سيمياء (اطلاق التسميات)
في الخطاب الدعائي

د. رجاء احمد آل بهيش
الجامعة المستنصرية

المستخلص

عملية إطلاق التسميات في الخطاب الدعائي ,تعد من أهم أساليب الفعل الدعائي الإقناعي ,القائم على إيديولوجية الاشتغال بالدال,وتثمين هذا الدال,بخلق تمثيل تأويلي للمدلول يندرج ضمن نسق محدد ويستجيب لوظيفة محددة, وهي تحقيق مقصدية الفاعل الدعائي في الإقناع والتقنيع عبر المنطق الدعائي السلبي والايجابي ,وقد لعبت اسلوبية إطلاق التسميات دورا خطيرا ومروعا في الصراعات والحروب الأيديولوجية والعسكرية عبر التاريخ وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة آليات النظام السيميائي الكامن وراء خطاب التسميات دعائيا ,بعيدا عن الأنموذج الوضعي -الامبيرقي القائم على التكميم والتوصيف للرسائل الاتصالية .

لقد اعتمد البحث الخطاب التعريفي منطلقا لتحديد مفهوميه وتعريف الموضوع وحدد آليات اشتغال خطاب التسميات ,عبر تمثيل الواقع بشفرات لسانية قائمة على نمطين أساسيين هما الاستعارة الحجاجية والمغالطة الكنائية ,ثم استخدام الاغاليط المنطقية ,والصورة النمطية ,وخلق علاقة الاستلزام الدلالي ,واسطرة الخطاب ,عبر الرموز التأريخية والرموز المعاصرة ,حيث تم تحديد آليات وقوانين, إطلاق التسميات ,في رموزية الخطاب الدعائي.

ان هذه الدراسة ان وضعت فلسفة إطلاق التسميات بعدا أساسيا لها ,فإنها لم تغفل التطبيقات الدعائية بل حرصت عليها ,لبيان آليات وقوانين اشتغال أسلوبية, إطلاق التسميات في العملية الدعائية ,وسيرورة هذه العملية من حيث اختيارات الفاعل الدعائي واستراتيجيات التلقي من قبل الجمهور .

ونأمل في هذا الاتجاه من البحث في سيمياء التواصل الخروج من (برادغيم) البحث التكميمي الذي غادرته اغلب البحوث الأمريكية منذ أوائل الثمانينيات ولكنه ظل مهيمنا في الوطن العربي عبر المدرسة المصرية دون أن ينتبه الباحثون والإعلاميون ألى دراسات الاتجاه النقدي في تحليل الخطاب وهي بداية الطريق نحو أفاق إعلامية جديدة .

ليست عملية اطلاق التسميات سيميائياً، إلا ايديولوجية الاشتغال بالدال، وتثمين هذا الدال، بخلق تمثيل تأويلي للمدلول يندرج ضمن نسق محدد ويستجيب لوظيفة محددة. سلباً كما هو الحال في المنطق الدعائي السلبي (تشويه صورة العدو او الخصم)، وإيجاباً في المنطق الدعائي الايجابي (تمجيد وتسميق الذات للمرسل). وهذا التمثل يتمركز في بناء (شفرات إيحائية)، تدفع المتلقي الى الاعتقاد بل واحياناً الايمان بأن (الاسماء تنتمي للاشياء)، ان لم تصبح هي الاشياء ذاتها، عندما تمارس اللغة (وظيفة تخديرية تفقدنا الاحساس بتوسط وسيلة الاتصال) كما يقول (ترنس هوكز)[1]، وهذا ما يفسر كيف ان (التسميات لعبت دوراً خطيراً ومروعاً في تأريخ العالم، عندما استخدمت في تهديم السمعة، واثارة الرجال والنساء، ودفعتهم بشكل يثير الدهشة الى خوض الحروب والصراعات وممارسة الذبح والقتل، وتقسيم البلدان والامم

والاجناس)[٢].

وهذا ما يجعل من (اطلاق التسميات) واحداً من اهم اساليب العمل الدعائي، واكثرها خطورة في حجاجية الخطاب الدعائي، ولكنه ظل في اطار التوصيف في البحث الاعلامي بعيداً عن تحليل آليات اشتغاله ومكونات بنيته ووظيفته كتشكيله خطابية، لذا سعينا في هذا البحث الذي ينتمي الى حقل البحوث الاعلامية (Media Research)، الى ان يكون بعيداً عن الانموذج الوضعي الأمبريقي القائم على التكممة والتوصيف للمادة الاتصالية، دون الاهتمام بما هو أعمق من المعاني الظاهرة والدلالات السطحية للرسالة الاتصالية، دعاية كانت ام اعلاماً واعلاناً، والاهتمام الامبيريقي بالمسوحات العينية، او تحليلاً للمضمون، في الكشف عن الملامح الأساسية للظواهر الاتصالية، وهو ما إعترفت الدراسات الاميريكية بعجزه وقصره عن وصف الظاهرة في واقعها الفعلي.

وذلك بدراسة هذا الاسلوب الدعائي، من خلال المنهاجية السيميائية، لفهم سيرورة العملية الدعائية ليس من حيث عد الاقناع هدفاً فقط، وانما من حيث فهم سيميائية التفاعل الاتصالي والسياق الذي تحقق فيه العملية الدعائية هدفها الاقناعي، وفي هذا البحث فأننا ننظر الى خطاب التسميات واطلاقها على انه مجموعة من العناصر المكونة التي تتالف وتتسق طبقاً لقوانين محددة، ولابد من تحليل هذه العناصر والكشف عن ماهيتها واستخلاص العلاقات التي تربطها ببعضها، أي معرفة النظام السيميائي الكامن وراء هذا الخطاب الدعائي، دون الاهتمام بالإجراءات الآمبريقية والفروض بمفاهيمها القبلية التي تضيفها على المادة الاجتماعية موضوع التحليل، ودون ان تأخذ بنظر الاعتبار الفرق بين الواقع التجريبي والواقع الحقيقي.

اولاً: الخطاب التعريفي:

يعرف الخطاب الاصطلاحي (اطلاق التسميات)(Nam calling)، بانها: عملية (قيام المخبر الدعائي بربط مفهوم معين بكلمة او بعبارة تعكس أنموذجاً للتوفيق وتثير شحنة إنفعالية تقود الى نوع من التحيز ضد من يوصف بهذه الكلمة سواء أكان شخصاً او بلداً او حادثة ما)[٣] وهو خطاب يرتبط ببنية المنطق الدعائي في كليته وشموليته، فيما تميل خطابات التقاليد الانكوسكسونية، الى تحديد اطلاق التسميات بالمنطق السلبي فقط، بعدها (اطلاق صفات واسماء تتخذ شكل قوالب جامدة سلبية negative stereotype مثل فاشي ومتحرر وثوري)[٤] او بتعريف معهد تحليل الدعاية الاميركي في عام ١٩٣٨ لها بأنها[٥]: (تكنيك يربط الاشخاص والافكار برموز سلبية والمخبر الدعائي الذي يستخدم هذا التكنيك بأمل بأن الجمهور سيرفض هؤلاء الاشخاص او الافكار إعتماداً على نقطة اساسية تستند الى الرموز السلبية، بدلاً من النظر الى الشواهد والأدلة المتوفرة ومن هذه التسميات، شيوعي: فاشي، خنزير، لوطي.... الخ)، ولا تبتعد كثيراً (كراسة العمليات النفسية للجيش الاميركي) الصادرة عام ١٩٨٤ عن ذلك بتعريفها لاطلاق التسميات[٦] ، (كأسلوب يحاول ان يثير الحقد والتعصب بين الجمهور من خلال تسمية هدف الدعاية بأسماء يكرهها أو يخشاها الجمهور او لا يرغب فيها مطلقاً).

