

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابو بكر بلقايد

كلية الآداب والعلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم الثقافة الشعبية

أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علم اللّهجات

الشعار السياسي والثقافي و الاجتماعي في الثقافة الجزائرية

دراسة سوسولوجية

إشراف:

الأستاذ الدكتور سعيد محمد

إعداد الطالب الباحث:

محي الدين رشيد

* أعضاء لجنة المناقشة :

رئيساً

مشرفاً ومقرراً

عضواً

عضواً

عضواً

عضواً

جامعة تلمسان

جامعة تلمسان

جامعة تلمسان

جامعة الشلف

جامعة وهران

جامعة مستغانم

— الأستاذ الدكتور: زريوح عبد الحق

— الأستاذ الدكتور: سعيد محمد

— الدكتور: م فنونيف شعيب

— الدكتور: عبد القادر شارف

— الأستاذ الدكتور: محمد بن سعيد

— الدكتورة: نادية بوشفري

السنة الجامعية 1430 – 1431 هـ / 2009 – 2010 م

اهدي ثمرة جهدي

إلى من أوصى بهما الله في محكم تنزيله, إلى التي منحتني
الحب و الحنان وأنارت دربي بدعواتها وحسن رعايتها وفيض
حنانها أُمي الغالية.

إلى والدي الذي أفنى شبابه وبذل جهده وماله لتعليمي, مثلي
الأعلى في الحياة.

إلى كل إخوتي .

مقدمة:

فلقد كانت اللّغة وما تزال السبيل الأول في عملية التفكير والتواصل، والشغل الشاغل الذي يؤرق بال الباحثين المفكرين، الذين راحوا على مر العصور يدرسونها ويسبرون أغوارها، فبدؤوا بدراسة أصواتها ومقاطعها وكلماتها، لينتقلوا إلى تحليل جملها، معرجين على مفرداتها وما تحمله من دلالات متنوعة، وهذا كله نابع من إدراكهم قيمة اللّغة في حياة الإنسان.

حرصهم المتواصل على كشف أسرار اللّغة، دفع إلى تطور الدراسات اللّغوية واللّهجية أملا في فهم الظواهر اللّغوية وما يعترئها من تغير وتبدل.

وإلى جانب هذا الحرص في الدراسة وما يمكن أن يقدم من

خدمات جليلة للدراسات اللّغوية والاجتماعية

والأنثروبولوجية، أدرك علماء اللّغة أيضا الصعوبة

والخطورة الناجمة عن مثل هذه الدراسات، فالبحت اللّهجي

في أساسه بحث ميداني يتطلب جهدا في جمع الأشتات

اللغوية أولاً، ثم الكشف عنها وفهم أسباب وعلل وقوانين
تغيرها ثانياً.

تأسيساً على ما سبق، وبحكم التخصص العلمي في
موضوع اللهجات، رأينا أن نصرف جهودنا صوب الشعارات
السياسية والثقافية والاجتماعية في الجزائر، فعمدنا إلى
تدريسها والبحث فيما عرض لها من ظواهر تركيبية ودلالية.
هذا لأن الشعارات تعدّ أحد الروافد الثقافية في أي منظومة
سياسية أو ثقافية في وطن من الأوطان أو عند شعب من
شعوب وهي ذات أهمية كبيرة لمعرفة الاتجاه الفكري
والثقافي والسياسي.

ويتناول هذا البحث بالدراسة والتحليل الشعار السياسي
والثقافي والاجتماعي في الثقافة الجزائرية ويحاول أن
يدرسها دراسة لغوية اجتماعية.

وحتى نستطيع سبر أغوار هذا البحث الذي ارتضيناه
موضوعاً لرسالة الدكتوراه، ارتأينا أن نقسمه وفق خطة

منهجية تحددت في مدخل، وأربعة فصول متلوة بخاتمة
رصدنا فيها نتائج البحث.

فأما مدخل البحث فأردناه توطئة مصطلحية، فعرفنا

باللهجة واللغة والفرق بينهما وخصائص كل منهما

ووظيفتهما في حياة الفرد والمجتمع كونهما السبيل الأول في

عملية التفكير والتواصل وهذا مهد لنا الطريق لولوج محراب

الشعار ميدان الدراسة.

