

تحليل الخطاب الإعلامي الأمريكي تجاه العراق وأفغانستان (أثناء رئاسة ترامب وبايدن)

م.م. محمد عدنان حسين

ا.د. حسن بشير

بروفيسور في جامعة الإمام الصادق – إيران طهران

Mohmat0@gmail.com

ملخص البحث:

بعد انتصار الحلفاء في الحرب العالمية الثانية سعت الولايات المتحدة الأمريكية الى ان تكون هي الدولة الوحيدة التي تقود العالم وشنت حروب كثيرة على الدول التي تتقاطع معها سياسياً، وآخر الحروب التي خاضتها الحرب على افغانستان ثم العراق وادت هذه الحروب الى تدمير شامل للبنى التحتية في كلا البلدين وانتشار الفوضى، لكن الولايات المتحدة الأمريكية اعتمدت خطاب اعلامي موجه الى الراي العام الامريكي والعالمي فيه تضليل واكاذيب كثيرة ... لذا هدف هذا البحث إلى التعرف على كيفية "تحليل الخطاب الاعلامي الامريكية تجاه العراق وأفغانستان - اثناء رئاسة ترامب وبايدن) وقام الباحث بأخذ عينة من خطابات هؤلاء الرؤساء واعضاء حكوماتهم وتم تحليل خمسة مراحل واهمها مرحلة العميق والاعمق وحسب طريقة (بيدام) وتوصل الى عدد من النتائج اهمها ما يلي:

1. توظيف الكذب والتضليل في الخطاب الاعلامي الأمريكي تجاه العراق وأفغانستان.
2. هزيمة القوات الامريكية في الحروب الطويلة وتكبدها خسائر كبيرة.
3. الولايات المتحدة لا تثق في حلفائها من الحكام العرب لكنها تثق بحلفائها في اسرائيل والاكرد.
4. تراجع امريكا كدولة عظمى بعد فشلها في حروبها.

هذا وختم البحث بالاستنتاجات والتوصيات والمقترحات وقائمة المصادر.

الكلمات المفتاحية: العراق-الخطاب الأمريكي-منهج بيدام لتحليل الخطاب-الرأي الدولي

إشكالية البحث

بعد الحرب العالمية الثانية ظهرت قوى دولية مثل الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي وبريطانيا وتراجعت دول مثل المانيا واليابان وإيطاليا، ثم بدأ الصراع الدولي يتزايد بين الاتحاد السوفيتي وتمثله روسيا حالياً، والغرب بقيادة أمريكا في محاولة للسيطرة الاقتصادية والسياسية على العالم، وقد دخلت الولايات المتحدة حروباً كثيرة وبتأييد ومساندة من حلفائها الغربيين، وكانت اغلب هذه الحروب ضد الدول الضعيفة مثل فيتنام وكوريا وكمبوديا والصومال وكوبا وآخرها الحرب على أفغانستان والعراق، وقبل الدخول في أي حرب أو أزمة عالمية، توظف أمريكا الخطاب الاعلامي بشكل فعال للترويج الى احقيه الولايات المتحدة في العدوان على هذا البلد او ذاك، ويعتمد هذا الخطاب الاعلامي في الغالب على اكاذيب ومغالطات وادلة غير دقيقة، ويحاولون بشتى الطرق التأثير على الرأي العام داخل وخارج امريكا، ويحاولون من خلال هذا الخطاب الاعلامي زعزعة الثقة بالنظام الذي يحاولون العدوان عليه وبالتالي تعظيم معنويات الشعوب في المقاومة ووضع حد الامريكي والمتحالفين معه وحاليا اصبحت امريكا هي التي تتحكم في تكنولوجيا الاتصال، وتملك وسائل اتصال مختلفة في كل انحاء العالم ومن بينها المحطات التلفزيونية الفضائية، ومن بين القنوات الفضائية التي حشوت للعدوان ضد افغانستان والعراق قناتي (الحرّة - CNN) الناطقة باللغة العربية، وتستمد هذه القنوات الفضائية معلوماتها من مصادر متعددة، مثل خطابات او تصريحات رؤساء الولايات المتحدة الامريكية، او اعضاء الحكومة مثل الوزراء والقادة العسكريين واطباء الكونغرس ومجلس الشيوخ الامريكي، أو من اصحاب القرار داخل وخارج امريكا، والمتابع للحروب الامريكية يلاحظ ان الحكومات الامريكية المتعاقبة تمهد للعدوان عن طريق وسائل الاعلام، ويمكن ان نلمس الدور الذي لعبه الخطاب الاعلامي الامريكي قبل الحرب ويعدها على أفغانستان والعراق، وهذا ما شخصه الباحث في الخطاب الاعلامي لقناة CNN وقناة الحرّة قبل وبعد الحرب على العراق وافغانستان، وقد وجد الباحث ضرورة للتعرف على طبيعة هذا الخطاب الاعلامي مع من خلال تحليل الخطاب للوصول إلى المرحلة العميقة والاعمق التي تضمنها هذا الخطاب، ويمكن تلخيص اشكالية هذه الدراسة بالتساؤل الاتي: (كيفية تحليل الخطاب الاعلامي الامريكي تجاه العراق وافغانستان - اثناء رئاسة ترامب وبايدن).

تكمن أهمية البحث الحالي بما يلي:

1. التعرف على النظريات التي تهتم بتحليل الخطاب الاعلامي وكيفية توظيفها لتحليل الخطاب.
 2. يفيد طلبة قسم الاعلام بالتعرف على اساليب تحليل الخطاب الإعلامي.
 3. يفيد المؤسسات الاعلامية في دراسة وتحليل الخطاب.
 4. يشكل اضافة معرفية مكمل للدراسات السابقة في هذا المجال.
- يهدف البحث الحالي التعرف على كيفية (تحليل الخطاب الاعلامي الامريكي تجاه العراق وأفغانستان اثناء رئاسة ترامب وبايدن)

يتحدد البحث الحالي بما يلي:

1. الحد الموضوعي: تحليل الخطاب الاعلامي الأمريكي.

2. الحد الزمني: السنة الأخيرة من حكم دونالد ترامب والسنة الأولى من حكم الرئيس الأمريكي جو بايدن.
3. الحد المكاني: قناني (CNN - الحرة) الأمريكيتين الناطقة باللغة العربية.

تحديد المصطلحات:

يرى (Tankard، ١٩٩٤) "ان الخطاب متحرك ومتغير وله جمهور وهدف وقصد معين، ويتشكل من مجموعة النصوص والممارسات الاجتماعية"⁽¹⁾.

اما (فيركلاف) فإنه يرى بأن الخطاب "هو أحد أشكال الممارسة الاجتماعية وهو اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة من وجهة نظر معينة"⁽²⁾.

ويعرفه (علاء الدين، ٢٠١٤) بأنه "عملية تقنيع الواقع وتصويره وفق إدراك مسبق لما يجب ان يكون ويتم تمثيله بنظام من المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بأمطق داخلي يحكمها بغض النظر عن طبيعة هدفه للإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله ويتم بطقوس معينة وله خصائصه وأبعاده الأسطورية"⁽³⁾.

التعريف الاجرائي للخطاب:

يعرف الباحث الخطاب بأنه "استخدام لغة النص قراءة وكتابة ويتضمن علامات ورموز تساهم في التأثير على المتلقي في سبيل اقناعه بالهدف الذي يحمله هذا الخطاب عن طريق الكلام أو الصور والافلام والرسوم البيانية والاتصال غير الشفوي مثل حركات الوجه والجسم".

الخطاب الإعلامي:

يعرف (احمد العاقد) الخطاب الاعلامي "بأنه مجموعة الانشطة الاعلامية التواصلية الجماهيرية مثل التقارير الاخبارية، الافتتاحيات، البرامج التلفزيونية، المواد الاذاعية وغيرها من الخطابات النوعية"⁽⁴⁾.

ويعرف (ابريز بشير، ٢٠١٤) الخطاب الاعلامي "هو منتج لغوي اخباري منوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية محددة، وهو شكل من اشكال التواصل الفعالة في المجتمع، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي واعادة تشكيل

(1) عواطف عبد الرحمن، (١٩٨٣) تحليل المضمون في الدراسات الاعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ص12.

(2) Fairclough Discourse, Social theory and social research & the discourse of welfare, Journal of Sociolinguistics 1990, P 53

(3) علاء الدين احمد خليفة، (2014)، الاتجاهات السياسية للخطاب الاسلامي في الصحافة، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، ص74.

(4) نبيل على، (٢٠٠١)، الثقافة العربية وعصر المعلومات - رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، العدد (2٦٥)، الكويت، ص344.

وعيه ورسم رؤاه المستقبلية وبلورة رأيه بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها⁽¹⁾.

ويرى (محمد شومان، ٢٠٠٧) بأن "الخطاب الاعلامي نتاجاً خاصاً يعنى به الاعلاميون ويتم التواصل من خلال وسائل الاعلام المختلفة من صحافة واذاعة وتلفزيون، واستمرارية الاصدار واستمرارية الارسل تعنى استمرارية العمل، ومن ثم استمرارية التأثير، مع اختلاف قدر التأثير تبعاً للظروف والوقائع في حالتنا الحرب والسلام"⁽²⁾.