وهذا الادراك التعريفي ينبع من خبرة الحرب الكونيه الثانية، والحرب الباردة بين المعسكرين الاشتراكي والرأسمالي، ثم الحروب التي خاضتها الولايات المتحدة الاميركية في اماكن متعددة من العالم اولاً، وتقاليد التعامل النفسي كما عرفتها السياسة الخارجية خلال العقود المنصرمة ثانياً، حيث كان الصراع الدولي محور الاهتمام في التعامل، وهو في جوهره كان صراعاً ايديولوجياً، لذا فقد حفل الخطاب السياسي والدعائي منذ الحرب الثانية بقائمة طويلة من التسميات: (العالم الحر، الحمر، الروس، الارهاب، النازية، الجدار الحديدي، الخطر الاصفر، محور الشر، .... الخ) وما هي الا وحدات ايديولوجية (ايديولوجيم ideologeme) تقع في خانة (الايحاءات الايديولوجية المرتبطة بتسميات خاصة او عامة منزاحة - غالباً - عن التسميات العادية

والمتوازية تقريرياً. مثل تسميات من نوع (المانيا الوسطى) بالنسبة لجمهورية المانيا الديمقراطية - قبل توحيد الألمانيتين - و (العالم الحر))[٧]. الامر الذي دفع (امبيرتو إيكو) الى القول [٨]: ((بأن الصياغة البلاغية «الدفاع عن العالم الحر» مرتبطة بمواقع سياسية تعود الى الولايات المتحدة وحلفائها والى رؤاهم الايديولوجية... من خلال بناء شفرات إيحائية تجعل التعبير البلاغي المشار اليه الوحدة الايدولوجية التي سيتم الكشف عنها. ويمكن ان نقوم بنفس الشيء مع صيغة من نوع «المساعدة الاخوية للحلفاء الاشتراكيين». حيث تبرهن السيميائيات من خلال كشفها عن الشفرات في مظانها. ان (تحت)او (فوق) عالم الدوال ومدلولاتها. يعمل عالم الايديولوجيات والتي ستنعكس على مظاهر اللغة المعدة سلفاً). وخارج هذا العالم المتصارع فأن (الايديولوجيمات) هذه تفقد دلالاتها. في أي سياق آخر يبتعد عن سياقات الخطابات التي لا تعدو(في الوضع الراهن للتأريخ الا ان تؤكد وتعزز عالماً بوليسياً)[٩]. يمارس هيمنته وسلطته الرقابية على وعي الجمهور المتلقي لهذي الخطابات. بكونه لغة توحد وتوحيد. في بنية مغلقة ترفض أي تأويل. ينفلت عن سطوة التوحيد بين الدالات ومدلولاتها فتسميات ((الحرية. والمساواة. والديمقراطية. والسلم تستلزم ترتيباً نوعياً للصفات التي تعلن ظهورها على نسق واحد لا يتغير بمجرد ان تنطق الكلمة او تكتب. ففي الغرب نلقى «المشروع الحر. والمبادهة الحرة والانتخابات الحرة والفرد الحر» وفي الشرق نلقاه في تعابير مثل (العمال والفلاحين وبناء الاشتراكية وبناء الشيوعية والغاء الطبقات) وأذا ما خالف الكلام في أي من المعسكرين - أثناء الحرب الباردة- هذه البنية فقدتم اقتراف خطأ او كان لمجرد الدعاية. وبذلك تعزل الكلمة الرئيسية عن مضامينها التي تهدد بنقضها او على الاقل بوضع العراقيل امام المعنى الذي تستخدم به في التصريحات السياسية والرأي العام. وبذلك فأن المفهوم المنزل منزلة الطقس المقدس يكسب مناعة ضد النقض))[١٠].

ثانياً-خطاب التسميات وآليات الاشتغال:

ولكن ماهي آليات اشتغال (خطاب التسميات). ونقول خطاب وبلا تردد في التوصيف. فتسميات (الحروب الصليبية) او (قادسية صدام) او (عاصفة الصحراء). يمثل كلاً منها خطاباً سياسياً وتأريخياً ودعائياً تفصح مدلولاتها عن ثنائيات التقاطع بين (الأنا) و (الأنت) وعلى التواصل الذي يقوم على الاختلاف بينهما. بقصد التأثير في الاخر (الأنت).

في الحقيقة. لقد أغفلت الأدبيات السياسية والدعائية هذا الجانب. واقتصرت على وصف هذا الخطاب في سلسلة تواليدية من المدلولالات تهوم في الغموض اكثر من الإفصاح. ولعل الأدبيات العربية في هذا الحقل [*] لم تكن الا نقلاً ينبئ عن السذاجة والإغفال اللذاين يعودان بمرجعيتها لعدم التخصص وأحوال سوق الكتاب!! مفترضة جهل المتلقي وامكانية خداعة.

لذا عمدنا الى استقراء الظاهرة. عبر قراءة سيميائية. تعني بدال التسميات. وإستراتيجيات إطلاقها. وطرائقها وآليات تأثيرها بالآخر. بالمستهدف في العملية الدعائية. وهي ليست بالظاهرة الحديثة. وانما عرفتها البشرية في أول حضاراتها (حضارة سومر واكد) في بلاد مابين النهرين. او لم يكن (كلكامش) (هو الذي رأى). وكان ملوك سومر (ملوك الجهات الاربعة)[**] وبعيداً عن تتبع المسار التأريخي. فأن آليات اشتغال (اطلاق التسميات). كأسلوب دعائي تستند الى:

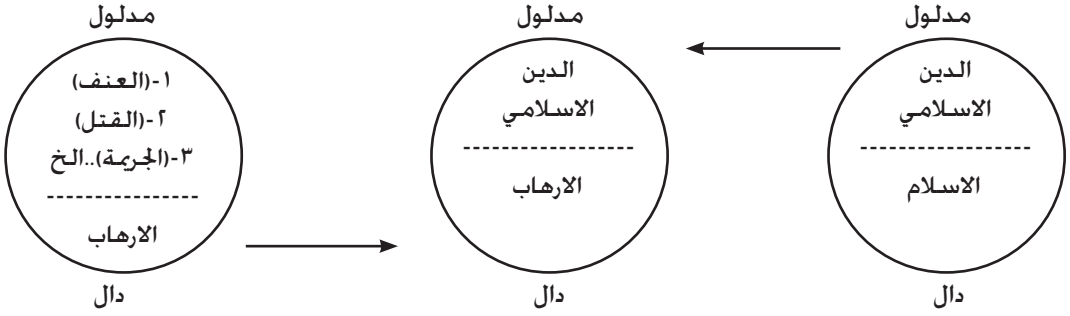
١-شفرات لسانية:

تعكس قيماً ومعتقدات وإفتراضات وممارسة معينة. تهيمن على بنية الخطاب الدعائي ومنطقه القائم على تراتيبة حجاجية. تعمل دائماً على دفعنا للاعتقاد بأننا (نرى العالم نفسه بعين أذهاننا وليس صورة مشفرة له)[١١]وهي بالتأكيد شفرات أيديولوجية لاتمارس التأويل لأنها (تمثيل تأويلي يندرج ضمن نسق محدد ويستجيب لوظيفة محددة)[١٢] وأوليات هذا التمثيل خلق شفرات تعتمد الصياغة البلاغية القائمة على نمطين بلاغيين هما:

أ-إستعارة حجاجية:

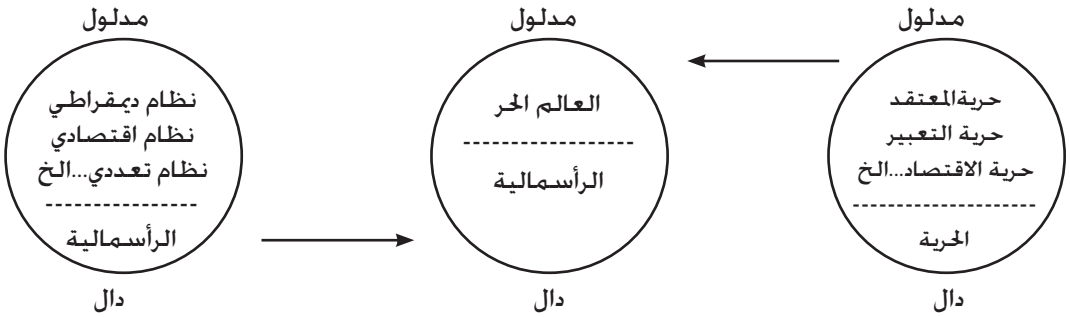
هدفها الاقناع وتغيير الموقف العاطفي للمتلقي المستهدف من خلال نقل دال الى مدلولآخر يعمل كدال يرجع الى مدلول آخر. وبعبارة أخرى أنها (علامة جديدة مكونة دال علامة ما، ومدلول علامة أخرى، ينوب بذلك الدال عن مدلول ليس له ويقوم المدلول الجديد مقام المدلول الاعتيادي)[١٣] وسنتناول في الترسميتين الآتيتين استخدام الاستعارة الحجاجية في المنطق الدعائي السلبي بإطلاق تسمية (الإرهاب) على (الإسلام)، وفي المنطق الدعائي الايجابي بإطلاق تسمية (العالم الحر) على (النظام الرأسمالي):

