



تأثير الحقول الدلالية في تحقيق المعنى داخل الرسالة الإعلامية .

The impact of semantic fields in realizing the meaning inside the informational message.

الدكتورة هدى عكوشى *

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة - houda.akkouchi@univ-msila.dz

تاريخ الاستلام: 2020/12/24 تاريخ القبول: 2021/08/07 تاريخ النشر: 2021/12/28

ملخص:

تتجه هذه الدراسة نحو استكشاف طبيعة المعاني والدلالات المستخلصة من نظرية الحقول الدلالية والتي أبانت عن تأثير الحقل الدلالي في إنتاج معنى الخطاب داخل الرسالة الإعلامية ، حيث نشأت هذه النظرية في أحضان علم اللسانيات واستهامها بعد ذلك في دراسة الخطاب الإعلامي كأحد أنواع الخطابات ، وخاصة متعلق منه بجوهر الرسالة الإعلامية ضمن سياقها الاجتماعي والثقافي ، والكشف عن طبيعة المعنى وكيف تولد المعاني والدلالات ضمن المسائل والقضايا الجوهرية التي تطرحها الرسالة الإعلامية .

فما وجوه التأثير الذي تحدثه الحقول الدلالية في إنتاج المعنى و توليد الدلالات داخل الرسالة الإعلامية ؟

وتظهر أهمية الحقول الدلالية داخل الرسالة الإعلامية في تجميع وتصنيف المفردات الدالة على جوهر الخطاب فيها ، وإزاحة الغموض عند استخدام هذه المفردات الدالة ، وكذا توليد المعاني والدلالات المراد توجيهها نحو المتلقي ، وتوفير معجما من الألفاظ الدقيقة للتدليل وإنتاج المعنى ، والتي تقوم بالدور الأساسي في أداء الرسالة الإعلامية أحسن أداء ضمن عملية تواصعية مابين المرسل والمتلقي كطرف الرسالة الإعلامية .

الكلمات المفتاحية :

التأثير ، الحقول الدلالية ، معنى الخطاب ، الرسالة الإعلامية

المؤلف المرسل : هدى عكوشى _ الإيميل : houda.akkouchi@univ-msila.dz

Abstract :

This study aims to explore the nature of meanings and the implications derived from the semantic fields theory, which showed the influence of it in producing the meaning of discourse within the informational message, as this theory arose in the arms of linguistics and its inspiration after that in the study of media speech as one of the types of discourses, especially related to the substance of the informational message within its social and cultural context, revealing the nature of the meaning and how meanings and indications are generated within the fundamental issues that the informational message provokes.

What is the aspect of the effect that semantic fields have on producing meaning and generating connotations within the informational message?

The significance of semantic fields within the media informational is shown in the compilation and classification of vocabulary indicating the essence of the speech in it, and the displacement of ambiguity when using these vocabulary, as well as generating meanings and indications to be directed towards the recipient, and providing a glossary of accurate words to demonstrate and produce meanings, which plays the primary role in the performance of the message. The informational message performed best in a humble way between the sender and the recipient, as the two sides of the informational message.

Key words:

Influence, semantic fields, meaning of discourse, and informational message

مقدمة :

يعتبر علم الدلالة أحد فروع اللسانيات الحديثة ، ويعنى بدراسة الألفاظ والجمل دراسة وصفية دقيقة ، حيث يعالج علاقة العلامة بمدلولها أي بمعناها ، ومن ثم فإنه يهتم بالمواضيعات التي ترجع إليها المدلولات ، فإن كان المرسل قادر على صنع إشارة أو علامة تدل على معنى معين وتقدم دلالة معينة ، لكن عدم تطابق الإشارة أو العلامة مع الواقع من شأنه أن يتركها مبهمة ودلالة لا تتعدى ذهن صاحبها.

وكان المباحث الدلالية في القديم تنمو في إطار العلوم الألسنية المختلفة ، حيث شكلت اللغة واللسانيات الحاضنة الأولى لهذه المباحث الدلالية ، لكن الحال تطور إلى مطالبة اللسانيين تخلص علم الدلالة من اللغة المنظومة ، وسعوا إلى تحديد معالم الدرس الدلالي في إطار اللسانيات العامة . كما تطرقت الدراسات الحديثة إلى محور الدلالة أولاً في دراسته للمعنى ، والحقول الدلالية ، والسياق وأنواع المعنى وتحليلها ، ودرست محور التغير الدلالي الذي يتضمن أسباب التغيرات الدلالية الداخلية والخارجية ، أما محور العلاقات الدلالية فيتضمن الترافق والإشتراك اللفظي والأصداد والفرق اللغوية .

إن هذه الدراسة تبحث في العلاقة المعرفية والموضوعية بين نظرية الحقول الدلالية التي نشأت في ظل الألسنية وعلم المعاني كفرع على إنساني ، وبين الرسالة الإعلامية المتضمنة داخل كل خطاب إعلامي ضمن سياقاتها الإجتماعية والثقافية ، حيث استفاد الخطاب الإعلامي من مجال الألسنية وعلم العلامات ، وكذا من نظرية الحقول الدلالية .

ويمكن القول أن أهم ما تسعى إليه الدراسات الدلالية الحديثة ، ومنه دراستنا هذه هو الكشف عن طبيعة المعنى في المسائل والقضايا الجوهرية ، ويمكن التسجيل في هذا السياق الكثير من النظريات التي حاولت رد الدلالة إلى مصادر متنوعة مثل الربط بين التصور والمعنى .

ـ كذلك رصد المعطيات التي تهتم بتحديد المعنى وتخفيضه (السياق ، المقام ، المعجم).
ـ الكشف عن العلاقات الدلالية مثل تنوع الألفاظ و الكلمات الدالة على معنى واحد داخل الرسالة الإعلامية.

ـ تحديد الأسباب الداخلية للمعنى ، مثل الأسباب الصوتية والصرفية وال نحوية ، وكذا الأسباب الخارجية مثل العوامل الإجتماعية والثقافية والتاريخية التي تؤدي إلى تحديد وتغيير المعنى.
ـ محاولة تحديد القوانين التي تضبط المعنى من حيث إستعماله وتغييره وتطوره داخل الرسالة الإعلامية.

أهمية الموضوع :

تمكن أهمية الموضوع المدروس من خلال ما توفره نظرية الحقول الدلالية من طاقات تفسيرية عند إنتاج النص الإعلامي، وتحقيق المعاني داخل الرسالة الإعلامية أيا كان شكلها والوسيلة التي تبها، والإبانة عن دلالات الرموز والمعاني ضمن سياقاتها الإجتماعية والثقافية باعتبار أن الرسالة الإعلامية هي خطاب ي العمل على إنتاج المعنى وتوليد الدلالات والألفاظ داخل المجتمع الذي يحيا فيه هذا الخطاب ، وابراز المعاني الكامنة داخل كل رسالة إعلامية لتحقيق أوجه التأثير المطلوب .

المنهج المستخدم:

يعد المنهج الوصفي أحد المنهاج الأساسي في الدراسات الإعلامية ومنه دراستنا هذه ، حيث يساعد هذا المنهج على وصف الظواهر الاجتماعية والإنسانية وصفا شموليا ، وذلك من خلال توفير مجموعة من القواعد العامة التي تحكم الاجراءات المعتمدة حول الظاهرة المراد دراستها ، وهو ما يساعد على تقديم معلومات دقيقة متعلقة بالظاهرة ، والخروج بنتائج علمية يمكن تعميمها فيما بعد.

نشوء وتطور نظرية الحقول الدلالية :

تطورت نظرية الحقول الدلالية بفعل سيميائيات التواصل التي عرفت تقدما فعليا في مجال تحليل الرسالة، وذلك بتحديد وظائفها الستة ، على الرغم من الإهمال الواضح لموضوع الدلالة التي وجدت حرصا كبيرا لدى رولان بارت في إبرازها ضمن توجهات سيميائيات الدلالة ، فوصف اللغة بأنها : " نظام للتواصل يتضمن قدرًا كبيرًا من الإنسجام ، وأن السيميوЛОجيا هي علم الدلائل استمدت مفاهيمها الإجرائية من اللسانيات " (رولان بارت، 1993، صفحة 20).

إن للغة سلطة تقريرية قاهرة كما يقول رولان بارت من ناحية ، ومن ناحية أخرى فإن الدلائل والعلامات التي تتكون منها اللغة لا توجد إلا بقدر ما يعترف بها ، أي بقدر ماتتكرر وتردد، وأن في اللغة خضوع وسلطة يمتزجان بالاهواة (رولان بارت، 1993، صفحة 13).

ويبدو أن التواصل البشري أعقد من أي إتصال آخر، لأن إستعمال العلامة الموجودة داخل اللغة في هذا المجال لاتتم كما قال فيرديناند دي سوسسير إلا داخل الحياة الاجتماعية ، لهذا يتشرط التعاون قصد إرسال الرسالة إلى المتلقى ، ولن يتحقق ذلك إلا بالتواضع والتوافق حتى يتسمى لأي حوار يقوم ما بين المرسل والمتلقي تقديم أفكار في شكل شيفرات متواضع عليها ، ولهذا فإن بعض علماء الدلالة إنثروا إلى أن عملية الإتصال لا تظهر بوضوح في العالم الحيوي إلا عندما يكون هناك تعاون أو نشاط إجتماعي ، أي أن الإتصال مرتبط في أساسه بالتعاون ، وكذلك كل حوار إجتماعي .

وقد إنقرن ميلاد علم السيميوЛОجيا بثورة التفكير اللساني المعاصر نتيجة ارتباطه الوثيق بالمنجزات والإكتشافات التي حققها العلم الحديث ، وليس من السهل كما يرى الدارسون تناول العلامة أو السيمياء من حيث هي كيان نفسي وثقافي وحضاري ، إذ أنها تشكل خطابا إنعكاسيا باعتبار طبيعتها الخطية في تحقيق عملية الإبلاغ والتوصيل ، فالنظام الكوني بما فيه من إشارات ورموز هو نظام ذو دلالة ، وهنا يأتي دور السيمياء في دراسة بنية هذه الإشارات وعلاقتها في هذا الكون ، وكذلك توزيع وظائفها الداخلية والخارجية .

ولابأس بمعرفة الجذر الإشتقaci لمصطلح السيميوЛОجيا ، و هو مفردة السيمياء في المعجم العربي ، ومنه نجد :

لغة : أصلها السوم ، ويقولون السومة والسيمة والسيمياء بكسرهن وهي العلامة أو الآية ، وسيماء الشيء علامته (مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، 2005، صفحة 1124). في الإنجليزية *Semiotique* في اللغة الفرنسية وكذلك *semiology* ، بمعنى الإشارة أو العلامة . *Semion* وهم مصطلحان مشتقان من الكلمة الإغريقية *εἰδέλαχα* :

إن مصطلح السيمياء في أبسط تعريفاته وأكثرها استخداما هي نظام السمة ، أو شبكة من العلامات النظمية المتسلسلة وفق قواعد لغوية متفق عليها في بيئه معينة ، وهناك شبه إتفاق بين الدارسين يسمح بتعريف السيمياء على أنها : دراسة الأنماط و الأنماط العلامات غير اللسانية ، فالسيمياء هي علم الإشارة الدالة مما كان نوعها وأصلها (قدور عبد الله ثانى، 2005، صفحة 51). وقام الدارسون العرب بترجمة مصطلح السيميولوجيا إلى مصطلح العلاماتية ، وهو النظام العلمي الذي يجعل من أنماط التواصل موضوعا للدرس والبحث والتفكير ، بل إن دوسوسير كان يرى أن أفضل مسلك يمكن للمرء أن يدرس اللغة من خلاله يتمثل علميا في النظر إلى سمات الأنماط الأخرى التي تشتراك العلامة فيها، وكان يؤكد أن الموضوع الأبرز يتحدّد في دراسة حياة العلامات داخل قلب الحياة الإجتماعية (منذر العياشي، 2013، صفحة 1).

وقد تعددت إتجاهات السيميولوجيا ومدارسها في الحقل الفكري الغربي ، إذ يمكن الحديث عن سيميولوجيا الدلالة ، وسيميولوجيا التواصل ، وسيميولوجيا الثقافة ، ولكن على الرغم من كثرة الإتجاهات إلا أنه يمكن إرجاع السيميولوجيا إلى قطبين أساسين هما : سيميولوجيا التواصل ، وسيميولوجيا الدلالة (عبد العالى بشير، صفحة 211).

ويكون من المهم إبراز الملمح النظري لمفهوم السيميولوجيا بإعتبارها الحاضنة العلمية الأولى لنظرية الحقول الدلالية ، وقد تطور الحال فيما بعد لكي تزدهر هذه النظرية في مجالات معرفية أخرى كعلم الدلالة وتحليل الخطابات المتنوعة ، وفي النصوص الأدبية والشعرية .

وتعتبر الدلالة داخل اللغة والكلام أساس التواصل ومن ثم التفاهم بين الأفراد والجماعات ، ولذلك يبحث اللغويون واللسانيون ودارسوا الإتصال في طبيعة الدلالة ومعناها داخل كل رسالة إتصالية أو لغوية بغرض توضيح المعنى وإزالة الغموض الذي يمكن أن يعترى هذه الرسالة .

ويعرف الحقل الدلالي بأنه : مجموعة من الوحدات المعجمية التي تشتمل على مفاهيم تندمج تحت مفهوم عام يحدد الحقل ، أي مجموعة من الكلمات ترتبط دلالتها وتوضع تحت لفظ عام يجمعها (عمر شلواي، 2002، صفحة 40).

وقد بذل علماء اللغة جهودا كثيرة لتحديد مفهوم الحقل الدلالي وتعريفاته، وظهر لديهم أن التحليل الدلالي لبنية اللغة ضروري وأساسي لدراسة دلالة الكلمة أو الجملة ، ووضع ذلك ضمن سياقها الاجتماعي ، وهو ما دفع إلى البحث عن منهج يساهم في تحديد الدلالة داخل المستوى اللغوي

الواحد ، تهدف إلى البحث عن مناهج تفید في التحليل الدلالي ومن هذه المنهجات نظرية الحقول الدلالية .

وجاء في تعريف آخر بأنه : يفهم من الحقول الدلالي مجموعة من الوحدات المعجمية التي تطرح كفرضية عمل ، وتحتوي على تنظيم بنائي مضموم ، حيث يساعد هذا الحقول الدلالي على تشكيل متن معجمي يتحدد بواسطة التحليل السيمي : إضافة كلمات جديدة ، وإقصاء كلمات أخرى قد قصد الوصول إلى عالم دلالي فرعي (رشيد بن مالك، 2000، صفحة 38).

فمثلاً نجد مجموعة ترتتب إقتصادياً (الرأسمالي ، العامل ...) ، أو سياسياً (الرجعي ، الليبرالي ، الثوري ...) ، أو إجتماعياً (البرجوازي ، البروليتاري...).

لقد أحدث فيرديناندو سوسير ثورة في عالم اللسانيات الحديثة ، حيث أقام إتجاهين أساسيين في علم الدلالة ، أي البحث من زاوية الإتصال والبحث من زاوية الدلالة ، وأقر في أبحاثه أن اللغة نظام متكامل ، وحول الإتجاه في الدراسات الدلالية من دراسة المعاني في الكلام إلى دراستها في اللغة . ويؤكد دوسوسير أن الكلمات تشكل نسقاً أو نظاماً ، وكل الكلمة تستمد وظيفتها تبعاً للعلاقات التي تربطها بالعناصر الأخرى ، أي الكلمات تتشكل في النسق ، فالمفرددة لاتفهم من خلال العلاقات الإيجابية التي تقوم بينها وبين باقي مفردات اللغة فحسب ، بل قد يتم فهمها عن طريق العلاقة السلبية ، والخلافات التي تبعدها عن غيرها من المفردات (De Saussure, 1978, p. 252).

وبالرغم من أن دوسوسير اتجه إلى دراسة اللغة كنظام من أنظمة التواصل ، إلا أنه لم يشرح ذلك ويلوره جيداً حتى جاء دارسوا سيميائيات التواصل الذين اشبعوا بذلك تحليلاً وتفصيلاً ، والذين تأثروا بأفكار جاكبسون في نظرية الإتصال إلى جانب أفكار دوسوسير ، وأكدوا على مسألة التأثير باعتباره وظيفة أساسية للكلام في حقل السيميولوجيا (فيصل الأحمر، 2010، صفحة 87).

إن نشأة الحقول الدلالية تقوم على فكرة المفاهيم العامة التي تؤلف بين مفردات اللغة بشكل منتظم ، يساير المعرفة والخبرة البشرية للصلات الدلالية ، أي الإرتباط الدلالي بين الكلمات والجمل في أي لغة كانت في شكل كلمات مفردة ، أو أن يكون المتكلم مدركاً للكلمات المنعزلة أثناء عملية الكلام ، وأن قيمة كل عنصر من عناصرها تتحدد وفق مكانته وعلاقته داخل المجموع ، وأن هناك شبكة من العلاقات تحكم المفردة مع غيرها من المفردات الأخرى داخل الحقول الواحد ، وبين كل حقل دلالي وبقي الحقول الأخرى .

ويؤكد جورج مونان بأن الحقول الدلالي يخضع إلى مجموعة من المفاهيم تبني على علائق لسانية مشتركة ، ويمكن أن تكون بنية من بني النظام اللسانى (George Mounin, p. 65).

فمثلاً نجد في اللغة العربية أو في غيرها من اللغات حقول متعددة لمظاهر الحياة الإنسانية كحقل الألوان ، وحقل القرابة العائلية ، وحقل الحيوان ، وحقل الصناعات والمزروعات ، وكلما تطورت اللغة

إزدادت هذه الحقول إتساعا ، وظهرت حقول دلالية أخرى تستعمل ضمن سياقها التاريخي و الاجتماعي .

وهكذا فإن أي حقل دلالي يتكون من مجموعة من المعاني ، أو الكلمات المترابطة التي تتميز بوجود عناصر أو ملامح دلالية مشتركة حتى تكتسب الكلمة معناها في علاقتها بالكلمات الأخرى داخل الحقل المدروس ، لأن الكلمة لا معنى لها بمفردها بل يتحدد معناها ببحثها مع أقل الكلمات إليها في إطار مجموعة واحدة ، وعلى هذا الأساس فان الكلمات لا تشكل وحدة مستقلة .

بل أن بعض اللغويين ينكر أن يتم إكتساب اللغة في شكل كلمات مفردة ، أو أن يكون المتكلم واعيا بالكلمات المنعزلة أثناء عملية الكلام ، لأن اكتساب اللغة يكون انطلاقا من تركيب مضموم أو مقدر أو محدود ففهم ضمنه الكلمة التي تعلمها الفرد (عمر لحسن، 2016، صفحة 3) .

ويقوم التحليل الدلالي للمفردات على إيجاد العلاقة الدلالية بين عدد من مدلولات بعض الألفاظ عن طريق الروابط التشاركية الموجودة بين الوحدات الدلالية ، مثل : الحرب ، المعركة ، سلاح ، مدافع ... الخ، حيث تشكل هذه الكلمات حقولا دلاليا يجمعها المفهوم العام لهذا الحقل وهو "الحرب" ، ويتطور إيجاد هذه الحقول في اللغة عن طريق أهل اللغة واللسانيين تطورا منهج بناء الحقول الدلالية .

ويقوم كل حقل دلالي على جانبيين هما :

ـ الجانب التصوري أي المفهومي .

ـ والجانب المعجمي .

وعند بناء الحقول الدلالية يجب التفريق بين نوعين منها :

هناك مفاهيم مركبة بالنسبة للحقول الدلالية مثل: اللون ، القرابة ، الصناعات ، الآلات ، الحركة . ومفاهيم تردد بالبنية الداخلية لهذه الحقول : كالزواج والنسب والعائلة ضمن حقل القرابة ، الفضاء والسرعة ضمن حقل الحركة ... إلخ.

وهكذا فان الحقول الدلالية تقوم على مبدأ المفاهيم العامة التي تؤلف بين مفردات لغة ما بشكل منتظم ، يساير المعرفة والخبرة البشرية المحددة للصلات الدلالية ، أو الإرتباط الدلالي بين الكلمات في لغة معينة (عمر شلواي، 2002، صفحة 43) .

التحليل الدلالي :

تتغير اللغة وتتنوع نحو احتواء التغيرات الاجتماعية والثقافية ، والتي تحدث في أي مجتمع من المجتمعات ، ذلك أن اللغة ماهي إلا انعكاس للمجتمع بكل مكوناته وعناصره ، كما أن المجتمع يؤثر بدوره في اللغة سلبا أو إيجابا ، وعندما يحدث هناك تغيرا أو تطورا دلاليا في المعجمية اللغوية لأي مجتمع من المجتمعات فإنه يأخذ في الحسبان كل هذه الإعتبارات الاجتماعية والفكرية واللغوية والنفسية الذي تخص هذا المجتمع .

ويظهر التغير الدلالي كظاهرة طبيعية ، إذ تنتقل العالمة اللغوية من مجال دلالي معين إلى مجال دلالي آخر ، وقد تختلف الدلالة الأساسية للكلمة فاسحة مكانها لدلالة سياقية أو لقيمة تعبيرية أو أسلوبية ، وبذلك تغدو الكلمة ذات مفهوم أساسي جديد ، حيث يستمر التطور الدلالي في حركة تتميز بالبطء والخفاء (التحليل الدلالي، 2020).

وبذلك تكون نظرية الحقول الدلالية قد أسممت في إيجاد حلول لمشكلات لغوية ، مثل الكشف عن الفجوات المعجمية التي توجد داخل الحقل الدلالي ، أو عدم وجود الكلمات لشرح فكرة معينة أو للتعبير عن شيء ما .

وتتمثل أهمية الحقول الدلالية في تجميع المفردات اللغوية بحسب السمات الموجودة في كل صيغة لغوية ، مما يزيح الغموض الذي يعيق المتكلم أو الكاتب في إستعمال المفردات التي تبدو متراوفة أو متقاربة في المعنى ، فتوفر له معجما من الألفاظ الدقيقة للدلالة والتي تقوم بالدور الأساسي في أداء الرسالة الإعلامية أحسن أداء.

وتعد نظرية الحقول الدلالية أحد المباحث الأربعية لموضوع التحليل الدلالي ، وهذه النظريات هي : نظرية السياق ، النظرية التحليلية ، نظرية الحقول الدلالية ، والنظرية التداولية ، وتشترك هذه النظريات الفرعية لنظرية التحليل الدلالي في عدة نقاط يعبر عنها بمستويات التحليل الدلالي ، وهذه المستويات متراقبة ومتصلة ويتداخل فيها كل مستوى مع الآخر ، وقد حدد ماريوباي هذه المستويات المداخلة (ماريو باي ، 1988، صفحة 44) وذلك من خلال ما يلي :

مستوى التحليل الصوتي : ويدرس أصوات اللغة ، ويشمل كلا النوعين المعروفين بإسم علم الأصوات العام وعلم الفوئيمات ، وفي هذا المستوى تدرس الأصوات لمعرفة أنواعها ومواقعها ووحداتها ، ومتغيراتها الصوتية .

مستوى الصرف: أو مستوى دراسة الصيغ اللغوية ، وخاصة تلك التغيرات التي تعتري صيغ الكلمات فتحدث معنا جديدا مثل "ال" التعريف والواحد ، فالتعريف مع كلمة رجل تحولها من التنکير إلى التعريف ، وتصريف قال وقيل ، وغيرهم.

مستوى النحو: الذي يختص بتنظيم الكلمات في جمل أو مجموعات كلامية.

مستوى المفردات : يختص بدراسة الكلمة المفردة ومعرفة أصولها وتطورها التاريخي ومعناها الحاضر ، وكيفية استعمالها وكذلك الإشتراق ودلالة معنى الكلمات .

وتبين هذه المستويات أهمية التحليل الدلالي ، وذلك من خلال مارصده دينيس ماكويل (محمد حسام الدين، 2003، صفحة 156):

يقدم التحليل الدلالي طريقة لوصف المضمون ، ويكشف عن خصائص منتجي النص ، والذين يقومون بنقل الرسالة الإعلامية إلى جمهور المتلقين.

يعتمد التحليل الدلالي على المعنى ، ويرصد هذا المعنى الكامن في النص أكثر من اهتمامه بالمعنى الظاهر ، فالمعنى في هذا التحليل أكثر جوهريّة .

يعد التحليل الدلالي في جانب منه أكثر تنظيماً من تحليل المضمون في الرسالة الإعلامية، إذ لا يمكن لوحدات المضمون ان تعامل بالدرجة نفسها من المساواة .

وبالرغم من أهمية ما ذهب إليه ماكويل ، إلا أنه يقلل من أهمية التكميم في الدراسات الدلالية ، ويغفل جوانب الضبط المحكم للتحليل الدلالي من خلال عملية إعطاء الكم ، حيث لا يكفي منه جيا القيام بعملية التحليل لدلالة المعنى والنص بالرغم من الطاقات التفسيرية التي جاءت بها مناهج التحليل الدلالي وحقول الدلالة .

ولا يزال الدرس الدلالي الحديث يستتبع التطور الحاصل في اللغات والرموز والرسائل والخطابات المتنوعة ، حيث اتخد من المنهج الوصفي والتاريخي أسلوباً في الدراسة والتحليل ، كما يرصد منحنيات التغير الحاصل في الدلالات ، واقفاً في هذا المجال على أسباب التغير الحاصل وأشكاله ، وعوامل التغير الإجتماعية والثقافية والنفسية ، وكذلك مظاهر التغير الحاصل في المعنى كالتخصيص والتعيم ، وانحطاط ورق المعنى ، وتغيير مجال الإستعمال الذي يعتمد على التخاطب والتواصل اللغوي .

الرسالة الإعلامية مناط التأثير وتحرير المعنى :

الرسالة في علم الإتصال ذات شأن باللغة وعنصر أساسى فيه ، بل إنها أساس كل خطاب موجه نحو المخاطبين ، وأداة وصل مهمة في العلاقة بين الوسيلة الإعلامية وجمهور المتلقين ، وتسعى كل رسالة إعلامية إلى تحقيق أكبر تأثير لها على مستوى الجمهور المستهدف وذلك بتوظيف تقنيات وأساليب التأثير والإقناع المادية وغير المادية ، كما تشكل الرسالة الإعلامية عند تلقّها جزءاً أساسياً من عملية تعديل وتشكيل الإتجاهات والآراء ، وعن طريقها تتحقق فاعلية الإتصال نظراً لأن هذا الأخير هو تفاعل مابين المرسل والمستقبل حول رسالة معينة عن طريق اداة أو وسيلة ما .

وتكمّن أهمية الرسالة الإعلامية في وجه التأثير والتغيير الذي تحدثه على مستوى الفكر أولاً ، ذلك أن الهدف الأساسي من إعداد الرسالة الإعلامية هو التأثير بعرض إقناع المتلقي بجملة الأفكار والرموز والمعاني التي تتضمنها هذه الرسالة أياً كان نوعها .

ولذلك فإن إرسال رسالة حسب تعبير جاكبسون هو إنتاج فعل خطابي كامل يشمل المعنى والقوة (ديكور، الخطاب والتواصل ، 2017، صفحة 10).

مفهوم الرسالة الإعلامية :

إن مضمون كل رسالة إعلامية هي الأفكار والآراء التي تناسب الموقف الذي يراد التعبير عنه ، ويعرف دينيس ماكويل الرسالة الإعلامية بأنها تشمل الإشارات والعلامات اللغوية والحديث والكتابة والعلامات المرئية ، تتميز بالشمول والإتساع والتنوع وتخاطب الجماهير المستهدفة (شروع سامي فوزي، صفحة 42).

وقد اهتم الخبراء في مجال الإعلام والإتصال بعنصر الرسالة باعتبارها مناطق التأثير على متلقي الرسالة الإعلامية ، وبحثوا في أساليب بناء المعنى داخل هذه الرسالة حتى تتحقق أوجه التأثير ، حيث شكلت أفكار علم اللغة وتحليل المضامين والخطابات الأساسية النظري في فهم وتنظيم الرسالة الإعلامية.

كما يتحدد مفهوم الرسالة الإعلامية من خلال أنها مضمون أو فكرة يرسلها المرسل إلى المتلقي ، وتم من خلال الكلمة المكتوبة أو المنطقية ، أو من خلال الإشارة أو العلامة التي تتضمن المعنى المقصود من الرسالة الإعلامية (محمود عكاشه، 2005، صفحة 24).

وتعتبر لغة التخاطب التي تتأسس عليها الرسالة الإعلامية أساس التفاهم والإدراك بين طرفي هذه الرسالة وهذا المرسل والمستقبل ، حيث أن اللغة هي أقوى أدوات الإتصال التي بها تناسب الرسالة ويتحقق وجه التأثير فيها ، فهي أداة تفاهم مشتركة لأنها الحامل الأصيل للمخزون الثقافي والتاريخي ، وللقيم الاجتماعية والدينية والأخلاقية .

فكل رسالة إعلامية هي خطاب وتبلیغ ، وتأسيس للمعنى أو تفعيل للإشارات والرموز والعلامات التي تنتهي إلى عملية تواضع مشتركة ومفهومة مابين طرفي هذه الرسالة ، وفي غمرة تأسيس هذا الخطاب تتولد الرموز والمعنى وتحيا الدلالات وتتجدد ، وهو ما يعبر عن دينامية الإتصال وفاعليته داخل المجتمع الذي يتواجد فيه.

ومن خصائص الخطاب أيًا كان نوعه، أنه يتطور عبر الزمن ويكون موجهًا نحو غاية معينة ، قد ينصرف عنها فتلتوي مسالكه ، ولكنه يدركها مهما طالت السبل ، والخطاب الذي ينتجه متلفظ واحد يكون أكثر تأثيراً من الخطاب الذي ينتجه أكثر من طرف ، فيصبح من العسير مراقبته وتكتُر مواضع تعطله وانقطاعه (حاتم عبيد، 2013، صفحة 20).

وكان التوجه نحو دراسة الخطاب الإعلامي بالإرتكاز على المكون اللساني قد بدأ بفعل التقدم الذي أحرزته اللسانيات في تقديم نفسها منهجاً يتمتع بكفاءة وصفية عالية في قراءة النصوص ، وكان يينيس أول من طرح مسألة الخطاب في الدراسات اللسانية عام 1943 ، ثم جاءت أعمال بنفينست وهاريس وهاليداي ، ورقية حسن ، وفان ديك وغيرهم (حافظ اسماعيل علوى ، 2014، ص 357).

ومع تعدد أنواع الخطابات ظهر الإختلاف في الأدوات العلمية التي يتم بها تحليل هذه الخطابات المتنوعة في مجال العلوم الإنسانية كالخطاب الأدبي ، والخطاب الديني والسياسي ... الخ ، إلا أنه وفي مجال الإعلام تمكّن الدارسون من إيجاد بعض الأدوات التحليلية التي تساعدهم في فهم وتحليل بنية الخطاب الإعلامي معتمدين في ذلك على أدوات التحليل السيميائي واللسانى ، وتحليل المضمون ، وعلم النص والأسلوبية ... وغيرهم.

ويظهر أن العلاقة التي تربط الخطاب باللغة وبالواقع الاجتماعي تشكل مفرقاً حاسماً أمام الباحث على ضوء عدم قدرته لوحده على اكتشاف طبيعة تلك العلاقة ومميزاتها ، فالخطاب ينتمي

إلى علم اللغة ، وكل عالمة فيها تعكس أو تمثل الواقع الاجتماعي ، وهنا تثور إشكالية من قبيل: هل اللغة تصنع الواقع أم أن الواقع الاجتماعي هو الذي يحدد اللغة (حافظ إسماعيلي علوى وأخرون، 2014، صفحة 358).

ويبدو أن تحليل الخطاب ليس مقاية واحدة ، ولكنه سلسلة من المقاربات متداخلة الإختصاص يمكن أن يستعمل في استقصاء العديد من المجالات الاجتماعية المختلفة ، وفي أنواع عديدة ومختلفة الإختصاصات ومنه مجال تحليل الرسالة الإعلامية .

الرسالة داخل الخطاب الإعلامي:

على ضوء الخطاب تتحدد الرسالة المراد توجيهها ، إنها عملية توليدية ليست بالهينة ، ذلك أن كل خطاب يحاول أن يمارس سلطة ما ، فهذا جزء أصيل في بنية خطاب ، ويستعمل قناة للإتصال والتي لن تكون أداة غير منحازة أو محايدة ، كما تستعير الخطابات أدوات بعضها البعض ، وتسمح لنفسها أحيانا باستعارة مقولات الخطاب الخصم ، وتعيد تأويلها للتحكم في سياقها الخاص .

كما تظهر مسألة التناص (التأثير والتأثير) في طبيعة الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها هذا الخطاب في تبليغ رسالته التي يهدف من ورائها إيصال أغراضه من بث الرسالة ، والتأثير على مستوى الذهنية (نصر حامد أبو زيد ، 2015، صفحة 12).

فإذا كانت الوسيلة الإعلامية ممتدة جماهيريا حصل تأثير تكنوي للخطاب أو للرسالة المراد توجيهها داخل هذه الوسيلة الإعلامية ، وهو ما يؤكده قول مارشال ماكلوهان بأن الوسيلة هي الرسالة ، أي أن الوسيلة هي التي تؤثر على الرسالة وليس العكس ، وهي التي تعطي للرسالة حجما واسعا في الإنتشار وفي تأثير جمهور المتلقين بها ، وبالرغم من الإنتقادات التي وجهت إلى نظرية ماكلوهان في أن التأثير التكنوي لا يمكن أن يكون على حساب الرسالة الإعلامية ، إلا أنه وحسب دراسات التأثير التي أشبعها الدارسون تفصيلا ، فإن تأثير الرسالة الإعلامية يزداد كلما ازداد اتساع وجمهيرية الوسيلة الإعلامية ، أي أن هناك تلازم منطقي وموضوعي في إحداث التأثير المتبادل ما بين الرسالة والوسيلة وتوحيدهما في الهدف ذاته من أجل إحداث التأثير النهائي على ذهن وو Дан جمهور المتلقين ، خاصة وأن عملية التأثير هذه تأخذ أبعادا زمنية لا يمكن قياسها بأدوات إحصائية أو تقنية آنية.

ويتعذرفهم الخطاب الإعلامي بمعزل عن السياق العام الذي تم فيه عمليات إنتاج هذا الخطاب ، بحيث يكون من أهمية بمكان معرفة خصائص الوسيلة الإعلامية ، ونوعية الكوادر الصحفية العاملة بها ، وكذلك موقف وقيم الجماهير المستهدفة بالرسالة الإعلامية ، كلها عوامل تقوم بدور ما ، وقد يبدو أن هذا الدور ثانوي وغير مؤثر ، ولكنه موجود ويمارس تأثيراته في تحديد شكل ومضمون الخطاب الذي تنقله وسائل الإعلام إلى جماهيرها .

ويمكن تمييز لغة الخطاب الإعلامي عن غيرها من الخطابات الأخرى ، فهي لغة وسيطة تقترب من لغة الحديث اليومي في أنواعها الخبرية ، وتقرب من لغة الأدب في أنواعها الفكرية والجمالية ، فاللغة

ليست حيادية إزاء القضايا الاجتماعية والسياسية أو الثقافية ، في تحمل الدلالات والمعاني المراد خلقها وتوجهها ، وتهل من المخزون الفكري والثقافي وال النفسي للمجتمع ، فاللغة هي وعاء الفكر والثقافة كما يقال .

ويستخدم الخطاب الإعلامي المألف من اللغة، ويعمل على ممارسته ، حيث تتوجه أهدافه بشكل أساسي إلى تقديم المعلومات ، ويهمه بالدرجة الأولى أن تكون وسيطته التعبيرية لا تثير أي إشكالات لدى المتلقى ، أو تأويلات تؤدي إلى انحرافات أو تشوهات تطال مضمون الرسالة الإعلامية . (حمدي أحمد، 2001، صفحة 34).

كما يعد الخطاب الإعلامي من أهم روافد التجديد اللغوي والخطابي إذ يتحقق على صعيده توليد لفظي وخلق معنوي موصول بأصعدة الفكر والثقافة والفن ، ومختلف حقول التطبيقات ، ذلك أن الإعلام مزدوج الوظيفة فهو من جهة مصدر توليد وخلق لغوي معتبر ، ومن جهة ثانية وسيط حيوي يشيع المنتوجات اللغوية ويوسع من نطاق تداول اللغة (عشراطي سليمان، 2001، صفحة 42). إنتاج حقول الدلالة داخل الرسالة الإعلامية :

تعمل الحقول الدلالية على تحويل الرسالة الإعلامية إلى متن من المفردات والنصوص يخضع تحليلها إلى المقاربة الدلالية في إنتاج هذه الحقول ، وبالرغم من قلة الأبحاث والدراسات التي تعنى بتحديد دراسة الحقول الدلالية في المجال الإعلامي، إلا أن الإتجاه في الدراسات الإعلامية اليوم ينحى نحو تبني نظرية المعنى وأشكاله البنائية داخل الرسالة الإعلامية ، وتطبيقات هذه النظرية من خلال التحليل الدلالي للمعاني والمفردات التي تحملها الرسالة الإعلامية ، حيث أن كل مفردة تحمل شبكة من العلاقات التي تبنيها مع باقي المفردات داخل الحقل الواحد أو مع باقي الحقول الأخرى ، وهو ما يفضي إلى إنتاج المعنى والدلالات داخل الرسالة الإعلامية ، بالرغم من أن إنتاج المعنى يعد عملية معقدة ويخضع للسياق الاجتماعي والثقافي الذي تحيا فيه هذه المعاني ، وللمخزون النفسي والذهني متلقى الرسالة الإعلامية .

ويخضع النص داخل الخطاب الإعلامي إلى كونه يحمل تصورا دلائيا ، أي أنه ليس وحدة نحوية ، وإنما هو وحدة دلالية ووحدته في وحدة المعنى الذي يعبر عن حقيقته ، وهو ما أشار إليه كل من هاليداي ورقية حسن ، وما أكده محمد العبد من كونه بنية دلالية تنتجه ذات فردية أو جماعية في إطار بناء إجتماعية وثقافية محددة (عبد الرحمن عبد السلام محمود، 2015، صفحة 65).

ويرز مستوى الدلالة داخل النص الإعلامي من خلال معاني الكلمات والتركيب المضمنة فيه ، حيث يوجد شكلان للبنية الدلالية للخطاب أو للرسالة الإعلامية : الأبنية الدلالية الكبرى : وهي الأفكار والمضامين أو الموضوعات التي تربط بين الألفاظ والتركيب، وتشكل بناء متماساكا للخطاب داخل الرسالة الإعلامية .

البنية الدلالية الصغرى: وهي المفردات داخل الخطاب في وحدتها الصغرى ، وما توجي به من معنى (محمود عكاشة، 2005، صفحة 88).

وتفضي الرسالة داخل الخطاب الإعلامي إلى خلق أو بناء معانٍ جديدة ، أو تغيير المعانٍ القديمة ، وهذه المعانٍ تؤدي فيما تؤديه إلى توحيد سلوكيات الأفراد من خلال قبول معنى الرسالة من طرف المتلقٍ ، ومراعاة وضعيات الاتصال المختلفة (بغدادي عبد القادر، 2015، صفحة 103).

وتشكل الألفاظ داخل الرسالة الإعلامية وحدات نفسية واجتماعية ، إذ أن المتلقٍ يتأثر بمنها أو مثيرات من بينها الألفاظ والمعانٍ ثم يستجيب لها وفقاً لدلالتها بالنسبة إليه ، ولعل ذلك ما يفسر السبب وراء اختلاف استجابات عدد من الأفراد للألفاظ ودلالات معينة ، فكل متلقٍ يحاول أن يستجيب وفقاً لدلالٍ للفظ والمعنى بالنسبة إليه.

كلمة "ديمقراطية" مثلاً وفق هذا الاتجاه من التفسير يختلف معناها من فرد إلى آخر، ومن مجتمع إلى مجتمع آخر، فالإطار الدلالي أو المرجعية الثقافية للمتلقٍ ينبغي أن يتماشى مع الإطار الدلالي للمرسل حتى يصبح المعنى الذي تثيره المفردات أو الجمل يتماشى مع ذات المعنى الذي يحصل في ذهن المتلقٍ للخطاب المبني داخل الرسالة الإعلامية ، أي إشتراك الأفراد في ذات النسق الثقافي والقيمي حتى يتم التفاهم على ذات المعانٍ المشتركة بين طرفي الرسالة الإعلامية ، فالتوابع يأتي من كون المجتمع هو نظام للمعاني ، ومشاركة الأفراد والجماعات في معانٍ الرموز اللغوية والخطابية من حيث كونها واضحة ومفهومة.

ويقوم المستوى الدلالي لتحليل المفردات على دراسة مفردات الخطاب ودلالتها ، والبني الدلالية التي تشكل موضوع الخطاب ، وكذا المضمنون الإيديولوجي لهذه المفردات ، فالمفردات تحمل في دلالتها الإنطباعات الداخلية للمرسل (محمود عكاشة، 2005، صفحة 132).

ومن حيث الجانب التحليلي الدلالي يمكن تحديد الحقول المراد دراستها داخل النص الإعلامي ، حيث يتم تجميع شبكة العلاقات الموجودة داخل هذا الحقل أي تحديد المفردات ذات العلاقة المباشرة مع مفردة الحقل والتي تدل على معناه، وتعمل على تعزيز حضور المفردة الرئيسية بشكل راسخ داخل نص الخطاب الإعلامي لأنها تبرز المعنى الأساسي المراد توجيهه، وهو ما يدل على المضمنون الذي يدور حوله موضوع المفردة الحقل.

وبعدها يتم تحديد دلالة التراكيب اللغوية للمفردات والتي تحول المفردات من المعنى المعجمي إلى المعنى الإصطلاحي بمحاجتها مفردات أخرى ملزمة لها للدلالة على معنى خاص ، مثل حقل الديمقراطيات نجد: الحريات العامة ، النشطاء السياسيين ، الإحتجاجات...الخ.

المصاحبات اللفظية والتي تدل على تمدد معنى المفردة عن طريق تصاحب لفظين يدل على معنى واحد داخل الحقل المدروس، ويمكن دراسة ذلك دلاليًا وتركيبياً ، مثل : انقضى عليه في معنى الهجوم ، ضبط النفس يدل على التحكم...الخ.

ـ تحديد التراكيب الإصطلاحية المفردة والمركبة ، وخاصة ما كان حديث الدلالة منها والمرتبطة بموضوع النص الإعلامي ، مثل : العالم العربي ، الامبراليية ، الصهيونية العالمية ، المجتمع الدولي ... الخ.

ـ الأشكال البلاغية من التعبير المجازية والتي يعدل بها عن المعنى الحقيقي إلى المجازي حتى يكون المعنى أكثر دلالة كالكلنائيات والتشبّه ، والمحسنات البديعية ، مثل : ينづف دماً كناءة عن الحزن ، ساعة العسرة كناءة عن الشدة ، في مهب الرياح كناءة عن ضياع الشيء...الخ.

ويعتمد التحليل الدلالي داخل المجموعات أو الحقول على إبراز القضايا الدلالية المختلفة ، من ترافق وتضاد ، واشتراك لفظي وتعدد المعنى ، وكذلك إبراز السياق اللغوي والسياق غير اللغوي أي الإجتماعي والتمييز بين الدلالة المباشرة وغير المباشرة (عمر لحسن ، 2016 ، صفحة 4).

وتقديم وسائل الإعلام اليوم مادة ثرية للتحليل الدلالي ، فضلاً عن كونها في الوقت ذاته تشكل تحدياً محفزاً يشجع البحث عن آليات جديدة أكثر ملاءمة لتحليل تلك الأنظمة الدلالية المعقدة والمرتبطة بصيروحة مجتمعنا المعاصر ، فالمعاني في السينما والصحافة والتلفزيون وفي الإشهار خاضعة لتضافراً لصور والأصوات والكتابة والخطابة ، كما تلعب دوراً أساسياً في الإنتاج الثقافي للمعنى وفي تأسيس الخطابات الثقافية داخل المجتمع.

ففي الخطاب الصحفي مثلاً يمنع المتلقي من النقد ، لأنه لا يمكن نقد خطاب لا يمكن فك رموزه ومن ثم المشاركة في إنتاجه وصناعته ، بل ويحدث السلبية لدى الجمهور من جانب آخر (عبد الرحمن عزي وأخرون ، صفحة 155).

كما تعد الصحافة ذات نظام دلالي متنوع حتى لو اقتصرنا على عناصرها المكتوبة ، فإننا لانزال نجهل عن الظاهرة اللسانية التي تلعب فيها الصحافة دوراً رئيسياً إلا وهي ظاهرة الإيحاء ، أي نمو نظام من المعاني والدلالات داخل النص الصحفي ، ولذلك نجد أن الحقول الدلالية وتطبيقاتها قد أسهمت في وضع بعض الإجابات لأسئلة من هذا النوع.

