

مدارس تحليل الخطاب الإعلامي:

1. التحليل السيميولوجي للخطاب الإعلامي:

السيميولوجيا Semiology والسيميوطيقا مصطلحان منقولان عن الإنجليزية ، وهما بدورهما منقولان عن الأصل اليوناني Semeion بمعنى الإشارة أو العلامة ، ولذلك فقد ترجم المصطلح إلى العربية أحيانا بعلم الإشارة وأحيانا أخرى بعلم العلامات ، وإن فضل معظم الباحثين العرب ترجمتهما كما هما في الأصل الإنجليزي أو الفرنسي السيميولوجيا والسيميوطيقا، ويترجمهما البعض بالسيمياء، والسيميائية، والرمزية، وإذا كان موضوع العلامة هو أساس علم السيميولوجيا فإن وسائل الإعلام تنقل وأحيانا تخلق فيصًا من العلامات والرموز، من هنا ظهر الاهتمام بدراسات سيميولوجيا الخطاب الإعلامي، وقد بدأ هذا الاهتمام بدراسة صور الإعلانات أو الصور الإشهارية في الأربعينات من القرن العشرين حيث أثير نقاش واسع حول العلاقة بين السيميولوجيا واللسانيات، بمعنى هل سيميولوجيا الصورة مجرد نقل حرفي مباشر لمفاهيم اللسانيات مطبق علي النماذج البصرية ؟ وفي إطار محاولات الإجابة علي هذا السؤال تطورت مناهج تحليل الصورة الإشهارية (الإعلانية) استنادًا إلى لسانيات دي سوسير، وانثربولوجيا ك. ليفي شتراوس ورياضيان شانون، وأعمال بول ريكور التأويلية، وأبحاث رولان بارت السيميولوجية ، والأعمال الخاصة بالتواصل التي بدأت في سنة 1960 في المدرسة العليا بباريس، ويختزل ك. كوست أنواع المناهج التي انبثقت عن هذه الأبحاث في مجال تحليل الصورة في منهجين اثنين هما المقاربة اللسانية، والمقاربة البلاغية التي تزعمها رولان بارت ، ثم ظهر بعد ذلك المنهج البنيوي الذي تزعمه لوي بورشر L.porcher ، ومنهج السيميائيات السردية الذي تزعمه فلوش. J.M.Floch

وتفاعلت هذه المناهج مع بعضها تأثيرًا وتأثرًا وأنتجت الكثير من البحوث حول خطاب الصورة الإشهارية (الإعلانية) والصورة الفوتوغرافية، والصورة السينمائية ، ومع انتشار الصور التلفزيونية اتسع مجال عمل تلك النوعية من دراسات تحليل الصور وعلاقتها بالنص المصاحب من جهة وعلاقتها بالواقع من جهة أخرى، مع الاستفادة من الاتجاهات المعاصرة في تأويل الخطاب. في هذا السياق أفردت مجلة الاتصال الفرنسية عام 1964 عددًا خاصًا ساهم فيه عدد من الباحثين الذين وضعوا الأسس الأولية لمشروع تحليل الخطاب أهمهم بريموند ، و تودوروف ، و مينز ، و رولان بارت ، لكن تأمل أسماء هؤلاء الباحثين يرجح القول بأن محاولاتهم انصبت علي وضع أسس تحليل الخطاب السيميولوجي في وسائل الإعلام أو بعبارة أخرى تحليل الخطاب الإعلامي من منظور سيميولوجي فقط ، بيد أن مساهماتهم مهدت الطريق لظهور مساهمات لعدد من باحثي الإعلام والاجتماع في السبعينات والثمانينات، ربما كان من أبرزهم هارتلي

Hartley الذي ركز علي تحليل النشرات الإخبارية التلفزيونية من خلال مجموعة من الأكواد والأعراف السميولوجية التي تشكل أساس الملامح اللغوية والمرئية للفقرات الإخبارية ، ويشمل تحليل الأكواد المرئية Visual cods الطرق المختلفة لتقديم الأخبار مثل ظهور رأس مذيع الأخبار أو المراسل .. واستخدام الصور الفوتوغرافية الثابتة والتقارير المصورة .. وإطار الصور وتحركات الكاميرا ، ويفترض هذا التحليل أن الاختيارات المتاحة في نطاق الأكواد المرئية بما في ذلك الخيارات التقنية المتعلقة بعمل الكاميرا تحمل معاني اجتماعية ، وكذلك اختيار الموضوعات وتركيب الفقرات والجمل ، ودور المذيعين في توجيه الحديث ، من هنا يركز التحليل علي ربط خصائص النصوص بالأيديولوجيات الصريحة والضمنية

