

اتجاه الخطاب الصحفي إزاء أزمة العراق السياسية من وجهة نظر الصحفيين

العراقيين دراسة (ميدانية، تحليلية)

د. شفاء عبد الزهرة شرقي

The direction of the journalist discourse Iraqi political crisis from
the point of view of Iraqi journalists

Study (field, analytical)

Shefa Abdel Zihra Sharqi

shifaalkinani@yahoo.com

DOI 10.58564/MABDAA.62.1.2023.235

Abstract Arabic

The research problem is to monitor the direction of the press discourse towards the political crisis of Iraq from the point of view of Iraqi journalists, and the researcher used a questionnaire tool to answer the questionnaire questions to identify the direction of the press discourse towards Iraq's political crisis and monitor the extent of the contribution of Iraqi newspapers in the publication of a press discourse that fuels the crisis and reveal the extent of journalists' commitment to publishing a journalistic discourse represented by professional standards. **Keywords** Press Discourse, Crisis,

ملخص عربي

ان مشكلة البحث تتمثل في رصد اتجاه الخطاب الصحفي إزاء أزمة العراق السياسية من وجهة نظر الصحفيين العراقيين، واستعانت الباحثة بإداة استبانة للإجابة على أسئلة الاستبانة للتعرف على اتجاه الخطاب الصحفي إزاء أزمة العراق السياسية ورصد مدى مساهمة الصحف العراقية في نشر خطاب صحفي يوجب الأزمة والكشف عن مدى التزام الصحفيين في نشر خطاب صحفي يتمثل بالمعايير المهنية.

كلمات افتتاحية أزمة، الخطاب، الصحفي، السياسية

الفصل الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

إن مشكلة البحث تتطلب من الباحث أن يقف عند ظاهرة أو قضية إعلامية، تخاطب اهتمامه وتثير حواسه بحثاً عن إجابات أو فك غموض، أي وجود اكتراث ذاتي لدى الباحث لدراسة هذه المشكلة؛ لأن هذا يحفز مقدراته الابتكارية ليتمكن من تناول الموضوع بشكل أعمق واشمل. وإن مشكلة البحث تتمثل في رصد اتجاه الخطاب الصحفي إزاء أزمة العراق السياسية من وجهة نظر الصحفيين العراقيين.

ويمكن تحديد تساؤلات البحث بالآتي:

- ١- ما اتجاه الخطاب الصحفي إزاء أزمة العراق السياسية؟
- ٢- هل ساهمت الصحف العراقية في نشر خطاب صحفي يوجب الأزمة؟
- ٣- هل التزم الصحفيين في نشر الخطاب الصحفي بالمعايير المهنية؟
- ٤- ما آثار خطاب الكراهية الصحفي أثناء الأزمات السياسية؟
- ٥- هل للخطاب الصحفي دور في مواجهة أزمة العراق السياسية؟
- ٦- هل يؤثر المحيط الاجتماعي للإعلاميين في تكريس خطاب الكراهية الصحفي أثناء الأزمة السياسية؟

ثانياً: أهداف البحث

نعني بأهداف البحث هو التوصل إلى إجابات عن التساؤلات التي وضعت لإنجاز هذا البحث وهي كما يأتي:

- ١- التعرف على اتجاه الخطاب الصحفي إزاء أزمة العراق السياسية.
- ٢- رصد مدى مساهمة الصحف العراقية في نشر خطاب صحفي يؤجج الأزمة.
- ٣- الكشف عن مدى التزام الصحفيين في نشر خطاباً صحفياً ملتزم بالمعايير المهنية.
- ٤- معرفة آثار الخطاب الصحفي أثناء الأزمات السياسية.
- ٥- معرفة دور الخطاب الصحفي في مواجهة أزمة العراق السياسية.
- ٦- معرفة مدى تأثير المحيط الاجتماعي للإعلاميين في تكريس الخطاب الصحفي أثناء الأزمة السياسية.

