

Media Discourse and Poetry: Establishing the Concept and Common Ground

Ribar Abdulgafar Aziz*, Abdullah Bayram Yunus
Soran University, Erbil, Iraq

* rebar.aziz@soran.edu.iq, abdullah.younus@soran.edu.iq

KEYWORDS: Media discourse, Poetry, Impact on the audience, Genre intermingling.



<https://doi.org/10.51345/v37i2.1307.g690>

ABSTRACT:

This research seeks to examine the concept of discourse in its various dimensions, focusing on media discourse and poetic discourse as two overlapping fields in terms of influence, guidance, and the creation of collective consciousness. The term “discourse” has been found to have multiple meanings and connotations, as it is used in various disciplines, including philosophy, linguistics, sociology, media, and literature, with different references. The research confirms that media discourse, with its audio, visual, and linguistic tools, has become an indispensable means of shaping public opinion and reproducing culture. In contrast, poetic discourse is an aesthetic and symbolic tool for influence and persuasion, and is considered an ancient means of communication deeply rooted in the consciousness and history of nations. The research concludes that media and poetic discourse complement each other in their use of images, language, and sound to influence the recipient, and that intentionality remains at the core of the discursive process in its various forms.

الخطاب الإعلامي والشعر تأصيل في المفهوم والمشارك

م. ريبز عبدالغفار عزيز*، أ.د. عبدالله بيرم يونس

جامعة سوران، أربيل، العراق

* rebar.aziz@soran.edu.iq, abdullah.younus@soran.edu.iq

الكلمات المفتاحية | الخطاب الإعلامي، الشعر، التأثير في المتلقي، التداخل الاجناسي.



<https://doi.org/10.51345/v37i2.1307.g690>

الملخص:

يسعى هذا البحث إلى دراسة مفهوم الخطاب في أبعاده المختلفة، مع التركيز على الخطاب الإعلامي والخطاب الشعري بوصفهما مجالين متداخلين في التأثير والتوجيه وصناعة الوعي الجمعي. وقد تبين أن مصطلح الخطاب متعدد الدلالات والمعاني، حيث يستعمل في الفلسفة واللسانيات والاجتماع والإعلام والأدب بمرجعيات مختلفة. ويؤكد البحث أن الخطاب الإعلامي، بما يمتلكه من أدوات سمعية وبصرية ولغوية، أصبح وسيلة لا غنى عنها في تشكيل الرأي العام وإعادة إنتاج الثقافة؟ إن الخطاب الشعري يمثل أداة جمالية ورمزية للتأثير والإقناع، ويُعد وسيلة إعلامية قديمة ارتبطت بوجودان الأمم وتاريخها. ويخلص البحث إلى أن الخطابين الإعلامي والشعري يتكاملان في توظيف الصورة، واللغة، والصوت من أجل التأثير في المتلقي، وأن المقصدية تظل جوهر العملية الخطابية في مختلف أنماطها.

1- مقدمة البحث:

تأتي مثل هذه الدراسات لتلقي الضوء على الخطاب الإعلامي في الشعر وبيان خصائصه، فالشعر في جوهره يقوم على الاتصال والتأثير في المخاطب، وبما أن الشعر شكل من أشكال العملية الاجتماعية فهو يجعله يمتاز بالتعبير عن الغرضية والتفاعل معاً، بمعنى أن له شكلاً اتصالياً ينطوي على القصد أو التدبير، كما ينطوي على التفاعل والمشاركة.

إن الأسباب التي دفعتنا إلى هذه الدراسة كثيرة لعل أبرزها قلة الدراسات التي تطرقت إلى العلاقة ما بين الخطاب الإعلامي والشعر، وتأكيد العلاقة ما بين الشعر وعلوم العصر، والحاجة إلى دراسة الأدب كوسيلة إعلامية وحاجة ملحة في حياتنا المعاصرة.

وقد تناولت هذه الدراسة مفاهيم عديدة كالخطاب والخطاب الإعلامي والتأثير في الجماهير والشعر والإعلام وما إلى ذلك لتبين هذه الدراسة في الأخير أن الشعر والخطاب الإعلامي يتقاطعان في اعتمادهما على الصورة، والصوت، والرمزية، والتأثير في الجمهور. وكلاهما يمثلان أدوات لإعادة تشكيل الوعي الجمعي وتوجيهه. فالشاعر أشبه بالإعلامي الذي يعكس قضايا المجتمع ويعيد صياغتها فنياً أو رمزياً.

2- مفهوم الخطاب:

لا يوجد اتفاق بين الدارسين حول حصر كلمة الخطاب في معنى واحد أو في تقديم تعريف ومفهوم محدد للخطاب؛ لما لهذه الكلمة من تاريخ معقد وحافل بالاستعمالات المختلفة فهو محل اختلاف ونقاش بين الباحثين، ويستخدم الباحثون مفهوم الخطاب بطرق مختلفة كل حسب تخصصه وثقافته والوسط الأكاديمي الذي يعمل به، لذلك نسعى إلى تعريف مصطلح الخطاب، مستفيدين من المراجع أو القواميس لمعرفة جذوره المعجمية ودلالته اللغوية بدءاً بالتعريف اللغوي ثم الاصطلاحي.

أما من حيث اللغة فنجد أن نعود إلى لسان العرب لابن منظور نرى بأنه أشار إلى الخطاب بقوله: "الخطاب من مادة (خ، ط، ب) ومنه المخاطبة مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة، وهما يتخاطبان، والخطبة مصدر الخطيب، وخطب الخطيب على المنبر، أو اختطبت يخطب خطابة، واسم الكلام الخطبة⁽¹⁾. وانطلاقاً من التعريف السابق فإن الخطاب عند العرب القدامى يقابل مفهوم الحوار.

وفي أساس البلاغة للزمخشري: "خطب، خاطبه أحسن الخطاب، وهو المواجهة في الكلام فخاطبه أحسن الخطاب، وخطب الخطيب خطبة حسنة وخطب الخطاب وكثر خطابها، واختطبت القوم فلانا أي دعوة إلى أن يخطب إليهم فيقال اختطبه فما خطب إليهم"⁽²⁾.

وعزفه الفيروز آبادي بقوله: "الخطب: الشأن: والأمر صغر أو عظم، جمعه خطوب وخطب المرأة خطاباً وخطبة، وذلك الكلام خطبة أيضاً، أو هي الكلام المنشور المسجع ونحوه، رجل خطيب حسن الخطبة"⁽³⁾. ويقول صاحب المعجم الوسيط: "خطب الناس، وفيهم وعليهم خطابة وخطبة: ألقى عليهم خطبة... وخاطبه مخاطبةً، وخاطباً: كلمه وحادثه، ووجه إليه كلاماً، ويقال: خاطبه في الأمر: حدثه بشأنه... وتخطبوا تحادثاً. والخطاب الكلام"⁽⁴⁾.

ولقد تعددت تعريفات الخطاب من الناحية الاصطلاحية حسب مجال اهتمام كل دارس، فما نقصد بمصطلح (الخطاب) هو نوع من الترجمة أو التعريب لمصطلح **discourse** في الإنجليزية ونظيره **discourse** في الفرنسية أو **diskur** في الألمانية⁽⁵⁾.

وقد تناول الفلاسفة مصطلح الخطاب بالبيان والتفسير فهذا أرسطو يعرف الخطاب موازيا لمداول الخطابة التي يعرفها بأنها الكلام المقنع⁽⁶⁾.

ولعل أبرز تعريف ذلك الذي قدمه بنفينيست الذي اعتبر عنصر التلفظ شرطاً أساسياً للخطاب، إذ يرى أن الخطاب "هو ذلك الملفوظ منظورا إليه من وجهة آليات وعمليات اشتغاله في التواصل، والمقصود بذلك الفعل

الحيوي إنتاج ملفوظ ما بواسطة متكلم معين في مقام معين، وهذا الفعل هو عملية التلفظ. فهو كل تلفظ يفترض متكلماً ومستمعاً وعند الأول هدف التأثير على الثاني بطريقة ما⁽⁷⁾.

فالخطاب وفق بنفينست يحتاج إلى طرفين رئيسيين، هما المتكلم والمتلقي الذي يتلقي الخطاب ويحلله وفق فهمه للنص أو للكلام الذي يصل إليه من المتكلم، ويؤكد بنفينست على أن هذا المتكلم يرسل خطابه إلى المستمع قصد التأثير فيه وإثارة مشاعره لكي يبذل جهداً في تلقي كلام المتكلم وفهمه.

وقد تبلور رأي بنفينست في تعريف تودوروف للخطاب حيث قال بأن الخطاب هو "أي منطوق أو فعل كلامي يفترض وجود راوٍ ومستمع وفي نية الراوي التأثير على المستمع بطريقة ما"⁽⁸⁾.

وقد جسد فوكو الخطاب في العلاقات الإنسانية المتمثلة في المجتمع والثقافة والسياسة، حيث قال الخطاب هو "شبكة معقدة من العلاقات الاجتماعية والسياسية والثقافية التي تبرز فيها الكيفية التي ينتج فيها الكلام كخطاب ينطوي على الهيمنة والمخاطر في الوقت نفسه"⁽⁹⁾. بناء على قول فوكو فإن الخطاب عملية تواصلية بين الأفراد والجماعات والمجتمعات عبر الكلام.

