

Demagogic Discourse of Iraqi Political Figures on Satellite Channels

Mariam Muhsen Kareem^{1a}  Adel Abdulrazaq Mustaf^{2b} 

¹ Department of Media and Government Communication, Mustansiriyah University, Baghdad, Iraq.

² Department of Radio and Television, College of Mass Communication, University of Baghdad, Baghdad, Iraq.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract

The research addresses the demagogic speeches of Iraqi political figures participating in the programs "Al Haq Yaqal" and "Min al-Akhe", analyzing them using one of the discourse analysis tools, namely the Argument Analysis Tool and Context Analysis. This research is classified as descriptive research, where the researcher relied on the survey method to conduct the study, employing both quantitative and qualitative analysis in examining the discourse. The researcher designed a discourse analysis form accordingly to obtain results, among which are: the emergence of the political argument category as a primary category adopted in the discourse, with the crisis of government formation subcategories dominating. This is because the analyzed period coincided with a significant political crisis, namely the government formation crisis, which was also evident in the context analysis.

Keywords: Demagogic Discourse, Political Figures, Satellite Channels.

OPEN  ACCESS

^a **Corresponding author:** E-mail address: mariam_muhsen@uomustansiriyah.edu.iq, +964 772 562 4919

^b **Co-author:** E-mail address: a.adel@uobaghdad.edu.iq, +964 774 005 0034

DOI: <https://doi.org/10.33282/abaa.v16i64.1134>

Received: 03/09/2023, **Revised** 16/12/2023, **Accepted:** 02/01/2024, **Published:** 29/06/2024

الخطاب الديماغوجي للشخصيات السياسية العراقية في قنوات الفضائية

مريم محسن كريم¹ عادل عبد الرزاق مصطفى²

¹ قسم الإعلام والاتصال الحكومي، الجامعة المستنصرية، بغداد، العراق.

² قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، العراق.

مستخلص

يتناول البحث الخطابات الديماغوجية للشخصيات السياسية العراقية المشاركة في برنامج "الحق يقال" وبرنامج "من الأخير"، وتحليلها على وفق إحدى أدوات تحليل الخطاب وهي أداة تحليل الاطروحات، وتحليل السياق، ويعدّ هذا البحث من البحوث الوصفية، اعتمدت فيه الباحثة على المنهج المسحي في إجراء الدراسة، والتحليل الكمي والكيفي في تحليل الخطاب، وقد صممت الباحثة استمارة تحليل الخطاب وفقاً لذلك؛ للحصول على النتائج التي من أبرزها: ظهور فئة الاطروحات السياسية كفئة رئيسة اعتمدت في الخطاب، وتصدرت فئة أزمة تشكيل الحكومة الفئات الفرعية؛ وذلك لأن الفترة الزمنية التي خضعت للتحليل كانت أبرز أزمة سياسية فيها أزمة تشكيل الحكومة وما ظهر في تحليل السياق أيضاً.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الديماغوجي، الشخصيات السياسية، القنوات الفضائية.

مقدمة

تُعدّ الموضوعات السياسية من أبرز الموضوعات التي تطرح في القنوات الفضائية العراقية بشكل عام؛ وذلك للارتباط الوثيق بين تلك الموضوعات وطبيعة الشارع العراقي من جهة، وطبيعة النظام الإعلامي من جهة اخرى، ويُعدّ برنامج "الحق يقال" وبرنامج "من الأخير" من البرامج المهمة بالشأن السياسي العراقي، والذي يتناول فيها الموضوعات السياسية الآنية، باستضافة العديد من الشخصيات السياسية العراقية والمهتمين بالشأن السياسي للتحديث حول موضوع الحلقة. وتعمل الباحثة على رصد وتحليل الخطابات الديماغوجية التي تصدر من الشخصيات السياسية المستضافة في حلقات البرنامج؛ للتعرف على أبرز الاطروحات التي يقومون بطرحها، وعلاقتها بالسياق الزمني والمكاني للأحداث ضمن مدة التحليل من 2022/6/1 حتى 2022/8/31.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

يُعدّ الخطاب الديماغوجي من أنواع الخطاب السياسي الحساس المهم وذات التأثير المباشر في المشهد السياسي العراقي خصوصاً وأنه يصدر الى الجمهور عبر القنوات الفضائية عن طريق برامج تحظى بنسبة مشاهدة، وبالتالي يحظى بجماهيرية، ويصل الى الجمهور ويحقق أهدافه عن طريق ذلك، وبالتالي يمكن صياغة التساؤل الرئيس المتمثل بـ "ما الاطروحات في الخطابات الديماغوجية للشخصيات السياسية العراقية التي ظهرت في برنامج "الحق يقال" وبرنامج "من الأخير"؟ ويتفرع من هذا التساؤل عدد من الاسئلة الفرعية في الجانب النظري والتحليلي:

1. ما طبيعة السياق الذي شكل الخطاب الديماغوجي للشخصيات السياسية عبر البرامج عينة التحليل؟
2. ما أبرز الاطروحات التي تضمنها الخطاب الديماغوجي للشخصيات السياسية عبر البرامج عينة التحليل؟
3. ما أكثر الأساليب الديماغوجية استخداماً؟

ثانياً: أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من الموضوع ذاته من الناحية السياسية والإعلامية ومديات التأثير على المجتمع العراقي، فضلاً عن الناحية الاكاديمية المتمثلة بشحة الدراسات في هذا المجال.

