

اللغة العربية في الخطاب الدعائي للصحافة العراقية

محسن عبود كشكول
الجامعة العراقية / بغداد

لقد توجه العراقيون إلى صناديق الاقتراع وهو الطريق الذي ناضلوا من أجله وقدموا قرابين التضحيات الغالية من أجل الوصول إليه.. وقد ظهر في لغة عدد من المرشحين وقوائمهم لغة منطقية هادئة تحاول الولوج إلى قطاعات الشعب وفئاته . ولكن في الحقيقة الشوط لم يمضي إلى نهايته بهذا الشكل المرضي , حيث صرنا نشهد حالات من الشطط والخروج عن المألوف في المضمون وفي القواعد اللغوية , فصرنا نسمع ونقرأ عن أمور ليست من المعالجة أو المناقشة أو المجادلة أو الحوار أو اللغة الخاضعة لمنطق عقلي مناسب.. وهي لا تكتفي بالقذف ولا بالكلمة اللاذعة بل تعدته إلى الشتائم والألفاظ النابية , في التعرض للمسؤولين وفي تبادل الاتهامات ولم يبق من أحد في حالة استثناء من سيل العصبية وانفلات زمام اللسان وامتناع السيطرة على الأعصاب واختلال توازن المعالجات .

إن لغة التطاحن هي لغة رخيصة لا ترتقي مع طموحات الشعب السامية النبيلة والمتطلعة , وهي لغة ثأرية انتقامية كان ينبغي تركها والجنوح إلى لغة العقل والمنطق ومحاسن المعالجات وموضوعيتها .

ومن متابعة دقيقة للحملات الانتخابية لعدد من الكتل والأحزاب السياسية العراقية في الانتخابات النيابية العامة الماضية نجد اهتمام كبير في أساليب الدعاية والإقناع وفي المضامين الدعائية التي تتناول عدد كبير من القضايا , وفي المقابل هناك إهمال وتجاهل لسلامة اللغة وقواعدها متذرعين بالحرص على الوصول إلى أوسع الشرائح ومراعاة المستويات المختلفة للجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية، فتوجه الرسالة باللغة التي يفهمها هذا الجمهور ويتجاوب مع معانيها، فالرسالة الموجهة لمستويات تعليمية عليا تختلف عن الرسالة الموجهة لمستويات شعبية قليلة الحظ من التعليم والثقافة، وكذلك الرسالة الموجهة للجمهور المحلي الداخلي تختلف عن الرسالة الموجهة للجمهور الخارجي العالمي والتي تتميز بمستويات ثقافية متوسطة أو التذرع بالحرص على اللغة الدارجة وعدها اللغة البديلة عن اللغة العربية متناسين العمق الإسلامي للشعب العربي والحرص على التواصل مع اللغة من خلال القرآن الكريم , مع إن أغلب هذه الأحزاب تنتمي إلى الفكر الإسلامي فنرى دعايتها المرئية والمسموعة فيها الكثير من اللهجة العامية وفي المقابل الدعاية المقروءة كانت أكثر التزاما بقواعد اللغة ومع ذلك كانت جريدة دار السلام (لسان حال الحزب الإسلامي العراقي) وفي زاوية (سواف بغدادية) تستخدم اللغة العامية كما أن جريدة البيان وهي (لسان حال حزب الدعوة الإسلامي العراقي) قد استعانت في بعض الأحيان بمفردات اللغة العامية .

إن الحرص على الوصول إلى أوسع طبقات المجتمع كان أحد المبررات للتخلي عن سلامة اللغة , ولكن الحقيقة إن سلامة اللغة ورسالتها كانت سبيلاً للوصول إلى المجتمع العربي والذي كان في غالبه مجتمع جاهلية وفي غياب كبير لكل هذه الوسائل الاتصالية المتطورة نجح النبي محمد (ص) في تبليغ الرسالة من خلال الدعوة إلى الإسلام , ووفق قول الباربي سبحانه

وتعالى : ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُنْتَهَبِينَ (125النحل) أي: من احتاج منهم إلى مناظرة وجدال، فليكن بالوجه الحسن برفق ولين وحسن خطاب , وقيل: الموعظة الحسنة هي الدعاء إلى الله بالترغيب والترهيب , وقيل: هو القول اللين الرقيق من غير غلظة ولا تعنيف ا هـ تفسير البغوي : 52/5 وهذا يؤكد ما ذهبنا إليه في إن الوصول إلى عامة الناس لا يتم بالتخلي عن سلامة اللغة ، وإنما في توظيف الأساليب الإقناعية العلمية في الوصول إلى المستويات الثقافية المتدنية كالترغيب والترهيب والتكرار وغيرها , واستخدام الأساليب اللغوية، مثل التشبيه والاستعارة والكناية أو الاستفهام، الذي يخرج عن كونه استفهاماً حقيقياً إلى معنى آخر مجازي كالتوبيخ والتبكي، وكل الأساليب البلاغية التي من شأنها تقريب وتجسيد وجهة نظر القائم بالاتصال .