ثالثاً: نوع الدراسة ومنهج البحث

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية بالاعتماد على المنهج المسحي بنوعيه الوصفي والتحليلي الذي يعد من أنسب المناهج في دراسات الإعلام.

رابعاً: أدوات البحث أستعمل في جمع المعلومات أداة الاستبانة.

أداة الاستبانة: هي أداة لجمع المعلومات التي تعبر عن آراء المبحوثين على وفق الأسئلة والبنود المكتوبة التي تحتويها، إذ تألف هذه البنود المحتوى للاستبانة فضلاً عن الإجابات من المبحوثين على أن تتم الصياغة بطريقة صحيحة.

خامساً: مجتمع البحث يتكون مجتمع البحث من الصحفيين العاملين في الجرائد، إذ قامت الباحثة بإجراء اختيار العينة من الذكور والأنثى عن طريق الاستبانة بعينة كرة الثلج.

سادساً: مجالات البحث

١- المجال المكاني: يتحدد المجال المكاني بالصحف العراقية.

٢- المجال الزمني: تتحصر حدود الدراسة الزمانية بالمدة منذ ٢٠٢٣/٤/١ إلى ٢٠٢٣/٦/١م، إذ قامت الباحثة بتصميم الاستبانة ووضعها بصورتها النهائية وتوزيعها على المبحوثين واسترجاعها وتفرغها وترميز بياناتها والمعالجة الإحصائية للاستبانة وتحليلها.

الفصل الثاني الإطار النظري

أولاً: مفهوم الخطاب الصحفي هو النصوص التي تشكل مضموناً، فالنص رسالة يصلها الكاتب إلى القارئ وتتضمن فكرة أو وجهة نظر معينة في موضوع معين. وغرف الخطاب: هو الكلام في التذليل العزيز فقال الخبراء (اكملينها وعزئي) في الخطاب وفعل الخطاب ما يفعل به الأمر من الخطاب وفي تذليل العزيز وأتيناها الحكمة وفعل الحكمة بالنية أو اليمن أو الفقه في الفضاء أو النطق بهما بعد أو ان يفعل بين الحق والباطل أو خطاب لا يكون فيه اختصار مغل ولا سهاب ممل.

التعريف الإجرائي للخطاب: هو شكل من أشكال الاتصال ذات القدرة الفعالة في المجتمعات إذ يترك أثراً كبيراً في المتلقي وجعله يتماشى وفق الإستمالات المطروحة أمامه سواء كانت استمالات عاطفية أو عقلانية (نزعت محمود، الخطاب الدعائي، ٢٠١٤م، ص ٣٢).

ثانياً: أهداف الخطاب الصحفي للخطاب الصحفي عدة أهداف منها ما يلي:

- ١- إعطاء الثقة قيادة العدو وأهدافه بتشجيع الاستياء أو السخط بين عناصر العدو الدينية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية والعناصر الأخرى.
- ٢- تقوية دور القادة والأصدقاء وإضعاف العدو.
- ٣- شرح سياسات المختلفة وأهدافها الحليفة والصديقة والمحايدة.
- ٤- الحصول على تأييد المحايدين وهذا ما أكدته (كاسبر وايتبرجر) وزير الدفاع في عام ١٩٨٤ وعده شرطاً مسبقاً لاستخدام القوة الإستراتيجية بتيقن الحكومة الأمريكية من أن الجمهور سوف يؤيدها.
- ٥- يهدف إلى مخاطبة العامة والخاصة بغرض والإقناع والتوعية والإعلام هذا ما يدفعه إلى انتقاء لغته بحرص وتبسيط أسلوبه.
- ٦- يهدف إلى تطويع استراتيجياته الخطابية.
- ٧- السيطرة على فكر المتلقي عبر تغيير العالم الحقيقي للمتلقين.
- ٨- يهدف إلى مستويان أولهما مستوى نفعي يقع خارج الخطاب وهو الغاية الفعلية للمخاطب أي أحداث تغير في سلوك المنفعة أم لا.

