



ATLANTIS MAGAZINE

مجلة أطلانتس

مجلة علمية محكمة

تصدر بشكل دوري



2026 م | 1447 هـ

المملكة المغربية

06-61-59-39-72

Atlantismagazine21@gmail.com



رقم الصحافة 01 2021 م
رقم الإيداع الجانوبي 2021P0050
رقم التسجيل الدولي للمجلة 2820-7416



مجلة " أطلنتس " الدولية المحكمة

Atlantis, the international peer-reviewed journal

مجلة " أطلنتس " للنشر العلمي مجلة علمية محكمة، تُعنى بالتكامل المعرفي عبر نشر البحوث العلمية المحكمة والأصيلة للباحثين في مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية والقانونية.

"Atlantis" Magazine for Scientific Publishing is a peer-reviewed scientific magazine, concerned with publishing peer-reviewed and original scientific research by researchers in the fields of humanities, social and legal sciences.

بناء على القانون رقم 13-88 المتعلق بالصحافة والنشر، سيما المادة 22 منه

رقم التسجيل: 2563-21-2

Atlantis Magazine is indexed in International Scientific Indexing (ISI).

The Journal has Impact Factor Value of **1.097** based on International Citation Report (ICR) for the year **2023-2024** . The URL for journal on our server is:

<https://isindexing.com/isi/journaldetails.php?id=23277>

<https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM-1456905> -مجلة-أطلنتس-الدولية

المجلة معتمدة من قبل المركز الوطني للبحث العلمي والتقني

Centre National de Recherche Scientifique et Technique

<https://journals.imist.ma/index.php/ATLANTIS>

Arab Impact Factor مننظمة ضمن معامل التأثير العربي

<https://arabimpactfactor.com/journal/%d9%85%d8%ac%d9%84%d8%a9-%d8%a3%d8%b7%d9%84%d9%86%d8%aa%d8%b3/>

DOI digital object identifier مننظمة ضمن معرف الكائن الرقمي

[Home Page](#)

العدد الثاني والخمسون (52) لسنة 1447هـ/2026م

The fifty-second (52) of 2026

April - أبريل





مجلة أطلنتس: مجلة دولية محكمة- المملكة المغربية - العدد الثاني والخمسون- السنة السادسة-2026م/1447هـ
Atlantis Magazine: A peer-reviewed international journal - Kingdom of Morocco
fifty-second issue - The sixth Year - 2026
ISSN: 2820-7416 Press No : 01-2021 ISBN: 2021P0050
<https://journals.imist.ma/index.php/ATLANTIS>
<https://isindexing.com/isi/journaldetails.php?id=23277>
<https://arabimpactfactor.com/journal>



Atlantis Magazine
Refereed scientific journal
Publications Section
In cooperation with

مجلة أطلنتس
مجلة علمية محكمة
قسم الإصدارات
بتعاون مع



المركز المتوسطي للدراسات والأبحاث
Centre méditerranéen d'études et de recherches



مدير المجلة ورئيس التحرير:

Magazine director and editor-in-chief:

د. بلال حميد داوود Dr Bilal Hamid Daoud

- أستاذ محاضر مؤهل -

atlantismagazine21@gmail.com



<https://almoatamar.com/main/magazines/detail/24>
[/https://www.academia.edu/115120170](https://www.academia.edu/115120170)



الطباعة والنشر والتوزيع:

Printing, publishing and distribution:



Imprimerie Lile Tec جزيرة التكنولوجيا

Tél: 0667378326 - Email : lile.tec.as@gmail.com

The address: Bloc 7 N°22 Kamra Nord Rabat

الآراء الواردة في هذا العدد لا تعبر بالضرورة عن توجهات المجلة

The opinions expressed in this issue do not necessarily reflect the directions of the magazine

المُراسلات Correspondences

الهاتف: 00212661593972 the phone

البريد الإلكتروني: atlantismagazine21@gmail.com E-mail 

Atlantis@academy-pub.com

رقم الإيداع القانوني: 2021P0050 Legal deposit number

رقم التسجيل الدولي الموحد: International Standard Registration Number

2820-7416

رقم ملف الصحافة: 2021-01 Press file number

<https://orcid.org/0009-0002-9661-0120>

المملكة المغربية The Kingdom of Morocco

جميع الحقوق محفوظة ALL RIGHTS RESERVED



المجلة مُفهرسة ضمن قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة" www.e-marefa.net

رقم التسجيل: **E 021/23 L23**

<https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM-1456905>-مجلة-أطلنتس-الدولية

مُدرجة في الفهرسة العلمية الدولية (ISI) وتتمتع بقيمة معامل تأثير تبلغ **1.422**

بناءً على تقرير الاستشهاد الدولي (ICR) للعام **2024-2025**.

عنوان URL لمجلة أطلنتس الدولية:

<https://isindexing.com/isi/journaldetails.php?id=23277>

"Atlantis" Journal for Scientific Publication is a peer-reviewed scientific journal issued monthly. It is concerned with publishing original and peer-reviewed scientific research for researchers in the fields of human, social and legal sciences.

المجلة عضو بالاتحاد العالمي للصحفيين والإعلاميين، رقم العضوية: **LIM-IUJ7247**

بتاريخ: **2023/08/15**

GLOBAL UNION OF JOURNALISTS AND PERSONS CIC

WWW.IUJournalists.org

License number **13973502** Nature of business (sic)

Registered address **22 EDWARD ROAD LEICESTER UNITED KINGDOM LE2 1TF**





فهرس العدد الثاني والخمسون (52) لسنة 1447هـ/2026م
Index of Issue fifty-second (52) for the year 2026
المجلد الثاني 02 Volume Two

الصفحة Page	المقالات Articles	الرقم Number
15	أثر العلاقات غير الرسمية في محيط العمل وكيفية معالجتها الباحث: سيف بن محمد العمري- إشراف الدكتور عبد الغني الشاوي	1
26	الحماية الفرنسية بالمغرب بين التبشير كأداة مسيحية تغلغلية، والأوقاف كمؤسسات إسلامية ربحية د. عفاف بنحمزة	2
50	التعرض على مسطرة التحفيظ في ضوء القانون 07-14 كآلية لتحقيق الأمن العقاري الباحثة: حنان بويلول- تحت إشراف الأستاذ: أحمد حفيوي	3
77	المنظومة الصحية الوطنية بالمغرب: وسؤال السيادة الصحية على ضوء القانون الإطار 06.22 الباحث الأمين بابا	4
99	الخطاب الإعلامي والصحافي والعلاقات الدولية (دراسة في التطور والتأثير والتأثر) الباحث جمال مايس- تحت إشراف الدكتور كمال أحشوش	5
118	دور الاتصال المؤسساتي بالمغرب في العصر الرقمي الباحث نوفل الملياني- تحت إشراف: أ. د السهلي بلقاسم	6
146	إنتاجات الذكاء الاصطناعي على ضوء قانون المؤلف د. لحسن إمعلي	7
163	سؤال السببية عند دافيد هيوم: شرحا وتعليقا د. محمد الدوسي	8
181	بحث بيبليوغرافي حول الشيخ محمد المكي الناصري (الجزء 1) الباحث حسن الضعيف- تحت إشراف الدكتورة: فدوى بنكيران	9
203	”مناهج التفسير المعاصرة وسؤال التجديد: قراءة نقدية في التحديات المنهجية والمعرفية“ الدكتور إبراهيم إيمون- الباحث: عبد الحميد الحلوي	10
236	تجاوز ظاهرية الفقه في التجربة الصوفية لأبي حامد الغزالي د.عزيز بيمعاردان	11
251	المنهج السديد في دقائق علم التجويد جمع وتصنيف الشيخ محمد رياض أديب شهاب (رحمه الله): تبويب وترتيب د. بشار بن مصطفى بن زكريا عيتاني	12
294	الانتصار للقرآن الكريم من خلال كتب حوار الأديان (نماذج وقضايا) الباحث محمد البورقادي	13

الخطاب الإعلامي والصحافي والعلاقات الدولية (دراسة في التطور والتأثير والتأثر)

الباحث جمال مايس

باحث في سلك الدكتوراه في التاريخ والتراث الجهوي

بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بني ملال جامعة السلطان مولاي سليمان

تحت إشراف الدكتور كمال أحشوش

ملخص : تتمحور هذه المقالة حول الدور المحوري للإعلام والصحافة في التأثير في العلاقات الدولية أو التأثير بها، حيث تنطلق من تقديم مفاهيم نظرية حول ماهية الإعلام والصحافة والخطاب بشكل عام والخطاب الاعلامي والصحافي على الخصوص، كما تتطرق إلى أنواع الخطاب ووظائفه التي توجه الرأي العام وتؤثر فيه سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي والدولي. فالمقالة تقدم مراحل تطور الخطاب والعلاقات الدولية لاسيما مع بروز الصحافة الصفراء في اواخر القرن 19م، و التي لعبت دورا كبيرا في ميلاد صحافة وإعلام الإثارة وصولا إلى القوة الناعمة التي أصبحت تلعبها القنوات الإعلامية والصحافية الراهنة.