2. تحليل الخطاب مدرسة التحليل الثقافي:

تأسست مدرسة التحليل الثقافي العام cultural generic analysis في رحاب مركز الدراسات الثقافية المعاصرة بجامعة برمنجهام في بريطانيا عام 1964، إلا أن أصولها ربما ترجع إلى نهاية الأربعينات ومطلع الخمسينات، ومن أبرز أعلامها ريشارد هوجارت Richard hoggert ، وتومبسون P. Thompson، وستيورت هال Stuart Hall ، لكن ربما كانت أعمال ريموند ويليامز Raymond Williams الأكثر أهمية في تأسيس هذه المدرسة التي ربطت بين الثقافة والإعلام في إطار اهتمامها بتحليل معني الثقافة، وتحول الثقافة إلى سلع تنتج وتوزع علي نطاق واسع في ظل المجتمع الرأسمالي، من هنا ظهر مفهوم الثقافة الجماهيرية المادية، وكيف أن وسائل الاتصال الجماهيري تلعب دورًا بالغ الأهمية في إنتاج وترويج الثقافة الجماهيرية وعلاقة ذلك بأسلوب الحياة والأيديولوجية والوعي في المجتمع.

وفي إطار اهتمامات مدرسة التحليل الثقافي بالإعلام ظهرت كثير من البحوث التي تناولت بالتحليل الخطاب الإعلامي من زاوية تأثيره في خلق أو تغييب الوعي لدي الجمهور، وكذلك دور الخطاب الإعلامي في عملية التفاعل الاجتماعي، وقد طور ستيوارت هال مفهوم الضمنية والتصريح والتغيير في اللغة، وأكد أن المعني هو نتاج العملية الجدلية بين النص والقارئ في سياق اجتماعي وتاريخي معين، وخلص إلى أن وسائل الإعلام لا تعكس الواقع وإنما تقوم بإنتاجه عبر المعاني والاختيارات الأيديولوجية التي تنتجها أو تروج لها.

واستفادت بحوث تحليل الخطاب في هذه المدرسة من أعمال جوفمان Goffman ، ومن النظرة متعددة الوظائف للنص التي طورها هاليداى، كما اقتحمت مجالات جديدة علي يد مونتجمري حيث تناولت الحوارات المفتوحة مع الجمهور في برامج الإذاعة والتلفزيون وعملية السرد، والتناص بين النصوص الأدبية ونصوص البرامج والخطابات الإعلامية المختلفة، كما قام تولسن بدراسة تطور عمليات إجراء

الحديث، وخلص إلى أن هذا التطور أدى إلى تجزئة الجماهير المستمعة و تتحية الجمهور العام، ويمكن القول أن باحثي التحليل الثقافي العام استخدموا مناهج وطرق في تحليل الخطاب قريبة من تحليل المحادثة إلا أنها تختلف معها في النظرة الشاملة للمحادثة في وسائل الإعلام في علاقتها بالمجتمع، حيث تربط بين تحليل المحادثة وبين الأيديولوجية وعمليات السيطرة في المجتمع

3. منهج تحليل الخطاب الاجتماعي:

ارتبط هذا المنهج بأعمال الباحث الهولندي فان ديك في تحليل الأيديولوجية والخطاب السياسي و الخطاب الإعلامي ، والذي ربط فيه بين الجوانب النحوية والتركيبات اللغوية والسردية والإدراكية في دراسة النص ، بالإضافة إلى استخدام مناهج تحليل الخطاب ، وربما يرجع الطابع التكاملي لمنهج فان ديك إلى جذوره الأولى حيث دعا في السبعينات من القرن الماضي - وقبل تحوله إلى مجال تحليل الخطاب- إلى ضرورة اهتمام نظريات تحليل النص وتحليل الخطاب الإعلامي بالنصوص ذات الصلة و سياق النص ، كما دعا أيضا إلى الجمع بين المؤشرات الكمية والكيفية في تحليل الخطاب، من هنا توسع في تحليل عينات كبيرة نسبياً من الأخبار والمواد الإعلامية.