علاقة (٢)



علاقة (١)

علاقة (٢)



علاقة (١)

وهنا يمارس الخبير الدعائي عبر خطاب التسمية سلطة الهيمنة في توحيد وتوحد دال العلامة ومدلول العلامة الثانية، في خلق هذه الاستعارة. فالاسلام يتضمن عدة مدلولات دينية وسياسية واجتماعية وليس مدلولاً واحداً ولكن يتم اقصاء جميع المدلولات الاخرى ونفيها وتأكيد (مدلول فارغ) هو (الدين الاسلامي)، فيما يلصق جميع مدلولات (الارهاب) التي تصبح دوال للدين الاسلامي عبر دال (الارهاب) فيما يعمد في المنطق الايجابي الى تقديم المدلول (تمثيل للذات)، ويكرس (للنظام الرأسمالي) كدال جميع المدلولات الايجابية، وينتقي (العالم الحر) كمدلول يضم جميع مدلولات (الحرية). وبعبارة آخرى انه يحرص بغياب الشبه غير المباشر بين (الاسلام والارهاب) و(النظام الرأسمالي والعالم الحر) على ترميز هذه الاستعارة. بالربط بين (الاسلام) ومجموعة من القيم السياسية والاجتماعية التي ترتبط بـ (الإرهاب)، وإضافة مدلولات متمايزه

استعارية (تلتحم ببعضها لتتحول الى شكل أوسع هو الأساطير السياسية والثقافية)[١٤] واسطورة (الارهاب الاسلامي) و (العالم الرأسمالي الحر) تندرج في هذا الاطار.

ب- (المغالطة الكنائية) او (مغالطة المجاز المرسل):

والتي تعني (ان الجزء الذي يمثل الباقي يعد انعكاساً صحيحاً للكل الذي ينوب عنه) [١٥] .

كما هو الحال بعد بعض الجماعات الاسلامية المتطرفة تنوب عن كل المسلمين، او عد حزب ما هو حزب جميع افراد الامة (الحزب الشيوعي هو حزب جميع مواطني الجمهوريات السوفيتية السابقة، وحزب الوفد المصري أبان النضال ضد الاستعمار الانكليزي هو حزب الامة)، مثلما يصبح القائد او الزعيم او الملك هو (قائد الامة وزعيم الشعب وأب المملكة).

ان الادبيات السياسية والدعائية الغربية، غالباً ما تزخر بهذه التسميات القائمة على (الكنايات المغلوطة) من خلال الدعاية الموجهة للوطن العربي والعالم الاسلامي. أذ دأبت على استخدام تسميات(مصر ناصر) و (عراق صدام حسين) و(ايران مصدق) و(ايران الخميني) ويتلقفها (عباقرة) الاعلام العربي ليرددوها من جديد، دون الانتباه الى أنها توحد استبدادياً بين هوية الشخص الانساني والوظيفة من جانب والبلد من جانب اخر. (وهكذا يذوب الحاكم ومنصبه وسماته الجسدية ووظائفه السياسية في بنية متحجرة غير قابلة للانقسام - بين الحاكم والوطن - تفرض نفسها ببراءتها وطابعها المباشر الطبيعيين على عقل القارئ - المتلقي - وهي بنية لاتترك أي مجال لانفصال المعاني وتطورها وتمايزها، انها تتحرك وتعيش كما لو كانت كلاً واحداً) [١٦] وبذلك يتم اختزال الوطن وقضاياه وشعبه، بينما لم نسمع مطلقاً بـ (اميركا كيندي، ترومان، جونسون، بوش،... الخ) او (بريطانيا تانشر، بلير، تشرشل...)؟

وهدف عملية الاختزال الكنائي هذه - ماهي الا شخصنة للصراع يتحول فيه الاسم كدال الى (مفهوم شيء آخر) ينقل (معنى زائداً عن المعنى المعبر عنه)[١٧] في التسمية فـ (مصر، العراق، ايران) في مدلويتها ليست هي (مصر ناصر وعراق صدام حسين وايران مصدق وايران خميني)، أذ ان (الفاعل الخطابي) هنا ليس الاوطان بل افراد بعينهم، وهو ما يكون غالباً مقدمة لشخصنة الصراع (بوش، صدام حسين) (مصدق، اية الله الخميني- الشاه)، والذي يلغي الدلالة التعينية لصالح الدلالة الاقرارية، بعده صراع اشخاص وليس صراع قضايا عادله لأوطان بأجمعها، ومن ثم تصبح هذه التسميات تعريفات أيديولوجية (تعريفات ناقصة تكشف في وحدة ثقافية او داخل مجموعة من الوحدات الثقافية نمطاً واحداً لتصور الواقع)[١٨] وبالتأكيد انه واقع الدعاية الغربية.

ومن الامثلة الاخرى على استخدام الكنايات المغلوطة في إطلاق التسميات ((لفظي «الصقور» و«الحمائم» اللذين يطلقان على الاجنحة المتشددة والمعتدلة تجاه سياسة ما، حيث ظهرا هذان اللفظان في صحف الولايات المتحدة الاميركية اثناء حرب فيتنام)) [١٩]، ومازال الخطاب الإعلامي العربي يتداولهما في وصف اتجاهات السياسة الاميركية، دون اعتبار لتأريخية التسميتين اللتين اصبحتا مصطلحين معروفين في الادبيات السياسية، أذ حتى هذه اللحظة لم نر الا (صقوراً) في السياسة الاميركية تجاه القضية الفلسطينية؟!

٢-الاغاليط المنطقية(*):

وهي الآلية التي تتم فيها عملية (الاستعارة الحجاجية والكنائية المغلوطة)، والذي يعني الربط بين دالين لارابط بينهما بواسطة (المنطق السيء) (bad logical) القائم على اغاليط منطقية في التوصل لاستنتاجات قائمة على مقدمات خاطئة- وهو ما سنتناوله فيما بعد بالتفصيل - فما علاقة الارهاب بالاسلام و (الحرب) بـ (الحرب النظيفة) و (القصف الجوي) بـ (بالقصف الجراحي) و (اسلحة التدمير) بـ (الاسلحة الذكية)، مثلما حدث في حربي الخليج الاولى والثانية. او في التسميات البديلة التي اطلقتها

وسائل الاعلام الاميركية خلال الحرب العالمية الاولى على كل ما يحمل اسم المانيا لتغدو (الكلاب الالمانية- كلاب الحرية، والحصبة الالمانية - حصبة الحرية بعدما منعت ١٤ ولاية اميركية تدريس اللغة الالمانية في المدارس العامة)[٢٠] ولنتناول بالتحليل اسس هذه الاغاليط المنطقية.

-(الارهاب – الاسلام):

مقدمة (ك) - الارهاب يؤمن بالعنف والقتل.

مقدمة (ص)- الاسلام دين يؤمن بالجهاد الذي يتضمن العنف والقتل.

أذن - الاسلام دين ارهابي

(الارهاب = الاسلام)

-(الحرب الاميركية - الحرب النظيفة):

مقدمة (ك)- الحرب النظيفة هي التي لا تستهدف المدنيين.

مقدمة (ص)- حرب الولايات المتحدة الاميركية ضد العراق لا تستهدف المدنيين.

أذن : الحرب الاميركية ضد العراق حرب نظيفة.

-(مصر - ناصر):

مقدمة (ك)- ناصر حاكم مصر.

مقدمة (ص)- كل حاكم يسمي البلد بأسمه.

أذن: ناصر هو مصر.

-(المعتدلون - حمائم):

مقدمة (ك)- المعتدلون السياسيون وديعون.

مقدمة (ص) - كل الحمائم وديعة.

