

الأسس الفلسفية والنقدية عند العلماء العرب

الشعار الانتخابي لمرشحي انتخابات مجلس الأمة في دولة الكويت ٢٠٢٠

دراسة لغوية

د. غازي عوض العتيبي

أستاذ مشارك - كلية التربية الأساسية - الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب

الملخص:

تقوم هذه الدراسة على فحص اللغة في أحد استخداماتها النفعية التداولية، وهي اللغة المستخدمة في شعارات مرشحي الانتخابات البرلمانية في الكويت (انتخابات مجلس الأمة الفصل التشريعي السادس عشر) التي أُجريت في الخامس من ديسمبر سنة ٢٠٢٠. ولما كان الشعار الانتخابي يقوم على الإيجاز والاختصار، ولما كان الهدف من الشعار الانتخابي هو التأثير في سلوك الناخب وإقناعه بأحقية هذا المرشح بالنجاح في الانتخابات كانت اللغة المستخدمة في هذه الشعارات وسيلة ناجعة، يحرص المرشحون على إحسان استغلاله والإفادة منه في حملاتهم الانتخابية. من ثم تهدف هذه الدراسة إلى مقارنة تلك الشعارات مقارنةً لغوية، والتعرف على بنيتها، وطريقة تركيبها، وخصائص الخطاب. وقد استعانت الدراسة بمنهج (تحليل المحتوى) في دراسة الشعارات الانتخابية. الكلمات المفتاحية: التحليل اللساني - الخطاب السياسي - الشعار الانتخابي - اللسانيات - تحليل الخطاب

يُعدّ (الشعار الانتخابي) أحد تمثيلات الخطاب، ولما كان الشعار الذي تتصدى دراستنا هذه لمقاربتة هو شعار انتخابات برلمانية، فإنه خطاب سياسي بالضرورة، إما بصورة مباشرة أو غير مباشرة. وقد اهتمت دراسات الخطاب بمقاربة أنواع الكلام المتعددة، و(nوع Genre) يُعرّف بأنه "نشاط علاماتي له تقاليد خطابية خاصة، ووظائف محددة. وعلى سبيل المثال، يمكن أن تشمل قائمة الأنواع الشائعة في حقل التواصل السياسي الراهن أنواعاً مثل: الخطبة، والتفاوض، والبيان، واللافتة، والهتاف، والأغنية، والنشيد، والمقال، والمقابلة الصحفية أو المتلفزة، والنكتة، والكاركاتير، والجرافيتي، وغيرها^(١).

١/١ الأوضاع السياسية المنتجة للشعار

في يوم السبت ٥ / ١٢ / ٢٠٢٠ توجّه الناخبون الكويتيون إلى مراكز الاقتراع، لاختيار ممثليهم في (مجلس الأمة) - وهو البرلمان الكويتي - في فصله التشريعي السادس عشر^(٢). والمراقب للمشهد السياسي في الكويت أثناء الحملات الانتخابية، وبعد ظهور النتائج يلاحظ استياءً - عند شريحة كبيرة من الشعب الكويتي - من أداء المجلس السابق^(٣)، أي: مجلس ٢٠١٦. وترجم ذلك الاستياء في التغيير الكبير الذي شهدته مجلس ٢٠٢٠، إذ بلغت نسبة التغيير ٦٢٪؛ إذ فاز بالعضوية واحد وثلاثون نائباً جديداً^(٤).

(١) عماد عبد اللطيف، تحليل الخطاب السياسي نموذج إرشادي، ضمن: بلاغة النص التراثي مقاربات بلاغية حجاجية، إشراف محمد مشبال، دار العين، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠١٣، ص ١٦.

(٢) الفصل التشريعي الأول لمجلس الأمة كان بين سنتي (١٩٦٣ - ١٩٦٧)، وسبقه المجلس التأسيسي (١٩٦٢ - ١٩٦٣).

(٣) علاوة على ما أثير من شبهات فساد مالي وغسيل أموال في قضايا متعددة منها الصندوق المالي وصندوق الجيش والإيداعات والتأمينات واليوروباتيز والرافال والتحويلات. انظر:

<http://www.kna.kw/clt-html5/news-details.asp?id=34438>

(٤) يتشكل مجلس الأمة الكويتي من خمسين نائباً منتخباً. والمقصود بـ (جديد) أي أنه لم يكن عضواً في المجلس السابق (٢٠١٦). وإلا فإن بعضهم كان عضواً في مجالس قبل مجلس (٢٠١٦).

الأسس الفلسفية والنقدية عند العلماء العرب

إن المعلومات السابقة تكتسب أهميتها بوصفها السياق الذي أنتج (الشعار الانتخابي)؛ لذلك يقول فان دايك^(١) Van Dijk إن تعريف أنواع الخطاب السياسي المختلفة كالمداولات البرلمانية، والقوانين، والدعاية، والشعارات، والمعاهدات الدولية، ومفاوضات السلام، وما إلى ذلك، تكون وفقاً لطبيعتها السياقية لا النصية، ولا يتم تعريف الخطاب السياسي على أساس الموضوع أو الأسلوب في المقام الأول، بل تبعاً للمتحدث والمتلقي، ولمن يتحدث، وعن أي شيء يتحدث، وبمعنى آخر: يُعدّ الخطاب السياسي سياسياً؛ لأن وظائفه تصب في العملية السياسية^(٢).

ومن الأوضاع التي ألفت بظلالها على تشكيل الشعار الانتخابي في انتخابات مجلس الأمة ٢٠٢٠- وإن كانت تبدو بعيدة عن السياسة إلا أنها فعّلت فعلها في صياغة الشعار الانتخابي- (جائحة كورونا- كوفيد ١٩)؛ وذلك أن ما بات يُعرّف بـ (المسافة الاجتماعية) Social distance حدّد من حركة المرشحين، وتواصلهم المباشر مع ناخبهم في المقرات الانتخابية أو المنازل، والتواصل غير المباشر من خلال البرامج التلفزيونية. ومن ثم صار (الملصق الانتخابي) بألوانه وتصميمه و(شعاره) يصل إلى جمهور الناخبين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ومن خلال المساحات الإعلانية الموجودة في الشوارع، ليصبح (الملصق الانتخابي) أحد أهم وسائل المرشح في الوصول إلى جمهور الناخبين.

