

التكرار المعجمي واستراتيجياته الإقناعية

في الوسائل الإعلامية والتداولية المعاصرة

(دراسة وصفية تحليلية)

سيروان أنور مجيد الكوردي: طالب مقيد بمرحلة الدكتوراه تحت إشراف الأستاذ الدكتور صلاح الدين محمد شمس الدين، قسم اللغة العربية ولغات الشرق الأوسط، كلية اللغات واللسانيات، جامعة مالايا، كوالا لومبور ٥٠٦٠٣ ماليزيا

الملخص

إن أهمية استنتاج الاستراتيجيات التداولية والأساليب اللغوية في فضاء لغة الإعلام السياسي تكمن في تجسيد التلاحم الناجم؛ جزاء تشرب الأساليب التداولية والنصية مع الوظائف الإعلامية، لتكون انطلاقة مشاركتها. فالتكرار المعجمي يقوم بوظيفة مهمة في اتساق النص الخبري؛ لتتظافر مع أهم مبادئ من مبادئ التحرير الصحفي ألا وهو التلوين في طرح المفردات والتشبيث في آلية الإقناع، والتوجيه وفق الفلسفة التي تهدف إليها، ليحتشد مضامين كثر في كلماتٍ متماثلات. وكلّ هذا تسهّل آليات تحقيقها من خلال الوقوف على ماهيات التكرار المعجمي وتداولية سلطتها إذا ما حاكى السياق والمقام في الفضاء الخطابي.

١. أسئلة البحث

١. كيف تتجسد تداولية الاستراتيجيات الإقناعية في سلطة التكرار المعجمي؟
٢. هل تمكن التكرار المعجمي من تشرب الوظائف اللغوية الأخرى ليصبح النصّ خلالها كتلة واحدة؟

٣. كيف أن السياسيين تفننوا في استخدام هذا الأسلوب ليحققوا من خلالها

الوظيفة الإقناعية؟

٤. هل أن فنون تطبيق آليات التكرار أضحت عندهم كالبهو ليحتدب القارئ

وئمسك بعقله وعاطفته حتى نهاية الخبر لتحقيق المقصدية من ذلك النص

الخبري الموجه إلى جمهور المستقبلين؟ وكيف؟

٢. منهجية البحث

إنّ هذا البحث حاول ترجمة ومضات من التداولية على لغة الإعلام السياسي من خلال دراسة وصفية تحليلية، وذلك جزاء الارتكاح على قراءات وشروح لغوية وإعلامية على شواهد حية وملموسة في الوسائل الإعلامية المعاصرة. إذ اتخذ (صحيفة الشرق الأوسط اللندنية، موقع العربية، موقع الجزيرة نت، موقع الحياة اللندنية) ميداناً حصياً لنماذجه التحليلية؛ لما تتمتع هذه الوسائل الخبرية من جدّة وحيوية في نقل الخبر ومستجدات الساعة.

٣. سلطة التكرار المعجمي في ولادة الاستراتيجية الإقناعية

التكرار عنصر مهم من عناصر الاتساق المعجمي، لما له "من أثر في تأكيد المعنى، وإبرازه، وتمكينه المتلقي من الإحاطة التذكيرية بالملفوظات السابقة من الكلام" (١)، فهو يعدُّ من الروابط التي تصل بين العلاقات اللسانية حسب رؤية شارول:

(Charoll)(٢)