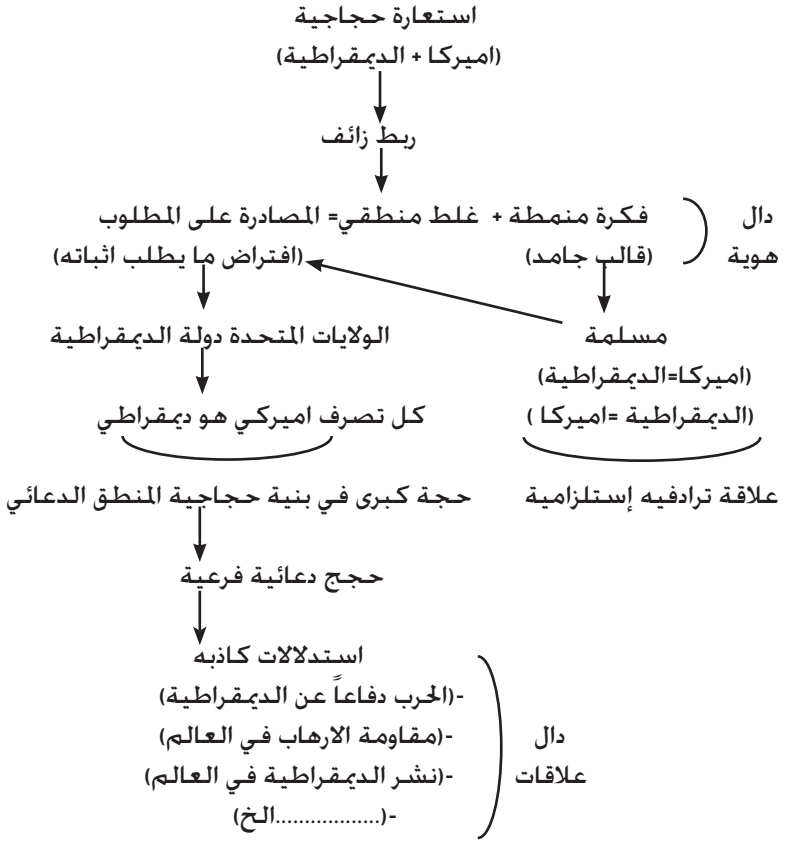
أذن: المعتدلون حمائم.

٣-الصورة النمطية (stereotype) او (القوالب المصبوبة):

حيث يتم تنميط التسميات المطلقة بقوالب لغوية وذهنية جامدة، سلبية او ايجابية، من خصائصها سهولة التذكر والترويج والقدرة على الاثارة والتهييج، وتقوم آلية اشتغال الصورة النمطية على (وصف شيء ما بأستخدام الفاظ الهوية لا الفاظ العلاقة) وبعبارة اخرى تكون الفكرة المنمطة وحاملها اللغوي طريقة في تحديد الموضوع تبعاً للهوية، ولا تبنى تبعاً لمتغيرات العلاقة، فالصورة النمطية (للديمقراطية الاميركية، تقوم على الاجابة على سؤال وذلك بتوحيد هوية لفظين بدلاً من تحليل العلاقات التي يمكن ان توجد بينهما، هذا التوحيد الذي يتم من خلال الاستعارات والكنايات بين دال علامة (اميركا) ومدلول علامة اخرى (ديمقراطية) والربط الزائف بينها، في التوحيد بين هوية النظام السياسي الاميركي وديمقراطيته بصورة يصبح معها هذان الحدان من التمثيل النمطي قابلين للتبادل بينهما أي (اميركا=ديمقراطية) و (ديمقراطية=اميركا)[٢١] وهي علاقة إستلزامية بين العلامتين ونفس الحال يجري مع (الاسلام = الارهاب) و (الارهاب = الاسلام)، وكذلك كان مع (روسيا بلد الاشتراكية تقوم على جعل روسيا عبارة مرادفة للاشتراكية) [٢٢] في علاقة ترادفية استلزامية، وتظهر فاعلية هذه التسميات واطلاقها في العمل الدعائي من خلال العلاقة التي تقوم بين الصورة المنمطة والغلط المنطقي (المصادره على المطلوب)، الذي (يقوم على الاستناد الى الحد الاكبر دون البرهان على ان العلاقة التي نقررها صحيحة في جميع الاحوال)[٢٣] حيث الاغلوطة المنطقية لاتنتج من مخالفة قواعد المنطق وانما في الخطأ الواقع في مادة القياس لا في صورته، أي توضع (ديمقراطية اميركا) و (ارهابية الاسلام) موضع المسلم به نحو:

مقدمة (ك) - اميركا دولة ديمقراطية .

مقدمة (ص) - كل دولة تعادي الديمقراطية فهي عدوة لاميركا.
أذن : اميركا عدوة اعداء الديمقراطية.
وهكذا بعد تثبيت الفكرة المنمطة على نحو جيد تصبح هذه الفكرة المنمطة صورة نمطية تعد بمثابة (مسلمة): (اميركا الديمقراطية عدوة اعداء الديمقراطية). وكل اجراء تقدم عليه (اميركا الديمقراطية) يهدف الى حماية (الديمقراطية الاميركية). دفاعاً عن الديمقراطية التي يعاديها العراق وكالاتي:
مقدمة (ك) - اميركا عدوة اعداء الديمقراطية. (المسلمة)
مقدمة (ص) - العراق يعادي الديمقراطية.
أذن : العراق عدد الولايات المتحدة الاميركية.
وبذلك لاتعود الديمقراطية محددة كمنظومة فكرية وقانونية وسياسية. وانما تصبح سلوكاً اميركياً محدداً على صعيد السياسة الخارجية على أساس ان (اميركا هي قلعة الديمقراطية الحصينة وحاميتها في العالم). لذا ليس من المستغرب ان يصرح الرئيس الاميركي (جورج بوش)[٢٤] بعد تسعة ايام من إحتلال بغداد انه (سيتم بناء عراق ديمقراطي يحتذى في العالم)؟! وهكذا اضحت الصورة النمطية (لاميركا الديمقراطية) بمثابة (مقدمة كبرى) لسلسلة من الاستدلالات الكاذبة عمدت الدعاية الاميركية على استخدامها في تبرير عدواناتها في افغانستان والصومال والتدخل في السودان وحماية اسرائيل بوصفها (واحة الديمقراطية) في الشرق الاوسط. والترسيمة الاتية توضح كيف يتم إستخدام إطلاق التسميات للوصول الى خلق صورة نمطية قائمة على منطق مغلوط يجعل منها حجة اساسية في بنية المنطق الدعائي الاميركي:



بعبارة سيميائية فأن (الصورة المنمطة) كدال ليس الا دال هوية، يشتغل أيديولوجياً في صياغة مدلول التسميات وتقديمها كوحدات ايديولوجية، تمارس النفي والإقصاء والإبعاد لكل دالات العلاقات بين هاتين الوحدتين، لتعود لاستخدام الدالات الاخيرة في صياغة بنية المنطق الدعائي كحجج فرعية تخضع لاستلاب دال الهوية ذاته. وبذلك يتم اخفاء النوايا الحقيقية للدعاية ودفع الجمهور المتلقي الى التجاوب مع المطروح دون التحقق من مصداقيته بعد ان (حلت الاستدلالات غير العقلية محل الاستدلال العقلي) وهو ما أشار إليه (غراهام والاس) [٢٥] قبل اكثر من مائة عام.

٤-علاقة الإستلزام الدلالي:

التي تعد نوعاً من انواع الترادف واشباه الترادف بين العلامات اللسانية و (كثيراً ما يشار اليه على انه الشمول)[٢٦] والذي يعني (ان اللفظ الاول يستلزم اللفظ الثاني ، وفي كل المواقف الممكنة التي يصدق بها الاول يصدق كذلك على الثاني)[٢٧]. وتسميات (العالم الرأسمالي - العالم الحر)، (اميركا - الديمقراطية)، (الارهاب - الاسلام) ، (الشيوعيون - الخمر)، (الفدائيون - المخربون)، (الصين - الخطر الاصفر)....الخ

اضحت قالباً مصبوباً من خلال علاقة الإستلزام كالأتي:

م س (الرأسمالية (س)	←	الحرية (س)
م س (عالم الحرية (س)	←	عالم الرأسمالية (س)
س (الديمقراطية	←	(س) اميركا (س)
م س (اميركا	←	(س)الديمقراطية (س)
م س (الارهاب	←	(س) الاسلام (س)
م س (الاسلام	←	(س) الارهاب (س)
م س (الشيوعيون	←	(س)الخمر (س)
م س (الخمر	←	(س) الشيوعيون (س)
م س (الفدائيون	←	(س) المخربون (س)
م س (التخريب	←	(س)الفدائيون (س)
م س (الصين	←	(س)الخطر الاصفر (س)
م س (الخطر الاصفر	←	(س)الصين (س)

