

العنوان : تحليل الخطاب السمعي البصري

مقدمة :

يشهد العالم اليوم تزايداً ملحوظاً في استخدام وسائل الإعلام السمعية البصرية كوسيلة رئيسية لنقل المعرفة وتشكيل الرأي العام. يعكس هذا الاتجاه النموذج الثقافي الحديث وتفاعله مع التطور التكنولوجي، ويفتح أبواباً واسعة لتحليل سوسيولوجي عميق لهذه الوسائل. يهدف هذا البحث إلى استكشاف الخطاب السمعي البصري من منظور سوسيولوجي، محاولاً فهم كيفية تأثيره على الثقافة والمجتمع، وكيفية تشكيله وتشكيله بمرور الوقت. سيقوم البحث بتحليل المحتوى السمعي البصري، والتفاعلات الاجتماعية التي يولدها، وكذلك القوى السياسية والاقتصادية التي تتداخل معه. من خلال هذا التحليل، سنسعى لفهم دور الوسائط السمعية البصرية في تشكيل ثقافتنا وتحديد هويتنا الاجتماعية.

1- مفهوم الخطاب الإعلامي:

الخطاب في أي مجتمع هو الممارسة الاجتماعية وهو مجمل القول والفعل، ويقوم الخطاب الإعلامي بفضل هذه الممارسة الاجتماعية إلى الجمهور عن طريق وسائل الإعلام وما لا شك فيه أن معظم الخطاب الإعلامي له تحيزات سواء كانت معلنة أو غير معلنة، لذلك فمن الأفضل تحليل عمليات الاتصال والعالم من حيث التكوين والملكية ونظم العمل وطبيعة الجمهور

2- شروط الخطاب العلمي:

- تحديد الهدف من الخطاب الإعلامي.
- تحديد الجمهور أو الفئة المستهدفة.
- تحديد لغة الخطاب وأسلوبه المناسب حسب مستوى ثقافة الجمهور المخاطب.
- أن يكون أسلوب الخطاب جذاباً ومشوقاً.
- تحديد الوقت الذي ينبغي أن يستغرقه الخطاب.

- مراعاة الآداب والأخلاق والذوق العام في لغة الخطاب والبعد عن السب والشتم.

3- أشكال الخطاب الإعلامي:

- النص المكتوب: يعالج فيه القضايا والمشاكل بطريقة منطقية.
- الارتجال لمفكرة: وهو عدم استخدام نص مكتوب بشكل كامل.
- الارتجال: يرتجل المتحدث في الخطاب دون الاستعانة بأي نص مكتوب.

4- عناصر الخطاب:

- الأهمية: وهي تناول القضايا التي تهم الجماهير وتمس احتياجاتهم ورغباتهم ومتطلباتهم عن قرب والاستجابة لأمالهم وتطلعاتهم بالمعلومات الجديدة، من الضروري أن يضع المتحدث باعتباره بأن الجمهور يتوقع منه معلومات جديدة أو تصحيح المعلومات القديمة لديه.
- تناول القضايا المباشرة: يجب أن تكون الخطاب السمعي أكثر جاذبية وقبول إذ ركز على القضايا الساخنة في المجتمع.
- تناول الموضوعات التي تحتاج إلى تفسير وشرح: هناك العديد من الموضوعات السياسية الاجتماعية والاقتصادية التي تحتاج إلى شرح وتفسير المحتوى والمضمون .

5- قواعد وأسس الخطاب:

- الوضوح: على الخطاب أن يكون واضحاً لفظاً ومعنى، وذلك من حيث سهولة الكلمات والجمل والعبارات ليسهل فهمها لدى المتلقي.
- الحيوية: هو تنوع الجمل والفقرات والعبارات.
- الاختصار: الاختصار غير مدخل بالخطاب، ويجعل المتلقي متابعاً ومنجذباً للخطاب من أفكار ومعلومات.

6- كيفية تحليل الخطاب الإعلامي:

هو الخطاب الذي يهدف إلى الإخبار عن الحوادث بهدف التأثير في اتجاهات القراء والمستمعين والمشاهدين وتوجيههم في اتجاه خاص بكيفية الخبر والإعلام وصياغته وليس الهدف الرئيسي للإعلام

كما يجري الآن خاصة لدى الإعلام العربي.

ويعتبر الخطاب الإعلامي من أكثر وأشهر أشكال الخطابات لانه الطريق الذي يؤدي إلى القوة في السياسة والاقتصاد، وقد تعرض هذا الخطاب إلى جملة تحولات رئيسة، فبدأ بثورة الطباعة ثم ثورة وكالات الأنباء ثم الثورة التكنولوجية في التلفزيون والحاسوب، وهذا التطور قاده إلى علما مستقلا هو المعلوماتية، وتحول من علم إنساني تقليدي إلى تكنولوجي حديث يهدف إلى تنظيم المعلومات والاستفادة منها في كيفية صناعة القرار.