الفصل الثاني

الإطار النظري

المبحث الاول: نظريات الخطاب الاعلامي.

في هذا المبحث سوف يتناول الباحث بشكل موجز للنظريات التي اهتمت بالخطاب الاعلامي، وبيان مفاهيمها الفلسفية، والاسم التطبيقية في تحليل الخطاب وكما مبين.

1. نظرية التأطير الاعلامي (Frame Analysis Theory)

تعتبر هذه النظرية من احدى النظريات التي تهتم في دراسة الظروف التي يمكن ان تهيئها الرسالة الاعلامية، وكيفية تأثيرها على المتلقي، وتقوم النظرية على طبيعة الاحداث والمضامين التي تحملها الرسالة الاعلامية، كما ترى بأن لك المضامين لا يكون لها معنى او مغزى الا بعد أن توضع في إطار يحدد الهدف الذي تسعى للوصول اليه ولا يمكن تحديد مغزاها "الا إذا وضعت في تنظيم وسياق واطر اعلامية، هذه الأطر تنظم الالفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة"⁽³⁾. من هنا يتبين بأن تأطير الرسالة الاعلامية يمكن المتلقي والباحثين مع قياس محتوى الرسالة ويسهل تفسيرها وتشخيص دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات. ويرى (انتمان) وهو أحد رواد هذه النظرية بأن "تأثير الاطر الاعلامية على الرسالة لا يتم عبر تشكيل الإطار بشكل متعمد فقط، بل يتحقق بالحذف والتجاهل والاغفال المقصود وربما غير المقصود من القوائم بالاتصال لي ان عملية التأطير تؤثر في القوائم بالاتصال ونص الرسالة وجماهير المتلقين والإطار الثقافي والاجتماعي"⁽⁴⁾ ولا تقتصر الاطر الاعلامية على الجوانب الاجتماعية او الثقافية بل يمكن تأطير المشاكل السياسية والامنية وكل ما يتعلق بإثارة اهتمام المتلقي.

(1) ابرير بشير، الصورة في الخطاب الإعلامي دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والايقونية، بحث مقدم الى جامعة عنابه، الجزائر، ٢٠١٤، ص30.

(2) محمد شومان، (٢٠٠٧)، الخطاب الإعلامي اطر نظرية ونماذج تطبيقية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص2.

(3) حسين السيد عماد مكاوي، (٢٠٠٦)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة، ص19.

(4) عبد الباسط عبد المعطي، (١٩٧٩)، الاعلام وتزييف الوعي، دار الثقافة الجديدة، القاهرة، ص9.

2. نظرية تركيب الأولويات (الاجندة) (Agenda Setting Theory)

تهتم هذه النظرية بالتركيز على قضية او حدث معين ويحاول القائم بالاتصال اعطاء اهمية لهذه القضية، ويمكن لوسائل الاعلام تقديم هذه القضية في اولوياتها مما يؤدي الى تفاعل الجمهور والحكومة، لأنها تجعل المتلقي يوجه اهتمامه لهذه القضية ومتابعة وسائل الاعلام التي تنشرها وطبيعة الاهتمام الذي تعطيه تلك الوسيلة الاتصالية بهذه القضية، وهناك عدد تصب جميعها في التركيز على الحدث او جزء من الحدث يهدف التأثير على وعي المتلقي فهي تعرف بانها "عملية تهدف إلى إعادة صياحة جميع الاحداث التي تقع في البيئة المحيطة بناد إلى نموذج بسيط قبل انا يتعامل معها"⁽¹⁾.

ويعرفها (James Watson) "بأنها مجموعة من الموضوعات عادة يكون ترتيبها حسب أهميتها"⁽²⁾ ويتضح من هذه التعاريف الى نظرية الاجندة هي عبارة عن إعادة صياغة للأحداث ووضعها في قالب جديد، ويتم ترتيب محاورها حسب الاهمية، ووضعها في الوسيلة الاعلامية بشكل يلائم السياسة الخاصة بتلك الوسيلة بهدف اقناع الجمهور ومحاولة تغيير توجهاته بما يلائم مع توجهات المؤسسة الاعلامية التي تنشر الحدث.

وتستند نظرية الاجندة على استراتيجيتين اساسيتين الأولى "تقوم على دراسة مجموعة القضايا السائدة في وسائل الاعلام وعند الجمهور، اما على فترة زمنية واحدة أو على فترتين، أما الاستراتيجية الثانية فأنها تقوم على حراسة قضية واحدة سواء على فترة زمنية واحدة أو على فترات زمنية مختلفة أي دراسة ممتدة"⁽³⁾ وتحاول هذه النظرية ان تصيغ خطاب اعلامي ينجح في تعريف الناس كيف يفكرون وذلك لان تركيزها كبير في اثاره انتباه الجمهور.

3. نظرية انتشار المبتكرات (Diffusion of Innovations Theory)

إن هذه النظرية قريبة الشبه من نظرية الاتصال على مرحلتين، لكن الفرق انا نظرية انتشار المبتكرات تسمح بالمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال، ولتدفق المعلومات واكسابها للمتلقي يجب ان يمر بين الافراد عبر مراحل متعددة، ويرى (روجرز وشوميكر) إن هذه النظرية تعتمد على اربعة عناصر لانتشار المبتكرات وهي:

1. "المبتكر والابتكار: وهو اي فكرة جديدة تدخل النظام الاجتماعي مثل استخدام الانترنت.

⁽¹⁾ جمال احمد، (٢٠٠٩)، اطر انتاج الخطاب الخبري في المواقع الالكترونية في الازمات الدولية، المجلة المصرية للإعلام، العدد (3٤)، جامعة القاهرة ، كلية الآداب، ص54.

(2) James Watson, Media Communication: An Introduction to theory and Procesnded (London: Palgrave McMillon), 2006, P35.

⁽³⁾ حسن مكاي، ليلي السيد، (٢٠٠٩)، تأثير المعالجة الاعلامية لقضايا حقوق الانسان على معارف واتجاهات الجمهور المصري، مجلة بحوث الاعلام، ص134.

2. الاتصال: عبر قنوات الاتصال او الاتصال الشخصي.
3. الوقت: ويعني انتشار المبتكرات سيتم عبر مرور الزمن فالوقت ضرورة لانتشار المبتكرات.
4. الاعضاء في القطاع الاجتماعي: فالمبتكرات موجهة الى افراد في مجتمع ما تربطهم مجموعة من العلاقات⁽¹⁾.

وهذا يعني ان الابتكار لا يقتصر على الاجهزة والمعدات التكنولوجية، فقد يكون فكرة أو أسلوب أو نمط جديد يمكن توظيفه في احدى مجالات الحياة، ويحقق فائدة لعدد كبير من الناس، وتستند فرضية نظرية الابتكارات على "أن قنوات ووسائل الاعلام تكون أكثر فاعلية في زيادة المعرفة حول المبتكرات حيث تكون قنوات الاتصال الشخص أكثر فاعلية في تشكيل المواقع حول المبتكرات الجديدة"⁽²⁾، واستطاع روجرز وشوميكر من تقديم نموذج يوضع عملية انتشار الابتكارات مكون من اربعة مراحل هي:

1. المعرفة: اذ يتم التعرف على نوعية الابتكار والحصول على نوعية المعلومات حول وظائفه.
2. الاقناع: اذ يحدد الفرد موقفاً مؤيداً أو معارضاً للابتكار.
3. القرار: اي يمارس الفرد انشطة تدفعه اما الى تبني الابتكار أو رفضه.
4. التدعيم او التثبيت: يسعى الفرد الى تدعيم قراره حول الابتكار ولكنه قد يتخلى عن أحد وسائل الاتصال السابقة اذا تعرض لوسائل تعرض جديدة ويكون عنصر الوقت ضروري في كل مرحلة من المراحل السابقة⁽³⁾ وان قضية الوقت مهمه فقد يتقبل الفرد فكرة الابتكار بشكل عفوي او بشكل مقصود وحسب طبيعة اهتماماته فاذا كانت لديه رغبة بالتعرف على الابتكار فانه سيكتسب المعلومات بسرعة ويتفاعل معها، وقد يحصل العكس، وبعد ان يجرب الفرد هذا الابتكار ويقتنع به يقوم بإرشاد الآخرين للاستفادة من هذا الابتكار.

4. نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)

اهتمت نظرية الغرس الثقافي في كيفية اعداد وارسال الرسالة الى المتلقي، وما طبيعة التأثير الحاصل على المتلقي، حيث تؤكد هذه النظرية الى المتابعة المستمرة لبرامج التلفزيون والبرامج الاعلامية يمكن ان تحقق تأثير مباشر على المتلقي مما يؤدي الى اكتساب قيم ومفاهيم جديدة من وسائل الاعلام وربما يتخلى عن بعض الافكار والقيم التي كان يؤمن بها سابقاً، وكلما زاد التعرض لوسائل الاعلام فان التأثير سيكون كبيراً حتماً، ويرى

(1) محمد عبد الحميد، (2004)، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، مطبعة القاهرة عالم الكتاب، مصر، ص61.

(2) محمد ذياب عوض، (٢٠١١)، تأثيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الفرد والمجتمع، المجلة العربية للمعلومات، ادارة التوثيق والمعلومات بالمنظمة العربية للهيئة والثقافة والعلوم، المجلد (١٩)، العدد الأول، تونس، ص22.

