



Political Media Discourse of Al-Alam TV Channel: Its Elements and Semantic Techniques in Light of Van Dijk's Ideological Square (January–November 2024)



Doi:10.22067/jall.2026.98612.1655

Ghadir Pariz¹ 

Associate Professor, Department of Arabic Language and Literature, Faculty of Persian Literature and Foreign Languages, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Majid Saleh Beyk 

Associate Professor, Department of Arabic Language and Literature, Faculty of Persian Literature and Foreign Languages, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Morteza Nemati Machiani 

Ph.D. Candidate in Arabic Language and Literature, Faculty of Persian Literature and Foreign Languages, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Received: 8 May 2026 ■ Received in Revised form: 14 July 2026 ■ Accepted: 15 July 2026

Abstract

The political media discourse of the Al-Alam news network is a form of media discourse characterized by diverse semantic and ideological strategies, particularly in light of Teun van Dijk's socio-cognitive theory, one of the prominent approaches in critical discourse analysis. From this perspective, media discourse is not limited to the transmission of information and events; rather, as a communicative practice, it plays a role in directing audience attention, shaping patterns of reception and public perception, and preparing audiences to accept the ideologies promoted by the media outlet. Media texts are highly complex, incorporating explicit and implicit messages through precise linguistic mechanisms. Accordingly, this study analyzes the discourse of Al-Alam based on van Dijk's 'Ideological Square' model, focusing on the role of linguistic techniques in meaning construction and the representation of 'Self' and 'Other'. The study is based on the premise that media discourse is not neutral but an ideological practice founded on four strategies: emphasizing the positive aspects of the Self, emphasizing and exaggerating the negative aspects of the Other, mitigating the negative aspects of the Self, and mitigating the positive aspects of the Other. Adopting a descriptive-analytical approach, the study examines a purposive sample of the network's news coverage from January to November 2024. The findings indicate that Al-Alam employs various linguistic techniques, including nominal sentences, devices of emphasis and negation, fronting and postponement, figurative language, and the present tense, to construct ideologically charged discourse and reinforce the 'Us/Them' dichotomy. The findings further demonstrate that the network's news discourse reproduces political reality within a directed interpretive framework, using language not merely as a means of informing but also as a tool of persuasion and influence.

Keywords: Media Discourse, Al-Alam, Semantic Techniques, Van Dijk, Ideological Square.

1- Corresponding Author. Email: pariz@atu.ac.ir

اللغة العربية وآدابها، السنة السابعة العشرة، العدد ٤ (الرقم المسلسل ٤٣)، شتاء ١٤٤٨ هـ. ق، صص ٩٩-١١٨

تحليل الخطاب الإعلامي السياسي لقناة العالم؛ عناصرها وتقنياتها الدلالية على ضوء المربع الأيديولوجي لفان دايك (من يناير إلى نوفمبر ٢٠٢٤)



(المقالة المحكمة)



قادر پريز^١ ID (دانشيار گروه زبان و ادبيات عربي، دانشكده ادبيات فارسي و زبانهای خارجي، دانشكاه علامه طباطبائي، تهران، ايران، الكاتب المسؤول)
معجد صالح بيك ID (دانشيار گروه زبان و ادبيات عربي، دانشكده ادبيات فارسي و زبانهای خارجي، دانشكاه علامه طباطبائي، تهران، ايران)
مرتضى نعمتى ماچيانى ID (دانشجوی دکتری زبان و ادبیات عربی، دانشکده ادبیات فارسی و زبانهای خارجي، دانشکاه علامه طباطبائي، تهران، ايران)

Doi:10.22067/jall.2026.98612.1655

الملخص

يُعدّ الخطاب الإعلامي السياسي لقناة «العالم» الإخبارية أحد أشكال الخطاب الإعلامي التي تتسم بتعدد استراتيجياتها الدلالية والأيديولوجية، خاصة في ضوء النظرية الاجتماعية المعرفية التي قدمها فان دايك بوصفها إحدى أبرز المقاربات في تحليل الخطاب النقدي، إذ يُنظر إلى الخطاب الإعلامي بوصفه ممارسة تواصلية تتجاوز مجرد نقل المعلومات والأحداث، فهو يُسهم في توجيه انتباه المتلقي وتشكيل أنماط التلقي وإدراك الجمهور، وتهيئته لتقبل الأيديولوجيات التي تتبناها الوسيلة الإعلامية. وتتميز النصوص الإعلامية بدرجة عالية من التعقيد، حيث تجمع بين الرسائل الصريحة والضمنية التي تُبنى عبر آليات لغوية دقيقة، وفي هذا السياق تتناول الدراسة تحليل خطاب قناة «العالم» في ضوء نموذج «المربع الأيديولوجي» لفان دايك، مع التركيز على دور التقنيات اللغوية في إنتاج المعنى وتشكيل تمثيلات «الذات» و«الآخر». وتنطلق الدراسة من فرضية أن الخطاب الإعلامي ليس محايداً، بل ممارسة أيديولوجية تقوم على أربع استراتيجيات: إبراز إيجابيات الذات، وتضخيم سلبيات الآخر، وتهميش سلبيات الذات، وتهميش إيجابيات الآخر. وقد اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي على عينة قصصية من تغطيات القناة خلال الفترة من يناير إلى نوفمبر ٢٠٢٤، وأظهرت النتائج أن القناة توظف تقنيات لغوية متنوعة: الجمل الاسمية، وأدوات التوكيد والنفي، والتقديم والتأخير، واللغة التصويرية، والفعل المضارع، وذلك لبناء خطاب ذي حمولة أيديولوجية تعزز ثنائية «نحن/هم». وتبرز هذه الدراسة القيمة التفسيرية لنموذج المربع الأيديولوجي في الكشف عن الآليات اللغوية التي تُسهم في بناء المواقف الأيديولوجية داخل الخطاب الإعلامي، بما يتيح فهماً أعمق للعلاقة بين البنية اللغوية وصناعة المعنى السياسي في التغطية الإخبارية. وتخلص الدراسة إلى أن الخطاب الإخباري في القناة يعيد إنتاج الواقع السياسي ضمن إطار تأويلي موجه، حيث تستثمر اللغة أداة للإقناع والتأثير لا مجرد الإخبار، مما يكشف عن حضور ممنهج للاستراتيجيات الأيديولوجية في صناعة المعنى الإعلامي وتوجيه المتلقي.

الكلمات الدلالية: الخطاب الإعلامي، قناة العالم، التقنيات الدلالية، فان دايك، المربع الأيديولوجي

١. المقدمة

لم يعد الخطاب الإعلامي في الدراسات المعاصرة يُنظر إليه بوصفه أداةً محايدةً لنقل الوقائع والأحداث، بل أصبح يُعدّ ممارسةً خطابيةً تسهم في بناء المعنى وتشكيل التمثلات الذهنية لدى الجمهور. فوسائل الإعلام لا تكتفي بعرض الأخبار، وإنما تعيد تنظيمها وصياغتها من خلال اختيارات لغوية ودلالية محددة تعكس رؤيةً فكريةً وأيديولوجيةً معينة، الأمر الذي يجعل اللغة أحد أهم الأدوات المؤثرة في تشكيل الرأي العام وتوجيه إدراك المتلقين للأحداث والقضايا المختلفة.

ويُعدّ تيون فان دايك^١ من أبرز الباحثين الذين تناولوا العلاقة بين اللغة والأيديولوجيا في الخطاب الإعلامي والسياسي، إذ انطلق من منظور اجتماعي معرفي يربط بين البنى اللغوية والعمليات الذهنية والسياقات الاجتماعية المنتجة للخطاب. ويرى أن الأيديولوجيات لا تُقدّم للمتلقين بصورة مباشرة في الغالب، بل تُمرّر عبر استراتيجيات خطابية متنوعة تعمل على بناء صورة إيجابية للذات وصورة سلبية للآخر. ومن هنا طرح نموذجَه المعروف بـ«المربع الأيديولوجي»^٢، القائم على أربع استراتيجيات أساسية هي: إبراز^٣ إيجابيات الذات، وإبراز سلبيات الآخر، وتهميش^٤ سلبيات الذات، وتهميش إيجابيات الآخر.

ويُعدّ الخطاب الإخباري من أكثر المجالات التي تتجلى فيها هذه الاستراتيجيات؛ إذ تُسهم الاختيارات المعجمية والتركيبية والبلاغية في توجيه تأويل الأحداث وتحديد زوايا النظر إليها. وفي هذا الإطار، تمثل قناة «العالم» الإخبارية نموذجاً مهماً للدراسة؛ نظراً لدورها في تغطية القضايا السياسية والإقليمية والدولية، واعتمادها على مجموعة من الآليات اللغوية والدلالية التي يمكن تحليلها في ضوء المربع الأيديولوجي لفان دايك للكشف عن أنماط بناء صورة الذات والآخر في خطابها الإعلامي.

وعلى الرغم من تعدد الدراسات التي تناولت الخطاب الإعلامي العربي في ضوء التحليل النقدي للخطاب، فإن الدراسات التي طبقت نموذج المربع الأيديولوجي لفان دايك على الخطاب الإخباري لقناة «العالم» ما تزال محدودة، ولا سيما فيما يتعلق بتحليل العناصر اللغوية والاستراتيجيات الدلالية المستخدمة في بناء المعنى وتوجيه المتلقي. ومن هنا تنبع أهمية هذه الدراسة التي تسعى إلى الكشف عن الكيفية التي تُوظّف بها التقنيات اللغوية والدلالية في إنتاج الخطاب السياسي للقناة.

وانطلاقاً من ذلك، يهدف البحث إلى تحليل الخطاب السياسي في قناة «العالم» في ضوء المربع الأيديولوجي لفان دايك، والكشف عن أبرز العناصر والاستراتيجيات الدلالية التي اعتمدتها القناة في تغطياتها الإخبارية خلال من يناير إلى نوفمبر ٢٠٢٤ مع بيان مدى ارتباط هذه العناصر بالاستراتيجيات الأربع للمربع الأيديولوجي.

وتتمثل أسئلة البحث الرئيسة فيما يأتي:

١. إلى أي مدى يمكن تفسير الخطاب السياسي في قناة «العالم» وفقاً لنموذج المربع الأيديولوجي لفان دايك؟

٢. ما أبرز العناصر اللغوية والاستراتيجيات الدلالية التي اعتمدتها قناة العالم في خطابها الإخباري؟

٣. كيف تُسهم هذه العناصر والاستراتيجيات في إبراز صورة الذات وتشكيل صورة الآخر داخل الخطاب الإعلامي؟

ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، مستفيداً من أدوات تحليل الخطاب النقدي. وتم جمع المادة البحثية من الأخبار المنشورة في الموقع الإلكتروني لقناة «العالم» خلال شتاء سنة ١٤٠٢ هـ، ثم اختيار مجموعة من النماذج الإخبارية اختياراً قسدياً وفق معايير محددة، من أبرزها ارتباط الخبر بالسياسة الخارجية الإيرانية أو تضمّنه تصريحات ومواقف لمسؤولين إيرانيين. وقد خضعت النماذج المختارة لتحليل كافي معمق بهدف الكشف عن الآليات اللغوية والدلالية التي توظفها القناة في بناء خطابها السياسي.

