

تجليات الشعبوية في الخطاب الإعلامي الجزائري - دراسة نقدية تحليلية لنماذج مختارة - على ضوء مقاربة نرمان فيركليف

مذكرة مكملّة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

في علوم الاعلام والاتصال تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

* د. بوذن محمد الامين

إعداد الطلبة:

* بوبكر مقدود

* مراد بابا عربي

من

لجنة المناقشة

المؤسسة الأصلية	الصفة	الأستاذ
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	رئيساً	د. زياد اسماعيل
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مشرفاً ومقرراً	د. بوذن محمد الامين
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مناقشاً	د. بن بوزيان عبد الرحيم

II

شكر وعرفان

نشكر الله عز وجل أولاً ونحمده حمداً كثيراً على توفيقه وامتنانه

لإتمام هذا العمل المتواضع.

كما يشرفنا أن نتقدم بالشكر الجزيل والثناء الخالص والاحترام

الكامل، إلى الأستاذ المشرف:

"د. بوذن محمد الأمين"

الذي أطرنا ووجهنا طيلة مدة البحث، وبكل تواضع دون كلل أو ملل...

كما نتقدم بخالص الشكر والتقدير لكل اساتذتنا في قسم الاعلام

والاتصال الذين زرعوا فينا الغيرة على هذا التخصص، ورسموها في

خلجاتنا بأبها صورة.

كم لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر الجزيل الى أعضاء لجنة المناقشة على

منحنا فرصة مناقشة هذا البحث وبيان، نواقصه والارشاد الى اكماله،

واثرائه بالملاحظات والتوجيهات.

ملخص:

تعالج هذه الدراسة وتبحث في تجليات الشعبوية في الخطاب الإعلامي الجزائري انطلاقاً من تطبيق دراسة نقدية تحليلية لنماذج مختارة، وتهدف هذه الدراسة إلى توفير مفهوم ظاهرة الشعبوية وكذا استكشاف المضامين والدلالات الإعلامية، كما تقف على الأسس والمعاني التي يقوم عليها، كما تقوم على تحسين فهم إشكالية الخطاب الإعلامي الشعبي.

وتكمن أهمية الدراسة في أنها أحد أهم المواضيع التي لم تم تحظى بالاهتمام كبير للباحثين الإعلاميين، وكونها محوراً هاماً في التحولات الإعلامية والاجتماعية للبلاد، كما انها تقدم أدوات تحليلية لفهم آليات التأثير الخطابي. وفهم تفاعل الجمهور مع الخطاب الإعلامي.

وتكمن في اثرء الأدبيات المتعلقة بالخطاب الإعلامي في السياق الجزائري، كما تتيح هذه الدراسة فهما لآليات الخطاب المستخدمة في الاعلام لغرض تأطير قضايا المجتمع.

كما تساعد على فهم كيف يؤثر الخطاب الإعلامي الشعبي في الجمهور، وتوفر نتائج هذه الدراسة أرضية معرفية يمكن الاستفادة منها مستقبلاً من طرف الصحفيين المشتغلين في مجال الإعلام.

وقد توصلت هذه الدراسة على ان الخطاب الإعلامي الجزائري يتسم بالتوظيف المكثف للغة الشعبية، وأن مظاهرها تبرز خلال الأزمات ا، وأن أغلب هذه الخطابات تقدم مضامين مبسطة مثيرة للعواطف.

الكلمات المفتاحية: التجليات -الشعبوية - الخطاب الإعلامي.

Abstract:

This study addresses and examines the manifestations of populism in Algerian media discourse, based on a critical and analytical study of selected models. It aims to provide a conceptual understanding of the phenomenon of populism, explore its media content and connotations, and examine the foundations and meanings upon which it is based. It also aims to improve understanding of the problematic nature of populist media discourse.

The importance of the study lies in its being one of the most important topics that has not received much attention from media researchers. It is also a significant focus of the country's media and social transformations. It also provides analytical tools for understanding the mechanisms of rhetorical influence and the interactions of public opinion with media discourse.

It also enriches the literature on media discourse in the Algerian context. This study also provides an understanding of the discourse mechanisms used in the media to frame societal issues.

It also helps understand how populist media discourse influences and directs public opinion. The results of this study provide a foundation of knowledge that can be utilized in the future by journalists working in the media field. This study concluded that Algerian media discourse is characterized by the extensive use of populist language, that its manifestations appear during economic, social, and political crises, and that most of these discourses present simplistic, emotionally charged content.

Keywords: Manifestations - Populism - Media discourse.

فهرس المحتويات

أ.....	شكر وعرفان
	ملخص
	فهرس المحتويات
ب.....	مقدمة

الفصل الأول: الاشكالية واعتباراتها

2.....	1. الإشكالية:
3.....	2. التساؤلات الفرعية:
3.....	3. أهمية الدراسة:
4.....	4. أهداف الدراسة:
5.....	5. أسباب اختيار الموضوع:
5.....	6. مفاهيم الدراسة:
8.....	7. الدراسات السابقة:
10.....	8. التعقيب على الدراسات السابقة:
11.....	9. المقاربة النظرية للدراسة (مقاربة نرمان فيركليف):
14.....	10. منهج وأداة الدراسة:
15.....	11. مجتمع وعينة الدراسة:

الفصل الثاني: البناء النظري للدراسة

18.....	تمهيد:
19.....	1. مفهوم التجليات لغة واصطلاحا:
20.....	2. مفهوم الشعبوية:
23.....	3. مفهوم الخطاب:
25.....	4. أنواع الخطاب:
27.....	5. الخطاب الإعلامي الشعبي:
27.....	6. الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام الجزائرية:

28.....	7. علاقة الشعبوية بالخطاب الإعلامي:
29.....	خلاصة الفصل:
الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة	
31.....	تمهيد:
32.....	1. عرض وتحليل النتائج:
55.....	2. مناقشة النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة:
60.....	3. الاستنتاجات العامة للدراسة:
64.....	خلاصة الفصل:
66.....	الخاتمة
69.....	قائمة المصادر والمراجع

مقدمة

مقدمة

لطالما ارتبطت ظاهرة الشعبوية بالمنظومة الخطابية في توجيه اللغة والنص، إلا أنها ما لبثت أن تخطت حيز الخطابات التي نشأت فيها، لتبرز أكثر في الخطابات الإعلامية التي باتت الإطار الاجتماعي العام الذي تسرد في خضمه القضايا والأحداث التي تهم الجمهور والمجتمع بشكل عام في المجالات المختلفة، حيث أصبحت وسائل الإعلام، العمومية منها والخاصة، توظف مفردات وأساليب لغوية تتقاطع مع منطق الخطاب الشعبي، في عدة زوايا، وذلك بالتركيز على قضايا متعددة ومتنوعة.

وتختلف الخطابات الإعلامية باختلاف أهدافها ومضامينها وأساليبها، فهناك الخطاب الإخباري، والتحليلي، والإعلاني، والترفيهي، والصحفي، والحواري، والسردى، والنقدي، والتأملي، والاجتماعي.... الخ، أما من حيث الأسلوب، فيعتمد الخطاب الإعلامي على لغة واضحة، وصور، ونغمة مناسبة، وسرد مدعوم بالحقائق والأدلة.

وانتشر هذا الخطاب في العديد من دول العالم خلال ثلاثينيات القرن العشرين، خاصة في أمريكا اللاتينية، ثم ظهر في العالم العربي منذ أواخر الأربعينيات، وبلغ ذروته في مصر، وفي العصر الحديث، تطوّر الإعلام الشعبي ليشمل نماذج متعددة في الشرق الأوسط والدول الغربية، كما برز بوضوح خصوصاً في تونس، وبعض الدول العربية الأخرى خاصة شمال إفريقيا.

أما في الجزائر فظهر الخطاب الإعلامي الشعبي خلال السنوات الأخيرة، نظراً للتحوّلات الملحوظة على مستوى المضامين والأساليب، خاصة في سياق الأزمات الاجتماعية التي عرفت بها البلاد، وما يعكس هذا النوع تفاعل الإعلام مع القضايا الراهنة من خلال تبسيط الطروحات، وتحفيز العواطف، الأمر الذي أثار العديد من الإشكالات حول دور الإعلام في هذه القضايا

وتوجيه آراء الجماهير في الجزائر، ولقد تجذّر الخطاب الشعبي في الجزائر حديثاً.

حيث يُجمع عدد من الباحثين على أنّ الشعبوية الجزائرية تأسست على فكرة "الشعب الواحد" خصوصاً في قضايا المجتمع وهو ما جعل الخطاب الشعبوي يهيمن على الحياة الاجتماعية، ويحتكر الحديث باسم الشعب.

وعلى الصعيد الإعلامي، استُخدم هذا الخطاب كأداة لتوسيع الانتشار والتأثير، حيث تبنت وسائل الإعلام خطاباً عاطفياً وتبسيطياً بهدف كسب جمهور أكبر. كما أنّ الطابع الشعبوي ظهر بوضوح في المضامين الإعلامية، حيث تؤثر الشعبوية في أداء الإعلام وحرية الصحافة.

وشهدت الجزائر في السنوات الأخيرة فوضى إعلامية كبيرة، نتيجة تعدد المصادر وظهور صحافة المواطن، ما ساهم في انتشار الخطاب الشعبوي عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، في ظل غياب الموضوعية والمهنية، خاصة في القنوات الفضائية، سواء العامة أو الخاصة. كما تجلّت الشعبوية الإعلامية بشكل كثيراً، ولعبت وسائل التواصل الاجتماعي دوراً محورياً في هذا الأمر واخذت تتجاوز الإعلام الرسمي، مما دفع المواطنين للجوء إلى هذه الوسائط لمتابعة الأخبار والوقائع والاحداث والتفاعل معها. وأدى ذلك إلى ازدهار صحافة المواطن، وانتشار خطاب شعبوي يخاطب الجماهير مباشرة ويُعبّر عن المخاطبين،

كلّ هذه التطورات جعلت من الخطاب الشعبوي في الإعلام الجزائري ظاهرة تستدعي الدراسة والبحث الأكاديمي لفهم أسبابها، وتداعياتها، وحدود تأثيرها في المشهد الإعلامي الجزائري.

من هذا المنطلق، نسعى في هذه الدراسة إلى تحليل تجليات الخطاب الشعبوي في الإعلام الجزائري، من خلال رصد أبرز ملامحه اللغوية والأسلوبية، وتحديد السياقات التي يظهر فيها، وكذا استكشاف آليات توظيفه واستعمالاته في تغطية مختلف القضايا التي تهم المجتمع. كما تهدف إلى الكشف عن الأبعاد الرمزية والاستراتيجية لهذا الخطاب، وحدوده بين التعبير عن نبض الشارع واجندات وسائل الاعلام المختلفة.

وانطلاقا مما سبق فقد تمحورت دراستنا حول تجليات الشعبوية في الخطاب الاعلامي الجزائري من خلال اعتماد التحليل النقدي وتطبيقه على عينة من جملة خطابات اعلامية شعبية برزت في مختلف وسائل الاعلام الجزائرية ، عايناها قصدا لأنها تعتبر ملفات هامة شغلت المجتمع الجزائري في الآونة الاخيرة وكذا احتوائها على تمظهرات الشعبوية.

ولأن أي عمل بحثي لا يخلو من مواجهة بعض الصعوبات تمثلت في:

ندرة الدراسات حول موضوع الخطاب خاصة في تخصص الاعلام والاتصال.

- قلة الدراسات حول موضوع الشعبوية في الوطن العربي.

- صعوبة تطبيق تحليل الخطاب خاصة في السياق الاعلامي دون تدريب عملي كاف.

ولقد قسمنا دراستنا الى ثلاث فصول على النحو التالي:

الفصل الأول : تقديم الدراسة وصياغة مشكلة الدراسة وصياغة التساؤلات الفرعية حول الدراسة وأسباب اختيار الموضوع وأهمية الموضوع وأهدافه اضافة إلى تحديد المفاهيم واستعراض الدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني فخصصناه للاطار النظري للدراسة حيث تطرقنا فيه إلى مفهوم التجليات ومفهوم الشعبوية وبعض أنواعها التي تخدم الدراسة، وكذا مفهوم الخطاب وأنواعه والتطرق إلى علاقة الشعبوية بالخطاب الاعلامي وكذا التحليل النقدي للخطاب وكذا عرض مقارنة نورمان فيركليف التي اسقطناها على تحليل هذه الخطابات

أما الفصل الثالث الدراسة تمثل في الجانب التطبيقي حيث قمنا فيه بتحليل نقدي لنماذج خطابات اعلامية تجسدت فيها الشعبوية.

وفي نهاية الدراسة قمنا بوضع الخاتمة والتوصيات وقائمة المصادر والمراجع .

الفصل الأول:

اشكالية الدراسة واعتباراتها

1. الإشكالية:

يتفق العديد من الباحثين في مختلف الحقول الأكاديمية على أن الخطاب الإعلامي الجزائري قد أصبح في الآونة الأخيرة موسوماً بطابع شعبي متنامٍ، تجلّى بشكل واضح في طريقة تناوله لمختلف القضايا والأحداث المجتمعية، بغض النظر عن طبيعتها أو خلفياتها. وتبرز هذه الشعبية في الإفراط في التأطير والتوظيف الكثيف لأساليب لغوية عاطفية تستثير الغرائز والانفعالات، بدلاً من مخاطبة العقل بالحجة والمنطق، أو تفعيل الفضاء العمومي القائم على العقل النقدي والممارسة الاتصالية الصحيحة.

ويأتي هذا التوجه في سياق التغيرات المتسارعة التي يشهدها المشهد الإعلامي الجزائري، من حيث اشتداد المنافسة، وتعاقد المنصات الرقمية، وانخراط وسائل الإعلام في آراء الجمهور وتوجيهها، بدل الاكتفاء بنقل الأخبار وتحليلها. كما ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز هذا المنحى، عبر خلق فضاءات جديدة لإنتاج وتداول الخطاب، وهو ما أثار تساؤلات عميقة حول مدى احترام القيم المهنية والموضوعية، ودور الإعلام في تشكيل الوعي الجماهيري.

إنّ هذه التحولات تفرض ضرورة البحث في ظاهرة الشعبية داخل الخطاب الإعلامي الجزائري، من حيث السياقات التي تنتجها، والآليات اللغوية والتعبيرية التي تستند إليها، والدلالات التي تنطوي عليها، إضافةً إلى آثارها على الجمهور.

وهنا تبرز تساؤلات جوهرية حول صعود الشعبية في الخطاب الإعلامي وبروزها كسيلة للتقرب من الجمهور وتبسيط القضايا المعقدة، وبالتالي انزلاق الخطاب الإعلامي نحو أمور أخرى، كما تبرز العديد من التساؤلات بشأن الموضوعات الأكثر قابلية لاستدعاء الخطاب الشعبي وحدود تأثير هذا الخطاب في توجيه النقاشات العمومية وتأثيره على المواقف الجماهيرية.

من هذا المنطلق يبرز فضولنا البحثي وحاجتنا لإجراء هذه الدراسة، التي تسعى إلى تحليل الخطاب الإعلامي الشعبي في الجزائر من خلال التحليل النقدي للخطاب، تروم استقراء عيّنات إعلامية مختارة، وتحليل مضامينها وأدواتها الخطابية، بغية الوقوف على أبرز تجليات هذه الظاهرة واستقصاء آثارها على المشهد الإعلامي والوعي الجماعي، ومنه يمكن بلورة إشكالية هذه الدراسة في التساؤلات التالية:

أ. التساؤل الرئيسي:

ما هي تجليات الشعبوية في الخطاب الاعلامي الجزائري؟

2. التساؤلات الفرعية:

✓ ما هي الظروف والسياقات التي ينتعش فيها الخطاب الإعلامي الشعبوي في الجزائر؟

✓ ما هي الأساليب اللغة الشعبوية الموظفة في الخطاب الإعلامي الجزائري؟

✓ ما دلالات توظيف الشعبوية في الخطاب الإعلامي الجزائري؟

✓ ما هي الانعكاسات المتوقعة لتوظيف الشعبوية في الخطاب الإعلامي على المجتمع

وجمهور وسائل الاعلام؟

3. أهمية الدراسة:

إن أهمية هذه الدراسة نابعة من عدة اعتبارات علمية وعملية يمكن ذكرها على النحو

الآتي :

أ. الأهمية العلمية التحليلية:

تساهم هذه الدراسة في إطراء الأدبيات المتعلقة بتحليل الخطاب الإعلامي في السياق الجزائري عند تناول ظاهرة الشعبوية كونها ظاهرة اتصالية تتقاطع مع الإعلام والمجتمع، كما تتيح هذه الدراسة فهما عميقا لآليات الخطاب المستخدمة في الإعلام لغرض تأطير قضايا المجتمع، إضافة إلى إسهامها في الكشف عن أبعاد اللغة والأسلوب التي تبني الخطاب الإعلامي الشعبوي.

ب. الأهمية العملية (التطبيقية والمجتمعية):

حيث تساعد هذه الدراسة على فهم كيف يؤثر الخطاب الإعلامي الشعبي في قضايا وملفات المجتمع ونظرة الجمهور لها؛ الأمر الذي يفتح المجال لتعزيز التفكير النقدي لدى المتلقي، وكذا تحفيز الوعي الإعلامي لدى الجمهور، كما توفر نتائج هذه الدراسة ارضية معرفية يمكن الاستفادة منها مستقبلا من طرف الصحفيين والمشتغلين في مجال الاعلام ومن يهمه اصلاح مهنة الإعلام في الجزائر، وذلك بتسليط الضوء على النصوص الخطابية المضرة بجودة الممارسة الإعلامية.

4. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- ✓ تحديد السياقات الإعلامية التي ساهمت في ظهور الخطاب الشعبي داخل الإعلام الجزائري.
- ✓ البحث عن أبرز خصائص اللغة والأسلوب التي يستخدمها الخطاب الإعلامي الشعبي في الجزائر .
- ✓ تحليل ونقد اهم القضايا والملفات التي يُستدعى فيها هذا الخطاب، ودراسة العلاقة بين محتوى القضايا والأسلوب الشعبي المعتمد.
- ✓ الكشف عن الاسباب التي ادت الى الخطاب الاعلامي الشعبي.
- ✓ رصد آثار الخطاب الشعبي على الجمهور الجزائري وتوجيه النقاش العمومي.
- ✓ تقييم مدى توافق الخطاب الإعلامي الشعبي مع المعايير المهنية والموضوعية الإعلامية.