٢/١ مدونة الدراسة

تنطلق الدراسة من فرضية مؤاها أن الشعار الانتخابي في هذه الانتخابات (انتخابات مجلس الأمة في فصله التشريعي السادس عشر ٢٠٢٠) أدّى دوراً يفوق ما أداه في جميع الانتخابات البرلمانية السابقة؛ لأن وسائل تواصل المرشح مع ناخبه باتت محدودة بسبب ظروف جائحة كورونا (كوفيد ١٩).

(١) توين فان دايكباحث هولندي (ولد سنة ١٩٤٣) متخصص في تحليل الخطاب ولسانيات النص، والتحليل النقدي للخطاب.

(٢) توين فان دايك، الخطاب والسلطة، ترجمة غيداء العلي، مراجعة وتقديم عماد عبد اللطيف، المركز القومي للترجمة، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠١٤، العدد ٢٤١٩، ص ٣٦٦.

تتخذ دراستنا من الشعارات الانتخابية لمرشحي انتخابات مجلس الأمة الكويتي في فصله التشريعي السادس عشر التي عُقدت يوم السبت الخامس من ديسمبر سنة ٢٠٢٠ مدونةً لها. وقد بلغ عدد المرشحين في الانتخابات ثلاثمائة وستة وعشرين مرشحاً، موزعين على الدوائر الانتخابية الخمس، على النحو الآتي^(١):

الدائرة الانتخابية	عدد المرشحين	الشعارات الداخلة في عينة الدراسة الانتخابية
الأولى	٧١	٣٢
الثانية	٥١	٢٥
الثالثة	٧٠	٣١
الرابعة	٧٦	٣٤
الخامسة	٥٨	٢٩
مجموع الشعارات الداخلة في عينة الدراسة الانتخابية		١٥١

وقد اختيرت عينة الدراسة من شعارات المرشحين الحاصلين على المراكز المقدمة^(٢)؛ ففي الدائرة الأولى عادت الدراسة إلى المرشحين الحاصلين على المراكز الخمس والثلاثين الأولى، لكن ثلاثة مرشحين منهم خلت حملاتهم الانتخابية وملصقاتهم من الشعارات. من ثم فإن الشعارات الانتخابية الداخلة في عينة الدراسة من الدائرة الانتخابية

(١) أعداد المرشحين مأخوذة من موقع وزارة الداخلية الكويتية:

<https://www.moi.gov.kw/main/eservices/election/candidates/0>

تم الدخول إلى الموقع بتاريخ ٢٠٢١/٣/١٢.

(٢) نتائج المرشحين وترتيبهم أخذت من صحيفة الراي العدد الصادر ٦ ديسمبر ٢٠٢٠:

<https://www.alraimedia.com/article/1511233>

تم الدخول إلى الموقع بتاريخ ٢٠٢١/٣/١٢.

الأولى هي اثنان وثلاثون شعاراً انتخابياً. وهكذا جرى العمل في بقية الدوائر الانتخابية، مع اختلاف طفيف في الأعداد.

٣/١ أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

١. دراسة نمط من النصوص تظهر فيها اللغة النفعية، التي يُنظر إليها عادةً بوصفها خارج اهتمام الدراسات اللسانية.
٢. إظهار فاعلية اللسانيات وأدواتها التحليلية في مقارنة مظهر من المظاهر التداولية للغة، المتمثل في (الشعار الانتخابي).

٤/١ منهجية الدراسة

تقوم دراستنا على مقارنة لغة الشعار الانتخابي مقارنة لسانية، ليس بوصف هذا الشعار "مجرد تلفظ لغوي ناقل لرسالة [سياسية]، بل بوصفه فعلاً سياسياً تغييرياً، مكنّ منتجيه من إنجاز أفعال ملموسة على أرض الواقع"^(١).

وتعتمد الدراسة على المنهج الوصفي، وتستعين بألية (تحليل المحتوى) في سبيل مقارنة لغة الشعار الانتخابي مقارنة لسانية.

ولما كانت الدراسات في ميدان اللسانيات تعتمد على المنهج الكمي أو المنهج النوعي-على الرغم من أن عدداً كبيراً من هذه الدراسات تقع في منطقة بين ذينك المنهجين^(٢)- فإن دراستنا هذه سوف تعتمد على الإحصاء في استنتاج مدوتتها؛ وذلك لأن الإحصاء يمنح الدراسات اللسانية خاصةً والإنسانية عامةً أساسيات موضوعية تشجب الحدوس (البدائنه) بما تحمل من أخطاء محتملة؛ لأن هذه القواعد تقدم أرقاماً ونتائج حسابية ومؤشرات للشيوخ"^(٣).

(١) نادر سراج، مصر الثورة وشعارات شبابها دراسة لسانية في عفوية التعبير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، الطبعة الأولى، ٢٠١٤، ص ٢٢.

(٢) ليا ليتوسيليتي (محرر)، مناهج البحث في اللسانيات، ترجمة صالح بن فهد العصيمي، معهد الملك عبد الله للترجمة والتعريب، الرياض، دون طبعة، ١٤٣٥، ص ٦٦.

(٣) سليمان العطار (مترجم ومقدم)، الأسلوبية علم وتاريخ، مجلة فصول، المجلد ١، العدد ٢، يناير، ١٩٨١، ص ١٤٠.

د / أميرة إبراهيم عبد الغني

وتجدر الإشارة هنا إلى إن دراستنا هذه لن تُعنى بالأخطاء النحوية أو الإملائية،

كما يظهر في المثالين الآتيين:



الصواب: اختياركم.

الصواب: لنستعد.

