

مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب (القنوات الفضائية العربية أنموذجاً)

م.د. رائد حسين عباس الملا
الجامعة المستنصرية - كلية التربية الأساسية

المقدمة :

تعد اللغة الأساس الواقعي والحساس لكل تواصل بين طرفين أو أكثر . فهي حلقة مهمة تقوم بإعداد المعاني وترميزها وفق بناء لغوي محكوم بقواعد متفق عليها يتخاطب ويتعايش بها الجميع .

ولما كانت أشكال الاتصال هي : الشخصي ، الوسيطي ، الجماهيري . فلا يمكن لأي منها أن تبتعد عن اللغة في تعاملاتها وأنماطها الاتصالية. وبما ان لكل منها خصائصها ومهاراتها فإنها لا بد أن تتطرق في مجالاتها من خلال الرموز اللفظية وغير اللفظية وترتدي مقومات وعناصر اللغة المؤثرة حسب الهدف المقصود .

وهي بذلك تجعل من المتلقي إمام أمرين : أما أن يعجز عن فهم تلك الرموز فتفشل الغاية منها، واما إن يقوم بالتأمل والاسترسال ببساطة وحيوية ، بحيث يتطابق مع ما يريده القائم بالاتصال .

واللغة نشاط اجتماعي ، يتشكل خطابها مع نسيج البيئة التي تعمل فيها أو المحيطة ، ويعد الاتصال الجماهيري محور ذلك النشاط. فهو أحد الوحدات الاجتماعية التي تقوم بنقل الأفكار والمعارف بين المجتمعات. وقد وفر لها التقدم التكنولوجي ذلك النقل .

كما أفاد في هذا المجال لغة الخطاب ، أن تستخدم مهارات متعددة ومتجددة وأساليب عرض يتناسب فيها الشكل مع المضمون لتحقيق أهداف ووظائف الاتصال الجماهيري. ويأتي هذا البحث ليوضح ذلك الاستخدام.

اذ تتطرق نتطلع نتيجة المنهجية في هذا البحث من المحاور التالية :-

أولاً / مشكلة البحث والحاجة إليه :-

دخلت لغة الخطاب مرحلة جديدة في الصياغة والمعنى ذلك أن وسائل الاتصال أخذت تتسارع تقنياً ، وظهرت فيها مستجدات تحتاج الوقوف والدراسة .

فمنذ تسعينات القرن الماضي أوجدت شبكات اتصالية تحمل صفات متقدمة في نقل المعاني. إذ أخذت تضغط على الحكومات وأجهزتها ، مثلما تضغط على قطاعات المجتمع الأخرى بفاعلية وتأثير .

وتعد القنوات الفضائية والصحافة الإلكترونية واحدة منها. فقد اتسعت جماهيرها وازدادت المخاوف منها. وانتقل التأثير فيها من المدى الطويل الى مديات متقاربة وبترباط اشد بين المجتمعات. اذ يقف الجمهور أمام محطات اتصالية متعددة ومتنوعة ، دون ان تفرق بين مستوى المعيشة او التفكير او اللغة المستخدمة. وتزامن ذلك مع انتشار أدوات الاتصال النقالة الأخرى . وبالتالي فان انتقال المعاني والمضامين الاتصالية اخذ شكلاً "جديداً" كما إن لغة الخطاب أخذت أبعاداً "أوسع.ومن ذلك :-

- 1- قلة العوامل التي تحد من إيصال معاني اللغة مثل الإتاحة والتشويش .. وغيرها .
- 2- إيجاد خبرات معزولة بدلاً" عن كونها خبرات مشتركة. ذلك ان حرية الاختيار أمام الأفراد لوسائل متنوعة ، والتنافس بين تلك الوسائل على كسب اكبر عدد منه. فقد ابعد ذلك الأمر الجمهور عن الوسائل المحلية ، او إجماع الرأي على قنوات محددة .
- 3- التعبير غير اللفظي عن المعاني اللفظية من خلال الصورة والحركة والإيقاع. ودفع ذلك الى اختصار المفردات لكي تلائم السرعة في هذا المجال .
- 4- فرض آليات الشكل على المعنى. إذ إن طريقة العرض فرضت نفسها واكتسبت أبعاداً" جديدة للتعامل مع اللغة ومهاراتها الخطابية .

إن ذلك التجدد في استخدام اللغة ومهاراتها لم يقابله دراسات تبلور الإيجابيات والسلبيات بصده. إذ إن هناك واقع اتصالي جديد يجب أن يستوعب دور اللغة بفاعلية وأصبحت المجتمعات النامية (والعربية خصوصاً) في مفترق طرق بين الأصالة والتجديد والسيطرة المعلوماتية الخارجية عليها .

ويأتي هذا البحث ليساهم جهد بسيط في هذه المجالات .

ثانياً" / هدف البحث :-

الوقوف على واقع القنوات الفضائية العربية وكشف استخداماتها للغة ومهاراتها الاتصالية ، ويستدعي ذلك الدراسة النظرية للغة وإشكالياتها والمهارات التي تستخدمها بأساليب محددة للخطاب في مجال الاتصال الجماهيري والمحاور المتصلة به .

ثالثاً / منهج البحث :-

هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستخدم المسح والتحليل، في إبراز الجوانب الإيجابية والسلبية لاستخدام لغة الخطاب ومهاراتها نظرياً من جهة ، والتطبيقات العملية لها من القنوات الفضائية العربية من جهة أخرى .

رابعاً / حدود البحث :-

البحث في واقع لغة الخطاب العام للقنوات الفضائية العربية العاملة وبالأخص تلك التي يتم استقبالها في العراق .

خامساً / التعريف بمصطلحات البحث :-

1- اللغة : نظام من الرموز المرئية أو المسموعة اللفظية وغير اللفظية التي تستخدم في ترميز الرسائل الاتصالية الموجهة إلى الآخرين بقصد استحضار المعاني لديهم (1) .

2- الخطاب : وهو النتاج المادي للغة بصفة نصوص اتصالية مرتبطة بشكل منطقي تستوقف المتلقي وتجعله يتجاوب معها بالقبول أو الرفض بعد أن يصله المعنى بدلالات الفهم والفاعلية والانسجام (2) .

3- مهارة الاتصال : يقابلها الحرفة أو الذكاء، وتعني الارتقاء بالمعاني بإيجابية وإثارة وإيجاز لكي تصل إلى التوازن مع شكل الوسيلة المستخدمة ، وتقديم المعنى بتناسق وإيقاع (3) .

سادساً / الدراسات السابقة :-

لم يحصل الباحث على دراسات في هذا المجال تربط الجانب النظري بجانبه العملي . وإنما هناك بحوث نظرية عن اللغة وخطابها الاتصالي . وهناك أيضاً دراسات غير معمقة (أشبه بالمقالات) عن القنوات الفضائية العربية . تم الاستفادة منها كمصادر للبحث .

(1) هادي الهيتي ، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري . ط1، بغداد ، دار السامر ، 1997. ص 8 .

(2) روبرت لوديس ، خصوصيات الخطاب في خدمات الاتصال . ترجمة ماري يعقوب ، بيروت ، سلسلة دراسات رقم (3)، المركز الثقافي الفرنسي في لبنان ، 1990. ص 13 .

(3) معتز سيد عبد الله، الاتجاهات التعصبية. الكويت، سلسلة عالم المعرفة -137 ، 1989 . ص 149-150.

الفصل الأول

العلاقة بين لغة الخطاب والاتصال الجماهيري

المبحث الأول : لغة الخطاب بين الوظيفة والهدف (الإشكالية)

أولاً / العلاقة بين اللغة والخطاب :-

يعد الخطاب رسالة يتم إنجازها عبر عدة قنوات . إذ تدخل عناصر دالة متباينة الماهية بوجود اللغة ومعانيها . والتي تقود الى الفهم وضبط المعنى المراد إيصاله ، حتى لا يبتعد ذهن الجمهور عن المقصد الحقيقي للنص .

ووظيفة اللغة هنا مراقبة الرسالة الاتصالية ، والحفاظ على تقديمها بأفضل صورة من خلال عملية خطابية تحتوي مفردات وجمل مع مواجهه بالصوت والصورة .

ويقصد بالخطاب تلك الوحدات اللغوية التي تتسلسل في جمل مترابطة ومتجانسة (1) . وهي وليدة ظروف خاصة تتحكم في صياغتها وتدفع بالجمهور الى ممارسة اللغة ، والتفاعل والحوار معها قصد التأثير عليه . ويرى أحد الباحثين ان الخطاب يعطي المدلول الحقيقي للغة عن طريق استعمالها بحيث يصعب تصورها قبل هذا الاستعمال (2) .

ويحدد آخر ان الخطاب هو المجال الذي تكتسب فيه الوحدات اللغوية قيمتها الدلالية الملموسة ، فالمستقبل يلجا الى الجهاز اللغوي ومفرداته من اجل بناء المعرفة التي يريد إيصالها في ظروف مادية معينة (3) . وبهذا المعنى يصبح الخطاب مسرحاً تجد فيه اللغة مجسدة في الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري بنظم ومعاني متعددة يفهمها كل من المصدر والمستقبل على حد سواء .

(1) محمد خلاف ، الخطاب الاقناعي : الإشهار نموذجاً . مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، فاس عدد 9 ، 1987 . ص 79 .

(2) بارتس . ر ، صورة الخطاب في وسائل الاتصال . ترجمة النقاري حم . باريس - المغرب ، دار المعرفة ، 1992 . ص 52 .

(3) المصدر السابق نفسه ، ص 34 .

ثانياً / لغة الخطاب بين الوظيفة والهدف :-

تشتمل اللغة رموزاً ذات معاني ترتبط مع بعضها البعض لتؤلف دلالات لفظية يتعايش من خلالها البشر. وتتشرك في خصائص تجعل منها سائداً داخل المجتمعات أو فيما بينها . ومن ذلك:-

1- ان اللغة تحتوي ذخيرة من المفردات ،يحكم ترتيبها قواعد واحكام ومعاني محددة. اذ يستطيع المرء وفق هذه القواعد ان يكون من المفردات معاني جديدة (1) .