- ٩- انبثاق معيار استراتيجية الإقناع التي تحت المتلقي على استيعاب مضمون الخطاب وقصده.
- ١١- كسب العقول والقلوب والسيطرة عليها عبر إعادة تشكيل المراجع الحضارية والنظم القيمية والأخلاقية للدول.
- ١٢- تحفيز العناصر العاملة على العمل عبر أهداف عملية ووسائل استراتيجية وتكنيكية عليها ينبغي الوصول إليها.
- ١٣- تشكل محاور رئيسة يركز عليها تتجه نحو مجالات مختلفة تتضمن السلوك الفردي والجماعي والآراء والتصورات والعواطف والانفعالات عن طريق أساليب متنوعة بقصد التأثير وتضليل الجمهور المستهدف (ناظم عبد الواحد ، ٢٠٠٦م، ص ٢٢٢).
- ثالثاً: خصائص الخطاب الصحفي: (عيسى عبد الباقي، الصحافة والإصلاح السياسي، ٢٠١٧م، ص ٢١٥).
١. إثارة الحاجات الاتصالية للمتلقين ونشرها على أن يقوم الخطاب الاعلامي بإصال رسالة لأحداث التأثير المطلوب وبصيغ خطابية مختلفة.
٢. تعتمد رسالة الخطاب الصحفي على المضمونات والأشكال والرموز وبصيغ مختلفة.
٣. يحمل مهارة أسلوبية وجمالية تهدف لشد انتباه المتلقي.
٤. يعتمد الرسالة الخطابية على تفاعل بين منتج الخطاب والفاعل او المخطط الذي يقوم بإعادة إنتاجه بما يحقق أهدافه الرسالة الخطابية وأداء وظائفها.
٥. تتكون الرسالة الخطابية من تشكيلات ونصوص دلالية لغوية وغير لغوية.
٦. يعتمد المتكلم لإرسال رسالته على استراتيجيات هي عمليات عقلية فكرية يؤديها صاحب الغاية لبلوغ مراده.
٨. التعبير عن وجهاته التي تؤدي لتحقيق أهدافه من خلال استعمال العلامات اللغوية وغير اللغوية.
٩. يقتضيه سياق التلفظ بعناصره المتنوعة ويتقدمه المرسل.
١٠. (الاحتيايل) الأهمية وعدوه سلاح المخاطب في مواجهة المتلقي للوصول بسياسته إلى هدفه فمصدر التأثير الذي يحدثه الكلام في السامع أنما هو (الحيلة).
١١. تشمل مستويات اللغة جميعها الدلالية واللغوية والمعجمية والنحوية والصرفية والصوتية.
١٢. الاحتمالات اللغوية والنحوية جميعها مثل التقديم والتأخير والذكر والحذف لإبراز المعنى في صور شتى متفاوتة.
١٣. إدراك المخاطب طبيعة العلاقة بينه وبين متلقيه اي قوة تأثيره في خطابه (إبراهيم احمد، ١٩٩٧، ص ٤).
- رابعاً: انواع الخطاب الاعلامي
١. **الخطاب الإشهاري (الإعلاني):** يستخدم للتأثير على الأفراد بالاعتماد على استخدام وسائل الأعلام المتاحة والتي تساعد في نقل هذا الخطاب إلى فئة معينة أو إلى عدد كبير من الناس إذ يعد نوع من انواع الإعلانات ويعرف أيضاً بأنه الإعلان عن تشكيلة من المعلومات التي تساهم في وصف سلعة ما بهدف توصيلها لأكثر عدد ممكن من الأفراد في السوق التجاري.
٢. **الخطاب الساخر:** يتميز الخطاب الساخر عن غيره بأن جمهوره المجتمع جميعه الغني والفقير العامل والعالم المثقف والجاهل كل من هؤلاء يرغب في الترفيه والسخرية من الواقع الذي زادت صعوبة التغلب عليه ومعايشته.
٣. **الخطاب الكاريكاتير:** هو فن تهكمي من فنون الرسم وهو نسخة تضخم في إبراز تزييف القسمات التلقائية او صفات شخص .
٤. **الخطاب التعليمي:** أنه أحادي وتثقيفي لا يحسن عقلية الطالب ضد أمراض التطرف والتعصب فإنه خطاب استعلاني وأقصائي للآخر وتقديسي للأبطال والزعماء وتهميشي لدور الشعوب والجماعات وتمجيدي للماضي الزاهر كما يزعمون.
٥. **الخطاب الاعلامي:** خطاب تعبوي دعائي محرض على الكره كراهية المخالفين كراهية الغرب كراهية الحضارة يضخم سلبيات وإساءات الغرب ضدنا بهدف الإثارة وكسب المشاهد والمستمع والقارئ العاطفي كل هم الخطاب الاعلامي شخص المشاهد المتلقي العربي لا تبصيره بحقيقة مجريات الأحداث (أكرم فرج ، ، ٢٠١٧م، ص ٨).
٦. **الخطاب الشعري:** الذي يبنى على أصول وأسس أدبية وعلمية بناءً على قواعد لغوية مدروسة عبر كلمات ذات إيقاع جميل على السامع ولكنها تحمل نفس الغرض والهدف الا وهو إيصال فكرة الشاعر او الأديب إلى الجمهور (سعيد يقطين، تحليل الخطاب الروائي ب ت، ص ١٧).
- وتضيف الباحثة أن هنالك أكثر من نموذجاً للخطاب منها الخطاب السياسي الأيدلوجي أي القومي والإسلامي السياسي على اعتقاد بأن الغرب هو سبب تخلف العرب والمسلمين لأنهم رسموا الحدود الفطرية وعرقلوا التنمية واستنزفوا الموارد وحالوا دون وحدة العرب بهدف استدامة حالة