٥/١ أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- كيف يخاطب الشعار الانتخابي جمهور الناخبين؟
- ما الوسائل اللغوية وغير اللغوية المستخدمة في الشعار الانتخابي لتحقيق ذلك؟
- هل يعكس الشعار الانتخابي المناخ السياسي الذي أُنتج فيه؟ وكيف يعكس ذلك؟
- كيف يُنجز الشعار الانتخابي وظائفه؟
- كيف استثمر منتج الشعار (= المرشح) اللغة لإقناع المتلقين (= الناخبين)؟

٦/١ الدراسات السابقة

لم أعر - أثناء بحثي - على دراسة تصدت لفحص لغة الشعار الانتخابي في الكويت، ولكن هناك دراسات سعت نحو مقارنة الشعار الانتخابي مقارنة لسانية. أذكر منها:

يقول ستيفن أولمان: "إننا نعيش في عصر الإحصاء، فلا يُستغرب أن تنفذ الطرق العددية في كثير من أقسام [اللسانيات] وعلم الأسلوب. ويمكن أن يقال: إن دخول هذه الطرق في [اللسانيات] جدير بالاستحسان بوجه عام".
ستيفن أولمان، اتجاهات جديدة في علم الأسلوب، ضمن: اتجاهات البحث الأسلوبي، اختيار وترجمة وإضافة شكري محمد عياد، أصدقاء الكتاب، القاهرة، الطبعة الثانية، ١٩٩٦، ص ١٠٥-١٠٦.

الأسس الفلسفية والنقدية عند العلماء العرب

١. دراسة منشورة باللغة الإنجليزية للباحثين العراقيين: عباس لطفي حسين، ورسالة عبطان، بعنوان^(١): التحليل التداولي للإقناع في الشعارات الانتخابية للبرلمان البريطاني والعراقي^(٢). وفي هذه الدراسة حاول الباحثان دراسة أفعال الكلام (Speech act) في شعارات انتخابية من انتخابات البرلمان البريطاني، والبرلمان العراقي؛ إذ درسا شعارين اثنين من الانتخابات البريطانية، وعشرين شعاراً من الانتخابات العراقية.
٢. دراسة منشورة باللغة الإنجليزية، بعنوان: لغة الشعار السياسي في الانتخابات البرلمانية السلوفاكية ٢٠١٦، للباحث (Ruslan Saduov) رسلان سادوف، نُشرت سنة ٢٠١٨^(٣). درس الباحث فيها سبعة وثلاثين شعاراً انتخابياً، وحللها تحليلاً دلالياً، وصرفياً، وقيماً (إكسيولوجي)، وأسلوبياً.
٣. دراستان لنادر سراج:

(١) ترجمة العنوان لي.

- (2) Abbas Lutfi Hussein, Risala Gatea Abttan. (2018). Pragmatic Analysis of Persuasion in Modern British and Iraqi Parliamentary Election Slogans. International Journal of English Literature and Social Sciences (IJELS).
<https://www.neliti.com/publications/239302/pragmatic-analysis-of-persuasion-in-modern-british-and-iraqi-parliamentary-elect>
تم الدخول إلى الموقع بتاريخ ٢٠٢١/٤/٨.

- (3) Ruslan Saduov. (2018). The Language of Political Slogans in 2016 Slovak Parliamentary Elections. THE CENTRAL EUROPEAN JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES.
http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-ea04e808-efb5-4765-9cbb-40570a4bc3ea/c/Ruslan_Saduov_7-23.pdf.

تم الدخول إلى الموقع بتاريخ ٢٠٢١/٤/١٠.

الأولى: ظهرت في كتابه (مصر الثورة وشعارات شبابها دراسة لسانية في عفوية التعبير) الصادر عن (المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات)، سنة ٢٠١٤، في (٤٠٨) صفحات.

يلخص نادر سراج دراسته- أو ما يطلق عليه مشروعه- حين يقول: "طمح المشروع الذي حددنا إطار عمله كالتالي: (مقاربة لسانية للشعارات السياسية في العالم العربي: مصر أنموذجاً)، إلى مقارنة الشعار السياسي، مهتوفاً ومكتوباً أو متاقلاً عبر وسائل التواصل الحديثة، ليس بوصفه مجرد تلفظ لغوي ناقل لرسالة معينة (سياسية، اجتماعية، دينية)، بل بوصفه فعلاً سياسياً تغييرياً، مكنّ منتجيه الحقيقيين، أي الفاعلين الاجتماعيين، من إنجاز أفعال ملموسة على أرض الواقع، كما ساهم في تشكيل وعي جديد في صفوف الجمهور المنتفض، منتجاً أكان أم مستهلكاً أم مروّجاً. وعلى سبيل المثال لا الحصر، أدّت شعارات (الشعب يريد إسقاط النظام) و(يسقط يسقط حكم العسكر) و(ارحل) وسواها، دورها في تعديل موازين القوى بين الجمهور والسلطة، وساهمت هي ونظيراتها في تغيير أنظمة وإطاحة رؤساء مستبدين"^(١).

الثانية: أما الدراسة الثانية فهي تلك التي قدمها في كتابه (الخطاب الاحتجاجي: دراسة تحليلية في شعارات الحراك المدني) الصادر عن (المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات) أيضاً، سنة ٢٠١٧، في (٣٦٨) صفحة.

وهي دراسة حالة للمجتمع اللبناني، تُمكن من التبصّر في كفاءات صوغ الجمهور المنتفض مفاهيم جديدة للواقع السياسي العام، وتبريرها وشرحها ورفعها في شعارات، والترويج لها، وارتقاب آثارها الارتدادية، والنظر في حدود استجابته لمضامينها، وتقصي الوظائف المتجددة للكلمات والتعبيرات ووجوه الخطاب في قطاعي الاحتجاج والاعتراض الشعبيين، مرتكزاً على أطروحة فكرية ولسانية متكاملة على صعيدي الرؤية والمنهاج، راصداً

(١) نادر سراج، مصر الثورة وشعارات شبابها دراسة لسانية في عفوية التعبير، مرجع سابق، ص ١٢.

الديناميات التعبيرية المبتكرة التي أنتجها المجتمع المدني اللبناني وطورها بين عامي ٢٠١٥ و ٢٠١٦، للتعبير عن توفقه للتغيير السلمي^(١).

٠/٢ اللغة والسياسة

لم تلتق اللغة بالسياسة، وتصبح فاعلةً فيها، إلا بعد انتقلت اللغة من كونها أداة تفكير، مروراً بكونها أداة تعبير، وصولاً إلى اشتغال اللغة بوصفها أداة للتأثير في الآخرين. تضطلع اللغة بدور مهم في السياسة؛ فإذا كان مقررّاً - منذ فجر التاريخ - أن السياسة لا يقوم أمرها إلا إذا عضدها المال والسلاح، فإنّ الثابت الآن أن سلاح الخطاب قد أصبح مهماً للسياسة^(٢)؛ لأنّ "الوظائف السياسية التي تقوم بها اللغة لا يمكن حصرها. فهي أداة مهمة في الوصول إلى السلطة والاحتفاظ بها، أو مقاومتها"^(٣).

