الخطاب الانتخابي في العراق
بلاغة السلطة واستجابة الجمهور

الأستاذ المساعد الدكتور
صلاح حسن حاوي
جامعة البصرة / كلية الآداب

الملخص:-

تعتمد الخطابات السياسية على مجموعة من المغالطات والحيل البلاغية، او الرموز والتعابير القادرة على ايصال ما يريد السياسي إيصاله الى الجمهور سواء كان جمهوراً مؤيداً او رافضاً، وقد كانت عيّنة هذا البحث هو الخطاب الانتخابي الذي يمثّل جزءاً من دائرة اكبر هي الخطاب السياسي، ولذا يمتثل الى التضمينات والتوصيفات التي تتّصف بها الدائرة الاكبر.

وجاءت هذه الدراسة لمعالجة مرحلة سياسية مهمة في تأريخ عراق ما بعد ٢٠٠٣ مرحلةٌ تؤمن بتعدّد الاحزاب والممارسة الديمقراطية، فكان عملنا التطبيقي عبر بوابة الخطاب الانتخابي عام ٢٠١٤ ومعاينة بلاغتين أولهما (بلاغة المتكلم، بلاغة الاقناع) من خلال اللافتة والصورة والخطاب اللفظي المباشر امام الجماهير، او الخطاب المتلفز، أمّا البلاغة الثانية فهي (بلاغة المخاطَب/ الجمهور، أو بلاغة الاستجابة) وقد بدأت الدراسة بإضاءة معرفة لهاتين البلاغتين، ثم انشطرت الى محورين، المحور الاول اعتنى ببلاغة الاقناع، من خلال الصورة والعبارة والخطاب اللفظي للمرشح، أمّا المحور الثاني فكان الاهتمام ببلاغة الجمهور واستجاباته اللفظية وغير اللفظية مثل بلاغة تقبيل الصور الانتخابية وبلاغة تمزيقها، وبلاغة الهتاف، وقد أُرفقت الدراسة بمجموعة من الصور التي تمثّل مؤشرا بيانياً لمجموع الخطابات المدروسة.

The Electoral Speech in Iraq :The Rhetorics of Power and the People's Response

Asst. Prof. salah Hassan hawi
University in Basrah / College of Arts

Abstract:

The political speeches depend on a number of fallacies and rhetorical tricks or on symbols and expressions capable of conveying what the politicians want to express whether the people are with or against them. This research includes the electoral speech which represents part of a larger political speech and also represents the implications and descriptionns of the political speech.

This study deals with a very important political time in the history of Iraq after 2003. During this time, there are many poltical parties and a democratic process. This practical study deals with electoral speech in 2004 and discusses two two types of rhetorics: the rhetorics of the speaker (the rhetorics of persuasion) through banners and the photos and the direct verbal speech in front of people or the TV speech. The second type is the rhetorics of receiver (respondent/the people or the response rhetorics). The study sheds light on these two types of rhetorics and it is divided into two sides: first, it concentrates on the rhetorics of persuasion through the use of photos, the expression and the speech of the candidate. The second side is concentrating on the rhetorics of people and their verbal response and non-verbal response just like the rhetorics of kissing the election photos and tearing these photos up, and the rhetorics of cheering. This study makes use of photos representing a language Indicative for all the speeches studied in this research.

(إنّ الدولة هي من عمل الطبع، وإن الانسان بالطبع كائن اجتماعي)

أرسطو: كتاب السياسة ٩٨

إضاءة معرفية في بلاغة الإقناع والاستجابة

يقدّم الخطابُ نفسَه بوصفه لعبة بلاغية بين المتكلم والجمهور، فهو فعل تواصلي يعلن فيه طرفا التواصل عن المشاركة في هذه اللعبة، فإذا كان المتكلم هو المسؤول الأول والفعلي عن ولادة الخطاب وإنتاجه، فان المخاطب هو المساهم في إعادة صياغة ذلك الخطاب، وأحياناً توجيه الأفكار المضمَّنة فيه، وتنظيم بنائه، فالمخاطِب أو المتكلم بحسب المحادثة الشفاهية، أو المرسل في الخطاطة الإرسالية، أو المؤلف بالمفهوم الثقافي أو الكاتب في العملية الكتابية، يمتلكُ قاعدةً أو عدةً بلاغية تسهم في انشاء خطابه وتصديره إلى المجتمع أو بفعل مقصود إلى فئة معيّنة مستهدفة من ذلك الخطاب، فالبلاغة – بحسب افلاطون- تنتج اقناع عقيدة لا اقناع علم[١] ، ولذا فهي - في نظره- تجربة قبيحة لا فن جميل وهذا موقف فلسفي نقيض الفهم السفسطائي الذي يرى ان البلاغة هي الحكمة والمعرفة[٢] وفي ظل هذا الصراع نجد ارسطو يتخذ منطقة وسطى بين استاذه افلاطون والسفسطائيين؛ حيث يُعدّ حديث ارسطو عن الحجج/ التصديقات في كتابه (الخطابة) اهم اشارة واقدمها في (بلاغة الاقناع) التي ينتجها خطاب المتكلم وتأثيرها في السامع، اذ يرى هناك حججاً أو براهين منطقية يتضمنها الخطاب نفسه، واخرى ترتبط بكيفية المتكلم وسمته، وثالثهما حجج وبراهين عاطفية تهئ السامع، وتستدرجه نحو الأمر[٣] وبذلك أصبحنا أمام ثلاثة اشكال من انواع الحجج ،كل نوع مرتبط بطرف من العملية التخاطبية التواصلية وهي بالشكل الاتي:-

١- الايتوس: وهي الحجج التي تقوم على الخاصيات الاخلاقية للخطيب.

٢- اللوغوس: وهو الخطاب أو اللغة، أي الحجج المتمركزة في الخطاب نفسه.

٣- الباتوس: وهي الحجج التي تقوم عليها الاحوال النفسية للمستمع، أي تأثيرات ذاك الذي يستمع[٤].

فهناك عناية أرسطية بأدوات المخاطِب وقدرته على الهيمنة عبر التأثير في المخاطَب وهذا متشكل من خلال الوعي البلاغي اليوناني، وحكاية نشأة البلاغة في مدن صقلية واثينا، والصراع الدائر بين الفلسفة والخطابة في توجيه الخطاب السياسي آنذاك(٥).

أمّا عن المدونة البلاغية العربية التراثية، فلا شك أن الجاحظ يتصدر هذا المشهد البلاغي من خلال كتابه المهم (البيان والتبيين) وحديثه عن (البيان والخطابة والبلاغة)؛ ومثلما أخذت بلاغة التخييل مكانة كبيرة في خطاب عبد القاهر الجرجاني البلاغي، فنجد إشارات مهمة عن حجاجية الاستعارة وعمليات الادعاء، وتشكيل الوعي بفهم نفسية المتلقي وعملية التأثير عبر التخييل أو الاقناع، لكنّ المؤثر الفلسفي في وعي حازم القرطاجني جعله اكثر وضوحا في تحديد نوعي البلاغة (الاقناع أو التخييل) وارتباطهما بإنتاج خطاب المتكلم ، حيث يقول: (ولما كان علم البلاغة مشتملا على صناعتي الشعر والخطابة وكان الشعر والخطابة يشتركان في مادة المعاني ويفترقان بصورتي التخييل والاقناع)(٦) ويبدو ان البلاغة العربية – مثلها مثل البلاغة اليونانية – جهّزت المتكلم بقواعد واساليب تمكّنه من السيطرة على ذهنية المخاطب وتوجيه اعتقاداته، وهذا ما تنشغل فيه البلاغة الانشائية حيثُ (ينحصر اهتمامها في المتكلم وكلامه؛ فهي تهتم بدراسة طبيعة القدرة التي تمكّنه من انتاج الكلام البليغ، وتُعنى بتطوير هذه القدرة، وتدرس سمات الكلام الذي ينتجه ووظائفه وآثاره... تقدّم نفسها بوصفها اداة لتحقيق اغراض المتكلم. هذه الاغراض تتمثل غالبا في التأثير على المخاطب و/ أو اقناعه)(٧) فهذا التوجه من البلاغة يعتني ببلاغة المتكلم أو مُنجِز الخطاب في انجاز بلاغتين تعارفنا عليهما؛ إحداهما بلاغة الإقناع والأخرى بلاغة الإمتاع أو التخييل اعتمادا على مادة الخطاب ووظيفته؛ وقد لا ينفصل هذان النمطان عن البلاغة، أمّا الطرف الثاني في لعبة الخطاب فهو الجمهور / المخاطَب الذي يعلن عن انتاج بلاغة الاستجابة والالتذاذ أو التأثر، وقد يأتي الالتذاذ أو الاستفزاز نتيجة للاستجابة.