ونجد هاريس يعرف الخطاب بأنه: "ملفوظ طويل أو متتالية من الجمل تكون مجموعة متعلقة يمكن من خلالها معانية بنية سلسلة من العناصر، بواسطة المنهجية التوزيعية وبشكل يجعلنا نل في مجال لسانی محض"⁽¹⁰⁾.

ومن اهتموا بالخطاب في التراث اللغوي العربي نجد الآمدي يعطي تعريفاً للخطاب بقوله "والحق عندي أنه اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه"⁽¹¹⁾.

كما يعطي علي بن السبكي تعريفاً للخطاب يقول فيه: "وهو ما وجه من الكلام نحو الغير لإفادته"⁽¹²⁾. ونجد كذلك الجويني يعطي هو أيضاً تعريفاً للخطاب بقوله: "الكلام، والخطاب، والتكلم، والتخاطب، والنطق، واحد في حقيقة اللغة، وهو ما يصير به الحي متكلماً"⁽¹³⁾.

وفي كتابه ما الخطاب وكيف نحلله أشار عبد الواسع الحميري إلى الخطاب بوصفه: "استراتيجية التلفظ"⁽¹⁴⁾. ومن هذا المنطلق نرى هذه الاستراتيجية تشمل جميع أنواع الخطابات سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو أدبية أو إعلامية.

ويرى صالح بلعيد في تعريفه للخطاب: "أنه سلسلة من الملفوظات التي يمكن تحليلها باعتبارها وحدات أعلى من الجملة تكون خاضعة لنظام يضبط العلاقات بين الجمل أي العلاقات السياقية والنصية وذلك عن طريق النظام الدلالي أو التركيبي الدلالي للنص أو سلسلة العلاقات المنطقية الاستعدادية التي تتجلى في الشفرة التي ترتبط ببرهان لغوي يقوم بين عدة أطراف ضمن ظروف محددة"⁽¹⁵⁾.

أما عبد الملك مرتاض فيرى أن الخطاب: " نسيج من الألفاظ، والنسيج مظهر من النظام الكلامي الذي يتخذ له خصائص لسانية تميزه عن سواه..."⁽¹⁶⁾.

ورأى محمد مفتاح بأن الخطاب: " مدونة حدثٍ كلامي ذي وظائف متعددة"⁽¹⁷⁾.

ولقد حظي الخطاب عند سعد مصلوح بتعريف أكثر توضيحاً وشمولية حيث شمل مجالات علمية عديدة ومتنوعة عبر مراحل بزوغه، مثل اللسانيات والسيمياثيات والتداوليات، هذا الاهتمام نابع من كون الخطاب جوهر العلاقات الاجتماعية، وأساس الفعل التواصل التداولي، حيث قال: " إن الخطاب رسالة موجهة من المنشئ إلى المتلقي، تستخدم فيه الشفرة اللغوية المشتركة بينهما، ويقتضي ذلك أن يكون كلاهما على علم بمجموع الأنماط والعلاقات الصوتية والصرفية والنحوية والدلالية التي تكون نظام اللغة؛ أي الشفرة المشتركة، وهذا النظام يلبي متطلبات عملية الاتصال بين أفراد الجماعة اللغوية"⁽¹⁸⁾.

والخطاب عند البعض كلام موجه إلى متلق يقصد الإقناع والتأثير، أو المشاركة الكلامية بين طرفي الاتصال حواراً أو مشافهة أو كتابة للتأثير والإقناع، وتحقيق مقاصد اتصالية، ويعني كذلك حديثاً وخطاباً موجهاً ومحاضرة ومقالة ورسالة⁽¹⁹⁾.

وقالت د. رحمة توفيق بأن الخطاب: "شهد دراسات متعددة عبر مراحل متطورة، فهناك من درسه من الناحية اللسانية وهناك من ركز على ما هو شكلي.. وفي عصرنا الحاضر أصبح الاهتمام بالخطاب يشكل أولوية ضرورية، نظراً لما نشهده من أحداث ووقائع في مختلف المجالات سواء السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والإعلامية. ومن ثمة ندرك أن الخطاب ليس خطاباً واحداً، بل تنضوي تحته مجموعة من الخطابات منها الخطاب المكتوب، المسموع، المرئي، الإشاري.. لكن ما يميز هذه الخطابات بعضها عن بعض هو أنها تتفاوت من ناحية التأثير والإقناع، جانب اختلاف آلياتها وطرق اشتغالها"⁽²⁰⁾.

وفي كتابه استراتيجيات الخطاب، يشير عبدالهادي بن ظافر الشهري إلى أن لفظ الخطاب يتردد مقترناً بوصف آخر، مثل الخطاب الثقافي والخطاب الصوتي والخطاب السياسي والخطاب التاريخي والخطاب الاجتماعي⁽²¹⁾، ونحن نضيف إلى هذه الأوصاف الخطاب الأدبي الذي يعتبر من الخطابات المهمة الموجهة إلى الجمهور قصد نقل الخبر إليهم.

وهكذا يظهر لنا بأن الخطاب لم يستقر على تعريف محدد، ولا تتحدد سماته في إطار معين يتفق عليه الباحثون فهو خطابات متعددة حسب الحقول المعرفية الإنسانية، ومما يزيد الدراسة فيه تعقيداً أنه مرتبط بعدة اختصاصات تتفرع لتكتمل في دراسة مجال تحليل الخطاب وأبرزها العلوم النفسية والاجتماعية وفلسفة اللغة، إلى جانب اختصاصات اللسانيات المتعددة، وقد استقيننا بعض التعريفات التي تقارب الخطاب من زوايا

مختلفة، فالخطاب مصطلح يعود إلى عنصري اللغة والكلام، فاللغة هي نظام من الرموز يستعملها الفرد للتعبير عن أغراضه، والكلام إنجاز لغوي فردي يتوجه به المتكلم إلى شخص آخر يدعي المخاطب، فالخطاب هنا مرتبط بالتلفظ، والأداء والتحقق الفعلي للكلام.

3- الخطاب الإعلامي:

الإعلام لغة: مصدر الفعل الرباعي، "أعلم، يقال: أعلم يعلم إعلاماً، بمعنى أخبره إخباراً، وفي لسان العرب" علمه العلم وأعلمه إياه فتعلمه" (22).

وورد أيضاً في لسان العرب: "وعلم بالشيء: شعر يقال: ما علمت بخبر قدومه أي ما شعرت. ويقال: استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه. وعلم الأمر وتعلمه: أتقنه" (23).

وورد في القاموس المحيط، "علمه كسمعه علماً بكسر العين: عرفه، وعلم هو نفسه، ورجل عالم وعليم، جمعها علماء وعلام، كجهال، وعلمه العلم تعليماً وعلاماً، وأعلمه إياه فتعلمه" (24).

وقال الراغب الأصفهاني: "العلم إدراك الشيء على حقيقته، وأعلمته وعلمته في الأصل واحد إلا أن الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم اختص بما يكون بتكرير وتكثير حتى يحصل أثر في نفس المتعلم" (25). كذلك قال الخليل بن أحمد الفراهيدي في كتاب العين: "وما علمت بخبرك، أي ما شعرت به. وأعلمته بكذا، أي: أشعرته وعلمته تعليماً" (26).

وقيل أيضاً: "علم فلان الشيء علماً: عرفه، ويقال: علمت العلم نافعاً. أعلم فلاناً الخبر، وبه: أخبره به. علم له علامة: جعل له أمانة يعرفها. وفلاناً الشيء: جعله يتعلمه. تعلم فلان: تظاهر بالعلم. تعلم الأمر: عرفه وأتقنه. استعلمه الخبر: استخبره إياه" (27).

وهناك ربط بين الإعلام والأخبار والأنباء، وهو وارد في اللغة، يقال: نبأ الشيء نبأً ونبوءاً: ارتفع وظهر، ونبأ على القوم طلع عليهم وهجم، ونبأ الرجل: أخبر، وأنبأه الخبر: أخبره، ويقال: نبأت زيدا عمراً خارجاً: أعلمته (28).

أما الإعلام بوسائله المختلفة، المطبوعة مثل: الجرائد والصحف والمجلات، والمرئية مثل: التلفاز، والمسموعة مثل: المذياع فهو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب وسليم إزاء واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم (29).

والإعلام هو: "كافة أوجه النشاط التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، عن طريق وسائل متخصصة بذلك والتي لها مقدرة على نقل الرسائل الجماهيرية من مرسل إلى عدد

كبير من الناس، تتمثل مقدرتها الاتصالية في استخدام معدات، مثل الصحف والمجلات... إلخ، وقد نمت وتطورت هذه الوسائل في ظروف تاريخية ودولية⁽³⁰⁾.

يتضح من التعريفين السابقين أن الإعلام هدفه هو تزويد الناس بالأخبار والمعلومات الصحيحة والسليمة التي تساهم في تحريك الجماهير وتحقيق رأي عام يعبر عن اتجاهات وميول الناس بأسلوب موضوعي بعيدا عن العواطف واللاموضوعية.

وهو - أي الإعلام - أيضا: "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وسلوكها وميولها واتجاهاتها"⁽³¹⁾. وعندما نقول التعبير الموضوعي، أي نقل الأخبار إلى الناس بأسلوب صادق بعيدا عن الميول العاطفية، والتحليلات المضللة.

