

## طبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي والخطاب السياسي

د. نزهت محمود نفل

كلية الاعلام - جامعة بغداد

مقدمة:

يُعد الخطاب الدعائي هو الاكثر تداولاً في الدراسات الاعلامية والاتصالية , حيث اهتمت الدارسين والباحثين في هذا المجال بدا وازحاً في تحليل وتفسير مضمون هذا الخطاب للتعرف على نوايا القائم بالنشاط الاتصالي ومقاصده واهدافه والذي تجاوز حدود الدول في ظل اجواء ساخنة من التنافرات والنزاعات السياسية والتي ميزت دول العالم ككل ومنذ سنين طويلة, حيث بذلت الدول المتقدمة اقتصادياً وعسكرياً (دول عالم الشمال الرأسمالي) على وجه التحديد جهوداً مميزة في انتاج المعلومات والافكار وبأساليب ووسائل متقدمة في كل تفصيلات العمل الاتصالي من حيث التطور التقني لتلك الاساليب والوسائل وكخبرات بشرية لها تأثيرها الفعال في الاقناع ما ادى الى تحقيق نجاحات واضحة في تغيير سلوكيات واتجاهات الرأي العام عموماً ورأي الجمهور المُستهدف بالعمل الاتصالي على وجه الخصوص واعتماداً على دراسة نفسية واجتماعية لكل ما يحيط ذلك الجمهور ومن اجل احداث التغيير المنشود حيث التركيز على نشاط مؤسسات واجهزة الاتصال على (الدعاية) كمتغير اساسي في انجاح الجهود المبذولة عبر حملات منظمة يمكننا القول ان نتائجها وتأثيرها هو اقوى من نتائج الحروب العسكرية بحيث سُميت بالحروب الدعائية.

وعليه فأن حركة اي مجتمع سياسي في علاقاته الخارجية تتم في ضوء عوامل عديدة ابرزها العامل التاريخي والموقع الجغرافي وتجربة الدولة وخبراتها المتراكمة وكذلك مصادر قوتها الذاتية . وانطلاقاً من ذلك يكون التوجه الخارجي لاية حركة سياسية او اي دولة في تنظيم علاقاتها مع العالم الخارجي اقليمياً او دولياً والتي تعتمد على تلك العوامل المذكورة كضمانات مهمة لتوفير الحماية الذاتية حيث اطلق عليها مفهوم الامن القومي والتي تعد الركيزة الاساسية التي تربط العمل الخارجي بالعمل الداخلي لاية دولة , وتعزز حقيقة الارتباط والتفاعل المستمر بين السياسة الداخلية والنشاط الحكومي في اطار العلاقات الدولية والتي يكون لوسائل الاعلام دورها

البارز في تحقيق اهدافها بحيث يكون الاطار المرجعي لاي نظام اعلامي هو التراث الفكري والاخلاقي والعقائدي للنظام الحاكم وتطبيقاته اليومية

ومن اجل فهم متكامل لطبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي والخطاب السياسي في الدراسات الاعلامية والدعائية لابد من تسليط الضوء على مفهوم الخطاب الدعائي من حيث اللغة والاصطلاح ومكوناته وسياقاته وعليه سنتناول هذه الدراسة المحاور الاتية:

اولاً :- ألتعرف على مفهوم الخطاب الدعائي ومعانيه في اللغة والاصطلاح

ثانياً :- مكونات الخطاب الدعائي وسياقاته

ثالثاً :- طبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي والخطاب السياسي

مفهوم الخطاب الدعائي لغة واصطلاحاً

لتوضيح معنى الخطاب في الدراسات الاعلامية والدعائية لابد من الاشارة الى معنى الخطاب في الثقافتين العربية والاسلامية والاجنبية على حد سواء وبما ينسجم مع واقع المجتمع الدولي .. حيث استخدمت مفردة الخطاب في القران الكريم في اكثر من ايه قرآنية كريمة فقد بين المعجم المفهرس للسيوطي ثلاثة مواضع ايتين في سورة (ص) وآية واحدة من سورة النبأ (وشددنا ملكه واتيناه الحكمة وفصل الخطاب)(١) فقال (كفليها وعزني في الخطاب) (رب السموات والارض لايملكون منه خطاباً)(٢) , في الاية الاولى اي انعمنا عليه من البيان الشافي في كل قصد(٣) وهي الكلام المفهوم والقدرة على المحاوره والخطب(٤) وعزني في الخطاب اي غلبي في الجدل (٥) ولايملكون خطاباً اي لا يقدر احد على المخاطبة خوفاً منه (٦) وفي ذلك نجد ان معنى الخطاب يراد به الكلام المؤثر الشافي والمقنع في مقاصده وفي اللغة العربية مصطلح الخطاب هو مصدر الفعل (خَطَب) والخطاب في قاموس لسان العرب هو من المخاطبة اي مراجعة الكلام وخطب الخاطب على المنبر والخطبة عند العرب هي الكلام المنشور المسجع(٧) , وخطب خطبة جمعه خُطِبَ لتحقيق هدف ما (٨) , وفي القاموس المحيط وقاموس المعجم اللغوي والمنجد الخطاب معناه ما يكلم الرجل صاحبه بما يؤثر ويقنع (٩) وفي قاموس اللسانيات اهتم الباحثون المغاربة بتعميم استعمال وتداول الخطاب بالرغم من اعتمادهم على مصطلحات مقاربة في السابق حيث تبناوا هذا المصطلح في بحوثهم ونتائجهم تقريباً(١٠) اما المعاجم الاجنبية فقد قدمت لـ

تقريباً(١٠) اما المعاجم الاجنبية فقد قدمت لـ

### الخطاب في الثقافة العربية

من اجل التعرف على مفهوم المصطلح (الخطاب) كونه ممارسة عقلية وفكرية للانسان ضمن اطر ثقافية محددة ، نورد ما جاء به العلماء في هذا المجال حيث يعرف ابن جني الكلام بأنه " كل لفظ مستقل بنفسه ، مفيد لمعناه" ويضيف " انه الجمل المستقلة بأنفسها الغانية عن غيرها . ويعني ابن جني ان دلالة الكلام ترتبط بنظم الالفاظ التي ركبت فيما بينها على وفق سياق من التأليف المخصوص الذي استوفى المعنى المراد فأستغنت بنفسها دلاليّاً عن غيرها كونها قد انطوت على شبكة دلالية خاصة متكاملة ( ١٢ ) ، و( البخاري) اشار الى ان الخطاب يشمل اللفظ والفحوى مشيراً الى وجهي المصطلح وشكله الخارجي وهو اللفظ ودلالته اي المفهوم (١٣)، اما التهاتوي فقد عرف الخطاب بأنه " الكلام اللفظي او الكلام النفسي الموجه نحو الغير للافهام " (١٤) وقد اشتمل تعريف التهاتوي على دلالة المعنى وربط الخطاب بالكلام مؤكداً على الاصول (الشفاهية) للمصطلح . بما يكشف مدى التواصل بين ما هو مكتوب ووضوح العلاقة السمعية بعيداً عن اعمال الحركة والايماة والاشارة كوسائل للافهام ، اي الافهام وليس الايحاء وبذلك فأتنا نفهم بأن التهاتوي فسر مفردات (الكلام البشري) بوصفه ممارسة اتصاليه هدفها الافهام دلالة وممارسة مع توفر عوامل الاقناع والتأثير وهو دليل مادي ملموس على اهتمام العرب بما يفرزه (الخطاب) من مهام اتصالية مؤثر

ولابد من توضيح مهم وهو ان دراسة مفردة الخطاب تفرض توضيح مفردة اخرى تتصل بالخطاب في الممارسات الثقافية وهي مفردة النص حيث ان الخطاب والنص يشكلان اداتين مفهوميتين لانتاج المعرفة الانسانية عبر مراحل مختلفة حيث ان النص في المعجم العربي هو " كل ما لا يحتمل الا معنى واحد يتصف بالظهور التام والوضوح الكافي بما يدر احتمال اللبس والغموض والابهام وهو الذي يستوعب ظاهره وباطنه وان النص ما لا يتطرق اهمية التأويل حيث تشدد العلماء العرب بهذا الخصوص في عدم امكانية تأويل نصوص القران الكريم والسنة النبوية الشريفة بأعتبارهما مصدر استنباط الاحكام التي ترتبت عليها الحقوق والواجبات والفرائض والعبادات " و اوجد الشافعي ثلاثة شروط للنص وهي :- (١٥).