5. أسباب اختيار الموضوع:

-لقد تجمعت لدينا مجموعة من الأسباب الموضوعية والذاتية، أدت بنا إلى اختيار الخوض في مسألة، تجليات الشعبوية في الخطاب الإعلامي الجزائري.

أ. الأسباب الذاتية:

- انتشار الظاهرة الشعبوية في الخطاب الإعلامي الجزائري.
- الإلتزام بالتفاعل مع القضايا التي تهم الشأن الجزائري.
- تأثرنا بالخطابات الشعبوية الإعلامية التي عرفت الساحة الإعلامية ولاقت اهتماما كبيرا.
- رغبنا في دراسة الموضوع لجذته حيث ما يهمنا كل ما هو جديد في الحقل الإعلامي الجزائري.
- التأثير الشخصي بالخطاب الإعلامي الشعبوي وماله من تأثيرات على الشعب الجزائري.

ب. الأسباب الموضوعية:

- نقص الإهتمام بدراسة الخطاب الإعلامي الشعبوي على المستوى الوطني.
- محاولة المساهمة في تغطية النقص وإثراء النقاش المعرفي النظري.
- الإسهام في إثراء المكتبات الجامعية بهكذا مواضيع.
- تسليط الضوء على الخطابات الشعبوية في الخطاب الإعلامي الجزائري.

6. مفاهيم الدراسة:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم الخفية التي ينطلق منها الباحث لتحديد مسار بحثه وذلك من خلال عرض أهم المفاهيم التي ينطوي عليها مفهوم البحث.

1.6. الشعبوية:

أ. لغويا:

تشق الكلمة من "الشعب" وتعني لغة ما ينسب إلى الجماهير العامة أو عامة الناس، وتستخدم في الغالب للدلالة على ما هو قريب من طموحاتهم ومشاعرهم.

ب. اصطلاحا:

الشعبوية مفهوم إشكالي في العلوم المختلفة ، ويفهم عادة على أنها أسلوب في الخطاب، حيث يدعي القائم على الخطاب انه ينوب الآخرين.

ج. إجرائيا:

تفهم الشعبوية بوصفها أسلوبا خطابياً لتأطير المواقع حيث تقوم على: تبسيط القضايا والشؤون المتعلقة بالناس، كما تستخدم بلغة عاطفية مباشرة ووجدانية.

2.6. الخطاب:

الخطاب هو توجيه الكلام نحو الغير للإفهام، ثم نقل منه إلى ما يقع به التخاطب من الكلام لفظيا أو نفسيا ويستشف أيضا من الخطاب مفهوم "الخطابة والتي هي صناعة تفيد الإقناع للجمهور في الأشياء التي يزاولها الجمهور¹.

ويعرفه جميل صليبا بأنه: "القول مركبة من سلسلة من العمليات العقلية الجزئية أو تعبير عن الفكر بواسطة سلسلة من الألفاظ والقضايا التي ترتبط بعضها ببعض والقول مرادف للمقال والمقالة وفصل المقال فيما بين الحكمة... من الاتصال ، كما نجد الالسنين

¹ القاضي الفاضل عبد النبي فكري، موسوعة مصطلحات جامع العلوم، لبنان، مكتبة لبنان ص 250.

قد أعطوا عدة تصنيف حيث حددوا وعلى رأسهم 'دي سوسير' الأصناف في الخطاب واللغة واللسان والكلام".

فالخطاب هو مجموع : التحقيقات الشفهية والمكتوبة كالتالي يمكن أن تتمثل في كتاب أو جريدة أو إذاعة².

أما عبد الرحمن عزي فيعرفه بقوله " الخطاب ليس فقط تلفظ يجسد الصراع بل هو الجوهر الأساسي لصراع الإنسان³.

3.6. الخطاب الإعلامي:

إن مفهوم الخطاب الإعلامي يقترب من الخطاب الثقافي، ذلك لأن مفهوم المثقف يتسع ليشمل العلماء والمفكرين والكتاب والأطباء وغيرهم، وكذلك رجال الإعلام ويشترك رجل الإعلام الانفتاح ورجل الثقافة في النقاط التالية:

- الانفتاح والتفاعل مع المجتمع وكذلك تأكيد وإبراز مايدل على المجتمع كما ينمي المعرفة في المجتمع او مايصطلح عليه " التعليم المستمر " أو تطوير حقول المعرفة لتعميم الوعي ونشر الفائدة في صفوف المجتمع.

- الخطاب الإعلامي هو ضرورة الانتصار في حقل الأفكار والاتصال، فهو جملة المضامين الإخبارية التي تحملها الرسائل الإعلامية الموجهة إلى الجمهور في المستقبل.

وتكرس الخطاب الإعلامي في صورته الحالية بعد الثورة العلمية والتكنولوجية، فظهر المجتمع الجماهيري ونتج عن ذلك مفهوم (القرية الكونية) وما يميزه حالياً بأنه عالمي وهو خطاب استهلاكي، أي أنه موجه إلى جمهور مختلف الأذواق والرغبات.

وقد أدرك رجال الإعلام الأهمية القصوى للخطاب الإعلامي، لا سيما الصورة التلفزيونية لدى الجمهور وكشف الحقائق وتوجيه الإسماع والرؤى⁴.

² عاطف عدلي العبد، بحوث الاعلام والرأي العام، القاهرة، دار الفكر العربي، 2007، ص28-30.

³ نفس المرجع، ص38.

⁴ محمد بوغراة، حرب الصورة المزعجة، جريدة الشروق اليومي، العدد 748، الخميس 17 أفريل 2003.

7. الدراسات السابقة:

تمثل الدراسات السابقة والبحوث نقطة انطلاق للعديد من الدراسات والأبحاث التي تليها ، لذلك قمنا بجمع بعض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة سواء كانت هذه الدراسات قد تناولت المتغيرين معا أو كل متغير لوحده مع متغيرات أخرى ومن هذه الدراسات بعد ما يلي:

1.7. دراسة قندوز عبد القادر، مبطوش الحاج حول تأثير الخطاب الشعبي ... في الجزائر. دراسة نشرت في المجلة الجزائرية المجلد 08 المحدد 01 (2023) - ص 716/736.

تتمحور إشكالية الدراسة حول شيوع الخطاب الشعبي في الجزائر إذ أصبحت من الظواهر التي يرى فيها علماء من الممارسات ... والتي عرفت متغيرات فكرية في ذاتها كونه نابعة من صميمها وقد اعتمدت هذه الدراسة على عدة فرضيات أهمها:

الاعتماد على الخطاب الشعبي

هناك دلالة ارتباطية بين استخدام الخطاب الشعبي وتقلص دورها .

وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال إبراز ظاهرة الخطاب الشعبي

..

2.7. دراسة بن جدة فريدة، رزيق نفيسة، الخطاب الشعبي ودوره .. في الجزائر، دراسة نشرت في مجلة الناقد ، المجلد 03/ العدد 2، 2021، ص 194-218.

وانطلقت من ما هي الآليات الكامنة وراء هذه الخطابات وفي سياقاتها المختلفة في الجزائر .

وقد افترضت الدراسة بأن الخطاب الشعبي المستخدم .. كان له دور كبير ، حيث أصبح يظهر بشكل كبير.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لأن الدراسة تركز على وصف الخطاب الشعبي وتحليل آلياته ففي وكذا كيفية توظيف الخطاب الشعبي ..

3.7. دراسة الشعبوية في الإعلام المصري .

اعتمدت هذه الدراسة على منهج تحليل الخطاب لرصد الشعبوية في التغطية الإعلامية، حيث كشفت عن استخدام متكرر للخطاب العاطفي، واستعمال الرموز . ركزت هذه الدراسة على السياقات التي ظهر فيها الخطاب الشعبي.

أوجه التشابه:

- اعتمدت هذه الدراسة العينة القصدية كما اعتمدناها نحن أيضا.
- استخدمت تحليل الخطاب الإعلامي كأداة لفهم المضامين الحقيقية.
- التركيز على الشعبوية كموضوع محوري او كظاهرة بارزة في المشهد الإعلامي وتبحث عن تمظهراتها الخطابية وأساليب التعبير عنها.
- اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التحليلي النقدي في تفكيك بنية الخطاب وتحليل الرسائل الضمنية والرموز والتقنيات اللغوية.

أوجه الاختلاف:

تختلف هاته الدراسة في كون هذه الدراسة ركزت على قضايا معينة بينما دراستنا ركزت على قضايا مختلفة وذلك لإعطاء التحليل بعد شامل للخطاب الشعبي في الإعلام الجزائري.

هذه الدراسة ركزت على تحليل مضامين الصحافة المكتوبة بينما دراستنا ركزت على التلفزيون، الصحف، والمنصات الإلكترونية.

8. التعقيب على الدراسات السابقة:

1.8. أوجه التشابه:

تشابهت الدراسات السابقة مع دراستنا في كونها تطرقت إلى الخطاب الإعلامي الشعبي وفق سياقات متعددة كما تشابهت أيضا في اجراءاتها المنهجية والتطبيقية وفي بعض وكذا التساؤلات التي تطرقت إليها، ولاسيما السياق واللغة، وهذا راجع لاستنادها لذات المقاربات النظرية، والرؤى النقدية والتحليلية.

2.8. أوجه الاختلاف:

تختلف الدراسات السابقة عن دراستنا من خلال في إضافة مناهج أخرى في تناول الموضوع حتى يكون أكثر وضوحاً وهو المنهج التاريخي كما اعتمدت على المنهج التحليلي النقدي.

3.8 حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

تعددت أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة، فقد ساعدتنا هذه الأخيرة في معرفة أين توقف الآخرون في دراستهم للموضوع، وبالتالي تحديد الثغرة المعرفية والتموقع الاستيمولوجي لدراستنا، كما أن مراجعة هذه الدراسات قد ساعدتنا في بناء تصور أولي عام حول ماهية تحليل الخطاب وإشكالية الموضوع وأهداف الدراسة، والأساليب والاجراءات المنهجية المناسبة للوصول لنتائج علمية صارمة، والنقاط التي يمكن الانطلاق منها لمعالجة الموضوع، كما أفادتنا في اختيار المقاربة النظرية المناسبة لتأطير الموضوع والتي يمكن الاستناد إليها كمرجعية فكرية للقيام بعملية التحليل النقدي للخطاب، وصياغة تساؤلات الدراسة وفق مبادئ ومفاهيم المقاربة، وبالتالي اختيار الأداة العلمية المناسبة لجمع البيانات.

9. المقاربة النظرية للدراسة:

1.9. التعريف بمقاربة نورمان فيركليف:

لأن دراستنا تتدرج ضمن دراسات التحليل النقدي للخطاب فقد وجدنا أن مقاربة نورمان فيركليف "Norman Fairclough" (1941-2023) في التحليل النقدي للخطاب (Critical Discourse Analysis)⁵، وهي من أكثر المقاربات تأثيرا وشيوعا في تحليل العلاقة بين اللغة والمجتمع ، ويعتبر فيركليف أحد أبرز المنظرين في مجال التحليل النقدي للخطاب، والذي يرى أن اللغة ليست أداة محايدة، ... ولهذا وجب تحليلها تحليلًا نقديًا.

ويتعبر فيركليف التحليل النقدي للخطاب منهجا يدرس اللغة بوصفها ممارسة اجتماعية، أي أنها تتشكل في المجتمع تتأثر به وتؤثر فيه، وخصوصا من عدة اعتبارات.

وقد استطاع فيركليف في هذه المقاربة، كشف كيفية استخدام اللغة في الخطاب، وقدم رؤية علمية لطرق تحليل الخطابات لفهم كيف يتم تشكيل الأفكار الاجتماعية والثقافية من خلالها.

2.9. فيركليف والنموذج الثلاثي (Three-Dimensional Model)

يعتقد فيركليف أن تحليل أي خطاب يتم عبر ثلاث مستويات مترابطة وهي:

أ. التحليل النصي (Text Analysis)

ويكون التركيز في التحليل النصي على البنية اللغوية للنص: المفردات، القواعد، التماسك، البنية النحوية، التراكيب، الأفعال، الضمائر... إلخ، وهنا يتساءل الناقد: كيف تم بناء النص؟ ما المفردات المختارة؟ ما الصيغة الزمنية؟ ما التراكيب المستخدمة؟ هل هناك سلبية/إيجابية في التعبير؟

⁵. نورمان فيركلف، الخطاب والتغيير الاجتماعي، ترجمة: محمد عناني، 2015، ط1، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ص13.

ب. التحليل الخطابى (Discursive Practice)

ويتم التساؤل هنا عن كيفية إنتاج الخطاب؟ من أنتجه؟ لمن وُجّه؟ كيف استُقبل؟ يتضمن هذا المستوى التناص (Intertextuality) أي كيف يتداخل الخطاب مع خطابات أخرى. كما تتم مساءلة مصادر هذا الخطاب؟ كيف تم توزيعه واستهلاكه؟

ج. التحليل الاجتماعى (Social Practice)

وهنا يتم التساؤل عن الكيفية التي يعكس بها الخطاب السياق الاجتماعى والثقافى الأوسع، وكيف يرسخ الخطاب العلاقات؟ ما الآثار الاجتماعية له؟

3.9. المفاهيم الأساسية لمقاربة فيركلوف :

أ. الخطاب يُستخدم لترسيخ تفوق طبقة أو جماعة اجتماعية على أخرى.

ب. الأفكار التي تروج لها الخطابات للتبرير أو نمط اجتماعى معين.

ج. كيف يمكن أن يغير الخطاب من واقع مجتمع معين أو يعكس تغيره.

4.9. إسقاط المقاربة على موضوع الدراسة الحالية

في إطار تحليل الخطاب الإعلامى الشعبوي في الجزائر، تُعد مقاربة نورمان فيركلوف في التحليل النقدي للخطاب أداة تحليلية مناسبة، نظرًا لقدرتها على الربط بين البنية اللغوية للنص الإعلامى والسياقات المختلفة التي تنتجها، ويكتسي هذا الربط أهمية خاصة عند دراسة ظاهرة الشعبوية بتعقيداتها وتعلقاتها، التي لا تقتصر على الشكل اللغوي للخطاب، بل تنغرس في منظومات اختلافات داخل المجتمع، وعليه فإن اختيارنا لهذه المقاربة المنهجية يستند إلى مجموعة من الاعتبارات العلمية، لعل أبرزها:

- ✓ خطاب الشعبوية، بصفته خطابا مبنيا على التبسيط : حيث يُعد مادة مثالية لتحليل الآليات اللغوية .. التي تنتج وتعيد إنتاجه.
- ✓ تتيج مقارنة فيركيلف فهم كيف يستخدم الإعلام أساليب خطابية معينة لتأطير الوقائع والأحداث، وإنتاج تمثّلات معينة للجمهور .
- ✓ تمكن هذه المقاربة من تحليل العلاقة بين الخطاب والتواصل الاجتماعي، وهو أمر جوهري في السياق الجزائري، خاصة في ظل تعقّد العلاقة بين الإعلام والمجتمع.
- كما يمكن إسقاط النموذج الثلاثي لفيركيلف على موضوع الدراسة على النحو التالي:
- أ. **البُعد النصي:** يركز هذا المستوى على تفكيك البنية اللغوية للخطاب الإعلامي الشعبي الجزائري، وهو ما يمكن لمسه في سياق الدراسة، من خلال:
 - ✓ الأساليب البلاغية: استخدام العبارات العاطفية، ، أو التبسيطية.
 - ✓ المفردات الشعبوية: مثل: "الإرادة الشعبية"، .
 - ✓ التراكيب النحوية: استخدام المبني للمجهول ، أو الضمائر .
- ✓ الإيقاع الخطابي: مثل الميل إلى الإثارة،
- ب. **بعد الممارسة الخطابية:** ويتعلق بكيفية إنتاج الخطاب الشعبي في وسائل الإعلام، وكيفية تداوله وتلقيه من قبل الجمهور، ويبرز في سياق هذه الدراسة، من خلال:
 - ✓ طبيعة الوسائط الإعلامية المختارة (صحافة مكتوبة، إلكترونية، قنوات تلفزيونية...).
 - ✓ الخلفيات المختلفة للمؤسسات الإعلامية.
 - ✓ الجمهور المستهدف وطبيعة العلاقة بين الإعلام والمتلقي.
 - ✓ التناص: من خلال كيفية تقاطع الخطاب الإعلامي الشعبي مع خطابات معينة؟ وهل يتبنى بعض عناصر الخطاب ؟

✓ إنتاج الخطاب في ظل الأحداث الكبرى في المجتمع.

ج. بعد الممارسة الاجتماعية: ويتعلق بالسياقات الأوسع التي تنتج هذا الخطاب، أي الظروف في الجزائر.

تأسيسا على ما سبق ومن خلال توظيف مقاربة فيركيلف في هذه الدراسة، يمكن تحليل الخطاب الإعلامي الشعبي في الجزائر بوصفه أداة أ تمارس وظيفة تمثيلية ، وهو ما يتيح لنا فهم تعقيدات العلاقة بين اللغة، الإعلام، من خلال ربط المستوى اللغوي بالتداولي، ثم بالسياق العام، مما يعمق التحليل ويفضي إلى نتائج أكثر تركيبيًا وواقعية.

10. منهج وأداة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لتحليل الظواهر الخطابية وفهم أبعادها الدلالية ، دون الاكتفاء بوصف المحتوى فقط بل التعمق في تفكيك البنى اللغوية والرمزية للخطاب وذلك بالاستعانة بالمنهج التحليلي .

ونظرا لطبيعة الدراسات وخصوصيتها النوعية، ولأنها تستند بالدرجة الأولى على القراءة التحليلية والناقدة لعينة من المواد الإعلامية فقد تعين علينا بالاستعانة بأدوات نوعية لجمع البيانات وهي:

أ. الملاحظة غير المباشرة: وذلك من خلال متابعة جملة من خطابات إعلامية مسجلة ومؤرشفة إلكترونيا عبر موقع يوتوب ،وموقع قناة الشروق، وموقع قناة النهار، وموقع قناة نوميديا، وموقع الشروق أون لاين، وجريدة الخبر.