2- ان لبعض المفردات طرقاً متعددة في إيصال المعنى ، تجعل من المرء أمام مفردات متعددة. وتستطيع اللغة تقديم دلالات المعنى من خلالها ، حسب البيئة التي يعيش فيها .

3- من الممكن ان يدل اكثر من رمز مفرد على معنى واحد محدد .

لذلك فان اللغة هي وسيلة للخطاب والسيطرة على الجماهير . اذ تنظم العلاقة الطبيعية بينهم من خلال صناعة الأفكار والمعلومات المتداولة . فضلا عن انها تقدم تميز لمجتمع عن آخر في إعطائه خصوصيته القومية والتاريخية ، وتجانس الفهم بين أبنائه ومع الآخرين .

وبالرغم من الدراسات التي تتناول مصطلح اللغة وقدرتها على الخطاب ، إلا ان هناك إشكالية مستمرة فيها في ظل التغييرات وتبدل الأوضاع السياسية والاجتماعية والإنسانية (2) . اذ انها تكتسب دلالات جديدة وتتداخل مع اتجاهات وميول متنوعة . وبالتالي تظهر العلاقة فيما بين الوظيفة والهدف بأبعاد متنوعة أيضا.

وبشيء من التوسع فمن حيث الوظيفة ، فان لغة الخطاب تعبر عن استعراض للمعارف والجولات الفكرية التي يحملها من الأفراد . ولكل نص سر إبداع اللغة فيه ، والخصوصية التي تتشكل في صورة سياق مستقل بحيث يتلقاه المرء ويفهم معانيه دون لبس أو غموض (3) .

(1) محمد حسن عبد العزيز ، لغة الصحافة المعاصرة . بيروت ، سلسلة دراسات -4 ، المركز العربي للثقافة والعلوم ، 1989 ، ص14 .

(2) فؤاد الترابي ، العلاقة بين اللغة والنقد الحضاري للمجتمع العربي . بيروت ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، 1994 ، ص22-23 .

(3) محمد احمد القضاة ، الأسلوب والأسلوبية والنقد الحديث . مجلة دراسات(العلوم الإنسانية والاجتماعية) ، عمان ، مجلة 25 عدد 2 ، آب 1998 ، ص247 .

وبالمقابل فإن هناك أحتكام الى الخزين المعرفي السابق لدى ذلك المرء . إذ يجري التفسير والتفاعل مع الرسالة الاتصالية وفق ذلك . ويرى أحد الباحثين إن لغة الخطاب وسيلة لها استقلاليتها في كل نص ،تبتدأ بنقطة وتنتهي بأخرى (1) .

ويأخذ هذا الاتجاه مديات أوسع من خلال الاتصال الجماهيري . إذ ان النظر إلى حركة الاتصال ، تظهر من خلال مصادرها اللغوية ومواصفات العادة والتقليد او الحداثة المرافقة لها. ويتحكم في ذلك بعدين :-

1- الشكل أو الصورة الصياغية (مظهر النص)

2- المضمون (ما وراء النص) المتمثل بالأفكار والعواطف والحالات النفسية

أما بالنسبة الى أهداف لغة الخطاب فإنها تتشكل حسب أهمية المعلومات وحاجة المستقبل لها ، فضلا عن أهمية مصادرها ودرجة تأثيرهم لدى من تتوجه إليهم . ويرى أحد الباحثين ان لغة الخطاب تظغط على المستقبل ومعانيها هي التي تحدث الإشرافية ، اما غاياتها فتبقى مضمرة يسعى الى ارادتها القائم بالاتصال (2) . ويرى آخر ان لغة الخطاب تدرك غاياتها عندما يفسر المستقبل الرسالة بالطريقة التي يقصدها المرسل (3) . وحتى تصل لغة الخطاب الى أهدافها فيتوجب عليها :-

1- مراعاة الرؤى والخلفيات الفكرية والأخلاقية لمن تتوجه اليهم

2- التجديد المستمر لأسلوب اللغة حسب التغييرات العصرية

3- توظيف العبارات بالشكل الذي يضمن التركيبية الأساسية للمستهدفين

4- بناء الثقة والطرح البناء مع المستقبل باستمرار

وتأخذ أهداف لغة الخطاب في مجال الاتصال الجماهيري خطين :

1- الغاية الإيجابية

2- الغاية السلبية

(1) خالد سليكي ، من النقد المعياري الى التحليل اللساني . مجلة عالم الفكر ، القاهرة ، مجلة 23 عددان 2000 ، 1994 . ص398 .

(2) علي خليل مصطفى أبو العينين ، أصول الفكر التربوي الحديث . ط2 ، القاهرة ، دار الفكر العربي 2000 . ص54 .

(3) محمود السمرة، النقد الأدبي والإبداع الاتصالي.بيروت،المؤسسة العربية للدراسات والنشر،1997.ص19

فبالنسبة إلى الأولى فإن توظيف اللغة يتوجه إلى تنمية الذوق العام ، وإيصال المعارف والأخبار ، وتقوية المعايير الاجتماعية ، وخلق حالة من التواصل بين أطراف العملية السياسية والاجتماعية ، فضلاً عن الإمتاع والتسلية ... وغيرها (1) . أما في جانبها السلبي فإنها توظف اللغة بطريقة تهدف إلى إعاقة التغيير والطور الاجتماعي ، تمرير المعلومات المغلوطة بهدف إثارة الخلافات ، تكميم أفواه الرأي الأخرى ، زرع الإحباط والإلهاء في المجتمع وإدخال الثقافة الغربية وسلوكياتها على أفراد المجتمع ... وغيرها ويكون التوجه في الجانب الإيجابي إلى العقل قبل العاطفة . أما الجانب الآخر فإن التوجه إلى الغرائز والنوازع الإنسانية (العقائدية ، الفكرية) من أهم مقوماتها.

وبالتالي فإن لغة الخطاب سلاح ذو حدين تتداخل فيه أبعاد الوظيفة والهدف من جهة وابعاد الشكل والمضمون من جهة أخرى ولا يمكن تصور أي مجتمع إنساني بمعزل عن استخدام لغة الخطاب أو الاصطدام بإشكالياتها .

المبحث الثاني : لغة الخطاب أداة من أدوات الاتصال الجماهيري

تعد وسائل الاتصال الجماهيري ناقلة ومجسدة للمعاني اعتماداً على أشكال لغوية لفظية وغير لفظية بقصد إيصالها إلى جمهور متنوع والتأثير عليه . ولذلك فإن الربط بين لغة الخطاب وبين الاتصال الجماهيري يظهر من انهما يتكاملان مع بعضهما البعض لتكوين سلوك اجتماعي لا يمكن لاحدهما ان يحققه بمعزل عن الآخر (2) .

ويمكن القول إن الحاجة إلى المعرفة هي الحاجة إلى الفهم . إذ يدفع هذا الأمر الأفراد إلى التنظيم البنائي للموقف كي يزيد من فهمه وتخف عنده حالة التوتر التي قد تنشأ قبل ذلك . وتسعى وسائل الاتصال الجماهيري إلى إدراك هذه الغاية عند الأفراد ، وتقديم المعلومات المترابطة ذات المعاني المتناسقة حتى تحقق الاشباع لديهم .

(1) رشاد احمد عبد الطيف ، حتمية الاتصال الاجتماعي . القاهرة ، دار النهضة العربية، 1997، ص30.

(2) هادي الهيتي ، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري . مصدر سبق ذكره ، ص12-13 .

وتدخل اللغة كواحدة من مستلزمات ذلك التقديم . إذ يرى أحد الباحثين ان اللغة : هي وسيلة الاتصال التي بدونها لا تتحقق عملية الاتصال الجماهيري بمعناها المعروف (1) . إذ إنها نسق من الإشارات والرموز التي تهدف إلى نقل المعنى بدلالات متنوعة . ويظهر اهتمام وسائل الاتصال هنا بالبناء الغوي للمعلومات المقدمة والطريقة التي تستخدم الكلمات ومعانيها في سياق النص .

ومن المعروف فان هدف الاتصال الجماهيري هو الوصول إلى جميع فئات المجتمع . وبالتالي فان اللغة هي أداة لترميز المعاني واعدادها في تركيبية منطقية يمكن نقلها عبر وسائل الاتصال الجماهيري بدلالات متطورة يفهمها الجميع، وخلق التواصل معهم بقصد التأثير . وذلك يحتاج إلى لغة شاملة تكون حلقة أساسية للفهم بين طرفي الاتصال . لذا يرى أحد الباحثين ، إن لغة الخطاب هي إحدى أدوات توصيل الأفكار أو التعبير عن مضامينها بين أبناء المجتمع الواحد أو مع المجتمعات الأخرى (2) .

وبالتالي تقع على وسائل الاتصال التزامات حيال اللغة . ويرى أحد الباحثين إن لغة الخطاب الاتصالي تصل إلى تأثيراتها من خلال (3) .

- 1- معرفة الثوابت من الكلمات والمترادفات وكيفية الاختزال الفكري لها .
- 2- معرفة المتغيرات : أبعاد المفردات التي انتهى تداولها والسعي إلى عصرنة اللغة .
- 3- حساب الاحتمالات : الحد من الوقوع في خطأ استخدام المفردات التي لها غايات أخرى لدى الوسائل المنافسة .

وهنا يستلزم أن تستعين وسائل الاتصال بلغة ترتقي فوق مستوى لغة الحياة العادية ، دون اللغة المستخدمة في الآداب والعلوم ، وذلك لاحتواء المستويات المتباينة في المجتمع . وفي المجتمعات العربية فان وسائل الاتصال يتوجب عليها :-

- 1- البحث عنة التجديد في المفردات ومعانيها .

