

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله

كلية اللغة العربية وآدابها واللغات الشرقية

قسم علوم اللسان



استراتيجيات الخطاب في التعليقات الإلكترونية-
صفحة قضايا وآراء على شبكة التواصل الاجتماعي
(فيس بوك) أنموذجا-
دراسة تداولية

مشروع بحث لنيل شهادة الدكتوراه

تخصص: دراسات دلالية وتداولية وتحليل الخطاب

إشراف الأستاذ:

❖ د . جمال موسى

إعداد الطالب:

✓ مفتاح معروف

السنة الجامعية

2019/2018



فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات:

مقدمة أ - ح

الفصل الأول: ضبط المفاهيم وتحديد المصطلحات

1- التواصل 8

1-1- مفهوم التواصل 8

1-1-1- الدلالة اللغوية 8

1-1-2- الدلالة الاصطلاحية 10

2- التواصل الإلكتروني 16

1-2-1- مفهومه 16

2-2-1- خصائص التواصل الإلكتروني 17

3-2-1- المجتمع الافتراضي 18

4-2-1- مواقع التواصل الاجتماعي 19

5-2-1- الفيسبوك 19

1-5-2-1- تعريفه 19

2-5-2-1- آليات التواصل على الفيسبوك 22

6-2-1- التعليقات 24

2- وظائف اللغة 25

3- الخطاب 30

1-3- مفهومه 30

2-3- الخطاب المحكي والخطاب المكتوب 34

36 <u>3-3</u> الخطاب الإلكتروني
37 <u>1-3-3</u> النص الإلكتروني
38 <u>2-3-3</u> النص المتشعب
38 <u>1-2-3-3</u> المصطلح
39 <u>2-2-3-3</u> التعريف
42 <u>4</u> تحليل الخطاب
45 <u>5</u> استراتيجيات الخطاب
45 <u>1-5</u> مفهوم الاستراتيجية
48 <u>2-5</u> مفهوم استراتيجية الخطاب

الفصل الثاني : التواصل الإلكتروني كفاءته واستراتيجياته

51 <u>1</u> مقاربات في إنتاج وتأويله
55 <u>1-1</u> مقارنة قائمة على التشفير
55 <u>2-1</u> مقارنة قائمة على الاستدلال
59 <u>3-1</u> مقارنة معرفية
62 <u>2</u> الكفاءة التواصلية في التواصل الإلكتروني
62 <u>1-2</u> مفهوم الكفاءة التواصلية
66 <u>2-2</u> مكونات الكفاءة التواصلية
66 <u>1-2-2</u> نموذج كنال 1983
67 <u>2-2-2</u> نموذج سيمون ديك 1986
70 <u>3-2</u> الكفاءة التواصلية المطلوبة في التواصل الإلكتروني

110	2-1-2- سياق الموقف عامل أساسي في اختيار استراتيجيات الخطاب
116	2-2- الوسيط الإلكتروني
116	1-2-2- التواصل الإلكتروني ظل غياب العناصر المصاحبة للكلام
118	2-2-2- الوسيط الإلكتروني عامل في اختيار استراتيجيات الخطاب
121	3-2- مقاصد المتكلم
121	1-3-2- اهتمام العلماء بمقاصد المتكلم
123	2-3-2- مقاصد المتكلم عامل في اختيار استراتيجيات الخطاب
125	3- أنواع استراتيجيات الخطاب في التعليقات الإلكترونية
127	1-3- استراتيجيات التهذيب والتفاعل
127	1-1-3- استراتيجية التأدب
138	2-1-3- استراتيجية التوجيه
143	2-3- استراتيجيات التبليغ
143	1-2-3- استراتيجية التصريح
145	2-2-3- استراتيجية التلميح
149	3-3- استراتيجيات الهدف
الفصل الرابع : أنواع استراتيجيات الخطاب وآلياتها في تعليقات صفحة قضايا وآراء	
158	1- التعريف بالمدونة
158	1-1- صفحة قضايا وآراء
161	2-1- منشورات صفحة قضايا وآراء
162	3-1- تحديد تعليقات صفحة قضايا وآراء

166	2- استراتيجيات التهذيب
166	2-1- استراتيجية التأذب
180	2-2- استراتيجية التوجه
183	2-3- استراتيجية التهكم والتبكيت
185	3- استراتيجيات البيان (التصریح والتلمیح)
191	4- استراتيجية الإقناع
191	4-1- ألفاظ التعلیل
197	4-2- الاستفهام
201	4-3- الشرط
203	4-4- الاستعارة
206	4-5- الاستعانة بالصور والأيقونات
212	خاتمة
217	قائمة المصادر والمراجع
231	فهرس الموضوعات

Résumé :

L'apparition des nouvelles technologies de communication (les PC, les smartphones) a une grande influence sur les stratégies employées par les individus dans leurs correspondances. Cet intermédiaire électronique impose aux associés d'utiliser des façons différentes et des stratégies multiples pour exprimer leurs idées et leurs intentions. Des moyens qui correspondent à la nature de ces technologies modernes.

Cette étude propose d'analyser les stratégies de communications utilisées par les gens dans leurs commentaires sur les publications, en montrant leurs classes et les mécanismes qui les régissent, prenant comme modèles les commentaires de la page « **faits et avis** » sur Facebook.

Cette étude est constituée d'une introduction et de quatre chapitres. Dans le premier chapitre nous avons défini les concepts fondamentaux, comme la communication électronique, les commentaires et le discours numérique. Dans le deuxième chapitre, nous avons défini certaines stratégies de communication sur le Web et les voies d'expression suivies par les locuteurs durant sa communication avec les autres sur les réseaux. Nous avons introduit ce chapitre par l'explication de certaines approches de production discursive et leur interprétation, et ensuite nous avons touché à la compétence communicative que les interlocuteurs doivent posséder lors de leur communication sur le Web. A la fin de ce chapitre nous avons énuméré les plus importantes stratégies discursives à l'œuvre dans les commentaires. Cela est précédé par la définition du concept de contexte et son rôle dans la production et l'interprétation du sens. Ensuite nous avons pris en considération les éléments qui influencent le choix des stratégies discursives, pour arriver enfin à la mention des différentes stratégies discursives employées dans les commentaires numériques.

Le chapitre quatre est consacré à la délimitation de certaines stratégies discursives utilisées par les gens dans leurs commentaires sur la page Facebook « **faits et avis** », et ce en montrant leurs mécanismes et leurs types.