ب. جمع وتصنيف النصوص والخطابات: (مقالات، تقارير، نشرات) من المنصات الإعلامية والأرشفات الرقمية للقنوات والصحف محل الدراسة كأداة رئيسية لجمع البيانات.

11. مجتمع وعينة الدراسة:

يتشكل المجتمع البحثي لدراستنا من جميع الخطابات الحاملة لمظاهر الشعبوية، التي يشكلها التناول الإعلامي لمختلف القضايا والأحداث التي تهم وتشغل الجمهور والمجتمع الجزائري، وذلك من خلال مختلف المواد الإعلامية الموثقة والمكتوبة عبر كافة القنوات الإعلامية والمؤسسات الصحفية الجزائرية، سواء القنوات التلفزيونية الخاصة والعمومية، الصحف والدوريات المكتوبة أو الإلكترونية وكذا المواقع والصفحات الإخبارية وما شابه ذلك من المنصات الإعلامية التي تحظى بالمتابعة الجماهيرية الكبيرة.

ونظرا لاستحالة حصر كافة مفردات المجتمع البحثي فقد لجأنا إلى المعاينة القصدية بما يتماشى وموضوع الدراسة وأهدافها المنشودة، فقمنا بفرز واختيار عينة من النماذج التي وجدنا أنها تخدمنا أكثر في الجانب التطبيقي لدراستنا، وذلك من خلال التركيز على أكثر القضايا التي شغلت الجمهور الجزائري وحظيت بالتناول الإعلامي الواسع واحتلت مساحات واسعة من النقاشات في مختلف الفضاءات الجزائرية، وبهدف الإحاطة أكثر بالموضوع ارتأينا أن لا تكون المفردات المختارة للتحليل مركزة على قضية واحدة، وإنما موزعة ما بين قضايا اجتماعية، وثقافية، ورياضية وأخرى والمتمثلة في: اقضاء المنتخب الجزائري أمام المنتخب الكاميروني (تصفيات مونديال قطر 2022)، تفشي ظاهرة الشعوذة والسحر المدفون في المقابر وما صاحبها من لغط جماهيري.

وعليه فقد تشكلت عينة دراستنا من المفردات التالية:

///	الموضوع المتناول	القناة / الوسيلة الإعلامية	عدد النماذج المختارة
01	اقضاء المنتخب الجزائري أمام المنتخب الكاميروني (تصفيات مونديال قطر 2022)	قناة البلاد Tv، الشروق أونلاين	02
02	انتشار الشعوذة والسحر المدفون في المقابر	قناة نوميديا Tv، جريدة الخبر	02

04	الاجمالي
----	----------

كما هو موضح في الجدول أعلاه فقد تشكلت عينة دراستنا، من (04) نماذج مختارة من عينة خطابات إعلامية لمختلف القنوات التلفزيونية والصحف الجزائرية والتي سنأتي على تفصيلها أكثر في الشق الخاص بعرض وتحليل نتائج الدراسة، وتسليط الضوء عليها بالقراءة التحليلية والناقدة وكشف تجليات الشعبوية فيها، ومختلف الظروف والسياقات التي ينتعش فيها الخطاب الشعبوي الإعلامي في الجزائر، وكذا الأساليب اللغوية الموظفة في هذه الخطابات، ومن تم استنباط الدلائل والانعكاسات المتوقعة للخطاب الشعبوي على المواطن الجزائري والمجتمع الجزائري بشكل عام.

الفصل الثاني:

البناء النظري للدراسة

تمهيد:

أضحت ظاهرة الشعبوية في السنوات الأخيرة من بين أكثر المفاهيم حضوراً في النقاشات الإعلامية، نتيجة لما شهدته الساحة العالمية من صعود متسارع لخطابات كثيرة تتبنى أساليب شعبية في مخاطبة الجماهير. ولأن الإعلام يعد الفضاء الأبرز لتداول الخطابات، فقد لعب دوراً محورياً في نقل الخطاب الشعبي، بل والمساهمة في إعادة إنتاجه، خاصة في سياقات الأزمات المختلفة.

وفي هذا السياق، يهدف هذا الفصل إلى بناء الإطار النظري الضروري لفهم العلاقة بين الشعبوية والخطاب الإعلامي، من خلال التوقف عند المفاهيم المركزية مثل: التجلي، الشعبوية، الخطاب، وأنواع الخطاب، لا سيما الخطاب الشعبي. كما يتناول الفصل، أهم تصنيفات الشعبوية، بالإضافة إلى استعراض أبرز معالمها في السياق الجزائري، من تحولات في الخطاب الإعلامي.

يأتي هذا التمهيد النظري كمقدمة أساسية للفصل التطبيقي اللاحق، الذي يسعى إلى تحليل مظهرات الخطاب الشعبي في وسائل الإعلام الجزائرية، من خلال نماذج واقعية تكشف عن طبيعة التفاعل بين الفعل الإعلامي و الشعبوية.

1. مفهوم التجليات لغة واصطلاحاً:

أ. **التجلي في اللغة:** تجلّى الأمرُ: انكشف واتّضح، بدا للعيان، ظهر "تجلّت في أحسن مظاهرها - {فَلَمَّا تَجَلَّى رَبُّهُ لِلْجَبَلِ جَعَلَهُ دَكًّا}^2"، تجلّت الأزهارُ: تفتّحت، تجلّت العروسُ: تزيّنت وتبرّجت، تجلّى الشيءُ: نظر إليه مُشرّقاً¹.

ب. **التجلي في الإسلام:** وردت كلمة التجلي في القرآن الكريم ومن ذلك قوله سبحانه وتعالى: {فَلَمَّا تَجَلَّى رَبُّهُ لِلْجَبَلِ جَعَلَهُ دَكًّا}^2، قال ابن تيمية في كتابه "بيان تلبيس الجهمية في تأسيس بدعهم الكلامية" دلّ القرآن مع ما ورد به الحديث في تفسير هذه الآية أن التجلي هو ظهوره، وأنه مع ذلك قد لا يطبق المتجلي له رؤيته لعجزه، وأن التجلي ليس هو خلق الرؤية فيه، غُلم أنه قد يتجلّى لمن يراه ولمن لا يراه، وأن التجلي ليس هو خلق الرؤية فيه عند الاحتجاب؛ فعلم أن هناك حجاباً خارجاً عن الإنسان، وأن التجلي يكون برفع كل الحجاب³.

ج. **التجلي في الاصطلاح:** واصطلاحاً: ما ينكشف للقلوب من أنوار الغيوب كما يعرفه الغزالي⁴، وهذا التعريف لا يختلف - كثيراً - عن تعريفات قدماء الصوفية، كالسراج الطوسي (ت. 378هـ / 988 م)، والكلاباذي (ت. 380 هـ / 990 م)، والقشيري (376 - 465 هـ / 986 - 1073 م)، والهجويري (ت. 46 هـ / 1073 م) وغيرهم؛ وإن كنا نجد - عندهم - بعض استطرادات تتعلق بأحوال "التجلي" ومظاهره المختلفة لكنها لا تمس - في جملتها - هذا المفهوم البسيط الذي لخصه الإمام الغزالي في تعريفه السابق.

¹. محي الدين بن العربي، كتاب التجليات، تحقيق وتقديم: أيمن حمدي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، (د.ب.ن)، (د.ت.ن)، ص 125.

². سورة البقرة، الآية: 143.

³. محي الدين بن العربي، مرجع سابق، ص 127.

⁴. أبي حامد محمد بن محمد بن محمد الغزالي، الإملاء عن إشكالات الإحياء، دار الكتب العلمية، (د.ب.ن)، (د.ت.ن)، ص 657.

2. مفهوم الشعبوية:

إنَّ إيجاد مفهوم دقيق لمُصطلح "الشعبوية" مهمة ليست بالسهلة، إذ إنَّ هذا المُصطلح لم يحظَ أسوةً بغيره من المُصطلحات في علوم الاعلام والاتصال، بالاهتمام الكافي من قبل الدارسين والباحثين، ولم يوضع من قِبلهم على طاولة البحث، وكذلك لم يتم تناوله بشكلٍ مُعمق وشامل، مما يُتيح استنباط تعريف مُحدد وواضح؛ إذ إنَّ مُعظم التعريفات التي تناولت الظاهرة كانت بِمُجملها مُلتبسة، ولا تُساعد في إبراز معالمها بشكلٍ جلي.

أ. تعريف الشعبوية لغة:

ورد في لسان العرب أن: "الشعوب غلبت بلفظ الجمع، على جيل العجم، حتى قبل المحتقر أمر العرب شعوبي وأضافوا إلى الجمع لغلبته على الجيل الواحد، كقولهم أنصاري، والشعوبي هو الذي يصغر شأن العرب ولا يرى لهم فضلا على غيرهم¹.

فشعوبي اسم مفرد منسوب إلى شعبوية، وهو من يخط من قدر العرب لاعتناقه الشعبوية، يقال: كان أبو نواس شاعرا شعوبيا، الشعبوية: اسم مؤنث منسوب إلى شعوب على غير قياس "عمل على إنهاء الأوضاع الشعبوية في العراق"، ومصطلح (الشعبوية) مصدر صناعي من شعوب: نزعة ظهرت في العصر العباسي تنكر تفضيل العرب على غيرهم وتحاول الحط منهم وتفضل عليهم العجم².

وعليه، يأتي أصل كلمة (شعبوية - Populism) من كلمة (شعب - People)، وهي تعني نظرية الروائيين الشعبيين الذين يصورون بواقعية حياة عامة الشعب، ويفترض الخطاب (الشعوبي) التوجه المُباشر إلى الجماهير.

¹. الفضل جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، 2003 م، ص 403.

². أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، بيروت، 2008، ص 1204.

ب. تعريف الشعبوية اصطلاحاً:

تعرف الشعبوية على أنها نوع من الخطاب الذي يرمي إلى دغدغة مشاعر الناس البسطاء، وتوظيف منطق تبسيطي يُقَدِّم نوعاً من الحلول التبسيطية السهلة والسريعة لحل المشكلات، كما يُطلق المصطلح في الأغلب الأعم على نوع من الخطاب غير المسؤول، أو على ذلك الخطاب الذي يُراهن على أفراد المجتمع والتي قد تُشكّل الغالبية في بعض الأحيان¹.

ويعتبر الكاتب "جان ويرنر مولر" jan- werner muller من أبرز الباحثين في المصطلح في كتابه "ما الشعبوية؟ what is populism ؟" حيث تحدث عنه بإسهاب كبير، فتطرق في مستهل كتابه لعدة أمثلة عن الشعبوية في العالم آخرها في الولايات المتحدة الأمريكية، و في أوروبا في اليونان، وسميت في أمريكا اللاتينية بالمد الوردي، وما هو المعنى الدقيق للمفهوم حتى يكون واسعاً إلى درجة أنه شغل العالم... بهذه الصورة².

وفي حين أن المظاهر المتنوعة لـ (الشعبوية) في أمريكا اللاتينية اختلفت في جوانب عديدة، ولقد تميّزت تسعينيات القرن الماضي بظهور نوع جديد من (الشعبوية) اتبعت نهجاً آخر.

أن هذا الاستعراض القصير لمُختلف مظاهر (الشعبوية) في أمريكا اللاتينية، يُبين لنا كيف يُمكن لهذه الأخيرة أن تتخذ نهجاً اجتماعياً مُختلفاً تبعاً للظروف والمراحل المُختلفة، وبناءً على ذلك ليس من المنطقي أن نُعرف (الشعبوية) على أساس مجموعة مُحددة من المظاهر الثقافية والاجتماعية وغيرها.

¹. إدريس الكنوري، "الشعبوية والتجليات شرقاً وغرباً"، مجلة ذوات، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، العدد (47)، الرباط، 2018، ص14.

². Benjamin Arditi, populism, or, politics at the edges of democracy, contemporary politics, Universidad Nacional autonoma de MEXICO, volume 9, N° 1, 2003, P21.

على الرغم من رفض بعض الشعبويين التصنيف الكلاسيكي، وتأكيد بعض الباحثين على أن الشعبوية ليست نظرية، وإنما هي مجرد خطابة (rhétorique)¹، و«أسلوب للتعبئة والاحتجاج على المعاناة الاجتماعية وغيرها،...»².

وعليه، فعلى الرغم من القواسم المشتركة التي تشكل الخطاب الشعبوي فإنه مع ذلك، يمكن تصنيفه إلى نوعين أساسيين:

أ. **خطاب:** الفيلسوف الأرجنتيني إرنستو لاكلو (Ernesto Laclau) (2014/1935) أهم منظر للشعبوية، الذي يحاول تأسيس نظرية تستند إلى مفهوم الشعب، وينتمي لاكلو إلى الماركسية الجديدة أو ما بعد الماركسية، ويعتمد في قراءته للتجربة الشعبوية، الأرجنتينية والبيرونية (peronisme)³ على خلفية نظرية شديدة التعقيد تجمع بين الماركسية والبنوية، الجديدة، والفرويدية. وعرض نظريته الشعبوية في صفتها النهائية في كتابه: العقل الشعبوي، إلا أنه سبق وأن تناولها في كتابين أساسيين له.

ب. **خطاب النقد:** في صورة النقد لا نجانب الصواب إذا قلنا: إن الشعبوية تظهر دائماً في صورة النقد والقدح وحتى الاستخفاف، وأن الطابع النقدي هو الاتجاه المسيطر على الدراسات الشعبوية، ذلك لأسباب كثيرة، أهمها⁴:

-الشعبوية مناهضة العلمية والثقافية والفنية.

¹ . Pierre – André Taguieff, «Le populisme et la science politique», in Les Populismes, ouvrage collectif dirigé par Jean-Pierre Rioux, Paris, Perrin, coll. «tempus», 2007, p. 31-34.

² . برتران إدي ودومينيك فيدال، عودة الشعبويات، ترجمة نصير مروة، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، لبنان، 2019، ص10.

³ . نسبة إلى الرئيس الأرجنتيني خوان دومينغو بيرون (1895 . 1974)، حكم لفترتين: (1946 / 1955) و (1973 . 1974)، كما تشير إلى حزب بيرون القائم على فكرة العدالة الاجتماعية.

⁴ . Jacques Roncière, L'introuvable populisme, in Alain Badiou et autres, Qu'est-ce qu'un peuple? 32 .Paris, La Fabrique, 2013, p. 138.

-من الطبيعي أن تكون الشعبوية مرفوضة ومنتقدة .

3. مفهوم الخطاب:

تشكل حقيقة "الخطاب" مسألة شائكة ومعقدة ضمن فسيفساء الكتابة نظرا لارتباطها بحقوق معرفية متباينة من ذلك أن مصطلح "الخطاب" تعلق بعلوم اللسان التي تعاملت معه باحتشام بسبب تركيزها على اللسان لا على الكلام، بحيث كانت الجملة النحوية المجردة في الغالب أقصى مجال للنظر اللساني، كما وجد علم النفس وعلم الاجتماع وعلم الأناسة وفلسفة اللغة والنقد الأدبي إليه سبيلا.

أ. الخطاب لغة: الخطاب عموما وحدة "تواصلية إبلاغية، متعددة المعاني، ناتجة عن مخاطب معين، وموجهة إلى مخاطب معين، عبر سياق معين، وهو يفترض وجود سامع يتلقاه، مرتبط بلحظة إنتاجه، لا يتجاوز سامعه إلى غيره، وهو يدرس ضمن لسانيات الخطاب.

يحمل مصطلح الخطاب من حيث اللغة دلالات ومفاهيم تكاد تصب في واد واحد ومعنى واحد يقول صاحب معجم الوسيط (خاطبه، مخاطبة، وخطاباً: وحادثه، وخاطبه: وجه إليه كلاماً¹، والخطاب الكلام وفي القرآن الكريم قال تعالى: {اكفلنيها وعزني في الخطاب}².

"وفي معج الكافي لصاحبه محمد الباשא، الخطاب: " مصدر خاطب: المواجهة بالكلام، ويقابلها الجواب - الرسالة، والخطابة مصدر خطب: عمل الخطيب وحرفته والخطب: مصدر خطب: الحال والشأن. قال تعالى: {فما خطبكم أيها المرسلون}³، الأمر

¹. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ج1، مطبعة مصر، القاهرة، 1960، مادة (خطب).

². سورة ص، الآية: 23، سورة الذاريات، الآية: 31.

³. سورة الحجر، الآية: 57.

الشديد يكثر فيه التخاطب، وغلب استعماله للأمر العظيم المكروه. جمع خطوب. الخطبة: مصدر خطب ما يخطب به من الكلام¹....

ب. الخطاب اصطلاحاً: يرى الزمخشري إلى أن الكلام "تركيب من كلمتين أسندت أحدهما إلى الأخرى"².

والخطاب بلاغيا هو "مجموعة من الجمل منطوقة كانت أو مكتوبة، في حالة اشتغال أفقي -أي نمط أو تركيب- على موضوع محدد. ويسعى التلفظ به إلى التأثير في المتلقي بواسطة فرضيات ورؤى وأحاسيس، مما يتطلب مبدئياً ديمومة في إنتاجه وتلقيه وتماسكا داخليا وتدلّيا مقنعا وصورا تعبيرية ولغة واضحة"³.

والخطاب في البحث النقدي هو " فعل النطق أو فاعلية تقول، وتصوغ في نظام ما يريد المتحدث قوله، هو كتلة نطقية لها طابع الفوضى، وحرارة النفس، ورغبة النطق بشيء ليس هو تماما الجملة، ولا هو تماما النص بل هو يريد أن يقول: هو فاعلية يمارسها مخاطب يعيش في مكان، وفي زمان تاريخي تسود فيه العلاقات الاجتماعية بين الناس"⁴.

كما يعرف الخطاب أيضا على أنه: "ملفوظ طويل أو هو متتالية من الجمل تكون مجموعة منغلقة يمكن من خلالها معاينة بنية سلسلة من العناصر، بواسطة المنهجية التوزيعية وبشكل يجعلنا نطل في مجال لساني محض"⁵.

¹. محمد الباشا، الكافي معجم عربي حديث، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 1992، ص78.

². الزمخشري، المفصل في علم العربية، ط 2، الجيل، بيروت، لبنان، (د.ت)، ص451.

³. أبو العباس المبرد، المقتضب تحقيق: محمد عبد الخالق عضمة، ج3، عالم الكتب، لبنان، (د.ت)، ص213.