١-١. خلفية البحث

بعد مراجعة الدراسات ذات الصلة بتحليل الخطاب الإعلامي في ضوء نظرية فان دايك، أمكن تصنيفها إلى ثلاثة محاور رئيسية:

أولاً: الدراسات التي تناولت الخطاب الإعلامي في القنوات الفضائية

تناولت دراسة محمد حسني أحمد عطري (٢٠١١) الموسومة بـ «لغة الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة» مظاهر التحيز والتضليل في الخطاب الإعلامي السياسي، وأبرزت دور اللغة في تشكيل المواقف وتوجيه الجمهور. وقد ركزت الدراسة على قناة الجزيرة في سياق عربي خاص، بينما تناولت الدراسة الحالية قناة العالم في إطارها الإيراني والإقليمي.

كما درس عابد خليلي (١٣٩٢هـ/ش/٢٠١٣) في بحثه «مقارنة خطاب الجزيرة وبرس تي في، في التغطية الإخبارية للصراع السوري» الأساليب اللغوية المستخدمة في تمثيل الذات والآخر وفق نموذج فان دايك، وانتهى إلى أن القناتين وظفتا استراتيجيات خطابية متعددة لإبراز المواقف الأيديولوجية. غير أن نطاق الدراسة اقتصر على الصراع السوري، في حين تناولت الدراسة الحالية أنماطاً مختلفة من الأخبار السياسية.

أما رضا علي قاسمي نسب (١٤٠٠هـ/ش/٢٠٢١) في أطروحته «تحليل خطاب وسائل الإعلام العربية في نشر أخبار إيران وفقاً لنظرية فان دايك» فقد قارن بين قنوات العربية والجزيرة والميادين والعالم، وركز على آليات بناء الصورة الذهنية لإيران في هذه الوسائل. ورغم أهمية نتائجها، فإن قناة العالم لم تكن موضوع الدراسة الرئيس، بل وردت ضمن إطار مقارن أوسع.

ثانياً: الدراسات المقارنة بين وسائل الإعلام الإيرانية والغربية

بحث مهدي هوشيار (١٣٩١هـ/ش/٢٠١٢) في رسالته الجامعية «تحليل خطاب موقع بي بي سي الفارسية ووكالة الأنباء الإيرانية (إرنا) خلال تغطية أحداث الشرق الأوسط وشمال أفريقيا»، وأظهر اختلاف البنى الأيديولوجية التي تحكم تمثيل الأحداث لدى الطرفين؛ إذ ركزت بي بي سي الفارسية على قضايا الإسلاموفوبيا، بينما أبرزت إرنا مفاهيم الصحة الإسلامية ومناهضة الغرب.

كما قارن حسن قاسمي (١٣٩٤هـ/ش/٢٠١٥) بين عدد من المواقع الإخبارية الفارسية في تغطية أخبار تنظيم داعش، في مقالة «مقارنة خطاب المواقع الإخبارية (القسم المركزي للإذاعة والتلفزيون، بي بي سي الفارسية، موقع العربية الفارسية) في تغطية أخبار داعش» موضعاً دور تقنيات التأطير والمبالغة والاستقطاب في بناء المعنى الإعلامي وتوجيه المتلقي. إلا أن الدراسة انحصرت في موضوع داعش، ولم تتناول الخطاب السياسي العام.

ثالثاً: الدراسات التي تناولت اللغة الإعلامية وأثرها في المتلقي

ناقش رضا ناظميان وزهرة قرباني (١٣٩٥هـ/ش/٢٠١٦) في دراستهما «قراءة جديدة في تقابل لغة الوسائط والمعيّار وتأثيرها على الترجمة» أثر اللغة الإعلامية المترجمة في البنية اللغوية العربية، وأشارت الدراسة إلى أهمية اختيار المفردات ودورها في تشكيل الوعي اللغوي لدى الجمهور.

كما تناول زياد محمود مقدادي (٢٠١٩م) في بحثه «أثر الخطاب الإعلامي في التنمية اللغوية لمتلقي الوسائل الإعلامية» العلاقة بين الخطاب الإعلامي والتطور اللغوي.

يتضح من استعراض الدراسات السابقة أن معظمها ركز على المقارنات بين وسائل إعلام متعددة، أو تناول قضايا سياسية محددة مثل الأزمة السورية أو تنظيم داعش، أو اهتم بالجوانب العامة للخطاب الإعلامي واللغة الإعلامية. أما الدراسات التي تناولت قناة العالم فقد عالجتها ضمن دراسات مقارنة ولم تجعلها موضوعاً مستقلاً للتحليل.

ومن هنا تتميز الدراسة الحالية بتركيزها على قناة العالم بوصفها موضوعاً رئيساً للتحليل، وبسعيها إلى الكشف عن التقنيات اللغوية والدلالية التي توظفها القناة في تغطياتها السياسية، مع ربط هذه التقنيات مباشرة باستراتيجيات المربع الأيديولوجي لفان دايك، ولا سيما

آلتي المبالغة والتهميش، الأمر الذي يمنح الدراسة قيمة علمية مضافة في مجال تحليل الخطاب الإعلامي.

٢. الإطار النظري للبحث

١-٢. الخطاب الإعلامي؛ عناصره و خصائصه

يُعدّ الخطاب الإعلامي أحد أبرز أشكال الخطاب المعاصر؛ إذ لم تعد وسائل الإعلام مجرد أدوات لنقل الأخبار، بل أصبحت مؤسسات فاعلة في إنتاج المعاني وصياغة التصورات وتوجيه الرأي العام. ويقوم الخطاب الإعلامي على توظيف اللغة والصورة والرموز لتقديم الأحداث ضمن أطر دلالية محددة تؤثر في إدراك المتلقي للواقع.

ويرى الباحثون أن الخطاب الإعلامي هو مجموعة الرسائل اللغوية والبصرية التي تُنتجها المؤسسات الإعلامية بهدف نقل المعلومات والتأثير في الجمهور وتشكيل مواقفه. ولا يقتصر دور الإعلام على الإخبار، بل يتجاوز إلى بناء المعنى وإعادة تشكيل التمثيلات الذهنية للأحداث والشخصيات والظواهر.

وقد أسهمت الدراسات اللسانية والتداولية في الكشف عن العلاقة الوثيقة بين اللغة والسلطة داخل الخطاب الإعلامي؛ فاللغة ليست أداة محايدة، بل نظام من العلامات والإشارات يسهم في إنتاج الدلالة وتوجيهها (دي سوسير، ١٩٨٥: ٤٥). ومن ثم، فإن اختيار المفردات والتراكيب وأساليب العرض يرتبط بالأهداف الاتصالية والأيدولوجية للمؤسسة الإعلامية.

ويؤكد تيون فان دايك أن الخطاب الإعلامي يؤدي دوراً أساسياً في تشكيل المعرفة الاجتماعية وإعادة إنتاج الأيديولوجيات داخل المجتمع، من خلال التحكم في المعلومات المقدمة للجمهور وآليات عرضها وتأطيرها (فان دايك، ١٩٩٨: ٢١). ولذلك، لا يقتصر تحليل الخطاب الإعلامي على دراسة البنية اللغوية، بل يشمل الكشف عن المعاني الضمنية والاستراتيجيات الخطابية التي توجه إدراك المتلقي للأحداث.

للخطاب الإعلامي عناصر هامة تحدد طبيعته، نحو:

- الأهمية: تشكل عبر ثلاث طبقات: الموضوعية (تأثير الحدث المباشر)، والإدراكية (بروز الموضوع عبر التكرار والتأطير)، والوظيفية (قدرته على تلبية احتياجات المجتمع). وتُقاس بمعايير: القرب الجغرافي/ العاطفي، وبروز الشخصيات، وحجم التأثير العددي، واستمرارية الحدث (جابر، ٢٠٢١: ٥-٦). وفي عصر الوسائط الجديدة، يشارك الجمهور في صنعها عبر تفاعلاته الرقمية (أبو الحمام، ٢٠١٥: ١٨).

- المعلومات الجديدة: يجب التأكد من صحتها بالاعتماد على مصادر موثوقة، خاصة إذا كان الموضوع غير معروف للجمهور.

- قضايا الساحة: وتُعرف بـ«الترند» أو «القضايا المتداولة» ذات الاهتمام اليومي.

- تناول الموضوعات المبهمة: بهدف إزالة الغموض عن الأخبار السياسية والاجتماعية التي تحتاج إلى شرح وتفسير.

- الفاعلية: تختص بالمخاطب وتصرفاته المنعكسة في الخطاب (منصور، ٢٠١٣: ٢٢).

- الفضائية: وهي القسم الذي يحول دلالات الخطاب إلى علاقات تواصلية، باستخدام اللغة المثيرة لتوجيه سلوك الجمهور

(الحسيني، ٢٠٢٢: ٣٨)

يتمثل أبرز سمات وخصائص الخطاب الإعلامي في «الآنية»، إذ يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالأحداث الجارية ويواكب المستجدات بشكل مستمر. كما يُعد «التأثير والإقناع» من الوظائف الأساسية لهذا الخطاب، حيث يسعى إلى تشكيل اتجاهات الجمهور والتأثير في مواقفه. إضافة إلى ذلك، تقوم «الانتقائية» على اختيار معلومات محددة وإبرازها مقابل تهميش معلومات أخرى، مما يسهم في توجيه المعنى

الإعلامي. أما «التأطير»، فيُشير إلى تقديم الأحداث ضمن سياقات وزوايا دلالية معينة تخدم أهدافاً محددة. ويُعد «التكرار» استراتيجية خطابية تهدف إلى ترسيخ الرسائل وتعزيز حضورها في وعي المتلقي. في حين تكشف «الحمولة الأيديولوجية» عن القيم والرؤى والتوجهات التي تعكسها المؤسسات الإعلامية في إنتاجها الخطابي (مك كويل، ٢٠١٠: ٥١ وما بعدها).

أما الخطاب الإعلامي السياسي، فيمثل تطبيقاً عملياً للخصائص السابقة في السياق السياسي، وتتجسد عناصره في أطرافه الأساسية الستة (المرسل، والمتلقي، والرسالة، وقناة التوصيل، والشفرة)، وهو ما سنفصله في العناصر الآتية.

٢-٢. الخطاب الإعلامي السياسي، عناصره وخصائصه

يتعلق الخطاب بجانب معين من جوانب الواقع البشري، ومن أنواعه: الخطاب الأدبي، والصحفي، والسياسي، والاقتصادي، والعلمي. فـ«الخطاب معرفة مظلمة خاصة بجانب محدد من الواقع، أو من ظاهرة محددة»، والمحدد لجنس الخطاب هو ما يتناوله في جانب من جوانب الواقع (عطري، ٢٠١١: ١٥ بالتصرف).

أما الخطاب السياسي، فهو «خطاب السلطة الحاكمة في الاستخدام الشائع، يعنى الخطاب الموجه عن قصد إلى المتلقي بهدف التأثير فيه وإقناعه بمضمون الخطاب، ويحتوي هذا المضمون على أفكار سياسية، أو يكون موضوع هذا الخطاب سياسياً» (الوعر، ١٩٩٧: ١٣٥). ويُلاحظ في كثير من الأوقات إلى استثارة الرموز في عقول المخاطبين ونفوسهم؛ لكي يتمكن من تحقيق هدفه (محمد داوود، ٢٠٠٣: ٢٥).

فالخطاب السياسي، على حد تعبير جون فيسك، لا يكتفي ببث رسالة فقط، بل يُشكل الواقع، ويصدر عن يملك تغييره، ويُنتج عن مرسل ويستقبله متلقٍ، ويكون المقصد سياسياً، مما يمنح المرسل سمات معينة، وتختلف الرسالة في مضمونها عن سائر الرسائل (عطري، ٢٠١١: ١٥).

