الإعلامي في هذه المرحلة لم يعد يقتصر على توصيف الواقع، بل أصبح أداة لإعادة تنظيم المعنى السياسي للأحداث، من خلال الانتقال من خطاب الحرب إلى خطاب إدارة ما بعد الحرب، مع ما يحمله ذلك من رهانات تتعلق بالشرعية والتأطير.

وتدعم هذه المعطيات الفرضية القائلة بأن المصطلحات الإعلامية تُستخدم بوصفها أدوات تداولية وحجاجية لإعادة تأطير الأحداث السياسية، بما يعكس اختلاف المرجعيات الخطابية بين الوسائل الإعلامية.

3.5 التأطير الهوياتي والطائفي

جدول (4): مصطلحات التأطير الهوياتي والطائفي للصراع في العراق

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
توصيف طبيعة الصراع	عربية/دينية	تقويمية أخلاقية	الجزيرة	الفتنة الطائفية
توصيف الصراع المسلح	سياسية/إعلامية	أمنية تقنية	العربية	الحرب الطائفية
تحديد الفاعلين	دينية	هوياتية دينية	القناتان	السنة
تحديد الفاعلين	دينية	هوياتية دينية	القناتان	الشيعية
توصيف مكون اجتماعي	قومية/سياسية	هوياتية قومية	القناتان	الأكراد

يُظهر التوزيع الكمي للمصطلحات في الجدول (4) هيمنة واضحة للمصطلحات ذات الطابع الهوياتي، حيث تمثل (3 من أصل 5 مصطلحات)، مقابل مصطلحين فقط مرتبطين بتوصيف طبيعة الصراع.

كما يُلاحظ أن المصطلحات الهوياتية (السنة، الشيعة، الأكراد) مشتركة بين القناتين، وهو ما يشير إلى وجود أرضية خطابية مشتركة في توصيف الفاعلين، في حين يظهر الاختلاف في مستوى تأطير طبيعة الصراع نفسه.

أما على مستوى التوزيع القناتي، فتتفرد كل قناة بمصطلح مركزي يعكس زاوية المعالجة:

✓ الجزيرة: "الفتنة الطائفية"

✓ العربية: "الحرب الطائفية"

وهو ما يعكس اختلافًا نوعيًا في التأطير رغم التقاطع في بعض المفردات. يكشف تحليل هذا الجدول عن انتقال واضح في الخطاب الإعلامي من تأطير الصراع في العراق بوصفه صراعًا سياسيًا إلى إعادة بنائه ضمن إطار هوياتي وطائفي، حيث أصبحت الانتماءات الدينية والقومية عنصرًا مركزيًا في توصيف الفاعلين والأحداث.

غير أن هذا التحول لم يكن متطابقًا بين القناتين، إذ اعتمدت قناة الجزيرة مصطلح "الفتنة الطائفية"، وهو توصيف يحمل بعدًا أخلاقيًا ودينيًا، يوحي بكون الصراع انحرافًا عن وحدة المجتمع، ويستبطن موقفًا نقديًا تجاه الانقسام الداخلي. في هذا السياق، لا يكفي المصطلح بوصف الواقع، بل يُحمّله دلالة معيارية تُدين الظاهرة وتُحيلها إلى خلل اجتماعي وسياسي.

في المقابل، تستخدم قناة العربية مصطلح "الحرب الطائفية"، وهو توصيف ذو طابع أمني وتقني، يقدّم الصراع بوصفه حالة مواجهة مسلحة بين مكونات اجتماعية، دون الإحياء بنفس الحمولة الأخلاقية التي يحملها مصطلح "الفتنة". ويعكس هذا الاختيار نزوعاً نحو توصيف أكثر "إجرائية" للصراع، يركّز على طبيعته الأمنية بدلاً من أبعاده القيمية.

أما المصطلحات الهوياتية المشتركة (السنة، الشيعة، الأكراد)، فتُظهر أن الخطاب الإعلامي في القناتين قد أسهم في إعادة إنتاج الفاعلين السياسيين ضمن قوالب هوياتية، وهو ما يعزز من حضور البعد التصنيفي في الخطاب، ويُسهم في ترسيخ قراءة مجزأة للواقع السياسي.

وتُبرز هذه النتائج أن المصطلح الإعلامي في هذه المرحلة لم يعد يكتفي بوصف الصراع، بل أصبح أداة لإعادة تعريف طبيعته، من خلال نقله من مستوى سياسي إلى مستوى هوياتي، بما يحمله ذلك من تأثيرات على إدراك المتلقي لطبيعة الفاعلين وحدود الصراع.

وتدعم هذه المعطيات الفرضية القائلة بأن المصطلحات الإعلامية تؤدي دوراً حاسماً في إعادة تأطير الصراعات السياسية، من خلال توجيهها نحو أبعاد هوياتية قد تُسهم في تبسيط الواقع أو إعادة تشكيله ضمن أنماط تصنيفية محددة.

4.5 التأطير الجيوسياسي

جدول (5): مصطلحات التأطير الجيوسياسي للنفوذ الإقليمي

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
توصيف دور إقليمي	سياسية دولية	جيوسياسية مباشرة	العربية	التدخل الإيراني
توصيف الفاعلين المحليين	جيوسياسية	سياسية تصنيفية	العربية	موالية لإيران
توصيف النفوذ غير المباشر	إعلامي/سياسي	استعماري تقويمي	العربية	أذرع إيران
تأطير الامتداد الإقليمي	استراتيجية	جيوسياسية/أيديولوجية	العربية	الهلال الشيوعي

يُظهر التوزيع الكمي للمصطلحات في الجدول (5) تركّزاً كاملاً داخل خطاب قناة العربية، حيث تنتمي جميع المصطلحات (4/4) إلى نفس القناة، مقابل غياب هذه الفئة من المصطلحات في خطاب قناة الجزيرة ضمن corpus الدراسة. كما تتوزع المصطلحات من حيث طبيعتها الدلالية إلى:

✓ مصطلحات جيوسياسية مباشرة (التدخل الإيراني، الهلال الشيعي)

✓ مصطلحات تصنيفية (موالية لإيران)

✓ مصطلحات استعارية (أذرع إيران)

وهو ما يعكس تنوعاً في مستويات التأطير داخل نفس الخطاب. يكشف هذا المحور عن انتقال نوعي في الخطاب الإعلامي من تأطير الصراع داخل العراق بوصفه أزمة داخلية أو طائفية، إلى إعادة بنائه ضمن إطار جيوسياسي أوسع، حيث يُقدّم الصراع باعتباره جزءاً من شبكة نفوذ إقليمي تقودها إيران. ويلاحظ أن قناة العربية توظف مجموعة من المصطلحات التي تسهم في بناء هذا التأطير، حيث يشير مصطلح "التدخل الإيراني" إلى حضور مباشر للدولة في المشهد العراقي، بينما يقوم مصطلح "موالية لإيران" بإعادة تصنيف الفاعلين المحليين وفق انتمائهم الخارجي، وهو ما يُضعف من استقلاليته داخل الخطاب.

أما مصطلح "أذرع إيران"، فيحمل بعداً استعارياً قوياً، إذ ينقل العلاقة من مستوى التحالف السياسي إلى مستوى التبعية العضوية، بما يوحي بامتداد نفوذ مركزي يتحكم في أطراف

متعددة. في حين يُعدّ مصطلح "الهلال الشيعي" من أكثر المصطلحات كثافة دلالية، إذ يجمع

بين البعد الجغرافي والأيدولوجي، ويؤطر الصراع ضمن تصور استراتيجي طويل المدى.

كما أن غياب هذه المصطلحات في خطاب قناة الجزيرة ضمن العينة المدروسة لا يُعدّ حياداً

بقدر ما يعكس اختلافاً في زاوية المعالجة، حيث لم يتم التركيز على البعد الإقليمي بنفس

الكثافة، وهو ما يؤكد وجود تباين في أولويات التأطير بين القناتين.

وتُظهر هذه النتائج أن المصطلح الإعلامي يمكن أن يؤدي وظيفة توسّعية في التأطير، من

خلال نقل الحدث من سياقه المحلي إلى سياق جيوسياسي أوسع، بما يعيد تعريف طبيعة

الصراع وحدوده.

وتدعم هذه المعطيات الفرضية القائلة بأن المصطلحات الإعلامية لا تقتصر على توصيف

الواقع، بل تسهم في إعادة بناءه ضمن أطر جيوسياسية تعكس توجهات خطابية مختلفة بين

الوسائل الإعلامية.

5.5 تمثيل الفاعلين المحليين

جدول (6): مصطلحات توصيف الفاعلين المحليين في الخطاب الإعلامي

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
توصيف القيادات المحلية	اجتماعية	اجتماعية تقليدية	القناتان	شيوخ العشائر

تصنيف الفاعلين	اجتماعية/دينية	هوياتية دينية	الجزيرة	العشائر السنية
توصيف فاعل ديني	دينية	دينية مؤسساتية	الجزيرة	هيئة علماء المسلمين
توصيف فاعل أمني محلي	عسكرية/أمنية	أمنية سياسية	العربية	قوات المالكي - الصحوات

يُظهر التوزيع الكمي للمصطلحات في الجدول (6) متعادلاً نسبياً في خطاب العربية

والجزيرة.

كما يتبين أن المصطلحات تتوزع دلاليًا إلى:

✓ مصطلحات اجتماعية/تقليدية

✓ مصطلحات هوياتية دينية

✓ مصطلحات دينية مؤسساتية

✓ مصطلحات أمنية

وهو ما يعكس تنوعاً في أنماط تمثيل الفاعلين المحليين داخل الخطاب الإعلامي.

ويكشف هذا المحور عن تحول لافت في الخطاب الإعلامي من التركيز على الفاعلين

الخارجيين (القوات الأميركية، التحالف) إلى إبراز الفاعلين المحليين بوصفهم عناصر فاعلة

في إعادة تشكيل المشهد السياسي والأمني داخل العراق. الذي يرتبط بسياق حرب طائفية.

ويعكس استخدام هذا المصطلحات إدماج الفاعل المحلي ضمن مقاربة أمنية، تُقدّمه كجزء من استراتيجية ضبط الوضع الأمني، وليس فقط كامتداد لبنية اجتماعية أو دينية.

كما يُلاحظ أن هذا التنوع في توصيف الفاعلين يسهم في إعادة توزيع مراكز الفاعلية داخل الخطاب الإعلامي، حيث لم يعد الصراع يُقدّم فقط كنتاج تدخل خارجي، بل كحالة مركبة تتداخل فيها مستويات محلية واجتماعية وأمنية.

وتُبرز هذه النتائج أن المصطلح الإعلامي يؤدي دورًا في إعادة بناء الفاعل داخل الخطاب، من خلال نقله من موقع المتلقي للأحداث إلى موقع الفاعل المؤثر في مسارها. وتدعم هذه المعطيات الفرضية القائلة بأن المصطلحات الإعلامية تسهم في إعادة توزيع الأدوار داخل الخطاب الإعلامي، من خلال إبراز بعض الفاعلين وتهميش آخرين وفق منطق تأطيري يعكس توجهات الوسيلة الإعلامية.

6.5 التحلي التداولي

يكشف التحليل التداولي للمصطلحات الإعلامية الواردة في تغطية حرب العراق عن توظيفها بوصفها أدوات تواصلية تسهم في توجيه المعنى داخل الخطاب الإعلامي، وليس مجرد وسائل توصيف محايدة للحدث.

فقد أظهرت المعطيات السابقة أن مصطلحات مثل "الغزو" و"الاحتلال" تؤدي وظيفة تداولية تتمثل في نزع الشرعية عن التدخل العسكري، من خلال تأطيره كفعل عدواني مخالف للقانون

الدولي. في المقابل، توظف مصطلحات مثل "حرب التحرير" و"إسقاط النظام" ضمن سياق تداولي يسعى إلى إضفاء الشرعية على التدخل، عبر تقديمه بوصفه فعلاً إصلاحياً موجّهاً. كما يتضح أن المصطلحات المرتبطة بالمرحلة السياسية، مثل "العملية السياسية" و"إعادة بناء العراق"، تؤدي وظيفة تتمثل في إعادة تنظيم إدراك المتلقي للواقع الجديد، من خلال تقديمه كمرحلة انتقالية قابلة للإدارة، وليس كنتيجة مباشرة لتدخل عسكري. وبذلك، يظهر أن المصطلح الإعلامي يعمل داخل الخطاب كآلية توجيه تداولي، تسهم في بناء مواقف ضمنية تجاه الحدث.

5.7 التحليل الحجاجي

يُبرز التحليل الحجاجي للمصطلحات الإعلامية في تغطية حرب العراق اعتماد الخطاب الإعلامي على استراتيجيات إقناعية متعددة، يتم تمريرها من خلال اختيار المفردات المستخدمة في توصيف الحدث.

فالمصطلحات لا تُستخدم فقط لوصف الواقع، بل تُسهم في بناء حجج ضمنية تستهدف التأثير في المتلقي. ففي هذا السياق، يستند مصطلح "حرب التحرير" إلى حجة أخلاقية تقوم على فكرة تحرير الشعب من نظام استبدادي، وهو ما يمنح التدخل العسكري مشروعية قيمية. في المقابل، يعتمد مصطلح "الغزو" على حجة قانونية وأخلاقية، تقوم على رفض التدخل العسكري الخارجي، وتصويره كخرق للسيادة الوطنية. كما تحمل مصطلحات مثل "الاحتلال" و"القوات الغازية" بعداً حجاجياً يرسخ صورة الفاعل الخارجي بوصفه قوة مهيمنة.

أما في المراحل اللاحقة، فتُظهر مصطلحات مثل "نشر الديمقراطية" و"إعادة البناء" حضور حجج تبريرية تسعى إلى إعادة تأطير نتائج التدخل ضمن خطاب إصلاح، في حين تعكس مصطلحات مثل "الفتنة الطائفية" أو "أذرع إيران" حججاً تفسيرية أو تحذيرية تعيد توجيه فهم الصراع.

وعليه، يتضح أن المصطلح الإعلامي يُستخدم كأداة حجاجية مكثفة، تختزل داخلها بنية من الحجج التي تُبنى ضمناً داخل الخطاب الإعلامي.

يُظهر تحليل المصطلحات الإعلامية في تغطية حرب العراق وجود تعددية خطابية واضحة في توصيف الحدث ومراحله، حيث عكس الاختلاف في اختيار المصطلحات تبايناً في التأطير الإعلامي بين قناتي الجزيرة والعربية.

وقد بيّن التحليل أن هذا التباين لم يقتصر على مستوى الوصف، بل امتد ليشمل الوظائف التداولية والحجاجية للمصطلح، حيث تم توظيفه لنزع الشرعية أو إضفاءها، ولإعادة تأطير الفاعلين، ولتوسيع نطاق الصراع من المحلي إلى الإقليمي.

كما أظهرت النتائج أن الخطاب الإعلامي انتقل تدريجياً من توصيف الحدث العسكري إلى إعادة بناء الصراع ضمن أبعاد سياسية وهوياتية وجيوسياسية، وهو ما يعكس دينامية المصطلح الإعلامي بوصفه أداة مركزية في إنتاج المعنى داخل الخطاب الإعلامي.

6- المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية ثورات الربيع العربي

(2011-2013)

تُعدّ ثورات الربيع العربي (2011-2013) محطة مفصلية في تطور الخطاب الإعلامي العربي، حيث أسهمت في إعادة تشكيل المشهد السياسي في عدد من الدول العربية، كما أفرزت تحولات لافتة في طبيعة اللغة الإعلامية المستخدمة في توصيف الحراك الشعبي والتغيرات التي أعقبته.