مجلة الجامعة العراقية المجلد (٦٢) العدد (١) (٣١ - ٨) آب لعام ٢٠٢٣

التبعية والأذلال لذلك فإن اللهجة الغالبة على الخطاب الأيدلوجي العربي لون الآخر وتحميله مسؤولية سوء أوضاعنا ثقافة إلقاء اللوم على الآخرين. وكذلك الخطاب التشريعي أي السائد في البلدان العربية يعمق التمييز ضد المرأة ضد الأقليات قوانين الجنسية العربية، فضلاً عن الخطاب الصحفي الذي من خلاله يتم إيصاله من المهم تكون مصادرها موثوقة ليتم تقديم الأخبار بمصادقية وشفافية بطريقة حيادية وتقديرية.

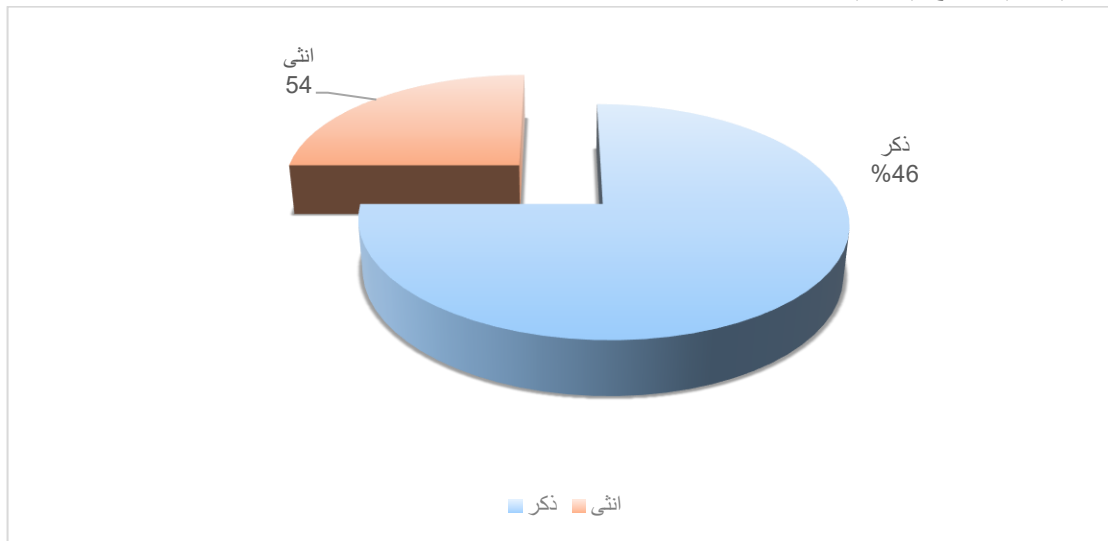
الفصل الثالث الدراسة الميدانية

١- النوع الاجتماعي