Abstract:

This article focuses on the pivotal role of media and journalism in influencing and being influenced by international relations. It begins by presenting theoretical concepts regarding the nature of media, journalism, and discourse in general, with particular emphasis on media and journalistic discourse. It also examines the various types and functions of discourse that shape and influence public opinion at the local, regional, and international levels.

Furthermore, the article traces the stages of development of both discourse and international relations, especially with the emergence of yellow journalism in the late 19th century, which played a significant role in the rise of sensationalist media. This evolution has ultimately led to the prominence of soft power, which is now exercised by contemporary media and journalistic institutions.

الكلمات المفتاحية: الخطاب، الإعلام، الصحافة، العلاقات الدولية.

مقدمة

تناول العديد من الباحثين موضوع العلاقة بين الإعلام والصحافة والخطاب والعلاقات الدولية وتأثير وتأثر كل واحد منهما بالآخر، و أصبحت الدول في زمننا الحاضر تسعى إلى استبدال استخدامهما للسياسة الرادعة والعسكرية أو ما يمكن أن يصطلح عليه بالقوة الصلبة، بالسياسة البديلة الناعمة التي تعتمد على استراتيجيات مرنة وفعالة على رأسها الإعلام الذي أصبح بديلا للآلة العسكرية، بل يشمل قوة ضغط أكبر منها، وطريقة سهلة للتأثير في الرأي العام وتوجيهه بأقل الخسائر المادية، وبالتالي مساهمته بشكل جوهري في بناء العلاقات الدولية أو هدمها، حيث أصبح الخطاب الإعلامي أحد الأسلحة الأكثر فتكا من الأسلحة العسكرية، فقوة هذا الخطاب ووزن الوسيلة الاعلامية والصحافية التي تصدره ومهنية الاعلاميين والصحافيين الذين يلقونه، يعطي الدولة المستضيفه قوة ناعمة تؤثر في القضايا الوطنية والإقليمية والدولية. وفي هذه الدراسة تناولنا بالدرس والتحليل أهمية الإعلام والصحافة والخطاب والعلاقات الدولية، وانطلقنا من السؤال الإشكالي التالي: "كيف يمكن للخطاب الإعلامي والصحافي أن يؤثر في العلاقات الدولية ويتأثر بها؟".

1- الخطاب الإعلامي والصحافي: المفاهيم والوظائف

1-1 ماهية الإعلام والصحافة

تحدثت العديد من المصادر عن تاريخ الإعلام وظروف نشأته وتطوره، ويظهر انه قديم قدم الزمن، وولد مع الإنسان ورافقه طيلة مراحل التطور البشري، حيث كان هذا الإنسان يبدع في نقل الأخبار والأعمال الخاصة به، والأحداث التي يعيشها يوميا، بمختلف الوسائل المتاحة في عصره، سواء كانت كتابات تصويرية أو مسمارية أو خطية أو نقوش صخرية، وخشبية ومعدنية(...)، "فمنذ ظهور الإنسان على الأرض، سعى دائما إلى تنويع تقنيات التواصل الخاصة به، و تثبتت أفكاره في أنظمة التعبير والدعامات الذاتية المنفصلة عن الجسد واللغة المنطوقة. وهذا الاهتمام يعتبر أصل اختراع العلامات بمختلف أنواعها في كل المجتمعات عبر التاريخ"¹. فالإعلام، حسب المهدي المنجرة، يشمل وسائل متعددة من المعرفة كالصوت والكلمة والنص والصورة والمعلومات والاشارات الالكترونية وكذا الادراك الحسي².

و الصحافة التي هي جزء من هذا الإعلام ووسيلة من وسائله، كانت بدورها ترافق الإنسان منذ القدم، وظهرت في العصور السحيقة باعتبارها ظاهرة اجتماعية قديمة³، فرغم ان مصطلح "صحافة" لم يكن

¹ Sandra zarrouk, Histoire des médias, p 1

² المهدي المنجرة، حوار التواصل من أجل مجتمع معرفي عادل، ص 11

³ علي كنعان، الصحافة مفهومها وأنواعها، ص 8

متواجدا ولم يكن متداولاً في العصور القديمة على مستوى الشكل والوظيفة، لكن مضمونه ومفهومه ودلالاته وآلياته كانت تمارس منذ إدراك الإنسان لتطوره في الأرض ، فمنذ نشأة الانسان وتمكنه من التواصل اللغوي ، تولدت له رغبة لتبليغ أخباره للآخرين وفي نفس الوقت أراد أن يعرف بدوره أخبارهم، وبفعل طبيعته الاجتماعية بحث عن وسائل مختلفة للتعبير عن ما يعيشه يومياً⁴، وبالتالي كانت "الصحافة" أحد أبرز وسائله ؛ وهذه الصحافة القديمة كما سبق وأن أشرنا هي أحد وسائل الإعلام البارزة التي اعتمد عليها الإنسان في نقل أخباره إلى الأجيال اللاحقة. و"إذا كان المقصود من عبارة تاريخ الصحافة هو تاريخ إذاعة الأخبار يوماً بيوم فمن الواضح أن هذا التاريخ يبدأ مع بدء الإنسانية"⁵. حيث بدأت الصحافة تتطور بتطور الإنسان وأخذت لها أشكالاً عديدة على مر الزمن، لتظهر على شكلها الحالي من خلال الجرائد الورقية اليومية والأسبوعية والشهرية، والمواقع الإلكترونية.

1- 2 ماهية الخطاب

الخطاب متغير ومتحرك وفيه يقول ميشيل فوكو أنه إنتاج مراقب و منظم⁶ ، ويهدف إلى تبليغ رسالته وهدفه للجمهور ولا يمكن أن ننفي عنه حمولته الإيديولوجية ووجهة نظر المخاطب المنبثقة من المرجعية والسياقات الاجتماعية والثقافية. فإذا كان النص يرتكز على اللغة بالأساس، فإن الخطاب ينتهي إلى المعرفة ويهدف لبنائها عبر تركيزه على اللغة والمجتمع ، لأنه في الأخير يشكل السياق الذي يبني فيه النص⁷ ويقع جدل في المفاهيم المتعلقة بالخطاب والنص، ورغم أن عدد من الباحثين يرى أن النص اللغوي والخطاب لا فرق بينهما لكونهما يرتبطان بحقل الدراسات اللغوي، إلا أن البعض الآخر يرى بأنهما يختلفان على "مستوى المفاهيم والمناهج والوظائف، فكل ملفوظ ينشمل تحت نظام اللغة وقوانينها فهو نص، وإذا ما خرج ليندرج تحت السياقات الاجتماعية سمي خطاباً"⁸، وهذا الخطاب حسب فوكو، لا بد أن يكون قويا وحقيقيا لكي يحظى بالاحترام والهيبة⁹.