ثالثاً: أهداف البحث

1. التعرف على طبيعة السياق الذي شكّل الخطاب الديماغوجي للشخصيات السياسية عبر البرامج عينة التحليل.
2. التعرف على أبرز الاطروحات التي تضمنها الخطاب الديماغوجي للشخصيات السياسية عبر البرامج عينة التحليل.
3. التعرف على أكثر الأساليب الديماغوجية استخداماً.

رابعاً: منهج البحث ونوعه

يُعدّ هذا البحث من البحوث الوصفية المعنية بجمع البيانات حول قضية معينة وتحليلها وتفسيرها، وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي في البحث، والذي يُعدّ من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية؛ وذلك لأنه يهتم بدراسة الحالة الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها من الحالات المحيطة بالأحداث أو الأفراد والمؤسسات.

خامساً: مجتمع البحث وعينته

تمثلت عينة البحث بتحليل (95) حلقةً من حلقات برنامج "الحق يقال" الذي يعرض على قناة UTV الفضائية في جميع أيام الأسبوع، عدا يومي الجمعة والسبت، الساعة التاسعة مساءً، وبرنامج "من الأخير" على قناة (INews) الفضائية الساعة التاسعة مساءً من كل يوم عدا يومي الجمعة والسبت، ولدورة برامجية كاملة، تم اختيار هذين البرنامجين كمجتمع البحث بعد اجراء استبانة استطلاعية للبرامج السياسية الأكثر مشاهدة في القنوات الفضائية العراقية من قبل الجمهور العراقي.

سادساً: حدود البحث

1. الحدود الزمانية: تمثلت بالمدة الزمنية الممتدة من 2022/6/1 حتى 2022/8/31.
2. الحدود المكانية: تنتمي العينة البرامجية الى كل من قناتي UTV الفضائية، وقناة INews الفضائية.

سابعاً: أدوات البحث

اعتمدت الباحثة على تصميم استمارة تحليل الخطاب وفق أدوات تحليل الخطاب؛ وذلك بالاعتماد على عدد من الأدوات: "تحليل السياق، تحليل الاطروحات، تحليل أساليب الخطاب الديماغوجي".

ثامناً: دراسات السابقة

1. دراسة (Ash, 2010)، تناولت الدراسة تحليل خطابات الحملة الانتخابية للرئاسة الامريكية عام 2008 للمرشحين للرئاسة باراك اوباما وجون ماكين، وفق نظرية مارثا هاون عن الخطاب الديماغوجي، وتم طرح عدّة تساؤلات مثلت بمجملها مشكلة البحث منها: هل تنطبق نظرية هاون عن الديماغوجية على خطابات المرشحين للرئاسة الامريكية عام 2008؟ وهل استخدم كل من باراك اوباما وجون ماكين الأساليب الديماغوجية التي تمت الإشارة إليها في نظرية هاون؟

وتوصل الباحث الى نتائج عدّة أبرزها: إن الخطاب السياسي المعاصر مليء بالأساليب الديماغوجية بالرغم من التطور التقني الهائل لوسائل الإعلام، كذلك توصل إلى أن أكثر الاساليب استخداماً كان اسلوب التكرار وتبسيط القضايا وكبش الفداء والاستمالات العاطفية، فيما كشفت الدراسة قيام المرشحين بدراسة وفهم طبيعة الجمهور المستهدف، وعلى أثر ذلك تم استخدام أساليب معينة بكثرة دون غيرها.

2. دراسة (عبد، 2021)، سعت الدراسة للكشف عن العلاقة بين الخطاب السياسي في الفضائيات العراقية، ومبدأ المواطنة في مناطق النزاع، إذ تنتمي الدراسة الى الدراسات الوصفية، تمثلت العينة فيها في الجانب التحليلي لتحليل نشرات الأخبار في قناة الشارقة والعراقية، فيما تمثلت

العينة في الجانب الميداني بنخبة من الاعلاميين في مناطق النزاع، وحددت مشكلة البحث بطرح تساؤل رئيس: ما علاقة الخطاب السياسي في الفضائيات العراقية بمبدأ المواطنة في مناطق النزاع؟ وقد تفرع من هذا التساؤل عدد من التساؤلات الفرعية كان أبرزها: كيف قدم الخطاب السياسي في الفضائيات العراقية الشأن المحلي في مناطق النزاع، وما الاطروحات التي تضمنها في هذا السياق؟ وما القوى الفاعلة في الشأن المحلي في مناطق النزاع؟ وكيف تناولها الخطاب السياسي في الفضائيات المحلية؟ وما مبادئ المواطنة التي ساعد الخطاب السياسي للفضائيات العراقية في بنائها حسب اعتقاد المبحوثين؟

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج منها: تصدر الاطروحات السياسية في كلا القناتين، وإبراز القوى الفاعلة السياسية العراقية بما يتلائم مع سياسة القناة الفضائية، وإبراز مبادئ المواطنة التي عمل على بنائها الخطاب السياسي عبر الفضائيات، فضلاً عن ذلك كان مبدأ التماسك بين مكونات الشعب العراقي.