(3) علياء سامي عبد الفتاح، (٢٠٠٩)، الإنترنت والشباب دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، كلية الاعلام - جامعة القاهرة، ص34.

اصحاب هذه النظرية بأن البرامج التلفزيونية تستمد افكارها ومواضيعها من الواقع الذي نعيشه، لكن التعرض المستمر لتلك البرامج وبشكل مكثف يؤدي الى اكتساب قيم وافكار تتضمنها تلك البرامج وتكون صدى الأفكار التي يقدمها التلفزيون مما يؤدي الى اندثار بعض القيم والأفكار القديمة، حيث يرى (جورج جرينر) أن التعرض المستمر والدائم لهذه الرسائل يؤدي الى تبني واعتناق الجمهور للمعاني التي تحملها هذه الرسائل وايمانهم بما تمثل وجهه نظر المجتمع الأمريكي⁽¹⁾.

وتركز هذه النظرية على غرس القيم والأفكار التي يسعى القائم بالاتصال من ترسيخها في ذهن المتلقي، وبالرغم من أن الافكار والمواضيع مستمدة من الواقع الحياتي، الا ان المرسل يحاول اقناع أكبر عدد من أفراد المجتمع بالأفكار الموجهة إليهم، وقد يستطيع ان يسيطر على دوافع وتوجهات الافراد.

5. نظرية الاستخدامات والاشباع (Uses And Gratifications Theory)

تعد هذه النظرية من النظريات ذات التأثير غير المباشر ويعرفها (كاتز وبلومر) بأنها "تعني الاصول الاجتماعية والسلوكية والاحتياجات التي يتولد عنها توقعات من وسائل الاعلام، أو من مصادر اخرى تؤدي الى انماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام، وينتج عنها اشباعات للاحتياجات أو نتائج اخرى في الغالب غير مقصودة"⁽²⁾. وتهدف هذه النظرية التعرف على طبيعة تعامل الجمهور مع وسائل الاتصال في حال إذا كان الجمهور نشط ومدرّك لمضمون الرسالة الاعلامية في وسيله الاتصال التي يرغب في التعامل معها، والتي تشبع حاجاته ورغباته النفسية والفكرية، ويحدد (جان مارك فيري) عدد من العناصر لنظرية الاستخدامات والاشباع وهي:

1. افتراض الجمهور النشط: وتفترض النظرية ان الجمهور هو الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب له، ويتحكم في اختيار الوسيلة الاتصالية، التي تقوم المحتوى الذي يناسب اهتمامه.

2. الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال، حيث تقوم النظرية على اختراط الى الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة وفقاً للفروق النفسية بينهم، كما أن أفراد الجمهور يتعاملون مع وسيلة الاتصال باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة"⁽³⁾.

ويتضح مما تقدم الى الجانب النفسي له دوراً مهماً في تحديد الحاجيات والدوافع التي يسعى المتلقي الى تحقيقها.

(1) دنيس مكويل، (1992)، الاعلام وتأثيراته - دراسة في بناء النظرية الاجتماعية، ترجمة: عثمان العربي، دار غيداء، عمان، ص179.

(2) محمود حسن اسماعيل، (١٩٩٧) مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمي للنشر، القاهرة، ص ٢٥٣.

(3) مي العبد الله، محمد الخولي، (٢٠٠٢)، الإعلام والقضايا العربية بعد (11) أيلول، 2001، دار النهضة العربية، بيروت، ص17.

6. نظرية (بيدام) لتحليل الخطاب الإعلامي: Practical Discourse Analysis Method

كلمة (بيدام) هي اختصار المصطلح الطريقة العملية لتحليل الخطاب وتم تشكيلها من الحروف الأولى لـ (Practical Discourse Analysis Method) وهذه الطريقة أو النظرية تهدف إلى التحليل الذي يستخدم لفهم المعاني والدلالات المخفية التي يحملها النص اللغوي وقد تم استخدامها في دراسات تعلم اللغة وعلم النفس اللغوي وعلم الاجتماع والعديد من المجالات الأخرى التي تهتم بفهم الخطاب وتحليله⁽¹⁾.

وقد يرى البعض أن هناك تشابه بين طريقة (فيركلاف) و (بيدام) لكن يوجد فرق بسيط بين الطريقتين وهو أن (بيدام) تعتمد التحليل المعمق للوصول إلى رؤيا وافكار جديدة تساعد المحلل على فهم كافة الجوانب والتأويلات التي تحيط بالمشكلة، كما الطريقة واسلوب التحليل في (بيدام) مرتب حسب مراحل إحداها مكمل الآخر، مما يعطي للمحلل اكتشاف الابعاد المخفية ويمكنه من الاستنتاج الظاهر والباطن "من خلال التركيز على جوانب مختلفة للنص وكشف الأبعاد المخفية والأسلوب والتأثيرات التي تؤثر في فهمه، كما تهدف طريقه بيديم إلى إلقاء الضوء على الجوانب العميقة والمخفية في الخطاب وفهم الانماط اللغوية والاجتماعية والثقافية التي يمكن أن تكون وراءه، ويساعد هذا النهج في توضيح الرؤية الشاملة للخطاب والكشف عن الابعاد التي قد لا تكون واضحة في المقام الأول"⁽²⁾، وهذا يتطلب من المحلل أن يغور في اعماق النص، ويكتشف ويفسر بطريقة محايدة بين المعنى الظاهر والمعنى العميق داخل النص. وترتكز طريقة (بيدام) على الخطوات التالية:

1. تحليل النص السطحي والعميق: يقوم المحلل وفق هذه الطريقة بدراسة النص بالشكل السطحي والعميق أو قرائه عامة وشاملة، يفهم من خلالها محتوى النص الذي يريد تحليله ويقوم بتحديد الأفكار الرئيسية والمعاني الظاهرة والمخفية والمعلومات الأساسية التي ترتبط بالفكرة العامة للنص.

2. تحليل السياق: تهتم طريقة (بيدام) في تحليل السياق الذي يحيط بالنص الذي كتب فيه الخطاب مثل الظروف التاريخية والاجتماعية والثقافية التي كتب فيها النص والجمهور المستهدف لهذا الخطاب.

3. تحليل الدلالات والمعاني المخفية: تركز طريقة (بيدام) على استخلاص الدلالات والمعاني المخفية وراء الكلمات أو ما بين السطور داخل النص فعادة ما تكون هناك دلالات ورموز واضحة أو ضمنية يتم فك شفرتها باستخدام هذا المنهج التحليلي.

4. تحليل البنية والتركيب: يتم تحليل بنيه الجمل والعبارات وترتيب الافكار والمعلومات في النص، هذا الجانب يسهم في فهم الطريقة التي تنظم بها الأفكار وتقدم في النص.

(1) حسن بشير، (2023)، دروس في تحليل الخطاب بطريقة بيديم، جمعها ودونها حيدر صبري، ص42.

(2) حسن بشير، مصدر سابق، ص42.

5. التركيز على الدلالات والمعاني المخفية: تتطلب طريقة (بيدام) المزيد من الاهتمام بالدلالات والمعاني المخفية والرموز التي قد لا تكون واضحة في المقام الأول، قد يكون للكلمات والعبارات تأثيرات عميقة ومعاني مخفية يتعين كشفها وفهماها.

6. استخلاص النتائج والتحليل النهائي: بعد الانتهاء من تحليل النص والسياق، يتم استخلاص النتائج وإجراء التحليل النهائي لفهم الخطاب بشكل شامل قد تشمل هذه النتائج ملاحظات حول الأنماط اللغوية المستخدمة والرموز الثقافية والرسائل المخفية، والتأثيرات المحتملة على الجمهور⁽¹⁾.

المبحث الثاني: الخطاب الإعلامي مفهومه - أهميته

هناك أكثر من تعريف لمعنى الخطاب وهذا يعود الى تعدد التخصصات والاتجاهات اللغوية والالسانية والفلسفية والادبية التي تعتمد تحليل الخطاب، مما أدى الى اختلاط أو غموض في مفهوم الخطاب والأسس المنهجية لدراسة وتحليل الخطاب وكيفية استخدامه، وما هي وظائفه وهنا يفضل التعرف على اهم مدارس تحليل الخطاب الاعلامي وكما مبينا فيما يلي:

1. مدرسة التحليل اللغوي للخطاب الإعلامي: (Cultural Generic Analysis)

يعتبر عالم اللغة (فرديناد دي سوسير) أول من طور نظرية تحليل الخطاب اللغوي، فقد أسس المدرسة البنائية في اللغة وقد تطورت هذه المدرسة التي اهتمت في تحليل الأسلوب والنص، والتطبيقات اللغوية في مجالاتها المختلفة، وفي هذه المدرسة ظهر اتجاه الأسلوبية وهو اقرب الى البلاغة والاتجاه الثاني يدرس العلاقة بين تعبير الفرد والجماعة، وقد تعرضت الدراسات اللغوية التقليدية والأسلوبية الى موجة من النقد بسبب اعتمادها على اللغة والأسلوب وأهملت السياق الاجتماعي، وكذلك العلاقات داخل المجتمع وسميت هذه الدراسات بالاتجاهات اللغوية الاجتماعية، فقد اهتمت في دراسة اللغة الإعلامية من الناحية الاجتماعية والثقافية وقد تجلّى ذلك واضحاً في بحوث عالم اللغة الاجتماعية (Bell) "الذي اهتم بدراسة علاقات الارتباط بين الملامح اللغوية المتغيرة وبين الملامح المتغيرة للسياق الاجتماعي، وقد خلص على سبيل المثال الى ان درجة بساطة نطق نهايات الكلمات في لغة المذيعين تختلف فيما بين محطات الإذاعة في نيوزيلندا وفقاً للمهن الرئيسة لجماهير المستمعين"⁽²⁾، وتركزت دراسة تحليل الخطاب اللغوي الاجتماعي على "النص الكامل سواء كان مكتوباً أو منطوقاً، كما تهتم ايضاً بشكل النص وبنيته وتنظيمه على كل المستويات الفونولوجية - علم الاصوات الكلامية - والقواعد النحوية ، لكن اللغة هنا تشمل القواعد النحوية وتركيب الجملة ومستويات تنظيم النص في مفاهيم فضلاً عما بنية المناقشات العامة والتي تتجلى من خلال ما هو اجتماعي وسياسي والقواعد المؤسسة لممارسة

(1) حسن بشير، نفس المصدر السابق، ص 42-43.