ومن هنا يُقرّر بعض الباحثين: أن اللغة ليست "أداة لمسرح الأحداث السياسية فقط، وإنما تُعدّ اللغة جزءاً من الأحداث السياسية نفسها؛ فهي تشكل معنى الأحداث، وتساعد على تشكيل الأدوار السياسية والسلوك العام للشعب؛ لذلك تتكامل اللغة مع الأحداث، كل منها يكمل الآخر، ويحدد كل منها معنى الآخر والقصد منه"^(٤).

إن هذه النظرة لأهمية اللغة في السياسة - والتي يُعبر عنها عبد السلام المسدي بقوله: "السياسة واللغة قرينتان متلازمتان"^(٥) - لم تتبلور إلا بعد الحرب العالمية الثانية (١٩٣٩ - ١٩٤٥)؛ فقد جدّت في القرن العشرين أحداث ووقائع سياسية واقتصادية واجتماعية وفكرية، بحيث أصبحت السمة الغالبة على هذا القرن هي التعدد والاختلاف؛

(١) نادر سراج، الخطاب الاحتجاجي: دراسة تحليلية في شعارات الحراك المدني، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، الطبعة الأولى، ٢٠١٧، ص.

(٢) انظر، عبد السلام المسدي، السياسة وسلطة اللغة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧، ص ١٢.

سلوى الشرفي، تحليل الخطاب الرسائل السياسية في وسائل الإعلام، مركز النشر الجامعي، تونس، دون طبعة، ٢٠١٠، ص ٦١.

(٣) عماد عبد اللطيف، إستراتيجيات الإقناع والتأثير في الخطاب السياسي خطب الرئيس السادات نموذجاً، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، دون طبعة، ٢٠١٢، ص ١٠.

(٤) محمد محمد داود، اللغة والسياسة في عالم ما بعد ١١ سبتمبر، دار غريب، القاهرة، دون طبعة، ٢٠٠٣، ص ٢٥.

(٥) عبد السلام المسدي، السياسة وسلطة اللغة، مرجع سابق، ص ١٢.

التعدد في وجهات النظر، والاختلاف في الآراء، "وفتحت فضاءً للخطاب والخطاب المضاد، سواءً كان ذلك الاختلاف طريقةً في ممارسة الحكم تقوم على الاختيار الحر للخطاب السياسي، الذي يبدو أكثر إقناعاً من غيره، أو كان صراعاً بين إيديولوجيات تختلف في خياراتها الأساسية، مثلما وقع بين الماركسية والرأسمالية"^(١).

يقول كريستيان بلانتان Christian Plantin: كان لأزمة الخطاب السياسي مع ظهور الأنظمة الشمولية، والأشكال الحديثة للدعاية مساهمة واضحة في بعث الدراسات الحجاجية في النصف الثاني من القرن العشرين^(٢).

"وزاد من أثر السياسة في اللغة تطوُّر أدوات التعبير ووسائل الاتصال الجماهيري من خلال الصحافة والإذاعة والتلفزيون تطوراً يحقق الهيمنة على الجماهير والشعوب، وأصبح النفوذ السياسي يتخذ من النفوذ اللغوي والإعلامي سلاحاً حاسماً في الإقناع بالأفكار السياسية المختلفة، والترويج لها، وتحفيز الجماهير للمشاريع السياسية المختلفة"^(٣). كل ذلك دعا بيرلمان^(٤) للقول: إنّ "القرن العشرين قرن الترويج والدعاية"^(٥).

(١) حمادي صمّود، في الخلفية التاريخية للمصطلح، ضمن: مجموعة من المؤلفين، أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، إشراف حمادي صمّود، جامعة الآداب والفنون والعلوم الإنسانية، كلية الآداب منوبة، تونس، دون طبعة، دون تاريخ، ص ٤٢.

(٢) كريستيان بلانتان، الحجاج، ترجمة عبد القادر المهيري، مراجعة عبد الله صولة، دار سيناترا، تونس، الطبعة الثانية، ٢٠١٠، ص ٢١.

(٣) محمد محمد داود، اللغة والسياسة في عالم ما بعد ١١ سبتمبر، مرجع سابق، ص ٥٧-٥٨.

(٤) شايم بيرلمان Chaim Perelman (١٩١٢ - ١٩٨٤): قانوني وفيلسوف بولوني المولد وبلجيكي المقيم. اقترن اسمه بما سُمّي (البلاغة الجديدة)، وهي محاولة لبعث البلاغة الأرسطية، مع تحريرها من المنطق والأبنية الاستدلالية المجردة، مركزاً جهوده على (الحجاج)؛ حيث قرّبه من مجالات استخدام اللغة كالقانون والعلوم الإنسانية.

(5) Perelman, The new rhetoric, P 137.

نقلاً عن، جميل عبد المجيد، البلاغة والاتصال، دار غريب، القاهرة، دون طبعة، ٢٠٠٠، ص ١١٥.

وانظر، صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٦٤، ص ٧٥.

الأسس الفلسفية والنقدية عند العلماء العرب

أما على الصعيد العربي، فإن إسهام الباحثين العرب في دراسة لغة السياسة لا يزال محدوداً^(١)، ويُعَلَّل عبد السلام المسدي ذلك حين يقول: "ليس مألوفاً عندنا أن نبحث في الآليات المحركة للغة في مجال السياسة؛ لأننا لم نتشعب بعدُ بنواميس إستراتيجيات الخطاب عامةً، وبقوانين إستراتيجيات الخطاب السياسي تخصيصاً. فقد يدفعا الحدث السياسي إلى الوقوف برهَةً على اللغة، وقد نستشهد ونحن نبحث في اللغة بقولَةٍ جاءت على أحد السياسيين، ولكننا لم نعهد اتخاذ التقاطع بين الظاهرتين مجالاً للبحث والاستكشاف"^(٢).