3. دراسة (منخرفيس، 2021)، شَخَّصَت الباحثة اشكالية هذه الدراسة عن طريق بحثها عن التركيبة الدلالية للخطاب السياسي على اعتبار أن الخطاب السياسي هو خطاب ايديولوجي يحمل في دواخله تصورات ومفاهيم وتعبيرات عن الواقع السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي، لذا عَبَّرَت الباحثة عن اشكالية الدراسة عن طريق طرح التساؤل الرئيس: "ما الأبعاد الدلالية للعلاقات الاتصالية غير اللفظية في الخطاب السياسي البصري للحملة الانتخابية للانتخابات الجزائرية في أبريل 2014؟".

وتفرع من هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية منها: "ما التظاهرات البصرية للعلامات غير اللفظية في الخطابات السياسية المختارة؟ وما دلالات العلامات التشكيلية في الملصقات الاعلامية الخاصة لهذه الحملات الانتخابية؟ وما مدى توافق التركيب الدلالي للسلوك الحركي والرسالة اللفظية عند الخطيب؟ كيف للتركيبات الدلالية للعلامات غير اللفظية الوصول الى المعنى العميق للخطاب السياسي والكشف عن المعاني الحقيقية؟ واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي، فضلاً عن اعتمادها على علم اللغة في اختيار الخطوات والأدوات التحليلية وفقاً لما يناسب موضوع البحث، إذ تم اختيار الدراسات السيميولوجية التي تبحث عن المعنى العميق للأنساق الدلالية.

وتمثل مجتمع البحث بجميع الخطب السياسية التي ألقاها المرشحون في انتخابات الرئاسة الجزائرية عام 2014، فيما تم اختيار عينة قصدية مكونة من ثلاث خطب انطبقت عليها متطلبات الدراسة، إذ أن الدراسات السيميولوجية في طبيعتها تهتم بالكيف وليس بالكم في الحصول على النتائج.

وقد توصلت الباحثة الى جملة من النتائج أبرزها: "إن المعنى الضمني في الخطب يتم عن

طريق الاختلافات الشكلية بين الفضاءات المحيطة بالخطاب وبالتالي هذا يعني اختلاف حجم التغطية الإعلامية لتلك الخطب، وما ينتج عنه اختلاف في درجة اهتمام الجمهور بالخطب وبالمرشحين، وإن التظاهرات البصرية للعلامات غير اللفظية في خطب المرشحين تتفاوت في قوة تعبيرها والمعاني التي تحملها من خطاب لآخر، فضلاً عن أن التعبيرات الجسدية تتفاوت درجة توافقها مع النصوص اللفظية في كل خطاب، إذ يرتفع التوافق في الخطاب المعارض بينما ينعدم في خطاب السلطة، وإن مجموع العناصر التشكيلية في الملصقات الإعلامية للمرشحين كانت تعبر عن الصفات الشخصية، أو توحى بالصفات الشخصية لكل مرشح".

الإطار النظري

أولاً: مفهوم الخطاب الديماغوجي

تستمد دراسات الخطاب أهميتها من أهمية المصطلح ذاته، لذا اهتم الباحثون في وضع العديد من التعريفات لمفهوم الخطاب أحدها وصف الخطاب بأنه "التأثير المقصود في معرفة جمهور معين وذلك بتقديم أدلة منطقية تؤدي الى تغيير في معرفته أو في ترسيخها" (صالح، الكناني، و مبارك، 2021، صفحة 54).

والديماغوجية مفردة مركبة يونانية الأصل تعني بالمعنى الحرفي "قائد الشعب" (الواعي، 2007، صفحة 125)، وتعرف الديماغوجية بأنها "مصطلح سياسي يعني المنطق الثنائي في الحكم على الأشياء، وهي مجموعة الأساليب التي يتبعها السياسيون لخداع الشعب واغرائه للوصول للسلطة وخدمة مصالحهم" (جاد الرب، 2011، صفحة 95).

وفي العديد من الأدبيات العالمية نجد أن هنالك رؤية ايجابية وأخرى سلبية لمفردة الديماغوجي وسنستعرض هنا تعريفان للديماغوجي الأول تعريف ايجابي ويعني "قائد الشعب وهو زعيم شعبي أو خطيب اعتنق قضية الشعب ضد اي طرف آخر في الدولة"، أمّا التعريف الثاني فهو تعريف سلبي صريح ويعني "زعيم سياسي شعبي ومحرض سياسي يناشد مشاعر الجمهور لكسب تأييدهم ويصدر الأحكام المسبقة من أجل الحصول على السلطة وتعزيز مصالحه الخاصة" (Mercieca, 2020, p. 12).

إن السبب الرئيس بين هذين التعريفين للمفردة يعود الى بداية ظهور المصطلح في اليونان القديمة، إذ نشوء الديمقراطية والتي تعني "قيادة الشعب" أو "حكم الشعب" الذي صاحبها ظهور الديماغوجية كمتلازمة مصاحبة لهذا النظام السياسي، إذ كان لظهور الفرد الديماغوجي سبب آخر غير سبب طموحه الذاتي في كسب السلطة والمصالح الشخصية، وإنما الشعب ذاته الذي كان وبسبب الجهل بحاجة التأجيج، وإثارة روح الحماس لديهم نتيجة الجهل ضد السلطة الحاكم والنخب (Brecher & Ordóñez, 2019, p. 477).

