

قراءة في كتاب «التحليل النقدي للخطاب نماذج من الخطاب الإعلامي» لـ (منية عبيدي)

د. صباح اليزغي

باحثة في البلاغة وتحليل الخطاب، المغرب

البريد الإلكتروني: sabahelyazghi11@gmail.com

معرف (أوركيد): ٥٧٣٩-٠٣١٠-٠٠٠٧-٠٠٠٩

قراءة كتاب الاستلام: ١١-١١-٢٠٢٥ القبول: ١-٤-٢٠٢٦ النشر: ٣٠-٤-٢٠٢٦

الملخص:

يسعى هذا المقال إلى تقديم قراءة لكتاب التحليل النقدي للخطاب نماذج من الخطاب الإعلامي للكاتبة التونسية منية عبيدي التي درست فيه الخطابات التي أنتجت في ظل الثورة التونسية من منظور التحليل النقدي للخطاب. معتمدة مقاربتني نورمان فيركلف الاجتماعية وروث فوداك التاريخية، سعيا منها إلى تحليل خطاب الثورة من خلال ثلاثة خطابات تنتمي إلى منتجين مختلفين؛ وهم: خطاب الشعب، خطاب الرئيس، وخطاب الإعلام.

فسرت الدور الذي قام به الخطاب في بناء أحداث الثورة التونسية ضد النظام، وقد أبانت على الاختلافات بين الخطابات ورد فعل كل طرف، وطرق استقبال الرسالة الخطابية، كاشفة عن هدف المتكلم من خطابه انطلاقا من استعمال كل خطاب استراتيجياته الخاصة لتمرير أهدافه الخاصة.

الكلمات المفتاحية:

الخطاب، التحليل النقدي للخطاب، الخطاب الإعلامي، خطاب الثورة.

للاستشهاد: / For Citation: Atif için / الشراع، يحيى. (٢٠٢٦). من المائدة إلى الخطاب: قراءة في كتاب «الطعام والكلام حفرات بلاغية ثقافية في التراث العربي» لسعيد العوادي. ضاد مجلة لسانيات العربية وآدابها. مج ٧، ع ١٣، ٣١٩-٣٣٣ / <https://www.daadjournal.com>

**Book Review of Mounia Abidi's al-Taḥlīl al-Naqdī
lil-Khiṭāb: Namādhij min al-Khiṭāb al-I'āmī (Critical
Discourse Analysis: Models from Media Discourse)**

Dr. Sabah Elyazghi

Researcher in Rhetoric and Discourse Analysis, Morocco

E-Mail: sabahelyazghi11@gmail.com

Orcid ID: 0009-0007-0310-5739

Book Review Received: 11.11.2025 Accepted: 01.04.2026 Published: 30.04.2026

Abstract:

This article offers a critical reading of *Critical Discourse Analysis: Models from Media Discourse* by the Tunisian scholar Mounia Abidi. The book examines the discourses produced during the Tunisian Revolution from the perspective of critical discourse analysis, drawing on Norman Fairclough's socio-discursive approach and Ruth Wodak's discourse-historical approach. It analyzes revolutionary discourse through three distinct forms of discourse: popular discourse, presidential discourse, and media discourse. The article highlights Abidi's account of the role of discourse in shaping the events of the Tunisian Revolution and its opposition to the regime. It also examines how the book identifies differences among these discourses, the responses they generated, and the ways in which their messages were received. In doing so, it shows how each discourse employs specific strategies to communicate its aims and reveal the speaker's intentions.

Keyword:

Discourse; Critical Discourse Analysis; Media Discourse; Revolutionary Discourse.

مقدمة:

تعد منية عبيدي من الباحثات الأوليات اللواتي اعتمدن التحليل النقدي للخطاب في العالم العربي مركزة على الخطاب الإعلامي كما هو الشأن في هذا الكتاب، وفي مقال آخر نشر على شبكة الإنترنت بعنوان: «تمثلات الإعلام الفرنسي لهجمات باريس تمجيد الأنا والتخويف من الآخر»، و«موجّهات الخطاب الإعلامي الغربي ومغالطات التغطية الإخبارية للحرب الإسرائيلية على غزة»، فضلا عن كونها ترجمت مقالة لروث فوداك حول «التداولية والتحليل النقدي الخطاب». وسنخصص هذه المراجعة لأهم بحث أكاديمي لديها في هذا المجال، وهي أطروحتها للدكتوراه التي نشرتها بعنوان التحليل النقدي للخطاب: نماذج من الخطاب الإعلامي، وهو من إشراف الدكتورين محمد الشاوش ومحمد خطابي. وقد نال شهرة في هذا المجال لكونه من الكتب العربية الأولى التي صدرت باسم في التحليل النقدي للخطاب.