١/٢ الخطاب السياسي

كان مصطلح الخطاب يُستخدَم قديماً للدلالة على الصياغة الشكلية للكلام أو الكتابة، إلا أنه - خلال النصف الثاني من القرن العشرين - أخذ يدل على عدد من المعاني الجديدة التي لم يكن هذا المصطلح يوحي إليها. "وربما كان السبب الأساسي في تنوع هذه المعاني بروز الدراسات الألسنية الحديثة التي تأثرت بها نظرية الأدب والنقد الأدبي مع ظهور النيبوية في أواخر الستينيات وأوائل السبعينيات من ذلك القرن، ذلك بأن مصطلح (الخطاب) لدى الألسنيين يعني الوحدة اللغوية المكتملة، التي تمتد فتشمل أكثر من جملة، ومن ثم كان تحليل الخطاب عندهم يعني دراسة العلاقات القائمة بين الوحدات اللغوية في أي لغة، كتابية وشفاهية"^(٣).

ويرد لفظ (الخطاب) كثيراً مقترناً بوصف، فيقال: الخطاب الديني، والخطاب الثقافي، والخطاب الاجتماعي، والخطاب السياسي. "ولذلك ورد الخطاب بتعريفات متنوعة في هذه الميادين العديدة، بوصفه فعلاً يجمع بين القول والفعل، فهذا من سماته الأصلية، وليس في هذا تشتت بقدر ما فيه من غنى وسعة في التصنيف"^(٤).

(١) عماد عبد اللطيف، إستراتيجيات الإقناع والتأثير في الخطاب السياسي خطب الرئيس

السادات نموذجاً، مرجع سابق، ص ١٠.

(٢) عبد السلام المسدي، السياسة وسلطة اللغة، مرجع سابق، ص ١٠.

(٣) ديان مكدونيل، مقدمة في نظريات الخطاب، وترجمة وتقديم عز الدين إسماعيل، المكتبة

الأكاديمية، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠١، ص ٢٧ (مقدمة المترجم).

(٤) عبد الهادي ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد

المتحدة، ليبيا، الطبعة الأولى، ٢٠٠٤، ص ٣٤.

والخطاب السياسي هو من أكثر الخطابات الحديثة انتشاراً، وأشدّها تأثيراً في المجتمعات الإنسانية. وهو خطاب اجتماعي يتعلق بالمجتمع السياسي، و"هو خطاب السلطة الحاكمة في شائع الاستخدام، وهو الخطاب الموجّه عن قصد إلى متلقٍ مقصود، بقصد التأثير فيه، وإقناعه بمضمون الخطاب، ويتضمن هذا المضمون أفكاراً سياسية، أو يكون موضوع الخطاب سياسياً"^(١).

وتكمن أهمية الخطاب السياسي في أنه "يتعامل مع المشكلات الكبرى للحياة العامة، ويصفها، ثم يشكلها، [ومن ثم] أصبحت الصور اللفظية المصدر الرئيس لفهم الواقع السياسي، وأساس العمل الرسمي، أو عدم العمل، وأساس شعور الشعب بالتقاؤل أو التشاؤم، بالرضا أو السخط حول سير الحياة السياسية"^(٢).

٢/٢ الشعار السياسي والشعار الانتخابي

جاء في معجم Oxford تحت مادة (Slogan): عبارة قصيرة ومؤثرة، وسهلة الحفظ، تستخدم في الإعلانات^(٣).

وفي معجم (Merriam Webster) يُعرّف الشعار (Slogan) بأنه: كلمة أو عبارة تستخدم للتعبير عن موقف مميز أو موقف أو هدف يتعيّن تحقيقه^(٤).

ويُعرّف الشعار الانتخابي بأنه "أسلوب فني يستخدم للتأثير على الأفعال الإنسانية عبر بعض الآليات بغية تنفيذها مع ضرورة ارتباط الشعارات عموماً باستخدام أسلوب

(١) محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، دار النشر للجامعات، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥، ص ٦، ٨، ٤٥.

(٢) أحمد بن راشد بن سعيد، قوة الوصف دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه، عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، المجلد ٣٢، العدد ١، يوليو- سبتمبر، ٢٠٠٣، ص ٢١٥.

(3) <https://www.lexico.com/definition/slogan>.

تم الدخول إلى الموقع بتاريخ ٢٠٢١/٤/١٥.

(4) <https://www.merriam-webster.com/dictionary/slogan>.

تم الدخول إلى الموقع بتاريخ ٢٠٢١/٤/١٥.

الأسس الفلسفية والنقدية عند العلماء العرب

الإقناع لكسب أكبر عدد من المؤيدين وإقناعهم بوجهة نظر معينة شريطة أن تتمتع تلك الشعارات بالبساطة وعدم التناقض وارتباطها بواقع الناخبين^(١).

ويُعرّف أحد الباحثين الشعار السياسي بأنه جملة أو عدد من الجمل لمفاهيم تدل على قيم أو إستراتيجية أو أهداف أو رؤية أو شخصية المرشح، بهدف تحقيق الانتشار، وإقناع الناخبين، وكسب أصواتهم^(٢).

٣/٢ علم اللغة السياسي Political Linguistics

علم اللغة السياسي أو (اللسانيات السياسية) أحد فروع علم اللغة الاجتماعي (اللسانيات الاجتماعية)^(٣). وهو "مصطلح أطلقه اللغوي د. ف. ج. بل D. V. J. Bell في عام ١٩٧٥، ويقصد به تأثير السياسة في استخدام لغة أو لغات معينة في مجتمع متعدد اللغات"^(٤).

ويُعرّفه محمد داود بقوله: "علم اللغة السياسي أحد فروع علم اللغة الاجتماعي التي نالت اهتماماً ملحوظاً في العصر الحديث، ويهتم هذا العلم بدراسة جوانب الخطاب السياسي، وذلك للوقوف على أهم العناصر والخصائص اللغوية التي تدعم هذا الخطاب، فيهتم بدراسة أنماط الخطاب السياسي ودوافعه وأهدافه، كما يدرس وسائل التأثير اللغوية على المستمع، والسماط والملاحم الأسلوبية الخاصة بكل مجتمع"^(٥).

٠/٣ تحليل المدونة

(1)

<https://www.kuna.net.kw/ArticleDetails.aspx?id=2321882&Language=ar>

e=ar

تم الدخول إلى الموقع بتاريخ ٢٠٢١/٤/١٥.

(٢) عبد الوهاب يوسف الجودر، اتجاهات الناخبين نحو الشعارات والبرامج الانتخابية

للمرشحين للمجلس النيابي في مملكة البحرين ٢٠١٨ دراسة ميدانية، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، الطبعة الأولى، ٢٠٢٠، ص ٢٧.