وتبحث هذه اللعبةُ البلاغيةُ عن مكانٍ لها كي تحقّقَ وجودها؛ لكنّ معاينة التراث البلاغي العربي تكشف لنا عن ارتباطه بالخطابات المركزية (القرآنية والشعرية) التي أصبحت مع بعض الخطابات النثرية قادرة على امتلاك زمام الأمور في إنتاج مثل هذه اللعبة، ويبدو ان هذا الارتباط افقدنا الكثير من التعرّف على فهم المناطق البلاغية المجهولة أو المختبئة أو المهمَّشة

بفعل قراءة الخطابات المركزية، وتظلُّ هذه المناطق تبحثُ عمّن يفتش عنها، حتى صرنا نعيش في ثقافة التكرار واعادة انتاج ما قد تمّ انتاجه سواء على مستوى النصوص الابداعية أو النصوص الشارحة، وبدا من الضروري العمل على فحص اطراف الخطاب التي لم تنل عناية مثل غيرها، حتى تكتمل صورته البلاغية، ويبدو أنّ انتقال العناية من المتكلم والنص إلى الجمهور جعل الدرس البلاغي العربي يتحدّث عن خطابات اخرى لم تنل من الحظ نصيبا، تلك هي الخطابات التي اعتنى بها المنشغلون بالحجاج سواء كان بلاغيا على يد بيرلمان وتيتكا تحت عنوان (البلاغة الجديدة) أو لغويا عند ازفالد ديكرو وانسكومبر والاهتمام بالبعد التداولي/ الدلالي للغة، أو فلسفة السؤال والجواب في حجاج المساءلة عند ميشيل ماير أو الحجاج الفلسفي التداولي كما عند طه عبد الرحمن، حتى يصير الحجاج (حجاج حياتنا اليومية، وهو مصنوع من عوالم من التمثلات التي نتبادلها مع كل البشر، مصنوع من الاستعارات التي نسكن فيها، والتي تساعدنا على بناء رؤيتنا للأشياء والكائنات) [٨] كما اصبحت هناك مساحة لدراسة خطابات غير مركزية في هذه التوجهات المعرفية، وكذلك بوجود البلاغة المرئية وبحثها في العلامات الايقونية والتشكيلية، والعناية بالخطاب الدعائي في البلاغة الاشهارية، وخطاب الميديا، وخطاب الحركة، أو قد يكون فهم القضية معكوساً أو بشكل آخر، حين تبدأ العناية بخطابات الحياة اليومية، والخطابات التي لا تنتمي إلى منطقة الادب النخبوي هي الحافز إلى وضع خطاب الجمهور وبلاغته تحت الانظار، فثمة توجهات لسانية وبلاغية كشفت عن ضرورة دراسة العلاقة بين (الخطاب والسلطة) وتعرية خطابها السلطوي وتأثيره في الجماهير، فكانت الدراسات النقدية للخطاب أو (التحليل النقدي للخطابCritical Discourse Analysis) تقوم على مفاهيم محورية هي " السلطة، والايديولوجيا، والنقد" هذه المفاهيم تتمركز غالبا في خطابات الظاهرة الاجتماعية وخطابات الهيمنة والعنصرية، فالتحليل النقدي للخطاب – بحسب فان دايك احد ابرز مؤسسي هذا الاتجاه – (يُنتَج في اطار التفاعل الاجتماعي ، وبدلا من انكار العلاقة المتبادلة بين قوى العلوم والمجتمع أو تجاهلها، يحافظ تحليل الخطاب النقدي على مثل هذه العلاقات ويبقى عليها) [٩] ولمّا كانت البلاغة احد الحقول المعرفية التي يعتمدها التحليل النقدي للخطاب، فقد وجد الباحث البلاغي المصري عماد عبد اللطيف

منفذا لاقتراحه على الابعاد التي وضعها نورمان فيركلاف[١٠] للحدث الخطابي، إذْ شخّص بعداً غائباً في الإطار التحليلي وهو ما يخص العلاقة بين الخطاب والاستجابات الفعلية للجمهور الذي يتلقاه[١١] حيثُ صار من الضروري العناية بخطاب الجماهير بعد ان بدأت ملاحظة نمو (عصر الجماهير الغفيرة) وتشكّله على حد تعبير جلال أمين، وقدرة هذا الخطاب على خلق بلاغة مضادة لبلاغة السلطة بأشكالها كافة (دينية أو سياسية أو اجتماعية) تحت مسمى (بلاغة الجمهور) ذلك التوجّه المعرفي الذي اقترحه هذا الباحث البلاغي عام ٢٠٠٥ وموضوعه (الاستجابات التي ينتجها الجمهور إثناء تلقيهم للخطابات الجماهيرية التي تبثّها وسائل الإعلام، وهي تعني بشكل أساس بالعلاقة بين هذه الاستجابات والسلطة التي يمثّلها الخطاب الجماهيري أو يسعى إلى ترسيخها أو إضفاء الشرعية عليها)[١٢] .

أولاً: من بلاغة النص والمتكلم إلى بلاغة الجمهور

بيّنا في المدخل المعرفي ضرورة العناية بالجمهور بلاغيا، وعملية الانتقال بين اطراف الخطاب؛ فاذا كان النص يبنى بناء بلاغيا تظهر من خلاله مناطق الجمال، فلاشك ان المتكلّم هو المنتج لهذا البناء عامدا إلى إمتاع المتلقي أو إقناعه، أو إفحام الخصم، فعبر الادوات التي يُشيَّدُ بها النصُ يكون خطابه قادرا على انتاج الاقناع وتعزيز قدرته الحجاجية؛ وما على المتلقي الا الاستجابة؛ وقد يكون هذا الفعل الحجاجي هو خطاب الرد لا خطاب التوجيه، أي: ان يكون في موضع الرد على الخصم وتفكيك حجة الاخر وابطال دعوته؛ فقد (احتجّ عليه، واقام عليه الحجة، وعارضه مستنكرا فعله) [١٣] أو قد لا يعني موضوع الاستجابة هو الخضوع والقبول بسلطة هذه الخطابات، بل تتعرّض هذه الخطابات لاستجابات نقدية بين ترسيخ مفاهيمها واطروحاتها ومنحها مساحة اكبر من المقبولية، أو قد تُنتهك هذه الجنبة (جنبة القبول) باللفظ، أو العلامة، أو أي شكل من اشكال التعبير التي تدخل ضمن بلاغة الجمهور التي تُعدُّ توجّهاً بلاغياً يهتم (بدراسة الاستجابات التي يقوم بها الجمهور اثناء تلقيهم للنصوص والكلام الجماهيري وفي سياق هذا الاهتمام يتم دراسة موضوعات مثل دور الجمهور في عملية الاتصال) [١٤] وما يرتبط بذلك:-

١- نوع الخطاب (السياسي، الديني، الاعلامي الخ)

٢- السياق الذي ينشأ فيه الخطاب (مجموع الظروف الاجتماعية والاقتصادية وغيرها)

٣- طبيعة العلاقة بين المتكلم والجمهور (حاكم/ محكوم، واعظ/ متدين)

٤- الوسائط المستخدمة في نقله (التلفزيون، الاذاعة، الصحف الخ)

٥- التكوين المعرفي والفكري للمخاطب[١٥] .

ويتمّ – عبر بلاغة الجمهور – ادراك الظواهر البلاغية (بوصفها ظواهر مجتمعية تتسم بالتعقيد والتركيب، شأنها شأن بقية ظواهر المجتمع) [١٦] فنحن أمام خطابين؛ خطاب ينتجه المتكلمُ له مادته ووظيفته، ولذا له بلاغته التي تُعينُ هذا المتكلم وتُسهمُ في انجاح خطابه؛ وقد اخذت نصيبها من الدرس البلاغي العربي والغربي وهي (البلاغة الانشائية) بلاغة المتكلم أو المنتج، وثانيهما خطاب ينتجه المخاطَبُ، فهو ليس خطابَ فهمٍ كما تقول بذلك النظريات التأويلية، أو خطاب تعليق كما نرى ذلك في النظريات الشارحة، بل هو خطاب مادته الخطابات الجماهيرية، وموضوعه دراسة الكيفية التي تستخدم بها هذه الخطابات اللغةَ لتحقيق الاقناع والتأثير، اما وظيفته فهي الوعي بمقاومة الخطابات السلطوية وكشف استعمالها اللغة بوصفها اداة.

وقد أشار عماد عبد اللطيف إلى ان بلاغة الجمهور تُعدّ انعكاسا لبلاغة المتكلم فهي تحاول الغاء فعالية ادوات المتكلم في حال استخدامها في بلاغة سلطوية[١٧] لكنّها من جانب اخر قد تعمل على تعزيز بلاغة المتكلّم وتنشط أدواته إذا ما عملت على تأدية وظيفة القبول والترسيخ لا المقاومة، حين يكون المخاطَب أو الجمهور غير قادر على انتاج خطاب مضاد لخطاب السلطة.

ثانياً: الخطاب الانتخابي (المكونات وكيفية الدراسة)

نبدأ من سؤال جوهري ومعرفي ، لماذا نجعل (الخطاب الانتخابي في العراق) محور التحليل، ومنطقة كشف العلاقة المتوترة أو الحميمية بين (خطاب السلطة) و (خطاب الجماهير) ؟ هل يمكن ان يشكّل الهتاف واللافتة والصورة والشعار الانتخابي خطابا يعكس تمثيلا لكشف هذه العلاقة ؟

تبدأ الاجابة من البحث عن منطقة الانتماء،؛ إذْ ينتمي (الخطاب الانتخابي) إلى دائرة اكبر هي (الخطاب السياسي) ولذا يُعاد صياغة السؤال إلى معرفة اسباب الانشغال بالخطاب السياسي

وتحليله عبر مقاربات العلوم السياسية، والانثربولوجيا، والنفسية، والمقاربات البلاغية، واللغوية وغيرها، فالهدف من التحليل هو معرفة وفهم (كيف يعمل الخطاب السياسي، وكيف ينجز وظائفه التي ترتبط غالبا بالحصول على السلطة، واضفاء الشرعية عليها والاحتفاظ بها، ويتضمن تحليل الخطاب السياسي تحليل بنائه اللغوي والسيميوطيقي، وأدائه وتوزيعه، وتلقيه، وتأثيره والاستجابة له)[١٨] فتحليل الخطاب الانتخابي يحمل الغاية نفسها التي يحملها تحليل الخطاب السياسي، كونه جزءا منه؛ فضلا عن وجود ضرورات او احتياجات اخرى هما:-

الضرورة التأريخية وتتحقق هذه الضرورة، حيثما نسجّل تأريخا معرفيا وإن صحّ التعبير بلاغيا- بوصف البلاغة معرفة – للخطاب الانتخابي، ومحاولة وضع ايقوناته وخطاباته ومنتجيها ضمن الممارسة اللسانية.