يعدُّ التكرار اللغوي من أحد أهم الوسائل اللغوية لولادة الاستراتيجية

الإقناعية في الخطاب اللغوي، فالتكرار قدس قدم الأساليب اللغوية، ويندرج ضمن

تلك الأساليب العربية الرصينة التي "يؤتى به لتأكيد القول وتثبيتته حينما يستلزم المقام ذلك" (٣). وعلى هذا، كان التكرار ميداناً خصباً للتمعن والدراسة فيها عند علماء التراث اللغوي، إذ حظي بعناية فائقة في مصنفاتهم؛ وكيف لا يحظى بذلك؟ فإنه من سنن العرب الأصيلة هي التكرير وإعادة إرادة الإبلاغ بحسب التماسك النصي والسياق التداولي، إذ "يدخل في نسيج النصّ لحمة وسدى أو يشدُّ أطرافه بعضها إلى بعض، ويعطي شكله نوعاً من الحركة يدور فيها الكلام على نفسه." (٤) ويزيد الجاحظ من سلطة التكرار في الخطابات اللغوية حينما يقول: "إن الناس لو استغنوا عن التكرير - التكرار - وكفوا مئونة البحث والتنقير لقلّ اعتبارهم. ومن قلّ اعتباره قلّ علمه، ومن قلّ علمه قلّ فضله، ومن قلّ فضله كثر نقصه، ومن قلّ علمه وفضله وكثر نقصه لم يُحمد على خير أتاحه، ولم يُذمّ على شرّ جناه، ولم يجد طعم العزّ، ولا سرور الظفر، ولا روح الرجاء، ولا برد اليقين ولا راحة الأيمن." (٥)

٤. التكرار المعجمي في المنظور التداولي

أمّا في المنظور التداولي، فالتكرار يقوم بالتنصيص على الوظيفة المزدوجة، وهي الرّبط أولاً (الجمع بين الكلامين)، والثانية: الوظيفة التداولية المعبرّ عنها هنا "الاهتمام بالخطاب"، أي لفت أسماع المتلقين إلى أنّ لهذا الكلام أهمية لا ينبغي إغفالها؛ فضلاً عن إمكانيّة التوسّع في فضاء الخطاب التواصلية (٦)؛ ليزيد من جغرافية الإقناع في الخطابات المتداولة. ولهذا، نرى أنّ التكرار في لغة الإعلام من "أكثر عناصر الإقناع تأثيراً في الخطاب." (٧)

وتأسيساً على هذا، نرى كثرة تداولها في الأوساط الإعلامية المعاصرة؛ سيّما على لسان السياسيين محاولين من خلالها تشحين خطاباتهم بمحولات دلالية إضافية. ومن أجل سلطنة استراتيجية حججهم الإقناعية يحاولون التلاعب بفنون التكرار لتزيد خطابهم المتداول متانة وسبكاً وحبكاً؛ فهم من أجل ذلك لا يترددون في ترجمة مقامياتها التداولية وفق الإقناعية الموجهة في سياساتهم التوجيهية للجمهور. فعلى سبيل المثال، حينما يتناولون فكرة معينة يحاولون أن يسطروها أو يقولوها في أكثر من قالب أو أكثر من شكل من أشكال التحرير الصحفي باستراتيجيات تداولية؛ قصد خلق بيئة تتكفل توصيل هذه الفكرة إلى عقول الأفراد وترسيخها، بل وجعلهم يتحدثون عنها كأنها من بنانة أفكارهم .

ومن هنا بإمكاننا القول، أنهم صعّدوا من استراتيجياتهم الحجاجية ليزيدوا من درجة الإقناع، ومن ثم الوصول إلى هدفهم المنشود؛ لأنّ الفرد بفطرته غالباً ما يقرأ الفكرة "في صورة خبرٍ ثمّ في صورة مقالٍ ثمّ في صورة تعليقٍ ثمّ في صورة تحقيقٍ صحفي ثمّ في حديثٍ صحفي ثمّ يوماً بعد يوم، وهذا يؤدي إلى التأثير في أفكار وعقول الأفراد وبث فكر معين لديهم" (٨)؛ ذلك أنّ أسلوب التكرار يجعل الرسالة الإعلامية حاضرة في الذهن، فضلاً عن تجسيد الصورة البلاغية التي تحمل في طياتها مقاصد جمّة إلى جمهور المتلقي؛ لانجرارهم إلى تلك المساحة التي عنوانها إقناع المتلقي بأفضل الآليات اللغوية. (٩)

٥. تداولية سلطة التكرار في لغة الإعلام

أما سلطة التكرار في لغة الإعلام فهي من "أكثر عناصر الإيقاع تأثيراً في الخطاب" (١٠)، إذ هي موجّهة "إلى جميع الناس، وغالبية هؤلاء مأخوذة بمشغل شتى - حتى في أثناء تلقّيها الرسالة الإعلامية - مما يوجب بعض التكرار لتوضيح

الحدث وتركيز تفاصيله في أذن المتلقي" (١١)؛ ذلك أن أسلوب التكرار يجعل الرسالة الإعلامية حاضرة في الذهن، فضلاً عن تجسيد الصورة البلاغية التي تحمل في طياتها مقاصد جمّة إلى المتلقي.

