



(تحليل الخطاب في الأزمات) خطاب خادم الحرمين الشريفين في أزمة كورونا "تمودجا"

د/ محمد منصور محمد الساعي*

قسم علم الاجتماع - كلية الآداب جامعة عين شمس
monahamada150@gmail.com

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة بلاغة الخطاب الإعلامي ودوره في إدارة الأزمات من خلال تحليل خطاب خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز أثناء أزمة كورونا كنموذج. ركزت الدراسة على استكشاف العناصر الرئيسية التي تضمنها الخطاب، والآليات المستخدمة في عرضه، والدلالات البلاغية التي وظفها منتج الخطاب لتحقيق التأثير والإقناع. اعتمدت الدراسة على منهج تحليل الخطاب وفق نموذج "فان دايك" ونظرية أفعال الكلام، حيث أظهرت النتائج أن الخطاب الإعلامي يتمتع بقدرة على التأثير في المتلقين وتشكيل آرائهم حول الأزمات. برز الخطاب الملكي في المملكة العربية السعودية كنموذج متميز، بفضل استخدام لغة بسيطة ومعبرة، أدوات إقناع فعالة، وتناغم وترابط جذبا انتباه الجمهور. أكدت الدراسة أن الخطاب الإعلامي يُعد أداة رئيسية لمعالجة الأزمات وتوضيحها للمجتمع، كما يساهم في توجيه الأفراد نحو الالتزام بالإرشادات. وخلص إلى أن خطاب الملك سلمان أثناء أزمة كورونا نجح في توجيه المجتمع، وإيضاح خطورة الأزمة، وتشجيع التعاون المجتمعي لمواجهتها. بذلك، تعكس الدراسة أهمية دراسة لغة الخطاب الإعلامي في تحقيق أهدافه وتعزيز دوره كأداة مؤثرة في إدارة الأزمات.

الكلمات المفتاحية: تحليل الخطاب - إدارة الأزمات - بلاغة الخطاب الإعلامي.

تاريخ الاستلام: 2024/12/15

تاريخ قبول البحث: 2024/12/16

تاريخ النشر: 2025/03/30

أولاً: مدخل الدراسةالمقدمة:

تعيش المجتمعات الإنسانية الآن في عصرٍ تطور فيه عالم الإعلام والاتصالات بشكل كبير لتتنوع معه وسائله ومصادره، الأمر الذي جعل للخطاب الإعلامي بكافة أشكاله ومنصاته دور مهم وأثر بالغ في إدارة الثقافة العامة للمجتمعات و"المدير" الأساس في الأزمات، حيث أصبحت الرسالة الإعلامية قوة مؤثرة لا يُستهان بها في بناء رأي عام صلب تجاه القضايا، وتوجيه أفراد المجتمع نحو فكر واتجاه معين سواء كان سلبياً أو إيجابياً. ولعل أحد أهم عناصر نجاح الرسالة الإعلامية هو بلاغة الخطاب الإعلامي، فاللغة هي الوسيلة الأساسية التي يتم من خلالها توصيل الأفكار والمعاني بشكل فعال وجذاب. ولا تقتصر أهمية اللغة في الخطاب الإعلامي على مجرد إيصال الأفكار والمعلومات، بل تتعدى ذلك إلى التأثير في الجمهور وتشكيل آراءهم ومواقفهم حول موضوع معين أو فكرة محددة.

على هذا النحو، تبرز أهمية دراسة بلاغة الخطاب وتحليل استراتيجيات استخدام اللغة فيه، ونركز في هذه الدراسة على لغة الخطاب ودوره في التعامل مع الأزمات؛ حيث يُعد الخطاب - السياسي الاجتماعي - بفضاءاته الواسعة هو المنصة الفعالة والمؤثرة في إدارة الأزمات منذ مراحلها الأولى، وعليه فإن لغة الخطاب وقوته البلاغية هي الأداة الأساسية التي يمكن من خلالها تحقيق التأثير المرجو في - المستقبل - جمهوراً كان أم فرداً. وتكمن فعالية الخطاب الإعلامي في قدرة اللغة على استخدام الدلالات المناسبة سواء كانت بلاغية أو اتصالية لتحقيق رسالة "الخطاب"، سواء كانت تبليغية، أو توجيهية، أو إقناعية... إلخ. فتعد أهمية بلاغة الخطاب نابعة في الأساس من قوة تأثيره.

وتتزايد أهمية تحليل الخطاب، وقياس مستويات بلاغته وقدرته على التأثير عندما يتعلق الأمر بقضية مهمة أو موضوع يشغل الرأي العام، أو بموضوعات مصيرية؛ ولا سيما حينما يتعلق الأمر بأزمة عالمية تهدد بقاء البشرية جمعاء، هنا تلو قيمة تحليل هذا الخطاب؛ لأن الخطاب الإعلامي يعتمد - ضمن أبرز ما يعتمد عليه - على الخطاب اللغوي المتميز بمضامينه وأدواته التعبيرية وتراكيبه البلاغية المقنعة، وصوره البيانية، وجمله الجاذبة، فضلاً على توظيف السياقات والأحوال والظروف المحيطة به، وهو ما يؤكد عليه العالم الهولندي توين فان دايك (Teun Van Dijk) حين رأى أهمية دراسة العلاقات الموجودة في الخطاب ودوره في تغيير الأفكار والقيم والآراء ونحوها من ذوات البعد الاجتماعي⁽¹⁾.

أولاً: إشكالية الدراسة:

تعتبر الخطابات السياسية التي يلقيها قادة الدول في أوقات الأزمات من أبرز الأدوات التي تستخدمها السلطات الحكومية لتحفيز الشعوب على الالتزام بالتوجيهات والتوجهات الاستراتيجية. وقد أصبح هذا الدور أكثر أهمية في فترة جائحة كورونا التي اجتاحت العالم وأثرت في جميع جوانب الحياة الإنسانية، بما في ذلك الاقتصاد والصحة العامة والاجتماعيات. وعليه، فإن الخطاب الملكي الذي ألقاه الملك سلمان بن عبد العزيز في بداية هذه الجائحة يُعد من أهم الوثائق التي ساعدت في تشكيل الوعي الجماعي للمواطنين والمقيمين في المملكة العربية السعودية حول الأزمة، ووجهتهم نحو التعاون لمواجهة هذه التحديات غير المسبوقة. وتتمثل إشكالية هذه الدراسة في تحليل كيفية استخدام الأدوات اللغوية

في هذا الخطاب الملكي لتحقيق أهداف سياسية واجتماعية، وكيفية تأثير هذه الأدوات في استجابات المتلقين من المواطنين والمقيمين. ولذا، تسعى الدراسة إلى تحليل الخطاب من خلال تسليط الضوء على آلية توظيف اللغة الرسمية في تحفيز الوحدة الوطنية، وتعزيز الالتزام بالإجراءات الوقائية، ودعوة المجتمع إلى المشاركة الفعالة في التصدي للجائحة. وتحاول الدراسة أن تفسر كيف يمكن للخطاب أن يشكل وعيًا جمعيًا، وينقل رسائل توجيهية تؤثر في سلوكيات الأفراد والجماعات في مواجهة الأزمات.

تُعد الأدوات اللغوية المستخدمة في الخطاب الملكي تُعد من أهم العناصر التي تساهم في توجيه الفكر الجماعي نحو القيم الوطنية المشتركة، وتدعيم السلوكيات التي تعزز من التعاون المجتمعي. من خلال اللغة، يمكن للقائد السياسي أن يعبر عن دعم الحكومة لمواطنيها، ويحثهم على الالتزام بالإجراءات الاحترازية، مثل التباعد الاجتماعي، وارتداء الكمامات، وكذلك المشاركة في المبادرات الصحية مثل حملة التطعيم ضد فيروس كورونا. وفي هذا السياق، تلعب الصياغة اللغوية المتأنية دورًا بالغ الأهمية في تشكيل طريقة استجابة الأفراد لهذه الرسائل الحكومية.

إلى جانب ذلك، تبرز في الإشكالية مسألة ارتباط الخطاب السياسي بتوجهات الدولة في إدارة الأزمة، من خلال التواصل مع مختلف فئات المجتمع، سواء من المواطنين أو المقيمين. والهدف هو تعزيز الإحساس بالمسؤولية الجماعية، وإقناع الجمهور بضرورة التعاون مع السلطات الحكومية لمواجهة الأزمة بأعلى درجة من الوعي والانضباط. فهل كان الخطاب الملكي قادرًا على تحفيز هذه الاستجابة الإيجابية؟ وكيف أثر ذلك على سلوك الأفراد في المملكة العربية السعودية خلال فترة الجائحة؟

النقطة الجوهرية التي تركز عليها هذه الإشكالية هي التركيز على فاعلية الخطاب السياسي في خلق استجابة جماعية من خلال الخطاب اللغوي، بما يعكس القدرة على التأثير في التصورات والمواقف الاجتماعية والثقافية في أوقات الأزمات. الخطاب الملكي في هذا السياق لا يقتصر فقط على توجيه تعليمات وقائية، بل يعكس أيضًا جملة من القيم الوطنية التي تعزز من ثقافة التعاون والتكافل الاجتماعي في أوقات الأزمات.

تتمثل الأبعاد الرئيسية لهذه الإشكالية في:

- 1- **التوظيف اللغوي:** كيف تم توظيف الأدوات اللغوية، مثل التراكيب اللغوية، الأفعال الكلامية، والمفردات المؤثرة، لإيصال الرسائل الحكومية بفعالية؟
- 2- **الفعل الإنجازي:** دراسة كيفية تحقيق الخطاب لأهدافه من خلال الأفعال الكلامية، مثل الحث على الالتزام بالإجراءات والوعي الجماعي.
- 3- **الاستجابة المجتمعية:** فحص مدى استجابة الأفراد لهذه الرسائل وما إذا كانت قد أثرت في سلوكياتهم الشخصية والجماعية.
- 4- **البعد الاجتماعي والثقافي:** كيف يعكس الخطاب سياسة الدولة في تعزيز قيم الوحدة والتضامن في فترات الأزمات، وتقديم رؤى تساعد في تشكيل وعي اجتماعي متماسك؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

لقد تم اختيار كلمة خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان - كنموذج للخطابات المؤثرة - نظراً للظرف الاستثنائي الذي ألقى فيه الخطاب خلال جائحة كورونا، وما شكلته الجائحة من أزمة عالمية تأثرت بها الحياة البشرية تأثر عميقاً حتى شملت معظم التصرفات اليومية والعادات البشرية التي لازمت الإنسان. إذ ولأول مرة يتوقف الإنسان طوعياً، وبغير من أساليب حياته اليومية، لقد كان تأثير الجائحة موعلاً في صعوبته، وجاءت الاقتصادات الوطنية والعالمية والوظائف والتواصل الإنساني في مقدمة المتأثرين. هذه الكلمة انعكست على لغة الخطاب الإعلامي الداخلي - السعودي - والاعلام العالمي الذي كان يراقب ردود الأفعال السعودية تجاه الأزمة، لأنها تحولت من كونها كلمة اعتيادية، إلى مثال للخطابات ذات التأثير في وقت أزمة غير مسبوقة. ومن خلال دراسة الخطاب نحاول أن نوضح كيف تكون اللغة والاتصال دورهم في فهم تأثير المجتمع السعودي نفسياً واجتماعياً وأسرياً واقتصادياً، وما هو الأسلوب الخطابي الذي استخدم.