وقد أظهرت التغطيات الإعلامية خلال هذه المرحلة بروز مجموعة من المصطلحات المرتبطة بالحراك، مثل "الثورة" و"الاحتجاجات" و"المتظاهرون"، "المليونيات" إلى جانب مفردات تعكس التحولات السياسية، مثل "إسقاط النظام" و"المرحلة الانتقالية". ويعكس هذا التنوع في المصطلحات انتقال الخطاب الإعلامي من توصيف وضع قائم إلى تأطير حالة تغيير سياسي واجتماعي.

ويركّز هذا المحور على تحليل هذه المصطلحات في سياقات استخدامها داخل corpus الدراسة، بهدف الكشف عن كيفية تأطير الحراك الشعبي في الخطاب الإعلامي، ورصد الفروق في المعالجة بين القناتين محل الدراسة، انطلاقاً من الوظائف التداولية والحجاجية التي يؤديها المصطلح داخل النص الإعلامي.

جدول (7): مصطلحات توصيف الحراك الشعبي في الخطاب الإعلامي

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
توصيف الحراك الشعبي	سياسية/تحررية	تقويمية إيجابية	الجزيرة	الثورة
وصف التحركات الشعبية	إعلامية/سياسية	توصيفية محايدة	العربية	الاحتجاجات
توصيف الحشد الشعبي	إعلامية	وصفية	القناتان	التظاهرات
توصيف الحركة الاجتماعية	سياسية	سياسية عامة	القناتان	الحراك الشعبي

يُظهر التوزيع الكمي للمصطلحات في الجدول (7) توازنًا نسبيًا بين القناتين، حيث تتقاطعان في استخدام مصطلحين مشتركين ("التظاهرات" و"الحراك الشعبي")، مقابل تخصّص كل قناة في مصطلح يعكس زاوية تأطيرها الخاصة. فقد انفردت قناة الجزيرة باستخدام مصطلح "الثورة"، في حين استخدمت قناة العربية مصطلح "الاحتجاجات"، وهو ما يعكس اختلافًا في مستوى توصيف الحدث. أما من حيث الطبيعة الدلالية، فتتوزع المصطلحات إلى:

✓ مصطلحات تقويمية إيجابية (الثورة)

✓ مصطلحات توصيفية محايدة (الاحتجاجات، التظاهرات)

✓ مصطلحات سياسية عامة (الحراك الشعبي)

وهو ما يشير إلى وجود مستويات مختلفة من التأطير داخل الخطاب الإعلامي.

يكشف تحليل هذا الجدول عن تباين واضح في تأطير الحراك الشعبي بين القناتين، حيث يتجلى هذا الاختلاف أساساً في مستوى التسمية. فقد اعتمدت قناة الجزيرة مصطلح "الثورة"، وهو توصيف يحمل حمولة تقويمية إيجابية، يُقدّم الحراك بوصفه فعلاً تغييرياً مشروعاً يسعى إلى إسقاط الأنظمة القائمة، ويُضفي عليه طابعاً تحررياً.

في المقابل، استخدمت قناة العربية مصطلح "الاحتجاجات"، وهو توصيف أكثر حياداً من الناحية الظاهرية، يركّز على البعد الحركي دون تحميله دلالات سياسية مباشرة، وهو ما يعكس توجهاً نحو تأطير الحدث ضمن إطار توصيفي بدلاً من تبنيه كحالة تغيير جذري.

أما المصطلحات المشتركة مثل "التظاهرات" و"الحراك الشعبي"، فتُظهر وجود أرضية خطابية مشتركة في توصيف الشكل العام للتحركات، غير أنها تبقى أقل كثافة دلالية مقارنة بمصطلح "الثورة"، الذي يعيد تعريف الحدث بشكل جذري.

ويعكس هذا التباين أن اختيار المصطلح لا يقتصر على التوصيف، بل يُسهم في تحديد طبيعة الحدث وحدود تأويله، من خلال نقله من مجرد تحرك اجتماعي إلى مشروع تغيير سياسي شامل أو إبقائه ضمن إطار احتجاجي محدود.

وتُبرز هذه النتائج أن المصطلح الإعلامي يشكّل نقطة الانطلاق في بناء التأطير الخطابية، حيث يحدد منذ البداية طبيعة الحدث، إما بوصفه ثورة ذات بعد تحرري، أو حركة احتجاجية ذات سقف محدود.

وتدعم هذه المعطيات الفرضية القائلة بأن التباين في اختيار المصطلحات الإعلامية يعكس اختلافًا في بناء المعنى السياسي للأحداث، من خلال توجيه إدراك المتلقي نحو تأويلات متباينة للحراك الشعبي.

جدول (8): مصطلحات توصيف الفاعلين في الحراك الشعبي

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
شرعنة الفاعلين	سياسية/تحريرية	تقويمية إيجابية	الجزيرة	الثوار
توصيف المشاركين	إعلامية	توصيفية محايدة	العربية	المحتجون
توصيف الحشود	إعلامية	وصفية	القناتان	المتظاهرون
إبراز الفاعل المجتمعي	اجتماعية/سياسية	اجتماعية رمزية	الجزيرة	الشباب

يُظهر التوزيع الكمي للمصطلحات في الجدول (8) تركّزًا نسبيًا في خطاب قناة الجزيرة، حيث تنتمي مصطلحان من أصل أربعة إليها ("الثوار"، "الشباب")، مقابل مصطلح واحد خاص بقناة العربية ("المحتجون")، إضافة إلى مصطلح مشترك بين القناتين ("المتظاهرون"). كما تتوزع المصطلحات دلاليًا إلى:

✓ مصطلحات تقويمية إيجابية (الثوار)

✓ مصطلحات توصيفية محايدة (المحتجون، المتظاهرون)

✓ مصطلحات اجتماعية رمزية (الشباب)

وهو ما يعكس اختلافًا في مستوى تأطير الفاعلين داخل الخطاب الإعلامي. يكشف تحليل هذا الجدول عن اختلاف جوهري في تمثيل الفاعلين داخل الخطاب الإعلامي بين القناتين، حيث يتجلى هذا التباين في طبيعة المصطلحات المستخدمة لتوصيف المشاركين في الحراك. فقد اعتمدت قناة الجزيرة مصطلح "الثوار"، وهو توصيف يحمل حمولة تقويمية إيجابية، يمنح الفاعلين صفة سياسية واضحة، ويُضفي عليهم شرعية مرتبطة بفعل التغيير. كما أن استخدام مصطلح "الشباب" يندرج ضمن إبراز البعد المجتمعي للحراك، من خلال تقديمه كحركة يقودها جيل يسعى إلى التحول السياسي، وهو ما يعزز الطابع الديناميكي للفاعل داخل الخطاب. في المقابل، تميل قناة العربية إلى استخدام مصطلحات توصيفية مثل "المحتجون" و"المتظاهرون"، وهي مفردات تركز على الفعل الاحتجاجي في حد ذاته، دون منحه بالضرورة دلالة سياسية أو ثورية. ويعكس هذا الاختيار توجهًا نحو توصيف الفاعل ضمن إطار سلوكي (الاحتجاج/التظاهر) بدلًا من تأطيره كفاعل تغيير.

كما يُلاحظ أن المصطلح المشترك "المتظاهرون" يمثل نقطة تقاطع بين الخطابين، غير أنه يبقى أقل كثافة دلالية مقارنة بمصطلح "الثوار"، الذي يعيد تعريف الفاعل ضمن إطار سياسي واضح.

وتُظهر هذه النتائج أن المصطلح الإعلامي لا يكتفي بتوصيف الفاعل، بل يسهم في إعادة بنائه داخل الخطاب، إما بوصفه فاعلاً تغييرياً ذا شرعية سياسية، أو مشاركاً في فعل احتجاجي محدود.

وتدعم هذه المعطيات الفرضية القائلة بأن اختلاف المصطلحات الإعلامية يؤدي إلى اختلاف في تمثيل الفاعلين داخل الخطاب، بما يعكس تبايناً في التأطير السياسي للحراك الشعبي.

جدول (9): مصطلحات توصيف نهاية الأنظمة السياسية

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدالية	القناة	المصطلح
توصيف نهاية النظام بفعل شعبي	ثورية/تحررية	سياسية تقويمية	الجزيرة	إسقاط النظام
توصيف نتيجة الحدث	إعلامية	وصفية	القناتان	المخلوع
توصيف نهاية القيادة	سياسية/شخصانية	سياسية جزئية	العربية	رحيل الرئيس

يُظهر التوزيع الكمي للمصطلحات في الجدول (9) تقاطعاً محدوداً بين القناتين، حيث يشتركان في استخدام مصطلح واحد فقط ("سقوط النظام")، مقابل تخصص كل قناة في مصطلح يعكس زاوية تأطيرها الخاصة.

فقد انفردت قناة الجزيرة باستخدام مصطلح "إسقاط النظام"، في حين استخدمت قناة العربية مصطلح "رحيل الرئيس"، وهو ما يعكس اختلافاً في مستوى توصيف نهاية السلطة. كما تتوزع المصطلحات دلاليًا إلى:

✓ مصطلحات سياسية تقويمية (إسقاط النظام)

✓ مصطلحات وصفية (المخلوع)

✓ مصطلحات سياسية ذات بعد شخصاني (رحيل الرئيس)

وهو ما يشير إلى وجود مستويات مختلفة من التأطير داخل الخطاب الإعلامي.

يكشف تحليل هذا الجدول عن تباين واضح في تأطير نهاية الأنظمة السياسية بين القناتين،

حيث يتمثل هذا الاختلاف في طبيعة المصطلحات المستخدمة لتوصيف الحدث.

فقد اعتمدت قناة الجزيرة مصطلح "إسقاط النظام"، وهو توصيف يحمل دلالة سياسية قوية،

يُقدّم نهاية السلطة بوصفها نتيجة فعل جماعي منظم يرتبط بالحراك الشعبي. ويعكس هذا

المصطلح تصورًا بنيويًا للتغيير، حيث يتم التركيز على تفكيك النظام السياسي ككل، وليس

فقط تغيير قيادته.

في المقابل، تستخدم قناة العربية مصطلح "رحيل الرئيس"، وهو توصيف يركّز على البعد

الشخصي للسلطة، من خلال اختزال التغيير في مغادرة رأس النظام. ويؤدي هذا الاختيار إلى

إعادة تأطير الحدث ضمن إطار جزئي، يقلل من الطابع الثوري الشامل، ويُبقي على بنية

النظام خارج دائرة التغيير المباشر.

أما المصطلح المشترك "سقوط النظام"، و"المخلوع" فيمثل مستوى توصيفيًا عامًا، يُعبّر عن

نتيجة الحدث دون الإشارة الصريحة إلى آلياته أو خلفياته، وهو ما يجعله أقل كثافة دلالية

مقارنة بالمصطلحين الآخرين.

ويُظهر هذا التباين أن المصطلح الإعلامي لا يحدد فقط نهاية الحدث، بل يعيد تعريف طبيعته، إما كتغيير جذري في بنية النظام، أو كتحول محدود يقتصر على مستوى القيادة. وتُبرز هذه النتائج أن المصطلح الإعلامي يسهم في تحديد نطاق التغيير السياسي، من خلال تأطير نهاية النظام إما كتحول بنيوي شامل أو كتحول جزئي يقتصر على رأس السلطة. وتدعم هذه المعطيات الفرضية القائلة بأن اختلاف المصطلحات الإعلامية يعكس تبايناً في تصور طبيعة التغيير السياسي، ويؤثر في كيفية إدراك المتلقي لحدود هذا التغيير.

جدول (10): مصطلحات تأطير الصراع السياسي بعد سقوط الأنظمة

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
توصيف مصدر السلطة	دستورية/سياسية	قانونية/سياسية	القناتان	الشرعية
نزع الشرعية عن التغيير	سياسية	سياسية تقويمية	الجزيرة	الانقلاب
توصيف الفاعلين المضادين	سياسية/أيديولوجية	تقويمية سلبية	الجزيرة	الثورة المضادة
توصيف إدارة المرحلة	مؤسسية	سياسية تقنية	العربية	المرحلة الانتقالية

يُظهر التوزيع الكمي للمصطلحات في الجدول (10) تقاطعًا محدودًا بين القناتين، حيث يشتركان في استخدام مصطلح واحد فقط ("الشرعية")، مقابل تركز باقي المصطلحات داخل كل قناة على حدة.

فقد استخدمت قناة الجزيرة مصطلحين ("الانقلاب"، "الثورة المضادة")، بينما اعتمدت قناة العربية مصطلحًا واحدًا ("المرحلة الانتقالية")، وهو ما يعكس اختلافًا في زاوية المعالجة. كما تتوزع المصطلحات دلاليًا إلى:

✓ مصطلحات قانونية/سياسية (الشرعية)

✓ مصطلحات تقويمية (الثورة المضادة)

✓ مصطلحات سياسية نازعة للشرعية (الانقلاب)

✓ مصطلحات تقنية/مؤسسية (المرحلة الانتقالية)

وهو ما يعكس تنوعًا في مستويات التأطير السياسي داخل الخطاب الإعلامي.

يكشف هذا الجدول عن انتقال الخطاب الإعلامي إلى مرحلة أكثر تعقيدًا، حيث لم يعد يقتصر على توصيف الحراك أو نتائجه، بل انتقل إلى تأطير الصراع السياسي حول الشرعية ومصدر السلطة.

ويلاحظ أن مصطلح "الشرعية" يشكّل محورًا مركزيًا مشتركًا بين القناتين، غير أن دلالاته تبقى مفتوحة على تأويلات مختلفة، إذ يمكن أن يُستخدم لتبرير السلطة القائمة أو لنزع الشرعية عنها، بحسب السياق الخطابي.

في المقابل، تعتمد قناة الجزيرة على مصطلحات ذات حمولة تقويمية قوية مثل "الانقلاب" و"الثورة المضادة"، وهي مفردات تُسهم في نزع الشرعية عن بعض الفاعلين السياسيين، من خلال تقديمهم كقوى تعيق المسار الثوري. ويعكس هذا التوجه تأطيرًا للصراع بوصفه مواجهة بين مشروع ثوري وآخر مضاد له.

أما قناة العربية، فتميل إلى استخدام مصطلح "المرحلة الانتقالية"، وهو توصيف ذو طابع مؤسساتي، يُقدّم الصراع ضمن إطار إجرائي يركّز على إدارة المرحلة بدلاً من توصيفها كصراع حاد على الشرعية.

ويُظهر هذا التباين أن المصطلح الإعلامي يلعب دورًا حاسمًا في إعادة تعريف طبيعة الصراع السياسي، سواء بوصفه صراعًا شرعيًا بين أطراف متنافسة، أو مواجهة بين قوى متعارضة في مشروعها السياسي.

وتُبرز هذه النتائج أن المصطلح الإعلامي يسهم في إعادة بناء مفهوم الشرعية داخل الخطاب، من خلال توجيه الصراع نحو تأويلات قانونية أو سياسية أو أيديولوجية مختلفة.

وتدعم هذه المعطيات الفرضية القائلة بأن المصطلحات الإعلامية تمثل أدوات مركزية في تأطير الصراع السياسي، من خلال تحديد طبيعة الفاعلين وموقعهم من الشرعية داخل الخطاب الإعلامي.

جدول (11): مصطلحات تأطير التحول السياسي بعد الحراك

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
توصيف جهة إدارة المرحلة	سياسية	سياسية/مؤسسية	العربية	المجلس العسكري
توصيف آلية الانتقال	ديمقراطية	سياسية/إجرائية	القناتان	الانتخابات
توصيف سيرورة التحول	مؤسسية	سياسية/تنظيمية	العربية	المرحلة الانتقالية

يُظهر التحليل الكمي لمصطلحات الجدول (11) تركّزًا واضحًا على المفردات ذات الطابع المؤسسي، حيث تهيمن المصطلحات المرتبطة بإدارة المرحلة السياسية على الخطاب الإعلامي.