وتأكيدا على هذا الكلام ذكر بأن الإعلام هو: "تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة، وبقدر ما تكون هذه الصحة أو السلامة في المعلومات يكون الإعلام في ذاته سليما وقويا"⁽³²⁾.

وتم تعريفه أيضا بأنه: "كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عن القضايا، والموضوعات، والمشكلات، ومجريات الأمور، وبطريقة موضوعية دون تحريف"⁽³³⁾.

ويعرف أيضا بأنه: "نقل الخاطرة أو الفكرة أو المعلومة من شخص إلى آخر ومن مكان إلى آخر، أو إشراك الآخرين والاشتراك معهم في المعلومات والأفكار"⁽³⁴⁾.

وهو: "إقامة اتصال بين فرد أو جماعة لديه رسالة يريد إيصالها إلى آخر أو آخرين، وبين الفرد أو الجماعة الذي يتلقاها"⁽³⁵⁾.

وذكر محمد الغلاييني أن: "الإعلام هو الإخبار، أو التبليغ، أو الإنباء، وكلها مرادفات تعني انتقال معلومة بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة، بحيث تنتشر بينهم، فتصبح لهم لغة للتفاهم، واصطلاحا للتعامل، ووسيلة للمشاركة"⁽³⁶⁾.

وقيل بأن الإعلام هو: "العلم الذي يدرس اتصال الإنسان اتصالا واسعا بأبناء جنسه، اتصال وعي وإدراك، وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر ورد فعل، وما يترتب بهذا الاتصال من ظروف زمانية، ومكانية، وكمية، ونوعية ما شابه ذلك"⁽³⁷⁾.

وعرف أيضا بأنه: "هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير، ولروحها، وميولها، واتجاهاتها النفسية في نفس الوقت"⁽³⁸⁾.

ووضّح الإعلام بأنه: "التعريف بقضايا العصر، وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام، أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً و خارجياً، وبأساليب المشروعة أيضاً لدى كل نظام" (39).

وتم تعريف الإعلام أيضاً بأنه: "نشاط اتصالي بال جماهير العريضة تتوفر فيه الموضوعية والصدق فيما ينقل من أخبار، وحقائق، ومعلومات، كما عرف بأنه أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق، والأخبار الصحيحة، والمعلومات عن القضايا، والمشكلات، ومجريات الأمور بطريقة طبيعية، مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة من الوعي والمعرفة والإدراك لدى جمهور المتلقين.. وهو فن الاتصال الجماهيري الذي يمثل أحد أنواع التواصل الإنساني، ويتضمن تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد في تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو المشكلات، فهو ذو رسالة مهمة تقوم على إعداد المعلومات وتوصيلها للأفراد وإقناعهم بصحتها" (40).

وفيما يخص مصطلح الخطاب الإعلامي فقد أشرنا سابقاً إلى مفهوم الخطاب، ومن خلال توضيح مفهوم الخطاب بينا أن هناك أنواعاً مختلفة من الخطابات، ويعد الخطاب الإعلامي واحداً منها، وهو الخطاب الذي يعتمد في مجرياته على اللغة والكلام والصورة والمؤثرات الصوتية والألوان والأحداث التي تستميل المتلقي وتلفت انتباهه، وأصبح اليوم خطاباً مهماً في حياة الإنسان المعاصر لا يمكنه التخلي عنه. وهو خطاب سمعي بصري إبلاغي وتداولي ثري ومتنوع، يستجيب لحاجيات الإنسان مهما اختلف مستواه العلمي والثقافي واللغوي، ووظيفته الإبلاغ والإقناع، ثم المتعة. وإذا تأملنا هذه الوظائف ندرك أنها نفسها التي شكلت اهتمام البلاغة القديمة والحديثة، وهذا يعني أن لغة الخطاب الإعلامي أصبحت تعترف من مشارب البلاغة بكافة أشكالها (41).

ولقد عرف الخطاب الإعلامي مراحل تطور عديدة، حتى استطاعت وسائله التوغل في جميع ما يحيط بالإنسانية، من صحف، وإذاعة، وتلفاز، وانترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي مما جعله يخاطب المجتمع برمته، وبمختلف فئاته وشرائحه، من ثمة أصبح الخطاب الإعلامي منبع المعرفة وأداة لتوجيه المجتمعات البشرية، والتأثير في جميع الأمم. بالإضافة إلى قدرته العالية على تشكيل الوعي بلورته، مما سمح له بالتأثير في الثقافات وتوجيهها في أبعادها المتعددة (42).

إن ما يمنح الخطاب الإعلامي هذه القوة، هو الوسائل والآليات التي يعتمد عليها أثناء عملية الإقناع، من قبيل الكلمة المسموعة في الإذاعات والمحاضرات، والندوات والخطب السياسية، والصورة الثابتة، والكلمة المكتوبة... والمجلات، والنشريات والملصقات، والصورة السمعية- البصرية في التلفزة.

ويستمد الخطاب الإعلامي قوته التأثيرية والإقناعية من خلال اعتماده على نمطين من التعبير، فالأول يتمثل في توظيفه الصورة بمختلف أنواعها وأشكالها، ويتجلى النمط الثاني في عنصر اللغة، الذي يشكل إلى جانب الصورة دعامة أساسية، في تحقيق الإقناع والتأثير في المتلقي أو المستمع.

وتتشكل العناصر الداخلية للخطاب الإعلامي من مرسل (الإعلامي)، والرسالة (الخطاب)، ثم المرسل إليه (المتلقي أو المستمع)، وقد يكون هذا الخطاب: ثقافيا، واقتصاديا، واجتماعيا، وسياسيا.... هذا التنوع يجعل من الخطاب الإعلامي يشكل فسيفساء من الخطابات، وكل خطاب من هذه الخطابات يتمتع بخصوصياته المعرفية.

إن وسائط الخطاب الإعلامي التي تشمل الصحف، والمجلات، والإذاعة، والتلفزيون، والإنترنت وفي العصر الحديث وسائل التواصل الاجتماعي.... تسعى إلى نقل الأخبار وتقريب الصورة من المشاهد، ودفعه إلى الاقتناع.

ويرى المشتغلون في تحليل الخطاب أن الخطاب الإعلامي يعد صناعة ثقافية⁽⁴³⁾ يجمع بين الأنظمة اللغوية وما يسير في عالم الواقع بملاساته الداخلية والخارجية فهو عندهم "... مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية: التقارير الإخبارية، الافتتاحيات، البرامج التلفزيونية، المواد الإذاعية وغيرها من الخطابات النوعية"⁽⁴⁴⁾.

ولعل من أهم المميزات التي يتحلى بها الخطاب الإعلامي هو ذلك التفاعل الذي يحققه مع أنظمة نسقية متعددة ومتنوعة، فهو إذن "... 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 الإشهاري والسياسي والدعائي وبخاصة من حيث الشن الإيديولوجي. وكل ذلك يشغل عبر اللغة وعبر الصورة في الآن نفسه بما يجعل الخطاب الإعلامي نسقا سيميائيا دالا للقراءة والتأويل، عابرا لتخصصات ومعارف عديدة، ومستثمرا إياها حسب ما تقتضي الأوضاع"⁽⁴⁵⁾.

ويفترض في الخطاب الإعلامي أن يتسم بالحيادية الموضوعية، بالتجرد ما أمكن من النزعات القومية أو العرقية أو الدينية، حتى يضمن الشفافية والمصادقية والمهنية⁽⁴⁶⁾.

4- الخطاب وتأثيره على المتلقي:

تعتبر اللغة الوسيلة الأمثل التي يستعملها الإنسان منذ أن وجد على سطح الأرض للتواصل مع الآخرين وللتعبير عن آرائه ورغباته ومشاعره وكل ما يختلج في نفسه من مسائل، قصد التفاعل والتأثير والترابط فيما بينهم.

وقد استخدمت هذه اللغة بطرق مختلفة وفي خطابات متنوعة مثل: الخطاب الشعري والإعلامي والديني والسياسي والاجتماعي وغيرها من الخطابات، ولكن في بعض الأحيان تستخدم بلغة بعيدة ومختلفة عن اللغة العادية التي يستخدمها الإنسان للتواصل مع الآخرين في تدبير أموره اليومية؛ لأن اللغة التي نقصدها هي لغة أدبية تعتمد مقومات الكتابة الأدبية، فاللغة مخزون يمتلكها كل إنسان، ولكن توظيف هذه اللغة يختلف بين إنسان ذي قدرة لغوية وأدبية وبلاغية، وإنسان عادي. الأمر الذي دفع فرديناند دو سوسير إلى التفريق بين اللغة والكلام حين اعتبر اللغة ظاهرة اجتماعية، ف(اللغة) عنده هي نتاج المجتمع وهي ظاهرة اجتماعية هدفها التواصل، أما (الكلام) فهو حدث فردي متصل بالأداء وبالقدرة الذاتية للمتكلم⁽⁴⁷⁾.

ومن منطلق قول دي سوسير يتبين لنا أن قدرة التكلم تختلف من شخص لآخر، أي أن الشخص المتمكن في توظيف اللغة بأسلوب غير الأسلوب العادي هو الذي يستطيع أن يؤثر بخطابه على المتلقي ويقنعه بكلامه، سواء كان هذا الشخص شاعراً أم إعلامياً أم عالم اجتماع أم سياسياً أم رجل دين، فهؤلاء يحاولون دائماً استمالة قلوب الجمهور بتقديم خطابات قائمة على لغة غير عادية وغير مألوقة.

