جامعة إب
مجلة الباحث الجامعي

الخطاب السياسيّ والإقناع

ابتسام محفوض
قسم اللغة العربية، كلية الآداب للعلوم الانسانية، جامعة البعث، سوريا
E-mail: **ibtissamma44@gmail.com**

الملخص :

الخطاب السياسيّ خطاب إقناعيّ بامتياز، يهدف إلى حمل المُتلقّي على القبول والتسليم بصدقيّة الدعوى عبر وسائل إقناعيّة متنوّعة على وفق ما يقتضيه القصد والمقام.

يتناول هذا البحث تحديد مفهوم الإقناع لغةً واصطلاحًا، ثمّ تحديد مفهوم الخطاب بعامّة والخطاب السياسيّ بخاصّة، وبيان علاقة هذا الخطاب بالإقناع تحقيقًا للأهداف التي يتوخّاها المرسل في خطابه السياسيّ.

Abstract

Political Speech is persuasion one par excellence. It aims to make the recipient accept and agree on the truth of the claim by various persuasion means, as the purpose and occasion need.

This research deals with the designation of the persuasion in lingual and idiomatic. Then designation of speech in general, and political speech specially. And declaring the relation of this speech with persuasion to achieve the aims which the speaker intends in his political speech.

الكلمات المفتاحيّة : الإقناع، الحجاج، الخطاب، الخطاب السياسيّ.

Keywords: persuasion, argument, speech, political speech

* الإقناع Persuasion:

لغةً : مأخوذ من الجذر (قنع)، وتتّفق أغلب المعاجم العربيّة على وجود معنيين لهذا الجذر[1] :

الأوّل : السؤال والتذلّل في المسألة، فيقال: قَنَع فلان (بفتح النون) يقنَع قُنُوعًا أي: ذلّ للسؤال، و: سأل الناس الإحسان راضيًا بالقليل[2].

الثاني : الرضى، فيقال: قَنِع (بكسر النون) يقنَع قنعًا وقناعة: رضي بما أعطِيَ، وقنِع بنفسه قنعًا وقناعة: رضيَ، وأقنعني أي: أرضاني. وأقنع فلانًا الشيءُ: أرضاه[3]. وهذا يؤكّد ارتباط الدلالة المعنويّة لكلمة (الإقناع) بالمعنى الثاني، ومعناها: رضى النفس.

واصطلاحًا : يعرّف الإقناع بأنّه محاولة واعية للتأثير في السلوك[4] انطلاقًا من كونه العمليّة الكلاميّة التي تستهدف التأثير العقلي والعاطفي في المُتلقّي أو الجمهور قصد تفاعله إيجابيًّا مع الفكرة المعروضة عليه باعتماد الحجج والبراهين عبر وسائط طبيعيّة أو صناعيّة. إنّه نشاط تواصليّ لغويّ بالدرجة الأولى مؤسَّس على قصد ومخطَّط له سلفًا وفق أهداف معيّنة لاستمالة المُتلقّي وتعديل سلوكه ومواقفه الشخصيّة في ظروف مقاميّة معيّنة، ولا يتحقّق هذا النشاط إلاّ إذا كان المُحاجِج يمتلك كفاءة تواصليّة إقناعيّة متميّزة وثقافة عالية ودراية بأحوال المُتلقّي تستهدف كسب تأييد الآخر لما يعرض عليه، وتتميّز هذه الكفاءة بالمهارات الآتية[5]:

1. مهارة التحليل والابتكار.
2. مهارة التعبير والعرض المنظّم للأفكار.

3. مهارة الضبط الانفعاليّ.
4. مهارة فهم دوافع نقد الآخر.

تظهر علاقة الحِجاج (Argumentation) بالإقناع انطلاقًا من هدف الحِجاج ووجهته، فهو يتوجّه إلى متلقٍّ يسعى إلى إقناعه والتأثير فيه من خلال استمالة هذا المتلقّي بوصفه فكرًا وعاطفة (عقلاً وقلبًا) لإقناعه وكسب تأييده الضمنيّ أو الصريح. ولا يكون الحِجاج جيّدًا إلاّ إذا حقّق هدفه (وهو الإقناع)، لذلك لا وجود لحِجاج دون تحقيق الإقناع؛ لأنّ ((الحِجاج هو بذل الجهد لغاية الإقناع)) [6]. فكلُّ خطابٍ حجاجيّ خطابٌ إقناعيّ، لكنّ العكس ليس صحيحًا، إذ ليس كلّ خطاب إقناعيّ خطابًا حجاجيًّا لأنّه لايعبّر بالضرورة عن قضيّة خلافيّة، وهذا شرط الحجاج.

قد تختلف مقاصد النصّ الإقناعي القائم على الحجج بناء على الخطّة الموضوعة، فقد يُبْنى على الإغراء، فتكون المتعة الشخصيّة غايته، وقد يتّجه وجهة إقناعيّة بحتة تضطلع الحجج المنطقيّة وأساليب الاستدلال بمهمّة توجيه فكر المُتلقّي.

ويشترَط توافر مجموعة من الأمور أثناء ممارسة الفعل الإقناعيّ، ومنها [7]:

1. مراعاة الصفات الشخصيّة للمقنع بصفته يمارس نوعًا من التأثير السلطويّ.
2. خلوّ الرسالة الإقناعيّة من المغالطات الوصفيّة.
3. بناء الحجج على سُلّميّة متدرِّجة تراعي سياق الخطاب.
4. إحالة الرسالة الإقناعيّة على مرجع ثقافيّ سائد ومشترك بين الطرفين، ومراعاة القيم والعادات والتقاليد السائدة.
5. وضوح الأهداف وإمكان الوصول إليها.
6. الجمع بين الرأي والرأي المضاد.
7. تنويع عرض المرسلة الإقناعيّة مع مراعاة التباعد الزمنيّ في عمليّة العرض.
8. أهميّة إيجاد جوّ نفسيّ ملائم، أي مراعاة التهيئة النفسيّة للمُتلقّي.

يرى بعض الدارسين أنّ الإقناع يستوجب اعتقاد الرأي والعمل به، بينما يقتصر آخرون على الاكتفاء بتغيير موقف المُتلقّي الفكريّ أو العاطفيّ دون العمل به [8]. ويرى آخرون أنّ الإقناع ليس مجرّد عمليّة يقوم بها المتكلّم لتغيير اعتقاد المُتلقّي أو سلوكه دون وعي منه، بل إنّها محاولة واعية للتأثير في السلوك، والمواقف دون إكراه أو قسر [9]. يقول غرينيه Grenier: ((عندما أعمل على الإقناع فإنّني أرغب في اقتسام اعتقادي مع الآخرين)) [10].

يرتبط الإقناع بالتأثير influence، لكنّه يختلف عنه، فالإقناع محلّه الفكر والعاطفة ويهدف إلى تغيير السلوك، أمّا التأثير فمحلّه السلوك أو الموقف، وهو أعمّ وأشمل من الإقناع.