⁴. ريج بوحوش، "الخطاب والخطاب الأدبي وثورته اللغوية على ضوء اللسانيات وعلم النص"، اللغة والأدب، جامعة الجزائر، العدد 12، ديسمبر 1997، ص321.

⁵. الخبو محمد، الخطاب القصصي في الرواية العربية المعاصرة (من سنة 1976 إلى سنة 1986)، دار صامد للنشر والتوزيع، المطبعة المغربية للطباعة والنشر، تونس، 2003، ص145.

4. أنواع الخطاب:

يُعدّ الخطاب من أكثر الأمور التي لاقَت اهتماماً مؤخراً لما له من تأثير في آراء الناس وقناعاتهم، وانتشار المذهب العقلي الذي ينادي بضرورة إبراز الأدلة العقلية في الحالات والظواهر التي تواجه الإنسان في حياته.

وعليه، تكثر أنواع الخطاب بتعدد المواضيع المتعلقة به؛ فهناك أنواع جديدة ظهرت من الخطاب بسبب التغيرات الحاصلة على واقع المجتمع العربي والإنساني بشكل عام، فهناك الخطاب الفلسفي الذي يُعنى بأمور الفلسفة وأصولها، والخطاب الاعلامي الذي يهتم بالمواضيع والأمور التي تهم قضايا المجتمع وغيرها، نقنصر في هذا العنصر لشرح الخطاب الشعبي.

ب. الخطاب الشعبي: يعرف الخطاب الشعبي على أنه بعض المجازات الخطابية التي تستخدم في وسائل الإعلام، في إشارة إلى أن خطاب الشعبي هو أكثر استخداماً من قبل رجال الإعلام كأداة أو آلية لإقناع المتلقي، عبر استخدام الألفاظ البسيطة والمتداولة في الأوساط الشعبية¹.

وعليه، فالخطاب الشعبي تتعدد التعريفات فيه، ولعل من أهمها نذكر على سبيل المثال:

¹. Ritche Savage, Populist Discourse in Venezuela and the United states American Unexceptionalism and political. Identity Formation,) New York(USA): Springer,2018,(p1.

يعرفه لبارت بونيكوفسكي (Bart Bonikowsky)، على أنه: "شكل من أشكال الخطاب الشعبي، والذي يمكن أن يكون أفضل قياساً وتداولاً على مستوى الخطابات، حيث يحمل خصائص مميزة: كتميزه بأسلوبه الخاص في الإقناع، والتبسيط والسهولة،"¹.

ويعرفه أيضاً جون مولر (Jan Werner Muller)، الذي انتقد الخطاب الشعبي لأنه يتميز بكونه يدعي الانتماء إلى الشعب وتمثيل الشعب جميعاً...².

ويعرف كريك هوكينز (Kirk Hawkins) الشعبوية على أنها: "نوع من الخطاب الذي يربط بين الخير مع عامة الناس،"³.

ويعرف أيضاً الخطاب الشعبي أو ما يعرف بالخطاب الجماهيري وهو نص، يرتبط في الغالب الأعم بالمناسبات والأزمات، ويأخذ شكل الخبر أو النص المتكامل أو الشعار أو الأغنية أو الطرفة،... وهكذا الشعار والأغنية.. إلخ، وتصبح دلالات الزمان والمكان أكثر جدوى كعوامل منهجية مساعدة في تفكيك الخطاب الشعبي، ونجد نفس التحليل في الكرتونية والتعليقات الواردة على صفحات الإنترنت، وطبق الباحث المنظور السيكلوجي، وميز من خلال الاستناد للمنظور الفرويدي للطرائف "البريئة" والطرائف.. ليتعرف صورة في ذهن المجتمع، وكيف تتحول الطرائف إلى أحد أشكال أخرى⁴.

وعليه يمكن تعريف الخطاب الشعبي بأنه الخطاب الذي يلقيه الخطيب الشعبي إلى المتلقي (الجمهور) حيث يعتمد فيه الخطيب على الأسلوب البسيط، واستخدام عبارات سهلة

¹ Wojciech Sadurski, Poland 's Constitutional Breakdown,) United kingdom(UK): oxford university press, 2019,p22.

² إدريس الكتوري، " الشعبوية .. المفهوم والتجليات شرقاً وغرباً"، مجلة نوات مجلة ثقافية إلكترونية، العدد 47، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، 2017، ص16.

³ 22P Wojciech Sadurski, Op.Cit.

⁴ Blanca Camps-Febrer-Political Humor as a confrontational tool against the Syrian regime, A study case: Syria, 15th March 2011 – 15th May 2012 -Institut Català Internacional per la Pau,Barcelona, December 2012.pp.19-39.

يفهمها عامة الناس والتكلم باسم الشعب عن مصالحه و ثقافته ، بهدف دغدغة مشاعر المتلقي .

5. الخطاب الإعلامي الشعبي:

الخطاب الإعلامي الشعبي هو شكل من أشكال الخطاب الإعلامي يتسم بالتركيز على "عامة الشعب" أو "الناس العاديين"، و غالبًا ما يكون هذا الخطاب مبهمًا وعاطفيًا، ويقترن بتعبيرات مثل "الشعب" أو "العامة".

مميزات الخطاب الإعلامي الشعبي¹:

- التركيز على "الناس العاديين": يميل الخطاب الشعبي إلى إبراز فئة "الناس العاديين" أو "عامة الشعب".

- التبسيط: غالبًا ما يقدم الخطاب الشعبي حلولًا مبسطة لمشاكل معقدة.

- العاطفة والخطابة: يميل الخطاب الشعبي إلى استخدام العواطف والمشاعر لإثارة الحماس بدلًا من الاعتماد على الأفكار والتحليلات المنطقية.

- التلاعب بالصوت: يستخدم الخطاب الشعبي اللغة والصوت .

6. الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام الجزائرية:

يمثل تجسيدًا للتنوع الثقافي والاجتماعي في البلاد، حيث شهدت وسائل الإعلام الجزائرية تطورات كبيرة، حيث تعكس القضايا، وتتناول مختلف المواضيع المتنوعة.

تتوزع وسائل الإعلام بين الصحافة المكتوبة، وإذاعات، وقنوات تلفزيونية، بالإضافة إلى الفضاء الرقمي الذي أصبح يلعب دورًا متزايدًا. رغم التحديات التي تواجهها ،و تسعى العديد من المؤسسات الإعلامية إلى تعزيز حرية التعبير وفتح قنوات للنقاش العام.

¹ الشعبية تاري، يرسم ملامح المستقبل، <https://www.aljazeera.net>

ومع ذلك، لا يزال الخطاب الإعلامي في الجزائر يتطلب مزيداً من المهنية والموضوعية، حيث ينتقد البعض غياب التحليل العميق ووجود معلومات غير صحيحة. لذلك، يبقى وجود إعلام مستقل وموثوق أمراً ضرورياً لدعم التفاهم بين مختلف شرائح المجتمع.

7. علاقة الشعبوية بالخطاب الإعلامي:

تعد العلاقة بين الشعبوية والخطاب الإعلامي تفاعلية معقدة، حيث يسهم الإعلام في نشر الخطاب الشعبوي، بينما تستفيد الشعبوية من وسائل الإعلام لتوسيع قاعدة مؤيديها. كما يستخدم الإعلام كأداة فعالة لنشر الخطاب الشعبوية، حيث يبسط القضايا المعقدة ويثير المشاعر، مما يسهل استقطاب الجماهير، يشير الباحث سليم مزهود إلى أن الخطاب الشعبوي يعتمد على التعبير اللغوي عن الفكر العاطفي الشعبوي.

كما تؤثر الشعبوية على الخطاب الإعلامي من خلال دفعه نحو تبني أساليب تبسيطية تركز على العواطف بدلا من التحليل العميق، هذا يؤدي إلى تراجع جودة المحتوى الإعلامي وزيادة الاستقطاب في المجتمع.

وعلى الرغم من استغلال الشعبوية للإعلام، إلا أن وسائل الإعلام يمكنها أن تسهم في مواجهة الخطاب الشعبوي من خلال تعزيز الصحافة التفسيرية وتقديم تحليلات موضوعية تساعد الجمهور على فهم القضايا بشكل أعمق.

تظهر العلاقة بين الشعبوية والخطاب الإعلامي تداخلا معقدا، حيث يمكن للإعلام أن يكون وسيلة لنشر الخطاب الشعبوي أو أداة لمواجهة، يتطلب ذلك وعيا إعلاميا ومسؤولية مهنية لتعزيز الحوار البناء وتقديم محتوى يسهم في تنوير الجمهور¹.

¹ مزهود سليم، دلالة لغة الخطاب الشعبوي في السياسة العالمية. مجلة الرائد في الدراسات السياسية، المجلد 2، العدد 4، 2021، الصفحات 36-47.

خلاصة الفصل:

سلط هذا الفصل الضوء على الأطر النظرية المرتبطة بتجليات الشعبوية في الخطاب الإعلامي، من خلال تفكيك المفاهيم المركزية المرتبطة بالشعبوية والخطاب الإعلامي، وتحليل العلاقة التفاعلية بين الظاهرة الشعبوية ووسائل الإعلام. وقد تبين أن الإعلام لا يشكل فقط قناة ناقلة للخطاب الشعبي، بل يُعد في كثير من الأحيان أداة أساسية في إنتاجه وتضخيمه، عبر اعتماد أساليب تبسيطية تلامس العاطفة الجماهيرية .

كما أظهر الفصل كيف أن الشعبوية تستثمر في الفضاء الإعلامي لتوسيع قاعدتها، خاصة عبر توظيف لغة مباشرة وسهلة، تخلق نوعاً من القرب بين المخاطب والمتلقي، وتدفع الإعلام نحو تغطيات سطحية تتخلى عن التحليل العميق لصالح الإثارة والاستقطاب. وفي السياق الجزائري، فإن الخطاب الإعلامي شهد توظيفاً متكرراً للمضامين الشعبوية، مما جعل بعض وسائل الإعلام تنخرط في إعادة إنتاج سرديات أخرى بدل احتوائها.

وانطلاقاً من هذا التأطير النظري، يمكن القول إن فهم تجليات الشعبوية في الخطاب الإعلامي الجزائري يتطلب تحليلاً نقدياً للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في قضايا المجتمع، وكيف يمكن أن تكون فاعلاً في تعزيز الخطاب الشعبي أو أداة لكشف اختزاليته. وهذا ما سيتم التطرق إليه في الفصل التطبيقي اللاحق من خلال تحليل نماذج خطابية واقعية من المشهد الإعلامي الجزائري.

الفصل الثالث:

الاطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

بعد أن تم في الفصل السابق بناء الإطار النظري لمفهوم الشعبوية ومكوناته الخطابية وآليات اشتغاله ضمن المجال الإعلامي، بات من الضروري الانتقال إلى الجانب التطبيقي من هذه الدراسة من خلال تحليل عينة من الخطابات الإعلامية الجزائرية، للكشف عن كيفية تمظهر الشعبوية فيها، ومدى تجلي خصائص الخطاب الشعبي على المستوى اللغوي والدلالي والحجائي.

ويهدف هذا الفصل إلى رصد وتحليل السمات الشعبوية في خطاب إعلامي جزائري مختار، سواء من خلال التوجهات التحريرية أو المضامين اللغوية والتعبيرية أو استراتيجيات التأثير في الجمهور. ويعتمد التحليل على منهج كفي-تحليلي يقوم على تفكيك البنية الخطابية وتحديد الأنماط المتكررة ذات الطابع الشعبي.

ويمثل هذا الجانب التطبيقي تنويجاً للجهد النظري الذي سبق، حيث يسمح بإبراز المظاهر الفعلية للشعبوية كما يتم التعبير عنها في الواقع الإعلامي الجزائري، ويُمكن من التحقق من مدى تطابق المعطيات النظرية مع السياقات العملية، وهو ما يمنح الدراسة طابعاً شمولياً يجمع بين الفهم والتفسير.

1. عرض وتحليل النتائج:

أولاً: نقد الخطاب الإعلامي المتعلق اقضاء المنتخب الجزائري أمام المنتخب الكاميروني (تصفيات مونديال قطر 2022)

الانعكاسات المتوقعة	الدلالات	الأساليب اللغوية الموظفة	الظروف والسياقات	تجليات الشعبوية	التاريخ	النمط	العينة	
تعزيز مشاعر الظلم - استقطاب المجتمع حول خطاب انفعالي يغذي الانقسام ويثير المزيد من الجدل والتراشق اللفظي - الابتعاد عن الأسباب الحقيقية للقضية - استقطاب المجتمع حول خطاب شعبي	- انخراط الخطاب الإعلامي في قضايا أخرى - انخراط الإعلام في تأطير الأحداث وتحويلها إلى قضايا رمزية - انخراط الإعلام الجزائري في تكريس الرموز - انخراط الخطاب الإعلامي في تعبئة الجماهير - عمل	لغة التعميم والتحدث باسم الجماعة - لغة التضخيم - الاستعارات والتشبيهات - الاستفهام غير المباشر - اللغة العامية الشعبية	الإقصاء المثير للجدل للمنتخب الجزائري من تصفيات كأس العالم قطر 2022 - تنامي دور الجماهير في إدارة النقاش العام وقوة الشعبوية. - تنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها كإعلام بديل	- استدعاء العاطفة الجماهيرية - تحويل قضية رياضية إلى قضية عامة - تصوير الجماهير كضحايا - توظيف خطاب الضيف في خدمة الخطاب الجماهيري الحماسي - الحديث باسم الجماعة	21 ماي 2022	مقابلة صحفية مع شيخ جزائري على قناة البلاد TV	"الحكم باكاري غاسما ظالم وظلم الشعب الجزائري... الضيف: لازم يتسجل في التاريخ الجزائري أن هذا الرجل حكم ظلما، وكل الناس ترى بأعينها... وبما أن اسمه غاسما نسأل الله أن يقسم ظهره... وهذه ليست قضية كرة قدم بل هي قضية... وهذا الرجل عمل جاهدا باش يقصي المنتخب الوطني، والله نخليلو دعوة الشر.. آمين"	01

	الخطاب الإعلامي على تعبئة جماهيرية							
02	"لا يزال هاشتاغ إعادة مباراة الجزائر والكاميرون يتصدر الترتيد الجزائري يصنع آمال الشعب.. من خلال إعادة نشر اللقطات التي تكشف كل مرة الأخطاء التي وقع فيها الحكم غاسما والتي كانت حاسمة للمنتخب الكاميروني.. كما تورط الحكم الذي حرم المنتخب الجزائري من أكثر من ضربة جزاء..."	تريندينغ الشروق - الشروق أونلاين	2022/04/10	- الاستثمار في المشاعر الجماهيرية - تبسيط القضية - استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة اعلامية	- أسلوب الإثارة والانفعال - التكرار والتأكيد - لغة التعميم - اللغة العاطفية	- سعي الخطاب الإعلامي لخلق شعور بالانتماء - انخراط الإعلام في التنفيس الجماعي عن الغضب الشعبي	-رفع سقف الآمال التوقعات بشكل غير واقعي -خلق حالة من الغضب الجماعي - إضعاف الخطاب العقلاني والموضوعي - تحول القضايا الرياضية والهامة إلى قضايا كبرى	

تمثل النصوص المدونة في الجدول أعلاه، مقتطفات من خطابات إعلامية حول حادثة اقضاء المنتخب الوطني في المباراة الأخيرة من تصفيات مونديال قطر 2022، أمام نظيره الكاميروني، بتاريخ مقابلة صحفية مع الشيخ على قناة البلاد TV، بتاريخ 25 مارس

2022، والتي تحولت من مجرد حدث رياضي إلى قضية شعبية ذات أبعاد أخرى، خاصة بعد التأطير الإعلامي الذي شهدته والتي نال فيها الحكم الغامبي باكاري غاسما حصة الأسد من اللوم والعتاب، من قبل القائمين بالإعلام وال جماهير الشعبية في مختلف الفضاءات التفاعلية العامة والإعلامية، وعليه سنعكف فيما يلي على القيام بقراءة تحليلية نقدية لعينة من هذه المقتطفات:

1. " الحكم باكاري غاسما ظالم وظلم الشعب الجزائري... الضيف: لازم يتسجل في التاريخ الجزائري أن هذا الرجل حكم ظلما، وكل الناس ترى بأعينها... وبما أن اسمه غاسما نسأل الله أن يقسم ظهره... وهذه ليست قضية كرة قدم بل هي قضية...، وهذا الرجل عمل جاهدا باش يقصي المنتخب الوطني، والله نخليو دعوة الشر.. آمين.. ".
(مقابلة صحفية مع شيخ على قناة البلاد TV ، بتاريخ: 21 ماي 2022)

1. تجليات الشعبوية في الخطاب:

كما أشرنا سابقا، هذا النص هو مقتطف من مقابلة صحفية مع شيخ على قناة البلاد TV، بتاريخ 21 ماي 2022، حيث عبّر الشيخ عن غضبه الشديد واستيائه من أداء الحكم باكاري غاساما، معتبرا أن ما حصل لم يكن مجرد خطأ تحكيمي في مباراة كرة قدم، بل اعتبره ظلماً موجهاً ضد مناصري المنتخب الجزائري من خلال القراءة الناقدة لهذه الفقرة، تتكشف ما تحمله من شعبوية ، يمكن إبرازه كما هو موضح في الجدول أعلاه، في التجليات التالية:

أ. استدعاء العاطفة الجماهيرية: يعتمد هذا النوع من الخطاب على الإثارة العاطفية وليس التحليل الموضوعي، ويقوم على المشاعر وتوجيهها نحو (الحكم باكاري غاساما)، ويتجلى ذلك أكثر، في اللغة العاطفية الحادة التي يستخدمها الشيخ، كما في قوله: "نسأل الله أن يقسم ظهره"، "دعوة الشر"، "ظلم الشعب الجزائري".

ب. تأطير القضية وتحويلها من حدث رياضي إلى قضية عامة: وهذا من أبرز من سمات الخطاب الشعبي، ونلاحظ كيف تم تأطير القضية وتوسيعها من نطاقها البسيط (مباراة في كرة القدم) لتصبح رمزا لمعاناة ، وبغرض تعزيز شعور الجماهير بأنهم "مظلومين" ويزيد من التماهي مع الخطاب، ويتجلى ذلك في أكثر من موضع ولا سيما في قول الشيخ: "ليست قضية كرة قدم بل هي قضية اكبر من ذلك.