خصّصت منية عبيدي كتابها لخطابات الثورة التونسية مركزة على ثلاثة خطابات هي: خطاب الشعب في المظاهرات، وخطاب الرئيس بنعلي الرئاسي، وخطاب بعض الصحف الإعلامية. وحللتها من منظور مقاربتين من مقاربات التحليل النقدي للخطاب؛ أي مقارنة نورمان فيركلف (Norman Fairclough) الجدلية العلائقية، ومقاربة روث فوداك (Ruth Wodak) التاريخية للخطاب، إضافة إلى انفتاحها على مقاربات لسانية أخرى.

بناء على هذه الخلفية النظرية الغنية، درست خطابات الثورة بالتركيز على معجم هذا الخطاب، ثم بعده التداولي، ثم تركيبه، وأخيرا حجاجه. وقبل هذا قدّمت بسطا نظريا غنيا تناول مواضيع شتى في تحليل الخطاب الإعلامي، لعل أهمها مفهوم تحليل الخطاب ومدارسه، ونماذج غربية من تحليل الخطاب الإعلامي. وسنقدّم في هذه المراجعة أهم الأفكار التي عرضتها عبيدي في كتابها، ثم خطواتها المنهجية في الدراسة.

١- مدخل الكتاب:

اهتم المدخل بتعريف المفاهيم الرئيسية التي يعتمد عليها الكتاب، من قبيل مفهوم الخطاب وأنواعه، وقد حاولت اتباع سيرورة هذا المفهوم التاريخية منذ عهد اليونان

الذي صيغ فيه مفهوم الخطابة في ارتباطه بالنظام الديموقراطي^(١)، وهي محاولة تأصيلية لمفهوم الخطاب. وقد أشارت الناقدة إلى التعدد في تحديد هذا المفهوم، ويعود هذا في نظرها إلى «تعدد مجالات الخطاب وتعدد الاتجاهات التي تمثل منطلقا لكل تعريف»^(٢). وخلصت في تعريفه إلى أن «كل من أراد تحديد مفهوم الخطاب سيجد نفسه أمام نظام من العلامات اللغوية تنظم الوجود وتشير إليه وتسميه ليصبح له معنى عند تشغيل هذه العلامات إلى ما للفرد من استعدادات لتوظيف قواعد استعمال اللسان في المقام»^(٣).

ثم انتقلت إلى تعريف مفهوم تحليل الخطاب وقد أشارت الباحثة إلى صعوبة تحديده، بحيث أعطيت له تعريفات مختلفة، وقد أوردت تعريفا له من معجم تحليل الخطاب قائلة: «تستند إليه أشد التعريفات اختلافا: هي تحديدات شديدة الاتساع عندما يعتبر تحليل الخطاب مكافئا لدراسة الخطاب»^(٤). كما أشارت إلى أن تحليل الخطاب منفتح على العلوم المجاورة له، يستفيد منها في بناء نظرية يستطيع من خلالها مقارنة الخطابات من جوانب مختلفة تحترم نوع الخطاب ومقوماته الخاصة، وتنتهي الناقدة في تعريف تحليل الخطاب إلى أنه «مبحث غاية في عدم الاستقرار، وذلك لأنه يوجد في مفترق طرق العلوم الإنسانية والاجتماعية والنفسية واللسانية»^(٥)، ثم تطرقت إلى ذكر أهم مدارس تحليل الخطاب، متمثلة في المدرسة الأنغلو سكونية والمدرسة الفرنسية، وقد فصلت حديثها عن المدرسة الفرنسية بالحديث عن تأثير لوي ألتوسير (Louis Althusser)، وميشال فوكو (Michel Foucault).

٢- الباب الأول: التحليل النقدي للخطاب والخطاب الإعلامي:

اختص الباب الأول بالجانب التنظيري، وقد تفرع إلى أربعة فصول، غني الفصل الأول بالحديث عن استراتيجيات الخطاب، وعرف الفصل الثاني التحليل النقدي للخطاب، في ما عرف الفصل الثالث الخطاب الإعلامي، وانتهى الفصل الرابع

(١) التحليل النقدي للخطاب نماذج من الخطاب الإعلامي: ١٥.

(٢) التحليل النقدي للخطاب: ٢١.

(٣) التحليل النقدي للخطاب: ١٩ - ٢٠.

(٤) معجم تحليل الخطاب: ٤٣.

(٥) التحليل النقدي للخطاب: ٣٧.

بالحديث عن وسائل الإعلام والتواصل.