(2) Noman Fairclough, Media Dis course, London, Edward Arnold, 1990.

الحوار⁽¹⁾، ويتضح من هذا بان الخطاب يتشكل من خلال الكلمات، وأنا اللغة هي التي تشكل الخطاب، كما ان الممارسة تشكل الخطاب .

2. ميشيل فوكو وتحليل الخطاب (Michel Foucault)

استطاع فوكو أن يعطي لمنهج تحليل الخطاب رؤيا وحياة جديدة، فقد ابتعد عن مفهوم الألسنية أو المنطقية، بل اعتمدت أراءه على وحدات سماها بالمنطوقات "وهذه المنطوقات تشكل منظومات منطوقية تسمى بالتشكيلات الخطابية، هذه التشكيلات تكون دائماً في حقل خطابي معين وتحكمها قوانين التكوين والتحويل"⁽²⁾، حيث يرى بغورة "إن الخطاب يختلف عن الجملة والقضية، كما يختلف التحليل الخطابي عن تحليل اللغة والتحليل المنطقي، ذلك إن تحليل الخطاب يعتمد على الوصف الاركيولوجي والتحليل الجينولوجي - ويسعى الأول الى سن قوانين ندرة المنطوقات وتراكمها أما الثاني فهو يعني البحث عن البدايات لكن بطريقة غير تقليدية تختلف عن الطريقة التقليدية التاريخية"⁽³⁾، وقد تعرضت أفكار فوكو للنقد لأنه اهتم دور الناس كفاعلين اجتماعيين وكذلك وجود بعض الغموض في نظريته وخاصة المفاهيم التي اعتمدها لتحليل الفكر الغربي وخاصة مفهوم الخطاب، كما أن منهج فوكو لتحليل الخطاب لا يبحث في باطن أو اعماق الخطاب كونه يتعارض مع منهج التحليل المنطقي ومنهج التأويل، وهذا مؤشر على عدم كفاية هذه النظرية، لان الخطاب الإعلامي يحتاج الى تحليل من جوانب مختلفة للوصول الى ما وراء الكلمة او الهدف الباطن الذي يسعى القائم بالاتصال لغرسها في فكر وسلوك المتلقي.

3. التحليل السيميولوجي للخطاب الإعلامي:

السيميولوجيا هي كلمة مشتقة من الأصل اليوناني Semeion ويعنى الإشارة أو العلامة، وتم ترجمة هذا المصطلح الى العربية بمعنى علم الإشارة أو علم العلامات، وكلمة سيميولوجيا في اللغة الإنكليزية واللغة الفرنسية متشابهة. وفي الترجمات العربية الحديثة ترجمة السيمياء أو السيميائية وأحياناً الرمزية وإذا كانت العلامة أو الإشارة هي الأساس في علم السيميولوجيا فان الرسائل الإعلامية تتضمن كم هائل من العلامات والرموز، وقد اهتم الباحثين في مجال الإعلام بدراسة سيميولوجيا الخطاب الإعلامي، وكذلك الصور الذهنية في اللغة المنطوقة أو لغة الإشارة. وظهرت دراسات تناولت البرامج التلفزيونية وخاصة الاخبارية واعتمدت في التحليل على أساس المبادئ السيميولوجية التي تشكل العلامات والاشارات اللغوية والمرئية، فمثلاً تركز على صورة المذيع والصور المصاحبة لنص الخبر وطريقة الالتقاء وحركة الكاميرا وزوايا التصوير وتفسير وتحليل الشكل والمضمون ودور التقنيات التلفزيونية في خلق الحالة الاجتماعية.

⁽¹⁾ Kress, Gunter and Hodge, Roer L, Language as ideology, London, Edward Arnold, 1979.

⁽²⁾ محمد شومان، (2007)، مصدر سابق، ص14.

⁽³⁾ الزواوي بغورة، (٢٠٠٤) تحليل الخطاب من الوجهتين الوصفية والتاريخية، ورقة على منشورة، إنترنت.

4. نظرية تحليل المحادثة:

أسس عالم الاجتماع (هارفي ساكس) قواعد التحليل لنظرية المحادثة "أو ما يعرف أحيانا بخطاب الحياة اليومية سواء كانت أحاديث هذا الخطاب تجري بشكل رسمي أو غير رسمي، ويغض النظر عن طبيعة الاختلاف أو الاتفاق بين أطراف المحادثة اليومية، فقد استخدم (هيرتاج وغرينباتش) هذه القواعد لتحليل الأحاديث والحوارات في وسائل الإعلام المختلفة"⁽¹⁾.

وكانت بعض الدراسات تركز على نواحي معينة من الحديث كأن تأخذ جزء وتهمل الجزء غير الضروري، كما إن لكل وسيلة اتصال أسلوبها ومميزاتها في التأثير على المتلقي، وأضاف فيركلاو فكرة جديدة هي "إن تحليل المحادثة قد أضاف مورداً جديداً الى اللغويات الوصفية من خلال دراسة عمليات توجيه الحوار والتحكم في الموضوع وصياغة الأفكار، لكنه تجاهل الكثير من الجوانب التي يهتم بها الوصف اللغوي، حيث يركز على التفاعل أثناء الحوار، كذلك لم يتم تحليل المحادثة بربط خصائص اللغة والحوار بعلاقات القوة والفكر والقيم الثقافية داخل المجتمع"⁽²⁾. وبالرغم من تشخيص بعض السلبات على هذا النموذج إلا أن أسلوب تحليل المحادثة لاقى انتشاراً واسعاً لدى الباحثين فقد ظهرت دراسات كثيرة تناولت تحليل المحادثات والحوارات مثل الإنترنت.

5. تحليل الخطاب في إطار مدرسة التحليل الثقافي:

يعتبر العالم (ريموند وليامز) أحد المنظرين لهذه المدرسة حيث استطاع أن يربط بين الثقافة والإعلام، وقد ركزت هذه المدرسة على دور وسائل الإعلام في إنتاج وترويج الثقافة التي تريدها وكيفية نشرها بين الجماهير، وعلاقة هذه الظاهرة في أسلوب الحياة والاتجاه الفكري للمجتمع، وظهرت دراسات تناولت تحليل الخطاب الإعلامي وتأثيره في خلق أو تغييب الوعي عند الجماهير، وكذلك دور الخطاب الإعلامي في عملية التفاعل الاجتماعي "فقد طور ستوارت هال مفهوم الضمنية والتصريح والتغيير وأكد أن المعنى هو نتاج العملية الجدلية بين النص والقاري في سياق اجتماعي وتاريخي معين، وخلص الى ان وسائل الإعلام لا تعكس الواقع وإنما تقوم بإنتاجه عبر المعاني والاختبارات الايديولوجية التي تنتجها أو تروج لها"⁽³⁾. ونظراً لمميزات هذه النظرية وسهولتها فقد أعطت حريه للباحثين في دراسة النص من زوايا متعددة وخاصة البحوث عن البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وقد يوجد اختلاف بسيط بين أسلوب تحليل المحادثة واسلوب التحليل الثقافي، وهو أن الثاني فيه

(1) على بن شويل القرني، (١٩٩٧)، الخطاب الإعلامي العربي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص95.

(2) بيتر بروكر، (1995)، الحداثة وما بعد الحداثة، ترجمة: عبد الوهاب علوي، منشورات المجمع الثقافي، أبو ظبي، ص25.

(3) Hall, Stuarts, Cultural Studies in Britain. In A Cultural Studies Reader History-Theory, practice. ed, Jessica Munns and Gita Rajan, London and New York, 1995.

نظرة شاملة لوسائل الاعلام وعلاقتها بالمجتمع، كما أن أسلوبه يربط بين تحليل المحادثة والأيدولوجية وعمليات السيطرة في المجتمع.