ومعطوفاً على هذا، يمكننا القول إنَّ سلطة التكرار من خلال وظيفته الإرادية قد أقام الصرح الإقناعي؛ بغية إثارة ما يريد الباث وتفخيمه، وجعله سبيلاً وحيداً لربط انفعالات القارئ (الشاهد) به وتركيز اهتمامه به قاصداً التوسع والاستمرارية في الخبر إلى جانب توسيع الإطار والدلالة للرسالة الإعلامية، وتقوية بنيته الدلالية، وتقريره وترسيخه ولفت انتباه القارئ إليه، واستثمار تكرار المفتاح المسيطر في الخبر، فهذه الإجراءات التكرارية كلها تضي على النص سلطة البهاء والجمال في نسيج النص؛ ومن ثم تكتسي درجة إقناعية أكثر في الخطاب التواصلية الإعلامية، جنباً إلى جنب دورها الخطير في توكيد الحجة وصنع الرأي العام وتفعيله إزاء حدث ما؛ فضلاً عن الاستمتاع وولادة عنصر التشويق، والراحة النفسية عند القارئ.

٦. تداولية سلطة التكرار في تثبيت تداولية الدعاية

يعتقد بعض أن أسلوب التكرار من أنجح الأساليب سلطةً لتغيير الرأي العام، فكانت الدعاية الألمانية تعتنق هذا الأسلوب، وتؤمن بأنه الأسلوب المثالي لمخاطبة الجمهور، ويقول (جويلز) أحد أعلام الدعاية الألمانية إنَّ سر الدعاية الفعّالة لا يكمن في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء، ولكن في التركيز على بضع حقائق فقط، وتوجيه آذان الناس وأبصارهم إليها مراراً وتكراراً (١٢). إنَّ أسلوب التكرار من الأساليب الشائعة المستخدمة في الدعاية في كل زمان ومكان، سيّما حين

تتجه المخاطبة إلى إثارة العواطف والمشاعر لا إلى العقل، وهذا النمط من التكرار اتبعته إسرائيل في حرب ١٩٦٧م لترويج مفاهيم وأفكار مهينة عن الشخصية العربية مقارنة بالشخصية الإسرائيلية، بغية قهر العرب نفسياً وتثبيت صور نمطية سيئة ومختلفة عنهم في أذهان الشعوب.

ومعطوفاً على هذا، فإنّ تداوليّة هذا النوع من الأسلوب الخطابي تلمّسناها جلياً في الربيع العربي ولا سيما عند المتظاهرين؛ ولعل تكرار مفردة (ارحل) كانت فاكهة لوحات المتظاهرين، الشهية المتكررة في كل وجبات تظاهرتهم، وفي نفس الوقت كانت بمثابة قبلة موقوتة وحنظلة مسمومة لسلاطنتهم الحاكمة عليهم بمنطق القوة والأنا. وهذا التأثير الغريب لدور التكرار في تلك المظاهرات تعود إلى سلطة التكرار إذا ما روعي مقاماته؛ لأنّ الإجراءات التكرارية بذاتها "بمثابة منبهات تعبيرية تقوي الوظيفة الشعورية في النسيج اللغوي" (١٣)، جنباً إلى جنب دورها الخطير في توكيد الحجة وصنع الرأي العام وتفعيلها إزاء حدث ما؛ فضلاً عن "التلذذ وتوليد المتعة" (١٤)، والراحة النفسية عند القارئ.

٧. خارطة التكرار المعجمي في دائرة اللغة

ولعلّ التكرار المعجمي يتضمّن تكرار أعيان الكلمة، والتكرار الصوتي والصرفي؛ لذا فهو أكثر دورانا وسلطة في دائرة الصحافة، ويقود دوراً بارزاً في جذب إثارة انفعال القارئ، والتركيز نحو مفتاح الخبر، ويعمل جاهداً على "استدراك ما فاتته من ذاكرة الانسان نتيجة عدم الانتباه أو التركيز" (١٥)، ويمكن توضيح تكرار العنصر المعجمي، والذي قسمه علماء لغة النص (١٦)، وفق هذه الخطاطة:

