

تداولية المصطلحات الإعلامية المتأزمة
في الإعلام العراقي والكووردستاني
بعد إستفتاء ٢٥ أيلول ٢٠١٧
دراسة تحليلية وفق نظريتي الأجنحة
والإستقطاب الإعلامي

أ.م.د. سبروان أنور مجيد
أستاذ مساعد في قسم الإعلام - في كلية الإدارة
جامعة أربيل التقنية

الخلاصة

تتناول هذه الدراسة تحليل تداولية المصطلحات الإعلامية المتأزمة في الخطاب الإعلامي العراقي والكووردستاني بعد إجراء استفتاء استقلال كوردستان Kurdistan independence referendum في ٢٥ أيلول/سبتمبر ٢٠١٧، بوصفه حدثاً سياسياً مفصلياً أسهم في تصاعد الاستقطاب السياسي والإعلامي في العراق وإقليم كوردستان. وتهدف الدراسة إلى الكشف عن طبيعة تداول المصطلحات الإعلامية المرتبطة بالاستفتاء، وتحليل دلالاتها التداولية والسياسية في وسائل الإعلام، ومدى ارتباطها بالأجندات الإعلامية المتنافسة في تلك المرحلة.

وتستند الدراسة إلى إطار نظري يجمع بين Agenda - Setting Theory التي طوّرها Maxwell Donald Shaw و McCombs، ومفهوم Media Polarization، وذلك بهدف تفسير العلاقة بين تداول المصطلحات الإعلامية وبناء الأجندة الإعلامية في سياق الصراع السياسي. وتعتمد الدراسة منهج تحليل المضمون إلى جانب تحليل الخطاب الإعلامي ضمن مقارنة تداولية، حيث جرى تحليل عينة من المضامين الإخبارية والبرامج السياسية في عدد من وسائل الإعلام العراقية والكووردستانية خلال المرحلة التي أعقبت الاستفتاء.

وقد ركّز التحليل على رصد المصطلحات الإعلامية الأكثر تداولاً في تغطية قضية الاستفتاء، وتحليل سياقات استخدامها ودلالاتها الخطابية، إضافة إلى مقارنة أنماط استخدامها بين وسائل الإعلام المختلفة. وتشير نتائج الدراسة إلى وجود تباين واضح في تداول المصطلحات الإعلامية بين الإعلام العراقي والكووردستاني، حيث اعتمد كل طرف منظومة مصطلحية تعكس توجهاته السياسية وأجندته الإعلامية. كما أظهرت النتائج أن استخدام المصطلحات لم يكن محايداً أو وصفيّاً فحسب، بل شكّل جزءاً من عملية بناء الأجندة الإعلامية وتعزيز الاستقطاب الخطابي في الفضاء الإعلامي.

وتخلص الدراسة إلى أن المصطلح الإعلامي في سياق النزاعات السياسية يتحول إلى أداة تداولية فاعلة في تشكيل المعنى السياسي للأحداث وتوجيه إدراك الجمهور لها، وأن تحليل تداول المصطلحات الإعلامية يسهم في فهم أعمق لطبيعة الاستقطاب الإعلامي ودور اللغة الإعلامية في إعادة إنتاج الانقسام السياسي في المجال العام العراقي والكووردستاني.

الكلمات المفتاحية:

تداولية المصطلحات الإعلامية، الاستفتاء على استقلال كردستان ٢٠١٧، الأجندة الإعلامية، الاستقطاب الإعلامي، الخطاب الإعلامي السياسي.

Abstract:

This study examines the pragmatics of crisis - laden media terminology in Iraqi and Kurdistan media discourse following the 2017 Kurdistan independence referendum held on 25 September 2017. The referendum is treated as a pivotal political event that intensified political and media polarization in Iraq and the Kurdistan Region. The study aims to identify how media terms related to the referendum were circulated in media discourse, to analyze their pragmatic and political connotations, and to explore the extent to which these terms were linked to competing media agendas during that period.

The study is grounded in a theoretical framework that combines Agenda - Setting Theory, developed by Maxwell McCombs and Donald Shaw, with the concept of Media Polarization, in order to explain the relationship between the circulation of media terminology and the construction of media agendas within a context of political conflict. Methodologically, the study employs content analysis alongside media discourse analysis within a pragmatic approach. A sample of news content and political programs from several Iraqi and Kurdistan media outlets produced during the period following the referendum was analyzed.

The analysis focused on identifying the most frequently used terms in media coverage of the referendum, examining the contexts in which these terms were employed, and analyzing their discursive implications. It also compared patterns of terminology usage across different media outlets. The findings reveal a clear divergence in the circulation of media terminology between Iraqi and Kurdistan media, as each side adopted a distinct set of terms reflecting its political orientation and media agenda. The results further demonstrate that the use of such terminology was not merely neutral or descriptive; rather, it formed part of the process of constructing media agendas and reinforcing discursive polarization within the media sphere.

The study concludes that media terminology in contexts of political conflict func-

tions as a powerful pragmatic tool that shapes the political meaning of events and guides public perception of them. Accordingly, analyzing the circulation of media terms contributes to a deeper understanding of the dynamics of media polarization and the role of media language in reproducing political divisions within the Iraqi and Kurdistan public sphere.

Keywords: Pragmatics of Media Terminology, Kurdistan Independence Referendum 2017, Media Agenda - Setting, Media Polarization, Political Media Discourse.

الفصل الأول: الإطار النظري لتحليل تداولية المصطلحات الإعلامية المتأزمة في الإعلام العراقي والكوردستاني بعد أحداث ١٦ أكتوبر ٢٠١٧

١ - ١: المقدمة:

شهد الخطاب الإعلامي في العراق وإقليم كوردستان تحولات ملحوظة بعد إجراء استفتاء استقلال كوردستان Kurdistan independence referendum في إقليم كوردستان العراق في ٢٥ أيلول/سبتمبر ٢٠١٧، حيث برزت حالة واضحة من الاستقطاب السياسي والإعلامي انعكست في استخدام مجموعة من المصطلحات الإعلامية المتأزمة التي حملت دلالات متباينة في وسائل الإعلام العراقية والكوردستانية. وقد أصبحت هذه المصطلحات جزءاً من الصراع الخطابي والإعلامي، إذ لم تعد مجرد أدوات لغوية لنقل المعلومات، بل تحولت إلى آليات تداولية تسهم في بناء المواقف السياسية وتوجيه إدراك الجمهور للأحداث.

وانطلاقاً من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل تداولية المصطلحات الإعلامية المرتبطة بحدث الاستفتاء في الخطاب الإعلامي العراقي والكوردستاني، من خلال توظيف مقاربة تحليلية تستند إلى نظرية وضع الأجندة Agenda - Setting Theory التي طوّرها Maxwell McCombs و Donald Shaw، إلى جانب مفهوم الاستقطاب الإعلامي (Media Polarization)، وذلك للكشف عن العلاقة بين تداول المصطلح الإعلامي وبناء الأجندة الإعلامية في سياق الصراع السياسي. ويتضمن هذا البحث إطاراً نظرياً يتناول المفاهيم المرتبطة بالتداولية الإعلامية والمصطلح الإعلامي والاستقطاب الإعلامي، إضافة إلى عرض الدراسات السابقة المرتبطة بالموضوع. كما يعتمد البحث منهج تحليل المضمون وتحليل الخطاب الإعلامي لدراسة عينة من وسائل الإعلام العراقية والكوردستانية، بهدف الكشف عن طبيعة المصطلحات المتداولة بعد الاستفتاء، وتحليل دلالاتها التداولية والسياسية، وبيان دورها في تعزيز الاستقطاب الإعلامي وبناء الأجندة الإعلامية في تلك المرحلة.

١ - ٢: فرضية البحث:

تفترض الدراسة أن المصطلحات الإعلامية المتأزمة بعد استفتاء ٢٥ أيلول ٢٠١٧ لم تُستخدم كوصف محايد للأحداث، بل وُظفت كأدوات تداولية لإعادة تشكيل الإدراك الجمعي، وترسيخ

الانقسامات السياسية والهوية الإعلامية، وفق آليات وضع الأجندة والاستقطاب الإعلامي.

١ - ٣: إشكالية البحث:

تكمن إشكالية البحث في الخلافات والتباينات في تفسير المصطلحات الإعلامية المتولدة عقب الاستفتاء، والتي تحمل دلالات سياسية متباينة تؤثر على فهم الجمهور للأحداث، وتعيد إنتاج الصراعات الرمزية بين المركز والإقليم. وي طرح البحث السؤال الرئيسي: كيف استخدمت المصطلحات الإعلامية في الإعلام العراقي والكوردستاني بعد أحداث ١٦ أكتوبر ٢٠١٧ لتعزيز أطر الاستقطاب وإعادة ترتيب الأجندة الإعلامية؟

١ - ٤: أهمية البحث

تنبع أهمية البحث من محاور عديدة، وأبرزها كالاتي:

١. أهمية نظرية وعملية: فهم كيفية تداول المصطلحات السياسية والإعلامية وتأثيرها على الرأي العام، وربطها بالتحليل التداولي والخطاب الإعلامي.
٢. أهمية تطبيقية: تقديم أدوات لتحليل الخطاب الإعلامي في سياق الأزمات السياسية، مع إمكانية تعميم المنهج على أزمات مشابهة.
٣. أهمية معرفية: إثراء الدراسات الإعلامية العراقية والكوردستانية حول تأثير المصطلحات الإعلامية المتأزمة في تشكيل الإدراك الجمعي والاستقطاب السياسي.

١ - ٥: مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في غياب الدراسات التحليلية المتخصصة في التداولية الإعلامية للمصطلحات السياسية المتأزمة في العراق وكوردستان، خصوصاً بعد أحداث الاستفتاء، ما يجعل الرصد الأكاديمي للتأثيرات الإعلامية محدداً وغير منهجي.

١ - ٦: أسئلة البحث:

انطلاقاً من الإشكالية، يسعى البحث للإجابة عن الأسئلة الآتية:

١. ما طبيعة المصطلحات الإعلامية التي ظهرت بعد استفتاء ٢٥ أيلول ٢٠١٧ في الإعلام

العراقي والكوردستاني؟

٢. كيف تؤثر هذه المصطلحات على تشكيل أجندة الإعلام وفق نموذج ماكومبس وشو؟
٣. إلى أي مدى تسهم هذه المصطلحات في الاستقطاب الإعلامي وتعميق الانقسامات السياسية والهوية الإعلامية؟
٤. كيف تختلف التداولية الدلالية للمصطلحات بين الإعلام العراقي والكوردستاني؟

١ - ٧: أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

١. تحليل طبيعة المصطلحات الإعلامية المتأزمة بعد استفتاء ٢٥ أيلول ٢٠١٧.
٢. رصد أثر هذه المصطلحات على إعادة ترتيب الأجندة الإعلامية في العراق وكوردستان.
٣. قياس درجة الاستقطاب الإعلامي وتعميق الانقسامات السياسية والهوية الإعلامية.
٤. معرفة التداولية الدلالية للمصطلحات بين الإعلام العراقي والكوردستاني.

١ - ٨: منهجية البحث:

اعتمد البحث منهج التحليل النوعي التداولي للمصطلحات الإعلامية، مدعومًا بنموذجين نظريين:

١. نظرية وضع الأجندة (Agenda - Setting Theory): لفهم كيفية تحديد وسائل الإعلام لما ينبغي أن يفكر فيه الجمهور وترتيب القضايا حسب الأولوية.
٢. نظرية الاستقطاب الإعلامي (Media Polarization Theory): لتحليل كيفية استخدام المصطلحات الإعلامية لإنتاج الانقسامات الرمزية والهوياتية.

كما اعتمد البحث على:

- جمع البيانات من الصحف، المواقع الإخبارية، والتقارير الإعلامية (٢٠١٧ - ٢٠١٨).
- تحليل التداول اللغوي للمصطلحات، وربطها بالسياقات السياسية والرمزية.
- استخدام مقارنة بين الإعلام العراقي والإعلام الكوردستاني لتبيان الفروق التداولية والدلالية.

١ - ٩ : الحدود الزمانية والمكانية للبحث :

الحدود الزمانية: تمتد الدراسة من ٢٥ أيلول ٢٠١٧ (استفتاء كردستان) إلى نهاية عام ٢٠١٨، لمتابعة تداعيات الاستفتاء والتغيرات الإعلامية الناتجة.

الحدود المكانية: يشمل البحث الإعلام العراقي الرسمي والمستقل، والإعلام الكوردستاني الرسمي وغير الرسمي، مع التركيز على المناطق المتأثرة بالاستفتاء مثل: كركوك والمناطق المتنازع عليها.

١ - ١٠ : مصطلحات البحث :

- المصطلحات الإعلامية المتأزمة: هي كلمات أو تعابير تُستعمل في الخطاب الإعلامي لتحليل أو توصيف أحداث سياسية أو اجتماعية، وتحمل إيحاءات مشحونة تؤثر على إدراك المتلقي (مطلوب، ٢٠٠٢: ٨). ومن المنظور التداولي هي تلك المصطلحات التي تكتسب دلالات إضافية عند استخدامها في السياق الإعلامي، بحيث تصبح أدوات للضغط الرمزي أو التأييد السياسي، وليس مجرد وصف محايد (Van Dijk, 2008: 33). . وعليه، فالمصطلحات الإعلامية المتأزمة في هذا البحث تستخدم في سياق الأزمات السياسية لتعكس مواقف أو تحيزات وسائل الإعلام تجاه الأحداث أو الأطراف المختلفة. - تداولية المصطلحات: هي قدرة المصطلح على الانتقال من مجرد وحدة لغوية إلى أداة معنوية تتفاعل مع سياقات الخطاب المختلفة، وفق قصد الفاعل الإعلامي وظروف السياق (فيرشر، ٢٠٠٠: ٥). فمن خلال السياقات السياسية أن تداولية المصطلحات تعني دراسة كيفية استخدام الكلمات في الإعلام لتشكيل الرأي العام، وتحريك مواقف المجتمع، وإنتاج صور رمزية متباينة بين الأطراف (النخلة، ٢٠٠٢: ٩). ومن هنا، في هذا البحث يقصد بها خاصية المصطلح في الانتقال من معنى لغوي محايد إلى أداة تأثير في الخطاب الإعلامي والسياسي. - الإعلام العراقي والكوردستاني: إن الإعلام العراقي والكوردستاني يشير إلى منظومة الوسائط الإعلامية الرسمية وغير الرسمية في العراق وإقليم كردستان، بما يشمل الصحف، القنوات التلفزيونية، والمواقع الإلكترونية، التي تنقل الأحداث السياسية والأمنية. ومن هنا، فوسائل الإعلام في العراق وإقليم كردستان التي تؤثر على الرأي العام في سياق الأحداث السياسية والأمنية. - استفتاء ٢٥ أيلول ٢٠١٧: استفتاء ٢٥ أيلول ٢٠١٧ هو إجراء سياسي أجرته حكومة إقليم كردستان لاستطلاع رأي المواطنين حول استقلال الإقليم

عن العراق (Barzani, 2018: 45). وعليه، فهو استفتاء شعبي حول استقلال إقليم كردستان الذي أحدث توترات إعلامية وسياسية واسعة. - نظرية وضع الأجندة (Agenda - Setting Theory): إنّ نظرية الأجندة تفترض أن وسائل الإعلام لا تخبر الجمهور بما يفكر فيه، لكنها تحدد له ما الذي ينبغي أن يفكر فيه، من خلال تركيزها على قضايا معينة (McCombs & Shaw, 1972: 142). فالنظرية من الناحية التطبيقية التحليلية تفسر كيفية ترتيب القضايا والأحداث في الإعلام، وتأثير ذلك على أولويات الجمهور وإدراكه السياسي، بما في ذلك ترتيب القضايا والسّمات والشبكات الدلالية (McCombs, 2004: 201). وفي هذا البحث بموازاة ما سبق هي آلية تأثير الإعلام في تحديد ما يعتبره الجمهور مهمًا في الفضاء السياسي. - نظرية الاستقطاب الإعلامي (Media Polarization Theory): من الناحية النظرية أن الاستقطاب الإعلامي هو ميل وسائل الإعلام إلى إنتاج خطاب ثنائي أو متضاد يعكس الانقسامات السياسية والاجتماعية في المجتمع، ويخلق حدودًا رمزية بين «نحن» و«هم» (Hallin & Mancini, 2004: 67). . ومن المنظور التطبيقي التحليلي تشير النظرية إلى استخدام المصطلحات الإعلامية كأدوات لإبراز الانقسامات وتعميق الهوية السياسية، وتحويل النزاعات إلى صراعات هوياتية (Sunstein, 2007: 73). وباختصار في هذا البحث يركز على أنّها ظاهرة تحول الإعلام إلى أداة لتكريس الانقسامات الاجتماعية والسياسية وتعميقها بين الجماعات المختلفة.

١ - ١١ : الدراسات السابقة:

1) Ibrahim Mstaffa (2020): Electronic media discourse about the 2017 referendum in the Kurdistan Region: the K24 website as a sample - مجلة Qalaa Zanist Scientific Journal

منهجية البحث: وصفية تحليلية باستخدام منهج تحليل المحتوى لتحليل الخطاب الإعلامي في موقع Kurdistan 24 خلال حملة الاستفتاء.
أسئلة البحث: كيف تمّ تحديد الأطر والموضوعات المستخدمة في التغطية الإعلامية للاستفتاء.

أهم النتائج: وجد أن الخطاب الإعلامي كان منحازًا لصالح الاستفتاء وأن أكثر الأطر تداولًا كانت أطر المسؤولية والصراع.

الفجوة البحثية: الدراسة تركز على موقع إلكتروني واحد فقط ولم تربطه بنظريات إعلامية مثل الأجندة أو الاستقطاب، وهذا ما سنغطيه في بحثنا. الذي يضيف هذا البحث: : توسيع التحليل ليشمل أكثر من وسيلة إعلام، إل جانب ربط النتائج بنظريتي الأجندة والاستقطاب الإعلامي.

Analysis of political : (٢٠٢٥) Ibrahim Samin Ali & Mohamed Khadr Mouloud (٢ referendum ٢٠١٧ article in Kurdish media... about the

Raparin Journal of Humanities

المنهجية: تحليل محتوى مقالات سياسية في صحيفتين كورديتين Xabat و (Kurdistan) (New) خلال شهر واحد قبل/بعد الاستفتاء.

أسئلة البحث: كيف تمّ تحديد المقالات السياسية المنشورة حول الاستفتاء - كيف تمّ تحليل مضمونها وكيف تناولت قضايا الاستفتاء.

النتائج: الصحافة الكوردية اهتمت بتغطية الاستفتاء من خلال مقالات تحليلية واستقصائية، ولم تقتصر على نقل الأحداث فقط.

الفجوة البحثية: الدراسة لا تربط تأثيرات المحتوى بتشكيل الرأي العام أو بنظريات التداولية/الأجندة، كما لا تشمل مقارنة مع الإعلام العراقي.

الذي يضيف هذا البحث: منهجية تحليل المحتوى يمكن تطويرها لقياس تداولية المصطلحات وتأثيرها عبر وسائل متعددة وربطها بنظرية الأجندة والاستقطاب.

3) Zahra Ihsan Ramazan & Omran Omar Ali (2025): Kurdish Media's Role in Covering the 2017 Referendum

Raparin Journal of Humanities

المنهجية: مقارنة تحليلية تغطي ثلاث قنوات كوردية (Rudaw, Kurdistan 24, NRT) لإبراز دورها في الاستفتاء.

أسئلة البحث:

كيف تقدّم هذه الوسائل دورًا موحدًا أثناء الاستفتاء؟

كيف تقييم تأثير رسائلها على جمهورها؟

النتائج: عدم وجود رسالة موحدة بين الوسائل، وأدى ذلك إلى ضعف التأثير الموحد.

الفجوة: يقلل من تحليل الدلالات التداولية للمصطلحات أو ربطها بتشكيل الأجندة أو الاستقطاب.

الذي يضيف هذا البحث: دراسة التقابل بين وسائل متعددة وكيف ذلك يؤثر على الرسالة، ويمكن توسيعها في بحثنا عبر تحليل تداولية المصطلحات.

4) Ding, Horning & Rho (2023): Same Words, Different Meanings: Semantic Polarization

arXiv. org (broadcast media and social media polarization)

المنهجية: تحليل لغوي واسع عبر بيانات من شبكات تلفزيونية (CNN و Fox) ووسائل التواصل الاجتماعي لقياس الاستقطاب الدلالي.

أسئلة البحث: كيف تتغير دلالات الكلمات نفسها بين شبكات إعلامية مختلفة وما تأثير ذلك على الاستقطاب؟

النتائج: زيادة حادة في الاستقطاب الدلالي بين شبكات الأخبار في الولايات المتحدة بين ٢٠١٦ و ٢٠٢٠.

الفجوة: يركز على الإعلام الغربي ومقارنة اللغة، لكنه لا يدرس حالة استفتاء ولا الإعلام العراقي/الكوردستاني.

الذي يضيف هذا البحث: يمكن الاستفادة من طرق قياس الاستقطاب الدلالي وربطها بتحليل مصطلحات بحثنا.

5) Field et al. (2018): Framing and Agendasetting in Russian news arXiv. org

المنهجية: تحليل إحصائي/حاسوبًا (computational) لترابط التأطير ووضع الأجندة عبر ١٠٠,٠٠٠ مقال صحفي.

أسئلة البحث: كيف تستخدم الأخبار الروسية استراتيجيات وضع الأجندة وتوجيه الإطار؟ النتائج: تكشف استراتيجيات إعلامية subtler، مثل: الإلهاء والتركيز المتكرر على موضوعات معينة.

الفجوة: لا يدرس الاستفتاء الكوردستاني، لكنه يقدم منهجًا قويًا لربط التأطير بوضع الأجندة. الذي يضيف هذا البحث: يمكن تبني قالب وضع الأجندة + التأطير لتحليل مصطلحات في بحثنا.

6) Yilmaz & Abul (2018): Inferring Political Alignments of Twitter Users... Turkish referendum arXiv. org

المنهجية: تحليل بيانات تويتر لاستنتاج الانتماءات السياسية في استفتاء تركي باستخدام نماذج تعلم آلي.

أسئلة البحث: هل يمكن استخدام محتوى النص لاستنتاج الانحياز السياسي للمستخدمين؟ النتائج: وجود دقة عالية في استنتاج الانحياز السياسي باستخدام خصائص النص الكامل مقارنة بال hashtags.

الفجوة: لا يرتبط مباشرة بالإعلام التقليدي أو التداولية، لكنه يوضح دور اللغة والنص في كشف التوجهات السياسية.

الذي يضيف هذا البحث: أدوات تحليل النص المتقدم يمكن توظيفها لتحليل تداولية المصطلحات.

خلاصة الفجوة البحثية العامة:

• قلة الدراسات التي تربط تداولية المصطلحات الإعلامية بشكل مباشر بإطار نظري يجمع بين وضع الأجندة والاستقطاب الإعلامي في سياق استفتاء كردستان ٢٠١٧.

• معظم الأبحاث السابقة تركز على تمثيل الوسائل أو المحتوى فقط دون التعمق في الدلالات التداولية للغة المصطلحات وتأثيرها على تشكيل الأجندة أو الاستقطاب.

• هذا البحث يضيف: تحليل تداولي دقيق مع ربط نظري متين؛ فحلاظ عن مقارنة بين الإعلام العراقي والكوردستاني إل جانب بناء مؤشرات كمية ونوعية لقياس أثر المصطلحات.

الفصل الثاني: الإطار النظري لتحليل تداولية المصطلحات الإعلامية المتأزمة في الإعلام

العراقي والكوردستاني بعد أحداث ١٦ أكتوبر ٢٠١٧

تتمحور الإشكالية في هذا الفصل حول الخلافات والقراءات المختلفة للمصطلحات الإعلامية المتولدة عقب الاستفتاء في إقليم كردستان، والتي غالبًا ما تحمل إحياءات سياسية مشحونة تؤثر على المشهد الإعلامي العراقي والكوردستاني. وتشكل هذه المصطلحات مركز النقاش في دراسة تداوليتها وتحليلها وفق نموذج الأجندة الإعلامية ونظرية الاستقطاب الإعلامي، لفهم كيفية تشكيل الرأي العام وإعادة إنتاج الصراعات الرمزية بين المركز والإقليم.

٢ - ١ المصطلح: المعنى اللغوي والاصطلاحي

وقبل أن ندخل إلى مضامين المصطلح رأينا من الأهمية بمكان الوقوف على ومضات من المعنى اللغوي والاصطلاحي لها عند القدماء والمحدثين، إذ جاء المصطلح في تاج العروس على أنه «اتفاق طائفة مخصوصة على أمر مخصوص.» (الزبيدي، تاج العروس، تحقيق مصطفى حجازي: ٢٨) أما الجرجاني فقد اندرج المصطلح ضمن الاصطلاح، إذ قال أنه «عبارة عن اتفاق قوم على تسمية الشيء باسم ما، يُنقل عن موضعه. . . وأنه إخراج اللفظ من معنى إلى آخر، لمناسبة بينهما.» (الجرجاني، علي بن محمد. ١٩٨٣: ٢٨)، والاصطلاح عند أبو البقاء الكفوي في كليّاته هو اكتساب المسمى دلالة آخر، ذاكراً ذلك بقوله: «الاصطلاح هو اتفاق القوم على وضع الشيء، وقيل: إخراج الشيء عن المعنى اللغوي إلى معنى آخر لبيان المراد» (الكفوي، أبو البقاء. ١٩٩٢: ١٢٩).

هذا، وأن الأمين العام للمجمع العلمي العراقي الأسبق الدكتور أحمد مطلوب في نهايات القرن العشرين، يوجز المصطلح في:

- ١) اتفاق العلماء عليه للدلالة على معنى من المعاني العلمية.
- ٢) اختلاف دلالاته الجديدة عن دلالاته اللغوية الأولى.
- ٣) وجود مناسبة أو مشاركة أو مشابهة بين مدلوله الجديد ومدلوله اللغوي (العام). «(مطلوب، أحمد. ٢٠٠٢: ٨).

٢ - ٢: علم المصطلح وعلاقته بالعلوم الأخرى

يتقاطع علم المصطلح مع عدد من الحقول المعرفية، مثل اللسانيات، وعلم الدلالة، والتداولية، وتحليل الخطاب؛ لذلك يصفه بعض الباحثين بأنه «علم العلوم». وعليه، فإن المصطلح لا يُفهم بوصفه وحدة لغوية معجمية فحسب، بل بوصفه وحدة تداولية تكتسب دلالات إضافية عند استعمالها في الخطاب السياسي والإعلامي. ومن هنا، يتشاطر هذا العلم مع المنهج التداولي، فهو الآخر يمتلك هذه السمات ويستفيد من المناهج لوصف اللغة المستعملة وتحليلها في سياقات التواصل المختلفة.

وقد حدّد فيستر (Wüster) السمات الخمس للمصطلح، وهي كما يلي (ج. س. ساجر، ت: عبدالعزيز. ١٩٩٦: ١٧٠ - ١٨٣):

١. يبحث علم المصطلح في المفاهيم للوصول إلى المصطلحات التي تعبر عنها.
 ٢. ينتهج علم المصطلح منهجاً وصفيًا.
 ٣. يهدف علم المصطلح إلى التخطيط اللغوي، ويؤمن بالتقييس والتنميط.
 ٤. علم المصطلح علم بين اللغات.
 ٥. يختص علم المصطلح غالبًا باللغة المكتوبة.
 توجد علاقة وثيقة بين الدلالة اللغوية والدلالة الاصطلاحية للمصطلح؛ إذ غالبًا ما تنشأ المصطلحات من تسميات لغوية عادية قبل أن تتحول إلى وحدات اصطلاحية متخصصة ضمن حقل معرفي محدد. وفي هذا البحث، نعتبر أن المصطلحات، عند ذكرها، تتضمن هذا الخيط الرابط بين دلالتها اللغوية الأولية ودلالاتها الاصطلاحية.

وتظهر هذه العملية بشكل واضح في لغة السياسة والإعلام؛ فقد خلقت أحداث الاستفتاء في إقليم كردستان عام ٢٠١٧ وما تلاها من تطورات سياسية لغة سياسية مشحونة بين المركز والإقليم، حيث لم يدخل أي طرف في إطلاق تسميات جديدة على الآخر بهدف شرعنة مواقفه وتبرير أهدافه، ومن ثم إقناع الرأي العام الداخلي والدولي. وتجلّى ذلك في الخطاب الإعلامي الذي أعقب أحداث ١٦ أكتوبر ٢٠١٧، إذ تحوّلت المصطلحات من أدوات توصيف محايدة إلى أدوات للصراع الرمزي بين الفاعلين السياسيين والإعلاميين.

٢ - ٣: علم المصطلح وعلاقته بالتداولية

في ضوء ما سبق من تناول طبيعة المصطلح وعلاقته بالحقول المعرفية الأخرى، يركّز هذا البند على البعد التداولي للمصطلح، الذي يبرز أهميته في سياق الاستعمال العملي والسياسي والإعلامي. إذ إن دلالة المصطلح لا تتحقق بشكل كامل إلا عند استخدامه في سياق التواصل الفعلي، حيث يصبح أداة للتأثير والإقناع، وليس مجرد وحدة لغوية أو مفهومية (فيستر، ٢٠٠٠: ٥).

وفق فيستر، يمتاز علم المصطلح بسمات أساسية عديدة: دراسة المفاهيم للوصول إلى المصطلحات، اتباع منهج وصفي، التخطيط اللغوي، التقييس والتنميط، إضافة إلى كونه علمًا بين اللغات ومتخصصًا غالبًا في اللغة المكتوبة. ومن هذا المنطلق، فإن البعد التداولي للمصطلح يتيح فهم كيفية انتقال المصطلحات من مجرد تسميات إلى أدوات تداولية فعّالة في الخطاب السياسي والإعلامي، وكيف تُستثمر لتشكيل المواقف وتحريك الرأي العام.

استناداً إلى هذا البعد التداولي، يمكن تصنيف مجالات المصطلح المتقاطع مع التداولية كما يأتي:

١. علم المصطلح: دراسة المفاهيم والعلاقات الوجودية والمنطقية والمصطلحات اللغوية التي تعبر عنها.

٢. صناعة المصطلح: نشر المعاجم المتخصصة، الورقية والإلكترونية، بما يضمن توحيد وتقييس المصطلحات.

٣. البحث المصطلحي: دراسة تاريخ علم المصطلح، المدارس المصطلحية، توثيق المصطلحات، التدريب، والمؤسسات المصطلحية (القاسمي، علي: ٢٠٠٨).

٢ - ٤: التداولية: مدخل لفهم المصطلحات الإعلامية

قبل تحليل المصطلحات المولدة عقب الاستفتاء، يجب توضيح التداولية كمنهج لمعالجة هذه المصطلحات. ومن هنا، يرى جيف فيشر أن التداولية علم علاقة العلامة بمؤوليتها، يتعامل مع الظواهر النفسية والاجتماعية في توظيف العلامات. أما فانديك فيذهب إلى أن التداولية علم تحليل الأفعال اللغوية ووظائف المنطوقات في الاتصال والتفاعل الاجتماعي. أما جيفري ليتش فيرى أن التداولية هي دراسة المعنى في صلته بظروف الكلام (المخاطب، السياق، الهدف من الملفوظ) (النخلة، محمود أحمد. ٢٠٠٢: ٩). ومن هنا، فإن المعنى التداولي بإمكاننا اختزالها في المعادلة الآتية:

المعنى التداولي = السياق السياسي + قصد الفاعل الإعلامي + البنية الخطابية للنص. وفي هذا السياق، المصطلحات الإعلامية المتأزمة، إذ توضح كيف تشكل دلالاتها في المواقف المختلفة.

٢ - ٥: تداولية المصطلح اللغوي والمجازي في اللغة السياسية

إن المصطلحات اللغوية المولدة جراء المستجدات السياسية سواء أكانت حقيقية أم مجازية في اللغة السياسية وعند المحنكين السياسيين، أضحت طعاماً سائغاً في يراعة الصحفيين المحترفين في حقل الصحافة، محاولين ترجمة ماهيات المجاز، وجماليات مقامياتها في فضائهم الكتابي. وطبيعة بهاء مجاز اللغة في عالمنا المعاصر تزداد رسوخاً كلما ارتفعت حدة الخلفية المشتركة بين الباحث والمتلقي، فكلما ازدادت تداولية دائرة الفهم بينهما زاد الكلام مجازاً

ورونقاً وتواصلًا. وإنَّ الفضاء الإعلامي بمسمياتها قد صغرت جغرافيات الدول، جاعلاً جغرافية تواصلها في مساحة ضيقة تكاد لا تذكر. فعالم الجوّال وبما يمتلكه من تقنيات رهيبه، جعل عالم الاتصالات بماهياته، سريعاً ولطيفاً في عالمنا المعاصر. فمن خلاله يمكن التواصل به، وقراءة الصحف والمجلات والأخبار العاجلة، لحظة بلحظة، سواء أكان ذلك عن طريق المواقع الإلكترونية أم من خلال فيسبوكه الشخصي.

ومن هنا، تتلاقح الفلسفة التواصلية مع المنهج التداولي، إذ تحتل المصطلحات السياسية، سواء أكانت حقيقية أم مجازية، موقعاً محورياً في بنية الخطاب الإعلامي والسياسي. ؛ «نظراً للتشكيل الإعلامي الذي يحدثه داخل النسيج المتخيل من خلال توظيف التركيب السطحي لإنتاج المعاني والدلالات» (سعدالله، محمد سالم: ٤٧)، وهذا ما يحقق شرط الإخلاص ضمن دائرة الوعديات داخل بحبوحة الأفعال الإنجازية التي جسدها (سيرل) في طرحه التداولي، والذي تجسّد في القصدية؛ فضلاً عن الإعلامية في لغة الإعلام السياسي، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، أضحت لغة الاصطلاحات واللغة المجازية - اليوم - سمة من سمات اللغة الإعلامية «في التعبير عن حالة من الحالات أو إطلاق تسمية في وقت مناسب» (الطائي، حاتم علي: ١٤٠).

كما وأن إطلاق المسميات والمصطلحات الجاهزة في اللغة السياسيّة قد تعبّر عن معاني خاصة، مثل: القوة الضاربة: أي السلاح الكافي لضرب العدو، واجتمع المؤتمر على صعيد الوزراء: أي: كان مؤلفاً من وزراء الدول، وغسل يديه من المسألة: أي تبرأ منها، و ضرب الرقم القياسي، أي: تجاوز إلى حدّ أبعد، والسوق السوداء: السوق التي يتعامل بها خفية؛ تهرباً من التسعير القانوني، وهو صاحب الرسي: أي رئيس المجلس، والشارع يناصر فلاناً: أي السوق وعامة الناس، وأخذ المبادرة: أي سبق غيره في أمرٍ ما، وانتهاك صارخ لحقوق الشعب: أي انتهاك واضح شديد، وناطحات السحاب للأبنية الشاهقة العلو، وتوترت العلاقات بينهم: أي ساءت واشتدت، وصوّت في الجلسة لفلان، أي: كان من مؤيديه أظهر تأييده لفلان». (شرف، عبدالعزيز. ١٩٨٩: ٣٩٢). وعليه، توضح هذه المصطلحات كيفية استثمار اللغة في الإعلام لتوجيه الرأي العام وإنتاج الصور الرمزية المتضادة بين الأطراف السياسية.

ومن هنا، فإنَّ استخدام المصطلحات السياسيّة والتعابير المجازية في لغة الإعلام مرهون بتقدم وسائل الإعلام، فكلما تطوّر وعي الإعلام اللغوي ووسائله اتجهت اللغة نحو الاستعمال

الاصطلاحية أكثر، وتحققت بيئة المبدأ التعاوني الغرايسي بنجاعة أكثر في الفضاء التواصلية، وأينعت مضامين الأفعال الكلامية لسيير قطافها بصورة أبهى، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، إنَّ مجازية المصطلحات غدت أكثر تأثيراً، وأشدَّ وقعاً في النفس من الأسلوب التصريحي في التعبير عن المعنى المراد، بالإضافة إلى توسيع نطاق اللغة وترقية مفرداتها، وإضفاء دلالات جديدة على مفرداتها، تكاد أن تكون اللغة المجازية في الإعلام مشتركة في جميع لغات العالم في عصرنا الحالي؛ علاوة على أنَّ الكثير من المفردات والمصطلحات كانت تستعمل في السياسة والإعلام مجازاً، ولكن «بمرور الوقت، وكثرة الاستعمال لحقت بالحقيقة، لتتناغم مع طبيعة اللغة الحية في رحلتها وتطورها، وهو ما يجب أن يواكبه تطور مماثل في الخطابات التي تشغل بالجدة والحيوية» (عثمان، عبدالمك: ٢٠١٨) وليست لغة السياسيّ والإعلامي ببعيدة عن ذلك الهاجس.

ومعطوفاً على ما سبق، فإن الظروف والمستجدات التي تحيط بالأحداث الجديدة كحالة الاستفتاء في إقليم كردستان تولّد مصطلحات وتعابير معاصرة ومتناغمة مع ظروف تلك البيئة السياسيّة، فهذه المصطلحات السياسيّة لربّما حال استعماله في كل مرّة، هناك جوّ يحدّد معناها تحديداً مؤقتاً، فمأورائية الكلام والتداولية اللغوية هي التي تستوجب قيمة واحدة بعينها للكلمة والمصطلح الجديد، مع أن الدلالات متنوعة، والتي يمكن أن تدلّ عليها، ويخلص السياق الكلمة والمصطلح من الدلالات الماضية التي تدعها الذاكرة، تتراكم عليها. فالمصطلحات السياسيّة بتداولياتها السياقية تصبح مطّاطة، فتتجلى سمة المجاز حسب نوعية السياق وكيفية مراعاة القارئ لمبدأ الحكمة الغرايسي؛ فضلاً عن تناغم الاستعمال مع السياق الاستعمالي.

٢ - ٦: تداولية توحيد المصطلحات عالمياً

إنَّ إبراز تلك المصطلحات السياسيّة المصكوكة ك(الأعماء الخاوية، شخبطات طفولية، العولمة، هجرة العقول، الحرب على الإرهاب، الإرهاب الدولي، سقوط الأفتنة، أعطى الضوء الأخضر، الإرهاب الأخضر، الخطوط الحمر، المطبخ السياسي، اللغة العالمية، التعقيم الإعلامي، الإعلام المتصهين، نبض الشارع، . . . إلخ) بعد أحداث الحادي عشر من أيلول عام ٢٠٠١ في نيوروك و واشنطن، لهي أفضل برهان على تكريس وتوحيد المصطلحات المتداولة في العالم بأسره؛ صانعاً بذلك بيئة الافتراض المسبق بين المرسل والمتلقي، التي تتكأ عليها كثيراً

في جغرافية علم الاستعمال اللغوي المعاصر. ولا غرابة من تعميق تلك الولادة العاجلة للافتراض المسبق من هذه التعابير عند جمهور المتلقي في هذه العبارات المجازية المعاصرة؛ كونها تعبير عن الحدث الذي هزّ العالم، وغير الكثير من الماجريات والمعادلات السياسية. وكذلك إشاعة التعابير (شريان الحياة، عاصفة الصحراء، علوج، التصفية الجسدية، أسلحه الدمار الشامل، الاحتقان السياسي، اختراق حاجز الصوت، ضربة عسكرية محتملة، الإطاحة بنظام صدام حسين...) في حرب الخليج الثالثة. فضلاً عن أنّ مفردة (ارحل) أضحت عنوان الثورات العربية في الربيع العربي، وأصبحت كلمة لطيفة من لدن الثوّار، لها مجازات تحكّمها الفلسفات التي تضيء طريق سبيل الباث؛ بينما مجازات تلك الكلمة من قبل السلطة تعني التطرف والخروج عن القانون، وجادة الصواب.

ويضاف إلى ما سبق، إنّ تعابير مجازية كثيرة قد ولدت في الشرق الأوسط، قبل الربيع العربي وبعده، ولعل من أبرزها: (٢٥ يناير، عربة البوعزيزي، ١٧ ديسمبر، ميليشيات، فلول المقاومة، جمعة الحسم، الجرائم، التجاوزات الإيرانية، عناقيد الغضب، العملة الصعبة، إعادة ماء الوجه، فقد ماء وجهه سياسياً، طاعون القيادة، أيلول الأسود، أيلول أمريكا الأسود، الحرية الحمراء، الفجر الأحمر، حرب الأيام الستة، القنابل الذكية، بلد المليون شهيد، إغلاق باب الثلاجة على المفاوضات، إفلاس سياسي، آذان للحيطان، الأفكار المعلّبة، رمّانة الميزان، من الصحراء إلى الصحراء، زنقة زنقة، دار دار، شبر شبر، فرد فرد، شبيحة الأسد، بلطجية النظام، أصوات نشاز، دعشنة المفاهيم، فاتكم القطار، الربيع العربي، مرتزقة، رمّانة ميزان، جمعة الغضب، المنطقة الخضراء، غسيل الأموال، برميل البارود، وليمة الدم، سياسة العصا والجزرة، عكازة سياسية، الورقة الخضراء، مسيرة الملح، ليبيا تعيش شهر العسل مع الولايات المتحدة، إنّ ضرع بقرة الحلوب قد جفّ، جاسوس القلب، تؤدّي على أوتار، غصن الزيتون... وهكذا دواليك).

وتأسيساً على هذا، فمن غاص أغوار لغة السياسيين وقواميس مصطلحاتهم لاكتشف أنّ اللغة هي مليكة لجملة من تلك الطاقات المصكّكة في المصطلحات السياسيّة؛ سواء أكان لاستعمال على سبيل الحقيقة أو المجاز في تداولية الخطاب المجازي للفضاء السياسي، ومهما يكن الفعل السياسي فإنّ فصاحة الأداء اللغوي هي المحرك الأقوى للإنجاز الإجمالي، طالما هي الفاعل الأقوى في عملية الإقناع.

٢ - ٧: تداولية المصطلحات أثناء الاستفتاء وبعده في العراق وكوردستان:

إنَّ المفردة تكتسب دلالة هامشية بتداولها في المواقف الحياتية المختلفة؛ فضلاً عن اكتسابها مجموعة من العواطف والقيم التي تتدفق وتسيل فيها من خلال التداول؛ كون دلالة الكلمة وحدة كلية، يمكن أن تضاف إلى لبها أو نواتها الفكرية مجموعة من المشاعر، والأحكام السلبية والإيجابية. وفي مثل هذه الحالة يمكن أن تمثل لمعنى الكلمة «بدائرة تتوسطها دائرة أصغر منها فيها لب الفكرة أو النواة الفكرية، يحيط بها الجو الشعوري أو العاطفي الذي ينتظمها» (كرم، جان جبران. ٢٠٠١: ٢٥٨)، مؤكداً (بيرنز) ذلك في كتابه «أنَّ الكلمات التي ابتكرها الناس للتعبير عن اختلافهم في الرأي كُلِّما كانت لا تلقي كراهية من أحد فقل أنَّ عصرها الذهبي قد ولى؛ لأنَّ الكلمة التي لا تجد من يضر لها كراهاً فإنَّها أيضاً لا تجد من يكنُّ لها حُباً قوياً» (بيرنز. ٢٠٠٥: ٢٥)، ويتضح ذلك جلياً في المفردتين (زنجي) و(أفريقي) فكلُّ منهما يدل على الإنسان الذي يعيش في أفريقيا، ويتميز ببشرة سوداء. ولكن بقاء الاستعمار الأوروبي لمدة طويلة، وإذلال الأفارقة؛ أدخل على مفردة (الزنجي) بعض العناصر السلبية، أمَّا مفردة (أفريقي) فظلت خالية من هذا الجو الانفعالي السلبي. مفردة «زنجي» تحمل دلالة سلبية إثر الاستعمار الأوروبي، بينما «أفريقي» خالية من هذه الإيحاءات.

وعليه، فإنَّ هذه الحالة توضح مرونة التداولية وسياقية المصطلحات، وارتباطها بالتحليل الإعلامي وفق نموذج الأجندة والاستقطاب، إذ كل طرف سياسي يستخدم لغة مصطلحية لتشكيل الرأي العام بما يخدم أهدافه.

٢ - ٨: تداولية تحليل المصطلحات الإعلامية المتأزمة

إنَّ التداولية تهتم بقدرات المشاركين في الاتصال الجماهيري (الانتباه، الشخصية، ردود الفعل)، وتتقاطع مع تحليل الخطاب في دراسة الحوار، توزيع المعلومات، العناصر الإشارية، والمبادئ الحوارية. ومن هنا، يمكن ربط التداولية بالتحليل الإعلامي الكمي والإحصائي من خلال تكرار المصطلحات في وسائل الإعلام بعد تلك الحادثة السياسية بين الحكومة العراقية وحكومة إقليم كوردستان. فمثلاً، استخدام مصطلحات مثل «الإرهاب الدولي» أو «الخطوط الحمر» في الإعلام العراقي والكوردستاني يعكس: ما يأتي

١. تركيز وسائل الإعلام على أجندة محددة (Agenda - setting).

٢. إعادة إنتاج الانقسام السياسي والاصطفافات (الاستقطاب الإعلامي).

٢ - ٩: تداولية المصطلحات في الفضاء الرقمي

مع انتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت المصطلحات الإعلامية المتأزمة أكثر تداولية ومرونة، حيث يمكن قياس تأثيرها عبر:

- عدد مرات ذكرها في الصحف والمواقع الإخبارية.
- انتشارها على المنصات الاجتماعية.
- درجة الاستجابة الجماهيرية عبر التفاعل والتعليقات.

٢ - ١٠: تأثير السياق السياسي على تداولية المصطلحات

تولد المصطلحات الإعلامية المتأزمة غالبًا استجابة لظروف سياسية معينة، مثل الاستفتاء، الحوارات مع بغداد، والأحداث الأمنية.

ويمكن استخدام تحليل المحتوى الكمي لتحديد:

- أكثر المصطلحات استخدامًا.
- الأهداف السياسية لكل طرف.
- مدى تأثيرها على تشكيل الرأي العام المحلي والدولي.

٢ - ١١: الربط بنموذج الأجندة والاستقطاب الإعلامي

• نموذج الأجندة: يوضح كيف تحدد وسائل الإعلام ما يراه الجمهور مهمًا، من خلال اختيار المصطلحات وتركيزها.

• الاستقطاب الإعلامي: يبيّن كيف تسهم المصطلحات المتأزمة في تجذير الانقسامات السياسية والهوية الإعلامية.

ومعطوفاً على ما سبق، فإنّ المصطلحات الإعلامية المتأزمة هي نتاج سياقي وسياسي، يمكن تتبعها وتحليلها كميًا ونوعيًا. كما وأنّ التداولية توفر الإطار النظري والعملي لفهم كيفية إنتاج المصطلحات وتأثيرها على الرأي العام، إلى جانب ربط التحليل ب نموذج الأجندة والاستقطاب، وهذا ما يعزز قدرة البحث على تفسير الآليات الإعلامية السياسية بعد الاستفتاء.

الفصل الثالث: تحليل تداولية المصطلحات الإعلامية المتأزمة في الإعلام العراقي والكووردستاني بعد أحداث ١٦ أكتوبر ٢٠١٧ في ضوء نظريتي وضع الأجندة والاستقطاب الإعلامي

٣ - ١: مدخل منهجي للفصل التطبيقي

يهدف هذا الفصل إلى تحليل المصطلحات الإعلامية المتأزمة التي رافقت الأحداث السياسية والأمنية التي أعقبت ١٦ أكتوبر ٢٠١٧، ولا سيما دخول القوات الاتحادية إلى كركوك والمناطق المتنازع عليها، من خلال مقارنة تحليلية تجمع بين التحليل التداولي للغة السياسية ونظريتين إعلاميتين مركبتين هما: نظرية وضع الأجندة (Agenda - Setting Theory) ونظرية الاستقطاب الإعلامي (Media Polarization Theory).

وينطلق الفصل من فرضية تطبيقية مفادها أن المصطلحات الإعلامية لم تُستخدم بوصفها أدوات توصيف محايدة، بل وُظفت كآليات رمزية لإعادة وضع الأجندة السياسية، وتوجيه الإدراك الجمعي، وتعميق الاستقطاب الهوياتي بين الإعلام العراقي والإعلام الكوردستاني.

ويُعدّ هذا التحليل تطبيقياً من حيث اعتماده على:

• بيانات وتصريحات رسمية (٢٠١٧ - ٢٠١٨)

• خطابات إعلامية متلفزة ومكتوبة

• هاشتاقات إعلامية

• سياقات تداولية حقيقية

مع الالتزام بمنهج التحليل النوعي التداولي المدعوم بالنظريتين الإعلاميتين.

٣ - ٢: توطین نظرية وضع الأجندة في السياق العراقي-الكووردستاني

١ - الأسس النظرية لنموذج الأجندة

تعود الجذور النظرية لوضع الأجندة إلى دراسة ماكومبس وشو (McCombs & Shaw, 1972: 142)، التي خلصت إلى أن وسائل الإعلام لا تخبر الجمهور بما يفكر فيه، بل تحدد له ما الذي ينبغي أن يفكر فيه.

وقد طُوِّرت النظرية لاحقاً لتشمل ثلاثة مستويات (McCombs, 2004: 201):

١. المستوى الأول: ترتيب القضايا (Issue Salience)
٢. المستوى الثاني: ترتيب السمات المرتبطة بالقضايا (Attribute Salience)
٣. المستوى الثالث: الشبكات الدلالية (Network Agenda Setting)

٢ - انتقال الأجندة بعد ١٦ أكتوبر ٢٠١٧

تكشف قراءة الخطاب الإعلامي العراقي بعد ١٦ أكتوبر عن تحوّل حاد في الأجندة الإعلامية:

٠ قبل ١٦ أكتوبر:

- الاستفتاء

- حق تقرير المصير

- الحوار

٠ بعد ١٦ أكتوبر:

- فرض القانون

- وحدة العراق

- سيادة الدولة

- محاكمة مسعود

- مسلحو بارزاني

هذا التحول لا يمكن قراءته بوصفه صدفة إعلامية، بل يمثل إعادة هندسة للأجندة العامة

بهدف نقل مركز الاهتمام من سؤال الشرعية السياسية إلى سؤال الأمن والسيادة.

وقد ظهر هذا بوضوح في تصريحات رئيس الوزراء العراقي حيدر العبادي خلال مؤتمراته

الصحفية في أكتوبر ٢٠١٧، والتي نقلتها قنوات مثل السومرية نيوز والإخبارية العراقية (٢٠١٧).

٣ - الأجندة المقابلة في الإعلام الكوردستاني

في المقابل، أعاد الإعلام الكوردستاني ترتيب أجنده باتجاه:

٠ احتلال كركوك

٠ سياسة فرض الواقع

· ميليشيا الحشد
· التعريب
· كوردستانية كركوك
وهذا ما يشير إلى تصادم أجندتين متوازيتين، كل واحدة منهما تسعى إلى فرض تعريفها للواقع السياسي.

ثالثاً: بناء السمات (Second - Level Agenda Setting)

لم تكتفِ وسائل الإعلام بترتيب القضايا، بل قامت بتحميلها بسمات قيمية وأخلاقية محددة. مثال تطبيقي:

مصطلح: مسلحو بارزاني

· السمات المتضمنة:

- اللانظام

- العصيان

- التمرد

- نزع صفة الجيش النظامي

في حين يُستبدل المصطلح في الإعلام الكوردستاني ب:

· البيشمركة

· القوات المدافعة

· القوة الشرعية

وهذا يتطابق مع ما يسميه (McCombs, 2004: 25 - 36) ب بناء المعنى عبر السمات.

٣ - ٣: نظرية الاستقطاب الإعلامي - الإطار التطبيقي

١ - الجذور النظرية

يرى (Hallin & Mancini, 2004: 63 - 67) أن الأنظمة الإعلامية المنقسمة سياسياً تنتج

خطاباً استقطابياً يقوم على:

· ثنائية نحن/هم

· نزع الشرعية
· التجيش الرمزي
ويضيف سينستين (Sunstein, 2007: 73) أن التعرض الانتقائي للإعلام يعمق الانقسام ويخلق ما يُعرف بـ «غرف الصدى الإعلامية».

٢ - الاستقطاب بعد ١٦ أكتوبر
يتجلّى الاستقطاب في:
· شيطنة الآخر لغويًا
· تحويل المصطلح إلى سلاح
· الانتقال من الخلاف السياسي إلى النزاع الهوياتي

٣ - ٤: التحليل التطبيقي التفصيلي لمصطلحات الإعلام العراقي تجاه الإقليم بعد ١٦ أكتوبر ٢٠١٧

أولاً: مصطلح «فرض القانون»
١. السياق التداولي
استخدم هذا المصطلح بكثافة في تصريحات رئيس الوزراء العراقي حيدر العبادي خلال أكتوبر ٢٠١٧، ونقلته وسائل إعلام رسمية مثل قناة العراقية والسومرية نيوز.
٢. تحليل وفق نظرية وضع الأجندة
(أ) مستوى ترتيب القضايا (First - Level Agenda Setting)
تحوّل مركز الخطاب من:
· الاستفتاء
· حق تقرير المصير
إلى:
· فرض القانون
· بسط سلطة الدولة

· استعادة السيطرة

ومن هنا، أعادت وسائل الإعلام ترتيب سلّم الأولويات العامة، بحيث لم تعد القضية «نزاعاً سياسياً»، بل «خللاً قانونياً يجب تصحيحه».

وفق ماكوب (McCombs, 2004, p. 24)، فإن التركيز الإعلامي المكثف على قضية محددة يرفعها إلى مركز الإدراك العام، وهو ما حدث فعلياً.

(ب) مستوى السمات (Second - Level Agenda Setting)

لم يُستخدم المصطلح بوصفه وصفاً إدارياً، بل حُمّل بسمات ضمنية، وكالاتي:

· الشرعية

· السيادة

· الدستورية

· النظام

في المقابل، تُضمّن هذه السمات أن الطرف المقابل:

· خارج القانون

· متمرد

· مهدّد لوحدة الدولة

وهنا يظهر ما يسميه إينتمان (Entman, 1993: 52) بآلية التأيير التي تقوم على:

اختيار جوانب معينة من الواقع وإبرازها لجعلها أكثر حضوراً وتأثيراً.

٣ - تحليل الاستقطاب الإعلامي

من منظوري (هالين ومانشيني) (Hallin & Mancini, 2004: 67)، إنّ هذا المصطلح يعدّ

جزءاً من خطاب سلطوي يرسخ ثنائية:

الدولة الشرعية

مقابل

الكيان الخارج على القانون

وهنا يتحوّل المصطلح إلى أداة استقطابية تنتج حدوداً رمزية بين:

- المركز القانوني
- الإقليم المتمرد
- ويظهر الاستقطاب عبر:
- نزع الطابع السياسي عن الخلاف
- تحويله إلى مسألة أمنية قانونية

ثانيًا: مصطلح «مسلحو بارزاني»

١ - البنية الدلالية

يتكوّن المصطلح من:

· «مسلحو» → فئة غير نظامية

· «بارزاني» → شخصنة الصراع

٤ - التحليل التداولي

هذا المصطلح يلغي:

· صفة الجيش النظامي

· صفة البيشمركة المعترف بها دستوريًا

· ويحوّل القوة العسكرية إلى:

· جماعة شخصية

· أداة فردية

وفق فانديك (33: 2008, Van Dijk)، فإن الاستراتيجيات الخطابية في النزاعات السياسية

تعتمد على:

· إبراز سلبيات الآخر

· تقليل شرعيته المؤسسية

وهذا ما ينطبق حرفيًا على هذا المصطلح

٥ - تطبيق نموذج الأجندة

على مستوى السمات:

تحميل المصطلح بسمات:

- الفوضوية
- العسكرية غير الشرعية
- الانفصال
- على مستوى الشبكات الدلالية:
- ارتبط المصطلح في التغطيات الإعلامية بكلمات، مثل:
- تمرد
- عصيان
- انفصال
- استفتاء غير دستوري
- ٤. التحليل الاستقطابي
- يندرج هذا الاستخدام ضمن ما يسميه سينستين (Sunstein, 2007: 65) ب:
- تضخيم الفوارق داخل المجتمعات المنقسمة سياسياً.
- إذ يُنتج المصطلح حدوداً هوياتية واضحة:
- نحن الدولة
- هم جماعة مسلحة

ثالثاً: مصطلح «استفتاء انفصالي»

١ - الإطار الدلالي

بدلاً من:

· استفتاء تقرير المصير

استُخدم:

· استفتاء انفصالي

٢ - التحليل التأطيري

وفق إينتمان (Entman, 1993: 62) فإن التسمية ليست محايدة، بل تحدد زاوية التفسير.

كلمة «انفصالي» تحمل:

· دلالة سلبية

· تهديد للوحدة
· شرعية للردّ القسري

٢ - تطبيق نظرية الأجندة
عند تكرار المصطلح في نشرات الأخبار والبرامج السياسية، تحوّل من:
خيار سياسي
إلى
تهديد وجودي
وهذا يعكس انتقال القضية من المجال السياسي إلى المجال الأمني.

رابعًا: مصطلح «محاكمة مسعود»

١ - الشخصية الاستقطابية

تحويل الأزمة من:

صراع بين حكومتين

إلى

مسألة فردية

٢ - تحليل تداولي

هذا المصطلح:

· يفصل القيادة عن الشعب

· يُحمّل شخصًا مسؤولية جماعية

· يعيد صياغة الأزمة باعتبارها خطأ فرديًا

وهو ما يتقاطع مع استراتيجيات «الشخصنة السياسية» التي أشار إليها (Van Dijk, 2008):

(٢٣٤).

خامسًا: مصطلح «شمال العراق» بدل «كوردستان»

٣ - البعد الرمزي

الاستبدال اللغوي هنا ليس جغرافياً فقط، بل:

· إنكار هوية سياسية

· تقليل الاعتراف الدستوري

٤ - تحليل الأجندة

عبر التكرار الإعلامي، تم تحويل المصطلح إلى:

مرجعية جغرافية محايدة

بدل

كيان سياسي معترف به

وهنا يتجلى تأثير التكرار في إعادة تشكيل الإدراك الجمعي (McCombs, 2004: 133). ومعطوفاً على ما سبق، فإنّ القراءة التطبيقية تكشف أن المصطلحات الإعلامية بعد ١٦ أكتوبر لم تكن توصيفات لغوية عابرة؛ بل كانت أدوات لإعادة وضع الأجندة، وآليات لإنتاج السمات؛ فضلاً عن أدوات لتشكيل شبكات دلالية ووسائل لتعميق الاستقطاب، هذا من جانب. ومن جانب آخر، فقد عملت نظريتا (وضع الأجندة) و(الاستقطاب الإعلامي) بوصفهما إطارين تكامليين لفهم كيف تتحوّل الكلمة من أداة نقل إلى أداة صراع.

٣ - ٥: التحليل التداولي العميق لمصطلحات الإعلام الكوردستاني تجاه المركز بعد ١٦

أكتوبر ٢٠١٧

في ضوء نموذج الأجندة الإعلامية ونظرية الاستقطاب الإعلامي

أولاً: مدخل منهجي للمرحلة الثالثة

إذا كان الإعلام العراقي قد اشتغل على أجندة الشرعية والسيادة، فإنّ الإعلام الكوردستاني

اشتغل - بالمقابل - على أجندة المظلومية، نزع الشرعية، وإعادة توصيف السلطة المركزية.

وهنا لا نكون أمام خطاب ردّ فعل، بل أمام خطاب مضاد (Counter - Discourse) مكتمل

البنية.

وفق فانديك (Van Dijk, 2008, p. 87)، فإنّ الخطابات المتقابلة في النزاعات السياسية لا

تعمل على المستوى نفسه، بل كلّ خطاب يبني عالماً إدراكياً مستقلاً، ولكل عالم مفرداته،

وقيمه، وسرده الخاص.

ثانياً: مصطلح «احتلال كركوك»

١ - التحليل التداولي العميق

كلمة احتلال في التداول السياسي لا تُستخدم إلا في سياق (فقدان السيادة، وجود قوة غير شرعية، مقاومة مشروعة لاحقة) وبذلك فإن استخدام المصطلح لا يصف الحدث؛ بل يسبق الفعل السياسي ويمنحه شرعيته الأخلاقية (Fairclough, 1995: 56)

٢ - تطبيق نظرية الأجندة - المستوى الأول

تم رفع قضية كركوك من:

· ملف إداري/دستوري

إلى:

· قضية وجودية

· رمز قومي

· جرح تاريخي

وهذا ما جعلها تتصدر:

· العناوين

· الخطابات

· الحملات الرقمية

وفق ماكومبس (McCombs, 2004: 38)، فإن تكرار الموضوع لا يخلق الاهتمام فقط، بل:

يعيد تعريفه بوصفه أولوية قصوى لا تقبل النقاش

٣ - المستوى الثاني للأجندة (السمات)

تم تحميل كركوك بسمات:

· الشرف القومي

· الدم

· الخيانة

· الاغتصاب السياسي

في المقابل، صوّرت القوات العراقية عبر سمات:

· الغزو

· البطش

· الانتقام

· التعريب

وهنا تظهر عملية نزع الإنسانية السياسية (De - legitimization).

٤ - التحليل الاستقطابي

وفق سينستين (Sunstein ٢٠٠٧ : ٨٩)، فإن أخطر أنواع الاستقطاب هو:

تحويل الخلاف السياسي إلى هوية أخلاقية مغلقة، وهذا ما فعله مصطلح احتلال

كركوك، إذ:

· يمنع أي تسوية لغوية

· يُغلق باب الحوار

· يُعيد إنتاج ثنائية: ضحية/جلاد

ثالثاً: مصطلح «قوات الاحتلال»

١ - الفرق التداولي بين «جيش» و«قوات احتلال»

لغويًا، كالآتي:

· الجيش = مؤسسة وطنية

· قوات الاحتلال = كيان خارجي غير شرعي

إعلاميًا:

· هذا التحويل يسحب الشرعية الرمزية فوراً

وبناء على منظور شيلتن، (Chilton ٢٠٠٤ : ٤١)، فإن إعادة التسمية هي أعلى درجات

الصراع اللغوي.

٢ - شبكة الأجندة (Network Agenda)

ارتبط مصطلح قوات الاحتلال دلاليًا مع:

· التهجير

· التعذيب

· التعريب

· فيلق القدس

· الحشد

وبذلك لم يُطرح كخبر، بل ك منظومة اتهام متكاملة.

٣ - الاستقطاب العميق

هذا المصطلح:

· يرر العصيان

· يشرعن المقاومة

· ينزع شرعية الدولة المركزية

وهو ما يضع الإعلام الكوردستاني في موقع:

الفاعل السياسي لا الناقل الإعلامي

رابعًا: مصطلح «ميليشيا الحشد الشعبي» / «الحشد الوحشي»

١ - البنية الأيديولوجية

يتكوّن المصطلح من:

· ميليشيا → نزع النظام

· طائفية → نزع الوطنية

· وحشي → نزع الأخلاق

هذا، وحسب رؤية فاندايك (van Dijk ٢٠٠٨ : ٥٢)، فإنّ هذه البنية تمثل قمة التمثيل

السلبى للآخر (Negative Other Representation)

٢ - الأجندة الإعلامية

تمّ ربط الحشد ب:

· إيران

· الحرس الثوري

· الجرائم الطائفية

· داعش (بصورة معكوسة)

وهذا الربط لم يكن عشوائياً، بل:

· نقل الحشد من خانة «مكافحة الإرهاب»

· إلى خانة «الإرهاب البديل»

٣ - الاستقطاب الرمزي

هنا يصل الخطاب إلى مرحلة:

· الاستقطاب الوجودي

· الالعودة الحوارية

إذ يصبح الطرف الآخر:

· غير قابل للإصلاح

· غير قابل للتفاوض

· غير قابل للاعتراف

خامساً: مصطلح «انتخب دولة كوردستان»

١ - التحليل التداولي

هذا المصطلح:

· يتجاوز القانون

· يسبق الواقع

· يصنع دولة لغوياً قبل أن تولد سياسياً

وعليه، ومن رؤية أوستين (Austin 1962: 23)، فنحن الآن أمام فعل كلامي إنجازي

(Performative Speech Act)

٢ - الأجندة الشعبية مقابل الأجندة الرسمية

ما يميّز هذا المصطلح أنه:

· لم يصدر فقط من الإعلام

· بل من الجمهور

وهنا تتكسر المعادلة التقليدية للأجندة، والتي هي كالاتي:

· الإعلام ← الجمهور

ليصبح:

· الجمهور ← الإعلام ← السياسة

٣ - الاستقطاب الهوياتي

هذا المصطلح لا يخاطب بغداد، بل:

· يخاطب الذات

· يبني الهوية

· يعيد تعريف الجماعة

وهو أخطر أشكال الاستقطاب لأنه:

· طویل الأمد

· عاطفي

· متجذر في الذاكرة الجمعية

ومعطوفا على ما سبق، يمكن القول علمياً إنّ الإعلام الكوردستاني لم يكن رديفاً للإعلام

العراقي، بل خطاباً موازياً مستقلاً، فالمصطلحات تحولت إلى أدوات تعبئة وآليات هوية؛ فضلاً

عن وسائل نزع شرعية

١. نظريتا:

- وضع الأجندة

- الاستقطاب الإعلامي

قدّمتا إطاراً متكاملًا لفهم:

كيف تُدار النزاعات بالكلمات قبل أن تُدار بالقوة

٣ - ٦: بناء مؤشر الاستقطاب التداولي المركّب (Composite Discursive Polarization)

(Index – CDPI).

أولاً: إعادة التحليل الكمي بصيغة الترتيب من مجموع العينة

١ - توصيف العينة القصدية

تكوّنت العينة من (١,٢٤٠) مادة صحفية منشورة في (١٢) وسيلة إعلامية عراقية وكوردستانية

خلال الفترة الممتدة من ١٦ أكتوبر ٢٠١٧ حتى نهاية ٢٠٢٤.

تم استخراج (٨) مصطلحات إعلامية متأزمة بوصفها وحدات تحليل رئيسية، وفق معيار:
 . الارتباط المباشر بأحداث ١٦ أكتوبر
 . الحضور الكثيف في العناوين والامتون
 . الوظيفة التداولية الصراعية

٢ - ترتيب المصطلحات في الإعلام العراقي
 عند إعادة تنظيم النتائج وفق المرتبة التداولية داخل مجموع العينة العراقية، ظهر ما يأتي:
 . المرتبة الأولى: فرض القانون
 . المرتبة الثانية: استعادة السيطرة
 . المرتبة الثالثة: السيادة الوطنية
 . المرتبة الرابعة: وحدة العراق
 . المرتبة الخامسة: الانتشار الاتحادي
 . المرتبة السادسة: تطبيق الدستور
 . المرتبة السابعة: حماية المنشآت
 . المرتبة الثامنة: احتلال كركوك
 القراءة التحليلية:

وجود «فرض القانون» في المرتبة الأولى يعني - وفق منطق نظرية الأجندة - أن الإطار القانوني كان هو المحدد الإدراكي الأعلى حضوراً في تشكيل الرأي العام.
 أما مجيء «احتلال كركوك» في المرتبة الأخيرة فيدل على:
 . تهميش هذا الوصف
 . تقليل احتمالية ترسيخه ذهنياً لدى الجمهور العراقي
 وهذا يتسق مع ما طرحه ماكومبس (McCombs, ٢٠٠٤: ٥٥) بأن وضع الأجندة أهم من كثافة النقاش ذاتها.

٣ - ترتيب المصطلحات في الإعلام الكوردستاني
 أما في الإعلام الكوردستاني فجاء الترتيب مختلفاً جذرياً:
 . المرتبة الأولى: احتلال كركوك
 . المرتبة الثانية: قوات الاحتلال

- المرتبة الثالثة: الميليشيات
- المرتبة الرابعة: الخيانة السياسية
- المرتبة الخامسة: الانسحاب القسري
- المرتبة السادسة: الصدمة الوطنية
- المرتبة السابعة: فرض القانون
- المرتبة الثامنة: إجراءات اتحادية
- القراءة التحليلية:

تموضع «احتلال كركوك» في المرتبة الأولى يشير إلى أن الإطار التأويلي للحدث لم يكن قانونيًا بل صراعيًا هوياتيًا.

وهذا يعني أن المصطلح لم يكن مجرد وصف؛ بل أصبح أداة تعبئة رمزية، وهو ما يتقاطع مع مفهوم الاستقطاب الرمزي لدى (Sunstein, 2007, 122).

٤ - الفجوة الترتيبية (Rank Gap Analysis)

عند مقارنة ترتيب المصطلحات بين الخطابين، نلاحظ:

- «فرض القانون» في المرتبة الأولى عراقيًا، لكنه في المرتبة السابعة كوردستانيًا
- «احتلال كركوك» في المرتبة الأولى كوردستانيًا، لكنه في المرتبة الثامنة عراقيًا

هذه القفزة الترتيبية (من الأولى إلى الثامنة) تمثل فجوة تداولية قصوى (Maximum Discursive)

(Gap)، وهي مؤشر واضح على وجود استقطاب أجنداتي مزدوج، حيث لا يختلف الطرفان في التقييم فقط، بل في تحديد ما هو الحدث أصلًا.

ثانيًا: الانتقال إلى المستوى الأعلى

بناء «مؤشر الاستقطاب التداولي المركب» (CDPI)

الآن نتقل من الوصف الكمي إلى البناء المؤثري.

١ - لماذا نحتاج مؤشرًا مركبًا؟

لأن:

- الترتيب وحده لا يقيس شدة الشحنة التداولية
- التكرار لا يكشف عن درجة التحميل الأيديولوجي
- الفجوة العددية لا تعكس البعد الشبكي للمصطلح

لذلك نحتاج إلى مؤشر يجمع بين :

١ . موقع المصطلح في الأجنحة (الترتيب)

٢ . كثافة التكرار

٣ . درجة الشحنة الاستقطابية

٤ . نمط الاقتران الشبكي

٥ . الاستمرارية الزمنية

٢ - مكونات مؤشر الاستقطاب التداولي المركب (CDPI)

المكوّن الأول: فجوة الترتيب (Rank Differential)

يُحسب عبر الفرق بين ترتيب المصطلح في الإعلام العراقي وترتيبه في الإعلام الكوردستاني،

كالمعادلة الآتية:

كلما اتسعت الفجوة → ارتفعت درجة الاستقطاب.

المكوّن الثاني: شدة الإطار (Framing Intensity)

إن شدة الإطار يُقاس عبر تصنيف المصطلح إلى ما يأتي:

٠ قانوني/إداري

٠ سياسي

٠ هوياتي

٠ تعبوي

المصطلحات الهوياتية والتعبوية تُمنح وزناً أعلى في المؤشر.

المكوّن الثالث: الارتباط الشبكي (Associative Density)

يُقاس الارتباط الشبكي بعدد المصطلحات السلبية أو القانونية المرتبطة بالمصطلح داخل

النصوص.

مثال:

٠ «احتلال كركوك» ارتبط بـ «الخيانة» و«الميليشيات»

٠ «فرض القانون» ارتبط بـ «الدستور» و«المحكمة الاتحادية»

وعليه، يكون الارتباط الشبكي هنا كالمعادلة الآتية:

كلما زادت الكثافة الشبكية المغلقة → ارتفع المؤشر.

المكوّن الرابع: الاستمرارية الزمنية (Temporal Persistence)
إنّ المصطلحات التي استمرت لسنوات في الخطاب تحصل على وزن أعلى من المصطلحات
الظرفية المؤقتة.

٣ - الصيغة النظرية للمؤشر

يمكن تمثيل المؤشر بالمعادلة المفاهيمية الآتية:

$CDPI = (فجوة الترتيب \times وزن الإطار) + (الكثافة الشبكية \times معامل الشحنة) + (معامل الاستمرارية الزمنية)$

وهو مؤشر وصفي - تحليلي، لا يدّعي الدقة الرياضية المطلقة، لكنه يسمح بقياس:
درجة التحول من اختلاف سردي إلى استقطاب بنيوي.

٤ - التطبيق التحليلي

عند تطبيق المؤشر على:

• «احتلال كركوك»

• «فرض القانون»

يتبين أن:

• المصطلح الأول يسجل أعلى قيمة في CDPI

• المصطلح الثاني يسجل قيمة مرتفعة ولكن ضمن الإطار المؤسسي

ما يعني أن الاستقطاب في الإعلام الكوردستاني كان استقطاباً تعبويّاً - هوياتياً. في حين،
كان في الإعلام العراقي استقطاباً مؤسسياً - شرعياً.

ومعطوفاً على ما سبق، فإن مؤشر الاستقطاب التداولي المركّب يكشف أن أحداث ١٦ أكتوبر
لم تُنتج خلافاً سياسياً فحسب، بل أفرزت انقساماً تداولياً ممنهجاً أعاد تشكيل الوعي الجمعي
عبر إعادة وضع الأجندة اللغوية وتكثيف الشحنات التأطيرية داخل المجال الإعلامي العراقي
والكوردستاني.

الفصل الرابع: تحليل تداولي واستقطابي للمصطلحات الإعلامية بين إقليم كوردستان

والفيدرالية العراقية: نتائج واستنتاجات ومقترحات وتوصيات

٤ - ١: النتائج:

أولاً: نتائج تحليل وفق نظرية وضع الأجندة (Agenda - Setting Theory)

· مصطلحات إعلام الإقليم (كوردستان) - يهيمن الإعلام الإقليمي على مصطلحات تعكس الهوية الجمعية والشرعية الإقليمية، مثل: «الحق في تقرير المصير»، «استفتاء كوردستان»، «الاستقلال الديمقراطي». - المصطلحات القانونية التي يستخدمها الإعلام الإقليمي غالباً ما تتعلق ب تفسير الدستور الكوردي المحلي أو الصلاحيات القانونية للحكومة الإقليمية، مثل: «قانون الاستفتاء»، «حق الإقليم الدستوري». - المصطلحات التعبيرية أو الانفعالية تظهر في صياغة تحفيزية للجمهور مثل: «دفاع عن الحقوق الوطنية»، «صوت الشعب الكوردي»، ما يعكس اهتمام الإعلام الإقليمي بتعزيز شعور الانتماء والشرعية الرمزية.

· مصطلحات الإعلام العراقي الفدرالي - يركز الإعلام الفدرالي على المصطلحات القانونية والدستورية الفدرالية، مثل: «انتهاك الدستور»، «القانون الاتحادي»، «عدم الشرعية». - مصطلحات التعبئة والانفعالية تميل إلى التأكيد على الخطر على وحدة العراق، مثل: «تقويض الدولة»، «الانقسام الوطني»، وهو ما يعكس توجيه الرأي العام لإبراز سلطة الحكومة الفدرالية والسيطرة القانونية. - يظهر الإعلام العراقي اهتماماً أكبر بإبراز ما يعتبره تهديدات أمنية أو سياسية، مثل: «تمرد» و«خروج عن القانون»، لتعزيز فكرة سلطة الفدرالية وحصر الشرعية بها.

ثانياً: نتائج التحليل وفق نظرية الاستقطاب الإعلامي (Media Polarization)

· الإقليم: - الإعلام الإقليمي يميل إلى استخدام مصطلحات تحدد الهوية السياسية الخاصة بالإقليم وتبرز الانقسام الرمزي مع الحكومة الفدرالية، مثل: «الاحتلال السياسي» و«المعارضة الفدرالية»، مع استخدام صياغات لإضفاء طابع شرعي على القرارات الإقليمية. - المصطلحات الاستقطابية تعكس غالباً صراع الحقوق والهوية وليس العنف المباشر، ما يجعل الخطاب الإقليمي ذو شحنة انفعالية مرتبطة بالحق الوطني أكثر من الخطر المباشر.

· الفدرالية: - الإعلام الفدرالي يستخدم مصطلحات تعكس الإقصاء السياسي والقانوني للإقليم، مثل: «خرق الدستور»، «خروج عن القانون»، و«تهديد وحدة العراق»، مما يزيد من شحنة الاستقطاب بين الطرفين. - المصطلحات الاستقطابية في الإعلام الفدرالي أكثر قوة على المستوى الأمني والسياسي، حيث تهدف إلى تصوير الموقف الإقليمي كتهديد مباشر للسلطة المركزية.

ثالثاً: نتائج التحليل التداولي للمصطلحات

· الإقليم: - المصطلحات الرمزية والتفسيرية، مثل: «حق تقرير المصير»، «الاستقلال

المشروع»، «تطلعات الشعب»، تُستخدم لإضفاء الشرعية الرمزية على الأحداث. - التلميحات القانونية غالبًا ما تشير إلى حق الإقليم وفق الدستور المحلي، مع استحضار مصطلحات الحوار والمفاوضات لإظهار الحرص على الشرعية.

· الفدرالية: - المصطلحات التفسيرية تميل إلى تأطير الإقليم كجهة مخالفة للقانون، مثل: «خرق القانون الاتحادي»، «تمرد على الدولة»، مع تركيز على الاستقرار الوطني ووحدة العراق. - الإعلام الفدرالي يستخدم المصطلحات الرمزية للتعبة حول خطر الانقسام، مثل: «خطر على الوطن» و«تهديد وحدة البلاد»، ما يعكس استراتيجية إعلامية تحذر الجمهور من المخاطر المحتملة.

رابعًا: النتائج التحليلية المركبة للاستقطاب التداولي بين الطرفين

· الخطاب الإعلامي للإقليم والفدرالية يتشارك في استخدام بعض المصطلحات التعبوية، لكن كل طرف يضع وزنه الخاص على الإطار الرمزي أو القانوني الذي يخدم أهدافه السياسية. · الإعلام الإقليمي يركز على الشرعية الرمزية والهوية الوطنية للإقليم، بينما الإعلام الفدرالي يركز على الشرعية القانونية ووحدة الدولة، مما يولد استقطابًا تداوليًا واضحًا بين الطرفين. · نمط الاستقطاب يظهر في ثنائية متوازنة: الإقليم يعزز الحقوق الرمزية، والفدرالية تعزز الشرعية القانونية، ما يعكس أن الإعلام ليس محايدًا، بل هو عامل فاعل في تشكيل المواقف الجماهيرية وتوجيه الانطباعات السياسية.

خامسًا: التأطير الإعلامي لوعي الجمهور ضمن الأجندة والاستقطاب التداولي:

تشير نتائج البحث إلى أن الإعلام الإقليمي والفدرالي لا يكتفي بنقل الأحداث، بل يعمل على تأطيرها (Framing) بما يخدم أهداف كل طرف في تشكيل الإدراك الجمعي. ففي إطار نظرية وضع الأجندة، تحدد المصطلحات الإعلامية أولويات ما يُعرض للجمهور، بحيث تبرز حقوق الإقليم أو الشرعية القانونية للفدرالية. أما على صعيد الاستقطاب الإعلامي، فإن هذه المصطلحات تؤدي إلى تعميق الانقسامات الرمزية والسياسية، بينما يوضح التحليل التداولي أن اختيار الكلمات ومصطلحات التعبة يعكس استراتيجيات كل طرف في توجيه الانطباعات والرأي العام، سواء عبر التأكيد على الهوية الوطنية أو على الشرعية القانونية

٤ - ٢: الاستنتاجات النهائية

١ - الخطاب الإعلامي كأداة بناء للواقع السياسي والاجتماعي:

إنّ الخطاب الإعلامي المعاصر لا يقتصر على نقل الأحداث فقط، بل يؤدي دوراً مركزياً في بناء الواقع السياسي والاجتماعي عبر اللغة. فالمصطلحات الإعلامية لا تعمل بوصفها أدوات وصفية فحسب، بل تشكّل أدوات رمزية لإنتاج السلطة والمعرفة داخل المجال العام، بما يتوافق مع التحليل التداولي للمصطلحات.

٢ - الاختلاف المرجعي بين الإعلام الإقليمي والفدرالي: - الإعلام في إقليم كردستان يميل إلى استخدام مصطلحات تعكس الهوية الوطنية والشرعية الرمزية، مثل: «الحق في تقرير المصير» و«الاستقلال المشروع». - الإعلام العراقي الفدرالي يركز على الشرعية القانونية ووحدة الدولة، مع مصطلحات مثل: «خرق الدستور» و«خطر على وحدة العراق». - هذا التباين يشير إلى أن الإعلام ليس مجرد ناقل للأحداث، بل أداة لتأطير الواقع السياسي بما يخدم أهداف كل طرف، وهو ما يتوافق مع آليات وضع الأجندة الإعلامية في تحديد أولويات القضايا للمتلقي.

٢ - الاستقطاب الإعلامي وأثره على الرأي العام: - الإعلام الإقليمي يعزز الحقوق الرمزية والانتماء الوطني، بينما الإعلام الفدرالي يؤطر الإقليم كجهة مخالفة للقانون تهدد وحدة الدولة. - كل طرف يستخدم اللغة والرموز والمصطلحات بطريقة تزيد من الاستقطاب الإعلامي وتبلور مواقف متباينة تجاه الأحداث. - هذا يعكس العلاقة التفاعلية بين الاستقطاب والتحليل التداولي للمصطلحات، حيث تُوظف اللغة لتوجيه الجمهور وتعزيز الانقسام الرمزي والسياسي.

٣ - تأثير المصطلحات على فهم الجمهور للأحداث: - مصطلحات الإعلام الإقليمي تركز على الهوية والحق المشروع، فتدفع الجمهور إلى رؤية الأحداث من منظور الحق الإقليمي والتمثيل الشعبي. - مصطلحات الإعلام الفدرالي تركز على القانون والوحدة الوطنية، فتشكل لدى الجمهور انطباعاً بأن الانفصال أو الإجراءات الإقليمية تهدد استقرار الدولة. - هذا الاختلاف يوضح أن الجمهور يتلقى رسائل متناقضة ضمن إطار الأجندة الإعلامية والاستقطاب التداولي، مما يزيد التعقيد في تشكيل وعي سياسي موحد.

٤ - التأطير التداولي للمصطلحات ضمن الأجندة والاستقطاب: - نتائج البحث تؤكد أن الإعلام الإقليمي والفدرالي لا ينقل الأخبار فقط، بل يقوم بتأطير الأحداث وإعادة تشكيل الإدراك الجمعي وفق مصالح كل طرف. - من خلال اختيار المصطلحات الرمزية والقانونية، يتم توجيه الجمهور لفهم الأحداث بطريقة تدعم الأجندة الإعلامية وتغذي الاستقطاب السياسي، مما يعزز الفرضية البحثية بأن المصطلحات ليست محايدة، بل أدوات فاعلة لتوجيه الرأي العام

وتشكيل المواقف السياسية.

٥ - - التأكيد على الفرضية البحثية: - فرضية البحث القائلة بأن «الإعلام الإقليمي والفدرالي يستخدمان المصطلحات بشكل يعكس أهدافهما السياسية ويؤثر على وعي الجمهور» تم دعمها بشكل واضح من خلال التحليل التداولي، الاستقطاب الإعلامي، وآليات وضع الأجندة. - هذه النتائج تبرز الدور الفاعل للإعلام في إعادة إنتاج الصراعات الرمزية والسياسية بين المركز والإقليم، وهو ما يجعل فهم المصطلحات الإعلامية المتأزمة ضرورة تحليلية لفهم توجهات الجمهور.

٤ - ٣: المقترحات

١ - تعزيز الحوار الإعلامي بين الأطراف: - إنشاء منصات إعلامية مشتركة بين الإعلام الإقليمي والفدرالي لتقليل حدة الاستقطاب. - تشجيع تبادل وجهات النظر مع استخدام لغة موضوعية ومتوازنة في نقل الأخبار، مع مراعاة التأطير التداولي للمصطلحات بما يحافظ على مصداقية الخبر ويقلل الانحياز.

٢ - تطوير مصطلحات إعلامية محايدة: - صياغة مصطلحات سياسية وقانونية دقيقة تتجنب التعبئة الانفعالية أو التحريض الرمزي. - العمل على معجم موحد للمصطلحات المرتبطة بالقضايا المتنازع عليها، بحيث يُسهّم في نقل الأحداث وفق آليات وضع الأجندة الإعلامية دون تشويه الصورة أو تضخيم الاستقطاب.

٣ - إعداد برامج تدريبية للصحفيين والإعلاميين: - تدريب الإعلاميين على التحليل التداولي للمصطلحات وفهم أثرها على الرأي العام. - التركيز على أهمية المصداقية والحياد، وفهم دور المصطلحات في توجيه الجمهور وفق الاستقطاب السياسي والرمزي.

٤ - تشجيع الدراسات البحثية المستقبلية: - مواصلة البحث في تأثير المصطلحات الإعلامية على وعي الجمهور واستقرار المجتمع. - توسيع نطاق الدراسات ليشمل مناطق وأطراف أخرى، مع تطبيق نماذج تحليل تداولي واستقطابي لمراقبة ديناميكيات الإعلام في أزمات مماثلة.

٥ - دعم صانعي السياسات الإعلامية: - تطوير استراتيجيات إعلامية مشتركة تهدف إلى تعزيز الوعي المدني وحماية وحدة الدولة دون إلغاء الحقوق الرمزية للإقليم. - الاستناد إلى البيانات التحليلية المستخلصة من وضع الأجندة والاستقطاب التداولي عند صياغة السياسات الإعلامية، لضمان اتخاذ قرارات قائمة على الأدلة وتحقيق التوازن بين الأطر القانونية والرمزية.

٤ - ٤ : التوصيات

١. للإعلام الإقليمي (إقليم كردستان): - توخي الحذر عند استخدام مصطلحات تعبر عن الهوية الوطنية أو الحقوق الرمزية لتجنب زيادة الاستقطاب السياسي. - تعزيز استخدام اللغة القانونية والتفسيرية المتوازنة إلى جانب اللغة الرمزية، بما يدعم مصداقية الخطاب ويقلل من التحريض الانفعالي للجمهور. - اعتماد أساليب تحليل تداولي للمصطلحات قبل النشر لتحديد أثرها على وعي الجمهور.

٢. للإعلام الفدرالي (العراقي): - استخدام لغة قانونية دقيقة وواضحة دون مبالغة في التأطير الأمني أو الرمزي، لتخفيف حدة التوتر الإعلامي. - التركيز على توضيح الإطار الدستوري والسياسات الوطنية بشكل موضوعي، دون استخدام صياغات قد تثير الانقسام أو الخوف لدى الجمهور. - مراعاة التأثير التداولي والاستقطابي للمصطلحات على المتلقي قبل اعتماد أي تغطية.

٣. لصانعي القرار والسياسات الإعلامية: - تطوير استراتيجيات إعلامية مشتركة بين الإقليم والفدرالية تهدف إلى تعزيز الوعي المدني وحماية وحدة الدولة، مع احترام الحقوق الرمزية للإقليم. - تشجيع الدراسات البحثية المستمرة حول تأثير الخطاب الإعلامي على الجمهور وصياغة سياسات إعلامية قائمة على الأدلة والتحليل التداولي والاستقطابي. - إنشاء آليات مراجعة وتنقيح مصطلحات الإعلام الرسمي بشكل دوري لتقليل التباينات وتوجيه الجمهور نحو فهم متوازن للأحداث.

Top of Form

Bottom of Form

قائمة المصادر والمراجع

١. أبو البقاء الكفوي. (١٩٩٢). الكليات. دمشق: مؤسسة الرسالة. تحقيق عدنان درويش ومحمد المصري.
٢. الجرجاني، علي بن محمد. (١٩٨٣). التعريفات. بيروت: دار الكتب العلمية.
٣. الزبيدي. (بدون تاريخ). تاج العروس. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. تحقيق مصطفى حجازي.
٤. الطائي، حاتم علّو جواد. (١٩٩٨). لغة الأخبار في الصحافة العراقية (للمدة من ١/١/١٩٩٦ إلى ٣٠/٦/١٩٩٦). أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الآداب.
٥. فيستر، J. (٢٠٠٠). Terminology Theory. Amsterdam: John Benjamins.
٦. القاسمي، علي. (٢٠٠٥). دراسة المصطلحية: أصولها ومناهجها. دمشق: دار الفكر.
٧. القاسمي، علي. (٢٠٠٨). علم المصطلح: أسسه النظرية وتطبيقاته العملية. بيروت: مكتبة لبنان ناشرون. متاح على: http://www.atida.org/index.php?option=com_content&view=article&id=199:2013-03-30-09-17-10&catid=30:-2009&Itemid=6
٨. سعد الله، محمد سالم. (٢٠٠٧). مملكة النص: التحليل السيميائي للنقد البلاغي. إربد: عالم الكتب الحديث.
٩. شرف، عبد العزيز. (١٩٨٩). مدخل إلى وسائل الإعلام. القاهرة: دار الكتب المصرية، بيروت: دار الكتب اللبناني.
١٠. كرم، جان جبران. (بدون تاريخ). مدخل إلى لغة الإعلام. إربد: دار الجبل، دار الهلال للترجمة.
١١. عثمان، عبد الملك. (بدون تاريخ). في جدلية الإعلام واللغة. منشورات ديوان العرب. متاح على: <http://www.airssforum.com/f38.html.t23267>
١٢. مطلوب، أحمد. (٢٠٠٠). المصطلح بين الدلالة اللغوية والدلالة العلمية. بغداد: المجمع العلمي العراقي.
١٣. مطلوب، أحمد. (٢٠٠٢). في المصطلح النقدي. بغداد: المجمع العلمي.

١٤. ج. س. ساجر. (١٩٩٦). المصطلحية والمعجم التقني. ترجمة عبد العزيز محمد حسن. مجلة اللسان العربي، ٤٢.
١٥. السامرائي، فاضل. (٢٠٠٧). المصطلحات السياسية والإعلامية في العراق. بغداد: دار الفكر العربي.
١٦. بيرنز، توماس. (١٩٨٩). Language and Society. New York: Harper & Row.
١٧. بيرنز، توماس. (بدون تاريخ). دليل المثل السياسية. ترجمة لويس أسكندر. القاهرة: الإدارة العامة للثقافة.
١٨. مصطفى، خالد. (٢٠١٠). تحليل الخطاب والتداولية. القاهرة: دار النهضة.
19. Verschueren, J. (1999). Understanding Pragmatics. London: Arnold.
20. Van Dijk, T. (2008). Discourse and Context. London: Routledge.
21. Leech, G. (1983). Principles of Pragmatics. London: Longman.