الضرورة الاجتماعية، وهي ناتجة عن رغبة توجيه الجمهور لامتلاك ادوات انتاج الخطاب حتى يصلح ان يكون بديلا عن خطاب السلطة.

الضرورة النقدية المنطقية، وهي ضرورة الكشف او فضح الخطابات عبر مسك نقاط التناقض المنطقي فيها.

وقد لا نختلف في الحديث عن موضوعة (الانتخابات) بانها موضوعة خاضعة للتحليل على المستوى المقروء والمرئي، ولا نختلف بان من يدير الحديث عن هذا الموضوع هم المحللون السياسيون أو من يتقاسمون العملية الانتخابية أولئك الذين ينشغلون باللغة المجانية، أو اللغة التي تعبث بها الايديولوجيات والتراشق السياسي، وكذلك لا نختلف فيما تقدّمه هذه الانشغالات من أرقام وتوصيف لعملية الاستجابة والاقناع ، ولذا تُعدُّ هذه الدراسة في الممارسة الانتخابية (بوصفها خطابا) اختراقا للغة التحليل السياسي التي لا تفتش في الخطاب كما هو خطاب، بل تظل منشغلة بما يعبث بها من موجهات، فلا شكَّ أن هناك تجاهلا لمثل هذه الخطابات - بوصفها خطابات غير مركزية - وقراءتها ضمن المنظومة اللسانية ونظريات تحليل الخطاب* حيثُ ان للغة دورا مركزيا في السياسة، فالفعل السياسي هو فعل لغوي يتمظهر عبر الكلام والكتابة في الخطب والمناظرات النيابية والمقابلات، أو رسمياً مشفراً كما في التجمعات الرسمية في مقابل المراسيم السياسية[١٩].

وبذلك سنكون أمام بلاغتين يواجهان الخطاب الانتخابي هما بلاغة السلطة المتمثلة ببلاغة المرشّح الانتخابي بوصفه مشروعا سلطويا، أو سلطة المؤسسة الدينية عبر قراءة بياناتها بشأن الانتخابات، وثانيهما بلاغة الجمهور المتقبّل لهذا الخطاب وما ينتجه من استجابات وهذا يحتّم علينا قبل الشروع في هذه الممارسة أن نكشف عن مكونات هذا الخطاب حسب هاتين البلاغتين:-

المحور الأول: بلاغة الاقناع وهي المتمثلة في (بلاغة المتكلم/ منتج الخطاب)

ونستند في كشف هذه البلاغة إلى مكونات الخطاب الانتخابي الذي يمثّل جواز المرور في المناظرات السياسية، ورأس المال الرمزي في بناء خطاب السلطة هو (الصورة ، والعبارة، ولون اللافتات، وخطاب المرشَّح اللفظي، وآماكن وضع اللافتة، وتصريحات ما بعد النتائج).

المحور الثاني: بلاغة الاستجابة وهي المتمثلة في (الجمهور/ استجابات الناخب)

وقد يكون هذا المحور هو محطة سؤال الكثير من القرّاء والمهتمين بالخطاب، على أيّ شيءٍ يعتمد المحلل النقدي للخطاب في التعامل مع خطاب الجمهور واستجاباته؟ لأن دراسة الخطاب ترتكز على اللجوء إلى المدونات بوصفها مكتوبة ومستعدة للقراءة، في حين اغلب الاستجابات هي ردود افعال شفوية أو آنية تنتجها لحظة الاستجابة، ولذا اعتمدنا بعض اليوتيوبات والصور بوصفها مدونة رقمية مثل (الهتافات، والتصفيق، وتقبيل الصور وتمزيقها، واستجابات النتائج).

نموذج التحليل

يشكّل الخطاب الانتخابي في العراق مساحة مهمة وقد تكون مميّزة أحيانا بما تمتلكه من خصوصية التنوع الذي يفرز تنوعاً في الخطاب، فهذا الخطاب يعكس حالة الصراع الطائفي والاثني والعرقي، ويُعطي تصورا كافيا عن التوجهات الإيديولوجية والسياسية التي برزت بعد نهاية حكم الحزب الواحد، فهناك خطابات متصارعة لهويات متصارعة، وقد تكون عملية تعدد الرمز سببا لها، فالمجتمع الذي تتعدد فيه عملية انتاج الرموز، بفعل تعدد مكوناته،

سيكون في صراع خفي في بادئ الامر قد يظهر الى العلن في حالة الضغط والاكراهات الشديدة[٢٠]، ولذا سنجد تصارعاً خطابيّاً تُنتجه التيارات الليبرالية والقومية والدينية وتياراتٌ أخرى لا تُفصحُ عن هويتها، بل أن خطابها يفرز هذه الهوية المفقودة أو المتسترة، وقد وقفنا عند نموذج الانتخابات البرلمانية لعام ٢٠١٤ وما يرتبط بها من احتفاليات الإعلان عن البرامج الانتخابية.

المحور الأول : بلاغة الاقناع

أولا: الصـــــــورة

أبدأ من سؤال طرحه غي غوتي حيث قال: (هل يمكن للصورة ان تكون سنداً لخطابٍ ما؟)[٢١] فلاشك ان الخطاب المكتوب هو مساند وقادر على تأويل الصورة أو قد يتبادل الادوار فتكون الصورة شارحة أو من ادوات التوضيح؟ [٢٢] ، وقد تشتغل بعض العبارات داخل اللافتة الانتخابية مع وجود الصورة أو اختفائها، وبذلك تحمل اللافتة خطابين أحدهما لغوي مكتوب وثانيها بصري ايقوني، فقد يعجز اللغوي المكتوب عن اداء وظيفته، يكون البصري/ الايقوني مساعدا له أو بالعكس، وعلى سبيل المثال صورة المرشَّحة / المرأة احياناً تعتمد الخطاب البصري الايقوني بما يحمل من مدلولين الأول تقريري وهو مرشحة تقدّم صورتها الشخصية إلى الناخب لغرض التعرّف عليها، والثاني ايحائي يفرز استجابة جماهيرية قد تكون ايروتيكية مثل بلاغة التقبيل أو عدائية مثل بلاغة التمزيق وغيرها من الاستجابات الجماهيرية. ولذا ستكون بين ايدينا بعض النقاط نحاول ان نقرأ من خلالها قدرة الاقناع بالصورة.

١- الصورة والكتابة

وفي هذه الثنائية ثمة تعاضد اقناعي بين الخطابين (الصوري واللساني) فقد تختفي الصورة ويشتغل النص المكتوب، اي ان الخطاب اللساني يحلّ محلّ الخطاب الصوري، او يظهر الاثنان ليتحقّق ذلك التعاضد، أمّا عن اختفاء الصورة فهناك اكثر من علة لهذا الاختفاء منها البعد الديني أو البعد العائلي ومثال ذلك عبر نماذج من الصور الانتخابية الاتية:-

أ- الزوج وعائلته بديلا من الزوجة المرشَّحة كما في هذا المثال

فهناك اكثر من علاقة غير بصرية / صورية في هذه اللافتة، بل هي لسانية حيث تبدأ بخطاب الالتماس (انتخبوا من هو منكم وفيكم) فإذا كانت (مِن) للتبعيض فما دلالة (في) وهي للظرفية في هذا المقطع؟ حرفا الجر (من، في) المرتبطان بضمير الجمع (الناخب/ الجمهور) هما كناية عن الارتباط الزمني "من" وهي تجسيد التبعيض من الماضي، أمّا " في" فهي اشارة إلى المعايشة الظرفية في الحاضر والمستقبل؛ ثم التركيز على مفردة (السيدة) وهي تأخذ مقطعا طولياً في اللافتة، رغم وجود التخالف مع الضمير (هو) اي ان الضمير يعلن احلال المذكر مكان المؤنث/ المرشَّحة، ثم يأتي اسم المرشحة الذي لم يستطع ان يعبّر عن ذاتها، كما ان صورتها محمية بصورة زوجها، اي: أنّنا امام مفارقة غريبة بين النص والصورة، فالاسم الصريح غير قادر على المواصلة، لذا يبحث عن الانقاذ عبر التركيب الاضافي البياني (ام سجاد) ، ثمّ يحتلّ الزوج الخطاب الانتخابي بتفاصيله كلها، صورته بديلا عن صورة زوجته/ المرشَّحة، ثم يُذكر اسمه الذي مثّل مرحلة التجسير مع اسم شقيق الزوج الذي يمتلك بعدا اجتماعيا أقوى من اسم الزوج.

