



مميزات الخطاب الإعلامي والخطاب الأدبي
في ظل تنامي استعمال التكنولوجيات الجديدة
فوزية أمريك / د. عبد المالك الداودي
مختبر الديدكتيك واللغات والوسائط والدراماتوجيا
كلية اللغات الآداب والفنون القنيطرة
المغرب

ملخص:

إن إنتاج أي خطاب سواء كان مباشر أو غير مباشر، منطوق أو مكتوب أو الكتروني تكون له خصائص وسمات لينجح في ربط الاتصال والتواصل بين مختلف فئات المجتمع مهما اختلفت مستوياتهم، والخطاب هو نتاج بيئة وفكر متغير ويتطور بتطور الزمان والمكان وذو قوة وتأثير خاصة الخطاب الإعلامي، حيث وصفه البعض أنه أخطر من "الغزو الاستعماري"، لأن قوته مستمرة في الزمن وأثره يتجاوز الحدود الجغرافية التي بث فيها. لذا فالخطاب الإعلامي يتسم بسرعة وتنوع الوسائط التي ينتشر عبرها، ويبقى المتخصصون هم أكثر إدراكا لخطورة لغة وأسلوب الخطاب.

ويمكن القول إن التأثير الذي أصبحت تخضع له بنية الخطاب الإعلامي اليوم يعكس المصالح التي يسعى كل طرف لتحقيقها في عالم واقعي وافتراضي يتسم باتساع رقعته الجغرافية والثقافية، وبالتالي ينتج خطاب يطلق عليه "العالمية"، يبيّن فكر وسلوك الفرد. فميشل فوكو وبورديو واستن يصفون الخطاب بـ"المعقد" تطبعه الهيمنة وله سلطة خاصة ونظام لكن في نفس الوقت يختلفون في درجة قوة السلطة المتحكمة.

ونظرا لتشعب الموضوع وتداخل المفاهيم التي تميز بين الخطابين وتأثيرات التكنولوجيات الحديثة، فهذه الورقة البحثية سوف تقتصر على تسليط الضوء على التعريفات المختلفة لأنواع الخطاب والحمولات الاجتماعية والثقافية وأهميتها و ربطها بالسياق الحالي، مع إبراز تأثيرات التكنولوجيات الجديدة على الخطاب بأنواعه التي باتت تواكب المستجدات التقنية لتوصل المعلومة لفئة واسعة من الجمهور.

الكلمات المفتاحية: الخطاب - الخطاب الأدبي - الخطاب الإعلامي - التكنولوجيات الجديدة - اللغة - لغة الصحافة - الجمهور - الاتصال - المجتمع - السلطة - الثقافة - الاجتماعي - السياسة - صحافة الروبوت - البيئة الإعلامية .



اخور الأول : الخطاب الإعلامي

تعرف بيئة الخطاب الإعلامي تنامي العديد من الدراسات التي تهتم بمقارن الاعلام وبخاصة تحليل مضمون الخطاب الإعلامي، لأن المجتمعات اليوم تعيش طفرة تكنولوجية غير مسبوقه وحدود مفتوحة للجميع وبالتالي وسائل الاعلام وجدت نفسها أمام منافسة كبيرة لتلبية طلب الحصول على الخبر ليس فقط داخلها بل وخارجها، مما فرض على العاملين بدل مجهودات مضاعفة بإنتاج خطاب يلائم ويؤثر في المتلقي أي كانت هويته وثقافته وهو تحدي كبير بالنسبة للفاعلين في المجال. هذه العوامل والظواهر التي أصبحت تغزو عالم الاعلام الجديد دفعت بنا الوقوف على مختلف التعريفات للخطاب والتحديات التي تواجهه.

أولاً : مفهوم الخطاب

لغة: "إلقاء الكلام أو الحديث، فالخطاب مصدره الفعل خاطب، والخطاب هو ما يلقيه الخطيب من كلام أو حديث أمام الناس"

اصطلاحاً توجد تعريفات عديدة ومدارس للخطاب فمثلاً الخطاب مرتبط بالوجود الإنساني والمعرفي وهو ما يطلق عليه محمد البكري "بالخطاب الكون"، أي أن الخطاب له بعد عالمي موجه لأي متلقي دون تمييز. وهو معلومات تتضمن نص كلامي الهدف منه إيصال رسالة للمتلقي.

والملاحظ بالنسبة للكاتب ميشيل فوكو وهاريس فقد طوراً هذا المفهوم وتناولاه بالتعريف والدراسة من زوايا مختلفة فهاريس اهتم بالخطاب من ناحية أنه "متتالية من الجمل التي يمكن من خلالها استكشاف سلسلة من المعاني"، في حين هناك طرح مختلف لفوكو الذي جعل الخطاب مرتبط بالسلطة والجميع "يتصارع" للحصول عليها.

ومن منظور الناقد مخائيل باختين الخطاب عبارة عن "... منسوج من خيوط أيديولوجية عديدة لا تحصى. إنه لحمة كل العلاقات المجتمعية، وهو ذلك التفاعل الخطابي الذي يشمل في كل ما يسير في الواقع من مظاهر تختلف باختلاف مبدأ الاستعمال. إن شكل الخطاب سواء كان دينياً أو سياسياً أو غيره فهو يبقى عنصراً بسيطاً مهما كبر حجمه داخل "الحركة الكونية للخطاب".

ومن التعريفات التي ركزت كذلك على نفس المفهوم نجد أن محمد بكري يرى: " أن الخطاب إذا ما روعي إطاره الواقعي الاجتماعي فنجدّه "... لا يشتغل مجرداً ووحيداً بمعزل عن الأنظمة الدلالية الأخرى، وإنما تلازمه، وتصحبه، حركات جسدية وإيماءات وتغيمات وإشارات وأنواع تعبيرية أخرى متعددة ومتنوعة، خصوصاً حينما يتعلق الأمر بخطاب شفوي، أو عملي، تسبقه طقوس وأحداث وسلوكيات .

ويرى بعض اللغويين أن الخطاب تعريفه مغايرة لمفهوم اللسانيين، فبنفنيست يربط "الخطاب بالجانب المنطوق" في حين يشير تعريف آخر أن "الخطاب وحدة أوسع من النص وتجسده المعادلة التالية التي وضعها ميشال آدم:

$$\text{الخطاب} = \text{النص} + \text{ظروف الإنتاج} \quad | \quad \text{النص} = \text{الخطاب} - \text{ظروف الإنتاج}$$

ليجيب جيرار جينيت وتودوروف وفانريش بأن لا فرق بين النص والخطاب .

وبهذا لا يمكن فصل الخطاب عن اللغة والمجتمع والأيدولوجيات السائدة داخل المجتمع سواء كان الهدف خلق منفعة أو التأثير أو تغيير سلوك المتلقي، والملاحظ أن لغة الخطاب أصبحت متحركة ومتطورة تنهل من كل اللغات لتحقيق اتصال فعال رغم "الفوضى" التي تواكب ذلك، وبهذا فإن إعادة النظر في التأثيرات التي قد ترح لغة الخطاب أصبحت ضرورة ملحة حتى نرقى بمستوى الجمهور.



نلاحظ على العموم تقاطع تعريفات الخطاب وتكاملها، إذ يهدف أي خطاب خلق تفاعل وتأثير في المتلقي أي كان نوعه وفتته ومستواه إضافة إلى مفهوم النص الذي شبهته جوليا كرسيفا: "بجهاز لغوي يعيد توزيع اللغة بكشف العلاقة بين الكلمات التواصلية... والنص نتيجة لذلك إنما هو عملية إنتاجية". إلى جانب ذلك يربط فيركلوف الخطاب بأنه نوع من الممارسة الاجتماعية لها أبعاد عديدة "يجمع بين النظرية الاجتماعية وعلم اللغة؛ ليوضح كيف يُمكن لدراسة اللغة أن تأخذ في الاعتبار قضايا البنية الاجتماعية والتغيير، مثل علاقة القوة والأيدولوجيا، فيقدم مراجعة مُوجزة ونقدية لأساليب تحليل الخطاب ونتائجه" ومنه يأتي اهتمامنا بالتدقيق في هذا الخطاب الإعلامي.

ثانيا: مفهوم الاعلام

أما إبراهيم إمام فنجد في محاولته لتعريف الإعلام يحدده أنه: "النقل الموضوعي للمعلومات بصورة صحيحة، بغية التأثير الواعي على الفرد، حتى تتاح له فرصة تكوين رأي حر مستقل تجاه الواقع المقدم له في شكل حقائق من أجل التفاهم والمشاركة بين المرسل والمرسل إليه على أساس الثقة".

وهكذا فإن الخطاب الذي يصيغه المرسل لإيصال المعلومة أو الخبر يلعب دورا مهما في التأثير الصحيح على المتلقي وبالتالي يكون الشخص موفق في استقبال المضمون الصحيح بطريقة موضوعية.

ومن التعريفات التي انكبت كذلك على دراسة مفهوم الاعلام نجد الآتي:

فالإعلام استفاد من الصحافة والتكنولوجيات الحديثة وأثر فيها وأثرت فيه رغم أن الوظائف الأساسية لم تتغير (الاجبار، التفسير، التثقيف، التوجيه، التسليّة والاعلان)، لكن وسائل الاعلام الجديدة أضافت أدوار أخرى للإعلام بحكم تطور المجتمعات ووجب حسب محمد سيد محمد وضع نظريات للإعلام خاصة بكل مجتمع.

ولعل تعدد المفاهيم والنظريات جعلت مكلوهان يضيف عنصر مهم للخطاب الإعلامي ألا وهو الوسيط فأعطاه مكانة خاصة لأنه يتلق الخطاب ويقوم "بإعادة" تشكيله وينظمه ثم بعد ذلك يبثه من جديد. أضاف أيضا تصور آخر عن الوسيط حيث: "يشمل جملة من الرسالة وهي مسألة طبيعية تنطبق على أشكال التواصل تقنيا كان أم إنسانيا".

ثالثا : مفهوم اللغة

لغة الخطاب الإعلامي دورها تداولي لأن الذي يصيغ الخطاب يكون له هدف وقصد من ذلك المضمون ويدخل عنصر المقام في صيغة هذا الخطاب.

إن إنتاج اللغة حسب الكاتب الروسي كوفالسون يرجع لتبادل وتلاقح الأفراد داخل المجتمع ضمن سياق معين وفيه يتم إنتاج الثقافة والمعرفة. فاللغة اختيارات أيديولوجية، كما أن الخطاب ممارسة ذات طابع أيديولوجي من حيث التكوين والتأثير.

وللغة علاقة وطيدة بالسلطة لأنه لا يمكن التحدث عن اللغة دون التطرق للسلطة وهي جزء من ممارسة اجتماعية: "اللغة جزء من المجتمع... ويعني ثانيا أن اللغة صيرورة. وثالثا أن اللغة صيرورة مشروطة اجتماعيا، أي مشروطة بالجوانب غير اللغوية من المجتمع".

ولكن هناك عنصر مهم مرتبط بالخطاب وهو المؤلف والذي يعتبر المنتج للخطاب فبارط يرى انه يموت المؤلف لتصبح اللغة هي المتكلم، فالخطابات العلمية والعقود المتداولة بين الناس لا تنسب لمؤلف بعينه، عكس الخطابات الأدبية التي تتميز بنسبها لصاحبها رغم أن هناك وجهة نظر تقول بان الخطاب الذي نتلاقها ما هو إلا بداية بخلق خطاب جديد يعيد صياغته المتلقي من منظوره وانتمائه.



خصائص ومميزات الخطاب الإعلامي

يعد الخطاب الإعلامي صناعة ثقافية وحرفة ورسالة حسب المهتمين بتحليل الخطاب، فهو مركب ومعقد يتميز بتنوع بنيته، له تأثير على المخاطب ورسم وعيه وقد ارتبط الخطاب الإعلامي بالسياسة، فلا يكاد يخلو في كثير من الأحيان الخطاب الإعلامي من "شحنات" سياسية. فالساسة يستعملون الاعلام للتعبير عن آرائهم وبرامجهم وفي المقابل يكون الخطاب الإعلامي هو المحلل والمناقش لهذا الخطاب وبدونه لن يصل للمتلقي. روزفلت استغل الراديو لمخاطبة أبناء المجتمع وجون كندي التلفزيون.

يحترق الخطاب الإعلامي تخصصات ومعارف متنوعة إذ يوظفها ويستثمر غناها حسب ما يقتضيه الوضع وهو "نسق سيميائي" أي مجموع العناصر التي لا يمكن تجريدتها عن الواقع الإنساني المتصل والذي تتداخل عناصره لتعطي تأويلاً وقراءة لما يجري في العالم. مما يؤدي بهذا المنهج القول بأن هناك "جزئية الوصف ونسبية القراءة وتعدد الدلالات".

إذن الخطاب الإعلامي: "نسق تفاعلي مركب متشابك يجمع بين اللساني والأيقوني، تتلاقى فيه العلامات اللغوية وغير اللغوية، ويشترك في هذه الميزة مع خطابات أخرى ويختلف عنها في الوقت نفسه، وذلك مثل: الخطاب الإشعاري والسياسي والدعائي وبخاصة من حيث الشحن الإيديولوجي. وكل ذلك يشغل عبر اللغة وعبر الصورة في الآن نفسه".

لنصل إلى أن "الخطاب الإعلامي يفتش عن القوالب اللغوية المناسبة في العمليات الاتصالية وقبل ذلك يبحث عن السلامة في الأداء اللغوي في مستويات اللغة الثلاثة الصوتي والإفرادي والتكبيبي لضمان الدقة في الرسالة التبليغية (الخبر بالاصطلاح الإعلامي) التي تمثل محور العملية الاتصالية وأصل نشأة المدارس الإعلامية التي تُنظر لذلك".

شروط الخطاب الإعلامي

يتغي الخطاب الإعلامي شروط وعناصر لإيصال الخبر، حيث أن توفر الوسائل الحديثة والتكنولوجيات يعد عنصر جذب للمتلقي عبر الاستعانة بالمنصات الحديثة للتواصل، كما أن تحديد طبيعة المحتوى والهدف منه ينجح الغاية من الخطاب ثم يجعل الجمهور عنصر مهم في الخطاب كما أن اختيار الوقت واللغة مكونات تجعل من الخطاب مكتمل الأجزاء.

يرمي الخطاب إلى إحداث نشاط أو فعل في إطار نسج علاقة من أطراف مكونة يلخصها السؤال: "من يقول ماذا ولمن وعبر أية قناة وما الأثر؟". ويقابل ذلك التالي: القائل_ القول_ المقول له_ القناة _ أثر القول". فالاعلام يقوم بنقل المعلومات وبث الأخبار بين مرسل ومرسل إليه بغية الإفادة والتثقيف والترفيه.

إشكالات التي تواجه الخطاب الإعلامي

يمكن رصد أهم الإشكالات في النقاط التالية:

أبرز الإشكالات التي تواجه الخطاب الإعلامي هي "اللاحسم والذاتية"، وحسب رأي نبيل علي فالخطاب الإعلامي يعاني من مجموعة من الإشكالات يمكن طرحها فمن خلال النقاط التالية:

- "سياسة إعلامية تعاني انقساماً حاداً بين غايتها وإمكاناتها نظراً لتبعية الاعلام للسياسة بل السياسة،
- نصوص دستورية تؤكد على مبدأ حرية التعبير والتغيير ولكنها مفرغة من محتواها بعبارات: "بما لا يتعارض مع المصلحة العامة و"بمقتضى القانون".
- فقدان ثقة المشاهدين في الاعلام المحلي واتجاههم نحو فضائيات ومنابر إعلامية أخرى،
- صحافة رسمية يعتبرها البعض مثلاً حياً عن صحافة الولاء.



• إعلام فضائي معظمه مهاجر في غير موطنه يستورد أكثر مواد.

يضاف إلى هذه الإشكاليات موضوع الإيديولوجية في الخطاب الإعلامي وخطاب السلطة وتبرزي اللغة لأن ذلك هو مكانها "المفضل" برأي "رومبول"، "فتعد اللغة الميدان المتميز الذي تمارس الأيديولوجية فيه وبواسطته وظيفتها الخاصة، فهي ليست بريئة بل محملة بالكثير من السلطة التي تشتغل دون وعي منها".

وأبان كل من فوكو" و " بارت" و بورديو" و " دريدا" إضافة إلى "رومبول": "أنا لسنا نحن من يتحدث من خلال اللغة وإنما توجد لغة تتحدث بداخلنا بدلا عنا، ترتبط بدون وعي منا بالطبقة التي ينتمي إليها الفكر الذي نحمله أو نرثه". فاللغة ليست هي التي تتسم بالطابع الأيديولوجي لكن طريقة استعمالها هو المحدد.

المحور الثاني : الخطاب الأدبي

أولا: مفهوم الخطاب الأدبي

يتميز الأدب بأنه: "فعل لغوي، لأن الأديب يصنع برؤاه وأفلاظه ما قد يصنعه الحداد والبناء بالحديد والحجر"، ويضيف شوقي ضيف تعريف آخر أن: "الكلام الانشائي البليغ الذي يقصد به إلى التأثير في عواطف القراء والسامعين، سواء أكان شعرا أم نثرا"، والأدب والخطاب مترابطان إرتباطا وثيقا وبدون الادب لا يمكن التعبير عن المكونات والابداعات الأدبية. وهو "تحويل لموجود". وعليه تكون لغة الأدب هي الوسيط في الأعمال الأدبية بين العناصر المنتجة للإبداع. فحسب أحمد حمدي "فلغة الأدب هي أسمى مستويات اللغة".

يعتبر الشكلانيون الروس هم من اهتموا "بأدبية الأدب" حيث أعطى ذلك ميلاد تصور جديد لموضوع الأدب وهذا ما سيقوم مسار الدراسات الأدبية ويحفز الباحثين في الاستمرار حسب جاكسون وأينباوم. "حددت البويطيقا المتجددة مع البويطيقين بشكل أدق موضوع "الأدبية" الذي سيصبح هو "الخطاب" الأدبي وليس الأدب بوجه عام... والبويطيقية يعرفها جيرار جنيت أنها "النظرية العامة للأشكال الأدبية". أضاف تودوروف جزئية أخرى لاستعمال "الخطاب" الا وهو عوض العمل الأدبي أو الأدب استعمال "الخطاب الأدبي"، لأنه توجد علاقة بين مختلف "الخطابات" سواء كانت "أدبية أو غير أدبي".

الأدب واللغة يسمو كلا منهما بالآخر، فالأدب ارتقى باللغة العادية وأنطقها ما لم تستطع أن تنطقه وحررها من قيودها وخلق فيه روح جديدة مليئة بالمشاعر والابداع لتبرز لغة الأدب كوسيلة يستعملها الأديب لنشر فكره والتأثير في المجتمع وبالتالي تغيير سلوك الفرد، لأن لغة الأدب متحركة تنبع من المجتمع وهي انعكاس لحركة الحياة المستمرة والمتطورة، والخطاب الأدبي يغوص في أعماق اللغة المتنوعة الأشكال اللغوية والابداعات والتي تشحن المتلقي بطاقة المفردات وإيقاعاتها.

ثانيا : تقاطع الخطاب الإعلامي والخطاب الأدبي

ومما سبق وللإفادة من الدراسات السابقة يمكن الاتفاق مع وصف تولستوي لتفسير الاعلام للأدب بأنه مجموعة من الحلقات المترابطة فيما بينها إذا انقطعت حلقة من تلك السلسلة فقدت وحدة الاتصال وبالتالي لن تحقق الغاية من العملية الاتصالية للتفسير وهي: (من، يقول ماذا، لمن، وبأية وسيلة؟ وبأي تأثير؟)، لأن الاديب والمتلقي هم وحدة متصلة: "الأدب يصور جمال الحياة ومباهج الطبيعة ويحمل ما قبح من الحياة، ويهدم ما فدح من لآلام، وينقل ذلك الى النفوس".

ويشير الأستاذ محمد سيد محمد في كتابه الصحافة بين التاريخ والأدب الذي وصف العلاقة بين الصحافة والأدب علاقة "نسب" لأن الصحافة تسترعي اهتمام المتلقي العادي والعالم كل ينهل منها حسب مستواه واهتمامه، وبالتالي فالخطاب الإعلامي



والأدبي كل منهما يعالج ما يمثل الفكر واللغة في الواقع المعاش اليومي، حيث يجسد كل منهما المظاهر الفكرية والاجتماعية والمعرفية بين مرسل ومرسل إليه، تربطهم علاقة الزامية ومستمرة وهي التي تعطي منطلقاً لشمولية الخطاب داخل مجتمع ومنظومة معينة . لكن هناك بعد تاريخي يربط بين الإعلام والأدب أي عندما يكون للمؤرخ قدرة الاحتكاك بالعمل الصحفي والإعلامي فإنه يستطيع نقل موضوعاته إلى المتلقي وتنتشر على أوسع نطاق ولجميع الفئات لتلقى الأقبال المبتغى.

وفي الوقت الذي يقال أن لغة الخطاب الإعلامي تتقابل مع لغة الخطاب الأدبي في مناحي عدة لأن من خلال اللغة نعبر عن أنفسنا وذواتنا، يبرز الاختلاف في مرجعيات ودرجات التعبير. فالخطاب الأدبي يركز على التشبيهات، المجاز والاستعارات ولغته تتسم بالابداع وكثرة الأساليب والصيغ وله القدرة على تطويعها كما يقدم خبرات ومعلومات بلغة غامضة في بعض الأحيان إذا لم نقل في كثير من المناحي . مما يجعل جمهور الخطاب الأدبي موجه لنخبة محددة دون التقيد بالزمن، ورغم ذلك فالخطاب الإعلامي نحل من الأدب خصائصه ولغته.

الخطاب الإعلامي لا يخرج عن دوره في عرض المعلومات والحقائق للتأثير والتغيير وتكوين الرأي العام بأسلوب مباشر بالاعتماد في بناء خطابه على مصادر مختلفة كالاقتصاديين والأدباء وحتى يقتبس من خطاب المواطن العادي الذي يستعمل "لغة الشارع"، ليهذبها الإعلامي ويرتقي بها للغة مفهومة للجميع، بهدف الوصول لجمهور واسع لا حدود له لكن يقيد الزمان وله قيود تحد من حريته عكس الأديب فهو يطلق العنان لمخيلته ولا أحد يحد من حريته في التعبير. وتجمعهم سمات فالخطاب الإعلامي والأدبي لهما لغة خاصة وقواعد في الكتابة بطريقة فنية.

والخطاب الأدبي يعبر عن ما يخالج النفس من مكونات ومشاعر ويلامس الواقع بأسلوبه الخاص الذي يمكن أن يؤثر أو لا يؤثر في المتلقي وهنا يختلف مع الخطاب الإعلامي الذي بالضرورة يخلق التأثير أي كان سلباً أو إيجابياً أو محايداً، لأن خطابه انعكاس لتوجه معين، ويلتقيان في كونهما يعبران عن قضايا المجتمع وهموم واهتمامات الفرد داخل المجتمع.

ثالثاً: تأثير التكنولوجيات الجديدة على الخطاب الإعلامي والأدبي

أدى ظهور الأنترنت وتطور التقنيات الحديثة للاتصال من جعل أطراف العالم لحمة واحدة افتراضياً وكان لذلك الأثر الكبير على مختلف مناحي الحياة، ومن بين المجالات التي غيرت معالمها التكنولوجيات الحديثة مجال الإعلام والأدب. فدورها تعدد وتنوع ويمكن إجماله في النقاط التالية:

- أوقف احتكار جزء كبير من الأعمال الأدبية التي كانت حكراً على نخبة معينة والتي لها الامكانيات المادية لشرائها،
- النشر الاستباقي للمعلومة مع سرعة الحصول على الخبر أو المعلومة من جميع أنحاء العالم وتكافؤ فرص بين المستخدمين،
- خلق منصات مجانية عديدة ومتخصصة للإبداعات العلمية والأدبية عبر الأنترنت،
- تذويب الحدود المعرفية رغم ما قد يشوب ذلك من سوء استعمال للوسائل التكنولوجيات الحديثة من قرصنة الأعمال والسرقعة الأدبية والعلمية،
- تنوع وإغناء أساليب الخطاب الإعلامي والأدبي،
- تحرر المبدعين من سلطة الرقابة ولو جزئياً،
- زيادة المنافسة بين الأطراف المنتجة للخطاب الأدبي أو الإعلامي.



لكن كل هذه الإيجابيات ظهرت معها إشكالات على مستوى توظيف ألفاظ أقل دقة وأخرى من اللغات الأجنبية لم يتم ترجمتها مثال (أجندة، الكليشيات، السوشيل ميديا، كوادر وغيرها كثير) إضافة لاستعمال مفردات أجنبية لصعوبة إيجاد مقابل لها في اللغة العربية : ويبقى الجانب الادبي وأخلاقيات المهنة من الأشياء الصعب ضبطها، نذكر منها على سبيل المثال، انتشار الأخبار الزائفة وقلة وسائل التحقق من صحتها وعدم التسلح بالخبرة الكافية للبحث عن جدية أي معلومة، خاصة التي لا تصدر عن المصادر الرسمية، ثم صعوبة تصحيح الأخطاء لانتشارها السريع والواسع والذي يخلق آثار نفسية صعبة على الفرد والمجتمع أما مشكل السرعة العلمية والأدبية فهو وجه آخر يمس الجانب الاقتصادي والمادي للمادة التي تم السطو على مادتها، زد على ذلك رداءة الخطاب المنتشر وإفراغه من قيمته الأدبية والعلمية .

من جهة أخرى فالتكنولوجيات الحالية التي تعمل على تطوير الخوارزميات أثرت على لغة الخطاب وبالتالي على نوعية الخطاب الإعلامي، فقد سهلت جانبا من العمل الصحفي والإعلامي وبالتالي أصبح سهلا انتاج تقرير اخباري وقصاصات لسهولة الولوج للتكنولوجيات الحديثة المتاحة للجميع. فقد يكتفي الشخص بإعطاء الكلمات المفتاحية الخاصة بالموضوع المراد كتابته حتى يجيب الروبوت الالي بإنتاج النص كاملا. وهذا ما يطلق عليه الصحافة الآلية أو صحافة الروبوت التي تستعمل البيانات الضخمة. لكن يبقى استعمالها هذه التقنية حصريا في المجال المالي والرياضي والمجالات أخرى وذلك لمحدودية لغته وخلوها من الابداع واعتمادها على التكرار وهذا من حسن حظنا وإلا سنرى ظواهر لغوية وأساليب فارغة من الحمولة الإنسانية التي لا يمكن استبدالها . وقد أجريت دراسات عديدة على الصحافة الآلية وخلصت لمجموعة من الاقتراحات لتطوير هذا التخصص مع المحافظة على أخلاقيات وأدبيات العمل الصحفي.

خاتمة

وختاما يمكن القول بان الخطاب الإعلامي استفاد من الخطاب الأدبي ومن انتاجات الكتاب والنقاد ومن التطور التكنولوجي وسهولة الوصول للمعلومة وتوسعت مجالات الخطاب وتنوعت بتنوع استعمال التقنيات ووسائل الاتصال الحديثة المتطورة التي ربطت الثقافات المختلفة فيما بينها وألغت الحواجز المادية والمعنوية.