جدول (١) أفراد العينة بحسب النوع

ت	النوع	التكرار	النسبة	المرتبة
١	ذكر	١٣٨	٤٦	الثانية
٢	أنثى	١٦٢	٥٤	الأولى
	المجموع	٣٠٠	١٠٠٪	

يتضح من جدول (١) بأن نسبة الإناث غلبت نسبة الذكور وهذا دليل على ان النساء أكثر من الرجال في متابعة الخطاب الصحفي، خصوصاً في الآونة الأخيرة وبعد الأزمات التي تعصف في البلاد بين الحين والآخر. حيث جاءت نسبة الذكور (٤٦٪) وبواقع تكرار (١٣٨) ونسبة الإناث (٥٤٪) وبواقع (١٦٢) تكراراً.

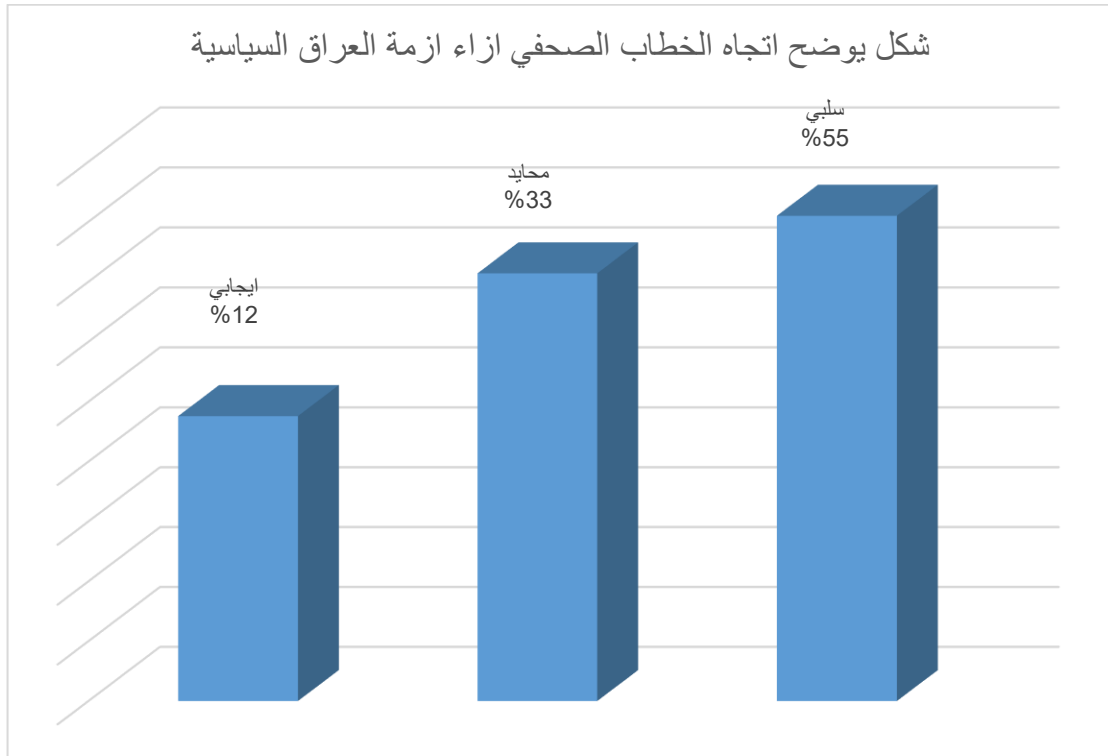


شكل (١) يوضح النسبة بين الذكور والإناث

٢. اتجاه الخطاب الصحفي إزاء أزمة العراق السياسية.