ب - وقد يكون البعد الديني له دوره في اخفاء صورة المرشحة عبر وسيلة الخمار (سدل البرقع) الذي يوضع على الوجه وهو يمثل قطيعة ظاهرية بين الذات والعالم[٢٣]. ففي احدى اللافتات لمرشحة (تيار الاحرار) وهو تيار ذو ايديولوجية دينية، نجد الاسم الصريح، التحصيل الدراسي بوصفه رأس مالٍ رمزي لها، ثم تأتي الصورة التي تمثل شكلا اقناعيا عبر التصوّر المرسوم في اذهان المجتمع عن المرأة المحتشمة بالحجاب الشرعي.

ج - وقد تكون الزوجة هي المركز والزوج الهامش في الصورة، وهذا لا يحدث الا مع الشخصيات النسوية المؤثرة في المجتمع وتتمتع بخطاب سياسي قد يسعف زوجها على الفوز، وهذا ما أنتج خطابا غير مألوف في الثقافة العربية عامة والعراقية بشكل خاص مع النائبة في البرلمان العراقي (عتاب الدوري)

وقوف الزوج بطريقة التأدّب، مع وقوف الزوجة بطريقة مركزية غير مستترة وهي تؤدي تحية الوطن لتعبّر عن وطنيتها بالصورة لا باللفظ وهذا حتما سيكون انعكاسا ايجابيا على وطنيّة زوجها.

د- وقد تقترح المجوعةُ صورةً انتخابيةً تعكس هويتها القومية، وهذا ما نجده على سبيل المثال في صورة (ائتلاف بلاد النهرين الوطني) فالنص مكتوب بطريقة هرمية، وما يقدّمه من احالات لها دلالاتها الكنائية بين البعد الظاهر والبعد الخفي لهذا التركيب في بناء

العلاقة بين الصورة والخطاب اللساني. وهذه التعابير الكنائية نجدها في لافتة مرشحي هذه القائمة بالشكل الاتي:-

وهو كناية عن ضرورة البقاء في زمن الازاحة والاقصاء، فاعضاء هذه الكتلة هم من الكلدانيين والاشوريين، وحاول السريانيون ان يقدّموا خطابا أرثيا يعلن الارتباط بالماضي كونهم اصل العراقيين لكنّهم يعانون من ممارسة الازاحة.

٢- التكرار داخل الصورة

يقول ابو هلال العسكري إن التكرار هدفه الحجة على المأمور به[٢٤] فهو يحمل وظيفة الاقناع فقد تكون الصورة تحمل خطابا بصريا مع خطاب لساني (اسم القائمة) واحالاتها فهو خطاب اشهاري قد لا يسكت المتكلم ليستعين بصورة رئيس القائمة الذي يعقد معه التطابق التام بين الخطابين وهي عملية تكرارية تتحقق منها استجابة كونها كناية عن قوله (انا انتمي لهذا الرجل) فالشكل المكرر له هوية واحدة. ونلاحظ ذلك من حضور رؤساء القوائم الانتخابية مثل المالكي واياد علاوي، والجعفري، وجلال طلباني، وصالح المطلك. وهذه العملية هي عملية استبدالية بعد منع استثمار واستغلال صور رجال الدين في الحملات الانتخابية، اذ كانت تمثل صورة المرجع الديني أو رجل الدين القيادي، إيقونة سلطوية تكتسبُ قوتها بقوة صاحب الصورة، حيثُ أنّ العلامات والرموز تزيد من تحسين شعبية المرشَّح[٢٥]؛ كما حدث ذلك في الانتخابات النيابية عام ٢٠٠٥ والاستفتاء

على الدستور وانتخابات مجالس المحافظات من استثمار صور رجال الدين لاسيما صورة المرجع الديني السيد علي السيستاني، وبعد النجاح الذي حقّقه هذا الاستثمار البلاغي لاسيما لتيارات دينية محددة، سعت الحكومة العراقية في بيان صادر يوم ٤/يوليو / ٢٠٠٨ تحظر فيه استخدام هذه الصور، وما يرتبط بذلك من منع لصور رجال الدين الاخرين امثال السيد عمار الحكيم رئيس المجلس الاسلامي الاعلى، والسيد مقتدى الصدر زعيم التيار الصدري، الذين استعاضوا عن ذلك بصور انفرادية لهم وبجانبها عبارات تَمثّلَ فيها بعدٌ ايحائيٌّ لانتخاب القوائم التي يتزعمونها، ثم غياب الإشارة إلى انتخاب هذه القائمة أو غيرها تكفلت به دلالة زعامة القائمة عبر اللون[٢٦] وجاءت صور الزعماء السياسيين وليسوا الدينيين مع مرشحي قوائمهم، لما يمثل من سلطة على الناخب لاسيما السياسي الذي تمكّن خطابه من التأثير في الجماهير؛ فالقائد (يلعب دورا ضخماً بالنسبة للجماهير البشرية. فأرادته تمثل النواة التي تتحلق حولها الآراء وتنصهر فيها والجمهور عبارة عن قطيع لا يستطيع الاستغناء عن سيّد)[٢٧] ففي النموذج الأول صورة زعيم التيار الصدري مقتدى الصدر منفرداً، وما يحمله الحضور الفردي من بلاغة، تساند التعبير اللغوي في انجاح خطاب الكل، فضلا عن مؤشر عدم التكرار.

أمّا النموذج الثاني فهو نموذج التكرار، مع رئيس قائمة وليس زعيما دينيا سياسياً.

فالصورة فيها ايقونة التكرار عبر خطابين الأول الخطاب التصويري (الصورة مع رئيس القائمة) والاخر الخطاب اللساني (ائتلاف دولة القانون) وكذلك مع زعيم القائمة الوطنية (اياد علاوي)

حسن التعليل

وهو فن بديعي يراد منه اخفاء العلة الحقيقية وانتاج علة جديدة جمالية، أمّا توظيف هذا الاسلوب في الصورة الانتخابية نجده في عبارات المرشحين داخل اطار الصورة، اذ ان العلة الحقيقية من الترشّح للانتخابات هي علة واقعية سياسية أو براغماتية، لكنّ بعض اللافتات تطرح عللا غريبة كما في صورة المرشح :-

فهناك داخل اللافتة (صورة + مصحف + عبارة تمثّل حسن التعليل وهي "أقسمتُ بالله العظيم رشّحت نفسي للبرلمان بأمر من رسول الله " ص") وهذه ايقونات اشهارية تساعد الصورة التي لا تتحدّث بل ان صورة المرشّح تظهر ذلك وهو يرفع يده إلى القسم، فهكذا يتساند النص المصاحب للصورة اي: الخطاب اللساني المصاحب للخطاب التصويري وهو الارساء كما يسميه رولان بارت أو دعم المعنى، حيث ان النص يقول ما لا تقوله الصورة. فقد تكون العلاقة بين الصورة والنص المصاحب لها هي علاقة اضافة أو تفسير[٢٨].

ثانياً: العبـــــارة

يعدُّ مبحث العبارة مبحثا مهما في التفكير الارسطي، حتى اصبح هو المتمثل في البلاغة الارسطية، كونه يناقش مسألة اللفظ والمعنى أو الأقاويل وصفاتها وتصنيف الكلام بين (الاسم والحرف والقول)، وقد وضع ابن وهب الكاتب (العبارة) في المرتبة الثالثة من مراتب وجوه البيان بعد الاعتبار والاعتقاد، فالبيان بالعبارة – عنده- هو البيان بالقول؛ فمنه ما هو ظاهر لا يحتاج إلى تفسير، وآخر باطن يحتاج إلى تفسير[٢٩]، حيثُ ان العبارة اصغر وحدة في تكوين الخطاب، تحمل خصيصته الوظيفية، ولها القدرة على الاحتماء بتشكّلها لتؤدي دلالتها داخل النص[٣٠] وقد تبيّن ممّا مرّ ذكره ان العبارة خطاب لساني قادر على مساندة خطاب الصورة، فعبارة (لن نخون) مع مقتدى الصدر ظهرت في لافتة♦ ذات لون برتقالي/ برسيموني تحمل صورته مع العبارة، فالخيانة تحمل أبعاداً كثيرة

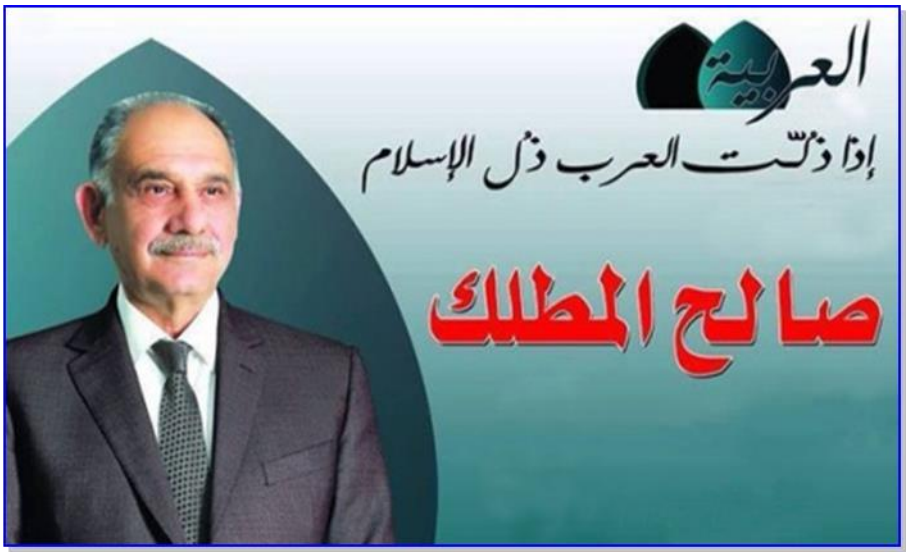
أولهما عدم اختيار اسماء غير المقترحة من قبل التيار نفسه؛ لان اختيار غيرها يدلّ على الخيانة ونقض الوعود الايديولوجية والعقد الصريح بين القائد والجمهور، وثانيهما اشارة موحية إلى المتقبل/ الجمهور بأن مرشحي هذه القائمة يعاهدون المواطن بعدم الخيانة والإيفاء بالوعد، ثالثهما العبارة الجوابية القائمة على أقوال/ حجج تستلزم نتيجة؛ فعدم المشاركة(القول الأول) خيانة للوطن (القول الثاني) النتيجة (لن نخون).

أمّا عبارة (المواطن ينتصر) التي تظهر في لافتة صفراء للمجلس الاسلامي الاعلى كما في الصورة أدناه:

فهي جملة خبرية لا تبحث عن التأكيد بوصفها خبراً ابتدائياً، فهي تقدّم نفسها ضامنة لهذا الانتصار، وبفعل الحاضر الذي يدلّ على الاستمرار.

ولم تكن قائمة (العربية) التي يتزعمها صالح المطلك معنية بدغدغة استجابة الجماهير اجتماعيا أو اقتصاديا أو دينيا، بل ذهبت لتحاكي البعد القومي عبر عنوانها (العربية) وهو عنوان فيه تمركز للعقيدة القومية التي يرى بعض الباحثين انّ هناك اجماعاً (يكاد يكون تاماً بين النخب السياسية والثقافية في الوطن العربي على فشل حركات وخطب

الاتجاهات العقائدية القومية التي تشكّلت خلال عقود القرن العشرين وإلى حدود عقده الاخير)[٣١] لكنّ الخطاب الانتخابي لصالح المطلك اختار عبارة مؤثرة في فضاء/ مكاني ذات الاغلبية السنية العربية يسمح بهذا التأثر مع وجود رموز وايقونات تسهم في دعم العبارة وهي صورة نصب الشهيد الذي أُنشأ عام ١٩٨٣ أبان الحرب العراقية الايرانية، وهذا مؤشر عقائدي وقومي مهم. جاعلا من العرب قوة للاسلام وليس الاسلام قوة للعرب، وهذا ما تؤشره الجملة الشرطية.



ثالثاً: الخطاب اللفظي للمرشّح

يعتمد هذا المحور من الدراسة على خطاب الميديا أو اليوتيوب الذي سُجّل في تلك المرحلة الخطابية، وسنشير إلى عنوان (اليوتيوب) وزمن النشر على المواقع الالكترونية حتى يتأكّد للقارئ عنوان الخطاب اللفظي المعتمد في هذه الدراسة وتوثيقه، اذ يتحقق في بعض الخطابات ما يمكن الاصطلاح عليه بـ (التفاعل الخطابي) بين المتكلم/ الخطيب السياسي والمخاطَب/ الجمهور، حيثُ ان الهدف هو الاقناع، واذا كان الاقناع يتطلب حضور المحاور، فإنّ الدعاية السياسية تفترض محاورا ضمنيا[٣٢] وقد تكون هناك استجابات من الجمهور سلبية أو ايجابية يمكن الاشارة اليها وترك دراستها إلى محور (بلاغة الاستجابة).

١- الاستعارة التصورية في الخطاب الانتخابي

قد نعبّر دائما بالكناية عن تصوراتنا ومعتقداتنا غير المدوّنة[٣٣]، ونستعين بالمجازات والاستعارات لنعبّر عن افكارنا وتصوراتنا عن الاشياء، فهي حكمة الانتقال بالتعابير الاستعارية من مجال الهدف إلى مجال المصدر (التصوّر الاستعاري) وهو تصوّر نسقي، إذْ ان اللغة التي نستعملها للتعبير عن هذا المظهر هي نفسها نسقية[٣٤] والاستعارة التصورية/ المفهومية هي استعارة معرفية غير تقليدية ولا تحتكم إلى منطق المشابهة، بل إلى منطق المعرفة وقائمة على التفاعل وليس الاستبدال، وتمثّل جزءا متسربا في حياتنا فهي (حاضرة في كل مجالات حياتنا اليومية، انها ليست مقتصرة على اللغة، بل توجد في تفكيرنا وفي الاعمال التي نقوم بها أيضا) [٣٥] فهي استعارة ذهنية يعرّفها (جورج لايكوف) (بانها انتقال المفاهيم من حقل إلى اخر) إذْ تؤدي دورا مهما في بناء النسق التصوري عبر اشتغالها ضمن الخطابات السياسية وخطابات الحياة اليومية، فما بين المجالين المصدر والهدف، ثمّة عملية ربط بينهما تعني ان ادراك مجال الهدف يتم فهمُه عبر ادراك مجال المصدر. ولاشك ان الفعل الانتخابي/ السياسي سلسلة من انتاج التصورات يعبّر عنها بتعابير استعارية تنتمي إلى مصدر مختلف، اي اننا نفكر في شيء ونعبر عنه بمفردات شيء اخر.

غالباً ما تعتمد الخطابات السياسية(الخطب، المقابلات التلفزيونية، المناظرات، التصريحات الصحفية وغيرها) ومنها الانتخابية على هكذا أشكال من التعبير، إذْ يبدو ان اللاوعي والاعتباطية وراء مثل هذه التعابير، فثمّة فكرةٌ تشغل ذهن المتكلم يعمل على انتاجها وإظهارها عبر اللغة ،فإمّا ان يقبّحها او يحسّنها ، فيعمد الى اختيار مجال آخر أو الفاظ أخرى يعبّر من خلالها عن الهدف.

النموذج التطبيقي للاستعارة التصورية في الخطاب الانتخابي

أخذ موضوعُ (الدستور) مساحة عريضة في خطاب صالح المطلك الانتخابي المنشور يوم ٢٢/ ٤/ ٢٠١٤ في الموقع الرسمي لقناة البابلية الفضائية، كونه الاداة التي توصله الى الناخب وتشغل ذهنه في الوصول اليه، وإنّ مصدر هذا الانشغال هو شكل من أشكال الهموم البراغماتية للمرشح، فقد عبّر المطلك عن الدستور بمفردات التشخيص السلبي

ومفردات العنف القتالية/ الحربية التي تتحقق منها الاستعارة الانطولوجية حين نتصوّر الاحداث والاعمال استعاريا بوصفها اشياء والحالات بوصفها أوعية[٣٦] يقول المطلك:(عراق يتغير فيه هذا الدستور، هذا الدستور الاعرج المجحف الذي فُرضَ عليكم وعلينا، والذي لنا الشرف أنّنا نحن الذين رفضناه، وأنا من وقف في تلك الايام، وقال للجميع: إنّه دستور ملغوم سينفجر على ابناء شعبنا بين حين وآخر) فمجال الهدف (الدستور) منحه استعارتين في خطابه الأولى (غير المتكامل والسلطوي المضرّ) عبر استعارة مكنية دلالتها التشخيص حيث وصفه (هذا الدستور الاعرج المجحف) وثانيهما بتصوّر استعاري عن مشهد الحياة اليومية في العراق المتمثّل بوجود العبوات والسيارات المفخخة(مجال المصدر) حيث عبّر عن هذا الاستعارة (إنّه دستور ملغوم سينفجر على ابناء شعبنا) وهذا ينسجم مع طبيعة التصوّر الذي يعيشه الانسان العراقي في تلك المرحلة، مثلما تنسجم هذه الاستعارة مع الوعي المتشكّل لدى جمهور قائمة صالح المطلك، اذ حاول ان يجعل من هذه الاستعارة، وهذا التركيب أداة الإقناع في خطابه. معبرا بضمير الجماعة (نحن) والضمائر التي تدل على الكل (أننا نحن الذين) ليكون تجسيراً للهدف (أنا) (وانا من وقف).

أمّا خطاب أسامة النجيفي اللفظي الانتخابي الذي وثّقه في فضائين مختلفين، وبأشكال مختلفة لكنّ مضمونه واحد، فأحدهما فضاء خارجي (ساحة احتفال بالإعلان الانتخابي في الموصل) المنشور يوتيوب عن (قناة الجزيرة مباشر) يوم ٤/١٤/ ٢٠١٤ وقد ألقى خطابَه مكتوباً أمام هتافات الجماهير، والثاني في فضاء مغلق اي بدون جمهور (بيان متلفز) ويؤديه خطاباً شفاهياً. حيثُ يبني النجيفي تصوّره الاستعاري عبر الاستعانة بالتعابير التي تشير إلى (الأيدي الآثمة) وهو يفكّر في الولاية الثالثة للمالكي/ السلطة، اي يتحدّث عن المالكي وحكومته بمجال مصدر آخر هو (الايدي) بوصف اليد اداة الحكم، وهو تعبير موروث ومتداول في الثقافة العربية عامة والبلاغية خاصة، حين تكون (اليد) دلالتها النعمة او الاجرام او الاستبداد، او الالة كما في المجاز المرسل، فاليد التي ترمز الى المالكي بحسب التصوّر الاستعاري عند النجيفي هي نفسها اليد التي يكنّي بها المالكي دائما

عن قدرته بأنه (يضرب بيد من حديد)، كما يتحدّث النجيفي في خطابه الأول/ المفتوح عن تجربة الشراكة الوطنية التي تمثّل مفهوما مركزيا يشترك مع استعارة (اليد) في رفضه الولاية الثالثة، واصفا إياها بالبرقع الذي مزّقته هذه الأيادي بسوء الاستخدام حيث يقول: (إنّ الشراكة الوطنية الحالية ما عادت أكثر من تجربة فاشلة وبرقع مزّقه سوء الاستخدام) ، أمّا في خطابه المتلفز فهو يصف هذه الايدي أنها (تمتد لتنتهك حرمات البيوت، أو لتقتل الابرياء وتزجهم في غياهب السجون أو لتغتال الصفوة من ابناء الشعب بالأسلحة كاتمة الصوت، أو تهدّ المدارس على تلامذتها،...، ومن هذا المكان نقول للايدي الآثمة التي استحلت ما حرّم الله أنّ الأيام دول وما قام على السوء لن ينتهي الا به)، هذا الخطاب سيقابله خطاب ضمنيٌّ لنوري المالكي يوم ٢٦/ ٤/ ٢٠١٤ عند اعلانه عن مراحل الصمت الانتخابي في بغداد وفيه تعريض بحديث النجيفي عن الشراكة وحقوق الانسان والمواطنة وغيرها من المفاهيم التي ضمّنها خطاب النجيفي، فثمّة مقابلة بينهما تحتاج التأمل.

ويميل عمار الحكيم رئيس المجلس الاسلامي الاعلى الى التعابير الاستعارية التصوّرية عند توصيف الحلم الشيعي الجنوبي الذي يرعاه تحت عنوان (أقليم الجنوب) الذي يُنتج عبر تزويج البصرة للجنوب وانجاب هذا الحلم في استعارة تصورية (لن يستقيم العراق الا اذا كانت البصرة في موقعها الصحيح... ويعلن الجنوب عن عرسه الكبير) فالعراق هو المعادل الموضوعي عن الجنوب في فكر الحكيم، فهذا العراق يظل طائشا ومنحرفاً الا اذا اصبحت البصرة/ العروس في أحضانه. هذا الانجاب الذي تنتظره الجماهير وتعبّر عنه في هتافاتها (نعم نعم للاقليم).

٢- <u>التعاقد مع الخطاب</u>

ترى شارون جارفيس ان (احد المسلمات الاساسية في البلاغة هي ان الخطاب يؤلف في ضوء هؤلاء الذين سيسمعونه او سيقرأونه) [٣٧] أي ان هناك تعاقدا ضمنيا ثلاثياً بين (المخاطِب، والخطاب، والجمهور/ المخاطَب) حيثُ يصوغ المخاطِب خطابه على نوعية الجمهور المتقبّل له، ويبدو ان الخطاب الانتخابي يُعدّ ابرز عينة لهذا النمط من التعاقد، فقد اختار المرشحون جملا وعبارات تنسجم مع جمهورهم وتعلن غوايته، اذ يَعْرِفُ كلٌ

منهم جمهور وما يريده، ومن يكون كفيلا بالحديث الانتخابي بديلا عن القائمة ككل، لما يمتلكه من مؤهلات خطابية، وعلى أثر ذلك تظهر الخصائص النوعية لخطاب عمار الحكيم واخرى لخطاب اياد علاوي او صالح المطلك او اسامة النجيفي او نوري المالكي، وقد اخترنا هذه الاسماء كونها الاعلى حضورا خطابياً في الحدث السياسي/ الانتخابي في العراق بعد ٢٠٠٣ وإنْ كانت متفاوتة من حيث نوعية الجمهور عددا او هتافاً.

فقد توزعت جولة عمار الحكيم الانتخابية بين محافظات الوسط والجنوب (بغداد، والنجف، وكربلاء وبابل، وميسان، وذي قار، والبصرة، والمثنى) وهي محافظات عُرفت بأغلبيتها الشيعية وميلها الديني للمرجعيات النجفية التي يمثّل الحكيم امتدادا لها. فلا يُخفى ما يمتلكه عمار الحكيم من قدرة خطابية بفعل النشأة الدينية الخطابية والممارسة على مواجهة الجماهير والاعتماد على مفردات وتراكيب تنسجم مع سياق حال الجمهور، حيث تكون اغلبية مريديه من الطبقة المؤمنة بخطه وافكاره الدينية، حيثُ يبدأ خطاباته الانتخابية جميعها بطريقة صلاة الجمعة او الخطب الدينية عامة، وبالشكل الاتي (التحميد، الصلاة على النبي محمد "ص واله") وما يرافق ذلك من توظيف التنغيم الصاعد في جملته المشهورة (حبيب اله رب العالمين أبي القاسم محمد) حتى يترك مساحة لإنتاج التفاعل الجماهيري الذي يعلن عن هويته عبر الاستجابة الجماهيرية (اللهم صلِّ على محمد وال محمد) ومن ثمّ تضمين النص القرآني في خطابه الانتخابي، وكلها عوامل وموجهات سياقية ونصيّة تسهم في تشكّل خطابِهِ، حيثُ ينتمي بعض تلك الموجّهات الى ما يمكن تسميته – بحسب بورديو – المنظومة الرمزية♦ التي تمثّل أداة التواصل عند الحكيم (الدين واللغة) وهنا اللغة بوصفها الخطاب، حيثُ أنّ هذه المنظومة لا يمكن لها ان تكون أداة للمعرفة والتواصل وان تمارس سلطتها الرمزية الا بعد ان تكون بنيات تمنح العالم بنيته[٣٨] .

واكتسب المالكي زعيم ائتلاف دولة القانون تعاقدات صريحة مع جماهيره، وأخرى ضمنية تتطابق بعض الشيء مع التعاقد الخطابي عند عمار الحكيم عبر منظومة الدين، فتعاقده الصريح متأتٍ من سلطته السياسية، اذ يخاطب الحضور والجماهير بوصفه

رئيسا للوزراء لا بوصفه مرشحا، وما يشعر بامتلاكه من مكاسب حكوماتية، حيث يوجّه التحية للحضور في اكثر من مناسبة انتخابية (السادة الوزراء، السادة أعضاء البرلمان، السادة قادة الكتل المنظوية تحت دولة القانون) أمّا التعاقد الضمني فهو نتاج انتمائه لحزب اسلامي كبير في العراق هو (حزب الدعوة الإسلامية) ولذا ثمة تطابق مع عمار الحكيم في الهتاف الابتدائي الذي يوجّهه الجمهور لهما حين يصعدان المنصة (علي وياك علي) ♦ومن ألفاظ التعاقد الخطابي التي يستعين بها المالكي هي كلمة (معاً) الإيقونة اللفظية في اللافتة الانتخابية لدولة القانون التي يرى فيها المالكي شكلا من أشكال أفعال المحادثة وهو مبدأ التضامن بحسب غرايس، حيث يوجّه المالكي خطابه إلى الجماهير (بكلمة "معا" أيها الأخوة التي نتضامن عليها نبني العراق، وبكلمة "معا" ومضمونها نقضي على الإرهاب، وبكلمة "معا" التي اخترناها شعارا لدولة القانون تتحقق وحد العراق وسيادته،.... وانشراح وانفتاح من دولة القانون في كل كلمة معاً).

المحور الثاني: بلاغة الجمهور

أولاً: بلاغة التقبيل

يمثل جمال المرأة مبدأ الاثارة لدى الجمهور/ الرجال وما ينتج عنه مثل بلاغة التقبيل التي تُعدُّ استجابة جماهيرية تمثل وسيلة ناجحة للتعبير عن الاعجاب لها دلالتها، مثلما ان استخدام الجسد في داخل الصورة الانتخابية هو اعادة للموروث العربي بوصف الجسد مبدأ الاثارة حيث ان (الجمال اهم مقياس يدعو الرجل إلى الارتباط بالمرأة جنسياً سواء في علاقة زواج أو في علاقة غير مشروعة... فكل الأوصاف والمقاييس المطلوبة في المرأة تعنى بما يلمس ويمسك وشم ويقبل وتستمتع به من الحواس [٣٩] فأكثر القبل التي يوجهها المواطنون لصورة المرشحة (المرأة) لم تكن موجهة إلى الجبين لان موضع الجبين هو موضع الاحترام والتبجيل، وكذلك غير موجهة إلى الخد لان الخد موضع الصداقة والاعجاب، بل هي موجهة إلى الفم وهذا ينمّ عن الاغراء والعشق والهوى. حيث (يغدو جسد الغريب ومظهره جسدا بلاغيا لانه يخضع لعمليات مجازية تبتغي تجميل الصورة ومنحها طابعا مؤكداً).

ففي الصورة الأولى يظهر رجل الامن وهو يقف منفردا في تقبيل صور احدى المرشحات حيثُ يمتلك سلطة التفرد والاستحواذ بالصورة ليخفي جزءاً كبيراً من صورة المرشحة التي تعلوها عبارة (المواطن ينتصر) لتكون دلالة الانتصار عبر التقبيل حاضرة، أمّا الصورة الثانية ففيها جهد جماعي لتحقيق الاستجابة.

ثانياً: بلاغة التمزيق

جاء النص القرآني بقوله تعالى ﴿ومزقناهم كل ممزق﴾ "سورة سبأ الآية ٣٤" حيث يرى الجرجاني ان التمزيق للثوب من اصل اللغة وهو يعني التفريق[٤٠]، لكنّ ابن فارس في معجم مقاييس اللغة يرى ان التمزيق من أوصاف الثوب وليس أصلاً للثوب[٤١]، لكنّ المتعارف في الثقافة العربية شق الثوب هو استجابة انفعالية فلو سمع احدهم ما يطربهم أو يحزنهم شق الثوب. وتتباين عمليات الاستجابة التي تتحقق منها بلاغة التمزيق.