⁴ علي كنعان، الصحافة مفهومها وأنواعها، ص 7

⁵ إميل بوفان، تاريخ الصحافة، ترجمة محمد إسماعيل، ص 9

⁶ ميشيل فوكو، نظام الخطاب، ترجمة محمد سبيلا، عدد الصفحات 81 ، ص 7

⁷ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 92

⁸ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 92

⁹ ميشيل فوكو، نظام الخطاب، ص 4

1- 3 مفهوم الخطاب الإعلامي والصحافي :

جاء تعريف الخطاب في معجم المعاني أنه المحاوره والجدال والكلام والرسالة وينقل قضية أو شكوى أو كلام موجه للجماهير في مناسبة من المناسبات¹⁰ ؛

ويعتبر الخطاب الإعلامي والصحافي جزء أساسي وأحد أبرز أنواع الخطابات التي تستهدف الرأي العام، وتعددت التعريفات التي قدمها عدد من الباحثين حول مفهوم هذا الخطاب، بين من يرى بأنه مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الموجهة للجمهور والرأي العام عن طريق القوالب الإعلامية والأجناس الصحافية الناقلة للخبر والمفسرة له، مثل المقالات والتقارير الإخبارية و التحقيقات والاستطلاعات والافتتاحيات والبرامج التلفزيونية، وكذا وسائل الإعلام المسموعة مثل المواد الإذاعية وغيرها من الخطابات النوعية¹¹؛ وهناك من يرى أن الخطاب الإعلامي ولاسيما الخطاب الصحفي يؤدي وظائف متنوعة وجوهرية و له دلالات اجتماعية وثقافية تختلف من وسيلة إعلامية لأخرى، وتكمن في اللغة المستخدمة والتي تبقى غايتها وهدفها الأسمى التأثير في القارئ¹². ويعرفه آخرون بكونه نسق تفاعلي مركب متشابك يجمع بين اللساني والإيقوني، يجتمع مع خطابات أخرى في العلامات اللغوية الكلامية واللفظية وغير اللغوية وغير اللفظية ، كما يتميز عن باقي الخطابات في عدة مجالات شأنه شأن الخطاب السياسي والدعائي¹³.

1- 4 خصائص الخطاب الإعلامي والصحافي ومميزاتها

بالرغم من كون الخطاب الإعلامي يتشابه مع باقي الخطابات العادية في التشكيل اللغوي ، فإنه يختلف عنها ويكتسي ميزات واضحة تميزه وتعطيه خصوصيته لاسيما فيما يتعلق بمقاصده وأهدافه الإخبارية، التي يهدف من ورائها إلى تثقيف القارئ وتنويره بالمستجدات، وأحيانا يكون هدفه الأول التأثير في الرأي العام والأفراد والمجتمع¹⁴.

فالخطاب الإعلامي يعد من الأدوات الفعالة لتشكيل الرأي العام والتأثير فيه بل وتوجيهه، وذلك عبر خصائصه المتمثلة في الأنوية والاستعجالية و"الإقناع"¹⁵ والتوجيه ، والتفاعلية، والوضوح لفظا ومعنى، والجذب ، و التنوع في المعلومات و الفقرات، والاختصار والتركيز على أهم المعلومات لتبليغها للجمهور،

¹⁰ معجم المعاني على الانترنت

¹¹ عوض عباس الهدي، محمد داود محمد، محمد علي أحمد، "لسانيات النص ومعايير الخطاب الصحافي ، ص 51

¹² جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 92

¹³ عوض عباس الهدي، محمد داود محمد، محمد علي أحمد، "لسانيات النص ومعايير الخطاب الصحافي ، ص 51

¹⁴ عوض عباس الهدي، محمد داود محمد، محمد علي أحمد، "لسانيات النص ومعايير الخطاب الصحافي ، ص 49

¹⁵ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

كما يلعب هذا الخطاب دور الوساطة، حيث يعتبر وسيلة لنقل الأفكار والمفاهيم إلى الآخرين والمخاطبين، عن طريق التدرج الذي يجعل القارئ يحس أن للنص مساراً معيناً وأنه يتجه نحو غاية محددة¹⁶.

1- 5 أنواع الخطاب الإعلامي والصحفي:

الخطاب الاعلامي والصحفي هو رسالة عبارة عن حديث مكتوب أو ملفوظ يحتوي دلالات اجتماعية وثقافية تحملها مكوناته اللغوية، ووجه من مرسل إلى متلق وجمهور قد يكون جمهوراً قارئاً أو مشاهداً أو مستمعاً، حيث يهدف إلى الإقناع والتأثير في هذا الجمهور وتوجيهه¹⁷، ويتنوع الخطاب الإعلامي و الصحفي حسب شكله و مضمونه ووسائله، و ينقسم إلى :

. خطاب مكتوب¹⁸: ونجده في الصحافة المكتوبة الورقية والالكترونية ويعتمد في رسالته على النص المكتوب والأجناس الصحافية¹⁹؛

. خطاب منطوق: يتواجد هذا الخطاب في وسائل الإعلام المرئية والسمعية كالتلفاز والراديو والصحافة الالكترونية التي تعتمد على النشر عبر الفيديو؛

. خطاب مباشر وغير مباشر²⁰: يعتمد الخطاب المباشر على التواصل المباشر مع المتلقي سواء كان جمهوراً أو ضيفاً محاوراً خصوصاً عبر البث المباشر، بينما يركز الخطاب غير المباشر على التواصل مع المتلقي عبر المقالات و الروبورتاجات والبرامج التلفزيونية المسجلة مسبقاً (...):

. ويمكن أن نقدم أنواعاً أخرى من الخطابات الإعلامية كالخطاب الإخباري كالمختصر والتقارير، والمقال الإخباري الذي يتميز بإجابته عن أسئلة ماذا، ومتى، وأين، ومن، كيف ولماذا بشكل مفصل، ويقدم المزيد من المعطيات والشهادات²¹، وأيضا الخطاب الترفيهي كالمسهرات والحفلات، والخطاب الدعائي كالروبورتاجات السياسية أو الإشهارية والإعلانية، والخطاب التحليلي ككتابة المقالات الافتتاحية

¹⁶ عوض عباس الهدي، محمد داود محمد، محمد علي أحمد، "لسانيات النص ومعايير الخطاب الصحافي، ص 49

¹⁷ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

¹⁸ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

¹⁹ الأجناس الصحافية ويطلق عليها الأشكال أو الأنواع وهي قوالب لسك المادة الصحافية وفق ما تتطلبه كل حالة إخبارية أو متصلة بالرأي وهي أشكال تفرض قوانينها الخاصة على الصحفي. كما تمنحه آليات للتعامل مع كل الوضعيات الإخبارية ومتطلباتها التقنية (معلومات من كتاب دليل الصحفي المهني، ص 9 لكتابه عبد الوهاب الرامي أستاذ الإعلام بالمغرب.

²⁰ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

²¹ عبد الوهاب الرامي، دليل الصحفي المهني، ص 51

والتحليلية والتعليق²²، كما أن نميز "بين الخطاب الصريح والخطاب الضمني، وحسب المرجع نميز بين الخطاب العلمي والخطاب الفلسفي والخطاب الديني، وغيرها من الخطابات"²³.

1- 6 لغة الخطاب الإعلامي والصحفي وشروطها:

أ. أنواعها:

يعتمد الخطاب الإعلامي والصحفي على اللغة كأساس للتعبير عن فكرة الرسالة، فهو تشكيل لغوي وله مقاصد إخبارية²⁴، وتتنوع لغات الخطاب الإعلامي حسب الخط التحريري لكل وسيلة إعلام بما فيها الصحافة، فهناك من هذه الوسائل والمنصات الإعلامية من يحدد اللغة العربية الفصحى كآلية للخطاب، بينما تختار وسائل إعلام أخرى استعمال اللغات الأجنبية كالفرنسية، كما نجد هناك خطاب يعتمد على اللغة الأمازيغية أحيانا كقناة الأمازيغية المغربية، أو نشرات الأخبار والروبورتاجات المقدمة بالأمازيغية في التلفزيون والراديو والصحف المكتوبة الورقية والالكترونية. في حين نجد نوع آخر من الخطاب الإعلامي والصحفي يعتمد على اللهجات العامية التي أخذت منها الصحافة مفردات وتراكيب، أحدثت أحيانا تغييرا في نظام الجمل²⁵

ب. شروطها:

من بين أبرز الشروط المطلوب توفرها في لغة الخطاب الإعلامي والصحفي أن تلتزم باحترام قواعد اللغة والتراكيب لكي تكتسب السلامة اللغوية مع إمكانية دمجها لبعض العبارات التعبيرية؛ وأن تتعلق بالمجتمع، وتعبر عن ثقافته وتحترم خصوصيته، بالإضافة إلى محافظتها على مساحات معقولة بين اللغة العادية ولغة الفكر والأدب أو الإبداع²⁶.