فقد استخدمت قناة العربية مصطلحين من أصل ثلاثة ("المجلس العسكري"، "المرحلة الانتقالية")، في حين اشتركت القناتان في استخدام مصطلح واحد فقط ("الانتخابات"). ويلاحظ أن:

✓ 66% من المصطلحات ذات طابع مؤسسي (المجلس العسكري، المرحلة الانتقالية)

✓ 33% ذات طابع إجرائي ديمقراطي (الانتخابات)

وهذا يعكس انتقال الخطاب من توصيف الحدث إلى تنظيم مخرجاته السياسية.

يعكس هذا الجدول تحولاً نوعياً في الخطاب الإعلامي، حيث لم يعد التركيز منصّباً على الحراك أو الصراع، بل انتقل إلى تأطير عملية إعادة بناء النظام السياسي.

ويبرز في هذا السياق اعتماد قناة العربية على مصطلحات ذات طبيعة مؤسساتية مثل "المجلس العسكري" و"المرحلة الانتقالية"، وهي مفردات تعكس مقاربة تركز على إدارة التحول السياسي ضمن أطر تنظيمية، وتُقدّم التغيير بوصفه عملية تدريجية تُدار من داخل المؤسسات. في المقابل، يشكّل مصطلح "الانتخابات" نقطة تقاطع بين القناتين، غير أن دلالاته تختلف ضمناً؛ إذ يمكن أن يُقدّم باعتباره أداة لإضفاء الشرعية على النظام الجديد، أو كآلية شكلية ضمن مسار سياسي أكثر تعقيداً.

ويكشف هذا التباين أن الخطاب الإعلامي لا يكتفي بوصف التحول السياسي، بل يسهم في إعادة تعريف طبيعته، إما كعملية مؤسساتية منظمة، أو كمسار ديمقراطي قائم على التمثيل الشعبي.

يمكن القول إن هذا الجدول يمثل المرحلة الثالثة في بناء الخطاب الإعلامي خلال الربيع العربي:

❖ توصيف الحراك (ثورة/احتجاج)

❖ تأطير الصراع (شرعية/انقلاب)

❖ إدارة التحول (انتخابات/مرحلة انتقالية)

وهو تسلسل يعكس تطور الخطاب من الوصف إلى التأطير ثم إلى إعادة البناء السياسي.

ويُظهر هذا التحول أن الخطاب الإعلامي لا يواكب الأحداث فحسب، بل يشارك في إنتاج تصور معين لمسار التحول السياسي من خلال مفردات ذات حمولة مؤسسية وإجرائية. وتدعم هذه النتائج الفرضية القائلة بأن المصطلح الإعلامي يُستخدم كأداة لإعادة تشكيل إدراك الجمهور لمسار الانتقال السياسي، من خلال تأطيره ضمن مفاهيم تنظيمية أو ديمقراطية.

6. 1 التحليل التداولي:

من منظور تداولي، لا تُستخدم المصطلحات الإعلامية في تغطية ثورات الربيع العربي بوصفها أدوات لغوية محايدة، بل تؤدي وظائف خطابية تتجاوز الوصف إلى التأثير في إدراك المتلقي وتوجيه تأويله للأحداث. فاختيار مفردات مثل "الثورة" و"الثوار" لا يقتصر على توصيف الحراك الشعبي، بل يضطلع بوظيفة إنجازية تتمثل في إضفاء الشرعية السياسية عليه، من خلال تأطيره ضمن أفق دلالي إيجابي يرتبط بقيم الحرية والتغيير.

في المقابل، تُسهم مصطلحات مثل "الاحتجاجات" و"المتظاهرون" في بناء خطاب ذي طابع توصيفي أكثر حيادًا، حيث يتم التركيز على الفعل الاحتجاجي في حد ذاته دون تحميله دلالات تقويمية واضحة. ويعكس هذا التباين ما تشير إليه المقاربة التداولية من أن المعنى لا يُختزل في البنية اللغوية، بل يتشكل ضمن سياق الاستعمال، بما في ذلك موقع المتكلم، وطبيعة الوسيلة الإعلامية، والأهداف التواصلية للخطاب.

كما يتضح من خلال الجداول التحليلية السابقة أن المصطلح الإعلامي يؤدي أدوارًا تداولية متعددة، من بينها:

❖ وظيفة الشرعنة (الثورة، الثوار)

❖ وظيفة نزع الشرعية (الانقلاب، الثورة المضادة)

❖ وظيفة التوصيف المحايد (الاحتجاجات، المتظاهرون)

❖ وظيفة التنظيم المؤسسي (المرحلة الانتقالية، الانتخابات)

وبذلك، يتحول المصطلح إلى أداة فاعلة في إنتاج المعنى السياسي داخل الخطاب الإعلامي، وليس مجرد وسيط لنقله.

6. 2 التحليل الحجاجي

من منظور حجاجي، يكشف الخطاب الإعلامي حول الربيع العربي عن توظيف واضح لاستراتيجيات إقناعية تهدف إلى توجيه مواقف الجمهور إزاء الأحداث. وفي هذا السياق، يؤكد شايبم بيرلمان أن الخطاب العام يقوم على بناء حجج تستند إلى قيم مشتركة من أجل تحقيق القبول والإقناع.

وفي ضوء ذلك، يمكن رصد عدد من الآليات الحجاجية في المصطلحات المدروسة:

➤ يعتمد مصطلح "الثورة" على **حجة القيمة**، من خلال ربط الحدث بمفاهيم الحرية والعدالة والتغيير، وهو ما يمنحه قوة إقناعية عالية .

➤ بينما يستند مصطلح "الاحتجاجات" إلى **حجة توصيفية** تكتفي بعرض الحدث دون توجيه تأويلي صريح .

➤ أما مصطلحات مثل "الانقلاب" و"الثورة المضادة" فتعتمد على حجج نزع الشرعية، من خلال تقديم الفاعلين بوصفهم معرقلين للمسار الديمقراطي .

➤ في حين يُوظَّف مصطلح "المرحلة الانتقالية" ضمن حجة تنظيمية/إجرائية تُبرز الطابع المؤسسي لإدارة التحول السياسي .

ويُظهر هذا التنوع أن الخطاب الإعلامي لا يكتفي بعرض الوقائع، بل يبني منظومة حاجية متكاملة تُسهم في توجيه الرأي العام، عبر اختيار مفردات تحمل شحنات دلالية متفاوتة. يكشف تحليل المصطلحات المستخدمة في تغطية ثورات الربيع العربي عن وجود اختلاف جوهري في التأطير الخطابى بين القنوات الإعلامية محل الدراسة، حيث لا يقتصر هذا الاختلاف على المستوى اللغوي، بل يمتد إلى مستوى بناء المعنى السياسي وتوجيه إدراك الجمهور للأحداث. فقد أظهرت النتائج أن قناة الجزيرة تميل إلى اعتماد مصطلحات ذات حمولة تقييمية واضحة، تُسهم في شرعنة الحراك الشعبى وتأطيره ضمن خطاب ثوري، في حين تميل قناة العربية إلى استخدام مفردات ذات طابع توصيفي أو مؤسساتي، تركز على عرض الأحداث وإدارتها ضمن إطار سياسي أكثر حيادًا.

ويؤكد هذا التباين أن المصطلح الإعلامي يمثل أداة مركزية في إنتاج الخطاب السياسي، حيث يؤدي دورًا حاسمًا في إعادة تشكيل الواقع الرمزي للأحداث، من خلال تأطيرها ضمن دلالات مختلفة تتراوح بين الشرعنة والتوصيف والتنظيم.

7- المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية صعود تنظيم داعش

(2014-2019)

شهدت المنطقة العربية، ابتداءً من عام 2014، تحولات سياسية وأمنية عميقة ارتبطت بصعود تنظيم ما عُرف إعلامياً بـ«الدولة الإسلامية في العراق والشام»، والذي شاع اختصاره في الخطاب الإعلامي باسم «داعش». وقد أسهم هذا التحول في إعادة تشكيل بنية الخطاب الإعلامي، حيث برزت منظومة جديدة من المصطلحات المرتبطة بالإرهاب، والتطرف، والعنف المسلح، والتدخلات العسكرية.

ولعلّ أبرز مظاهر هذا التحول يتمثل في الصراع المصطلحي حول تسمية التنظيم، إذ لم يكن الاختلاف في التسميات مجرد تنوع لغوي، بل عكس تبايناً في المقاربات الخطابية التي تعتمدها الوسائل الإعلامية. فقد تراوحت التسميات بين "تنظيم الدولة"، و"داعش"، و"التنظيم الإرهابي"، وهي تسميات تحمل دلالات متباينة تتراوح بين الإقرار الضمني بالهوية التي يدّعيها التنظيم، وبين نزع الشرعية عنه عبر توصيفه بالإرهاب.

ويُظهر هذا التباين أن المصطلح الإعلامي لا يعمل بوصفه أداة وصفية محايدة، بل يُسهم في بناء تمثيلات ذهنية محددة حول الفاعل السياسي. وفي هذا السياق، يؤكد تيون أ. فان دايك أن تسمية الفاعلين داخل الخطاب الإعلامي تُعد جزءاً من عملية إنتاج المعنى، حيث تحمل الأسماء شحنات دلالية وأيديولوجية تؤثر بشكل مباشر في إدراك الجمهور للأحداث.

ومن هذا المنطلق، فإن تحليل المصطلحات المستخدمة في تغطية صعود تنظيم داعش يتيح الكشف عن الكيفية التي يُعاد من خلالها تشكيل الفاعل الإرهابي داخل الخطاب الإعلامي، ليس فقط من حيث توصيفه، بل أيضًا من حيث موقعه ضمن منظومة القيم السياسية والأخلاقية.

وعليه، فإن هذا المحور يسعى إلى تفكيك البنية المصطلحية المرتبطة بالتنظيم، من خلال الكشف عن وظائفها التداولية والحجاجية، ومدى إسهامها في تأطير الظاهرة الإرهابية داخل المجال الإعلامي.

جدول (12): مصطلحات توصيف التنظيم في الخطاب الإعلامي

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
نقل التسمية الذاتية للتنظيم	إخبارية	وصفية/نقلية	الجزيرة	تنظيم الدولة الإسلامية
تقليص الشرعية الرمزية	سياسية/إعلامية	تقويفية	العربية	داعش

نزع الشرعية	أمنية/سياسية	تقويمية سلبية	العربية	التنظيم الإرهابي
توصيف ضمني غير محدد	أمنية	توصيفية عامة	القناتان	الجماعات المتطرفة

يُظهر التوزيع الكمي لمصطلحات توصيف التنظيم وجود تباين واضح بين القناتين، حيث تتجه قناة العربية إلى استخدام مصطلحات ذات حمولة تقويمية (مصطلحان من أصل أربعة)، مقابل اعتماد قناة الجزيرة على توصيف أقرب إلى النقل الإخباري. كما يتضح أن:

➤ 50% من المصطلحات ذات طابع تقويمي/تقويضي (داعش، التنظيم الإرهابي)

➤ 25% ذات طابع نقلي (تنظيم الدولة الإسلامية)

➤ 25% ذات طابع توصيفي عام (الجماعات المتطرفة)

وهو ما يعكس تعدد مستويات التأطير بين النقل، التوصيف، والتقويم. يكشف هذا الجدول عن أن تسمية التنظيم لم تكن مجرد عملية وصفية، بل شكلت محوراً مركزياً للصراع الخطابى داخل التغطية الإعلامية. فاختيار المصطلح يعكس موقفاً ضمنياً من التنظيم، ويتجاوز نقل الخبر إلى إعادة بناء معناه داخل المجال العام. فقد اعتمدت قناة الجزيرة في بعض التغطيات مصطلح "تنظيم الدولة الإسلامية"، وأحياناً "تنظيم الدولة" وهو اختيار لغوي يندرج ضمن ما يمكن تسميته بالتوصيف النقلي، حيث يتم تبني

التسمية التي يروج لها التنظيم دون تدخل تقويمي مباشر. غير أن هذا النقل، وإن بدا محايداً، قد يُسهم ضمناً في إعادة إنتاج الخطاب الذي يسعى التنظيم إلى ترسيخه حول ذاته.

في المقابل، تميل قناة العربية إلى استخدام مصطلحات مثل "داعش" و"التنظيم الإرهابي"، وهي مفردات ذات طابع تقويمي واضح، تهدف إلى نزع الشرعية الرمزية عن التنظيم، من خلال تفكيك ادعائه بامتلاك صفة "الدولة" وربطه بمنظومة الإرهاب.

أما مصطلح "الجماعات المتطرفة"، الذي استُخدم في القنوات، فيعكس محاولة لتقديم توصيف عام يندرج ضمن الحقل الأمني، دون الإحالة المباشرة إلى هوية التنظيم، وهو ما يمنحه طابعاً أكثر عمومية وأقل حدة من حيث الحكم القيمي.

وفي هذا السياق، يؤكد نورمان فيركلاف أن تسمية الفاعلين داخل الخطاب الإعلامي تمثل إحدى أبرز آليات ممارسة السلطة الرمزية، حيث تسهم في تشكيل تمثيلات الجمهور وتوجيه إدراكه للواقع السياسي.

جدول (13): مصطلحات التطرف والإرهاب في الخطاب الإعلامي

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
توصيف الأفعال العنيفة	أمنية	تقويمية سلبية	القناتان	الإرهاب

التطرف	القناتان	توصيفية/تقويمية	أمنية	توصيف السلوك والأيديولوجيا
الجماعات المتطرفة	القناتان	توصيفية	أمنية	توصيف الفاعلين
الفكر المتطرف	القناتان	تفسيرية	فكرية/أمنية	تحليل الخلفيات الأيديولوجية

يُظهر التوزيع الكمي للمصطلحات في هذا الجدول تقاربًا واضحًا بين القناتين، حيث استُخدمت جميع المصطلحات بشكل مشترك، وهو ما يشير إلى توافق خطابي عام في توصيف الظاهرة.

كما يتضح أن:

➤ 50% من المصطلحات ذات طابع أمني مباشر (الإرهاب، الجماعات المتطرفة)

➤ 25% ذات طابع توصيفي/سلوكي (التطرف)

➤ 25% ذات طابع تفسيري/فكري (الفكر المتطرف)

وهذا يعكس انتقال الخطاب من توصيف الأفعال إلى تفسير جذورها.

يعكس هذا الجدول تحوُّلاً بنيويًا في طبيعة الخطاب الإعلامي، حيث لم يعد التأطير قائمًا على الصراع السياسي كما في مرحلة الربيع العربي، بل انتقل إلى خطاب أمني قائم على التهديد والخطر.

فالمصطلحات مثل "الإرهاب" و"التطرف" لا تؤدي وظيفة وصفية فحسب، بل تحمل شحنة تقييمية قوية تُسهم في ترسيخ صورة سلبية للفاعل، وتضعه ضمن إطار تهديدي يتطلب المواجهة. ويُعد هذا التحول تجسيدًا لما يُعرف في دراسات الاتصال بـ"أمننة الخطاب"، حيث يتم تقديم الظاهرة بوصفها خطرًا يستدعي تدخلًا استثنائيًا.

كما أن استخدام مصطلح "الفكر المتطرف" يعكس انتقالًا إضافيًا من مستوى الحدث إلى مستوى التفسير، حيث يسعى الخطاب الإعلامي إلى ربط الأفعال العنيفة بمنظومة فكرية، وهو ما يُضفي على المعالجة بعدًا تحليليًا يتجاوز التغطية الخبرية. وفي هذا السياق، يمكن القول إن الخطاب الإعلامي أعاد بناء الظاهرة الإرهابية ضمن ثلاث مستويات مترابطة:

➤ مستوى الفعل (الإرهاب)

➤ مستوى الفاعل (الجماعات المتطرفة)

➤ مستوى المرجعية الفكرية (الفكر المتطرف)

وهو ما يعكس بناءً دلاليًا متكاملًا للظاهرة داخل الخطاب.

