

## الخطاب الإعلامي في ظل تحدي العولمة الاتصالية جدلية العلاقة بين المضمون والتقنية والتأثير

د. سلام خطاب أسعد

جامعة تكريت / كلية الآداب - قسم الإعلام

### مُتَكَلِّمًا

في عصر ثورة المعلومات واختراق الشبكات الفضائية والأقمار الاصطناعية لحدود الدول وانتشار أدوات نقل وتسجيل وعرض الأفلام السينمائية وغيرها من الوسائل الإعلامية المختلفة لم يعد الإعلام في عصرنا الراهن مجرد أداة لنقل العلم والمعرفة إلى الآخرين وتقديم الخدمة الإخبارية والتعليمية والترفيهية كما كان مخططا له إن يقوم به وإنما أصبح من الشمول والأهمية في عصر تكنولوجيا الاتصال وانفجار المعلومات كظاهرة للعصر الجديد الذي نعيشه وهو عصر غزو التكنولوجيا المعاصرة من خلال خطاباتها المتصاعدة بالقوة والتأثير لاتجاهات وقيم وثقافات الأمم بما تحمله من أيديولوجيات تتعارض مع القيم والأفكار الوطنية أو القومية لشعوب هذه الأمم أو مع الاعتبارات السلوكية والمضامين الاجتماعية- الثقافية لها- ولعل خطورة دور الإعلام لا تكمن فقط في كونه سلاحاً ذا حدين مزدوج التأثير إذا يمكن أن يستخدم في أغراض الهدم بنفس القدرة والفعالية التي يستخدم بها في أغراض البناء وإنما لصعوبة إمكانية التمييز المبكر بين السلبي فيه والايجابي من رسائله ومضامينه وخطاباته فضلا عن إن وسائله وأساليبه من ذلك النوع الذي يتعذر مقاومته ومنعه من الوصول إلى أهدافه إلا من خلال وسائل مقاومة فعالة ومن خلال إعلام مضاد فعال وليس من خلال محاولة منعه بالوسائل التقليدية التي اثبتت الوسائل التكنولوجية الحديثة فيه صعوبة واستحالة تحقيق ذلك وبخاصة فيما يتعلق بالبحث الفضائي المباشر أو لتقنية الانترنت وغيرها من وسائل الاتصال المتطورة الحديثة...

## مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث بان هناك علاقة ارتباطية متصاعدة في عصرنا الراهن بين مضمون الخطاب الإعلامي المقدم من خلال وسائل الإعلام المختلفة وبين التقنية الحديثة المتطورة لهذه الوسائل التي تحدث تأثيرات متعددة بالجمهور المستهدف وبخاصة إذا ما كان هنالك تحريف متعمد لمضمون الخطاب الإعلامي - الاتصالي بحيث تتفاوت درجة فعالية الحوار بالسلب أو الإيجاب على طبيعة الهدف المقصود من كل عملية اتصالية- إعلامية على حده وأيضا على كفاءة الجهاز المستخدم وقوة الوسائط الاتصالية وعلى انتماء مصدر المعلومات ونوعية ارتباطاته ومصالحه المادية والمعنوية التي يريد تحقيقها.

## فرضية البحث:

- تقوم فرضية البحث على الإجابة عن التساؤلات الآتية:-
- ١- هل إن الإعلام يقدم خطابة الاتصالي بصورته الموضوعية المفترضة أم إن هناك تلاعب أو تحريف متعمد بمضمون هذا الخطاب؟
  - ٢- ما مدى تأثير التكنولوجيا المعاصرة للاتصال على مضامين الخطاب الإعلامي؟
  - ٣- ما هي التأثيرات المحتملة لهذا الخطاب عندما يستثمر أو يستخدم لإغراض الهدم وليس البناء؟
  - ٤- هل هناك إمكانية ما للحد من هذه التأثيرات السلبية لمضمون هذا الخطاب؟

## منهجية البحث:

يقوم البحث على اعتماد منهج البحث الوصفي لوصف وتحليل هذه الظاهرة التي أصبحت شائعة ومنتشرة في العديد من وسائل الإعلام الحديثة حيث يستثمر الخطاب الإعلامي في تحقيق وتنفيذ مآرب ومصارع غير ذات فائدة إلا لمن يملك هذه الوسائل أو يديرها لصالحه.

## هيكلية البحث:

يتضمن البحث ثلاث مباحث رئيسية هي :-

- ١- مفهوم الخطاب الإعلامي ومضامينه الاتصالية.
- ٢- حدود تأثير تقنية الاتصال على مضامين هذا الخطاب.
- ٣- مجالات تأثير هذا الخطاب الإعلامي على الفرد والمجتمع. بالإضافة إلى الاستنتاجات والتوصيات والخاتمة.

## البحث الأول

### مفهوم الخطاب الإعلامي ومضامينه

#### أولاً :- مفهوم الخطاب الإعلامي:

الخطاب في اللغة مصدر للفعل حَطَبَ: حَطَبَ وخاطبه بالكلام : وعظ وقرأ وخاطبُه والخطاب ما يكلم به الرجل صاحبه<sup>(١)</sup> والخطاب : حديث، محادثه، مقاله، خطبه، محاضره<sup>(٢)</sup>. أما المفهوم الاصطلاحي للخطاب فيعرفه الدكتور (محمد عابد الجابري) بأنه (النص وهو رسالة من الكاتب إلى القارئ فهو خطاب، فالإتصال بين الكاتب والقارئ إنما يتم عبر النص مثلما الإتصال بين المتكلم والسامع إنما يتم عبر الكلام أي عبر الإشارات الصوتية<sup>(٣)</sup>، إما (ميشيل فوكو) فيعرفه بأنه (النصوص والأقوال كما تعطي مجموع كلماتها ونظام بنائها وبنيتها المنطقية أو تنظيمها البياني)<sup>(٤)</sup> والخطاب هو أي (منطوق لو فعل كلامي يفترض وجود راوٍ ومستمع وفي نية الراوي التأثير على المستمع بطريقة ما)<sup>(٥)</sup> والخطاب هو (بناء من الأفكار يحمل وجهة نظر أو هو هذه أوجهه من النظر موضوعه في بناء استدلالي أي شكل مقدمات ونتائج وتقديم وجهة النظر هذه إلى القارئ بالصورة التي تؤدي مهمتها لدى الأخير في الإخبار والإقناع)<sup>(٦)</sup>.