(1) محمد جميل شلش، اللغة ووسائل الإعلام الجماهيرية . بغداد ، سلسلة الموسوعة الصغيرة ، دار الشؤون الثقافية ، 1986 . ص 19 .

(2) هناء حافظ بدوي ، وسائل الاتصال في الخدمة الاجتماعية والمجتمعات النامية . الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث ، 2001 . ص 31-32 .

(3) صلاح فضل ، علم الأسلوب وصلته بعلم اللغة . ط2 ، الرياض ، دار العلوم للنشر ، 1989 ، ص 17

- 2- صقل المعلومات بلاغياً" بحالة التأثير والفاعلية ، لجعلها أكثر قدرة على الاستهواء .
- 3- إبراز السمات الخاصة والشمولية للغة بحيث تخاطب الجميع بذات المعنى والوضوح .
- 4- الربط المنطقي لاستخدامات اللغة بالنسبة إلى ظروف الزمان والمكان وتتابع المعلومات بدقة وسرعة وترابط منطقي (1) .

المبحث الثالث: علاقة اللغة بنموذج الاتصال

إن عملية الاتصال بمجملها تتم عن طريق اللغة. وتدخل هنا صورتان هي : وجود بالقوة ووجود بالفعل لاتمام المعنى وإيصاله إلى الجمهور (2) ، لذا فإن اللغة ترتبط بنموذج الاتصال وبسماته ووظائفه ارتباطاً وثيقاً. وبما إن العملية هنا لها سيرورتها الدائرية، فإن سريان لغة الخطاب في عملية الاتصال يتم من خلال المحاور الآتية :-

1- **المرسل** : والذي يتولى تحويل المعاني إلى شكل لغوي وفق مفردات يفهمها الجمهور. ولا يعمل المرسل بمعزل عن التأثيرات الأخرى. إذ تتجاذبه في أداءه جهات عدة أهمها: سياسة المؤسسة الاتصالية ، مراعاة الضوابط النفسية والاجتماعية والحرفة والمهنية ، إضافة الى الضغوط النفسية التي يحيها الجمهور .

ويجب أن تتوفر في المرسل : الثقافة الذاتية ، إدراك معاني الجمهور ، المعرفة بقواعد اللغة وبلاغتها ، الاهتمام بالاعتبارات الفكرية للجمهور وعدم الماس المباشر لها (3) ، التعامل الهادئ مع المعلومة ، مع القوة في التعبير ، البحث عن الجمال الفني في صياغة الألفاظ.. وغيرها وذلك بمجمله يوفر للغة الخطاب إيصال المعنى وبناء تأثيراته اللاحقة .

2- **الرسالة** : هي البناء الذي يتشكل من اللغة اللفظية وغير اللفظية لاتمام المعنى المراد إيصاله إلى الجمهور .ويشترط أن تكون من التأثير بما يجذب الانتباه ويزيد من المشاركة الفاعلة والارتقاء بالفكر إلى مستويات متقدمة .

(1) محمد العمري ، في بلاغة الخطاب الاقناعي . ط2 ، الدار البيضاء ، دار الثقافة ، 1990 . ص67 .

(2) عبد العزيز شرف ، اللغة في نظرية الإعلام . مجلة الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير ، القاهرة ، أكتوبر - ديسمبر ، 1988 . ص49-50 .

(3) محمد بهجت كاشك واخرين ، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية . الإسكندرية ، دار الفكر ، 1999 . ص28 .

ويتوجب لذلك : التنوع في المفردات وعدم التكرار الممل ، الاستعارات اللفظية ، التعبيرات المجازية ، الابتعاد عن لتعقيد وكذلك مخاطبة المجال النفسي للجمهور ، التبسيط في استخدام العبارات (1) ، تقديم المعلومة بجمالية وامتناع فني ، اعتماد خصائص الوسيلة الاتصالية في بناء المعلومات .. وغير ذلك .

3- الوسيلة : هي الأدوات المادية التي تنقل محتوى معرفي عبر أحد الوسائل الاتصالية . وقد فرضت قدراتها على اللغة في بناء المضامين حسب نوعها. لذا تصح المقولة الصحفية ان الرسالة هي الوسيلة . إذ لا يمكن لاية مؤسسة اتصالية أن تقدم المعلومة دون الوقوف عند اداة التوصيل (صحفية أم إذاعية ام تلفازية) ، واختيار المفردات اللغوية وتركيباتها على هذا الأساس .

ويرى احد الباحثين آخر ان اللغة هي الوسيلة (2) . وبذلك فان المرسل هنا أمام مضامين داخل مضامين . اذ عليه ان يتوقف على النتائج الفردية والاجتماعية لتلك الوسائل ، من خلال تغيير المقياس اللغوي الذي تحدته كل تكنولوجيا اتصالية . يضاف إلى ذلك الوضع الثقافي والاجتماعي الذي تحيا فيه الوسيلة ، ودرجة تعامل الجمهور معها ، وكذلك مدى أتاحتها أمام الجمهور ... وغير ذلك .

1- المستقبل : ان نجاح عملية الاتصال يرتبط بمعرفة نوعية الجمهور واللغة التي يجب ان يتعامل بها معه . ويعد جمهور الوسيلة الاتصالية متنوع التركيبة الاجتماعية والفكرية والجغرافية ، مع كبر حجمه وتغيره المستمر وخضوعه لظروف إنسانية وبيئية مختلفة لذا فان لغة الخطاب حتى تستقيم علاقتها هنا تستوجب:- تحديد الجمهور ، الوقوف عند خصائص المفردات ومعانيها المألوفة لديه ، خلق حالة من التواصل معه (رجح الصدى) . فضلاً عن مراعاة الخصائص الشخصية التي يحملها (العمر ، الدخل ، الوضع الاجتماعي ، الانتماء الديني والفكري) وكذلك الخصائص السيكولوجية (الذكاء ، السلوك ، الثقة بالنفس ، العوامل المؤثرة في حياته ... وغيرها) . فضلاً عن عدم التناقض مع رأيه ، ترك فرصة الاختيار الانتقائي مفتوحة أمامه ... وغير ذلك للوصول الى التأثيرات المطلوبة .

الفصل الثاني

(1) عبد العزيز شرف ، اللغة في نظرية الإعلام . مصدر سبق ذكره ، ص53 .

(2) رشيد بن حدو ، العلاقة بين القارئ والنص في التفكير الاتصالي . مجلة الفكر الاجتماعي ، تونس ، عدد 5 ، 1996 ، ص36-38 .

مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب

ان المهارة هي الوظيفة او الإنجاز الذي يؤديه متغير اجتماعي وسط تفاعلات إنسانية متعددة باستخدام أدوات محددة تساعد في تحقيق أغراضه (1) . وتبرز أهمية مهارات الاتصال الجماهيري بأنه لا يمكن تصور وجود مجتمع متحضر بدونها . إذ تسعى الى ترسيخ هويته التاريخية والقومية ، وابرار العملية السياسية والإنسانية فيه ، والمساعدة في التنقيف والتفعل والمشاركة الاجتماعية داخله ويظهر استخدام وسائل الاتصال للغة في ابرار مهاراتها من خلال المباحث التالية:-

المبحث الاول : أساليب لغة الخطاب الجماهيري

تظهر العلاقة بين اللغة والأسلوب، في ان وان الأخير هو طريقة التعبير عن الفكر من خلال اللغة ، الى جانب دلالاته على الطريقة الخاصة بتقديمها . ويرى احد الباحثين : ان الأسلوب هو الاختيار الجيد للغة (2) . ويرى اخر ان اللغة هي ثوب الفكرة والأسلوب فصالها الخاص (3) . ويدرس الأسلوب اللغة ضمن نظام الخطاب من خلال التعرف على ماهية النص وكيفية بناؤه . وبذلك فانه يدير لغة الخطاب في مجال الفنون الاتصالية المختلفة . إذ يدخل في أدارته تحليل الأوضاع المختلفة للنفس البشرية (الفكرية والعاطفية)، وتعقب آثار الحالات النفسية في التعبير اللغوي (4) .

ولا تظهر أساليب لغة الخطاب ظاهرة للعيان في مجال الاتصال الجماهيري، وانما تتسلسل في النص والبنى الداخلية فيه. واهم هذه الاساليب ما يأتي : -
1- الموضوعية :- أي إظهار الاهتمام من خلال الجدية في الطرح والدقة في التعبير والوضوح في المعنى المقدم، والتحقق من مصادر المعلومات .

(1) محمد الجواهري ، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية . الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، 1994 ، ص6.

(2) محمد احمد القضاة ، الأسلوب ، والأسلوبية والنص الحديث. مصدر سبق ذكره، ص246 .

(3) كراهم هاف ، الأسلوب والأسلوبية ، ترجمة كاظم سعد الدين ، سلسلة آفاق (1) ، بغداد ، دار آفاق عربية ، 1985 ، ص20.

(4) صلاح فضل ، علم الأسلوب وصلته بعلم اللغة. مصدر سبق ذكره ، ص32-33 .

2- الإيجاز : - أي اعتماد المفردات والجمل المختصرة والتي تقدم معنى واسع . ذلك ان وقت الجمهور لا يتناسب مع الحشد والتطويل . ويتطلب ذلك المعرفة بدلالات الألفاظ واستخدامها بشفاافية وابعاد المعقد منها .

3- التكامل :- المطابقة مع فكر الجمهور من خلال اختيار العبارات التي لها دلالات مشابهة للتي يتداولها أو يفهمها (1) . ذلك ان صعوبة الفهم والتفسير تقود الى النفور عن الوسيلة والبحث عن أخرى. ويدخل في ذلك مراعاة الخلفية الفكرية والأوضاع الإنسانية لذلك الجمهور .

4- التجديد :- ان وسائل الاتصال بما يفرزه لها التقدم التكنولوجي ، تحاول الارتقاء بشكل ومضمون المجتمع . وذلك يتطلب استخدام مفردات ورموز متجددة تتناغم مع ذلك النقل وتلائم روح العصر دون المساس بأصالة اللغة وبلاغتها .

5- الفاعلية :- أي القدرة على إيصال المعنى بأبعاد ودلالات لها وقع الانتباه لدى الجمهور (2) . ويدخل هنا نوع الوسيلة المستخدمة ، وطرق العرض المبتكر فيها ، مساعدة العناصر غير اللفظية في صور وإيقاعات ورسوم ومؤثرات صوتية في إيضاح المعنى المقدم ... وغير ذلك

6- التنوع والالتزام :- أن الحركة اللحظية لوسائل الاتصال تتطلب الارتقاء بمستوى الإبهار والتسويق والارتقاء بمستوى الفهم لدى الجمهور (3) . ويتوجب ذلك الابتعاد عن العبارات الجاهزة أو التجريد الغامض، والألفاظ المبهمة أو الدارجة (العامية) . فضلاً عن الابتعاد عن الكلمات المبتذلة والحادة، التي تسيء إلى الجمهور وتجعله ينفرعن الوسيلة الاتصالية.

7- التدرج والمناشدة :- استثارة الرغبات (العقلية ، العاطفية ، الحركية) وخلق روح التأمل لدى الجمهور، مع عدم الاصطدام المباشر بالجمهور . ومحاولة إخفاء المقاصد ما وراء السطور واعطاء المعنى، القيم الدلالية المطلوبة. على ان تكون الغايات نبيلة وذات قصد مشروع

(1) محمد الجواهري ، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية ، مصدر سبق ذكره ، ص 27 .

(2) انظر : رائد حسين عباس الملا ، فاعلية القنوات الفضائية أوقات الأزمات من العراق ، دراسة استطلاعية ، بغداد ، كلية التربية الأساسية ، الجامعة المستنصرية ، بحث غير منشور ، 2005 . ص 15-16 .

(3) جمال الأسعد ، الخطاب الإذاعي والشرق الأوسط (إذاعة مونت كارلو) . بيروت ، شركة الطبع والنشر اللبنانية ، 1997 . ص 55 .

وبالتالي تشترك هذه الأساليب أو بعضها في إيصال لغة اتصالية متطورة سليمة المعاني واضحة الأهداف حسب غرض القائم بالاتصال .

المبحث الثاني: المهارات الاتصالية للغة الخطاب

تعتمد وسائل الاتصال الجماهيري مهارات متنوعة في تبني لغة الخطاب، وإيصال المعاني. وقد تتداخل مع أساليب لغة الخطاب، إلا إن الفرق بينهما إن المهارة تتعامل مع روح اللغة وبناءها الداخلي. أما الأسلوب فيتعامل مع طريقة عرض المعلومة من خلال استخدامات اللغة ودلالاتها .

- وفي جانب المهارة الاتصالية فإن للغة قدرة على المطاوعة التشكيل والتمثيل بأوجه متعددة (1) . ويظهر ذلك سلبياً في اللغات ذات الأطر الضيقة أو المحددة . أما اللغات الشاملة (مثل اللغة العربية) فإن الأطر الدلالية التي تحملها والمعاني المتعددة لكل مفردة يجعل منها :-
- 1- وسيلة اقتصادية للتعبير عن معاني متعددة بكلمات أقل .
 - 2- ملائمة معاني مفرداتها لمختلف المضامين الاتصالية .
 - 3- التعبير عن مقاصد المرسل دون إظهارها من خلال البعد البلاغي والصيغي للغة .
 - 4- استعمال الحركات (2) . أي ان المفردة تقدم أكثر من معنى عند تغيير الحركات فيها .
 - 5- لغة المعاصرة أي امتلاكها القدرة على التحديث وإدخال معاني ورموز جديدة لاحتواء كافة الظروف والمتغيرات .

ويمكن إيراد مهارات لغة الخطاب في وسائل الاتصال الجماهيري بالآتي :-

أ- المهارة الجمالية أو الإيحائية :- إذ تستطيع لغة الخطاب إثارة الجانب النفسي لدى الجمهور من خلال وسائل الاتصال . وذلك من خلال تنمية الأذواق والتشويق والدعوة الى التأمل المفتوح واستثارة الرغبات ومغازلة العواطف والأحلام، وتفعيل الروح الابتكارية لديه (3) .

(1) سهير جاد ، البرامج الإذاعية - والفصحى المشتركة . الإنترنت ، مواقع اللغة الاتصالية

، www.google.com .

(2) عباس محمود العقاد ، اللغة الشعرية . بيروت ، المكتبة العصرية ، 1985 . ص18-19 .

(3) عبد الستار جواد ، اللغة الإعلامية . بغداد ، كلية الآداب - قسم الإعلام ، بحث غير منشور ، 1993 - 1994 . ص5 .

فمن مميزات لغة الخطاب إنها تقبل اسقاطات كل فرد على حدة وفقاً لرغباته ، من خلال محاورة اللاوعي لديه بمشاعر وسياقات تختلف في طبيعتها من فرد لآخر . ودور اللغة هنا تغير البنية الإدراكية للجمهور وزيادة قناعاته من خلال تنظيم المفردات وتقديمها بشفافية. مستعينة بأمور أهمها :- تفاعل الأدب مع التكنولوجيا لتكوين الثقافة الاتصالية الجديدة ، الاستعانة بالخبراء ، استخدام أساليب اللغة ، وحرقة البعد البلاغي في هذا المجال.

ب- المهارة التوجيهية :- إذ تسعى لغة الخطاب ان تكون مصاغة في نسيج لغوي ناجح غير متنافر ، من خلال تجانس الألفاظ ووحدتها في النص الواحد أو بالمقارنة مع النصوص السابقة⁽¹⁾

وتدفع لغة الخطاب نقاط التأثير لدى الجمهور أن تتناغم مع ما يريده المرسل . وتحتاج في ذلك إلى التجديد والثقة ، وتقديم أنموذج للتصرف السلوكي المطلوب في المجتمع . فضلاً عن الانسجام بين حركة لكلمة وإيقاع المؤثرات المرافقة له ، وكذلك مراعاة التوقيتات الزمنية ، وتكنيك عرض المضمون بما يؤدي النالاقناع بالاختيار ، لا بالإكراه المجرى وبأسلوب حضاري متقدم .

ج- المهارة التجسدية : يقع ضمن جهد لغة الخطاب في مجال الاتصال ، القدرة على التشكيل والمطاوعة ، وتمثيل الأشياء بأبعادها ومضامينها ، حتى في غياب الصور أو المؤثرات المختلفة . ويساعد في ذلك :- الأداء الاتصالي الجيد ، المستوى المهني العام للمرسل ، والثقافة التي يحملها ، اتحاد صياغة اللغة للمعنى مع التكتيك في الأسلوب ، درجة ثقافة ووعي الجمهور⁽²⁾ . فضلاً عن القدرة في التعامل مع التكنولوجيا الاتصالية.. وغيرها.

إن وسائل الاتصال تقدم البرامج الجادة مرورا" بالثقيفية ثم الإمتاع والتسلية ، مراعية التوجه لكافة شرائح المجتمع ومستواهم الفكري والعمرى . لذا فان عليها ان تدعم تعايش النص المقدم معهم ، ويدخل في ذلك تسمية الأسماء بمسمياتها ، اختيار البرامج ومعيديها ومقدميها بالشكل المطلوب ، التعرف على حاجة المجتمع وشكل البيئة فيه⁽³⁾ ، إشراك الجمهور من خلال الاتصال معهم ، محاكاة الواقع من خلال سرعة الحركة والإيقاعات المصاحبة لها.

(1) Henry Sam , the political relations in front of the means of communication . New york .Brantel Print , 2001 . p . p . 107-108 .

(2) محمد الجواهري ، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية . مصدر سبق ذكره ، ص 41.

(3) محمود السمرة ، النقد الأدبي والإبداع الاتصالي . مصدر سبق ذكره ص 42-44 .

د- المهارة الدلالية : تستطيع لغة الخطاب إيصال الحقائق والمعارف إلى الجمهور بصورة مباشرة أو غير مباشرة. ويوفر التشبيه والأعجاز والصور المستعارة والمدلولات المساندة والاختصارات ، سهولة ذلك التقديم .

ويرى أحد الباحثين إن الدلالة هنا تجاوزت بتعبيرات المجاز حدود الصور المحسوسة الى حدود المعاني المجزئة (1) . وبالتالي أعطت للتفكير والتأمل الفرصة لإدراك المعنى المقصود . ويستلزم ذلك صحة استعمال الكلمات التي تربط المعنى ببعضه البعض ، الإيقاع والموازنة بين الشكل والمضمون ، القابلية على التنبؤ من خلال تفضيل تراكيب لغوية على أخرى (2) ، أحكام وحدة النص المقدم وعناصره اللغوية ، المعرفة بالجمهور وخصائصه ، مع الابتعاد عن الضغط عليه بما يقلل من استيعابه للمضامين المقدمة إليه .

ومن مجمل ذلك فان الاساليب والمهارات تتشارك وتتداخل في حصول التوافق بين المؤسسة الاتصالية وجمهورها، بعد أحكام منافذ اللغة في داخل السياق الاجتماعي .

المبحث الثالث : معوقات لغة الخطاب عبر الاتصال الجماهيري

هناك عوامل تقف في طريق لغة الخطاب، وتحد من عملها في بناء حلقات إيصال المعرفة إلى الجمهور. ويظهر ذلك بصور متباينة . اذ إن الجمهور يتباينون في فهم معاني الرسالة الاتصالية ، رغم تحدثها بلغة يعرفها الجميع . كما ان لوسائل الاتصال أدائها الواسع والمتشعب. لذا قد يحصل التفسير المتناقض للنصوص المقدمة. وذلك يقف عائقاً أمام لغة الخطاب في أداء دورها داخل العملية الاتصالية بمجملها .

ومن هذه المعوقات :-

1- عدم الاستعداد : أي العمل في الفراغ وابتعاد اللغة عن نسق وحاجات وفهم المتلقي. وبالتالي إغفال العوامل الاجتماعية والثقافية التي ينتمي اليها الفرد وعدم ربطها بسياق التخاطب الاتصالي (3) .

(1) كوفمان أ ، العلاقة بين السلوك والخطاب اللغوي . ترجمة علي الخطيب ، بيروت ، دار المعارف ، 1995 . ص 23 .

(2) محمد احمد القضاة ، الأسلوب والأسلوبية والنقد الحديث . مصدر سبق ذكره ، ص 247 .

(3) هاي الهيتي ، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري . مصدر سبق ذكره ، ص 33 .

2- الانتقائية : التوجه الى جمهور محدد ، وترك الآخر ورأيه دون الوصول إليه أو إهماله. وذلك يؤدي الى فرض لغة التطرف واستخدامها بتفسيرات لها أبعاد عنصرية او مذهبية تحاكي مصالح جماعة محددة .

3- المغالطة : إخفاء الحقائق من خلال إظهار جزء منها أو إخفاء عائدية الوسيلة الاتصالية أو مصدر المعلومات. فضلاً عن عدم الشعور بالمسؤولية الاجتماعية واستخدام العبارات المبهمة لتحقيق مقصد ما (1) .

4- التشويش : عدم الوضوح أو تطابق المعنى المقدم. ويدخل في ذلك الخطأ في اختيار الوسيلة المناسبة للنص. الضعف في استخدام الكلمات ومعانيها ، استعمال اللغة الدارجة بإسهاب (2) ، صعوبة الحصول على (رجع الصدى) من طرف الجمهور بما يسمح للمرسل بالتعديل أو الاستمرار .

5- التقليد والإحباط : استخدام النماذج الجاهزة والوقوف بعيداً عن مواكبة اللغة لروح العصر والمستجدات على الساحة الاتصالية، من معاني ومفردات. وذلك بفقد وسائل الاتصال خصوصيتها ويجعلها تعيش في معزل عن الأحداث والأزمات وتبعات المتغيرات الإنسانية . فضلاً عن ذلك فإن هناك استخدام للغة بما يعزز مضامين النكوص والجانب السلبي بعيداً عن بناء الثقة والتقاؤل بالمستقبل (3) . إذ تظهر الضبابية على هذه الوسائل بما يشعر الجمهور بتوقف الحركة الاجتماعية والنمو الاقتصادي .

الفصل الثالث

صناعة المعلومة في القنوات الفضائية العربية بين المهارة واستخدام لغة الخطاب

تعد صناعة المعلومة من المهام الشاقة والأساسية لوسائل الاتصال الجماهيري . إذ تستند عليها الخصوصية الاتصالية لكل منها . وذلك من خلال تبني اعتبارات وسياقات، توضح طبيعة الأداء الانتمائي لها ، فضلاً عن إبراز حجم دورها بين الوسائل الأخرى .

(1) عبد الستار جواد ، اللغة الاعلامية . مصدر سبق ذكره ، ص16 .

(2) محمد سعيد السيد ، الوظائف السياسية لوسائل الأعلام . مجلة الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عدد50 ، مارس ، 1988 . ص19 .

(3) Hibert , the process of mass communication , New York , 1982 . p 34-36 .

- ولما كانت القنوات الفضائية إحدى وسائل الاتصال ، ولها امتدادات أوسع من المحلية والإقليمية. لذا فإن صناعة المعلومة فيها تنطلق من وجوب عدة آليات هي :-
- 1- إنها تعمل وسط كم هائل من وسائل الاتصال، ما يصعب حصرها من قبل الجمهور وذلك وفر :-
 - معلومات متنوعة ومتسارعة بكلفة اقل وبدرجة إتاحة عالية .
 - بروز ظاهرة التخصص البرمجي والعمل على مدار الساعة .
 - 2- ان الجمهور أمام مشكلة في الاختيار ⁽¹⁾ . اذ ان القنوات وفرت له الانفتاح على ثقافات ونماذج اتصالية متعددة .
 - 3- مراعاة التوقيت الزماني والمكاني لمن تتوجه إليهم ، من خلال التكرار واستخدام لغة للخطاب تلائم الجميع . فضلا عن احترام دور الجمهور الاجتماعي ودعم قيمه الذاتية ، بما يدفع الرغبة لديه في المشاركة الفعالة مع الوسيلة الاتصالية ⁽²⁾ .
 - 4- هناك تحرر من القيود التنظيمية التي تفرض على الوسائل المحلية . لذا تعد الثقافة هنا كسلعة لا خدمة والجمهور مستهلك لا مشارك ⁽³⁾ لذا يستوجب الدقة والجودة والإبهار في الشكل مع عدم التذبذب في المضمون ، حتى لا تتضارب الآراء والاتجاهات .
 - 5- هناك تهديد للخصوصية الثقافية في البلدان النامية من قبل بعض الفضائيات. لذا يتوجب ابراز مثل هذه التهديدات، وبيان شرعية المواقف المتخذة .
- وعند عكس هذه المفردات على واقع القنوات الفضائية العربية ، فإنه يفرز مفاصل وسياقات متعددة .

المبحث الأول: القنوات الفضائية العربية بين الواقع والطموح

دخلت وسائل الاتصال العربية مرحلة جديدة بعد تسعينات القرن الماضي. فقد انتقلت إلى ثورة جديدة من خلال البث الفضائي واشتراكها في خدمات الأجهزة الرقمية والمعلوماتية والانترنت

(1) عفاف طالبة ، حول الدور الثقافي للتلفزيون . مجلة الإذاعات العربية ، تونس ، عدد3 ، 2001 ، ص68
(2) أنور سعيد ، إشكالية القنوات الفضائية داخل المجتمع العربي . شبكة الانترنت. [www. google.com](http://www.google.com)
(3) سعود بن فايز ، اثر العامل الاقتصادي على التطورات التكنولوجية في العالم . مجلة كتاب الامة ، قطر ، عدد 34 ، 2001 . ص74 .

(1) . اذ أدركت بعد حرب الخليج الأولى ، ان التطور الحضاري في مجتمعاتها يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتطور الوسط الاتصالي الذي يتسع يوماً بعد آخر .

وقد تزاممت القنوات العربية بسرعة وكثافة وتنوع . وأصبحت لها كوادِر هندسية وملاكات فنية متخصصة ، وقد وفر لها القطاع الخاص (وأحياناً الحكومي) الدعم المادي والاستقلالية البرمجية . وكانت النتيجة ان يكون هناك مؤسستين (2) : المحلية الرسمية الحكومية التي تعكس بناء النظام السياسي ، والخارجية غير الرسمية المتفقة على حدود لا يمكن تخطيها .

ومع حداثة هذه القنوات تبقى الوظيفة الحقيقية مفقودة لديها. اذ إنها تكاد تكون مستنسخة لما يصدر من فضائيات عالمية لها شهرتها. كذلك فقدانها التعامل الحضاري مع المواطن العربي رغم انها تقتصر على متابعتها لوحده ، فضلاً عن اتجاهها الى العواطف والمشاعر قبل مخاطبة العقل في مضامينها الاتصالية .

ان الانتقال من دائرة القطرية الى الإقليمية والعالمية ، يستوجب التخطيط وتغيير السياسات الاتصالية المحلية ، وكذلك استبدال لغة الخطاب وطريقة التفكير لدى العاملين فيها. فضلاً عن بناء ومراعاة الاعتبارات الثقافية للمتلقي الجديد ومستواه الثقافي ودرجة اتصاله بالآخرين (3) .

إلا إن مؤسسات الاتصال العربية لم تأخذ ذلك بجديّة واكتفت بنقل التجربة الاتصالية السابقة إلى الحيز الفضائي مع تغيير في الأداء. وبقيت قواعد النظر إلى المواطن العربي بأنه غير جدير بالثقة ، وان الاتصال الخارجي هو امتداد للاتصال الداخلي مع ضعف إشراك الجمهور في صنع القرار الاتصالي .

(1) سيار الجميلي ، فضائيات الإعلام المرئي العربي - بعيداً عن أساليب البلاهة والإسفاف . شبكة الانترنت www.google.com

(2) احمد جار الله ، الإعلام العربي يعبئ الملايين . مجلة الأزمنة العربية ، دبي ، عدد 249 نيسان 2003 . ص 64 .

(3) خالد عبد اللطيف ، الخطاب الإعلامي العربي ومواجهة التحديات . مجلة آفاق الثقافة والتراث ، دبي ، عدد 9 أيلول ، 2001 . ص 119-120 .

وقد انعكس ذلك سلباً على الرسالة الاتصالية المنقولة ، إذ أصبح بإمكان الجمهور العربي متابعة عشرات القنوات من مشارب واتجاهات متعددة. واخذ بالتالي يفرض ذوقه على تلك الوسائل ويختار منها ما يريد ، بعد ان كان مفروضاً عليه متابعة رسالة اتصالية محلية موحدة.

ان العرب يقفون اليوم أمام مجموعة شاملة من البرامج، وهي تساهم في اشباع الرؤى الفكرية لديهم الا إنها تدفع بالمقابل الى تشويه الواقع المعاصر وتغذية العقول بواقع جديد (1) . ويعود السبب في ذلك الى جهل الجمهور بعائديه تلك القنوات وأغراضها ، كما انها تقدم المعلومة ومعها الرأي الصائب (من وجهة نظرها) دون ترك المجال للجمهور في الحكم عليها.

تلك الشراكة في تقديم الرأي أبعدت الوسيلة عن أخلاقيات المهنة وشروطها (2) وبذلك دخلت روح التجاوز والمواجهات الصدامية في الحوارات التي تجريها حول موضوعات حساسة. وكذلك حالة الإسفاف والابتذال للعديد من البرامج المقدمة على حساب الجادة والتنموية. فضلاً عن تقديم التعليقات الخاصة بها باللغات العامية إضافة إلى الفصحى .

وقد خلف مجمل ذلك ضعف حالة انتماء القنوات الفضائية القومي والفكري . كما أوجدت قصوراً واضحاً في الوقوف على تأثيرات هذه الوسائل، على العقل والتفكير وأساليب الرأي العام لدى الجمهور العربي (3) ، ومدى إيجابياته او سلبياته . حتى تتمكن من بناء رسالة اتصالية وفق هذه النتائج.

ولدى متابعة الباحث للقنوات الفضائية العربية بشكل عام ، وجد ان واقعها ينطلق (إضافة الى ما تم ذكره) من آتية :

1- تغيير أنماط السلوك : ان القنوات الفضائية العربية توفر مساحة كبيرة من المعلومات والانفتاح على نماذج ثقافية متعددة وذلك اسهم في تغيير الواقع الاجتماعي ، وطريقة التفكير

(1) غازي زين عوض الله ، الهوية الثقافية وتحديات عولمة الاتصال، مجلة الادعاء العربية ، تونس ، عدد 3 ، 2001 ص 21 - 24 .

(2) علي وطفة ، أزمة الخطاب الاتصالي في القنوات الفضائية ، شبكة الإنترنت ، إسلام اون لاين ، الاتصال الجماهيري .

(3) هشام شرابي ، التأثير السياسي لمحطات التلفزيون الفضائية العربية في العالم العربي في فترة ما بعد حرب

والسلوك فيه . فقد اتسع السلوك الاستهلاكي والكمالي ، وانتقل نسق القيم ، والفكر المتأمل او المعمق ، الى السلبي البليد .

ان الساحة الاتصالية العربية دخلت في ازدواجية معقدة . ذلك ان وسائل الاتصال الحكومية لا زالت تعمل إضافة الى القنوات الفضائية (1) . ويظهر الاختلاف بينها واضحا ، بما يؤدي الى زعزعة الوضع النفسي والثقافي لدى جمهورها المحلي والخارجي . وهنا تفقد المشاركة وروح الانتماء الوطني صيغتها بعد انشغال الجمهور عنها ، من خلال مراقبة الصراع بين الطرفين .

1- نقل أنصاف الحقائق : ان القنوات العربية مرتبطة بمصادر المعلومات الرئيسية في العالم الغربي . ورغم أن لها إمكانات في الحصول على المعلومات الا إنها تصل متأخرة او ناقصة . وقد دفع ذلك إلى إعداد الصفة التحريرية للأخبار والمعلومات بناء على قواعد خارجية (2) .

وبالتالي فقدان الجزء الأساسي منها . ويدخل في ذلك عدم التحقيق من المسبب الحقيقي الحدث ، عدم إلقاء اللوم على الحكومات ، استعمال ورقة التطرف العرقي او العقائدي ، تبني سياسات خارجية وفرض التطبيع معها . وذلك يدفع بتأثيراته الى انشغال الجمهور بواقع آخر .

2- أمية الثقافة والإبداع : ازدادت نسبة الأمية الثقافية العربية في السنوات الأخيرة (3) . ذلك ان القنوات الفضائية استحوذت على الساحة الاتصالية وقد دفعت الى سلبية الجمهور مع الجمود العقلي بعيدا عن المشاركة والنشاط الذهني .

وقد عزز ذلك اتجاهين :

- الرقابة الحكومية على المطبوع (كتب ، صحف) داخل الدولة العربية والابتعاد عن دعمها ماديا .

- الوقت المفتوح للفضائيات لتقديم برامج مبتذلة ، ضيقة الأفق لا تحاكي الشارع العربي بصدق ، وتحاول لفت أنظاره باتجاه مغاير .

(1) خيرى شكر الدين ، الإعلام العربي ... إلى أين ؟ شبكة الإنترنت ، إسلام او دين

(2) هيئة التحرير ، الإعلام الإسلامي من منطلق القنوات الفضائية . مجلة منار الإسلام ، الرياض ، عدد 6 ، 2002 . ص54-56 .

(3) علي محمد شمو ، دور الاتصاليين في التنمية الثقافية . دبي ، مركز جمعة الماجد للنشر ، 2000 . ص37 .

3- النمذجة : تنقل القنوات الفضائية العربية سلوكيات وأساليب الحياة الغربية او التي لا تتناسب مع قيم وحاجات المجتمع المحلي (1) . ويدخل في ذلك إعداد البرامج المستسخة من هناك . بما فيها طرق العرض والتقديم . وانعكس ذلك على الأفلام والمسلسلات والاذاعي والبرامج الثقافية والترفيهية المنتجة عربياً .

وهنا تدخل المصطلحات في العالم الغربي ، لتجد في القنوات الفضائية خير من يتبناها . ومن ذلك النظام العالمي الجديد ، العولمة ، محاربة الإرهاب ، التطبيع ، الملفات النووية ، التجارة الحرة .. وغيرها . ويتم تصوير ذلك بان الخلاص للمجتمعات العربية يتوجب ان تنطلق من تبني هذه الأفكار ومدلولاتها .

4- إشكالية الوعي : هناك تناقض صارخ بين الواقع السياسي والاجتماعي وبين ما يقدم في القنوات الفضائية للدول العربية (2) . ذلك ان المجتمع المحلي يعيش حياة قاسية غير متكافئة مع روح العصر . تحكمها روتينية الحياة المرتبطة بالقوانين والتشريعات ، اختلاف في الموازين الدينية والدينيوية ، البيئة غير الصحية بضعف الخدمات العامة ، معاناة المثقف العربي من قيود وسطوة السلطات (3) . اضافة الى الانسلاخ من المرتكزات القيمية والإنجازات التاريخية والمنظومة الفكرية، نتيجة التأثير بتعدد الثقافات الخارجية .

لذا أضحت فكرة الهروب من هذا الواقع الى عالم جديد مليء بالتقوقع والتعتيم. ذلك ان القنوات الفضائية تقوم بتربية المتلقي على مشاهد مفتوحة المنافذ تندرج فيها السرعة والحركة والإثارة والإقناع من دون رقيب . وقد ابعد هذا الأمر الجمهور عن الفكرة السياسية والحوار معها . كما أبعدته عن الترابط الفكري والانسجام الثقافي . رغم الحسنات التي وفرت له رؤية العالم الخارجي من داخل المنازل دون قيود .

المبحث الثاني: لغة الخطاب في القنوات الفضائية العربية-إشكالية المهارة:

(1) هيئة التحرير ، الإعلام الإسلامي من منطلق القنوات الفضائية ، مصدر سبق ذكره ص56 .

(2) سيار الجميلي ، إشكالية الوعي الثقافي العربي . مجلة دراسات (العلوم الإنسانية) عمان ، مجلد 29 ، عدد3 ، كانون الثاني 2001 . ص197 - 198 .

(3) المصدر السابق نفسه ، ص199 .

تشكو القنوات الفضائية العربية من القصور الاتصالي وشيوع الخطاب غير الملتمزم بالواقع وحقائقه من جهة ، وبالقيم الإنسانية التي تسعى إليها المجتمعات العربية من جهة أخرى. ويظهر ذلك واضحا" بوجود جهد واسع واستنزاف مادي ، دون الاهتمام بتطوير لغة الحياة الواقعية للمواطن العربي (1) . إذ إن لغة الخطاب لازالت تفتقر إلى الحداثة والمعاصرة في الوظيفة والهدف. كما تفتقر الى الترابط الذي يحقق مقولة ان الشكل هو بناء يضم مضامين متعددة . وقد أكد ذلك مبكرا" أحد الباحثين بالقول ((علينا ان ننقل الى لغتنا كل التطورات التي تحصل في العلم والأدب لكي نحصل على المعاصرة (2) .

ان جوهر المشكلة هو محاولة اللحاق بالتطور التقني دون مواكبة حقيقته داخل المجتمع وحلقاته ، والمطلوب بحثه هو الانتقال باليات التفكير وأساليب العمل ولغة الحوار مع الجمهور العربي الى إبداعات جديدة تحمل في نسيجها قيم وتقاليد المجتمع. حتى تتعكس إيجابيا" مع الواقع المحلي والخارجي.

إن هناك حملات اتصالية لتشويه الفكر وإغلاق منافذ الرؤى لدى الجمهور العربي (3) . إذ يتعرض إلى آلة اتصالية تتحدث معه بلغة تكتيكية تحمل من المعاني الأسلوبية مايرى ظاهرها جيدا" ، إلا إنها تخفي أبعادا" خطيرة. فهي أدوات ذكية لها وزنها الفكري والسياسي ، الذي يتوخى الحيادية والشفافية في الطروحات الاتصالية (4) وبالمقابل فهو يبحث عن المضامين وحقائقها ليعيدها في بناء جديد ويقدمها في نسيج متكامل أمام هذا الجمهور لتحقيق غايات يقصدها .

وقد كان لدخول القنوات الفضائية العربية الدور المهم في كسب وقت الجمهور العربي . إذ قامت بإعداد برامج ومضامين متنوعة يحتاجها ذلك الجمهور . إلا إن هناك إشكالية عدم وضوح الهدف من القناة وضعف التخطيط المستقبلي لها (5) . وعند متابعة الباحث للعدد الأكبر منها وجد ان اللغة المستخدمة تفتقر إلى التكتيك والدراية والأسس المنهجية الصحيحة وصعوبة تقديم الحقيقة

(1) خيرى شكر الدين ، الإعلام العربي .. إلى أين ؟ . مصدر سبق ذكره .