ويُظهر هذا التماثل في استخدام المصطلحات أن الخطاب الإعلامي انتقل إلى بناء إجماع دلالي حول توصيف الظاهرة الإرهابية بوصفها تهديدًا أمنيًا، بما يعزز منطق الأمنة داخل المجال العام.

وتدعم هذه النتائج الفرضية القائلة بأن المصطلح الإعلامي يسهم في إعادة تأطير القضايا من منظور سياسي إلى منظور أمني، من خلال توظيف مفردات تحمل دلالات تهديدية تستدعي الاستجابة.

جدول (14): مصطلحات تأطير "الحرب على الإرهاب" في الخطاب الإعلامي

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
تأطير الصراع كحرب شاملة	أمنية/سياسية	تقويمية/تأطيرية	القناتان	الحرب على الإرهاب
توصيف السياسات والإجراءات	أمنية	إجرائية/تقنية	القناتان	مكافحة الإرهاب
توصيف الفاعلين الدوليين	دولية	سياسية/مؤسسية	العربية	التحالف الدولي
وصف أدوات التنفيذ	عسكرية	توصيفية/عسكرية	القناتان	العمليات العسكرية

يُظهر التوزيع الكمي تقاربًا بين القناتين في ثلاثة مصطلحات من أصل أربعة، مع اختصاص قناة العربية بمصطلح واحد ("التحالف الدولي")، ما يعكس حضورًا أكبر للبُعد الجيوسياسي في خطابها.

كما يتضح أن:

➤ 50% من المصطلحات ذات طابع أمني/سياسي تأطيري (الحرب على الإرهاب، التحالف الدولي)

➤ 25% ذات طابع إجرائي (مكافحة الإرهاب)

➤ 25% ذات طابع عسكري توصيفي (العمليات العسكرية)

وهذا يدل على تكامل مستويات التأطير بين الإطار العام (الحرب)، والآليات (المكافحة)، وأدوات التنفيذ (العمليات).

يعكس هذا الجدول ترسخ ما يمكن تسميته بخطاب الأمانة المعولمة، حيث يُعاد تقديم الظاهرة الإرهابية ضمن إطار حرب كونية تتجاوز الحدود الوطنية. فمصطلح "الحرب على الإرهاب" لا يصف مجرد مواجهة أمنية، بل يُعيد تعريف طبيعة الصراع بوصفه تهديدًا شاملاً يستدعي تعبئة دولية.

في المقابل، يُضفي مصطلح "مكافحة الإرهاب" طابعًا إجرائيًا/تقنيًا على الخطاب، من خلال تحويل الصراع إلى مجموعة سياسات وأدوات تُدار مؤسسيًا، وهو ما يخفف من حدة الدلالة الحربية مع الإبقاء على منطق التدخل.

أما “التحالف الدولي” فيبرز بُعد الشرعنة الدولية، إذ يُقدّم التدخل العسكري ضمن إطار جماعي، بما يعزز مشروعياته السياسية ويُخرجه من نطاق الفعل الأحادي. ويُلاحظ تركيز قناة العربية على هذا المصطلح، بما يعكس اهتمامًا أكبر بإطار الفاعلين الدوليين وبناء الشرعية عبر التعددية.

بينما يظل مصطلح “العمليات العسكرية” في مستوى الوصف التنفيذي، حيث يُحيل إلى أدوات الفعل دون أن يحمل بالضرورة حكمًا قيميًا مباشرًا، لكنه يرسّخ حضور المقاربة العسكرية كحل مركزي. وعليه، يتشكل الخطاب عبر أربعة مستويات مترابطة:

➤ إطار شامل: الحرب على الإرهاب

➤ آلية تدبير: مكافحة الإرهاب

➤ فاعل شرعاني: التحالف الدولي

➤ أداة تنفيذ: العمليات العسكرية

وهو انتقال يعكس انتقال مركز الخطاب من “من هو الفاعل؟” إلى “كيف تُدار المواجهة؟”. ويُظهر هذا التأطير أن المصطلح الإعلامي يسهم في تحويل الصراع من قضية أمنية محلية إلى حرب معولمة، بما يعيد تشكيل حدود التدخل وشرعيته داخل الخطاب الإعلامي. وتدعم هذه النتائج الفرضية القائلة بأن المصطلح الإعلامي لا يكتفي بوصف التهديد، بل يساهم في شرعنة أنماط محددة من الاستجابة، خصوصًا المقاربة العسكرية ذات البعد الدولي.

جدول (15): مصطلحات تأطير العمليات العسكرية ونتائجها

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدالية	القناة	المصطلح
توصيف استعادة المدن	عسكرية/سياسية	تقويمية إيجابية	القناتان	تحرير المدن
توصيف إعادة بسط النفوذ	عسكرية	توصيفية/تقنية	القناتان	استعادة السيطرة
توصيف هزيمة الفاعل	عسكرية	تقويمية	القناتان	دحر التنظيم

يُظهر التوزيع الكمي تقاربًا تامًا بين القناتين، حيث استُخدمت جميع المصطلحات بشكل مشترك، وهو ما يعكس إجماعًا خطابيًّا في توصيف نتائج العمليات العسكرية. كما يتضح أن:

➤ 66% من المصطلحات ذات طابع تقويمي إيجابي (تحرير المدن، دحر التنظيم)

➤ 33% ذات طابع توصيفي تقني (استعادة السيطرة)

وهو ما يشير إلى هيمنة البعد التقييمي المرتبط بالنجاح والانتصار. يعكس هذا الجدول مرحلة متقدمة من الخطاب الإعلامي، حيث لم يعد التركيز على توصيف التهديد أو شرعنة الحرب، بل انتقل إلى إنتاج خطاب الانتصار واستعادة الدولة.

فمصطلح "تحرير المدن" يحمل حمولة دلالية قوية، إذ لا يكتفي بوصف العملية العسكرية، بل يُضفي عليها بُعدًا أخلاقيًا من خلال تقديمها كفعل تحريري يُنهي حالة "الاحتلال" التي فرضها التنظيم. وبذلك، يتحول الفعل العسكري إلى فعل شرعي ومبرر ضمنيًا.

أما مصطلح "استعادة السيطرة" فينتهي إلى مستوى توصيفي أكثر تقنية، حيث يركّز على إعادة بسط السلطة دون تحميل الحدث شحنة تقويمية واضحة، وهو ما يجعله أقرب إلى اللغة العسكرية الرسمية.

في حين يُعبّر مصطلح "دحر التنظيم" عن تأطير قائم على الحسم والانتصار، حيث يتم تقديم التنظيم بوصفه طرفًا مهزومًا، وهو ما يُسهم في إعادة بناء ميزان القوى داخل الخطاب. ويكشف هذا التوظيف أن الخطاب الإعلامي أعاد تشكيل المشهد العسكري ضمن ثلاث دلالات مركزية:

➤ التحرير (إضفاء الشرعية الأخلاقية)

➤ السيطرة (إعادة بناء السلطة)

➤ الهزيمة (إنهاء الفاعل)

وهو تسلسل يعكس اكتمال البنية الخطابية من التهديد إلى الحسم.

ويُظهر هذا التأطير أن المصطلح الإعلامي يسهم في إعادة بناء نتائج الصراع، من خلال تحويل العمليات العسكرية إلى سردية انتصار تستعيد من خلالها الدولة شرعيتها وسلطتها الرمزية.

وتدعم هذه النتائج الفرضية القائلة بأن المصطلح الإعلامي لا يقتصر على توصيف الوقائع العسكرية، بل يساهم في إنتاج خطاب الانتصار وإعادة تشكيل صورة الفاعلين داخل المجال العام.

جدول (16): مصطلحات تأطير الفاعلين العسكريين في الخطاب الإعلامي

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
توصيف الفاعل السيادي	عسكرية/وطنية	توصيفية/رسمية	القناتان	الجيش العراقي
إبراز الفاعل الدولي	عسكرية/دولية	توصيفية/شرعانية	العربية	قوات التحالف
توصيف قوة محلية منظمة	عسكرية/إثنية-إقليمية	توصيفية	القناتان	البشمركة
إبراز الفاعل المجتمعي	اجتماعية/سياسية	توصيفية/اجتماعية	الجزيرة	العشائر السنية

يُظهر التوزيع الكمي تقاطعًا جزئيًا بين القناتين، حيث تشتركان في ثلاثة مصطلحات ("الجيش العراقي"، "البشمركة"، "العشائر السنية" بدرجات حضور مختلفة)، مقابل تخصص قناة العربية بمصطلح "قوات التحالف".

كما يتضح أن:

➤ 50% من المصطلحات ذات طابع عسكري وطني/محلي (الجيش العراقي، البشمركة)

➤ 25% ذات طابع دولي (قوات التحالف)

➤ 25% ذات طابع اجتماعي/محلي (العشائر السنية)

وهو ما يعكس تعدد مستويات الفاعلين داخل الخطاب.

يكشف هذا الجدول عن أن الخطاب الإعلامي لم يقدّم الحرب ضد التنظيم بوصفها مواجهة أحادية، بل صاغها ضمن بنية متعددة الفاعلين تتوزع بين المستوى الدولي، والوطني، والمحلي. فمصطلح “الجيش العراقي” يُجسّد الفاعل السيادي الرسمي، ويُضفي على العمليات العسكرية طابعاً مؤسسانياً يعكس استعادة الدولة لدورها. أما “قوات التحالف” فتُبرز البعد الدولي للصراع، حيث يتم تقديم المواجهة ضمن إطار جماعي عابر للحدود، وهو ما يعزز شرعيتها السياسية والعسكرية.

في المقابل، يُشير حضور “البشمركة” إلى إدماج الفاعل الإقليمي ضمن الخطاب، بما يعكس تعقيد البنية العسكرية على الأرض، وتداخل الأبعاد القومية والإثنية في إدارة الصراع. أما مصطلح “العشائر السنية”، الذي يبرز بشكل أوضح في خطاب قناة الجزيرة، فيُدخل بعداً اجتماعياً على المعالجة، حيث يتم تقديم المواجهة بوصفها أيضاً فعلاً مجتمعياً، وليس مجرد تدخل عسكري، وهو ما يضيف على الصراع طابعاً محلياً متجذراً.

ويُظهر هذا التعدد أن الخطاب الإعلامي أعاد توزيع أدوار الفاعلين ضمن ثلاث مستويات:

➤ مستوى سيادي رسمي {الجيش العراقي}

➤ مستوى دولي شرعاني {قوات التحالف}

➤ مستوى محلي/مجتمعي {البشمركة، العشائر}

وهو انتقال يعكس محاولة بناء سردية متكاملة تُبرز تعددية الفاعلين وتوزيع الأدوار داخلها. ويُظهر هذا التأطير أن المصطلح الإعلامي لا يكتفي بتوصيف الفاعلين، بل يُسهم في إعادة توزيع الأدوار داخل الصراع، من خلال إبراز مستويات مختلفة من الشرعية: السيادية، والدولية، والمجتمعية.

وتدعم هذه النتائج الفرضية القائلة بأن المصطلح الإعلامي يلعب دوراً حاسماً في بناء صورة الفاعلين داخل الخطاب، من خلال تحديد موقعهم ووظيفتهم ضمن بنية الصراع.

1.7 التحليل التداولي

من منظور تداولي، لا تُستعمل المصطلحات المرتبطة بتغطية صعود تنظيم داعش بوصفها أدوات وصفية محايدة، بل تؤدي أفعالاً إنجازية تسهم في إعادة تشكيل الواقع السياسي والأمني داخل الخطاب الإعلامي. فالمفردات من قبيل "التنظيم الإرهابي" و"الجماعات المتطرفة" لا تكتفي بتوصيف الفاعل، بل تقوم بوظيفة مركزية تتمثل في نزع الشرعية الرمزية عنه، من خلال إدراجه ضمن حقل دلالي يرتبط بالخطر والتهديد.

وفي المقابل، تؤدي مصطلحات مثل "الحرب على الإرهاب"، و"مكافحة الإرهاب"، و"تحرير المدن" وظيفة تداولية معاكسة، تتمثل في إضفاء الشرعية على الفعل العسكري، عبر تقديمه

بوصفه استجابة ضرورية ومشروعة لتهديد استثنائي. وهنا يتحول الخطاب من مجرد نقل الوقائع إلى بناء مبررات الفعل داخل المجال العام.

كما تُظهر نتائج الجداول (11-15) أن المصطلح الإعلامي يؤدي منظومة من الوظائف التداولية المتكاملة، من أبرزها:

- وظيفة نزع الشرعية (التنظيم الإرهابي، داعش)
- وظيفة التهديد/الأمننة (الإرهاب، التطرف)
- وظيفة الشرعنة (الحرب على الإرهاب، مكافحة الإرهاب)
- وظيفة الانتصار وإعادة البناء (تحرير المدن، دحر التنظيم)
- وظيفة توزيع الأدوار (الجيش العراقي، التحالف الدولي، العشائر)

وبذلك، لا يُفهم المعنى إلا في ضوء سياق الاستعمال، حيث يتداخل البعد اللغوي مع السياق السياسي والمؤسسي، وهو ما ينسجم مع أطروحات التداولية التي ترى أن اللغة تُتجزأ أفعالاً داخل الواقع، ولا تكتفي بوصفه.

2.7 التحليل الحجاجي

من منظور حجاجي، يكشف الخطاب الإعلامي في هذه المرحلة عن بنية إقناعية واضحة تقوم على توظيف جملة من الحجج المرتبطة بقيم الأمن والاستقرار. وفي هذا السياق،

يؤكد شايم بيرلمان أن الخطاب العام يبني قوته الإقناعية من خلال استدعاء القيم المشتركة التي تحظى بقبول واسع لدى الجمهور.

وانطلاقاً من ذلك، يمكن رصد عدد من الآليات الحجاجية في المصطلحات المدروسة:

➤ تقوم مفردات مثل "الإرهاب" و"التطرف" على حجة التهديد، من خلال تقديم الظاهرة بوصفها خطراً شاملاً يستدعي المواجهة .

➤ بينما يستند مصطلح "الحرب على الإرهاب" إلى حجة الضرورة الأمنية، حيث يُقدّم التدخل العسكري كخيار حتمي لحماية الأمن .

➤ وتعتمد مفردات مثل "التحالف الدولي" على حجة الشرعية الجماعية، من خلال إبراز الطابع الدولي للمواجهة .

➤ في حين تُوظّف مصطلحات مثل "تحرير المدن" و"دحر التنظيم" ضمن حجة النتائج والانتصار، التي تُبرز نجاح الفعل العسكري وتؤكد مشروعيته .

ويُظهر هذا البناء الحجاجي أن الخطاب الإعلامي لا يكتفي بعرض الوقائع، بل يُعيد تنظيمها ضمن منظومة إقناعية متماسكة تُوجّه إدراك الجمهور وتحدد موقفه من الصراع. يكشف تحليل المصطلحات المستخدمة في تغطية صعود تنظيم داعش عن تحوّل بنيوي في الخطاب الإعلامي، حيث انتقل من التأطير السياسي الذي طبع مرحلة الربيع العربي إلى تأطير أمني-عسكري قائم على منطق التهديد والمواجهة.

وقد بينت النتائج وجود صراع مصطلحي واضح حول تسمية التنظيم، يعكس اختلافًا في المقاربات الخطابية بين الوسائل الإعلامية، خاصة بين من يعتمد توصيفًا نقليًا للتسمية، ومن يسعى إلى نزع الشرعية عنها عبر مفردات تقويمية.