ويهدف الاتصال السياسي في أغلب الأحيان إلى تحقيق أهداف السلطة ومقاصدها والمصالح العامة، وتقديم معلومات رفيعة المستوى، ونقلها إلى الجمهور مدعومة بوسائل الإقناع والتأثير، لتحقيق مهام وطنية واجتماعية واقتصادية وثقافية (البشر، ١٩٩٧: ١٧).

يتكوّن الخطاب الإعلامي السياسي من خمسة عناصر أساسية هي:

- المخاطب (المرسل): يُعد المرسل الطرف الأول في العملية التواصلية، وهو العنصر الذي ينطلق منه الخطاب، ولا يمكن تصور خطاب دون. ويكتسب أهمية مركزية بوصفه الفاعل المسؤول عن اختيار المضامين وتوجيهها وفق مقاصده (بن مكي، ٢٠١٩: ١٣).

ويرى محمد عبد المطلب أن عملية الخطاب تقوم على طرفين: المبدع والمتلقي، إذ يكتمل البناء اللغوي بتفاعلهما (عبدالمطلب، ١٩٩٥: ١٦٢). ويختار المرسل عناصر خطابه بما يتناسب مع موقعه الاجتماعي وطبيعة المتلقي والسياق العام (الحسيني، ٢٠٢٢: ٨).

- المتلقي (المرسل إليه): يمثل الطرف الثاني، ولا تكتفي العملية التخاطبية إلا بوجوده، إذ يؤدي دوراً محورياً في توجيه الخطاب بشكل غير مباشر (بشير، ١٣٩٤: ٢٢). ويؤثر في صياغة الخطاب من خلال خلفيته الثقافية والاجتماعية وتجربته السابقة، ولا يُعد عنصراً سلبياً، بل فاعلاً يسهم في تشكيل آليات الخطاب واستراتيجياته (بن مكي، ٢٠١٩: ١٥).

- السياق: يُعد الإطار الشامل الذي يحتوى الخطاب، ويشمل العناصر الزمانية، والمكانية، والاجتماعية، والثقافية. ويقسم إلى سياق لغوي (نصي) وسياق موقعي، وكلاهما يسهم في تحديد المعنى النهائي للوحدات اللغوية (عطري، ٢٠١١: ٢١). ويؤكد فيرث أن المعنى لا يمكن فصله عن السياق، إذ لا تكتسب الكلمة دلالتها إلا داخل البيئة التي تُستخدم فيها (بن مكي، ٢٠١٩: ١٢).

- الرسالة: هي ما يقوم المرسل بتوجيهه إلى المتلقي، وتُعبّر عن مجموعة من الأفكار والمفاهيم التي يسعى إلى إيصالها عبر علاقات لغوية ورمزية، تتجلى في أساليب مثل التكرار، والإيجاز، والإطناب، والتوكيد، وغيرها من الوسائل التي تُبرز المعنى وتوجه دلالته.

- قناة التوصيل: تتعدد وتشمل التلفاز، والراديو، والإنترنت، والمطبوعات، وغيرها، وتختلف في طبيعتها وقدرتها على التأثير، كما يختلف الجمهور تبعاً لها، إذ «لكل متلق وسيط، ولكل متلق خطاب» (صويلح، ٢٠١٥: ١٨٣).

- الشفرة (اللغة الخاصة بالسياق): تُعرّف بأنها اللغة الخاصة بالسياق أو النظام الدلالي الذي يميز الخطاب، وتتجاوز البنية اللغوية المباشرة إلى الخصائص الأسلوبية والدلالية. وقد أشار بنكراد إلى أنها بنية سيميائية قادرة على إنتاج المعنى (بنكراد، ٢٠٠٨: ٤٥)، ويؤكد إيكو أنها تتيح التعبير عن المعلن والمضمر (إيكو، ١٩٧٦: ١١٢).

وتتميز بقدرتها على يتمثل أبرز سمات الخطاب الإعلامي السياسي في «الطابع الأيديولوجي»، إذ يقوم على تمثيل الواقع من منظور يعزز صورة الذات ويُضعف صورة الآخر، وفق السياسة التحريرية للمؤسسة. كما تُعد «الانتقائية في عرض المعلومات» آلية أساسية، حيث يُنتقى الحدث ويعاد ترتيبه بما يخدم الرسالة ويؤثر في إدراك الجمهور. ويعتمد الخطاب على «التوظيف المقصود للعناصر اللغوية» كالتوكيد، والنفي، والتكرار، والتقديم والتأخير، لتوجيه تفسير المتلقي وإقناعه بموقف معين. ويبرز «بناء ثنائية نحن/هم» بوصفه جوهر المربع الأيديولوجي (عند فان دايك)، عبر تعظيم إيجابيات الجماعة الذاتية وإبراز سلبيات الأخرى. وفي النهاية، تؤدي «الوظيفة الإقناعية والتأثيرية» دوراً محورياً، إذ لا يكتفي الخطاب بالإخبار، بل يسعى إلى توجيه الرأي العام وصناعة القبول أو الرفض تجاه القضايا المطروحة. (فان دايك، ١٩٩٨)

تشكل هذه العناصر مجتمعة البنية العامة للخطاب، الذي لا يقتصر على نقل المعلومات، بل يتضمن ممارسة السلطة والمعنى، إذ يشير فوكو إلى أن الخطاب يشكل نظاماً معرفياً يحدد ما يمكن قوله وكيف يمكن قوله (فوكو، ١٩٩٥: ٣٠-٣١). ويؤكد هاليداي أن الخطاب يؤدي وظائف تعاملية وتفاعلية (هاليداي، ١٩٨٥: ١٤٠)، ويوضح أوستن أن المعنى يُفهم من خلال الفعل التواصل الذي تتضمنه الجملة (أوستن، ٢٠٠٠: ٥٥).

وتتجلى هذه الخصائص بصورة أوضح في الخطاب الإعلامي السياسي، الذي يُعد من أكثر أنواع الخطاب ارتباطاً بالأيديولوجيا والصراع على تشكيل الرأي العام، وهو ما يشكل الإطار العام لهذه الدراسة في تحليل خطاب قناة «العالم» في ضوء المربع الأيديولوجي لفان دايك (فان دايك، ١٩٩٨، ٢٦٧-٢٨٤).

٣-٢. فان دايك وحياته العلمية

تيون فان دايك^١ أستاذ جامعي هولندي، يُعد أحد أبرز رواد تحليل الخطاب النقدي وأكثرهم تأثيراً في العقود الأخيرة. ركز في دراساته على أخبار الصحف، معتقداً أن وسائل الإعلام تلجأ إلى المبالغة والتهميش في بثها للأخبار، لنقل المعنى الذي يتناسب مع أهدافها الأيديولوجية (قاسمي نسب، ٢٠٢٢: ٣٤ بتصرف). ومعظم أعماله النقدية مكرسة لكشف وتحليل آليات إعادة إنتاج التحيزات العنصرية والأيديولوجية في الخطاب.

من أبرز ما يميز أعمال فان دايك:

- نموذج «المربع الأيديولوجي»، القائم على استراتيجيات المبالغة والتهميش الأربع.
- النظرية الاجتماعية المعرفية في تحليل الخطاب، التي تربط بين البنى اللغوية والتمثيلات الذهنية والسلوك الاجتماعي.
- تحليل بنى الأخبار، حيث يبين أن التقرير الإخباري يتبع بنية موجهة أيديولوجياً تبدأ بالأهم فالأقل أهمية وفق رؤية المصدر.
- يُعتبر فان دايك المرجعية النظرية الأساسية لهذا البحث، للأسباب التالية:
- ١. تركيزه على المبالغة والتهميش كآليتين جوهرتين في الخطاب الإعلامي.
- ٢. اهتمامه بإعادة إنتاج الأيديولوجيا عبر اللغة في وسائل الإعلام.

٣. ربطه بين البنية اللغوية الجزئية (الجملة، المفردات، أدوات التوكيد والنفي) والبنية الأيديولوجية الكلية (علاقات القوة، والهويات الجماعية، والصراع بين «نحن» و«هم»).

٣. الإطار التطبيقي للبحث

٣-١. الاستراتيجيات الخطابية

تُعرّف الاستراتيجيات الخطابية بأنها آليات لغوية يوظفها المرسل لتحقيق أهداف تواصلية وتداولية، وتشمل المستويات الدلالية والمعجمية والنحوية والتداولية. ويتجلى حضورها في الخطاب الإعلامي لما يجمعه من وظائف إخبارية وإقناعية. ويميز الكاتب الإعلامي بين مستويين: التبليغ (نقل المعلومات بدقة) والتأثير (توجيه المتلقي). لذلك يوظف أدوات كالتقديم والتأخير، والذكر والحذف، والتوكيد والتخفيف، لا كعناصر جمالية بل كآليات استراتيجية لتحقيق المقاصد التواصلية. وللخطاب ثلاث مراحل استراتيجية، تبدأ بإدراك السياق بأبعاده الاجتماعية والثقافية والسياسية وترتيب المعاني ذهنياً، ثم تحديد العلاقة بين السياق والعلامات اللغوية وفق مقتضيات المقام والموضوع والجمهور، وأخيراً إنتاج الخطاب وتفعيل اللغة بمستوياتها المختلفة حيث تتحدد آليات التوجيه إلى المتلقي. فالوظيفة التداولية للغة لا تُدرس بمعزل عن الاستراتيجيات، ولا تُفهم هذه الأخيرة دون مراعاة مقاصد المرسل، وخصائص المتلقي، والسياق (عطري، ٢٠١١: ٢٤). وبعد عرض المفهوم، ينتقل البحث إلى النموذج التحليلي المُعتمد: «المربع الأيديولوجي» لفان دايك.

٣-٢. المربع الأيديولوجي

انطلاقاً من تصور فان دايك للعلاقة بين الخطاب والأيديولوجيا (فان دايك، ١٩٩٥: ٣٠)، وتعبيره عن الأيديولوجيات بالأنظمة الأساسية (فان دايك، ٢٠٠٠: ١٤)، يقترح نموذج «المربع الأيديولوجي» بوصفه آلية تفسيرية للكشف عن أنماط التحيز في الخطاب الإعلامي والسياسي.

ويقوم هذا النموذج على افتراض أن الجماعات الاجتماعية تميل إلى تقديم صورة إيجابية عن نفسها وصورة سلبية عن الآخرين، من خلال أربع استراتيجيات خطابية متكررة:

١. المبالغة في إيجابيات «نحن»؛

٢. المبالغة في سلبيات «هم»؛

٣. تهميش سلبيات «نحن»؛

٤. تهميش إيجابيات «هم».

ويُقصد بالمبالغة إبراز الصفات أو الأفعال أو المواقف المرغوبة وإعطاؤها أهمية أكبر من حجمها الفعلي، بما يعزز الصورة الإيجابية للجماعة. أما التهميش فيتمثل في التقليل من أهمية بعض الوقائع أو إغفالها أو تقديمها بصورة ثانوية، للحد من تأثيرها في المتلقي (فان دايك، ٢٠٠٠: ٤٤).

وفي هذا السياق، تميل الخطابات المنحازة إلى التركيز على «أعمالنا الحسنة» و«أعمالهم السيئة» بالتفصيل والإبراز، في حين يُعامل مع «أعمالنا السيئة» و«أعمالهم الحسنة» بصورة عامة أو مقتضبة، عبر استراتيجيات الحذف والتقليل والتبرير (فان دايك، ١٩٩٨: ٢٦٨). ويُعد هذا النموذج من أكثر النماذج استخداماً في دراسات تحليل الخطاب الإعلامي؛ لأنه يتيح الكشف عن الآليات اللغوية

والدلالة التي تُستخدم في بناء صورة إيجابية للذات الجماعية وصورة سلبية للآخر. فوسائل الإعلام لا تكتفي بنقل الوقائع، بل تُسهم في إعادة تشكيلها وتقديمها ضمن أطر تفسيرية تعكس توجهاتها الفكرية والأيدولوجية.