أمّا مواضع التمزيق فهي متباينة فقد تمزّق القائمة بشكل كامل وهذا امر نادر، فيه دلالة على الرفض القطعي وقد يُمزَّقُ جزءٌ من صورة المرشح كأنْ يكون الرأس أو الصدر؛ وهذا له دلالته والاعنف هو تمزيق وجه المرشح وفي الاغلب صور المرشحين من الذكور، وقد يقع التمزيق على صورة رئيس القائمة والابقاء على صورة المرشح، وهذا يعمد إلى تفكيك التكرار، وتحقيق مجاز مهم وهو (مجاز الحذف) على الصورة حيث يُمزّقُ جزء من الصورة.

ثالثاً: بلاغة الهتاف

يمثّل الهتاف فعلاً منجزا بالأقوال ينتجه فاعل خطابي مشارك في إنتاج الحدث♦ وتتنوع طريقة إنتاج الهتاف بحسب السياق الذي يُنتجُ فيه، فهناك الهتاف الذي تنتجه الجماهير في التظاهرات كأن يكون هتافا مؤيدا أو رافضا، والهتاف المنتج في السياق الانتخابي، والهتاف المنتج برعاية السلطة، كما يأتي الهتاف متداخلا مع الشعار، ويبدو لنا أن كل هتاف هو شعار وليس كل شعار هتافاً، لان الهتاف يُحدّدُ بما هو صوتي فحسب، لأنّه مأخوذ من (الهتْف) أي (الصوت) وهتفت الجماعة اي صوّتت[٤٢] أمّا الشعار فيمكن

أن يكون مكتوبا كما في الوقت الحاضر أو صوتيا كما هو معروف عنه في التراث حيثُ أن الشعار هو ما (يتنادى به القوم في الحرب ليعرف بعضهم بعضا) [٤٣] ويؤدي الهتاف وظيفته مع الشعار ليكون مساندا أو بديلا له حيث يكون الشعار مكتوباً أو مسموعاً، فيتساند كلاهما في إيصال صوت المتظاهر الرافض أو المؤيد، كما يسهمان في إنتاج هويّة الهتّيفة أو حاملي الشعارات وتختلف هذه الهوية بين أن تكون هوية حقيقية تنتجها الذات بلا إكراه أو إغراء إيديولوجي، أو العكس من ذلك، فالهتاف (نطق كلمة أو عبارة بصوت مرتفع في سياق جماهيري ما... فهناك هتاف فردي يقوم به شخص واحد وهتاف جماعي يقوم به مجموعة من الأشخاص) [٤٤] كما قد تكون مساحة الهتاف متباينة بفعل الفضاء الذي يُقدّمُ فيه الخطابُ الانتخابي.

إعادة استحضار البطل

ثمّة هتافات تستحضر أسماء تحمل إيقونة تمارس حضورها المستمر في اغلب عمليات الانتصار، كون هذه الأسماء في المخيال الشعبي الذي يؤديها هي تمثل صورة البطل الذي تبحث عنه، من تلك الهتافات العبارة المشهورة في اغلب المناسبات ومنها الانتخابات وهي (علي وياك علي) حيثُ يقول الكاتب الصحفي هاشم العقابي: (اذكر أني يوما صحت الصيحة ذاتها "علي وياك علي" في ملعب الشعب ومن به حين انقضّ المصارع العراقي عدنان القيسي على الأمريكي "فريري" بعكسيته الشهيرة. كان ذلك في بداية السبعينات) [٤٥] وأصبح هذا الهتاف ملازما لبعض الشخصيات الشيعية/ الاسلامية في الخطاب الانتخابي بدأ من السيد عبد العزيز الحكيم ومرورا بعمار الحكيم وأحياناً مع نوري المالكي، فما الدلالة البلاغية التي يحملها هذا الهتاف؟

يتشكّل من ثلاث مفردات الأولى(علي) وتتكرر لتكون الثالثة، وتُحيل هذه المفردة/ الاسم الى الامام علي بن ابي طالب (ع) وهو من تتحقق فيه صورة البطل في المخيال الشيعي سواء كان هذا المخيال شعبيا او نخبوياً، وهذا الهتاف مشتق من عبارة متداولة في الوسط الشعبي الشيعي لمن ينوي الذهاب الى هدف معيّن او من يحمل حملا ثقيلا ويحتاج الى من يسانده فيقال له: (علي وياك) لكنّ المفردة الثالثة(علي) أُضيفت له

لمناسبة ايقاعية او لتكرار قوة الاسم وايقونته التاريخية البطولية، وقد شكّل هذا الهتاف حضورا مستمرا على خطابات عمار الحكيم الانتخابية كافة، كما أعاد أنصار المالكي انتاجه في الحفل المركزي الذي اقامه في بغداد يوم ٤/٢٧/ ٢٠١٤، وأحيانا يمتزج هذا الهتاف بالتصفيق دون ان يكون بينهما توافق اي ان يكون احدهم يسبق الاخر، لكنّه مع الحكيم يبقى الهتاف منفردا ولا يمتزج او يتناوب مع التصفيق، بل يتردد الهتاف ليكون عبارة استقبال الحكيم للمنصة.

الهوامش:-

١- ينظر: محاورة جورجياس، افلاطون، ترجمة محمد حسن ظاظا مراجعة علي سامي النشار: ٤٤

٢- ينظر: تطور الفكر الفلسفي، تيودور أويزر مان، ترجمة وتحقيق سمير كرم: ٢٠

٣- ينظر: الخطابة، ارسطو، ترجمة عبد الرحمن بدوي: ١٠

٤- ينظر، قراءة جديدة في البلاغة القديمة، رولان بارت، ترجمة عمر أوكان: ١٢٥

٥- للاطلاع على مؤثرات النشأة وقبول البلاغة أو رفضها يراجع كتاب (قراءة جديدة في البلاغة القديمة – رولان بارت)

٦-مناهج البلغاء وسراج الادباء، حازم القرطاجني، تحقيق محمد الحبيب بن الخوجة: ١٩

٧- عماد عبد اللطيف، بلاغة المخاطب: البلاغة العربية من انتاج الخطاب السلطوي إلى مقاومته، ضمن (Power and the Role of the Intellectual)، منشورات جامعة القاهرة، ٢٠٠٥: ١٣

٨- الحجاج في التواصل، فيليب بروطون، ترجمة محمد مشبال وعبد الواحد التهامي العلمي: ٤٦

٩- الخطاب والسلطة، فان دايك، ترجمة غيداء العلي: ١٩٠

١٠- احد ابرز واهم المؤسسين والمشتغلين في التحليل النقدي للخطاب حيث ربط بين الخطاب والبحث الاجتماعي في كتابه (تحليل الخطاب التحليل النصي في البحث الاجتماعي) وكتابه الاخر (الخطاب والتغيّر الاجتماعي) وكتابه المهم (اللغة والسلطة) الذي يربط بين اللغة والسلطة والتغيّر الاجتماعي.

١١- ينظر: تحليل الخطاب بين بلاغة الجمهور وسيميائيات الايقونات الاجتماعية، عماد عبد اللطيف: ٥١٢

١٢- لماذا يصفق المصريون؟ بلاغة التلاعب بالجماهير في السياسة والفن، عماد عبد اللطيف:٣٧

١٣- المعجم الوسيط: ج١، ١٠٦-١٠٧

١٤- استراتيجيات الإقناع والتأثير في الخطاب السياسي، عماد عبد اللطيف : ١٠٢

١٥- ينظر: المصدر نفسه : المكان نفسه

١٦- لماذا يصفق المصريون: ٣٧

١٧- ينظر: المصدر نفسه: ٤٠

١٨- تحليل الخطاب السياسي في العالم العربي، عماد عبد اللطيف، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، ع٦- ٢٠١٥، ١١١.

*هناك دراسات جادة غربية وعربية ظهرت بدايتها في العقود الاخيرة من القرن العشرين عن الخطاب السياسي العربي، واهما دراسة كرستينا شتوك عن خطب جمال عبد الناصر وصدام حسين ومعمر القذافي، ودراسة محمد عكاشة عن (لغة الخطاب السياسي دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال)، ودراسة بهاء الدين محمد مزيد (من افعال اللغة إلى بلاغة الخطاب السياسي) والدراسات الاكثر اهمية هي دراسات الباحث المصري عماد عبد اللطيف ومنها (استراتيجيات الاقناع والتأثير في خطب السادات، وبلاغة الحرية، الخطابة السياسية في العصر الحديث) والعديد من البحوث المنشورة له أو لغيره.