1- 7 وظائف الخطاب الإعلامي:

إن ما يميز الخطاب الإعلامي والصحفي على الخصوص، أن له وظائف متنوعة عامة وأخرى خاصة بطبيعة النص الذي يتضمن عدة عناصر كالوصل والربط والإحالة والاستبدال والحذف (...)²⁷. وهذا النص، كما أشار المهدي المنجرة، أحد وسائل المعرفة المكونة للإعلام²⁸. حيث تبقى هذه الوظائف ذات

²² جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

²³ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

²⁴ عوض عباس الهدي، محمد داود محمد، محمد علي أحمد، "لسانيات النص ومعايير الخطاب الصحفي"، ص 51

²⁵ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

²⁶ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

²⁷ عوض عباس الهدي، محمد داود محمد، محمد علي أحمد، "لسانيات النص ومعايير الخطاب الصحفي"، ص 48

²⁸ المهدي المنجرة، حوار التواصل من أجل مجتمع معرفي عادل، ص 11

أهمية كبرى نظرا لارتباطها ارتباطا مباشرا بالجمهور، و تتغير من وسيلة إعلام إلى أخرى ، لكنها على العموم تبقى شمولية ومشاركة في بعضها، ومن بين هذه الوظائف العامة والمشاركة التي يؤديها : وظيفة الإخبار : وتتمثل في تزويد القارئ بمعلومات ومعطيات وأفكار وقضايا مختلفة تتمحور حول أحداث ووقائع حدثت أو يتوقع حدوثها²⁹ في مجالات عديدة (كوارث و حروب وزلازل وسياسة وثقافة وفن وتعليم ودين ورياضة...):

. وظيفة الإقناع³⁰: وهي من بين أبرز الوظائف التي يتميز بها الخطاب الإعلامي حيث يسعى من خلال الخطاب النصي أو اللفظي المرئي والمسموع وغير اللفظي المتمثل في لغة الإشارات، إلى إقناع الجمهور بفحوى الرسالة ويعمل على جمع الرأي العام عليها سواء بالتأييد أو الرفض؛ وهذا ما ينطبق على الصحافة التي تقتضي في أغلب أجناسها نقل الخبر، وحتى التعليق عليه عبر بناء بناء إستراتيجية تأويلية³¹

. وظيفة اجتماعية : يسعى الخطاب الإعلامي إلى تعزيز الروابط الاجتماعية وتمتينها بين مختلف شرائح المجتمع، ويهدف في أغلب رسائله إلى زيادة الوعي والمعرفة بين الجمهور³²؛

. وظيفة ثقافية : لا يمكن أن نقزم دور الخطاب الإعلامي فقط في الأخبار ونقل الأحداث السياسية، ولكن أدواره تتجاوز ذلك إلى كل ما من شأنه أن يعزز الثقافة بكافة أشكالها ويساهم في تكريسها بين سائر فئات الجمهور³³. فالاعلام انفتح على مجالات عدة منها الأدبي والثقافي والتاريخي ، حيث اقتحم عدد من المؤرخين هذا المجال ، ومن بين التجارب المغربية نذكر المؤرخ المصطفى بوعزيز الذي بادر إلى استثمار تجربته في مجلة "لوجورنال"، وشارك أيضا رفقة المؤرخ المعطي منجيب كمستشارين علميين بمجلة "زمان" التي صدرت باللغة الفرنسية سنة 2010³⁴.

. وظيفة التأثير : يهدف الخطاب الإعلامي في اخر المطاف إلى توجيه القارئ والتأثير فيه وتكوين رأي عام نحو قضية معينة³⁵.

²⁹ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

³⁰ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

³¹ عياد أبلال، الصحافة والتاريخ الذاكرة الجماعية من الحس المشترك إلى الثقافة العالمية، ص 60

³² جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

³³ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

³⁴ الطيب بياض، الصحافة والتاريخ، ص 43

³⁵ جمال التميمي، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، ص 93

وإذا كانت للخطاب الإعلامي وظائف عامة تتلخص في التأثير في الرأي العام ، فإن له أيضا وظائف تهم مضمون النص أو الخطاب سواء على المستوى اللغوي أو على المستوى التعبيري للمخاطب المرسل ، ويمكن تلخيصها في ستة وظائف أساسية :

أ - الوظيفة الانفعالية والتعبيرية :

تعبر الوظيفة الانفعالية عن موقف وانفعال المرسل تجاه ما يتحدث عنه سواء كان صادقا أو مخادعا، حيث يستعين فيها الإعلامي والكاتب عموما صيغ التعجب للتعبير عن مواقفه و رسائله الموجهة للرأي العام³⁶؛

ب- الوظيفة الافهامية :

يهدف الخطاب الإعلامي في الوظيفة الإفهامية إلى توجيه رسالة معينة من المرسل إلى المرسل إليه وهو القارئ أو الجمهور من أجل التأثير فيه، لأن الإعلام يصبو إلى تغيير أفكار المجتمعات³⁷، وذلك باستعمال التراكيب اللغوية التي تتجلى في عبارات النداء والأمر والاستفهام والتمني، أو في الأساليب الخبرية والإنشائية عموما³⁸؛

ت. الوظيفة المرجعية :

تعتبر الوظيفة المرجعية أو المسماة "تعيينية" أو "تعريفية" أو "مرجعية" أساسية في الخطاب الإعلامي، فهي التي تحدد العلاقات بين الرسالة التي جاء بها النص أو الخطاب وبين السياق الذي ترجع إليه أو السياق الذي انبثقت منه، لكونها أكثر الوظائف أهمية في العملية التواصلية بين المرسل والمرسل إليه³⁹؛

ج- الوظيفة الانتباهية :

تهدف الوظيفة الانتباهية إلى إطالة أمد العملية التواصلية وتمديدتها أو إنهاؤها وفضها ، وتوظف للتأكد مما إذا كانت دورة الكلام ما زالت قائمة بين المرسل والمرسل إليه، وتراهن على التأكد من استمرارية الانتباه بين الطرفين طيلة العملية التواصلية، وتدخل في هذا الإطار عبارات التحية والسلام و المجاملة والأدب بمخاطبة المخاطب بصيغة الجمع، أو السؤال عن أحواله وصحته، حيث نلمسها في أسئلة الحوارات الصحفية، وتهدف إلى إبقاء الاتصال مستمر بين طرفي الحوار⁴⁰؛

³⁶ هشام صويلح، "وظائف عناصر العملية التواصلية في الخطاب الإعلامي تطبيق على خطاطة رومان جاكسون"، ص 180

³⁷ المهدي المنجرة، حوار التواصل من أجل مجتمع معرفي عادل، ص 11

³⁸ هشام صويلح، "وظائف عناصر العملية التواصلية في الخطاب الإعلامي تطبيق على خطاطة رومان جاكسون"، ص 180

³⁹ هشام صويلح، "وظائف عناصر العملية التواصلية في الخطاب الإعلامي تطبيق على خطاطة رومان جاكسون"، ص 182 و 183

⁴⁰ هشام صويلح، "وظائف عناصر العملية التواصلية في الخطاب الإعلامي تطبيق على خطاطة رومان جاكسون"، ص 183

ح- الوظيفة اللغوية الواصفة :

إذا كان لجميع الحقول المعرفية لغة واصفة بها يمكن أن يتواصل المرسل والمرسل إليه، فإن للخطاب الإعلامي كذلك لغته الواصفة التي تهدف إلى تقديم شروحات وتوضيحات حول بعض المصطلحات والمفاهيم والأفكار التي يطرحها الإعلامي على المرسل إليه، ويقوم أحيانا بتكرارها بلفظ مرادف أو استبدالها بعنصر لغوي آخر⁴¹. لاسيما في الحوارات أو اللقاءات المباشرة، والتي تتطلب التفسير والتبسيط نظرا لتعدد فهمها ومفاهيمها خصوصا حين يتعلق الأمر بمجالات كالطب والاقتصاد والظواهر العلمية الطبيعية⁴²؛ وغالبا ما تستعمل بعض الصيغ الشائعة في الوظيفة الواصفة من طرف الإعلامي مثل أتفهم ما أعني؟ هل كلامي واضح؟، وأيضا من طرف المخاطب (ضيف الحوار مثلا) كسؤال ما الذي تريد قوله؟ ماذا تقصد بهذه العبارة؟ لم أفهم قصدك؟ هل يمكن أن توضح أكثر؟⁴³؛ كما نجد هذه الوظيفة شائعة في الأجناس الصحافية المتنوعة من قبيل أسئلة ضمن النص ما معنى هذا؟ ما هذا الأمر؟ ويعني ذلك أن، في إشارة منهم إلى وهذا يمكن فهمه بأن (...)