ويمكن القول أن فان ديك قد انتقل إلى مجال تحليل الخطاب في مطلع الثمانينات من القرن الماضي، حيث اهتم بالتكوينات الخطابية لتحليل الخطابات الإعلامية مع الأخذ في الاعتبار كل المستويات والأبعاد الكلية والجزئية داخل النص، كالتنظيم العام للنص، والفكرة الرئيسية، والبنية التخطيطية للنص، والبنية الجزئية والتي تشمل الكلمات وتركيب الجمل والآليات البلاغية والدلالات اللفظية والقيم الإخبارية ... الخ . وركز فان ديك علي عملية إنتاج واستقبال النصوص وفق نموذج إدراكي أطلق عليه البنية أو البنات الفوقية superstructures التي تسكن النصوص الإعلامية، في الوقت ذاته فإن النصوص الإعلامية تعتبر مركز تجمع ووسيلة إظهار لهذه البنات الفوقية، من هنا اهتم فان ديك بدراسة الخطاب السياسي والأيديولوجية المعلنة والمضمرة التي يحملها الخطاب الإعلامي بكافة أشكاله.

3. المدرسة الألمانية في تحليل الخطاب الإعلامي:

ظهرت في إطار الجامعات الألمانية مدرستان نقديتان في تحليل الخطاب الإعلامي ، ربما كان أهم ما يميزهما عن المدارس الفرنسية والبريطانية اهتمامهما باللغة والبلاغة وبالاستراتيجيات الجدلية داخل الخطاب، وتعرف المدرسة الأولى بمدرسة ديوسبرج The Duisberg School وارتبطت بسيجموند بيجر Siegfried Yager الذي تأثر بأعمال ميشيل فوكو وبمدرسة فرانكفورت وباللغويات النقدية ، وقد أسس منهجه في التسعينات من القرن الماضي علي نقد لكل من البحث اللغوي التقليدي والبحث الاجتماعي ، فاللغويون - كما يقول - يركزون بحثهم بصفة رئيسية علي النواحي الشكلية للغة دون الانتباه إلى مضمون النصوص والممارسة الخطابية والمحيط الاجتماعي والثقافي للنصوص، كما انتقد

البحوث الاجتماعية الكيفية لافتقارها إلى نظرية أو طريقة بحث محددة لتأويل النصوص ، ثم اعتمد يبجر علي مقولات المدرسة الثقافية التاريخية التي أسسها عالم النفس الاجتماعي فيجوتسكي في تطوير نظرية تعيد تعريف العلاقة بين الفعل acting والتفكير والاتصال ، والعلاقة بين الفرد والمجتمع ، وأكد يبجر أن النصوص ليست شيئاً فردياً فقط ، وإنما تمثل دائماً شيئاً اجتماعياً ، فالنصوص أجزاء من خطابات فوق فردية ، وكما ذهب ميشيل فوكو يري يبجر أن أجزاء الخطاب سواء كانت نصوصاً أو أجزاء من نصوص يمكن أن تشكل سلسلة خطابية يمكن وضعها علي مستوي خطابي واحد أو عدة مستويات خطابية - علي سبيل المثال في السياسة ، والتعليم ، والإعلام - وبالتالي تمثل السلاسل الخطابية تدفقا للأجزاء الخطابية

عن نفس الموضوع..

أما المدرسة الألمانية الثانية فتعرف بمدرسة فيينا ، وترتبط بأعمال أستاذة اللغويات التطبيقية روث فوداك Ruth Wodak التي تعتبر أشهر من يمارس تحليل الخطاب علي المستوي العالمي في الدول الناطقة بالألمانية، وتقيم فوداك في فيينا وتكتب أبحاثها بالألمانية والإنجليزية والفرنسية، ويعتمد منهجها لتحليل الخطاب علي الأبحاث اللغوية الاجتماعية، وأعمال مدرسة فرانكفورت وميشيل فوكو، بالإضافة إلى الدراسات الثقافية لستيوارت هال، ونظرية رأس المال الرمزي لعالم الاجتماع الفرنسي بيير بورديو ، كما استفادت فوداك من أعمال عالم اللغة الألماني يوتس ماس - Utz maas أثرت أعماله أيضاً في مدرسة ديوسبرج - الذي يعرف الخطابات بأنها أشكال لغوية ترتبط بالممارسة الاجتماعية ويجب بحثها من نواحي التاريخ وعلم الاجتماع ، مع الاهتمام بالبعد البلاغي والتأويلي . أما فوداك فتميز بين ثلاثة مستويات من التحليل هي : المضمون والإستراتيجيات الجدلية والملاحم اللغوية ، كما تؤكد علي أهمية البحث في تاريخ الخطابات من خلال منهج متعدد المستويات ، ولذلك تجمع أعمال مدرسة فيينا بين التحليل التاريخي والكمي علي مستوي الخطاب والممارسة الاجتماعية ، وبين التحليل الكيفي علي المستوى الجزئي النصي.