كذلك سيكون للغة والاتصال الاجتماعي تقاطعاً بسبب التحدي الكبير الذي واجهته المملكة والمجتمع في هذه الأزمة، من خلال الإجراءات والتدابير والاستعدادات والمعاملات اليومية، وضرورة تكامل المؤسسات وعملها بنفس الوتيرة لتجاوز الأزمة، خاصة وأن ليس هناك من تجارب "أساس" سابقة يمكن الاستناد عليها أو الاستفادة منها.

ثالثاً: أسئلة الدراسة:

- 1) ما هي أهم العناصر الرئيسة التي تضمنها الخطاب؟
- 2) أهم الآليات التي استخدمها منتج الخطاب في عرضه للخطاب؟
- 3) أهم الدلالات البلاغية التي استخدمها منتج الخطاب؟

رابعاً: أهداف الدراسة:

- 1- معرفة العناصر الرئيسة التي تضمنها الخطاب.
- 2- تطبيق أساليب تحليل الخطاب والخروج بنتائج.
- 3- معرفة أنواع الآليات التي استخدمها منتج الخطاب في عرضه للخطاب.

خامساً: مفاهيم الدراسة:**الخطاب The Speech**

يعرف الخطاب بأنه طريقة محددة أو أسلوب التعبير الذي يتبعه فرد أو مجموعة من الأفراد في المجتمع عند الحديث عن فهم أو وصف مظهر من جوانب البيئة المحيطة، أو عند طرح موضوع يتعلق بأفراد المجتمع بهدف صياغة مفاهيم أو تصورات مشتركة بين أفراد المجموعة أنفسهم وعلاقتهم المشتركة بالبيئة التي يعيشون فيها، بحيث تساعد هذه المفاهيم والتصورات في إضافة نوع من الشرعية على حركة المجموعة، ويشير الخطاب السياسي بشكل عام، إلى خطاب السلطة الحاكمة (2).

الخطاب الإعلامي: Media Speech

يمكن تعريف الخطاب الإعلامي على أنه نمط إعلامي يعتمد بشكل أساسي على وسائل الإعلام المتنوعة، ويتيح التواصل بين منتجي المحتوى وجمهورهم المتخصص أو العام. ويتم استخدام هذا النمط في مجالات معرفية محددة، ويتم فيه تحديد وتركيز الرسائل المعنية عن طريق استخدام مجموعة واسعة من الوسائط الفنية، مثل الكلمات المخصصة، الصور، الرسوم، الألوان، الموسيقى، والمؤثرات الفنية الأخرى. وفي بعض الأحيان، يتضمن هذا النمط الإعلامي اللقاءات والفيديوهات المصورة. ويعتمد هذا النمط في بناء وتقديم رسائله على المعلومات والحقائق المتخصصة والموضوعية، والتي تم اختيارها بعناية وتدريبها للغاية (3).

الأزمة: The Crisis

تعرف دائرة معارف العلوم الاجتماعية الأزمة بأنها: "حدوث خلل خطير ومفاجئ في العلاقات بين شيئين"، ويقدم وليم كوانت التعريف التالي للأزمة: "الأزمة هي تلك النقطة الحرجة واللحظة المناسبة التي يتحدد عندها مصير تطور ما". ويعرف جوناثان روبرت الأزمة بأنها: "مرحلة الذروة في توتر العلاقات في بنية استراتيجية وطنية أو إقليمية أو محلية. ويعرف الباحث العماري الأزمة بأنها: «الموقف الذي تتضارب فيه العوامل المتعارضة» (4).

سادساً: التوجه النظري للبحث:

تعد نظرية الأفعال الكلامية أو الفعل الكلامي أحد الأفكار الأساسية التي نتجت من المنهج التداولي، الذي أصبح مستقرًا في الدرس اللغوي في العقد السابع من القرن العشرين، بعد أن أعطى الباحثون والمفكرون اهتمامًا بالغ بالظواهر الكلامية؛ إذ تغيرت نظرة العلماء للغة من اعتبارها نظام من الأدلة مستودع في عقول المتكلمين، بل على أنها نشاط يتحقق في وضعية خطابية تبادلية محددة ومقيدة بقيود معينة، ومع ذلك فإن التداولية تعتمد على دراسة استخدام اللغة في عمليات التواصل وإنتاج المعاني في المخاطبات الخاصة بالمتحاورين. ومن ثم، يمكن تعريف التداولية على أنها: دراسة اللغة في سياقات الاستخدام والتواصل؛ حيث يتم إنشاء المعاني عن طريق تفاعل اللغة بين المتحدث والمستمع في سياق محدد، سواء كان هذا السياق ماديًا أو اجتماعيًا أو لغويًا، وهو ما يؤدي إلى فهم المعاني الكاملة وراء النصوص. وهذا يشير إلى أن المعاني ليست محصورة في الكلمات بمفردها، ولا في المتحدث بمفرده، ولا في المستمع بمفرده، بل تنشأ نتيجة لتفاعل اللغة والسياق (5). وقد ميز (أوستين) في بداية نظريته الأفعال الكلامية بين نوعين من الأفعال (6):

النوع الأول: الأفعال الوصفية (الخبرية): وهي تلك الكلمات التي تصف حالة معينة لشيء أو شخص، وقد وصفها النحاة العرب بالأساليب الخبرية. **النوع الثاني: الأفعال الإنجازية (الأدائية):** هي الأفعال التي تصف ولا تُخبر، وغير خاضعة لمعيار التصويب،

ثم بين (أوستن) الزوايا المختلفة التي ينظر من خلالها إلى الكلام بوصفه فعلًا، فميز بين ثلاثة أفعال تشكل كيانًا واحدًا، وهي (7):

أ- **فعل القول:** وهو النطق بجملة لها معنى وإشارة (إحالة) محددة .

ب- **الفعل الكلامي:** وهو القيام بالتهديد، أو الوعيد، أو الطلب أو الاستخبار أو الإرشاد أو الإخبار... إلخ من خلال النطق بجملة وذلك بفضل المغزى المقترن بها عرفاً وبفضل السياق.

ج- **أفعال الكلام:** وهو التأثير أو الأثر الذي يعود على المستمعين بواسطة النطق بالجملة، ومثل هذا الأثر يتعلق بظروف سَوَق الكلام.

ومن ثم يمكننا تحليل خادم الحرمين الشريفين خطاب الملك سلمان في أزمة كورونا باستخدام نظرية الأفعال الكلامية وفقاً للمقاربة التي وضحتها النظرية السابقة. حيث أن الخطاب قد تضمن استخدام الجمل الخبرية، والأمرية، الاستفهامية، مع التركيز على الأفعال الإنجازية والأدائية التي تعبر عن إنجازات وأفعال حقيقية ذكرها المتكلم.

سابعاً: الدراسات السابقة:

1- دراسة: زاهر الفيبي (2021) "تحليل الخطاب الملكي في المملكة العربية السعودية: خطاب الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود في "رؤية 2030" نموذجاً"⁽⁸⁾

تركز هذه الدراسة على أهمية الخطاب الملكي السعودي كخطاب سياسي ذو تأثير كبير في المملكة العربية السعودية، وتحليلها لخطاب خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود أمام مجلس الشورى في افتتاح أعمال السنة الأولى من الدورة السابعة (رؤية 2030). يمكن تلخيص النتائج التي توصلت إليها الدراسة: **الخطاب الملكي كخطاب سياسي فعال:** الخطاب الملكي في المملكة العربية السعودية يعتبر نوعاً من الخطابات السياسية الأكثر تأثيراً وإقناعاً وانتشاراً. هذا يعكس أهمية الخطاب الرسمي للحكومة في التواصل مع المواطنين وتوجيه الرؤية والسياسات.

2- دراسة: أسماء بن معيوض (2022) "استراتيجيات خطاب خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز إلى قمة مجموعة العشرين: مقارنة تداولية حجاجية"⁽⁹⁾

تناولت الدراسة دراسة الخطاب الذي ألقاه الملك سلمان بن عبد العزيز أمام القمة الافتراضية لقادة مجموعة العشرين في الرياض عام 2020، باستخدام المعطيات الحجاجية التداولية. وصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: تميز خطاب الملك سلمان بترباط أجزائه وتماسكه، ما يعكس استراتيجيات مدروسة لتحقيق أغراض توجيهية وإقناعية وتأثيرية.

3- دراسة: تهاني سهل العتيبي (2019) "تحليل الخطاب الصحفي: مقارنة التحليل النقدي للخطاب في الصحف السعودية"⁽¹⁰⁾

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الخطاب الصحفي في الصحف السعودية باستخدام مقاربة التحليل النقدي للخطاب، وتبنت الطريقة التي يستخدمها "فيركلوف Fairclough, N" في تحليل الخطاب. يعتبر هذا النهج الخطاب الصحفي كما يعكس الرؤية العامة للبنية المجتمعية والمعطيات التاريخية والسياسية والثقافية. وتكشف نتائج الدراسة عن علاقة الممارسات الاجتماعية الصحفية بين بعضها في تناول موضوعات المجتمع، بما في ذلك الممارسات الإيديولوجية والاقتصادية

والسياسية. تقدم الدراسة فهماً عميقاً لكيفية بناء وتنظيم الخطاب الصحفي في الصحف السعودية، وكيف يتفاعل مع السياق الاجتماعي والمؤثرات الخارجية.