كما أظهر التحليل وجود تقارب ملحوظ بين القنوات في توصيف الظاهرة الإرهابية وشرعنة مواجهتها، وهو ما يعكس تشكّل إجماع خطابي حول ضرورة مكافحة التنظيم، مقابل استمرار التباين في بعض مستويات التأطير، خصوصًا في تسمية الفاعلين وتحديد أدوارهم. وعليه، يتبين أن المصطلح الإعلامي لا يقتصر على نقل الحدث، بل يُسهم في إعادة بناء معناه داخل المجال العام، من خلال تأطيره ضمن دلالات تتراوح بين نزع الشرعية، والأمننة، وشرعنة التدخل العسكري، وإنتاج خطاب الانتصار.

8- المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية الحروب على قطاع غزة

(2008-2014)

شهد قطاع غزة، منذ عام 2008، سلسلة متواصلة من الحروب والتحديات العسكرية بين إسرائيل والفصائل الفلسطينية، ما جعله أحد أكثر الملفات حضورًا في الأجندة الإعلامية للقنوات الإخبارية العربية. وقد أسهمت هذه التغطيات في إنتاج منظومة مصطلحية كثيفة، تعكس تعقيد الصراع وتعدّد أبعاده السياسية والعسكرية والإنسانية. وتتوزع هذه المنظومة على عدة مستويات دلالية، من أبرزها:

➤ توصيف الفاعلين (جيش الاحتلال، المقاومة، الفصائل المسلحة)

➤ توصيف العمليات العسكرية (قصف، اجتياح، عدوان، ردّ)

➤ البعد الإنساني (ضحايا، شهداء، مدنيون، حصار)

➤ البعد القانوني والسياسي (انتهاك القانون الدولي، جرائم حرب، حق الدفاع عن النفس)

ويكشف هذا التنوع المصطلحي عن وجود صراع خطابي حول تأطير طبيعة الصراع، حيث لا يقتصر الاختلاف على اختيار المفردات، بل يمتد إلى بناء سرديات متباينة حول من هو الفاعل الشرعي، وما هي طبيعة الفعل العسكري، وكيف تُقدّم معاناة المدنيين.

وفي هذا السياق، يشير تيون أ. فان دايك إلى أن وسائل الإعلام تؤدي دورًا حاسمًا في تشكيل السرديات السياسية، من خلال اختيار مفردات تُسهم في بناء تمثيلات ذهنية محددة لدى الجمهور، وتوجيه إدراكه لطبيعة الصراع وأطرافه.

وعليه، فإن تحليل المصطلحات الإعلامية المستخدمة في تغطية الحروب على غزّة يتيح تفكيك البنية الخطابية التي يُعاد من خلالها إنتاج الصراع داخل المجال الإعلامي، سواء من خلال شرعنة الفاعلين، أو نزع الشرعية عنهم، أو إبراز البعد الإنساني للصراع.

ومن هذا المنطلق، يسعى هذا المبحث إلى تحليل المصطلح الإعلامي في تغطية الحروب على غزّة، من خلال الكشف عن وظائفه التداولية والحجاجية، ومدى إسهامه في تأطير الصراع ضمن أطر عسكرية، أو إنسانية، أو قانونية.

جدول (17): مصطلحات تأطير الفاعلين في الصراع على غزّة

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
شرعنة الفاعلين	سياسية/أخلاقية	تقويمية إيجابية	الجزيرة	المقاومة الفلسطينية
توصيف فاعل محدد	سياسية	توصيفية/سياسية	القناتان	حركة حماس
توصيف الفاعلين جماعياً	عسكرية/سياسية	توصيفية	العربية	الفصائل
تأطير أمني للفاعلين	أمنية	تقويمية ضمنية	العربية	الفصائل المسلحة

يُظهر التوزيع الكمي تبايناً واضحاً بين القناتين، حيث تميل قناة الجزيرة إلى استخدام مصطلحات ذات حمولة تقويمية (مصطلح واحد رئيسي)، مقابل اعتماد قناة العربية على مصطلحين ذوي طابع توصيفي/أمني.

كما يتضح أن:

- 25% من المصطلحات ذات طابع تقويمي شرعي (المقاومة الفلسطينية)
- 50% ذات طابع توصيفي (حركة حماس، الفصائل المسلحة)
- 25% ذات طابع أمني (فصائل)

وهو ما يعكس تعدد مستويات تأطير الفاعلين بين الشرعنة، التوصيف، والأمننة.

يكشف هذا الجدول عن وجود صراع دلالي حول تعريف الفاعل في الصراع، حيث لا يقتصر الاختلاف على التسمية، بل يمتد إلى تحديد موقعه ضمن منظومة القيم السياسية والأخلاقية. فمصطلح "المقاومة الفلسطينية"، الذي تتبناه قناة الجزيرة، يحمل دلالة تقويمية إيجابية، إذ يُدرج الفاعل ضمن خطاب شرعي يرتبط بمفاهيم التحرر ومواجهة الاحتلال، وهو ما يمنحه بعداً أخلاقياً يتجاوز البعد العسكري.

في المقابل، تميل قناة العربية إلى استخدام مصطلحات مثل "الفصائل المسلحة" و"الفصائل"، وهي مفردات تركز على البعد العسكري والأمني، وتُسهم في تحييد أو تقليص البعد السياسي والشرعي للفاعل، من خلال تقديمه بوصفه فاعلاً مسلحاً ضمن إطار أمني.

أما مصطلح "حركة حماس"، المشترك بين القناتين، فيندرج ضمن توصيف سياسي مباشر، غير أن دلالاته تبقى مفتوحة على تأويلات مختلفة تبعاً للسياق الذي يُستخدم فيه.

وفي هذا السياق، يؤكد نورمان فيركلاف أن اختيار المصطلحات في الخطاب الإعلامي يُعدّ ممارسة للسلطة الرمزية، حيث يسهم في بناء تأطير معين للأحداث وتحديد أدوار الفاعلين داخلها. ويُظهر هذا التباين أن المصطلح الإعلامي لا يحدد هوية الفاعل فحسب، بل يعيد بناء موقعه الأخلاقي والسياسي داخل الخطاب، بين الشرعنة والتجريد.

وتدعم هذه النتائج الفرضية القائلة بأن المصطلح الإعلامي يمثل أداة مركزية في تأطير الفاعلين السياسيين، من خلال تحديد موقعهم بين الشرعية والتهديد داخل المجال العام.

جدول (18): مصطلحات تأطير العمليات العسكرية في غزة

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
إدانة الفعل العسكري	سياسية/أخلاقية	تقويمية سلبية	الجزيرة	العدوان الإسرائيلي
توصيف إطار الصراع	سياسية/عسكرية	توصيفية	العربية	الحرب على غزة
وصف الفعل العسكري	عسكرية	توصيفية/عسكرية	القناتان	القصف الإسرائيلي
توصيف الوسائل العسكرية	عسكرية	تقنية/عسكرية	القناتان	الغارات الجوية

يُظهر التوزيع الكمي تقاطعًا بين القناتين في نصف المصطلحات (القصف الإسرائيلي،

الغارات الجوية)، مقابل تباين واضح في المصطلحين الآخرين.

كما يتضح أن:

➤ 25% من المصطلحات ذات طابع تقويمي (العدوان الإسرائيلي)

➤ 25% ذات طابع توصيفي عام (الحرب على غزة)

➤ 50% ذات طابع عسكري تقني (القصف، الغارات)

وهو ما يعكس توازنًا بين التأطير القيمي والتوصيف التقني.

يكشف هذا الجدول عن وجود ازدواجية في تأطير العمليات العسكرية، حيث يتراوح الخطاب بين الإدانة الأخلاقية والتوصيف التقني.

فمصطلح "العدوان الإسرائيلي"، الذي تعتمد عليه قناة الجزيرة، يُحمل الفعل العسكري دلالة تقويمية واضحة، إذ يُدرجه ضمن إطار قانوني وأخلاقي يُفهم ضمناً بوصفه فعلاً غير مشروع. وبهذا، لا يكتفي المصطلح بوصف الحدث، بل يُسهم في توجيه موقف المتلقي نحوه.

في المقابل، يستخدم خطاب قناة العربية مصطلح "الحرب على غزة"، وهو توصيف أكثر حياداً نسبياً، يضع العمليات ضمن إطار صراع عسكري دون إصدار حكم قيمي مباشر، ما يُضفي على الخطاب طابعاً توصيفياً أقرب إلى الحياد.

أما المصطلحات المشتركة مثل "القصف الإسرائيلي" و"الغارات الجوية"، فتنتهي إلى مستوى تقني، حيث يتم التركيز على وصف الوسائل العسكرية المستخدمة دون الخوض في تقييمها، وهو ما يعكس اعتماد لغة عسكرية معيارية في نقل الأحداث.

ويُظهر هذا التباين أن الخطاب الإعلامي يعيد بناء الفعل العسكري عبر مستويين:

✓ مستوى تقويمي (إدانة الفعل: عدوان)

✓ مستوى توصيفي/تقني (وصف الفعل: قصف/غارات)

ويُظهر هذا التباين أن المصطلح الإعلامي يسهم في إعادة تعريف الفعل العسكري، إما بوصفه ممارسة مشروعة ضمن سياق الحرب، أو كفعل عدواني يستدعي الإدانة.

وتدعم هذه النتائج الفرضية القائلة بأن المصطلح الإعلامي يلعب دوراً محورياً في تأطير العمليات العسكرية، من خلال تحديد طبيعتها بين التوصيف التقني والتقويم الأخلاقي.

جدول (19): مصطلحات تأطير التصعيد العسكري في غزة

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدالية	القناة	المصطلح
توصيف تطور الصراع	عسكرية	توصيفية	القناتان	التصعيد العسكري
توصيف التفاعل بين الأطراف	عسكرية	توصيفية	القناتان	المواجهات
توصيف الفعل العسكري	عسكرية	تقنية/توصيفية	القناتان	العمليات العسكرية

يعكس هذا الجدول اعتماد الخطاب الإعلامي على لغة توصيفية محايدة نسبياً في بعض مستويات التغطية، حيث يتم تقديم الصراع بوصفه تفاعلاً عسكرياً بين أطراف متقابلة دون إسناد أحكام قيمية مباشرة.

فمصطلحات مثل "التصعيد العسكري" و"المواجهات" تُسهم في بناء خطاب يُركّز على دينامية الحدث وتطوره، دون تحديد واضح لمسؤولية الفعل أو طبيعته الأخلاقية. كما أن مصطلح

"العمليات العسكرية" يُقدّم توصيفًا تقنيًا يندرج ضمن اللغة المهنية المستخدمة في التغطيات العسكرية.

ويُلاحظ أن هذا النمط من المصطلحات يؤدي وظيفة تخفيف حدّة التأطير القيمي، من خلال تقديم الصراع ضمن إطار تفاعلي، قد يُوحي ضمنيًا بتكافؤ نسبي بين الأطراف، رغم عدم تماثلها في الواقع.

وعليه، فإن الخطاب الإعلامي في هذا المستوى لا يسعى إلى الإدانة أو الشرعة، بل إلى تنظيم الحدث داخل قالب توصيفي يركّز على سيرورة الصراع بدلًا من مضمونه الأخلاقي. ويُظهر هذا النمط من المصطلحات أن الخطاب الإعلامي قد يلجأ إلى التوصيف التقني لتخفيف الحمولة القيمية للصراع، من خلال تقديمه كعملية عسكرية متبادلة بدلًا من كونه فعلًا أحادي الاتجاه.

وتدعم هذه النتائج الفرضية القائلة بأن المصطلح الإعلامي يمكن أن يُستخدم لإعادة تأطير الصراع من خلال تقنيات التوصيف، بما يؤثر في درجة إدراك الجمهور لطبيعته الأخلاقية والسياسية.

جدول (20): مصطلحات تأطير الضحايا والبعد الإنساني

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح

إبراز أثر الصراع على المدنيين	إنسانية/حقوقية	توصيفية/إنسانية	القناتان	الضحايا المدنيون
إضفاء بعد أخلاقي/رمزي	دينية/سياسية	تقويمية إيجابية	الجزيرة	الشهداء
توصيف نتائج العنف	إنسانية	توصيفية	القناتان	الجرحي

يُظهر التوزيع الكمي تقاطعًا بين القناتين في مصطلحين ("الضحايا المدنيون"، "الجرحي")، مقابل تميّز قناة الجزيرة باستخدام مصطلح واحد ذي حمولة تقويمية ("الشهداء"). كما يتضح أن:

➤ 66% من المصطلحات ذات طابع إنساني توصيفي (الضحايا المدنيون، الجرحى)

➤ 33% ذات طابع تقويمي/رمزي (الشهداء)

وهو ما يعكس حضورًا قويًا للبعد الإنساني مع إدماج بعد قيمي في بعض التغطيات. يكشف هذا الجدول عن أن الخطاب الإعلامي في تغطية الحروب على غزة لا يقتصر على توصيف العمليات العسكرية، بل ينتقل إلى إنتاج خطاب إنساني يركّز على معاناة المدنيين. فمصطلح "الضحايا المدنيون" يُبرز الطبيعة غير المتكافئة للصراع، من خلال تسليط الضوء على الفئات غير المقاتلة، وهو ما يضيف على الخطاب بُعدًا حقوقيًا يندرج ضمن مفاهيم القانون الدولي الإنساني. كما أن مصطلح "الجرحي" يعكس الامتداد المادي المباشر للعنف، ويُسهّم في نقل الأثر الإنساني للصراع إلى المتلقي.

في المقابل، يُمثّل مصطلح "الشهداء"، الذي تعتمد عليه قناة الجزيرة، انتقالاً من الوصف الإنساني إلى التأطير الرمزي والأخلاقي، حيث يتم تقديم الضحايا ضمن إطار قيمي يرتبط بالنضحية والشرعية، وهو ما يمنح الخطاب بعداً دينياً وسياسياً في آنٍ واحد.

➤ ويُظهر هذا التباين أن المصطلح الإعلامي يؤدي وظيفتين متكاملتين:

➤ وظيفة إنسانية توصيفية (نقل المعاناة)

➤ وظيفة تقويمية رمزية (إضفاء المعنى والشرعية على الضحايا)

ويُظهر هذا التأطير أن المصطلح الإعلامي لا يكتفي بنقل المعاناة الإنسانية، بل يُعيد إنتاجها ضمن سردية أخلاقية تُسهم في توجيه تعاطف الجمهور وإعادة تشكيل موقفه من الصراع. وتدعم هذه النتائج الفرضية القائلة بأن المصطلح الإعلامي يمثل أداة حاسمة في تأطير البعد الإنساني للصراع، من خلال الجمع بين التوصيف الموضوعي والتقويم الرمزي.

جدول (21): مصطلحات تأطير الوضع الإنساني في غزة

سياق الاستعمال	المرجعية الخطابية	الطبيعة الدلالية	القناة	المصطلح
توصيف سبب الأزمة	سياسية/إنسانية	تقويمية ضمنية	الجزيرة	الحصار
توصيف الحالة العامة	إنسانية	توصيفية	العربية	الأزمة الإنسانية
إبراز شدة المعاناة	إنسانية	تقويمية/تضخيمية	القناتان	الكارثة الإنسانية

يُظهر التوزيع الكمي تقاطعًا جزئيًا بين القناتين، حيث يشتركان في مصطلح واحد ("الكارثة الإنسانية")، مقابل تمايز في مصطلحين آخرين.

كما يتضح أن:

➤ 33% من المصطلحات ذات طابع سياسي-سببي (الحصار)

➤ 33% ذات طابع توصيفي إنساني (الأزمة الإنسانية)

➤ 33% ذات طابع تقويمي/تصعيدي (الكارثة الإنسانية)

وهو ما يعكس تعدد مستويات تأطير الوضع الإنساني بين السبب، الوصف، والتضخيم. يكشف هذا الجدول عن أن الخطاب الإعلامي لا يكتفي بعرض نتائج الصراع (الضحايا)، بل ينتقل إلى بناء صورة شاملة للوضع الإنساني داخل قطاع غزة.