من جهة أخرى فقد اعتبر بعض الباحثين العالميين أن السيمولوجيا قادت في الستينات والسبعينات حقل تحليل النصوص، حيث وفرت للباحثين أسلوبا لتحليل المعنى بينما هيمن التحليل الادبولوجي على هذا الحقل في التسعينيات وبداية الثمانينات، كما زود الباحثين بمنهج التفكير في العلاقة ما بين المعنى والبنية الاجتماعية، ومنذ الثمانينات وحد الآن أصبحت نظرية الخطاب هي التي تقود عمليات تحليل النصوص الإعلامية.

لقد دفعت نظرية الخطاب الباحثين إلى إعادة التفكير في العلاقة ما بين المعنى والبنية الاجتماعية من خلال التركيز على السلطة من داخل نظام المعنى وليس من خارجه، فنظم المعنى نفسها تعتبر سلطة وهي لا تظهر بسهولة مثل بنية اللغة بل من خلال ممارسات لها دلالة أنها الادبولوجيا كما يقول الباحث التوسير في نظرية الادبولوجيا ، بل إن المعنى والممارسة لا يمكن التمييز بينهما، فهما مترابطان أي أن المعنى هو الممارسة في نظرية الخطاب كما أنها استوعبت شروط الوصف الإجرائي والقائم، كما أسلفنا على تقويم مضامين وأشكال المنهج الاعلامي والذي أدى إلى تعدد الأساليب التحليلية تعددا إجرائيا، واختلاف المسالك القومية اختلافا استدلاليا مما اشترط تشعب التصورات وتفرعها على مستوى الدلائل أي من حيث امتلاك الأدوات والمفاهيم ووسائل من حيث تعدد المحاور والإشكاليات.

ومن جهة أخرى وتجاوزا للتطورات الموجودة في منهج تحليل المضمون لجئوا إلى الاستعانة بفحص المناهج وأشكال النصوص العالمية والصحافية والخطاب الاعلامي، وقد لا يمثل عاملا متغيرا متداخلا بين المؤسسة الإعلامية والجمهور فقط بل شكل إنتاجا لغويا ومعرفيا بعيدا عن إنتاج المعاني إلى المقاصد من تبني إجراء مقارنة تحليل الخطاب ونظريته ودراسة المنتجات الاعلامية، وإنزالها إلى منزل النص النسقي لتكون نمطا خاصا وجنسا ونوعيا للخطاب الطبيعي ومقتضى هذا الكلام تجاوز اعتبار النص الصحافي في رسالة متجانسة كما الشأن في الأبحاث وعليه تنتقل من الوصف التجزيئي للإنتاج الإعلامي.

الخاتمة:

الخطاب الإعلامي يهدف إلى الإخبار عن الحوادث والذي لا يمثل عاملا متغيرا متداخلا بين المؤسسة الإعلامية والجمهور فقط، بل يشكل إنتاجا لغويا ومعرفيا يعيد إنتاج المعاني والاديولوجيات المشتركة بين الصحفيين والإعلاميين والمتلقين القراء، مشاهدين ومستمعين وبذلك تتضح الصورة عن مشروعية الخطاب وتحليل السياق التواصلي انطلاقا من الالتزام بأدبيات تحليل الخطاب وإنزالها منزل النص النسقي لتكون نمطا خاصا للخطاب الطبيعي والي يقوم على أسس وقواعد وشروط الخطاب الإعلامي والي يعمل على تقرير أولي تخص هاتين البنيتين المتميزتين هما: البنية الكلية والبنية الخصوصية والكلية التي تشمل مجموعة من المبادئ العامة التي تحكم الخطابات الطبيعية والتي تشمل مبادئ شاملة موجهة للنصوص عبر الحقولية، والبنية الخصوصية والتي تولد خطابا معينا وفقا لآلياته كأن تقبض على النسق القاعدي للمسرح وحده أو الإذاعة والتلفزيون وغيرها من حقول وسائل الاتصال الجماهيري إن ما يبرز هذه الاستراتيجية هو انفتاح تحليل الخطاب الإعلامي على علوم متنوعة وأهمها الاناسة والتاريخ وغيرها.

المراجع والمصادر:

الدكتورة حمارفتيحة مطبوعة بداعوجية موجهة لطلبة السنة الاولى ماستر علم الاجتماع الاتصال
مقياس التحليل السوسيولوجي للإعلام جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل السنة الدراسية

2020/2019