(2) زكي حبيب محمود ، ثقفتنا في مواجهة العصر . القاهرة - بيروت ، دار الشروق ، 1979 . ص 64.

(3) احمد فازع ، أزمة الخطاب الديني . الرياض ، سلسلة دراسات (6) ، مركز الملك فيصل للبحوث والنشر ، 2001 ، ص 22-23 .

(4) سيار الجميلي ، فضائيات الإعلام العربي - بعيدا" عن أساليب البلاهة والإسفاف ، مصدر سبق ذكره .

(5) عزة الطويل ، القنوات الفضائية بين عقدين . شبكة الإنترنت ، [www . google . com](http://www.google.com) .

بالشكل المطلوب . وبذلك لم تصل هذه القنوات إلى المستوى المطلوب لمواجهة حملات التشويه الموجهة الى مجتمعاتنا ، بل على العكس زادت من وتيرتها وساعدت على إيصالها .

ولاياتي ذلك من فراغ إنما يعود للأسباب التالية :-

1- منطق الوصاية في مؤسسات الاتصال العربية (المسايرة) : إذ لازالت تفتقر إلى تشريعات مهنية تحمل معايير متجددة تحاكي روح العصر ، ذلك ان العمل الاتصالي بقي يحمل صفات الوصاية والإرشاد الرسمية بافتراض إن الجماهير تعاني الجهل ، وهذه اللغة هي امتداد للسياسات الحكومية التي لا تقبل المناقشة أو طرح الرأي الآخر. وبالتالي فإنها تسعى إلى بناء منظومة لغوية تحاكي المتنفذين مع إظهار الحادية في الطرح. وبتحليل ذلك تجدها تصب في الأيدولوجيات القائمة واصحاب راس المال .

وقد اصبح معنى الحضارة المقدم من قبل هذه القنوات مجموعة من المعطيات المتكاملة في مجتمع ما وفق مناهج وسياقات محددة (1) . وبالتالي تحددت لغة الخطاب بها ولا مجال لتجاوز تلك المعطيات ، إلا بمباركة الجانب الرسمي لها .

2- الأحادية في اللغة الاتصالية : إذ يأخذ شكل الحوار المنفرد في سيناريو معد لجمهور سلبي. يستمرى فيه تلقي الحقائق المطلقة الجاهزة دون مراجعة. ويعد الجمهور في نظر هذه القنوات مستهلكاً لا مبدعاً ، متلقياً لا فاعلاً". لذا توجه إليه لغة الكسول الذي تزعجه الأسئلة ، وتقدم له فتاوى جاهزة لكل ما يتعرض إليه من قضايا وأحداث. وبالتالي افقد ثقة الجمهور بها وبحثه في عدة قنوات للحصول على معلومة واحدة .

3- قصور اللغة الاتصالية : ان عدم الأمانة في شفافية العرض ، أو لتغطية المتوازنة للأحداث تعد أحد أهم ظواهر اللغة في القنوات العربية والعالمية (2) . وذلك من خلال دس الأفكار الأيديولوجية التي يؤمن بها النخبة ، والانتقال إلى النفعية الاقتصادية دون شروط أخلاقية. وكذلك انتقاء الأحداث بدلاً من عرض الوقائع وترك الجمهور يستقرئ الواقع. وذلك ابعده الجمهور عن المشاركة معها بالشكل المطلوب .

(1) محمد الجيزان ، الإعلام الرسمي الحكومي في مازق ! . المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، الرياض ، عدد78 ، 2002 . ص 59-61 .

(2) حامد فازع ، أزمة الخطاب الديني . مصدر سبق ذكره ، ص 26 .

فضلاً" عن بناء منظومة من الأفكار بلغة دعائية مجحفة لتمرير واقع جديد وإدخال مفاهيم غريبة على المجتمع العربي، بعد ان كانت تعد جريمة في تلك الوسائل.

4- الترويج : اذ إن لغة لخطاب في هذه القنوات تحمل مصطلحات وأفكار تروج لانتشارها في العالم العربي ، ذلك ان رهانات العولمة فرضت على هذه القنوات تعميم الثقافة الغربية ونشر العادات والسلوكيات والآثار الفكرية والأساليب الفنية والأدبية الخاصة بها. وذلك افقد الجمهور القابلية على التنبؤ واستكشاف المعنى من خلال الخصوصية التي يحيها .

وقد ساعد في ذلك منطق القوة الأحادية الذي فرض لغة خطاب جديدة من صفاتها : ان المسلمين يهددون الثقافة المتطورة، ان الشكل النمطي للإسلام لا يتعدى فكرة الإرهاب ويتبناها بكل ثقله ، انعزال العرب وانشغالهم بمحاولة الربط بين الأيمان والمذهبية (1) ، استمرار الصراع بين الأنظمة الحاكمة وجمهورها ، وجوب التعايش الطبيعي مع كيان بصفة دولة (إسرائيل) ، وان استخدام السلاح من قبل الغرب يجب ان يواجهه بالسكوت والانعت بصفات العنف والإرهاب .. وغير ذلك .

5- المحاكاة : تستخدم القنوات الفضائية العربية لغة التقديم بطريقة متشابهة مع غيرها من القنوات . لذا لا تحمل أي منها خصوصية الخطاب المنظم . فهي تستخدم لغة محفزة مثيرة اكثر منها مقنعة او محاورة . وتستخدم الشعارات الإنشائية الخالية من الموضوعية وتستثمر جزء مهم من وقتها للإعلان الاقتصادي (2) . ولا تتعدى نسبة البرامج الثقافية فيها نصف بالمئة من مجموع الإرسال العام لها . لذا جاء الاهتمام بالصياغات اللغوية ضعيفا ويرتكز أحيانا الى العامية الدارجة .

6- الاقتداء : ان اللغة المستخدمة معدة للتقمص الوجداني . اذ ان القنوات الفضائية لا تقدم البرامج لحاجة فكرية . وانما لابرار نماذج جديدة للخطاب على الساحة العربية من جهة . ولابرار فئات اجتماعية يمكن الاقتداء بها ، بعد ان كانت بمستويات ثانوية سابقا من جهة اخرى.

(1) رشاد محمد ، عولمة الاعلام في ظل الفضائيات . النشرة السنوية ، مركز جمعة الماجد ، دبي ، الملحق الثاني ، 2002 . ص 214 .

(2) أنور سعيد ، إشكالية القنوات الفضائية داخل المجتمع العربي . مصدر سبق ذكره .

وتتعلق لغة الحوار هنا في إظهار السلوكيات وحركات المودة التي يحملها هؤلاء الأشخاص وطرق التعبير المختلفة لهم ، وإبرازها بسياقات توحى حاجة المجتمع إليها بديلاً عن سلوكيات سابقة (1) . وتشترك العديد من القنوات العربية في ذلك .

اذ تخصص أوقات مهمة للعمل في هذا الجانب . وتستعمل هنا الخطاب العاطفي المثير للمشاعر بأسلوب عرض متميز ، من اجل كسب عقول الأجيال الجديدة . ويرى أحد الباحثين ان ضيوف البرامج من الممثلين والمطربين ومصممي الأزياء أو عارضيهما يصل الى (99%) على حساب الكتاب والشعراء والمفكرين بنسبة (1%) في الفضائيات العربية (2) . كما إنها تستضيف معارضين للحكومات يجدهم الجمهور المحلي ، وتسعى إلى إظهارهم على الساحة السياسية ، من باب استقلاليته عن الشكل الرسمي ، ولتحقيق مقصد معين .

ويتضح من مجمل ذلك ان هناك علاقة متشابهة ، بل ومترابطة بين الواقع الذي تعيشه القنوات الفضائية العربية وبين مهارات لغة الخطاب التي تستخدمها . اذ ينعكس كل منهما على الآخر ، وليكونا نسيجاً من الإيجابيات والسلبيات والتي تتدرج في سياق واحد تتعامل به مع جمهورها في مختلف الصعد .

(1) عزة الطويل ، القنوات الفضائية بين عقدين ، مصدر سبق ذكره .

(2) رشاد محمد ، عولمة الإعلام في ظل الفضائيات ، مصدر سبق ذكره .ص212 .

النتائج العامة

- 1- ان اللغة هي نظام للسيطرة على الجماهير من خلال إعداد المعاني في قالب للخطاب يتفق بدلالاته مع فكر المتلقي واعتباراته . وذلك لتحقيق الفهم والانسجام بين الطرفين .
- 2- ان لغة الخطاب هي إحدى أدوات الاتصال الجماهيري من خلال:-
 - أ - إنها النسيج الرمزي (اللفظي وغير اللفظي) الذي تتعامل به وسائل الاتصال بكليتها.
 - ب-إنها تتفاعل مع سيرورة العملية الاتصالية من خلال عناصرها المكونة . مستجابة ان تراعي شروط وسياقات لانجاح ذلك التفاعل .
 - ج-ان للغة دورها في ضبابية المعنى المنقول اذا سيئ استخدامها في هذا المجال .
- 3- هناك مهارات للغة الخطاب تستخدم أساليب متعددة في وسائل الاتصال . وتختلف في تركيبه الاستخدام حسب الخصوصية للوسيلة من جهة ونوع المجتمع المستهدف من جهة أخرى .
- 4- ان القنوات العربية أمام لغة فيها كم لا حصر له من المعاني والمهارات الا إنها لم تستثمر بالشكل المطلوب . وذلك يعود للأسباب التالية :
 - أ - إن الواقع الذي تعمل فيه يختلف عن الأهداف المتوخاة منها .
 - ب - إنها مستنسخة من قنوات خارجية غريبة . تحمل صفاتها في الإعداد والتقديم وطرق العرض .
 - ج -إنها لا تزال مرتبطة بسياسات الحكومات التي تنتمي إليها وتفتقر إلى التشريعات الخاصة بها .
- 5- إن لغة الخطاب للقنوات الفضائية العربية تفتقر الى العديد من مقومات التوصيل . إذ لا زالت تستخدم أساليب التحرير التقليدية والقوالب النمطية غير المتجددة، بالرغم من استخدامها التقنيات المتطورة . وبذلك فان مهاراتها لم تصل الى المستوى المطلوب .
- 6- هناك تأثير أساسي للغة على الواقع الذي الذي تعيشه القنوات الفضائية العربية . اذ وجد ان القصور في استخدام اللغة وعدم فاعلية الخطاب عند طرحه القضايا والبرامج المختلفة ينعكس على محمل عمل القناة . مما يجعل المنطقة العربية عرضة للتأثيرات الخارجية فكريا وبرامجيا .