ولعل أهم ما يميز أعمال روث فوداك ومدرسة فيينا هو الإهتمام بالبعد التاريخي للخطاب وبالإستراتيجيات الجدلية والملاحم اللغوية ، لكن الطابع العام لتلك المدرسة يقترب من حقل اللغويات أكثر من حقل تحليل الخطاب الإعلامي ، حيث تمنح فوداك الأولوية للتحليل اللغوي مع الإعتراف بأهمية النواحي التاريخية والاجتماعية ، ذلك أن التأكيد علي كل من بنية نصوص الإعلام وسياقها الاجتماعي يمكن أن يساعد الباحثين النقديين علي تغيير طبيعة الرسائل الأيديولوجية أو الكشف عن الإعتبارات التي تؤثر في بنية هذه الرسائل.

4. التحليل النقدي للخطاب لنورمان فيركلاو:

من حقل الدراسات اللغوية انتقل عالم اللغة الإنجليزي نورمان فيركلاو Norman Fairclough إلى تطوير نموذج للتحليل النقدي لكافة أشكال الخطاب بما فيها الخطاب الإعلامي، ثم قام مؤخرًا بتوسيع

مجال عمل نموذج التحليلي بحيث يشمل كافة مجالات البحوث الاجتماعية، فالتحليل النقدي للخطاب هو تحليل للعلاقات الجدلية بين الخطاب - والذي لا يشمل اللغة فقط بل والسميولوجيا والصور المرئية - وكل عناصر الممارسة الاجتماعية ، ومع ذلك يؤكد فيركلاو أن التحليل النقدي للخطاب يهدف إلى توضيح كيف أن التغييرات في استخدام اللغة تعكس التغييرات الاجتماعية - الاقتصادية والتي ترتبط بعلاقات القوة والهيمنة في المجتمع ، لذلك يدعو فيركلاو علماء الاجتماع إلى تجديد أفكارهم ومناهجهم وأدواتهم البحثية لدراسة الخطاب.

ووفقا لنموذج فيركلاو فإن تحليل أي نمط معين من الخطابات ، بما في ذلك الخطاب الإعلامي يتضمن تناوب التركيز علي جانبيين مترابطين و متكاملين هما : الأحداث الإتصالية ، ونظام الخطاب ، ويشمل الجانب الأول علي تحليل للعلاقات القائمة بين ثلاثة أبعاد أو ملامح للحدث الإتصالي هي: نص : قد يكون مكتوبًا أو شفويًا ، والنصوص الشفوية قد تكون مذاعة فقط أو مذاعة ومرئية كما في التليفزيون ، وفي هذا المستوي يجب تحليل المعجمية ، مفردات اللغة ، ودلالات الألفاظ ، والنحو وصوتيات النص ونظام كتابته ، وكذلك التماسك المنطقي ، والتركيبات النصية والوظائف المختلفة لكل جملة ، وسميولوجيا النص من كافة النواحي ، وما ينتج كل ذلك من معاني متعددة ومختلفة ، سواء كانت معلنة أو مضمرة.

ممارسة الخطاب: يقصد به تحليل عمليات إنتاج النص واستهلاكه ، والنواحي النفسية والإدراكية الخاصة بكيفية توصل الأفراد إلى تأويلات معينه أو ما يعرف بالعمليات التأويلية .إضافة الي تحليل التناص والذي يهدف إلى الكشف عن كيفية تشكل واستخدام النصوص وتشابك الأنواع الأدبية والخطابات المختلفة الممزوجة في النص ، والتي قد تتضمن استخدامًا تقليديا لأنماط موجودة بالفعل أو استخدامًا إبداعيا أو مزجا بينهم.

ممارسة إجتماعية ثقافية للتيارات الإجتماعية والثقافية السائدة والتي يشكل الحدث الإتصالي جزءًا منها ، ويتناول التحليل هنا مستويات مختلفة ،منها السياق المباشر للحدث أو السياق الأوسع نطاقا للممارسات المؤسسية ، ويمكن تناول الكثير من جوانب الممارسة الإجتماعية الثقافية لعل أهمها الجانب الاقتصادي ، والسياسي المتعلق بقضايا القوة والأيدولوجية ، علاوة علي الجانب الثقافي المرتبط بالقيم والهوية. ورغم أهمية نموذج فيركلاو إلا أنه يعتبر نوعًا من التفكير النظري المجرد حيث لم يختبر علي نحو جاد ، ولم يستخدمه سوي عدد محدود من البحوث والدراسات ، وهذا الوضع يختلف عن منهجية ميشيل فوكو في تحليل الخطاب والتي ربما اكتسبت طابعًا عمليًا تطبيقيًا عميقًا وشاملاً ساعد في تطوير وتجديد مكوناتها النظرية.