



الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الثاني الدورة العادية في مقياس تحليل الخطاب الاعلامي

السؤال الأول: أجب على الأسئلة التالية (9 نقاط)

• عرف الخطاب الإعلامي. 2ن

هو: مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية من التقارير الإخبارية، الافتتاحيات، البرامج التلفزيونية، المواد الإذاعية وغيرها من الخطابات النوعية.

أو: نسق تفاعلي مركب متشابك يجمع بين اللساني والأيقوني تتلاقى فيه العلامات اللغوية وغير اللغوية يشترك في هذه الميزة مع خطابات أخرى ويختلف عنها في الوقت ذاته

محددات الخطاب الإعلامي أبرزها : 3ن

- الخطاب المنشور بالوسيلة الإعلامية: ويشتمل الرسالة الإعلامية
- الأحداث والقضايا المجتمعية
- العلاقة بين وسائل الإعلام والمصادر الإعلامية.

أنواع الخطاب الحجاجي هي: الحجاج المنطقي، والحجاج التداولي 1.5ن

ويتميز الحجاج عند بيرلمان Perlman بخمسة ملامح رئيسية: 2.5ن

- 1- أن يتوجه إلى مستمع.
- 2- أن يعبر عنه بلغة طبيعية.
- 3- مسلماته لا تعدو أن تكون احتمالية (ليست حقائق يقينية مطلقة)
4. ليست نتائجه ملزمة
5. لا يفترض تقدمه إلى ضرورة منطقية بمعنى الكلمة (لا يسير وفق قواعد منطقية صارمة)

السؤال الثاني: (6.25 نقاط)

أ. استراتيجية القوة والإكراه: هذه الاستراتيجية غير محببة، كما أن نتائجها غير فعالة دائماً، لأنها تحاول ارضاخ المتلقي بالقوة لتبني موقف أو سلوك، ونحن نعلم أننا الشيء الإجباري لن يطول، وأنتنا سنتخلص في أول فرصة 1.25ن

ب. استراتيجية المكافأة والتسهيل: ويقصد بها تقديم مكافأة معينة شرط تبني المتلقي موقف أو سلوك معين، لكن هذه الاستراتيجية غير فعالة ونتائجها غير ثابتة دوماً، لأن اقتناع المتلقي بفكرة أو سلوك ما غير نابع عن رغبة شخصية حقيقية وإنما متوقفة فقط على المكافأة، ووقت ما اختفت المكافأة اختفى الاقتناع 1.25 ن

• أنواع الاستراتيجيات الاقناع الداخلية

الإقناع الأخلاقي: يتم الإقناع فيه عن طريق تقديم صورة حسنة عن شخصية الخطيب كالصدق والأمانة والمعرفة والخبرة وغيرها. 1.25 ن

استمالة النفوس: ويتم ذلك عن طريق التأثير في عواطف وأحاسيس المتلقي لجعله يقتنع بأمر ما. 1.25 ن

الإقناع بالحجج: إذ يوظف المرسل الحجج والبراهين العقلية المنطقية لإقناع المتلقي بأمر معين. وهذا ما يسمى في التداولية بالحجاج 1.25 ن

السؤال الثالث: (4.75 نقاط)

• يقوم نموذج فيركلوف لتحليل الخطاب على عنصرين رئيسيين:

1. الأحداث الاتصالية 0.5 ن

2. نظام الخطاب 0.5 ن

• أبعاد دراسة تحليل الأحداث الاتصالية لفيركلوف

• نص: سواء كان مكتوباً أو شفويًا، ويتم تحليله لغويًا وسيميولوجيًا من حيث التكرار والإبداع وكيفية إنتاج المعنى. 1.25 ن

• ممارسة الخطاب: تشمل إنتاج النص واستقباله وتفسيره من طرف الجمهور، مع التركيز على دور المتلقي في بناء المعنى. 1.25 ن

• الممارسة الاجتماعية الثقافية: ترتبط بالسياقات الاقتصادية والسياسية والثقافية، خاصة ما يتعلق بالقوة والأيدولوجيا والقيم. 1.25 ن