وقد عرف أستاذ في جامعة كولومبيا راينهارد لوئين في كتابه "الديماغوجيون الأمريكيون" الديماغوجي بأنه "سياسي ماهر في الخطابة والاطراء والمرادفة في مناقشة القضايا الحيوية، ومناشدة مشاعر الجماهير بدلاً من عقولهم، وإثارته النعرات العنصرية والدينية والطبقية بهدف الوصول الى السلطة" (Tripathi, 2017, p. 1). أما في اللغة العربية فإن ترجمة كلمة "ديماغوجي" تعني "دهماوي"، والديماغوجية تأتي بمصطلح "الدهماوية"، وقد جاء تعريف الدهماء "دهم ودهماوات عامة الناس وجماعتهم ... والدهماوي قائد يحصل على قوته عن طريق المناشدة المثيرة لغضب الجماهير" (عمر، 2008، صفحة 778).

إن نشوء الديماغوجية كان مصاحباً لظهور الحكم الديمقراطي في اليونان القديمة؛ وذلك لأن طبيعة النظام الديمقراطي تسمح بولادة السلوك الديماغوجي، وبذلك يُعدّ اليونانيون القدماء هم أول من صك مفردة "ديماغوجي" لوصف طبقة جديدة من الغوغاء، القادة الذين تطوروا بسرعة لملء فراغ السلطة الذي خلفه زوال طبقة سائدة من النخبة من رجل الدولة (Signer, 2009, p. 33)، ويُصنّف كليون بأنه أول ديماغوجي في التاريخ عاش في اثينا منذ أكثر من ألفي عام، وتقلد الحكم فيها عام 430 ق.م، وقد اتصف بالذكاء والبلاغة في قدرته على كسب استعطاف، وتأييد الجماهير اليونانية الى أن وصل الى السلطة، وما أن تسلم الحكم تحول الى حاكم دكتاتوري عمل على تصفية أغلب معارضيه، إذ قام بعمليات قتل جماعي لسكان إحدى الجزر اليونانية التي انتقضت ضده (Skinnell & Murphy, 2019, p. 1)، ويتصف الديماغوجيون بأربع صفات (Singer, 2009, pp. 33-37):

1. يصورون أنفسهم على أنهم من عامة الناس وضد النخب.
 2. تعتمد سياستهم على علاقة قوية وعميقة مع الناس تتجاوز بشكل كبير الشعبية السياسية.
 3. التلاعب بهذا الاتصال والعلاقة الشعبية واستغلالها للمصلحة الشخصية.
 4. يهددون أو ينتهكون قواعد السلوك العامة والمؤسسات والقانون.
- فيما يعرف الخطاب الديماغوجي بأنه "ذلك الخطاب الذي يعد بالاستقرار واليقين والهروب من المسؤوليات الجادة، وهو خطاب تأطير السياسة العامة من حيث الدرجة والوسائل التي ينبغي فيها تقسيم الناس الى مجموعتين: الأولى هي الداخل، والثانية هي المجموعة الخارجة وهي كبش الفداء للمشاكل التي تعاني منها المجموعة الأولى أو المجتمع بشكل عام" (Skinnell & Murphy, 2019, p. 2).

ونستدل من هذا التعريف أن الخطاب الديماغوجي قائم في جوهره على الثنائيات: "ثنائية الخير والشر" أو ثنائية "نحن وهم" فنحن تمثل المجموعة الأولى وتمثل الخير، أما هم فتمثل المجموعة الثانية وتمثل الشر، أو القوى التي تسبب معاناة المجموعة الأولى. مما تقدم يتبين أن للخطاب الديماغوجي خصائص عن طريقها يمكن القول أن هذا الخطاب

ديماغوجي وهي: (Roberts-Miller, 2019, p.16)

1. الاعتماد على ثنائية "نحن وهم" "الخير والشر".
2. التأكيد على الهويات الفرعية لا الهوية الوطنية للمكونات المختلفة داخل البلد الواحد.
3. تعمل المجموعة الأولى على تقديم المجموعة الثانية ككبش فداء أي بمعنى المتسببة لأغلب معاناة المجموعة الأولى والمجتمع ككل.
4. تأخذ المجموعة الأولى دور الضحية، وتقوم بالكذب والادعاء وقطع الوعود الكاذبة للجمهور.

ثانياً: علاقة الخطاب الديماغوجي بالإعلام

يمثل الإعلام عنصر نجاح مهم وأساس للخطاب الديماغوجي؛ لأنه وبوسائله المتنوعة يعمل على ربط صاحب الخطاب بالجمهور المستهدف، فالديماغوجي يعمل على استثمار كافة وسائل الإعلام الممكنة لمحاصرة الجمهور بهدف إقناعه بمضمون الخطاب وكسب صوته وتأييده، لذا تمثل البرامج الحوارية السياسية إحدى أهم أنواع البرامج التي تحرص القنوات الفضائية على إنتاجه لتحقيق عدد من الغايات أبرزها تصدير قضايا وشخصيات معينة فضلاً عن تصدير السياسة الإعلامية الخاصة بالقناة (فاخر و الموسوي، 2022، صفحة 37)، ومن ذلك نجد استخدام السيناتور الأمريكي جوزيف مكارثي في الخمسينيات كل ما هو متاح من الوسائل الاعلامية للتعبير عن رسالته المعادية للشيوعية، والعمل على إثارة مخاوف الشعب الأمريكي، وقد نجح في فعل ذلك عن طريق استخدام وسائل الإعلام بشكل ذكي يخدم حملته، وركز آنذاك على كل من الصحف والإذاعات في الترويج لخطابه؛ وذلك لسعة انتشارهما في حينها، أما في حملة باراك اوباما وجون ماكن لانتخابات الرئاسة الأمريكية عام 2008 فقد ركز كل منهما على استخدام التلفزيون والانترنت لترويج حملتهما الانتخابية وخطابهما الديماغوجي؛ وذلك لمناسبة الحقبة الزمنية المصاحبة لوقت الخطاب (Ash, 2010, p. 45)