فمصطلح "الحصار"، الذي يبرز في خطاب قناة الجزيرة، يُمثل تأطيرًا سببيًا، حيث لا يصف الحالة الإنسانية فحسب، بل يُحيل إلى الفاعل المسؤول عنها بشكل ضمني، وهو ما يمنحه بُعدًا سياسيًا يتجاوز الوصف الإنساني.

في المقابل، يعتمد خطاب قناة العربية مصطلح "الأزمة الإنسانية"، وهو توصيف أكثر حيادًا نسبيًا، يركّز على الحالة دون الخوض في تحديد أسبابها أو تحميل مسؤولية مباشرة، ما يُبقي الخطاب ضمن إطار وصفي عام.

أما مصطلح "الكارثة الإنسانية"، المشترك بين القناتين، فيمثل مستوى أعلى من التأطير، حيث يتم تصعيد المعاناة وإبراز شدتها، وهو ما يُسهم في إثارة التعاطف وتكثيف التأثير العاطفي لدى الجمهور.

ويُظهر هذا التباين أن الخطاب الإعلامي يُوَطر الوضع الإنساني عبر ثلاث مستويات:

➤ مستوى سببي الحصار

➤ مستوى توصيفي الأزمة

➤ مستوى تضخيمي/تقويمي الكارثة

ويُظهر هذا التأطير أن المصطلح الإعلامي لا يكتفي بنقل المعاناة، بل يُعيد بناء سياقها من خلال الربط بين السبب والنتيجة، بما يوجه إدراك الجمهور لطبيعة الأزمة وحدود مسؤوليتها. وتدعم هذه النتائج الفرضية القائلة بأن المصطلح الإعلامي يسهم في تأطير البعد الإنساني للصراع، ليس فقط من خلال توصيف نتائجه، بل أيضًا عبر تحديد أسبابه ودرجة حدّته.

1.8 التحليل التداولي

من منظور تداولي، لا تُستخدم المصطلحات في تغطية الحروب على غزّة بوصفها أدوات لغوية محايدة، بل تؤدي أفعالاً إنجازية متعددة تُسهم في إعادة بناء الصراع داخل الخطاب الإعلامي. فاختيار مفردات مثل "المقاومة الفلسطينية" لا يقتصر على توصيف

الفاعل، بل ينجز فعلاً تداولياً يتمثل في إضفاء الشرعية السياسية والأخلاقية عليه، من خلال إدراجه ضمن أفق دلالي يرتبط بقيم التحرر ومقاومة الاحتلال.

في المقابل، تؤدي مصطلحات مثل "الفصائل المسلحة" و"الجماعات المسلحة" وظيفة توصيفية/أمنية تُسهم في تحييد أو تقليص البعد السياسي للفاعل، عبر تقديمه ضمن إطار عسكري أو أمني يركّز على وسيلة الفعل بدلاً من مشروعيته.

أما على مستوى توصيف العمليات، فإن استخدام مفردات مثل "العدوان الإسرائيلي" يُنجز فعلاً تداولياً قائماً على الإدانة والتقويم الأخلاقي، في حين تميل مصطلحات مثل "الحرب على غزة" و"العمليات العسكرية" إلى بناء خطاب توصيفي أقرب إلى الحياد.

وعلى صعيد البعد الإنساني، تُظهر المصطلحات مثل "الضحايا المدنيون"، و"الجرحى"، و"الكارثة الإنسانية" وظيفة تداولية تتمثل في إثارة التعاطف وإبراز المعاناة الإنسانية، بينما يُضفي مصطلح "الشهداء" بعداً رمزياً يُعيد تأطير الضحايا ضمن سردية أخلاقية ودينية.

كما تكشف نتائج الجداول (16-20) أن المصطلح الإعلامي يؤدي منظومة من الوظائف التداولية المتكاملة، من أبرزها:

- ❖ وظيفة الشرعنة (المقاومة الفلسطينية)
- ❖ وظيفة التحييد/الأمننة (الفصائل، الفصائل المسلحة)
- ❖ وظيفة الإدانة (العدوان الإسرائيلي)
- ❖ وظيفة التوصيف التقني (العمليات العسكرية، الغارات الجوية)

❖ وظيفة التعاطف الإنساني (الضحايا المدنيين، الكارثة الإنسانية)

❖ وظيفة التأطير السببي (الحصار)

وبذلك، يتبين أن المصطلح الإعلامي لا ينقل الحدث، بل ينتج معناه داخل سياق تداولي مركّب يتداخل فيه البعد اللغوي مع السياق السياسي والإنساني.

2.8 التحليل الحجاجي

من منظور حجاجي، يكشف الخطاب الإعلامي في تغطية الحروب على غزّة عن بنية إقناعية متعددة المستويات، تقوم على استدعاء جملة من القيم المركزية المرتبطة بالتححرر، والعدالة، والأمن، والإنسانية. وفي هذا السياق، يؤكد شايم بيرلمان أن الخطاب العام يستمد قوته من توافقه مع القيم المشتركة لدى الجمهور.

وانطلاقاً من ذلك، يمكن تحديد أبرز الآليات الحجاجية في المصطلحات المدروسة:

❖ يعتمد مصطلح "المقاومة" على حجة التححرر والشرعية السياسية، من خلال ربط

الفاعل بقيم النضال ضد الاحتلال .

❖ بينما يقوم مصطلح "العدوان" على حجة أخلاقية/قانونية تُدين الفعل العسكري وتضعه

ضمن إطار اللامشروعية .

❖ وتستند مصطلحات مثل "الحرب على غزّة" و"العمليات العسكرية" إلى حجة توصيفية

تُقدّم الصراع ضمن إطار تقني دون توجيه قيم حجة إنسانية ي مباشر .

❖ في حين تُوظَّف مفردات مثل "الأزمة الإنسانية" و"الكارثة الإنسانية" ضمن حجة إنسانية تُبرز معاناة المدنيين وتستثير التعاطف .

❖ كما يُمثل مصطلح "الحصار" حجة سببية تُحيل إلى مسؤولية الفاعل عن تفاقم الوضع الإنساني .

ويُظهر هذا البناء أن الخطاب الإعلامي لا يكتفي بعرض الوقائع، بل يُعيد تنظيمها ضمن منظومة حجاجية تُوجّه إدراك الجمهور وتحدد موقفه من الصراع.

يكشف تحليل المصطلحات المستخدمة في تغطية الحروب على قطاع غزة عن وجود تباين واضح في التأطير الخطابى بين القنوات الإعلامية محل الدراسة، حيث يمتد هذا الاختلاف إلى مستويات متعددة تشمل توصيف الفاعلين، وطبيعة العمليات العسكرية، والبعد الإنساني للصراع.

فقد أظهرت النتائج أن قناة الجزيرة تميل إلى اعتماد مصطلحات ذات حمولة تقويمية وسياسية واضحة، تُسهم في شرعنة بعض الفاعلين وإدانة بعض الأفعال، مع إبراز قوي للبعد الإنساني والرمزي. في المقابل، تميل قناة العربية إلى استخدام مفردات ذات طابع توصيفي أو تقني، تُركّز على عرض الأحداث ضمن إطار عسكري أو إجرائي أكثر حيادًا نسبيًا.

كما بيّن التحليل أن الخطاب الإعلامي لا يكتفي بتوصيف الصراع، بل يُسهم في إعادة بنائه من خلال تأطيره ضمن دلالات متباينة، تتراوح بين الشرعنة، والتوصيف، والأمننة، والتقويم الأخلاقي، وإبراز المعاناة الإنسانية.

وعليه، يتضح أن المصطلح الإعلامي يمثل أداة مركزية في إنتاج المعنى داخل الخطاب الإعلامي، حيث يؤدي دورًا حاسمًا في توجيه إدراك الجمهور وتشكيل مواقفه تجاه الصراع.

9- الجدول التركيبي المقارن

جدول (22) المقارنة التداولية والحجاجية للمصطلح الإعلامي السياسي في قناتي الجزيرة

والعربية

المرحلة	الحدث	مصطلحات الجزيرة	مصطلحات العربية	التأطير التداولي	المسار الحجاجي
حرب العراق	التدخل الأميركي	الغزو - الاحتلال - العدوان	حرب التحرير - التحالف الدولي	نقد التدخل العسكري	شرعية / نزع شرعية
حرب العراق	الوضع الداخلي	المقاومة - الفتنة الطائفية	الحرب الطائفية - الفوضى	توصيف أخلاقي للصراع	حجة أخلاقية
الربيع العربي	الحراك الشعبي	الثورة - الثوار - إسقاط النظام	الاحتجاجات - المتظاهرون	شرعنة الحراك الشعبي	حجة الحرية

حجة قانونية	صراع على الشرعية	عزل الرئيس - المرحلة الانتقالية	الشرعية - الانقلاب	التغيير السياسي	الربيع العربي
نزع الشرعية	توصيف مقابل تقويض رمزي	داعش - التنظيم الإرهابي	تنظيم الدولة الإسلامية	توصيف التنظيم	مرحلة داعش
حجة أمنية	دعم العمليات العسكرية	الحرب على الإرهاب	تحرير المدن	العمليات العسكرية	مرحلة داعش
حجة التحرر	شرعنة الفاعلين	الفصائل المسلحة	المقاومة الفلسطينية	الفاعلون	حروب غزة
حجة أخلاقية	إدانة الفعل العسكري	الحرب على غزة	العدوان الإسرائيلي	العمليات العسكرية	حروب غزة
حجة إنسانية	إبراز المعاناة الإنسانية	الأزمة الإنسانية	الحصار - الضحايا المدنيون	الوضع الإنساني	حروب غزة

يكشف الجدول التركيبي المقارن عن بنية خطابية مزدوجة تحكم توظيف المصطلح الإعلامي السياسي في كل من قناتي الجزيرة والعربية، حيث لا يُعدّ الاختلاف في اختيار المفردات اختلافًا لغويًا سطحيًا، بل يعكس تباينًا عميقًا في الاستراتيجيات التداولية والمسارات الحجاجية التي توطر تمثيل الأحداث السياسية.

فعلى مستوى حرب العراق، يتجلى التباين من خلال اعتماد الجزيرة على مصطلحات ذات حمولة تقويمية قوية مثل "الغزو" و"الاحتلال"، وهي مفردات تؤدي وظيفة تداولية قائمة على نزع الشرعية عن الفعل العسكري الأميركي، عبر إدراجه ضمن إطار عدواني. في المقابل، توظف العربية مصطلحات مثل "التحالف الدولي" و"حرب التحرير"، وهي تسميات تستند إلى خطاب دولي مؤسساتي، وتؤدي وظيفة حجاجية قائمة على إضفاء الشرعية السياسية والقانونية على التدخل.

أما في مرحلة الربيع العربي، فيبرز الاختلاف في توصيف الحراك الشعبي بوصفه ساحة للصراع الرمزي حول الشرعية. إذ تعتمد الجزيرة مصطلحات مثل "الثورة" و"الثوار"، التي تُنجز فعلاً تداولياً يتمثل في شرعنة الفاعلين وربطهم بقيم الحرية والتغيير، في حين تميل العربية إلى استخدام توصيفات مثل "الاحتجاجات" و"المتظاهرون"، بما يعكس توجهاً نحو الحياد الوصفي وتقليص الحمولة القيمية للمصطلح.

وفي مرحلة صعود تنظيم داعش، يتخذ الصراع المصطلحي بعداً رمزياً واضحاً، حيث يُبرز استخدام الجزيرة لمصطلح "تنظيم الدولة الإسلامية" محاولة توصيفية أقرب إلى التسمية الذاتية للتنظيم، بينما يعكس استخدام العربية لمصطلح "داعش" استراتيجية خطابية تقوم على تقويض الشرعية الرمزية للتنظيم عبر اختزال تسميته ونزع بعدها الدلالي، وهو ما يندرج ضمن مسار حجاجي قائم على نزع الشرعية.

أما في تغطية الحروب على غزة، فيظهر التباين بشكل أكثر وضوحًا في توصيف الفاعلين والعمليات. فاعتماد الجزيرة على مصطلحات مثل "المقاومة الفلسطينية" و"العدوان الإسرائيلي" يُسهم في بناء خطاب تقويمي يقوم على الشرعنة والإدانة في آن واحد، بينما تميل العربية إلى استخدام مفردات مثل "الفصائل المسلحة" و"الحرب على غزة"، بما يعكس توجهًا نحو التوصيف التقني أو شبه الحيادي، مع تقليص البعد القيمي للمصطلح.

وعلى مستوى البعد الإنساني، تتقاطع القنوات في إبراز معاناة المدنيين، غير أن الاختلاف يظهر في زاوية التأطير؛ إذ توظف الجزيرة مصطلحات مثل "الحصار" و"الضحايا المدنيون" ضمن سياق سببي يُبرز المسؤولية السياسية، في حين تعتمد العربية مصطلحات مثل "الأزمة الإنسانية" التي تميل إلى تجريد المعاناة من سياقها السياسي المباشر

الشكل رقم (1) يبين تطور المصطلح السياسي في الخطاب الإعلامي العربي خلال 2003

2014 .

خريطة تطور المصطلح السياسي في الخطاب الإعلامي العربي (2003-2014)



يبين هذا الشكل المسار التحولي الذي شهده المصطلح الإعلامي السياسي في الخطاب الإعلامي العربي خلال الفترة الممتدة بين عامي 2003 و2014، حيث يعكس هذا التطور انتقالاً تدريجياً في طبيعة التأطير الخطابية من بعدٍ سياسي-قانوني إلى أبعاد أكثر تعقيداً تجمع بين الأمني والإنساني.

ففي مرحلة حرب العراق (2003)، تمحور الخطاب حول ثنائية الشرعية ونزع الشرعية، من خلال توظيف مصطلحات مثل "الغزو" و"الاحتلال" مقابل "حرب التحرير"، وهو ما يعكس صراعاً تداولياً حول توصيف التدخل العسكري وتحديد مشروعيته، ضمن مسار حجاجي قائم على الجدل السياسي والقانوني.

أما خلال الربيع العربي (2011)، فقد انتقل الخطاب إلى مستوى جديد يركز على مفاهيم الثورة والتغيير، حيث برزت مصطلحات مثل "الثورة" و"إسقاط النظام" مقابل "الاحتجاجات"، بما يعكس تحولاً نحو تأطير الفاعلين ضمن سياق شرعنة الحراك الشعبي، واستدعاء حجاجي لقيم الحرية والعدالة السياسية.

وفي مرحلة صعود التنظيمات الإرهابية (2014)، هيمن الخطاب الأمني على التغطية الإعلامية، حيث تم توظيف مصطلحات مثل "الإرهاب" و"الحرب على الإرهاب" و"مكافحة الإرهاب"، وهو ما يعكس انتقالاً تداولياً نحو أمننة الخطاب السياسي، ضمن مسار حجاجي يركز على تبرير التدخلات العسكرية والأمنية.

أما في تغطية الحروب على غزة، فقد برز تحول نوعي نحو خطاب إنساني-سياسي مركّب، يجمع بين توصيف الفاعلين والصراع من جهة، وإبراز المعاناة الإنسانية من جهة أخرى، من خلال مصطلحات مثل "المقاومة" و"العدوان" و"الضحايا المدنيين"، وهو ما يعكس توظيفاً تداولياً مزدوجاً يقوم على الشرعنة والإدانة وإثارة التعاطف الإنساني في آن واحد.

وعليه، يكشف الشكل أن المصطلح الإعلامي السياسي لم يعد مجرد أداة وصفية، بل أصبح آلية ديناميكية لإنتاج المعنى، تتحرك داخل سياقات سياسية متغيرة، وتُسهّم في إعادة تشكيل إدراك الجمهور للأحداث عبر مسارات تداولية وحجاجية متداخلة.