ويكون الخطاب مؤثراً ومقنعاً عندما يلجأ المتكلم إلى استخدام الأساليب اللغوية والبلاغية المقنعة، يستطيع من خلالها جذب انتباه السامع والقارئ نحو كلامه لدرجة يتعمقون في كل جزئياته؛ لأن الخطاب الإقناعي هو ذلك الخطاب الذي يتميز بملامح وسمات تتمثل في توجيهه إلى شخص ما، واعتماده على مقدمات وروابط منطقية تكون أكثر قوة من غيرها، كما ينتهي بنتيجة قلما تنجح عملية تنفيذها⁽⁴⁸⁾.

ولو نركز على الخطاب الشعري فنرى أن الشعر يعيد خلق اللغة من جديد ويحررها من عاديته، ويشحنها بدلالات وإيجازات مبتكرة، لذلك يظهر لنا اختلاف مظاهره وطبيعته ودرجته من نص إلى آخر ومن خطاب إلى خطاب، وذلك لكونه مجموعة من العلاقات الدلالية القائمة بين الجمل والأقوال، ومصاغة صياغة جمالية، هدفها في الأساس التأثير في المتلقي⁽⁴⁹⁾.

ولم تقتصر فكرة أبعاد الخطاب في النص الشعري على الجانب الجمالي فحسب من دون آلية الإقناع، وذلك للتأثير في المتلقي من أجل تغيير مواقفه وتجاوز سلوكه ضمن رؤية الشاعر، التي لا بد أن تقوم على قوة عالية ومتنوعة تستدرجه، بما يجعله يذعن للمقاصد المطلوبة، لما يمتلكه من خصوصية في استثمار آلية التأثير والإقناع، الذي يؤدي دوراً هاماً في حمل النفوس على التسليم للأفكار طوعاً وهذا يعني أن الخطاب يحمل أبعاداً ذهنية تجريدية، وأخرى عقلية وحسية، لدفع المتلقي إلى العمل والإنجاز، فالإقناع بوصفه آلية من آليات الخطاب، ومنظومة رؤيوية ذات بعد تواصلية، وملح من ملامح الأفكار والآراء في المجتمع، عن طريق الاعتماد على حجج مختلفة، تظهر بصور تختلف باختلاف الرؤى، التي يريدها الشاعر صاحب الخطاب⁽⁵⁰⁾.

ويقوم الخطاب الشعري على آليات الإثارة والتأثير، محاولاً جذب المتلقي إلى قضية معينة، عبر التأثير العقلي والعاطفي، وذلك بالاستناد إلى البراهين لدعم العملية الخطائية التي يرسمها الشاعر وفق استراتيجية إقناعية موجهة إلى المتلقي قد تنفذ إلى منابعه الفكرية والشعورية وذلك بالتركيز على مبدأ الإثارة والتأثير لتحرك النفس فتذعن وتنقاد له رغبة أو رهبة⁽⁵¹⁾.

إن الخطاب الشعري يحمل في جوهره معنى فكرياً أيديولوجياً، وينطوي على تبني رسالة محددة يهدف المبدع إلى توصيلها للمتلقي بآليات وأدوات محددة بغرض إثارة وتوجيهه نحو زاوية محددة⁽⁵²⁾.

والخطاب الشعري "نص مثقل بالرموز، متعدد الأبعاد ينهض بفعل الإيجاء، وطاقات اللغة التعبيرية، وقدرتها على إنتاج المدلولات...، وهو فعل ينزع إلى البقاء في ذاكرة الإنسان بما يثيره من انفعالات، على خلاف الكلام العادي الذي يذهب إلى التلاشي بمجرد تحقق الإبلاغ"⁽⁵³⁾.

كما يتناول الخطاب الشعري قضية التعبير اللغوي عند الشاعر، فالكلمات في الشعر لا تعبر عن معانيها الحسية، ودلالاتها بشكل مباشر، وإنما تعبر عن جو نفسي ينقل المؤلف المتكرر إلى ما هو جديد وطريف، ويعالج الخطاب الشعري موضوع الأسلوب، وتشكيل العبارة، فإن الجمل الإسمية لها دلالاتها (الثبوت)، في حين أن التعبير بالجملة الفعلية له دلالاته بما تكتنزه من إشارات، ورسائل تفيد التجدد والحدوث والاستمرارية، كما أن التوظيف الشعري للألفاظ أرحب وأوسع، وأكثر إشراقاً، من التوظيف العادي أو المباشر، بفضل ما يتمتع به الشعر من تقنيات خاصة، يحكمها الوزن والإيقاع، الشيء الذي يدفع بالشاعر إلى استخدام التكتيف والتقديم والتأخير والحذف والتكرار، حيث يلجأ الشاعر في كل ذلك إلى كسر نمطية العبارة فيعمد إلى أن يخالف في ترتيب الجملة، من أجل تجاوز التقريرية، والمباشرة، إلى التوتر، والإيجائية، فالشاعر الجيد هو الذي يستطيع القفز على المعاني المعجمية للألفاظ ودلالاتها المباشرة إلى معانٍ أكثر عمقا وأكثر شاعرية وأكثر إيجائية وذلك كله قصد التأثير في المتلقي وإقناعه⁽⁵⁴⁾.

فالخطاب الشعري له القدرة على التأثير في عقلية المتلقي وقناعاته تأثيراً يحقق الأهداف والمقاصد. والشاعر يحاول قدر الإمكان أن يرفد نصه بأدوات دلالية وطاقات شعورية لبلوغ هذه الغاية وليرفع مستوى خطابه الشعري فيخرجه من المباشرة والسطحية إلى الثراء الدلالي والتواصل المقصدي مع الآخر.

لذلك ظهرت مقصدية الخطاب التي تمثل غاية من الغايات الرئيسة للخطاب اللغوي وجزءاً منه إذ لا ينشئ المخاطب كلامه؛ بل يتحكم بتحديد الهدف من الخطاب في اختيار طبيعة اللغة وطريقة الأداء، أي أنه يحدد شكله ومدته وطريق إنجازه، حيث أن الأساس في الخطاب هو ما يريده المتكلم، لا ما تريده اللغة، ومن ثم

يستحضر المتكلم قصده في كل خطاب يتلفظ به. فعندما يكون هدف المخاطب من خطابه توبيخ المخاطب في أمر ما، يكون خطابه مغايراً تماماً لحالة لو أنه أراد مدحه والثناء عليه.

وهكذا يمثل القصد لب العملية التواصلية وطرفاً أساسياً في استعمال اللغة وتداولها، فهو يعمل على بلورة المعنى وإضفاء الدلالة عليه، ويعمل على حث المرسل على السعي إلى إيجاد التعبير المناسب في الخطاب عن قصده، واختيار الاستراتيجيات المناسبة لنقل مراده.

ثم إن صفة الفعل لا يمكنها التحقق إلا بعد تبين قصد الفاعل، أي أن الفعل مقرون بقصده، فلا وجود لفعل ما لم يصحبه قصد، وبهذا يكون الخطاب نوعاً من التواصل لأنه مقصود غالباً، لذلك تربط القصدية "بنوع ومقولة يختارها المؤلف بين سائر الأنواع والمقولات المختلفة، فقد يكتب المؤلف مثلاً كتابه الفلاني، وهو يريد كتاباً فكاهياً لا جدياً أو يكتب نصاً قصصاً لا علمياً"⁽⁵⁵⁾.

ويهدف مستعمل هذا الخطاب في قصده إفهام المرسل إليه وإقناعه، وهذا الأمر بوساطة اللغة بجميع مستوياتها خاصة الجانب الدلالي، فيدرك العلاقة بين كل دال ومدلول، وسياقات استعمالها. وتقوم العملية التواصلية الخطابية على عنصرين أساسيين هما المتكلم والمتلقي، إنه المقصد المركب من قصد المتكلم منشئ الخطاب، وقصد السامع المتلقي للخطاب، قصد المتكلم إلى إيراد الكلام على نحو مخصوص لإفادة معاني ودلالات مقصوده عند التكلم⁽⁵⁶⁾.

5- الشعر والإعلام

منذ بدء الخليقة وظهور الإنسان على سطح الأرض احتاج دائماً إلى وسيلة يعبر بها عن أحداث حياته وأموره اليومية، ولكن اختلفت هذه الوسائل من عصر لآخر ومن مكان لمكان آخر، ففي البداية لجأ الإنسان إلى استخدام أدوات ووسائل بدائية مثل الصوت أو الإشارات والرموز، وصناعة نوع من الدخان، ولكن مع تطور فكر الإنسان البدائي الذي يعود إلى حاجته إلى الصيد وجمع الطعام والذي كان أساس قوته اليومي دفعه أن ينظر له بأهمية بالغة، هذا التفكير وهذه النظرة العميقة شجعت على أن يسجل هذه الأحداث على جدران الكهوف وهذا ما يعرف من الناحية العلمية بـ(الفن الصخري-rock art)⁽⁵⁷⁾.

ومن الممكن أن تكون هذه التسجيلات نوعاً من الإعلام من ناحية إبراز قوة الشخص وكيفية قيامه بالصيد ونوع الحيوان الذي اصطاده.