ج. تصوير الجماهير كضحايا : هذا يعكس ان "الشعب البريء" ، وهي ميزة في الخطاب الشعبي، وهنا نلاحظ كيف تم إلغاء التعقيدات المحتملة (مثل أخطاء تحكيمية عادية أو سوء أداء من الفريق) لصالح سردية واضحة وسهلة الفهم: ونلمس ذلك بشكل جلي في قول الشيخ: "كل الناس ترى بأعينها..."، "ظلم الشعب الجزائري".

د. توظيف مسائل اخرى في خدمة الخطاب الشعبي: يعد استحضار الدعاء ضمن سياق مختلف هو أحد أدوات العاطفة للخطاب الشعبي حيث يوظف كأداة لتعزيز الحق الأخلاقي للشعب، وتجلى ذلك بشكل أوضح في دعوات الشيخ المتكررة على الحكم، وترديد المنشط لعبارة "آمين": "نسأل الله أن يقسم ظهره...آمين.. نخليو دعوة الشر...آمين..".

د. الحديث باسم الجماعة: نلاحظ كيف أن المنشط والشيخ يتحدثان باسم الشعب ككل، دون تمييز أو تعدد آراء، وهي سمة أساسية من سمات الخطاب الشعبي الذي يدّعي تمثيل الآخرين، ويبرز ذلك أكثر في عبارة: "كل الناس ترى بأعينها"، "الشعب الجزائري".

2.1. ظروف وسياقات الخطاب :

كما هو موضح في الجدول أعلاه، جاءت هذه الخطابات في ظل ظروف وسياقات رياضية، ، اجتماعية وإعلامية متداخلة، شكّلت الخلفية التي غدّت نبرة الخطاب وحدّته، يمكن إبرازها فيما يلي:

أ. الإقصاء المثير للجدل للمنتخب الجزائري من تصفيات كأس العالم قطر 2022.

ب. الشعور الجماهيري العارم وانتشار موجات غضب كبيرة في الشارع الجزائري وفي مواقع التواصل، متهمة الحكم غاساما بـ"التحامل"، مما وقر بيئة خصبة للخطابات الشعبوية.

د. تنامي دور الجماهير في إدارة النقاش العام وقوة الشعبوية .

هـ. تنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها كإعلام بديل يتيح لكافة أطراف الجمهور حرية التعبير وإبداء الرأي والتفاعل .

ز. سطوة المحتوى الرقمي وانتشار الغوغائية والأخبار المغلوطة بشأن عديد القضايا والمواضيع.

3.1. الأساليب اللغوية الموظفة في الخطاب :

من المتعارف عليه أن لكل خطاب أساليب لغوية تميزه عن غيره من الخطابات وتكرس معاني معينه، بما يجعله قادرا على التأثير والإقناع الطرف الآخر، وفي هذا السياق تبرز اللغة الشعبوية في الخطاب الإعلامي بأساليب خاصة، مثلما هو متجلي في الفقرة رقم (01)، وهي الأساليب التي يمكن حصرها في:

أ. **الأسلوب الخبري التقريري:** والذي يهدف إلى تكريس سيطرة اللغة على الواقع، من خلال إعادة تشكيل الواقع وتحويله إلى محمول لغوي .

ب. **التعميم والتحدث باسم الجماعة:** إذ يُصور المتحدث القائم بالخطاب نفسه كـ"لسان حال الآخرين"، فيخاطب الجمهور وكأنه يمثلهم بالكامل، وهذا أسلوب شعبي كلاسيكي يهدف إلى توحيد الصوت الجماهيري، ويتجلى ذلك بشكل أوضح في: "كل الناس ترى بأعينها...ظلم الشعب الجزائري"

ج. لغة التضخيم: ويستخدم التضخيم لنقل الموضوع من سياقه الحقيقي (الرياضي) إلى مستوى أرفع وأكبر، وهذا يجعل المتلقي يشعر بأن ما حدث ليس مجرد خسارة رياضية، ويبرز ذلك في عبارة: "هذه ليست قضية كرة قدم بل قضية".

د. الاستعارات والتشبيهات الرمزية: فذلك يُضفي على الخطاب حمولة رمزية قاسية، حيث يظهر الدعاء كأداة أخلاقية، وهي استعارة قوية تُستخدم، تحمل نبرة عقاب، كما في عبارة: "نسأل الله أن يقسم ظهره".

هـ. الأسلوب الدعائي: يعتبر استخدام الدعاء في الخطاب الرياضي من أساليب التقديس الشعبي، كما أنه يضفي مشروعية معينة على موقف المتحدث، ويعزز العاطفة لدى الجمهور ويضفي بعداً أخلاقياً على القضية، كما في عبارة: "نخليلو دعوة الشر... آمين".

و. الاستفهام غير المباشر: يستعمل هذا الأسلوب لتأطير الشخص كرمز سلبي دون حاجة إلى تحليل منطقي، فعبارة: "وبما أن اسمه غاساما..." ثم ترديد الدعاء الغاضب يوحي بأن الاسم نفسه "يدل" على الظلم، وهو أسلوب إيحائي يثير السخرية أو الازدراء دون قول مباشر.

ز. اللغة الشعبية العامية: ويتجلى ذلك في عبارات عدة مثل: "نخليلو دعوة الشر... باش يقصي المنتخب الوطني"، فاستعمال لغة مألوفة ومباشرة وتجنّب المفردات المعقدة أو الأكاديمية لصالح اللغة اليومية العاطفية، يجعل الخطاب مفهوما ومرحبا به شعبيا.

4.1. دلالات توظيف الشعبوية في هذا الخطاب

بعد قيامنا بوضع هذا الخطاب في ميزان التحليل النقدي، تمكننا من رصد العديد من الدلالات التي ينم عنها توظيف الشعبوية في الخطاب الإعلامي، ويمكن اختصارها فيما يلي:

ب. انخراط الخطاب الإعلامي في قضايا كبيرة: ويبرز ذلك بشكل جلي في أكثر من موضع من الخطاب، كما في: "ظلم الشعب الجزائري... كل الناس ترى بأعينها"، وهذا يوحي بانخراط الخطاب الإعلامي في نوع من الشعبوية، وسعيه لتمثيل انصار المنتخب الجزائري.

ج. انخراط الإعلام في تأطير الأحداث الهامشية وتحويلها إلى قضايا مهمة: فالتصعيد الدلالي يُحوّل مباراة في كرة القدم أو حفلة غنائية إلى قضية اهم، فالشعبوية تعتمد على خلق رموز جماهيرية قوية وبسيطة، يسهل حشد الناس حولها، ويبرز ذلك في عدة مواضع من الخطاب كما في: "هذه ليست قضية كرة قدم بل قضية عامة .

د. انخراط الإعلام الجزائري في تبسيط الواقع: تتجلى دلالة شعبوية "، من الرياضة ، فالشعبوية تتجح غالباً في تبسيط الواقع إلى صراع بين الخير المطلق والشر المطلق.

هـ. عمل الخطاب الإعلامي على عاطفة الجماهير بدل النظر للأسباب الحقيقية للاقصاء : وهذا ما يُعرف في الشعبوية بـ "الاساليب العاطفية"، والتي تسعى إلى خلق نوع من التماهي الجماعي القائم على الشعور بالإهانة والانتماء، بدل التعرض للقضية بنوع من الموضوعية ونقد وتحليل أسبابها الأعمق والأبعد من الأداء التحكيمي، مثل: ضعف مردود اللاعبين، عدم توفيق المدرب في خياراته...

5.1. الانعكاسات المتوقعة لتوظيف الشعبوية في هذا الخطاب على المشهد الجزائري:

لأن عملية التحليل النقدي لا تكتف بتشريح الظاهرة، وكشف جوانبها الخفية، وإنما تتعدى ذلك إلى التنبؤ بانعكاساتها وتأثيراتها وتأثراتها في المستقبل القريب والبعيد، بناء على معطيات الراهن والماضي، وعليه فقد وجدنا أنه من الضروري تسليط الضوء على الانعكاسات المتوقعة على المشهد الجزائري، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

أ. تعزيز مشاعر الظلم والضحية : هذا الخطاب يرسّخ في الوعي الجماعي فكرة أن مناصري المنتخب ، وكذلك على شعور يمكن أن يولد حالة من الانغلاق والانفعال، ويزيد من التأثير الشعبي خاصة بين فئة الشباب، وتكرارها في كل مناسبة بأسلوب مغاير لا بد أن يؤدي إلى انعكاس سلبي على المشهد الجزائري، والذي راح يتعاطى مع الموضوع فيما بعد، بنوع من السخرية، وراح يفقد ثقته شيئاً فشيئاً بالخطاب الإعلامي بات يعي جيداً أن استهلاك الشعبية التي تحملها الخطابات الإعلامية ما هي إلا "مضغ للهواء".

ب. رفع منسوب غضب الانصار: يؤدي الخطاب العاطفي إلى تضخيم الإحساس ، ودفع قطاعات واسعة من الجمهور نحو ردود فعل سلبية خاصة وأن اللغة الشعبية حين تصدر عن شخصية ما مؤثرة، تضيف "شرعية ما" للغضب والانفعال، مما يزيد من خطورة تأثيرها.

ج. انحراف التركيز عن الأسباب الحقيقية للإخفاق: إن التركيز الكلي على "لظلم التحكيمي" قد يغفل الأخطاء الفنية أو الإدارية التي ساهمت بشكل حقيقي في خسارة المنتخب الوطني، وهذا بدوره يُضعف ثقافة النقد الذاتي، ويغذي ثقافة إلقاء اللوم على اسباب واهية.

د. استقطاب المجتمع حول خطاب شعبي يغذي ويثير المزيد من الجدل : فمثل هذا الخطاب الشعبي قد يخلق جدلاً داخل المجتمع بين من يناصر الشيخ ويعتبره صوته، وهنا تبرز قوة الشعبية بما تعتمد من بلاغة لغوية وتوظيف للاستمالات العاطفية والوجدانية، وقدرتها على التأثير على العواطف و على الجماهير، وهو ما يعطيها نوع من الشرعية في الاستمرار، ويجعلها في مواجهة دائمة ، وعليه فإن مثل هذه الخطابات وكثافة ترويجها واستهلاكها يزيد من احتمالية تبنيها لدى المشهد الجزائري والجماهير التي تبحث دوماً عن يثير مشاعرها ويحرك نفسياتها، وبالتالي يسهم في تغذية الجدل الذي باتت تترجمه العبارات اللفظية والجدل المستمر في مختلف الفضاءات الواقعية والافتراضية،

2. "لا يزال هاشتاغ إعادة مباراة الجزائر والكاميرون يتصدر الترتيب الجزائري يصنع آمال الشعب.. من خلال إعادة نشر اللقطات التي تكشف كل مرة الأخطاء التي وقع فيها الحكم غاسما والتي كانت حاسمة للمنتخب الكاميروني.. كما تكشف تورط الحكم الذي حرم المنتخب الجزائري من أكثر من ضربة جزاء...". تريندينغ الشروق على قناة الشروق أونلاين، بتاريخ: 2022/04/10

1.2. تجليات الشعبوية في الخطاب

يتكشف هذا الخطاب على تجليات عدة للغة الشعبوية، وهي خصائص خطابية وإعلامية تستخدم للتأثير على المشاعر الجماهيرية، غالباً عبر تبسيط القضايا ، وعموماً يمكن حصر هذه التجليات فيما يلي:

أ. الاستثمار في المشاعر الجماهيرية: فكما نلاحظ لا يكتف هذا الخطاب بعرض وقائع فقط، بل يصوغها بشكل يُظهر أن هناك ظلماً واقعاً على "انصار المنتخب الجزائري"، ويُحرك الإحساس بالغبن الجماعي، وهي أداة مركزية في الخطاب الشعبوي، ويبرز ذلك في: "يصنع آمال انصار المنتخب...اللقطات التي تكشف كل مرة الأخطاء التي وقع فيها الحكم...الذي حرم المنتخب الجزائري من أكثر من ضربة جزاء".

ب. يتم تصوير الحكم (غاساما) ليس فقط كمخطئ بل كمتورط، وهذا يتماشى مع نمط الشعبوية، ويبرز ذلك في أكثر من موضع في الخطاب، كما في: "تكشف تورط الحكم...الأخطاء التي كانت حاسمة".

ج. تأطير "إرادة الانصار" كحقيقة مطلقة: فالخطاب كما في عبارة: "يصنع آمال الانصار"، يوحي بأن هناك رأياً موحداً لانصار المنتخب الجزائري، وأن هذا الرأي يتم التعبير عنه من خلال الهاشتاغ، وهنا يتم تجاهل أي تعقيد أو تنوع في الرأي، وهو ما تفعله الخطابات الشعبوية عادة.

د. تبسيط القضية: فكما نلاحظ لا يوجد مكان في الخطاب للنظر في تعقيدات التحكيم أو الظروف الرياضية؛ بل يتم تبسيط الصراع.

هـ. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة إعلامية: ويظهر ذلك بشكل جلي في عبارة "لا يزال الهاشتاغ يتصدر الترتد.." فهذا التعبير يوحي بأن الترتد يصبح هنا وسيلة للإعلام، ما يعزز صورة "صوت الانصار"، وهي سمة من سمات الشعبية الحديثة.

2.2. الظرف والسياق: (ذاته المحدد في العينة السابقة).

3.2. الأساليب اللغوية الموظفة في الخطاب: هذا الخطاب يوظف لغة إعلامية عاطفية قائمة على الإثارة، التعميم، والتأثير على الجماهير، وهو ما يخدم خطابا ذا طابع شعبي، يهدف إلى إثارة الجمهور وخلق حالة كنوع للمطالبة بإعادة المباراة، وتمثلت أبرز الأساليب اللغوية الموظفة في هذا الخطاب في:

أ. أسلوب الإثارة والانفعال: وتظهر من خلال عبارات عدة مثل: "يصنع آمال الانصار... اللقطات التي تكشف كل مرة الأخطاء التي وقع فيها الحكم.."، فهي عبارات معبأة بشحنات عاطفية قوية تحاول استثارة الإحساس بالظلم والتحفيز الجماهيري، وهو أمر مقصود في الخطاب الشعبي الرامي إلى إثارة المشاعر وتحفيز الجمهور.

ب. التكرار والتأكيد: يستخدم هذا الأسلوب لتثبيت الصورة الذهنية لدى المتلقي بأن الظلم كان مقصودا ومتكررا، لا مجرد هفوة، كما في عبارة: "تكشف كل مرة الأخطاء" وعبارة: "الذي حرم المنتخب من أكثر من ضربة جزاء"، فهي عبارات تعزز الإقناع من خلال تكرار الفكرة الأساسية مثل "الظلم التحكيمي".

ج. لغة التعميم: ويتجلى ذلك في عدة عبارات: "الأخطاء التي وقع فيها الحكم...كانت حاسمة للمنتخب الكاميروني"، فهي عبارات عامة أو مطلقة دون تحديد دقيق لمدى وكيفية

تأثير هذه الأخطاء على نتيجة المباراة، "...تكشف تورط الحكم.. "بعدم البراءة أو بوجود نية ما، رغم أن السياق لا يقدم دليلاً قاطعاً. وهذا يوظف لغة ، شائعة في الخطاب الشعبي.

د. اللغة العاطفية : وتبرز من خلال عبارة: "آمال الانصار" - "حرم المنتخب" - "أخطاء حاسمة"، فهي عبارات تُحمّل الحدث شحنة وجدانية تُوجّه المتلقي نحو موقف معين، دون أن تكون محايدة أو وصفية فقط.

4.2. دلالات توظيف الشعبوية في هذا الخطاب

لا بد أن توظيف الشعبوية في هذا الخطاب الإعلامي حول مباراة الجزائر والكاميرون ليس عشوائياً، بل يخدم مجموعة من الدلالات الوظيفية والرمزية، سواء على المستوى الاجتماعي أو الإعلامي، ويمكن حصر أبرز هذه الدلالات فيما يلي:

أ. سعي الخطاب الإعلامي لخلق شعور بالوحدة: توحد الجماهير حول قضية رياضية تُقدّم كرمز ، وبالتالي تصبح الشعبوية الإعلامية أداة لخلق روح جماعية.

ب. انخراط الإعلام في التنفيس الجماعي : فالخطاب الإعلامي ومن خلال اللغة الشعبوية، يوفر متنفساً نفسياً وجماعياً للشعب الذي يشعر بالهزيمة والظلم، يُحول الإحباط إلى طاقة ايجابية.

5.2. الانعكاسات المتوقعة لتوظيف الشعبوية في هذا الخطاب على المشهد الجزائري

يمكن أن يؤدي توظيف الشعبوية في هكذا خطاب إلى مجموعة من الانعكاسات المتوقعة في المشهد الجزائري، بعضها آنية ومباشرة، وبعضها أعمق وأكثر ديمومة، ويمكن اجمال هذه الانعكاسات في بعض النقاط ذات أبعاد إيجابية وأخرى ذات أبعاد سلبية، وهي:

- أ. تعزيز الشعور بالانتماء: فمثل هذا الخطاب يُجمّع المواطنين حول فكرة موحدة ما يُعزز وحدة جماهيرية مؤقتة، ويحوّل المنتخب الوطني إلى رمز للوحدة، واعتبار المنتخب ممثلاً عنهم، وليس مجرد فريق رياضي.
- ب. رفع سقف الآمال التوقعات بشكل غير واقعي: إذ يوحي الخطاب بأن المباراة ستعاد وأن الشعب سيفرح،
- ت. : اتهام الحكم "بالتورط"، يؤدي بالضرورة إلى توجيه جزء من جماهير لاعتبار أن الفيفا منحازة ، وبالتالي زيادة الشك في شرعية المنظمات الرياضية الدولية، وربما فقدان الثقة في الرياضة العالمية.
- د. خلق حالة من الغضب الجماعي والاحتقان: عندما يُقدّم الظلم كأمر متكرر ومتعمد، تنشأ حالة من الغليان الشعبي . " وبالتالي احتمالية تطور الاحتجاج الرقمي إلى مظاهرات، حملات إلكترونية، وربما عنف لفظي أو رمزي .
- هـ. إضعاف الخطاب العقلاني والموضوعي: فسيطرت اللغة الشعبوية على الخطابات الإعلامية، يؤدي إلى تهميش الأصوات التي تحاول تحليل المباراة بموضوعية، مثل تحليل الأخطاء الفنية أو التكتيكية للفريق، هيمنة السرديات العاطفية على حساب النقاش الرياضي المهني، مما يُضعف الثقافة الرياضية.
- و. تحول القضايا الرياضية والهامشية إلى قضايا أخرى: فحين يتحول الحديث عن مباراة إلى خارج نطاقه، يتم خروج عن نص الرياضة بشكل غير مباشر، ويوظف الرياضة كأداة لصناعة قضايا أخرى، وربما توظيفها لاحقاً في قضايا اجتماعية أو غيرها.