1- ان يكون كلاماً

2- ان لا يتناول الا ما هو نص فيه

3- ان تكون فائدته لما يفيد ظاهراً مجملاً

وهو ما اكد عليه ابن حزم والجرجاني في تفسيرهم للنص كونه دلالة اللفظ على الحكم

في شيء يوجد فيه معنى يفهم لغة اللفظ وان الحكم في المنطوق لاجل ذلك المعنى. (١٦).

### الخطاب في الثقافات الاجنبية

المحاولة الاولى الجادة التي برز فيها مفهوم الخطاب ترجع الى افلاطون حيث عرف عنه كثرة مؤلفاته والتي صاغها جميعاً تقريباً بأسلوب الكلام المرسل المعبر عن احساسه لكل ما يحيط به من اوضاع سياسية واجتماعية , وقد برز في مؤلفات عديدة اخرى اهتمامه بأسلوب "الحوار" الذي اعتبره الطريقة المثلى لاكتشاف الحقيقة واقناع الاخرين بها وتطورت العناية بهذا المصطلح حين ظهر كتاب ديكارت(\*) الذي حمل عنوان "خطاب في المنهج" دليل واضح على الاهتمام بالخطاب وبشكل خاص في اطاره الفلسفي , حيث اتفق افلاطون وديكارت ومن ايدهما من الفلاسفة والعلماء ان الفكر هو المرآة التي تعكس الحقيقة وان العقل البشري هو الموجه الوحيد لكل الاحساسات التي يعبر عنها بشكل لفظي او غير لفظي وما يخص موضوعنا فان ترتيب الافكار يتضمن: (١٧).

### 1- فكرة الخطاب

### 2- المضمون الخاص حيث الهدف من انتاج الخطاب

وهو ما يتضمن وضع نظام للاحاساس بالفكرة ومن ثم التعبير عنها بالالفاظ والرموز لتصل

الى الناس بهدف افهامهم ومن ثم التأثير فيهم واقناعهم

وبذلك يتضح مدى تواجد مصطلح الخطاب لغة واصطلاحاً في كلتا الثقافتين العربية والاجنبية , وفي الدراسات الاجنبية الحديثة التي شهدت ظهور (اللسانيات) على يد "دي سوسور" اصبح الخطاب يعني الكلام في حركيه التواصل اي اللغة التي يستعملها الافراد ويمثل في جوهره الوحدة التي تساوي او تفوق الجملة . ويقول دي سوسور ان ظهور "مدرسة باريس السيميائية" بدأت من حيث انتهت اللسانيات , فاللسانيات اهتمت بدراسة جملة الخطاب لغوياً اما مدرسة باريس السيميائية , فهي تدرس الخطاب ككل حيث انها تعنى بدراسة كل الانظمة الدالة لغوية ام غير لغوية .. وهو ما يسمى بعلم "السيمولوجيا" اي دراسة الخطاب كوحدة متكاملة بعيداً عن مفرداته اللغوية اي تحليل الخطاب برمته وبذلك فقد برز حديثاً "عالم" اهتم بدراسة الخطاب بشكل تميز عن غيره من العلماء وهذا العالم هو (ميشيل فوكو) الذي افرد العديد من المؤلفات متبوعاً نشأة الخطاب وتداخله في كل الميادين الحياتية وابرزها الميادين اللغوية والاعلامية . وركز فوكو " ان الابهام الذي يحيط بنا حول مفهوم

الخطاب يعود الى اختلاف الفهم وتطوراته لدى الباحثين في النظرة الى لفظ الخطاب اي كل ما تم انتاجه بواسطة الادلة من حيث ان الخطاب مجموعة من العبارات تفرض وجودها على

حساب الوظائف المتاحة .. ويعود اهتمام فوكو بصورة الخطاب الى انه ميدان تختلف فيه على نحو دائم ثنائية "الكلمة والشيء" بحيث كان اهتمام فوكو بالاساس هو تحليل الفكر ومن ثم تحليل الخطاب (١٨) وفي تحليل الخطاب يقول فوكو "لايتجه الاهتمام في البحث خلف ما هو ظاهر بل الى اظهار التفرّد الخاص في تركيب الخطاب نفسه ولتحديد الصلات القائمة بين العبارات التي تكون مايسمى (نسيج الخطاب) , وقد اكد فوكو ايضاً على ان تحليل الخطاب يعتمد على (١٩):

أ- ضرورة ان تكون العبارات والجمل المختلفة الاشكال والمبعدة في الزمان تشكل مجموعاً واحداً مادامت ترجع الى ذات الموضوع وتحيل نفسها عليه والتي تمثل موضوعات تظهر في نشاطات اجتماعية لها خصوصياتها

ب- تحديد مجموعة من العلاقات بين عدد من العبارات حيث لا بد من التركيز على شكلها ونمط تسلسلها وتربطها

وقد ركز "فوكو" على تنوع الموضوعات التي اتخذت اشكالاً خطابية مختلفة في علوم السياسة والاقتصاد والتاريخ والاتصال واخذت "العبرة الخطابية" في التنوع حيث برز فيها موقف (الذات المتكلمة مع السياق والنواة السايكولوجية اللذين يميزانها). وهنا يتضح البعد النفسي ومدى تأثيره على المتكلم من جانب ومن يدخل في دائرة الاصغاء في هذا الكلام المقصود والمخطط له من جانب اخر، (٢٠).

وقد اعتمد فوكو في شرحه للخطاب وفق دراسات مستفيضة لخطابات حقبة تاريخية مختلفة حيث دعم افكاره باستقصاء شامل لخطابات الثقافة الاوربية في ثلاثة عصور هي: عصر النهضة, و العصر الكلاسيكس والقرن التاسع عشر وشخص البنية الثقافية الاوربية ممثله بمظاهر اللغة والتاريخ داخل الحياة التي ينتمي اليها بكل جوارحه اي يعيش من خلال تواصله مع ابناء جنسه ويمتلك القدرة على تمثيل الحياة بالذات وهو ركز عليه (افرايام نعموم جومسكي) عالم اللغات الحية وصاحب نظرية النحو التحويلي" الذي يقوم بالتدريس في معهد ماساشوستي الامريكي "حيث اكد على ان الانسان في ضوء ماقدمته اللغة الحية التي يتكلم بها كون جملاً وعبارات مفهومة وواضحة مكنته ليس فقط من ايصال مايشعر ويحس به للاخرين بل من اكتساب اللغات الانسانية الاخرى والتعبير عنها و عما يخفي باطن (خطابات افرادها) وجماعاتها حتى لو بعدت المسافات مستثمرين ما وصلت اليه تقنيات وسائل الاعلام من تطور هائل .. وبالشكل الذي يخدم العلاقات الانسانية والثقافة على وجه العموم (٢١).

## تعريف الخطاب

وضح الباحثون والمتخصصون المعاصرون تعاريف شتى للخطاب بوصفه ممارسة اتصالية بين (المتكلم والمستمع) . نورد بعض هذه التعريفات والتي نرى انها تعبر عن عمق التحليل ومصداقية التعبير ومايمتاز به واضح التعريف من قدرة على استيعاب حيثيات الخطاب وبما ينسجم مع التطور الزمني للعلوم اللغوية واللسانية وما توصلوا اليه من استنتاجات علمية وواقعية بعد تجارب استغرقت الوقت الكثير , وكما اسلفنا فقد وجدنا ان اكثر وابرز من اعطى التعريف حقه من العلماء المحدثين وحدد قواعده هو العالم الفرنسي (ميشيل فوكو  $\text{F}\ddot{\text{u}}\text{c}\ddot{\text{o}}\text{c}\ddot{\text{a}}\text{r}$ ) حيث عرف الخطاب بأنه " النصوص والاقوال كما تعطي مجموع كلماتها ونظام بنائها وبنيتها المنطقية او تنظيمها البنائي  $\text{K}$  ? ويرى "تودروف  $\text{C}\ddot{\text{e}}\text{c}\ddot{\text{i}}\text{e}\text{r}$  الخطاب هو :

?اي منطوق او فصل كلامي يفترض وجود راوٍ ومستمع وفي نية الراوي التأثير على المستمع بطريقة ما" (٢٣).