و(م س) هنا هو الرمز الدلالي الذي يشير الى المقياس العمومي لجميع العناصر (س). وفي هذا النوع من التحليل الدلالي الذي يعد اساساً لمسلمات المعنى، وتحديد معنى العناصر الفردية بموجب (علاقة الاستلزام) كما يصفه (كارناب) [٢٨] يصبح (المعنى التضميني علاقة موضوعية أساسية حيث يؤدي الإستلزام عملة في تداعي المعاني على المستوى النفسي والذي يكون احياناً بين معانٍ متناقضة) [٢٩] وهذا المعنى التضميني محمل بدلالات إيحائية يرى (ليتش) [٣٠] : (ان كل موقف تستخدم فيه لابد ان ينطوي على جانب سلبي حتمى على الاقل) في المنطق الدعائي السلبي ، وذلك لكونها اكثر اثارة عند استبدالها

للتعبير عن حقائق متعارف عليها . فتسمية الشيوعي بـ(الاحمر) تفيد نوعاً من الاحتقار، واطلاق تسمية (الروسي) تعلن انه اجنبي يسعى الى التدخل . فهنا تتم الاحالة الى مفهوم لاشعوري يستتر خلف هذه الكلية . ويثير في المتلقى فكرة (الاجنبي الحقير) [٣١]

ان أهمية آلية (الإستلزام) في مفردات الخطاب الدعائي تنبع من خلقها (تكافؤاً) دلالياً او ما يسمى ايضاً بـ (التضمين الثنائي)، الذي يعرف بانه (العلاقة بين الشيئين . بحيث لو وضعنا الواحد منهما ينتج منه الآخر[٣٢] والتي تصبح بدورها قالباً مصبوباً يقود الى مسلمات تضحى هي الأخرى مقدمات حجاجية كبرى فعلى سبيل المثال دأبت الدعاية الصهيونية على اطلاق تسمية (دولة اسرائيل) و(جيش الدفاع الاسرائيلي) وهي بذلك تسعى من خلال عملية الإستلزام الدلالي الى خلق تكافؤات بموجب العلاقات الدلالية الاتية:

نستلزم

م س (اسرائيل (س) ⟵ دولة (س)

م س (دولة (س) ⟵ اسرائيل (س)

اسرائيل ⊏ الدولة

الدولة ⊏ اسرائيل

اسرائيل ≡ الدولة

وعندما نحرص على استخدام تسمية (جيش الدفاع الاسرائيلي)

م س (جيش اسرائيل (س) ⟵ الدفاع (س)

نستلزم

م س (الدفاع (س) ⟵ جيش اسرائيل (س)

الجيش ⊏ الدفاع (عن اسرائيل

الدفاع ⊏ الجيش

جيش (اسرائيل) ≡ الدفاع (عن اسرائيل)

والرمز (≡) هنا هو الرمز الدلالي الذي يشير الى علاقة التضمين . فيما يشير الرمز الدلالي (≡) الى (مكافئ الى) ويصح الامر عند تطبيقه على التسميات التي تناولناها سابقاً حيث تنتظم في تراتيبه من التكافؤات التي تنساب في بنية المنطق الدعائي سلباً وايجابياً . كمقولبات تعمل على تقنيع الواقع .

الا ان هناك ملاحظة لابد من إيرادها بشأن علاقات (الإستلزام والتكافؤ) الدلالي . وارتباطها بالصور او القوالب الجامدة، وهي علاقاتها بزمانية الخطاب الدعائي . فمن حيث تكافؤاتها لا تخضع احياناً للتنميط كما هو الحال في إطلاق التسميات على الوحدات المادية (كتسميات القطعات العسكرية والعمليات العسكرية الصغيرة ... الخ) او الاحزاب والتنظيمات السياسية لانها لا تدخل مرحلة التنميط او ان تحولات حادة في بنية المنطق الدعائي تطيح بها .

ولكنها تظل كقوالب جامدة قابعة في الظل، لايتوانى المتصارعون من استخدامها في لحظة معينة تستدعي ذلك .

٥- الاسطرة :-

لما كانت بنية الخطاب الدعائي بنية إسطورية أساسا، لذا فان (أي شيء يخضع للخطاب يكون إسطورة مادامت الاسطورة كلام . نسق تواصلي رسالة لايمكنها إلا ان تكون شكلاً وصيغة دلالية ...)[٣٣] تتجلى وظيفتها واهميتها في نقل الخطاب الدعائي من (اعلان الرغبة واخفائها الى ان يصبح هو موضوع الرغبة وتضحى السلطة التي نسعى للاستحواذ عليها)[٣٤] وعملية (اطلاق التسميات)، تخضع لعملية اسطرة تندغم في بنية الخطاب الدعائي وتعبر عنه في ذات الوقت، عبر علاقات الحضور والغياب فالإرهاب

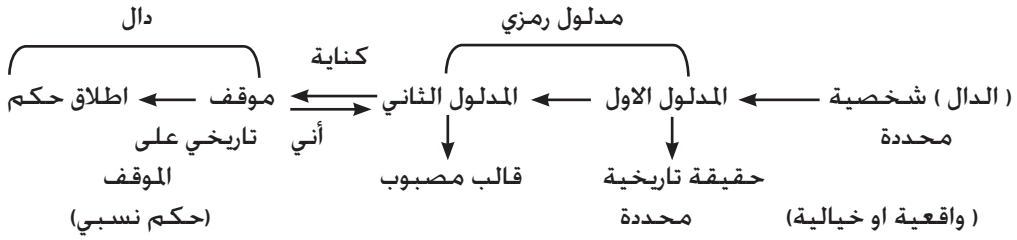
والرأسمالية والشيوعية لها اساطيرها الكبرى التي لا ينفصل فيها ماهو اسطوري عن ماهو أيديولوجي فالإسلام كإرهاب والرأسمالية كعالم حر والشيوعية كحمر ليست الا (بنيات اسطورية) تستمر في علاقة جدلية مع البنية الاجتماعية والسياسية التي تستخدمها الاسطورة لكي تنتج موضوعاً مطلقاً يدعى الخطاب الدعائي من خلاله امتلاكه المعنى الحاسم للعالم في تدفق دلالي لا ينفد من مخزون الدوال الاسطورية . وهو خزين مؤسس مسبقاً من الخطابات في مجموعة اجتماعية معينة وما يفعله الخبير الدعائي اعادة انتاج الخطاب باستعمال ((قواعد استطرادية مؤسسة، يمنحها تطبيقاً جديداً نسبياً في الواقع والنص مادامت لا توجد علاقة تشاكلية مباشرة بين الوحدة الاجتماعية (خطاب دعائي) والوحدة اللغوية « نص دعائي »[٣٥]

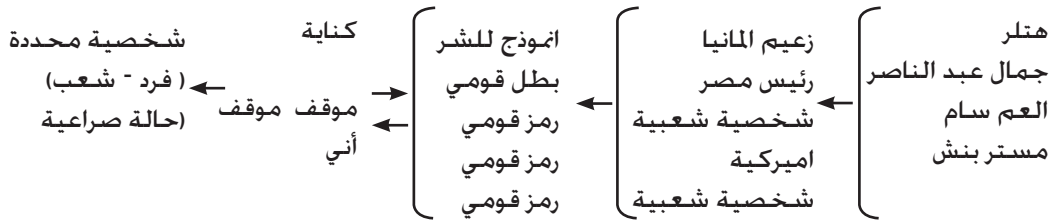
ولكن عندما تكون (التسمية) رمزاً ، فان هذا الرمز يمتلك اسطورته الخاصة ، التي تمثلت في بنية اسطورية شبه متكاملة، وعندما تكون قد دخلت دائرة المقدس فقد اعلنت تكاملها باتحاداً مع المطلق والرموز الدينية انموذجاً لذلك، وهذا ما يسهل من عملية اطلاق التسميات، باعتمادها الخطابات الدينية والتأريخية التي تأسست في اللاشعور الجمعي للمجموعة الاجتماعية وقبعت في وعية الخاص، كرمزية الانبياء والقديسين والشهداء والأبطال والزعماء السياسيين التأريخيين، واقرب الأمثلة الينا من تراثنا العربي الإسلامي على سبيل المثال (الرسول الكريم محمد صلى الله عليه واله وسلم، علي ابن ابي طالب، عمر بن الخطاب ، الامام الحسين بن علي) في دائرة المقدس، و (صلاح الدين الايوبي، طارق بن زياد ... الخ) في دائرة البطل القومي التأريخي ، يقابلها في الجانب السلبي (فرعون ، قارون ،هامان ، يزيد بن معاوية ، الحجاج ..) رموزاً للطغاة و (ابو رغال) رمزاً للخيانة ... الخ .