ثانيا: نقد الخطاب الإعلامي المتعلق بأعمال السحر والشعوذة وحملة تنظيف المقابر في الجزائر

الانعكاسات المتوقعة	الدلالات	الأساليب اللغوية الموظفة	الظروف والسياقات	تجليات الشعبوية	التاريخ	النمط	العينة	
- تشجيع اللجوء إلى المشعوذين - إضعاف الإرادة الفردية - تحويل الإعلام إلى أداة للتلاعب والتوعية - زرع الخوف والقلق الجماعي	- تغذية المظاهر السلبية في الأوساط الشعبية. - تبسيط المشاكل الاجتماعية وتعقيد الحلول	- الأسلوب التقريري المباشر - الأسلوب التحذيري والتنبهية - لغة التلميح غير المباشر - اللغة العمية الدارجة - التصوير الرمزي أسلوب الإثارة الصحفية	- غياب العدالة الاجتماعية وتنامي مظاهر البطالة والتهميش لا سيما في المناطق الداخلية - نقشي المعتقدات الشعبية في الكثير من المناطق الداخلية والصحراوية في ظل هشاشة التعليم والتثقيف - الاحتقان السياسي والاجتماعي الذي شهدته الجزائر قبيل الحراك الشعبي	- المصير الغامض والتخويف بالغيبيات - مخاطبة العواطف والنفسيات بدل العقل والمنطق - التبسيط المفرط للواقع المعقد - توظيف الموروث الشعبي	08-12-2019	مقال صحفي لجريدة الخبر مع صور لـ"كادنة" وطلاسم ودم على واجهة صورة شخص	"الكادنة" تتحول إلى وسيلة للشعوذة والسحر بمقابر آفلو.. لتعطيل مصالح الناس والتفريق بينهم...كاين ناس تستعمل السحر والشعوذة كوسيلة للوصول إلى مناصب...	01

			(2019)					
02	"شاهد ما النقطته كاميرا نوميديا على المباشر... مجموعة من الشباب يعثرون على طلاس سحر في مقبرة سحر الدمية أو الفودو من أخطر أنواع السحر المدفون...سح ر الفودو أو سحر التمريض، يستعمل فيه المشعوذ بقايا شعر أو بقايا دم من الشخص المراد إيذاؤه داخل دمية من القماش ووضع إبر على كامل أجزاء الدمية، قصد تمريض الشخص ويمكن أن تؤدي إلى وفاته.."	رپورتاج في نمط درامي تتخلله موسيقى مثيرة وعبارات التكبير والاستعادة بالله من الشیطان	2020	- التبسيط المخل للمفاهيم المعقدة والغريبة - الرمزية - طغیان الدراما العاطفية على فحوى الخطاب	- انتشار واللايقين لدى المجتمع الجزائري بعد جائحة كوفيد 19. - ضعف الثقافة العلمية وانتشار الأمیة - تشوه جانب كبير من الموروث الشعبي حول السحر والشعوذة - تزايد الإقبال على البرامج التي تتناول الجن، السحر، الرقية، والأحلام. - المنافسة الشرسة بين القنوات الإعلامية لجذب المشاهدين	- المبالغة - اللغة الانفعالية المشحونة - لغة التعميم - التحدث باسم الشعب - سعي الخطاب الإعلامي لبعث الموروث الشعبي والأساطير والغيبیات - حول الأساطير والخرافة	- تعمد الخطاب الإعلامي اللعب على عواطف ومخاوف الجمهور - تسليع الرعب الشعبي - سعي الخطاب الإعلامي إلى تشويه العلم والعقلانية مقابل إعلاء الأساطير والخرافة	- ترسیخ ثقافة الضحیة " - تحول المعاناة والجهل إلى محتوى ترفيهي - ترسیخ التفكير الخرافي والتفسيرات الغيبیة للمشاكل والقضايا الفردیة والاجتماعیة - تشجیع وانتعاش اقتصاد الشعوذة وسوق الرقیة - تشویه صورة المجتمع الجزائري في الإعلام

			تزايد					
			الاهتمام					
			الإعلامي					
			بالقضايا					
			الهامشية					
			والأساطير					
			الشعبية					
			على حساب					
			القضايا					
			الاجتماعية					
			الاهم					

كما هو موضح في الجدول أعلاه، باتت فضية السحر والشعوذة في السنوات الأخيرة، من أكثر المواضيع تناولا في الإعلام الجزائري، وإثارة في الوسط الجماهيري، لدرجة أن الموضوع قد بات بمثابة "ترند" في مختلف مواقع ومنصات الإعلام والتواصل الاجتماعي، وعليه فقد وجدنا أنه من الضروري تسليط الضوء على الخطاب الإعلامي في طريقة تعاطيه مع الموضوع، وهي الطريقة التي لا يمكن أن تخلوا بأي شكل من الأشكال من النزعة الشعبية، وهذا ما سنحاول كشفه من خلال هذه القراءة النقدية.

1. "الكادنة" تتحول إلى وسيلة للشعوذة والسحر بمقابر آفلو.. لتعطيل مصالح الناس والتفريق بينهم... كايين ناس تستعمل السحر والشعوذة كوسيلة للوصول إلى مناصب .."
(مقال صحفي في جريدة الخبر، بتاريخ: 12 أوت 2018).

1.1. تجليات الشعبية في هذا الخطاب

قبل التعرض لتجليات الشعبية في هذا الخطاب الإعلامي، ينبغي الإشارة أولا إلى أن "الكادنة" في السياق الشعبي الجزائري تُشير إلى القفل، وغالبًا ما يُستعمل في طقوس سحرية تُدفع في المقابر، حيث يسري الاعتقاد الجماهيري على أن غلق "الكادنة" بالسحر

يرمز إلى تعطيل الرزق، الزواج، أو العمل، أي "غلق الأبواب" حرفيًا ومجازًا، هذا من جهة، من جهة ثانية تتجلى الشعبوية في هذا الخطاب من خلال:

أ. **التخويف بالمصير الغامض والغيبيات:** إذ يشير الخطاب إلى وجود شيء خطير لكنه غير معروف بالاسم ولا بالوجه، وعادة ما يكون هذا التخويف أحد أركان الخطاب الشعبوي، والذي يعتمد في أساليبه التأثيرية والإقناعية على خلق الهواجس والأخطار وتكريسها كقوة غير مرئية في نفسية الجماهير، تسعى للسيطرة على الواقع والتأثير على نفسية الانسان .

ب. **مخاطبة العواطف والنفسيات بدل العقل والمنطق:** ويتجلى ذلك في مواضع عدة من الخطاب نذكر على سبيل المثال عبارة ".لتعطيل مصالح الناس والتفريق بينهم"، فالخطاب هنا، يستخدم لغة مؤثرة عاطفيًا: "تعطيل"، "تفريق"، "مقابر"، "سحر"، ولا يقدم أية معطيات أو أرقام أو تحاليل عقلانية، بل بكتفي بتقديم صور وجدانية سلبية، وهو بذلك يرمي إلى إثارة القلق الشعبي ضد المصير الغير مرئي، وكذا إشغال الجمهور وصرفه عن أزمات الحياة الاجتماعية الأكثر أهمية وواقعية.

ج. **التبسيط المفرط للواقع المعقد:** ويتجلى ذلك من خلال تصوير "الكادنة" كسبب للرفع والخفض، فهي من جهة سبب للخطر والفشل والتعطيل والتفريق بين الناس، ومن جهة ثانية هي سبب للصعود والارتقاء في مناصب عمل، فالخطاب الشعبوي هنا قد عمد إلى تقديم تفسيرات سهلة وسطحية لمشاكل وقضايا عميقة ومعقدة، في عملية مقصودة لتجنب النقد البناء أو التحليل الجاد لهذه القضايا واستبدال ذلك بإرضاء الشعور الشعبي من خلال عبارات "مُشبعة" عاطفيًا.

د. **الأسطرة وتوظيف الموروث الشعبي:** ويتجلى ذاك من خلال استخدام بعض الرموز الخاصة مثل: "الكادنة"، "السحر"، "المقابر"، "الشعوذة" وغيرها، فهو توظيف واضح لمعتقدات

ومخاوف شعبية راسخة في المخيال الجماعي، دون تحديها أو توضيحها، وهي من أبرز أساليب الشعبوية، التي تستعمل هذه الموروثات لأنها سهلة التداول والنفاذ في نفسية الجماهير، سريعة الانتشار، ومشاركة شعبياً، وتجنب القائم بالخطاب الجدلي العلمي حول هذه الممارسات، وتتيح له فرصة التركيز على "الإثارة" والتأثير.

2.1. ظروف وسياقات هذا الخطاب الإعلامي:

لأن القراءة النقدية الحقيقية لأي خطاب لا تتم دون التطرق للسياقات النفسية والثقافية والاجتماعية وكذا الظروف المكانية التي ينتج في خضمها هذا الخطاب، وعليه وجدنا أنه من الضروري التطرق لهذه السياقات في هذا الجزء من التحليل، وبالتالي يمكن حصر هذه السياقات فيما يلي:

أ. السياق الاجتماعي والثقافي: ويمكن اختزاله في:

- ✓ انتشار المعتقدات الشعبية في كثير من مناطق الوطن ولاسيما بالمناطق الداخلية والصحراوية كمدينة آفلو (ولاية الأغواط) التي تنتمي إلى مناطق الهضاب العليا، حيث لا تزال المعتقدات الشعبية والسحر تُمارس وتُتناقل شفهيًا.
- ✓ هشاشة التعليم والتنقيف في العديد من المناطق الريفية مما أسهم في استمرار مثل هذه الظواهر.
- ✓ انتشار الفقر والبطالة والتهميش وغياب أهم الظروف الاجتماعية الملائمة وشح فرص العمل، كلها باتت مبررات لتفسير فشل الكثيرين في الحياة برده إلى المسّ والعين والسحر والتعطيل.
- ✓ اتساع الفجوة بين الخطاب الرسمي والمعتقدات والممارسات الشعبية اليومية للمجتمع الجزائري.

3.1. الأساليب اللغوية الموظفة في هذا الخطاب

أ. الأسلوب التقريري الإخباري المباشر: يظهر هذا الأسلوب في مطلع الخطاب "الكادنة تتحول إلى وسيلة للشعوذة والسحر بمقابر آفلو"، وهذا الأسلوب يستخدم لإعطاء الخبر بعدا واقعيا ومصدقية لدى الجمهور المتلقي

ب. الأسلوب التحذيري والتنبيهي: ويبرز ذلك من خلال العبارات التصريحية والتلميحية التي يتضمنها الخطاب حول الأخطار القائمة "لتعطيل مصالح الناس والتفريق بينهم"، فالعبارة هنا توحى بوجود خطر اجتماعي وتهديد للعلاقات الإنسانية (التعطيل...التفريق..)، وكثيرا ما يعتمد هذا الأسلوب في الخطابات الشعبوية التي تعمل على إثارة القلق المجتمعي والتنبيه من أخطار وهمية.

ج. لغة التلميح والإشارة الغير مباشرة: وذلك من خلال اضماء الإبهام على الجمل والعبارات كما في " كايين ناس تستعمل السحر والشعوذة كوسيلة للوصول إلى مناصب .."، إذ لا يذكر أسماء أو جهات معينة، بل يكتفي بالتلميح، وهو أسلوب كثير الاستخدام في الخطابات الشعبوية، أين يكون الغموض والتعميم هو سيد الموقف، مما يفتح الباب أمام التأويل..

د. اللغة العمية الدارجة: ويتجلى ذلك في عدة مواضع من نص الخطاب الكامل، أين تم نقل آراء الناس دون فلترة أو إعادة صياغة كما في عبارة " كايين ناس"، وهو نوع من الشعبوية التي تعتمد الصحافة لتحاول إضفاء نوع من الشهادة الحية والصورة الشعبية على خطابها وتضخيم الإحساس بواقعية الخبر وتقريب الخطاب من المتلقي الشعبي.

هـ. التصوير الرمزي: ويتجلى ذلك من خلال توظيف "الكادنة" كقفل معدني يُستعمل في السحر، ودلالات فعل "القفل" كرمز لغلق المصير أو تعطيل النجاح، وهذا تشبيه غير مباشر يحول أداة مادية بسيطة إلى رمز نفسي واجتماعي، وهذا الأسلوب الرمزي يوظف بكثرة في

الخطابات الشعبوية لما يحمله من طابع ثقافي محلي شديد التأثير والنفوذ في ذهنية ونفسية الجماهير الشعبية.

و. أسلوب الإثارة الصحفية: ويتجلى ذلك من خلال اختيار كلمات ذات وقع قوي: "الشعوذة" - "السحر" - "مقابر" - "تعطيل" - "تفريق" ، وكثيرا ما يوظف هذا الأسلوب في الخطابات الإعلامية الشعبوية، لما لهذه العبارات وغيرها قدرة على إثارة اهتمام القارئ وتحفيزه على مواصلة القراءة، وهي خاصية معروفة في الأسلوب الصحفي المرتبط بالظواهر والقضايا المثيرة والشاذة والطابوهات الاجتماعية.

4.1. دلالات توظيف الشعبوية في هذا الخطاب

يمكن استنباط دلالات توظيف الشعبوية في هذا الخطاب، وحصرها في النقاط التالية:

ب. إبراز المظاهر السلبية في الأوساط الشعبية: وهذا يكرس الفشل والهروبية والانتكالية لدى الناس، ويثير المخاوف ويضعف الثقة في ويجعل الناس يرون واقعا مخالفا.

ج. تبسيط المشاكل الاجتماعية وتعقيد الحلول: مما يفتح باب الجدل الشعبي بدل الحلول الواقعية (مثل التعليم، أو التنمية).

1.4. الانعكاسات المتوقعة لتوظيف الشعبوية في هذا الخطاب على الجمهور:

لا بد أن توظيف الشعبوية في هذا الخطاب الإعلامي له تداعيات وانعكاسات متوقعة، على المستوى الفردي والاجتماعي، ويمكن التعرض لها على سبيل الذكر لا الحصر في النقاط التالية:

أ. تشجيع اللجوء إلى المشعوذين: وفي المقابل ازدهار نشاط الرقاة، وتغذية الأساطير والخرافات وتقشيتها في الأوساط الاجتماعية.

ب. إضعاف الإرادة الفردية: وجعل الكثيرين يتصورون أن فرصهم في الحياة وتحقيق طموحاتهم ونجاحاتهم مرهون بقفل مدفون في مقبرة، وهذا بدوره قد يؤدي إلى تراكم الإحباط والانسحاب من فعاليات الحياة الاجتماعية.

ج. تكريس اللامبالاة والنفور من المشاركة:

د. تحويل الإعلام إلى أداة للتلاعب بدل التوعية: فالخطاب الشعبي يجعل الإعلام أداة تأثير عاطفية وليس وسيلة لفهم الواقع وتحليله، ما يُضعف دوره الحقيقي.

هـ. زرع الخوف والقلق الجماعي : وهذا يولد عدم الثقة والريبة بين الناس.

و. تفكك العلاقات الاجتماعية: فإذا شاع الاعتقاد بأن "الجار، أو القريب، أو زميل العمل" قد يكون وراء سحر ما، فإن الثقة الاجتماعية تنهار والعلاقات تنهار.

2. "شاهد ما التقطته كاميرا نوميديا على المباشر... مجموعة من الشباب يعثرون على طلاس سحر في مقبرة سحر الدمية أو الفودو من أخطر أنواع السحر المدفون... سحر الفودو أو سحر التمريض، يستعمل فيه المشعوذ بقايا شعر أو بقايا دم من الشخص المراد إيذاؤه داخل دمية من القماش ووضع إبر على كامل أجزاء الدمية، قصد تمريض الشخص ويمكن أن تؤدي إلى وفاته..". (ربورتاج في نمط درامي تتخلله موسيقى مثيرة وعبارات التكبير والاستعادة بالله من الشيطان، التاريخ: 2020)

1.2. تجليات الشعبوية في هذا الخطاب:

يمكن إبراز تجليات الشعبوية في هذا الخطاب من خلال:

أ. توظيف العلاقات الاجتماعية: ويتجلى ذلك من خلال تكرار "عبارات التهليل والتكبير والاستعادة بالله من الشيطان" في التقرير، فاستدعاء الشعائر في الخطابات الشعبوية ما هو إلا وسيلة لتعزيز الشعور بالخطر الروحي.

ب. التبسيط المخل للمفاهيم المعقدة والغريبة: ويتجلى ذلك في مواضع عدة من الخطاب، حيث يتم اختزال قضايا سوسيو-ثقافية في قوالب درامية مبسطة للغاية، كما في عبارة "سحر الفودو أو سحر التمريض.."، إذ لا يفرق بين التقاليد الثقافية والمعتقدات الماورائية، بل يُقدمها كلها كـ"شر مطلق".

ج. طغيان الدراما العاطفية على فحوى الخطاب: كثيرا ما يجنح الخطاب الإعلامي الشعبي إلى التسلح بالاستمالات العاطفية كالتخويف والصدمة كما في عبارة "شاهد ما التقطته الكاميرا.. من أخطر أنواع السحر.."، والموسيقى الدرامية المؤثرة والمثيرات الصوتية، وذلك كله على حساب التفسير العلمي والحجاج العقلي.

د. المصير الخفي و الرمزية: دائما ما يقوم الخطاب الشعبي على اصطناع الامور الخفية، وفي ذات السياق يسري الحديث عن وجود طلاس في "مقبرة" في هذا الخطاب الذي يزرع فكرة وجود نتائج خفية تهدد المجتمع، ويضع فئة غير معروفة من "المشعوذين" ويجعلها تهدد الناس.