اما "بنفست  $\text{A}\ddot{\text{e}}\text{a}\text{N}\ddot{\text{e}}\text{i}$  ? فعرّفه على انه :

انه كل تلفظ يفترض متكلاً ومستمعاً , عند الاول هدف التأثير على الثاني بطريقة ما (٢٤)

وعرّفه شولتر  $\text{U}\ddot{\text{c}}\ddot{\text{a}}\text{E}\ddot{\text{e}}\text{r}$  ? با:

? تلك الجوانب التقويمية والتقديرية او الاقناعية او البلاغية في نص ما , اي في مقابل

الجوانب التي تسمى او تشخص او تنقل فقط (٢٥).

وهارتمان وستروك  $\text{C}\ddot{\text{e}}\text{i}\ddot{\text{c}}\ddot{\text{a}}\text{~}\ddot{\text{a}}\text{~}\ddot{\text{e}}\ddot{\text{a}}\text{~}\text{e}$  ? فعرّفها

? بانه نص محكوم بوحدة كليه واضحة يتألف من صيغ تعبيرية متواليه تصدر عن متحدث

فرد يُبلغ رساله ما (٢٦).

ويمكننا ان نستخلص مما طرحناه الحقائق الآتية:

1- ان الخطاب رسالة معدة مسبقاً وبأطار محدد  $\text{K}$

2- للخطاب نظام ذو تركيب و تناسق معينين  $\text{K}$

3- ان الخطاب نتاج يلفظه الفرد , ويهدف الى ايصال مضامين واضحة ومؤثرة الى المتلقي

بوسيلة  $\text{K}$

4- يقف وراء كل خطاب راوٍ ومرسل , يهدف الى التأثير في قارئ الخطاب او

مستمعيه او متلقيه  $\text{K}$

## 5- للخطاب اهداف متنوعة فقد تكون اخبارية, اقناعية, تقويمية او الكل معاً

ووفق ذلك يمكننا ان ندرج للخطاب التعريف الاجرائي الاتي:

هو رسالة اتصاليه معدة مسبقاً وفق قواعد محددة تعبر عن رأي معين ,يراد ايصالها الى المتلقي

في ضوء الاختيار المناسب لوسيلة مؤثرة ومقنعة.

مفهوم الدعاية لغةً واصطلاحاً

في ضوء استعراضنا للمعاجم اللغوية, استطعنا ان نقف على التفسيرات الاتية:

في المنجد وردت كلمة "الدعوة" - من دعا والمقصود نشر الافكار, وعند المحدثين نشر الدعوة

لشخص ما, ضرب ما, مبدأماً (٢٧), وفي المورد ورد الشرح الاتي (٢٨).

دعاية - نشر الفكرة - نشر الدعوة - او الترويج للمذهب

دعاية - نشر الفكرة - وهي باللغة الايطالية ترجع الى الفعل غرس  $\acute{e}\hat{e}\acute{e}\sim\acute{O}\sim\acute{a}\hat{C}\hat{a}\hat{a}$  اي غرس نباتات

صغيرة في الارض لانتاج نباتات جديدة تستمد مصادر حياتها بنفسها فيما بعد

اما قاموس اكسفورد فقد اعطاها المعنى الاتي (٢٩):

$m\hat{a}\hat{C}\hat{e}\sim\acute{O}\sim\acute{a}\hat{C}\hat{e}$  اي بث المعلومات والاشاعات بشكل مقصود ومخطط له مسبقاً, اما مفهوم

الدعاية يمكن ان نبينه وفق التعريفات الاتية

عرفها عالم الدعاية ليونارد دوب  $\acute{E}\hat{C}\hat{a}\sim\hat{e}\hat{C}\hat{C}\hat{C}\hat{A}$ ? بانها (محاولة التأثير على

الشخصيات والسيطرة على سلوكهم في مجتمع ما وفي وقت معين لتحقيق اهداف تعتبر غير علمية

مشكوك بها). (٣٠) وعرفها هارولد لاسويل  $\acute{E}\hat{a}\hat{C}\hat{a}\sim\hat{e}\hat{C}\hat{C}\hat{a}\sim\hat{e}\hat{C}\hat{C}\hat{a}$  بانها التعبير المدروس عن الاراء

والافعال التي تصدر عن الافراد والجماعات والتي تهدف الى التأثير على ارء وافعال افراد او

جماعات اخرى وذلك من اجل اهداف محددة مسبقاً وفي ضوء تحكم نفسي (٣١)، اما لسلي جون

مارتن  $\acute{E}\hat{e}\hat{a}\hat{C}\hat{a}\sim\hat{e}\hat{C}\hat{C}\hat{a}\hat{a}$  فذكر بان الدعاية هي:

مصطلح اصبح شائعاً وتطور معناه من محاولة شخص ما تمرير مضمون ما بشكل غير منظم

على شخص اخر الى المحاولة المنظمة للتأثير على الراي والاتجاه لصالح قضية معينة (٣٢). واستاذ

العلاقات الدولية فلاود بنيكو فقد عرفها بانها نشر منظم ومخطط للافكار ووجهات النظر مكتوباً او

منطوقاً او بمختلف الاشكال الاتصالية التي بواسطتها تتعرض الجماعات او الدول او

المجموعات الدولية لنشاطات فكرية سياسية او اقتصادية او ثقافية او دينية لتغيير الافكار

والسلوك تجاه قضية محددة او ظاهرة ما. (٣٣) اما لندلي فريزر  $\acute{E}\hat{a}\hat{C}\hat{a}\sim\hat{e}\hat{C}\hat{C}\hat{a}$  فذكر بان

الدعاية هي النشاط او الفن الذي يحمل الاخرين على سلوك مسلك معين ما كانوا ليتخذوه لو لا ذلك النشاط بمحاولة مقصودة للتاثير في الافراد او الجماعات بهدف تشكيل وجهات النظر او تغييرها والسيطرة عليها بواسطة الاستخدام المقصود لوسائل الاتصال الجماهيري للوصول الى حالة انية متماشية مع رغبات القائم بالدعاية. (٣٤) وعرفها ولتر ليمان ~ã~êã Ä~ã

#### توظيف اللغة في الدعاية

يرتبط موضوع اللغة بالدعاية في ضوء المحاولات الهادفة الى تغيير الاراء والافكار ووجهات النظر وهي محاولات قديمة قدم اللغة وتطورها وأية ذلك ان مهمة اقناع الناس تتم في الاعم الاغلب عبر اللغة , لقد كان الخطباء والمتحدثون في الماضي يسألون انفسهم ما الذي نريد ان نقوله ؟ اما اليوم وفي عصر التقدم الهائل المضطرد في وسائل الاتصال وتطور النظم السياسية باختلاف بيئاتها وحضاراتها فان المتحدثين عموما يسألون انفسهم ماهي النتائج التي نروم تحقيقها؟ حيث