خ- الوظيفة الشعرية :

من أجل إضفاء الجمالية اللغوية والراقي الفكري والإبداعي على الخطاب الإعلامي الذي يعد نسقا متشابكا ومتفاعلا بين ما هو لسني وأيقوني⁴⁴. ، يلجأ العديد من الإعلاميين والصحافيين في تقديم برامجهم بكلام موزون يحمل أبياتا شعرية تستحضر القافية التي توازن بين المستوى الإيقاعي (الوزن)، والمستوى التركيبي، مثلا "الأسعار نار.... ومتهم الأمطار"، "الجوع ولا الرجوع"، حيث يبدو جليا توازنا في إيقاع الصوت وتجانسا فيه⁴⁵؛

فهذه العبارات الشعرية تستخدم في الغالب في العناوين الرئيسية للأخبار الخاصة بالصحافة الورقية والالكترونية، أو في عبارات تقديم بعض البرامج التلفزيونية أو الإذاعية خصوصا السياسية كبرنامج "معتز مطر"، أو برنامج "فوق السلطة" للجزيرة (...). حيث من المستحب أن يخرج الإعلامي عن النمط التقليدي للخطاب الإعلامي و يستعمل الوظيفية الشعرية في مقاله أو خطابه حتى لا يتحول هذا الخطاب إلى لغة ميتة وسكونية وغير نشيطة وبدون حيوية⁴⁶؛

⁴¹ عوض عباس الهدي، محمد داود محمد، محمد علي أحمد، "لسانيات النص ومعايير الخطاب الصحفي، ص 50

⁴² هشام صويلح، "وظائف عناصر العملية التواصلية في الخطاب الإعلامي تطبيق على خطاطة رومان جاكبسون"، ص 185

⁴³ هشام صويلح، "وظائف عناصر العملية التواصلية في الخطاب الإعلامي تطبيق على خطاطة رومان جاكبسون"، ص 185

⁴⁴ عوض عباس الهدي، محمد داود محمد، محمد علي أحمد، "لسانيات النص ومعايير الخطاب الصحفي، ص 51

⁴⁵ هشام صويلح، "وظائف عناصر العملية التواصلية في الخطاب الإعلامي تطبيق على خطاطة رومان جاكبسون"، ص 186

⁴⁶ هشام صويلح، "وظائف عناصر العملية التواصلية في الخطاب الإعلامي تطبيق على خطاطة رومان جاكبسون"، ص 187

2- الخطاب الإعلامي والصحافي والعلاقات الدولية

1-2 ماهية العلاقات الدولية

تعددت التعريفات التي قدمها مجموعة من الباحثين حول العلاقات الدولية ، فمنهم من ذهب إلى تعريف العلاقات الدولية بتلك التي تتناول علاقات الدول والشعوب فيما بينها وجوهرها السياسة الدولية التي تكون لها انعكاسات وراء الحدود الإقليمية⁴⁷. ومن الباحثين من اعتبرها ظاهرة اجتماعية وأنها ليست سوى سلسلة من المبادلات المادية والمعنوية التي تتم في إطار اجتماعي معين⁴⁸، بينما هناك من يرى بكون "العلاقات الدولية بمفهومها الواسع هي علاقات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وايدلوجية وعسكرية على مستوى الدول ومجموعات الدول والمنظمات الدولية البين حكومية والمنظمات الغير حكومية والشعوب التي تناضل من أجل الحرية"⁴⁹. ولا بد أن نشير بأن العلاقات الدولية لا يمكن أن نصلها عن السياسات الداخلية للدول أو بمعنى آخر تناولها لعلاقات الدول والمجتمعات فيما بينها⁵⁰، فهي نتاج تجاذبات محلية ووطنية، وعلم العلاقات الدولية يهتم بمشاكل المجتمع الدولي وعلاقته بالمجتمع المحلي ويعمل على تحديد مناطق الخطر، ومواطن الضعف ويشير بالحلول لهذه الإشكالات⁵¹ وأما الأسماء التي توصف بها العلاقات الدولية فهي عديدة منها السياسة الدولية وتركز بالأساس على سياسات الدول على المستوى الدولي. ويطلق أيضا عليها اسم الشؤون الخارجية ومنها اشتقت تسمية وزارة الشؤون الخارجية ببعض الدول، وكذلك تسمى الشؤون الدولية التفاعلية، والشؤون العالمية و الشؤون الدولية، لكن يبقى اسم العلاقات الدولية أكبر دلالة وشمولا لكونه يضم العلاقات وأيضا الدول التي تربطها هذه العلاقات⁵²، أما الوسائل والأدوات التي تستخدمها العلاقات الدولية فنجد سياسة فرق تسد، والتعويضات، والتسلح، والتحالف، والمنطقة العازلة، والتدخل سواء الدفاعي أو الهجومي⁵³.

⁴⁷ علي العقابي، العلاقات الدولية دراسة تحليلية في الأصول والنشأة والتاريخ والنظريات، ص 27 و28

⁴⁸ طارق علي جماز، "العلاقات الدولية"، ص 5

⁴⁹ طارق علي جماز، "العلاقات الدولية"، ص 6

⁵⁰ علي العقابي، العلاقات الدولية دراسة تحليلية في الأصول والنشأة والتاريخ والنظريات، ص 27

⁵¹ طارق علي جماز، "العلاقات الدولية"، ص 6

⁵² طارق علي جماز، "العلاقات الدولية"، ص 5

⁵³ علي العقابي، العلاقات الدولية دراسة تحليلية في الأصول والنشأة والتاريخ والنظريات، ص من 184 إلى 190

2-2 المغرب والإعلام والعلاقات الدولية

أ- قبل الاستعمار :

يقول زين العابدين ان الباحث عن طبيعة علاقات المغرب الخارجية قبل ظهور الصحافة بالمغرب، وخصوصا الصحافة الوطنية خلال الحماية، يجدها قد مرت من ثلاثة مراحل أولها ما قبل الاحتلال الفرنسي للجزائر سنة 1830م ، والثانية ما بين 1830 و1900م ، أما المرحلة الثالثة فمابين 1900 و 1912م⁵⁴. واختلفت هذه "العلاقات المغربية الأوربية في هذه المراحل الثلاث اختلافا كبيرا سواء من حيث طبيعتها (تجارية أم سياسية) أو من حيث وسائلها (ديبلوماسية التكافؤ والمجاملة أو دبلوماسية القوة والضغط) أو من حيث أهدافها (الحصول على امتيازات اقتصادية أو سياسية)⁵⁵. ولهذا، ومن أجل الحصول على هذه الامتيازات لجأت الدول الغربية إلى الاستعانة بالصحافة لتمرير مخططاتها للمغاربة سواء عبر الخطاب الصحفي الدبلوماسي والسياسي أو الخطاب الصحفي العنيف الذي يحمل رسائل التهديد والوعيد. فهذه القوى الخارجية الاستعمارية استعملت الصحافة كسلاح إلى جانب أسلحة أخرى، لتمهد الطريق أمام احتلال المغرب عبر فرض معاهدة الحماية عليه⁵⁶.

فالمغرب من قبل هذه الهجمة الخارجية لم يكن في حاجة إلى الصحافة التي بدأت تغزو العالم والعالم العربي في القرن 19م كأحدث وسيلة إعلام، لكون البنية التقليدية للمجتمع المغربي قبل الاستعمار، كانت تعتمد وسائل تقليدية لنقل أخبار البلاد. كمؤسسة القواد والبراح والمساجد والأسواق والقوافل التجارية، ولم يعرف المغاربة الصحافة ووسائل الإعلام سوى في مراحل متأخرة⁵⁷.