2.2. ظروف وسياقات الخطاب

يمكن اختزال ظروف وسياقات هذا الخطاب الإعلامي في النقاط التالية:

أ. السياق السوسيو- ثقافي: ويتمثل في:

- ✓ انتشار القلق واللايقين الذي ساد معظم الشعب الجزائري ابان وبعد جائحة كوفيد 19، وما رافقها من تصاعد لمشاعر الخوف والقلق وانعدام السيطرة.
- ✓ ضعف الثقافة العلمية وسطوة الثقافة السطحية والجماهيرية والشعبوية.
- ✓ اتساع الهوة بين الخطاب الرسمي والشرعي والممارسة المجتمعية الصحيحة.
- ✓ انتشار أعمال السحر والشعوذة بشكل لافت في المجتمع الجزائري.

ب. السياق الإعلامي: ويتمثل في:

✓ تناول الإعلامي الكبير والغير مسبوق لظاهرة السحر والشعوذة، وبروز قنوات إعلامية مختصة في الأعمال الروحانية مقابل قنوات أخرى مختصة في الرقية وفك السحر والتعطيل.

✓ المنافسة الإعلامية الشرسة بين مختلف القنوات الإعلامية في تأطير الموضوع تناوله.

✓ غياب ضوابط واضحة لتنظيم الخطاب الإعلامي ذو أبعاد روحية، مما ترك هذه المواضيع مفتوحة للتوظيف الشعبي.

3.2. الأساليب اللغوية الموظفة في الخطاب:

يمكن حصر أبرز الأساليب اللغوية الموظفة في هذا الخطاب فيما يلي:

أ. استحضار المصير الخفي (المشعوذ والساحر الغير معروف، والجن والعفاريت...): وقد سبق شرح هذا الأسلوب.

ب. المبالغة: ويبرز ذلك في العديد من العبارات على غرار "قد تؤدي إلى الوفاة"، وهو أسلوب شائع في الخطاب الشعبي الذي يعمل على تضخيم الخطر وتقديمه وكأنه خطر وجودي وليس مجرد ظاهرة وذلك لخلق رد فعل جماهيري.

ج. اللغة المشحونة: وتبرز هذه اللغة في كثير من المواضع كما في عبارة "شاهد ما النقطة الكاميرا"، وكذلك في عبارات "البسمة والأذكار" والتي تعتبر كلها كلمات تحفيزية وحماسية تشحن العاطفة وتعوض بها الحجج العقلية، فتكرار عبارات "الله أكبر" مثلاً يوحي بأن هناك قضية روحية كبرى .

د. لغة التعميم: فهذا الخطاب لم يقدم أي تدقيق أو حقائق نسبية، بقدر ما قدم تصورات مطلقة، وهذا بغض النظر عن سياقها.

هـ. **التحدث باسم الشعب:** وذلك من خلال تصوير مجموعة من الشباب كممثلين لكافة أطياف الشعب الجزائري وتقديمهم كأبطال بصورة درامية توحى بأن الحدث يعكس إرادة جماعية، وهذا من الأساليب الخطابية الشعبوية المعروفة والتي تعتمد إلى تعميم حالة الجزء على الكل.

4.2. دلالات توظيف الشعبوية في هذا الخطاب:

يوحي البعد الشعبوي لهذا الخطاب بعدة دلالات يمكن، قراءتها من خلال ما يلي:

- أ. **تعتمد الخطاب الإعلامي اللعب على عواطف ومخاوف الجمهور:** ويتجلى ذلك من خلال استخدام لغة مشحونة عاطفياً ومؤثرات صوتية (موسيقى درامية، تكبير، استعادة) لخلق حالة من الهلع الجماعي، مما يثير الخوف، الفضول، والانجذاب الشعبي.
- ب. **سعي الخطاب الإعلامي لبعث الموروث الشعبي والأساطير والغيبيات:** ومحاولة إضفاء الروحانية على المعتقدات الشعبية والخرافات.
- ج. **تسليع الرعب الشعبي:** وذلك لإثارة الجمهور وجذب المزيد من المشاهدين من خلال المبالغة والدراما والبلاغة التصويرية.
- د. **سعي الخطاب الإعلامي إلى تشويه العلم والعقلانية مقابل إعلاء الأساطير والخرافة.**

5.2. الانعكاسات المتوقعة لتوظيف الشعبوية في هذا الخطاب:

يمكن اختصار هذه الانعكاسات في النقاط التالية:

- أ. **ترسيخ ثقافة الضحية:** وذلك من خلال التكرار المستمر لسردية "المفعول فيه" مما يؤدي إلى انتاج فرد مسلوب الإرادة، لا يستطيع تدبير أموره والدفاع عن نفسه، ويحتاج دائماً لشيخ

أو وسيلة لفك السحر والتعطيل، وهذا بدوره يُضعف حسّ الفاعلية الشخصية ويعزز التبعية للرموز.

ب. تحول المعاناة والجهل إلى محتوى ترفيهي: وهذا بفعل الطابع الدرامي والتشويقي الذي يتم فيه تناول مثل هذه المواضيع.

ج. ترسيخ التفكير الخرافي والتفسيرات الغيبية للمشاكل والقضايا الفردية والاجتماعية اليومية.

د. تشجيع وانتعاش اقتصاد الشعوذة وسوق الرقية: فكلما زاد الخطاب الشعبي حول السحر كلما زاد الطلب على كتب السحر وتحضير الجان، والأعشاب المباركة، والأحجبة، والماء المرقى...وهو ما يمكن أن يؤدي إلى تشكل سوق سوداء كاملة تستغل ضعف الناس وخوفهم.

هـ. تشويه صورة المجتمع الجزائري في الإعلام: فتكثيف الخطاب حول السحر والشعوذة بهذه اللغة الشعبوية سيؤدي حتما إلى خلق انطباعات على المستوى المحلي والأجنبي.

2. مناقشة النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة:

1. مناقشة نتائج التساؤل الفرعي الأول: "ماهي الظروف والسياقات التي ينتعش فيها

الخطاب الإعلامي الشعبوي في الجزائر؟

من خلال إعادة قراءتنا لما أفرزه تحليلنا السابق لنتائج الدراسة، يمكننا استنباط جملة من الاستنتاجات المتعلقة بالتساؤل الفرعي الأول والمتعلق بظروف وسياقات الخطاب الإعلامي في الجزائر، والذي قمنا بإخضاع عينة منه لمشرحة التحليل النقدي، ولأن السياق يعتبر عنصرا محوريا في أي قراءة تحليلية لأي خطاب كان، فإن ضرورة تسليط الضوء عليه تزداد بشدة أكثر في الدراسات الإعلامية، كدراستنا الحالية، والتي ترمي إلى الإحاطة أكثر

بظاهرة الشعبوية التي زاد بروزها وتوظيفها مؤخرا في الخطاب الإعلامي بشكل لافت، ولا سيما في التناول الإعلامي للعديد من القضايا ذات الأبعاد الاجتماعية، وعليه فقد وجدنا أن هذه الشعبوية المتنامية في الخطاب الإعلامي، لم تكن محض صدفة أو مجرد ظاهرة عرضية أو اعتباطية، وإنما هي وليدة سياقات وظروف متعددة فرضت على القائمين بالإعلام الانخراط في عمليات تأطير مقصودة للعديد من قضايا الواقع الاجتماعي وإعادة تشكيلها في قوالب شعبية تهدف إلى الإثارة والتأثير بدل النقد والتحليل، وبالتالي تغيير التوجهات أكثر مما تسعى إلى تغيير الواقع، كما لاحظنا انه وردت هذه الخطابات في ظل سياقات وظروف اجتماعية، ثقافية ورياضية وأخرى على غرار: تدمير الشعب الجزائري وشعوره بالظلم والاحجاف نتيجة اقضاء المنتخب الوطني أمام نظيره الكاميريوني في التصفيات المؤهلة لكأس العالم الأخيرة بقطر (2022)، وذلك بعد آمالهم الكبيرة بتأهله وتجاوزه الأدوار الأولى، كما نجد أن هذا الشعبوية قد برزت أكثر في الخطاب الإعلامي في ظل تنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي وسطوة المحتوى الرقمي كإعلام بديل عن القنوات الرسمية وشبه الرسمية، وانتشار الغوغائية والأخبار المغلوطة بشأن إعادة وعدم إعادة المباراة.

أما فيما يتعلق بالخطاب الإعلامي المتناول لظاهرة السحر والشعوذة فنجد أنه قد تزامن مع الصدى الكبير الذي أحدثته الأخبار المتداولة بشأن العثور على كميات كبيرة من السحر المدفون في مقابر عدة في مختلف بقاع الوطن، مما جعل الموضوع يتحول إلى "ترند" في القنوات الإعلامية كما في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي مع كثير من الغوغائية بسبب التوظيف المفرط للغة الشعبوية في هذا الخطاب بما تتضمنه من أحياء للموروث الشعبي المقدس والمزيف والأساطير والغيبيات.. وعليه نجد أن الخطاب الإعلامي في تعاطيه مع الظاهرة قد اقترن بعدة سياقات لعل أبرزها: تنامي مظاهر البطالة والتهemis في العديد من مناطق الوطن، نقشي المعتقدات الشعبية ولا سيما في المناطق الداخلية

والصحراوية وذلك في ظل هشاشة التعليم والتثقيف، والأهم من هذا كله المنافسة الشرسة بين القنوات الإعلامية لجذب المشاهدين وتزايد الاهتمام الإعلامي بالقضايا الهامشية والأساطير الشعبية على حساب القضايا الاجتماعية الأهم.

2. مناقشة نتائج التساؤل الفرعي الثاني: "ماهي أساليب اللغة الشعبية الموظفة في الخطاب الإعلامي الجزائري؟"

من خلال إعادة قراءتنا للعرض التحليلي لنتائج الدراسة، يمكننا استنباط جملة من الاستنتاجات المتعلقة بالتساؤل الفرعي الثاني الخاص بالأساليب اللغوية ذات الأبعاد الشعبية الموظفة في الخطاب الإعلامي، والتي لا يكاد تخلو منها اللغة الإعلامية في السنوات الأخيرة، والتي لا يمكن عزلها عن السياقات والظروف التي أشرنا إليها سابقا، فكما نلاحظ اتسمت اللغة الخطابية للإعلام الجزائري في تناوله للقضايا المدروسة بالطابع الشعبي، وهذا ما يكشف عن الأغراض والمآرب التي يسعى القائمون بالإعلام إلى تحقيقها، وتأتي الإثارة ولفت الانتباه والإلهاء وإعادة تشكيل الواقع في طبيعة هذه الأغراض، وعليه فقد تراوحت هذه الأساليب بين التقرير الإخباري المباشر والأسلوب التحذيري والتنبيهي الواردين في كافة الخطابات عينة الدراسة، ولغة التلميح الغير مباشر كما في الخطاب المتعلق بالسحر والشعوذة، وهي لغة تنجلي على أسلوب الغموض والتعميم الذي يحيل بدوره إلى فتح الباب أمام التأويلات، كما نلمس التوظيف المكثف للغة العامية الدارجة في عدة مواضع بغرض تضخيم الإحساس بواقعية الخبر وتقريب الخطاب من المتلقي الشعبي، هذا بالإضافة إلى التصوير الرمزي كما هو الحال في عبارة "الكادنة" كقفل معدني يُستعمل في السحر، ودلالات فعل "القفل" كرمز لغلق المصير أو تعطيل النجاح، ومادة "البطاطا" ومدلولاتها في المخيال الشعبي الجزائري، كما نجد أن هذه الخطابات لا تكاد تخلو من أساليب الإثارة الصحفية والدراما التي تعتبر من أبرز الأساليب التي يستند إليها الخطاب الإعلامي الشعبي في تناوله للقضايا المثيرة والشاذة والآفات والطبوهات الاجتماعية. كما نجد الاستمالات

العاطفية كاستمالة عاطفة المجد وعاطفة الفخر لدى المواطن، وبلاغة العنف والتخويف بـ "سيف الحجاج" و "يد من حديد"، كما نلمس أسلوب الإغفال والتبسيط المفرط للمشاكل والقضايا والتي يعمد الخطاب فيها إلى تأطير مشكل ثقافي أو اجتماعي معقد واختزاله في سبب واحد، وهي كلها أساليب شعبية تأجج الخطاب الإعلامي الراهن في الجزائر، الذي راح ينحرف عن دوره الحقيقي في التحليل الموضوعي والعقلاني والنقد البناء لقضايا الواقع، والمساهمة في تحقيق الأهداف المرجوة من الاعلام.

3. مناقشة نتائج التساؤل الفرعي الثالث: "ماهي دلالات توظيف الشعبية في الخطاب الإعلامي الجزائري؟"

بالعودة إلى نتائج الدراسة في شقها المتعلق بدلالات توظيف الشعبية في الخطاب الإعلامي، يمكننا ومن خلال استحضار المفاهيم المرتبطة بالشعبوية، كالعاطفة الجماهيرية، تبسيط الخطاب، ونزع العقلانية من النقاش العام، تتكشف أمانا العديد من الدلالات التي يتجلى عنها التوظيف المستمر للشعبوية في الخطاب الإعلامي الجزائري، والتي يمكن تبريرها بمختلف السياقات والمتغيرات التي وردت في خضمها هذه الخطابات وكذلك الأغراض التي تسعى الوسائل الإعلامية إلى تحقيقها، والتي يبدو أنها راحت تذوب في الخطاب الإعلامي. في ظل سعي هذه الأخيرة لاستقطابه وتوجيهه لخدمتها والترويج لمصالحها، كما يتم استنجاد الخطاب الإعلامي باللغة الشعبية عن افتقاره للبلاغة الحجاجية العقلانية وانغماسه في الهوامش واستمراره في عملية التأطير الكلاسيكي للقضايا والمشاكل الاجتماعية والثقافية والرياضية، فأصبح يبدو غير قادر على صياغة خطاب عقلاني يعالج الواقع بنقد بناء للفضاء العام، بقدر ما أصبح أداة ووسيلة أولى لاحتواء الأزمات إلى وعد مشحون بالعواطف والروح الجماهيرية، كما ينجلي هذا التوظيف على سعي المنظومة الإعلامية ومن ورائها إلى تبسيط المشاكل الاجتماعية وتعقيد الحلول وتكريس الخطاب الإعلامي للعب على عواطف ومخاوف الجمهور وتسليع الرعب الاجتماعي وهذه

كلها مآرب تصب في خدمة الخطاب الشعبي الذي يتبنى النهج الغير عقلاني في التعاطي مع قضايا الواقع، فسعي الإعلام إلى إعادة تشكيل الواقع في اطار معين، بقدر ما هي استراتيجيات مقصودة ومحددة الأغراض في اللغة الشعبية.

4. مناقشة نتائج التساؤل الفرعي الرابع: " ما هي الانعكاسات المتوقعة لتوظيف الشعبية في الخطاب الإعلامي على الجمهور الجزائري؟"

تأتي مناقشتنا لنتائج الدراسة في ضوء التساؤل الفرعي الرابع، المتعلق بالانعكاسات المتوقعة لتوظيف الشعبية في الخطاب الإعلامي على الجمهور الجزائري، كتنبؤات علمية لواقع الظاهرة وآثارها في المستقبل القريب والبعيد، انطلاقا من استنتاجاتنا لواقعها الراهن والتي تطرقنا إليها آنفا، وعليه فإن هذه التوقعات تتعلق بقراءتنا العلمية للآثار المحتملة للشعبوية على الوعي الجماهيري، وعلاقة المواطن بالمواطن والفضاء العام ومشاكل وقضايا الحياة الاجتماعية وواقع المجتمع الجزائري ككل، ويبرز في طبيعة هذه الانعكاسات: تزيف الوعي وتعطيل التفكير النقدي، فالاستهلاك المستمر للشعبوية يروج للسطحية في التفكير، ويغذي التبسيط المفرط للمشاكل و يؤدي إلى التحليل العقلاني والنقاش المتعدد الأطراف، وإلى كل ما يترتب عن ذلك من صنع موقف مشوه وجمهور جمهور مشوش فكريا، كما يتوقع أن ينعكس الإفراط في الشعبوية بشكل سلبي على الممارسة الإعلامية في حد ذاتها، إذ تحول الإعلام من مصدر للمعلومة إلى مصدر للتعبئة العاطفية والشحن الجماهيري والتخويف وإعادة تأطير وتشكيل الواقع بدل ترميمه، فتكتيف التغطية الإعلامية لقضايا السحر والشعوذة بذلك النمط الشعبي الدرامي والمثير لا يعالج المشكلة بقدر ما يشجع على اللجوء إلى المشعوذين ويحفز على تعلم السحر، ويحول الإعلام إلى أداة للتلاعب بدل التوعية، ويؤدي إلى إضعاف الإرادة الفردية وتكريس اللامبالاة، وزرع الخوف والقلق الجماعي وترسيخ ثقافة الفشل و"الضحية" في نفسية المجتمع الجزائري وكذا ترسيخ التفكير الخرافي والتفسيرات الغيبية للمشاكل والقضايا الفردية والاجتماعية وتشجيع وانتعاش اقتصاد

الشعوذة وسوق الرقية والأخطر من ذلك كله تشويه صورة المجتمع الجزائري في الداخل والخارج ووسمه بالجهل والامية، كما أنه من المتوقع أن يؤدي الإفراط في الشعبوية إلى خلق جو من الاحتقان الاجتماعي مع مرور الوقت بعد تجلي الحقيقة وانكشاف الواقع أمام الوعود والآمال الزائفة، مما يؤدي في المستقبل القريب، إلى عزوف الشباب عن المشاركة المجتمعية والانغلاق على الذات، فحين يشعر المواطن أن لا جدوى من المشاركة في الحياة العامة، بسبب احتكار الخطاب والإقصاء الرمزي، فمن المؤكد أن ينسحب من المشاركة المجتمعية والفضاء العمومي.

3. الاستنتاجات العامة للدراسة:

يمكن إعادة صياغة نتائج هذه الدراسة في الاستنتاجات العامة التالية:

1. يفرط الخطاب الإعلامي الجزائري سواء المكتوب أو السمعي -بصري في الآونة الأخيرة في توظيف الشعبوية، في تعاطيه مع مختلف قضايا الواقع الاجتماعي وكذا المشاكل والأحداث اليومية، حتى غدت هذه الأخيرة لغة شعبية تسعى للظهور، وتتجلى الشعبوية في العينة المدروسة في النقاط التالية:

- ✓ المبالغة في نقل الخبر أو الحدث وتحويله إلى قضية كبرى؛
- ✓ تزييف الواقع وقلب الحقائق؛
- ✓ تعقيد البسيط وتبسيط المعقد؛
- ✓ شخصنة المواضيع والأحداث وتغليف الأزمات بثوب الإنجاز؛
- ✓ اللعب على العواطف والهواجس الشعبية والملفات الحساسة والمثيرة؛
- ✓ الوعود المتكررة وغير المربوطة بآجال محددة؛
- ✓ استحضار المصير الخفي والغيبيات كالجن والسحر والملائكة..