إن بلاغة التعبير، وجمال التصوير، والبحث في الأساليب البلاغية، والوسائل الخطابية إنما تهدف إلى إقناع القلوب والعقول ولها الأثر الأكبر في تحقيق الغايات والأهداف ، ذلك أن الرسالة الإعلامية تتميز بالبساطة والوضوح في اللغة ، وتبتعد عن العبارات والألفاظ المعقدة والغامضة الدخيلة على اللغة العربية , وأن الرسالة الإعلامية الموجهة الناجحة هي التي تصاغ عباراتها بمهارة أو طلاقة لغوية فائقة ثم تترك عالم الواقع وتخلق في أجواء الخيال من خلال الإيغال في الوعود الوهمية الخيالية البعيدة المنال .

استخدام الأساليب اللغوية

يوصي المختصون في المجال الإعلامي بضرورة اختيار الرموز اللغوية الواضحة والمفهومة والمألوفة والابتعاد عن الألفاظ أو الرموز المهجورة ، مع مراعاة خصائص الجمهور فيما يتعلق باستخدام قواعد النحو والصرف والأساليب البلاغية (1)، ولكي يتحقق للرسالة الوضوح من الناحية الفنية ينبغي استخدام الأسلوب الجذاب والعبارة السهلة ، ذلك أن فهم المعاني هو أساس الاستمالة والإقناع ، وبصرف النظر عن نوع الرسالة الاتصالية فإنها تعتمد على مجموعة من الرموز اللفظية في أغلب الأحوال وغير اللفظية في بعض الأحيان ، وقد اهتم علم البلاغة الحديثة بعملية الإقناع ، معتمداً على علم النفس بما يملكه من إمكانيات غريزية عن السلوك الإنساني (2). والأساليب اللغوية تعمل على تقريب المعنى لتجسيد وجهة نظر القائم بالاتصال ، فقد يلجأ المصدر إلى استخدام السخرية والنقد اللاذع لموقف معين بهدف الحط منه وزعزعة والتأثير في مؤيديه، وعادةً ما يبرز هذا الأسلوب في أوقات الأزمات التي يرافقها تهديد جدي، فتكون السخرية من هذا التهديد وسيلة لرفع المعنويات والتقليل من أهمية الحدث (3) ، وما يثير الجدل هو شيوع الاعتقاد بأن اللغة الانفعالية أحد الأساليب المهمة في الإقناع ، وبالتالي يعد مستوى اللغة الانفعالية أحد الخيارات في الرسائل الإقناعية ، ذلك أن الناس يظنون أن اللغة الانفعالية تؤدي إلى قبول أكثر لموقف القائم بالاتصال ، كما أن لغة الرفض العنيدة أكثر تأثيراً من غير العنيدة عندما يكون المستقبل محايداً بالنسبة لموضوع المناقشة (4). فضلاً على أن سوء اختيار رموز الرسالة يؤدي إلى مشاكل كثيرة ، ذلك إن الصياغات قد يكون لها معاني مختلفة باختلاف الناس وقد تؤدي إلى معاني ضمنية أو خفية أو مترادفة أو متعارضة، تقود إلى الإخفاق في العملية الإقناعية (5).

قوة اللغة ووصف الألفاظ

يقصد بقوة اللغة المستخدمة في رسالة الاتصال الإقناعي الأساليب والمفردات التي تظهر قوة اعتقاد المتحدث في صحة موضوعه واتجاهه الشديد نحوه، فالقائم بالاتصال الذي يستخدم لغة قوية يكون قادراً على تحقيق الهدف من الاتصال مقارنة بالقائم بالاتصال الذي يستخدم لغة ضعيفة (6).

وتعد اللغة نسقا من الإشارات موجودة في أي مجتمع ، وهي من أهم وسائل الاتصال والتفاهم بين الأفراد ، وتتنظر نظريات الإعلام إلى اللغة بوصفها نظام من العلامات الصوتية يستخدم كوسيلة للتفاعل والتواصل وتبادل المعلومات بين الأفراد(7)، وهذا يتطلب أن يكون هناك تناغم بين المرسل والمستقبل في لغة يفهما الطرفين، ذلك أن الرسالة غير المصاغة بالطريقة الفعالة تقف حائلا أمام نجاح الاتصال(8)، وتمتاز اللغة العربية بالفعل والمرونة والعمق في تركيب المفردات والقواعد، وهذا التركيب يرمي إلى " النمذجة والتبسيط " أخص الخصائص في اللغة الإعلامية التي تستخدم الرموز المجسدة أو الأنماط أو النماذج التي تقوم مقام التجربة الفردية أو الجماعية لتنظيم التجارب الإنسانية العديدة، وهذه السمات جعلت منها قادرة على ترجمة المعاني والأفكار واستيعاب الألفاظ والتعبيرات الجديدة(9)، ولكي تؤدي الألفاظ دورها في التعبير عن الأفكار، ينبغي تجنب استخدام الكلمات التي تعطي أكثر من معنى والابتعاد عن الكلمات المعقدة والصعبة، أو استخدام المصطلحات غير الواضحة وغير الشائعة(10)، وأن تتسم بالبساطة وتناؤ عن صفات التعالي على القارئ أو التفعر أو المبالغة في التعمق، بما يعزز تأثير الرسائل الإعلامية ويحقق الإقناع المطلوب(11).

وعلى هذا فلا يكفي أن تكون الفكرة جيدة والأدلة المستخدمة قوية أو أن تقدم الرسالة بشكل جيد فحسب، بل يتوقف نجاح الرسالة في إحداث الإقناع على جميع العوامل المذكورة مجتمعة.

وتقتضي الصحافة المعاصرة أن يكون ممتهنها ملما بأساليب تحرير أجناسها المختلفة، ومتحكما بشكل معمق في اللغة المستخدمة، وكذلك واعيا للأخطار التي قد تنجم عن المعالجات الصحفية العارضة والسطحية والتوظيفات غير السليمة للأساليب والألفاظ، وانتهاكات القواعد النحوية والصرفية (12)، لذا ينحصر موضوع الخطاب الإعلامي في باينين : الأسلوب ولغة التعبير الإعلامي والفنون الإعلامية من حيث ارتباطها بكل وسيلة من وسائل الإعلام مع بيان كيفية التجسيد والتبسيط التي يقوم بها الإعلامي (13) ، ويمكن التعبير بألفاظ ورموز مختلفة ، وعن طريق استخدامات متنوعة تتيح للغة فعالية أكثر في تحقيق تأثير الرسالة الإعلامية (14) ، وتأسيسا على ما تقدم فإن صحة الأسلوب واللغة وتوفر البلاغة تؤدي إلى صياغة سليمة واتصال ناجح مما يتطلب التعرف على الأسلوب اللغوي والبلاغي في التعبير .

ويمكن تحديد مكونات الأسلوب الصحفي من خلال حصر مكونات الأسلوب الإعلامي البليغ بعامة وأسلوب التحرير الصحفي بخاصة بالآتي (15): المكون الأول :. يتصل بالصحة النحوية والصرفية : وهي تحديد أبنية الكلمات من حيث ما طرأ عليها من تغيير أو تبديل من طرف وضبط العلاقات التي تربط بينها من خلال حركات الإعراب وعلامات البناء في طرف ثان. المكون الثاني :. يتصل بالصحة المنطقية : وهي ضرورة وجود خواص ترتبط بالبناء الفكري للنص الصحفي بعامة والجملة بصفة خاصة بحيث تأتي النتائج والأحكام متفقة مع المقدمات، وان تنتظم الفكرة الواحدة في عقد منظوم مع الأفكار المرتبطة بها أو المكمل لها خلال السياق أو المضمون الواحد . المكون الثالث :. يتصل بالصحة الأسلوبية العامة أو البلاغية :. ويعني

بها أن ينحت الأسلوب وفقا لمتطلبات الأساليب العربية الفصيحة ويحقق شروط البلاغة، ولا تناقض هنا بين هذا المطلب أو هذا المكون وطابع البساطة واليسر والوضوح في لغة الإعلام . ويمكن اضافة مكون آخر الى المكونات اعلاه يسمى الصحة المعلوماتية .

إن الصحة الأسلوبية تقتضي أن تتخذ الأشكال اللغوية وطرائق التعبير في اللغة الإعلامية أشكالاً بسيطة وعملية ومباشرة وعصرية ومألوفة , و أن تتجسد بطرائق تعبيرية غير معقدة وغير منمقة، وقليلة الصفات وبعيدة عن التطرف والمغالاة , كما ينبغي أن تستبعد الحشو واللغو والتكرار، وان تبتعد عن الشعارات والمقولات الفارغة , وأن تكون مختصرة ومكثفة وتؤدي المعنى بأقل الألفاظ والكلمات وأقصر العبارات والجمل دون أن تهبط إلى العامية ودون أن تقع في الابتذال والضحالة والوهن والسطحية (16) .

ويمكن ترجمة الصحة الأسلوبية الخاصة بالصحيفة في الجوانب الأسلوبية أو المعايير التي ينبغي أن يراعيها المحرر الصحفي عند كتابة مادته الصحفية في نصوصها المختلفة الإخبارية وغير الإخبارية , مثل الاستغناء عن الكلمات الزائدة , وعدم استخدام صيغة أفعال التفضيل لأنها تقلل من دقة الخبر , واحترام قدسية الخبر وتسويق الأخبار خالية من كل رأي , كما ينبغي مراعاة أن يتضمن الخبر بياناً سافراً أو مضمراً للمصدر , ترتيب الخبر ترتيباً حسناً منطقياً كان أو زمانياً , ولعل الأهم من ذلك , استخدام الألفاظ المعربة الأكثر استعمالاً في اللغة العربية، واستخدام الألفاظ المستحدثة حتى لو ظهرت غريبة بالنسبة للقارئ في بادئ الأمر , وكذلك استخدام علامات الوقف (الترقيم) بعدها ضرورة لوضوح الأسلوب ولسهولة فهم القارئ له , ومراعاة النصائح الخاصة بالأرقام , والحرص على إيراد الاسم الكامل للشخص في أول الخبر (17) .

وقد أوجز الإعلامي الفرنسي فيليب غايار ملامح الصحة الأسلوبية في الكتابة الصحفية في سلامة اللغة من حيث الكتابة الإملائية الصحيحة ومعرفة تطبيق قواعد الصرف والنحو، وحسن اختيار المفردات والتنقيط المناسب (18) . وأضاف كل من كورتيس ماكدوغال، والفريد كرويل ملامح أخرى للصحة الأسلوبية في الكتابة الإخبارية وهي : " إيجاز الجمل والفقرات عن طريق الإبراز المناسب وحذف الكلمات والتعابير وأشبه الجمل الزائدة، والاقتصار على نقل الوقائع وتجنب الكتابة الناعمة وتفضيل استخدام الأفعال والأسماء القوية والابتعاد عن المبالغة والانحياز والتفكير الكامل والدقيق بقواعد اللغة" (19) . وبتطبيق ما جاء أعلاه يبتعد الخبر عن الخطأ، فالخبر " إذا كان خاطئاً أو مغرضاً أو غير دقيق سرى بخطئه وغرضه وعدم دقته في أبواب الجريدة كلها ، فإذا هي صورة شوهاء للحقيقة أو صورة مجافية لها، فالخبر هو البضاعة الأولى التي تبيعها الجريدة والانحراف في تحريره أو البعد عن الحقيقة في روايته يضيع ثقة القراء بالجريدة وأخبارها (20) . والصحة الأسلوبية في صياغة الأخبار ببساطة تعني تفادي الأخطاء بأنواعها في طريقة التعبير الصحفي المستخدمة في صياغة الاخبار سواء كان ذلك في طريقة استخدام الكلمات والجمل والألفاظ والحروف والضمائر وأدوات الربط والعبارات الانتقالية وعلامات الترقيم والأرقام وتوظيف مصادر الخبر (21) .

اللغة العربية في الخطاب الدعائي للصحف العراقية

بالرغم من التحدي العصري الذي تواجهه الصحافة بفعل تأثير الإعلام المرئي- المسموع، وانتشاره في الناس، فإن الصحيفة «اليومية» مازالت تعد من أهم ظواهر الحياة الثقافية الحديثة، ومازالت تمتلك الحق في انتزاع الاهتمام والفضول الثقافي؛ فهي بالإضافة إلى وظيفتها التقليدية في نقل الخبر، بالكلمة والصورة، وتحليل الخبر، والتعليق عليه، تجعل من عنصر الرأي والتفسير والتوجيه والتلميح والنقد أمرا جوهريا يمس المواطنين في حياتهم، سياسيا واجتماعيا وثقافيا ، وقد أنجزت الصحافة دورا وظيفيا على صعيد اللغة ، يتمثل بتحرير التعبير تدريجيا، من الزخارف اللفظية كالسجع والطباق ، وحل بدلا من ذلك الأسلوب المرسل، السهل، السريع، الذي يحرص على المادة الفكرية والعاطفية والتي تعد المضمون الرئيس للرسائل الدعائية في الحملات الانتخابية ، ويمكن القول أن هذا الدور الوظيفي أنتج أسلوبا للغة الصحافة جمع بين البساطة والجمال، وسرعة الأداء والتعبير، وهو ما انعكس ايجابيا على تقليص الفجوة التي سادت قرونا عدة بين الفصحى والعامية . وفي دراستنا للغة العربية في الخطاب الدعائي للصحافة العراقية في الحملات الانتخابية البرلمانية لعام 2010 ومن خلال تحليل مضمون أربعة صحف هي (جريدة بغداد وجريدة دار السلام وجريدة البيان وجريدة الاتحاد) تبين لنا أن المدة (من 12 شباط – 7 آذار 2010) قد انطوت على (854) مادة صحفية بين خبر ومقال ومقابلة وتحقيق وتقرير إخباري (كما يبين الجدول الآتي) :

الفنون الصحفية في الصحف العراقية

المجموع	عدد الفنون الصحفية الدعائية في الصحف العراقية				الفنون الصحفية	ت
	جريدة الاتحاد	جريدة البيان	جريدة بغداد	جريدة دار السلام		
247	75	35	75	62	المقالات	1
111	10	34	62	5	المقابلات	2
181	74	39	38	30	التقارير	3
181	80	39	22	40	الأخبار	4
71	25	21	14	11	التحقيقات	5
63	15	13	23	12	أشكال أخرى	6
854	279	181	234	160	المجموع	

وهذا الكم من الفنون الصحفية قد التزمت بأصول اللغة العربية ولم ترد اللهجة العامية إلا في عدد محدود جدا من المقالات، ففي جريدة الاتحاد من بين (279) مادة صحفية نشرتها الجريدة للفترة من 12 شباط ولغاية 7 آذار 2010 (وهي المدة الرسمية التي حددتها المفوضية العليا

المستقلة للانتخابات) لم يرد استخداما للهجة العامية باستثناء مقالين , الأول في العدد 2338 في 20 شباط وعلى الصفحة السابعة في زاوية وقفة (مقال بعنوان : تاريخ !!) بقلم شوقي كريم حسن حيث نشرت الجريدة مقالا يهاجم فيه الكاتب التاريخ الذي يشوه ويحول (الأبيض الى أسود ... ويصير فيه السياسي الفاسد والذي لا يعرف (الجك من البك) (اي لا يعرف شيئا) منظرأ في شؤون الاقتصاد والسياسة وعلم النفس وعلوم النبت وعلوم مابعد الحداثة. وندت الى حقائق نعرفها لكن المسؤول يكذبها وعلى رؤوس الأشهاد ويطالبنا أن نصدقها وندافع عن وجوده الديمقراطي لأن تكذيبه يعني هدماً للعملية السياسية ومحاولة جبانة!! للنيل من شرف وتجربة العراق الجديد!! ويطالبنا بالصبر، حتى تظهر الحقائق وتبان.

وفي المقال الثاني كتب الياس الماس محمد في (زاوية شخبطات شلم بن بلم) : (انتخبوني رابعا) في العدد 2337 في 19 شباط ص 15 مقالا ساخرا يهدف إلى النيل من المنافس الرئيس لقائمة التحالف الكردستاني (قائمة التغيير) إذ عمدت الجريدة إلى الأسلوب الساخر للحط من شأن القائمة المنافسة فجاء في المقال :

*بيان من حركة "التجذير والتعبير"

(في البدء كانت مسطحات التعبير مشتقات من رؤية (بغيريه) نسبة الى البعير الاول" جمل مضاع" ابن ابي مقعد ونصف بقامة طولها ذراعين ونصف وبسنامين مبلجين قادرين على حمل نصف طن من الاصوات والاصواف ... على اية حال ، تلك ليست هي المشكلة خاصة وأننا في الاسابيع الاولى من عام 2037، لكن المأساة بلاد مغطاة بالعفة، مشكلتنا ايها السادة، نطالب بالفساد، باي كمية واي نوع , مجرد فساد وعليه قررت حركة "التجذير والتعبير" وبعد مساندة قوى الظلام والفساد ان نتبنى مشروعنا فسادويا من (القدم وحتى اعلى الراس).

ملاحظة /رقم 1/ (تفترض ان تجروا الصلوات)

*وجاء في مقررات المؤتمر العشائري التأسيسي لعشائر الدار فور والدار دور

اولا - تعتمد نظرية (هذا لك وهذه لي) على غرار شعارنا السابق (تلك لك وتلك لي)

ثانيا - الالتزام كليا وجزئيا بشعار (الله يخلي الرئيس والله يطول عمره) على ان تصاحبها هوسات ترافق مسك العقل الهندي والحفاظ عليه من السقوط نحو الاعلى.

ثالثا - تبني توصيات تيار "مسيلمه الصادق" لحد اللعنة تم تم بن بلم ساخرا وعلى عناد الرجعية والعمبرياليه .)

ومن الملاحظ أن المقالين هبطا في اللغة بقصد التقليل من الشأن أو النيل من الخصم ... وهذا الهدف يرتبط بشعور نفسي هو بحد ذاته اعتراف بتدني مستوى اللهجات العامية وهو سعي يراد به الحط من خصمه ، فلم يجد من وسيلة للتهكم به أسوء من استخدام لغة هابطة في الوصف والتعبير .

وفي جريدة دار السلام نشرت الجريدة في نفس المدة (160) مادة صحفية ، فلم ترد اللهجة العامية سوى في ثلاثة مقالات ، ففي العدد 743 في 18 شباط على الصفحة العاشرة ، تم

استخدام مفردات من اللهجة العامية , حيث كتبت الجريدة في زاوية (سوالف البغادّه) وهو عمود ثابت مصحوب برسم كاريكاتيري لرجل بغدادى (غفوري) يحاور زبونتته البغدادية أم ارزوقي والحوار باللغة العامية يهاجم بشكل غير مباشر من يعمل في مجلس النواب ويدعي تمثيل الشعب العراقي (وكل جم يوم طالع على الشاشة مشروعا وطني ونعمل لمصلحة الشعب العراقي دون استثناء ..تالي متالي يطلع طلعه ما يلبس عليه عكال ... أم رزوقي لا تتقهرين هاي الله تعالى راد يكشف نواياهم الخبيثة كبل الانتخابات وكل الشعب عرفهم ، وبعد يحلمون بشوفا مجلس النواب مره ثانية...)

وفي العدد 749 في 4 آذار , على الصفحة العاشرة وفي نفس الزاوية (سوالف البغاده) , عادت الجريدة إلى الأسلوب الساخر في مقال بعنوان سوالف البغاده هو حوار بين العطار غفوري والزبونة أم رزوقي حيث تكرر الاتهام لإياد علاوي لكثرة السفر والتغيب عن الجلسات , لأنه المنافس الأول لقائمة التوافق الانتخابية (أم رزوقي : والله عجيبه واحدهم يريد يجدد أربع سنين بمجلس النواب ويطلع على الشاشة كاشخ وملمع ويكول " إذا أردتم القضاء على الفساد الإداري والإصلاح العام والكهرباء فانتخبوا قائمتي " وهو ما جان يحضر بالمجلس ... غفوري : إي أكلج هذا هو بعينة ما حضر لمجلس النواب بالأربع سنين إلا 15 مرة , وأحد النواب يكول حتى جياطة جانت ما تتعدا الـ 10 دقائق بكل مرة يعني مجموع ما حضره ساعتين ونص , واليوم يكول انتخبوني حتى أقضي على الفساد وهو أبو الفساد والسختة ... ام رزوقي : دادة غفوري يعني قابل الشعب لحد الآن ما فهم السالفة وعرف منو اشتغل ومنو عبة جيوبة بالملايين وهو كاعد بعمان وبلندن والله شنو نايب وعنده حصانة)

أم رزوقي : وتالي شنون والجارة شنو , إذا لا يستحون ولا يخافون , يعني معقولة الي عطلوا بغيابهم عن المجلس مجموعة مهمة من القوانين , وما خلونة نحاسب المقصرين والحرامية , ينامون على صدورنا أربع سنين اللخ ؟.

وفي نفس الصفحة (10) والعدد (743) في زاوية (من أمثالنا ... احاجيج يابنتي واسمعج ياجنتي) .

وفي هذه المقالات الثلاثة الأهداف نفسها إذ تهدف للنيل من الخصوم , ففي المقال الأول كانت تهدف للنيل من النائب بهاء الأعرجي الذي أدلى بتصريحات أعدتها الجريدة مسيئة للمكون (السنّي) .. وفي المقال الثاني تهدف للنيل من المنافس الأقوى لقائمة التوافق وهو السيد علاوي وفي المقال الثالث نقد لتدخلات دول الجوار في الشأن العراقي .

وفي جريدة البيان شملت العينة (181) مادة صحفية بين خبر ومقال ومقابلة وتقرير إخباري لم ترد مفردات من العامية إلا في مقال واحد , ففي العدد 407 في 15 شباط , على الصفحة (15) نشرت الجريدة مقالا بعنوان : "المحامي السيئ" كتبه جمعة الدلفي , جاء فيه :

المحامي السيئ قد يفسد قضية عادلة. هذا مثل سائد أضيف عليه أمثالا من عندي: محام بخيل قد لا يذهب إلى المحكمة للدفاع عنك إن لم تبعث له أجرة التاكسي أو تدفع له (**تفويّلة**) بنزين. ومحام شريف قد يدفع عنك أتعاب المحاماة ثم يعتذر لك عن عدم نجاح مرافعته. وبين هؤلاء ما بين الملائكة والشياطين.... في وضعنا السياسي الراهن هناك (محامون) كثر أساءوا إلى

موكليهم قبل الإساءة إلى أنفسهم...فالبعض من هؤلاء حذر من تصاعد أعمال العنف والإرهاب في حال جرى استبعاد بعض الشخصيات عن المشاركة في الانتخابات، وهو في هكذا تصريح يضع نفسه موضع مساءلة (جديدة) عما إذا كان على علاقة بمن يقف وراء أعمال العنف بحيث يعرف مسبقاً أنهم سيصعدون من أعمالهم. أو أنه في أضعف الأيمان يريد التحريض على هذا العنف.

وهو يهاجم من يضع نفسه ممثلاً مدافعاً عن المكون السني بعد (اختلاط الحابل السني بالنابل الشيعي) ويستشهد بترشح شخصيات شيعية في قوائم سنية وشخصيات سنية في قوائم شيعية وهو مرتبط أيضاً في النيل من المنافسين .

وفي جريدة بغداد نشرت الجريدة في نفس المدة (234) مادة صحفية , إذ كان هناك مقالا واحدا ساخرا على صفحة 11 من العدد 1996 في 24/ شباط , و بأسلوب القصة الساخرة في الدعاية حيث كتبت ابتسام النداوي في زاوية "فنارات" عمودا ساخرا بعنوان " فاشلون ومرشحون " وقد تضمن المقال عددا من أساليب التلميح والغمز للخصوم ... فالمقال كتب بشكل جدل ومناظرة بين الكاتبة وبين امرأة في الباص وتنتهي بأسلوب الغمز والتلميح لعدم التصويت لمرشحي ائتلاف دولة القانون ... فبدأ المقال (حينما كنت في سيارة عامة انتبهت إلى امرأة تبدو أنها موظفة، كانت تنظر عبر نافذة السيارة إلى صور مرشحي الانتخابات المؤمل إقامتها الشهر المقبل تلك الصور التي ملأت الشوارع العامة وهي معلقة على أعمدة الكهرباء , انتبهت إلى أن تلك المرأة كانت تهز يديها بين فترة وأخرى، دون أن تنبس بأية كلمة إلا أن فضولي الصحفي دفعني لان اسألها عن سبب تضجرتها وهي تنظر إلى صور المرشحين إذ قمت باستفزازها لأجل تحفيزها على الكلام فقلت لها... إن الانتخابات ظاهرة ديمقراطية سيختار المواطنون من يمثلهم في مجلس النواب القادم بكل حرية !

أطلقت تلك المرأة زفيرا طويلا وهي تقول (أي صحيح الانتخابات كلش ديمقراطية وذلك واضح من الاغتيالات التي طالت بعض المرشحين ومن التسقيط السياسي لبعض الوطنيين كما أن ذلك واضح جدا من عملية "شراء" الأصوات من قبل المرشحين.... صممت المرأة قليلا لتضيف... لكن يا بنيتي أنا لا اعترض عندي على الانتخابات بل اعترضني على أولئك الذين تسنموا مناصب في الحكومة وبقوا فيها أربع سنوات ولم يقدموا أية خدمة تذكر للمواطنين وبدلا من يستقيلوا أو يتركوا تلك المناصب لفشلهم في إدارتها نرى صورهم هذه الأيام وهي تملأ الشوارع طمعا في مقعد برلماني جديد واختتمت كلامها قائلة... حقا أن الذين يستحون ماتوا..... وهنا تشجعت امرأة أخرى لتقول... صحيح أن الذي فشل في تقديم الخدمات للمواطنين طيلة فترة بقائه في المنصب الحكومي كيف يرشح نفسه مرة أخرى ؟ وهل يعتقد أن الناخبين سيصوتون له وهم الذين عرفوا فشله طيلة السنوات الأربع الماضية.

وهنا قالت المرأة الأولى.... أن هؤلاء الفاشلين الذين تقولين عنهم سيفوزون مرة أخرى إذا لم تذهب أنت وغيرك إلى صناديق الاقتراع، إذ إن هؤلاء الفاشلين وبعد محاولاتهم لإبعاد وإضعاف الكتل الوطنية سيعمدون إلى شراء الأصوات أو إلى تزوير الانتخابات، لذا على كل العراقيين الشرفاء الذهاب إلى صناديق الاقتراع لاختيار أولئك الذين ينادون فعلا بالمشروع

الوطني ويؤمن بان العراق لكل العراقيين وليس اختيار أولئك الذين ينادون بالمصالحة الوطنية من خلال المؤتمرات فقط وبلا أية أفعال.

ومن ثم تختتم المقال بالقول : إن أحد المشاكسين اختتم هذا الحوار قائلاً.... (يكولون وزارة الكهرباء لم تقدم شيئاً للمواطنين، فلولا وجود أعمدة الكهرباء هذه، جان المرشحين وبين يعلقون صورهم)؟. وهو لا يخرج عن الأهداف التي سعت لها الصحف الأخرى أثناء الحملة الانتخابية

تمتاز اللغة العربية بالفعل والمرونة والعمق وهذه الخصائص جعلت منها قادرة على ترجمة المعاني والافكار والانتساع للالفاظ والتعبيرات الجديدة , وعلى الرغم من خصائص اللغة العربية الفصحى وانتشارها , ألا أن بعضاً من المرشحين طرح قضية (العامة) وتبناها في الترويج الدعائي في التلفاز، إذ حرص المرشحون في الانتخابات على تحقيق أهدافهم في الفوز بالانتخابات ، وهذا ما جعلهم يتخلون عن الالتزام بقواعد اللغة وصحتها الأسلوبية والبلاغية وسلامة تعبيرها.. والمتابع لحملة المرشح (أياد جمال الدين) في الانتخابات الماضية لا يكاد يخطئ ارتفاع نجمه وعلو شأنه وانتشار صيته، فهو يظهر بصورة المعمم الجريء الذي يشتم إيران ولا يبالي، وينادي بعلمانية الدولة وفصل الدين عن السياسة دون أن يخشى غضب المرجعيات، ولكنه استعمل تعابير عراقية عامية كقوله (اللي يوكف بوجه إيران يحركون أبو أبوه) فهي جعلت خطابه الإذاعي والتلفازي أكثر قرباً من العاطفة العراقية التي تحب رؤية الصريح والجريء، ودغدغت مشاعر العراقيين الكارهة للتدخلات الخارجية , إلا أنه لم يستخدم ذات التعابير في الخطاب الدعائي المقروء , فمع تعدد وتنوع الوسائل الإعلامية التي تعمل على مدار الساعة، وتقوم بإجراء الكثير من الاتصالات الفورية مع فئات المتحدثين على اختلاف أصنافهم، ومستوياتهم التعليمية والثقافية، مما جعل للعامة نصيباً كبيراً في هذا النشاط الإعلامي الذي فرضه العصر وتكنولوجيا الاتصال المتقدمة , إلا أن الصحافة العربية المكتوبة ما تزال حريصة على تماسك عبارتها ولغتها الفصيحة، وإن كانت تميل في لغتها الإخبارية إلى السهولة والاختصار، وفق متطلبات العمل الصحفي اليومي أو الأسبوعي ، إلا أنها حرصت على سلامة اللغة والتزام القراءة الصحيحة بها وعدم السماح للتجاوز عليها، نحواً وصرفاً، في إطار من السلاسة والوضوح، والبعد عن الغريب وغير المألوف من المفردات , وهذا ما عزز مكانة اللغة العربية في نفوس المتلقين وأذهانهم , وإن الدور اللغوي المعلوم لوسائل الإعلام، بوصفها ناقلاً للفكر والثقافة، ومعبراً عن الأحداث المتتالية ، يقتضي من هذه الوسائل الإعلامية أن تسترشد بخبرات أهل اللغة والبيان، والابتعاد عن العامية تماماً .

وفي ضوء ما سبق يمكن أن نحدد سلبيات استخدام مفردات من اللغة العامية في الخطاب الدعائي للصحف العراقية ، فاللغة العربية تعد من أبرز معالم الهوية الثقافية والحضارية للأمة العربية , ففي حالة واحدة يمكن تبرير تداول اللهجة العامية وهي نقل الصحيفة لكلام صادر من شخص أو جهة معينة نصاً دون تغيير أو تصحيح , وإلا فمن غير المبرر استخدامها وذلك للحفاظ على اللغة العربية بوصفها اللغة التي أنزلت فيها أعظم رسالة سماوية، ولكي تبقى هذه الرسالة مفهومة واضحة وتبقى الأجيال مرتبطة بقيمتها ، لأن ابتعاد الأجيال عن اللغة العربية يعني الإبتعاد عن الرسالة التي كتبت بهذه اللغة , ووفق هذا المفهوم يجب على الجميع خدمة اللغة العربية ومنهم بل أولهم الاعلاميون , كما أن الكتابة باللهجة العامية يؤسس لأمر خطير

وهو استساغة التحدث بالعامية، لأن المواطنين ينظرون إلى وسائل الإعلام نظرة احترام وتوقير وتقليد ، وهذا يترتب عليه طمس للهوية القومية والإرث الثقافي والحضاري الذي يمتد إلى ما يقرب من ألفي سنة ، وفي المقابل يتسبب ذلك في الحد من انتشار الجريدة ذاتها خارج النطاق المحلي ، لأن الفقرات التي تكتب بالعامية تمثل مصدر إزعاج للقارئ غير العراقي الذي لا يفهم العامية العراقية ، وبالتالي فإن استخدام الصحف لمفردات عامية – دون اضطرار لذلك - هو تنصل من قبل الصحيفة عن واجبها الوطني والحضاري في توعية وثقافة المجتمع وربطه بإرثه الثقافي وما يحمله من قيم وأصالة، والبحث عن مكتسبات آنية.

المصادر

- (1)- د محمد عبد الحميد , نظريات الإعلام واتجاهات التأثير , ط2,(القاهرة : عالم الكتب , 2010) , ص 411 .
- (2)- د علي عوجة ,الأسس العلمية للعلاقات العامة , ط5 (القاهرة : عالم الكتب , 2008) ص 167-170 .
- (3) - د عبد الستار جواد ، اتجاهات الإعلام الغربي : دراسة في الإعلام الأتكلو – أمريكي ، (بغداد : دار الحرية للطباعة ، 1995) ، ص85.
- (4) - د محمد عبد الحميد , نظريات الإعلام واتجاهات التأثير , مصدر سابق , ص 411-412 .
- (5) - د سعاد جبر سعيد .سيكولوجية الاتصال الجماهيري , (عمان : مكتبة جدار للكتاب العالمي , 2008) ص 30 .
- (6) - حسني محمد نصر ، مقدمة في الاتصال الجماهيري : المداخل والوسائل , ط2، (الكويت : مكتبة الفلاح، 2008) ، ص 321 .
- (7) د عبد العزيز شرف , المدخل إلى وسائل الإعلام , ط2(القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب , 2000) ص 174-173
- (8) إبراهيم إمام , الإعلام والاتصال بالجماهير ، ط3 (القاهرة: مكتبة الانجلو مصرية، 1985) ص 145.
- (9) د عبد العزيز شرف , مصدر سابق , ص 228-229 .
- (10) - مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة , (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع , 2008) , ص 241-247 .
- (11) د محمد حسن عبد العزيز , لغة الصحافة المعاصرة , (القاهرة : دار المعارف , دون تاريخ), ص 21
- (12) - نور الدين بليبيل, الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام, سلسلة كتاب الأمة، الكتاب الرابع والثمانون، دولة قطر: مركز البحوث والدراسات – وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، رجب 1422 هـ، ص8.
- (13) - طلعت همام، مائة سؤال عن التحرير الصحفي، عمان : مؤسسة الإعلام والصحافة – دار الفرقان للنشر والتوزيع، 1984، ص10.
- (14) - د. محمد حسن عبد العزيز، مصدر سابق، ص24.
- (15) - دليل الإرشادات التحريرية، قيم العمل الصحفي، media dialogue programme, b.b.c ، 2007.
- (16) - د. تركي صقر، اللغة العربية والإعلام المقروء، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، الجزء الرابع، مج (74) ، دمشق، 1998، ص 761
- (17) - أ. د. فاروق أبو زيد، و أ. د. ليلي عبد المجيد، فن التحرير الصحفي ، مركز جامعة القاهرة : التعليم المفتوح ، 2000 ، ص 16 – 18.
- (18) - الشبكة الإسلامية، الصيغ التعبيرية في الكتابة الصحفية، مكتبة الشبكة ، islamweb.net ، 2007/10/27

(19) - كورتيس ماكدوغال، مبادئ تحرير الأخبار، ترجمة : أ . د. أديب خضور، ط5، دمشق : سلسلة المكتبة الإعلامية، 2000، ص135.

(20) - أ . محمد زكي عبد القادر، مقدمة في كتاب استقاء الأنباء فن صحافة الخبر، ط7، القاهرة : دار المعارف بمصر، 2002، ص س.

(21) - د أكرم فرج الربيعي : الصحة الأسلوبية في صياغة الأخبار دراسة أسلوبية في صياغة الأخبار في جريدتي الصباح والمشرق ، رسالة ماجستير ، جامعة بغداد – كلية الإعلام ، 2008 ، ص23