الدراسة التحليلية

أولاً: السياق التاريخي في العراق الذي عاصر الفترة الزمنية للخطاب

تهدف الباحثة عن طريق استخدامها لأداة تحليل السياق في استمارة تحليل الخطاب إلى التعرف على أبرز الأحداث التي حصلت في العراق للمدة الزمنية من 2022/6/1 إلى 2022/8/31، والتي أسهمت بشكل مباشر في تكوين بيئة الخطاب، والتأثير على طبيعة الخطاب الذي تم طرحه عبر البرنامجين عينة البحث في القنوات الفضائية، وعلى النحو الآتي:

1. تمثل الحدث السياسي الأبرز لشهر حزيران باستقالة جماعية لنواب الكتلة الصدرية من البرلمان العراقي بتاريخ 2022/6/12.

2. شهد تاريخ 2022/7/27 تظاهرات لأنصار التيار الصدري وصلت إلى اقتحام البرلمان، ثم الانسحاب بعد ذلك بهدف منع انعقاد جلسة مجلس النواب العراقي، ثم تم معاودة التجمهر والتظاهر في المنطقة الخضراء، واقتحام البرلمان العراقي مرة أخرى بتاريخ 2022/7/30، والبقاء فيه، وإعلان الاعتصام المفتوح داخل مبنى البرلمان.
3. حدث بتاريخ 2022/8/29 صدام مسلح في المنطقة الخضراء، وقد تباينت الروايات الرسمية والإعلامية في تحديد الجهات التي قامت بذلك.
4. ظهر زعيم التيار الصدري السيد مقتدى الصدر بتاريخ 2022/8/30 في مؤتمر صحفي موجز، طالب فيه اتباعه بالانسحاب من المنطقة الخضراء وإنهاء الاعتصام بمدة أقصاها 60 دقيقة، وإنهاء المظاهر المسلحة التي رافقها سقوط العديد من الضحايا والجرحى من القوات الأمنية والمتظاهرين، وفي الوقت ذاته أعلن زعيم التيار الصدري اعتزال العمل السياسي اعتزالاً شرعياً، وغلق كافة مكاتب التيار الصدري السياسية، عدا مرقد المرجع محمد صادق الصدر ومتحف آل الصدر.

ثانياً: تحليل الخطاب على قناة UTV الفضائية في برنامج "الحق يقال"

1. تحليل الاطروحات

تصدرت اطروحات الشأن السياسي للشخصيات السياسية العراقية في برنامج "الحق يقال" الذي يعرض على قناة UTV الفضائية، المرتبة الاولى بفارق كبير عن اطروحات الشأن الأمني بواقع (95) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (93,13%)، ثم جاء بعدها اطروحات الشأن الأمني في المرتبة الثانية بواقع (7) تكرارات فقط ونسبة مئوية بلغت (6,86%) ينظر الجدول (1):

جداول (1) اطروحات الخطاب الديماغوجي في قناة UTV

ت	الاطروحات	التكرار	النسبة
1	الاطروحات السياسية	95	93.13%
2	اطروحات الشأن الامني	7	6.86%
	المجموع	102	100%

- اطروحات الشأن السياسي

تشكل الاطروحات السياسية من خمس فئات فرعية جاءت في المرتبة الاولى فئة "أزمة تشكيل الحكومة" بواقع (72) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (75.7%)، كما ورد في قول أحد السياسيين "هنالك جدلية قد تصل الى حدود المعركة السياسية ما بين الإطار والتيار الصدري، من بدء بهذه المعركة برأيي هو التيار الصدري الذي أعلن تجريف قوى الإطار التنسيقي وابعادها عن العملية السياسية من خلال تشكيل ما يسمى بالتحالف الثلاثي"⁽¹⁾.

وجاءت بعدها في المرتبة الثانية فئة "ملف التظاهرات" بواقع (10) تكرارات فقط ونسبة مئوية بلغت (10.5%)، كقول أحد السياسيين "اليوم أنت اخرجت الاطار، ووصلته الى مرحلة المواجهة إذا خطوة بخطوة تصعد رح اصعد أي، مو أي دا اصعد أنت بديت بالتظاهر أي رح ابدى بالتظاهر"، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة "القضاء العراقي" بواقع (7) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (7.3%)، ثم المرتبة الرابعة لفئة "حكومة تصريف الأعمال" بواقع (5) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (5.2%)، ثم في المرتبة الخامسة والأخيرة فئة "التدخلات الخارجية" بتكرار واحد فقط ونسبة مئوية بلغت (1%)، ينظر جدول (2):

جدول (2) يوضح توزيع الفئات الفرعية لأطروحات السياسية

ت	الاطروحات	التكرار	النسبة
1	أزمة تشكيل الحكومة	72	75.7%
2	ملف التظاهرات	10	10.5%
3	القضاء العراقي	7	7.3%
4	حكومة تصريف الاعمال	5	5.2%
5	التدخلات الخارجية	1	1%
	المجموع	95	100%