اما والرموز التي خرجت من دائرتها الخاصة، لتصبح رموزاً في عالمنا المعاصر (نيرون، كاليغولا، جنكيز خان، هولاكو، هتلر، ستالين، بسمارك، لينين، جمال عبد الناصر ... الخ) في دائرة السلبي والايجابي من منطق الخطاب الدعائي.

وعملية اطلاق هذه الرموز تقوم على ثنائيات تجسد (الخير المطلق - الشر المطلق)، حين تستخدم في اطلاق التسميات السلبية بعد أن اصبحت هذه التسميات التأريخية قوالب جامدة سلبية، عبر زمانية اسطورتها، ليتجسد رمزياً فيها (الشر المطلق)، وبالعكس في الخطاب الدعائي الايجابي ، تضحى قوالب جامدة ورموزاً (للبطولة والشهادة والخير المطلق). فـ (يزيد بن معاوية) ماهو الا رمز للشر المطلق مقابل (الحسين علي بن ابي طالب) كرمز للشهادة والخير المطلق) و(فرعون مقابل موسى) و (قارون) لكل مكتنز للمال ، و(ابورغال) لكل خائن ، و(هتلر لكل طاغية) و(وهولاكو لكل سفاح) وهكذا دواليك . وهنا لابد من التمييز بين (الرموز المعاصرة) و (الرموز التأريخية)، فأذا كانت الرموز العصرية لم تكتمل منظومتها الاسطورية بعد بفعل زمانية خطابها التأريخي، فان (الرموز التأريخية) قد دخلت دائرة المطلق ، وبالتالي فان (الكناية) هي التي تهيمن على عملية اطلاق(الرموز المعاصرة)، فيما تهيمن الاستعارة الرمزية على (الرموز التأريخية) المثقلة بكل أحداث التاريخ واصبح من الاستحالة أعادة النظر في طبيعتها الرمزية، وبعبارة اخرى انها غادرت ماهو مجرد الى ماهو طبيعي بفعل أسطوريتها والأسطورة ماهي الا فعل تجميد للتشويه او التمجيد . ومن ثم فان آلية الاشتغال تأخذ منحيين كما توضحها الترسيمتان الآتيتان :

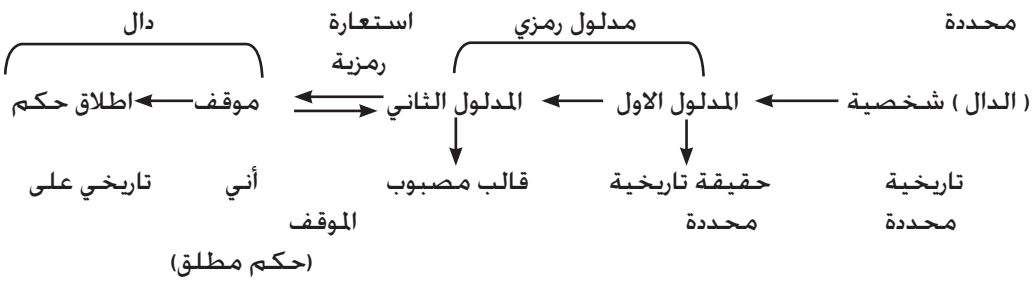
-(الرموز المعاصرة) :

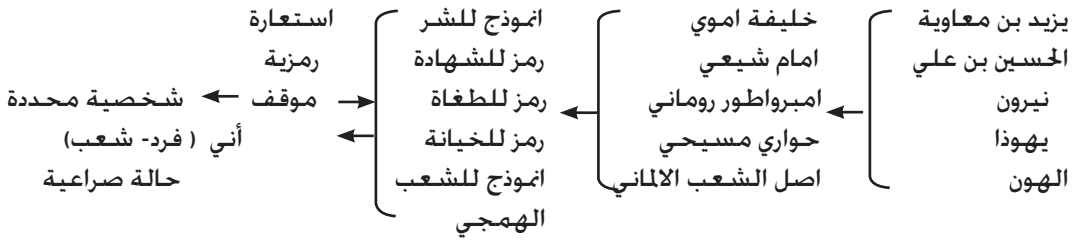




وفي كلتي الحالتين فان (الحكم النسبي. للشخصيات المعاصرة. يجعل من هذه الرموز قابلة للانتقال في الإستخدام الدعائي سلباً وايجابياً. وكذلك (العم سام ومستر بنش) تمثل رمزاً ايجابيا للاميركان والانكليز ولكنها ليست كذلك شعوب العالم الاخرى التي عانت من الاستعمارين الانكليزي والاميركي. ولكن الامر يختلف مع الشخصيات التأريخية لان (الحكم النسبي) التأريخي الذي يطلق على موقف معين من هذه المواقف يكون (حكماً تاريخيا مطلقاً).

-الرموز التأريخية:





وأهم ما يجب ملاحظته هنا ان هذه الامثلة من رمزية الشخصيات التأريخية، اما ان تكون مرتبطة بجماعة قومية او دينية او اجتماعية محددة كما هو الحال مع رمزية (يزيد بن معاوية) الخليفة الاموي بأعتباره أنموذجا للحاكم الشرير الذي يمثل (الشر المطلق) في التراث الاسلامي والشيعي منه بشكل خاص، فيما تقف بالنقيض منه صورة الامام (الحسين بن علي) الذي اصبح رمزاً للشجاعة والشهادة (الخير المطلق)، أو ان تكون رمزية (بين - بين) بين حضارتين (فيهوذا الاسخريوطي) ان اضحى رمزاً للخيانة بخيانته السيد المسيح، في الحضارة المسيحية ولكنه يستخدم في نطاق محدد في الحضارة العربية الاسلامية وذلك لان رمزية (ابي رغال) للخيانة هي السائدة في هذه الحضارة. اما تسمية (الهون) فقد شاع استخدامها من قبل الدعاية البريطانية في وصف الالمان، وان كانت كما يرى البعض انها لم تكن تسمية موفقة. اما شخصية الامبراطور الروماني (نيرون) الذي تتحدث اسطورته عن حرقة لمدينة روما وقتله لامه ، فقد اصبحت رمزاً للطغاة في كل عصر ونظرة الى الاداب العالمية توضح الاستخدام الواسع لهذا الرمز .

ان رمزية الشخصيات التأريخية تتصف بكونها رمزية كونية دخلت دائرة المطلق في (الحكم التأريخي)، ونادراً ما تستخدم بشكل متضاد او متعارض بين المتصارعين في موقف ما. ولكن احياناً يدخل الرمز التأريخي من خلال اسطورته دائرة التناقض بين ان يكون رمزاً ايجابياً ورمزاً سلبياً ، فرمزية (صلاح الدين الايوبي)، تمثل كل ما هو ايجابي ومؤثر بالنسبة للعرب والمسلمين ، ولكنه بالنسبة للغرب يمثل رمزاً سلبياً وهذا ما يوضح تشويه صورة صلاح الدين الايوبي - كبطل مسلم - في التراث الشعبي والادب والتاريخ الأوربي (كلص وقاتل وسفاح ... الخ) ، وبالطبع كانت محاولة تبريرية (للذات الغربية) ، امام الهزيمة التي لحقت بها في الحروب الصليبية .

٥- الثبات :

ان كان من المهم التكرار في العمل الدعائي، في ترديد هذه التسميات عبر الأغراق الأعلامي بأستخدام ادوات الاتصال فأن الثبات في إطلاق التسمية هو الأكثر أهمية وإلا فقدت هذه التسميات قدرتها في التأثير من جانب وتخلخلت بنية المنطق الدعائي من جانب أخر فتعدد المدلولات لدال واحد ، يخل بـ (ايزتوبيا) النص الدعائي والذي يعني ازالة التعدد والغموض في تلقي لفظ معين وحضور قاعدة دلالية تقدم امكانية القراءة والتفسير الموحد للنص الدعائي [٣٩] لذا يجب ان تتسم التسميات المطلقة بعدم تناقضها مع لغة الخطاب الدعائي، فلا موضوع لتسمية علمانية مع خطاب ديني ولا لأصطلاح رأسمالي في خطاب اشتراكي، مثلما يجب الثبات في استخدام صفات ثابتة للاشخاص والاشياء فالفاشي والمستضعفين والرجعي والتقدمي، يجب ان تظل ثابتة بالنسبة للجمهور المتلقي.