أما الفصل الأول من موضوع رسالتنا وقفنا من خلاله على

مضامين المفردات التي شكّلت عنوان البحث فعرفنا بمصطلح

الشعار، الثقافة، السياسة، متناولين قضاياها وتقاطعاتها

المعرفية، فكان لزاما عليّ جمع الشعارات من مظانها بغية

الجمع والحوار والمناقشة مبرزاً أهمية الشعار في عملية

التواصل.

أما الفصل الثاني من بحثنا، خصصناه لإبراز أهمية الشعار

وتحديد المفهوم العلمي للأحزاب وأثرها وتأثيرها عي ثقافة

الفرد الجزائري.

ذلك أنّ ظاهرة الشعار في بلادنا تنوعت وتعددت مشاربها
خاصة في العشرين سنة الأخيرة بسبب التغيرات الطارئة
على الحياة السياسية في الجزائر حيث نشوء الأحزاب
وتعددتها وذلك قد أثرى المجالات المختلفة سياسية كانت أو
فكرية أو لغوية فأثرت بذلك الشعارات القاموس اللغوي، مما
دفعني على الانشغال بحيز منها محاولا الابتعاد عن تلك
الدراسات التي تقتصر على حيز جغرافي من الوطن.
ثم جاء الفصل الثالث من هذا البحث ليكون تطبيقي،
خصصناه لتصنيف وتحليل تلك الشعارات التي اتخذناها
نموذجاً ودراسة دلالاتها. وخصصنا الجزء الثاني من هذا
الفصل للخطاب والخطاب اللّهي وأثر السياق في فهم
الخطاب وفي الأخير بينا فعالية الخطاب وتأثيره.
وأما الفصل الرابع والأخير من هذا البحث أتناول فيه أبعاد
ومضامين الشعارات مركزاً على ما يلي:

✚ البعد الاجتماعي.

✚ البعد النفسي.

✚ البعد الأخلاقي.

✚ البعد الفكري.

✚ البعد السياسي الوطني.

البعد الاجتماعي أتناول فيه المضامين الاجتماعية التي

يمارسها الشعار بالمجتمع حيث صار يعكس الواقع المعيش

ويعبر عن آلام أفراد المجتمع باستعمال مفردات لهجية

يتداولها المجتمع.

ثم أتطرق إلى البعد النفسي للشعار لأنه يمارس تأثيرا على

اتجاهات وسلوك أفراد وبذلك يكون له-الشعار- وقع نفسي

يراعي التطورات والوعي السياسي للفرد في المجتمع.

ثم أناقش البعد الأخلاقي للشعار حيث أنه يهدف إلى تحسين

سلوك الفرد وتهذيبه إذ نجد أنّ بعض الشعارات عبارة عن

آيات قرآنية تهدف إلى نبذ بعض الظواهر الاجتماعية الدخيلة

على المجتمع كظاهرة الرشوة.

ثم ناقش البعد الفكري والإيديولوجي للشعار كونه تعبيراً
وتجسيدا لبعض الأفكار والإيديولوجيات.

وفي الأخير ناقش البعد السياسي الوطني للشعار إذ أن
الشعارات تشخص هموم الوطن واتساع رقعة أحزانه
وصارت محفزا للعمل من أجل بناء الوطن باستعمال مفردات
سواء عامية كانت أو فصحي لها التأثير الكبير في نفوس
أفراد المجتمع.

و لا أزعم أنني قد جئت بالصورة المرجوة، لكنني حاولت وما
ادّخرت ساعة من حياتي لغير البحث الذي كانت له شعاب،
ومن دونه صعاب.

أمّا صعاب البحث فإنّها ترجع إلى أنّ كثيرا من الآراء
اللغوية واللهجية مطروحة في فكر غربي وبلغات أجنبية
صعب علينا الإلمام بها. ومن نصب البحث أن الشعارات تضمّ
مادّة سياسية وإيديولوجية وديماغوجية غنيّة لا تكاد تجتمع
بهذه الكثرة في أي خطاب أو مصدر آخر، وصادرة عن
أحزاب وسياسات وتوجهات بل وفئات متعدّدة من رجالات

السياسة؛ والإعلام، والثقافة وغيرهم مما يجعل المضامين
والمحتويات متعددة والآراء متكررة متشابهة..