- اطروحات الشأن الامني

تتألف اطروحات الشأن الأمني من ثلاث فئات فرعية وهي: فئة "تهديد السلم الأهلي" والتي جاءت في المرتبة الأولى بواقع (5) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (71.4%) كمثال على ذلك قول أحد الضيوف السياسيين في البرنامج "أنت الآن أمام معادلة سياسية غامضة هجينة بيها حقيقة انغلاق كبير فمن المفترض تناقش كل الفرضيات التي من المفترض أن تحصل في المرحلة القادمة ... أكو حالة حقيقية للأسف من حالة التنافس السياسي إلى حالة الصراع السياسي، الصراع السياسي خطأ كبير جداً إذا فعلاً فكرنا في موضوع السلم المجتمعي"⁽²⁾، ثم تلتها فئة "أداء القوات الأمنية" وفئة "خرق السيادة" في المرتبة الثانية بتكرار واحد فقط لكل منهما ونسبة مئوية بلغت (14.2%)، كما موضح في الجدول (3):

جدول (3) يوضح توزيع الفئات الفرعية لأطروحات الشأن الامني

ت	الاطروحات	التكرار	النسبة
1	تهديد السلم الاهلي	5	71.4%
2	أداء القوات الامنية	1	14.2%
3	خرق السيادة	1	14.2%
	المجموع	7	100%

2. تحليل أساليب الخطاب الديماغوجي

تتعدد أساليب الخطاب الديماغوجي التي اعتمدها منتج الخطاب لإيصال خطابه، فجاء في المقدمة منها أسلوب "الانتقاد" بواقع (46) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (45.09%) مثال ذلك الانتقاد الذي وجهه أحد السياسيين عبر البرنامج موجهاً كلامه الى التيار الصدري بقوله "على مستوى قواعد اللعبة السياسية اعتقد الاطار حقق نجاح كبير جداً امام التيار الصدري، بل التيار الصدري الآن يعاني من عزلة كبيرة جداً على المستوى السياسي، وبالتالي حتى موضوع التغريدات برأيي بدأت تضع التيار في عزلة مجتمعية جراء حقيقة حدة الالفاظ المستخدمة من قبل ما يسمى بوزير القائد"⁽³⁾، وحصل أسلوب "كبش الفداء" على المرتبة الثانية بواقع (20) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (19.60%)، ففي تصريح لأحد السياسيين في حديثه عن أزمة انعقاد جلسات مجلس النواب، وتأخر تشكيل الحكومة، ألقى اللوم على قوى الاطار التسيقي قائلاً "المشكلة خلقوها الأخوة في الاطار بالثلث المعطل خلاص هذا ثلث معطل للعملية السياسية"⁽⁴⁾، وحلّ أسلوب "النداءات العاطفية" في المرتبة الثالثة بواقع (11) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (10.78%)، وجاء أسلوب "المراوغة في طرح المشكلات" في المرتبة الرابعة بواقع (8) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (7.84%)، ثم المرتبة الخامسة لأسلوب "القيام بالهجمات الإعلامية" بواقع (7) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (6.86%)، وجاء في المرتبة السادسة أسلوب "تبسيط القضايا" بواقع (5) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (4.90%)، وحصل على المرتبة السابعة أسلوب "تكرار المشكلات" بواقع (4) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (3.92%)، فيما جاء في المرتبة الثامنة والأخيرة أسلوب "استغلال القضايا" بتكرار واحد فقط ونسبة مئوية بلغت (0.98%)، كما موضح في الجدول (4):

جدول (4): يوضح أبرز الأساليب الديماغوجية التي اعتمدت في الخطاب

ت	الأسلوب	التكرار	النسبة
1	الانتقاد	46	45.09%
2	كبش الفداء	20	19.60%
3	النداءات العاطفية	11	10.78%
4	المراوغة في طرح المشكلات	8	7.84%
5	القيام بالهجمات الإعلامية	7	6.86%
6	تبسيط القضايا	5	4.90%
7	تكرار المشكلات	4	3.92%
8	استغلال القضايا	1	0.98%
	المجموع	102	100%

ثالثاً: تحليل الخطاب على قناة INews الفضائية في برنامج "من الاخير"

1. تحليل الاطروحات

عند تحليل الخطاب الديماغوجي للشخصيات السياسية في برنامج "من الأخير" عبر قناة اي نيوز توصلت الباحثة الى أن الفاعل الخطابي تطرق في اطروحاته الى الشأن السياسي فقط دون التطرق إلى باقي الموضوعات ولا سيما الأمنية؛ وذلك لأن الاهتمام بالشأن السياسي كان له أولوية في الطرح عبر البرنامج، ووردت الاطروحوات السياسية بعدد تكرارات بلغت (81) تكرارًا ونسبة مئوية بلغت (100%)، وكما موضح في الجدول (5):

جدول (5): اطروحوات الخطاب الديماغوجي في قناة اي نيوز

ت	الاطروحوات	التكرار	النسبة
1	الاطروحوات السياسية	81	100%
2	اطروحوات الشأن الامني	0	0
	المجموع	81	100%

- الاطروحوات السياسية

تصدرت أزمة تشكيل الحكومة "الاطروحوات السياسية" في المرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (64) ونسبة مئوية بلغت (79.01%)، ففي الحديث عن قضية أزمة تشكيل الحكومة، وانسحاب الكتلة الصديرية، صرح سياسي بالقول "إن ما يدور اليوم بالساحة العراقية أصدق ما يمكن أن يعبر عنه بأنه انقلاب على الشرعية وانقلاب على الدستور، وهذا الانقلاب بعد أن وصلت المرحلة لتشكيل الحكومة قاب قوسين أو أدنى نرى أن هناك دعوات جديدة، وهذه الدعوات في ظاهرها الإصلاح، ومحاربة الفساد، ولكن في باطنها هي محاولة العودة الى البرلمان مرة ثانية وهذه العودة تحتاج الى خروقات دستورية وقانونية لكي يتم إعادة نواب الكتلة الصديرية"⁽⁵⁾.