وبناءً على ذلك، يفترض المربع الأيدولوجي أن الخطاب الإعلامي يسعى إلى:

- إبراز الصفات والإنجازات المرتبطة بالجماعة التي يمثلها الخطاب.

- تضخيم أخطاء الخصوم وإخفاقاتهم.

- التقليل من المشكلات والسلبيات المرتبطة بالجماعة ذاتها.

- تجاهل أو تهميش الجوانب الإيجابية لدى الأطراف الأخرى.

وعليه، سيتخذ هذا البحث من المربع الأيدولوجي لفان دايك إطاراً تحليلياً لدراسة الخطاب الإخباري في قناة «العالم»، من خلال رصد مؤشرات المبالغة والتهميش في تمثيل الفاعلين والأحداث، والكشف عن كيفية بناء ثنائية «نحن» و«هم» داخل التغطية الإعلامية.

جدول رقم (١) نموذج المربع الأيدولوجي لفان دايك

الاستراتيجية	المحتوى	التطبيق في الخطاب الإعلامي
المبالغة في إيجابيات «نحن»	تضخيم الإنجازات، والنجاحات، والفضائل، والمبررات	التركيز المكثف على الأخبار الإيجابية، والأفعال الدالة على النجاح
المبالغة في سلبيات «هم»	تضخيم الأخطاء، والإخفاقات، والنوايا السيئة للخصوم	تسليط الضوء على فضائح الخصوم، وذكر الأوصاف السلبية
تهميش سلبيات «نحن»	التقليل من ذكر العيوب، والمشاكل، أو الانتقادات الداخلية	إغفال الأخبار السلبية عن الداخل، والحذف، والتبرير
تهميش إيجابيات «هم»	تجاهل أو إنكار أو تقليل قيمة إنجازات الخصوم	عدم تغطية نجاحات الجهات المنافسة، والتقليل من القيمة

تنبيه منهجي: لا يُنظر إلى المربع الأيدولوجي بوصفه حقيقة تفسيرية مطلقة، بل باعتباره نموذجاً نظرياً قابلاً للاختبار والتحقيق. وعليه، ستخضع فرضياته للفحص من خلال تحليل عينة الدراسة المتمثلة في التغطيات الإخبارية لقناة «العالم».

٣-٢-١. توظيف عناصر الخطاب داخل المربع الأيدولوجي لقناة "العالم"

يُعد تحليل عناصر الخطاب في ضوء المربع الأيدولوجي أداةً منهجيةً للكشف عن آليات بناء المعنى والتوجيه الإقناعي. وفي قناة «العالم» الإيرانية، يتجلى ذلك عبر المبالغة في إبراز إيجابيات «نحن» وتضخيم سلبيات «هم»، مقابل تهميش إنجازات الخصوم وتقليل حضور سلبيات الذات. ويظهر دور المرسل (المؤسسة الإعلامية ذات الحمولة الأيدولوجية) في اختيار المفردات والتراكيب لخدمة توجهاته، كتقابل «نحن المقاومة» مقابل «هم الغرب والكيان الصهيوني» (الحسيني، ٢٠٢٢: ٨). أما المتلقي، فليس محايداً، بل جمهور يمتلك خلفية أيدولوجية سابقة، مما يجعل التلقي أقرب إلى تثبيت القناعات منه إلى إقناع جديد، وهو ما ينسجم مع تصور فان دايك للمتلقي كفاعل ذي خلفيات معرفية وثقافية (بن مكي، ٢٠١٩: ١٥). ويلعب السياق دوراً حاسماً، فتتغير درجة المبالغة والتهميش بحسب الظروف السياسية، خاصة في التصعيد مع إسرائيل أو أمريكا، إذ يُسهم السياق في تحديد المعنى الفعلي للوحدات اللغوية (عطري، ٢٠١١: ٢١).

والرسالة الإعلامية ليست خبيراً محايداً، بل تُبنى بأدوات لغوية كالتكرار والتوكيد والحذف، كما في عبارة «لن تنجح مؤامرات أمريكا»

التي تنفي قدرة الخصم وتؤكد فشله (صويلح، ٢٠١٥: ١٨٥). وتتجلى قوة الخطاب في التلفاز عبر الدمج بين الصوت والصورة واللغة، فتستخدم صور الدمار في غرة لنسبها إلى «هم»، وتُبرز إنجازات علمية داخل إيران لصالح «نحن» (قراد، ٢٠١٦: ١٤). أمّا الشفرة فهي نظام لغوي يتجاوز البنية النحوية إلى الرمزية والدلالية، ولا تنقل المعنى فحسب، بل تنتجه وتعيد إنتاجه في السياق الثقافي (بنكراد، ٢٠٠٨: ٤٥؛ إيكو، ١٩٧٦: ١١٢). وتستخدم القناة أدوات تأكيد كـ«إن» و«لقد» لإيجابيات «نحن»، وأدوات نفي كـ«لن» و«لا» لاحتمالات «هم»، مما يُظهر أن الشفرة لا تعكس الأيديولوجيا فحسب، بل تسهم في إعادة إنتاجها (الغذامي، ١٩٩٤: ٣٣).

٢-٢-٣. تطبيق مبدئي على قناة «العالم» وفق المربع الأيديولوجي

يُعد تحليل الخطاب الإعلامي وفق نموذج المربع الأيديولوجي لفان دايك أداةً إجرائيةً للكشف عن آليات التحيز في بناء المعنى داخل الخطاب السياسي. وفي هذا الإطار، يمكن رصد كيفية توظيف قناة «العالم» للاستراتيجيات الأيديولوجية من خلال أربعة محاور رئيسية تقوم على ثنائية «نحن/هم».

١-٢-٣. المبالغة في إيجابيات «نحن»

تتجلى في إبراز الإنجازات المرتبطة بإيران وجبهة المقاومة، عبر توظيف أدوات لغوية كالجمل الاسمية، وأدوات التوكيد (إن، لقد)، وأساليب التقييم الإيجابي. مثال: «إن إيران حققت إنجازاً نوعياً». يُسهم استخدام «إن» في تعزيز اليقين الإخباري، بينما يُضخّم تعبير «إنجازاً نوعياً» قيمة الحدث، مع إقصاء أى إشارة إلى التحديات المصاحبة، وهو ما يندرج ضمن تهميش سلبيات الذات.

٢-٢-٣. المبالغة في سلبيات «هم»

تقوم على تضخيم سلبيات الأطراف المقابلة (الغرب، الكيان الصهيوني) عبر أدوات النفي والصفات التقييمية السلبية مثال: «لن تنجح واشنطن في فرض حصارها على إيران، ولا يزال الكيان الصهيوني يعيش أسوأ أزمة داخلية في تاريخه». يُسهم النفي بـ«لن» في استبعاد إمكانية النجاح، بينما تُعد «أسوأ أزمة داخلية» تقيماً سلبياً مكثفاً، ويوسع التعميم «في تاريخه» من نطاق الأزمة زمنياً.

٣-٢-٣. تهميش سلبيات «نحن»

تتمثل في تقليل حضور المشاكل الداخلية أو إعادة تأطيرها ضمن سياقات مبررة، كالإحالة إلى عوامل خارجية. مثال: «رغم بعض التحديات الاقتصادية الناجمة عن الحظر الجائر...» يُخفف تعبير «بعض التحديات» من حدة المشكلة، وتُعيد الإحالة إلى «الحظر الجائر» تفسير الأزمة ضمن إطار خارجي، مما يندرج ضمن تهميش سلبيات الذات.

٤-٢-٣. تهميش إيجابيات «هم»

تسعى إلى تقليل قيمة إنجازات الخصوم أو إعادة تأطيرها سلباً.

مثال: «ما تسمى باتفاقيات التطبيع لم تحقق للأنظمة العربية سوى مزيد من التبعية للغرب.»
يقلل «ما تسمى» من القيمة الاعتبارية للاتفاقيات، ويحصر تركيب «لم تحقق سوى» النتائج في بعد سلبي، مما يلغي البعد الإيجابي المحتمل.

فى ضوء ما سبق، يُعد الخطاب الإعلامي السياسي فضاءً لتجسيد الأيديولوجيا وإعادة إنتاجها عبر اللغة. ووفق نموذج فان دايك، لا يقتصر هذا الخطاب على نقل المعلومات، بل يبنى تمثيلات ذهنية قائمة على ثنائية «نحن/هم»، موظفاً اللغة والسياق والرسالة لإعادة تشكيل إدراك المتلقي. وفي قناة «العالم»، يتجلى ذلك عبر أدوات لغوية وانتقائية تُعزز صورة «نحن» (الحكومة الإيرانية وجبهة المقاومة) مقابل «هم» (الغرب، الكيان الصهيوني، والمعارضة)، وهو ما يشكل الإطار التحليلي المعتمد في هذه الدراسة.

٣-٣. التقنيات اللغوية في تغطيات أخبار قناة العالم

يوظف خطاب قناة «العالم» تقنيات لغوية ودلالية تنسجم مع استراتيجيات المربع الأيديولوجي لفان دايك، وتسهم في توجيه المتلقي وبناء رؤيته للأحداث. ومن أبرز هذه التقنيات ما يلي:

٣-٣.١. استخدام الجمل الاسمية

تُظهر الدراسة أن توظيف الجملة الاسمية في الخطاب الإخباري لقناة العالم ليس مجرد اختيار لغوي، بل يمثل أداةً أيديولوجية تُكسب الأخبار طابع الثبات واليقين، انسجاماً مع دلالتها البلاغية التي تفيد الاستقرار، بخلاف الجملة الفعلية التي تدل على التجدد والحدوث. ووفقاً لتحليل فان دايك، يندرج هذا الأسلوب ضمن آليات المربع الأيديولوجي، ولا سيما استراتيجية إبراز إيجابيات «نحن»، إذ تُقدم مواقف وإنجازات الجهة المرسل بوصفها حقائق ثابتة ومسلمات، مع الحد من إمكانات التشكيك أو تعدد التأويل، بما ينسجم أيضاً مع استراتيجية تهميش سلبيات «نحن»، وهو ما يسهم في إعادة إنتاج ثنائية «نحن/هم» في الخطاب الإعلامي.

نموذج (١): تغطية تأبين الرئيس الإيراني

قناة العالم، الساعة: ٢٧:٢٠ صباحاً، الأربعاء ٢٢ مايو ٢٠٢٤ بتوقيت غرينتش

أكثر من ٥٠ وفدًا إسلاميًا وعربيًا وأجنبيًا قاموا بتأبين الشهيد رئيسي

أكثر من خمسين وفدًا إسلاميًا وعربيًا وأجنبيًا رفيع المستوى شارك في مراسم لتأبين الرسمي للشهداء، بحضور القائم بأعمال الرئاسة محمد مخبر بالإنابة ووزير الخارجية الإيراني بالوكالة علي باقري كني، ومن بين الوفود عشرة على مستوى القادة، ونحو عشرين وفدًا على مستوى الوزراء، والباقي على مستويات مختلفة مثل رؤساء البرلمانات والمبعوثين الخاصين.