تكرار العنصر المعجمي

التكرار الصوتي	التكرار التام	التكرار المورفولوجي
التكرار مع المتباعد	التكرار مع المتجاور	التكرار المتباعد المتجاور
وحدة المرجع	اختلاف المرجع	
المتجاور	المتباعد	المتجاور المتباعد

٨. نموذج تحليلي لسلطة التكرار وتداوليتها كأداة للاستراتيجية الإقناعية

(وأكدَّ المالكي على أن "لا يبقى ونحن على أبواب الانتخابات نثير ألفاظاً، القصد منها حشد الرأي العام واللعب على عواطف الناس، هذا يتباكى على المحافظات وذاك يتباكى على النظام السياسي، ولا ينبغي أن نسمح لأولئك الذين يتباكون)". (١٧)



التلفزيون ٢٩ وحدة ١٤٢٩ هـ ٢٨ تموز ٢٠٠٨ العدد ١٠٩٨٨

صفحة المدخل | الأولى | الأخبار | الاقتصاد | السراي | التلاحق | ملفات الشرق | اولى 2

المالكي يتعهد بانتهاء العقوبات الدولية كافة بحق العراق

رئيس الوزراء العراقي: تسبب الانتخابات المحيطة تقدم على الزيف والتزوير لا بدوم

بغداد - لندن: «الشرق الأوسط»
 تعهد رئيس الوزراء العراقي نوري المالكي بانتهاء كل العقوبات الدولية التي فرضت على بلاده بين النظام العراقي السابق، قائلًا إن العراق «يعيش الأيام الأخيرة من العقوبات» كما دعا إلى الانتخابات المحلية القادمة وإن يختار الناخب وفق ما يعتقد بأنه يقدم بلده.

وأوضح المالكي أثناء حضوره المؤتمر الأول لعشائر عزة في محافظة كربلاء أن «السيدة التي عادت من بفضل تلاحم أبناء الشعب، ولذا لعيش الأيام الأخيرة من العقوبات التي شملت العراق ونحننا نقفل السماع التي على منها العراق، وستلهي كل العقوبات». وقد المالكي على أن «لا تبقى ونحن على أبواب الانتخابات نثير ألفاظاً، القصد منها حشد الرأي العام واللعب على عواطف الناس، هذا يتباكى على المحافظات وذاك يتباكى على النظام السياسي، ولا ينبغي أن نسمح لأولئك الذين يتباكون». حسبما نوردته وكالة «أسوات العراق». ومن المقرر أن تجري انتخابات المحافظات في ٢١ يناير (كانون الثاني) المقبل في صوم العراق ما عدا كركوك وبغيم كركستان.

هذا الخطاب للمالكي في هذا المؤتمر هو خطاب سياسي، وبصفته رئيساً للوزراء، فإنَّ خطابه أثراً وقوةً في أذهان المتلقين، وفي هذا النص الخبري المقتطف نرى أنه يعوّل كثيراً على التكرار التام والمورفولوجي، لكي يثير انفعال المستمعين ولا سيما مفردة (يتباكى). وهذا التكرار أعطى لهذه المفردة زخماً دلاليّاً لخطابه، ذلك أن الشخص لا يبكي لأي شيء إلا إذا كان هذا الشيء عظيم المنال عنده.

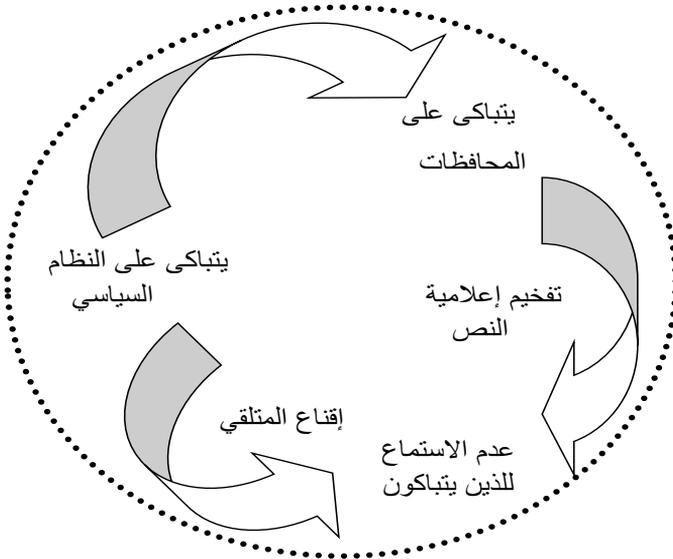
زد على ذلك، أنّ المفردة استطاع من السياسي أن يضمن عدم تحديث شعور المقابل والاستفزاز به؛ فضلاً عن أن التكرار هنا قد ساعد على شحن خطابه الرئان بتكثيف الدلالة، وتلوين الخطاب بمعان إيحائية، بحيث عمل على حجب النص قبل سبكه، وشكّل جزءاً من جماليات التلقي في المتلقي؛ لأنّه عمل على بلاغة الإسهاب بتكرار هذه المفردة على "شحن العناصر التشكيلية والدلالية في عملية التوصيل". (١٨)