وجاءت في المرتبة الثانية فئة "ملف التظاهرات" بعدد تكرارات بلغت (10) ونسبة مئوية بلغت (12.34%)، إذ صرح أحد السياسيين بأن التظاهرات لا تمثل الشعب العراقي، وإنما التيار الصديري فقط "اليوم الشعب نزع الصلاحيات من البرلمان وجاء هو، من الشعب الي اجه منو مثلا كل الشعب العراقي لو اليوم احنه المظاهرات هي محددة بجمهور الكتلة الصديرية حصراً، وهذا كلام واضح ميحتاج واحد أصلا يطلع عليه ويروح يشوف هوياتهم"⁽⁶⁾، تلتها في المرتبة الثالثة فئة "حكومة تصريف الاعمال" بعدد تكرارات بلغت (4) ونسبة مئوية بلغت (4.93%)، أما في المرتبة الرابعة فجاءت فئة "القضاء العراقي" بعدد تكرارات بلغت (2) فقط ونسبة مئوية بلغت (2.46%)، فيما حلت فئة "التدخلات الخارجية" في المرتبة الاخيرة بتكرار واحد فقط ونسبة مئوية بلغت (1.23%)، وكما موضح في الجدول (6):

جدول (6): يوضح توزيع الفئات الفرعية للأطروحوات السياسية

ت	الاطروحوات	التكرار	النسبة
1	أزمة تشكيل الحكومة	64	79.01%

2	ملف التظاهرات	10	12.34%
3	القضاء العراقي	2	2.46%
4	حكومة تصريف الاعمال	4	4.93%
5	التدخلات الخارجية	1	1.23%
	المجموع	81	100%

2. أساليب الخطاب الديماغوجي

تعددت اساليب الخطاب الديماغوجي التي اعتمدها منتج الخطاب في اوصول اطروحاته للجمهور، جاء في المرتبة الاولى أسلوب الانتقاد بعدد تكرارات بلغت (57) تكرارًا ونسبة مئوية بلغت (74.02%)، إذ انتقد منتج خطاب السياسة المتبعة من قبل التيار الصدري في تعامله مع أزمة تشكيل الحكومة في العراق " كل الذين يفشلون عادة في تحقيق أمنياتهم أو ما يصبون إليه، يرمون بمشاكلهم على الآخرين، مثلاً عندما لم يحقق الثلثين فيها رمى مشاكله على القضاء، والقضاء الذي مدحه أكثر من مرة سماحة السيد بشكل علني في تغريداته واثنا عليه ينتقده في تغريدات أخرى" (7)، وتلاه في المرتبة الثانية أسلوب "كيش الفداء" بعدد تكرارات بلغت (10) ونسبة مئوية بلغت (12.98%) كتصريح القائل "الاخوة في الاطار التنسيقي هم من تسببوا في عدم التصديق على نتائج الانتخابات لثلاثة اشهر وهم الذين عطلوا جلسة اختيار رئيس الجمهورية، وإذا لم يكن هم العائق، لكنا في العراق الآن صاحب رئيس جمهورية منتخب منذ خمسة أشهر، العملية تأخرت (8) أشهر وهم كانوا السبب" (8).

وحلّ في المرتبة الثالثة أسلوب "النداءات العاطفية" بعدد تكرارات بلغت (7) ونسبة مئوية بلغت (9.09%)، وجاء في المرتبة الرابعة أسلوب "استغلال القضايا" و"القيام بالهجمات الإعلامية" و"تبسيط القضايا" بتكرار واحد فقط لكل منه ونسبة مئوية بلغت (1.29%)، فيما لم يتم استخدام أسلوب "المراوغة في طرح المشكلات" و"تكرار المشكلات" كما ظهر لدينا في تحليل برنامج "الحق يقال"، وكما موضح في الجدول (7).

جدول (7): يوضح أبرز الأساليب الديماغوجية التي اعتمدت في الخطاب

ت	الاسلوب	التكرار	النسبة
1	الانتقاد	57	74.02%
2	كيش الفداء	10	12.98%
3	النداءات العاطفية	7	9.09%
4	المراوغة في طرح المشكلات	0	0
5	القيام بالهجمات الإعلامية	1	1.29%
6	تبسيط القضايا	1	1.29%
7	تكرار المشكلات	0	0

8	استغلال القضايا	1	1.29%
	المجموع	77	100%

الاستنتاجات

1. توصلت الباحثة عند تحليل السياق إلى أن الأحداث السياسية التي حدثت في الفترة الزمنية للتحليل كانت تنصدر المشهد السياسي الإعلامي، وتطغى على الخطابات الديمagogية التي ظهرت في كلا البرنامجين.
2. تمثلت الاطروحات السياسية في كلا البرنامجين بأنها الأبرز والأكثر تداولاً في الخطاب الديمagogي للشخصيات السياسية التي ظهرت في هذه البرامج.
3. تصدرت أزمة تشكيل الحكومة الفئات السياسية في كلا البرنامجين، وهذا يؤكد التأثير المباشر لالزامات السياسية على النتاج الإعلامي، ويتناسب كذلك مع تحليل السياق.
4. جاء أسلوب الانتقاد في أساليب الخطاب الديمagogي في المرتبة الأولى في البرنامجين بفارق كبير عن باقي الأساليب الأخرى للخطاب، وهذا يدل على حدة الصراع بين الأقطاب السياسية، وإن الظهور الإعلامي لهم واستخدام هذا الأسلوب يؤكد عمق هذه الأزمة.