4- دراسة: محمد الشاعر (2021) "الاستمالات المستخدمة في مواجهة المشاكل الناتجة عن تعويم الجنيه في البرامج الحوارية عبر الفضائيات المصرية الخاصة" دراسة تطبيقية⁽¹¹⁾

هذه الدراسة يستهدف دراسة الاستمالات الاقناعية المستخدمة في مواجهة المشاكل الناجمة عن تعويم الجنيه في البرامج الحوارية على الفضائيات المصرية الخاصة. كما تهدف الدراسة إلى فهم اتجاه البرامج والجمهور نحو هذه المشاكل. أظهرت نتائج الدراسة ما يلي: أن فئة ارتفاع الأسعار كانت في المرتبة الأولى من حيث ترتيب المشاكل المترتبة على تعويم الجنيه، مما يعكس أهمية هذه المشكلة بالنسبة للمشاهدين. اللهجة العامية كانت الأكثر استخداماً في البرامج والتقارير، مما يعكس الاتجاهات الثقافية واللغوية للمشاهدين.

ثامناً: منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج تحليل الخطاب، و تعد مدرسة تحليل الخطاب من المدارس حديثة النشأة، ويعيد بعض الباحثين ارهاصاتها الى بدايات القرن العشرين ، كما ان البعض يشير الى انها استقرت كمدرسة واضحة المعالم في بدايات السبعينات من القرن الماضي في فرنسا، ثم اتسعت وتطورت حتى وصلت إلى الولايات المتحدة الأمريكية⁽¹²⁾. عرف "جورج مونان" تحليل الخطاب قائلاً: "كل تقنية تسعى إلى التأسيس العام والشكلي للروابط الموجودة بين الوحدات اللغوية للخطاب المنطوق أو المكتوب في مستوى أعلى من مستوى الجملة". وهذا المفهوم يدفعنا إلى البحث عن عوامل غير لغوية تشارك في تحليل الخطاب، مثل السياق الثقافي والاجتماعي والتاريخي وغيرها. بالإضافة إلى ذلك، يشير "هاريس" إلى أهمية تحليل الخطاب في فهم بنية النصوص ونمطها، وكذلك دور كل عنصر في هذه البنية. وبالتالي، فإن التحليل الخطابي يتجاوز دور كل عنصر داخل الجملة اللغوية ليشمل أيضاً دوره ضمن سياق أو مجتمع معين⁽¹³⁾. مما يعني أن الهدف من تحليل الخطاب تقديم وصف واضح للوحدات اللغوية التي يتكون منها الخطاب وذلك من خلال بعدين أساسيين هما⁽¹⁴⁾:

النص (Text): ويعني ببنية الخطاب الداخلية التي تتألف منها المفردات، والتراكيب، والجمل.

السياق (Context): ويعني بدراسة الخطاب في ضوء الظروف الخارجية والمؤثرات المباشرة عليه، وظروف إنتاجه. حيث تهدف عملية تحليل الخطاب إلى فهم المكونات اللغوية والثقافية للنص بما في ذلك الافتراضات أو المصطلحات أو التوجهات المنطقية والفكرية. فمن خلال تحليل الخطاب يمكننا التوصل إلى الأفكار والرسائل والأهداف التي يحملها النص، ويسعى إلى توصيلها للمتلقي بأي نوع من أنواعه أخذاً في الاعتبار السياق التاريخي والاجتماعي للخطاب⁽¹⁵⁾.

وتنوعت النماذج وإسهامات العلماء في منهج تحليل الخطاب من ضمنها وهو ما تعتمد عليه الدراسة في تحليل الخطاب محل الدراسة نموذج (فان دايك) لتحليل الخطاب:

الباحث الهولندي فان دايك يقترح نموذجاً نظرياً لتحليل الخطاب الإخباري، ويعتبر هذا النموذج تطوراً لنظريته في تحليل الخطاب بشكل عام. وتم تطوير هذا النموذج خلال عقد الثمانينيات، مستنداً إلى تطورات حقل اللسانيات المتعلقة بالنصوص، والتي تتبنى مقاربات من مجالات علمية مختلفة⁽¹⁶⁾. يتميز هذا النموذج بشموله للمحتوى والبنية الشاملة للنصوص الإخبارية، حيث يشمل تحليل العناصر المختلفة للمادة الإخبارية، بدءاً من الملخص والمقدمة والعناوين الرئيسية، وصولاً إلى العناصر الفرعية والخلفيات المتكونة لدى الجمهور، والأحداث الحالية المتصلة بالنص، وصولاً إلى الخاتمة. يتبنى هذا النموذج طبيعة هرمية، حيث يعتمد على ترتيب النص من الأعلى إلى الأسفل. وفي هذا السياق، تُعتبر فئة "العناوين الرئيسية" في الخطاب معروفة جيداً ولا تحتاج إلى شرح، حيث تمثل فئة ذات مستوى أعلى من فئة "الملخص" و "المقدمة". وبالنسبة لفئة الملخص، فإنها تُظهر المعنى العام للنص، كما تقدم مقدمة للنص بتسليط الضوء على الأحداث الرئيسية والمشاركين وتحديد المكان والزمان⁽¹⁷⁾.

حيث تنقسم بنية الخطاب الإخباري إلى مستويات بنوية رئيسية أو ما يُعرف بالبنية النصية، وهي مستويات تحليلية تُستخدم كأساس لدراسة الخطاب الإخباري، و يُقسم هذا النهج، وفقاً لفان دايك إلى اتجاهين أساسيين الأول ما يسميه بالبنية الصغرى أو البنية الموضوعية، الثاني هو البنى العامة أو الكلية⁽¹⁸⁾.

أدوات التحليل:

سوف تعتمد الدراسة على نموذج فان دايك الذي يعد أحد النماذج البارزة في تحليل الخطابات الإخبارية والسياسية. يركز هذا النموذج على تحليل النصوص من خلال دراسة البنية العامة والجزئية لها، بالإضافة إلى تأثير السياقات المحيطة بالنص.

وفقاً لهذا النموذج، يمكن تقسيم بنية الخطاب إلى قسمين:

1. البنية الصغرى (الموضوعية) وتشمل التحليل التفصيلي للجمل والمفردات والتراكيب التي يتم استخدامها في النص.
2. البنى العامة (الكلية) حيث يتم فحص العناصر الكبرى التي تساهم في تشكيل معنى الخطاب بشكل عام، مثل سياق إنتاج الخطاب وأهدافه الكبرى.

تطبيقات نموذج فان دايك على الخطاب الملكي:

سيتم تطبيق هذا النموذج على الخطاب الملكي للملك سلمان بن عبد العزيز من خلال تحليل المكونات التالية:

- العناوين والملخصات: فحص العناوين التي استخدمها الخطاب وتحديد دورها في تحديد الموضوعات الرئيسية.
- المحتوى اللغوي: تحليل المفردات والتراكيب اللغوية التي استخدمها الملك سلمان في رسالته، ومدى تأثيرها في الجمهور.

- السياق التاريخي والاجتماعي: دراسة الظروف المحيطة بالخطاب، مثل جائحة كورونا، وتأثير هذه الظروف في كيفية صياغة الخطاب وأهدافه.

ثانياً: بلاغة الخطاب الإعلامي في الأزمات

أولاً: مفهوم الخطاب وعناصره وأركانه:

1- مفهوم الخطاب:

هو كلام يُوجَّه إلى جمهور من المُستمعين في مُناسبة من المُناسبات، وعند العرب اشتهر كثيراً ويعد قس بن ساعدة الذي عاش في عصر ما قبل الإسلام امام هذا النوع من الادب، لكنه وبمعانيه الاوسع انتقل الينا من الادب الأوربي، إذن الخطاب (Discourse) لفظ لاتيني الأصل ويعني الحوار، عرفه "فرديناند دي سوسير" أنه "مصطلحٌ مرادفٌ لـ (الكلام)⁽¹⁹⁾، ويراه روّاده أنه "كل كلام تجاوز الجملة الواحدة، أثناء تحليله الوحدة الصغرى التي يتألف منها، سواء كان الكلام كتابياً أو شفهيّاً"⁽²⁰⁾، ويشار إلى الخطاب على أنه عبارة عن جمل متعددة مكونة من وحدات صغرى وكبرى.

2- عناصر الخطاب⁽²¹⁾:

كل خطاب مكونٌ من عناصر أساسية، هي المُخاطَب (بالكسر) والمُخاطَب (بalfتح) والسياق والخطاب. **المُخاطَب:** هو المرسل للخطاب ودون وجوده لا يكون هناك خطاب، إذا يُعتبر طرف الخطاب الأول الذي يوجه الرسالة إلى الطرف الثاني ليكمل دائرة العملية التخاطبية، يهدف المخاطب إلى إيصال مقاصده أو التأثير في المتلقي، لذا فإنه يختار المواضيع والأساليب التي تتناسب مع منزلته ومنزلة المرسل إليه عند إعداد خطابه، مع مراعاة ما يتناسب مع السياق العام، تتنوع مقاصده وأهدافه بتنوع العناصر السياقية.

المخاطَب: هو المرسل إليه، أو من يتلقى الخطاب، ويُعتبر الطرف الثاني للخطاب، حيث تتجه إليه لغة الخطاب التي تعبّر عن مقاصد المتكلم.

السياق: هو مجموع الظروف التي قيل فيها الخطاب، وهو الإطار العام الذي يلعب دوراً مهماً في تحديد الأدوات المناسبة واختيار الآليات الملائمة لعملية الإفهام والفهم بين طرفي الخطاب.

الخطاب: يُعد نتاجاً لتفاعل العناصر السابقة، حيث يعكس استخدام الأدوات اللغوية والتقنيات الخطابية بدقة. فمن خلال دراسة خصائصه التعبيرية، يمكن فهم كيفية تفاعل المتكلم مع نفسه ومع المخاطب.

ثانياً: تحليل الخطاب ومناهجه:

1- تعريف التحليل:

التحليل في اللغة هو عملية قياسية تستند إلى الفعل الثلاثي "حلّ" والذي يعني فك وفتح الشيء وتقسيمه إلى جزيئاته المكونة. التحليل في الاصطلاح هو إعادة الجملة إلى مكوناتها الأساسية وأجزائها المكونة لها وتوضيح وظيفة كل مكون والتعرف على أنواع العلاقات بين مفرداتها مع الحفاظ على الكلمات نفسها داخل الجمل أو في سياقات أخرى. فالتحليل يمكن وصفه بأنه إعادة الشيء إلى عناصره الأساسية (الأولية)، أي رده إلى أصله، فهو يقوم بتفكيك الموضوعات إلى عناصرها المكونة⁽²²⁾.