ب- بعد الاستعمار :

مباشرة بعد استعمار المغرب من طرف فرنسا سنة 1912م قررت سلطات الحماية خنق الصحافة المغربية وخصوصا الصحافة اليسارية، حيث يشير المؤرخ جامع بيضا في هذا الصدد، أن الإقامة العامة بالرباط زادت من حظر الصحف اليسارية في البلاد وبلغت 89 حظرا ما بين عامي 1914 و1927⁵⁸. وبرتت قرارها

⁵⁴ زين العابدين الكتاني، الصحافة المغربية نشأتها وتطورها، ص 37

⁵⁵ زين العابدين الكتاني، الصحافة المغربية نشأتها وتطورها، ص 37

⁵⁶ سعيد الحاجي، "تاريخ الصحافة في شمال المغرب"، ص 13

⁵⁷ سعيد الحاجي، "تاريخ الصحافة في شمال المغرب"، ص 13

⁵⁸ Jamaâ Baida, "Le communisme au Maroc pendant la période coloniale

(1912-1956)", p 1

القاضي بالتحكم في الصحف المغربية "بدعوى أنه إذا كانت فائدة الصحافة عظيمة عند الأمم المتعدنة على حد زعم أوجين ماركو - (Eugene Margot) أحد مستشاري الإقامة العامة في ميدان الإعلام - فإنها قد تشكل سلاحا خطيرا بيد الأمم التي ما زالت في بدايات تطورها، وبالخصوص لدى الشعوب العربية والبربرية [الأمازيغية] التي تنفعل بسهولة"⁵⁹.

ولم تظهر الصحافة الوطنية المغربية الحقيقية إلا في أوائل ثلاثينيات القرن الماضي، وذلك لمواجهة الاستعمار ومقاومته، وكانت كتلة العمل الوطني المدرسة الأولى لهذه الصحافة، وذلك لعدة اعتبارات من بينها الظروف السياسية التي كان يعيشها المغرب في ظل الاستعمار، وأيضا بحكم أن الأفراد الذين كانوا يشاركون في تحريرها هم من رواد الحركة الوطنية المغربية⁶⁰ والذين كان هدفهم من وراء الخطاب الإعلامي تحقيق الاستقلال للمغرب والمغاربة.

2-3 تأثير الإعلام في العلاقات الدولية: الصحافة الصفراء وقناة الجزيرة أنموذجان

أ - الصحافة الصفراء ودورها في الحرب الأمريكية الإسبانية

لا يخفى على أحد أن شريحة واسعة اليوم من الجمهور حين تريد التعبير عن تدمرها أحيانا من الصحافة وما يكتب في الجرائد الورقية والالكترونية، توجه هذا النعت الذي أصبح لصيقا بالصحافة وهو "الصحافة الصفراء" كتعبير عن رداءة موادها وأخبارها وأسلوبها وخطها التحريري، لكن الغالبية من العامة لا تعرف أن الصحافة الصفراء ليست مجرد قذح أو توصيف سلبي، بل هي فعلا أحد جذور الصحافة ونوع من أنواعها بدأت في نهاية القرن 19 و بداية القرن 20م في أمريكا، وهي التي أنجبت أنواعا جديدة من الصحافة منها ما عرف بالصحافة المدنية أو الشعبية والصحافة التنموية والصحافة البوليسية أو صحافة حل الألغاز⁶¹.

وهذا النوع من الصحافة لعب دورا مهما في التأثير في العلاقات الدولية ويعتبر من بين النماذج الحية التي تعكس أهمية الاعلام في بناء أو هدم العلاقات بين الدول ، كما فعلت الصحافة الصفراء في اشغال الحرب

⁵⁹ محمد القبلي، تاريخ المغرب تحيين وتركيب، ص 544

⁶⁰ التجاني بولعوالي، الصحافة الأمازيغية المكتوبة في المغرب، ص 53

⁶¹ نبيل راغب، الصحافة الصفراء الجذور والفروع، ص 10

بين أمريكا وإسبانيا عام 1898م⁶². فالصحافة الصفراء ظهرت في أمريكا سنة 1896م من خلال ركن كاريكاتير "الفتى أو الصبي الأصفر" للفنان الأمريكي ريتشارد فيلتون أوتكولت على جريدة نيويورك وورلد new york world ، باسم "زقاق هوجان" ، ولقيت السلسلة اقبالا شعبيا وانتشارا بين القراء و عادت على أصحاب الجريدة بأرباح ضخمة⁶³.

وبعدما مرور السنوات، تراجع اهتمام الجمهور بقصة الفتى الأصفر ، فبدأ أصحاب هذه الجرائد في البحث عن بديل يضمن لهم استمرار مبيعات أعدادهم اليومية وأرباحهم الطائلة، فكانت لهم الحرب الأمريكية الإسبانية حول كوبا مادة صحافية نموذجية وجاهزة لتعويض الفتى الأصفر ، وقابلة لكل أنواع الاستغلال والتوظيف⁶⁴، حيث تمكنت الصحافة الصفراء من تجييش القراء في كوبا عبر التوقعات والاحتمالات والارهاصات الخاصة بالحرب مع إسبانيا ، وكانت الأخبار والقصص التي ترونها حول كوبا لا تصور الحقائق والوقائع كما هي بقدر ما كانت تصورها وفق ما يمكنه إثارة انفعالات القراء بأمريكا على النحو الذي يتمنونه⁶⁵. فبفعل عناوينها الكبيرة وأخبارها المثيرة تسببت في بدء الحرب بين أمريكا وإسبانيا⁶⁶.

ويرى عدد من الباحثين أن الإعلام والصحافة الصفراء على الخصوص شكلت أول حرب إعلامية بين أمريكا وإسبانيا، ساهمت في تحديد مجريات الأمور وتجييش الرأي العام سواء بأمريكا أو إسبانيا أو كوبا ، وذلك للضغط على صانعي القرار في هذه البلدان سواء قبل بداية الحرب أو أثناء نشوبها أو بعد انتهائها⁶⁷.

ب - القوة الإعلامية لقناة الجزيرة وتأثيرها في العلاقات الدولية لقطر

أصبحت الدول في الزمن الراهن تعتمد على سياسة بديلة عن سياسة القوة العسكرية، لفرض هيمنتها ووجودها في المنتظم الدولي، فالقوة تكبدها خسائر فادحة بشرية ومادية، ولعل أبر هذه السياسات ما أصبح يطلق عليه بالسياسة الناعمة أو الدبلوماسية الناعمة التي تركز على عدة مجالات أبرزها الإعلام والصحافة. ومن بين النماذج التي نجحت في استخدام السياسة الناعمة نستحضر نموذج دولة قطر التي

⁶² علي كنعان، الصحافة مفهومها وأنواعها، ص 67

⁶³ نبيل راغب، الصحافة الصفراء الجذور والفروع، ص 10

⁶⁴ نبيل راغب، الصحافة الصفراء الجذور والفروع، ص 20

⁶⁵ نبيل راغب، الصحافة الصفراء الجذور والفروع، ص 21 و 22

⁶⁶ علي كنعان، الصحافة مفهومها وأنواعها، ص 67

⁶⁷ نبيل راغب، الصحافة الصفراء الجذور والفروع، ص 22

عززت نفوذها ليس فقط داخليا ولكن إقليميا ودوليا دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية المتمثلة في القوة العسكرية أو الاقتصادية، فقطر نهجت دبلوماسية ناعمة ناجحة من خلال الوساطات السياسية و المساعدات الإنسانية والاستثمارات الثقافية والرياضية، ولاسيما الإعلام المتمثل في قناة الجزيرة⁶⁸. فالعديد من الباحثين يعتبرون دولة قطر نموذجا في استعمال السياسة الناعمة في الإعلام والصحافة، حيث استطاعت أن تبني علاقات دولية قوية و تفرض ذاتها كدولة مؤثرة في القضايا العالمية وخصوصا القضايا المتعلقة بالشرق الأوسط كالقضية الفلسطينية ورسخت مكانتها كوسيط موثوق، وحققت انجازات سياسية واقتصادية طويلة الأمد⁶⁹. فالدبلوماسية القطرية الناعمة ارتكزت على الاستثمار في الإعلام كأداة فعالة لتحقيق المكاسب الاستراتيجية، فأستت قناة الجزيرة سنة 1996 م، حيث لعبت هذه الشبكة الإخبارية " دورا أساسيا في نشر الأخبار والتحليلات السياسية ما جعلها منصة إعلامية ذات تأثير عالمي"⁷⁰.