وبسبب تنوع القضايا التي تطرحها الشعارات، فإنّ البحث
ارتضى لنفسه منهجا يقوم على التفسير والتحليل وذلك

بالوقوف عند تشكل الشعارات لغويا و ما احتوته من الدلالات

الاجتماعية والسياسية والثقافية ومحاولة مقاربتها بالشرح

تارة والتحليل المعزّز بالمرجعية اللغوية والاجتماعية

والثقافية العربية والأجنبية..، حيث اعتمدت، في هذا البحث،

على جملة مصادر ومراجع، لعلّ أهمّها في مجال علم اللغة

: "الخصائص " لبن جني، و"المزهر في علوم اللغة " لجلال

الدّين السيوطي...

وأما الدراسات الحديثة العربية والمترجمة التي أفدت منها

فمراجعتها كثيرة منها: النموذج الجيسكاري لنهاية خطاب

الاختيار في فرنسا، جين آدم، ترجمة، ثامر الغزي و

الشعارات والرموز الانتخابية، دراسات في الإعلام السياسي

للدكتور صفوت العالم و قضايا إعلامية سياسية للدكتور

صالح أبو أصبع. ينضاف إلى ذلك .

**Anderson R. E X johson: Technical
wording in advertising: implications for
markets**

**Bernard Berelan, communication and
public opinion in mass communication.**

**Charles. Young , Michael Robinson, visual
connectedness and persuasion**

وغيرها من المراجع الأجنبية مما هو مبثوث في ثنايا هذا
العمل.

وأحاول الإجابة عن مدى إثراء الشعار للهجة واللغة على حد
سواء.

إنّ الباحث ليدرك من بداية الأمر الصعوبة، وبخاصة
حين يطرق موضوعا تنعدم فيه دراسات سابقة يستفيد منها
أو ينسج على منوالها، فلقد عانيت قلة المصادر والمراجع
التي تدرس الشعارات، فالموضوع لا يزال بكرا ولم يتناول
بالدراسة إلا في فصول ومباحث قليلة، ولكن وبجهود
متواصلة، وبفضل توجيهات مشرفي، الذي شجّعني على

خوض غمار هذا البحث بعد استشارته والاسترشاد به
استطعت أن أجمع بعض المصادر والبحوث التي أعانتي في
رسم ملامح هذا البحث والعديد منها كان باللّغة الإنجليزية ثم
الحصول عليها من جامعات فرنسية و أخرى إسبانية.
أما فيما يخص المنهج الذي يكون وسيلة للولوج إلى مكامن
هذه الظاهرة فسوف أوظف بعض الدراسات المنهجية
والمعرفية المستمدة أصلا من معارف متعددة مثل التحليل
اللّساني والتحليل النفسي والتحليل الاجتماعي لأنني أعتقد أنّ
الموضوع مرتبط ارتباطا عضويا بالواقع الاجتماعي والنفسي
للشّخص الجزائري وهو مرتبط كذلك بالجهات المسؤولة التي
تعمل جاهدة من أجل تمرير خطاباتها المتعددة والمتنوعة في
إطار تعبير لغوي.

فلقد عمدنا إلى جمع بعض المواد اللّهجية واللّغوية
واستقراءها ثم تقديم بعض الأحكام اللّغوية عليها وقلة
الدراسات في هذا الموضوع كانت تدفعني أحيانا إلى
الإحساس بصعوبة البحث من جهة، ومن جهة أخرى، وعلى

العكس من ذلك فقد بعث في روح البحث والقراءة والكتابة
حول هذا الموضوع وهذا ما قمت به فعلا وحاولت جهدي
الظفر بالجديد في هذا العمل.

كل هذا كان تحت إشراف أستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور
محمد سعدي، الذي أعترف له بالجهد الذي بذله في رعايته
لهذا البحث، والتوجيه المفيد في فصوله.. ولن أستطيع،
بكلمات أن أوفيّه حقّه على الثقة التي منحني إياها والتشجيع
الذي خصني به.

ولا يفوتني أن أنوه بفضل جميع الذين عاونوني في إخراج
هذا البحث على الصورة التي هو عليها من حيث تقديم
مشورة طيبة، أو نصح كريم.

فلست أدعي لهذا العمل الكمال ولكنه خطوة أعتقد أنّها جديدة
في طريق الدراسات اللهجية والأنثروبولوجية في بلادنا ،
الذي ما يزال في حاجة إلى الكثير من الدراسات الجادة.

فإن كنت قد أصبت فيما كتبت شيئاً من خير وتوفيق، فهما
منة الله وتيسيره إليهما، وما يكن من زلل أو سقطات فالله
وحده أسأل العصمة والرشاد. والحمد لله رب العالمين.