يبرز هنا دور اللغة في اغناء النشاطات المختلفة في الحياة الانسانية كي تعبر عن كل ما يحيط بها فهي الاساس الذي تعتمد عليه عملية ترتيب الافكار والآراء في جمل متناسقة مفهومة يعطي قدراً من التأكيد ويؤثر على فعاليتها بحيث يكون بإمكان اللغة إخفاء الدوافع الشريرة والسلوك السيء كما ان بإمكانها ابراز المثل العليا والتطلعات نحو الخير والفضيلة (٤٠)، وفي الواقع فان اللغة تعد انعكاساً للتطور الاجتماعي والثقافي والسياسي لأي مجتمع وبتقدم وسائل الاعلام والاتصال عموماً وتوسعها برز دور اللغة للتعبير عن الافكار بل لتكوين الافكار نفسها (٤١)، وبعد ان اصبح لوسائل الاعلام دور مهم في احداث التأثير وفق اساليب اتصاليه مختلفة كالحرب النفسية التي تعتمد الدعاية كجزء من نشاطاتها نجد ان اللغة برزت في تأثيراتها بحيث ان الدعاية عموماً هي افكار تعتمد اللغة في المقام الاول رغم ماتؤديه قدرات الانسان ومواهبه وابداعه في توظيف هذه القدرات والمواهب في مجالات فنية مختلفة مؤثرة ومقنعة، وفي العمل الدعائي يجب ان يدرك القائم بالاتصال كيفية التأثير على جمهوره وفق الطريقة المثلى من اجل اقناعهم للحصول على نتائج تتناسب مع تخطيطه ومجهوده ونرى ان دور اللغة في تحقيق مستوى معين من النجاح يتحقق دون ان يشعر الجمهور انه تحت تأثير الدعاية وبذلك تكون النتائج لصالح المخطط الدعائي وليس لصالح الجمهورK

وهنا لا بد من الاشارة اننا لانعني باللغة الاعلامية او الدعائية ما توصف به اللغة الادبية من تدوق فني وجمالي او ماتوصف به اللغة العلمية من تجريد نظري وممارسات نحوية صرفة انما نريد باللغة الاعلامية او الدعائية بانها تبنى على نسق عملي اجتماعي فهي في جملتها فن يستخدم في العمل الاعلامي لتزيده قوة وتأثيراً واقناعاً (٤٢).

#### وظائف اللغة في النشاط الدعائي

لا بد لنا من تحديد ايسر وظائف اللغة في هذا المجال على اعتبار ان لكل جملة نطق بها غرضاً يختلف عن غرض الجملة الاخرى، وعليه فان ابرز هذه الوظائف هي (٤٣):

- 1- لغة المعرفة الخبرية والتي تفيد في ايبصال المعلوماتK
- 2- لغة التوجيه والتي تفيد في التأثير بسلوك الاخرينK
- 3- اللغة التعبيرية والتي تؤدي دوراً فاعلاً وحيوياً في التأثير في العواطف بكافة مجالاتهاK

و عموماً فان التمييز بين الوظائف المختلفة للغة يأتي طبقاً للنوايا وطبقاً للغايات التي يخفيها المخطط الدعائي، ونجد من الضروري ان نشير في هذا الخصوص الى ما اكد عليه هارولد لاسويل بتركيزه عندما تكون الغاية هي اعطاء قوة مضافة وهناك ما يستوجب التأثير

فاننا سنتحدث عن التأثير السياسي للغة وعندما ندرس اثر الوظيفة على اللغة فسنكون معنيين بعلم المعاني و علم ترتيب الكلمات التي تولف الجملة في اشكالها المألوفة لدى الناس لذا نجد ان علم المعالم السياسية يدرس المصطلحات السياسية الرئيسية والعقائد والشعارات لمعرفة الكيفية السياسية التي تفهم في ضوء التداول المستمر , اما ترتيب الكلمات وتراكيب الجمل السياسية فأنها تخص العلائق النحوية والمنطقية وهو ما يدفنا للتاكيد على ان عملية التعامل مع اللغة من اجل خدمة الوظيفة الاعلامية او الدعائية ليس عملا يسيرا اذ يتداخل فيه الحس والذوق الفني مع الهدف الاعلامي او الدعائي الذي يجب ان يتناسب مع الوسيلة المستخدمة وهنا ايضا لا بد من الذكر ان تأدية النشاط الدعائي لا يتم الا بوسائل الاتصال المناسبة لتحقيق الاهداف والتي تعتمد على رموز محددة هي (٤٤):

- رموز لفظية مثل الكلام الموجه الى المتلقي والذي يكون اما بشكل رسائل او احاديث

#### لتحقيق غاية محددة K

- رموز غير لفظية مثل صورة شخص او رسم معين او رموز لونية مثل استخدام الالوان في

الصحافة والتلفاز والسينما , او رموز صوتية مثل الموسيقى او اصوات تصدر من الشخص كالنحنة مثلا او حركية مثل الافلام المتحركة والصور التلفازية وحركات اليد والاشارة بالعين وغيره K

وهنا لا بد من توضيح مهم يخص التوجه الدعائي من اجل اصال رسالة مقصودة تستخدم

اللغة المنطوقة "الكلام" حيث يصاحبها في ذلك ما يحدث من تغيير في صوت المرسل فعبارة معينة يمكن ان تصبح ذات مدلولات اخرى بتغيير نبرة الصوت ويتم ذلك عبر كل وسائل الاتصال الجماهيري والشخصي (٤٥) , اما في الاتصال غير اللفظي فنبتعد من الكلام الى اللغة الصامتة ääfaí

ÖË-äã~ؤوينطبق الاتصال غير اللفظي كما يرى راندال هاريسون ê-âç-äü-âëçã على

ظاهرة ذات مدى واسع اذ تشمل على تعبيرات الوجه والايحاءات والازياء والرقص والبروتوكولات الدبلوماسية وهنا نذكر اهتمام العلماء العرب من لغويين وادباء وشعراء بأستخدام الرموز غير

اللفظية حيث تركوا لنا موروثا خالداً من التراث والادب بشكل عام وفي ضوء اهتمامهم بفنون الاتصال غير اللفظي الذي عبروا عنه بنتائج مبدعة (٤٦) , إذ أكد الجاحظ اهمية الرموز غير

اللفظية في التأثير والإقناع وبين انها تساعد وتعاون اللفظ في التعبير عن المعاني حيث لا يمكن للالفاظ التعبير عنها , وكذلك تمكن القائم بالاتصال بالتعبير عن الاستجابات العاطفية بمختلف اشكالها

كالخوف والرضا والتأييد والنفور والرفض وغيره K ولاهمية اللغة في التأثير والإقناع برزت ومنذ زمن بعيد في التاريخ الانساني ابحاث كثيرة تركز على هذا الجانب , وقد جاء في الثقافة



ذكر المتخصصون بهذا المجال انواعا عديدة للدعاية من حيث مصادرها ووظائفها ونرى من الضروري تبيان الانواع الاتية (٥٠).

- 1- الدعاية المباشرة  $\text{W} \sim \text{Ö-âÇ-} \text{éêé} \sim \text{ÇÉÁí éêé}$  والتي تستهدف تغيير الاتجاهات والآراء وتبحث عن خلق مناخ تمهيدي يحقق اموراً محببة للجمهور ويقوم الدعائي نفسه باظهار آرائه وقناعاته ويطلب من الجمهور ان يستجيبوا له وتسمى ايضاً بـ "الدعاية المكشوفة  $\text{ÇÉÁí éêé} \sim \text{î áÇî ÉêéÇ} ?$ " وكذلك تُعرف بـ "الدعاية البيضاء" وهي معروفة للجميع كما يحصل في وزارات الدولة حيث تُعلن مسؤوليتها الدعائية وتوضح اهدافها ومقاصدها  $\text{K}$
- 2- الدعاية غير المباشرة او الدعاية المستور  $\text{W} \sim \text{Ö-âÇ-} \text{éêé} \sim \text{ÇÉÁí éêé}$  لانها تميل الى اخفاء اهدافها وهويتها واهميتها ومصادرها بالنسبة للجمهور وتسمى ايضاً بـ "الدعاية السودا  $\text{K} ?$ "

وهناك عدة انواع من الدعاية كما اوضحنا فمن حيث المصدر يرى المتخصصون انها تقسم الى "الدعاية العمودية" حيث يقودها قائد سياسي او ديني يسعى الى زيادة عديد من يتبعونه و "الدعاية الأفقية" والتي تتم داخل الجماعة بدون قائد او زعيم اما من حيث الوظيفة فهناك "الدعاية التحريضية، حيث يقودها حزب يسعى الى تحطيم المعنويات وربما يسعى الى تمرد على السلطة او الحرب عليها و "الدعاية الاندماجية" التي تعمل على توازن المجتمع وتوحيده وتعزيزه وهي مفضلة عند الحكومات الحديثة العهد وهي اكثر دقة من الدعاية التحريضية وعليها ان تستخدم التحليلات النفسية ووسائل الاتصال الجماهيري لاكما تفضله الدعاية التحريضية من احداث اثاره مؤقته . و "الدعاية التسويقة" وهي التجارية لتسويق السلع والبضائع والخدمات  $\text{K}$