فنحن نعيش اليوم عصر يرتبط انتاج أو صناعة الخطاب بالممارسة والواقع الاجتماعي وعوامل خارجية وداخلية، بحيث يحدد الواقع الفكري والمعرفي للفرد الذي توظفه مفاهيم وقوانين ومسلمات وأنظمة كل مجتمع. والخطاب سواء كان إعلامي أو أدبي فهو مؤثر ويؤثر في العلاقات الاجتماعية والإنسانية وله دور في تحديد هويات المجتمعات، لكن يبقى الحذر واجب على كل متلقي لأي خطاب سواء أدبي ، ديني ، فلسفي أو غيره، لأن الغاية منه التأثير في تكوين الرأي العام بطريقة مباشرة أو غير مباشرة خاصة أن معظم مستعملي الوسائل التكنولوجية الحديثة أو التقليدية أصبحت متاحة ومفتوحة للجميع.



المراجع:

- باختين، ميخائيل: الماركسية وفلسفة اللغة. ترجمة: محمد البكري وبمضى العبد. الدار البيضاء. 1986. ص. 29.
- محمد البكري: الخطاب والأيدلوجية نحو منظور حركي لتعالقهما. مجلة الفكر العربي المعاصر. مركز الإنماء القومي. بيروت. العدد. 98-99. 1992. ص. 5.
- انظر المرجع السابق ، محمد البكري ، ص. 53.
- د. بشير أبرير، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، جامعة عنابة ، مجلد 1 ، العدد الثالث والعشرون، مصدره جامع الكتب الإسلامية ، الصفحة 05_07 .
- انظر المرجع السابق ، ص 15.
- انظر المرجع السابق ، ص 17.
- أحمد حمدي، لغة الأدب ولغة الإعلام ، ، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 76، ص: 161 - 170
- الزواوي بغوره، المجلة الجزائرية إنسانيات في الأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية ، السنة 2002، ص ، 33_57.
- دهيثم سرحان، السيميائيات عند بورس نظرية في التأويل.
- [/https://alrai.com/article/188830](https://alrai.com/article/188830)
- بشير إبرير: استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي. أعمال المؤتمر الثاني عشر، تداخل الأنواع الأدبية، قسم اللغة العربية، اليرموك، إريد، 2008، الجزء، 1 ص 230.
- محمد شومان، الخطاب الإعلامي: غموض المفهوم واختلاف أدوات التحليل .
- <https://elsoumoudelcharif.ahlamontada.com/t10881-topic>
- عصام محمد المشهراوي، " الخطاب الأدبي الإعلامي في الشعر الجاهلي، دراسة وصفية تحليلية"، جامعة وهران، كلية الآداب واللغات والفنون، السنة 2011، الص 44 (رسالة دكتوراه).
- شوقي ضيف، العصر الجاهلي، دار المعارف، القاهرة، الطبعة 8، (د.ت) الص 7 .
- سعيد يقطين، تحليل الخطاب الروائي (الزمن ، السرد، التبعية)، الناشر: المركز الثقافي العربي للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، 1997، الص 13 .
- نظر رامي عزمي عبد الرحمن يونس: تحليل لغة الخبر السياسي في الخطاب الإعلامي المكتوب. ط، 1 دار المعتز ، 2012 ص 23 وما بعدها.



د. محمد سيد محمد، الصحافة بين التاريخ والأدب، دار الفكر العربي ، الطبعة الأولى 1985، ص: 7.

/Bourdieu, Pierre : Questions de sociologie.- Paris, Ed. Minuit.- p.35 et 36

د. محمد عبد المنعم خفاجي ود. عبد العزيز شرف، لتفسير الإعلامي للادب ، الطبعة الأولى 1980، ملتزم الطبع والنشر دار الفكر العربي ، ص: 19 و 20 .

رامي عزمي عبد الرحمن يونس: تحليل لغة الخبر السياسي في الخطاب الإعلامي المكتوب. ط1، دار المعتز. 2012. ص23: و ما بعدها.

محمد نجيب الصرايرة، شروق طومار، صناعة صحافة الروبوت وتحدياتها المهنية والأخلاقية، مركز الجزيرة للدراسات، 4 سبتمبر 2018، انظر الرابط أسفله:

https://studies.aljazeera.net/sites/default/files/articles/mediastudies/documents/e9d9fc138cce04f748c574237824ff9e6_100.pdf