اهتم الفصل الأول باستراتيجيات الخطاب، حيث تتبع مسير مفهوم الاستراتيجية منذ نشأته في الحقل العسكري، ثم صار مرتبطاً بمفهوم التنسيق أي كل عمل منظم وهادف^(١)، بعد ذلك اتسعت دائرة استعماله فشملت المجال الاقتصادي والسياسي... إلخ. كما أشارت الباحثة إلى تقارب مفهوم الاستراتيجية بمفهومي المخطط والتصميم حتى لا يكاد يميز بينهما في الاستعمال. وخلصت إلى تعريف الاستراتيجية على النحو الآتي: «هي عموماً مجموع العمليات والتدابير التي تتخذ قصد بلوغ غايات بعينها»^(٢)، وذلك عبر مرحلتين؛ المرحلة الأولى ذهنية تتمثل في التفكير، والمرحلة الثانية عملية تتمثل في التنفيذ من أجل بلوغ الهدف. تقول الباحثة عبيدي: «بما أن الاستراتيجية هي في جانب كبير منها محاولة للتكيف مع المحيط فإنها حتماً ستمس جميع ميادين الحياة»^(٣)، هذا فيما يرتبط بالمفهوم العام للاستراتيجية. أما ما يرتبط بالمفهوم الخاص بها في علاقتها بتحليل الخطاب، فترتبط بجانب التخطيط لإنجاز الخطاب وتلقيه وفهمه وتحليله؛ إذ تعد الاستراتيجية شرطاً لإنتاج الخطاب. ومن هذا المنطلق حددت الباحثة العناصر المساهمة في فهم الاستراتيجية الخطابية المتمثلة في منتج الخطاب ومتلقيه وسياق إنتاجه للوصول إلى الهدف منه، سواء هدف المنتج أو هدف النص بحسب تأويل المتلقي، بحيث يمكن أن يكونا هدف واحد وقد تختلف التأويلات بين هدف المنتج والهدف الذي يبلغه النص.

اهتم الفصل الثاني المعنون بالتحليل النقدي للخطاب بتعقب النشأة الفلسفية لهذا المفهوم منذ أواخر القرن العشرين، على الرغم من أنه يعد حقلاً جديداً، وهو «وليد نظرية متعددة منها الأنثروبولوجيا والفلسفة وعلم النفس الاجتماعي والعلوم المعرفية والتداولية والدراسات البلاغية»^(٤)، وأشارت الباحثة إلى مدرسة فرانكفورت التي تبلور معها هذا الحقل منذ ميلادها بصدور بيان حول نشأة المعهد سنة ١٩٢٢، وتطورت على يد أعلامها إلى عهد ثيودور أدورنو ١٩٤٤، لتخلص إلى تعريف التحليل النقدي للخطاب بشكل عام عند محلي الخطاب في ارتباطه بالسلطة؛ إذ تكمن أهمية هذا

(١) التحليل النقدي للخطاب: ٧١

(٢) التحليل النقدي للخطاب: ٧٣.

(٣) التحليل النقدي للخطاب: ٧٤.

(٤) التحليل النقدي للخطاب: ٨٣.

الحقل في الكشف عن بؤر ممارسة السلطة من خلال تطبيقها على سائر الخطابات المنتجة، اعتباراً أن الخطاب يعد «منتجاً ومعيداً لإنتاج علاقات السلطة داخل المجموعات»^(١).

ثم استعرضت المفاهيم الأساسية التي يركز عليها التحليل النقدي للخطاب تمثلت في مفهوم؛ النقد والسلطة والتاريخ والإيديولوجيا. ثم أشارت إلى أهم أعلام هذا الحقل الذين يمثلون أبرز مقارباته، مبتدئةً بالباحثة روث فوداك صاحبة المقاربة التاريخية لتحليل الخطاب، مشيرة إلى مخطط هذه الباحثة في مقارنة النصوص وإلى بعض المفاهيم الإجرائية من قبيل؛ الاستعارة واللعب بالكلمات.. وغيرها من المفاهيم الإجرائية، عارضة الهدف من تحليل هذه الوسائل اللغوية. ثم مقارنة نورمان فيركلف الذي يعمل في إطار البحث الاجتماعي والثقافي في التحليل النقدي للخطاب، وهو الجانب المهيمن على أعماله. ثم تون فان دايك (Teun van Dijk) الذي أدمج بين المقاربتين الاجتماعية والعرفانية للخطاب والتحليل النقدي للخطاب، مركزاً على دراسة خطابات الميز العنصري.

أما الفصل الثالث فقد عرّفت فيه عبيدي بالخطاب الإعلامي، وهو الخطاب الذي اختارته الباحثة لدراستها. بحيث عملت على تقديم المقاربات التي اهتمت بالخطاب الإعلامي، معتمدة على كتاب فيركلف: الخطاب الإعلامي (١٩٩٥) وكتاب جون ريتشاردسون (John Richardson): تحليل الصحافة، مقارنة من زاوية التحليل النقدي للخطاب (٢٠٠٧). تركزت هذه المقاربات للتحليل النقدي للخطاب الإعلامي في مقارنة التحليل اللساني والاجتماعي اللساني، ويهتم هذا التحليل بدراسة استعمال اللغة في الخطاب الإعلامي من الناحية النحوية والتركيبية (شكل النصوص) خاصة عناوين الجرائد التي تتميز بتركيب مميز تهدف إلى تحقيق غايات معينة من هذا الخطاب. ثم تحليل المحادثة، وهي الخطابات التي تنتج من طرف فاعلين كمحادثة الهاتف والاستجابات، كما تشير هذه المقاربة إلى الطرق التي يستعملها المنتجون لها ومؤولها، وهذه الاستجابات الإخبارية وفقاً لفيركلف متنوعة وذلك بحسب الثقافة. ثم مقارنة التحليل السيميائي، ومقاربة اللسانيات النقدية والسيميائيات الاجتماعية، ومقاربة النموذج الاجتماعي العرفاني لفان دايك، ومقاربة التحليل الأجناسي الثقافي.