(٣) انظر، كمال بشر، علم اللغة الاجتماعي، دار غريب، القاهرة، دون طبعة، دون تاريخ، ص ٤٦.

(٤) أحمد شفيق الخطيب، قراءات في علم اللغة، دار النشر للجامعات، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦، ص ٦٤.

(٥) محمد محمد داود، اللغة والسياسة في عالم ما بعد ١١ سبتمبر، مرجع سابق، ص ٥٨-٥٩.

بعد أن حدّدت دراستنا مدونتها في مئة وواحد وخمسين شعاراً انتخابياً لمرشحي انتخابات مجلس الأمة الكويتي ٢٠٢٠، فإنها سوف تعتمد على (تحليل المحتوى) في دراسة تلك الشعارات.

١/٣ تحليل المحتوى

يُعرّف برنارد بيرلسون Bernard Berelson تحليل المحتوى بأنه: "تقنية في البحث تصلح لوصف محتوى التواصل الظاهر وصفاً موضوعياً ونسقياً وكمياً"^(١).

ويؤكد التعريف السابق على جملة أمور، منها^(٢):

- تحليل المحتوى لا يجري بغرض الحصر الكمي لوحدة التحليل فقط، وإنما يتعداه لمحاولة تحقيق هدف معين
 - أنه يقتصر على وصف الظاهر، ومقاله الإنسان أو كتبه صراحة فقط دون اللجوء إلى تأويله
 - أنه لم يحدد أسلوب اتصال دون غيره ولكن يمكن للباحث أن يطبقه على أي مادة اتصال مكتوبة أو مصورة
 - أنه يعتمد على الرصد التكراري المنظم لوحدة التحليل المختار من المآخذ على تقنية (تحليل المحتوى) ما ذكره مؤلفاً معجم تحليل الخطاب، إذ يقولان: "وكانت أهم وجوه المؤاخذة تتصل أولاً بتحديد الفوارق بين الدوال، وعدم أخذ بنية النص بعين الاعتبار"^(٣).
- وهذا المآخذ - وإن كان يصح على النصوص الطويلة - لا يصح على مدونة دراستنا، أي: الشعارات الانتخابية؛ لأنها تتسم بالإيجاز، والتكثيف.

(١) باتريك شارودو - دومينيك منغو (مشرفان)، معجم تحليل الخطاب، ترجمة عبد القادر المهيري - حمّادي صمود، مراجعة صلاح الدين الشريف، دار سيناترا، تونس، دون طبعة، ٢٠٠٨، ص ٤٢.

(٢) صالح بن حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العبيكان، الرياض، الطبعة الأولى، ١٩٩٥، ص ٢٣٥.

(٣) باتريك شارودو - دومينيك منغو (مشرفان)، معجم تحليل الخطاب، مرجع سابق، ص ٤٢.

الكلمة المفتاح هي كلمة تتميز بزيادة نسبة ورودها في عمل معين، أو لدى كاتب معين، أو في مدونة معينة، إلى درجة كبيرة عن نسبة ورودها في اللغة العادية^(١). إن التكرار المعجمي - سواء أكان بالاسم الظاهر أم بالضمير - يفيد الإلحاح والدوران على موضوع واحد، أو قضية واحدة، وهو ما يساعد الدارس أو القارئ على فهم البيئة المنتجة للنص، أو النصوص (كما هو الحال في مدونة دراستنا)^(٢).

معدل تكرار الكلمات في الشعارات

الجدول (١)

ملاحظة	تكرارها في الشعارات	الكلمة
الضمائر العائدة على هذه المعاني	٢٥	وطن/ الوطن
(٨):	٤	وطني
- أقسمنا أن نحملك	١	الوطني
- أنتو عزوتها	١	الأوطان
- وأهلها مصلحون	١	مواطنة
- لن نتركها لهم	١٦	الكويت
- سنعيدها الأولى	١	البلاد
- حمايتها واجب	١	ديرتنا
- استقرارها فوق كل اعتبار		
- نبيها ترجع		
	٥٠	المجموع

- (١) ستيفن أولمان، اتجاهات جديدة في علم الأسلوب، مرجع سابق، ص ١١٩، الهامش (٣٨).
 (٢) انظر، محمد مفتاح، دينامية النص تنظير وإنجاز، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء- بيروت، الطبعة الرابعة، ٢٠١٠، ص ٢١١.
 وتجدر الإشارة إلى أن محمد مفتاح يطلق عليها (الكلمة المحور).

الجدول (٢)

الضمائر العائدة على هذه المعاني (٣٧): سوف تُدرس بشكل مستقل	٢	المواطن
	٢	الأمة
	٢	الشعب
	١	شعبي
	٧	المجموع

الجدول (٣)

	٧	الإصلاح
	٦	التغيير
	١	تُغير
	٤	مستقبل
	١	التنمية
	١	الفاستدين
	١	العدل
	١	الحرقات

وتشير الأرقام إلى أن كلمة (الوطن) ومرادفاتها- الجدول (١)- كان لها الحضور الأكبر في مدونة الدراسة؛ وهي كلمة عامة، لا يُلزم فيها المرشُح نفسه بالقيام بعمل محدد.

٣/٣ صور حضور الناخب في الشعار

يُمثّل الناخب طرفاً رئيساً في عملية التواصل في الشعار الانتخابي؛ لأنه المرسل إليه، ومتلقي الشعار، لذلك فإن دراسة صور حضوره في مدونة دراستنا تكشف لنا عن نظرة

الأسس الفلسفية والنقدية عند العلماء العرب
منتج الشعار (المرشح) لذلك الناخب. وقد جاءت صورة الناخب في الشعار على النحو الآتي:

أولاً: الخطاب غير المباشر بالاسم الظاهر:

وذلك عندما يستخدم منتج الشعار كلمات مثل: الشعب، والأمة، المواطن. فالشعار - في هذه الحالة - لا يخاطب بشكل مباشر. ومن أمثلة ذلك:



ثانياً: الخطاب بضمير المخاطب:

وهنا يظهر الخطاب المباشر للناخب، أو متلقي الشعار. وقد استُخدمت الضمائر بصيغة المفرد وصيغة الجمع، على النحو الآتي:

١. ضمير المخاطب بصيغة المفرد:



٢. ضمير المخاطب بصيغة الجمع:

وقد استُخدمت صيغة الجمع مع الضمائر المنفصلة والضمائر المتصلة، على النحو الآتي:

أ- الضمير المنفصل:

د / أميرة إبراهيم عبد الغني



ب- الضمير المتصل :



ثالثاً: الخطاب بضمير المتكلمين (نا):

قد يستخدم منتج الشعار (المرشح) ضمير المتكلمين (نا) ليخاطب به الناخبين؛ من أجل التأكيد على أنه- أي المرشح- جزء من شريحة الناخبين. ونجد ذلك في الأمثلة الآتية:



رابعاً: الخطاب باستخدام الظرف (معاً):

تلجأ بعض الشعارات إلى مخاطبة الناخبين بعيداً عن الضمائر، فتستخدم الظرف (معاً) الذي يشير إلى الناخب، دون أن يخاطبه صراحةً، ومن أمثلة ذلك:



إحصائية صور حضور الناخب في مدونة الدراسة

الجدول (٤)

التكرارات	صور حضور الناخب في الشعار
٢٠	الخطاب بضمير المخاطب الجمع
١٠	الخطاب بضمير المتكلمين (نا)
٩	الخطاب غير المباشر بالاسم الظاهر
٧	الخطاب بضمير المخاطب المفرد
٥	الخطاب باستخدام الظرف (معاً)

يُظهر هذا الجدول أن استخدام منتج الشعار ضمير الجمع في مخاطبة متلقي الشعار (الناخب) هو الأعلى حضوراً، والأكثر وروداً؛ وقد يكون ذلك راجعاً إلى أن ضمير الجمع يُشعر جموع الناخبين بأن الحل بأيديهم من خلال اختيار هذا المرشح.

٤/٣ مقويات الشعار

يلجأ بعض المرشحين إلى وسائل غير لغوية فيضمونها شعاره الانتخابي؛ من أجل إقناعه المتلقي (الناخب)، واستمالته. ومن تلك الوسائل، أو ما أُصطلح على تسميته (مقويات الشعار).

١. اقتباس آية من القرآن:

د / أميرة إبراهيم عبد الغني



٢. توظيفاً قرآنية:



٣. تضميناً:



٤. تضمين شيء من الدستور:



٥. تضمين القسم الذي يؤديه النائب:

الأسس الفلسفية والنقدية عند العلماء العرب



٦. توظيف خبرة سابقة:



٧. تضمين النشيد الوطني:



٨. توظيف اسم المرشح:



٩. تضمين مقولة مشهورة:



إحصائية للمقويات الواردة في مدونة الدراسة

الجدول (٥)

تكراره	نوع المقوي
١١	اقتباس آية من القرآن
٥	تضمين شيء من الدستور
٣	توظيف خبرة سابقة
٣	توظيف اسم المرشح
١	توظيف آية قرآنية
١	تضمين أثر
١	تضمين النشيد الوطني
١	تضمين مقولة مشهورة

تشير أرقام الجدول إلى أن (اقتباس آية من القرآن) هو أكثر المقويات وروداً في الشعارات الانتخابية التي تتكوّن منها مدونة الدراسة؛ لما لها من تأثير على الشريحة الأكبر من المجتمع الكويتي.

٥/٣ بنية الشعار

يختص هذا المبحث بدراسة الشعار الانتخابي من جهة بنيته التركيبية، والظواهر التركيبية في الشعار عديدة، منها: الحذف، والتقديم والتأخير. ولكن هذا المبحث من الدراسة سوف يقتصر على دراسة المركبات غير الإسنادية. ويُقصد بـ (المركب غير الإسنادي) تلك المركبات التي لا تتألف منها جملاً. وهي - في مدونة دراستنا - على النحو الآتي:

١. المركب الإضافي:

الأسس الفلسفية والنقدية عند العلماء العرب



٢. المركب العطفي:



٣. المركب الوصفي:



٤. المركب الإضاف العطفي:



٥. المركب الوصف العطفي:

د / أميرة إبراهيم عبد الغني



٦. المركب الإضافية الوصفي:



إحصائية للمركبات في مدونة الدراسة

الجدول (٦)

التكرار	المركب
١٦	المركب الإضافي
٦	المركب العاطفي
٦	المركب الوصفي
٣	إضافة وعطف
٢	وصف وعطف
١	إضافة ووصف

وتُظهر هذه الإحصائية أن (المركب الإضافي) هو أكثر المركبات وروداً في مدونة الدراسة؛ ويمكن ردُّ ذلك إلى أن أغلب (المضاف إليه) في هذه المركبات هي كلمة (وطن)، إذ بلغت المركبات الإضافية التي يكون المضاف إليه فيها كلمة (وطن) أحد عشر مركباً. وكلمة (وطن) هي أكثر كلمة وردت في مدونة الدراسة، كما مرّ بنا في (٢/٣) الكلمة (المفتاح).

الخاتمة:

سعت الدراسة لرصد أحد تمثيلات الخطاب السياسي، المتمثل في (الشعار الانتخابي) بوصفه وسيلة من وسائل التواصل بين منتجه (المرشح) ومتلقيه (الناخب)، وحاولت الدراسة فحص مدونتها فحصاً لغوياً، مستعينة بمنهجية (تحليل المحتوى). وقد وصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

١. لا تُعبّر الشعارات الانتخابية- التي اتخذتها الدراسة مدونة لها- عن برنامج عمل المرشح؛ يظهر ذلك من خلال اعتماد النسبة الأعلى منها على الكلمات العامة، من مثل (وطن).

٢. تعتمد الشعارات الانتخابية على ضمائر الجمع أكثر من اعتمادها على الضمير المفرد.

٣. يلجأ بعض منتجي الشعارات الانتخابية إلى تقوية شعاراتهم باقتباس آية من القرآن الكريم، لما له من تأثيره على متلقي الشعارات.

وقد انتهت الدراسة إلى التوصيات الآتية:

١. تدعو الدراسة الباحثين إلى دراسة الشعارات الانتخابية دراسة تاريخية؛ تقوم على تتبع التغيرات التي شهدتها هذه الشعارات في انتخابات مجالس الأمة المتعاقبة.
٢. اعتماد الشعارات على الاختصار والتكثيف يجعل منها مادة خصيبة لدراسة (المسكوت عنه) فيها؛ لذا فإن الدراسة تقترح دراسة هذا الجانب من الشعارات الانتخابية.