يكشف هذا الخبر عن خيارات لغوية تبني صورة إيجابية للذات الإيرانية. فقد افتُتح بـ «أكثر من خمسين وفدًا» لإبراز الكثرة العددية في موقع الصدارة، مما يجعله أول ما يستقبله المتلقي. ويكتسب وصف «إسلاميًا وعربيًا وأجنبيًا» أهمية خاصة، إذ يوسّع دلالة الحدث من الوطني إلى الإقليمي والدولي، موحياً باعتراف يتجاوز حدود إيران. أما وصف الوفود بـ «رفيعة المستوى» فيؤدي وظيفة تقويمية، ويمنح الحدث بعداً سياسياً أكبر. وهذا التوظيف، وفق مربع فان دايك، يُقارب إبراز إيجابيات الذات، بالإيحاء بمكانة إيران المعترية إقليمياً ودولياً.

كذلك يبرز الخبر المسؤولين بألقابهم الرسمية («القائم بأعمال الرئاسة» و«وزير الخارجية بالوكالة») لتقديم صورة مؤسسية مستقرة، والانصراف عن تداعيات الوفاة إلى استمرارية الحكم، وهو ما يُقارب التقليل من سلبيات الذات. وتفصيل مستويات الوفود (قادة، ووزراء، ورؤساء برلمانات، ومبعوثون) يؤكد اتساع المشاركة، ويعزز المكانة السياسية لإيران.

ويدعم ذلك البناء البصري (صور الحشود والوفود)، وتكرار وصف «الشهيد رئيسي» بحمولته الأيديولوجية الإيجابية، الذي يوظف الشخصية في إطار ديني وثوري. كما يمارس الخطاب إقصاءً خطابياً بغياب أي إشارة إلى المواقف الغربية المنتقدة أو التغطيات المخالفة، وهو ما يُقارب التقليل من إيجابيات الآخر وتهميش حضوره.

وتؤكد الإحصاءات هذا التوجه؛ إذ بلغت نسبة الجمل الاسمية ٧٥%، متجاوزة المتوسط العام (٦٦%)، مما يشير إلى توظيفها للتوكيد وترسيخ المعاني، وخدمة استراتيجية إبراز إيجابيات «نحن» وتهميش سلبياتها ضمن المربع الأيديولوجي. يتبين من التحليل أن الجملة الاسمية تمثل إحدى أكثر البنى حضوراً في العينة، حيث تُستخدم بشكل واضح لترسيخ معاني الثبات واليقين، وتخدم بشكل مباشر استراتيجية إبراز إيجابيات «نحن» وتهميش سلبياتها ضمن المربع الأيديولوجي، مما يدل على وظيفتها الإقناعية لا النحوية فقط.

٣-٢. أدوات التأكيد الحرفي مثل «أن»، «إن»، «لقد»

تُعدّ أدوات التوكيد من أبرز الوسائل اللغوية التي تسهم في تعزيز القوة الإنجازية للخطاب الإخباري وترسيخ مضامينه في ذهن المتلقي. ويُلاحظ من خلال عينة من أخبار قناة «العالم» استخدام متكرر نسبياً لأدوات التوكيد، ولا سيما أداة «أن»، وهو ما يمكن أن يشير إلى حضور توجه خطابي يهدف إلى تعزيز درجة اليقين في عرض المعلومات وتقليل إمكانات التأويل البديل.

ومن منظور فان دايك، لا تُعدّ أدوات التوكيد عناصر نحوية محايدة فقط، بل يمكن النظر إليها بوصفها آليات خطابية تُسهم في توجيه المتلقي نحو قراءة معينة للحدث، من خلال تعزيز ثبات الرواية الإعلامية وتقييد احتمالات الشك أو إعادة التفسير.

نموذج (٢): إيران والسعودية... تعاون مفيد وتغلب على العداء

قناة العالم، الساعة: ١٥:٣ صباحاً، السبت ١١ نوفمبر ٢٠٢٤ بتوقيت غرينتش

قائد الثورة الإسلامية أكد على أنّ العلاقة بين إيران والسعودية ستكون مفيدة لكلا البلدين ويمكن للدولتين أن تكملا بعضهما البعض، مشدداً على أنه يجب التغلب على الدوافع العدائية تجاه بسط العلاقات...

حيث أكد بن سلمان على أنّ التعامل مع إيران هو حجر الزاوية للتعاون الأمني في المنطقة، وسيؤدي إلى ازدهار أكبر لدول هذه المنطقة. معرباً عن عزيمة قادة السعودية على تعزيز العلاقات الصادرة مع طهران على جميع المستويات. فيما أكد أحمدديان أنّ إيران والسعودية هما دولتان كبيرتان ومهمتان، وستضمن استراتيجية التعاون بينهما الأمن والتقدم في هذه المنطقة الحساسة مؤكداً "أن إيران مستعدة لتوسيع التعاون على كافة المستويات بما في ذلك الاستثمارات المشتركة" مشيراً إلى أنّ مواجهة جرائم الكيان الصهيوني تتطلب وحدة الصف والتضامن والمواقف الموحدة من الدول الإسلامية تجاه جرائم هذا الكيان

وفي المقابل أعرب وزير الدفاع السعودي خالد بن سلمان عن أمله بأن تثمر الحوارات البناءة عن علاقات أقوى من السابق بين السعودية وإيران.

الرئيس الإيراني بدوره أكد خلال استقبال بن سلمان بأن إيران مستعدة تماماً لتوسيع علاقاتها مع السعودية في جميع المجالات وتعميم التعاون الثنائي على باقي الدول الإسلامية.

يكشف هذا الخبر عن حضور كثيف لأداة «أن»، إذ وردت سبع مرات متتالية في سياق نقل تصريحات شخصيات سياسية ودينية إيرانية وسعودية، مما يمنح الخطاب درجة مرتفعة من التوكيد واليقين. وقد جاء هذا التوكيد بعد أفعال تقريرية كـ «أكد»، و«شدّد»، و«أشار»، و«مؤكداً»، مما يضاعف قوتها الإنجازية.

وتتجلى استراتيجية المبالغة في إيجابيات «نحن» في العبارات المؤكدة على جدوى التعاون الإيراني السعودي، كقول قائد الثورة: «العلاقة بين إيران والسعودية ستكون مفيدة لكلا البلدين»، وقول الرئيس: «إيران مستعدة تماماً لتوسيع علاقاتها»، حيث يُعرض التعاون كحقيقة مؤكدة تصدر عن أعلى سلطة، مما يضفي شرعية مضاعفة ويُرسخ صورة إيران كطرف مبادر وراغب في بناء علاقات مستقرة.

أما استراتيجية تهमيش سلبيات «نحن» فتظهر من خلال الغياب شبه الكامل لأي إشارة مباشرة إلى تاريخ التوتر والخلافات بين البلدين، حيث يُكتفى بصيغة عامة هي «التغلب على الدوافع العدائية»، مما ينقل مركز المشكلة إلى مستوى مجرد ويُخفف من حضور أي مسؤولية إيرانية محتملة.

وتتجسد استراتيجية المبالغة في سلبيات «هم» في الحديث عن «جرائم الكيان الصهيوني»، حيث ترد العبارة في سياق مؤكد لغويًا: «أن مواجهة جرائم الكيان الصهيوني تتطلب وحدة الصف»، فتُقدّم صفة «الإجرام» كحقيقة مسلم بها لا تُطرح للنقاش.

أما تهميش إيجابيات «هم» فيتجلى في التفاوت الواضح في درجة التوكيد؛ فبينما تكررت أدوات التوكيد في عرض المواقف الإيرانية (أفعال «أكد» و«شدد» و«أشار» المصحوبة بـ«أن»)، جاءت الإشارة إلى الموقف السعودي بصيغة أقل قوة: «أعرب وزير الدفاع السعودي عن أمله»، مما يحيل إلى الرغبة والتوقع مقابل اليقين والحسم، ويمنح الرواية الإيرانية مركزية أكبر.

وتشير الإحصاءات إلى أن «أن» استُخدمت في هذا النموذج بنسبة ١٠٠% من أدوات التوكيد، وغابت «إن» و«لقد» تمامًا. وفي العينة الكلية، تصدرت «أن» بنسبة ٦٥%، ثم «إن» ٢٢%، ثم «لقد» ١٣%. وهذا يشير إلى ميل القناة في الأخبار الدبلوماسية إلى التوكيد غير المباشر عبر نقل الأقوال، مما يمنح مظهرًا موضوعيًا مع ترسيخ المضامين الأيديولوجية، ويعزز استراتيجية تضخيم يقين «نحن» مقابل تهميش بدائل الآخر.

٣-٣-٣. استخدام حروف النفي («لن» و«لا»)

تُعدّ أدوات النفي، ولا سيما «لا» و«لن»، من أبرز الوسائل اللغوية في الخطاب الإعلامي؛ إذ لا تقتصر وظيفتهما على نفي الوقائع، بل تُسهمان في توجيه المعنى وبناء الدلالة. وفي ضوء المربع الأيديولوجي لفان دايك، تُستخدمان في إبراز سلبيات «هم»، وتعزيز صورة «نحن»، وتهميش ما لا ينسجم مع التوجه الأيديولوجي للخطاب، مما يجعلهما من الآليات اللغوية الفاعلة في إعادة تشكيل التمثيلات الذهنية لدى المتلقي.

نموذج (٣): مقترح طرق حاسم

قناة العالم، الساعة: صباحاً، الأربعاء ٢٠ يناير ٢٠٢٤ بتوقيت غرينتش

عراقجي: لا يوجد شيء اسمه الخيار العسكري، فضلاً عن الحل العسكري

في ظل التصعيد المتزايد، أبدت روسيا قلقها من احتمال نشوب صراع في المنطقة. وحذر نائب وزير الخارجية الروسي سيرغي ريبابكوف من أن استهداف البنية التحتية النووية الإيرانية سيؤدي إلى تداعيات كارثية على المنطقة بأكملها. كما وصف ريبابكوف التهديدات الأميركية بأنها غير مقبولة ومدانة، مؤكداً أنها محاولة لفرض الإرادة الأميركية على إيران عبر القوة العسكرية...

يُلاحظ في هذا النموذج أن النفي لم يُستخدم بوصفه أداة لغوية محايدة، بل أداة لإعادة تأطير الحدث وتوجيه قراءته. ففي عبارة «لا يوجد شيء اسمه الخيار العسكري»، لا يقتصر النفي على رفض الخيار العسكري، بل يتجاوز إلى نفي مشروعيته وإقصائه من دائرة البدائل الممكنة، مما يُقدّم الموقف الإيراني في صورة متمسكة بالحلول السياسية والدبلوماسية، وهو ما ينسجم مع استراتيجية إبراز إيجابيات الذات («نحن»).

ويتعزز هذا عبر تصريح المتحدث الصيني: «إن سياسة العقوبات والتهديدات العسكرية لن تؤدي إلى حل»، حيث تؤدي «لن» وظيفة النفي المستقبلي المؤكد، فتُقدّم العقوبات والضغوط العسكرية كخيارات غير مجدية سلفاً، مما يُضعف فاعلية السياسات المرتبطة بالطرف الآخر ويُقلل من فرص نجاحها، وهو ما يُقارب التقليل من إيجابيات «هم».

كما يظهر أثر النفي في إعادة توزيع المسؤوليات؛ إذ تركز التغطية على التهديدات الموجهة إلى إيران ومخاطر استهداف منشآتها

النوعية، في حين تغيب الإشارات إلى المبررات أو الروايات المقابلة، مما يسهم في تهميش الجوانب التي قد تُنسب إلى «نحن» وإبراز الجوانب السلبية المرتبطة بـ«هم»، وهو ما يتوافق مع آليات المربع الأيديولوجي.