(١) التحليل النقدي للخطاب: ٩٩.

بعد هذا قدمت مقارنة نورمان فيركلف للخطاب الإعلامي من خلال كتابه الخطاب الإعلامي؛ إذ قامت ببسط نظريته في تحليل الخطاب الإعلامي نقدياً، حيث يرى فيركلف أن اللغة جزء من المجتمع، معتبراً «تحليل الخطاب استراتيجية إلى جانب استراتيجيات أخرى في التحليل الاجتماعي (...) التي تجعل المجتمع موضوعاً لها»^(١)، فاللغة ممارسة اجتماعية «ولهذا فإن دراسة وسائل الإعلام من شأنه أن يساهم في تسليط الضوء على البحوث الحديثة التي تعنى بدراسة التحولات الاجتماعية في حياة الشعوب»^(٢)، وقد ركز فيركلف في تحليله للخطاب الإعلامي على زاويتين؛ الأولى لسانية والثانية خطابية، واطعاً مجموعة من الأهداف أهمها وضع إطار تحليلي للغة الإعلام، معتبراً لغة الإعلام جديرة بالدراسة والتحليل لأنها تساهم في التغيرات الاجتماعية والثقافية، كما أنها تساهم في تأسيس هويات جديدة، فضلاً عن تأثيرها في علاقات السلطة داخل المجتمع، والطبيعة اللغوية والخطابية لسلطة وسائل الإعلام... إلخ، معتبراً سلطة الخطاب في وسائل الإعلام لها دور كبير في صنع المشاهير، علاوة على أنها تساهم في صنع قادة البلدان^(٣).

وأخيراً الفصل الرابع قدمت فيه عبيدي خصائص التواصل في وسائل الإعلام، والتكنولوجيا التي يعتمد عليها، من ثم بعدي اقتصاد وسياسة الإعلام الذي يحرص عليهما التواصل الإعلامي «أي أنه يولي أهمية لطبيعة السوق التي تشتغل فيها وسائل الإعلام وعلاقتها بالدولة»^(٤). لقد حاولت أن تجيب عن السؤال الآتي: كيف ينتج النص الإعلامي داخل مؤسسته ثم تلقينه مع احترام السياق الاجتماعي والثقافي والقيم المؤطرة لوسائل الإعلام؟

لقد اعتمدت على منظور فيركلف للإجابة عن هذا السؤال الذي يرى أن خصائص الحدث التواصلية من حيث زمان ومكان وقوعه تختلف عن الحدث التواصلية في وسائل الإعلام في زمان ومكان إنتاج النص عن زمان ومكان استهلاكه. وتقوم وسائل الإعلام بدور الوسيط بين المجال العام كالأحداث السياسية والمجال الخاص البيت وداخل الأسرة، حيث يستهلك ما أنتج في المجال الأول في المجال الثاني. وتختلف

(١) التحليل النقدي للخطاب: ١٣٩.

(٢) التحليل النقدي للخطاب.

(٣) التحليل النقدي للخطاب: ١٤٠، ١٤١.

(٤) التحليل النقدي للخطاب: ١٥٧.

أنواع وسائل الإعلام من المكتوب إلى المقروء إلى السمعي البصري. ويرى فيركلف أيضا أن وسائل الإعلام مؤسسات اقتصادية في نهاية المطاف، يتمظهر ذلك في تأثير سياسة الدولة في النص الصحافي المنتج ويؤثر هذا العامل في المحتوى والأسلوب التواصلي، بالإضافة إلى تأثير وسائل الإعلام بالسياسة والإيديولوجيا التي تتحكم في وسائل الإعلام كالصياغة الإيديولوجية للأخبار، و«يلخص فيركلف العلاقة الوطيدة بين خطاب وسائل الإعلام وبين السلطة بوجود تمثيلات تشتغل إيديولوجيا في نصوص وسائل الإعلام، ما دام هذا الخطاب يسهم في إعادة إنتاج علاقات السيطرة والاستغلال الاجتماعيين»^(١). وتستخدم هذه التمثيلات الإيديولوجية ضمنا غالبا في اللغة الإخبارية «هذه التمثيلات والافتراضات تخضع لما هو متعارف عليه اجتماعيا، وعليها يتوقف انسجام الخطاب أو الطرق العادية التي تغير بها الاستجابات لصالح جهة سياسية معينة»^(٢).