وتعتبر قناة الجزيرة أحد الأدوات الرئيسية للقوة الناعمة القطرية، لكونها تعتمد على برامج متنوعة وقوية، تركز على تغطية الأحداث العالمية من خلال تقديمها لتقارير حية ومباشرة وبشكل محترف ومهنية عالية مما جعل خطابها الاعلامي مؤثرا وموجها للرأي العام الإقليمي والعالمي⁷¹، بالرغم من كون الرأي العام له تأثيره هو الآخر ويمكنه أن يبين الحدود التي يمكن أن تدور السياسة داخلها⁷². وإذا كانت الدول الكبرى تستعين بمساحتها الجغرافية الواسعة وباقتصادها القوي وبترساتها العسكرية العتيدة، من أجل فرض النفوذ والهيمنة على المحيط الإقليمي والدولي، فإن قطر بفضل قوتها الناعمة و استثمارها في شبكة الجزيرة استطاعت أن توجه الخطاب السياسي في الشرق الأوسط بشكل فعال، وكانت من بين الجهات التي أثرت في كثير من الأحيان في مسارات المفاوضات حول القضية الفلسطينية، أو القضية السورية واليمنية، بل كانت أحد الأدوات المؤثرة التي ساهمت في تحريك الشعوب العربية خلال " الربيع العربي"، وهذا الدور الإعلامي منحها نفوذا زاد من مكانتها كدولة مؤثرة في تشكيل الأجندات الدولية⁷³.

⁶⁸ عبد الله الهاجري، "الدبلوماسية القطرية الناعمة: إستراتيجيات التأثير في السياسة الدولية"، ص 31

⁶⁹ عبد الله الهاجري، "الدبلوماسية القطرية الناعمة: إستراتيجيات التأثير في السياسة الدولية"، ص 31

⁷⁰ عبد الله الهاجري، "الدبلوماسية القطرية الناعمة: إستراتيجيات التأثير في السياسة الدولية"، ص 32

⁷¹ عبد الله الهاجري، "الدبلوماسية القطرية الناعمة: إستراتيجيات التأثير في السياسة الدولية"، ص 32

⁷² جوزيف فرانكل، العلاقات الدولية، ترجمة غازي عبد الرحمان القصبي، الطبعة الثانية، 1984، ص 50

⁷³ عبد الله الهاجري، "الدبلوماسية القطرية الناعمة: إستراتيجيات التأثير في السياسة الدولية"، ص 40

2 - 4 الخطاب الإعلامي والصحافي والعلاقات الدولية: علاقات التأثير والتأثر

تلعب وسائل الإعلام دورا مهما في التأثير على العلاقات الخارجية للبلدان، سواء بشكل إيجابي أو سلبي، وذلك عبر الخطاب الإعلامي و الصحفي، حيث يمكن لأي مادة إعلامية أو صحفية أن تقلب علاقة دولة مع دولة صديقة وتتسبب في توتر بينهما، لاسيما إذا كانت وسيلة الإعلام الناشرة لها تأثير وقوة وجمهور خارجي، ومقربة من الدوائر الرسمية. فقد يصل هذا التوتر والخلاف إلى حد سحب السفراء أو التقليل من التمثيلية الدبلوماسية، أو حتى قطع العلاقات الدبلوماسية. ومن جهة أخرى، يتأثر الإعلام بدوره بالعلاقات الدولية، حيث يكون مساندا للدولة المحتضنة ومؤيدا لسياستها الخارجية، فإذا كانت علاقة الدولة في تناغم وانسجام وود أو في خلاف وعداوة مع دولة أخرى، فمن الطبيعي أن يتبعها إعلامها في نفس النهج ويتعاطى بشكل إيجابي وداعم أو سلبي ومهاجم لهذه العلاقة، طبعاً هناك استثناءات قد تخالف توجه الدولة سواء في علاقات الصداقة أو العداوة، لاسيما في الإعلام والصحافة المنتمية للقطاع الخاص. فالدول تعي جيدا خطورة بعض المواد الإعلامية والصحافية في ضرب العلاقات الدولية، ولهذا وضعت قوانينا صارمة لحماية هذه العلاقات من خلال سن عقوبات رادعة على كل مساس بالرؤساء والزعماء والسلك الدبلوماسي. وفي هذا الصدد، نقدم نموذج المغرب في التعاطي مع القضايا المرتبطة بنشر مواد إعلامية و صحافية مسيئة، حيث وضعت قوانين في القانون الجنائي وفي قانون الصحافة والنشر 13.88، وسنقدم أهم هذه المواد التي جاءت بها مدونة الصحافة لحماية ليس فقط العلاقات الدولية ولكن لحماية حتى الوضع الداخلي من المنشورات المسيئة والتي تكون لها آثار سلبية على صورة البلد في الخارج. ولهذا فضبط النشر داخليا خصوصا في القضايا الكبرى كالنظام العام، وحرمة الجيوش، من شأنه أن لا يعطي انطبعا سلبيا في الخارج.

أ - حفظ النظام العام الداخلي

جاءت المادة 72 من قانون الصحافة والنشر المغربي لتضبط أي نشر لا يراعي النظام العام الداخلي للمغرب، والملاحظ أن المواد التي تحافظ على النظام الداخلي أو العلاقات الخارجية، تتضمن عقوبات مالية عالية ما بين 20 ألف درهم و500 ألف درهم، والمقصود بها ردع كل منشور يستهتر بمصلحة البلد الفضلى. فقانون الصحافة والنشر المغربي في مادته 72 "يعاقب بغرامة من 20.000 إلى 200.000 درهم كل من قام بسوء نية بنشر أو إذاعة أو نقل خبر زائف أو ادعاءات أو وقائع غير صحيحة أو مستندات مختلقة أو مدلس فيها منسوبة للغير إذا أخلت بالنظام العام أو أثارت الفزع بين الناس، بأية وسيلة من الوسائل ولا سيما بواسطة الخطب أو الصياح أو التهديدات المفوه بها في الأماكن أو الاجتماعات العمومية

و إما بواسطة المكتوبات والمطبوعات المبيعة أو الموزعة أو المعروضة للبيع أو المعروضة في الأماكن أو الاجتماعات العمومية وإما بواسطة الملصقات المعروضة على أنظار العموم و إما بواسطة مختلف وسائل الإعلام السمعية البصرية أو الإلكترونية وأية وسيلة أخرى تستعمل لهذا الغرض دعامة إلكترونية⁷⁴؛ وتقول الفقرة الثانية من نفس المادة "يعاقب على نفس الأفعال بغرامة من 100.000 إلى 500.000 درهم إذا كان للنشر أو الإذاعة أو النقل تأثير على انضباط أو معنوية الجيوش. كما "يعاقب بنفس العقوبة الواردة في الفقرة الثانية على الأفعال التالية المرتكبة بنفس الوسائل الواردة في نفس الفقرة أعلاه :

- التحريض المباشر على ارتكاب الجرائم المتعلقة بالقتل أو الاعتداء على الحرمة الجسدية للإنسان أو الإرهاب أو السرقة أو التخريب

- الإشادة بجرائم الحرب أو الجرائم ضد الإنسانية أو جرائم الإبادة الجماعية أو جرائم الإرهاب

- التحريض المباشر على الكراهية أو التمييز⁷⁵

ب - حفظ العلاقات الدولية : عقوبة المس بكرامة رؤساء الدول الأجنبية والممثلين الدبلوماسيين

جاءت المادة 81 لتحفي العلاقات الخارجية ونصت على أنه "يعاقب بغرامة من 100.000 إلى 200.000 درهم على الإساءة الشخص وكرامة رؤساء الدول ورؤساء الحكومات ووزراء الشؤون الخارجية للدول الأجنبية بواسطة إحدى الوسائل المنصوص عليها في المادة 72 أعلاه"⁷⁶؛