ويميز الجابري بين قراءتين للمتلقى، قراءة استنساخية، تقف عند حدود التلقي المباشر، وقراءة تأويلية، تقدم وجهة نظر، وهي القراءة التي يعتمدها الجابري ويقترحها وهذه القراءة يسميها (القراءة التشخيصية والتي حلل بها مجموع نصوص الفكر العربي المعاصر وما اسماه بـ(الخطاب العربي المعاصر)، وينظر الى تعدد مفاهيم الخطاب في الأدبيات الفلسفية والعلمية والسياسية والأدبية من منظور موحد بسبب الاستخدام

الشامل لمفهوم الخطاب دون وضع إطار تعريفي له في حقل واحد من حقول المعرفة<sup>(٧)</sup>. ويرى فوكو في حفريات المعرفة، (إن الإبهام الذي يحيط بتعريف الخطاب يعود إلى اختلاف الفهم وتطوراته عند الباحثين في النظرة إلى لفظ الخطاب، وهو كل ما أنتج بوساطة الأدلة أو باعتباره مجموعة من أفعال الصياغة والجمل والقضايا إلى اعتبار الخطاب مجموعة من الأدلة من حيث هي عبارات يمكن تعيين وجودها الخاص<sup>(٨)</sup>). إذ تعود اللغويون إعطاء لفظة (الخطاب) معنى لا يطابق المعنى الخاص بالنسبة لمستخدمي لفظة الخطاب في العلوم السياسية والاتصالية ويعني مفهوم الخطاب (نظام تعبير مقنن ومضبوط)<sup>(٩)</sup>. ويعد هذا النظام في جوهره بناء فكرياً، يحمل وجهة نظر، وقد جرت صياغته في بناء استدلالي أي بشكل مقدمات ونتائج بين مخاطب (بكسر الطاء ومخاطب بفتح الطاء) ضمن عملية التوصل والاتصال، وبعبارة أخرى فإن (الخطاب) يعني المعرفة المنظمة بجانب محدد من الواقع، أو ظاهرة محددة، ومن ثم يمكن الحديث عن خطابات متعددة، سياسية وأخرى فلسفية ... الخ<sup>(١٠)</sup>.

ومر مفهوم (الخطاب) منذ ظهور الدراسات الألسنية على يد (دي سوسور) في محاضراته اللغوية الشهيرة بتطورات عدة، فقد كانت كتب النحو تطلق (الخطاب) في البداية على أقسام الكلام، وأصبح يعني في اللسانيات البنائية، الكلام في حركية التوصل، أي اللغة التي يستعملها الأفراد، ويمثل في جوهره الوحدة التي تساوي أو تفوق الجملة، إلا أن اللسانيات المعاصرة ترى أن الخطاب يعني كل تعبير يتجاوز الجملة، وهو قائم على مجموعة من العلاقات تربط بين الجمل، وعند القيام بعملية التحليل تكون الجملة أصغر وحدة يحلل إليها الخطاب<sup>(١١)</sup>.

وفي تاريخ اللسانيات، نجد أن علماء اللغة يميزون بين الخطاب وبين الحديث، ذلك أن الحديث يمكن أن يجمع في عينة لغوية واحدة، ويحلل عناصر صغرى بدءاً بالصوت أي (النونيم) باعتباره أصغر وحدة، في حين أن تحليل الخطاب يسير في اتجاه آخر، إذ أن الجملة هي الوحدة الصغرى<sup>(١٢)</sup>. وقد وضعنا الاختلاف في التحليل والتفسير أمام ضرورة ورود التعريفات المتعددة للخطاب<sup>(١٣)</sup>:

أولاً : يعرف معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة (الخطاب) انه (مجموعة التعابير الخاصة التي تحدد بوظائفها مشروعها الإيديولوجي).

ثانياً : وعرفه (فوكو) هو (النصوص والأقوال كما تعطي مجموع كلماته ونظام بنائها وبنيتها المنطقية او تنظيمها البياني).

ثالثاً : فيما تعرفه بعض الأدبيات البنيوية على انه (الطريقة التي تشكل بها الجمل نظاماً متتابعاً تسهم في نسق كلي متغايير ومتحدد الخواص، وعلى نحو يمكن معه ان تتألف الجمل في خطاب بعينه تشكل نصاً منفرداً، وتتألف النصوص نفسها في نظام متتابع لتشكل خطاباً أوسع ينطوي على أكثر من نص مفرد).

رابعاً : كما يسير مصطلح الخطاب الى (نظام فكري يتضمن منظومة من المفاهيم والمقولات النظرية حول جانب معين من الواقع الاجتماعي وبغية تملكه معرفياً، ومن ثم تفهم منطقته الداخلي، وذلك بعلاقة فكرية محددة تنظم بناء المفاهيم والمقولات بشكل استدلاي يحكم الضرورة المنطقية التي تصاحب عملية إنتاج المفاهيم).

وهذه التعريفات لا بد ان تقدم أمامنا مجموعة من الحقائق المتعلقة بماهية الخطاب في واقعة المادي، باعتباره مكوناً من أشياء منطوقة ومكتوبة وبعملية إنتاج الخطاب وتوزيعه، وبالمنظومة التكوينية التي تتحكم بعملية التفاعل بين طرفي الممارسة الخطابية، وبأشكال هذه المنظومة حيث تأتي سلطة الخطاب لتكون الأداة التي بها ومن اجلها يقع الصراع وللاستحواذ على السلطة التي يمثلها الخطاب ذاته<sup>(١٤)</sup>.

## ثانياً:- الخطاب الإعلامي: تعريف المضمون:

يعد مصطلح الخطاب حديث الاستخدام في ميدان الإعلام، وهو مصطلح يقع ضمن العلوم اللغوية، ولا تساع دلالة الخطاب واستخدامه في العلوم الاجتماعية وبضمنها الاعلام واللغة ظاهرة اجتماعية تتحدد على وفق شروط وظروف اجتماعية وهي لاتعبر عن المجتمع وتعكس ظروفه فحسب، بل تشكل جزءاً سياسياً منه، ومن هذه الزوايا تسلت معظم الاستخدامات السائدة لمصطلح الخطاب بمعناه غير اللساني<sup>(٥)</sup>، حتى استخدم الخطاب على مختلف الازمنة في تحديد ماهية المجتمع وهويته. وهناك عدة انماط من الخطاب ضمن التشكيلة الخطابية يعبر عن طريقها عن هذه الوظائف<sup>(٦)</sup>.

أ-الخطاب المباشر الذي يتسم مضمونه بالمباشرة وهو خطاب حوارى يستغني عن التقنيات المجازية .

ب-الخطاب الضمني ويتعارض مع الخطاب المباشر، ويهدف الى إيصال المعنى عن طريق رموز تأويلية غير مباشرة، او يتميز بامتلاكه قدرة حدسية وتوليد مستويات من التأويل الى ما لا نهاية .