تعد المظاهر الإيديولوجية للخطاب والإقناعية، بحسب فيركلف، من المظاهر السياسية للخطاب التي تطرح فكرة مفادها أن وسائل الإعلام تقدم معلومات لا غير. بينما الإيديولوجيات لا يتم تبنيتها، وإنما هي أمر متفق عليه بين المقدم والطرف الثالث من الجمهور، دون اللجوء إلى الأساليب البلاغية، ف«حيثما ركز تحليل وسائل الإعلام على التأثيرات الإيديولوجية لخطاب وسائل الإعلام يتم الإيحاء بتوجه إيديولوجي معين بشكل من التواطؤ بين وسائل الإعلام والطبقات الاجتماعية أو المجموعات المسيطرة»^(٣).

يتخذ مفهوم الإيديولوجيا طريق الزيف في تقديمه لحقيقة الأفكار والأحداث، فهو يبني وعيا آخر زائفا، قصد تحوير الحقيقة لأجل مصالح خاصة، وللوصول إلى الحقيقة في وسائل الإعلام يتم تمثيلها للمتلقي، باختيار تمثيل من بين تمثيلات أخرى، وتقوم هذه التمثيلات على وجهات نظر وقيم وأهداف معينة ومختلفة. ما جعل فيركلف يشير إلى هذه التمثيلات قبل إصدار أحكام الانحياز، «ففي تحليل وسائل الإعلام يقارن المرء بين التمثيلات وقيمتها على أساس ما تدمجه وما تقصيه وما تبرزه وما

(١) التحليل النقدي للخطاب: ١٦٧.

(٢) التحليل النقدي للخطاب.

(٣) التحليل النقدي للخطاب.

وتخفيه، ومن أين تجيء، وما العوامل والمصالح التي تؤثر في صياغتها وفي إسقاطاتها، وقس على هذا، ولكن «الحقيقة» في معناها المطلق تعد دائما ذات طبيعة إشكالية»^(١) وتتمظهر هذه الإيديولوجيات وما يرتبط بها في الخطابات، وتعكس الخطابات تغير القيم والثقافة والهويات، وتنتج نصوص وسائل الإعلام عبر عملية جماعية تخضع لها، كما أنها تخضع إلى تغيرات عدة أطلق عليها فيركلف بـ«سلسلة من الأحداث التواصلية التي تصل مصدر الأحداث في المجال العمومي بالمجال الخصوصي لاستهلاك نصوص وسائل الإعلام»^(٢). ولتحليل الخطاب لا بد من الأخذ بعين الاعتبار السلسلة السياقية الذي أنتج في خضمها الخطاب، لأنها تصوغ الممارسات الخطابية بطرق مهمة، والعكس صحيح أيضا، ويقصد به إضافة للسياق المؤسسي السياق الاجتماعي والثقافي، ويتجلى في انتقال المحادثات من شكلها الرسمي إلى شكل المحادثات اليومية. يرى فيركلف في هذا الصدد أن «هذا التطور [يمثل] جزءا من تغيرات عامة في العلاقات الاجتماعية والقيم الثقافية التي درست باعتبار الفردانية و«محاربة التقليد» و«محاربة الطابع الرسمي»، ومست علاقات السلطة، والعلاقات بين المجالين العام والخاص للحياة الاجتماعية، وإنشاء الهوية الذاتية. ويصوغ المجتمع خطاب وسائل الإعلام، وتلعب هذه دورا حيويا في نشر مثل هذه التغيرات الاجتماعية والثقافية»^(٣). فخطاب وسائل الإعلام يساعد على نشر ثقافة الترويج المعاصرة وثقافة الاستهلاك، كما تعكس تغيرات هذا الخطاب التغيرات الحاصلة في الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية بوصف الجمهور كمستهلكين لا كمواطنين.

٣- الباب الثاني: تطبيقات على خطاب الثورة في تونس:

حللت الباحثة منية عبيدي في الباب الثاني خطاب الثورة في تونس من يوم السابع عشر ٢٠١٠ إلى شهر جونفي ٢٠١١، وقد اختارت نصوصا من وسائل الإعلام التونسية وأجنبية، باللغة العربية والفرنسية من جرائد عديدة، إضافة إلى خطاب الشعارات التي رفعها المتظاهرون، مركزة على الخطاب المكتوب وخطاب زين العابدين بن علي

(١) التحليل النقدي للخطاب: ١٦٩، ١٧٠.

(٢) التحليل النقدي للخطاب: ١٧٢.

(٣) التحليل النقدي للخطاب: ١٧٥.

المتعدد الوسائط، قسمت هذا الباب إلى خمسة فصول: تناول الفصل الأول معجم خطاب الثورة، والفصل الثاني الأسماء، والفصل الثالث صفات المشاركين، بينما الرابع اهتم بتركيب جمل هذا الخطاب وأفعال الصيغة فيه، فيما حللت في الفصل الخامس الجانب الحجاجي.