إنّ خطاب المالكي هذا، يأتي في إطار استعداداته لانتخابات مجالس المحافظات بداية عام ٢٠٠٩م. ومن الطبيعي هنا ملاحظة التخفيف البلاغي، والافتراض الجدلي لأن طبيعة الخطاب السياسي يفترض هذا. (١٩)

وأنّ المالكي من خلال هذه التكرارات لمفردة (يتباكى) عمل على كسب استعفاف الناس له، وحثّ الحاضرين على الانضواء تحت لوائه؛ فضلاً عن أن استعمال وتكرار هذه المفردة قد يحمل معاني محمّلة، وذات تأثير مزعج للجهات المعادية له. فإنّه إذن، استطاع أن يحقّق وظيفته التواصلية، نتيجة إجراءات التكرار، وبذلك قام الربط بين الخطابات المتعددة من جهة، ومن جهة أخرى لفت انتباه الحضور حوله، معتمداً على الجانب التداولي وإعلامية الخطاب عن طريق إثارة النخوة ومشاعر الإحساس بالشرف على نحو إجمالي، يمكن جذب القارئ على

توجيهية دافعة، بحيث أن المالكي -هنا- أراد إبراز الوظيفة الفاعلة للحكومة وقيادة الجيش، الذي يتزعمه هو في بلده، ومن ثمّ إقناعهم بالانخراط في صفوف الجيش. وبناء على هذا، فإن المحرر استطاع أن يقتنص لقطات من خطاب المالكي، ويرسم صورة خيرية عند القارئ يعايشها، ولكأنه شاهد عيانٍ للمشهد.

إنّ تكرار مفردة (يتباكي) ثلاث مرات في هذا النص الخبيري متجاوزة، وفي جمل متجاوزة، "كالمواج المتتابعة، ترتفع ثمّ تنخفض ثم ترتفع إعلامية خطابه مرة أخرى" (٢٠)، وبهذا يلحظ فيه "البعد المكاني الختام والابتداء" (٢١)، فكأنه عوداً على بدء بتحقيق الربط بين المسافة النصية عن بعد، مما شكل دائرة تواصلية إقناعية للقارئ، ورسم صورة ذلك في مخيلته، فهو "أشبه ما يكون بالحلقة الدائرية التي لا تنتهي وهذا النوع من التكرار الذي يوصف بالتكرار الدوري يساعد على تناسل النص وتوالده حتى نهايته التي هي البداية أصلاً." (٢٢) والترسيمة الآتية توضح مكامن التكرار في خطاب المالكي:



فضاء الخطاب التواصلية

وقد تحقّق التكرار الصوتي والمورفولوجي من خلال العبارتين (هذا يتباكي على المحافظات)، و(ذاك يتباكي على النظام السياسي)، وأدّى دوراً بارزاً في تأسيس نصيّة النص بالانزياح من حدود التركيب الضيق إلى أسوار الجمل المتجاورة، مما شكّل قيمة معنوية وجمالية، ذلك "أن القيم الصوتية لجرس الحروف أو الكلمات للتكرار لا تفارق القيمة الفكرية أو الشعورية المعبر عنها" (٢٣)، وهذا ما يجذب القارئ شوقاً إلى متابعة النص ومحاكاته من خلال التماسك الصوتي الحاصل في الألفاظ من حيث الصورة كلاً أو بعضاً، وأن مجيء حرف الجر والاسم المحرور، إضافة إلى التكرار في المفردة الواردة بالترتيب نفسه أشبه ما يكون بسمفونية الخبر المهم، التي يبدؤها الباث عند وجود حادث مهم، كما وأن مفردة (يتباكي) بهذا التلوين التكراري أبعد الملل عن القارئ؛ فضلاً عن أنّ هذه التكرارات المتنوعة تدخل ما يسمى بالجناس عند البديعيين حيث أنه من عوامل التشويق والتناسق الصوتي، وأن هذا التناسب تميل إليه النفوس بالفطرة، ويطمئنُّ إليه الذوق؛ لأنّه نظام وائتلاف علاوة على الخداع الذي يسحر الجناس أذهان المتلقين. (٢٤)