وتتجلى استراتيجية المبالغة في سلبيات «هم» في وصف التهديدات الأميركية بأنها «غير مقبولة ومدانة»، حيث يُستخدم النفي ضمناً لنزع الشرعية عن تلك الممارسات. وفي المقابل، تغيب الأصوات الأميركية أو الروايات البديلة، مما يحد من حضور وجهة النظر المقابلة ويجعل الرواية الإيرانية أكثر هيمنة.

وتشير الإحصاءات إلى أن أدوات النفي وردت ست مرات، توزعت بالتساوي بين «لا» و«لن». وعلى مستوى العينة الكلية، بلغت نسبة «لن» ٥٦% و«لا» ٤٤%، مما يشير إلى ميل القناة إلى توظيف النفي المستقبلي المؤكد في القضايا السياسية، لما يتيح من إمكانات في استشراف النتائج وتوجيه توقعات المتلقي. وتؤكد النتائج أن أدوات النفي تُستخدم وظيفياً في بناء صورة سلبية عن «الآخر» ونفي البدائل السياسية، مما يعكس دورها في إعادة إنتاج ثنائية «نحن/هم» ضمن خطاب القناة.

٣-٤. التقديم والتأخير في الجملة

يُظهر التحليل أن التقديم والتأخير في خطاب قناة العالم لا يقتصران على كونهما وسيلتين نحويتين لتنظيم الجملة، بل يُوظفان بوصفهما أدواتين تداوليتين لإبراز عناصر معينة وتهميش أخرى، بما يوجه انتباه المتلقي ويؤثر في ترتيب أهمية الأحداث.

ويلاحظ من عينة خطاب قناة «العالم» أن هذا الأسلوب يُستخدم في مواضع مختلفة لإبراز عناصر معينة في موقع الصدارة، مقابل تأخير عناصر أخرى إلى مواقع أقل بروزاً، مما يؤثر في كيفية إدراك المتلقي للأحداث وترتيب أهميتها في ذهنه.

ووفقاً لنموذج المربع الأيديولوجي لفان دايك، ينسجم تقديم بعض العناصر مع استراتيجية إبراز إيجابيات «نحن» أو سلبيات «هم»، في حين يؤدي تأخير عناصر أخرى إلى تقليل حضورها في التمثيل الذهني، بما يخدم البناء الأيديولوجي للمعنى ويعزز الأهداف الإقناعية للخطاب، الأمر الذي يؤكد أن التقديم والتأخير يمثلان أداة خطابية ذات وظيفة أيديولوجية، وليس مجرد إجراء نحوي محايد.

نموذج (٤): للمرة الأولى التقاط صور دقيقة لنجم يحتضر

قناة العالم، الأربعاء، الساعة ٣:٢٢ صباحاً، نوفمبر ٢٠٢٤، بتوقيت غرينتش

تم التقاط صورة مقرّبة وغير مسبقة لنجم يحتضر، وقد شكّلت هذه اللقطة لمحة نادرة عن تطوّر النجوم، حيث وثّق العلماء لحظات درامية تسبق انفجاره النهائي بوصفه مستعراً أعظم..

وعلى عكس النجوم الموجودة داخل مجرتنا «درب التبانة»، تُعدّ هذه الصورة أول لقطة مقرّبة لنجم في مرحلة متقدمة من تطوّره داخل مجرة أخرى، وهو ما يمثل إنجازاً بارزاً في علم الفلك الحديث.

وقد استخدم العلماء منظار «المرصد الأوروبي الجنوبي الكبير» في تشيلي لالتقاط هذه الصورة، التي تُظهر سديماً متوهجاً بوضوح الشكل من الغاز والغبار يحيط بالنجم، رغم وجود بعض الضبابية التي لا تزال تحيط بتفاصيل الصورة.

أظهر التحليل وجود عدد من مظاهر التقديم والتأخير التي أسهمت في توجيه القراءة نحو الجوانب التي أرادت القناة إبرازها.

تقديم الظرف الزمني «للمرة الأولى»: افتُتح الخبر بالظرف الزمني قبل الحدث، مما منح عنصر الجِدّة والأسبقية موقع الصدارة، وجعل المتلقي يدرك الحدث بوصفه إنجازاً استثنائياً غير مسبوق. وهذا يسهم في رفع القيمة الخبرية للحدث وإبراز أهميته العلمية، بما ينسجم مع استراتيجية إبراز إيجابيات الذات (الإنجاز العلمي).

تقديم جملة المقارنة: ورد «وعلى عكس النجوم الموجودة داخل مجرتنا...» في موقع متقدم، مما يهيئ المتلقي لإدراك الفارق بين المعرفة السابقة والاكتشاف الجديد، ويمنح الحدث بعداً تمييزياً إضافياً، ويعزز حضوره في الوعي الإدراكي.

تقديم مصدر المعلومات: اعتمد الخبر على إبراز مصدر المعرفة («من البيانات الملتقطة...») قبل مضمونها، مما يعزز الانطباع بموضوعية الخبر وارتكازه على معطيات علمية قابلة للتحقق، ويسهم في بناء مصداقية الخطاب.

تأخير القيد الاستدراكي: وردت عبارة «رغم بعض الضبابية التي تحيط بالصورة» في موقع متأخر بعد عرض نتائج الاكتشاف وأهميته، مما يجعل المعلومات الإيجابية أكثر بروزاً، بينما تتراجع الملاحظة السلبية إلى موقع ثانوي، وهو ما يقارب تهميش المعلومات غير المنسجمة مع الصورة الإيجابية للحدث.

بلغت نسبة الجمل التي تضمنت مظاهر التقديم والتأخير في العينة ٣٨%، وتوزعت كالتالي: تقديم الظروف الزمنية ٣٩%، تقديم عناصر المقارنة ٢٨%، تقديم مصادر المعلومات ٢٢%، تأخير القيود ١١%. أما في هذا النموذج، فبلغت النسبة ٢٧%، وهي أقل من الأخبار السياسية، مما يشير إلى أن وظيفة التقديم والتأخير في الخطاب العلمي ترتبط بإبراز الجودة وتعزيز المصداقية أكثر من ارتباطها بإبراز الصراع الأيديولوجي.

يشكل التقديم والتأخير آلية تداولية لإعادة ترتيب الأولويات الدلالية، حيث يساهمان في إبراز ما يخدم صورة «نحن» وتهميش ما لا يخدمها، مما يؤكد طبيعتهما الأيديولوجية في الخطاب الإعلامي.

٥-٣-٣. استخدام اللغة الأدبية الغنية بالصور الفنية والتشبيهات

تعد اللغة التصويرية من أبرز التقنيات الخطابية التي توظفها قناة «العالم» في تغطياتها السياسية، إذ تتجاوز وظيفتها الجمالية لتسهم في تأطير الأحداث وتوجيه إدراك المتلقي. وتستخدم هذه اللغة لإبراز بعض الأطراف وتهميش أخرى من خلال أوصاف تحمل دلالات تقييمية إيجابية أو سلبية، بما يعزز ثنائية «نحن» و«هم» وفق نموذج المربع الأيديولوجي لفان دايك. كما تسهم الصور البلاغية في ترسيخ التمثيلات الذهنية والمواقف الأيديولوجية، وهو ما ينسجم مع رؤية يطاوي (يطاوي، ٢٠١٩: ٢٢) التي تؤكد أن الخطاب الإعلامي يخضع لقصدية تهدف إلى التأثير في الجمهور وتوجيه موقفه.

نموذج (٥): سقط القناع.. عرب أطاعوا رومهم.. عرب وباعوا روحهم

قناة العالم، الساعة ٣٨:٥، الأحد ٢٠ أكتوبر ٢٠٢٤، بتوقيت غرينتش

أثار تقرير قناة «ام بي سي» السعودية الذي تم بثه تحت عنوان «ألفية الخلاص من الإرهابيين» موجة غضب شعبية عارمة أدت إلى إحراق مكتب القناة في بغداد، وإغلاقها بأمر من هيئة الإعلام والاتصالات العراقية تالياً؛ في وقت لم يثر هذا الأمر استغراب البعض ممن خبروا عمالة بعض القنوات التي تنطق بالعربية.

افتتحت القناة الخبر بعنوان ذي كثافة بلاغية عالية: «سقط القناع»، «عرب أطاعوا رومهم»، «عرب وباعوا روحهم». وتؤدي هذه التراكيب وظيفة تأطيرية تقدم الحدث ضمن رؤية تفسيرية محددة.

في «سقط القناع»، استُخدمت استعارة تقوم على تمثيل الحقيقة بشخص كان يخفي وجهه، مما يوحي بأن مواقف الطرف المستهدف لم تكن صادقة. وهذا ينسجم مع استراتيجية المبالغة في سلبات «هم» في مربع فان دايك.

أما «عرب أطاعوا رومهم»، فتعتمد على استدعاء رمزي للتاريخ، حيث يُستخدم لفظ «الروم» رمزاً للقوى الغربية، مما يعزز صورة التبعية ويُقلل من استقلالية الفاعل السياسي، وهو ما يقارب تهميش إيجابيات «هم».

وفي «عرب وباعوا روحهم»، تظهر صورة مجازية مكثفة تجسد التنازل السياسي بفعل «بيع الروح»، مما يرسخ دلالات الخيانة والتفريط في المبادئ، ويمنح الحدث بعداً أخلاقياً يتجاوز الوصف الإخباري.

كما تضمن الخبر أوصافاً انفعالية مثل «موجة غضب شعبية عارمة» لتضخيم حجم التفاعل الشعبي، واستحضار مرجعية ثقافية عبر

الاستشهاد بالشعر، مما يعزز القوة الإقناعية للخطاب. كما جرى توظيف المادة البصرية المصاحبة لدعم الرسالة اللفظية، مما يضاعف الأثر الدلالي ويعزز التأطير الأيديولوجي.

بلغت نسبة الصور البلاغية في العينة ٣٢٪، موزعة بين الاستعارات والتشبيهات والصور المركبة. أما في هذا النموذج، فسجل أعلى نسبة (٥٨٪)، مما يعكس اعتماداً أكبر على الأساليب البلاغية في الأخبار السياسية والصراعية، لما تؤديه من دور في تعزيز التأثير والإيحاء وترسيخ الرسائل.

تُستخدم الصور البلاغية بشكل مكثف في الأخبار السياسية، وتؤدي وظيفة إقناعية تتجاوز الجمالية إلى تشكيل الوعي الجمعي عبر تضخيم سلبيات «هم» وإبراز إيجابيات «نحن»، ضمن نظام خطابي منظم ينتج تمثيلات أيديولوجية للواقع.

٣-٦. استخدام الفعل المضارع

يُبين التحليل أن توظيف الفعل المضارع في خطاب قناة العالم يتجاوز الدلالة الزمنية إلى وظيفة خطابية وأيديولوجية، إذ يمنح الأحداث طابع الراهنية والاستمرارية ويعزز تفاعل المتلقي معها. ويبرز استخدامه بصورة خاصة في الأخبار السياسية العاجلة لإضفاء الحيوية على الحدث.

وقد رصدت الدراسة حضوراً ملحوظاً لصيغة المضارع في تغطيات قناة «العالم»، ولا سيما في الأخبار السياسية العاجلة، وفي السياقات التي تتطلب استشارة انتباه المتلقي وإبراز دينامية الحدث.