جدول (٢) يبين التوزيع الرتبى لاتجاه الخطاب الصحفي إزاء أزمة العراق السياسية

ت	الفئات	التكرار	النسبة	المرتبة
١	سلبي	١٦٤	٥٥	الأولى
٢	إيجابي	٣٦	١٢	الثالثة
٣	محايد	١٠٠	٣٣	الثانية
	المجموع	٣٠٠	١٠٠٪	



يتضح من جدول رقم (٢) أن فئة سلبية جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (١٦٤) تكراراً ونسبة قدرها (٥٥٪) وتلتها بالمرتبة الثانية فئة محايد (١٠٠) بواقع تكراراً ونسبة قدرها (٣٣٪) في حين شغلت المرتبة الثالثة فئة إيجابي بواقع (٣٦) تكراراً ونسبة قدرها (١٢٪)، هذا يدل أن الصحف اتخذت اتجاهاً محايداً إزاء أزمة العراق السياسية، ويمكن أن نوزع السبب أن الكثير من الصحف تنتمي لاتجاهات مختلفة وأن أخذت دور سلبي أو إيجابي يؤثر بشكل مباشر على سياستها، خصوصاً أن لكل صحيفة لها سياسة وقواعد وسياقات خاصة بها، ويمكن أن نفسر ذلك ووفق وجهات نظر الصحفيين الذين هم على درية بالفنون الصحفية الخاصة بالموضوعات السياسية أن اتجاه الخطاب الصحفي إزاء أزمة العراق السياسية من وجهة نظر الصحفيين العراقيين هو اتجاهاً محايداً بالدرجة الأولى وفق المعطيات التي ذكرت أعلاه وإن جاءت الفئات الأخرى بنسبة لكنها نسباً متدنية بالنسبة إلى فئة محايد .

٣- هل ساهمت الصحف العراقية في نشر خطاب صحفي يؤجج الأزمة؟

جدول (٣) يبين التوزيع الرتبي لمساهمة الصحف العراقية في نشر خطاب صحفي يؤجج الأزمة

المرتبة	النسبة	التكرار	الفئات	ت
الأولى	٦٧	٢٠٠	نعم	١
الثانية	٣٣	١٠٠	لا	٢
	١٠٠٪	٣٠٠	المجموع	

يتبين من جدول (٣) أن فئة (نعم) جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٢٠٠) تكراراً ونسبة قدرها (٦٧٪)، وجاءت في الثانية فئة (لا) بواقع (١٠٠) تكراراً ونسبة قدرها (٣٣٪). لاحظت الباحثة من خلال البيانات أعلاه أن للصحف دور أساس في نشر الخطاب الذي يؤجج الأزمات، ولم تتج وسائل الإعلام التقليدية وخاصة الصحف في نشر خطاب الكراهية، الذي يؤدي إلى أضرار تهدد السلم الاجتماعي، وقد تقود في بعض الأحيان إلى اندلاع حرب أهلية وتسهم في تقسيم المجتمع، وكما تقود أيضاً إلى توطيد ممارسات عنصرية قد تصل إلى حد ارتكاب المذابح والحرب الأهلية، ويمكن أن نستنتج أن للصحف تساهم في نشر الخطاب الذي يؤجج الأزمات وخاصة السياسية منها.

٤- هل التزم الصحفيين في نشر الخطاب الصحفي بالمعايير المهنية؟

جدول (٤) يبين التوزيع الرتبي لمدى التزام الصحفيين في نشر الخطاب الصحفي بالمعايير المهنية.