كما يرتبط الإقناع بالإذعان (détermination) لكنّ الفرق بينهما أنّ الأوّل عمليّة واعية تستهدف كلّ الفعاليات الإدراكيّة، والثاني موقف إيجابيّ من عمليّة الإقناع، ويستهدف بعضًا من الفعاليات الإدراكيّة، وقد يحصل الإذعان دون إقناع (كأن يحصل من خلال القسر والقوّة والإكراه).

ارتبط مفهوم الإقناع بالبلاغة والخطابة، والخطابة منذ القديم هي ملكة جعل الآخرين يشاركوننا آراءنا وطريقة تفكيرنا في أمر من الأمور، والسعي لإيصال عواطفنا إليهم كي يتعاطفوا معنا من خلال غرس أفكارنا في أذهانهم بواسطة الكلمات بقوّة تجعل أفكارهم الخاصّة تنحرف عن المسار الأوّلي وتتّجه إلى مسار أفكارنا [11]. وتذكر المصادر اليونانيّة القديمة أنّ السفسطائيّين كانوا أوّل مَن اتّجه إلى تكوين الخطباء وتوجيههم إلى الجدل وفنّ الحوار، وكانت وظيفة الخطابة عندهم القدرة على إقناع الآخرين ،

واستمالة وجدانهم، وتحريك عواطفهم والتأثير فيها وتحويل اقتناعاتهم إلى الوجهة المرادة من خلال غوايات التضليل والتشكيك، والتغليط بالقياس الفاسد، ممّا جعل الفلاسفة وفي مقدّمتهم سقراط يتصدّون لهم ويحملون على الخطابة لاهتمامها بالإقناع، لتصبح وظيفة الحِجاج على يديهم تخليق الخطابة وتعديل مسارها واستعمالها فقط للأغراض النبيلة والأهداف السامية، فالخطابة عند أفلاطون كانت تهدف للبحث عن الحقيقة والبرهنة عليها. ثمّ جاء أرسطو فأقام الخطابة على الأسس التي حاربها أفلاطون أي على أساس الاحتمال والممكِن، وجعل هدف الخطابة تحقيق التأثير، وسعى إلى اكتشاف وسائل الإقناع الممكنة في أيّ موضوع كان، وترتيب تلك الوسائل. فاختلاف الموضوعات والمُتلقّين يقتضي تقديم وسيلة وتأخير أخرى، فما يقدَّم في الخطبة القضائيّة لا يستعمل للتأثير على جمهور الناس في الخطابة الاحتفاليّة، ولا يتحقّق الإقناع ـ حسب أرسطو ـ إلّا من خلال التركيزِ على أخلاق القائل، وتصييرِ السامع في حالة نفسيّة ما، ومراعاة القول نفسه، ومعرفة خصوصيّة كلّ ما سبق.

لكنّ أرسطو لم يحارب ما دعا إليه أفلاطون تمامًا في دعوته للبرهنة على الحقيقة، فقد جعل الخطابة (الحِجاج) وسطًا ما بين السفسطائيّين والفلاسفة، ووجد بعض الدارسين أنّ الهم الأوّل عند أرسطو إتاحةُ التداول الجماعي لتكوين رأي الأغلبيّة، فهو لم يكن يهتمّ بالحقّ بقدر اهتمامه بما يظهر أنّه حقّ، أي ما ينبغي أن يظهر أنّه حقّ لإقناع الآخر في إطار ديموقراطيّة أثينا. لذلك أدرجوا مشروعه في إطار (إشكال التأثير)[12].

إنّ ما جاء به أرسطو قديمًا عاد من جديد ليطفو على السطح مع البلاغة الجديدة واهتمام الفلاسفة والبلاغيّين الغربيّين المحدَثين ببلاغة الخطاب بسبب قناعاتهم بالدور الخطير الذي يلعبه الحِجاج في توجيه الرأي وبلورة الفكر المعاصر، حيث بدأ الحنين من جديد إلى خطابة أرسطو التي نتوسّل بها الإقناع في كلّ حالة على حدة بوسائل متنوّعة حسب الأحوال[13].

لقد بات الإقناع مقصدًا أساسيًّا في الخطب والنصوص ذات المنزع التأثيريّ، كما شكّل نواة البحث الحِجاجيّ والقلب الرابط بين البلاغة القديمة (الأرسطيّة اليونانيّة، أو البلاغة العربيّة القديمة) والبلاغة الجديدة، إنّ توجّه البلاغة (القديمة والجديدة) نحو الآخر لإقناعه بتبنّي موقف، يمكن أن نطلق عليه "النشاط اللغويّ الإقناعي"[14]، ويتحقّق هدف الإقناع عبر توسّل أدوات وأساليب حِجاجيّة تركيبيّة، بيانيّة، بلاغيّة... يعبّر عنها المتكلّم ويوظّفها في خطابه بحيث تكسبه ثقلاً حِجاجيًّا تأثيريًّا وقوّة إقناعيّة تؤدّي إلى تحقيق ما هو مطلوب من المُتلقّي.

* **الخطاب** Discours

مصطلح معرفيّ، له أصل لغويٌّ ومعنى اصطلاحيّ، والخطاب **لغةً**: مأخوذ من الجذر (خطب)، قال الزمخشريّ: إنّ الخطاب ((هو المواجهة بالكلام))[15]. فالخطاب في العربيّة يعني المكالمة أو الحديث، أو اللّغة المُستخدمَة بين اثنين، أي لغة التفاعل، وجاء في التفسير في قوله تعالى: ﴿لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ خِطَابًا﴾ [النبأ: 37]، أي لا يقدر أحد على ابتداء مخاطبته إلاّ بإذنه[16]، فالخطاب هو المكالمة أو المواجهة بالكلام[17]، ويقول الكفويّ: ((الخطاب: خاطبه، وهذا الخطاب له، لا خاطب معه، وخطاب معه إلاّ باعتبار تضمين معنى المكالمة، وهو الكلام الذي يُقصَد به الإفهام، والخطاب: اللفظ المتواضَع عليه المقصود به إفهام من هو متهيّئ لفهمه))[18].

و**اصطلاحًا**: يعرّف الخطاب بأنّه إيصال المعنى إلى السامع عن طريق الكلام[19]، وبهذا فهو يقوم على التلفّظ أو القول بين طرفين (متكلّم ومتلقٍّ)، وقد أُطلِق على أحد مفهومين:

المفهوم الأوّل: يعني الملفوظ المُوجَّه إلى الآخر لإفهامه قصدًا معيّنًا، وهذا يتّفق مع ما جاء عند العرب قديمًا.

المفهوم الثاني: يتّسم بجدّته في الدرس اللسانيّ، ويعني التركيب اللغويّ الذي يتجاوز الجملة[20].