2- الخطاب الإعلامي:

الخطاب الإعلامي يتميز بتنوع أشكاله ومستوياته، حيث لا يقتصر على شكل أو مستوى واحد عندما يتم إنتاجه. إنه الوحدة اللغوية الأساسية التي تحمل معانٍ محددة في شكل جمل متتالية يوجهها المتحدث إلى المتلقي بهدف التواصل والإقناع أو لغرض إيصال معلومة محددة، ويمثل تفاعلًا بين الطرفين في الاتصال (23).

يُحاول الخطاب الإعلامي تشكيل الوقائع والأحداث من خلال عملية إعادة تقديم الرسائل باستخدام وسائل الإعلام، سواء كانت هذه الوسائل فردية أو جماعية، بهدف التأثير في آراء الجمهور واتجاهاتهم وربما قراراتهم. يتمثل هذا التأثير في تشكيل وجهات نظر وفهم محدد للواقع، وتمثيله بشكل يتوافق مع الرؤى السائدة المسبقة والمفاهيم المتداولة. ويأتي ذلك من خلال تحديد المفاهيم والمواضيع واختيار ما يناسب السياق الإعلامي وتقديمه بطريقة مقنعة، بغض النظر عن هدفه الأساس، مع تبني لغة فريدة وأساليب معينة تميزه، مع امتلاكها بعداً داخلياً يتحكم فيها، سواء كانت هذه اللغة تتغاضى عن النواحي المعيبة أو تركز على الجوانب المفضلة (24).

3- تحليل الخطاب الإعلامي:

يتضمن تحليل الخطاب تفكيكه إلى جوانبه المختلفة، حيث يقوم المحلل بدراسة الخطاب وتحليله بناءً على زاويتين: البعد اللساني، الذي يركز على هيكليّة النص ومعانيه اللغوية والدلالية، والبعد غير اللساني، الذي يتناول العوامل الخارجية للنص مثل السياق الاجتماعي والثقافي والمعايير التي تحكم الاتساق والتناغم في الخطاب (25).

4- مناهج تحليل الخطاب:

إن تحليل الخطاب من حيث المنهج يتناول أطراً متعددة منها ما يلي:

أ- التحليل البنيوي: هو منهج لا يبالى بغير النص، فالبنوية اعتبرت أن الأداة اللغوية هي الأداة الوحيدة لفك شفرة النص، كما سعت إلى فصل النصوص عن أي سياق خارجي، ولقد اعتمدت بالأساس على الإجراءات اللسانية التي كانت منبعها الأساسي، حيث اعتبرت اللغة منظومة من المكونات اللسانية تربطها ببعضها البعض علاقات، وتتنظم المكونات السابقة لتشكل في الأخير المعنى، فالمعنى يتم التوصل إليه انطلاقاً من تحليل النص ضمن مستويات متعددة، صوتياً، نحوياً، تركيبياً ... إلخ، وإهمال السياق الذي قيل فيه النص (26).

ب- التحليل السيميائي (27): للخطاب الفني بنية ونظام خاص يختلف عن بقية الأنظمة الدلالية الأخرى السياسية والاجتماعية والفكرية وغيرها. حيث إن العمل الفني يندرج ضمن سياقات اجتماعية وثقافية. ومن ثم فإن السيميائية لا تقتصر على البنية الخارجية للعمل الفني دون النظر إلى البنية الداخلية ولا تفصل النص عن القارئ؛ فهي تتجاوز البنية السطحية للكشف عن البنية العميقة في الخطاب على أنها لاتهتم بالمضمون على حساب الشكل. وبعتبر الباحثون مثل جميل حمداوي أن السيميائية لا يهمها ما يقول النص ومن قاله، بل ما يهمها هو كيف قال النص ما قاله، أي أن السيميوطيقا لايهمها المضمون وبيوغرافيا المبدع بقدر ما يهمها شكل المضمون). كما يرى أن السيميائية تنتقل من الشكل إلى المضمون، ومن الدال إلى المدلول وفق ثلاثة مبادئ أساسية:

- التحليل المحايث: يدرس وظائف النص التي تسهم في توليد الدلالة.
- التحليل البنيوي: تهتم بالبنية ولا تفهم المعنى إلا من خلال الاختلاف.

■ **تحليل الخطاب:** لا تقف عند الجملة مثل اللسانيات، ولكن تحاول الدراسة عن كيفية توليد النصوص واختلافها السطحي واتفاقها العمقي.

ج- **التحليل الأسلوبي والأسلوب**⁽²⁸⁾: هو القالب الذي تصب فيه التراكيب التي تستمد قوتها، وتميزها من التزام المتكلم بالمعايير اللغوية، واعتماده على قدرته الخاصة باعتبار ملكة اللسان العربي، وبالتالي، تسعى الأسلوبية لدراسة الخصائص التي تميز الخطاب اللغوي، ليخرج عن دوره البسيط كوسيلة إعلامية أو بلاغية، ويصبح أداة للتأثير والجمال. تركز الأسلوبية على استكشاف الوسائل اللغوية التي تجعل الخطاب الأدبي الفني يتميز بمزيج من الوظائف، حيث يقوم بما يقوم به الكلام عموماً بالإضافة إلى تحقيق أهداف تأثيرية وجمالية.

ثالثاً: اللغة وتحليل الخطاب:

تعد اللغة أداة أساسية من أدوات تحليل الخطاب، حيث يركز جوهر توظيف اللغة في هذا السياق كمدخل لتحليل الخطاب في الاستعانة بأدواتها لتحديد الكيفية التي تتولد بها المعاني والدلالات المختلفة التي يحملها الخطاب، وتأويل النص على المستويات الظاهرة والكامنة من خلال المصرح به والمسكوت عنه، لذا نجد أن اللغة تشكل غطاءً أساسياً لكافة أدوات تحليل الخطاب حتى تلك الأداة التي يظن أنها تبعد في تطبيقاتها عن مظلة اللغة وينظر إليها بعين التحفظ عندما تستخدم في قراءة وتحليل النصوص الصحفية⁽²⁹⁾. فقد تطور استخدام تحليل الخطاب من خلال محاولات دراسات تقييم معاني اللغة، في ضوء ما طرحه من افتراضات أيديولوجية ضمنية، وهو بهذا يعطي اهتماماً خاصاً لمكونات اللغة المستخدمة في الخطاب الصحفي⁽³⁰⁾.

فاللغة كانت ومازالت أهم وسيلة اتصال نعبر بها عن أفكارنا ومعارفنا وثقافتنا وحضارتنا، فمنذ القدم وحتى الآن تعترف المعرفة أساس الحضارة، فاللغة هي وسيلتها في التعبير، فاللغة رداء الفكر ولباسه، وكلّ تطور يحصل في المجتمع يتردد صداه من خلال اللغة، على الرغم من استخدام مختلف وسائل الاتصال في التعبير عن الحضارة، مثل الرسومات والنقوش والمخطوطات، فإن اللغة تظل هي الوسيلة الأكثر أهمية وتأثيراً⁽³¹⁾. فالغاية الأساسية من استعمال اللغة تتمثل في تحقيق التواصل التفاعلي الذي يجرى في سياقات مختلفة من الحياة اليومية فاللغة وسيلة يطل الإنسان من خلالها على العالم، وتترجم من خلالها الأفكار المجردة والعواطف والأحاسيس في قالب مسموع بالأصل، ثم مكتوب كإجراء تالي افتراضياً وتحقيقاً⁽³²⁾.

إذن تعتبر اللغة مدخلاً أساسياً في تحليل الخطاب، حيث يقوم تحليل الخطاب على تفكيك العناصر اللغوية التي يتألف منها الخطاب، ما يسمح بفهم المقاصد والأهداف والرؤى التي يحملها. بالتحليل اللغوي، يمكن كشف الأفكار والمفاهيم التي يُعبر عنها الخطاب، سواء كانت واضحة أم مخفية، ويمكن فهم العلاقة بين اللغة والسلطة والثقافة والهوية في سياق الخطاب. ويُعد الخطاب بناء من الأفكار والمعتقدات التي تعكس وجهات النظر والأيديولوجيات للأشخاص أو الجهات التي ينتمون إليها. يمكن أن تكون هذه الأيديولوجيات متعلقة بالسياسة، أو الدين أو الاجتماع أو أي مجال آخر، وتتأثر بالسياقات الاجتماعية والثقافية والسياسية التي يعيش فيها الناطقون.⁽³³⁾

تُعد اللغة الوسيلة الأساسية للتواصل سواء من خلال الكلام أو الكتابة. بالنظر إلى اللغة كمجموعة من العلاقات والرموز اللغوية، يمكن فهم اللغة بطريقة موضوعية تتمحور حول بنية الجمل، والقواعد النحوية والصرفية والدلالية. من جانب آخر، يُفهم الخطاب بالنظر إلى اللغة بصفاتها ملفوظة أو مكتوبة، ويعتبر محملاً بذوات الأفراد أو الجهات التي تقوم بإنتاجه. بمعنى آخر، يُعتبر الخطاب شكلاً خاصاً من أشكال الاتصال يتم تحقيقه بوساطة اللغة ومن خلالها. فعلى سبيل المثال، يمكن للخطاب أن يكون خطاباً شفهياً مثل خطابات الإلقاء والمحادثات، أو يمكن أن يكون خطاباً مكتوباً مثل المقالات والرسائل والإعلانات. وبغض النظر عن شكله، يعتمد الخطاب بشكل كبير على اللغة لتوصيل المعاني وتبادل الأفكار والمعلومات بين الأفراد أو الجماعات (34).

كما تعتبر الجسد الذي يحمل المضمون ويعبر عنه للقارئ في النص الصحفي. تستخدم اللغة بشكل فعال لنقل المعلومات والأفكار بطريقة تتناسب مع أهداف النص الصحفي، سواء كانت لغايات الإعلام أو التأثير. فالبنية اللغوية للنص تلعب دوراً هاماً في جعل المضمون مفهوماً ومقنعاً للقارئ. يتمثل دورها في توجيه تدفق المعلومات، وتنظيمها بطريقة منطقية، واستخدام الأساليب اللغوية المناسبة لجذب انتباه القارئ والتأثير عليه بشكل فعال. وبواسطة تحليل البنية اللغوية للنص الصحفي، يمكننا فهم كيف تم تنظيم المعلومات، وكيفية استخدام الأساليب اللغوية مثل الاختيار اللغوي، والترتيب السلس، والأساليب الإقناعية لتحقيق الأهداف المعنوية والاتصالية للمؤلف. (35).

