

العنوان في الإعلام الإلكتروني الكردي: دراسة الأخبار السياسية في موقع Kurdistan24 الإلكتروني

هاوزين عمر محمد

قسم العلاقات الدولية والدبلوماسية، كلية القانون و العلاقات الدولية، جامعة جيهان اربيل، كردستان، العراق

المستخلص

العنوان أهم جزء من أجزاء النص، فهو العتبة أو المدخل الذي نولج منه إلى عالم النص. وهو العنصر البنائي الرئيس في النص، أيًا كان نوعه. في النصوص الإعلامية، يقوم العنوان بجملة من وظائف بعضها مرتبطة بالناحية الترويجية، وبطبيعة هذه النصوص وبنيتها، وبعضها الآخر بوظيفة الإعلام كعملية اتصالية. بمعنى آخر فإن وظيفة العنوان في حقل الإعلام متولدة من مهام الإعلام ومسؤوليته الجديدة في المجتمع، وهي وظيفة إن قربت في اطرافها العام من الوظائف العامة للعنوان، فإتبا تختلف قليلاً عن وظائف العنوان في النصوص الأدبية، ومرد ذلك إلى الاختلاف البين بين كلا النصين، بنية ومضمونا. ويتصدى هذا البحث الموسوم (العنوان في الإعلام الإلكتروني الكردي، دراسة الأخبار السياسية في موقع Kurdistan24) نموذجاً (لهذا الموضوع من الناحية الأسلوبية، والإعلامية من خلال الوقوف عند البنى الصغرى للعناوين وتحليلها، ومن ثم تشخيص أنواع العناوين الخبرية، باستخدام منهج تحليل الخطاب لعينة مكونة من (86) عنواناً خبرياً، نُشرت في موقع (Kurdistan 24) الإلكتروني، في فترة زمنية، مدتها شهر واحد. فظهر أنّ الأخبار السياسية اتسمت بالتنوع الدلالي والأسلوبي، وأنّ فنتي العنوان الطويل والاسمي سجلنا أكبر تكرارات، ولم يستغل منتج الأخبار الاستخدامات الصرفية الكثيرة لجهة قصر العناوين وإيجازها، وأنّ طول العناوين أثر سلباً في أنّ تقوم العناوين بوظائفها الإعلامية، وأنّ منتج الخطابات سخر اللغة وأساليبها لتحقيق أهداف إيديولوجية وسياسية.

الكلمات المفتاحية: العناوين الإعلامية، البنى الصغرى، تحليل الخطاب، التنوع الدلالي والأسلوبي، تسخير اللغة.

1. المقدمة

الإلكتروني العربية أمودجاً، من خلال تحديد أنواع العناوين الخبرية، ودراسة البنى الصغرى المشكلة لها، وفك شفرات هذه العناوين باعتبارها عناصر بنائية تؤطر رؤوس خطابات إعلامية موجهة إلى المتلقي العربي عن طريق وسيلة إعلامية دولية سياسية. ويتكون هذا البحث (العنوان في الإعلام الإلكتروني الكردي، دراسة الأخبار السياسية في موقع Kurdistan 24) نموذجاً من مقدمة، ومطلبين، وخاتمة. مطلبه الأول تناول منهجية البحث، مع تعريف بالعنوان والخبر السياسي والإعلام السياسي، وموقع كل واحدة من هذه الفئات في الإعلام الكردي. أما الثاني فقد تصدى لعناوين الأخبار السياسية في موقع كردستان 24 الناطق بالعربية، مع تعريف بمؤسسة كردستان 24 الإخبارية، وموقع كردستان 24 العربي التابع لهذه المؤسسة.

1.1 موضوع البحث

للعنوان أهمية كبيرة في تشكيل البناء العام للنصوص، أيًا كان نوعها، سواء أكان نصاً أدبياً أو إعلامياً أو علمياً بحتاً، فهو ضرورة ومطلب لا يمكن لمنهج النص الاستغناء عنه. وفي العمل الإعلامي لا سيما الإعلام الجديد يحتل العنوان مكانة بيّنة في تشكيل النصوص باعتباره الباب المباشر لإعلام القارئ وجذبه لقراءة النص. وفي جنس الخبر الذي يشكل العمود الفقري للإعلام، يمثل العنوان في أحيان كثيرة الخبر كله أو يختصر نصف الخبر في رحمه.

يلعب الخبر ولا سيما الخبر السياسي الذي يُنشر في الإعلام الإلكتروني، دوراً مهماً في رفد الجمهور بالمعلومات والمعارف، وفي تغيير قيم واتجاهات سائدة عنده، وزرع اتجاهات جديدة مكانها، ويعد العنوان الوحدة البنائية الأكثر حيوية في تحقيق هذه من خلال مجموعة من أساليب صرفية وتركيبية وإعلامية، التي تحمل في طياتها بعض الأحيان دلالات سياسية ومفاهيمية وإيديولوجية، لم تُستخدم هذه الأساليب اعتباراً، وإنما لتحقيق أهداف وغايات بشكل مبطن. من هنا، تدرس هذه الدراسة اللغوية- الإعلامية، التي تنتمي إلى الدراسات التحليلية والتي تهتم بتحديد الظواهر وتحليلها، تدرس العنوان في الإعلام الإلكتروني الكردي، عناوين أخبار موقع كردستان 24

مجلة جامعة جيهان- اربيل للعلوم الانسانية والاجتماعية
المجلد 6، العدد 2 (2022).

أُستلم البحث في 19 آذار 2022؛ قُبِل في 9 حزيران 2022
ورقة بحث منظملة: نُشرت في 10 تموز 2022

البريد الإلكتروني للمؤلف: hawzhin.omer@cihanuniversity.edu.iq

حقوق الطبع والنشر © 2022 هاوزين عمر محمد. هذه مقالة الوصول اليها مفتوح موزعة تحت رخصة المشاع الإبداعي النسبية - CC BY-NC-ND 4.0

3. دراسته للنتائج الإعلامي وفق منهج تحليل الخطاب.
4. الاهتمام بكشف جزء من الدور الذي تضطلع به الأخبار السياسية في مجال الإعلام السياسي.
5. وتكمن أهمية هذا البحث أيضاً كونه يتصدى لموضوع لغوي-إعلامي، حيث يجمع الأثرين، اللغوي والإعلامي في دراسة واحدة، للوصول إلى استنتاجات علمية محددة.
6. كما أنّ أهميته يتحدد في توفير مادة علمية للباحثين والإعلاميين، تكشف لهم كيفية تشكيل العناوين الخبرية من النواحي اللغوية والإعلامية، ومدى تسخير اللغة المستخدمة لغايات سياسية في الإعلام الإلكتروني الكردي الناطق بالعربية.

1.4 أهداف البحث

يروم البحث تحقيق الأهداف الآتية:

1. تحديد أنواع العناوين المؤطرة للأخبار السياسية في موقع Kurdistan 24 الإلكتروني. كشف الأساليب اللغوية والإعلامية المشكّلة لعناوين الأخبار السياسية في الموقع الإلكتروني المذكور.
2. تحدد نوعية البنية الصرفية والتركيبية المكوّنة للعناوين الخبرية.
3. إظهار مدى تطويع اللغة المستخدمة في تشكيل وحدة العنوان لغايات سياسية وإيديولوجية، بشكل تجسد أهداف ورؤى القائم بعملية الاتصال في مؤسسة Kurdistan 24 الإعلامية.

1.5 تساؤلات البحث

يسعى البحث إلى تقديم إجابات علمية عن التساؤلات الآتية:

1. ما هي نوعية عنوانات الأخبار السياسية في موقع (Kurdistan 24)؟
2. ماهي الأساليب اللغوية والإعلامية المستخدمة في تشكيل عناوين الأخبار؟
3. ما مدى تطويع اللغة لغايات سياسية وإيديولوجية؟
4. ما هو الدور الذي يضطلع به الخبر في الإعلام السياسي؟
5. ما هي نوعية البنية الصرفية والتركيبية المكوّنة لعناوين الخطابات؟
6. ما هو موقع جنس الخبر الصحفي، ولا سيما الخبر السياسي في الإعلام الإلكتروني والسياسي الكرديين؟

1.6 الإجراءات المنهجية

منهج البحث: وفقاً لطبيعة موضوع البحث، فإنّ منهج (تحليل الخطاب) من حيث كونه مهنياً بالبنّي الصغرى والكبرى المكوّنة للخطابات، واهتمامه بالآثار التفسيرية للغة، للتعرف على ما وراءه من افتراضات أو ميول فكرية أو مفاهيمية، هو الأقرب لتحقيق أهداف هذا البحث وتقديم إجابات علمية على تساؤلاته. كما يستخدم الباحث المنهج الإحصائي لعدّ تكرارات ظاهرة ما في الأنماط الخبرية. ودرس البحث بنية العناوين الخبرية من حيث مستويات البنية الرئيسة التي تُسمى بالبنّي النصية، فيقوم البحث بدراسة الخطابات على أساسها، وركز بشكل أساس على البنّي الصغرى، أي البنية الصرفية والتركيبية المشكّلة للعناوين.

ويُعدّ الإعلام الجديد، الذي يشكل المواقع الإلكترونية وخاصة المواقع الإعلامية السياسية الجزء الأكبر منه، واحداً من سمات عصرنا الراهن، فهو ثمرة من ثمار التقدم التكنولوجي والمعلوماتي الذي تسارع خطاه مع بداية الألفية الثالثة. وقد سهل ظهور هذا النوع من الإعلام، عملية الاتصال والعلاقات على المستوى المحلي والدولي، وأصبح بيد القائم بعملية الاتصال، وسيلة اتصالية-إعلامية، أكثر سرعة، وأقل كلفة، وأكبر تفاعلاً من الإعلام القديم.

وقد ساعدت هذه العملية في تسارع خطى الإعلام السياسي وتطوره، وبدأ القائمون على عمل الإعلام السياسي بتوظيف التطورات الاتصالية الحاصلة في صناعة المنتجات الإعلامية السياسية، وأصبحوا يهتمون أيضاً بكيفية استغلال هذه الوسائل والتطورات في العملية السياسية، من خلال نقل وتحليل النشاطات والأحداث السياسية، واتاحة المجال أمام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات والبيانات، وتلقي ردود أفعال الجمهور تجاه سياساتهم وقراراتهم ومواقفهم، فضلاً عن اعتماد الجمهور أو المتلقي العادي عليها في تكوين اتجاهه واعتقاده ومواقفه المختلفة إزاء الأحداث والسياسات التي تقع داخل البيئة المحيطة به.

إذاً، إنّ توظيف الإعلام السياسي الكردي للخبر والإعلام الإلكتروني باتجاه إنتاج نصوص إعلامية باللغة العربية للناطقين بها وللعالم العربي، تشكل خطوة كبيرة نحو ترسيخ وظائفه سياسياً، وعلى رأسها التوجيه وتكوين الاتجاهات، وذلك من خلال تسخير عناوين هذه الأخبار والأساليب المستخدمة في تشكيلها، خدمة لغايات سياسية وإيديولوجية مبطنة.

1.2 مشكلة البحث

تتجسد مشكلة هذا البحث في تحديد نوعية العناوين السياسية التي تأطرت رؤوس النصوص الخبرية في موقع Kurdistan 24 الإلكتروني الناطق بالعربية، والأساليب المكوّنة في تشكيلها، وما تبطنها هذه الاستخدامات من النواحي الأسلوبية والإعلامية من معانٍ ودلالات. وما يزيد هذه الاشكالية تعقيداً هو مدى ملائمة الاستخدامات الأسلوبية والإعلامية المشكّلة للعناوين مع الوسيلة المستخدمة (الموقع الإلكتروني) والجمهور المستهدف (المتلقي العربي) وأهداف العملية الإعلامية، كون هذه الأخبار خطابات إعلامية دولية سياسية، تصدرها مؤسسة إعلامية كردية غير حكومية، تعبر الحدود الداخلي، وتكوّن صورة معينة عند المتلقي العربي عن الواقع السياسي في إقليم كردستان العراق.

1.3 أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في:

1. دراسته لخطابات إعلامية ذات مضامين عربية، فالكثرة الكثرة من الدراسات السابقة ركزت على الخطابات الإعلامية المنتجة باللغة الكردية، وأهملت ما أنتجت بلغة الضاد.
2. يكشف جزءاً من المنافسة الدائرة بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الإعلام الكردي، لجهة دخول النوع الأخير على خط نشر الأخبار والمقالات أولاً بأول، عبر باقة من المواقع الإلكترونية التي تُنتج رسائل إعلامية موجهة إلى المتلقي العربي، وتحمل سمات الإعلام السياسي والدولي.

الأساسي وراء إقبال القارئ على متابعة قراءة خبر ما، أو تراجعه، ليس فقط عن قراءة الخبر وتحوله إلى خبر آخر، بل التحول عن قراءة الجريدة كلها، سواء كانت مطبوعة أو إلكترونية، إلى أخرى عناوينها أكثر جاذبية وتشويقاً.

إذاً أن العنوان الجذاب هو مفتاح نجاح أي عمل إعلامي، لذلك يجب الاهتمام بالعنوان وبذل أكبر جهد ممكن للوصول به إلى المستوى الذي يشد القارئ. وتنبع أهميته أيضاً من حقيقة أن المتلقي المعاصر، بشكل عام، أصبح يفتقد، بسبب مشاغله وسرعة وتيرة الحياة اليومية، الصبر المطلوب لقضاء وقت أطول في القراءة المتأنية، ولذلك فهو يعتمد اعتماداً شديداً على العنوان المنشور أمامه لتقرير ما إذا كانت المادة تستحق القراءة أم لا. وانطلاقاً من هذه الحقيقة، فإن شريحة كبيرة من القراء تكتفي بقراءة العناوين، إلا إذا كان العنوان جذاباً ومصاغاً بشكل جيد، يوحي بأهمية ما تتضمنه المادة المنشورة من تفاصيل .

من هنا كان لا بد من الاهتمام الشديد بصياغة العنوان، بحيث يقدم المعلومة بأسلوب شيق يتسم بالرشاقة، والجاذبية، لكن دون إسفاف، أو تضخيم لشيء غير موجود أصلاً في المادة المنشورة.

لذا فإن صياغة العنوان يتطلب مهارات عديدة منها: فهم دقيق للقصة الخبرية، وحبصية وافرة ودقيقة من المفردات اللغوية، وإحساس نحوي بتركيب الجمل، وحرفية تجنب الغموض، وممارسة عملية ومواكبة لمستجدات الممارسة والتنظير في مجال وحدات الخبر الصحفي (هستر، 1998). ومن الضروري أن يناسب المقدمة، لكن دون أن يكرر ما جاء فيها، وإنما يستوحي فقط معناه من محتوياتها، لذلك فإنه غالباً ما يحتوي على (الكولم ف، 1998، أبو زيد، ل.ت، و شلي، ل.ت):

1. أكثر الأحداث إثارة في الخبر.
2. أهم حقيقة في الخبر.
3. أهم عنصر يتضمنه الخبر مثل عناصر الشهرة أو القرب من الجمهور، وغير ذلك من العناصر.

وللعنوان في العمل الإعلامي وظائف عدة، هذه الوظائف متأينة من طبيعة العمل الإعلامي ومسؤوليتها تجاه الفرد والمجتمع، ومن وظائفه الرئيسية: (هستر، ل.ت):

1. تلخيص النص، ومساعدة القارئ على معرفة محتوياته.
2. جذب انتباه القارئ.
3. تشخيص أساليب أسلوب الصحف والكتاب.
4. إغراء القارئ من خلال العناوين في إثارة فضول القارئ لديه.
5. حث المتلقي على شراء الصحيفة أو متابعة الوسيلة الإعلامية وحثه على تصفح بقية الموضوعات الصحفية في المطبوع أو الموقع الإعلامي، وهي الوظيفة التجارية أو الترويجية للعنوان.

وللعنوان أنواع عدة، حدّد خبراء الإعلام مجموعة منها، وشخص الباحث مجموعة عناوين إعلامية أخرى من حيث البنية الدلالية والتركيبية، لخصها في (ربيع، 2005، النجمي، 2007، يوسف، 2013، و موريكان، 2011)

العنوان الإسمي، العنوان الفعلي، العنوان المتناسق، العنوان المصدر، العنوان الدائري، العنوان الإيجائي، العنوان الوصفي، العنوان الإنشائي، العنوان التشويقي، العنوان الساخر، العنوان التأكيدي، العنوان المقارن، العنوان التفضيلي، العنوان الطويل، العنوان القصير، العنوان المصدر، العنوان الخطابي، العنوان الموضوعاتي، العنوان

عينة البحث: عينة البحث هي عناوين الأخبار السياسية المنشورة في موقع (Kurdistan 24) الإلكتروني الناطق باللغة العربية. واستخدم البحث في اختيار عينة الدراسة، أسلوب الحصر الشامل للأخبار التي نُشرت في الموقع لشهر واحد من عام 2018، وهو شهر (كانون الثاني)، حيث شمل 12 يوماً، و (86) خبراً صحفياً. واعتمد البحث الآلية المنظمة في اختيار العينات، حيث تم اختيار الأخبار المنشورة في اليوم الأول والثالث والخامس في الأسابيع الأربعة ضمن الشهر المذكور.

2. العنوان في حقل الإعلام

2.1 العنوان

على الرغم أن العنوان نص مختصر فإنه يلعب دوراً هاماً وحاسماً في الأعمال الكتابية، فهو جزء لا يتجزأ من عملية الابداع، كما يلعب دوراً مركزياً في عملية إنتاج القارئ لمعنى العمل ودلالته، ويقوم بوظائف متنوعة ومتعددة. فهو جزء أصيل من المبنى الإستراتيجي للنص، أي أن نوع هذا النص.

إذاً العنوان هو مدخل النص و واجهته، ورد اسمه في المعاجم العربية ضمن مادة (ع ن ن)، " عن الشيء - يعن، عنا وعننا وعنونا عنا ظهر أمامك، واعترض...وعن الكتاب وعنوته وعنونه وعناه: كتب عنوانه" (الزاوي، ل.ت، ص132).

وجاء في لسان العرب "عنت الكتاب وأعنته لكذا أي عرضته له، قال اللحياني عنت الكتاب وعنته إذا عنونه، ويقال للرجل الذي يعرض ولا يصرح، قد جعل كذا وكذا عنواناً لحاجته. ... " (ابن منظور، 1978).

لقد أهمل العنوان كثيراً سواء من قبل الدارسين العرب، أو الغربيين قديماً، لأنهم اعتبروه هامشاً لا قيمة له، ومملوفاً لغوياً لا يقدم شيئاً إلى تحليل النص؛ لذلك تجاوزوه كما تجاوزوا باقي العتبات الأخرى التي تحيط بالنص. وعلى الرغم من هذا الإهمال فقد التفت إليه حديثاً بعض الدارسين في الثقافتين: العربية والغربية، والتفت إليه الباحثون في مجال السيميوطيقا وعلم السرد والمنطق والخطاب، وأشاروا إلى مضمونه الإجمالي في الأدب والإعلام والسينما نظراً لوظائفه اللغوية والتأثيرية . ومن الذين لهم الفضل من الناحية النظرية في التطوير بالعنوان وتوسيعه لحد إيصاله إلى علم مستقل له أسسه وقواعده، علماء السيميائ وعلماء العالم ليو هوك (Leo Hoek) ، والباحث الأسباني جوزيف بيزاكومبروبي (Joseph Besa Coprubu) ، ويعود هذا الاهتمام من قبل السيميائيين بالعنوان إلى عدم هذه الوحدة البنائية نظاماً سيميائياً، له أبعاد دلالية وأخرى رمزية تدفع الباحث بتتبع دلالته ومحاوله فك شفراته العديدة.

فقد عرفه مؤسس علم (العنونة) الباحث ليو هوك بأنّ عبارة عن " مجموع العلامات اللسانية (كلمات، مفردة، جمل) التي يمكن أن تدرج على رأس كلّ نص لتحدده، وتدل على محتواه العام، و تغري الجمهور المقصود" (أشهون، 2011، ص 17).

ويعرفه محمد الهادي المطوي بأنه "رسالة لغوية تعرّف بهوية النص، وتحدد مضمونه، وتجذب القارئ إليه وتقويه به" (المطوي، 1999، 455) ، وفي نفس الصدد تختصر بشرى البستاني العنوان في "رسالة لغوية تعرف بهوية الرسالة وتحدد مضمونها، وتجذب القارئ إليها وتغريه بقراءتها، وهو الظاهر الذي يدل على باطن النص ومحتواه" (البستاني، 2002، ص 24).

وفي العمل الإعلامي، العنوان هو عنصر الجذب الحقيقي نحو المادة المنشورة، والعامل

السياسي، العنوان الاقتصادي، العنوان الثقافي، العنوان الرياضي، العنوان الاجتماعي.

2.2 الخبر والخبر السياسي

الخبر قديم قدم الإنسان، ظهر مع بداية الحياة الاجتماعية للإنسان، فمجرد أن أصبح الفرد عضواً في الجماعة، صار بمقدوره أن يستقبل الأنباء وأن ينقلها من وإلى فرد آخر غيره. وهو العمود الفقري للإعلام، والجنس الصحفي الذي يهتم به المتلقي أكثر من غيره من بين الأجناس الأخرى، وهو الأصل في نشأة الصحافة ووظيفتها الأولى. ويتوقف عليه إلى حد كبير نجاح الوسيلة الإعلامية ومدى الإقراءية أو المقروئية التي تتمتع بها.

ولم يتفق خبراء الإعلام والاتصال - حتى الآن - على تعريف محدد للخبر، ذلك أن الخبر يتباين مفهومه من عصر إلى عصر. لعل أقدم تعريف للخبر، هو ذلك التعريف الذي قدمه اللورد (نورثكليف) ونشره عام 1865م، حيث يقول "إن الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف، فعندما يعرض الكلب رجلاً، فليس هذا بخبر، ولكن عندما يعرض الرجل كلباً، فهذا هو الخبر" (Alce, 1977, 4-5).

والخبر عند الباحث عبارة عن رسالة اتصالية مستقاة من حادثة أو قضية أو ظاهرة أو رأي، توصف بدقة وموضوعية وحيادية وتوازن، تجيب عن استفسارات الخبر الستة أو أهمها، اعتاداً على مصادر موثوق بصحتها، وتتضمن فيها إخبارية تهم القائم بالاتصال والمجهور بشرط ألا تسيء إلى أخلاقيات المهنة، ولها علاقات تأثير وتأثر بأبعاد العملية الاتصالية، وبطبيعة النظام السياسي والثقافي والاجتماعي الذي تعمل في ظله.

والخبر السياسي نوع مهم ومستأصل من الخبر، وهو أكثر أنواع الأخبار انتشاراً ومقروئية، وهو الخبر الذي يتخذ موضوعاً من الموضوعات السياسية مضموناً له، وقد يتعلق هذا الموضوع بالشأن الداخلي، أو الاقليمي، أو الدولي، مثل: العلاقة بين الأحزاب والكتل البرلمانية وصراعاتها، وأخبار الوزارات والرئاسات، والصراعات السياسية والعسكرية، داخلية كانت أم خارجية، والعلاقات بين الدول والحزب، ومسائل السلم والإرهاب والحرب.

وفي الإعلام الكردي يحتل الخبر السياسي مساحة واسعة في فضاء الإعلام الكردي المعاصر، فهو المكون الأبرز بين مكونات هذا الإعلام. فإذا كان الإعلام الكردي في القرن الماضي عبارة عن صحافة الرأي، لغلبة جنس المقال على الأجناس الصحفية الأخرى، فإنّ المعاصر ولا سيما الإعلام الإلكتروني يختلف جذرياً عن سابقه، فليس غلوّاً لو وصفناه بإعلام الخبر والحدث السياسي، بسبب طغيان هذا النوع من الأخبار على سواها من الأنواع الأخرى.

3. عناوين الأخبار السياسية في موقع (Kurdistan 24) الإلكتروني

3.1 موقع Kurdistan 24 الإلكتروني

3.1.1 مؤسسة Kurdistan 24 الإخبارية

تأسست مؤسسة (Kurdistan 24) الإخبارية عام 2015، في مدينة أربيل، عاصمة إقليم كردستان العراق، وهي مؤسسة إعلامية أهلية، تأسست بدعم من قناة فرانس 24 الفرنسية، حيث دربت عدداً من العاملين فيها. الهدف الرئيس لـ Kurdistan 24، كما جاءت في ورقتها التعريفية هي؛ تغيير الصورة النمطية للإعلام ونشر أسس الديمقراطية في كردستان لأن البحث الدقيق وإيصال المعلومة الصحيحة أحد أسس

المجتمع الديمقراطي.

يقع المقر الرئيس لمؤسسة Kurdistan 24 الخبرية في مدينة أربيل، في إقليم كردستان العراق، ولها مكاتب داخلية، وإقليمية، ودولية، يتوزع على مدن أربيل، دهوك، كركوك، بغداد، ديار بكر، قامشلي، حسكة، كوباني، عفرين، أقرة، إسطنبول، واشنطن، موسكو، وأكثرية العواصم الأوروبية. تتكون مؤسسة Kurdistan 24 الإخبارية من مجموعة من وسائل ومؤسّسات إعلامية، وهي:

- فضائية Kurdistan 24 تأسست عام 2015م.

- إذاعة Kurdistan 24 تأسست عام 2015م أيضاً.

- المواقع الإلكترونية الناطقة باللغات الكردية (السورانية، الكرمانجية)، والعربية، والإنجليزية، والتركية.

3.1.2 موقع Kurdistan 24 الإلكتروني

يعد Kurdistan 24 من المواقع الإعلامية الإلكترونية الكردية -بمنسوخة المختلفة- التي انطلقت مستقلة، دون أن تحاكي مطبوعات ورقية، فالنسخ الكردية والعربية والإنجليزية هي مواقع إعلامية إلكترونية خاصة، ليس لها نسخ ورقية.

لكل وسيلة إعلامية سياستها الخاصة وخطها العام، وتمثل هذه السياسة الإعلامية لكردستان 24 كما هي مثبته في الورقة التعريفية بالمؤسسة على رابط الموقع في "تغيير الصورة النمطية للإعلام ونشر أسس الديمقراطية في كردستان، لأن البحث الدقيق وإيصال المعلومة الصحيحة أحد أسس المجتمع الديمقراطي".

وتأسيس إعلام يرتكز على مبادئ الاحترافية والمهنية في العمل الصحفي وفق المعايير والمقاييس العالمية، وجعل المؤسسة صرحاً إعلامياً رائداً ومتميزاً في المنطقة. وليس لمؤسسة Kurdistan 24 خطوط حمراء فيما يخص عملية البحث عن المعلومة، وكردستان جزء من عالم أكبر، فتعمل مؤسسة كردستان 24 جعل هذا واقعاً للجمهور موقع Kurdistan 24. (<http://www.kurdistan24.net/ar/aboutus>).

1. وتسعى مؤسسة Kurdistan 24 الإخبارية إلى تحقيق هدفين جوهريين، وهما: 1. الإعلام الكوردي، ومتابعة الأحداث التي هي محل اهتمام مكونات كردستان المختلفة، تنابعها بتفاصيلها لحظة بلحظة، لإننا نحاول من خلال الاعلام المهني أن نخلق كل جديد.

2. نشر ثقافة التسامح والتعايش وحماية حقوق الانسان، الإعلام الهادف والمهني أساس لديمقراطية قوية في كردستان.

ينشر موقع Kurdistan 24 العربي أكثر من (20) تنجاً صحفياً في يوم واحد، وللخبر والمقال السياسيين الحصة الأكبر من هذا العدد. يقدم موقع Kurdistan 24 العربي من خلال أقسامه وروابطه خدمات عدة، من معلومات ومعارف للمتلقى، تتجسد في هيئة أقسام أو صفحات إلكترونية. وهذه الأقسام هي:

1. كردستان: تهتم هذه الصفحة بنشر كل ما يتعلق بالكردي من أخبار ومعلومات في أجزاء كردستان الأربعة والعالم.
2. العراق: تغطي هذه الصفحة الأخبار المتعلقة بالعراق والعراقيين، داخل العراق وخارجه.
3. سوريا: تهتم هذه الصفحة بنشر الأحداث والمعلومات والوقائع التي تحدث على الساحة السورية.
4. إيران: تغطي أخبار والموضوعات المتعلقة بالجمهورية الإسلامية الإيرانية.

ونسبة بلغت %19.31 بالمئة. ومن أمثلتها: "بارزاني ينفي معلومات عن كويتيين دفنوا في كردستان" (موقع كردستان 24، 2018-12-24) واحتلت فئة (العنوان المصدرية) المرتبة الثالثة، بتكرارات وصلت إلى (40) تكراراً، ونسبة مئوية تجاوزت %17 بالمئة. ومن أمثلة هذا النوع العنواي: "استمرار إخفاق العراقي في التصويت على حقيقتي الدفاع والداخلية موقع كردستان 24، 2018-12-24. وجاءت فئة (العنوان القصير) في المرتبة الرابعة بواقع (39) تكراراً، ونسبة مئوية قاربت الـ %17 بالمئة. ومن أمثلة هذه الفئة العنوايية: "وزير الداخلية الهولندي يصل أربيل" (موقع كردستان 24، 2017-12-17).

ويكشف الجدول المذكور أيضاً الفئة التي استقرت فيها فئة (العنوان الموضوعاتي)، حيث جاءت خامسة، بواقع (33) تكراراً عنواياً، ونسبة مئوية استقرت عند 14.16 بالمئة. ومن أمثلتها "العراق يعيد دفعة نازحين عراقيين من تركيا" موقع كردستان 19، 2018-12-17. أما فئة (العنوان التناسي) فقد جاءت في المرتبة السادسة، بواقع (16) تكراراً، ونسبة مئوية بلغت 6.9 بالمئة. ومن أمثلة العناوين التناسية: "الجلبوسي: ندم مسرور بارزاني وستنقق على الموازنة بشكل نهائي" موقع كردستان 24، 2018-12-15. واستقرت فئة (العنوان الخطائي) في المرتبة السابعة، بتكرارات بلغت (9) تكراراً، ونسبة مئوية قاربت الأربعة بالمئة. ومن أمثلتها: "حقائق عن نيجرفان بارزاني" (موقع كردستان 24، 2018-12-3).

والمرتبة الأخيرة كانت من نصيب فئة (العنوان الفعلي) بـ (3) تكرارات، ونسبة مئوية وصلت إلى 1.28 بالمئة. ومن أمثلة العناوين الفعلية: "نحتاج لأفعال لا العواطف" موقع كردستان 24، 2018-12-10. ولم تسجل فئتا عنواي (الإنشائي) والتلميح، أية تكرارات، كما يتبين من الجدول رقم (1).

3.2.2 بنية العناوين الخبرية من الناحية الصرفية

درس البحث البنية الصغرى لعناوين الأخبار من خلال تحليل المستويين الصرفي والتركيبي. وركز في المستوى الصرفي على الأسماء والمصادر والأفعال المشكلة لهذه العتبة الخطائية. يتضح من الجدول أدناه أنّ أكثرية عناوين أخبار موقع كردستان 24 قد صيغت اسمياً، وأنّ منتج هذه الأخبار صيغ عدداً قليلاً منها على الأفعال. حيث اكتسح العنوان الإسمي أعلى نسبة مئوية، وصلت إلى خمسين بالمئة، جاء بعده العناوين المبنيّة على المصادر بنسبة %46.51 المتوية، في حين لم تحصد العناوين الفعلية إلا على نسبة الثلاثة والنصف بالمئة.

الجدول رقم (2) يبين أنواع عناوين موقع كردستان 24 من حيث البنية الصرفية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	النوع
1	50%	43	العنوان الاسمي
2	46.51%	40	العنوان المصدرية
3	3.48%	3	العنوان الفعلي
	100%	86	المجموع

3.2.2.1 الأسماء

انقسمت الأسماء التي بُنيت عليها العناوين الإسمية في أخبار موقع كردستان 24 على

5. تركيا: تهتم بالشأن التركي، تنشر الأحداث والمعلومات المتصلة بالشأن التركي.

6. الشرق الأوسط: تقدم هذه الصفحة الأخبار والمعلومات التي لها بعد إقليمي، ولا سيما الشرق الأوسطي.

7. العالم: يضم هذا القسم الأخبار العالمية، ينشر الأخبار والأحداث الهامة المتعلقة بالأميركيين والأوروبيين، وبعض الأحداث المحورية التي تحدث في أفريقيا وكندا وأستراليا.

3.2 عنواين الأخبار السياسية في موقع Kurdistan 24 الخبرية

3.2.1 أنواع العناوين السياسية في موقع Kurdistan 24 الإلكتروني

حدد البحث اعتماداً على الوصف الكمي، أنواع العناوين الخبرية التي تآطرت رؤوس أخبار موقع كردستان 24 الإلكتروني، فأخضع (86) عنوايناً خبرياً، وبواقع (233) تكراراً عنوايناً. ويعزى الاختلاف الكمي بين عدد التكرارات والعناوين، إلى اجتماع أكثر من خصيصة لغوية أو إعلامية، في أكثرية عناوين الموقع المذكور. فقد يلاحظ في عنوان واحد، إضافة إلى الخصائص المرتبطة بالبنية التركيبية والحجم، سمة الوصفية، أو الخطائية، أو التلميحية، أو الموضوعاتية، أو النصية فيه، وهذا ما جعل التكرارات تأتي أكثر عدداً مقارنة بالعناوين الخبرية الرئيسة التي أخضعت للدراسة.

الجدول رقم (1) يبين أنواع العناوين الخبرية في موقع Kurdistan 24

ت	النوع	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1-	العنوان الطويل	47	20.17%	1
2-	العنوان الاسمي	43	19.31%	2
3-	العنوان المصدرية	40	17.59%	3
4-	العنوان القصير	39	16.73%	4
5-	العنوان الموضوعاتي	33	14.16%	5
6-	العنوان التناسي	16	6.9%	6
7-	العنوان الخطائي	9	3.86%	7
8-	العنوان الفعلي	3	1.28%	8
9-	العنوان الإنشائي	0	0%	9
10	العنوان التلميح	0	0%	10
	المجموع	233	100%	

يلاحظ من الجدول رقم (1) تسييد فئة (العنوان الطويل) على بقية العناوين الأخرى بواقع (47) تكراراً، ونسبة مئوية تعدت الـ %20 بالمئة. ومن أمثلة العناوين الطويلة: "دمشق تعزز قواتها وأقرة تحذر: سنهدم الدنيا على رؤوسكم لو هاجمونا" (موقع كردستان 24، 2018-12-26). وتلت فئة (العنوان الإسمي) ثانية بواقع (43) تكراراً،

النوعية من الأخبار شكلاً دائرياً، نقطة إنطلاقها تبدأ من العنوان، تمر بالمقدمة والمنت، وتنتهي بالعنوان وتعود إليه لتستقر عنده. يسمي الباحث هذه النوعية من الأخبار (بالخبر الدائري)، ومن أمثلة هذا النوع الخبري في موقع كردستان 24، هذا الخبر المعنون "كوردستان تضي قدماً لتوحيد البيشمركة بلمسات دولية" (موقع كردستان 24، 2018-12-1) الذي يتحدث عن الجهود الداخلية والدولية لتوحيد قوات البيشمركة وفق معايير عسكرية عالمية حديثة، حيث صاغ منتج الخبر وحدة العنوان على تصريح أدلى به وزير البيشمركة لفضائية كردستان 24 بعد لقائه مع قائد قوات التحالف الدولي في العراق، إذ نجد صدى دلالة العنوان في وحدتي المقدمة والوسط، ففي المقدمة يُفصل منتج الخبر المعلومة المركزية التي قدمه في العنوان، ويشمل هذا التفصيل آليات توحيد قوات البيشمركة، والمواعيد الزمنية لتطبيق الآليات، بعد ذلك يهيئ الخبر بعرض أفكار فرعية تندرج ضمن الفكرة المحورية للخبر (توحيد قوات البيشمركة)، "وأشار وزير البيشمركة إلى الخطوات التي تتفق على عاتق الوزارة تمهيداً لخلق أرضية مناسبة لعمل التحالف الدولي الذي ينصب على تقديم المشورة الإدارية وكيفية دمج الوحدات والألوية في وحدات جديدة، ونشرها على جغرافية إقليم كردستان العراق" (موقع كردستان 24، 2018-12-1).

8. وتشكلت بعض العناوين على الجار والمجور، وهو استخدام أسلوبي غير موفق، كون العنوان في الإعلام لا يحتاج إلى الزوائد اللغوية والتأكيدات، وإنما إلى الإيجاء ودفع الذاكرة إلى الأمام. ومن الأمثلة على ذلك: "في واشنطن ترحيب بترشيح مسرور بارزاني وتفاؤل حيال بغداد" (موقع كردستان 24، 2018-12-8)، و"في أجواء متوترة... القامشلي تحيي ميلاد المسيح" (موقع كردستان 24، 2018-12-26).

9. ولم يبن أي عنوان من العناوين على اساء المشتقات، كاساء (الفاعل، والمفعول، واسم الزمان، والصفة المشبهة... إلخ).

إنَّ الاستخدام الكثيف للاسءاء، لا سيما نوعي الاعلام والألقاب تحول إلى خاصية بنائية لافتة، تشع منها الشبات والجمود، بسبب ما يتصف به الاسم من التعالي على الزمن وتحولاته، وإنَّ هذا التركيز على الاعلام والألقاب، خصوصاً أسماء (مسرور بارزاني) و (بارزاني)، تبطن دلالات إيديولوجية، حيث اراد منتج الخطابات توظيف خصيصة لغوية (الانسيابية التي تتمتع بها الاعلام والألقاب) لغايات سياسية- إيديولوجية، وهي تسليط الضوء على اساء وطروحات وأفكار هذه الشخصيات، وموقعها وأدوارها على الساحة السياسية الكردستانية والعراقية والعالمية.

3.2.2.2 المصادر

إنَّ مصدرية عناوين الأخبار السياسية في موقع كردستان 24 الإلكتروني خصيصة صرفية بينة، اعتمد المنتج في صياغة هذه العناوين على الأوزان المصدرية المعروفة في اللغة العربية. اتصفت المصادر التي شاركت في البنية الصرفية للعناوين بالخصائص الآتية:

1. معظم المصادر الداخلة في تشكيل العناوين، أوزانها مزيدة، مثل (ارتفاع، انتصار، استملاك، اعتقال... إلخ). ومن الأمثلة على ذلك: "إنهاء العمل

أنواع الأساء الشائعة في اللغة العربية، وإن كان متوسط حضورها متباينة في بنية العناوين. وقد توزعت هذه الأساء كآتي:

1. أساء الألقاب، بُنيت عدد كبير من عناوين الأخبار السياسية على أساء الألقاب، ألقاب ساسة الكرد بالدرجة الأساس، ومن ثم ألقاب لساسة عراقيين، وقد تكرر لقب (بارزاني) بكثرة في تأطير رؤوس الخطابات الخبرية. ومن أمثلته: "بارزاني ومكفورك يبحثان متغيرات سوريا وتأتج زيارة بغداد" (موقع كردستان 24، 2018-17-12)، و"علاوي يبارك اتفاق الجديدة ويعتبره خطوة لإنهاء صراع اليمن" (موقع كردستان 24، 2018-12-17).
2. أساء الاعلام، صاغ منتج الخطابات في موقع كردستان 24 عناوين أكثرية الأخبار على أساء الاعلام، وركز في هذه النوعية من الأساء على أساء الساسة الكرد، وعلى رأسهم اسم (مسرور بارزاني)، ولم يُن إلا عدد قليل من العناوين على أساء اعلام سياسيين عرب. ومن أمثلة هذا النوع العنوايني: "مسرور بارزاني مرشحاً لرئاسة الحكومة" (موقع كردستان 24، 2018-12-3)، و"عادل عبدالمهدي يشيد ب(قرار صائب) وواشنطن تبلمغه بتطورات سوريا" (موقع كردستان 24، 2018-12-22).
3. ولم يقتصر الاعتماد المفرط على الاعلام في اعلام الأساء العربية فقط، وإنما شمل الاعلام الأعجمية أيضاً، "ترمب يوقع قانوناً بخصوص الأقليات في العراق وسوريا" (موقع كردستان 24، 2018-12-12) جيفري يلتقي وفداً من (الكوردي) لمناقشة أوضاع شرقي الفرات" (موقع كردستان 24، 2018-12-8).
4. الأساء المركبة، بُنيت بعض العناوين على أساء مركبة لوحدات قتالية أو جماعات أو هيئات، مثل: "الداخلية العراقية تغلق (88 حساباً إرهابياً) على الأنترنت" (موقع كردستان 24، 2018-12-17)، و "سوريا الديمقراطية تنتزع مشفى هجين بعد معارك مع داعش" (موقع كردستان 24، 2018-12-10).
5. الأساء الجامدة، تمثلت هذه النوعية في العناوين في اساء جامدة لمدن وبلدان معينة، ومن الأمثلة على ذلك: "كوردستان تبرق معزية بوفاة بوش الأب وتذكر بدوره في انتعاشها" (موقع كردستان 24، 2018-12-3)، و "دمشق تدعو اليونيسيف للتحرك بشأن مصادرة (التعليم) في روج آقا" (موقع كردستان 24، 2018-12-12).
6. الأعداد، بنيت بعض العناوين على الأعداد، وتوزعت هذه الأعداد على الأعداد المفردة، و المركبة و ألفاظ العقود. ومن الأمثلة على ذلك: "ثلاث دول عظمى تتعهد بحماية العراق من تأثير العقوبات الأمريكية" (موقع كردستان 24، 2018-12-8)، و "السجن 25 عاماً لجندي بايع داعش" (موقع كردستان 24، 2018-12-5).
7. يُلاحظ في أخبار كثيرة صدى العنوان في الوحدات البنائية الأخرى، لقد خلقت هذه الإستراتيجية الأسلوبية الحوار بين هذه الوحدات الخبرية، حيث نلاحظ بوضوح الحضور القوي للأول (العنوان) في الثاني (المقدمة) والوحدة الثالثة (الوسط)، وساعد هذا الاعتماد الأسلوبي أن تأخذ هذه

المصدر بسبب تجرده من الزمان، فدلالة الوزنين السابقين انعكست إيجاباً على فضاءات العناوين المصدرية، وصبغتها بصفة أسلوبية تناسب محتوى الأخبار وتفصيلات جزئياتها.

4. في بعض الأحيان جردت العناوين من خصيصة الإيحاء التي يجب أن تتصف بها العناوين الإعلامية.
5. لم يستغل منتج أخبار موقع كردستان 24 الاستخدام الكثيف للمصادر لجهة اختصار العناوين، حيث لاحظنا أنَّ أكثرها جاءت طويلة، وكان بإمكان المنتج أن يوظف هذا الاستخدام في خدمة اختصار العناوين، بسبب ما يتمتع به المصدر من خاصية التجرد من اللوائح اللغوية.

3.2.2.3 الأفعال

إنَّ نسبة قليلة من عناوات أخبار موقع كردستان 24 صيغت على الأفعال، وكانت أزمته الأفعال كلها في المستقبل، ولم يسجل زمن الماضي والأمر أية تكرارات، كما يتبين في الجدول الآتي:

جدول رقم (3) يبين فئة أزمته العناوين الفعلية في موقع كردستان 24

ت	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	المضارع	3	100%	1
2	الماضي	0	0%	2
3	الأمر	0	0%	3
	المجموع	13	100%	

يوضح الجدول أعلاه نسبة الأفعال المضارعة في وحدة العنوان، حيث جاءت جميع العناوين الفعلية التي بلغت عددها ثلاثة فقط، في زمن المستقبل، وبنسبة مئوية كاملة، مقابل خلو العناوات من زمن الماضي وفعل الأمر.

إنَّ تشكيل العناوين الثلاثة على الفعل في زمن المستقبل كان كفيلاً بإبعاد الجمود عنها، وكان عاملاً مساعداً في دفع ذاكرة المتلقي إلى الأمام، فلاصل عند استخدام الأفعال في صياغة عناوين الأخبار، الفعل المضارع، ذلك لما يتمتع به هذا الزمن الفعلي من صفتي الآنية والاستمرارية.

إنَّ عنواناً مثل: "ندعم انسحاب الحشد إلى مناطقها لسيطرة الجيش العراقي على المناطق المحررة" (موقع كردستان 24، 2018-12-12) يدفع الذاكرة إلى الأمام، ويعطي الاستمرارية للحدث المقترن بانسحاب مسلحي الحشد الشعبي إلى ثكناتها الأصلية مستقبلاً، وأنَّ استخدام فعل المضارع (ندعم) خلق تفاعلاً مباشراً بين بنية الخطاب والعالم الخارجي المتمثل بالمتلقي.

وفيما يتعلق بحضور الأفعال من حيث المعلوم والمجهول، نلاحظ الاعتماد البين على الأفعال المبينة للمعلوم، كما يكشفه الجدول الآتي:

جدول رقم (4) يبين فئة العناوين الفعلية في موقع كردستان 24 من حيث المعلوم

ت	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
1	المبني للمعلوم	3	100%	1
2	المبني للمجهول	0	0%	2
	المجموع	3	100%	

إنَّ اعتماد منتج أخبار موقع كردستان 24 على الأفعال المضارعة والمبينة للمعلوم في

في ثاني معبر حدودي بين الإقليم وإيران" (موقع كردستان 24، 2018-12-8-12-8). استمرار الاخفاق العراقي في التصويت على حقيبي الدفاع والداخلية" (موقع كردستان 24، 2018-12-17)

2. وظف منتج الأخبار المصدر الصناعي عند تشكيل عناوين الأخبار التي تتحدث عن الشأن العراقي. "محكمة استئناف كركوك تقضي بسجن طالباني 6 أشهر" موقع كردستان 24، 2018-12-26. "قراصنة أترك يستولون على حساب زيباري في التويت" موقع كردستان 24، 2018-12-22.
3. استخدام متكرر لصيغة (مفعل). لجأ منتج الأخبار إلى هذا الوزن الفعلي عندما أراد أن يوصل للمتلقي أفكاراً ومعلومات تتعلق بالعنف والقتل والإرهاب. يتمتع هذا الوزن بإقراطية أكثر مقارنة بالأوزان الصرفية الأخرى ويلجأ إليه وسائل الإعلام عادة لاستمالة المتلقي وسحب لفضاء النص، كون الأحداث المقترنة بالكوارث والقتل أكثر جذباً ومتابعة عند الجمهور، ويتوفر فيها معيار مهم من معايير النشر الإعلامي.

4. شاركت أوزان مصدرية أخرى في تشكيل عناوين الخطابات أيضاً، مثل (تفعيل)، "ترحيب كوردي بتهرئة ألمانية لوحت بعلم وحدات حماية الشعب" موقع كردستان 24، 2018-12-8، و(فعل)، "دخول قوات أميركية جديدة إلى سوريا" موقع كردستان 24، 2018-12-26. و(استفعل)، "استقبال حار للبارزاني في بغداد" موقع كردستان 24، 2018-12-5.

5. جاءت عناوين أخرى على وزن (مفاعلة)، مثل: "الحلبوسي: محاسبة الفاسدين واجب وطني وأخلاقي" موقع كردستان 24، 2018-12-17، و" مشاركة كردية واسعة في مهرجان سينمائي" (موقع كردستان 24، 2018-12-8).

6. بعض العناوين تتمتع بالانسيابية والحركة، لقيامها على أوزان مصادر تدل على الحركة والدوران، مثل: "إرسال قوات أميركية جديدة إلى العراق" موقع كردستان 24، 2018-12-10. و" طيران التحالف تضرب معسكرات لداعش" (في سوريا" (موقع كردستان 24، 2018-12-3) حيث بنى منتج الخبر المصدرين (إرسال) و (طيران) على وزنين يدلان على الحركة والدوران، وهما (أفعال) و (فعلان).

إنَّ لجوء منتج خطابات موقع كردستان 24 عند صياغة العناوين المصدرية إلى الأوزان التي أشرنا إليها، تحمل جملة من الدلالات والإشارات الإعلامية والخطابية، من أهمها:-

1. استخدم المرسل المصادر عند صياغة عناوين الأخبار التي تناولت الشأن الكردي بالدرجة الأساس وشم الشأن العراقي، ولم يلجأ إليها إلا نادراً عند صياغة العناوين التي تصدت للشأن الإقليمي والدولي!!
2. كان لاستخدام مصادر الأوزان المزيدة، دلالة أسلوبية لافتة لتأثير هذه الزيادة في زيادة دلالة المعاني، بغية تقديم أكبر إيجاءات ومدلولات في العنوان، بشكل موجز، دون الاضطرار لاستخدام لوائح الأفعال التي نحتاجها عند استخدام الفعل.
3. مكن استخدام هذه الأوزان، لا سيما وزني (فعلان) و (إفعال)، أن تتمتع العناوين بالانسيابية والحركة، والخروج من قوقعة الجمود التي يمتاز بها

لرئيس الوزراء العراقي (عادل عبدالمهدي)، تتوافر عناصر إنتاج عنوانين، (ماضون لإعادة النازحين إلى مناطقهم) و (نصرنا منقوص بوجود الفساد)، وخبرين منفصلين، لتوافر جميع المعطيات الضرورية في وحدتي المقدمة والوسط.

وتتكرر هذه الحالة في عناوين خبرية أخرى، منها على سبيل المثال: "ترب: قواتنا غادرت تركيا، وإمكان تركيا التعامل مع بقايا التنظيم" (موقع كردستان، 24، 22-12-2018).

وفي عناوين أخرى، نلاحظ خطأً بأكمله في العنوان. ففي هذا الخبر "ثلاث دول عظمى تتعهد بحماية العراق من تأثير العقوبات الأميركية" (موقع كردستان، 24، 8-12-2018) لم يبق منتج الخبر شيئاً مما ليقوله في الوحدات البنائية الأخرى، حيث كشف نوعية الدول التي تعهدت بحماية العراق، والسبب الذي دفع هذه الدول لقطع هذه التعهدات للدولة العراقية، في حين أنّ الفضاء الحقيقي لطرح هذه المعلومات والتفاصيل هي وحدتي المقدمة والوسط وتكراراً وترديداً بصياغات أخرى ما جاء في العنوان، ولم تقمدا إضافات تذكر للمتلقي. إنّ العنوان الإعلامي الناجح يوحى أكثر مما يخبر، يُحوّل الإخبار والتفصيلات المتصلة إلى وحدتي المقدمة والوسط.

كما تقدم، يمكن أن نستشف دلالات إعلامية وأسلوبية عدة، على الشكل الآتي:-

1. غياب الاقتصاد اللغوي في أكثر من خمسين بالمئة من جمل العناوين، كانت له سلبياته الإعلامية والأسلوبية، فكما هو معروف أنّ الجملة القصيرة عادة ما تحتوي على تفصيلات فكرية بسيطة ومحددة، يستوعبها المتلقي بسهولة، أما الجمل الطويلة، وبسبب احتوائها لمعلومات وأفكار مفصلة، فعادة ما تكون سبباً في إعاقة ذهن المتلقي وتشتيت تفكيره، وإضعاف تركيزه، مما يعكر في نهاية المطاف عملية التلقي والاتصال.
2. أدت القاعدة الأسلوبية المعروفة التي تقول: (زيادة في المبنى تؤدي إلى الزيادة في المعنى) وظيفتها بشكل معكوس، فالزوائد اللغوية لعبت دوراً سلبياً، ولم تضيف شيئاً جديداً، ناهيك أن هذه القاعدة لا تناسب صياغة العنوان الإعلامي، لتعارضها مع وظيفة هذه الوحدة الخطابية، وشروط صياغتها التي تفرض الإيجاز، والتركيز، والإيجاء.
3. يؤثر طول عناوين خطابات موقع كردستان 24 سلباً في الوظيفة الإعلامية للخبر، لا سيما وظيفة العنوان كعنصر أولي- مؤثر في استمالة القارئ لفضاء الخطاب، الذي يرتبط بموضوع انقراطية النص الإعلامي.

3.3.2 اسمية العناوين وفعاليتها

توزعت البنية التركيبية لبعض عناوين أخبار كردستان 24 على الجمل الاسمية والفعالية، كما يتضح في الجدول أدناه:

الجدول رقم (6) يبين نسبة العنوان الاسمي والفعلي في أخبار موقع كردستان 24

المرتبة	النوع	التكرارات	النسبة المئوية
1	العنوان الاسمي	83	96.51%
2	العنوان الفعلي	3	3.48%
	المجموع	86	100%

صياغة العناوين الفعلية، استخدام أسلوب موقف، لها اجابيتين رئيسيتين:-
خصيصة لغوية لافتة، ترمز إلى دلالات أسلوبية، لما يتمتع به الفعل المبني للمعلوم من صفتي الحيوية والجدانية.

أغنى دلالة العناوين ومضامينها، وأعطت هذه العناوين مرونة تركيبية، تناسب تأطير رؤوس هذا النوع من الخطاب .

3.3 بنية العناوين الخبرية من الناحية التركيبية

لتحديد المستوى التركيبي لعناوين أخبار موقع كردستان 24 الإلكتروني، قام الباحث بدراسة هذه العناوين من حيث اسميتها وفعاليتها، وكذلك من حيث طول العناوين وقصرها، وما تبعها هذه الاستخدامات التركيبية من معانٍ ودلالات إيديولوجية وإعلامية وأسلوبية.

3.3.1 العناوين الطويلة والقصيرة

بعد طول العناوين من الظواهر الأسلوبية المفتتة في أخبار موقع كردستان 24 الإخباري، حيث سيطرت التركيبة الطويلة على أكثر من خمسة وخمسون بالمئة من حجم جمل العناوين، كما يتبين من الجدول الآتي:

جدول رقم (5) يبين نسبة العناوين الطويلة والقصيرة في موقع كردستان 24

المرتبة	النوع	التكرارات	النسبة المئوية
1	العنوان الطويل	47	54.65%
2	العنوان القصير	39	46.34%
	المجموع	86	100.0%

يتضح من الجدول المذكور أنّ أكثر من نصف عناوين الأخبار قد صيغت طويلة، حيث وصلت تكراراتها إلى (47) عنواناً طويلاً، وبنسبة مئوية قاربت 55% بالمئة، مقابل (39) تكراراً لفئة العناوين القصيرة التي تجاوزت نسبتها المئوية 46% بالمئة.

إنّ للزوائد اللغوية التي اعتمدها منتج الأخبار تأثيراتها التركيبية البيئية في أن توسم هذه النسبة الكبيرة من العناوين بالطول. ففي هذا الخبر المعنون، "برلماني عراقي يشيد بدور يهودي بلاده وينتقد (بعض) العراقيين" (موقع كردستان، 24، 17-12-2018)، ليس هناك جدوى إعلامياً وأسلوبياً من استخدام بعض الكلمات والتراكيب التي جاءت كزوائد لغوية، لا سيما كلمة (بعض) و تركيبية (وينتقد بعض العراقيين)، فلا يفهم ما الغرض من وضع كلمة (بعض) في جملة العنوان، التي سببت ركافة أسلوبية، ولم تضيف شيئاً جديداً. وكذا الحال فيما يخص تركيبية (ينتقد بعض العراقيين) في نهاية العنوان.

إنّ هذه الزوائد اللغوية في الخبر المذكور أخرجت العنوان من سياقها الإعلامي، وجعله ركيكاً، بسبب احتوائه لفكرتين وليست فكرة واحدة، وهما (الاشادة بدور اليهود) و (انتقاد بعض العراقيين) من قبل عضو في مجلس النواب العراقي.

في عناوين أخرى يُلاحظ مشروع عنوانين أو أكثر في عنوان واحد، لاحتواء على أكثر من فكرة أو معلومة، ويسمي الباحث هذه العناوين بالعناوين المركبة، حيث جميع عناصر (المركبة) مدلولاً وتركيباً، موجودة، وبالإمكان صياغة خبرين وعنوانين مستقلين منها.

ففي هذا الخبر الطويل، "عبدالمهدي: ماضون لإعادة النازحين، ونصرنا منقوص بوجود الفساد" (موقع كردستان، 24، 10-12-2018)، الذي بُني من معلومات مقتبسة

- الطويل، الاسمي، المصدر، القصير، الموضوعاتي، التناسي، الخطابي، والفعل.
2. اتسمت هذه العناوين بالتنوع الدلالي والأسلوبي. من الناحية الصرفية كانت اسميتها الصفة الأبرز، ومن الناحية التركيبية كانت طول هذه العناوين الخفيفة الشاخصة بها.
 3. بُنيت عدد كبير من عناوين الأخبار السياسية على أسماء الألقاب، وأساء الأعلام، ألقاب وأساء ساسة معينين.
 4. بُنيت أكثرية العناوين الخبرية على الأوزان الصرفية المعروفة في اللغة العربية، ووظفت أكثرية هذه المصادر في تأطير رؤوس الاخبار التي تناولت الشأن الكردستاني بالدرجة الأساس، وثم الشأن العراقي.
 5. لم يستغل منتج أخبار موقع كردستان 24 الاستخدام الكثيف للاسما والمصادر لجهة اختصار العناوين، حيث جاءت أكثريتها طويلة.
 6. انعكس غياب الاقتصاد اللغوي في أكثر من خمسين بالمئة من جمل العناوين سلباً على العناوين من الناحية الأسلوبية والإعلامية.
 7. لم يكن منتج الأخبار موفقاً في استخدام القاعدة الأسلوبية (زيادة في المبنى تؤدي إلى الزيادة في المعنى)، لتعارضها مع وظيفة هذه الوحدة الخطابية، وشروط صياغتها التي تفرض الإيجاز، والتركيز، والإيجاء.
 8. يؤثر طول عناوين أخبار موقع كردستان 24 سلباً في الوظيفة الإعلامية للخبر، لا سيما وظيفة العنوان كعنصر أولي- مؤثر في استمالة القارئ لفضاء الخطاب، وقراءته.
 9. اتسمت أكثرية العناوين بالباشرة، وغابت عنها الرمزية والإيجاء.
 10. سخر منتج الأخبار إنسيابية العناوين الإسمية لا سيما في تكرار اسما الألقاب والأعلام التي أشرنا إليها، في خدمة هدف سياسي وهو إبراز اسما هذه الشخصيات، وإلقاء الأضواء على أفكارها وتصوراتها في القضايا السياسية المتصلة بالشأن الكردستاني والعراقي، بشكل يتلاءم مع الخط السياسي الذي يريد تثبيته عند متلقي الخطاب.

4.2 التوصيات

- في ضوء ما ظهر من نتائج هذا البحث، يقدم الباحث التوصيات العلمية الآتية:
1. ضرورة اهتمام أكبر من قبل موقع كردستان 24 الإلكتروني بالشأنين الإقليمي والدولي، وبالخطابات الخبرية التي تحمل مضامين كردستانية، ولها أبعاد دولية.
 2. ضرورة اتباع منهجية محددة في اختيار الأخبار ونشرها، بما ينسجم مع وظائف موقع كردستان 24 الإلكتروني، الذي يدخل ضمن اطار عمل الإعلام السياسي والدولي.
 3. ضرورة الاعتماد على الأقلام الكردية التي تكتب بلغة الضاد، وتشجيعها كتابة مقالات للموقع عن المجالات الثقافية، والاقتصادية، والسياحية، والرياضية، والتعليمية... إلخ في الإقليم، والابتعاد عن الاتكأ على المقالات الجاهزة، المنشورة في الوسائل الإعلامية الأخرى.
 4. ضرورة أن تتسم عناوين الأخبار بالقصر والإيجاز، وأسلوب الإيجاء، والابتعاد عن الأسلوب المباشر والمقتضب.

يكشف الجدول المذكور الفارق الأسلوبي الكبير بين الجمل الاسمية (الاسماء+المصادر) والجمل الفعلية، إذ حصدت الأولى أكثرية التكرارات، بواقع (83) تكراراً، ونسبة مئوية تجاوزت 96% والنصف بالمئة، مقابل (3) تكرارات للثاني، ونسبة 3.48% بالمئة. إن ظاهرة اسمية عناوين أخبار موقع كردستان 24 سمة أسلوبية ودلالية لافتة، تحمل في طياتها معانٍ مبطنة، لها علاقتها بفعل التلطي والفهم من الجهة، ومدى مطابقتها بأصول التحرير الإلكتروني من جهة أخرى، على الشكل الآتي:

1. لم تؤد هذه السمة إلى قصر العناوين واختصارها، كما لاحظنا في الجدول رقم(5). حيث لم يوظف منتج الخطابات هذا التكتيف الاسمي لغاية التركيز والاختصار المطلوبين في العنوان الإعلامي، وبالأخص الإلكتروني منه، لانتفاء حاجة كل من الاسم والمصدر للوائح اللغوية.
2. لم تؤد إلى تصفيل العناوين بالإيجاء، العنوان الإعلامي عنوان إيجائي بالدرجة الأساس، يقدم الإيجاء قبل المعنى، لا سيما في الخبر الإلكتروني الذي يتسم بالاقتصاد اللغوي أكثر من الخبر التقليدي.
3. ساهمت في أن تحيل بعض العناوين القارئ إلى النص مباشرة، وموضوعه الرئيس، وتسمى هذه العناوين ب(العناوين الخطابية). في هذا الخبر المعنون "قوات الأمن تفرق مظاهرات البصرة بالرصاص والغاز" موقع كردستان 24، 17-12-2018، يحيل العنوان متلقي الخبر مباشرة إلى ما في مضمونه من المعلومات التي حددت موضوعه الرئيس (مظاهرات البصرة)، فأكثرية المعلومات التي قُدمت في وحدتي المقدمة والوسط، (تجدد المظاهرات والاشتباكات في البصرة+ التذكير بمطالب المتظاهرين ودعواتهم) كانت مرتبطة بالموضوع الرئيس الذي يُحيل العنوان المتلقي إليه. وكذا الحال في هذا العنوان الذي يتناول تقريراً لمنظمة حقوق الانسان، تحدث عن وجود أوف من الجثث تحت الأنقاض في مدينة الموصل بعد تحريرها من قبضة (داعش)، وإخراج جزء منها تحت الأنقاض، "حقوق الانسان: انشال آلاف الجثث في نينوى" (موقع كردستان 24، 3-12-2018).

4. أما دلاليًا وإيديولوجيًا، فإنَّ المحرر سخر إنسيابية العناوين الإسمية لا سيما الألقاب (بارزاني)، والأعلام (مسرور بارزاني) في خدمة هدف سياسي وهو إبراز أسما هذه الشخصيات، وإلقاء الأضواء على أفكارها وتصوراتها في القضايا السياسية المتصلة بالشأن الكردستاني والعراقي، بشكل يتلاءم مع الخط السياسي الذي يريد تثبيته عند متلقي الخطاب، والموحي بأنَّ النهج الذي يمثله هاتين الشخصيتين هو الصح، والكفيل بتجريح كفة الإقليم في صراعاته السياسية.

4. الخاتمة

بعد دراسة عناوين الأخبار السياسية في موقع كردستان 24 الناطق باللغة العربية، توصل البحث إلى النتائج والتوصيات الآتية:

4.1 النتائج

1. توزعت العناوين على ثمانية عناوين رئيسية، اقسمت على العنوان

ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (1978). لسان العرب. دار صادر للطباعة والنشر. بيروت.

موقع كردستان 24 . <https://www.kurdistan24.net/ar>

هستر، البرت وتو، واين (1998). دليل الصحفي في العالم الثالث. الدار الدولية للنشر والتوزيع. القاهرة.

يوسف، ليث بدر (2013). بناء المقال الصحفي -دراسة تطبيقية في الصحافة العربية-. ط1. الفارابي للنشر والتوزيع. بغداد.

المطوي، محمد الهادي (1999). شعرية عنوان كتاب الساق على الساق فيما هو الفارابي. مجلة علم الفكر. 16. مجلد 28. العدد الأول. الكويت.

Newman. A. (1997). Teaching practical Journalism, National Council for training of Journalists, London.

Abstract

The title is the most important part of the text; it is the threshold or the portal that we get into the world of text. In the media texts, the title is composed of a number of functions, some related to the promotional area, the nature of these texts and their structure, and others the function of the media as a communication process. In other words, the function of the title in the field of information is derived from the functions of the media and its serious responsibility in the community. This research (The Title in Kurdish Electronic Media, Study of Political News on Kurdistan24 as a Model) focuses on the issue of stylistic and informational aspects by standing at the smallest structures of the titles and analyzing them, and then diagnosing the types of news titles, using the speech analysis methodology of the sample Consisting of (86) expert titles, published on the website (Kurdistan 24), in a period of time, one month .

Keywords: Media headlines, Minor structures, Semantic and stylistic diversity, Language harness, Political news .

5. ضرورة التزام الإعلام السياسي الكردي، ومن ضمنه موقع كردستان 24 الإلكتروني بمبادئ الكتابة الإلكترونية التي تختلف عن الكتابة التقليدية.

6. ضرورة اهتمام أوسع بجنس الخبر في الإعلام الإلكتروني الكردي، ولا سيما من قبل موقع كردستان 24 الإلكتروني.

7. الابتعاد عن تسخير اللغة وأساليبها لغايات سياسية وإيديولوجية.

المصادر

القرآن الكريم.

أشهون، عبدالمالك (2011). العنوان في الرواية العربية. ط1. محاكاة للدراسات والنشر والتوزيع. دمشق-سورية.

البستاني، بشرى (2002). قراءات في الشعر العربي الحديث. دار الكتاب العربي، ط1. بيروت، لبنان .

التميمي، فاضل عبود. (ل ت). جاليات المقالة عند د.علي جواد الطاهر. ط1. ل.ن. بغداد.

الزاوي، الطاهر أحمد. (ل ت). قاموس المحيط. ط3، دار الفكر. بيروت.

أبو زيد، د.فاروق. (ل ت). فن الخبر الصحفي، ل ن. ل م.

ربيع، عبدالجواد سعيد محمد (2005). فن الخبر الصحفي، ط1. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة.

شليبي، كرم. (ل ت). الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، ل ن. ل م.

مالكولم ف، ماليت. (1998). رفيق الصحفيين. ت:عبدالرحمن أياس- اللجنة الدولية لحرية الصحافة-، ل ن، الولايات المتحدة الأمريكية.

موريكان، جاك. (2011). الكتابة الصحفية. ت:أنسام محمد الأسعد. ط9. دار البحار. بيروت-لبنان.