يسعى الخطاب إلى توصيل رسالة ما بواسطة اللّغة، لكنّ اللّغة وحدات خامدة لا تحقّق تواصلاً ما لم تتحوّل إلى كلام، وهذا الكلام يقتضي وجود طرفين لتحقيق التواصل. هذا يعني أنّه لا يكفي أن يقال: إنّ الخطاب يتشكّل من أكثر من جملة. كما أنّ إيراد عدد من الجمل بصورة اعتباطيّة لا يصنع خطابًا، فأيّ نسق من الجمل أو التراكيب اللغويّة لابدّ أن يترابط وينتظم لكي يصنع خطابًا له دلالة واضحة يدركها المتلقّي. وبهذا نكون قد انطلقنا من اللّغة بوصفها منظومة سيميائيّة، تتكوّن من علامات لكلّ منها دالّها ومدلولها، لندخل ميدان اللّغة من جديد بوصفها منظومة تواصل، فاللّغة وحدات خامدة في العقل الجمعيّ، لا تحقّق تواصلاً ما لم تتحوّل إلى كلام، فالكلام تحقيق لوحدات اللّغة، وهو أداء فعليّ ملموس لها، يقوم به الفرد، ويحمل طابعًا اجتماعيًّا، ويتشكّل الخطاب عندما يتوجّه هذا الكلام إلى متلقٍّ.

أمّا حدّ الخطاب فهو كلّ منطوق به موجَّه إلى الغير بغرض إفهامه مقصودًا مخصوصًا مع تحقيق أهداف معيّنة، وهو يرتبط بالسياق والمقام.

الخطاب نشاط إنسانيّ بالغ الأهميّة، لا يمكن الاستغناء عنه، فهو سبيل الإنسان للتعبير عن ذاته، فبه يتمكّن من نقل أفكاره للآخرين فيتقبّلونها، وبه يتمّ التحاور، ومن خلال الحوار يكون التلاقي أو النفور، وهذا تأكيد على الاستمراريّة، فالإنسان لا يستمرّ من دون كلام وحوار مع الآخرين داخل محيطه الاجتماعي، وبالخطاب يستطيع الإنسان أن يكشف المجهول ويدرك الحقيقة. يمكن للمُرسِل أن يتوخّى في خطابه الواحد استراتيجية واحدة أو استراتيجيّات مختلفة، ممّا يجعل الاكتفاء بتصنيف الخطاب إلى سياسيّ أو ثقافيّ أو فلسفيّ لا يفي بالغرض المطلوب. وللخطاب استراتيجيّات كثيرة، يمكن تصنيفها تصنيفًا عامًّا لينتظم عقدها بحسب معايير واضحة، ومن هذه المعايير: معيار اجتماعيّ (معيار العلاقات التخاطبيّة)، ومعيار لغويّ (شكل لغة الخطاب)، ومعيار ثالث هو (هدف الخطاب). فكلّ قول يفترض متكلّمًا ومستمعًا ويكون لدى المتكلّم مقصد التأثير في الآخر على نحو ما. ويُعَدّ الهدف الإقناعيّ من أهمّ الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها.

يُعَدّ إنتاج الخطاب نشاطًا لغويًّا مرتبطًا بالوعي وثقافة الإنسان، إذ لا نكاد نذكره إلاّ مقترنًا بوصف آخر، مثل: الخطاب الثقافيّ، الخطاب السياسيّ، الخطاب الدينيّ، الخطاب العلميّ...؛ وتنوّعت أشكاله لارتباطه بتعدّد أشكال الوعي (دين، علم، سياسة، أخلاق، فنّ، قانون، فلسفة)، كما تعدّدت دلالاته باختلاف اتّجاهات محلّليه.

الخطاب السياسيّ: خطاب اجتماعيّ يرتبط بالمجتمع السياسيّ الذي يوجد فيه ويحمل قيَمه. ويتكوّن من بنيتين:

الأولى: داخليّة تستند إلى اللّغة بمستوياتها كافّة بدءًا بالمستوى الصوتيّ انتهاء بالمستوى الدلاليّ بوصفه عملاً لغويًّا.

الثانية: خارجيّة ترتبط بالمناسبة التي دعت إلى إنتاج هذا النصّ كما ترتبط بالقصد والمقام والمؤثّرات الاجتماعيّة والثقافيّة التي تشارك البنية الداخليّة في الدلالة وتسعى إلى تحقيق نجاح عمليّة التواصل.

الخطاب السياسيّ خطاب إقناعيّ بامتياز، يهدف إلى حمل المُتلقّي على القبول والتسليم بصدقيّة الدعوى عبر وسائل إقناعيّة متنوّعة وفقا لما يقتضيه القصد والمقام. وهو نصّ ذو سمات مركّبة من الإيحاءات المعنويّة، يتميّز بسمات

تميّزه عن غيره من الخطب الدينيّة والقضائيّة... داخل اللّغة الواحدة[21] ؛ لأنّ لغته لغة تواصليّة لا إبداعيّة بالمعنى المطلق. يحتاج إلى فهم وتأويل، كما يحتاج إلى مُتلقٍّ يدرك مضمونه وأحيانًا لا يدركه تمامًا.

يتّسم الخطاب السياسيّ بتواصليّته، فلا سياسة بلا تواصل، وكثيرًا ما يقال: ساسِه، أو خذْه بالسياسة، أي: قلْ له كلامًا منمّقمًا لإقناعه وكسب ودّه، وجوهر التجربة السياسيّة أنّها نشاط تواصليّ، والتواصل السياسيّ هو ((تفاعل بين طرفين من خلال قناة معيّنة حول قضيّة معيّنة))[22].

إنّ ارتباط التواصل بالسياسة ليس بجديد فجذوره تعود إلى التراث اليونانيّ القديم، لكنّه برز في العصر الحديث فظهر حقل التواصل السياسيّ بوصفه مجالاً مستقلاً بُعَيْد منتصف القرن الماضي، وظهرت دراسات تناقش تبادل التأثيرات بين الحكومة والمواطن، وأخرى تتناول آثار وسائل الإعلام في الانتخابات السياسيّة، وتحليل اللّغة السياسيّة، وآثار الدعاية السياسيّة، كما انتشر تدريس التواصل السياسيّ في كثير من الجامعات في أنحاء العالم، ورافقه ظهور مقرّرات مثل: الاتّصال السياسيّ، الإقناع السياسيّ، الخطابة السياسيّة، الاتّصال الجماهيريّ والسلوك السياسيّ[23].

أركان العمليّة التواصليّة في الخطاب السياسيّ وعلاقتها بالإقناع:

تتمّ عمليّة التواصل في الخطاب السياسيّ كأيّ عمليّة تواصليّة بأركانها الستّة، إذ يقوم المُرسِل بإنتاج رسالة (نصًّا / خطابًا)، تعتمد مرجعًا سياسيًّا وسياقًا مُعيّنًا تقالُ فيه باستخدام رامزة هي اللّغة، وتنتقل عبر قنال لتصل إلى مُتلقٍّ يتلقّاها ليربطها بدلالتها المحدّدة. وهذه الأركان هي:

1- المُرسِل السياسيّ: يمثّل الذات المحوريّة في إنتاج الخطاب السياسيّ، وقد يكون فردًا أو جماعة (حزبًا)، حاكمًا أو محكومًا، مؤيِّدًا أو معارِضًا. ويجب أن تنعكس شخصيّته وفكره على الخطاب، وقد تفوح من خطابه رائحة السلطة والتكبّر (إن كان حاكمًا أو ممثّلاً لِجماعة ما).