تتغير اللغة في كل وسيلة من وسائل الإعلام وتتميز بطبيعة جنسها الإعلامي، الذي يتجه إلى اختيار اللغة والأسلوب والبلاغة المناسبة للطبيعة الإعلامية فلغة كل وسيلة إعلامية تختلف باختلاف القدرة الإقناعية لهذه الوسيلة (36). فالكلمات ومعانيها ودلالاتها داخل اللغة الواحدة تتغير من خطاب لآخر، فالصحف تستخدم بعض المفردات أحياناً بدلالات تحجب بها المعاني الحقيقة للقضايا وللأحداث، وذلك لإيجاد نوع من الإخفاء الأيديولوجي الذي يؤدي في النهاية إلى التستر على حقيقة الواقع المعاش (37).

من المحددات الأساسية لعلاقة الخطاب الإعلامي باللغة وجود قضية محددة يتم التعبير عنها باستخدام اللغة عبر ترتيب بنائية محددة في اللغة، يعني ذلك وجود تسلسل منطقي في النص يتم الانتقال إليه من قضية أساسية إلى قضايا فرعية ترتبط بها وذلك في إطار وحدة شاملة، يعكس الخطاب من هذه الزاوية مدى قدرته على البناء أيضاً (38). الخطاب يتألف من مجموعة من الكلمات والعبارات والجمل التي تظهر في المدونة النصية. يستخدم الخطاب لتحديد مجموعة من التصورات النظرية والمفاهيم والمقترحات التنظيمية، وذلك في إطار منطقي ينطوي على تنظيم الأفكار حول الواقع. كما يتم تقديم هذا الخطاب في إطار تاريخي معين، حيث يتم التعبير عنه بالاعتماد على السياق التاريخي والثقافي والاجتماعي للزمان الذي يتم فيه الخطاب (39).

إضافة لما سبق، تُعتبر اللغة نظاماً من العلامات الصوتية يتطور وفقاً لتاريخ الناطقين بها، وتستخدم كوسيلة للتواصل والتفكير والتعبير. في سياق البلاغة ونظرية الإعلام، تأتي اللغة كعنصر أساسي في بناء الخطاب الإعلامي ونقل المعاني والمفاهيم. ولتحقيق بلاغة الخطاب الإعلامي، يجب أن يتم اختيار المحتوى المناسب بعناية، حيث يتعين أن يكون ذا قيمة وجودة عالية ومناسب للجمهور المستهدف. بالإضافة إلى ذلك، يجب اختيار الوسيلة اللغوية والأيقونية المناسبة التي تساعد في نقل المحتوى بشكل فعال وفي التواصل بوضوح مع الجمهور. ويتوقف تأثير الرسالة الإعلامية على عدة عوامل، منها

جودة المحتوى ووسيلة التواصل المستخدمة والقناة التي يتم نقل الرسالة عبرها. كل هذه العوامل تشكل جزءاً من سياق البلاغة الإعلامية وتؤثر في فعالية الرسالة وتأثيرها على الجمهور. (40)

تحليل الخطاب يعتبر خطوة أساسية في فهم النصوص وفهم السياق الذي نشأت فيه. بينما يركز تحليل النص على هيكل ومحتوى النص نفسه، يسعى تحليل الخطاب إلى فهم العوامل الخارجية التي أثرت على إنشاء النص وكيفية تأثير النص على الجمهور المستهدف والسياق الاجتماعي والثقافي الذي نشأ فيه النص. فعندما يتمحور التحليل حول اللغة والأساليب المستخدمة في النص، فإن الاهتمام يكون بالمحتوى اللغوي والشكلي للنص، وهذا يُعتبر تحليلاً نصياً. أما عندما يتم التركيز على الأغراض والتأثيرات الاجتماعية والسياسية والثقافية للنص، فإن الاهتمام يكون بالسياق الذي نشأ فيه النص، وهذا يُعتبر تحليلاً للخطاب (41).

فتحليل الخطاب يتجاوز اللغة بمفهومها الضيق كوسيلة للتواصل اللفظي، إذ يشمل العديد من العوامل غير اللغوية التي تؤثر على إنتاج الدلالة في الخطاب. على عكس التركيز الأساسي في تحليل النص على الهيكل اللغوي والمضمون اللفظي، يعتمد تحليل الخطاب على مفهوم أوسع يشمل العوامل السياقية، الثقافية، والاجتماعية التي تؤثر على إنتاج وفهم الخطاب (42)، جوهر فكرة توظيف اللغة كمدخل لتحليل الخطاب يتمثل في استخدام أدوات اللغة لفهم كيفية إنتاج المعاني والدلالات في الخطاب. يتضمن هذا التحليل تفسير النص على مستويات مختلفة، بدءاً من المعاني الظاهرة التي تظهر بوضوح في النص، وصولاً إلى المعاني الكامنة التي قد تكون مخفية وتتطلب فهماً عميقاً للسياق والثقافة (43).

رابعاً: أهمية البعد الإعلامي في إدارة الأزمات:

تعود بداية الاهتمام بدراسة وظائف الإعلام والاتصال في الأزمات إلى الستينيات من القرن العشرين، حيث أشار بعض الباحثين إلى دور الإذاعة في نقل رسائل التحذير من الكوارث وأهمية الرسائل الإعلامية أثناء حدوث الأزمات، ومع ذلك، فقد تم تجاهل المراحل الزمنية المتعلقة بما قبل وبعد الأزمة. ثم شهدت فترة الثمانينيات والتسعينيات زيادة كبيرة في دراسات اتصالات الأزمات بسبب زيادة عدد الأزمات، ويمكن إيجاز دوافع الاهتمام بالإعلام واتصالات الأزمات فيما يلي:

- تزايد وتعدد الأزمات التي تعاني منها المنظمات والهيئات والشركات في السنوات الأخيرة. وما صاحبه من تزايد سخط الجماهير والمقاضاة القانونية للشركات ومنتجاتها وتصرفاتها، وأغلبها ترتبط بالتصرفات الإدارية حسب معهد كنتاكي لإدارة الأزمات حيث بلغت نسبتها 78 بالمائة من مجموع الأزمات.
- زادت وتعددت الأزمات التي تواجهها المنظمات والشركات في السنوات الأخيرة، مما أدى إلى ارتفاع مستوى الغضب لدى الجماهير وتزايد حالات المقاضاة القانونية ضد تلك الشركات ومنتجاتها وسلوكياتها. يشير معهد كنتاكي لإدارة الأزمات إلى أن معظم هذه الأزمات تتعلق بالتصرفات الإدارية، حيث بلغت نسبتها 78% من إجمالي الأزمات.
- تلاقي الأزمات والكوارث اهتماماً كبيراً من وسائل الإعلام، نظراً لأنها تُعدُّ من الأخبار السلبية التي تحقق انتشاراً واسعاً في وسائل الإعلام. وتلبي هذه التغطية حاجة الجمهور إلى الاطلاع والكشف عن الحقائق المتعلقة بالأحداث الجارية.

- الأزمات تجذب انتباه السياسيين وجماعات المصالح الذين يسعون للاستفادة منها لأغراضهم الشخصية⁽⁴⁴⁾.
يبرز دور وأهمية وسائل الإعلام في التخفيف من القلق المصاحب للازمات من خلال توفير المعلومات للرأي العام. إذ يعد الإعلام الخط الأول للتعامل مع الأزمات، حيث تجعل منه طبيعته المرنة أداة فعالة في التفاعل مع الأزمات منذ مراحلها الأولى. كما تكمن فعالية الإعلام في توقيته، ودوريته، وتنوعه، ومرونته، مما يجعله قوة فاعلة في التعامل مع تحديات الأزمات.

وفي العصر الحديث، أصبح الإعلام هو المساحة الإنسانية التي تكشف عن مختلف الصراعات والأزمات في مختلف المجالات. وبالتالي، تنتج الوظائف المختلفة مثل السياسية والاقتصادية والدينية والثقافية إلى الساحة الإعلامية للتشخيص والمعالجة ولتعزيز تأثيرها، إضافة إلى التفاعل مع جماهيرها. وهذا ما جعل الإعلام يزداد قرباً من القوى الفاعلة في المجتمعات وفي النظم السائدة⁽⁴⁵⁾..

أما المعالجة الإعلامية للأزمة، فقد حدد الباحثون نوعين لهذه المعالجة تتمثل في:

1- **المعالجة المثيرة:** تستخدم الأسلوب الذي يميل إلى المبالغة والمعالجة السطحية، والذي يتوقف اهتمامها بالأزمة بمجرد انتهاء الحدث. يعتبر هذا الأسلوب عادةً تفاعلاً مبتوراً يؤدي إلى التضليل الإعلامي وتشويه وعي الجمهور. ويعزى هذا التفاعل إما إلى متطلبات السلطة في بعض الأنظمة، أو إلى احتياجات السوق الإعلامية التي تنصب على التركيز على الجوانب التسويقية للإعلام دون الأخذ في الاعتبار للأبعاد التثقيفية أو التربوية.

2- **المعالجة المتكاملة:** تُقدم هذه المعالجة تحليلاً شاملاً وعميقاً لمختلف جوانب الأزمة، مع التركيز على الاستشراف والتفاعل مع تطوراتها المستقبلية. كما تهدف إلى تكوين موقف متكامل ورؤية شاملة وفهم عميق بالأزمة من خلال الاعتماد على المعرفة العلمية والمعلومات الموثقة. تستخدم لتحقيق هذه الغاية أحد الأساليب الآتية: أولاً، النمط العقلي، الذي يعتمد على تقديم المعلومات الدقيقة والموثقة، وثانياً، النمط النقدي، الذي يركز على محاولة إشراك الجمهور والانطلاق من وعيه الحالي، وتوجيه المعالجة بمصالحه واهتماماته⁽⁴⁶⁾.