فأن نجح الاعلام العربي في استخدام تسميات (الكيان الصهيوني) و (الجيش الصهيوني) ، و (فلسطين المحتلة) ، فان خروقات هذا الاعلام لهذه التسميات باستخدام (اسرائيل) و (الدولة العبرية) و (الجيش الاسرائيلي)، هي خروقات سمحت للعدو الصهيوني ، ان يسرب وجوده كحقيقة واقعة لدى المتلقي العربي وهو خطا خطير لابد من تلافيه .

قد يظن البعض ان عملية (اطلاق التسميات) في العمل الدعائي قضية سهلة، ولكنها في الواقع من اكثر الامور خطورة . وبشكل خاص عندما تبدا بفعلها الارتدادي لتصبح (حجة سلبية) تؤثر كثيراً على مصداقية المنطق الدعائي ، ان لم تنسف الخطاب الدعائي ذاته، فتسمية (الهون) التي اطلقها (تشرشل) على الشعب الالماني كانت لها اثارها السلبية من قبل الالمان تجاه الدعاية البريطانية ، وكذلك حين تلجأ الدعاية المعادية الى بناء (انزياح دلالي) في التسمية بأستغلالها لموقف معين استندت الدعاية الاخرى عليه ، فحرب الخليج الاولى التي اطلق عليها الاعلام العراقي تسمية (ام المعارك) تحولت الى (ام الهزائم) في الإعلام الخليجي بعد الانسحاب العراقي من الكويت، وحرب الخليج الثانية التي اطلق عليها

(معركة الحواسم)، اصبحت هذه التسمية بعد احتلال بغداد في ٩ نيسان ٢٠٠٣ ، تطلق على عمليات السلب والنهب التي مهد لها وشجعها جيش الاحتلال الاميركي ، أذ تحول التشفير الذي اريد له ان يعني المعركة الحاسمة ، الى مدلولات تندرج في عملية السرقة والسلب والنهب ، فالحوسمة تعني (السرقة) و (حوسم) احتاز الشيء او سرقه و(الحواسم) او (جماعة الحواسم) تعني اللصوص الذين قاموا بهذا السرقات، ولعل هذه الخطورة في اطلاق التسميات هي التي دفعت وزير الاعلام الالماني (غوبلز)[٤٠] الى القول : (ان هناك الفاظاً او كلمات معينة يجب ان نتجنبها كما يتجنب الشيطان الماء) .

واخيراً فأن دال التسميات قد يصبح (دالاً فارغاً)، عندما يكون التشفير يدفع لمدلولات موحدة في الجماعة الاجتماعية، والحرب العراقية الايرانية حفلت بالدالات الفارغة للتسميات التي اطلقت على بعض المعارك، او الوحدات العسكرية ففي معركة (البستين الاولى) التي حدثت في اواخر عام ١٩٨١، كانت المعركة تدور بين الوحدات العسكرية العراقية التي تحمل تسميات كتائب (الحسن، الحسين، علي بن ابي طالب) المدرعة والوحدات الايرانية العسكرية التي ضمت الوية (عاشوراء، قمر بني هاشم، الزهراء) وكلا التسميات لدى الجانبين لا تحمل دالاتها الا مدلولات موحدة ، أذ تنتمي التسميات الى آل بيت الرسول (صلى الله عليه واله وسلم)وهي شفرات موحدة .

وهكذا فان (اطلاق التسميات) كأسلوب دعائي يعد من اخطر هذه الاساليب واقدمها في الممارسة الدعائية ، مارس الدال فيها دوره في التثمين او الترخيص او وفي التسميق او التهوين ولنقل انها اكثر (مغامرات الدال) تأثيرا في الصراعات الحربية والسياسية والدعائية التي شهدها تاريخ البشرية.

Abstract

Name calling of propaganda discourse is considered one of convincing propaganda, act which is bases of ideology of working signifier and evaluate this signifier by inference representing of the signifier within identified course and response for determined function. It is to achieve intention of propaganda act ant in precaution through negative and positive propaganda logic. Methodology of giving names played dangerous and turtle role in conflicts and wors in all history. This study aims to learn mechanism of semiotics system behind discourse of propaganda for from positive sample based on description and silencing of communicative letters.

The research depends on identification discourse as a start point to determine the concept and identification of subject. It determine mechanisms of operating name discourse by represent the reality by lingual codes that depends on two main patterns: eve dent metaphor and metonymy mistaking. Then by use of logic mistakes, monotones images, create functional requiring relation and discourse lining throng historical and contemporary symbols where laws and mechanisms of names calling in symbolism of propaganda discourse.

This study, if it made a philosophy of name calling as a basic dimension, it does not ignore propaganda application, but it insist on it to explain mechanisms and laws of operation of names calling methodology in propaganda process and continuity of this process in choosing propaganda act ant and strategies of receiving by the audience.

We hope in this kind of researching connection semiotics to get out of research paradigm which most of American research left it since ١٩٨٠ but it is still dominated through Egyptian school without a ware of meadia researchers that critical trend studies in angles the discourse is the start for new media horizons

هوامش البحث

١-البنيوية وعلم الاشارة، ترجمة مجيد الماشطة ، وزارة الثقافة والاعلام، بغداد، ١٩٨٦، ص ٢٣.

٢-انظر بشان اطلاق التسميات في الحروب الدعائية

Ellul, Jacgues, propagandes paris,Amand colin, 1962,P.p.44-46.

وعن أستخدام التسميات في الدعاية التجارية والصراع السياسي انظر أيضاً.

Klapper, J.T, the effects of mass communication, the free press, New York, 1985, P.P 111-112.

3-Roberts,Geoffrey k, ADictionary of political Analysis, London, Longman. 1986, Nam calling.

وهنا لابد من الاشارة الى إن كانت الوظيفة الاساسية للخطاب الاصطلاحي هي تسمية الأشياء فان الخطاب التعريفي للمصطلح هو القضية المركزية لهذا الخطاب من حيث كونه إنباءً دلالياً للمفهوم الخاص الشامل لخصائص المرجع والمحدد لموقع المصطلح في النظام المصطلحي والتعريف الاصطلاحي لاطلاق التسميات في هذا البحث يتمأسس حول كونه بلاغاً يصف السمات الدلالية لمفهوم يتعدى السياسي والاعلاني الى ما هو أيديولوجي للمزيد انظر، د. عبد القادر الفاسي الفهري وآخرون، وقائع الندوة الدولية الاولى لجمعية اللسانيات بالمغرب، منشورات عكاظ، الرباط، ١٩٨٨، ص١٤٣ وما بعدها ، وحول السياق الموسوعي والتعريفي والدلالي والمرجع للخطاب التعريفي انظر ايضا د. علي القاسمي ،مقدمة في علم المصطلح، الموسوعة الصغيرة العدد(١٦٩) ، دائرة الشؤون الثقافية والنشر، بغداد، ١٩٨٥، ص٢٢٣ وما بعدها.

٤-انظر: بشأن خطابات التقاليد الانكلوسكونية حول اطلاق التسميات على سبيل المثال:

Davison, W, Phillips, International communication, New York, Frederick A, Praeger, 1975, P.212-215.

Mills, C.Wright, power, politics and people, oxford University press, London,1986 , p . 88

5-White , Ralp K , propaganda , Moraliy questionatle and Morally Unquestionable Techniques , The Annaals of the American Academy of political and social scicnce , vol. 389 .

٦-ترجمة مديرية الاستخبارات العسكرية - شعبه الاستخبارات النفسية، سلسلة دراسات الجيوش الأجنبية رقم (٢٠)، المطابع العسكرية، بغداد، ١٩٨٤، ص ٢٣١.

7-Corner .J and Hawthoran . J, Maunfacture of news, constable, London , 1977 , p 322 .

٨-التأويل والتأويل المفرط ، ترجمه احمد الحمصي ، دار الحضارة اللاذقيه ، ٢٠١٠ ، ص٨

٩-م.ن.ص١٢

١٠- م.ن.ص٦٧

(*) لقد ظلت الدراسات الاعلامية العربية واقعه تحت هيمنه ما يمكننا بتسميته بـ (البرادغيم المصري) القائم على نقل وترجمه الأدبيات الامريكية في منهجها الامبيريقي القائم على الاحصاء والتكميم، بحيث بات البحث في فلسفه الاعلام والدعايه لايجد القبول، الا ان هذا (البرادغيم) قد بدأ بالتحرك والتحول منذ أواخر الثمانينات في المغرب العربي ولبنان وسوريا والعراق الى حد ما حيث ما زلنا نعاني في دراستنا الاعلامية من آليات النقل الساذج بعيد عن الاصول الفلسفية التي نبعث منها مناهج البحث المتنباة، وتحليل المضمون مثالاً لذلك، حيث كان نتاجاً للفلسفة الوضعية والترويج الاعلاني في النصف الاول من القرن العشرين، أنظر بخصوص ذلك رسالتنا رجاء آل بهيش سيمياء الخطاب الدعائي ، رسالة دكتوراه قيد النشر جامعه بغداد ، كليه الاداب - قسم الاعلام ، بغداد ، ١٩٩٨ ، ص (ج) وما بعدها.