✓ الأسطورة وتوظيف الرمز الموروث الشعبي مثل: "سيف الحجاج"، "الكادنة"، "البطاطا"...
✓ الخطاب الشعبي الحماسي.

✓ طغيان السرد الدرامي على فحوى الخطاب.

2. يقترن تكثيف الخطاب الإعلامي للغة الشعبوية في تعاطيه مع مختلف القضايا والأحداث بظروف وسياقات متعددة، لها دور محوري في ارتفاع وانخفاض درجة توظيف الشعبوية في مختلف الخطاب، وقد وجدنا من خلال مسالة عينة الدراسة أن توظيف في الخطاب الإعلامي ظل مقترنا بسياقات عدة، ذات أبعاد مختلفة (اجتماعية، ثقافية، رياضية...)، نذكر من أهمها:

✓ المشاركات الكروية للمنتخب الوطني ولاسيما في منافسات كأس العالم؛

✓ تنامي دور الجماهير في إدارة النقاش العام وقوة الشعبوية في المحتوى الإعلامي.

✓ تنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها كإعلام بديل يتيح لكافة أطراف الجمهور حرية التعبير وإبداء الرأي والتفاعل دون قيود أو حدود تقليدية.

✓ سطوة المحتوى الرقمي وانتشار الأخبار المغلوطة بشأن عديد القضايا والمواضيع.

✓ انتشار المعتقدات الشعبية في كثير من مناطق الوطن ولاسيما بالمناطق الداخلية والصحراوية، بسبب هشاشة التعليم والتثقيف وتقشي الجهل والخرافات وعودة بعض المظاهر السلبية إلى المجتمع كالسحر والشعوذة.

✓ انتشار القلق واللايقين الذي ساد معظم الشعب الجزائري ابان وبعد جائحة كوفيد 19، وما رافقها من تصاعد لمشاعر الخوف والقلق وانعدام السيطرة.

✓ غياب ظوابط واضحة لتنظيم الخطاب الإعلامي ذو أبعاد روحية، مما ترك هذه المواضيع مفتوحة للتوظيف الشعبي.

✓ تناول الإعلامي الكبير والغير مسبوق لظاهرة السحر والشعوذة، وبروز قنوات إعلامية مختصة في الأعمال الروحانية مقابل قنوات أخرى مختصة في الرقية وفك السحر والتعطيل.

✓ اتساع الهوة بين الخطاب الرسمي والشرعي والممارسة المجتمعية للتعاليم الصحيحة.
✓ غياب إعلام حر، موضوعي ومستقل واصطفاف الصحافة الوطنية وجل وسائل الإعلام مع الخطاب الرسمي، على غرار "جريدة" الشروق"، التي باتت تميل بشكل واضح نحو تبني الخطاب الرسمي، وتقديمه بأسلوب شعبي تعبوي.

3. يعتمد الخطاب الإعلامي للقنوات والصحف الجزائرية إلى توظيف أساليب لغوية شعبية متعددة ومتنوعة، والهادفة كلها إلى استثارة عواطف الجماهير والتأثير المرغوب في الجمهور، بما تتضمنه هذه الأساليب من عبارات مشحونة وبلاغات آسرة للعواطف والمشاعر، ومن هذه الأساليب:

✓ الأسلوب الخبري التقريري: والذي يهدف إلى تكريس سيطرة اللغة على الواقع، من خلال إعادة تشكيل الواقع وتحويله إلى محمول لغوي.

✓ اللغة التبسيطية في الخطاب.

✓ الأسلوب الشمولي المبالغ الهادف إلى تضخيم الأثر المنتظر والأهداف المنشودة.

✓ الاستمالات العاطفية ولغة الخشب دون التزام صريح بمؤشرات الأداء.

✓ اللغة الترويجية الفضفاضة دون تفاصيل تقنية، وأسلوب المبالغة.

✓ اللغة العامية التي تخاطب الشعب بألفاظ الشارع وتوظف الضمير الجمعي.

✓ الأسلوب الدعائي الموظف للرمز.

✓ البلاغة التصويرية والردع الرمزي وبلاغة التخويف (سيف الحجاج... فتح الجفون..)

✓ لغة التلميح غير المباشر من خلال اصفاء الإبهام على الجمل والعبارات.

✓ الإطناب والتكرار لتحقيق الإقناع.

4. يوحى توظيف الخطاب الإعلامي في الجزائر، للشعبوية بالشكل الذي كشفناه في تحليل النتائج بدلالات براغماتية سوسيو-ثقافية (إيجابية وسلبية)، ويمكن اختزالها في:

✓ افتقار الخطاب الإعلامي للبلاغة الحجاجية العقلانية وانغماسه في الهوامش وغياب الموضوعية والنقد البناء في تعاطي الإعلام الجزائري مع القضايا الجادة وتمركزه مع الخطاب الرسمي؛

✓ توجه الخطاب الإعلامي نحو تأطير القضايا والمشاكل الاجتماعية بدل نقدها وتحليلها؛
✓ وجود فجوة بين الجمهور والإعلام وبحث الخطاب الإعلامي عن شرعية جماهيرية جديدة.

✓ سعي الخطاب الإعلامي لبعث الموروث الشعبي والأساطير والغيبيات.

5. من المتوقع أن يؤدي توظيف اللغة الشعبوية في الخطاب الإعلامي بالشكل الذي كشفناه في تحليل النتائج، إلى انعكاسات متعددة الأبعاد على المشهد الجزائري على المستويين القريب والبعيد، ومن أبرز هذه الانعكاسات ما يلي:

✓ تأثر الشارع واليأس لدى الجمهور وزيادة السخرية وفقدان الثقة في الخطاب الإعلامي.
✓ تغذية الانقسام لدى الشارع وإثارة المزيد من الجدل وخصوصا في وسائل التواصل الاجتماعي.

✓ خلق تعبئة جماهيرية حول المشاريع التنموية ورفع سقف التوقعات وتعزيز الأمل المؤقت لدى الشعب والجمهور.

✓ إضعاف الإرادة الفردية والنفور من المشاركة المجتمعية.

✓ زرع الخوف والقلق الجماعي، وتقنيك العلاقات الاجتماعية؛

✓ ترسيخ التفكير الخرافي والتفسيرات الغيبية للمشاكل والقضايا الفردية والاجتماعية اليومية؛

✓ يؤدي تكثيف الخطاب حول السحر والشعوذة بهذه اللغة الشعبية، إلى خلق انطباعات على المستوى المحلي بأن المجتمع الجزائري يعيش في جهل وانحلال أخلاقي وثقافي.

خلاصة الفصل:

خصصنا هذا الفصل لتحليل مجموعة من الخطابات الإعلامية المكتوبة والمبثوثة في وسائل إعلام جزائرية، من بينها موقع قناة الشروق، موقع قناة النهار، موقع قناة نوميديا، وجريدة الخبر، وذلك في سياقات اجتماعية وثقافية متباينة. وقد تناولت هذه الخطابات قضايا متنوعة مثل ملف اقضاء المنتخب الوطني من تصفيات كأس العالم فب قطر 2022 وظاهرة السحر المدفون والشعوذة.

تم اعتماد المنهج النقدي كإطار لتحليل هذه الخطابات، مع التركيز على تفكيك البنى الدلالية والأسلوبية، واستكشاف تمثيلات الخطاب الشعبي فيها. وقد كشف التحليل عن حضور واضح لعدد من الخصائص الشعبية.

كما تميزت هذه الخطابات باستخدام مكثف للوسائل البلاغية التي تستهدف استثارة العاطفة، وتبسيط المفاهيم المعقدة، وتوظيف رموز معينة، بما يعزز من فعالية الرسالة الموجهة للجمهور. ويُلاحظ أن هذه الخطابات تسعى بدرجة كبيرة إلى تبرير أهداف معينة، أو توجيه الجمهور نحو مواقف محددة، مما يكرّس الطابع الشعبي في المعالجة الإعلامية. وقد مكّن هذا التحليل من اختبار المفاهيم النظرية المتعلقة بالشعبوية كما تم عرضها في الإطار النظري، من خلال إبراز تمظهراتها في الممارسة الإعلامية، بما يعزز من صلاحية المقاربة النقدية في تحليل الخطاب الشعبي والإعلامي المعاصر.

الخاتمة

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة التحليلية وتأسيسا على ما أفرزته من نتائج، يمكننا القول أن الخطاب الإعلامي الجزائري، في تناوله وتعاطيه مع العديد من القضايا الحساسة التي شغلت والتي لازالت تشغل الجمهور، يتسم بالتوظيف المكثف للغة الشعبوية، وقد أظهرت التحليلات أن الشعبوية الإعلامية تنتعش أساسًا في ظل أوضاع اجتماعية، أو قضايا وأحداث أو مناسبات رياضية حيث تستثمر بعض الوسائط الإعلامية في هذه القضايا لتقديم مضامين مبسطة، مثيرة للعواطف، وتستند إلى أساليب لغوية خطابية تنزع نحو الإثارة أحيانا، كما أظهرت الدراسة أن هذه الخطابات غالبا ما تتجاهل العمق التحليلي والموضوعية، وتعمل على تعبئة الجماهير أو توجيهه بشكل مباشر أو غير مباشر نحو مواقف معينة، مستفيدة من الانفعالات الجماعية في ظل محدودية الوعي النقدي الإعلامي لدى المتلقي.

وقد تبين من خلال عينة القضايا المدروسة، كقضية اقضاء المنتخب الوطني وتفشي ظاهرة الشعوذة والسحر، أن التناول الإعلامي لا يخلو من استثمار شعبي يحول القضايا إلى مادة للاستقطاب، في ظل غياب المعالجة المهنية المبنية على التحقيق والاستقصاء والتمحيص.

واستنادا إلى نتائج التحليل والمناقشة الناقدة لهذه النتائج، فإننا نوصي بما يلي:

✓ تعزيز التكوين المهني للصحفيين والإعلاميين في ما يخص المعالجة الموضوعية للمضامين، وتقادي الأساليب الشعبوية غير المهنية التي قد تضر بالمصداقية الإعلامية.

✓ إدراج مضامين خاصة بفهم وتحليل الخطاب الإعلامي ضمن المناهج التعليمية الجامعية والمعاهد الإعلامية، مع التركيز على كشف أدوات وأساليب الخطاب الشعبي، لتمكين الطلبة من بناء وعي نقدي تجاه المحتوى الإعلامي.

- ✓ دعم إنشاء هيئات مستقلة لرصد الخطاب الإعلامي ومتابعة مدى التزام الوسائل الإعلامية بالمعايير المهنية، والعمل على إصدار تقارير دورية لتشخيص ممارسات الإعلام.
- ✓ رفع وعي الجمهور بمخاطر الخطاب الشعبي من خلال حملات إعلامية وتثقيفية تشجع على التلقي الواعي والتحليل النقدي للمحتوى، وتفضيل الإعلام الجاد على الإعلام المثير.
- ✓حث وسائل الإعلام العمومية والخاصة على تحمل مسؤوليتها الأخلاقية والاجتماعية في تغطية القضايا ذات الطابع الحساس، من خلال انتهاج التوازن والابتعاد عن الإثارة أو الخطاب المشحون.
- ✓تشجيع الدراسات المستقبلية لمتابعة تحولات الخطاب الإعلامي في الجزائر، وربطها بسياقاتها الاجتماعية والثقافية، خصوصاً مع بروز الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي كفاعل جديد في صناعة الاعلام.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية:

1. كار موت كريستوف، النزعة الشعبوية المفهوم والقياس، المجلة الأوروبية للعلوم السياسية العدد 1، 2004.
2. القاضي الفاضل عبد النبي فكري، موسوعة مصطلحات جامع العلوم، لبنان، مكتبة لبنان.
3. عاطف عدلي العبد، بحوث الاعلام والرأي العام، القاهرة، دار الفكر العربي، 2007.
4. محمد بوغرة، حرب الصورة المزعجة، جريدة الشروق اليومي، العدد 748، الخميس 17 أبريل 2003.
5. محي الدين بن العربي، كتاب التجليات، تحقيق وتقديم: أيمن حمدي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، (د.ب.ن.)، (د.ت.ن.).
6. أبي حامد محمد بن محمد بن محمد الغزالي، الإملاء عن إشكالات الإحياء، دار الكتب العلمية، (د.ب.ن.)، (د.ت.).
7. الفضل جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، 2003 م.
8. أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، بيروت، 2008.
9. إدريس الكنوري، "الشعبوية والتجليات شرقاً وغرباً"، مجلة ذوات، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، العدد (47)، الرباط، 2018.
10. جان بيتك ألتشتين وآخرون، قاموس الفكر السياسي، ترجمة: أنطوان حمصي، منشورات وزارة الثقافة، الجزء الأول، دمشق، 1990.
11. عبد الوهاب الكيالي وآخرون، "موسوعة السياسة"، المجلد الثالث، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1979.
12. برتران إدي ودومينيك فيدال، عودة الشعبويات، ترجمة نصير مروة، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، لبنان، 2019.

13. نسبة إلى الرئيس الأرجنتيني خوان دومينغو بيرون (1895 . 1974)، حكم لفترتين: (1955/1946) و(1973-1974)، كما تشير إلى حزب بيرون القائم على فكرة العدالة الاجتماعية.
14. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ج1، مطبعة مصر، القاهرة، 1960، مادة (خطب).
15. محمد الباشا، الكافي معجم عربي حديث، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 1992.
16. الزمخشري، المفصل في علم العربية، ط 2، الجيل، بيروت، لبنان، (د.ت).
17. أبو العباس المبرد، المقتضب تحقيق: محمد عبد الخالق عضمة، ج3، عالم الكتب، لبنان، (د.ت).
18. ربح بوحوش، "الخطاب والخطاب الأدبي وثورته اللغوية على ضوء اللسانيات وعلم النص"، اللغة والأدب، جامعة الجزائر، العدد 12، ديسمبر 1997.
19. الخبو محمد، الخطاب القصصي في الرواية العربية المعاصرة (من سنة 1976 إلى سنة 1986)، دار صامد للنشر والتوزيع، المطبعة المغاربية للطباعة والنشر، تونس، 2003.
20. إدريس الكتبوري، " الشعبية .. المفهوم والتجليات شرقاً وغرباً"، مجلة ذوات مجلة ثقافية إلكترونية، العدد47، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، 2017.
21. مزهود سليم، دلالة لغة الخطاب الشعبوي في السياسة العالمية. مجلة الرائد في الدراسات السياسية، المجلد 2، العدد4، 2021.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Benjamin Arditi, populism, or, politics at the edges of democracy, contemporary politics, Universidad Nacional autonoma de MEXICO, volume 9, N° 1, 2003.
2. Nicholas Abercromie and Others (Edited), The Penguin Dictionary of Sociology, Penguin Books Publisher, 5th Edition, London, 2006.
3. David Miller & Others (Editors), The Blackwell Encyclopedia of Political Thought, Blackwell Publishers, London, 1987.
4. Gordon Marshall (Edited), The Oxford Dictionary of Sociology, Oxford University Press, New Edition, New York, 2003.

5. Donna A. Barnes & David A. Snow, Agrarian Movements (United States), in: The Wiley Blackwell Encyclopedia of Social and Political Movements, Wiley-Blackwell Publishing, London, 2013.
6. Paul Barry Clarke & Joe Foweraker (Edited), Encyclopedia of Democratic Thought, Taylor & Francis e-Library, New York, 2005.
7. Rodney P. Carlisle (Gen Editor), The Encyclopedia of Politics: The Left and Right, Volume Two: The Right, Saga Publications, California, 2005.
8. Eliana Cardoso, & Ann Helwege, Populism, Profligacy and Redistribution, in: The Macroeconomics of Populism in Latin America, Sebastian Edwards & Rudiger Dornbusch (Edited), The University of Chicago Press, Chicago, 1991.
9. Piero Ignazi, Extreme Right Parties in Western Europe, Oxford University Press, New York, 2003.
10. Cas Mudde, Populist Radical Right Parties in Europe, Cambridge University Press, New York, 2006.
11. Pierre – André Taguieff, «Le populisme et la science politique», in Les Populismes, ouvrage collectif dirigé par Jean-Pierre Rioux, Paris, Perrin, coll. «tempus», 2007.
12. Jacques Roncière, L'introuvable populisme, in Alain Badiou et autres, Qu'est-ce qu'un peuple 32 - ? Paris, La Fabrique, 2013.
13. Philippe Breton ; l'argumentation, Dan la communication Editions du Casbah. Alger, Javierl 998.
14. Chain Perelman, et Lucie tytica ; traité de l'argumentation, La nouvelle rhétorique, Editions de l'université de Bruxelles 1992.
15. Ritche Savage, Populist Discouse in Venezuela and the United states American Unexceptionalism and political Idetity Formation,) New York(USA): Springer,2018.
16. Wojciech Sadurski , Poland 's Constitutional Breakdown,) United kingdom(UK): oxford university press, 2019.
17. Blanca Camps-Febrer-Political Humor as a confrontational tool against the Syrian regime, A study case: Syria, 15th March 2011 – 15th May 2012 -Institut Català Internacional per la Pau,Barcelona, December 2012.
18. Lahouari addi, de la permanence du populisme Algérien, revue peuples méditerranéens « algérie vers l'Etat islamique ? », N° 52-53, Université déoran, 1990.
19. Lahouari addi, populisme neo-patrimonialisme et démocratie en Algérie, RGALISSOT René populismes du tiers monde, lharmattan, Paris, 1997.

20. Benjamin Arditi, populism, or, politics at the edges of democracy, contemporary politics, Universidad Nacional autonoma de MEXICO, volume 9, N° 1, 2003.

المواقع الالكترونية:

1. الشعبية تيار سياسي يرسم ملامح المستقبل، [/https://www.aljazeera.net](https://www.aljazeera.net)