تتفاوت المعالجة الإعلامية للأزمات بناءً على طبيعة الأنظمة السياسية والسياسات الإعلامية المعتمدة، بالإضافة إلى الوظائف الخاصة لقطاع الإعلام. يُكلف الإعلام أثناء إدارة الأزمات بمهمة مزدوجة تشمل:

1. **الدور الأول إخباري:** يتم ذلك من خلال تتبع أحداث الأزمة وتقديم تقارير موثوقة بنتائج التصدي لها، مع نقل المعلومات إلى جمهور الأزمة بأمانة وسرعة ومصداقية، مع توفير تحليل شامل للوضع الراهن في منطقة الأزمة.
2. **الدور الثاني توجيهي:** في هذا السياق، يتم جذب الانتباه وإثارة الاهتمام، ثم تشجيع الجميع على اتخاذ إجراءات محددة لإدارة الأزمة بفعالية والتغلب على تداعياتها السلبية، بالإضافة إلى تهيئة البيئة لتدخل الجهات المختصة بسرعة وكفاءة للتعامل مع الأزمة والجهات التي أسفرت عنها بشكل فعال ومنسق⁽⁴⁷⁾.

تتفاوت هذه الأدوار وفقاً لاختلاف طبيعة النظم الإعلامية السائدة وحسب الطبيعة المحددة للأزمة.

خامساً: دور الإعلام في مواجهة الأزمات:

مع تصاعد الأزمات في مختلف جوانب الحياة السياسية والاقتصادية والبيئية والاجتماعية، أصبح البُعد الإعلامي يلعب دوراً بارزاً في دراسات إدارة الأزمات. ويُعتبر الإعلام أداة أساسية وفعالة في إدارة الأزمات، سواء على الصعيدين المحلي والعالمي. واستحوذت الدراسات التي تناولت البُعد الإعلامي في إدارة الأزمات على اهتمام كبير، حيث ركزت على دور الإعلام ووسائله في التعامل مع الأزمات الداخلية واستكشاف طبيعتها من خلال تحليل حالات محددة. كما وضعت إطاراً نظرياً لمفهوم الإدارة الإعلامية للأزمات. واتجهت جانباً آخر من الدراسات إلى التركيز على الدور الإعلامي في إدارة الأزمات الدولية التي تشمل عدة جوانب وتتضمن أطرافاً متعددة. أظهرت الدراسات التي استكشفت دور الإعلام في إدارة الأزمات الداخلية - بما في ذلك الأزمات الاجتماعية والبيئية والصحية - أهمية دور وسائل الإعلام أثناء وبعد الأزمات. في الواقع، تعتمد هذه الأزمات على الإعلام كجزء أساسي من استراتيجية مواجهتها⁽⁴⁸⁾.

تمتلك القنوات الإعلامية، خاصة تلك المتخصصة والمجهزة بتقنيات متقدمة، القدرة على توليد الأخبار المصحوبة بمقاطع فيديو صحفية، مما يجعلها شديدة التأثير في تشكيل الرأي العام. ويساهم التعرض لمحتوى النشرات والبرامج الإخبارية في دعم السياسة العامة وتحديد برنامج السياسات العامة في المجتمع. ويزداد هذا التأثير كلما تماشيت الآراء المعروضة من وسائل الإعلام مع توجهات الأفراد عبر الاتصالات الشخصية، مما يعزز دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام. وفي سياق التعامل مع الأزمات، ويزداد أهمية التزام وسائل الإعلام بالقواعد والأسس العلمية لإدارة الأزمة، سواء كانت في المجال الإعلامي، أو السياسي، أو الدبلوماسي أو الإداري⁽⁴⁹⁾.

وسائل الإعلام تشكل واحدة من أهم الأدوات لتعزيز تطور المجتمع في جميع جوانب الحياة، وتُعَدُّ دور الإعلام مفتاحاً فعالاً في تغيير سلوك المجتمع نحو تبني عادات صحية سليمة. بناءً على هذه الفكرة، تسلط عزة حسين الضوء على الآثار المترتبة عن تأثير دور الإعلام على الأفراد في المجتمع⁽⁵⁰⁾، وهي:

(1) - التأثيرات المعرفية للإعلام - في الأزمات - تتمثل في:

- تجاوز مشكلة الغموض: يظهر الارتباك عندما يحدث نقص أو تنافر في المعلومات، خصوصاً في الحوادث غير المتوقعة مثل الكوارث والأزمات، ويتم حل هذا الارتباك بواسطة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام.
- تشكيل الاتجاهات: وسائل الإعلام تؤثر في توجهات الجمهور تجاه القضايا والأحداث، بما في ذلك الأزمات، والمشاكل البيئية والاجتماعية، والكوارث وغيرها من الأحداث.
- ترتيب الأولويات: تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في ترتيب أولويات الناس بالمجتمع بشأن الموضوعات والقضايا المطروحة.

- اتساع المعتقدات: عندما يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام، يتزايد معرفتهم واعتقاداتهم حول الأفراد والأحداث والقضايا وغيرها، وتنظم هذه المعتقدات في مجموعات مختلفة مثل الأسرة والدين والمجتمع والصحة والتعليم وما إلى ذلك.

- القيم: تقوم وسائل الإعلام بدور بارز في توضيح القيم مثل الأمانة، والانتماء، والحفاظ على الصحة، وغيرها من القيم.

(2) - التأثيرات الوجدانية: التي تشير إلى المشاعر والعواطف المرتبطة بالأحداث والقضايا المطروحة بالمجتمع، وتتمثل فيما يلي:

- الفتور العاطفي أو الحساسية: بسبب تكرار تصوير العنف وحوادث العنف في وسائل الإعلام، يقلل ذلك من الرغبة في مساعدة الآخرين.

- الخوف والقلق: قد ينجم التعرض المتكرر للدراما والبرامج التي تصف المشاكل والقضايا بطريقة سلبية ومرعبة عن أحداث خوف وقلق لدى الناس من التعرض لتلك الأحداث.

- التأثير الأخلاقي والاعترا ب: وتبرز الدور الإعلامي في توجيه الأفراد نحو التمسك بالقيم الاجتماعية والعادات والتقاليد التي تمثل الجوهر الثقافي للمجتمع والحفاظ عليها.

(3) - التأثيرات السلوكية، هي النتيجة النهائية للتأثيرات العقلية والعاطفية، ومن ضمن التأثيرات السلوكية المتعددة لوسائل الإعلام، يقوم الأفراد بتبني بعض السلوكيات نتيجة التعرض لوسائل الإعلام المختلفة التي توجههم نحو الالتزام والاهتمام بها.

تظهر أهمية ودور وسائل الإعلام من خلال مجموعة من الأنشطة الإعلامية والتواصلية والتربوية والتوعوية، التي تهدف عادة إلى زيادة الوعي الصحي لدى جميع شرائح المجتمع خلال أزمة كوفيد-19. تشمل هذه الأنشطة التحذير من مخاطر الإصابة بالأمراض والأوبئة، وتوجيه فئات المجتمع نحو الممارسات الصحية والسلوكية، وتقليل انتشار الأمراض، وتحسين نوعية الحياة الشخصية والاجتماعية والأسرية لأفراد المجتمع. وبهذه الطريقة، يزداد تأثير الإعلام على حياة الأفراد والمجتمعات (51).

تبدو أهمية الإعلام واضحة عندما يتابع تفاصيل أزمة فيروس كورونا بأساليب متنوعة، وذلك من خلال التركيز على سلامة الأفراد في المجتمع، وتعزيز التضامن الاجتماعي وتقوية العلاقات بينهم، بالإضافة إلى استنتاج المعلومات الدقيقة من مصادر موثوقة، مع التركيز على نشر محتوى إعلامي صحي للتوعية وتوجيه الأفراد لاتباع التدابير الوقائية، مثل التباعد الاجتماعي والنظافة، والاستعانة بالخبراء، مع التأكيد على الدور الحيوي للأطباء في مواجهة هذه الأزمة (52).

الخاتمة

ركزت الدراسة على دراسة (بلاغة الخطاب الإعلامي في الأزمات) من خلال تحليل خطاب خادم الحرمين الشريفين في أزمة كورونا "نموذجاً"، وحاولت الدراسة تحقيق ثلاث أهداف رئيسية: معرفة العناصر الرئيسية التي تضمنها الخطاب، تطبيق أساليب تحليل الخطاب لفان دايك والخروج بنتائج. معرفة أنواع الآليات التي استخدمها منتج الخطاب في عرضه للخطاب. وتم تحقيق هذه الأهداف من خلال تطبيق نموذج في فان دايك لتحليل الخطاب، وكذلك نظرية أفعال الكلام، وتوصلت الدراسة للنتائج التالية:

- يتأثر المتلقين بلغة الخطاب الإعلامي، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.
- يُعد الخطاب الملكي في المملكة العربية السعودية من أهم الخطابات التي تتميز بالتأثير والإقناع والانتشار، نظراً لاحتوائه على أدوات إقناع وتأثير، واستخدام لغة بسيطة ومعبرة نصل إلى عقول المتلقين بسهولة.

- تُعد اللغة أداة أساسية لنجاح الخطاب الإعلامي في توصيل رسالته وأهدافه.
- يتمكن الخطاب الإعلامي من إحداث ومعالجة الأزمات في نفس الوقت من خلال استخدام اللغة بشكل فعال.
- يسهم الخطاب الإعلامي في تشكيل آراء الجمهور حول القضايا والأحداث، بما في ذلك الأزمات والمشكلات الاجتماعية، مما يستدعي الاهتمام بلغة الخطاب الإعلامي الموجه للجمهور.
- يهدف خطاب الملك سلمان محل الدراسة إلى إحداث توضيح وتوجيه المجتمع حول خطورة أزمة كورونا وتشجيع أفراد المجتمع لضرورة اتباع الإجراءات والارشادات لمواجهة هذه الأزمة.
- تميز خطاب الملك سلمان بن عبد العزيز بحسن التناغم والترابط، حيث ظهر بقوة في أسماع المتلقين.
- يُعد الإعلام - الخطاب الإعلامي - أداة رئيسية وفعالة في إدارة الأزمات.