مكونات الخطاب الدعائي وسياقاته

وفق التفاصيل التي ذكرناها آنفاً يمكن تعريف الخطاب الدعائي  $\text{W}$

بأنه عملية تقنيّة الواقع وتصوره وفق ادراك مسبق لما يجب ان يكون ويتم تمثيله من نظام المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي من نظام يحكمها بغض النظر عن طبيعته , هدفه الاقناع والاستجابة السلوكية لما تقوله ويتم بطقوس معينة وله خصائصه وابعاده الاسطورية (٥١) , والخطاب الدعائي ايضاً نظام فكري يتضمن منظومة من المفاهيم لجانب معين من الواقع الاجتماعي بغية تملكه معرفياً ومن ثم تفهم منطقته الداخلي , هذا

المنطق الذي يوجه للتأثير على اتجاهات وسلوك المجتمع ضمن تخطيط مسبق لهذا التوجه (٥٢) و عليه فالخطاب الدعائي كتعريف اجرائي هو رسالة دعائية تقصد جمهوراً معيناً تنطوي على مضمون مخطط له، لتحقيق تغييرات في اتجاهات وسلوكيات جمهور محدد يقصده المخطط الدعائي خدمة لنظام او حزب او دولة او جماعة ضد من تناهضها في القيم والافكار والمباديء وبذلك فان توجيه الخطاب الدعائي اساساً عملية تلاعب واضحة بالعواطف والافكار والاراء بقصد الوصول الى خلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي الذي لا بد وان يؤدي الى تشويه التابع المنطقي لدى الجمهور المستهدف دعائياً وبالرغم من حداثة الخطاب الدعائي في حقل الخطاب الاعلامي الا انه يظل نشاطاً من نشاطات الخطاب السياسي حيث يعبر الخطاب الدعائي عن رأي (الداعية) لاقتناع الجمهور المستهدف وفق ارائه وتصوراتة , وللخطاب الدعائي عدة انواع هي :- (٥٣)

1- الخطاب الدعائي المباشر : وهو خطاب حوارى يستغني عن الكثير من التقنيات المجازية ويمتلك احالات بسيطة الى الشيء K

2- الخطاب الضمني : الذي يتعارض مع الخطاب الدعائي المباشر ويتميز بامتلاكه قدرة حدسية بالمرجعية وعلى توليد مستويات في التاويل لتحقيق اهداف محددة K

3- الخطاب الايمائي: حيث لا يهدف الى اصال فكرة ما عبر رموز مباشرة او ضمنية بل هو يتحدث عن موضوع معين قد يكون مباشراً من عنوانه ولكنه يوحى بافكار اخرى معتمداً على المرجعية التي ينطلق منها الخطاب علما ان المخاطب قد لا يجد هذا الايحاء في اية مفردة من مفردات الخطاب الدعائي وهو ما يظهر باشكال الخطاب المختلفة مثل التصريح او المقابلة او التعليق او نص او قصيدة او مسرحية وما الى ذلك من اشكال الاتصال بالجمهور المستهدف دعائياً K ووفق ذلك فان مكونات الخطاب الدعائي يمكن ادراجها وفق الاتي (٥٤):

- الفاعلية: يتمثل الفاعل الخطابى باشكال مختلفة فهو فاعل منطقي او فاعل نحوي او فاعل اسطوري وهو وفقاً لذلك يؤدي دوره الفاعلي في التأثير والاقناع فالفاعل المنطقي يرتب الافكار لانتاج مضمون مقنع و الفاعل النحوي يهتم بوضع وحدات وعبارات متعاقبة الجمل النحوية البسيطة الفاعل لاسطوري لديه القدرة على الايهام بانه يستطيع فهم كل شيء من حيث تحقيق النصر والنجاح ضد قوى الشر اعتماداً على قيم ومثل واعتبارها مبادئ عليا تنفذ لسنين عديدة مستقبلاً , وفيه يكون لدى الفاعل الدعائي القدرة على احتواء الخطاب المناهض وهذا ما يتبين في الدول النامية من حيث التعبئة والحشد , ذلك يتوقف على دور التكرار في تعزيز قيم ومفاهيم لدى الجمهور وهو ما يتم

في ضوء (الاغراق الاعلامي) بتجنيد كل وسائل الاتصال وتسخيرها في طرح موضوعه الخطاب في ان واحد (٥٥).

- الفضائية: وهي الفضاء الصغير المحيط بالخطاب الدعائي والذي يصبح الخطاب في ضوءه ذي قدرة على التواصل المباشر وادراك الامكانيات الخطابية عبر وحدات جزئية تعمل على تحديد سيميائية العالم الطبيعي وتسخيرها لانتاج علاقات جديدة تخدم الهدف السياسي ففي كل المجتمعات مجموعة رموزية ذات دلالات محددة تفرضها العلاقات الاجتماعية السائدة فمثلاً المطرقة والمنجل تحولنا من ادوات عمل الى رموز للشوعية في الاتحاد السوفيتي السابق (٥٦).

- الزمانية: ومهمتها قياس اثر المعنى وتكثيف الصورة المثلى التي يعمد المخاطب الدعائي الى انتاجها من اجل تعميق وتخليد النظام الاجتماعي والسياسي والقوانين الفاعلة في تطوره , حيث يتمكن الفاعل الخطابي من تسخير قدراته للتلاعب في بعض عناصر المنطق الدعائي والذي يتم بعد اعداد الخطاب لمرحلة محددة ووقت محدد من اجل التأثير في المستقبل (المتلقي) والسيطرة على سلوكياته وتوجهاته اللاحقة وهنا يهتم المخطط النفسي بتحديد خلاصة دقيقة للجمهور بحيث لا يتركهم يستخلصون لانفسهم ما يطرأ عليهم في حاله تعقد المعلومات بل تقديم اخبار وحقائق واحداث ووقائع محددة مؤثرة نابعة من مرجعية ما يؤمن به الفرد والجماعة من قيم وممارسات افرزتها البيئة ونتاجات الجماعة العقلية والفكرية وبما يتلاءم مع نظامها الاقتصادي والسياسي والاجتماعي السائد (٥٧).

- طقسية الخطاب: يمتاز الخطاب الدعائي بانه خطاب طقسى اي انه يتحدد بمناسبات واحداث تعيشها الجماعات البشرية داخل المجتمع وبما يتناسب مع مخزونها التراثي والثقافي ويدخل في هذا الاطار ما يرويه اشخاص معنيون من حكايات تصاغ بشكل يعاد سماعه عبر الاجيال من اجل التمسك بالقيم والعادات الموروثة دينياً واجتماعياً وهو ما يؤثر على مستقبل الخطاب الدعائي عبر الخواص الاتية: - (٥٨).

1- الخواص المتفردة: إذ لا يستطيع الفاعل الخطابي تقديم خطاب دون مناسبة معينة تمتاز بقسدية الموضوع وتراتبية المقام وحق الافضلية والتفرد.