تؤثّر صفة المُرسِل السياسيّ ومكانته وخلفيّته السياسيّة في صنع الخطاب إلى جانب الموروث الثقافيّ والمعرفيّ والمعتقديّ والإيديولوجيا والسياسة والأفكار التي يتبنّاها والتي تشير إلى سعة معرفته وخبرته بالأمور، ويُفَضّل في السياسيّ (المُقنِع) أن يكون أهلاً لثقة الآخرين به. ولمّا كان (التأثير) influence في العلوم السياسيّة يعني قدرة الفاعل السياسيّ على التأثير في سلوك الآخرين[24]. فإنّ هذا يتطلّب منه معرفة نوعيّة الجمهور واتّجاهاته ومعتقداته وسلوكيّاته وصفاته وظروفه وأحواله النفسيّة، وما يؤثّر فيه من كلمات وعبارات ؛ لأنّ خطابه لن يلقى صدىً، وسيبقى كلامًا في الفراغ وحبرًا على ورق إنْ لم يحقّق التأثير المطلوب. كما أنّ عليه أن يلمّ بالقيم الاجتماعيّة والمخزون الشعبيّ من أمثال وأساطير وشعارات سياسيّة يحسن توظيفها، وأنْ يدرك نوعيّة لغة الخطاب التي يستعين بها فيلجأ إلى لغة الخطاب اليوميّ التي تزيد من فاعليّة التواصل والتأثير في المجتمع الأميّ والمتخلّف ؛ لأنّها أكثر ارتباطًا بتراثه الشعبيّ، ويعمد إلى لغة تخاطب (أرفع شأنًا) في المجتمعات المثقّفة والمتحضّرة. كما ينبغي أن يركّز في خطابه على مشاعر المُتلقّي وعواطفه (إلى جانب عقله) ؛ لأنّ (عامّة) الناس أكثر تأثُّرًا من غيرهم بالعبارات العاطفيّة والأساليب الحماسيّة.

واختصارًا سنجد أنّ على هذا المرسل أن يوظّف أدوات اللّغة وأساليبها بمختلف مستوياتها (أو ما يسمّى لعبة اللّغة في الخطاب السياسيّ) ؛ لأنّ هدفه الأساس استمالة المُتلقّي والتأثير فيه، وإقناعه، واستثارة حماسته، ودفعه إلى فعل ما هو مطلوب منه، أو اعتناق مبادئ

وأفكار معيّنة وتبنّيها. آخذين بالحسبان أنّ بإمكان المُرسِل في الخطاب السياسيّ أن يدفع المُتلقّي للفعل عبر وسائل إقناعيّة أخرى من خارج اللّغة كالتهديد والترهيب والقوّة والضغط بحكم مكانة المُرسِل السياسيّة والمنزلة التي يتبوّؤها.

2- المُتلقّي: الخطاب السياسيّ (خطابًا / نصًّا) خطاب مبهم لا يتحقّق إلاّ بوجود مُتلقٍّ، فلا فاعليّة ولا قيمة له بدون وجود هذا المُتلقّي؛ قد يكون المُتلقّي فردًا أو جماعةً شعبًا أو شعوبًا، ويُعوّل عليه حسن تأويل الرسالة وفهمها فهمًا سليمًا لتؤدّي غايتها. وهنا تزداد صعوبة عمل المُرسِل السياسيّ في اختيار أساليبه الإقناعيّة وتغييرها لاختلاف نوعيّة هذا المُتلقّي.

تتحدّد العلاقة بين التواصل والنظام السياسيّ في العصر الحديث في ثلاثة مستويات خاصّة بالمُتلقّي هي[25]:

1. مستوى الفرد: يقدّم إليه نظامُ التواصل قيادتَه السياسيّة في شكل متكامل، فيغطّي أخبارها وإنجازاتها على الصعيد الداخليّ، ويعمل على تحديد شرعيّة النظام السياسيّ للفرد العاديّ وعلاقته به، ويقوم بإقناعه والتأثير عليه من خلال ترغيبه في بعض أنماط السلوك السياسيّ.
2. مستوى الجماعة السياسيّة: يسعى إلى تحديد ثقافتها السياسيّة وتنشئتها على مبادئ السياسة والتواصل، بمخاطبة الثقافات الفرعية والأقلّيات داخل الجماعة، ليجعلها ضمن الجماعة الكبرى. فالهدف الأساسُ هنا توجيه تلك الجماعة وتنشئتها على مبادئ القيادة السياسيّة.
3. مستوى النظام السياسيّ: لتحقيق الانسجام بين الحكم والجماهير من خلال ممارسة وسائل التوجيه الإقناعيّ والتجنيد السياسيّ والتنشئة السياسيّة.

وكلّما اتّسع جمهور المُتلقّين ازدادت صعوبة عمل المُرسِل ولاسيّما في الخطاب السياسيّ الدوليّ الذي يتجاوز حدود الدولة أو الوطن، ويتوجّه إلى جمهور من المُتلقّين ذوي أجناس وثقافات مختلفة، وممّن ينتمون إلى دول مختلفة، مثل الخطابات التي تُوجَّه إلى شعوب العالم في مجلس الأمن وأثناء الحروب ومعاهدات السلام لخلق رأي عامّ دوليّ يتبنّى موقفَ صاحب الخطاب. وهنا تتعدّد لغة المشاركين وجنسيّاتهم ودياناتهم ومشاربهم واتّجاهاتهم السياسيّة.

3- الرّسالة: قد تكون من صنع شخص أو جماعة سياسيّة معيّنة، وقد يشارك في إعدادها وكتابتها مجموعة من الاستشاريين والمتخصّصين[26]. والرّسالة خطاب (أو نصّ) مُوجَّه عن قصد إلى مُتلقٍّ محدّد مقصود بقصد التأثير عليه وإقناعه بما تحمله من أفكار أو آراء سياسيّة، ولا تكون الرّسالة هنا اعتباطيّة بل ترتبط بمناسبة خاصّة دعَت إلى إنتاجها بوصفها محدّدًا سياقيًّا، كما ترتبط بالقصد والمقام. وتتضمّن الرّسالة قضايا كبرى أو بسيطة تهمّ الشعب، ويكون ذلك المضمون متأثّرًا بثقافة قائله وفكره واتّجاهه وتجاربه، كما يكون للعوامل السياسيّة والأحداث الداخليّة والخارجيّة وظروف المجتمع السياسيّ والضغوط والمصالح والمتطلّبات السياسيّة والخضوع للنفوذ الخارجيّ تأثير على منتج هذا الخطاب فهذه الأمور تستدعي النطق بأشياء، أو السكوت عن أشياء. ويمكن تحديد نوعين من الخطاب السياسيّ هما[27]:

أ -خطاب الكلمات ويتميّز بـ:

- استخدام لغة مشتركة بين طرفي الاتّصال.
- وضوح الرّسالة؛ لأنّ هدف المُرسِل هو التبليغ والإفهام، فوظيفة الرسالة هنا ندائيّة تأثيريّة؛ لأنّها تتمحور حول المُتلقّي، لذا ينبغي على المُرسِل التحكّم في الموضوع، فيجعل موضوعه متناسبًا مع المُتلقّي، لإثارته والتأثير عليه للعمل بمضمون الخطاب من خلال الإقناع.