توصيات الدراسة

- استنادًا إلى نتائج التحليل المعتمد على منهج تحليل الخطاب، يمكن تقديم عدد من التوصيات التي تساهم في تعزيز فاعلية الخطاب السياسي في الأزمات المستقبلية، تتضمن التوصيات ما يلي:
1. **تعزيز استخدام الخطاب الإيجابي والتحفيزي** من خلال تحليل الخطاب الملكي، تبين أن الخطاب الموجه في الأزمات يجب أن يعتمد بشكل أساسي على الرسائل الإيجابية التي تعزز من روح التضامن الوطني وتحث على التعاون بين أفراد المجتمع. لذا، ينبغي أن تتبنى الخطابات السياسية المستقبلية أسلوبًا يُعزز من الأمل ويركز على الحلول والفرص التي يمكن أن تنبثق من الأزمات.
 2. **ضرورة مراعاة السياق الاجتماعي والثقافي عند صياغة الخطاب**: إن فاعلية الخطاب تتأثر بشكل كبير بالسياق الاجتماعي والثقافي الذي يتم فيه. لذا، يُوصى بالتركيز على السياق الثقافي والاجتماعي في صياغة الخطابات السياسية، بحيث يتم تضمين مفردات ومفاهيم تتوافق مع القيم والتوجهات التي يتبناها المجتمع. يجب أن يتم التأكد من أن الرسائل موجهة بطريقة تحترم القيم الثقافية الخاصة بالبلد، مما يزيد من مصداقيتها وقبولها.
 3. **استمرار استخدام الأدوات اللغوية القوية في التأثير**: تبين من خلال الدراسة أن اللغة تلعب دورًا محوريًا في التأثير على الجمهور، لذلك يُوصى باستخدام مفردات قوية ومؤثرة تعمل على تحفيز الوعي الجماعي وتعزيز الشعور بالمسؤولية. يجب أن يكون الخطاب واضحًا ودقيقًا، ويُفضل أن يتضمن رسائل مؤثرة تحفز الأفراد على المشاركة في الجهود الوطنية.
 4. **زيادة التركيز على الشفافية والتوضيح**: أظهرت الدراسة أن الجمهور يميل إلى استجابة إيجابية للخطابات التي تركز على الشفافية والتوضيح فيما يتعلق بالخطط والسياسات الحكومية. من الضروري أن يتم توضيح الإجراءات المتخذة للتعامل مع الأزمات بشكل مفصل، مع تجنب الغموض والالتباس، مما يعزز من مصداقية الخطاب.
 5. **تحليل استجابات الجمهور وقياس تأثير الخطاب**: يُوصى بأن يتم تحليل ردود فعل الجمهور بشكل دوري بعد أي خطاب سياسي، بحيث يتم قياس مدى تأثير الخطاب ومدى قبوله في المجتمع. يمكن استخدام أدوات استطلاع الرأي أو التحليل البياني عبر الإنترنت لمعرفة كيف تم استقبال الخطاب، مما يساعد في تحسين صياغة الخطابات المستقبلية.

Abstract**Discourse Analysis in Crises: The Speech of the Custodian of the Two Holy Mosques during the COVID-19 Crisis as a Model****By Mohamed Mansour Mohamed**

This research aims to study the rhetoric of media discourse and its role in crisis management by analyzing the speech of the Custodian of the Two Holy Mosques, King Salman bin Abdulaziz, during the COVID-19 crisis as a model. The study focuses on exploring the main elements included in the speech, the mechanisms used in its presentation, and the rhetorical implications employed by the speech producer to achieve impact and persuasion.

The study adopts the discourse analysis approach based on Van Dijk's model and speech act theory. The findings reveal that media discourse has a significant ability to influence audiences and shape their opinions about crises. The royal speech in Saudi Arabia emerged as a distinguished model due to its use of simple and expressive language, effective persuasion tools, and cohesive structure that captured the public's attention.

The research confirms that media discourse is a key tool for addressing and clarifying crises to society, guiding individuals toward adherence to guidelines. It concludes that King Salman's speech during the COVID-19 crisis succeeded in directing the community, clarifying the severity of the crisis, and encouraging societal cooperation to confront it. Therefore, the research highlights the importance of studying media discourse language in achieving its objectives and enhancing its role as an influential tool in crisis management.

Keywords: Discourse Analysis – Crisis Management – Media Discourse Rhetoric.

الهوامش

(1) توين فان دايك، ترجمة: غيداء العالي، مراجعة وتقديم عماد عبداللطيف، المركز القومي للترجمة، القاهرة، طبعة أولى، 2014، ص 48.

(2) عبدالله بن عبدالمحسن العساف، الخطاب الرسمي السعودي لوسائل الإعلام العربية والعالمية: دراسة تطبيقية على السياسات الداخلية وقضايا العلاقات الخارجية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام بالقاهرة، جامعة الأزهر، ديسمبر 2023م، ص 1238.

(3) ربيع عبده أحمد رشوان، أحمد مجاور عبدالمفهم عبدالعليم، الآثار الإيجابية للخطاب الإعلامي في المجتمع السعودي أزمة فيروس كورونا (COVID_19) أنموذجاً، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، المجلد 8 – العدد 20، ديسمبر 2021م، ص 271.

(4) أديب خضور، الإعلام والأزمات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ط 1، الرياض، 1420هـ – 1999م، ص 7 – 8.

(5) السيد مبارك أبو زيد عبدالمنعم، تدولية الفعل الكلامي في قصيدة كورونا للشاعر عبدالعزيز الهمامي، مجلة العلوم الشرعية واللغة العربية، عدد خاص، المجلد 7، العدد 9، 1443هـ، ص 558 – 559.

(6) السيد مبارك أبو زيد عبدالمنعم، مرجع سابق، ص 561.

(7) هشام عبدالله الخليفة، نظرية الفعل الكلامي بين على اللغة الحديث والمباحث اللغوية في التراث العربي والإسلامي، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت – لبنان، 2007، ص 101 – 102.

- (8) زاهر بن حسين جبران، تحليل الخطاب الملكي في المملكة العربية السعودية: خطاب الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود في "رؤية 2030" نموذجاً، مجلة جامعة الطائف للعلوم الإنسانية، جامعة الطائف، مجلد 7، العدد 29، 2021م.
- (9) أسماء بنت عوض بن معيوض، استراتيجيات خطاب خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز إلى قمة مجموعة العشرين: مقارنة تداولية حاجية، مجلة كلية الآداب، جامعة الملك سعود، مجلد 34 - العدد 3، 2022.
- (10) تهاني سهل العتيبي، تحليل الخطاب الصحفي: مقارنة التحليل النقدي للخطاب في الصحف السعودية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المركز القومي للبحوث غزة، المجلد 3 - العدد 9، 2019م.
- (11) محمد بهجي محمد محمود الشاعر، الاستمالات المستخدمة في مواجهة المشاكل الناتجة عن تعويم الجنية في البرامج الحوارية عبر الفضائيات المصرية الخاصة "دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2021م.
- (12) علي بن حمد بن علي الريامي، تحليل الخطاب المفهوم والمنهج، مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالزقازيق، المجلد 9، العدد 2، 2019، ص 1409.
- (13) ليلي غضبان، النص الأدبي وتحليل الخطاب، كلية الآداب واللغات والفنون، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية،
- (14) هبة عبد المعز أحمد، تحليل الخطاب، منتدى معمري للعلوم، الفئة الأولى - المنتدى الأول، منشور بتاريخ: 2009/03/03. تم الإطلاع بتاريخ: 2024/4/30. متاح على الرابط التالي: <https://maamri-ilm2010.yoo7.com/t1473-topic>
- (15) صفاء جبارة، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، دار أسامة، الأردن، 2008م، ص 449.
- (16) أميرة محمد محمد سيد أحمد، مرجع سابق، 4.353.
- (17) لي بن حمد بن علي الريامي، مرجع سابق.
- (18) فرحان بدري الحربي: الأسلوبية في النقد العربي الحديث (دراسة في تحليل الخطاب)، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع - بيروت، لبنان، ط1، 2003، ص 39.
- (19) الأزهر الزناد، نسيج النص، المركز الثقافي العربي، بيروت والدار البيضاء، ط1، 1993م، ص 176.
- (20) إيمان إسماعيل علي الذواودي، مستويات الخطاب دراسة نحوية تطبيقية في الصحيح من الأحاديث القدسية، رسالة دكتوراة، كلية دار العلوم، جامعة القاهرة، 1438هـ - 2017م، ص 132 - 133.
- (21) أوفى مزيد عبد العزيز، تحليل النص القرآني، الجامعة المستنصرية، ص، 1. متاح على الرابط: https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/9/9_2017_09_26!01_22_36_PM.pdf
- (22) أميرة محمد محمد سيد أحمد، تحليل الخطاب الإعلامي: مدخل نظري، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، مجلد 8 - العدد 3، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019، ص 339.
- (23) ربيع عبده أحمد رشوان، أحمد مجاور عبد الفهيم عبد العليم، مرجع سابق، ص 273.
- (24) هند بنت حامد بن وصل الحازمي، تحليل الخطاب، الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، مجلة القراءة والمعرفة، الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، جامعة عين شمس، 2016، ص 2.
- (25) بن ويس فاطمة، التحليل البنيوي للخطاب الروائي في النقد المغاربي (أصوله النظرية ومقولاته الإجرائية)، رسالة دكتوراة منشورة، كلية الآداب واللغات والفنون، جامعة جيلالي ليابس/سيدي بلعباس، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 2016 - 2017، ص 11 - 12.