ركزت منية عبيدي في الفصل الأول على التحليل المعجمي، وتهتم هذه الخطوة بالبعد التداولي للغة باعتبارها شكلا من أشكال الممارسة الاجتماعية. من هذا المنطلق قسمت تحليلها للخطاب إلى تحليل خطاب السلطة، متمثلا في خطاب بن علي على القنوات التلفزيونية، بحيث تلمس الناقدة تغيرا في مستوى خطابه الذي تغير وفق الأحداث التي تقع في بلده، وتمظهر ذلك بحسبها في المعجم الذي استعمله في مخاطبة شعبه، والذي كان خطاب الأب لأبنائه، حيث خلصت الناقدة إلى أن هذا الخطاب بقدر ما هو يحيل إلى حنو الأب على أبنائه فهو يحيل إلى سلطته عليهم في توجيه مصائرهم الاتجاه الذي يريد من منطلق العارف بمصالحهم. كما قدمت تحليلا معجميا لخطاب الشعب، تمثل في الشعارات، ويتسم بالاختصار والإيجاز مقدا رسالة بصرية للمتلقي مراعيًا جوانبه الشكلية والمقامية، وقد اعتمد المتظاهر التونسي على مجموعة من الأسماء التي تعبر عن مطالبه وعن ما يرفضه تجاه السلطة الحاكمة بشكل واضح وسلس، حاملة وجهة نظر مستعمل الشعار، وقد اتسمت الألفاظ بشحنات إيديولوجية وسياسية، وبأفكار المتكلم الذي يحاول أن يقنع بها المتلقي. ثم تطرقت بالتحليل إلى معجم الخطاب الصحافي، من خلال نقل خبر البوعزيزي الذي انتحر، وقد أظهرت أن كاتب المقال لا ينقل الخبر فحسب وإنما صاغه وفق رؤية مشاركة في صناعة الحدث، مبتغيا التأثير في المتلقي، وهي رؤية تخدم السلطة، من خلال جعل الحادثة شخصية تعود لصاحبها، مبعدا أي طرف آخر مسؤولا عن الحادث، بل صيرها حادثة نتجت عن خرق للقانون.

اشتغلت عبيدي في الفصل الثاني على التسمية؛ أي التسميات التي يسمي بها الفاعلون الاجتماعيون والإحالة عليهم التي تفسر العلاقة الجامعة بين الأطراف الثلاثة، المتمثلة في خطاب السلطة والشعب والصحافة، وذلك من منطلق أن «التسمية تتضمن دائما اختيارا»^(١). فالاستراتيجية الإحالية تؤسس علاقات انسجام مع الطريقة

(١) التحليل النقدي للخطاب: ٢٠١.

التي يمثل بها الفاعلون الاجتماعيون ويحال بها على الآخرين. وهذه الاستراتيجية في سياق هذه الخطابات الثلاثة لعبت دور المرأة لآراء مستعمليها، كما أنها تعكس تقييم واضع الخطاب للأحداث وفهمه لها، إضافة إلى أنها تبين موقفه مما يقع، فضلا عن أنها تحمل بعدا إيديولوجيا تدافع عنه.

درست عبيدي في الفصل الثالث الحملية والضماير لتلك الأطراف الثلاثة، وتعمل هذه الاستراتيجية على تفسير القيم المرجعية للمتكلم وبيان أهدافه، من خلال توظيف معارف المتكلم ومكتسباته الثقافية والاجتماعية. وتستعمل هذه الاستراتيجية الحملية المظاهر البلاغية والنحوية والصرفية والشكلية والضماير. وقد كشفت هذه الاستراتيجية في خطاب السلطة على نظرة سلبية تركزها نحو الفاعلين في المظاهرات، في مقابل تقديمها السلطة إيجابيا. بينما يقدم خطاب الشعب السلطة سلبيًا، بخلاف الصورة التي يقدمها على المتظاهرين الإيجابية. فهم يرفضون الظلم ويطالبون بالتغيير نحو الأفضل. فيما يقدم الخطاب الإعلامي كلا الطرفين منحازا لطرف على حساب الطرف الآخر لمصالح ذاتية ومؤسسية.

اهتمت منية عبيدي في الفصل الرابع ببنية الجملة في الخطاب الإعلامي للثورة، من خلال دراسة مفهومي التعدية واللزوم والموجهية، ويقصد بالتعدية انتقال العمل من الفاعل إلى المفعول. بينما يقصد باللزوم عدم انتقال العمل من الفاعل إلى المفعول. تكشف بنية الجملة نظرة صاحبها للواقعة التي يصورها، فقد يختار البناء للمعلوم للأفعال المتعدية عندما يكون غرضه إبراز طرف من الأطراف الفاعلة، ويستعمل البناء للمجهول للأفعال عندما يريد المتكلم أن يتحدث بحرية أكثر في تصوير الحدث وإبراز رأيه دون نسبه لجهات معينة. بينما يقصد بالموجهية موقف الكاتب مما يقول؛ أي درجة التزامه بما يقوله، هادفا إلى إقناع المتلقي بقوله، وتبرز في أغلب الأحيان إيديولوجية صاحبها الضمنية أو الظاهرة. وقد اعتمد خطاب الثورة على هذه المفاهيم، وتقوم هذه المفاهيم على مسألة الاختيار في طريقة تقديم المشاركين في حدث ما؛ إذ يمكن أن يقدم بطرق مختلفة وفق الاختيارات المتاحة، وفي خضم هذا الاختيار تدخل إيديولوجيا صاحبها في توجيه خطابه للوجهة المبتغاة.