في امتداد للتحليل السابق، يتيح تحليل المصطلحات الإعلامية الكشف عن البعد الوظيفي للمصطلح داخل الخطاب الإعلامي، حيث لا يقتصر دوره على التوصيف اللغوي، بل يتجاوز

ذلك ليؤدي مجموعة من الوظائف التداولية التي تسهم في بناء المعنى وتوجيه إدراك الجمهور للأحداث.

وفي هذا السياق، يمكن النظر إلى المصطلح الإعلامي بوصفه وحدة تداولية فاعلة، تُستخدم لتحقيق غايات تواصلية محددة، مثل الشرعنة، والإدانة، والتوصيف، والتأثير العاطفي، بما يعكس طبيعة التفاعل بين اللغة والسياق السياسي والإعلامي.

وعليه، يمكن توضيح شبكة الوظائف التداولية التي يؤديها المصطلح الإعلامي السياسي من خلال الشكل الآتي، والذي يبيّن مختلف الأدوار التي يضطلع بها المصطلح داخل الخطاب الإعلامي، في ضوء السياقات المختلفة التي تم تحليلها في هذه الدراسة.

الشكل رقم (3) يوضح الوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي السياسي



يوضح هذا الشكل شبكة الوظائف التداولية التي يضطلع بها المصطلح الإعلامي السياسي داخل الخطاب الإعلامي، حيث لا يُستخدم المصطلح بوصفه أداة وصفية محايدة، بل بوصفه وحدة دلالية-تداولية فاعلة تُسهم في بناء المعنى وتوجيه إدراك الجمهور للأحداث. فمن جهة، يؤدي المصطلح وظيفة **الشرعنة**، من خلال إضفاء المشروعية على بعض الفاعلين أو الأفعال السياسية، كما هو الحال في استخدام مفردات مثل "الثورة"، التي تربط الفاعل بقيم الحرية والتغيير. وفي المقابل، يقوم المصطلح بوظيفة **نزع الشرعية** عبر توصيف الأفعال أو الفاعلين ضمن أطر سلبية، مثل استخدام مصطلح "الغزو"، الذي يحمل دلالة إدانة سياسية وأخلاقية.

ومن جهة أخرى، يضطلع المصطلح بوظيفة **التفسير**، حيث يُستخدم لتنظيم الحدث وتقديمه ضمن إطار دلالي يساعد الجمهور على فهمه، كما في توظيف مصطلحات مثل "الاحتجاجات" التي تقدم توصيفاً تفسيرياً للحدث دون تحميله دلالة تقويمية حادة.

أما وظيفة **التعبئة**، فتظهر في قدرة المصطلح على تحفيز المواقف وتوجيه السلوك، من خلال استدعاء شحنات رمزية قوية، كما في استخدام مفردات مثل "المقاومة" أو "الإرهاب"، التي تسهم في بناء استجابات عاطفية وسياسية لدى الجمهور.

وبذلك، يكشف الشكل أن المصطلح الإعلامي السياسي يعمل ضمن شبكة متداخلة من الوظائف التداولية، تتكامل فيما بينها لإنتاج خطاب إعلامي موجّه، يسهم في إعادة تشكيل الواقع السياسي داخل الفضاء الإعلامي.

الشكل رقم (4) يبين المخطط الحجاجي في الخطاب الإعلامي



يبين هذا المخطط العلاقة البنيوية التي تربط بين المصطلح الإعلامي والبنية الحجاجية

للخطاب الإعلامي، حيث يُظهر أن اختيار المصطلح لا يتم بصورة اعتباطية، بل يشكل مدخلاً

أساسياً في بناء الحجة الخطابية التي توطر الحدث السياسي.

فالمصطلح الإعلامي يمثل نقطة الانطلاق في المسار الحجاجي، إذ يؤدي اختيار مفردات معينة—مثل "غزو" أو "ثورة" أو "إرهاب" أو "مقاومة" إلى توجيه الخطاب نحو نمط محدد من الحجج، سواء كانت أخلاقية أو قانونية أو أمنية. ويعني ذلك أن المصطلح لا يكتفي بتسمية الحدث، بل يسهم في تحديد زاوية النظر إليه وتوجيه تفسيره.

وفي هذا السياق، تتحول الحجة الخطابية إلى آلية تأطير إعلامي، حيث يُعاد تنظيم الحدث داخل إطار دلالي معين يعكس موقفًا ضمنيًا أو صريحًا من القضية المطروحة. ومن خلال هذا التأطير، ينتقل الخطاب من مستوى التوصيف إلى مستوى التأثير، ليصل في النهاية إلى تشكيل إدراك الجمهور وتوجيه مواقفه.

وعليه، يكشف المخطط أن العلاقة بين المصطلح الإعلامي والحجاج ليست علاقة منفصلة، بل هي علاقة تكاملية، حيث يعمل المصطلح كأداة إنتاج للحجة، بينما تعمل الحجة كآلية لإعادة بناء الواقع داخل الخطاب الإعلامي.

10- الرسم البياني لتطور المصطلح الإعلامي السياسي

شكل رقم(5)يبين تطور المصطلح السياسي في الخطاب العربي خلال 2003 . 2008

تطور تطور المصطلح العالمي السياسي في الخطاب العالمي العربي (2003-2008)



يبين هذا الرسم أن الخطاب الإعلامي العربي شهد تحولاً تدريجياً في توظيف المصطلح الإعلامي السياسي، حيث انتقل من خطاب يتركز حول إشكالية الشرعية المرتبطة بالتدخل العسكري، إلى خطاب أكثر تعقيداً تتداخل فيه الأبعاد الأمنية والإنسانية بما يعكس طبيعة الصراعات المعاصرة في المنطقة.

ففي المرحلة الأولى، هيمن البعد السياسي-القانوني، حيث تمحور الخطاب حول ثنائية الشرعية ونزع الشرعية في توصيف التدخلات العسكرية. ومع التحولات التي عرفت المنطقة خلال الربيع العربي، انتقل الخطاب إلى مستوى جديد يقوم على مفاهيم الثورة والتغيير، بما يعكس صعود الفاعل الشعبي في تشكيل الحدث السياسي.

أما في مرحلة صعود التنظيمات الإرهابية، فقد أعيد تشكيل الخطاب ضمن إطار أمني، حيث أصبحت مفاهيم مثل "الإرهاب" و"مكافحة الإرهاب" محددًا رئيسيًا في توصيف الأحداث وتبرير السياسات. وفي المقابل، أفرزت الحروب على غزّة خطابًا مركبًا يجمع بين البعد السياسي والإنساني، حيث لم يعد الحدث يُقدّم فقط بوصفه صراعًا سياسيًا، بل أيضًا كأزمة إنسانية تستدعي التأطير العاطفي والأخلاقي.

وعليه، يعكس هذا التحول انتقال الخطاب الإعلامي من مقارنة أحادية البعد إلى مقارنة متعددة المستويات، تتداخل فيها الأبعاد السياسية والأمنية والإنسانية ضمن بناء تداولي وحجائي متكامل يسهم في تشكيل إدراك الجمهور وتوجيه مواقفه.

11- النتائج العامة للدراسة

في ضوء التحليل التداولي والحجائي للمصطلح الإعلامي السياسي، وما أسفر عنه تحليل المضمون للمادة الإعلامية، يمكن عرض النتائج العامة للدراسة ضمن محاور منهجية مترابطة كما يلي:

1. مركزية المصطلح الإعلامي في بناء المعنى

أظهرت الدراسة أن المصطلح الإعلامي لا يُستخدم بوصفه أداة وصف محايدة، بل يشكل عنصراً بنيوياً فاعلاً في إنتاج المعنى داخل الخطاب الإعلامي. إذ يتجاوز دوره حدود التسمية إلى توجيه فهم الحدث وإعادة تشكيله دلاليًا وفق السياق السياسي والإيديولوجي.

2. تعدد الوظائف التداولية للمصطلح

بينت النتائج أن المصطلحات الإعلامية السياسية تؤدي وظائف تداولية متعددة، أبرزها:

❖ شرعنة الفاعلين السياسيين (مثل: الثورة، المقاومة)

❖ نزع الشرعية (مثل: الغزو، الإرهاب)

❖ توصيف الأحداث (مثل: الاحتجاجات)

❖ تعبئة الجمهور (مثل: الحرب على الإرهاب)

وهذا يؤكد أن اختيار المصطلح يخضع لاستراتيجية خطابية واعية تهدف إلى التأثير في المتلقي.

3. الارتباط العضوي بين المصطلح والبنية الحجاجية

كشفت الدراسة أن كل مصطلح إعلامي يرتبط بنوع معين من الحجج، حيث:

❖ يقود مصطلح مثل "الغزو" إلى حجة أخلاقية (إدانة)

❖ بينما يرتبط "الحرب على الإرهاب" بحجة أمنية

❖ ويُحيل "الثورة" إلى حجة قيمية (الحرية والتغيير)

وعليه، فإن المصطلح يمثل مدخلاً رئيسياً لبناء الحجاج داخل الخطاب الإعلامي.

4. دور المصطلح في التأطير الإعلامي

أثبتت النتائج أن المصطلحات الإعلامية تسهم بشكل مباشر في تشكيل الأطر الإعلامية،

حيث:

❖ تُنتج خطاباً نقدياً عند استخدام مصطلحات نزع الشرعية

❖ وتُنتج خطاباً تبريرياً عند استخدام مصطلحات الشرعة

❖ كما تسهم في بناء خطاب أمني أو إنساني حسب طبيعة المصطلح

وهذا يتوافق مع منطلقات نظرية التأطير الإعلامي. (Framing Theory)

5. التحول التاريخي في الخطاب الإعلامي العربي

أبرزت الدراسة وجود تحول تدريجي في طبيعة الخطاب الإعلامي عبر المراحل التاريخية:

❖ 2003 حرب العراق: خطاب الشرعية ونزع الشرعية

❖ 2011 الربيع العربي: خطاب الثورة والتغيير

❖ 2014 داعش: خطاب أمني (مكافحة الإرهاب)

❖ حروب غزة: خطاب إنساني-سياسي

وهذا يعكس انتقال الإعلام من مقارنة سياسية تقليدية إلى مقارنة أمنية وإنسانية مركبة.

6. تأثير المصطلح في تشكيل إدراك الجمهور

أكدت النتائج أن المصطلح الإعلامي يلعب دورًا حاسمًا في:

❖ توجيه تفسير الجمهور للأحداث

❖ تحديد موقفه (داعم / رافض / محايد)

❖ بناء الصور الذهنية للفاعلين السياسيين

وبالتالي، فإن المصطلح يسهم في صناعة الرأي العام وليس فقط نقل الحدث.

7. الطابع غير المحايد للخطاب الإعلامي

خلصت الدراسة إلى أن الخطاب الإعلامي، من خلال المصطلحات المستخدمة، لا يعكس

الواقع بشكل موضوعي، بل:

❖ يعيد إنتاجه وفق مصالح سياسية وإيديولوجية

❖ ويوظف اللغة كأداة تأثير وإقناع

مما يؤكد أن الإعلام يمارس وظيفة إعادة بناء الواقع. (Reconstruction of Reality)

8. تكامل الأبعاد التداولية والحجاجية والتأطيرية

أثبتت الدراسة أن تحليل المصطلح الإعلامي يتطلب مقارنة تكاملية تجمع بين:

❖ التداولية ووظيفة المصطلح

❖ الحجاج نوع الحجة

❖ التأطير طريقة تقديم الحدث

حيث لا يمكن فهم الخطاب الإعلامي بشكل دقيق دون الربط بين هذه المستويات الثلاثة. تُظهر النتائج أن المصطلح الإعلامي السياسي يمثل حلقة مركزية في بنية الخطاب الإعلامي، إذ يربط بين الحدث السياسي من جهة، والتأطير الإعلامي وإدراك الجمهور من جهة أخرى، مما يجعله أداة استراتيجية في توجيه المعنى وصناعة المواقف داخل المجال العام.

12- توصيات الدراسة

في ضوء النتائج المتوصل إليها، يمكن اقتراح مجموعة من التوصيات العلمية والمهنية التي تسهم في تطوير الممارسة الإعلامية وتعميق البحث الأكاديمي في مجال تحليل المصطلح الإعلامي السياسي، وذلك على النحو الآتي:

❖ تعزيز الوعي النقدي بالمصطلح الإعلامي

توصي الدراسة بضرورة تكوين الصحفيين والإعلاميين في مجال تحليل الخطاب، بما يمكنهم من إدراك الأبعاد التداولية والحجاجية للمصطلحات المستخدمة، وتقادي التوظيف غير الواعي للمفاهيم ذات الحمولة الإيديولوجية.

❖ ترسيخ أخلاقيات استخدام المصطلحات الإعلامية

ينبغي على المؤسسات الإعلامية اعتماد مواثيق تحريرية واضحة تضبط استخدام المصطلحات السياسية، بما يحدّ من الانزلاق نحو التحيز أو التلاعب الدلالي، ويضمن تقديم محتوى إعلامي أكثر توازنًا وموضوعية.

❖ إدماج تحليل المصطلح في التكوين الأكاديمي

توصي الدراسة بإدراج وحدات تعليمية متخصصة ضمن برامج علوم الإعلام والاتصال تُعنى بـ:

✓ تحليل المصطلح الإعلامي

✓ التداولية الإعلامية

✓ الحجاج في الخطاب الإعلامي

وذلك لتأهيل جيل من الباحثين يمتلك أدوات تحليلية متقدمة.

❖ تطوير أدوات تحليل الخطاب الإعلامي

تشير الدراسة إلى أهمية تطوير نماذج تحليلية مركبة تجمع بين:

✓ التحليل التداولي

✓ التحليل الحجاجي

✓ نظرية التأطير

بما يسمح بفهم أعمق لبنية الخطاب الإعلامي وتفسير تأثيراته.

❖ تعزيز الرقابة المهنية الذاتية

توصي الدراسة بضرورة تعزيز آليات الضبط الذاتي داخل المؤسسات الإعلامية، خاصة في

تغطية القضايا السياسية الحساسة، من خلال:

✓ مراجعة المصطلحات المستخدمة

✓ تقييم أثرها على الجمهور

✓ ضمان عدم توظيفها في التحريض أو التضليل

❖ دعم الدراسات المقارنة في الخطاب الإعلامي

تدعو الدراسة إلى إجراء بحوث مقارنة بين:

✓ الإعلام العربي والغربي

✓ الإعلام التقليدي والرقمي

من أجل الكشف عن اختلافات استخدام المصطلح وتأثيره في تشكيل الرأي العام.

❖ توظيف التقنيات الرقمية في تحليل المصطلحات

توصي الدراسة بالاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة في:

✓ تتبع تكرار المصطلحات

✓ تحليل سياقات استخدامها

✓ رصد تحولات الخطاب الإعلامي عبر الزمن

❖ تعزيز التربية الإعلامية لدى الجمهور

تشدد الدراسة على ضرورة نشر الوعي الإعلامي لدى الجمهور، من خلال:

✓ برامج التربية الإعلامية

✓ تدريب الأفراد على تحليل الخطاب

✓ تمكينهم من التمييز بين المصطلحات المحايدة والموجهة

وذلك للحد من التأثيرات السلبية للتأطير الإعلامي.

❖ الربط بين البحث العلمي والممارسة الإعلامية

توصي الدراسة بتفعيل التعاون بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية، من خلال:

✓ نقل نتائج البحوث إلى غرف التحرير

✓ تنظيم ورشات تدريبية للإعلاميين

✓ تطوير دليل عملي لاستخدام المصطلحات الإعلامية



خاتمة الدراسة

خاتمة الدراسة

في ختام هذه الدراسة، يتضح أن المصطلح الإعلامي السياسي لم يعد مجرد أداة لغوية تُستخدم لوصف الأحداث، بل أصبح عنصراً مركزياً في بناء الخطاب الإعلامي وصناعة المعنى داخل المجال العام. فقد أظهرت نتائج التحليل أن اختيار المصطلحات يخضع لمنطق تداولي وحجاجي يعكس توجهات إيديولوجية واستراتيجية اتصالية محددة، تسعى إلى التأثير في إدراك الجمهور وتوجيه مواقفه تجاه القضايا السياسية.