6. المدرسة الألمانية في تحليل الخطاب الإعلامي:

ارتبط اسم هذه المدرسة بالباحث (بسيجموند بيجر) الذي اهتم بالنقد اللغوي كونه يعتقد بأن اللغويين يهتمون بالجوانب الشكلية للغة ولا يعطون اهتماماً كبيراً للمضمون وكذلك للممارسة الخطابية "وانتقد البحوث الاجتماعية الكيفية لافتقارها إلى نظرية أو طريقة بحث محددة لتأويل النصوص"⁽¹⁾. وقد تأثر بيجر بمقولات المدرسة الثقافية التاريخية فهو يرى "أن النصوص ليست أجزاء من خطابات فوق فردية، وكما ذهب ميشيل فوكو حيث يرى أن أجزاء الخطاب سواء كانت نصوصاً أو أجزاء من نصوص يمكن أن تشكل سلسلة الخطابة يمكن وضعها على مستوى خطابي واحد أو عدة مستويات خطابية"⁽²⁾. ويؤكد بيجر على ان تحليل الخطاب يسعى الى فك التواصل بين النصوص والخطابات لان هذا التداخل قد يخلق مشكلة وتوتر في الخطاب، لذا فهو يقترح التركيز على تحليل العقد الخطابية أو النصوص المركزية، وان يكون التحليل لهذه النصوص والخطابات بطريقة كيفية، وان تتلاءم طريقة التحليل مع أهداف البحث وفرضياته وتساؤلاته.

الفصل الثالث

اجراءات البحث

أولاً: منهج البحث:

اعتمد الباحث المنهج الوصفي والذي يعرف بانه "مجموعة من الخطوات العلمية الصارمة والمنضبطة والمنظمة التي يستخدمها الباحث في رحلته البحثية بغية فك الغموض الذي يحيط بالظواهر والمشكلات التي يقوم بدراستها، يهدف الوصول إلى النتائج والاستنتاجات المتعلقة بها"⁽³⁾. وسوف يعتمد الباحث تحليل الخطاب الإعلامي وفق نظرية (بيدام) التي تعتمد الخطاب داخل النص في الجانب الظاهر والعميق.

ثانياً: مجتمع البحث

(1) محمد عبد الحفيظ الباز، (٢٠٠٣)، موقف الصحافة المصرية من الثورة العربية في الفترة من ١٨٧٧ - ١٨٨٢، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(2) هشام عطية عبد المقصود محمد، (١٩٩٨)، علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثيرها في أنماط الاداء الصحفي في التسعينيات، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

(3) سعود حسن التائب، (٢٠١٨)، البحث العلمي قواعده - مناهجه، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، ص222.

يتمثل مجتمع هذا البحث بالخطاب الإعلامي الأمريكي تجاه العراق وأفغانستان والذي صادرة من خطابات او تصريحات الرؤساء الأمريكيان (ترامب وبايدن) وأعضاء حكومتهم، وكذلك أعضاء الكونغرس ومجلس الشيوخ الأمريكي.

ثالثاً: عينة البحث:

بالنظر للخطابات والتصريحات الكثيرة خلال فترة رئاسة (ترامب) و (بايدن) فسوف يقتصر الباحث على الشهرين الأخيرين من رئاسة ترامب والشهرين الأولين من رئاسة بايدن.

رابعاً: أداة البحث:

يقصد بأداة البحث "الوسيلة أو الطريقة التي يستطيع بها الباحث حل مشكلته"⁽¹⁾، وقد اعتمد الباحث خطوات التحليل في نظرية (بيدام) وسوف يعتمد الباحث طريقة مبسطة مرتبة لإدراج النصوص المختلفة في جدول له خمسة محاور وفي كل محور سيتم اخذ الفكرة الرئيسية والافكار الفرعية لكل خطاب وكما مبين في الجدول التالي:

جدول (1)

يوضح خطوات تنفيذ طريقة (بيدام) لتحليل الخطاب الإعلامي⁽²⁾

مستوى المستوى	عمق المستوى	مستوى العمق	العميق	الأعمق
مأخوذة من النص الأصلي	اتجاه النص مع النصوص الأخرى داخل النص	تحليل التبرير حسب الاتجاهات الأخرى للنص	تحليل التفسير حسب الاتجاهات الأخرى للنص	تحليل الخطابات بين

وهذه الخطوات تعني:

1. (مستوى المستوى) يتم إدراج الفقرات المأخوذة من النص الأصلي وبشكل حرفي في حقل هذه المرحلة.

(1) عبد الرزاق محمد الدليمي، (٢٠١٥)، الإعلام وإدارة الانتخابات، دار اليازوري العلمية، عمان، ص68.

(2) حسن بشير، (2023)، دروس في تحليل الخطاب الإعلامي بطريقة بيدام، جمعها ودونها حيدر صبري، ص51.

2. (مستوى العمق) يتم الاستفادة من اتجاه النص مع النصوص الأخرى داخل نفس النص واستنباط المعاني المهيمنة والضمنية للنص عن طريق اختيار الجمل المتوافقة مع الغرض من التحليل واكتشاف العلاقة بين المعاني المشتركة.

3. (مستوى العمق) هنا يتم تحليل التبرير حسب الاتجاهات الأخرى للنص وقراءة معاني الجمل وهي متوافقة في النص مع المعاني الأخرى المستخرجة من جمل أخرى للنص بشكل عام للوصول الى مستوى أولي للعمق، وتسمى هذه المراحل بالمرحلة الوضعية (المرحلة الأولى).

4. (العميق) يقع في المرحلة الثانية من التحليل، وهنا يخرج الباحث من مرحلة الوصف الى مرحلة التفسير، ويكون التفسير حسب الاتجاهات الأخرى للنص أي توضيح العلاقة بين المؤلف والنص والقارئ وتبحث هذه الثلاثة معاً.

5. (مرحلة الأعماق) يتم في هذه المرحلة تحليل الخطابات بين النصوص التخاطبية، واستخراج الفكر المهيمن في الخطاب بين القارئ والمؤلف، بل علاقة هذا الفكر أو الخطاب مع الخطابات الأخرى أي استخراج فكر جديد من خلال التعمق في التحليل وربط هذا الخطاب بالخطابات الأخرى فهي المرحلة الأعماق.

6. الرسم البياني والخرطة السيميائية: في نهاية التحليل وباستخدام مرحلة التحليل الاعماق، واستخراج الدلالات الأساسية يجب رسم المخطط البياني الذي يوضح الخارطة الدلالية للتحليل النهائي للنص الذي تم تحليله.

خامساً: صدق الأداة:

على الرغم من إثبات فاعلية طريقه (بيدام) في بحوث ودراسات لتحليل الخطاب الإعلامي، الا أن الباحث قام بعرض هذه الاداة على مجموعة من الأساتذة الخبراء في مجال الاعلام، وتعريفهم بخطوات هذه الطريقة، لذا تمت المصادقة عليها مرا جميع الخبراء وبنسبة اتفاق 100% والخبراء هم:

1. أ. د إبراهيم نعمه الشمري - رئيس قسم الاعلام - كلية بلاد الرافدين الجامعة.
2. أ. م. د احمد محمد صادق - شبكة الاعلام العراقي - تخصص إعلام إلكتروني.
3. أ. م. د على عبد الحسين - رئيس وحدة الاعلام - كلية القانون - جامعة ديالى.
4. أ. م. د احمد عبد الستار - مدير إعلام رئاسة جامعة ديالى.
5. أ. م. د ليث عبد الستار - رئيس وحدة الإعلام - كلية التربية الأساسية - ديالى.

سادساً: تحليل النصوص والبيانات

قام الباحث بتحليل الخطاب الظاهر والعميق لنصوص الخطابات (عينه هذا البحث) واعتمد المنهج النوعي الذي يعتمد على تحليل البيانات غير العددية كما اعتمد الباحث في التحليل الملاحظات الميدانية، وتحليل الخطاب الظاهر والباطن (العميق) لغرض فهم المعاني والآراء التي يمكن استخلاصها من عينة الدراسة.

الفصل الرابع

تحليل العينة والنتائج

العينة الأولى: (السياسة الخارجية لترامب في الشرق الأوسط)

في تقرير لشبكة CNN الاخبارية تم تحليل تصريحات دونالد ترامب تجاه الشرق الأوسط، وسوف يتناول الباحث الفقرات التي تخص العراق وأفغانستان وكما مبين.

1. الحرب ضد تنظيم الدولة الإسلامية "بالرغم من أن ترامب لا يريد إبقاء القوات الأمريكية في العراق الا انه مصر على محاربة الإرهاب فهو يقول "إيران تسيطر الآن على العراق وقد صرفنا تريليونين دولار على العراق وخسرنا الآلاف من الارواح ولدينا جنود جرحى وليس لدينا اي شي، نحن لا نستطيع الا نذهب الى هناك وكل مرة نعطي فيها معدات الى العراق فأن اول ما تطلق رصاصة في الهواء فانهم يفرون".

2. إن رأي ترامب حول الحكومة العراقية سلبى لكنه يمدح القوات الكردية فهو يقول "يجب أن تسلمح الأكراد... لقد أثبتوا بأنهم الأكثر إخلاصاً لنا ولديهم قلوب كبيرة، وهم مقاتلون أشداء وينبغي أن نعمل معهم أكثر".