2- الادوار المناسبة: فالطقس هو الذي يحدد الدور المناسب للفاعل الخطابي وبهذا يؤكد

ميشيل فوكو بان طبيعة الخطاب الدعائي تاخذ شكل الرمزية الحركية اي بما يتناسب مع الروح الحديثة المؤمنة بالموروث والماضي الخالد وتعطي الفاعل الخطابي احساس المشاركة التي ينقلها الى المتلقى فيشاركونه الاحساس بذكرى ما , او تمجيد عمل وطني , من

### اجل الحصول على التأييد والمواقف المساندةK

- الاسطورة في الخطاب الدعائي : حيث ركز باحثو علم الاتصال والاعلام ان معظم الاساس الثقافي للاساطير يتم ترميزه في انماط نقولها ونفعلها وحتى تتم في ضوئها تنشئه الشخص في بيئته وهذا يعني بانه مجبر على اعتماد هذه الانماط التي يتربى عليها والاسطورة هي قصص بعضها حقيقي وبعضها خيالي ولاسباب عديدة يرى البشر انها تعبر عن المعنى الداخلي للحياة البشرية وبذلك يكون دور الاسطورة في انتاج الخطاب مهماً في تنظيم الصور القادرة على اثاره جميع العواطف وتوظيفها للوصول الى اتحاد الاشخاص فيما بينهم لتحقيق التماسك وانطلاق ردود افعال موحدة وهو مايبغية الفاعل الخطابى ويؤكد فوكو في هذا الجانب انه بالرغم من تاثر الناس بالاسطورة الا ان الخطاب يبقى (خفقان ضوئي لحقيقة تولدت على مرأى من الجميع) تعتمد على وقائع معينة ولكنها تصاغ بشكل او باخر بحيث تؤثر في الجمهور من حيث السلوك والاتجاه. (٥٩).

#### سياقات الخطاب الدعائي

##### 1- السياقات المعرفية وتشمل الآتي (٦٠):

- الصدق والكذب : فما يطرح عبر الخطاب تصدقه مجموعة وتكذبه مجموعة اخرى فاغلبية الجماهير لاتعرف الا القليل عن نظامها السياسي فكل مايقدم ليس بالضرورة هو الحقيقة التي لايعرفها الا قلة من المتخصصين فنجد ان الفاعل الدعائي نفسه يكون امام سؤال يفرضه عليه الجمهور وهو هل انه محق في طرح المعلومات او تغييرها ؟ وهل يصدق الجمهور كل مايقال؟ فان مايقال ويصدقه الجمهور يعد (المحتمل) ومايرفضه يعد (غير المحتمل).

- اللغة : وكما اوضحنا سابقاً فان اللغة لها اهميتها في انتاج الخطاب كون الكلام هو صلة التفاهم بين البشر واللغة لها دور مهم في تشكيل معارف الانسان في ضوء الاستماع والمشاهدة والقراءة للكثير من الاحداث والوقائع وخاصة عندما تفرض على المشاهدين عبر شاشات التلفاز كوسيلة مؤثرة صوتاً وصوراًK

- النكوص المنطقي والافكار المنمطة: فلذات الجماهير تخضع لما تصوره لها وسائل الاعلام والتي تحاول بتكرارها ومحاصرتها للاحداث والمواقف ان تجعل من الهدف حياً امام الجمهور وبذلك تدفعه الى اتخاذ مواقف وحصول استجابات من دون عناء وهنا يلجأ المخطط الدعائي الى الاستعانة بمصادر موثوقة لتأكيد صحة رسالته من جهة مع ضمان عدم قدرة الجمهور على التحليل من جهة اخرىK

2- السياقات العاطفية والتي تعتمد على سلسلة من التأثيرات النفسية لاحداث استجابات لدى الجمهور حيث تحددت وفق ما ركزت عليه مدارس علمية عبر ابحاثها ودراساتها في علم النفي الاجتماعي والسلوكي وفي ضوءها تتم دراسة كلما يخص الجمهور المستهدف وكلما يدور في المجتمع عموماً ضمن اعتماداً دقيق لأحدى المدارس الاتية(٦١).

- مدرسة التحليل النفسي لـ "فرويد" : الذي يعتقد بوجود عقل هائل لا تشعر به في حالات الوعي لكنه دائم الفعالية والعمل اطلق عليه(اللاشعور) ولعمله مظاهر عدة ابرزها الاحلام والغرائز والسلوك اللاارادي حيث يرى فرويد ان السلوك هو امتداد لمجموعة العقد والنقائص التي تسيطر على النفسية الفردية حيث يعمل المخطط الدعائي على استغلال هذه العقد والنقائص لتحقيق اهدافه في ضوء عرضه لخطابه السياسي كما هو الحال عند التركيز في عدد من المجتمعات على مسألة الاقليات القومية والطائفية إذ تعبر عن عقد جماعية يشعر بها الافراد والجماعات باستلاب حقوقهم

المشروع

- مدرسة رد الفعل المنعكس "بافلوف": توصل في ضوء تجاربه الشهيرة مع الكلاب الى ان بعض الافعال الانسانية لارادية او بالاحرى انعكاسية غريزية بحيث تتم عملية التلاعب في المحيط او الوسط الذي تعيش فيه القوة الاجتماعية وما يرتبط بها من انطباعات بحيث تدفع الافراد للانسياق لاشعورياً نحو المخطط الدعائي عبر خطابه السياسي دون ان يشعروهم ان هناك خطراً فيأتون بكل الرضا وهو ما يحقق الاهداف المنشود

- مدرسة التنقيف الجماهيري "ديوي": حيث يركز فيها بان الدعاية عملية تنقيف وتقوية في المواقف ومن ثم فهي تؤثر في الجماهير الواسعة وتتمكن من كسب الاصدقاء عبر التوعية المستمرة ويؤكد ديوي ضرورة اخبار الجمهور بالحقائق وهو هنا يحاول ان يقرب بين مفهومي الاعلام والدعاية(٦٢).

ووفق هذه المدارس النفسية المعتمدة في التأثير في الجمهور في ضوء الخطاب الموجه عبر وسائل الاتصال والاعلام فان السياقات العاطفية تحدد في التركيز على جرد الرغبات والمخاوف وكذلك في ابراز اسطورة الصديق وتدعيم العلاقات معه وفضح اسطورة العدو لمنع اختراقه وتأثير

اهمية العلاقة بين الخطاب السياسي والخطاب الدعائي

ان محاولة وضع تحليل دقيق لطبيعة العلاقة بين الخطابين الدعائي والسياسي تتطوي على صعوبات عديدة يقف في مقدمتها اختلاف الانظمة السياسية والاجتماعية في مجتمعا

المعاصر واختلاف التوجهات الاعلامية لهذه الانظمة , وكما تبين فان الخطاب الدعائي هو نشاط اعلامي يقع ضمن حقل الخطاب السياسي الذي يستخدم وسائل الاعلام المختلفة لتوضيح مضامينه , وعليه فان التوجه الخارجي لاي دولة او حركة سياسية يدخل في ضوء مفهوم الامن القومي حيث توفير الضمانات اللازمة للحماية الذاتية لاي دولة في اطار العلاقات الدولي , وهنا لا بد لنا من التركيز على محورين مهمين هما وسائل الاعلام في الحياة السياسية المعاصرة ودورها في صنع القرار السياسي, ففي اطارهما ياتي الخطاب السياسي حيث تساهم في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بخصوص الحقائق في كل مجالات الحياة وتزويد الجمهور بالخبرات السياسية وخلق التماسك بين افراد الشعب بالموافق السياسية المهمة ولا بد هنا من التاكيد ان لوسائل الاعلام دوراً بالغ الاهمية في رسم المعالم الاساسية لاي نظام سياسي واقتصادي لدول العالم ككل ومن ثم بناء علاقات دولية متوازنة مع مختلف القوى السياسية في العالم عبر خطاب سياسي معبر ومؤثر تحقيقاً لاهداف الدولة في حماية مصالحها الوطنية والقومية وان غياب ذلك يؤدي الى الاخلال بالاستقلال السياسي والاقتصادي, وبذلك فان للخطاب السياسي دوره الفاعل في مراقبة البيئة ونقل الاخبار عن الاحداث وتفسير تلك الاحداث وبما ينسجم مع النهج العام لهذه الدولة او تلك , ومن المعروف ايضاً ان لوسائل الاعلام الدور المهم في تشكيل الثقافة السياسية للافراد والجماعات داخل الدولة في ضوء المعلومات الكافية التي تقدمها وطرح نماذج من السلوك المراد تحقيقه فقد تخلق وسائل الاعلام هذا الاحساس باللامبالاة او الشعور بالتطابق مع الاخرين من حيث زيادة التركيز على قيمة معينة من القيم السياسية وفي ضوء تدعيم العقائد المكتسبة , ولا بد لنا من الذكر ان التقدم المضطرب لوسائل الاعلام اعطى العملية الاعلامية امكانات كبيرة في حسن او سوء استخدام المعاني والدلالات فالاستخدام الدعائي ادى الى سوء استخدام معاني الالفاظ والمصطلحات خدمة للاغراض الدعائية وبذلك فان مضمون الخطاب الدعائي يعد المادة الرئيسية للرسالة الدعائية المنتقاة في ضوء الكلمات والجمل والعبارات والمعلومات المقدمة والاراء والاحكام والحجج والاستنتاجات باساليب تؤيد وجهة نظر القائم بالاتصال(٦٣).