الهوامش

- (1) حلقة يوم 2022/8/15
- (2) حلقة يوم 2022/6/1
- (3) حلقة يوم 2022/8/15
- (4) حلقة يوم 2022/6/1
- (5) حلقة يوم 2022/7/31
- (6) حلقة يوم 2022/7/31
- (7) حلقة يوم 2022/7/6
- (8) حلقة يوم 2022/7/17

المصادر والمراجع

- الواعي، ت. ي. (2007). المصطلحات السياسية. القاهرة: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- جاد الرب، ح. ا. (2011). معجم المصطلحات السياسية والدبلوماسية والإقتصادية. القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع.
- صالح، ع. ا. م.، الكناني، م.، و مبارك، م. ر. (2021). سيميائية الخطاب الدعائي في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة سيميائية للتقارير الإخبارية في موقع قناة "مكان" الإسرائيلية. الباحث الإعلامي، 13(51)، 47-62. <https://doi.org/10.33282/abaa.v13i51.737>
- عبد، ث. ا. (2021). الخطاب السياسي في الفضائيات العراقية وعلاقتة بمبدأ المواطنة في مناطق النزاع [طروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد].
- عمر، ا. م. (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة. القاهرة: عالم الكتب

فاخر، ع. ع.، و الموسوي، ح. ع. ن. (2022). دور البرامج الحوارية في ترتيب أولويات الجمهور إزاء قضايا الحراك السياسي في العراق. الباحث الإعلامي، 14(57)، 31-46. <https://doi.org/10.33282/abaa.v14i57.915>

منخرفيس، ي. (2021). دلالة الاتصال غير اللفظي في الخطاب السياسي المتلفز: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من خطابات الحملة الانتخابية لرئاسيات أفريل 2014 [اطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر]. <https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/1668>

Funding

None

ACKNOWLEDGEMENT

None

CONFLICTS OF INTEREST

The author declares no conflict of interest

References

- Abd, T. A. (2021). *Political discourse on Iraqi satellite channels and its relationship to the principle of citizenship in conflict areas* [Unpublished Ph.D. dissertation, University of Baghdad].
- Ash, M. (2010). *A Contemporary Examination of Demagogic Techniques: Selected Speeches from the 2008 Presidential Campaign* [Master' Thesis, University of Houston]. <http://hdl.handle.net/10657/186>
- Brecher, B., & Ordóñez, V. (2019). Narratives of Power: Demagogues, Politics and Morality at the Start of the 21st Century. *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 21(42), 477-479. <https://doi.org/10.12795/araucaria.2019.i42.20>
- Fakher, A. A., & Al-Musawi, H. A. N. (2022). The role of talk shows in influencing the public's priorities regarding political mobilization in Iraq. *ALBAHITH ALALAMI*, 14(57), 31-46. <https://doi.org/10.33282/abaa.v14i57.915>
- Jadalrab, H.-A.-D. (2011). *A dictionary of political, diplomatic and economic terms*. Cairo: Dar Al-Ulum for Publishing and Distribution.
- Menkhervis, Y. (2021). *The significance of non-verbal communication in televised political discourse: a semiological analytical study of a sample of election campaign speeches of April 2014* [Ph.D. dissertation, University of Algiers]. <https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/1668>
- Mercieca, J. (2020). *Demagogue for president: The rhetorical genius of Donald*

Trump. Texas A&M University Press.

- Omar, A. M. (2008). *Dictionary of contemporary Arabic language*. Cairo: World of Books.
- Roberts-Miller, P. (2019). *Rhetoric and Demagoguery*. Southern Illinois University Press.
- Saleh, A. A.-K. M., Al-Kinani, M. C., & Mubarak, M. R. (2021). THE SEMIOTICS OF PROPAGANDA SPEECH IN SOCIAL MEDIA SITES: A Semiotic Study of the News Reports on the Israeli "Makan" Channel. *ALBAHITH ALALAMI*, 13(51), 47-62. <https://doi.org/10.33282/abaa.v13i51.737>
- Signer, M. (2009). *Demagogue: The fight to save democracy from its worst enemies*. NEW YORK: PALGRAVE MACMILLAN.
- Skinnell, R., & Murphy, J. (2019). Rhetoric's Demagogue | Demagoguery's Rhetoric: An Introduction. *Rhetoric Society Quarterly*, 49(3), 225-232. <https://doi.org/10.1080/02773945.2019.1610636>
- Tripathi, D. (2017). The Demagogue And The Rhetoric of Demagoguery. https://www.researchgate.net/publication/343685860_The_Demagogue_And_The_Rhetoric_of_Demagoguery
- Alwaei, T. Y. (2007). *Political terminology*. Cairo: Dar Al Shorouk for Publishing and Distribution.