ب -خطاب البنية: يستخدم المُرسِل في هذا الخطاب صيغًا لغويّة لا تعتمد الوضوح بل التّعتيم والضبابيّة، ويكون هدفه في هذه الحالة الإخضاع والطّاعة لا الحوار والمجادلة،

فتُحْشَدُ الأفكار والكلمات والتّوجيه[28].

4- القنال (قناة التّواصل): الواسطة التي يتمّ عبرها نقل الرّسالة من المرسل إلى المتلقّي، ويستخدم الخطاب السياسيّ مجموعة من قنوات التّواصل اللّفظيّة (كالقناة السمعيّة، وقوامها الأصوات والعلامات اللّغويّة)، وقنوات التّواصل غير اللّفظيّة، وهي التي تستخدم وسائل غير لغويّة في عمليّة التبليغ، ونميّز فيها: لغة الإشارات، (وتشمل إشارات التّفاهم البسيطة والمعقّدة)، لغة الحركة والأفعال، لغة الأشياء (كاللّون والهيئة)، وجميعها تهدف إلى إيصال معانٍ محدّدة للمتلقّي.

5- المرجع: وهو الموضوع الذي تتحدّث عنه الرّسالة، إذ إنّ لكلّ رسالة مرجعًا تحيل عليه، وسياقًا مقاميًّا تُقال فيه، وهذا السّياق هو العامل المفعّل للرّسالة بما يمدّها من أسباب تسهم في إيضاحها.

6- الرامزة (اللّغة): يتحقّق التّواصل السياسيّ عبر أداة له هي اللّغة التي تؤدّي دورها في التنشئة الاجتماعيّة، وتسهم في صنع الشرعيّة لنظام سياسيّ ما، وتشرّع القوانين والدستور والأنظمة وتصوغ البنود السياسيّة والاتفاقيّات، وتثير السلم أو الحرب، وهي لغة سياسيّة تتجاوز مرحلة التخاطب العاديّ (الكلام) والأدوار الاجتماعيّة ونقل الثقافة عبر الأجيال، لتصف وتعزّز وتحفظ الوضع الراهن. وتعدّ اللّغة في السياسة من أخطر الأسلحة النّفسيّة للسيطرة على الأفكار والأشياء، وتسهم إسهامًا فاعلاً في الدّعاية والإعلان السّياسيّ والانتخابات، ويكون الفائز دائمًا من كان أقدر على استخدام اللّغة، بعد أن كان التركيز في الماضي يتوجّه إلى الفعل السياسيّ في مقابل الكلام السياسيّ، وكان ينظر إلى الأوّل على أنّه أكثر صدقًا من الثاني، لكنّ ما شهده القرن العشرون أكّد أنّ الأفعال السياسيّة تُبنى بواسطة اللّغة التي تتحقّق من خلال الكلام. فالسياسة لعبة الكلمات، والسياسيّون يتقلّدون السلطة، لأنّهم يحسنون التلاعب بالكلمات، فهم يتحدّثون، ويقنِعون، ويحقّقون أهدافهم في السّيطرة، ويعزّزون الولاء الشعبيّ لهم، فاللّغة السياسيّة ليست سياسيّة بألفاظها بل بالمعلومات التي تنقلها وبالمحيط الذي يحدث فيه هذا التواصل. فكلّ السّياسة كلام، وليس كلّ الكلام سياسة.

لغة الخطاب السياسيّ:

تتّصف لغة الخطاب السياسيّ بخصائص تميّزه وتجعله مؤثّرًا، وهي تتعلّق بالعناصر السابقة: مُرسِل الخطاب (مصدره) ومُتلقّيه، ومضمونه. كما ترتبط بوسائل انتشاره، فالخطاب يكون أشدّ تأثيرًا إذا نُشِر عبر وسائل الإعلام بأنواعها كافّةً؛ المقروءة والمسموعة والمرئيّة وحديثًا المواقع الإلكترونيّة، ومواقع التواصل الاجتماعيّ، حيث يصل إلى أكبر عدد من المُتلقّين سواء كانوا من النخب السياسيّة أو عامّة الشعب، ولاسيّما في هذا الوقت، إذ تحوّل العالم اليوم إلى قرية كونيّة صغيرة بفضل ما تحقّق في هذا العصر من تقدّم اتّصاليّ هائل، وتنوّع في وسائل الإعلام الحديثة، إذ لم يعد من الضروريّ وجود منصّة يعتليها الخطيب السياسيّ، أو حضور جمهور عريض يؤكّد تضامنه مع مضمون الخطاب، فقد يَلقى الخطاب الصدى المطلوب ويحقّق التأثير المراد ويدفع المُتلقّي إلى الفعل وصاحبه جالسٌ في مكان ما في أيّ وقت وأيّ مكان ودون أن يدفع المبالغ الطائلة لنشره.

وغالبًا ما يوجّه السياسيّون رسائلهم وفق أساليب إقناعيّة تتيح إحداث أثر أكبر في المجتمع من خلال تدفّق مرحليّ للمعلومات من الأعلى إلى الأدنى. إنّ الرأي العامّ له دوره في إحقاق شرعيّة عمل سياسيّ ما أو عدمه، فكثير من البرامج السياسيّة تحتاج إلى تأييد شعبيّ، ولا يُكتب لها النجاح ما لم يتمّ تعبئة الناس باستخدام لغة سياسيّة مصوغة بشكل ملائم، لتكون قادرة على توليد الأفكار وإيصال المعاني وتأويلها بالشكل السليم، إذ لا يكفي أن يعرف المرء ما ينبغي أن يُقال، بل يجب أن يقوله

كما ينبغي.

لا تهتمّ لغة الخطاب السياسيّ كثيرًا بالتعبير المعرفيّ أو نقل الحقائق الماثلة على الأرض بقدر ما يهمّها تدعيم موقف سياسيّ ونفوذه وبرامجه، لهذا فهي ليست لغة صريحة بل ملتبسة حافلة بالمعاني والتفسيرات الهادفة إلى استثارة النفوس بغية تحقيق الأهداف السياسيّة القائمة. إنّ الخطاب السياسيّ هو ((الخطاب الأكثر إثارة للّبس، ليس لغموضه كما يتوهّم البعض، وإنّما لجهلنا بأصول اللعبة اللغويّة التي تتحكّم بصياغته ومدلولاته))[29]، وهذا يتأتّى من اعتماد هذا الخطاب على الحِجاج، فالسياسة تستعين بالحِجاج[30] لتحقيق أهداف خيّرة أو شريرة، ولتنشر أخبارًا صادقة أو كاذبة، ويقدّم السياسيّ المحاجِج خطابه بلغة واضحة أو غامضة (قصدًا)، فقد يسعى تارة إلى مراعاة المُتلقّي لتصل رسالته إلى عقله، فيعمد إلى الوضوح لتحقيق الفهم والتأويل السليم وصولاً إلى تحقيق التأثير المطلوب. لكنّ السياسيّ يدرك أيضًا أنّ خطابه لعبة الكلمات، ثمّ لعبة تأويلها، لذلك يلجأ إلى أساليب إقناعيّة لا يمكن استخدامها في الخطابات الأخرى، حيث يتلاعب بكلماته من خلال تقديم أجوبته بأسلوب غامض بعيدًا عن الوضوح، فيتحدّث دون أن يقول شيئًا، ويستخدم كلمات في غير موضعها للتعتيم والتعمية، ويشير جالبريث Galbraith إلى ذلك فيذكر أنّ بعض السياسيّين يستطيعون من خلال مهارتهم الخطابيّة أنْ يجعلوا المُتلقّي يغفل عن كونهم يتفادون ويتجاهلون أسئلته الحقيقيّة[31].