كما بينت الدراسة أن المصطلح الإعلامي يشكّل نقطة التقاء بين الحدث السياسي والبنية الحجاجية والتأطير الإعلامي، حيث يسهم في إنتاج دلالات متعددة تتراوح بين الشرعنة ونزع الشرعية، وبين التعبئة والتوصيف، وهو ما يمنحه قوة تأثيرية تتجاوز حدود اللغة إلى مستوى تشكيل الرأي العام. وفي هذا السياق، يتأكد أن الخطاب الإعلامي لا ينقل الواقع كما هو، بل يعيد بناؤه وفق أنماط تأطيرية تتفاعل فيها اللغة مع السياق السياسي والمؤسسي.

وقد كشفت الدراسة كذلك عن تحوّل نوعي في الخطاب الإعلامي العربي، انتقل من التركيز على إشكاليات الشرعية السياسية إلى هيمنة المقاربة الأمنية والإنسانية، وهو تحول يعكس طبيعة التحولات الجيوسياسية في المنطقة، ويبرز الدور المتزايد للإعلام في إدارة الأزمات والصراعات المعاصرة.

وانطلاقاً من ذلك، تؤكد هذه الدراسة على ضرورة تبني مقاربات تحليلية تكاملية تجمع بين التداولية والحجاج ونظرية التأطير، من أجل فهم أعمق لبنية الخطاب الإعلامي وآليات اشتغاله.

كما تبرز أهمية تعزيز الوعي النقدي لدى كل من المنتج الإعلامي والمتلقي، باعتبار أن اللغة الإعلامية ليست محايدة، بل هي أداة فاعلة في توجيه المعنى وصياغة الواقع.

وعليه، فإن دراسة المصطلح الإعلامي السياسي تمثل مدخلاً علمياً خصباً لفهم ديناميات الاتصال في العصر الراهن، وتفتح آفاقاً بحثية واعدة لاستكشاف العلاقة بين اللغة، السلطة، والإعلام في سياق التحولات الرقمية المتسارعة.



قائمة المراجع

قائمة المراجع

- (1) ابن منظور، محمد بن مكرم. لسان العرب. دار صادر، 1997، بيروت، لبنان.
- (2) أبو خرمة، عمر. بلاغة الخطاب وعلم النص. لونجمان، 1996، القاهرة، مصر.
- (3) بركات، إبراهيم. الإبهام والمبهمات في النحو العربي. دار الوفاء للنشر، 1987، مصر.
- (4) بنيس، محمد. اللغة والسلطة. دار توبقال للنشر، 2007، الدار البيضاء، المغرب.
- (5) الجابري، محمد عابد. تكوين العقل العربي. مركز دراسات الوحدة العربية، 1991، بيروت، لبنان.
- (6) الختام، جواد. التداولية: أصولها واتجاهاتها. دار كنوز المعرفة، 2016، عمان، الأردن.
- (7) خليل، عماد عبد اللطيف. تحليل الخطاب السياسي. دار المعرفة الجامعية، 2013، القاهرة، مصر.
- (8) الدليمي، عبد الرزاق. نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. دار اليازوري، 2016، عمان، الأردن.
- (9) زيدان، عبد الكريم. الخطاب الإعلامي المعاصر. دار الفكر، 2011، بيروت، لبنان.

- (10) صحراوي، إبراهيم. تحليل الخطاب الأدبي (دراسة تطبيقية). دار الآفاق، 1999، الجزائر.
- (11) صحراوي، مسعود. التداولية عند علماء العرب: دراسة تداولية للأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي. دار الطليعة، 2005، بيروت، لبنان.
- (12) شومان، محمد. الإعلام والسلطة: دراسة في تأثير الخطاب الإعلامي. دار الشروق، 2012، القاهرة، مصر.
- (13) الشهري، عبد الهادي. استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية. دار الكتاب الجديد، 2004، بيروت، لبنان.
- (14) طشوش، هايل عبد المولى. الاتجاهات المعاصرة في العلوم السياسية. دار البليدة، 2014، الجزائر.
- (15) الطائي، عبد الله. الاتصال الجماهيري ونظرياته. دار المسيرة، 2014، عمان، الأردن.
- (16) عبد الرحمن، طه. اللسان والميزان أو التكوثر العقلي. المركز الثقافي العربي، 2006، الدار البيضاء، المغرب.
- (17) عبد الله، محمد حسن. الإعلام الجديد والتحولالات الاتصالية. دار صفاء، 2018، عمان، الأردن.

- (18) عبد الحميد، محمد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. عالم الكتب، 2010، القاهرة، مصر.
- (19) عكاشة، محمود. تحليل الخطاب الإعلامي. مكتبة الأنجلو المصرية، 2008، القاهرة، مصر.
- (20) الغدامي، عبد الله. النقد الثقافي: قراءة في الأنساق الثقافية العربية. المركز الثقافي العربي، 2000، الدار البيضاء، المغرب.
- (21) قاسم، حسين. الاتصال السياسي والإعلام. دار المسيرة، 2015، عمان، الأردن.
- (22) مكاي، حسن عماد. نظريات الإعلام. الدار المصرية اللبنانية، 2009، القاهرة، مصر.
- (23) نحلة، محمود أحمد. آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر. دار المعرفة الجامعية، 2002، القاهرة، مصر.
- (24) يقطين، سعيد. تحليل الخطاب الروائي. المركز الثقافي العربي، 2005، بيروت، لبنان.
- (25) يول، جورج. التداولية (ترجمة: قصي العتابي). الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان.

(26) روبول، جاك. *التداولية اليوم* (ترجمة: سيف الدين دغموس). دار الطليعة،

2003، بيروت، لبنان.

(27) قنيني، عبد القادر (مترجم). *نظرية أفعال الكلام العامة*. إفريقيا الشمالية،

1991، الدار البيضاء، المغرب.

(28) فيليب بالنشيه، التداولية من أوستن إلى غوفمان، ترجمة صابر الحباشه، دار

الحوار للنشر والتوزيع، سورية، ط.1، 2007.

(29) بهاء الدين محمد مزيد: تبسيط التداولية من أفعال اللغة إلى بالغة الخطاب

السياسي، شمس للنشر والتوزيع، القاهرة، ط.1، 2010.

(30) محمد يونس علي: مقدمة في علمي الدلالة والتخاطب، دار الكتاب الجديدة

املحدة، بيروت، لبنان، ط.1 2004.

(31) محمود عكاشة: النظرية البراغماتية اللسانية التداولية: دراسة المفاهيم والنشأة

والمبادئ، مكتبة آداب، القاهرة، ط.1 ، 2013.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

1) Amossy, R. (2000). *L'argumentation dans le discours*. Paris:

Nathan.

- 2) Aristotle. (2007). *On rhetoric: A theory of civic discourse* (G. A. Kennedy, Trans.). Oxford: Oxford University Press.
- 3) Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Cambridge: Harvard University Press.
- 4) Briggs, A., & Burke, P. (2005). *A social history of the media: From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity Press.
- 5) Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- 6) Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. London: Edward Arnold.
- 7) van Dijk, T. A. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, 17(3), 359–383.
- 8) McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. London: Sage Publications.
- 9) Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage.
- 10) Chomsky, N., & Herman, E. S. (1988). *Manufacturing consent*. New York: Pantheon Books.

- 11) Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2012). *Propaganda and persuasion*. Thousand Oaks: Sage.
- 12) Schudson, M. (2003). *The sociology of news*. New York: W.W. Norton.
- 13) Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge: Polity Press.
- 14) Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford: Oxford University Press.
- 15) Foucault, M. (1972). *The archaeology of knowledge*. New York: Pantheon Books.

جدول الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1.	تصنيف عينة الدراسة	166
2.	توصيف التدخل العسكري وسقوط النظام في الخطاب الإعلامي	167
3.	مصطلحات توصيف المرحلة السياسية بعد سقوط بغداد	169
4.	مصطلحات التأطير الهوياتي والطائفي للصراع في العراق	172
5.	مصطلحات التأطير الجيوسياسي للنقوذ الإقليمي	175
6.	مصطلحات توصيف الفاعلين المحليين في الخطاب الإعلامي	177
7.	مصطلحات توصيف الحراك الشعبي في الخطاب الإعلامي	183
8.	مصطلحات توصيف الفاعلين في الحراك الشعبي	185
9.	مصطلحات توصيف نهاية الأنظمة السياسية	187
10.	مصطلحات تأطير الصراع السياسي بعد سقوط الأنظمة	189
11.	مصطلحات تأطير التحول السياسي بعد الحراك	192
12.	مصطلحات توصيف التنظيم في الخطاب الإعلامي	199
13.	مصطلحات التطرف والإرهاب في الخطاب الإعلامي	201
14.	مصطلحات تأطير "الحرب على الإرهاب" في الخطاب الإعلامي	204

206	مصطلحات تأطير العمليات العسكرية ونتائجها	15.
208	مصطلحات تأطير الفاعلين العسكريين في الخطاب الإعلامي	16.
215	مصطلحات تأطير الفاعلين في الصراع على غزة	17.
217	مصطلحات تأطير العمليات العسكرية في غزة	18.
219	مصطلحات تأطير التصعيد العسكري في غزة	19.
221	مصطلحات تأطير الضحايا والبعد الإنساني	20.
223	مصطلحات تأطير الوضع الإنساني في غزة	21.
229	المقارنة التداولية والحجاجية للمصطلح الإعلامي السياسي في قناتي الجزيرة والعربية	22.

جدول الاشكال

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
232	يبين تطور المصطلح السياسي في الخطاب الإعلامي العربي خلال 2003 . 2014	1.
235	يوضح الوظائف التداولية للمصطلح الإعلامي السياسي	2.
237	يبين المخطط الحجاجي في الخطاب الإعلامي	3.
240	يبين تطور المصطلح السياسي في الخطاب العربي خلال 2003 . 2008	4.

جدول المحتويات

الصفحة	المحتوى
	كلمة شكر وتقدير
	الإهداء
	ملخص الدراسة
أ-ث	مقدمة
	الإطار المنهجي
20	إشكالية البحث
21	تساؤلات الدراسة
22	فرضيات البحث
23	أهمية البحث
25	أهمية الدراسة
26	منهج الدراسة
29	أدوات الدراسة
34	إجراءات التحليل وتفسير البيانات
34	تحليل التسمية (Naming Analysis)

34	تحليل التأطير (Framing Analysis)
35	تحليل الشرعنة (Légitimation Analysais)
35	التحليل الحجاجي
36	مجتمع الدراسة وعينته
38	تقنية الأسبوع الاصطناعي في سياق الأحداث
38	الإجراء التطبيقي المعتمد
40	الدراسات السابقة
الإطار النظري	
الفصل الاول: التداولية والحجاج والمصطلح الإعلامي السياسي	
49	مفهوم التداولية
53	نشأة التداولية وتطورها التاريخي
57	الأسس النظرية للتداولية
57	أفعال الكلام: من الوصف إلى الفعل في التداولية
61	الافتراضات: المعنى السابق على القول داخل التداولية
67	الضمنيات: المعنى المستتر خلف الملفوظ في التداولية
72	المقاصد التواصلية: نية المتكلم وبناء المعنى داخل الخطاب
74	أبعاد المقاصد التواصلية
74	المقصد الإنجازي (Illocutionary Intent)

75	المقصد التأثري (Perlocutionary Intent)
75	المقصد التداولي العام (Pragmatic/Discursive Goal)
76	المقاصد التواصلية في الخطاب الإعلامي السياسي
77	أهمية المقاصد في تحليل المصطلح الإعلامي
78	التداولية في الخطاب الإعلامي: اللغة كفعل تواصلية وإيديولوجية
78	اللغة في الإعلام ليست وصفًا بل فعلًا
79	التداولية وأفعال الكلام في الإعلام
79	ظهور نظرية الأفعال الكلامية
82	الإعلام فضاء للضمنيات والإيحاءات
83	التداولية باعتبارها آلية إيديولوجية
83	الخطاب الإعلامي العربي نموذج تطبيقي للتداولية
85	الحجاج: البلاغة الجديدة، منطق الإقناع، ورواد النظرية
85	تعريف الحجاج لغويًا واصطلاحيًا
88	تطور الحجاج من البلاغة التقليدية إلى البلاغة الجديدة
90	مفهوم الأطروحة في الحجاج
93	الحجة - الدليل - الاستدلال
95	عناصر اللوغوس والإثوس والباتوس
98	الحجاج في الإعلام السياسي

الفصل الثاني: المصطلح السياسي والمصطلح الإعلامي — دراسة تحليلية مقارنة	
103	المصطلح السياسي والمصطلح الإعلامي: تحليل مقارن
103	تعريف المصطلح لغويًا واصطلاحيًا
105	المصطلح الإعلامي — من المفهومي إلى التداولي
108	التحويل الدلالي والحمولة القيمية للمصطلح الإعلامي
110	المصطلح الإعلامي والسيادة الرمزية
113	المصطلح الإعلامي السياسي — مفهوم تداولي حجاجي
115	تعريف إجرائي للمفهوم
116	علاقة المصطلح بالسياق: من التسمية إلى إعادة إنتاج الواقع
118	دور الإيحاء والتضمين: من المعنى القاموسي إلى المعنى التداولي
120	المصطلح كأداة للهيمنة الرمزية: من التسمية إلى احتكار الواقع
122	المصطلح الحجاجي وبناء الرأي العام
127	المصطلح وصناعة القبول أو الرفض
128	موقع المصطلح الإعلامي السياسي كمحور مركزي في الأطروحة
130	وظائف المصطلح السياسي
132	علاقة المصطلح السياسي بالسلطة عند بورديو
134	نشأة المصطلح الإعلامي
137	التبسيط - التأطير - التحوير الدلالي بوصفها آليات تشكّل المصطلح الإعلامي السياسي

140	المصطلح الإعلامي السياسي — مفهوم تداولي حجاجي
143	البعد الحجاجي للمصطلح الإعلامي السياسي
143	المصطلح كأداة للهيمنة الرمزية
144	المصطلح السياسي الإعلامي بين الإقناع والتأثير
145	آليات اشتغال المصطلح الإعلامي السياسي
146	علاقة المصطلح بالسياق
148	دور الإيحاء والتضمين في المصطلح الإعلامي السياسي
150	المصطلح الإعلامي السياسي بوصفه أسلوب هيمنة رمزية
152	دور المصطلح الإعلامي السياسي في تشكيل المواقف الجماهيرية
الاطار التطبيقي	
159	تمهيد
160	تقديم عينة الدراسة
161	التعريف بالقناتين محل الدراسة
163	الجانب الاجرائي التطبيقي
165	عينة الدراسة وإجراءات بناء المادة التحليلية
166	المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية حرب العراق (2003-2007)
167	توصيف التدخل العسكري
169	توصيف المرحلة السياسية

172	التأطير الهوياتي والطائفي
175	التأطير الجيوسياسي
177	تمثيل الفاعلين المحليين
179	التحلي التداولي
180	التحليل الحجاجي
182	المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية ثورات الربيع العربي-2011) 2013)
194	التحليل التداولي
195	التحليل الحجاجي
197	المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية صعود تنظيم داعش-2014) 2019)
210	التحليل التداولي
212	التحليل الحجاجي
213	المصطلح الإعلامي السياسي في تغطية الحروب على قطاع غزة-2008) 20 14)
225	التحليل التداولي
227	التحليل الحجاجي

229	الجدول التركيبي المقارن
238	الرسم البياني لتطور المصطلح الإعلامي السياسي
240	النتائج العامة للدراسة
244	توصيات الدراسة
249	خاتمة الدراسة
قائمة المراجع	