وعليه فان الخطاب الدعائي يختلف من مجتمع الى اخر ووفق ذلك فالخطاب السياسي يتحدد في هذه المجتمعات وفق رؤية النظام الحاكم وبذلك يتم تحديد توجهات الخطاب الدعائي وخاصة على الصعيد الدولي وماحصل من تطور علمي في وسائل واساليب الاتصال قد خدم رجال السياسة على اختلاف انظمتهم واهدافهم فان كانت اهدافاً وطنية تكون قد سخرت وسائلها لخدمة اهداف اجتماعية عادلة تخدم الجمهور وتحقق الرفاه والتقدم وان كانت انظمة دكتاتورية فانها تسخر

وسائلها الاعلامية لخدمة تسلطها وانفرادها فتكون بذلك وسائل اعلام معوقه للتنمية الاجتماعية اما ان كانت انظمة ديمقراطية فان وسائل الاعلام تخدم خططها واهدافها بالتاثير في الراي العام لكسب تاييده لان كل مايطرح يخدم المصلحة العامة، وعليه يمكننا القول ان وسائل الاعلام على اختلافها وتباين مرجعياتها تمثل نظام السلطة السائد في المجتمع وتعبّر عن اهدافه وغاياته وهي التي تنترجم وتنقل افكار النظام الحاكم الى الجمهور بالشكل الذي يقنع ويزين ويحبب هذا النظام او ذاك لدى الشعب (٦٤) ، وبذلك فان الخطاب السياسي يعبر عن حاله او موقف النظام السياسي والذي يطرح عبر وسائل الاعلام وفق اساليب دعائية، وخاصة عندما يوجه الى الدول الاخرى، ويملك هذا الخطاب القدرة على التأثير واذا ماسيء استخدامه فانه يشكل خطرا حقيقيا يهدد سيادة الدوله والمجتمع، وركز المتخصصون على اهمية الدور الذي تؤديه وسائل الاعلام في بلوره وتشكيل الوعي السياسي العام لدى الجمهور حيث اصبحت قوة سياسية يخشاها الساسة والعامة على حد سواء، وكما هو معروف انه لا يوجد جيش في العالم مهما بلغت عدته وعتاده يستطيع ان يقف امام فكرة ان او انها(٦٥).

وللخطاب السياسي عدة وظائف يمكن تلخيصها بالاتي: - (٦٦).

- تعميم الخاص: ونقصد به ان هناك انظمة حاكمة تفضل نفسها على الجمهور وتقدم مصالحها الخاصة على انها مصالح عامة او انها المصالح العليا للشعب، فالغزو الاستعماري قديماً وحديثاً يفسر وفق ذلك بانه ليس حركة للبحث عن اسواق او عن الثروات بل هو لانجاز مهمة انسانية فحواها نشر الحضارة المتقدمة وتعميم النموذج الافضل تجاه الشعوب البدائية وعليه يتم غرس تصورات ومفاهيم مقنعة لدى الجمهور الداخلي والخارجي على حد سواء

- التبرير: تتضح وظيفة التبرير في محاولات تسويغ الواقع وقبوله ونلاحظ التبرير في الخطاب السياسي في ضوء مايطرحه العمل الدعائي من حيث نسبة الاخطاء الى غير مسبباتها والابتعاد عن الحقيقة حيث تنسب الاخطاء الى مصادر لاعلاقة بها بالاخطاء ذاتها

الوظيفة الدعائية للخطاب السياسي

من كل ما تقدم يتضح ان التوجهات الدعائية للخطاب السياسي الذي ينطلق الى الجمهور عبر وسائل الاعلام المختلفة، تعتمد على شروط تتحكم في عملية اعداد الخطاب بصفته نتاجا عقليا وحضاريا يخضع بشكل مباشر وغير مباشر لشروط تاريخية ومادية وسوسولوجية تحدد بالنتيجة اشكاله ونمط قيمه وهو مايتضح عندما يواجه المجتمع تحديات كبرى حيث يقوم الخطاب السياسي بتحديد الاولويات وكذلك سبل تنفيذها وتوزيع الادوار، كتحديات المشاريع

التموية والاستقلال لبلدان العالم، ولابد لنا من التركيز على ان نجاح الخطاب السياسي عبر وسائل الاعلام يعتمد على كيفية فهم القائم بالاتصال بكل ما في المجتمع من تاريخ وثقافة وقيم وتقاليد كي يكون مضمون الخطاب محققاً للاقناع كونه يعتمد على تخطيط دعائي دقيق هدفه تحقيق التلاحم والتفاهم مع الجمهور

الخاتمة

تبين من كل ما تقدم ان النشاط الدعائي له اهمية كبيرة في اضافة عناصر الاقناع والتاثير على الخطاب السياسي الذي يكون معداً وفق اهداف سياسية لايمكنها احداث التاثير في الراي العام دون استثمار دقيق لتطورات تقنية العمل الدعائي الذي يستند الى اسس علمية ونفسية معدة من قبل متخصصين وباحثين في هذا المجال الحيوي والمهم وبذلك فان الخطاب السياسي موجوداً في الاصل وجاء الخطاب الدعائي كأحد نتاجاته من اجل تحقيق التأثير المطلوب في النفس البشرية ومن اجل التحكم بردود افعالها في ضوء الاقناع اعتماداً على فهم نفسي ووفق اسس علمية مدروسة لكل ما يحيط بالجمهور المستهدف من ظروف واحوال وحاجيات وامال لتحقيق النجاح وهو غاية القائم بالاتصال على وجه الخصوص.

## الهوامش

- 1- سورة "ص" الايات من ١٩ - ٢٠ ، ٢٢-٢٣ .
- 2- سورة "النبأ" الايات من ٣٦-٣٧ .
- 3- انظر الجلالين نشر وتوزيع دار الثقافة، قطر ، ١٩٨٥ ، ص ٦٠١ .
- 4- الطبري ، جامع البيان في تفسير القرآن ، ج ٢٩ ، ط ١ ، دار المعارف ، مصر ١٩٥٤ ، ١١٩ .
- 5- الجلالين ، **المصر السابق**
- 6- ابن كثير الدمشقي ، ج ٢ ، ط ١ ، دار الاندلس، بيروت ، بلات ، ص ٥٣ .
- 7- لسان العرب ، الامام ابي الفضل جمال الدين الافريقي ، ج ١ ، ط ١ ، دار صادر للنشر ، بيروت ، ١٩٥٥ ، ص ٣٦١ .
- 8- تاج العروس ، محمد مرتضى الزبيدي ، المجلد الاول ، ط ١ ، منشورات دار مكتبة الحياة، بيروت نقلاً عن طبعة ١٣٠٦ هـ ، ص ٢٣٧-٢٣٨ .
- 9- انظر :  
- قاموس محيط المحيط، بطرس البستاني، باب خطبة، المجلد الثالث، مكتبة لبنان للطبع والنشر، بيروت، نقلاً عن طبعة ١٨٧٠، ص ٥٦ .  
- معجم اللغوي، شيخ عبد الله البستاني ، المطبعة الامريكية، بيروت ، ١٩٢٧ ، ص ٥٥٩ .  
- المنجد ، باب خطبة، ط ٢ ، دار المشرق ، بيروت ، ١٩٨٦ ، ص ١٨٦ .
- 10- فاضل ثامر، مدارات نقدية ، سلسلة دراسات ادبية، دار الشؤون الثقافية، بغداد، ١٩٨٧ ، ص ٢١٤ .
- 11- tritin caul . dictionary English, French ,Arabic by jerwen al-sabek , masters degree in law barut.1971,p57.
- 12- د. عبد الله ابراهيم ، اشكالية المصطلح النقدي، افاق عربية، عدد ٣ اذار ، ١٩٩٣ ، ص ٥٣ .
- 13- محمد علي الفاروقي التهانوي ، كشف اصطلاحات الفنون ، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٧٢ ، ص ١٧٥ .
- 14- د. عبد الله ابراهيم، مصدر سابق .
- 15- المصدر السابق .
- 16- المصدر السابق
- \* رينيه ديكرت هو مؤسس الفلسفة الغربية الحديثة اهتم بوصف الخطاب الذي اعتمد عليه في تأكيد نظريته المعرفية  
اشهر كتبه **خطاب في المنهج ١٦٣٧**
- 17- ويل ديورانت ، قصة الفلسفة من افلاطون الى ديوي ، ترجمه د. فتح الله محمد المشعشع، ط ٣ ، منشورات مكتبة المعرفة، بيروت، ١٩٧٥ ، ص ٦١٧ .
- 18- د. حميدة سميسم ، مدخل في مفهوم الخطاب الدعائي ، افاق عربية، ايار السنة ١٩ ، بغداد، ١٩٩٤ ، ص ١٦  
**وما بعد**
- 19- ميشيل فوكو ، حفرات المعرفة، ترجمه سالم يفوت، ط ٢ ، المركز الثقافي العربي ، بيروت والدار البيضاء