- كما يسعى السياسيّ إلى توظيف النصوص الدينيّة أو الأقوال المأثورة أو الأحداث السياسيّة الفاصلة لتبرير أفعال أو برامج سياسيّة لما لها من قوّة إقناعيّة.

- تلعب صياغة التعريفات والأوصاف اللفظيّة لأحداث وهيئات وأشخاص دورًا كبيرًا في بناء تصوّرات الناس، فيقدّم السياسيّ البارع تعريفات مختزلة وتصنيفات جاهزة تنطلق من إيديولوجية معيّنة[32]، فلكلّ قوّة سياسيّة لغتها وخطابها وبلاغتها وأسلوبها وقاموسها السياسيّ. وكلّما كانت هذه المصطلحات بسيطة ومختصرة زاد تأثيرها وانتشارها، كما في الشعارات التي تجسّد موقفًا أو برنامجًا سياسيًّا، فتكتسب زخمها من بساطتها وبلاغتها وارتباطها بالثقافة المحليّة وقدرتها على الإثارة والحشد.

- يعمد السياسيّ إلى مخاطبة العواطف لإثارة مشاعر معيّنة وتوليد انفعالات وحالات نفسيّة يدفع الجمهور من خلالها إلى العمل، أو يعمد إلى تصوير الماضي والمستقبل.

- يستخدم السياسيّ في خطابه صيغ المستقبل ليضع شعبه في ذرا الأحلام، كما يميل بحكم موقعه إلى استعمال صيغ الأمر، ويرفقها بالتنغيم المناسب بما يناسب قوّة المُرسِل وقدرته على تهديد المُتلقّي وإخافته.

- يمتاز الخطاب السياسيّ الإقناعيّ بالطول والتكرار لإيصال مضمونه إلى المُتلقّي.

- يستعين السياسيّ بمفردات تنتمي إلى قاموس جماعته السياسية لدفعهم إلى قبول آرائه واقتراحاته (وكأنّه يخاطبهم بما يحفظون).

- يستعين السياسيّ بالأدوات اللغويّة الحِجاجيّة (الإقناعيّة)، منها ما أطلق عليها (حجّة الوعد بالجنّة)، فيعترفون جزئيًا بسوء الأوضاع على طريقة (نعم) ويستدركون على طريقة (لكن)[33]. كما يستعين بالأدوات المدرجة للنتائج لأنّ لغة الخطاب السياسيّ ترتبط بمصلحة معيّنة، سياسيّة كانت أم اقتصاديّة...فهي تتّجه إلى الإقناع والتمويه والتبرير، لكنّ تبريرها لا يقوم على تحليلات وتفسيرات، بل يقدّم تأويلات للوضع القائم ترمي من خلالها إلى التأثير على الآخرين بغية القبول بشرعيتها.

يلجأ السياسيّ في خطابه الإقناعيّ إلى استخدام الرموز السياسيّة لما لها من دور في تشكيل الحقائق وتعبئة الإمكانات للعمل. وقد تكون تلك الرموز من صنع

السياسيّ نفسه حيث تتحوّل عمليّة الأداء التعبيريّ إلى ((توسُّل بالرمز؛ لأنّنا نعمد بالاسم حين إطلاقه إلى الترميز عن طريق الاسم الواحد المحيل على مسمّيين نريد من الواحد أن يظلّ ثاويًا وراء الآخر... إنّنا بالعبارة المأثورة - نطلق المعنى من حيث نريد معنى المعنى))[34]. وقد تكون الرموز حاضرة وجاهزة بوصفها كلمات أو أفعال أو صور أو أحداث تثير الولاء، أو تشجّع على الطاعة، أو تؤكّد دعوى أو تبرّرها أو تعِد بالخلاص، وغالبًا ما تكون معبّرة ولافتة كالأعلام والشارات والأزياء الموحّدة... وتنتج الرموز عن عمليّة التفاعل الاجتماعيّ، ويجب أن يكون الرمز حاملاً معنى محدودًا يشترك الجميع في فهمه. يستخدم السياسيّون[35] الرموز لطمأنة الناس (وإن لم يكونوا صادقين) فالأحداث السياسيّة ((تدفع بأهل السياسة كي يصنعوا في اللّغة صنعًا، فينحتون من جسدها عبارة تتحوّل إلى كتلة من الإيحاءات يحكمها السياق، وإذا بها تفارق دلالتها الطبيعية الأولى، وتتلبّس بأردية مغايرة من المعاني))[36].

- تؤثّر الأسطورة والطقوس تأثيرًا كبيرًا في رسم المشهد السياسيّ وإقناع الجمهور به، والأسطورة Myth طريقة إقناعيّة (رمزيّة) لها تأثير فاعل في تحريك الجماهير التي تنزع إلى تصديقها بلا دليل، لهذا يستخدمها السياسيّون لتحقيق أهدافهم (الخيّرة أو الشرّيرة)، أو نسبة أخطائهم لوجود مؤامرات كبرى، أو لتخليد مزاعم أو أيقنة مصطلحات بحيث يتحوّل الزعم أو المصطلح إلى ما يشبه الأيقونة، فتصبح مُسَلَّمة مجتمعيّة ومرجعًا مقدَّسًا لا يقبل التساؤل أو النقد وهذا مصدر قوّتها.

- أمّا الطقوس rituals فتصل الفرد بالمجتمع وتعزّز الوحدة والروح الجماعيّة بوصفها سلسلة متّصلة وثابتة من الأفعال والأقوال الرسميّة، فهي نشاط يربط أعضاءه رمزيًّا في عمل مشترك، لافتًا انتباههم إلى اتّصالهم ببعضهم ومصالحهم المشتركة بطريقة لا تقاوم.

- تتلوّن وظيفة البلاغة في الخطاب السياسيّ بتلوّن ألوان القصد والمقام، وتتزيّن بحلية الإضمار، لهذا قد يعمد السياسيّ إلى إنتاج بلاغة مباشرة تسمّي الأشياء بأسمائها، وتقول ما تريد قوله بأوضح الطرق وأوجزها. أو قد يعمد إلى استخدام بلاغة مراوغة تكنّي وتلطّف وتُخفي أكثر ممّا تصرّح من خلال استعمال تعبيرات مخفّفة أو غامضة أو غير مباشرة، وقد أطلق على هذه الطريقة في الخطاب السياسيّ (التلطيف اللفظيّ) euphemism أي التمويه أو ما يعرف في البلاغة العربيّة (تحسين القبيح) بهدف جعل الحقيقة السيّئة مقبولة لغويًّا، ويتحقّق ذلك من خلال إخفاء التسمية المباشرة والدقيقة لوضع ما، واستخدام صيغة أخرى تحمل دلالة أكثر خفّة وغموضًا[37]. يُضاف إلى هذا الأسلوب أسلوبان آخران هما: الإطراء puffery أو المبالغة في المديح، والاستعارة Metaphor حيث يشرح المفهوم الغريب بربطه بشيء واضح ومألوف، فرئيس الدولة رأسها، ورجال الأمن (العيون الساهرة...)، ووصف رئيس الدولة لمشكلة صغيرة بأنّها (أزمة) تدفع الشعب إلى التعامل معها كأزمة حقيقيّة.