ثم أخيرا الفصل الخامس درست فيه عبيدي الجانب الحجاجي في الخطاب الإعلامي المواكب للثورة، معتمدة على التحليل الحجاجي عند فيليب بريتون (Philippe Breton)، من خلال كتابه: الحجاج في التواصل (٢٠٠٦)، من منطلق أن

الحجاج يساهم في توجيه الرأي العام وفي صنع الحدث للتأثير في المتلقي واستمالته قصد إقناعه بإنجاز فعل ما أو أخذ قرار معين تماشياً مع إرادة منتج الخطاب. وكغيره من الخطابات يقوم الخطاب الإعلامي على اتفاق مسبق بين المتكلم والمتلقي يبنى على أساسها المتكلم مسيره الحجاجي مستخدماً تقنيات حجاجية، وقد تمظهرت هذه التقنيات في خطاب الثورة، كحجج الإغراء الذي اعتمد عليهم بن علي في خطابه الموجه لشعبه من أجل إقناعه للعدول عن تظاهراته تجاهه، فقد كان الهدف منه إنهاء غضب الجماهير، إضافة إلى المغالطات التي استعملها لثني الشعب من الخروج للتظاهر، وحجج الوقائع والشهادة وهي من حجج السلطة، وقد اعتمدها بن علي في خطباته الأخيرة تجاه شعبه، إلا أنها لم يكن لها أي تأثير عليه. كما لجأ الرئيس بن علي للقيم المشتركة بينه وبين شعبه، كالقيم المستحبة في المجتمع، مثل حجة نبذ التطرف والإرهاب وغيرها انتصاراً للسلم والأمان.

خاتمة:

قدمنا في هذا المقال مراجعة لكتاب منية عبيدي التحليل النقدي للخطاب نماذج من الخطاب الإعلامي. وقد كانت غايتنا التعريف بهذا الكتاب للمختصين في تحليل الخطاب بصفة عامة، والتحليل النقدي للخطاب بصفة خاصة. وقد تبين لنا أن الباحثة سعت إلى رصد ميكانزمات خطاب الثورة وتمثله، وحاولت أن تفسر الدور الذي قام به الخطاب في بناء الأحداث والخطاب المعاكس لمجريات الثورة التونسية ضد النظام. وأبانت على الاختلافات بين الخطابات ورد فعل كل طرف، وكيف تم استقبال الرسالة الخطابية والكشف عن هدف المتكلم من خطابه انطلاقاً من مسألة مفادها أن كل خطاب استعمل استراتيجياته الخاصة لتمرير أهدافه.

وقد خلصنا من مراجعتنا لهذا الكتاب إلى مجموعة من الملاحظات فيما يرتبط بثغرات الكتاب، تمثلت في النقاط الآتية:

عدم وضوح تقديمها مقارنة فوداك، خاصة فيما يرتبط بالمنهجية المعتمدة لديها، والمفاهيم المرتكزة عليها، بحيث أدى تكرار بعض المفاهيم إلى حصول إبهام في فهم هذه المقاربة.

اعتمدت الكاتبة على تقديمات نظرية في الفصول التطبيقية مسهبة، كان بودها أن تذكرها في الشق النظري، أو أن تكتفي بتقديم نظري مقتضب ثم الشروع مباشرة في التطبيق.

من ثغرات هذا الكتاب أيضا، ما ارتبط بخلاصات الفصول التطبيقية، فهي خلاصات قاصرة ومقتضبة وعامة، ليست خلاصات لتحليل الخطاب الإعلامي لثورة تونس، وإنما هي خلاصات عامة تنغيا ما هو تنظيري. على سبيل المثال في نتائج الفصل الثاني تقدم في النقطة الثالثة لخلاصة هذا الفصل بقولها: «تعكس الاستراتيجية الإحالية تقييم واضح الخطاب للأحداث وفهمه لها، وتبين موقفه مما يقع بعدا إيديولوجيا معينا، أكثر منها مجرد إحالات على أحداث أو أشخاص بعينهم»^(١). هذه خلاصة جاهزة، لا تعكس نتيجة تحليلها للخطاب الإعلامي للثورة التونسية.