3. ويرى ترامب أن الانسحاب الكامل من أفغانستان ضروري بسبب قوة طالبان وسيطرتها على الكثير من الاراضي فهو يقول "انه ينبغي أن تصرف الأموال على بلدنا... دعونا تخرج من أفغانستان وان جنودنا يتم قتلهم على أيدي الأفغان الذين ندرهم ونبذر البلايين) هناك... هذا هراء... لنعيد بناء الولايات المتحدة الأمريكية".

وسوف يقوم الباحث تحليل هذا التصريح للرئيس ترامب وفق أداة البحث (طريقة بيدام) وكما يلي

جدول (2)

تحليل المراحل الثلاثة لتصريحات ترامب تجاه العراق وأفغانستان

ت	مأخوذ من النص الأصلي	اتجاه النص مع النصوص الأخرى داخل النص	تحليل التبرير حسب الاتجاهات الأخرى للنص
1	"إيران تسيطر الآن على العراق وقد صرفنا	هذا يؤكد سوء التخطيط	ضعف القوات الأمريكية

تريليونين دولار على العراق وخسرنا الآلاف من الرواح ولدينا جنود جرحى وليس لدينا أي شيء، نحن لا نستطيع إلا نذهب الى هناك وكل مرة نعطي فيها معدات الى العراق فأن أول ما تطلق رصاصة في الهواء فاتهم يفرون".	في عدم وجود خطة بعد احتلال العراق	وضعف الحكومة العراقية جعلت العراق ضعيفاً أمام الدول الإقليمية
2	"يجب أن تسليح الأكراد... لقد أثبتوا بأنهم الأكثر إخلاصاً لنا ولديهم قلوب كبيرة، وهم مقاتلون أشداء وينبغي أن نعمل معهم أكثر".	أمريكا لا تثق بالحكومة العراقية وتعتبر الأكراد حليف قوي.
3	"انه ينبغي أن تصرف الأموال على بلدنا... دعونا تخرج من أفغانستان وان جنودنا يتم قتلهم على أيدي الأفغان الذين ندرهم ونبذر البلايين) هناك... هذا هراء... لنعيد بناء الولايات المتحدة الأمريكية".	الاعتراف بالهزيمة في أفغانستان. أقوى الجيوش. الصمود والمقاومة تحطم

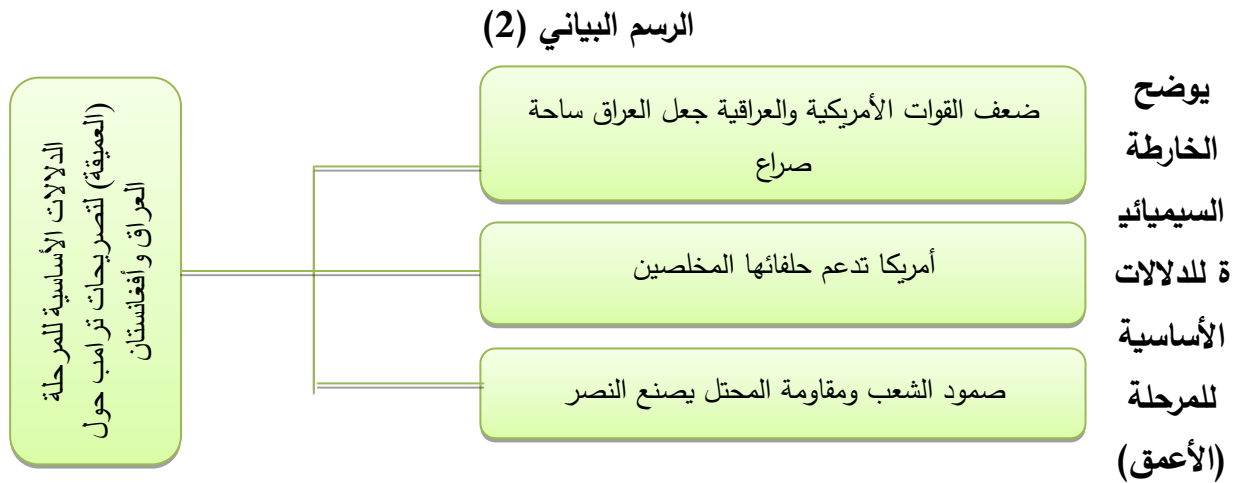
جدول (3)

تحليل المرحلة العميقة لتصريحات الرئيس ترامب تجاه العراق وأفغانستان

الدلالات الأساسية للمرحلة العميقة	تحليل التبرير حسب الاتجاهات الأخرى للنص
الفشل العسكري والسياسي بعد احتلال العراق	عدم وجود خطة واضحة للسيطرة على العراق بعد احتلاله
أمريكا تدعم المخلصين لها	أمريكا لا تثق بالحكومة العراقية وتعتبر الأكراد الحليف الأقوى
المقاومة الشعبية طريق النصر على العدوان	الاعتراف بالهزيمة العسكرية والسياسية في أفغانستان

رسم بياني (1)

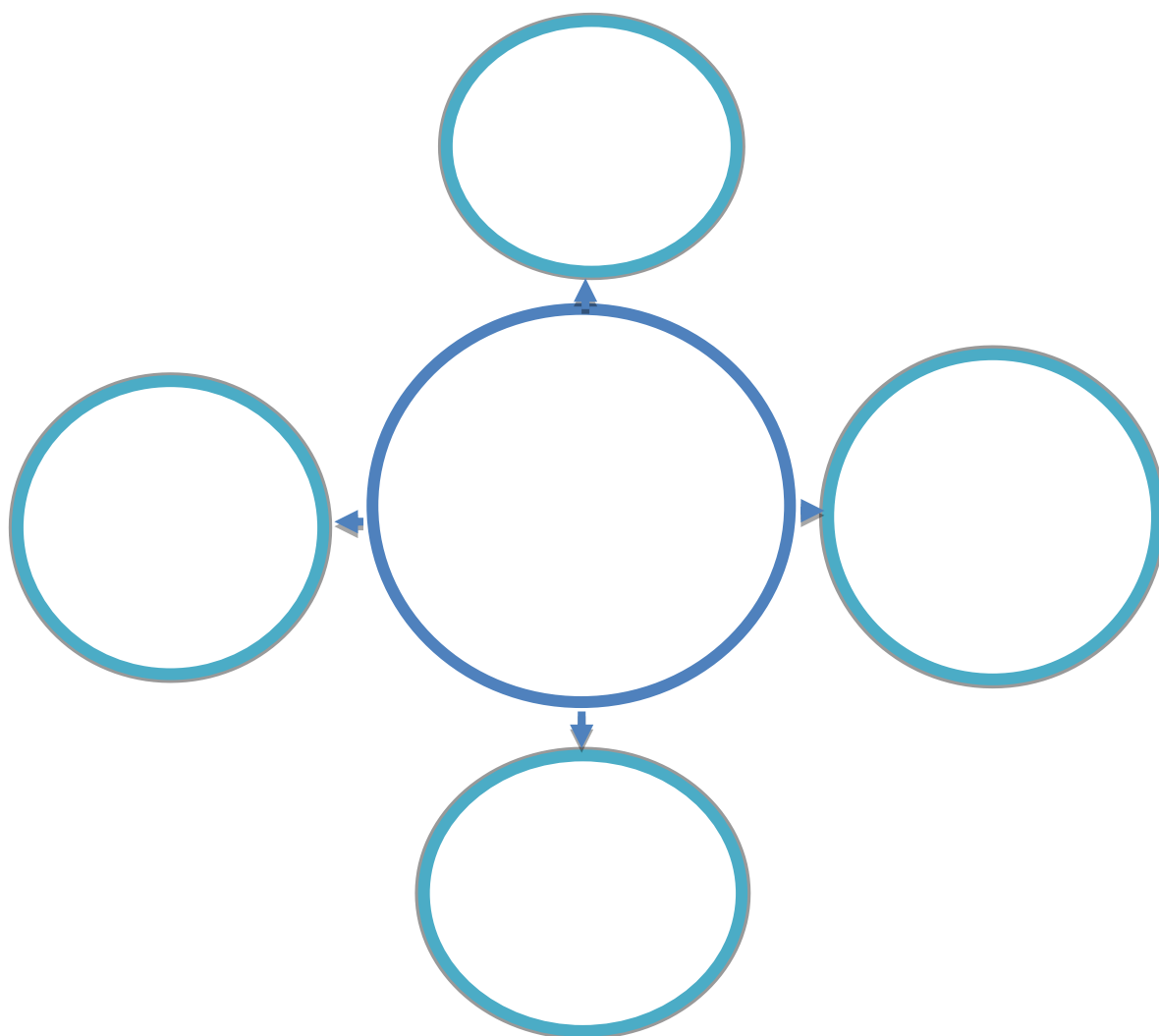
رسم بياني يوضح الدلالات الأساسية للمرحلة (العميقة) لتصريحات ترامب حول العراق وأفغانستان



لتصريحات ترامب تجاه العراق وأفغانستان

وزيرة الخارجية الأمريكية السابقة (كونداليزا رايس) تقر بأن احتلال أفغانستان والعراق لم يكن للديمقراطية.