- تبرز البلاغة (بفنونها كلّها) في السياسة بوصفها أسلوبًا إقناعيًّا في غاية الأهميّة يتوسّل به السياسيّ لتحقيق أهدافه. لكنّها لن تظهر هنا بوصفها بذخًا تعبيريًّا ولا حلية يزدان بها جسد اللّغة لإظهار مفاتنه، بل ستكون ضرورة ملحّة لا غنى عنها. وتكمن أهميّة الفنون البلاغيّة فيما توفّره للخطاب من جماليّة تحقّقها الوظيفة الشعريّة للّغة من خلال صور معيّنة قادرة على تحريك وجدان المُتلقّي والتأثير فيه. وإذا ما استطاع هذا العنصر الجماليّ أن يستميل المُتلقّي ويؤثّر فيه ويعدّل رأيه وسلوكه ويقوده إلى الوجهة المطلوبة يكون قد رفد العمليّة الإقناعيّة، ويسّرَ على المُحاجِج ما

يرومه من نفاذ إلى عوالم المُتلقّي الفكريّة والشعوريّة والتأثير فيها.

الإحالات المرجعية:

(1) لسان العرب: مادّة (قنع)

(2) المعجم الوجيز، مادّة (قنع).

(3) المعجم الوسيط: مادّة (قنع)

(4) Scheidel Thomas, M. Persuasive speaking. Scott, forsman and Co. Glenview, 1967, p1.

نقلاً عن: د.محمد العبد، النص الحِجاجي العربي، ضمن كتاب الحِجاج مفهومه ومجالاته، ج2، ص8.

(5) القيمة الحِجاجيّة في النص الإشهاري، د. نعمان عبد الحميد بوقرة، ضمن كتاب الحِجاج مفهومه ومجالاته، ج2، ص220.

(6) كتاب الحِجاج مفهومه ومجالاته، التقديم: د. حافظ إسماعيلي علوي، ج1، الأردن، عالم الكتب الحديث، ط1، 2010م، ص4.

(7) السابق نفسه.

(8) يعرف هنريش بليث الإقناع بأنّه: "قصد المتحدث إلى إحداث تغيير في الموقف الفكري أو العاطفي عند المُتلقّي." البلاغة والأسلوبيّة، نحو نموذج سيميائي لتحليل النصوص، هنريش بليث، تر وتقديم وتعليق د. محمد العمري، ص102.

(9) أساليب الإقناع في القرآن الكريم، ابن عيسى باطاهر، دار الضياء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 1427هـ -2006م. ص21.

(10) الحِجاج والاستدلال الحِجاجي، حبيب أعراب، ضمن كتاب الحِجاج مفهومه ومجالاته، ج1، ص644.

(11) في بلاغة الخطاب الإقناعي، د. محمد العمري، مدخل نظري تطبيقي لدراسة الخطابة العربيّة، أفريقيا الشرق، ط2، 2002، بيروت، ص13.

(12) الحِجاج وإشكال التأثير، باتريك شارودو، تر: ربيعة العربي، ضمن كتاب الحِجاج مفهومه ومجالاته، ج2، ص464.

(13) في بلاغة الخطاب الإقناعي، محمد العمري، ص14.

ويذكر د. العمري أنه "نظرًا للدور الذي تلعبه بلاغة الخطابة في التأثير في الرأي العام الوطني والدولي وتوجيهه بادرت الولايات المتحدة منذ عقود إلى إعادة الاعتبار إلى هذه البلاغة بتحويلها من مادة ملحقة بتعليم الإنجليزيّة إلى مادة مستقلة في شعبة خاصة بفن التواصل وخطاب الإقناع، ومنذ سنوات كان يعمل فيها حسب بيرلمان أكثر من خمسة آلاف أستاذ، وألفوا في هذه المادة آلاف الكتب، كما أنشئت هناك مجلة بعنوان "فلسفة وبلاغة" يشرف عليها فلاسفة وبلاغيون، ولا تحتل الصور البلاغيّة (أو الأسلوب) سوى حيّز ضيّق جدًا منها حسب عبارة بيرلمان". المرجع نفسه، ص14.

(14) -الحِجاج وإشكال التأثير، باتريك شارودو، تر: ربيعة العربي، ضمن كتاب الحِجاج مفهومه ومجالاته، ج2، ص464.

(15) -أساس البلاغة، الزمخشري (جار الله، محمود بن عمر 538هـ)، تح: محمد باسل عيون السود، بيروت، دار الكتب العلمية، ط1، 1998م، ص238.

(16) -تفسير القرآن العظيم، ابن كثير، (إسماعيل بن عمر774هـ)، تح: سامي بن محمد السلامة، الرياض، دار طيبة للنشر والتوزيع، ط2، 1999م، ص309.

(17) -معجم الأخطاء الشائعة، محمد العدناني، لبنان، مكتبة لبنان ناشرون، ط2، 2003م، جذر (خطب).

(18) -الكليّات، معجم في المصطلحات والفروق اللغويّة، الكفوي، (أبو البقاء أيوب بن موسى الحسيني 1094هـ)، تح: عدنان درويش، محمد المصري، مؤسّسة الرسالة، ط2، 1998م، جذر (خطب).

(19) -معجم علم اللّغة النظري، د. محمد علي الخولي، لبنان، مكتبة بيروت، 1982م، ص76.

(20) -إستراتيجيّات الخطاب، مقاربة لغوية تداولية، د. عبد الهادي بن ظافر الشهري، بيروت، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط4، 2004م، ص36 -37.

(21) -إشارة اللّغة ودلالة الكلام، (أبحاث نقدية)، د. موريس أبو ناضر، بيروت، لبنان، مختارات، ط1، 1990م، ص283.

(22) - موسوعة السياسة، جامعة الكويت: 1993 -1994، ص465.

(23) -قوة الوصف، دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه، د. أحمد بن راشد بن سعيد، عالم الفكر، العدد1، مج32، يوليو، سبتمبر، 2003م، ص212.

(24) - موسوعة السياسة، جامعة الكويت: ص468.

(25) -لغة الخطاب السياسي، دراسة لغويّة تطبيقيّة في ضوء نظريّة الاتّصال، د. محمود عكاشة، القاهرة، دار النشر للجامعات، ط1، 2005م، ص27 -28.