٩. نماذج من التكرار المعجمي في الوسائل الإعلامية المعاصرة

- تحولت الضجة الإعلامية التي أحاطت بهجوم تنظيم الدولة الإسلامية على مدينة عين العرب (كوباني) بمحافظة حلب شمالي سوريا منذ أكثر من شهر، إلى حملة سخرية للناشطين السوريين على مواقع التواصل الاجتماعي دفعت بعضهم للتندر بالسؤال عن موقع سوريا، فكانت الإجابة "جنوب كوباني"... وتداول ناشطون خلال الأسابيع الماضية نكتة عبارة عن محادثة باللغة الإنجليزية بين شخصين غير معروفين، الأول يبدو أنه غربي يسأل الثاني "أين حلب؟ أنا لا أعرفها"، ليجيب الثاني "إنها في سوريا"، ليرد عليه الأول "أسف لكن أنا لا أعرف أين تقع سوريا"،

قبل أن يرد عليه الثاني "إنها جنوب كوباني"، ليقول له الأول "نعم.. نعم لقد عرفتھا الآن". (٢٥)

- في السعودية: حمل المشيعون صوراً منفردة للشهداء العشرة محاطة بباقة من الورود، وعلى كل صورة عبارة: «اللهم تقبل منا هذا الشهيد». آخرون كانوا يهتفون «إخوان سنة وشيعة... هذا الوطن ما نبيعه»، وأيضاً «إخوان سنة وشيعة تحت راية التوحيد: لا إله إلا الله محمد رسول الله» (٢٦)

- صحف: ثوار ليبيا يطاردون القذافي "زنقة زنقة". (٢٧)

- "إلى كل حقير عنصري ارحل"، هكذا استبدلت عبارة: "إلى كل حقير سوري ارحل"، التي كانت مكتوبة على جدار من جدران بيروت، من جانب أحد الناشطين، التي استفزته العبارة، وقرّر أن يشطبها ويعدّلها كي تليق ب"لبنانيته". (٢٨)

- اتهم على عبد الله صالح، اليوم الأحد، ضمناً اللواء المنشق علي محسن وخصومه. وقال: "سنكشف الأوراق ونبين الحقائق، ونرى من هم حماة الثورة ومن هم قادتها من سبتمبر ١٩٦٢م إلى اليوم، ومن الذي هربوا إلى الإمام ناجين بجلودهم.. من رموز الفساد.. فاسدون ومفسدون هربوا بجلودهم، خونة وعملاء للدولار وللريال.. من الآن سنكشف الأوراق على المكشوف وفوق الطاولة، وستحداهم.. سنتحداهم.. سنتحداهم.. شعبنا سيكون موجوداً لهم في كل المؤسسات وفي كل المصالح الحكومية." (٢٩)

ويرى شعبان في حديث للجزيرة نت أن "الأمم المتحدة باتت تحاصر غزة بدلا من الاحتلال الإسرائيلي، فالحصار أصبح أمميا وتحت عنوان الآلية الدولية لإعادة الإعمار." (٣٠)

- وأضاف النحيفي: (أن مثل هذه التصريحات "إبقاء القوات"، مجرد محاولات من بعض القوى السياسية التي لا ترى لنفسها مكانا لها بعد رحيل القوات الأميركية من المدن.(٣١)
- حيث كررت ألفاظ مفردة (القوة) ثلاث مرات على شاكلة مفردة (يتباكى) في قول المالكي السابق.
- إلى ذلك كشف برنتس عن بدء اجتماعات أولية مع الحكومة العراقية بهدف الاتفاق على توقيع اتفاقية أمنية ثانية بين البلدين، لتحديد بعض المهام التدريبية للقوات البريطانية بعد انسحاب قوات بلاده.(٣٢) وفي هذا المثال كررت مادة (اتفاق) مرتين.