ت	الفئات	التكرار	النسبة	المرتبة
١	نعم	٩٦	٣٢	الثانية
٢	لا	٢٠٤	٦٨	الاولى
	المجموع	٣٠٠	١٠٠٪	

يتضح من جدول (٤) أن فئة (لا) جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٢٠٤) تكراراً ونسبة قدرها (٦٨٪)، وجاءت في الثانية فئة (نعم) بواقع (٩٦) تكراراً ونسبة قدرها (٣٢٪). يتبين من معطيات الجدول أعلاه أن الصحفيين (العاملون في الصحف العراقية) لم يلتزم بالمعايير المهنية والتي يقصد بها إنتاج الموضوعات المُتَحَرِّرة من الضغوط السياسية والأيدولوجية للوسيلة والالتزام بالمبادئ العامة والقواعد الأخلاقية المعيارية لمعالجة القضايا الإعلامية خصوصاً في الأزمات السياسية التي تحل في البلاد بين الحين والآخر لأن لكل مهنة وأخلاقياتها، مثل أخلاقيات الطب والبيولوجيا، وأخلاقيات البيئة، وأخلاقيات الاقتصاد، وأخلاقيات المعلومات، وأخلاقيات التكنولوجيا، وأخلاقيات الإعلام والاتصال.

٥- هل للخطاب الصحفي دور في مواجهة أزمة العراق السياسية؟

جدول (٥) يبين

ت	الفئات	التكرار	النسبة	المرتبة
١	نعم	٢٢١	٧٤	الأولى
٢	لا	٧٩	٢٦	الثانية
	المجموع	٣٠٠	١٠٠	-

يتبين من جدول (٥) أن (نعم) جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٢٢١) تكراراً ونسبة قدرها (٧٤٪)، وجاءت في الثانية فئة (لا) بواقع (٧٩) تكراراً ونسبة قدرها (٢٦٪). أن للصحف دوراً أساسياً في مواجهة الأزمات المختلفة ومنها الأزمة السياسية عبر قيامها بالالتزامات الاجتماعية، عبر مستويات احترافية للإعلام، منها الالتزام بمعايير الصدق والموضوعية والدقة والأمانة، مع التزام الصحفي بالمسؤولية تجاه مجتمعه، وتجاه مؤسسته الصحفية، والاهتمام بتقديم مواد إعلامية تحليلية ونقدية تتطرق لمختلف الأبعاد السياسية والفكرية والاجتماعية التي ترتبط بقضايا الإرهاب.

٦- ما آثار الخطاب الصحفي أثناء الأزمات السياسية؟

جدول (٦) التوزيع الرتبى لآثار خطاب الصحفي أثناء الأزمات السياسية

ت	الفئات	التكرار	النسبة	المرتبة
١	يحدث فرقة بين أبناء المجتمع الواحد	٦٠	٢٠	الثانية
٢	يؤدي إلى الصدام المباشر وإراقة الدماء	٤٠	١٣	الثالثة
٣	ارتفاع مستويات ظاهرة العنف المجتمعي	٢٠	٧	الرابعة
٤	كل ما ذكر أعلاه	١٨٠	٦٠	الاولى
	المجموع	٣٠٠	١٠٠٪	

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن فئة كل ما ذكر أعلاه جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (١٨٠) ونسبة قدرها (٦٠٪)، في حين جاءت في المرتبة الثانية فئة يحدث فرقة بين أبناء المجتمع الواحد بواقع (٦٠) تكراراً ونسبة قدرها (٢٠٪)، وشغلت المرتبة الثالثة يؤدي إلى الصدام المباشر وإراقة الدماء، (٤٠) تكراراً و (١٣٪)، وجاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة فئة ارتفاع مستويات ظاهرة العنف المجتمعي بواقع (٢٠) تكراراً ونسبة قدرها (٧٪). هذا يدل ومع تصاعد وتيرة الأزمات السياسية الراهنة أن الصحف أخذت اتجاهاً مغايراً بعيداً عن المهنية والمسؤولية الاجتماعية وحارس البوابة الذي يؤدي دوراً فاعلاً في التصدي للموضوعات التي من شأنها تهدم بناء المجتمع، بعد أن أصبحت أداة فاعلة من أدوات التأثير وفقدان السلم المجتمعي.