ج-الخطاب الإيحائي ويتحدث عن موضوع معين قد يكون في بعض جوانبه مباشر ولكنه يوحي بأفكار أخرى، فهو لا يهدف الى إيصال مضمونه عبر رموز مباشرة أو ضمنيه<sup>(٧)</sup>، وهذا بالطبع لا ينفصل في معناه ومغزاه عن مصطلح الإعلام الذي يعد ضرورياً لتحديد مفهوم الخطاب الإعلامي، وبالنظر لخصوصية استخدام مصطلح الإعلام في اللغة العربية، وصعوبة تحديده أكاديمياً، بحكم كثرة تداوله دون الاهتمام بدلالاته<sup>(٨)</sup>، فقد يستخدم بدلاً عن مصطلح الاتصال الجماهيري الذي يشير الى بث رسائل الى مجموعات كبيرة من الناس على اختلاف مستوياتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وعلى اختلاف أماكن وجودها بوسائل الاتصال الجماهيري كالمذياع والتلفاز وغيرها. وان العملية الإعلامية هي شكل من أشكال التفاعل الإبداعي مع الواقع الموضوعي تهدف الى الإسهام في تكوين الاتساق

المعرفي والقيمي والسلوكي عند المتلقي من خلال تشخيص الواقع ومواكبة تطوراته ومتغيراته، دون الارتباط بالأنظمة والانهماك في ترويج شعاراتها ورموزها وتقديم خطاباً تعبويّاً مثقلاً بالمضامين الإيديولوجية ومستخدماً لغة خشبية من أجل إخفاء الخلل والقصور البنيوي في هذه الأنظمة<sup>(١٩)</sup>. وعلى ضوء ذلك يمكن القول ان الخطاب عملية اتصالية لها مستويات عديدة كالخطاب السياسي والاعلامي وغيرهما، وبذلك يمكن تعريف الخطاب الاعلامي بانه (عملية اتصالية، ينقل فيها رسائل الى جمهور كبير غير متجانس وغير معروف للقائم بالاتصال، وتستعين بوسائل الاتصال لنقل تلك الرسالة كالمذيع والتلفاز والسينما والصحف والكتب، وتتمثل وظيفتها الأساسية بالإخبار والترفيه والتعليم والإقناع، وتهدف الى التأثير وليس مجرد إرسال الرسائل، فلا قيمة للاتصال دون تحقيق اهداف، ولإنجاح للاتصال دون إحداث تأثير<sup>(٢٠)</sup>). وإذا كان مضمون او محتوى الرسالة او الخطاب الإعلامي يرتكز على عناصر محددة، تتمحور حول وظيفة مراقبة البنية العامة، وحصص فعاليتها، ونقل أخبارها والتزود بمعلومات عنها، وإعطاء معلومات حولها، وبناء ما هو محدد في كثير من الأدبيات الإعلامية، فانه في الوقت نفسه يرتكز على وظيفة أخرى مكمله لكنها اعتبرت أساسية في السياق البنائي للعملية التواصلية، وهي وظيفة التأثير، لكن هذا التأثير رهن تطور المضمون الثقافي الإعلامي لوسائل الإعلام وبالأخص القنوات الفضائية<sup>(٢١)</sup>.

إن البت فيما إذا كان مضمون الخطاب الإعلامي محرفاً أم لا لا يتوقف فحسب على دقة معلومات محده بل أيضاً على تعريف لمضمون هذا الخطاب وقيمة الإخبار أو المعلومات الواردة فيه ويتبين من عدد من التعارف المقدمة بصورة تقليدية لمضمون هذا الخطاب من حيث الإخبار والمعلومات التي يتضمنها إن تتوفر لها عدة عناصر لعل من أهمها إن يجري تداولها بسرعة عقب الحدث وان تثير الاهتمام على نطاق واسع وان تتضمن معلومات لا يكون المستقبل (القارئ أو المستمع أو المشاهد) قد تلقاها من قبل وان تمثل خروجاً عن النمط اليومي المعتاد للحياة وان تشمل على المعلومات تفيد في التوصل إلى قرارات وغيرها من العناصر الأخرى إلا إن المناقشة

الجارية حول صحة وتحريف المضامين الواردة بالخطاب الإعلامي تؤكد على جدوى الفائدة التي يستمدّها الناس من الاتصال والإعلام من خلال شتى أنواع الرسائل التي ينقلها المحتوى (تحقيقات صحفية، تعليقات، مقالات، دراسات تحليلية.. الخ) وذلك من خلال الاتصال الشفهي أو وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والأفلام والكتب والوسائل البصرية وغير ذلك .

لقد أكدت ندوة جنيف للاتصالات التي انعقدت تحت شعار (الاتصالات في ٢٠١٥) من إن الاتصال سيتغير ملامحه من حيث الرسائل والمضمون والتأثير حيث سيكون ذلك منطلقاً لتغيير جذري في نمط الحياة البشرية حيث إن القوة التي تميز وسائل الاتصال والإعلام في عصرنا الراهن رافقتها تغيير جذري كذلك في مفهوم السيادة الوطنية للدول حيث أصبحت النشاطات الحديثة للاتصالات مترابطة أكثر فأكثر تتجاوز الحدود وتتخطاها بسهولة فاتحه بذلك مجالاً جديداً لتدفق البرامج التلفزيونية الفضائية وغيرها من وسائل الإعلام الحديث ورسائله وهي بذلك قد غيرت مفاهيم السيادة الوطنية التي تأثرت باتساع مجال عمل ونشاط وسائل الإعلام التي يمكن إن نقول انه أصابها نوع من (الانفجار) ان صح التعبير من خلال السيل المتدفق من التطورات التكنولوجية الحديثة مما أحدث واقعاً جديداً يقول بان المتحكم في التقدم التكنولوجي هو الذي يسيطر في مجرى الأحداث التأثيرات . إن التطورات المستقبلية (الفنية) في مجال البرمجيات والمعلوماتية والاتصال والإنتاج السمعي والبصري ستخلق واقعاً جديداً يشير إلى صعوبة الحفاظ على الذاتية الوطنية والخصوصية الثقافية والمصالح الاقتصادية والاستقلالية الفكرية والمعايير والقيم الاجتماعية في ظل هكذا التطور متسارع<sup>(٢٢)</sup>.

إن نجاح وسائل الإعلام في مجال تحريف محتوى الخطاب الإعلامي وتضليل المتلقي يرتبط بعدة عوامل لعل من أهمها<sup>(٢٣)</sup>:-

١- سياق الأحداث والأوضاع الراهنة (الوقت والحادث، استباق الحادث، تهيئة الأذهان للحادث).

- ٢- نفسية المتلقي واستعداده الذهني لتقبل الخطاب الإعلامي الموجه (التحصين من التأثير المقابل).
- ٣- طبيعة النظام الاجتماعي ومدى استقراره.
- ٤- العلاقات الدولية ومدى تفاعلها وطبيعة استثمار وسائل الإعلام ضمنها في حالة الصراع أو التعايش السلمي.
- ٥- الإحداث الداخلية المؤثرة على طبيعة علاقة المتلقي بالنظام السياسي القائم وأجهزته الإعلامية والثقافية.
- ٦- الإمكانيات الفنية للوسيلة الإعلامية التي يقدم من خلالها الخطاب الإعلامي.
- ٧- قوة الرسالة الإعلامية (صياغتها بشكل مؤثر) لجذب الانتباه والاهتمام لدى جمهور المتلقين.

يقول الباحث الإعلامي الفرنسي (ميشيل كولون) في كتابه (احذروا الإعلام)<sup>(٢٤)</sup> إن المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام المسيطرة هي في حقيقتها دعايات بارعة لان المعارف التي توصلها إلى الناس هي تلك التي تفيد الطبقة السياسية السائدة وهي في الغرب على مستويين للجماهير إعلام وسيله ودعاية ولأصحاب القرار معلومات واقعية. وان مضامين الخطاب الإعلامي التي تقوم على مرتكزات أساسية أبرزها :

- أ- الإثارة
- ب- الصراع
- ت- التوقع
- ث- الغموض
- ج- الواقعية
- ح- المصادقية

وغيرها تصبح تقليدية في زمن تحريف المضمون لصالح غايات ومصالح وأهداف أخرى قد لا نجد لها في أجنده الإعلام التقليدي.

## البحث الثاني

### حدود تقنية الاتصال وتأثيراتها على مضمون الخطاب

تشكل التقنية بالنسبة للإعلام أهميه كبرى لأنها الميدان التي تختصر فيه إمكانات احتلال سبل التوجيه بالرموز والإشارات اللازمة لما يتطلبه تطور الرأسمالية العالمية الاندماجية لكي تحقق هذه الرأسمالية أفضل ظروف الأداء بحيث تكون مرجعاً جماعياً للتطور الاجتماعي والثقافي والإنتاج وموجهاً للابتكارات التي تتكيف مع هذه الدوافع بحيث يتحقق التكامل بين التقنيات والخطابات الاقتصادية والسياسية والثقافية تحت تأثير المجال التقني، إن من ملامح العصر الإعلامي الحالي سهولة انسياب المواد الاتصالية والمعرفية في العالم حيث تتضاءل الحدود والحواجز على مستوى العالم وتسيطر الدول الأقوى تقنياً على المادة المناسبة وتتحكم في إنتاجها وتدفعها وبالتالي تكيفها وفق مصالحها الحضارية والثقافية والسياسية، فالقرن الحالي هو قرن التعددية الاتصالية وليس إعلام الدولة الواحدة وسوف تسهم هذه التعددية إذا ما أحسن استثمارها واستغلالها وفق مراميها المشروعة والايجابية في إعادة التوازن للاتصال الإعلامي وفي تنوع وسائل التعبير ودعم شتى الخصوصيات المكونة للذاتية الثقافية وإتاحة المجال لنشر المعلومات وفق مضامينها الموضوعية الواقعية إلا إن واقع الحال يقول بغير ذلك حيث إن قدرة الإعلام من خلال رسائله ومضامينه على التأثير على القيم داخل الذاكرة الجماعية للشعوب والأمم وإشكالية التعامل مع الموروث الحضاري والثقافي يحطم كل ما هو معروف ومألوف من دور لتنظيم الايجابي المفترض لوسائل الاتصال والإعلام حيث تمتلك الشبكات الالكترونية الإعلامية الحالية في قنواتها لغة ودلالات تشكيل خريطة اجتماعية وسياسية وثقافية أدراكية جديدة لمجتمعات العالم تعتمد على ما يسمى التدفق الحر للمعلومات وإعادة تشكيل الوعي الإنساني بأطر جديدة يخلقها ويعزز من نجاحها التفاعل بين تقنية الاتصال المتطورة المتسارعة في النمو ومضامين الرسالة الاتصالية المتصاعدة في أساليب الصياغة والإنبهار و التسويق والقدرة على جذب الانتباه وبما تتيحه التقنية

الجديدة من إمكانات ضخمة في نقل المعرفة وتخزينها وتبويبها وإعادة توزيعها وتوظيفها وفق أهداف وغايات محددة يسعى للوصول إليها القائمين أو المالكين لها<sup>(٢٥)</sup>.

لقد اختلفت الآراء وتعددت في مجال تفسير العلاقة بين الخطاب الإعلامي وتقنية الاتصال ففريق يرى إن نمو النشاط العلمي ضمن الخبر الثقافي - الاجتماعي المعرفي إلى الحد الذي يبدو معه انه قد اخذ دور ومكانها الأسرة أو الثقافة وغيرها من وسائل التربية والتنشئة الاجتماعية فيما يرى ناخرون بان الانتصار الحديث للعلم يخوله على الأقل التحكم في ثقافة المجتمع بجامعها فيما يرى فريق ثالث إن خطر الغزو الثقافي يلوح في الأفق عندما يصبح الفرد والمجتمع واقعين تحت نفوذ وتأثير جهات خارجية متنفذة<sup>(٢٦)</sup>.

لقد تفاعل العلم (تقنية الاتصال والمعلومات) مع الحضارة من خلال وسائل الإعلام والثقافة كمضمون ورسالة تفاعلا اولياً ايجابيا من خلال مفهوم عقلي حول تصور مستقبل هذا الكون ومستلزمات تطويره والمحافظة عليه والاعتراف المصير المشترك للإنسانية بأسرها إلا إن هناك موقفاً متقابلان حول هذه العلاقة ينموان الأول من طغيان النموذج الحضاري - الثقافي الغربي من خلال التقنيات الحديثة للاتصال بينما يعرب الثاني نتاؤه بقدره هذه التقنية على تقديم ثراء معرفي من خلال الاستفادة القصوى من ثورة المعلومات والاتصال وربطها بإيقاع العصر وإحداثه وتطوراتها لذلك فان الموقف المقترح اتخاذه للتعامل مع حدود هذا التفاعل بين التقنية والمضمون يتراوح بين الدعوة إلى الانغلاق وهو غير متاح تقنيا والدعوة إلى الذوبان إمام طغيان الثقافة الوافدة وهو متاح تقنيا وتعتمد النظرية المتوازنة على الإحاطة بما تمثله وسائل الإعلام الخارجية من ثقافة معينة تحمل قيما خاصة وتعبر عن مصالح ومنطق القوى المسيطرة والسائدة عالميا ومصالحه الاقتصادية والسياسية وإذا كانت هذه التقنية سوف تربط المتلقي في كل مكان في إرجاء المعمورة بما يحدث في العالم أنيا وترتقي بمدارك واهتمامات جمهور المتلقين فإنها من جانب آخر ستعمل على تخطيط الاتجاهات والسلوك والقيم وتجعلها تدور في إطار موحد<sup>(٢٧)</sup>. ونظره إلى ما

تقوله الباحثة الأمريكية (إيلي فيزيل) (من إن اكبر انجاز تحقق في القرن العشرين هو هذا الذي نشهده، فنحن إذ نلقي المسافات ندرك إننا أخوة أينما كنا) أو ما يقوله الباحث الفرنسي (سيرج لاتوش) (انظر إلى الشوارع خالية انه زمن دلاس\*)<sup>(٢٨)</sup>.  
والعبارتان السابقتان تصفان تأثير تقنية الاتصال في حياتنا المعاصرة حيث إن الصور المقدمة من خلال وسائل الإعلام والاتصال شكلت إطار الثقافة الجديدة للعالم التي تحولت تدريجياً من ثقافة الكلمة إلى ثقافة الصورة ومن ثقافة القراءة إلى ثقافة المشاهدة.

وإذ تصبح الساحة العالمية حالياً خاضعة الى سيادة التكنولوجيا المتطورة وإذا تبقى هذه الساحة في أيدي القلة المتنفذة المالكة لها وحيث تبدو الهوة شاسعة بين طموحات الأفراد والجماعات والأمم وبين هذه القلة أصبح لزاماً اللجوء الى حلول واقعية وموضوعية لهذه الإشكالية ولعل الدعوة إلى نظام إعلامي عالمي جديد ووضع قواعد مهنية للعمل ضمن مفهوم القرية الكونية التي تعكس سيادة الإشكال الغالبة لوسائل الاتصال كالأقمار الصناعية ومحطات البث غير الوطنية على العالم والى حق الإنسان في إن يتصل على ضوء الإعلان العالمي لحقوق الإنسان هو من المطالبات الملحة لعدد كبير من دول العالم في مقدمتها دول العالم النامي التي تشعر بالحاجة إلى انتباه مضاعف عند التعامل مع التكنولوجيا المعاصرة لان هذه الوسائل تنتقل معها ضمناً قيماً خاصة طابعها الأساسي هو (الاستهلاك) وهما بعد ذلك إيقاع اكبر عدد تملكه من البشر في شبكة (الإغراء) الإعلامي وهو إغراء لا يمكن إن ينجح في مجتمع يمتلك الإرادة والوعي والقدرة على التخطيط والرفض ولهذا فان الشركات الضخمة المسماة بغير الوطنية أو العابرة للقارات ترصد الكثير من الجهد والمال لإيقاع الكتلة الاجتماعية والقومية تدريجياً بشباك الهم الاستهلاكي المتواصل أي إخلاؤها من الوعي وتحريرها سلباً من الإرادة<sup>(٢٩)</sup>.

إن التلاعب بالأفكار من خلال تقنية متطورة للاتصال يشير إلى دعوة غايات أساسية من خلال استخدام أساليب هدفها الإقناع ومن ثم التحكم بمصائر الآخرين وهذه الأساليب أو الغايات تتفاوت بين الإثارة الوفيرة وسيادة النمطية وغياب التنوع

بالآراء والتخلي عن الجدل الجاد وتقليص ما من شأنه تأييد فاعلية الإنسان والإكثار من ترويج الاستهلال كلها توقع المتابع أو المستقبل للرسائل الاتصالية إلى أكثر من شخصية واحدة تتعامل مع المرء على انه العالم الحقيقي وتتخذ من قيمة وإيحاءاته معاييرها القيمة كما إن حجب الحقيقة وإغراق القارئ أو المتابع بركان من المعلومات التي لا تجعل منه بالضرورة مواطناً أحسن اطلاعاً وحسب مبادئ العرض والطلب المعروفة يتم تزويد الجمهور بما يرغب فيه مع مساع حثيثة لترويج المناسب من الأفكار والقيم المتوافقة مع مصالح القلة المسيطرة على مقاليد الأمور<sup>(٣٠)</sup>. ويمكن إجمال إخطار ثورة تقنية الاتصال على مضامين الخطاب الإعلامي في عدة مجالات لعل من أهمها<sup>(٣١)</sup>:

- أ- تداخل الرسائل الاتصالية المبنوثة بحيث تخلق جو من الاتصال الكاذب أو المزيف.
- ب- من يسيطر على هذه التكنولوجيا سواء أكان قوة ظاهرية أو خفية يسعى للتأثير على السلوك الاجتماعي والاقتصادي والحضاري للمتلقي لصالحه.
- ج- تنميط المنتجات الثقافية وتقنية معالجة المعلومات وإنتاج المعايير التي تشكل رغبات وحاجات الناس.
- د- إعادة تشكيل نظم التعليم وأنماط حياة المستقبلين.
- هـ- إعادة تشكيل الهوية الثقافية الذي يرافقه زعزعة الهوية القومية سياسياً واقتصادياً.
- و- استغلال شركات الإعلان لهذه الإمكانيات لجعل الاتصال السمعي - البصري سوقاً لبيع المشاهد إلى المعلن التجاري.
- ز- استمرار التناقص القائم بين النزوع الديمقراطي المتزايد للعصر الراهن وبين احتكار القلة المتقدم لوسائل الإعلام والاتصال يهدد وبمزيد من الفوضى والتردي في هذا المجال في ميدان العلاقات الدولية.

## البحث الثالث

### مجالات تأثير الخطاب الإعلامي

من الحقائق الثابتة إن وسائل الإعلام تؤثر في مجرى تطور البشر وان هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري وذلك على الرغم من صعوبة الإثبات والعلاقة بين السبب والأثر لكل الأفراد إلا إننا نجد إن (برنارد برسلون) قد نضع إطراره المعروف للإجابة عن الأسئلة الخاصة بآثار الاتصال حيث قال (بعض أنواع الاتصال لبعض أنواع القضايا تؤدي إلى اهتمام بعض البشر بمحتوى وسائل الإعلام في ظل بعض الظروف مما ينتج عنه بعض أنواع الأثر)<sup>(٣٢)</sup> ويحلل برسلون العبارة السابقة بالقول إن أثار الاتصال عديدة ومتنوعة الشدة وقد تكون قصيرة الأمد أو طويلة الأمد، ظاهرة أو مستترة، قوية أو ضعيفة يمكن حدوثها من أي عدد من جوانب الرسالة الإعلامية ويمكن اعتبارها نفسية أو اجتماعية أو سياسية واقتصادية ويمكن إن تؤثر في الآراء أو القيم ومستوى المعلومات والمهارات والذوق والسلوك<sup>(٣٣)</sup>.

ويمكن إن تقدم وجهة نظر برسلون ملخصاً دقيقاً لوصف اثار وسائل الإعلام من خلال مضامين خطابها الاعلامي على جمهور المتلقين والتي يمكن إجمالها بي<sup>(٣٤)</sup>:-

- ١- التأثير على المعرفة والإدراك والفهم.
  - ٢- التأثير على الاتجاهات والقيم.
  - ٣- التأثير على تغيير السلوك سواء أكان السلوك مقبول أو مرفوض اجتماعياً .
- وستناول هذه التأثيرات بشيء من التفصيل كلا على حده :

### أولاً:- التأثير على المعرفة والإدراك والفهم:-

تتحكم بالمستقبل للخطاب الاعلامي عوامل الانتقائية في اختيار نوعية الوسيلة الإعلامية التي يختارها أولاً ومن ثم الرسالة الاتصالية التي يجذب إليها دون غيرها من الرسائل التي تثبت أو تقدم يومياً بالمئات من وسائل إعلامية مختلفة. إلا إن

الوسيلة الإعلامية من خلال نجاحها في إثارة اهتمام المستقبل باستثمار خواص التقنيات الحديثة في مجال الاتصال مع الأساليب الفنية المتقدمة بصياغة مضامين الرسالة الاتصالية تستطيع إن تولد لديه أولاً حاله الوعي (المعرفة) وصولاً إلى حالة الإدراك والفهم وهذا يحدث لا من خلال اعتماد أسلوب تكرر العرض والتجانس فيه نتيجة للتفاعل الحاصل بين محتوى الرسالة مع الخبرات الشخصية أو التجارب السابقة لدى الجمهور فإن حالة الإدراك والفهم سوف تحدث لديه ولذلك يرى (ولبر شرام)<sup>(٣٥)</sup> إن وسائل الإعلام يمكن إن توسع الأفق فهي تجعل الإنسان يرى ويسمع ما لا يستطيع إن يعرفه بالخبرة المباشرة ويتعرف على أشخاص لم يكن يعرفهم لولا تعرضه لوسائل الإعلام . والسؤال المهم الذي يطرح نفسه هنا هل إن إطار المعرفة الذي يقدمه هذا الخطاب للمستقبل هو إطار حقيقي وواقعي أم انه يمكن إن يخلق لديه إطاراً معرفياً كاذباً أو مزيفاً بحيث يحاول المستقبل له إن يماثل تجربته وحياته مع تجارب الآخرين ألقدمه له والتي قد تكون مغرقة أو مفرطة بالخيالية أو ألقماليه أو قد يقترب هذا الخطاب من مفهوم الدعاية التي هي جهود اتصالية مقصوده ومدبره يقوم بها الدعاية مستهدفا نقل المعلومات ونشر أفكار واتجاهات معينة تم إعدادها وصياغتها من حيث المضمون والمعرفة والشكل وطريقة العرض بأسلوب يؤدي إلى أحداث تأثير مقصود ومحسوب على اتجاهات وسلوك فئات من الجمهور في الاتجاه الذي يستهدفه الدعاية وذلك بهدف السيطرة على الرأي العام والتحكم بالسلوك الاجتماعي للجماهير<sup>(٣٦)</sup>.

### **ثانياً:- التأثير على الاتجاهات والقيم:-**

تشير معظم الدراسات التي أجريت في ميدان الاتصال على إن وسائل الإعلام تقوم بدور ملموس في تكوين الآراء أكثر مما تساهم في تغييرها ومن أهم هذه الدراسات ما توصل إليه عالم النفس (ليون فستجر) الذي أطلق على هذه العملية اسم (التنافر المعرفي) والافتراض الأساسي لديه هو أن شعور الفرد بالتنافر النفسي يحفزه على محاولة التخلص من هذا التنافر حتى تحقيق الانسجام النفسي من خلال السعي

بإيجابية ونشاط لتجنب المواقف والمعلومات التي تزيد من هذا التنافر<sup>(٣٧)</sup> فيما لاحظ كلا من (لازر سفليد) و (ميرتون) إن وسائل الإعلام تصغي المكانة والقوة على بعض الأفراد والجماعات من خلال التركيز الاعلامي عليهم ونشر إخبارهم واكسابهم الشهرة بما يمنحهم قدر من السلطة والنفوذ والتفرد على غالبية الناس ويصبح سلوك وأراء هؤلاء الأشخاص ذو دلالة بالغة على عامة الناس<sup>(٣٨)</sup>.

إن التأثيرات الأخلاقية المعنوية التي تحدث نتيجة الرسائل الإعلامية وطبيعة المعلومات التي يكون لها تأثيرات على معتقدات الأفراد ومستوى الأخلاق الفردي والاجتماعي يعتمد بدون شك على وجود معلومات ايجابية أو سلبية مقدمة من خلال كل الرسائل إن وجد ومثل هذه المعلومات في وسائل الإعلام يمكن إن يكون لها تأثير معنوي على الأفراد الذين يعتمدون على نظم وسائل الإعلام في إطار التأثيرات الوجدانية التي سيكون لها تأثير مهم في تشكيل الاتجاهات وكذلك القيم ويمكن إن نجد في فترات التوتر الاجتماعي والسياسي عدد من الاتجاهات والقيم التي يتم تشكيلها من خلال عرض السمات الشخصية لبعض الجماعات العرقية أو الفئات أو المهن وغيرها<sup>(٣٩)</sup>.

### ثالثاً:- التأثير على تغير السلوك سواء أكان مقبول أو مرفوض اجتماعياً:-

اهتمت البحوث الإعلامية بدراسة اثار وسائل الإعلام الضارة اجتماعياً والآثار المفيدة اجتماعياً لها على سلوك الأفراد والجماعات وغالباً ما يتم دراسة هذا الأثر على السلوك في سياق أوقات الفراغ لدى الفرد حيث يزداد التعرض لوسائل الإعلام وبخاصة الوسائل التي لا تحتاج إلى مهارات معينة أو جهد كبير مثل مشاهدة التلفزيون أو الاستماع إلى الراديو أو التردد على دور السينما . وتشير هذه الدراسات إلى اثر ملموس لبعض هذه الرسائل وبخاصة التلفزيون على أنماط حياة الأسرة، التحصيل الدراسي للأبناء، أوقات نوم الأطفال وكذلك ما يتعلق بالسلوك الانتخابي وفي تغير ولاء الناخب من حزب لآخر وتدعيم الاتجاهات السياسية الموجودة أصلاً

وهذه الدراسات أكدت على توفر عدة عوامل الظروف تدفع بالإنسان إلى تغيير السلوك يعتمد معظمها على طبيعة الشخصية الفردية والقيم والدوافع الفردية والمخاطر المستقبلية للحدث والمخاطر الاقتصادية والاجتماعية لهذا التحول ويبقى المستفيد الحاسم لتغيير السلوك هما هو تفاعل التعرض لوسائل الإعلام مع الخبرات الشخصية<sup>(٤٠)</sup>.

إلا إننا نشير هنا إلى ظاهرتين بارزتين في تأثيرات الخطاب الإعلامي على تغيير السلوك أولهما هو (تقمص الأدوار) أي تمثل الشخصيات المرغوب في السينما أو التلفزيون وغيرهما من وسائل الاتصال والسعي إلى استبدال الرداء الاجتماعي بشيء جديد سواء كان سيارة أو منزل أو غير ذلك وبطبيعة الحال فقد لا تكون قدرات الإنسان المادية متوافقة مع ذلك فيلجأ إلى أساليب منحرفة يتعلمها من نفس الوسائل للوصول إلى هذه الغايات وثانيها ظهور حالات العنف بشكلها الإجرامي وهي ظاهرة انتشرت في العالم خلال القرن الماضي بشكل مفرط للغاية ساعدها في ذلك الضخ المتواصل المتصاعد لمشاهد العنف والجريمة وإخبارها وتطوراتها من خلال وسائل الإعلام والتي أضفت التكنولوجيا الحديثة عليها أجواء من الإبهار والتشويق والإيهام جعل الكثير من الأفراد يتعلقون بها ويقعون في مكائدها.

## الاستنتاجات:

- ١- ان تحدي العولمة الاتصالية الذي برز بعد التطورات التي أصابت الواقع السياسي الدولي فرضت على وسائل الاعلام ان تطور من اساليبها وتقنياتها لكي تواكب هذا التغيير .
- ٢- ان وسائل الإعلام استثمرت إلى جانب وسائل السياسة الخارجية الأخرى في تنفيذ مصالح وأهداف القوى المهيمنة على الواقع الدولي مما افرز تغييرا في مهام هذه الوسائل .
- ٣- تأثر مضمون الخطاب الإعلامي بالتقنية الحديثة التي ميزت تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال وأضفت عليه مزيدا من التأثير والفعل لم يكن متوفرا في الوسائل التقليدية.
- ٤- جدلية العلاقة الوثيقة بين مضمون الخطاب الإعلامي وتقنية وسائل الاعلام والاتصال أفرزت تأثيرات فاعلة لهذا الخطاب على مستوى الفرد والمجتمع.

## التوصيات:

- ١- ضرورة تعزيز دور وسائل الاعلام الوطنية من خلال خطاب إعلامي مؤثر لرفع درجة الحصانة الذاتية الفردية والمجتمعية تجاه الخطابات الإعلامية الوافدة.
- ٢- ان تستثمر هذه الوسائل التقنيات الحديثة في حقل الإعلام والاتصال بما يعزز من دورها وتأثيرها الداخلي او الخارجي .
- ٣- ان التعامل مع الواقع الجديد لدور وسائل الإعلام العالمية يتطلب اتخاذ موقف متوازن لا يدعوا إلى الانغلاق والانعزال التام عنها أو الذوبان الكامل في خطاباتها وأساليبها بل البحث عن هوية ثقافية وحضارية وطنية وقومية تتعامل بثقة مع هذا الواقع .
- ٤- ضرورة تعزيز دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية مثل المدرسة والأسرة وغيرها لكي تحد بشكل ما من التأثيرات السلبية المتوقعة لوسائل الإعلام الخارجية على المجتمع وبخاصة النشئ الجديد .

## الخاتمة:

إذا كان الخطاب الإعلامي القديم لا يتجاوز الحدود القومية للدول عبر الوسائل الإعلامية التقليدية المعروفة فإن الوسيلة التكنولوجية الحديثة قد امتدت به إلى خارج أو عبر الحدود القومية لتشكل ظاهرة العصر الجديد ولتسقط نهائياً سيادة الدولة الوطنية في مجال احتكار والتحكم بمصادر المعلومات التي يتلقاها المواطن، وإذا كانت الأداة أو الوسيلة الإعلامية لا تحدد المضمون والوسيلة أهمية بالغة معاً فمن خلال الأساليب الفنية الحديثة بالصيانة والإخراج والحذف والإضافة والتلاعب بالمعلومات فإن مضامين الخطاب الإعلامي قد تعرضت إلى التحريف المتعمد الذي يسعى القائمين ورائه أو من يملك أو يسيطر على هذه الوسائل أن يحقق مصالحه الذاتية أو أن يتخذ المضمون الطابع الثقافي والفكري له كمصدر للمعلومات أو كمسيطر على دقة التكنولوجيا الحديثة لذا نرى إن وسائل الإعلام الغربية عموماً في خطاباتها الإعلامية تكاد تمارس التعقيم على الفضيلة والحياة الطبيعية والعمل باجتهاد ومثابرة الذي يميز الحياة في العديد من دول العالم بينما تركز على أخبار الكوارث والاضطرابات الخطيرة في هذه البلدان ولا يكاد ياستهويها سوى إخبار المال والجنس لتكون موضوعاً رئيسياً لها كما إن حالة من الاغتراب الثقافي الحضاري يجري نشره واقتسامه عالمياً على نحو غير متكافئ ليغدو مشروعاً بتأثيرات القوه السياسية والاقتصادية والعسكرية للقوى المهيمنة على مسارات مضامين هذه التقنية فيما تجد الإبداعية الفكرية والثقافية الوطنية والقومية نفسها إزاء حالة تبعية الثقافة تبدو بالفعل خارجية وغريبة عن الواقع الوطني تعمل على إعادة تشكيل الهوية الحضارية الثقافية الاجتماعية من جديد للعديد من المجتمعات والشعوب على أسس وضوابط جديدة أفرزها الواقع الدولي الذي تبلور في نهاية القرن العشرين والذي يشير إلى مزيد من الفوضى والتردي في ميدان العلاقات الدولية.

## الهوامش:

- (١) قاموس المنجد، ط٢، دار المشرق، بيروت، ١٩٨٦، باب خطب.
- (٢) منبر بعلبكي، قاموس المورد، دار العلم للملايين، بيروت، بلا ت، ص ٥٥.
- (٣) د. محمد عابد الجابري، الخطاب العربي المعاصر - دراسة تحليلية نقدية، دار الطليعة، بيروت، ١٩٨٢، ص ٨.
- (٤) مشيل فوكو، حفریات المعرفة، ترجمة سالم ياقوت، المركز الثقافي، الدار البيضاء، بلا ت، ص ٣٤.
- (٥) ترفتان تودوروف، اللغة والأدب في اللغة والخطاب الأدبي، ترجمة سعيد الغانمي، المركز الثقافي، بيروت ١٩٩٣، ص ٤٨.
- (٦) د. محمد عابد الجابري، م.س.، ص ٨.
- (٧) المصدر نفسه، ص ٨ .
- (٨) مشيل فوكو : مصدر سابق، ص ٣١ .
- (٩) المصدر نفسه : ص ٣٤ .
- (١٠) د.محمد عابد الجابري : الخطاب العربي المعاصر بيروت، دار الطليعة، ط2، 1985، ص128.
- (١١) د . حميد سميسم : الخطاب الإعلامي العراقي بين النظرية والتطبيق، المؤتمر القطري الاول للإعلام -2001، ص2.
- (١٢) د. سعد علوش: معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، الدار البيضاء، 1985، ص83.
- (١٣) المصدر نفسه، ص ٨٣ .
- (١٤) د. حميد سميسم : مصدر سابق، ص ٥ .

- (١٥) جليل وادي حمود : الخطاب الإعلامي وإدارة الأزمة السياسية الدولية، رسالة دكتوراه (غير منشورة) قدمت الى جامعة بغداد -كلية الآداب، قسم الاعلام عام 2000، ص25.
- (١٦) محمد حمود حسن - الخطاب الإعلامي في الصحافة الإسلامية العراقية - رسالة ماجستير غير منشورة - بغداد - كلية الإعلام، 2004، ص36.
- (١٧) اروى خالد هاشم العاني : الخطاب الدعائي الإسرائيلي الموجه ضد العراق، رسالة ماجستير (غير منشورة) بغداد- كلية الآداب، قسم الإعلام (1994)، ص 60 .
- (١٨) د. هادي نعمان الهيتي: اللغة في عملية الاتصال الجماهيري، بغداد، دار سامر، 1997، ص7.
- (١٩) د. أديب خضور : الإعلام العربي الموجه الى الآخر - مقارنة منهجية، مجلة الإذاعات العربية، العدد(20) 2002، ص62.
- (٢٠) جليل وادي حمود : مصدر سابق، ص ٤٥ .
- (٢١) د.محمد طلال : الإعلام العربي والآخرين، مجلة الإذاعات العربية - العدد (2) لسنة 2002، ص37.
- (٢٢) شون ماكارايد، أصوات متعددة وعالم واحد، تقرير اللجنة الدولية لمشكلات الإعلام، الشركة الوطنية للطباعة، الجزائر، ١٩٨٣، ص٥.
- (٢٣) مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد٤١٩٩٤، ص٣٢.
- (٢٤) سرجي لاتوش، تغريب العالم، ترجمة خليل كلفت، دار العالم الثالث، القاهرة١٩٩٢، ص٧.
- (٢٥) ميشيل كولون، احذروا الإعلام، ترجمة ناصر السعدون، دار الحرية للطباعة، بغداد، ١٩٩٤، ص٢١.
- (٢٦) ميشيل ماثان، الاتصال الإقليمي أو اتصال الجوار، من بحوث ندوة الهوية الثقافية الوطنية وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة، تشرين اول، ١٩٩١، ص١٢.

- (٢٧) د. محسن خضير، تقنية الاتصالات الفضائية وأثارها الثقافية، مجلة القافلة، المملكة العربية السعودية، العدد الأول، حزيران، ١٩٩٤، ص ٣٦.
- (٢٨) د. محسن خضير، م. س، ص ٣٧.
- (٢٩) م. س، ص ٣٨.
- (٣٠) د. محسن الموسوي، تكنولوجيا وسائل الاتصال وإشكالاتها القيمية، مجلة قضايا عربية، بيروت، العدد ٢٤، شباط ١٩٨٢، ص ٨٦.
- (٣١) المصدر نفسه، ص ١٠٨.
- (٣٢) فديكو ماريو، نظرة في مستقبل البشرية، ترجمة د. محمود علي مكي، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة، القاهرة، ١٩٩٠، ص ٢٣٢.
- (٣٣) د. حسن عماد مكاوي و د. ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٨، ص ٣٦١.
- (٣٤) م. س، ص ٣٦٣.
- (٣٥) د. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ٣، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٨٥.
- (٣٦) د. حسن عماد مكاوي، م. س، ص ٣٩٨.
- (٣٧) د. سوزان القليني، الاتصال ووسائله ونظرياته، دار الفكر المعاصر، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ٢٦.
- (٣٨) د. حسن عماد مكاوي، م. س، ص ٣٩٨.
- (٣٩) د. محمد عبد الحميد، م. س، ص ٣٠٤.
- (٤٠) د. حسن عماد مكاوي، م. س، ص ٤٠.

## مصادر البحث:

- ١- قاموس المنجد، ط٢، دار المشرق، بيروت، ١٩٨٦.
- ٢- منير بعلبكي، قاموس المورد، دار العلم للملايين، بيروت، بلا ت.
- ٣- د. محمد عابد الجابري، الخطاب العربي المعاصر، دار الطليعة، بيروت ١٩٨٢.
- ٤- ميشيل فوكو، حفريات المعرفة، ترجمة سالم ياقوت، المركز الثقافي، الدار البيضاء، بلا ت.
- ٥- ترفتان تودروف، اللغة والأدب في اللغة والخطاب الأدبي، ترجمة سعيد الغانمي، المركز الثقافي، بيروت، ١٩٩٣.
- ٦- شون ماكبرايد، أصوات متعددة وعالم واحد، الشركة الوطنية للطباعة، الجزائر ١٩٨٣.
- ٧- مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، ع.٣. ١٩٩٤.
- ٨- سرجي لاتوش، تغريب العالم، ترجمة خليل كلفت، دار العالم الثالث، القاهرة، ١٩٩٢.
- ٩- ميشيل كولون، احذروا الإعلام، ترجمة ناصر السعدون، دار الحرية للطباعة، بغداد، ١٩٩٤.
- ١٠- ميشيل ماثان، الاتصال الإقليمي أو اتصال الجوار، من بحوث ندوة الهوية الثقافية والوطنية وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة، ١٩٩١.
- ١١- د. محسن خضير، تقنية الاتصالات الفضائية وأثارها الثقافية، مجلة القافلة، المملكة العربية السعودية، ع١٤، حزيران، ١٩٩٤.
- ١٢- د. محسن الموسوي، تكنولوجيا وسائل الاتصال وإشكالاتها القيمة، مجلة قضايا عربية، بيروت، ع٢٤، شباط، ١٩٨٢.
- ١٣- فديريكو ماريو، نظرة في المستقبل البشرية، ترجمة د. محمود علي مكي، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة، القاهرة، ١٩٩٠.
- ١٤- د. حسن عماد مكاي و د. ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٨.
- ١٥- د. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٤.
- ١٦- د. سوزان القليني، الاتصال ووسائله ونظرياته، دار الفكر المعاصر، القاهرة، ٢٠٠٦.

- 17- د . حميد سميسم : الخطاب الإعلامي العراقي بين النظرية والتطبيق، المؤتمر القطري الاول للإعلام -2001.
- ١٨- د. سعد علوش : معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، الدار البيضاء، 1985.
- 19- جليل وادي حمود : الخطاب الإعلامي وإدارة الأزمة السياسية الدولية، رسالة دكتوراه (غير منشورة) قدمت الى جامعة بغداد كلية الآداب قسم الإعلام عام 2000 .
- 20- محمد حمود حسن : الخطاب الإعلامي في الصحافة الإسلامية العراقية - رسالة ماجستير غير منشورة - بغداد - كلية الإعلام، 2004 .
- 21- اروى خالد هاشم العاني : الخطاب الدعائي الإسرائيلي الموجه ضد العراق، رسالة ماجستير (غير منشورة) بغداد- كلية الآداب، قسم الإعلام (1994) .
- 22- د. هادي نعمان الهيتي: اللغة في عملية الاتصال الجماهيري، بغداد، دار سامر، 1997 .
- 23- د. أديب خضور : الإعلام العربي الموجه الى الآخر - مقارنة منهجية، مجلة الإذاعات العربية، العدد(20) 2002 .
- 24- د.محمد طلال : الإعلام العربي والآخرين، مجلة الإذاعات العربية - العدد (2) لسنة 2002 .