هيمن التنظير على التطبيق في فصل دراسة الحجاج، فقد اتخذ التطبيق حيزا ضئيلا منه. في مقابل ذلك كان حضور تحليل الجانب الحجاجي في الخطاب قيد الدراسة ضعيفا جدا، بحيث اكتفت بأخذ أمثلة مقتضبة تعضيدا للتنظير؛ إذ لم يكن تحليلا مسترسلا لخطاب الثورة حجاجيا.

هذه بعض التعليقات البسيطة جدا أمام أهمية هذه الدراسة وما تقدمه للباحث العربي المهتم بالتحليل النقدي للخطاب، حيث قدمت الباحثة مجال التحليل النقدي للخطاب، وهو مجال جديد في تحليل الخطابات من وجهة نظر نقدية، يتضمن مجموعة من المقاربات التي يمكن للمحلل أن يطبقها على خطابات مختلفة، فتكون الباحثة منية عبيدي قد ساهمت في تعريف القارئ العربي بهذا المجال الجديد، وتقديم مقارباته، معتمدة على مراجع في صلب الموضوع وترجمة بعضها للقارئ العربي، كما قدمت تحليلا مبسطا لخطاب الثورة التونسية، مطبقة منهجية مقارنة روث فوداك وفيركلف في تحليل الخطاب الإعلامي، مما يمكن للباحث الاستفادة من طريقة تحليلها، وتعلم وسائل التحليل واستثمار معرفته بشكل صحيح ومنسجم، ويعد هذا أمر مهم للغاية للباحث العربي المبتدئ للاستئناس بهذا الحقل الجديد في تحليل الخطابات، ولعل هذا كان رهان الباحثة في اعتمادها هذا الحقل المعرفي الذي ما تزال الأقلام الغربية تجدد فيه.

(١) التحليل النقدي للخطاب: ٢١٨.

المصادر والمراجع

١. التحليل النقدي للخطاب نماذج من الخطاب الإعلامي، منية عبيدي، كنوز المعرفة، عمان/الأردن، ٢٠١٦م.
٢. التداولية والتحليل النقدي للخطاب: مثال عن تحليل في ملتقى التخصصات، روث ووداك، ترجمة: منية عبيدي، علامات، العدد ٣٩، ٢٠١٣م، صص. ٣٩-٨. والعدد ٤١، ٢٠١٤م.
٣. تمثلات الإعلام الفرنسي لهجمات باريس: تمجيد الأنا والتخويف من الآخر، منية عبيدي، مركز الجزيرة للدراسات، (١٣ أبريل/نيسان، ٢٠١٦). تاريخ الاطلاع: ٠٢ غشت ٢٠٢٥، متاح على الرابط: <https://short-link.me/ZPAZ>
٤. معجم تحليل الخطاب، باتريك شارودو ودومينيك منغو، ترجمة: عبد القادر المهيري وحمادي صمود، دار سيناترا، تونس، ٢٠٠٨م.
٥. موجّهات الخطاب الإعلامي الغربي ومغالطات التغطية الإخبارية للحرب الإسرائيلية على غزة، منية عبيدي، مركز الجزيرة للدراسات، العدد ٣ يناير كانون الثاني ٢٠٢٤م.

References

1. al-Taḥlīl al-naqdī lil-khiṭāb: namādhij min al-khiṭāb al-i‘lāmī, Munyah ‘Ubaydī, Kunūz al-Ma‘rifah, ‘Ammān/al-Urdunn, 2016.
2. al-Tadāwulīyah wa-al-taḥlīl al-naqdī lil-khiṭāb: mithāl ‘an taḥlīl fī multaqa al-takhaṣṣuṣāt, Rūth Wūdāk, tarjamat: Munyah ‘Ubaydī, ‘Alāmāt, al-‘adad 39, 2013, ṣṣ. 8–39, wa-al-‘adad 41, 2014.
3. Ma‘jam taḥlīl al-khiṭāb, Bātrīk Shārūdū wa-Dūmīnīk Mungnū, tarjamat: ‘Abd al-Qādir al-Muhayrī wa-Ḥammādī Ṣammūd, Dār Sīnatrā, Tūnis, 2008.
4. Mumaththalāt al-i‘lām al-Faransī li-hajamāt Bārīs: tamjīd al-anā wa-al-takhwīf min al-ākhar, Munyah ‘Ubaydī, Markaz al-Jazīrah lil-Dirāsāt, 13 Abrīl/Nīsān, 2016, tārikh al-iṭṭilā‘: 02 Ghushṭ 2025, mutāḥ ‘alā al-rābiṭ: <https://short-link.me/ZPAZ>
5. Muwajjihāt al-khiṭāb al-i‘lāmī al-gharbī wa-mughālaṭāt al-taghtīyah al-ikhbārīyah lil-ḥarb al-Isrā‘īlīyah ‘alā Ghazzah, Munyah ‘Ubaydī, Markaz al-Jazīrah lil-Dirāsāt, al-‘adad 3, Yanāyir/Kānūn al-Thānī, 2024.