(**) - يبدو ان السومرين كانوا أول من تنبه الى أهمية اطلاق التسميات في الفعل السياسي بأطلاقهم

لهذه التسمية (ملوك الجهات الأربعة) وهو ما فلعله كلكامش ايضاً, أو في اطلاق تسميه (مجلس الشعب) (او نكين), على المجلس الاداري الذي يدير الدولة المدينة (أوروك) وتسمية (قائد الشعب) على (أكا) ملك (كيش), وذلك في حدود الالف الثالث قبل الميلاد. انظر للمزيد صموئيل نوح كريمر, من الواح سومر, ترجمه طه باقر , مطبعه مصر ب.ت.ص٧٩ وما بعدها وايضاً طه باقر, مقدمه في تاريخ الحضارات القديمة (مقدمه في تاريخ حضارة وادي الرافدين), ج١, دار الشؤون الثقافية العامة, بغداد , ١٩٨٩ ص٢٥٥ وما بعدها.

-١٠Moi.T, The Kristeva Reader , Bassl Black Well , Oxford, ١٩٨٩ , p ٣٤

١١-د. حيبيه الصافي , سيميائيات ايديولوجيه , دار محاكاة للدراسات والنشر والتوزيع . دمشق , ٢٠١١ , ص ٣١ .

١٢-بشأن الاستعاره الحجاجية. وبنيتها انظر د.محمد سالم الطلبة, الحجاج في البلاغة المعاصرة (بحث في بلاغه النقد المعاصر), دار الكتاب الجديد المتحدة, بيروت, ٢٠٠٨, ص ٢٢٨ وما بعدها, وايضا جيرار, جينت, (البلاغة المقيده), ترجمه الصديق بوعلام, مجله العرب والفكر العالمي. العدد (٧) صيف ١٩٨٩, ص ٥٧ - ٥٨.

١٣-أمنيه غصن . (عقلانيه اللغة والإيصال), الفكر العربي المعاصر, العدد (١٦) , تشرين الاول تشرين الثاني , ١٩٨١ , ص ٦٤ .

١٤-د. عادل فاخوري , (حول مفهوم الكنايه) , مجله الفكر العربي , العدد (٢٦) , اذار ١٩٨٢ ص ١٠٧-١٠٨ .

١٥-هربرت ماركوز, الانسان ذو البعد الواحد , ط ٣ , دار الأدب, بيروت , ١٩٧٣ , ص١٢٩ -١٠٨ .

١٦-م.ن, ١٢٨

١٧-م.ن,ص١٥

-١٨Corner, J and Hewthoran .J. op .cit.p.٣٣٥ .

(*)- يقصد بـ (المغالطة المنطقية), كل قياس تكون نتيجة نقض لوضع من الاوضاع, سواء أكان ذلك ما يسمية المناطقة بـ (التبكيت البرهاني) او (التبكيت الجدلي), وتقوم هذه المغالطات علي المغالطات اللفظية والمغالطات المعنوية, والدراسة المتأنية لهذه الأغاليط في الخطابات السياسية والدعائية تظهر بوضوح انها تنبع من الفلسفة السفسطائية حيث وضع السفسطائيون قواعدها ومازالت فاعلة ونكاد نجزم ان أهم قواعد التلاعب في بنية المنطق الدعائي لايخرج عنها وهو ما يحتاج من الباحثين الى دراستها مع التأكيد على أن حضور السفسطة في الخطاب لايحصل على نحو واحد يمكن تحديد سماته الصورية المضبوطة, وإنما يأخذ إشكالا شتى وصوراً مختلفة تتلون بحسب السياق والمقام وطبيعة اللغة ومعطيات الثقافة, وللمزيد انظر بشكل خاص رشيد الراضي, الحجاج والمغالطة (من الحوار, في العقل الى العقل في الحوار), دار الكتاب الجديد, بيروت, ٢٠١٠, ص ١٨ وما بعدها. ود.كلود يونان, التضليل الكلامي وآليات السيطرة على الرأي. دار النهضة العربية, بيروت, (٢٠١١, ص ٢٨ وما بعدها. ود. عطا الله الرمحين. المنطق واللامنطق في الخطاب الاعلامي . ب . د . ن , دمشق , ٢٠٠٥ , ص ١٢٦ . وأما بشأن بنيه الاغاليط المنطقيه من وجهة نظر المنطق الصوري انظر محمد رضا المظفر. المنطق, ج٣, مؤسسة الرافد للطباعة والنشر . بغداد , ٢٠٠٩ ,ص ٢٣٧ وبعدها .

20- Karen Amstrony , Islam and peace , The Modern Library , new yoyk , 1992 . p . 67 .

٢١ - ناظم الطحان, دراسات في الدعاوى السياسية, ج ٣, وزارة الثقافة, دمشق, ١٩٧٦ ص ١١٠-١١١ .

٢٢- امبيرتو ايكو . م . س . ذ . ص ١٦ .

٢٣- د.محمد مهران, المدخل الى المنطق الصوري. المطبعة التعاونية. دمشق, ١٩٨٢ ص ٩٦ .

٢٤ - اذاعه سوا , انصات شخصي , في ٢٠٠٣/٤/١٣ .

٢٥- الطبيعه البشريه في السياسه , ترجمه عبد الكريم احمد , وزارة الثقافة والارشاد والقومي ,

والقاهره ، ١٩٦٦ ، ١٠٨ .
٢٦ - جون لاينز ، علم الدلاله ، ترجمه مجيد الماشطه وآخرون ، جامعه البصره ، كليه الآداب ، البصرة، ص ٨٣ .
٢٧- احمد مختار عمر ، علم الدلاله ، جامعة الكويت، الكويت، ١٩٨٥، ص٢٢١.
٢٨ - نقلا عن أف. أر. بالمر، علم الدلالة، ترجمة مجيد الماشطة وآخرون، الجامعة المستنصرية ، بغداد، ١٩٨٥، ص١٠٢.
٢٩- عادل فاخوري، علم الدلالة عند العرب، دار الطليعة ، بيروت، ١٩٨٥، ص٤٨.
٣٠- نقلا عن عبد الاله الخزرجي ، تحليل لغة الدعاية ، دائرة التوجيه السياسي ، بغداد ، ١٩٨٢، ص٤٦.
د. حامد ربيع ، نظرية الدعاية الخارجية، محاضرات كلية الادارة والاقتصاد، مطبوع بالروينو، القاهرة، ١٩٧٢، ص٩٧.
٣٢- يوسف الصديق، المفاهيم والالفاظ الفلسفية الحديثة ، الدار العربية للكتاب، تونس، ١٩٨٠ ، ص٨٨.
٣٣- رولان بارت، (الاسطورة اليوم)، ترجمة مصطفى كمال ، بيت الحكمة، العدد(٧) شباط ، ١٩٣٣، ص٥٠.
٣٤- رجاء احمد آل بهيش ، سيمياء الخطاب الدعائي ، م. س. ذ. ، ص ٣٤٤-٣٤٥.
٣٥- م. ن، ص٢٨٨.
٣٦- وكالة رويترز ، في ٨/ ١/ ٢٠٠٩.
٣٧- اذاعة صوت العراق الحر في ١٠/٩/ ٢٠٠٩.
٣٨- اذاعة سوا، في ١٨/ ١٢/ ٢٠٠٢.
٣٩-(الايزوتوبيا Lisotopie) مصطلح استعاره (غريماس) من العلوم الفيزيائية والكيميائية من أجل حل مشكلة تعدد النص في المعنى، بتعدد السياق وازالة الغموض الذي تعرفه تجربتنا عند تلقي ملفوظ معين ، للمزيد، انظر: انور المرتجي، سيميائية النص الادبي، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء ، ١٩٨٧، ص٥٠ وما بعدها.
٤٠ - نقلا عن احمد طاهر، الإذاعة والسياسة الدولية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٠، ص١٢٣.