١٩- ينظر: الاستعارة في الخطاب، ايلينا سيمينو، ترجمة عماد عبد اللطيف وخالد توفيق: ١٩٧

٢٠- ينظر: الاستبداد الرمزي الدين والدولة في التأويل السيميائي، شاكر شاهين: ٣٠

٢١- الصورة: المكونات والتأويل، غي غوتيي، ترجمة وتقديم سعيد بنكراد: ٢٨٩

٢٢- اللغة الايقونية، شاكر لعيبي، ٧٤

٢٣- بلاغة اللغة الايقونية: ٦٨

٢٤- ينظر كتاب الصناعتين، ابو هلال العسكري، تحقيق مفيد قمحة: ١٨٧

٢٥- ينظر: موسوعة البلاغة، تحرير توماس. سلوان، ترجمة نخبة، اشراف وتقديم عماد عبد اللطيف ج١/ ٢٧٦

٢٦-سنبحث العلاقة بين الصورة والعبارة المكتوبة في محور (العبارة)

٢٧- سايكولوجية الجماهير، غاستاف لوبون، ترجمة وتقديم هاشم صالح : ١٢٧

٢٨- ينظر: الشكل والخطاب، محمد الماكري: ٣٤

٢٩- البرهان في وجوه البيان، ابن وهب الكاتب، تقديم وتحقيق حفني محمد شرف: ٩٢

٣٠- ينظر: بلاغة الاقناع في الخطاب النقدي القديم، صلاح حسن حاوي: ٤٧-٤٨

♦ مرّت الاشارة الى هذه اللافتة في محور التكرار داخل الصورة.

٣١- أسئلة النهضة العربية " التأريخ – الحداثة – التواصل"، كمال عبد اللطيف: ١٢١

٣٢- الدعاية والدعاية السياسية، غي دورندان، ترجمة رالف رزق الله: ٥

٣٣-ينظر كنايات غير مدوَّنة، صلاح حسن حاوي، جريدة الصباح ع٣١١٨، ٢٠١٤: ١١

٣٤- الاستعارات التي نحيا بها، لايكوف وجونسون، ترجمة عبد المجيد جحفة: ٢٥

٣٥- المصدر نفسه:٢١

٣٦- ينظر: الاستعارات التي نحيا بها: ٤٥

٣٧- موسوعة البلاغة: ج١/ ٢١٥

♦ يرى بورديو وان التقليد الماركسي يُعلي من شأن الوظائف السياسية للمنظومات الرمزية على حساب بنيتها المنطقية ووظيفته المعرفية، ينظر الرمز والسلطة: ٥٠

٣٨- ينظر: الرمز والسلطة ، بورديو، عبد السلام بنعبد العالي: ٤٨-٤٩

♦ سنعمل على تحليل هذا الهتاف في المحور الثاني بلاغة الجمهور

٣٩- ينظر: الشيخ النفزاوي، الروض العاطر، ضمن كتاب الجنس عند العرب، منشورات الجمل،ط٢- ٢٠٠٣:ج١/ ١٠٤

٤٠- اسرار البلاغة، الجرجاني: ٥٢

٤١- معجم مقاييس اللغة: م٥/ ٣١٨

♦ لمعرفة حضور الفواعل في الخطاب ينظر معجم تحليل الخطاب، باتريك شارودو ودومينغيو، ترجمة عبد القادر المهيري وحمادي صمود: ١٩

٤٢- ينظر ابن فارس، معجم مقاييس اللغة: م٦/ ٣٢

٤٣- المصدر نفسه: م ٣/ ١٩٤

٤٤- ماذا يصفّق المصريون: ١٤٣

٤٥- سلاماً يا عراق علي وياك علي، هاشم العقابي، جريدة المدى،ع ٣٣٠٦، ٣/٧/ ٢٠١٥

مصادر الدراسة ومراجعها

١- أسئلة النهضة العربية " التأريخ – الحداثة – التواصل"، كمال عبد اللطيف، مركز دراسات الوحدة العربية، ط١، ٢٠٠٣.

٢- الاستبداد الرمزي الدين والدولة في التأويل السيميائي، شاكر شاهين، منشورات ضفاف- منشورات الاختلاف، ط٢- ٢٠١٤.

٣- استراتيجيات الإقناع والتأثير في الخطاب السياسي، خطب الرئيس السادات نموذجا"، عماد عبد اللطيف، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط١ ، ٢٠١٢.

٤- الاستعارات التي نحيا بها، جورج لايكوف ومارك جونسون، ترجمة عبد المجيد جحفة، دار توبقال للنشر،ط٢- ٢٠٠٩.

٥- الاستعارة في الخطاب، ايلينا سيمينو، ترجمة عماد عبد اللطيف وخالد توفيق، المركز القومي للترجمة ١٩٧

٦- اسرار البلاغة، عبد القاهر الجرجاني، علّق حواشيه محمد رشيد رضا، دار المعرفة – لبنان ط١- ٢٠٠٢

٧- البرهان في وجوه البيان، ابن وهب الكاتب، تقديم وتحقيق حفني محمد شرف، مطبعة الرسالة.

٨- بلاغة الاقناع في الخطاب النقدي العربي القديم، صلاح حسن حاوي، الشركة العربية المتحدة، ط١، ٢٠١٦.

٩- بلاغة المخاطب: البلاغة العربية من انتاج الخطاب السلطوي إلى مقاومته، ضمن (Power and the Role of the Intellectual)، عماد عبد اللطيف، منشورات جامعة القاهرة، ٢٠٠٥.

١٠- بلاغة اللغة الأيقونية" الصورة بوصفها بلاغة"، شاكر لعيبي، كتاب الصباح الثقافي،٢٠٠٨.

١١- تحليل الخطاب بين بلاغة الجمهور وسيميائيات الايقونات الاجتماعية، عماد عبد اللطيف، مجلة فصول ، الهيئة العامة للكتاب، مصر، ع ٨٣-٨٤، ٢٠١٣.

١٢- تحليل الخطاب السياسي في العالم العربي، عماد عبد اللطيف، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، ع٦- ٢٠١٥.

١٣- تطور الفكر الفلسفي، ثيودور أويزرمان، ترجمة وتحقيق سمير كرم، دار الطليعة للنشر،ط٤/ ١٩٨٨.

١٤- الخطابة، أرسطو، الترجمة العربية القديمة، حقّقه وعلّق عليه عبد الرحمن بدوي، وكالة المطبوعات الكويت- دار القلم لبنان، ١٩٧٩.

١٥- الخطاب والسلطة، فان دايك، ترجمة غيداء العلي، تقديم ومراجعة عماد عبد اللطيف، ترجمة المركز القومي للترجمة، عدد ٢٤١٩ ، القاهرة، ط١، ٢٠١٤.

١٦- الحجاج في التواصل، ترجمة محمد مشبال وعبد الواحد التهامي، فيليب بروطون، المركز القومي للترجمة،٢٠١٣.

١٧- الدعاية والدعاية السياسية، غي دورندان، ترجمة رالف رزق الله، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط٢- ٢٠٠٢.

١٨- الرمز والسلطة، بيير بورديو، ترجمة عبد السلام بنبعبد العالي، دار توبقال ، ط٣، ٢٠٠٧

١٩- الروض العاطر، ضمن كتاب الجنس عند العرب، الشيخ النفراوي، منشورات الجمل،ط٢- ٢٠٠٣.

٢٠- سايكولوجية الجماهير، غاستاف لوبون، ترجمة وتقديم هاشم صالح، دار الساقي بيروت - لندن، ط٣ ٢٠١١

٢١- سلاماً يا عراق علي وياك علي، هاشم العقابي، جريدة المدى،ع ٣٣٠٦، ٣/٧/ ٢٠١٥

٢٢- الشكل والخطاب، محمد الماكري، المركز الثقافي العربي، ط١، بيروت، ١٩٩١.

٢٣- الصورة المكونات والتأويل، غي غوتيي، ترجمة وتقديم سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي، ط١- ٢٠١٢.

٢٤- العلامة تحليل المفهوم وتاريخه، امبرتو ايكو، ترجمة سعيد بنكراد، راجعه سعيد الغانمي، المركز الثقافي العربي،ط١-٢٠١٠

٢٥- قراءة جديدة في البلاغة القديمة ، رولان بارت، ترجمة عمر اوكان، دار رؤية للنشر والتوزيع، ط١-٢٠١١

٢٦- كتاب الصناعتين الكتابة والشعر، ابو هلال العسكري، تحقيق مفيد قمحة، دار الكتب العلمية – بيروت، ط٢.

-٢٧

٢٨- كنايات غير مدوَّنة، صلاح حسن حاوي، جريدة الصباح ع٣١١٨، ٢٠١٤.

٢٩- لماذا يصفق المصريون؟ بلاغة التلاعب بالجماهير في السياسة والفن، عماد عبد اللطيف، دار العين للنشر، ط١- ٢٠٠٩ .

٣٠- محاورة جورجياس، أفلاطون، ترجمة محمد حسن ظاظا مراجعة علي سامي النشار، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ١٩٧٠.

٣١- معجم تحليل الخطاب، باتريك شارودو ودومينغيو، ترجمه عن الفرنسية عبد القادر المهيري – حمادي صمود، مراجعة صلاح الدين الشريف، دار سيناترا - تونس ٢٠٠٨

٣٢- معجم مقاييس اللغة، احمد بن فارس بن زكريا، تحقيق وظبط عبد السلام محمد هارون، دار الكتب العلمية، ايران ت قم ، د- ت

٣٣- المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، مكتبة الشروق الدولية – ٢٠٠٤.

٣٤- موسوعة البلاغة: تحرير توماس أ. سلوان، ترجمة نخبة، اشراف وتقديم عماد عبد اللطيف، المركز القومي للترجمة- مصر: ط١- ٢٠١٦

مناهج البلغاء وسراج الادباء، حازم القرطاجني، تحقيق محمد الحبيب بن الخوجة، دار الغرب الإسلامي، بيروت ١٩٨٦