٣. تدعو الدراسة الباحثين لدراسة العلامات التي يشتمل عليها الملصق الانتخابي، من الصور والألوان واستغلال المساحات، وإشارات اليدين، وزاوية صورة المرشح ... إلخ
٤. أقترح تشكيل (فرق بحث) تضم أصحاب الاهتمامات المعرفية المشتركة، بحيث يشتغلون على مشاريع بحثية، وليس بحثاً واحداً.

المراجع:

- أحمد شفيق الخطيب، قراءات في علم اللغة ، دار النشر للجامعات، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦.
- باتريك شارودو - دومينيك منغو (مشرفان)، معجم تحليل الخطاب، ترجمة عبد القادر المهيري - حمادي صمود، مراجعة صلاح الدين الشريف، دار سيناترا، تونس، دون طبعة، ٢٠٠٨.
- توين فان دايك، الخطاب والسلطة، ترجمة غيداء العلي، مراجعة وتقديم عماد عبد اللطيف، المركز القومي للترجمة، القاهرة، العدد ٢٤١٩، الطبعة الأولى، ٢٠١٤.
- جميل عبد المجيد، البلاغة والاتصال، دار غريب، القاهرة، دون طبعة، ٢٠٠٠.
- حمادي صمود، في الخلفية التاريخية للمصطلح، ضمن: مجموعة من المؤلفين، أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، إشراف حمادي صمود، جامعة الآداب والفنون والعلوم الإنسانية، كلية الآداب منوبة، تونس، دون طبعة، دون تاريخ.
- ديان مكدونيل، مقدمة في نظريات الخطاب، وترجمة وتقديم عز الدين إسماعيل، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠١.
- ستيفن أولمان، اتجاهات جديدة في علم الأسلوب، ضمن: اتجاهات البحث الأسلوبي، اختيار وترجمة وإضافة شكري محمد عياد، أصدقاء الكتاب، القاهرة، الطبعة الثانية، ١٩٩٦.
- سلوى الشرفي، تحليل الخطاب الرسائل السياسية في وسائل الإعلام، مركز النشر الجامعي، تونس، دون طبعة، ٢٠١٠.

- الأسس الفلسفية والنقدية عند العلماء العرب
صالح بن حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العبيكان، الرياض،
الطبعة الأولى، ١٩٩٥.
- صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب،
الكويت، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٦٤، أغسطس، ١٩٩٢.
- عبد السلام المسدي، السياسة وسلطة اللغة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى،
٢٠٠٧.
- عبد الهادي ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد
المتحدة، ليبيا، الطبعة الأولى، ٢٠٠٤.
- عبد الوهاب يوسف الجودر، اتجاهات الناخبين نحو الشعارات والبرامج الانتخابية للمرشحين
للمجلس النيابي في مملكة البحرين ٢٠١٨ دراسة ميدانية، معهد البحرين للتنمية السياسية،
البحرين، الطبعة الأولى، ٢٠٢٠.
- عماد عبد اللطيف، إستراتيجيات الإقناع والتأثير في الخطاب السياسي خطب الرئيس
السادات نموذجاً، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، دون طبعة، ٢٠١٢.
- عماد عبد اللطيف، تحليل الخطاب السياسي نموذج إرشادي، ضمن: بلاغة النص التراثي
مقاربات بلاغية حجاجية، إشراف محمد مشبال، دار العين، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠١٣.
- كريستيان بلانتان، الحجاج، ترجمة عبد القادر المهيري، مراجعة عبد الله صولة، دار سيناترا،
تونس، الطبعة الثانية، ٢٠١٠.
- كمال بشر، علم اللغة الاجتماعي، دار غريب، القاهرة، دون طبعة، دون تاريخ.
- ليا ليتوسيليتي (محرر)، مناهج البحث في اللسانيات، ترجمة صالح بن فهد العصيمي، معهد
الملك عبد الله للترجمة والتعريب، الرياض، دون طبعة، ١٤٣٥.
- محمد محمد داود، اللغة والسياسة في عالم ما بعد ١١ سبتمبر، دار غريب، القاهرة، دون
طبعة، ٢٠٠٣.
- محمد مفتاح، دينامية النص تنظير وإنجاز، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء - بيروت،
الطبعة الرابعة، ٢٠١٠.

د / أميرة إبراهيم عبد الغني

محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، دار النشر للجامعات، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥.

نادر سراج، الخطاب الاحتجاجي: دراسة تحليلية في شعارات الحراك المدني، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، الطبعة الأولى، ٢٠١٧.

نادر سراج، مصر الثورة وشعارات شبابها دراسة لسانية في عفوية التعبير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، الطبعة الأولى، ٢٠١٤.

المجلات:

أحمد بن راشد بن سعيد، قوة الوصف دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه، عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، المجلد ٣٢، العدد ١، يوليو- سبتمبر، ٢٠٠٣.
سليمان العطار (مترجم ومقدم)، الأسلوبية علم وتاريخ، مجلة فصول، المجلد ١، العدد ٢، يناير، ١٩٨١.

مواقع إلكترونية:

Abbas Lutfi Hussein, Risala Gatea Abttan. (2018). Pragmatic Analysis of Persuasion in Modern British and Iraqi Parliamentary Election Slogans. International Journal of English Literature and Social Sciences (IJELS).

http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-ea04e808-efb5-4765-9cbb-40570a4bc3ea/c/Ruslan_Saduov_7-23.pdf

<https://www.alraimedia.com/article/1511233>

<https://www.kuna.net.kw/ArticleDetails.aspx?id=2321882&Language=ar>

[https://www.lexico.com/definition/slogan.](https://www.lexico.com/definition/slogan)

[https://www.merriam-webster.com/dictionary/slogan.](https://www.merriam-webster.com/dictionary/slogan)

<https://www.moi.gov.kw/main/eservices/election/candidates/0>

<https://www.neliti.com/publications/239302/pragmatic-analysis-of-persuasion-in-modern-british-and-iraqi-parliamentary-elect>

Ruslan Saduov. (2018). The Language of Political Slogans in 2016 Slovak Parliamentary Elections. THE CENTRAL EUROPEAN JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES.