

تأثير الحقول الدلالية في تحقيق المعنى داخل الرسالة الإعلامية .

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

الدكتورة هدى عكوشي *

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 واستلهاها بعد ذلك في دراسة الخطاب الإعلامي كأحد أنواع الخطابات ، وخاصة ماتعلق منه بجوهر الرسالة الإعلامية ضمن سياقها الاجتماعي والثقافي ، والكشف عن طبيعة المعنى وكيف تتولد المعاني والدلالات ضمن المسائل والقضايا الجوهرية التي تطرحها الرسالة الإعلامية .
فما وجه 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 تواضعية ما بين المرسل والمتلقي كطرفي الرسالة الإعلامية .

الكلمات المفتاحية :

التأثير ، الحقول الدلالية ، معنى الخطاب ، الرسالة الإعلامية

* المؤلف المرسل : هدى عكوشي _ 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 بالموضوعات 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 مهمة ودلالاتها لا تتعدى ذهن صاحبها.

وكانت 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 الترادف والإشتراك اللفظي والأضداد والفروق اللغوية.

إن هذه الدراسة تبحث في العلاقة المعرفية والموضوعية بين نظرية الحقول الدلالية التي نشأت في ظل الألسنية وعلم المعاني كفرع علمي إنساني ، وبين الرسالة الإعلامية المتضمنة داخل كل خطاب إعلامي ضمن سياقاتها الاجتماعية 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 وتخصيصه (السياق ، المقام ، المعجم).
ـ الكشف عن العلاقات الدلالية مثل تنوع الألفاظ والكلمات الدالة على معنى واحد داخل الرسالة الإعلامية.

ـ تحديد الأسباب الداخلية للمعنى ، مثل الأسباب الصوتية والصرفية والنحوية ، وكذا الأسباب الخارجية مثل العوامل الاجتماعية 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 أياً كان شكلها والوسيلة التي تنبثها، والإبانة عن دلالات الرموز والمعاني ضمن سياقها الاجتماعي والثقافي باعتبار أن الرسالة الإعلامية هي خطاب يعمل على إنتاج المعنى وتوليد الدلالات والألفاظ داخل المجتمع الذي يحيا فيه هذا الخطاب ، وابرز المعاني الكامنة داخل كل رسالة إعلامية لتحقيق أوجه التأثير المطلوب .

المنهج المستخدم:

يعد المنهج الوصفي أحد المناهج الأساسية 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 مايساعد 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 إبراها ضمن توجهات سيميائيات الدلالة ، فوصف اللغة بأنها : " نظام للتواصل يتضمن قدرا كبيرا من الإنسجام ، وأن السيميولوجيا هي علم الدلائل استمدت مفاهيمها الإجرائية من اللسانيات " (رولان بارت، 1993، صفحة 20).

إن اللغة سلطة تقريرية قاهرة كما يقول رولان بارت من ناحية ، ومن ناحية أخرى فإن الدلائل والعلامات التي تتكون منها اللغة لا توجد إلا بقدر مايعترف بها ، أي بقدر ماتتكرر وتردد، وأن في اللغة خضوع وسلطة يمتزجان بلاهوادة (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 سوسير إلا داخل الحياة الإجتماعية ، لهذا يشترط التعاون قصد إرسال الرسالة إلى المتلقي ، ولن يتحقق ذلك إلا بالتواضع والتوافق حتى يتسنى لأي حوار يقوم ما بين المرسل والمتلقي تقديم أفكار في شكل شيفرات متواضع عليها ، ولهذا فإن بعض علماء الدلالة إنتهوا إلى أن عملية الإتصال لا تظهر بوضوح في العالم الحيواني إلا عندما يكون هناك تعاون أو نشاط إجتماعي ، أي أن الإتصال مرتبط في أساسه بالتعاون ، وكذلك كل حوار إجتماعي .

وقد إقترن ميلاد علم السيميولوجيا بثورة التفكير اللساني المعاصر نتيجة ارتباطه الوثيق بالمنجزات والإكتشافات التي حققها العلم الحديث ، وليس من السهل كما يرى الدارسون تناول العلامة أو السيميائية 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 السيميائية في دراسة بنية هذه الإشارات وعلاقاتها في هذا الكون ، وكذلك توزيع وظائفها الداخلية والخارجية .

ولابأس بمعرفة الجذر الإشتقائي لمصطلح السيميولوجيا ، و هو مفردة السيميائية في المعجم العربي ، ومنه نجد :

لغة : أصلها السوم ، ويقولون السومة والسيمة والسيمياء بكسرهم وهي العلامة أو الآية ، وسيمياء الشيء علامته (مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، 2005، صفحة 1124) .

في الإنجليزية semiotique في اللغة الفرنسية وكذلك semiologie ، بمعنى الإشارة أو العلامة . Semion وهما مصطلحان مشتقان من اللفظة الإغريقية اصطلاحاً :

إن مصطلح السيمياء في أبسط تعريفاته وأكثرها إستخداما هي نظام السمة ، أو شبكة من العلامات النظامية المتسلسلة وفق قواعد لغوية متفق عليها في بيئة معينة ، وهناك شبه إتفاق بين الدارسين يسمح بتعريف السيمياء على أنها : دراسة الأنماط و الأنساق العلاماتية غير اللسانية ، فالسيمياء هي علم الإشارة الدالة مهما كان نوعها وأصلها (قدور عبد الله ثاني، 2005، صفحة 51). وقام الدارسون العرب بترجمة مصطلح السيميولوجيا إلى مصطلح العلاماتية ، وهو النظام العلمي الذي يجعل من أنساق التواصل موضوعا للدرس والبحث والتفكيك ، بل إن دوسوسير كان يرى أن أفضل مسلك يمكن للمرء أن يدرس اللغة من خلاله يتمثل علميا في النظر إلى سمات الأنساق الأخرى التي تشترك العلامة فيها، وكان يؤكد أن الموضوع الأبرز يتحدد 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 أساسيين هما : سيميولوجيا التواصل ، وسيميولوجيا الدلالة (عبد العالي 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 .

وتعد 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 يعتري هذه الرسالة .

ويعرف الحقل الدلالي بأنه : مجموعة من الوحدات المعجمية التي تشتمل على مفاهيم تندرج تحت مفهوم عام يحدد الحقل ، أي مجموعة من الكلمات ترتبط دلالتها وتوضع تحت لفظ عام يجمعها (عمار 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 تفيد في التحليل الدلالي ومن هذه المناهج نظرية الحقول الدلالية .

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

فمثلا نجد مجموعة ترتب إقتصاديا (الرأسمالي ، العامل ...) ، أو سياسيا (الرجعي ، الليبرالي ، الثوري ...) ، أو اجتماعيا (البرجوازي ، البروليتاري...).

لقد أحدث فيريدنارد دوسوسير ثورة في عالم اللسانيات الحديثة ، حيث أقام إتحاهين 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 نسقا أو نظاما ، وكل كلمة تستمد وظيفتها تبعا للعلاقات التي تربطها بالعناصر الأخرى ، أي الكلمات تتشكل في النسق، فالمفردة 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 ويبلوره جيدا حتى جاء دارسو سيميائيات التواصل الذين اشبعوا ذلك تحليلا وتفصيلا ، 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 مدركا للكلمات المنعزلة اثناء 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 الحقل الواحد، وبين كل حقل دلالي وباقي الحقول الأخرى .

ويؤكد جورج مونان بأن الحقل الدلالي يخضع إلى مجموعة من المفاهيم تنبني على علائق لسانية مشتركة ، ويمكن أن تكون بنية من بنى النظام اللساني (George Mounin, p. 65).

فمثلا 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 الإجتماعي .

وهكذا فإن أي حقل دلالي يتكون من مجموعة من المعاني ، أو الكلمات المتقاربة 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 مضمرة أو مقدر أو محذوف تفهم 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 حقلا دلاليا يجمعها المفهوم العام لهذا الحقل وهو "الحرب" ، وتطور إيجاد هذه الحقول في اللغة عن طريق أهل اللغة واللسانيين تطور منهج بناء الحقول الدلالية .

ويقوم كل حقل دلالي على جانبين هما :

_ الجانب التصوري أي المفهومي .

_والجانب المعجمي .

وعند بناء الحقول الدلالية يجب التفريق بين نوعين منها :

هناك مفاهيم مركزية بالنسبة للحقول الدلالية مثل: اللون ، القرابة ، الصناعات ، الآلات ، الحركة . ومفاهيم تزود 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 (عمار شلواي، 2002، صفحة 43).

التحليل الدلالي :

تتغير اللغة وتبرز نحو احتواء التغيرات الإجتماعية 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 فانه يأخذ في الحسبان كل هذه الإعتبارات الإجتماعية والفكرية واللغوية والنفسية الذي تخص هذا المجتمع .

ويظهر التغير الدلالي كظاهرة طبيعية ، إذ تنتقل العلامة اللغوية من مجال دلالي معين إلى مجال دلالي آخر ، وقد تتخلف 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 أسهمت 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 مترادفة أو متقاربة في المعنى ، فتوفر له معجماً من الألفاظ الدقيقة للدلالة والتي تقوم بالدور الأساسي في أداء الرسالة الإعلامية أحسن أداء.

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

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

مستوى الصرف : أو مستوى دراسة الصيغ اللغوية ، وخاصة تلك التغيرات التي تعترى صيغ الكلمات فتحدث معنا جديداً مثل "ال" التعريف واللاحق ، فالتعريف مع كلمة رجل تحولها من التنكير 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 الإشتقاق ودلالة معنى الكلمات .

وتظهر 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 جوهرية .

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 .

و بالرغم من أهمية مذهب إليه مأكويل ، إلا أنه يقلل من أهمية التكميم في الدراسات الدلالية ، ويغفل جوانب الضبط المحكم للتحليل الدلالي من خلال عملية إعطاء الكم ، حيث لا يكفي منهجياً 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 اتخذ 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 الاجتماعية والثقافية والنفسية ، وكذلك مظاهر التغير الحاصل في المعنى كالتخصيص والتعميم ، وانحطاط وركي المعنى ، وتغير مجال الإستعمال الذي يعتمد على التخاطب والتواصل اللغوي .

الرسالة الإعلامية مناط التأثير وتحرير المعنى :

الرسالة في علم الإتصال ذات شأن بالغ وعنصر أساسي 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 تلقها جزءاً أساسياً من عملية تعديل وتشكيل الإتجاهات والآراء ، وعن طريقها تتحقق فاعلية الإتصال نظراً لأن هذا الأخير هو تفاعل ما بين المرسل والمستقبل حول رسالة معينة عن طريق أداة أو وسيلة ما .

وتكمن أهمية الرسالة الإعلامية في وجه التأثير والتغيير الذي تحدثه على مستوى الفكر أولاً ، ذلك أن الهدف الأساسي من إعداد الرسالة الإعلامية هو التأثير بغرض 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 (ريكور، 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 مأكويل الرسالة الإعلامية بأنها تشمل الإشارات والعلامات اللغوية والحديث والكتابة والعلامات المرئية ، تتميز بالشمول والإتساع والتنوع وتخاطب الجماهير المستهدفة (شروق سامي فوزي، صفحة 42) .

وقد اهتم الخبراء في مجال الإعلام و الإتصال بعنصر الرسالة باعتبارها مناط 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 الأساس النظري في فهم وتنظيم الرسالة الإعلامية.

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

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

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

ومن خصائص الخطاب أيا كان نوعه، أنه يتطور عبر الزمن ويكون موجها نحو غاية معينة ، قد ينصرف عنها فتلتوي مسالكه ، ولكنه يدركها مهما طالت السبل ، والخطاب الذي ينتجه متلفظ واحد يكون أكثر تأثيرا من الخطاب الذي ينتجه أكثر من طرف ، فيصبح من العسير مراقبته وتكثر 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 منهجا يتمتع بكفاءة وصفية عالية في قراءة النصوص ، وكان بينيس أول من طرح مسألة الخطاب في الدراسات اللسانية عام 1943 ، ثم جاءت أعمال بنفينست وهاريس وهاليداي ، ورقية حسن ، وفان ديك وغيرهم (حافظ اسماعيل علوي ، 2014، ص357).

ومع تعدد أنواع الخطابات ظهر الاختلاف 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 تمكن الدارسون من إيجاد بعض الأدوات التحليلية التي تساعد في فهم وتحليل بنية الخطاب الإعلامي معتمدين في ذلك على أدوات التحليل السيميائي واللساني ، وتحليل المضمون ، وعلم النص والأسلوبية ... وغيرهم.

ويظهر أن العلاقة التي تربط الخطاب باللغة وبالواقع الاجتماعي تشكل مفرقا حاسما أمام الباحث على ضوء عدم قدرته لوحده على اكتشاف طبيعة تلك العلاقة ومميزاتها ، فالخطاب ينتهي

إلى علم اللغة ، وكل علامة 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 علوي وآخرون، 2014، صفحة 358).

ويبدو أن تحليل الخطاب ليس مقارنة واحدة ، ولكنه سلسلة من المقاربات متداخلة الاختصاص يمكن أن يستعمل في استقصاء العديد من المجالات الاجتماعية المختلفة ، وفي أنواع عديدة ومختلفة الاختصاصات 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 بنيته كخطاب ، 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 والتأثر) في طبيعة الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها هذا الخطاب في تبليغ رسالته التي يهدف من وراءها إيصال أغراضه من بث الرسالة ، والتأثير على مستوى الذهنية (نصر حامد أبو زيد ، 2015، صفحة 12).

فإذا كانت الوسيلة الإعلامية ممتدة جماهيريا حصل تأطير تقنوي للخطاب أو للرسالة المراد توجيهها داخل هذه الوسيلة الإعلامية ، وهو ما يؤكد قول مارشال ماكلوهان بأن الوسيلة هي الرسالة ، أي أن الوسيلة هي التي تؤثر على الرسالة وليس العكس ، وهي التي تعطي للرسالة حجما واسعا في الانتشار وفي تأثير جمهور المتلقين بها ، وبالرغم من الإنتقادات التي وجهت إلى نظرية ماكلوهان في أن التأثير التقنوي 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 وجماهيرية 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 ووجدان جمهور المتلقين ، خاصة وأن عملية التأثير هذه تأخذ أبعادا زمنية لا يمكن قياسها بأدوات إحصائية أو تقنية آنية.

ويتعذر فهم الخطاب الإعلامي بمعزل عن السياق العام الذي تتم 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 بسيطة تقترب من لغة الحديث اليومي في أنواعها الخبرية ، وتقترب من لغة الأدب في أنواعها الفكرية والجمالية ، فاللغة

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

ويستخدم الخطاب الإعلامي المؤلف 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 المتلقي ، أو تأويلات تؤدي إلى انحرافات أو تشوهات تطل 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 (عشراتي 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 ودراسة الحقول الدلالية في المجال الإعلامي، إلا أن الاتجاه 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 لمتلقي الرسالة الإعلامية .

ويخضع النص داخل الخطاب الإعلامي إلى كونه يحمل تصورا دلاليا ، 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 أكدته محمد العبد من كونه بنية دلالية تنتج ذات فردية أو جماعية في إطار بنيات إجتماعية وثقافية محددة (عبد الرحمن عبد السلام محمود، 2015، صفحة 65) .

ويبرز مستوى الدلالة داخل النص الإعلامي من خلال معاني الكلمات والتراكيب المتضمنة فيه ، حيث يوجد شكلان للبنية الدلالية للخطاب أو للرسالة الإعلامية :

الأبنية الدلالية الكبرى : وهي الأفكار والمضامين أو الموضوعات التي تربط بين الألفاظ والتراكيب، وتشكل بناء متماسكا للخطاب داخل الرسالة الإعلامية .

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

وتفضي الرسالة داخل الخطاب الإعلامي إلى خلق أو بناء معاني جديدة ، أو تغيير المعاني القديمة ، وهذه المعاني تؤدي فيما تؤديه إلى توحيد سلوكيات الأفراد من خلال قبول معنى الرسالة من طرف المتلقي .ومراعاة وضعيات الإتصال المختلفة (بغداد باي عبد القادر، 2015، صفحة 103).

وتشكل الألفاظ داخل الرسالة الإعلامية وحدات نفسية واجتماعية ، إذ أن المتلقي يتأثر بمنبهات أو مثيرات من بينها الألفاظ والمعاني ثم يستجيب لها وفقا لدلالاتها بالنسبة إليه ، ولعل ذلك ما يفسر السبب وراء اختلاف استجابات عدد من الأفراد لألفاظ ودلالات معينة ، فكل متلقي يحاول أن يستجيب وفقا لدلالة اللفظ والمعنى بالنسبة إليه.

فكلمة "ديمقراطية" مثلا ووفق هذا الاتجاه من التفسير يختلف معناها من فرد إلى آخر، ومن مجتمع إلى مجتمع آخر ، فالإطار الدلالي أو المرجعية الثقافية للمتلقي ينبغي أن يتماثل مع الإطار الدلالي للمرسل حتى يصبح المعنى الذي تثيره المفردات أو الجمل يتماثل مع ذات المعنى الذي يحصل في ذهن المتلقي للخطاب المبني داخل الرسالة الإعلامية ، أي إشتراك الأفراد في ذات النسق الثقافي والقيمي حتى يتم التفاهم على ذات المعاني المشتركة بين طرفي الرسالة الإعلامية ، فالتواضع يأتي من كون المجتمع هو نظام للمعاني ، ومشاركة الأفراد والجماعات في معاني الرموز اللغوية والخطابية من حيث كونها واضحة ومفهومة.

ويقوم المستوى الدلالي لتحليل المفردات على دراسة مفردات الخطاب ودلالاتها ، والبنى الدلالية التي تشكل موضوع الخطاب ، وكذا المضمون الإيديولوجي لهذه المفردات ، فالمفردات تحمل في دلالتها الانطباعات 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، وهوما يدل على المضمون الذي يدور حوله موضوع المفردة الحقل.

وبعدها يتم تحديد دلالة التراكيب اللغوية للمفردات والتي تحول المفردات من المعنى المعجمي إلى المعنى الإصطلاحي بمصاحبتها مفردات أخرى ملازمة لها للدلالة على معنى خاص ، مثل حقل الديمقراطية 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 دلاليا وتركيبيا ، مثل : انقض عليه في معنى الهجوم ، ضبط النفس يدل على التحكم...الخ.

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

الأشكال البلاغية من التعابير المجازية والتي يعدل بها عن المعنى الحقيقي إلى المجازي حتى يكون المعنى أكثر دلالة كالكنيات والتشبيه ، والمحسنات البديعية ، مثل : ينزف دما كناية عن الحزن ، ساعة العسرة كناية عن الشدة ، في مهب الرياح كناية عن ضياع الشيء...الخ.

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

وتقدم وسائل الإعلام اليوم مادة ثرية للتحليل الدلالي ، فضلا عن كونها في الوقت ذاته تشكل تحديا محفزا يشجع البحث عن آليات جديدة أكثر ملائمة لتحليل تلك الأنظمة الدلالية المعقدة والمرتبطة بصيرورة مجتمعنا المعاصر ، فالمعاني في السينما والصحافة والتلفزيون وفي الإشهار خاضعة لتضافرا لصور والأصوات والكتابة والخطابة ، كما تلعب دورا أساسيا في الإنتاج الثقافي للمعنى وفي تأسيس الخطابات الثقافية داخل المجتمع.

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

كما تعد الصحافة ذات نظام دلالي متنوع حتى لو اقتصرنا على عناصرها المكتوبة ، فإننا لانزال نجعل من الظاهرة اللسانية التي تلعب فيها الصحافة دورا رئيسيا ألا 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 وتفسيري لنظام الدلالات والرموز ، وكذا إبراز المعاني الكامنة داخل الرسالة الإعلامية بغرض تفسير المبهم أحيانا ، 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 مجالا لتوليد الألفاظ والمفردات ، ما يعبر عن حركية لغوية داخل المجتمع .

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

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

ويمكن تمييز تلك الخصوصية التي تحملها اللغة داخل كل رسالة إعلامية ، حيث تؤثر على وجدان وعقل المتلقي وعلى رؤيته للواقع ، والذي هو القاسم المشترك بين طرفي الرسالة الإعلامية ، وتتحول المفاهيم التي ينتجها الخطاب الإعلامي مناطا لإنتاج المعنى المشترك ما بين المرسل والمتلقي ضمن العملية التواصلية والتي تعدا شرطا أساسيا في تحقيق التأثير المرجو لأي رسالة كانت .

وهنا يمكن للسياق الثقافي والإجتماعي أن يشكل مفرقا حاسما في مشروعية هذه الرسالة ، التي من المهم أن تخضع بدورها إلى معايير قيمية تضبطها حتى لا تزيغ 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 والموضوعي والدلالي للواقع الذي تحيا فيه هذه الخطابات ، وإلا فإن المعاني والمفاهيم تضيع إذا حدثت هناك نوع من التمركز داخل الرسالة الإعلامية من طرف صانعيها ، أو أن تصبح مدعاة للصدام وعدم الإتفاق بين طرفي الرسالة ، بالرغم من أن هذه المعاني والدلالات المشتركة هي الداعم الحقيقي لسيروية وتطور أفكار الخطاب ورسالته الإعلامية المتضمنة فيه .

المراجع:

- (1) بغداد باي عبد القادر.(مارس 2015) ، تسويق محتوى الصحيفة و والإقناع في الرسالة الإعلامية. ع18. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية.
- (2) بول ريكور.(2017) ، الخطاب والتواصل ، المترجمون ، عالم الكتب ، الأردن.
- (3) التحليل الدلالي.(بلا تاريخ) ، [www. Language analissis.wordpress.com](http://www.Languageanalissis.wordpress.com)
- (4) حاتم عبيد . (2013) ، في تحليل الخطاب ، ط1، الأردن ، دارورد الأردنية للنشر والتوزيع.
- (5) حافظ إسماعيلي علوي وآخرون. (2014). التداوليات وتحليل الخطاب ، كنوز المعرفة ، ط1 ، عمان. الأردن.
- (6) حمدي أحمد. (2001). الخطاب الإعلامي العربي – آفاق وتحديات ، ط1 ، 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 ، ط3 ، الدار البيضاء، المغرب ، دارتوبقال 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 ، ط1 ، القاهرة ، المركز العربي للأبحاث والدراسات والسياسات.
- (11) عمر لحسن. (2016)، الطيور الجارحة ودلالاتها في الشعر-دراسة في الدلالة اللسانية - ، مجلة تاريخ العلوم، الجزائر.
- (12) عبد الرحمن عزي وآخرون. (بلا تاريخ) ، فضاء الإعلام ، الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر.
- (13) عبد العالي بشير. (بلا تاريخ) ، سيميائية أم سيميولوجيا ، مجلة بحوث سيميائية، الجزائر.
- (14) عشراي سليمان. (2001)، الخطاب السياسي والإعلامي في الجزائر ، ط1، وهران ، دار الغرب للنشر والتوزيع.
- (15) عمار شلواي. (2002) ، نظرية الحقول الدلالية. مجلة العلوم الإنسانية.
- (16) فيصل الأحمر. (2010) ، معجم السيميائيات ، ط1 ، 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 ، ط8 ، بيروت- لبنان: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر.
- (19) محمد حسام الدين. (2003)، المسؤولية الإجتماعية للصحافة ، ط1، القاهرة، الدار المصرية – اللبنانية.
- (20) محمود عكاشة. (2005)، لغة الخطاب السياسي – دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظريات الإتصال. ط1، القاهرة- مصر، دار النشر للجامعات.
- (21) منذر العياشي. (2013)، العلاماتية (السيميولوجيا) ، ط2 ، الأردن ، عالم الكتب الحديث.
- (22) ماريو باي.(1988) أسس علم اللغة ، ط8، المترجمون ، عالم الكتب ، الأردن.
- (23) نصر حامد أبو زيد . (2015) ، الخطاب والتأويل ، ط2 ، الدار البيضاء -المغرب ، المركز الثقافي العربي.
- (24) De saussure. (1978). Cour de linguistique generale. paris: payot.
- (25) George Mounin. (s.d.). Dictionnaire de linguistique