- (26) فاتح علاق، التحليل السيميائي للخطاب الشعري في النقد العربي المعاصر (مستوياته وإجراءاته)، مجلة جامعة دمشق، المجلد 25 - العدد الأول + الثاني، 2009، ص 151.
- (27) علي بن حمد بن علي الريامي، تحليل الخطاب المفهوم والمنهج، مرجع سابق، ص 1419.
- (28) حماده النهدي، الخطاب المصري في مواجهة ظاهرة الإرهاب: تحليل سوسيولوجي للخطاب الثقافي والسياسي والأمني في الفترة من 1665م حتى 2005م، مكتبة النجاح، القاهرة، 2008م، ص 41 - 42.
- (29) راسم الجمال، خيرت عياد، التسويق السياسي والإعلام: الإصلاح السياسي في مصر، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005م، ص 138.
- (30) ماجدة خلف الله، اللغة أداة فكر واتصال، مجلة جامعة أم درمان الإسلامية، معهد البحوث والدراسات الإستراتيجية، العدد 25، يوليو 2014، ص 143 - 144.
- (31) نوارى أبو زيد، المنهج التداولي في مقاربة الخطاب: المفهوم والمبادئ والحدود، مجلة فصول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد 77، 2010م، ص 125.
- (32) محمد الجابري، تكوين العقل العربي، بيروت: مركز الدراسات الوحدة العربية، 1988م، ص 81.
- (33) ديان مكدونيل، ترجمة إسماعيل، عز الدين، مقدمة في نظريات الخطاب، مصر: المكتبة الأكاديمية، 2001م، ص 32.
- (34) محمود خليل، تكنولوجيا برامج التحليل العلمي ببحوث الإعلام، دار العربي للنشر والتوزيع، 1998م، ص 193.
- (35) محمد بن أحمد بن عبدالرحمن الخضير، بلاغة الخطاب الإعلامي: مقاربة في تحليل سلطة الخطاب، مجلة كلية دار العلوم، جامعة القاهرة، العدد 138، يناير 2022، ص 397.
- (36) علي القرني، الخطاب الإعلامي العربي، جامعة القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الأول، يناير - مارس 1997م، ص 32.
- (37) أميرة محمد سيد أحمد، مرجع سابق، ص 343.
- (38) مجدي الداغر، الصحافة العربية وقضايا الأقليات والجاليات الإسلامية في العالم: مدخل الخطاب الإعلامي العربي، الجزء الثالث، المكتبة العصرية، المنصورة، 2009م، ص 12 - 13.
- (39) محمد بن أحمد بن عبدالرحمن الخضير، مرجع سابق، ص 398 - 399.
- (40) علي القرني، مرجع سابق، ص 139.
- (41) نوارى أبو زيد، مرجع سابق، ص 121.
- (42) حماده النهدي، مرجع سابق، ص 42.
- (43) حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، الدر المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، الطبعة الأولى، ص 64 - 65.
- (44) أديب خضور، الإعلام والأزمات، ط1، دار الأيام، الجزائر، 1999م، ص 53.
- (45) المرجع السابق، ص 54 - 55.
- (46) على عوجة، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمة، عالم الكتب، القاهرة، 2005، ص 210 - 211.
- (47) عرين عمر الزعبي، تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية - دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2020، ص 516.
- (48) المرجع السابق.

- (49) عزة جلال حسين، الآثار النفسية لوسائل الإعلام الجديد على المراهقين في المملكة العربية السعودية "دراسة ميدانية"، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، مصر، المجلد 12 - العدد 2، يونيو 2014 ص 282.
- (50) صباح شاكر، فردية عمروش، دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة والوعي الصحي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة بSKرة، الجزائر، المجلد 9 - العدد 4، ص 697 - 671.
- (51) نادية عباس سعد الدين، الإعلام العربي في ظل متطلبات مواجهة وباء كورونا، شؤون عربية، 2020، ص 151 - 159.

قائمة المراجع والمصادر:

أولاً: الكتب

- (1) الأزهر الزناد، نسيح النص، المركز الثقافي العربي، بيروت والدار البيضاء، ط1، 1993م.
- (2) أديب خضور، الإعلام والأزمات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ط 1، الرياض، 1420هـ - 1999م.
- (3) توين فان دايك، ترجمة: غيداء العالي، مراجعة وتقديم عماد عبداللطيف، المركز القومي للترجمة، القاهرة، طبعة أولى، 2014.
- (4) حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، الدر المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2009،
- (5) حماده النهدي، الخطاب المصري في مواجهة ظاهرة الإرهاب: تحليل سوسيولوجي للخطاب الثقافي والسياسي والأمني في الفترة من 1665م حتى 2005م، مكتبة النجاح، القاهرة، 2008م.
- (6) ديان مكدونيل، ترجمة إسماعيل، عز الدين، مقدمة في نظريات الخطاب، مصر: المكتبة الأكاديمية، 2001م.
- (7) راسم الجمال، خيرت عياد، التسوييق السياسي والإعلام: الإصلاح السياسي في مصر، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005م.
- (8) صفاء جبارة، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، دار أسامة، الأردن، 2008م.
- (9) على عوجة، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمة، عالم الكتب، القاهرة، 2005.
- (10) فرحان بدري الحربي: الأسلوبية في النقد العربي الحديث (دراسة في تحليل الخطاب) ، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع - بيروت، لبنان، ط1، 2003.
- (11) مجدي الداغر، الصحافة العربية وقضايا الأقليات والجاليات الإسلامية في العالم: مدخل الخطاب الإعلامي العربي، الجزء الثالث، المكتبة العصرية، المنصورة، 2009م.
- (12) محمد الجابري، تكوين العقل العربي، بيروت: مركز الدراسات الوحدة العربية، 1988م.
- (13) محمود خليل، تكنولوجيا برامج التحليل العلمي ببحوث الإعلام، دار العربي للنشر والتوزيع، 1998م.
- (14) نادية عباس سعد الدين، الإعلام العربي في ظل متطلبات مواجهة وباء كورونا، شؤون عربية، 2020.
- (15) نوارى أبو زيد، المنهج التداولي في مقاربة الخطاب: المفهوم والمبادئ والحدود، مجلة فصول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد 77، 2010م.
- (16) هشام عبدالله الخليفة، نظرية الفعل الكلامي بين على اللغة الحديث والمباحث اللغوية في التراث العربي والإسلامي، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت - لبنان، 2007.
- (17) هند بنت حامد بم وصل الحازمي، تحليل الخطاب، الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، مجلة القراءة والمعرفة، الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، جامعة عين شمس، 2016.

ثانياً: الرسائل العلمية:

رسائل الدكتوراة:

- (18) إيمان إسماعيل علي الذواذي، مستويات الخطاب دراسة نحوية تطبيقية في الصحيح من الأحاديث القدسية، رسالة دكتوراة، كلية دار العلوم، جامعة القاهرة، 1438هـ - 2017م.

19) بن ويس فاطمة، التحليل البنيوي للخطاب الروائي في النقد المغربي (أصوله النظرية ومقولاته الإجرائية)، رسالة دكتوراة منشورة، كلية الآداب واللغات والفنون، جامعة جيلالي ليايس/سيدي بلعباس، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 2016 – 2017.

رسائل الماجستير:

20) محمد بهجي محمد محمود الشاعر، الاستمالات المستخدمة في مواجهة المشاكل الناتجة عن تعويم الجنية في البرامج الحوارية عبر الفضائيات المصرية الخاصة "دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2021م.

رابعاً: الأبحاث العلمية المنشورة:

21) السيد مبارك أبو زيد عبدالمنعم، تداولية الفعل الكلامي في قصيدة كورونا للشاعر عبدالعزيز الهمامي، مجلة العلوم الشرعية واللغة العربية، عدد خاص، المجلد 7، العدد 9، 1443هـ.

22) أسماء بنت عوض بن معيوض، استراتيجيات خطاب خادَم الحرمين الشريفين الملك سليمان بن عبد العزيز إلى قمة مجموعة العشرين: مقارنة تداولية حجاجية، مجلة كلية الآداب، جامعة الملك سعود، مجلد 34 – العدد 3، 2022.

23) أميرة محمد محمد سيد أحمد، تحليل الخطاب الإعلامي: مدخل نظري، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 8 – العدد 3، 2019.

24) تهاني سهل العتيبي، تحليل الخطاب الصحفي: مقارنة التحليل النقدي للخطاب في الصحف السعودية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المركز القومي للبحوث غزة، المجلد 3 – العدد 9، 2019م.

25) حمزة عثمان عمر، إدارة الأزمات إعلامياً، المجلة السودانية لدراسات الرأي العام، مركز الرؤية لدراسات الرأي العام، العدد 3، يناير 2013.

26) ربيع عبده أحمد رشوان، أحمد مجاور عبدالمنعم، الآثار الإيجابية للخطاب الإعلامي في المجتمع السعودي أزمة فيروس كورونا (COVID_19) أنموذجاً، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، المجلد 8 – العدد 20، ديسمبر 2021م.

27) زاهر بن حسين جبران، تحليل الخطاب الملكي في المملكة العربية السعودية: خطاب الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود في "رؤية 2030" أنموذجاً، مجلة جامعة الطائف للعلوم الإنسانية، جامعة الطائف، مجلد 7، العدد 29، 2021م.

28) صباح شاكر، فردية عمروش، دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة والوعي الصحي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة بسكرة، الجزائر، المجلد 9 – العدد 4، 2009.

29) عرين عمر الزعبي، تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية – دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2020.

30) عبدالله بن عبدالمحسن العساف، الخطاب الرسمي السعودي لوسائل الإعلام العربية والعالمية: دراسة تطبيقية على السياسات الداخلية وقضايا العلاقات الخارجية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام بالقاهرة، جامعة الأزهر، ديسمبر 2023م.

31) عزة جلال حسين، الآثار النفسية لوسائل الإعلام الجديد على المراهقين في المملكة العربية السعودية "دراسة ميدانية"، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، مصر، المجلد 12 – العدد 2، يونيو 2014.

32) علي القرني، الخطاب الإعلامي العربي، جامعة القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الأول، يناير – مارس 1997م.

33) علي بن حمد بن علي الريامي، تحليل الخطاب المفهوم والمنهج، مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالزقازيق، المجلد 9، العدد 2، 2019.

34) فاتح علاق، التحليل السيميائي للخطاب الشعري في النقد العربي المعاصر (مستوياته وإجراءاته)، مجلة جامعة دمشق، المجلد 25 – العدد الأول + الثاني، 2009.

35) ليلى غضبان، النص الأدبي وتحليل الخطاب، كلية الآداب واللغات والفنون، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 2022 – 2023.

- (36) ماجدة خلف الله، اللغة أداة فكر واتصال، مجلة جامعة أم درمان الإسلامية، معهد البحوث والدراسات الإستراتيجية، العدد 25، يوليو 2014.
- (37) محمد بن أحمد بن عبدالرحمن الخضير، بلاغة الخطاب الإعلامي: مقارنة في تحليل سلطة الخطاب، مجلة كلية دار العلوم، جامعة القاهرة، العدد 138، يناير 2022.
- ثالثاً: المواقع الإلكترونية:
- (38) أوفى مزيد عبد العزيز، تحليل النص القرآني، الجامعة المستنصرية، ص، 1. متاح على الرابط: <https://m-r.pw/jlWQ>
- (39) تعريف ومعنى الأزمة في معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي. متاح على الرابط: <https://m-r.pw/UMjx>
- (40) معهد الإدارة العامة، إدارة الأزمات، متاح على الرابط التالي: https://www.bipa.gov.bh/crisis_management
- (41) هبة عبد المعز أحمد، تحليل الخطاب، منتدى معمري للعلوم، الفئة الأولى - المنتدى الأول، منشور بتاريخ: 03/03/2009. تم الإطلاع بتاريخ: 2024/4/30. متاح على الرابط التالي: <https://maamri-ilm2010.yoo7.com/t1473-topic>