١٠. نتائج البحث

١. إنَّ التكرار يقوم بالتنصيص على الوظيفة المزدوجة، وهي الرِّبطُ أَوَّلًا (الجمع بين الكلامين)، والثانية: الوظيفة التداولية المعبر عنها هنا بالاهتمام بالخطاب.
٢. إنَّ سلطة أسلوب التكرار يجعل الرسالة الإعلامية حاضرة في الذهن؛ فضلاً عن تجسيد الصورة البلاغية التي تحمل في طياتها مقاصد إقناعية جمّة إلى جمهور المتلقي.
٣. إنَّ التلوين من خلال التكرار المعجمي بألوانه المعروفة يبعد الملل عن القارئ؛ فضلاً عن أنَّ هذه التكرارات المتنوعة التي يلجأ إليها الصحفيون المنحكون - كثيراً ما- تدخل ما يسمى بالجناس عند البديعيين حيث أنه من عوامل التشويق والتناسق الصوتي، وأن هذا التناسب تميل إليه النفوس بالفطرة، ويطمئنُّ إليه الذوق السليم.

٤. إنّ السياسيّين من أجل تسهيل آليات استراتيجياتهم الحجاجية ومن ثمّ الإقناعية؛ ينصبّ جل اهتماماتهم بفلسفة التلاعب المفرداتي من خلال فنون التكرار؛ لتزيد خطابهم المتداول متانة وسبكاً وحبكاً. وعليه، فهم لتحقيق هدفهم المرسوم لا يتوانون في تطبيق مقامياتها وفق الإقناعية الموجهة في سياساتهم التوجيهية للجمهور.

٥. إنّ التكرار في لغة الإعلام سلطته الإقناعية حمّالة أوجه، فإما أن يستغلّ الإعلامي سلطة التكرار؛ قصد ترسيخ أطروحاته بتلوّن آلياتها لتبرز الوظيفة الأسلوبية أو الجمالية ومن ثم تفتح مغاليق القلوب، أو أن يوجّه رسالته الإعلامية الفورية من خلال هذا التكرار، أو لربّما العمل على انجرار الجهة المقابلة لقبول أطروحاته كما لاحظناه ذلك جليّاً في لافتات المتظاهرين أثناء الربيع العربي كمفردة (ارحل) على سبيل المثال لا الحصر. أو قد ينعكس عليه سلباً لعدم التوفيق في مراعاة السياق والمقام حال التواصل الخطابي.

المصادر والمراجع

١. عثمان أبو زنيد (دكتور): نحو النص، إطار نظري ودراسات تطبيقية، ط١، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، إربد، الأردن، ١٤٣١هـ-٢٠١٠م، ص: ٢٨٦
٢. نعمان بو قرة (دكتور): المصطلحات الأساسية في لسانيات النص وتحليل الخطاب، دراسة معجمية، ط١، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع- جدار للكتاب العالمي، عمان، الأردن، ١٤٢٩هـ-٢٠٠٩م، ص: ١٠٠
٣. فضل حسن عباس (دكتور): البلاغة فنونها وأفنانها، علم المعاني، ط١٠، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ١٤٢٦هـ-٢٠٠٥م، ص: ٥٠٦
٤. منذر عياشي (دكتور): مقالات في الأسلوبية، منشورات اتحاد الكتاب العرب، ١٩٩٠م، ص: ٨٨