(26) - تعدّ ظاهرة قيام شخص أو مجموعة أشخاص بكتابة مشاريع خطب رجال السياسة معروفة منذ العصر اليونانيّ، إذ كان محترفو البلاغة يقومون بكتابة خطب الساسة اليونانيين مقابل أجر. وقد اتّسعت هذه الظاهرة منتصف القرن الماضي، وكانت إحدى أهم ظواهر التواصل السياسيّ المعاصر، وأطلق على من يقوم بكتابتها اسم الكاتب الخفيّ.

(27) -مدخل لدراسة النص والسلطة، د. عمر أوكان، أفريقيا الشرق والمغرب، ط1، 1991م، ص17.

(28) - موسوعة السياسة، جامعة الكويت: ص466.

(29) -إشارة اللّغة ودلالة الكلام، د. موريس أبو ناضر، ص288.

(30) - تستعين السياسة بمختلف أساليب الإقناع، وقد اكتفينا هنا بذكر بعض الأساليب التي يتميز بها الخطاب السياسي بشكل عام.

(31) -قوة الوصف، د. أحمد بن راشد بن سعيد، ص217.

(32) يذكر تشومسكي أن هجمات إسرائيل في لبنان وُصِفَتْ في الولايات المتحدة عبر السنين بأنها انتقام من إرهاب منظمة التحرير الفلسطينية وكالعادة، فإن تصنيفات الإرهاب والانتقام إيديولوجية أكثر من كونها وصفية. السابق ص219.

(33) لغة الخطاب السياسي بين الإيديولوجيا والحقيقة، د. موريس أبو ناضر، جريدة الحياة، 23 فبراير، 1998م.

(34) السياسة وسلطة اللّغة، د. عبد السلام المسدّي، القاهرة، الدار المصريّة اللبنانيّة، ط1، 2007م، ص249.

(35) إن صناعة الرموز ليست حكرًا على السياسيين، بل يمكن للمجتمع بأسره ابتكار رموز مختلفة تكفل جميعها تحقيق رأي متوازن في المجتمع. إن وجود الرموز له دور كبير في توحيد الجماعة والقضاء على مشاكلها، وفقدانه يجعل الخلافات تتفاقم، ويعجّل حضور العنف لحل الخلافات.. وتلعب الرموز (الوجهاء... زعماء العشائر...) دورًا كبيرًا في التأثير على الآخرين لحلّ المشكلات.

(36) -السياسة وسلطة اللّغة، د. عبد السلام المسدي، ص283.

(37) كتسمية (نكسة) التي اقترحها هيكل على الرئيس جمال عبد الناصر بدلاً من (هزيمة) التي تُعَدّ ثقيلة الوطأة بما تحمله من دلالات مستقرّة في نفوس أمّة عانت كثيرًا من ويلات الهزائم.

المصادر والمراجع

1. القرآن الكريم.
2. أساس البلاغة، الزمخشريّ (جار الله، محمود بن عمر 538هـ)، تح: محمد باسل عيون السود، بيروت، دار الكتب العلمية، ط1، 1998م.
3. أساليب الإقناع في القرآن الكريم، بن عيسى باطاهر، دار الضياء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 1427هـ - 2006م.
4. إستراتيجيّات الخطاب، مقاربة لغوية تداولية، د. الشهريّ، عبد الهادي بن ظافر، بيروت، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط4، 2004م.
5. إشارة اللّغة ودلالة الكلام، (أبحاث نقديّة) د. موريس أبو ناضر، بيروت، لبنان، مختارات، ط1، 1990م.
6. البلاغة والأسلوبيّة، نحو نموذج سيميائي لتحليل النصوص هنريش بليث، تر وتقديم وتعليق د. محمد العمري، الدار البيضاء، بيروت، أفريقيا الشرق، 1999م.
7. تفسير القرآن العظيم، ابن كثير (إسماعيل بن عمر774هـ)، تح: سامي بن محمد السلامة، الرياض، دار طيبة للنشر والتوزيع، ط2، 1999م.
8. تمثّلات اللّغة في الخطاب السياسيّ، د. برهومة، عيسى عودة، عالم الفكر، 2007م، يوليو سبتمبر، ع1، مج36
9. الحِجاج مفهومه ومجالاته دراسات نظريّة وتطبيقيّة في البلاغة الجديدة، إشراف: د. حافظ إسماعيلي علوي، الأردن، عالم الكتب الحديث، ط1، 2010م.
10. الحِجاج والاستدلال الحِجاجي، (ضمن كتاب: الحِجاج مفهومه ومجالاته دراسات نظريّة وتطبيقيّة في البلاغة الجديدة، ج1 إشراف: د. حافظ إسماعيلي علوي، الأردن، عالم الكتب الحديث، ط1، 2010م).
11. السياسة وسلطة اللّغة، د. عبد السلام المسدّيّ، القاهرة، الدار المصريّة اللبنانيّة، ط1، 2007م.
12. شعريّة ديستويفسكي، باختين، ميخائيل، تر: نصيف التكريتي، مراجعة حياة شرارة، الدار البيضاء، دار توبقال، ط1، 1986م.
13. في بلاغة الخطاب الإقناعي، مدخل نظري تطبيقي لدراسة الخطابة العربيّة، د. محمد العمري، بيروت، أفريقيا الشرق، ط2، 2002م.
14. قوة الوصف، دراسة في لغة الاتصال السياسيّ ورموزه، د.ابن سعيد، أحمد بن راشد، عالم الفكر، العدد1، مج32، يوليو، سبتمبر، 2003م.
15. الكليّات، معجم في المصطلحات والفروق اللغويّة، الكفويّ، (أبو البقاء أيوب بن موسى الحسينيّ 1094هـ)، تح: عدنان درويش، محمد المصريّ، مؤسّسة الرسالة، ط2، 1998م.
16. لسان العرب، ابن منظور (جمال الدين بن مكرم 711هـ)بيروت، دار صادر.
17. لغة الخطاب السياسي، دراسة لغويّة تطبيقيّة في ضوء نظريّة الاتّصال، د. محمود عكاشة، القاهرة، دار النشر للجامعات، ط1، 2005م.
18. لغة الخطاب السياسي بين الإيديولوجيا والحقيقة، د. موريس أبو ناضر، جريدة الحياة، 23 فبراير، 1998م.
19. مدخل لدراسة النص والسلطة، د. عمر أوكان، أفريقيا الشرق والمغرب، ط1، 1991م.
20. معجم الأخطاء الشائعة، محمد العدنانيّ، لبنان، مكتبة لبنان ناشرون، ط2، 2003م.
21. معجم علم اللّغة النظري، د. محمد عليّ الخوليّ، لبنان، مكتبة بيروت، 1982م.
22. المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية بالقاهرة، القاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميريّة، 1993م.
23. المعجم الوسيط: قام بإخراجه: إبراهيم مصطفى، أحمد حسن الزيّات، حامد عبد القادر، محمد علي النجار، مجمع اللغة العربية، إستانبول، المكتبة الإسلامية، ط2، 1972م.
24. موسوعة السياسة، جامعة الكويت، 1993م-1994م.
25. نظام الخطاب، ميشيل فوكو، تر: محمد سبيلا، لبنان، دار التنوير، 1984م.