الوصايا

- 1- دراسة الجمهور المستهدف من خلال تشجيع الباحثين وبناء الاستطلاعات المستمرة ، والالتزام بلغة خطاب وفق نتائج ذلك مع الربط بين الأصالة والتجديد .
- 2- السعي لبناء خصوصية لغوية في كل قناة عربية . والابتعاد عن :- الرسمية في الطرح أو عكس الرأي والحكومي في مضامينها الاتصالية ، أو استخدام النماذج الجاهزة .
- 3- مواجهة حملات التشويه للواقع العربي والإسلامي ، وعدم الانسياق وراء ماكنة الدعاية الغربية في طروحاتها . والسعي لإبراز الخصوصية القومية والحضارية للمجتمع بلغة متجددة .

قائمة المصادر

أولاً / الكتب :-

- 1- ابو العينين ، علي خليل مصطفى ، أصول الفكر التربوي الحديث . ط2 ، القاهرة ، دار الفكر العربي . 2000
- 2- احمد نيازي ، بين لغة الأدب ولغة الإعلام . ط2 ، بيروت ، المركز الثقافي العربي ، 1994 .
- 3- الأسعد ، جمال ، الخطاب الإذاعي والشرق الأوسط (اذاعة مونت كارلو) . بيروت ، شركة الطبع والنشر اللبنانية . 1997 .
- 4- أ. كوفمان ، العلاقة بين السلوك والخطاب اللغوي . ترجمة علي الخطيب ، بيروت ، دار المعارف . 1995 .
- 5- بدوي ، هناء حافظ ، وسائل الاتصال في الخدمة الاجتماعية والمجتمعات النامية . الاسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث . 2001 .
- 6- الترابي ، فؤاد ، العلاقة بين اللغة والنقد الحضاري للمجتمع العربي . بيروت ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر . 1994 .
- 7- الجواهري ، محمد ، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية . الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية . 1994 .
- 8- ر. بارتس ، صورة الخطاب في وسائل الاتصال . ترجمة النقاري حم . باريس - المغرب ، دار المعرفة . 1992 .
- 9- السمرة ، محمود ، النقد الأدبي والإبداع الاتصالي . بيروت ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر . 1997 .
- 10- شمو ، علي محمد ، دور الاتصاليين في التنمية الثقافية . دبي ، مركز جمعة الماجد للنشر . 2000 .
- 11- عبد اللطيف ، رشاد احمد ، حتمية الاتصال الاجتماعي . القاهرة ، دار النهضة العربية ، 1997 .
- 12- العقاد ، عباس محمود ، اللغة الشعرية . بيروت ، المكتبة العصرية ، 1985 .

- 13- العمري ، محمد ، في بلاغة الخطاب الاقناعي . ط2 ، الدار البيضاء ، دار الثقافة ، 1990 .
- 14- فضل ، صلاح ، علم الأسلوب وصلته بعلم اللغة . ط2 ، الرياض ، دار العلوم للنشر ، 1989 .
- 15- كشك ، محمد بهجة واخرين ، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية . الاسكندرية دار الفكر ، 1999 .
- 16- محمود ، زكي نجيب ، ثقافتنا في مواجهة العصر . القاهرة - بيروت ، دار الشروق ، 1979 .
- 17- الهيتي ، هادي ، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري . ط1 ، بغداد ، دار السامر ، 1997 .

ثانيا / البحوث والدوريات :-

- 1- بن حدو ، العلاقة بين القارئ والنص في التفكير الاتصالي . مجلة الفكر الاجتماعي ، تونس ، عدد5 ، 1996 .
- 2- بن فايز ، سعود ، اثر العامل الاقتصادي على التطورات التكنولوجية في العالم . مجلة كتاب الأمة ، قطر ، عدد34 ، 2001 .
- 3- جار الله "، احمد ، الإعلام العربي يعبئ الملايين . مجلة الأزمنة العربية ، دبي ، عدد249، نيسان ، 2003 .
- 4- الجميلي ، سيار ، إشكالية الوعي الثقافي العربي . مجلة دراسات (العلوم الإنسانية) عمان، مجلة 29 ، عدد3 ، كانون الثاني ، 2001 .
- 5- جواد ، عبد الستار ، اللغة الإعلامية . بغداد ، كلية الآداب - قسم الإعلام ، بحث غير منشور ، 1993-1994 .
- 6- الجيزان ، محمد ، الإعلام الرسمي الحكومي في مازق !.المجلة العربية للعلوم الإنسانية . الرياض ، عدد 78 ، 2002 .

- 7- خلاف ، محمد ، الخطاب الإقناعي الإشهار نموذجاً" . مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، فاس ، عدد 9 ، 1987 .
- 8- سليكي ، خالد ، من النقد المعياري الى التحليل اللساني . مجلة عالم الفكر ، القاهرة ، مجلة 23 ، عددان 1،2 ، 1994 .
- 9- سيد عبد الله ، معتز ، الاتجاهات التعصبية . الكويت ، سلسلة عالم المعرفة -137 ، 1989.
- 10- السيد ، محمد سعد ، الوظائف السياسية لوسائل الإعلام . مجلة الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عدد50 ، مارس ، 1988 .
- 11- شرف ، عبد العزيز ، اللغة في نظرية الإعلام . مجلة الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير . القاهرة ، أكتوبر - ديسمبر ، 1988 .
- 12- شلش ، محمد جميل ، اللغة ووسائل الإعلام الجماهيرية . بغداد ، سلسلة الموسوعة الصغيرة ، دار الشؤون الثقافية ، 1986 .
- 13- طالبة ، عفاف ، حول الدور الثقافي للتلفزيون . مجلة الإذاعات العربية ، تونس ، عدد 3 ، 2001 .
- 14- عبد العزيز ، محمد حسن ، لغة الصحافة المعاصرة . بيروت ، سلسلة دراسات - 4 ، المركز العربي للثقافة والعلوم ، 1989 .
- 15- عبد اللطيف ، خالد ، الخطاب الإعلامي العربي ومواجهة التحديات . مجلة آفاق الثقافة والتراث ، دبي ، عدد9 ، أيلول ، 2001 .
- 16- عوض الله ، غازي زين ، الهوية الثقافية وتحديات عولمة الاتصال . مجلة الإذاعات العربية ، تونس ، عدد3 ، 2001 .
- 17- القضاة ، محمد احمد ، الأسلوب والأسلوبية والنقد الحديث . مجلة دراسات (العلوم الإنسانية والاجتماعية) ، عمان ، مجلة 25 ، عدد2 ، آب ، 1998 .
- 18- فازع ، حامد ، أزمة الخطاب الديني . الرياض ، سلسلة دراسات (6) ، مركز الملك فيصل للبحوث والنشر ، 2001 .

- 19- لوديس ، روبرت ، خصوصيات الخطاب في خدمات الاتصال . ترجمة ماري يعقوب ، بيروت ، سلسلة دراسات رقم (3) المركز الثقافي الفرنسي في لبنان ، 1990 .
- 20- محمد ، رشاد ، عولمة الإعلام في ظل الفضائيات . النشرة السنوية ، مركز جمعة الماجد ، دبي ، الملحق الثاني ، 2002 .
- 21- الملا ، رائد حسين عباس ، فاعلية القنوات الفضائية أوقات الأزمات في العراق - دراسة استطلاعية . بغداد ، كلية التربية الأساسية ، الجامعة المستنصرية ، بحث غير منشور ، 2005 .
- 22- هاف ، كراهم ، الأسلوب والأسلوبية . ترجمة كاظم سعد الدين ، بغداد ، سلسلة آفاق (1) ، دار آفاق عربية ، 1985 .
- 23- هيئة التحرير ، الإعلام الإسلامي من منطلق القنوات الفضائية . مجلة منار الإسلام ، الرياض ، عدد 6 ، 2002 .

ثالثاً / الإنترنت :-

- 1- جاد ، سهير ، البرامج الإذاعية - والفصحى المشتركة . مواقع اللغة الاتصالية . www.google.com .
- 2- الجميلي ، سيار ، الاعلام المرئي العربي - بعيداً عن أساليب البلاهة والإسفاف . [www . google . com](http://www.google.com)
- 3- سعيد ، أنور ، إشكالية القنوات الفضائية داخل المجتمع العربي [www . google . com](http://www.google.com) .
- 4- شرابي ، هشام ، التأثير السياسي لمحطات التلفزيون الفضائية العربية في العالم العربي في فترة ما بعد الحرب . [www . yahoo . com](http://www.yahoo.com) .
- 5- شكر الدين ، خيرى ، الإعلام العربي .. إلى أين ؟ إسلام أون لاين ، الاتصال الجماهيري .
- 6- الطويل ، عزة ، القنوات الفضائية بين عقدين . [www . google . com](http://www.google.com) .
- 7- وطفة ، علي ، أزمة الخطاب الاتصالي في القنوات الفضائية . إسلام أون لاين - الاتصال الجماهيري .

رابعاً / المصادر باللغة الإنكليزية :-

- 1- Henry Sam , the Political relations in front of the means of communication . New York , Brantel print , 2001 .
- 2- Hibert , the process of mass communicaion . New york , 1982 .