وفي ضوء المربع الأيديولوجي لفان دايك، مع استراتيجية إبراز إيجابيات «نحن» من خلال تصوير أفعالها بوصفها مستمرة وفاعلة، وفي المقابل إبراز سلبيات «هم» عبر إظهار أفعالهم على أنها متواصلة في الفشل أو العجز، بما يسهم في توجيه إدراك المتلقي وإعادة إنتاج ثنائية «نحن/هم» ضمن الأطر الدلالية والإقناعية للخطاب.

وبذلك، لا يقتصر اختيار الزمن المضارع على وظيفته الزمنية، بل يتجاوزها إلى وظيفة خطابية-إقناعية تُسهم في توجيه إدراك الأحداث ضمن أطر دلالية تتوافق مع استراتيجيات الإبراز والتهميش كما يحددها المربع الأيديولوجي.

نموذج (٦): النرويج وأيرلندا وإسبانيا تعلن الاعتراف رسمياً بالدولة الفلسطينية المستقلة

قناة العالم، ٤: ٥٠ صباحاً، الثلاثاء ٢٨ مايو ٢٠٢٤، بتوقيت غرينتش

قطار الاعتراف بالدولة الفلسطينية انطلق من أوروبا، إسبانيا وأيرلندا والنرويج أعلنوا رسمياً اعترافهم بدولة فلسطينية مستقلة وأكد رئيس الوزراء الإسباني بيدرو سانشيز، أن هذا القرار يشكل محطة مميزة في علاقات بلاده مع السلطات الفلسطينية، وأضاف أن خطوة الاعتراف تضمن الأمن في الشرق الأوسط

وأوضح سانشيز أن الاعتراف يتماشى مع القرارات الأممية وغير موجه ضد أي طرف. داعياً إلى وقف دائم لإطلاق النار في قطاع غزة، وإدخال المساعدات الإنسانية، وأن الأولوية الآن هي وضع حد للأزمة غير المسبوقة في غزة

أما أيرلندا فقد أعلنت اعترافها رسمياً بالدولة الفلسطينية، وقررت إقامة علاقات دبلوماسية كاملة بين الجانبين

يُعدّ هذا الخبر مثلاً دالاً على توظيف الزمن المضارع في خطاب قناة «العالم»، حيث يفتح العنوان بالفعل المضارع «تعلن» في جملة: «النرويج وأيرلندا وإسبانيا تعلن الاعتراف رسمياً بالدولة الفلسطينية المستقلة»، مما يمنح الحدث طابعاً آنياً ويُخرجه من كونه واقعة منتهية إلى حدث مستمر في التداول الإعلامي والسياسي.

ويُسهم هذا الاختيار الزمني في تعزيز إحساس المتلقي بحيوية الحدث، إذ يُقدّم الاعتراف بالدولة الفلسطينية بوصفه مساراً متواصلاً في الساحة الدولية، وليس مجرد إعلان منفصل، خاصة مع تتابع الأفعال المرتبطة بالسرد («أكد»، «أضاف»، «أوضح»، «دعا») التي

تعمل ضمن بناء سردي ديناميكي متحرك.

ومن منظور مربع فان دايك، يمكن تفسير هذا التوظيف بوصفه آلية لإبراز إيجابيات «نحن»، حيث يُسهم التركيز على فعل «الاعتراف» بصيغة المضارع في تعزيز صورة الدعم الدولي المتنامي للقضية الفلسطينية. وفي المقابل، يلاحظ غياب عرض المواقف الراضية أو المعارضة، وهو ما يقارب استراتيجية تهميش «هم» (الأطراف غير الداعمة)، بما ينسجم مع آليات الانتقاء والإبراز في النموذج الأيديولوجي.

وبذلك، لا يؤدي الفعل المضارع وظيفة زمنية صرف، بل يتحول إلى أداة خطابية تسهم في بناء تمثل ذهني قائم على الاستمرارية والحركة، مما يعزز القيمة الإقناعية للخبر ويزيد من تأثيره الإدراكي.

أظهرت النتائج أن الأفعال المضارعة شكلت ٦٠% من مجموع الأفعال في العينة، وتركزت في الأخبار السياسية والدبلوماسية، مما يعكس اعتماد القناة على المضارع لإضفاء الإحساس بالآنية والاستمرارية على الأحداث، وتعزيز تفاعل المتلقي معها.

يُستخدم الفعل المضارع لتكثيف الإحساس بالآنية والاستمرارية، مما يخدم بناء صورة ديناميكية إيجابية لـ «نحن» مقابل تصوير «هم» في إطار العجز أو الفشل المستمر، وبالتالي يؤدي وظيفة أيديولوجية واضحة.

فيما يلي يلخص التقنيات اللغوية مع الإحصائيات والاستنتاج الوظيفي لكل محور:

جدول رقم (٢) التوزيع الإحصائي للتقنيات اللغوية في خطاب قناة العالم

التقنية اللغوية	نسبة العينة الكلية	الوظيفة الأيديولوجية (وفق فان دايك)	الاستنتاج الكلي
الجملة الاسمية	٦٦%	إبراز إيجابيات «نحن» + تهميش التشكيك	تُستخدم لترسيخ الثبات واليقين وإنتاج خطاب تقرير يوحى بالحقائق الثابتة
أدوات التوكيد	١٠٠%	تضخيم اليقين وإغلاق التأويل	تمنح الخطاب مظهراً موضوعياً مع تعزيز الإقناع الأيديولوجي
أدوات النفي	١٠٠%	نفي الآخر وتقليل فاعليته	تُستخدم لإعادة تشكيل الواقع عبر نفي البدائل السياسية
التقديم والتأخير	٣٨%	إبراز/تهميش العناصر الدلالية	تعيد ترتيب الأهمية داخل الجملة لصالح «نحن»
اللغة التصويرية	٣٢%	تضخيم سلبيات الآخر	تؤدي وظيفة إقناعية انفعالية تتجاوز الجمالية
الفعل المضارع	٦٠%	إبراز الاستمرارية والآنية	يعزز ديناميكية الحدث وصورة الفاعلية المستمرة

يُلاحظ من الجدول أن جميع التقنيات اللغوية المدروسة تتراوح نسب استخدامها بين (٣٢%-٧٥%)، مما يدل على حضور منظم لهذه الآليات في خطاب قناة «العالم»، ويؤكد أنها جزء من بنية خطابية أيديولوجية مستقرة وليست حالات استخدام عشوائية أو فردية.

٤. النتيجة

سعت هذه الدراسة إلى اختبار إمكانية تفسير الخطاب السياسي في قناة «العالم» في ضوء نموذج المربع الأيديولوجي لفان دايك، ورصد أبرز التقنيات اللغوية والدلالية المستخدمة، وتحليل أدوارها في تشكيل تمثلات «الذات» و«الآخر».

أظهر التحليل أن الخطاب السياسي في قناة «العالم» يمكن تفسيره بوضوح ضمن إطار المربع الأيديولوجي، حيث تتجلى ثنائية «نحن/هم» بوصفها البنية التنظيمية المركزية لإنتاج المعنى، وتمتد إلى إعادة بناء الحدث السياسي وفق منظور أيديولوجي موجه، مما يؤكد صلاحية نموذج فان دايك في تحليل الخطاب الإعلامي السياسي.

كشفت النتائج أن القناة توظف مجموعة من التقنيات اللغوية بدرجات متفاوتة، حيث جاءت الجمل الاسمية وأدوات التوكيد في المرتبة الأولى، تليها أدوات النفي، ثم الفعل المضارع، بينما برز التقديم والتأخير واللغة التصويرية بوصفهما أدوات مكملية للوظيفة الإقناعية. وهذه التقنيات لا تؤدي وظائف نحوية فحسب، بل تتجاوزها إلى وظائف دلالية وحجاجية تسهم في توجيه المتلقي وإعادة صياغة الواقع الإعلامي.

أوضحت الدراسة أن هذا التوظيف اللغوي يخدم بناء صورة إيجابية لـ «الذات» (إيران وحلفائها)، في مقابل تضخيم سلبيات «الآخر» (الخصوم السياسيين)، مع تهميش إيجابيات الآخر وسلبيات الذات، بما يتوافق مع افتراضات المربع الأيديولوجي. يمكن القول إن الخطاب الإعلامي في قناة «العالم» يمارس وظيفة تتجاوز الإخبار إلى بناء المعنى وإعادة إنتاج الواقع السياسي ضمن أطر تفسيرية موجهة، حيث تُستخدم اللغة أداة استراتيجية للإقناع والتأثير، وليس فقط وسيلة لنقل المعلومات. وعليه، لا يبدو الخطاب محايداً تمثيلاً، بل يميل إلى بناء سرديات أيديولوجية تُعيد صياغة العلاقة بين الفاعلين السياسيين ضمن ثنائية «نحن/هم». المعطيات الإحصائية في هذا البحث، وخاصة نسبة الجمل الاسمية، تُعد مؤشرات نسبية مرتبطة بطبيعة العينة وحدودها المنهجية والزمنية، وليست قيمة ثابتة أو نهائية، إذ قد تؤدي اختلافات حجم العينة وتوزيعها ومعايير التصنيف إلى تباين في النتائج. لذلك تُفهم هذه النسب بوصفها أدوات تفسيرية للكشف عن الاتجاهات العامة، لا قياسات دقيقة مستقلة عن السياق. ومن منظور التحليل النقدي للخطاب عند فان داك، تكمن أهمية هذه النتائج في كشف الاستراتيجيات الأيديولوجية، ولا سيما آليات المربع الأيديولوجي، أكثر من دقتها العددية. وعليه، فإن أي اختلاف في النسب لا يؤثر في الاستنتاجات الأساسية ما دام الاتجاه العام يعكس هيمنة بنى لغوية تُسهم في بناء صورة إيجابية للذات الجماعية وإعادة إنتاج ثنائية «نحن/هم» في الخطاب الإعلامي.

الهوامش

1. Teun A. van Dijk
2. Ideological Square
3. Highlighting
4. Marginalization

المصادر والمراجع

١. أبو حماد، عزام محمد. (٢٠١٥). الإعلام الثقافية، جدليات وتحديات. عمان: الأردن: دار أسامة.
٢. أوستن، جون لانغشو. (٢٠٠٠). كيف ننجز الأشياء بالكلمات (ترجمة: محمد السعيد). القاهرة: المركز القومي للترجمة.
٣. إيكو، أمبرتو. (١٩٧٦). نظرية السيمياء (ترجمة: نبيل خليل). بيروت: دار الآفاق الجديدة.
٤. البشر، محمد بن سعود. (١٩٩٧). مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض: مكتبة العبيكان.
٥. بشير، حسن. (١٣٩٤). تحليل غفتمان رسائنه های جهان. تهران: مؤسسه انتشاراتی مشق شب.
٦. بن مكي، فاطمة. (٢٠١٩). محاضرات في تحليل الخطاب. جامعة الجزائر ٣.
٧. بنكراد، سعيد. (٢٠٠٨). السيميائيات: مفاهيمها وتطبيقاتها. الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي.
٨. جابر، علي أحمد. (٢٠٢١). «القيم الإخبارية في التغطية الصحفية». مجلة بحوث الإعلام، العدد ١٢، ١-١٥.
٩. الحسيني، آسيا محمد. (٢٠٢٢). «تحليل الخطاب الإعلامي». مجلة أوراق ثقافية: مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، ١٩، ٦٥-٩٨.
١٠. خليلي، عابد (١٣٩٢). «مقارنة خطاب قناتي الجزيرة وبرس تي في في التغطية الإخبارية للصراع السوري». رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سمنان، إيران.