٥. أبو عثمان الجاحظ: رسائل الجاحظ، ج٣، ص: ١٨١
٦. خلود العُموش (دكتور): الخطاب القرآني، دراسة في العلاقة بين النص والسياق، ط١، جدار للكتاب العالمي - عالم الكتب الحديث، الأردن، ١٤٢٩هـ-٢٠٠٨م، ص: ٢٤٣
٧. محمود عكاشة (دكتور): لغة الخطاب السياسي، دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، ط١، دار النشر للجامعات، مصر، ١٤٢٦هـ-٢٠٠٥م، ص: ٢١٩
٨. رحيمة الطيب عيساني (دكتور): مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط١، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع - جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، الأردن، ١٤٢٩هـ-٢٠٠٨م، ج١، ص: ١٣٧
٩. سيروان أنور مجيد الكوردي: سلطة التكرار المعجمي في الوسائل الإعلامية المعاصرة، دراسة تحليلية لغوية-إعلامية، بحث مقدم في مؤتمر دولي عن كيفية النهوض والرقي، جامعة العلوم الإسلامية، ماليزيا، ٢٠١٣م.
١٠. محمود عكاشة (دكتور): لغة الخطاب السياسي، دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، ط١، دار النشر للجامعات، مصر، ١٤٢٦هـ-٢٠٠٥م، ص: ٢١٩
١١. أميرة الحسيني (دكتورة): فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ط١، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ١٤٢٦هـ-٢٠٠٥م، ص: ٣١
١٢. مختار التهامي، عاطف عدلي العبد (دكتور): الرأي العام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ١٤٢٦هـ-٢٠٠٥م: ١١٠، د. جمال مجاهد، د. شدوان شيبية، د. طارق الحليفي: مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، مصر، ٢٠٠٦م، ص: ٣٠٥
١٣. دليلة مرسلي وآخرون: مدخل إلى التحليل البنوي للنصوص، ط١، دار الحدائث للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ١٩٨٥م، ص: ٢٢، وينظر: مدخل إلى الاتصال الجماهيري، ص: ٨٦
١٤. رولان بارت: لذة النص، ترجمة: منذر عياشي (دكتور)، ط٢، مركز الانماء الحضاري، حلب، سورية، ٢٠٠٢م، ص: ٧٦-٧٧
١٥. طلعت منصور وآخرون (دكتور): أسس علم النفس العام، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٧م، ص: ٢١٦

١٦. سعد عبد العزيز مصلوح (دكتور): نحو أجرومية للنص الشعري، دراسة في قصيدة جاهلية، ضمن كتاب: في البلاغة العربية والأسلوبيات اللسانية آفاق جديدة، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، ٢٠٠٣م، ص: ٢٣٧ وما بعدها.
١٧. الشرق الأوسط: العدد(١٠٩٨٨)، ٢٨ / ١٢ / ٢٠٠٨م.
١٨. وليد منير: النص القرآني من الحملة إلى العالم، ط١، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، ١٤١٨هـ-١٩٩٧م، ص: ١٤١
١٩. عبد الإله مصطفى عبد الرزاق الخزرجي: تحليل لغة الدعاية، ط١، مكتبة الشرق الجديد- بغداد، ١٩٨٤م، ص: ٤١
٢٠. فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون: ١٠٢
٢١. محمد عبد المطلب (دكتور): البلاغة العربية قراءة أخرى، ط١، دار نويار للطباعة، القاهرة، مصر، ١٩٧٩م، ص: ٣٦٣
٢٢. أحمد ناهم (دكتور): التناص في شعر الرواد، ط١، دار الآفاق العربية، القاهرة، مصر، ١٤٢٨هـ-٢٠٠٨م، ص: ٨٩
٢٣. حامد عبد الهادي حسين (دكتور): البلاغة والمعنى في النص القرآني، تفسير أبي سعود أنموذجاً، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، بغداد، العراق، ١٤٢٨هـ-٢٠٠٧م، ص: ١٨٧
٢٤. حفني محمد شرف (دكتور): التصوير البياني، ط٢، مكتبة الشباب، القاهرة، مصر، ص: ٢٧٢
٢٥. الجزيرة نت: ٢٦ / ١٠ / ٢٠١٤م.
٢٦. الحياة اللندنية: ٨ / ١٠ / ٢٠١٤م.
٢٧. موقع العربية: ٢٣ / ٨ / ٢٠١٢م.
٢٨. الحياة اللندنية: ٣٠ / ٤ / ٢٠١٤م.
٢٩. موقع العربية: ١٠ / ٣ / ٢٠١٢م.
٣٠. الجزيرة نت: ٦ / ١١ / ٢٠١٤م.
٣١. الشرق الأوسط: العدد (١١٠٦٤)، ١٤ / ٣ / ٢٠٠٩م.
٣٢. الشرق الأوسط: العدد (١١٠٦٤)، ١٤ / ٣ / ٢٠٠٩م.