أما المادة 82 فتتص على أنه "يعاقب بغرامة من 50.000 إلى 200.000 درهم على الإساءة لشخص وكرامة الممثلين الدبلوماسيين أو القنصلين الأجانب المعتمدين أو المندوبين لدى جلالة الملك بواسطة إحدى الوسائل المنصوص عليها في المادة 72 أعلاه"⁷⁷. وحسب المادة 99 "تكون الشكاية ضرورية لتحريك المتابعة في حالة القذف أو القذف أو المس. في الصورة وفقاً للمقتضيات التالية ... في حالة الإساءة إلى الكرامة أو السب المقررين في المادتين 81 و 82 المشار إليهما أعلاه، فإن المتابعة تقع إما بطلب من سفارة الدولة الأجنبية أو من رئيس الحكومة المغربية ..."⁷⁸

خاتمة

⁷⁴ المادة 72 من قانون 88.13 المتعلق بالصحافة والنشر بالمغرب، منشور بالجريدة الرسمية تحت عدد 6491 غشت 2016

⁷⁵ المادة 72 من قانون 88.13 المتعلق بالصحافة والنشر بالمغرب، منشور بالجريدة الرسمية تحت عدد 6491 غشت 2016

⁷⁶ المادة 81 من قانون 88.13 المتعلق بالصحافة والنشر بالمغرب، منشور بالجريدة الرسمية تحت عدد 6491 غشت 2016

⁷⁷ المادة 82 من قانون 88.13 المتعلق بالصحافة والنشر بالمغرب، منشور بالجريدة الرسمية تحت عدد 6491 غشت 2016

⁷⁸ المادة 99 من قانون 88.13 المتعلق بالصحافة والنشر بالمغرب، منشور بالجريدة الرسمية تحت عدد 6491 غشت 2016

من خلال ما سبق، نستنتج أن الخطاب الإعلامي يلعب دورا مهما وجوهريا في تطوير العلاقات بين الدول، ويتحول أحيانا إلى أداة فعالة في يد هذه الدول من أجل فرض هيمنتها ووجودها على المستوى الإقليمي والدولي. فالخطاب الإعلامي والعلاقات الدولية يؤثران ويتأثران ببعضهما البعض في حالات التناغم والانسجام أو في حالات الاختلاف والعداوات بين الدول التي أصبحت اليوم تبحث عن تعويض القوة الصلبة المتمثلة في الترسانة العسكرية والاقتصادية، بالقوة الناعمة المتجلية في الإعلام والخطاب الإعلامي الوازن والمؤثر.

وعليه، نرى أنه من اللازم أن نقدم بعض التوصيات التي من شأنها أن ترفع من جودة الخطاب الإعلامي وأن تحسن من التعاطي مع موضوع الإعلام والعلاقات الدولية، وذلك من خلال:

- . دعوة السلطات المغربية للاستثمار في الإعلام كقوة ناعمة فعالة و تأسيس قناة تلفزيونية إخبارية وازنة ومؤثرة بطاقم مهني محترف وبلوجستيك متطور وحديث وبشبكة مراسلين في سائر دول العالم ؛
- . مواكبة ودعم الإعلام الوطني والجهوي ولاسيما في مجال التكوينات المهنية والتقنية والمعرفية؛
- . دعوة وسائل الإعلام والصحافة إلى تعزيز الثقة بينها وبين الجمهور من خلال تجويد خطابها الإعلامي/الصحفي وتخليقه وفق ما يخدم المجتمع المغربي والبلد وللدفاع عن القضايا الكبرى للوطن.

ببليوغرافيا المصادر والمراجع بالعربية :

1. الصفار (محمد)، رحلة الصفار إلى فرنسا 1845، حققها سوزان ميلر/ أمريكا، عربها خالد بن الصغير، الطبعة الأولى، نشر دار السويدي، عدد الصفحات 324
- 2 - القبلي (محمد)، تاريخ المغرب تحيين وتركيب، منشورات المعهد الملكي للبحث في تاريخ المغرب، مطبعة عكاظ الجديدة، الرباط، الطبعة الأولى 2011، عدد الصفحات 843؛
- 3 - الكتاني (زين العابدين)، الصحافة المغربية نشأتها وتطورها، الجزء الأول، نشر وزارة الأنباء، مطبعة فضالة المحمدية، عدد الصفحات 132
- 4 - الرامي (عبد الوهاب)، دليل الصحفي المهني الأجناس الصحافية مفتاح الإعلام المهني، منشورات الإيسيسكو سنة 2011، عدد الصفحات 192؛
5. بوفان (إيميل)، تاريخ الصحافة، ترجمة محمد اسماعيل، مراجعة محمود نجب أبو الليل، نشر وكالة الصحافة العربية، مصر، طبعة 2018، عدد الصفحات 189؛
- 5 - بياض (الطيب)، الصحافة والتاريخ إضاءات تفاعلية مع قضايا الزمن الراهن، نشر دار أبي رقرق للطباعة والنشر، الطبعة الثالثة 2022، عدد الصفحات 183؛
- 6 - العقابي (علي)، العلاقات الدولية دراسة تحليلية في الأصول والنشأة والتاريخ والنظريات، طبعة 2010، عدد الصفحات 280؛
- 7 - (جوزيف) فرانكل، العلاقات الدولية، ترجمة غازي عبد الرحمان القصبي، الطبعة الثانية، 1984، ص 50؛
- 8 - كنعان (علي)، الصحافة مفهوما وانواعها، طبع ونشر دار المعتز، الأردن، الطبعة الأولى 2013، عدد الصفحات 240؛
- 9- راغب (نبيل)، الصحافة الصفراء الجذور والفروع، نشر دار غريب للطباعة والنشر و التوزيع، 2004، عدد الصفحات 475
- 10 - مروة (أديب)، الصحافة العربية نشأتها وتطورها، نشر دار مكتبة الحياة، بيروت، عدد الصفحات 494؛
- 11 - المنجرة (المهدي)، حوار التواصل من أجل مجتمع معرفي عدل، الطبعة 15، 2025، مطبعة النجاح الجديدة، الرباط، عدد الصفحات 180
- 12 - فوكو (ميشيل)، نظام الخطاب، ترجمة محمد سيلا، عدد الصفحات 81

● المجالات والمقالات والملتقيات العلمية :

13 - الحاجي (سعيد)، "تاريخ الصحافة في شمال المغرب: قراءة في القوانين المنظمة للصحافة في الحقبة الاستعمارية"، مركز تكامل الأبحاث والدراسات، عدد الصفحات 19، مقالة منشورة على موقع المجلة

: www.takamoul.org

14 - الهاجري (عبد الله مشعل علي)، "الدبلوماسية القطرية الناعمة: إستراتيجيات

التأثير في السياسة الدولية"، مجلة قراءات علمية في الأبحاث والدراسات، العدد 41، 2025، عدد الصفحات 11؛

15 . الهدي (عوض عباس)، محمد داود محمد، محمد علي أحمد، "لسانيات النص ومعايير الخطاب الصحافي دراسة تطبيقية على الصحافة الإماراتية"، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 16 ، سنة 2017 ، صفحات من 47 إلى 56؛

16 . التميمي (جمال)، "التحليل اللغوي في الخطاب الصحفي"، أمارياك - مجلة الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد 10، عدد 32، سنة 2019، الصفحات من 87 إلى 108؛

17 - بولعوالي (التجاني)، "الصحافة الأمازيغية المكتوبة في المغرب بين النشأة والتطور"، منشورات المعهد الملكي للثقافة الأمازيغية، مطبعة المعاريف الجديدة، الرباط، سلسلة دراسات رقم 48؛

18 . جماز (طارق علي جماز)، "العلاقات الدولية"، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، عدد الصفحات 103؛

19 . عياد أبلال، "الصحافة والتاريخ الذاكرة الجماعية من الحس المشترك إلى الثقافة العالمية"، مجلة مدارات تاريخية، المجلد الأول، العدد الثاني، يونيو 2019، عدد الصفحات 23؛

20 . صويلح (هشام)، "وظائف عناصر العملية التواصلية في الخطاب الإعلامي تطبيق على خطاطة رومان جاكبسون"، مجلة الآداب واللغات والعلوم الإنسانية، العدد 5 ، صفحات من 177 إلى 191.

● المصادر والمراجع و المقالات بالفرنسية:

21- Baida (Jamaâ), "Le communisme au Maroc pendant la période coloniale (1912-1956)",

Association Marocaine pour La Recherche Historique, article publié dans le site

<http://www.amrh.ma> > baid ;

22- Zarrouk (Sandra), « Histoire des médias », Academia.edu, publié mars 2012 nombre p

91 ;