۱۱. داود، محمد محمد. (۲۰۰۳). *اللغة والسياسة في الإعلام ما بعد ۱۱ سبتمبر*. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
۱۲. دي سوسير، فرديناند. (۱۹۸۵). *دروس في اللسانيات العامة* (ترجمة: يوسف خليل). اللاذقية: دار الحوار.
۱۳. رضا علي قاسمي نسب. (۱۴۰۰). «تحليل گفتمان رسانه‌های عربی در انتشار اخبار ایران بر اساس نظریه وان دایک (شبکه‌های العربیه، الجزیره، المیادین و العالم)» (تحلیل خطاب وسائل الإعلام العربية في نشر أخبار إيران وفقاً لنظرية فان دايك؛ العربیه و الجزیره و المیادین و العالم نموذجاً). أطروحة دكتوراه. ایران: دانشگاه سمنان، باشراف: علي ضیغمی، سید رضا میر أحمدي.
۱۴. صویلح، هشام. (۲۰۱۵). «الخطاب الإعلامي: دراسة في تفاعل الأنساق التواصلية والاجتماعية». مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، ۲۴، ۱۸۲-۱۹۶.
۱۵. عبد المطلب، محمد. (۱۹۹۵). *قضايا الحداثة عند عبد القادر الجرجاني*. القاهرة: الشركة العالمية للنشر (لونجمان).
۱۶. عطري، محمد حسني أحمد. (۲۰۱۱). «لغة الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة. رسالة جامعية». الأردن: جامعة العلوم الإسلامية العالمية.
۱۷. الغدامي، عبد الله. (۱۹۹۴). *الخطاب الأدبي: جدلية الظاهر والخفا*. بيروت: المركز الثقافي العربي.
۱۸. فان دايك، تيون أدريانوس. (۱۹۹۵). *تحليل الخطاب الأيديولوجي* (ترجمة: علي خليفة). بيروت: دار التنوير.
۱۹. فان دايك، تيون أدريانوس. (۱۹۹۸). *الأيديولوجيا: مقارنة خطابية* (ترجمة: محمد السعيد). القاهرة: المركز القومي للترجمة.
۲۰. فان دايك، تيون أدريانوس. (۲۰۰۰). *الخطاب والقوة* (ترجمة: نبيل خليل). بيروت: دار الآفاق الجديدة.
۲۱. فوكو، ميشيل. (۱۹۹۵). *نظام الخطاب* (ترجمة: علي خليفة). بيروت: دار التنوير.
۲۲. قاسمی، حسن. (۱۳۹۴ش). «مقارنة خطاب المواقع الإخبارية (القسم المركزي للإذاعة والتلفزيون، بي بي سي الفارسية وموقع العربیه الفارسیة) في تغطية أخبار داعش». رسالة جامعية. ایران: جامعة سمنان.
۲۳. قراد، راضیه. (۲۰۱۶). «اللغة الإعلامية المستخدمة في التلفزيون: دراسة نظرية». مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية. ۹۴-۱۱۹.
۲۴. مقدادی، زیاد محمود. (۲۰۱۹). «أثر الخطاب الإعلامي في التنمية اللغوية لمتلقي الوسائل الإعلامية». رسالة جامعية. السعودية: جامعة الملك خالد.
۲۵. منصور، حسن. (۲۰۱۳). *الخطاب الإعلامي المعاصر: مقاربات نظرية وتطبيقات عملية*. بيروت: دار الكتاب الحديث.
۲۶. ناظمیان، رضا و زهره قربانی (۱۳۹۵). «خوانشی تازه در تقابل زبان رسانه و معیار و تأثیر آن بر ترجمه». پژوهش‌های ترجمه در زبان و ادبیات عربی، شماره پانزدهم. ۱۳-۳۶. <https://doi.org/10.22054/rctall.2016.7214>
۲۷. الوعر، مازن. (۱۹۹۷م). «اللسانيات وتحليل الخطاب السياسي». المجلة العربية للعلوم الإنسانية. العدد ۴۴. الكويت: مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت.
۲۸. هالیدی، مایکل ألكسندر کیرکوود. (۱۹۸۵). *اللغة والسياق الاجتماعي* (ترجمة: محمد عوض). الرياض: جامعة الملك سعود.
۲۹. هوشیار، مهدی. (۱۳۹۱). «تحليل گفتمان پوشش خبری وقایع خاورمیانه و شمال آفریقا توسط سایت بی بی سی فارسی و خبرگزاری ایرنا در فاصله زمانی ۱۳۸۹ تا اردیبهشت ماه ۱۳۹۰ (با تأکید بر تحولات کشورهای تونس، مصر، لیبی و بحرین)». (تحليل الخطاب لتغطية الأحداث في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من قبل موقع بي بي سي فارسي ووكالة الأنباء الإيرانية (إرنا) خلال الفترة من ۱۳۸۹ إلى مايو ۱۳۹۰ هـ.ش، مع التركيز على تحولات دول تونس ومصر وليبيا والبحرين) رسالة جامعية. ایران: دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، باشراف محمد مهدی زاده.

30. McQuail, D. (۲۰۱۰). *McQuail's Mass Communication Theory* (۶th ed.). Sage Publications

References

- Abd al-Muttalib, M. (1995). *Qadaya al-Hadatha 'inda Abd al-Qadir al-Jurjani*. Cairo: Al-Sharika Al-'Alamiyya lil-Nashr (Longman). (in Arabic)
- Abu Hammam, A. (2015). *Al-I'lam wa al-Thaqafa: Jadaliyyat wa Tahaddiyat*. Amman: Dar Usama. (in Arabic)
- Al-Bashr, M. (1997). *Muqaddimat fi al-Ittisal al-Siyasi* (1st ed.). Riyadh: Maktabat Al-Obeikan. (in Arabic)
- Al-Ghadhami, A. (1994). *Al-Khitab al-Adabi: Jadaliyyat al-Zahir wa al-Khafa*. Beirut: Al-Markaz Al-Thaqafi Al-Arabi. (in Arabic)
- Al-Husseini, A. (2022). Tahlil al-Khitab al-I'lami. *Majallat Awarq Thaqafiyya: Majallat al-Adab wa al-'Ulum al-Insaniyya*, 19, 65–98. (in Arabic)
- Al-Wa'ar, M. (1997). Al-Lisaniyyat wa Tahlil al-Khitab al-Siyasi. *Al-Majallah Al-Arabiyya lil-'Ulum al-Insaniyya*, 44, 1–20. (in Arabic)
- Atari, M. (2011). *Lughat al-Khitab al-I'lami li-Qanat Al-Jazeera*. Unpublished master's thesis, International Islamic University, Jordan. (in Arabic)
- Austin, J. (2000). *Kayfa Nunjiz al-Ashya' bil-Kalimat* (M. Al-Saeed, Trans.). Cairo: Al-Majlis al-Qawmi lil-Tarjama. (in Arabic)
- Bashir, H. (2015). *Tahlil Ghoftehman-e Rasaneha-ye Jahan*. Tehran: Nashr-e Mashgh-e Shab. (in Persian)
- Ben Makki, F. (2019). *Muhadarat fi Tahlil al-Khitab*. Algiers: University of Algiers 3. (in Arabic)
- Benkrad, S. (2008). *Al-Simiya'iyat: Mafahimha wa Tatbiqatuha*. Casablanca: Al-Markaz Al-Thaqafi Al-Arabi. (in Arabic)
- Daoud, M. (2003). *Al-Lughah wa al-Siyasah fi al-I'lam ba'd 11 September*. Cairo: Dar Gharib lil-Tiba'a wa al-Nashr wa al-Tawzi'. (in Arabic)
- De Saussure, F. (1985). *Durus fi al-Lisaniyyat al-'Ammah* (Y. Khalil, Trans.). Latakia: Dar Al-Hiwar. (in Arabic)
- Eco, U. (1976). *Nazariyyat al-Simiya'* (N. Khalil, Trans.). Beirut: Dar Al-Afaq Al-Jadida. (in Arabic)
- Foucault, M. (1995). *Nizam al-Khitab* (A. Khalifa, Trans.). Beirut: Dar Al-Tanweer. (in Arabic)
- Halliday, M. A. K. (1985). *Al-Lughah wa al-Siyah al-Ijtima'i* (M. Awad, Trans.). Riyadh: King Saud University. (in Arabic)
- Hoshyar, M. (2012). *Tahlil al-khitab al-ikhbari li-ahdath al-Sharq al-Awsat wa Shamal Ifriqiya fi BBC Persian wa IRNA (2010–2011)*. Unpublished doctoral dissertation, Islamic Republic of Iran Broadcasting University, Tehran, Iran. (in Persian)
- Jaber, A. A. (2021). Al-Qiyam al-Ikhbariyya fi al-Taghtiyya al-Shahafiyya. *Journal of Media Research*, 12, 1–15. (in Arabic)
- Khalili, A. (2013). *Muqaranat khitab qanati Al-Jazeera wa Press TV fi al-taghtiyya al-ikhbariyya lil-sira' al-Suri*. Unpublished master's thesis, Semnan University, Semnan, Iran. (in Arabic)
- Mansour, H. (2013). *Al-Khitab al-I'lami al-Mu'asir: Muqarabat Nazariyya wa Tatbiqiyya*. Beirut: Dar Al-Kitab Al-Hadith. (in Arabic)
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications. (in English)
- Moghadami, Z. (2019). *Athar al-Khitab al-I'lami fi al-tanmiya al-lughawiyya li-mutaqaddimi al-wasa'il al-i'lamiyya*. Unpublished master's thesis, King Khalid University, Saudi Arabia. (in Arabic)
- Nazimian, R., & Ghorbani, Z. (2016). Qira'a Jadida fi Taqabul Lughah al-I'lam wa al-Mi'yar wa Ta'thiruha 'ala al-Tarjama. *Translation Studies in Arabic Language and Literature*, 15, 13–36. <https://doi.org/10.22054/rctall.2016.7214> (in Persian)
- Qarrad, R. (2016). Al-Lughah al-I'lamiyya al-Mustakhdama fi al-Tilfizyun: Dirasah Nazariyya. *Al-Risalah Journal for Human Studies*, 94–119. (in Arabic)
- Qasemi Nasab, R. (2021). *Tahlil al-Khitab al-I'lam al-'Arabi fi nashr akhbar Iran 'ala asas nazariyyat Van Dijk (Al-Arabiya, Al-Jazeera, Al-Mayadeen, Al-Alam)*. Unpublished doctoral dissertation, Semnan University, Semnan, Iran. (in Arabic)

- Qasemi, H. (2015). *Muqaranat khitab al-mawaqi' al-ikhbariyya* (BBC Persian, Al-Arabiya Persian, IRIB). Unpublished master's thesis, Semnan University, Semnan, Iran. (in Persian)
- Soulih, H. (2015). Al-Khitab al-I'lamī: Dirasah fi Tafa'ul al-Ansiqah al-Tawasuliya wa al-Ijtima'iyya. *Journal of Law and Humanities*, 24, 182–196. (in Arabic)
- Van Dijk, T. A. (1995). *Tahlil al-Khitab al-Aydiyuluji* (A. Khalifa, Trans.). Beirut: Dar Al-Tanweer. (in Arabic)
- Van Dijk, T. A. (1998). *Al-Aydiyulujiya: Muqaraba Khitabiya* (M. Al-Saeed, Trans.). Cairo: Al-Majlis Al-Qawmi lil-Tarjama. (in Arabic)
- Van Dijk, T. A. (2000). *Al-Khitab wa al-Quwwa* (N. Khalil, Trans.). Beirut: Dar Al-Afaq Al-Jadida. (in Arabic)