ومع مرور المراحل الزمنية وتقدم الأدوات الحجرية وظهور الزراعة استطاع الإنسان البدائي أن يهتم هذه المرة بالزراعة والنبات والمحاصيل الزراعية جنب الأنهر التي أصبحت مصدراً آخر من مصادر قوته اليومي، ولضرورة

تخزين هذه المحاصيل الزراعية احتاج الإنسان إلى فخار الذي كان بسيطاً في البداية ولكن تطور شيئاً فشيئاً وزين بنقوش مختلفة مشيراً إلى النهر والقمح والمحاصيل الأخرى وأوراق المحاصيل⁽⁵⁸⁾.

وهذه التسجيلات على الفخار دليل واضح على أن الإنسان القديم في هذه المرحلة أراد الإعلام عن حياته ونظر إليها بأهمية كبيرة.

ومع العثور على المعدن ونمو الفكر الديني تم في 5000-3500 قبل الآن تسجيل الطقوس الدينية على الأدوات التي كانت تستعمل من قبل الإنسان في حياته اليومية مثل الأواني والفخار الذي تطور من خلال استخدام الألوان في النقوش التي نقشت عليه، مثل اللون الأسود والأحمر الداكن والأخضر الباتني ليشهد التسجيل في هذه المرحلة تطوراً أفضل وأكثر اختلافاً من المراحل السابقة⁽⁵⁹⁾.

ومع ضرورة تطور الفكر الإنساني ولتسهيل التعبير عن حياتهم السياسية والدينية والاقتصادية والإدارية وتسجيله احتاج الإنسان إلى الكتابة لتظهر على إثرها الكتابة المسمارية في وادي الرافدين والهيوغليفي في وادي النيل في 3200 قبل الميلاد، وخطت الإنسانية مرحلة كبيرة نحو الأمام حيث كانت الخطابات في البداية خطابات دينية واقتصادية فقط مقتصرة على رجال الدين والكهنة في المعابد وسجلت على جدران المعابد والألواح الطينية، ولكن بسبب انتقال السلطة من المعبد إلى الملك الذي كان يعتبر نفسه ابناً للإله، تغيرت الخطابات إلى خطابات سياسية وعسكرية وإدارية، وسجلت على الجبال في وقت الهجمات العسكرية وهذا لإظهار قوة هذه الملوك، ثم تسجيلها على المسلات والألواح الطينية⁽⁶⁰⁾.

وكل هذا دليل واضح على ضرورة الإعلام عن قوة وقدرة الملوك على مجتمعاتهم، وفي الوقت نفسه تحذيرهم على كيفية تعاملهم مع الإجراءات القانونية.

وفي 3000 قبل الميلاد شغفت الكثير من الإمبراطوريات ومن بينها الآشورية واليونانية والرومانية بفن النحت الذي كان يظهر صوراً خيالية فاقت تخيل الإنسان وكان دليلاً على إظهار فن تلك الإمبراطوريات وقوة ملوكهم وإظهار المعتقدات الدينية لمجتمعاتهم⁽⁶¹⁾.

ومع توسع سلطة الملوك السياسية والعسكرية وتوسيع حدود سلطتهم والهجوم على المناطق المحيطة بهم من أجل مصلحتهم الخاصة وبناء التحالف مع مجموعة من القوى الأقوى في 2000 قبل الميلاد احتاج الإنسان إلى وسائل للتواصل تمثلت في الرسائل الدبلوماسية والسياسية، على سبيل المثال رسائل تل عمارنة التي تعتبر نوعاً من الإعلام السياسي والعسكري للدول المجاورة⁽⁶²⁾.

وفي المجال العسكري من أجل إيصال الرسائل بسرعة وحماية أسرار هذه الرسائل استخدم الإنسان طائر الحمام لإرسال رسائله كوسيلة إعلامية⁽⁶³⁾.

وفي الوقت نفسه ظهرت وسيلة أخرى من وسائل الإعلام وهو البريد فعلى سبيل المثال الدولة الإخمينية التي كان حكمها حكما مركزيا وكانت بحاجة ماسة لتوزيع رسائلها على الولايات التي كانت تحت سيطرتها احتاجت بشكل كبير إلى وسيلة لنقل رسائلها، ومن هذه الناحية اهتمت هذه الدولة بهذا المجال اهتماما كبيرا، حتى أنها وضعت نقاط التفتيش على الطرق لاستراحة الأشخاص الذين كانوا يقومون بحمل البرائد وحمايتهم، ليصبح هذا النوع من الإعلام في الدولة الإخمينية وسيلة لنقل الأخبار السياسية والعسكرية والإدارية والاقتصادية في حدود دولتها⁽⁶⁴⁾.

ومن هنا يتبين لنا بأنه مع الإشارة إلى وسائل الإعلام المختلفة في الحضارات القديمة لكن لم يكن شرطاً أن تمتلك حضارة ما جميع هذه الوسائل المذكورة في وقت واحد، لأن بعض الحضارات كانت أقوى وأقدم ووصلت إلى هذه الوسائل قبل الحضارات الأخرى، ولكن مع اختلاط الحضارات انتقلت وسائل الإعلام فيما بينها. أما في العصر الحديث فعندما نعود للقرن الخامس عشر وتحديدًا أثناء اختراع الطباعة على يد غوتنبرغ حدث تغير كبير في مجال الإعلام⁽⁶⁵⁾؛ حيث تطورت هذه الوسائل بشكل كبير وتمثلت في الوسائل المكتوبة مثل الصحف والمجلات والوسائل المسموعة مثل المذياع والوسائل المرئية مثل التلفاز وفي الآونة الأخير ومع تقدم التكنولوجيا أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي من أحدث الوسائل الإعلامية التي تنقل الأخبار بسرعة فائقة إلى الناس⁽⁶⁶⁾.

وعندما نطلع على ثقافة الشعوب نرى بأن الشعر قد ضرب بجذوره في صميم ثقافة تلك الشعوب، ويتبين لنا بأنه لا توجد أمة كانت لها حضارة ولم تكن لها ثقافة، وكانت تمتلك ثقافة ولم يكن لها شعر، بل إن للشعر حضوراً قوياً في ثقافات الشعوب البدائية التي سكنت في الجزر النائية، وفي أعماق الصحاري والأدغال. وقد اتفق جمهور الباحثين على أن الشعر في آداب الحضارات كان على ما يرجح أقدم نتاج أدبي ويتفقون أن بداية الشعر المكتوب تعود إلى حضارة بلاد ما بين النهرين (بلاد الرافدين)، أي قبل 4000 آلاف عام من الآن، حيث بدأ تدوين القصائد عبر استعمال الكتابة المسمارية. وكانت القصائد الموجودة على ألواح من الطين في أدب حضارة وادي الرافدين عبارة عن الغناء والقصائد الشعبية الإنشادية.

ويعتبر المؤرخون ملحمة جلجامش أولى القصائد التي كُتبت في التاريخ، وهي قصيدة رافدية من أقدم الكتابات الأدبية المعروفة في العالم. نشأت كسلسلة من الأساطير والقصائد السومرية المكتوبة بالخط المسماري، يعود تاريخها إلى أوائل القرن الثالث أو أواخر الألفية الثانية قبل الميلاد.

وتعتبر القصائد الملحمية المنسوبة إلى هوميروس أول عمل شعري موجود في الأدب اليوناني القديم، فهو ميروس هو ينبوع الأدب الإغريقي الذي نهل منه كل من جاء بعده في الأدبيين اليوناني والروماني، ويُعتقد أن هوميروس

هو مؤلف القصائد الملحمية اليونانية القديمة «الإلياذة» و«الأوديسة»، وأنه هو من سن قوانين كتابة الشعر في الأدب الغربي⁽⁶⁷⁾.

ولو ننظر إلى الأدب الروماني نرى بأن الرومان أرادوا بناء أدبٍ مواز في عظمته الأدب اليوناني، وقد حققوا هذا الأمر في الشعر على يد الشاعر فرجيل الذي عاش في (70 ق. م) وأول ما أنشده فرجيل من الشعر (أناشيد الرعاة) المتكون من عشرة أبيات، يصف فيها حياة الرعاة في الريف وما يدور بينهم من أساطير⁽⁶⁸⁾. وقد ازدهر الأدب المصري بين جدران المعابد وبعد كتاب الموتى الذي دون في عصر بناء الهرم الأكبر أقدم كتاب مصري في الأدب المصري، ويتكون من مجموعة من النصوص الدينية التي كانت تُسجل على أوراق البردي. كان يتضمن دعوات للآلهة وأناشيد وصلوات، ووصف لما تلاقيه أرواح الموتى في العالم الآخر يتبعه عقاب أو ثواب وكان يدفن مع الموتى⁽⁶⁹⁾.

وإلى جانب هذا الأدب الديني كان للمصريين القدماء أدب خاص بتمجيد الملوك، وكذلك أدب شعبي يروي ما يدور بين الناس من قصص وأساطير وحكمة وقانون، ومن أشهر الأساطير وأقدمها في مصر القديمة قصة أوزيريس التي كانت تتناول تفاصيل معركة حورس ضد ست وعلى الرغم أن معظم النصوص في هذه القصة مكتوبة على شكل نثر وليس شعراً بشكل صارم إلا أنها تتضمن بعض عناصر الشعر مثل استخدام السجع أو التكرار⁽⁷⁰⁾.

وتعتبر ملحمة (المهابهاراتا) أقدم ملحمة شعرية في الأدب الهندي وهي ملحمة شعرية طويلة يمتزج فيها التاريخ بالأساطير⁽⁷¹⁾. وبعدها تعتبر ملحمة (الرامايانا) أشهر الملاحم الهندية بعد (المهابهاراتا)⁽⁷²⁾.

ومع مرور الزمن وتتابع العصور شهد الشعر تطوراً مستمراً في عناصره وأفكاره ومعانيه ومفاهيمه، ليصبح أداة أساسية للتعبير عن الحوادث الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية والتاريخية. ومنذ نشأته، وحتى في مختلف المراحل التي مر بها، أصبح الشعر وسيلة إعلامية فعالة لنقل مشاعر الإنسان وأفكاره عبر الزمن والمسافات، وأداة سريعة لنقل الأخبار وإيصال الرسائل المؤثرة إلى الجمهور. وقد تجاوزت قوة الشعر حدود الزمان والمكان ليكون له دور محوري في تشكيل الوعي الجمعي للأمم، حيث تم استخدامه في المناسبات الوطنية والاجتماعية لنقل الأحاسيس والمواقف التي تعكس هوية المجتمع وقلقه وأمله.

والشاعر يعتبر الصوت الثقافي الذي يعبر عن المجتمع من خلال قصائده التي تتناغم مع هويته وتستعرض قيمه وتطلعاته. ويمكن تشبيه الشاعر أيضاً بشخص إعلامي خبير في فن التسويق حيث يتمكن من التأثير على المجتمع بواسطة كلماته التي تحمل عمقاً فكرياً، سواء كان ذلك في المدح أو الذم.

فهو يتعامل مع الكلمات كأداة قوية في تشكيل الرأي العام، ويمتلك القدرة على تحفيز الجمهور نحو تبني مواقف معينة تتعلق بفترات وأحداث مختلفة، مؤثراً في الثقافة العامة وصياغة الوعي الجمعي.

وللشعر أيضاً قدرة فائقة على إثارة العواطف من خلال الشعر الحماسي والراثي والعاطفي والاجتماعي مما يجعل له تأثير مباشر في النفوس والمشاعر، ويعكس الواقع الاجتماعي والسياسي في لحظات مختلفة من التاريخ. فلو نظر على سبيل المثال للشعر العربي في العصر الجاهلي نرى بأنه كان أداة رئيسية للتعبير عن رأي القبيلة حيث كان يستخدم لنقل الأخبار والدعوات السياسية، وكان وسيلة مهمة للتواصل الإعلامي بفضل سهولة حفظه وتداوله بين الأفراد في أسواق مثل عكاظ وذي المجنة.

وكان الشعراء يعبرون عن مواقف قبائلهم، وكان الشاعر بمثابة لسان حال القبيلة يعكس آرائها ومواقفها. وكان العرب يحفظون الأشعار وينقلونها في مجالسهم حيث كان الشعر يتناول موضوعات السلم والحرب، ويعكس قيم ومآثر القبيلة.

وقد أصبح الشعر مصدراً رئيسياً للتاريخ العربي حيث حفظ لنا أخبار وأحداث الزمان القديم وكان له تأثير كبير في معارك العرب وحروبهم؛ بل أصبح أيضاً شاهداً على آمالهم وآلامهم عبر الأزمان⁽⁷³⁾.

ولعل التعالق يتحقق بين الخطاب الشعري والخطاب الإعلامي في عناصر متعددة مثل الصورة والصوت والحركة واللون، فالصورة باعتبارها نسفاً معرفياً وإجرائياً تشترك فيه عدة حقول معرفية تختلف باختلاف التصور والمنهج، من مثل: علم النفس المعرفي والفلسفة وعلم الاجتماع والأنثروبولوجيا الثقافية والنقد والأدب⁽⁷⁴⁾.

فالصورة في وسائل الإعلام منذ نشوئها وحتى عصرنا الحاضر لها دور كبير في إيصال الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الملتقي إلى جانب العناصر الأخرى مثل الصوت واللون والحركة، والصورة في الشعر تمارس مهمة كبيرة في التأثير في المتلقي الذي لا يتلذذ بالشعر بدون وجود صور مختلفة يختارها الشاعر حسب موضوع قصيدته، الأمر الذي يجعل من رسالة الشعر تتكلم صورها مثل الصور الموجودة في الرسالة الإعلامية، فعلى سبيل المثال لو نركز على قول امرئ القيس الذي يقول:

فَقَدْ نَبَّكَ مِنْ ذِكْرِي حَبِيبٍ وَمَنْزِلٍ بِسَقَطِ اللَّوَى بَيْنَ الدُّخُولِ فَحَوْمِلٍ
تَرَى بَعَرَ الْأَرْآمِ فِي عَرَصَاتِهَا وَقَبَعَاتِهَا كَأَنَّهُ حَبٌّ فَلُفْلُ⁽⁷⁵⁾

نرى كأنه مصور إعلامي يحمل كاميرا على كتفه ويصور ديار المحبوبة بعدسة الكاميرا، لأنه بالأول يقرب لنا الصورة ويأخذنا إلى المكان من القريب حيث يذكر مكان سكن المحبوبة الذي يقع بين جبلي الدخول وحومل، ثم يفتح عدسة كاميرته بشكل كامل ليظهر لنا ديار المحبوبة بشكل واسع وكأن الصورة تتكلم أمامنا وتجربنا عن ديار محبوبة الشاعر بما فيها من ظباء، ويصور أرضها كأنها حب لفلل.

وهذا النمط من الاعتماد على الصورة في الشعر أصبح حالة معهودة لدى الشعراء في جميع العصور، وقد تطورت هذه الصور مع مرور الزمن واختلفت حسب العصر الذي واكبه الشاعر وعاشه. وهكذا، لا يقل دور الصوت الذي هو موسيقى الشعر وإيقاعه عن دور الصورة في إيصال رسالة الشعر، فالصوت في الإعلام ركيزة مهمة وفعالة في إحداث التواصل بين المتلقي ووسيلة إعلامية؛ لأنه من خلال الصوت تصل الرسالة الإعلامية إلى المتلقي بشكل أدق وأكثر تأثيراً، والصوت لا يقتصر على الكلمات فقط بل الخلفيات الموسيقية المستخدمة في الوسائل الإعلامية لها دور كبير في نقل الخبر الإعلامي إلى الجمهور، والصوت في الشعر أيضاً لا يقتصر على كلمات الشاعر فحسب؛ بل موسيقى الشعر الذي يصدر من خلف كلمات الشاعر التي لها القدرة الكبيرة في التأثير على القارئ وإيصال صوت الشاعر إلى المتلقي بشكل أجمل وألذ.

6- النتائج:

1. من خلال تقصي تعريف الخطاب رأينا بأن هذا المصطلح لم يستقر على تعريف واحد، بل ظل متشابكاً بين المجال اللساني والفلسفي والاجتماعي والإعلامي والأدبي، وهو يشمل على اللغة والكلام معاً وله علاقة بالفعل التواصل والتأثيري بين المرسل والمتلقي.
2. يعتمد الخطاب الإعلامي على اللغة والصوت والصورة والحركة، مما يجعله وسيلة شاملة للتأثير والإقناع ونقل الحقائق. وقد تطور الخطاب الإعلامي من الأدوات البدائية إلى وسائل الإعلام الحديثة والتواصل الاجتماعي، وأصبح يشكل قوة في تشكيل الرأي العام.
3. منذ نشأته كان الشعر وسيلة للتعبير عن هموم الإنسان وأحداث مجتمعه، بل كان وسيلة إعلامية قديمة تنقل الأخبار والمشاعر وتؤثر في القبائل والأمم. فهو يحول اللغة من شيء عادي إلى وسيلة مشحونة بالصور والإيحاءات الجمالية والإقناعية في آن واحد.
4. يتضح أن الشعر والخطاب الإعلامي يتقاطعان في اعتمادهما على الصورة، والصوت، والرمزية، والتأثير في الجمهور. وكلاهما يمثلان أدوات لإعادة تشكيل الوعي الجمعي وتوجيهه. فالشاعر أشبه بالإعلامي الذي يعكس قضايا المجتمع ويعيد صياغتها فنياً أو رمزياً.
5. المقصدية عنصر رئيس في جميع الخطابات، حيث لا ينشأ الخطاب إلا لتحقيق غاية محددة: إقناع، إخبار، تحفيز، توجيه، أو حتى الترفيه. وهذا ما يجعل الخطاب ممارسة تواصلية قائمة على نية المتكلم واستجابة المتلقي.

قائمة المصادر:

1. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت-لبنان، ط1، 1997.
2. أبو أصيب صالغ، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار أسامة، الأردن، ط1، 2011.
3. أحمد عثمان، الشعر الإغريقي تراثاً إنسانياً وعالمياً، عالم المعرفة، الكويت، 1984
4. أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، ط1، 2002
5. إدريس مقبول، نظرية المعرفة والسياق في الممارسة التراثية العربية، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2011.
6. امرؤ القيس، الديوان، تحقيق: محمد أبو الفضل إبراهيم، دار المعارف، القاهرة، ط5، 1990.
7. أوليفي ربول، لغة التربية تحليل الخطاب البيداغوجي، ترجمة: عمر أوكان، إفريقيا الشرق، المغرب، 2002
8. بشير إير، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، أعمال المؤتمر الثاني عشر، تداخل الأنواع الأدبية، قسم اللغة العربية، اليرموك، إربد، 2008.
9. بلقاسم شهنواز، أثر وسائل الإعلام في خلق لغة سليمة عند الطفل، قناة براعم نموذجاً، رسالة ماجستير، قسم اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب والفنون، جامعة عبدالحميد بن باديس، 2015-2016.
10. جابر عصفور، آفاق العصر، دار الهدى، سوريا-دمشق، ط1، 1997م
11. جار الله الزمخشري، أساس البلاغة، تحقيق: محمد باسل عيون السود، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، ط1، 1998
12. جان جبران كرم، مداخل إلى لغة الإعلام، دار الجيل، لبنان، ط2، 1992
13. جميل صليبا، المعجم الفلسفي بالألفاظ العربية والفرنسية والانجليزية واللاتينية، الشركة العالمية للكتاب، بيروت، 1994
14. الجويني، الكافية في الجدل، تحقيق: فوقيّة حسين محمد، مطبعة عيسى البابي الحلبي، القاهرة، 1979
15. الحبيب الإمام، صناعة الثقافة والاحتكار العالمي، مجلة العربي، العدد 434، 1995
16. رحمة توفيق، الحجاج اللغوي في الخطاب الإعلامي، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، ط1، 2020
17. رحمة توفيق وأحمد حصار، دراسات لسانية وبلاغية لأسلوب الاستفهام في الخطاب الإعلامي، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، ط1، 2020
18. رحمة توفيق، الحجاج اللغوي في الخطاب الإعلامي، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، ط1، 2020.
19. رابع بوحوش، الأسلوبيات وتحليل الخطاب، باجي مختار، عنابة، الجزائر، د.ط، 2006م: 71،
20. الراغب أبو القاسم الحسين بن محمد الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، تحقيق: محمد سيد كيلاني، دار المعرفة، بيروت-لبنان، د.ط، 2008
21. الرامايانا الهندية، ترجمة: دائرة المعارف الهندية، مراجعة وتقديم: د. محمد سعيد الطريحي، دار نينوى، دمشق-سورية، ط1، 2007
22. رومان جاكسون، قضايا الشعرية، ترجمة: الولي ومبارك حنون، دار توبقال، المغرب، د.ط، 1988
23. ريم عبدالعظيم، الحوار الإعلامي، دار المسيرة، عمان، ط1، 2010
24. زكي نجيب محمود وأحمد أمين، قصة الأدب في العالم، مؤسسة هندلوي، المملكة المتحدة، 2021
25. سالم موسى السوداني، تحولات الخطاب الإعلامي العراقي، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد-العراق، ط1، 2017
26. سامية البديري، الحجاج في الشعر العربي-بنيتة وأساليبه، عالم الكتب الجديد، إربد-الأردن، ط2، 2011
27. سعد مصلوح، الأسلوب دراسة لغوية إحصائية، عالم الكتب، القاهرة، ط3، 1992
28. سعيد إسماعيل علي، التعليم والإعلام، في مجلة الفكر، العدد 1 و2، مجلة 24 سبتمبر، أكتوبر، ديسمبر 1995
29. سعيد يقطين، تحليل الخطاب الروائي، الزمن - السرد - التبثير، المركز الثقافي العربي، بيروت-لبنان، ط3، 1997
30. سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1984
31. سيف الدين أبو الحسن علي بن محمد الأمدي، الإحكام في أصول الأحكام، تحقيق: الشيخ إبراهيم العجوز، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، د.ط، د.ت
32. صالح بلعيد، اللغة العربية العلمية، دار هومة، الجزائر، 2003
33. صالح بلعيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة، الجزائر، ط5، 2009
34. صفاء عبید حسين الحفيظ ورائد مهدي جابر العامري، وسائل الإقناع في خطاب المرأة في شعر الجواهري، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 28، العدد 7، 2020
35. عبدالرحمن الخليل بن أحمد الفراهيدي، كتاب العين، تحقيق: د. مهدي المخزومي و د. إبراهيم السامرائي، 2007
36. عبداللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه و مذهب، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1965

37. عبدالمالك مرتاض، بنية الخطاب الشعري دراسة تشريحية لقصيدة أشجان بمانية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، د.ط، د.ت.
38. عبدالحادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد، بيروت، لبنان، ط1، 2004.
39. عبداللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، مطبعة المعارف، بغداد، ط1، 1968
40. عبدالواسع الحميري، ما الخطاب وكيف نخلقه، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط2، 2014م.
41. علي بن عبد الكافي السبكي وابنه تاج الدين، الإجماع في شرح المنهاج، تحقيق: أحمد جمال الزمزمي ونور الدين صغيري، دار البحوث للدراسات الإسلامية وإحياء التراث، دبي-الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2004
42. علي خريشة، نحو إعلامي إسلامي، إعلامنا إلى أين، مكتبة وهبة، القاهرة، ط1، 1989
43. علي رضا العابدي سراسيا، الهرمونيطيقا وأصول الفقه، دراسة مقارنة بين النظرية القصصية في الفهم ومنهج أصول الفقه، مجلة الحياة، جامعة المصطفى، لبنان، العدد 29.
44. علي يوسف البعقوبي، الخطاب الشعري في قصيدة (برقية عاجلة إلى الخنساء)، مجلة جامعة الأقصى، المجلد التاسع عشر، العدد 2، 2015
45. عمارة نجيب، الإعلام في ضوء الإسلام، مكتبة المعارف، الرياض، ط1، 1980.
46. فرديناند دو سوسور، علم اللغة العام، ترجمة: د. يوثيل يوسف عزيز، دار آفاق عربية، بغداد، ط3، 1985.
47. مجد الدين محمد يعقوب الفيروز آبادي، القاموس المحيط، دار الحديث، القاهرة، 2008
48. المعجم الوجيز، اللغة العربية، وزارة التربية والتعليم، مصر، د.ط، 1994
49. محمد البارد، إنشائية الخطاب في الرواية العربية الحديثة، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، د.ط، 2000
50. محمد الغلايضي، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، دار المنارة، جدة، ط1، 1985
51. محمد رياض، الإنسان، مؤسسة هندلوي، المملكة المتحدة، 2014
52. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط1، 1984.
53. محمد مفتاح، تحليل الخطاب الشعري، دار التنوير، بيروت-لبنان، ط1، 1985.
54. محمد العبد، النص والخطاب والاتصال، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة، 2007
55. رحمة توفيق، الحجاج اللغوي في الخطاب الإعلامي، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، ط1، 2020
56. محمد الأمين الشيخ أحمد، بين الخطاب الشعري والخطاب الإعلامي، جامعة القصيم، السعودية.
57. مسعود طارق، الحجاج في الخطاب الإعلامي السعوي، الخطاب السياسي أنموذجا، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، 2021
58. مجمع اللغة العربية بالقاهرة، مكتبة الشروق الدولية، ط4، 2004
59. ميجان الرويلي وسعد البازعي، عن فوكو، دليل النقد والأدب، ط2
60. ناصر شنان شريم السبيعي، تاريخ وسائل الاتصال من عصور ما قبل التاريخ إلى العصور الوسطى، مجلة7 كلية اللغة العربية بالمنوفية، العدد 39، 2024
61. هادي النهر، الكفايات التواصلية والاتصالية، دار الفكر، ط1، عمان، 2003: 84. وتاريخ آداب اللغة العربية، جرجي زيدان، دار مكتبة الحياة، بيروت، 1983.

الهوامش:

- (1) ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت-لبنان، ط1، 1997، مادة خطب: ج/ 361.
- (2) جار الله الزمخشري، أساس البلاغة، تحقيق: محمد باسل عيون السود، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، ط1، 1998: ج/ 255.
- (3) مجدالدين محمد يعقوب الفيروز آبادي، القاموس المحيط، دار الحديث، القاهرة، 2008: 478.
- (4) المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية بالقاهرة، مكتبة الشروق الدولية، ط4، 2008: 242-243.

- (5) رابع بوحوش، الأسلوبيات وتحليل الخطاب، باجي مختار، عنابة، الجزائر، د.ط، 2006م: 71، وجابر عصفور، آفاق العصر، دار الهدى، سوريا-دمشق، ط1، 1997م: 47.
- (6) جميل صليبا، المعجم الفلسفي بالألفاظ العربية والفرنسية والانجليزية واللاتينية، الشركة العالمية للكتاب، بيروت، 1994، ج1/ 531.
- (7) محمد البارودي، إنشائية الخطاب في الرواية العربية الحديثة، منشورات اتحاد كتاب العربي، دمشق، د.ط، 2000: 241.
- (8) رومان جاكسون، قضايا الشعرية، ترجمة: الولي ومبارك حنون، دار تونقال، المغرب، د.ط، 1988: 33.
- (9) ميجان الرويلي وسعد البازعي، عن فوكو، دليل النقد والأدب، ط2: 89.
- (10) سعيد يقطين، تحليل الخطاب الروائي، الزمن - السرد - التبيين، المركز الثقافي العربي، بيروت-لبنان، ط3، 1997: 17.
- (11) سيف الدين أبو الحسن علي بن محمد الأمدي، الإحكام في أصول الأحكام، تحقيق: الشيخ إبراهيم العجوز، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، د.ط، د.ت: 85/1.
- (12) علي بن عبد الكافي السبكي وابنه تاج الدين، الإجماع في شرح المنهاج، تحقيق: أحمد جمال الزمزمي ونور الدين صغيري، دار البحوث للدراسات الإسلامية وإحياء التراث، دبي-الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2004: ج2/ 120.
- (13) الجويني، الكافية في الجدل، تحقيق: فؤاد حسين محمد، مطبعة عيسى البابي الحلبي، القاهرة، 1979: 32.
- (14) عبدالواسع الحميري، ما الخطاب وكيف نخله، مجد، بيروت، ط2، 2014م: 9.
- (15) صالح بلعيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة، الجزائر، ط5، 2009: 192.
- (16) عبدالمالك مرتاض، بنية الخطاب الشعري دراسة تشريحية لقصيدة أشجان بمانية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، د.ط، د.ت: 34.
- (17) محمد مفتاح، تحليل الخطاب الشعري استراتيجيات التناس، دار التنوير، بيروت-لبنان، ط1، 1985: 120.
- (18) سعد مصلوح، الأسلوب دراسة لغوية إحصائية، عالم الكتب، القاهرة، ط3، 1992: 37.
- (19) محمد العبد، النص والخطاب والاتصال، الأكاديمية الحديثة، القاهرة، 2007: 7.
- (20) رحمة توفيق، الحجاج اللغوي في الخطاب الإعلامي، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، ط1، 2020: 6.
- (21) ينظر: عبدالحادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد، ط1، 2004: 34.
- (22) ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت-لبنان، ط1، 1997، مادة علم: ج12/ 417.
- (23) ابن منظور، لسان العرب: ج12/ 418.
- (24) الفيروزآبادي، القاموس المحيط: 1136.
- (25) الراغب أبو القاسم الحسين بن محمد الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، تحقيق: محمد سيد كيلاني، دار المعرفة، بيروت-لبنان، د.ط، 2008: 343.
- (26) عبد الرحمن الخليل بن أحمد الفراهيدي، كتاب العين، تحقيق: د. مهدي المخزومي و د.إبراهيم السامرائي، 2007: ج2/ 152.
- (27) مجمع الوجيز، اللغة العربية، وزارة التربية والتعليم، مصر، د.ط، 1994: 432.
- (28) المعجم الوسيط: 896.
- (29) ينظر: الإعلام والدعاية، عبد اللطيف حمزة، مطبعة المعارف، بغداد، ط1، 1968: 75، سعيد إسماعيل علي، التعليم والإعلام، في مجلة الفكر، العدد1 و2، مجلة 24 سبتمبر، أكتوبر، ديسمبر 1995: 104.
- (30) أبو أصعب صالح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار أسامة، الأردن، ط1، 2011: 19.
- (31) صالح بلعيد، اللغة العربية العلمية، دار هومة، الجزائر، 2003: 103.
- (32) عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه و مذهب، دار الفكر العربي، القاهرة، د.ط، 1965: 33.
- (33) سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1984: 22.
- (34) صالح بلعيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة، ط3: 183.
- (35) جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، دار الجيل، لبنان، ط2، 1992: 12.
- (36) محمد الغلاييني، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، دار المنارة، جدة، ط1، 1985: 40.
- (37) محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط1، 1984: 28.
- (38) علي خريشة، نحو إعلامي إسلامي، إعلاننا إلى أين، مكتبة وهبة، القاهرة، ط1، 1989: 24.
- (39) عمارة نجيب، الإعلام في ضوء الإسلام، مكتبة المعارف، الرياض، ط1، 1980: 16.
- (40) ريم عبدالعظيم، الحوار الإعلامي، دار المسيرة، عمان، ط1، 2010: 14-15.

- (41) ينظر: رحمة توفيق، الحجاج اللغوي في الخطاب الإعلامي، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، ط1، 2020: 6. والحجاج في الخطاب الإعلامي السعوي، الخطاب السياسي أمثودجا، مسعود طازق، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، 2021: 36.
- (42) ينظر: الحجاج اللغوي في الخطاب الإعلامي، د. رحمة توفيق، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، ط1، 2020: 7.
- (43) ينظر: الحبيب الإمام، صناعة الثقافة والاحتكار العالمي، مجلة العربي، العدد 434، 1995: 31.
- (44) أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة، ط1، 2002: 110.
- (45) بشير إبرير، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، أعمال المؤتمر الثاني عشر، تداخل الأنواع الأدبية، قسم اللغة العربية، اليرموك، إربد، 2008، المجلد1: 230.
- (46) د. رحمة توفيق و د. أحمد حصار، دراسات لسانية وبلاغية لأسلوب الاستفهام في الخطاب الإعلامي، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، ط1، 2020: 55.
- (47) ينظر: علم اللغة العام، فرديناند دو سوسور، ترجمة: د. بونيل يوسف عزيز، دار آفاق عربية، بغداد، ط3، 1985: 32.
- (48) ينظر: أوليفي روبول، لغة التربية تحليل الخطاب البيداغوجي، ترجمة: عمر أوكان، إفريقيا الشرق، المغرب، 2002: 27.
- (49) صفاء عبيد حسين الحفيظ ورائد مهدي جابر العامري، وسائل الإقناع في خطاب المرأة في شعر الجواهري، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 28، العدد 7، 2020: 303.
- (50) صفاء عبيد حسين الحفيظ ورائد مهدي جابر العامري، وسائل الإقناع في خطاب المرأة في شعر الجواهري، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 28، العدد 7، 2020: 303.
- (51) ينظر: سامية البديري، الحجاج في الشعر العربي-بنيتة وأساليبه، عالم الكتب الجديد، إربد-الأردن، ط2، 2011: 88.
- (52) ينظر: علي يوسف يعقوبي، الخطاب الشعري في قصيدة (برقية عاجلة إلى الخنساء)، مجلة جامعة الأقصى، المجلد التاسع عشر، العدد2، 2015: 97.
- (53) م. ن: 97.
- (54) م. ن: 98.
- (55) علي رضا العابدي سراسيا، الهرمونيوطيقا وأصول الفقه، دراسة مقارنة بين النظرية القصديّة في الفهم ومنهج أصول الفقه، مجلة الحياة، جامعة المصطفى، لبنان، العدد 29: 90.
- (56) إدريس مقبول، نظرية المعرفة والسياق في الممارسة التراثية العربية، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2011: 27-28.
- (57) ينظر: محمد رياض، الإنسان، مؤسسة هنداي، المملكة المتحدة، 2014: 45-46.
- (58) ناصر شنان شريم السبيعي، تاريخ وسائل الاتصال من عصور ما قبل التاريخ إلى العصور الوسطى، مجلة7 كلية اللغة العربية بالمنوفية، العدد39، 2024: 2199.
- (59) م. ن: 2199.
- (60) ينظر: سالم موسى السوداني، تحولات الخطاب الإعلامي العراقي، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد-العراق، ط1، 2017: 28.
- (61) سالم موسى السوداني، تحولات الخطاب الإعلامي العراقي: 29-30.
- (62) ناصر شنان شريم السبيعي، تاريخ وسائل الاتصال من عصور ما قبل التاريخ إلى العصور الوسطى: 2200.
- (63) م. ن: 2200.
- (64) م. ن: 2200.
- (65) ينظر: سالم موسى السوداني، تحولات الخطاب الإعلامي العراقي: 36.
- (66) ينظر: أثر وسائل الإعلام في خلق لغة سليمة عند الطفل، قناة براعم نموذجاً، بلقاسم شهناز، رسالة ماجستير، قسم اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب والفنون، جامعة عبدالحميد بن باديس، 2015-2016: 6-9.
- (67) د. أحمد عثمان، الشعر الإغريقي تراثاً إنسانياً وعالمياً، عالم المعرفة، الكويت، 1984: 15-16.
- (68) زكي نجيب محمود وأحمد أمين، قصة الأدب في العالم، مؤسسة هنداي، المملكة المتحدة، 2021: ج1/ 218.
- (69) زكي نجيب محمود وأحمد أمين، قصد الأدب في العالم: ج1/ 28.
- (70) زكي نجيب محمود وأحمد أمين، المصدر نفسه: ج1/ 29.
- (71) زكي نجيب محمود وأحمد أمين، قصة الأدب في العالم: ج1/ 43.
- (72) الرامايانا الهندية، الترجمة: دائرة المعارف الهندية، مراجعة وتقديم: د. محمد سعيد الطريحي، دار نينوى، دمشق-سورية، ط1، 2007: 7.
- (73) ينظر: هادي النهر، الكفايات التواصلية والاتصالية، دار الفكر، ط1، عمان، 2003: 84. و تاريخ آداب اللغة العربية، جرجي زيدان، دار مكتبة الحياة، بيروت، 1983، ج1/ 88.

- (74) بنظر: د. محمد الأمين الشيخ أحمد بين الخطاب الشعري والخطاب الإعلامي، جامعة القصيم، السعودية: 4.
- (75) ديوان امرئ القيس: 8