الخاتمة:

لقد جاءت الحقول الدلالية لإظهار المعاني وتوليد الدلالات داخل مختلف أنواع الخطابات ومنه الخطاب الإعلامي ، وجاءت نظرية الحقول الدلالية كإطار معرفي وتفصيري لنظام الدلالات والرموز ، وكذلك إبراز المعاني الكامنة داخل الرسالة الإعلامية بغرض تفسير المheim أحياناً، أو لشرح المعنى وإظهار طبيعته في حالة تواضعه ، أو تفسير أوجه القصور أو الخلل الذي قد يطرأ على معنى الرسالة الإعلامية في حالة عدم الاتفاق على المعنى الكامن أو الظاهر بين المرسل والمستقبل ، وكذلك رصد تطور المعجمية اللغوية داخل النص الإعلامي باعتباره مجالاً لتوليد الألفاظ والفردات ، ما يعبر عن حركية لغوية داخل المجتمع .

وبالرغم من أن هذا المقترب المعرفي حديث النشأة ، إلا أنه ذو أهمية في الكشف والتفسير عن دلالات الرموز والمعاني ضمن سياقها الإجتماعي والثقافي ، حيث أصبح محل اهتمام دارسي الخطابات

السياسية والأدبية والإعلامية ، فالرسالة الإعلامية تمتلك خاصية توليد وتوظيف المعاني والمفردات بغض التأثير على المتلقي ووفق ما يريد صانعو هذا الخطاب .

ويمكن تمييز تلك الخصوصية التي تحملها اللغة داخل كل رسالة إعلامية ، حيث تؤثر على وجдан وعقل المتلقي وعلى رؤيته للواقع ، والذي هو القاسم المشترك بين طرفي الرسالة الإعلامية ، وتحول المفاهيم التي ينبعها الخطاب الإعلامي مناطاً لإنتاج المعنى المشترك ما بين المرسل والمتلقي ضمن العملية التواصعية والتي تعد شرطاً أساسياً في تحقيق التأثير المرجو لأي رسالة كانت .

وهنا يمكن للسياق الثقافي والإجتماعي أن يشكل مفرقاً حاسماً في مشروعية هذه الرسالة ، التي من المهم أن تخضع بدورها إلى معايير قيمية تضبطها حتى لا تزيف عن الهدف الذي تعد من أجله ، وحتى لا تكون أداة طيعة أو قاهرة في يد منتجي هذا الخطاب من جانب واحد ، فتتحول الرسالة الإعلامية إلى الدعاية أو التضليل ، ذلك أن التأثير لا يحدث إلا ضمن السياق الفكري وال موضوعي والدلالي للواقع الذي تحيا فيه هذه الخطابات ، وإلا فإن المعاني والمفاهيم تضييع إذا حدثت هناك نوع من التمركز داخل الرسالة الإعلامية من طرف صانعيها ، أو أن تصبح مدعاه للصدام وعدم الاتفاق بين طرفي الرسالة ، بالرغم من أن هذه المعاني والدلالات المشتركة هي الداعم الحقيقي لسيرورة وتطور أفكار الخطاب ورسالته الإعلامية المتضمنة فيه .

المراجع:

- (1) بغداد بای عبد القادر.(مارس 2015) ، تسويق محتوى الصحيفة و والإقناع في الرسالة الإعلامية. ع 18.
- (2) بول ريكور.(2017) .الخطاب والتواصل ، المترجمون ، عالم الكتب ، الأردن.
- (3) التحليل الدلالي.(بلا تاريخ) ، www. Languige analissis.wordpress.com ،
- (4) حاتم عبيد . (2013) ، في تحليل الخطاب ، ط 1، الأردن ، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع.
- (5) حافظ إسماعيلي علوى وأخرون. (2014). التداوليات وتحليل الخطاب ، كنوز المعرفة، ط 1 ، عمان، الأردن.
- (6) حمدي أحمد. (2001). الخطاب الإعلامي العربي – آفاق وتحديات ، ط 1 ، الجزائر، دارهومة للنشر.
- (7) رشيد بن مالك. (2000) ، قاموس مصطلحات التحليل السيميائي للنصوص (عربي – انجليزي- فرنسي). (د.ط)، دار الحكمة ، الجزائر.
- (8) رولان بارت. (1993)، درس السيميولوجيا ، ط 3 ، الدار البيضاء، المغرب: ، دار توبقال للنشر.
- (9) شروق سامي فوزي.(بلا تاريخ) ، القواعد العامة للإعلام ، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- (10) عبد الرحمن عبد السلام محمود. (2015)، النص والخطاب من الإشارة إلى الميديا – مقاربة في فلسفة المصطلح ، ط 1 ، القاهرة ، المركز العربي للأبحاث والدراسات والسياسات.
- (11) عمر لحسن. (2016)، الطيور الجارحة ودلالتها في الشعر-دراسة في الدلالة اللسانية - ، مجلة تاريخ العلوم، الجزائر.
- (12) عبد الرحمن عزي وأخرون. (بلا تاريخ) ، فضاء الإعلام ، الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر.
- (13) عبد العالي بشير. (بلا تاريخ) ، سيميائية أم سيميولوجيا ، مجلة بحوث سيميائية، الجزائر.
- (14) عشراتي سليمان. (2001)، الخطاب السياسي والإعلامي في الجزائر ، ط 1، وهران ، دار الغرب للنشر والتوزيع.
- (15) عمار شلواي. (2002) ، نظرية الحقول الدلالية. مجلة العلوم الإنسانية.
- (16) فيصل الأحمر. (2010) ، معجم السيميائيات ، ط 1 ، الجزائر، منشورات الإختلاف
- (17) قدور عبد الله ثاني.(2005) ..سيميائية الصورة، وهران ، دار الغرب للنشر والتوزيع.
- (18) مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي. (2005)، القاموس المحيط ، ط 8، بيروت- لبنان: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر.
- (19) محمد حسام الدين. (2003)، المسؤلية الإجتماعية للصحافة ، ط 1، القاهرة، الدار المصرية – اللبناني.
- (20) محمود عكاشه. (2005)، لغة الخطاب السياسي – دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظريات الاتصال. ط 1 ، القاهرة- مصر، دار النشر للجامعات.
- (21) منذر العياشي. (2013)، العلاماتية (السيميولوجيا) ، ط 2، الأردن، عالم الكتب الحديث.
- (22) ماريوباي.(1988) أسس علم اللغة ، ط 8، المترجمون ، عالم الكتب ، الأردن.
- (23) نصر حامد أبو زيد . (2015) ، الخطاب والتأويل ، ط 2 ، الدار البيضاء-المغرب ، المركز الثقافي العربي.
- (24) De saussure. (1978). Cours de linguistique générale. paris: payot.
- (25) George Mounin. (s.d.). Dictionnaire de linguistique