- ١٩٨٧، ص ٣٤.
- 20- ميشيل فوكو، الكلمات والأشياء، ترجمه مطاع الصفدي، مركز الإنماء القومي، بيروت، ١٩٩٠، ص ٢٨٩.
- 21- مجيد حميد جاسم، جومسكي عالماً و إنساناً، المجلة الثقافية، الجامعة الأردنية، العدد ٣١، كانون الثاني، ١٩٩٤، ص ٨٧-٨٨.
- 22- ميشيل فوكو، حفريات المعرفة، مصدر سابق، ص ٣١.
- 23- ترفتان تودوروف، اللغة والأدب في الخطاب الأدبي، ترجمه سعيد الغانمي، المركز الثقافي، بيروت، ١٩٩٣، ص ٤٨.
- 24- سعيد يقطين تحليل الخطاب الروائي، مجلة الفكر العربي المعاصر، العددان ٤٨ و ٤٩، شباط، بيروت، ١٩٨٧، ص ٣٧.
- 25- روبرت شولتز السيميائية والتأويل ترجمه سعيد الغانمي، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ١٩٩٤، ص ٢٤٥.
26. Hartman&stork, dictionary of languagean ,languaticis,London applied science publisher,1970,69.
- 27- لويس معلوف، المنجد، باب دعاء الطبعة الكاثوليكية، بيروت، ١٨٦٠، ص ٢١٦.
28. almaurid - by munir al-baalabak,dar .el.il.malayen ,1977,p730.
- 29- د. اسماعيل على سعد، الاتصال والرأي العام، دار المعرفة الجامعية، اسكندرية، ١٩٨٩، ص ١٢٦.
- 30- د. احمد بدر، بحوث الاتصال بالجمهير والدعاية الدولية، ط ١، دار القلم، الكويت، ١٩٧٤، ص ٥٢.
- 31- المصدر السابق
- 32- د. شاهيناز طلعت، الدعاية والاتصال، مكتبة الانجيلو المصيرية، القاهرة، ١٩٨٧، ص ٤ وما بعده
- 33- المصدر السابق
- 34- لينديلي فريزر، الدعاية السياسية، ترجمه عبد السلام شحاته، سلسلة الفكر العالمي، رقم ١٦، دار النصر للطباعة والاعلام، القاهرة، ١٩٦٠، ص ١٨.
- 35- عبد القادر رشاد، دراسات في الاتصال، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، ١٩٨٤، ص ٢٤.
- 36- د. حامد ربيع، نظرية الدعاية الخارجية، مكتبة القاهرة الحديثة، ١٩٧٠، ص ٦٧.
- 37- د. حامد ربيع، الحرب النفسية في الوطن العربي، دار واسط للطباعة، بغداد، ١٩٨٨، ص ٣٣.
- 38- د. جيهان رشدي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٥، ص ١٧.
- 39- حسني خشبة، مدخل لدراسة الدعاية الصهيونية، المركز القومي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، ١٩٨١، ص ٢٢
- 40- عبد الاله الخزرجي، تحليل لغة الدعاية، ط ١، بغداد، ١٩٨٤، ص ٩.
- 41- د. عبد الستار جواد، اللغة الاعلامية، ط ١، دار الحرية للطباعة، بغداد، ١٩٩٥، ص ٩.
- 42- المصدر السابق، ص ٩.
43. benjamen .ril semantics &language.analysis books .merrial company, inc .ne ,1960 ,p26.
- 44- د. شاهيناز طلعت، م.س، ص ٦ وما بعده

- 45- د. صالح ابو اصبح،الاتصال و الاعلام،دار الصفوة،عمان ،١٩٩٥، ص٤١ .
- 46- المصدر السابق، ص٢٢٤
- 47- المصدر السابق، ص٢٤
- 48- م.دي فلور .س .بال. روكاخ، نظريات الاعلام، ترجمة محمد ناجي الجوهر ،جامعة اليرموك ،الاردن،١٩٩٤، ص١٦٨ .
- 49- انظر : د.نادية سالم ،تحليل العلمي للدعاية،مجلة العلوم الاجتماعية ،العدد ٢، ١٩٨٤، ص٥١.ومجيد حميد جاسم،جومسكي :عالمًا وانسانًا ،م.س،ص٨٨ .
- 50- د. صالح ابو اصبح ،نظريات الاعلام ،م.س، ص١٧٦ .
- 51 - د حميدة سمسم ،مفهوم الخطاب الدعائي ،ص ١٥ .
- 52- د. عبد العليم محمد ،دراسة الخطاب السياسي،مجلة المنار، العدد ٧، تموز ،السنة الاولى،باريس، ١٩٨٥، ص١٨٨
- 53 - د. حميدة سميسم ، المصدر السابق، ص١٨ .
- 54- د. حميدة سميسم ،م.س.١٤
- 55 - د. محمد سعد ابو عامود، الوظائف السياسية لوسائل الاعلام،مجلة الدراسات الاسلامية ،العدد ٥، ١٩٨٨، ص١٤ .
- 56- ميشيل فوكو .حفريات المعرفة ،م.س، ص٢٣٧
- 57- د.حامد عبد السلام ،علم النفس الاجتماعي،ط٥، دار الهنا للطباعة ، القاهرة ،١٩٨٤، ص١٦٣ .
- 58- د.حميدة سميسم ،مفهوم الخطاب الدعائي،م.س، ص٢٠ .
- 59- ميشيل فوكو،نظام الخطاب،م.س، ص٣٠ .
- 60- غي دورندان ، الدعاية السياسية، ترجمة د. رالف رزق الله ،ط١، بيروت ،١٩٨٣، ص١٠-ص١١ .
- 61- سرمد زكي الجادر ،م.س ، ص٣٥ .
- 62- د . حميدة سميسم،مدخل في الحرب النفسية،م.س، ص٢١ .
- 63- د.جبار العبيدي و د. عدنان الشبخلي،الخطاب الاعلامي في الاطار العربي والاسلامي والدولي ،مجلة الاعلام ،قسم الاعلام ،جامعة صنعاء، ١٩٩٢، ص٨٣ .
- 64- د.مصطفى المصمودي ،النظام الاعلامي الجديد ،ط١، مطبعة الرسالة،الكويت،١٩٨٥، ص٥ .
- 65- د.جبار العبيدي والشبخلي ،م.س، ص٨٤ .
- 66- د.عبد العليم محمد،م.س، ص٢٥ .