٧- هل يوتر المحيط الاجتماعي للإعلاميين في تكريس خطاب الكراهية الصحفي أثناء الأزمة السياسية ؟

جدول (٧) يبين درجة تأثير الخطاب للأحزاب الإسلامية على القضايا الديمقراطية

ت	الفئات	التكرار	النسبة	المرتبة
١	نادرا	٢٦	٩	الثالثة
٢	دائما	٩٧	٣٢	الثانية
٣	أحيانا	١٧٧	٥٩	الأولى
	المجموع	٣٠٠	١٠٠٪	

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن فئة أحيانا جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (١٧٧) ونسبة قدرها (٩٠٪)، في حين جاءت في المرتبة الثانية فئة دائما بواقع (٩٧) تكراراً ونسبة قدرها (٣٢٪)، وشغلت المرتبة الثالثة فئة نادرا، بواقع (٢٦) تكراراً ونسبة قدرها (٩٪). لم يؤثر محيط المجتمع للإعلاميين في تكريس الخطاب الصحفي أثناء الأزمة السياسية بشكل كبير وتبين ذلك واضحاً من فئة أحيانا بالمرتبة الأولى.

الاستنتاجات

- ١- أن اتجاه الخطاب الصحفي إزاء ازمه العراق السياسية كان سلبياً في المرتبة الأولى.
- ٢- ساهمت الصحف العراقية في نشر خطاب صحفي يؤجج الأزمة.
- ٣- لم يلتزم الصحفيين في نشر الخطاب الصحفي بالمعايير المهنية.
- ٤- للخطاب الصحفي دور في مواجهة أزمة العراق السياسية.
- ٥- أن آثار خطاب الكراهية الصحفي يتمثل في فرقة بين أبناء المجتمع الواحد ويؤدي إلى الصدام المباشر وإراقة الدماء فضلاً عن ارتفاع مستويات ظاهرة العنف المجتمعي.
- ٦- أحيانا يؤثر المحيط الاجتماعي للإعلاميين في تكريس الخطاب الصحفي أثناء الأزمة السياسية.

المصادر والهوامش

- (١) محمود، نزهة، الخطاب الدعائي، (٢٠١٤م)، الأردن، دار النفائس.
- (٢) عبد الواحد، ناظم، المرجعية الفكرية للخطاب السياسي والاستراتيجي الأمريكي (٢٠٠٦)، بيروت، دار النهضة.
- (٣) عبد الباقي، عيسى، الصحافة والإصلاح السياسي، ط٢، (٢٠١٧)، القاهرة، دار العلوم للنشر والتوزيع.
- (٤) احمد، إبراهيم، (١٩٩٧)، استراتيجية الحرب النفسية الأمريكية، مجلة الجامعة الإسلامية، مج٥، ع (٢).
- (٥) فرج، أكرم، الخطاب الإعلامي وتكتيك استعمال مفارقة التورية (١٠١٧)، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- (٦) يقطين، سعيد، تحليل الخطاب الروائي ب ت.

Sources in English

1. Mahmoud, Nuzhat, (2014) Propaganda Discourse, Jordan, Dar Al-Nafaes.
2. Abdel Wahed, Nazem (2006), The Intellectual Reference for American Political and Strategic Discourse, (Beirut, Dar Al-Nahda.
3. Issa, Abdel Baqi (2017), Journalism and Political Reform, 2nd Edition, Cairo, Dar Al-Uloom for Publishing and Distribution.
4. Ahmed, Ibrahim 1997 American Psychological Warfare Strategy, Amman, Journal of the Islamic University, Vol, No. (2).
5. Farag, Akram, (2017) Media Discourse and the Tactic of Using the Pun Paradox, Cairo: Dar Al-Fagr for Publishing and Distribution.
6. Yaqtin Said (B.T), analysis of the narrative discourse .