1. قالت كونداليزا رايس "لم نذهب الى العراق لتحقيق الديمقراطية بل للإطاحة بصدام حسين، الذي كنا نظن انه كان يعيد بناء أسلحة الدمار الشامل، والذي كنا نعرف انه كان يشكل تهديداً في المنطقة".
2. "ولم نذهب الى أفغانستان لتحقيق الديمقراطية، ولكن اطحنا بحركة طالبات لأنها أصبحت تشكل ملاذاً آمناً لتنظيم القاعدة بعد 11 سبتمبر/ أيلول 2001- هجمات نيويورك وواشنطن".



جدول (4)

يوضح تصريحات (رايس) تجاه العراق وأفغانستان

ت	مأخوذ من النص الأصلي	اتجاه النص مع النصوص الأخرى داخل النص	تحليل التبرير حسب الاتجاهات الأخرى للنص
1	قالت رايس "لم نذهب الى العراق لتحقيق الديمقراطية بل للإطاحة بصدام حسين، الذي كنا نظن انه كان يعيد بناء أسلحة الدمار الشامل، والذي كنا نعرف انه كان يشكل تهديداً في المنطقة".	خداع الرأي العام بشعار الديمقراطية	استخدام الكذب في الخطاب الإعلامي الأمريكي
2	"ولم نذهب الى أفغانستان لتحقيق الديمقراطية، ولكن اطحنا بحركة طالبات لأنها أصبحت تشكل ملاذاً آمناً لتنظيم القاعدة بعد 11 سبتمبر/ أيلول 2001- هجمات نيويورك وواشنطن".	عدم الالتزام بالقوانين الدولية.	الأهداف الخفية تدمير الدول المناوئة للسياسة الأمريكية

جدول (5)

يوضح تصريحات (رايس) - تحليل المرحلة العميقة

تحليل التبرير حسب الاتجاهات الأخرى للنص	الدلالات الأساسية للمرحلة العميقة
الكذب والتضليل في الخطاب الإعلامي الأمريكي	خداع الرأي العام داخل وخارج أمريكا
أمريكا لا تلتزم بالمواثيق والقوانين الدولية	اعتماد القوة لتدمير القوى التي تقف ضد السياسة الأمريكية

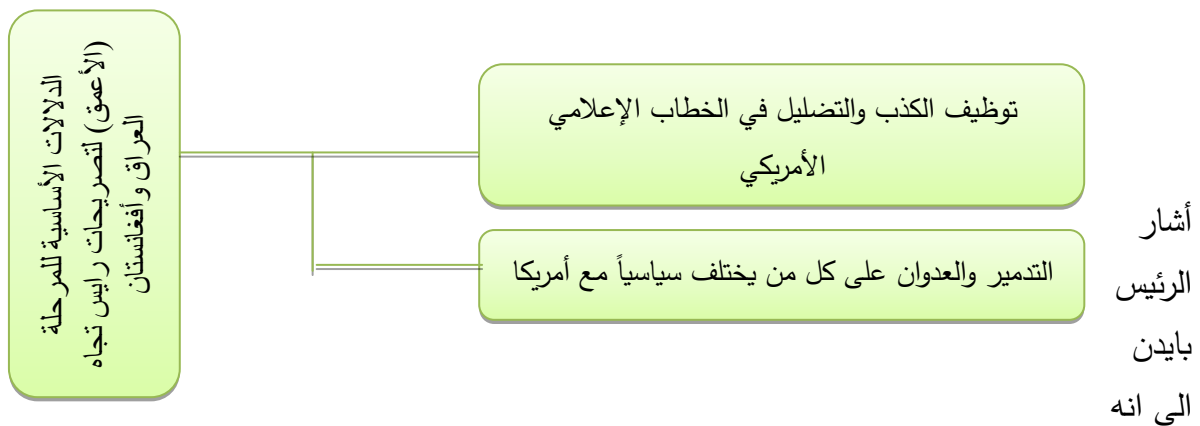
رسم بياني (3)

يوضح الدلالات الأساسية للمرحلة (الأعمق) لتصريحات كونداليزا رايس تجاه العراق وأفغانستان

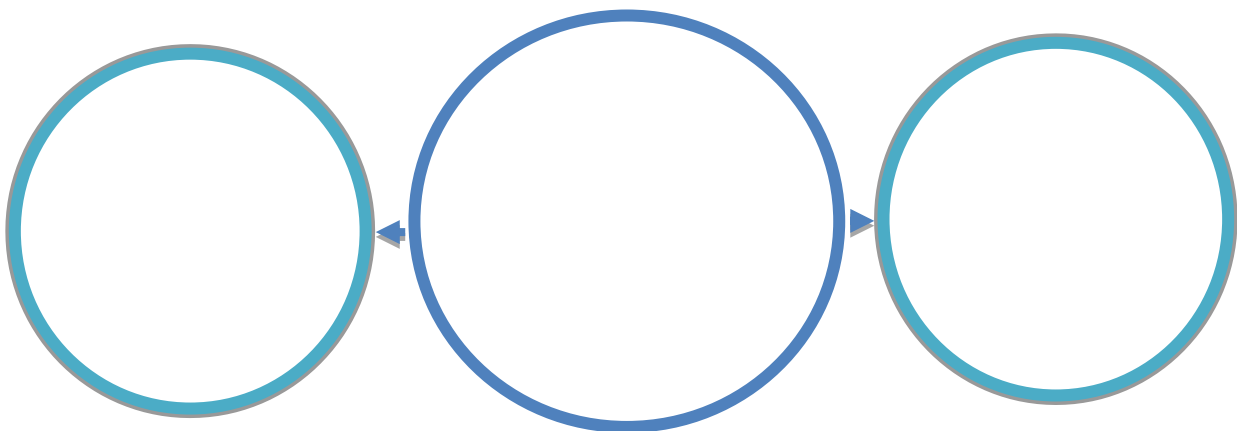
رسم بياني رقم (4)

الخارطة السيميائية للدلالات الأساسية للمرحلة (الأعمق) لتصريحات رايس تجاه العراق وأفغانستان

استراتيجية الولايات المتحدة تجاه العراق في هد بايدن قناة الحرة 11-4-2021



يريد مشاركة الولايات المتحدة في الشرق الأوسط، وإعادة التركيز على أولويات الأمن القومي مثل روسيا والصين. فقد صرح قائلاً "يجب إنهاء الحروب في أفغانستان والشرق الأوسط، التي كلفتنا دماءً وأموالاً لا تقدر بثمن".



1. وأضاف قائلاً "أن هذه الحروب تستنزف فقط قدرتنا على القيادة في قضايا أخرى تتطلب اهتمامنا وتمنعنا من إعادة بناء أدوات القوة الأمريكية الأخرى".

وهو يريد بهذا الى وقف التمدد الروسي والصيني في منطقة الشرق الأوسط.

جدول (6)

يوضح استراتيجية بايدن تجاه العراق تصريح 11-4-2021

ت	مأخوذ من النص الأصلي	اتجاه النص مع النصوص الأخرى داخل النص	تحليل التبرير حسب الاتجاهات الأخرى للنص
1	قال بايدن "يجب إنهاء الحروب في أفغانستان والشرق الأوسط، التي كلفتنا دماءً وأموالاً لا تقدر بثمن".	فشل العدوان الأمريكي أدى الى ظهور قوى مثل روسيا والصين	أمريكا تحاول يائسة من البقاء في المقدمة
2	"ان هذه الحروب تستنزف فقط قدرتنا على القيادة في قضايا أخرى تتطلب اهتمامنا وتمنعنا من إعادة بناء أدوات القوة الأمريكية الأخرى".	الاعتراف بالهزيمة وعدم النهوض بالداخل الأمريكي	الحرب انهكت أمريكا في الداخل والخارج

جدول (7)

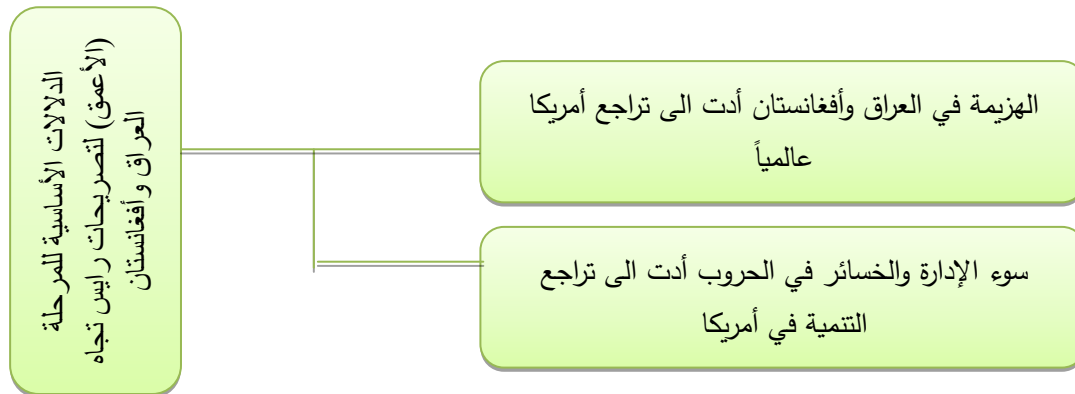
تحليل المرحلة العميقة لاستراتيجية بايدن تجاه العراق

تحليل التبرير حسب الاتجاهات الأخرى للنص	الدلالات الأساسية للمرحلة العميقة
أمريكا تسعى يائسة للبقاء في قيادة العالم	الحروب الفاشلة أدت الى تراجع أمريكا عالمياً
الحرب انهكت أمريكا وتراجع النمو الأمريكي	سوء التخطيط أدى الى تراجع التنمية في أمريكا

رسم بياني (5)

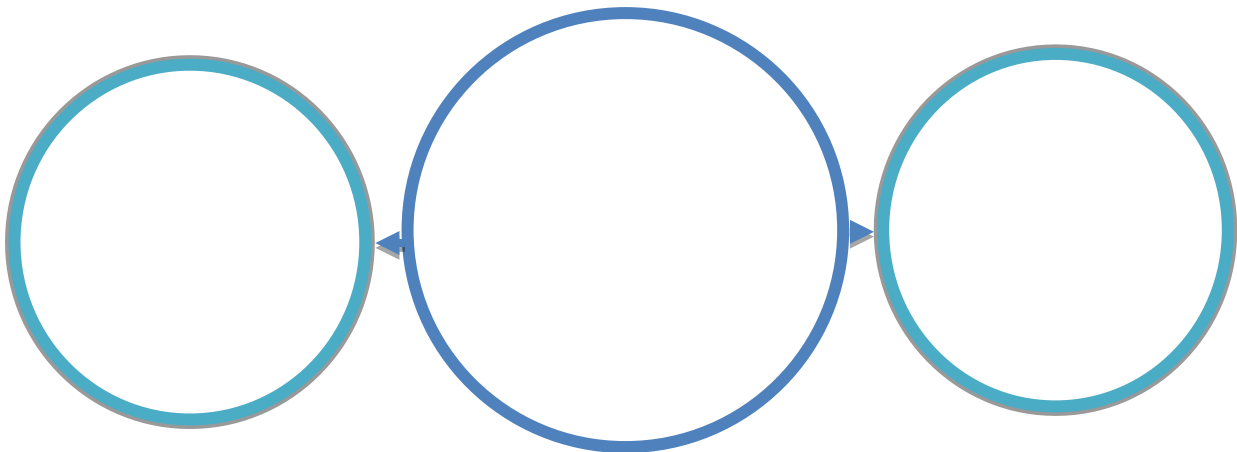
يوضح الدلالات الأساسية للمرحلة (العميقة) لاستراتيجية بايدن تجاه العراق في 11-4-2021

رسم بياني (6)



الخارطة السيميائية للدلالات الأساسية للمرحلة (الأعمق) لاستراتيجية بايدن تجاه العراق

2021-4-11



تقرير لقناة CNN في 12 أغسطس 2021) ما بين العراق وأفغانستان... ما أشبه اليوم بالأمس

1. ركز التقرير على الانسحاب الأمريكي من أفغانستان في عهد الرئيس بايدن، وانسحاب القوات الأمريكية من العراق في عهد أوباما واخذ التقرير مقاطع من تصريحات بايدن التي يبرر فيها الانسحاب حيث

صرح قائلاً "من واقع خبرتي، لدينا نقص في الصبر الاستراتيجي كدولة وكحكومة... ولأسف في المنطقة أصبح أعداؤنا يعتمدون علينا إلا طويلاً في مسارنا".

2. وأضاف بايدن "لم نذهب الى أفغانستان لبناء دولة، ومن حق ومسؤولية الشعب الأفغاني وحده أن يقرر مستقبله وكيف يريد أن يدير بلاده، وقال انه بعد عقدين من الزمن فإن إبقاء القوات منتشرة لفترة أطول قليلاً، لم يكن حلاً، بل وصفه للبقاء هناك الى أجل غير مسمى".

جدول رقم (8)

تحليل المراحل الثلاثة لتقرير CNN عن تصريحات بايدن في 12 أغسطس 2021

ت	مأخوذ من النص الأصلي	اتجاه النص مع النصوص الأخرى داخل النص	تحليل التبرير حسب الاتجاهات الأخرى للنص
1	قال بايدن "من واقع خبرتي، لدينا نقص في الصبر الاستراتيجي كدولة وكحكومة... ولأسف في المنطقة أصبح أعداؤنا يعتمدون علينا إلا طويلاً في مسارنا".	عدم قدرة الجيش الأمريكي على البقاء لفترة طويلة في الحرب	الحروب الطويلة تؤدي الى هزيمة القوات الأمريكية
2	وأضاف قائلاً "لم نذهب الى أفغانستان لبناء دولة، ومن حق ومسؤولية الشعب الأفغاني وحده أن يقرر مستقبله وكيف يريد أن يدير بلاده، وقال انه بعد عقدين من الزمن فإن إبقاء القوات منتشرة لفترة أطول قليلاً، لم يكن حلاً"	تدمير أفغانستان ومطالبة الشعب الأفغاني بإعادة بناء البلد	التوصل من الوعود في بناء دولة حديثة في أفغانستان

جدول (9)

تحليل المرحلة العميقة لاستراتيجية بايدن في الانسحاب من العراق وأفغانستان 12 أغسطس 2021

تحليل التبرير حسب الاتجاهات الأخرى للنص	الدلالات الأساسية للمرحلة العميقة
أمريكا تفشل في الحروب الطويلة	الاعتراف بالهزيمة بصورة غير مباشرة
الخطاب الأمريكي في بناء دولة حديثة في أفغانستان كاذب	بعد العدوان والتدمير مطالبة الشعب الأفغاني في بناء بلدهم

رسم بياني (7)

يوضح الدلالات للمرحلة (العميقة) الأساسية لتصريحات بايدن حول الانسحاب من أفغانستان

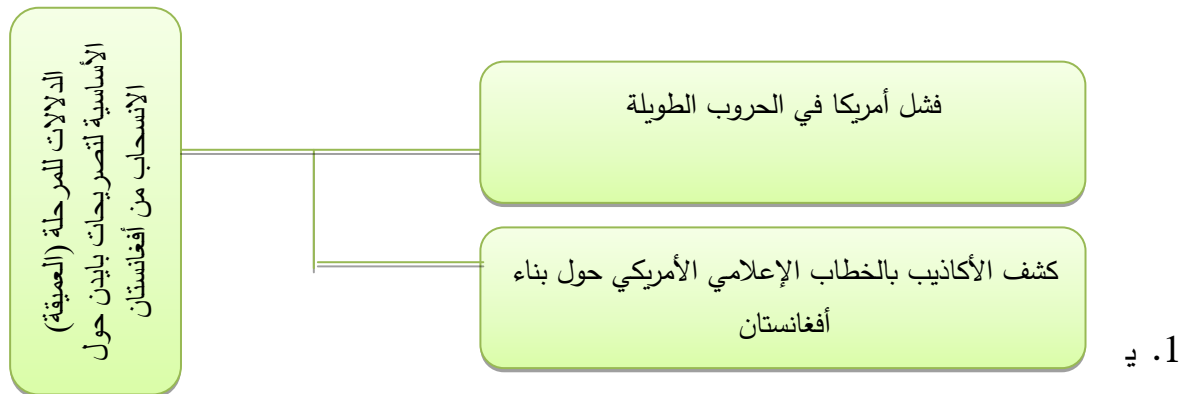
رسم بياني (8)

يوضح الخارطة السيميائية للدلالات الأساسية للمرحلة (الأعمق) لتصريحات بايدن عن الانسحاب من

أفغانستان 12 أغسطس 2021

الاستنتاجات

بعد أن استعرض الباحث نتائج التحليل وفق طريقة (بيدام) للمرحلة العميقة والمرحلة الأعمق توصل الباحث الى عدد من الاستنتاجات أهمها ما يلي:



ضح من خلال تحليل الخطاب الإعلامي الأمريكي في مرحلتي (العميق) و (الأعمق) بأن الدعاية الأمريكية فيها أكاذيب لأن الدول التي تعرضت للعدوان الأمريكي أصبحت فاشلة وذلك لعدم مصداقية الأمريكيان في وعودهم ببناء تلك الدول.

2. أمريكا لا تثق بالسياسيين الذين نصبته في العراق وأفغانستان لأنهم ضعفاء ولا يصمدون أمام الإرهاب.

3. ت

ت

ض

ح

ب

أ

- ن الخطاب الإعلامي الأمريكي في تضليل وأكاذيب خاصة ما يتعلق بقوة الجيش الأمريكي في الحروب لكن الحقيقة انه مني بالهزيمة في الحرب الطويلة في أفغانستان.
4. أمريكا تثق بحلفائها المخلصين من الكيان الصهيوني والأكراد.
5. تراجع أمريكا كجولة عظمى بعد فشلها في الحرب على العراق وأفغانستان.

التوصيات

يوصي الباحث بما يلي:

1. إكساب طلبة قسم الإعلام مهارات تحليل الخطابات وخاصة مرحلتي العميق والأعمق.
2. تنظيم دورات وورش عمل لإكساب الطلبة مهارات إعداد الخطاب المضاد أو المعادي للشعوب من قوى الاستكبار العالمي.

المقترحات

يقترح الباحث ما يلي:

1. إعداد دراسة عن الخطاب الإعلامي الأمريكي تجاه القضية الفلسطينية.
2. إعداد دراسة عن الخطاب الإعلامي العربي تجاه التطبيع مع الكيان الصهيوني.