محي الدين رشيد

أدرار؛ في 3 ديسمبر

.2009

أولاً مدخل إلى علم اللغة الاجتماعي

إن الباحث المتتبع للدراسات اللغوية عموماً يلمح، وبما لا يدع مجالاً للشك، أن هذه الدراسات عرفت ومنذ مطلع القرن العشرين توسعا ونضجا كبيرين حتى أضحت محط أنظار الدارسين في فروع ومجالات معرفية متعددة.

وإن من نتائج هذا التطور العلمي، انبعثت نهضة علمية ومعرفية، ما تزال آثارها ممتدة إلى يومنا هذا، ولقد استعانت الدراسات اللغوية في سعيها إلى الدرس العلمي للظواهر اللغوية، بعلوم عديدة قد يبدو بعضها بعيدا عن مجال اللغة، وقد مهد هذا الاتصال بين مختلف العلوم، وما انطوى عليه من تأثير وتأثر، لنشأة وظهور وتطور فروع علمية لغوية كان الدرس اللغوي في مسيس الحاجة إليها .

ولعل من العلوم الرائدة التي وجدت ارتباطاً وثيقاً بينها وبين اللسانيات نجد علمي النفس و الاجتماع، ولقد شكّل الأخير نتيجة ارتباطه بعلم اللغة ظهور ما أصبح يسمى بعلم الاجتماع اللغوي أو علم اللغة الاجتماعي¹ " Sociolinguistic " فاللغة كنشاط اجتماعي لها علاقة وطيدة بالمجتمع الإنساني، حيث جعل الله اللغة أداة للتخاطب ليتفاهم الناس بها بعضهم مع

¹ ولا يقصد به أنه >> تركيبية أو توليفية من علم اللغة وعلم الاجتماع، أو أنه مزج لهما أو تجميع لقضايهما ومسائلهما<<، وإنما يعني >> ذلك العلم الذي يدرس اللغة في علاقاتها بالمجتمع<<، حيث >> ينظم كل جوانب بنية اللغة، وطرائق استعمالها التي ترتبط بوظائفها الاجتماعية والثقافية<<(د.كمال بشر، علم اللغة الاجتماعي،مدخل، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع: القاهرة، ط 03، 1997، 41.

البعض الآخر، وليبنوا بواسطتها حضارة قائمة. ونظماً مستتباً في المجتمع ينعم من خلاله الناس بالطمأنينة والراحة والأمن. ويبدو أن أصل اللغات، من حيث هي، كانت مجرد أصوات عشوائية استحالت بالتعامل اليومي، وتحت وطأة الحاجة إلى التفاهم، إلى أصوات منتظمة دالة على معان ما في النفس² وهي على كل حال أصوات اعتباطية، غالباً لا صلة للسطح بالجوهر لدى تحديد المضمون. ولهذا السبب يتصل علم اللغة اتصالاً شديداً بالعلوم الاجتماعية من حيث أنها استجابة ضرورية لحاجة الاتصال بين الناس جميعاً. فأصبح علم اللغة، هذا العلم يحاول الكشف عن العلاقة بين اللغة والحياة الاجتماعية³، فضلاً عن أن وظيفته الأساسية؛ هي >> البحث عن الكيفيات التي تتفاعل بها اللغة مع المجتمع <<⁴، بل إنه >> ينظر في التغيرات التي تصيب بنية اللغة استجابة لوظائفها الاجتماعية المختلفة مع بيان هذه الوظائف وتحديدها<<⁵. فاللغات تتطور وتنحط، وتتقدم وتتأخر بحسب درجة الناطقين بها من حيث؛ الرقي الحضاري والتقدم الاجتماعي، ولذلك فهي ليست ظاهرة اجتماعية فحسب، ولكنها مرآة مجلوة لتسجيل درجة الوعي الحضاري لدى متحدثيها وليست اللغة، من وجهة

² ينظر: د.حلمي خليل، دراسات في اللسانيات التطبيقية، دار المعرفة الجامعية، د.ط، 1420هـ – 2000م، ص:77.

³ ينظر: جوزيف فندريس، اللغة، ترجمة عبد الحميد الدواخلي ومحمد قصاص، مكتبة الأنجلو المصرية، مطبعة لجان البيان العربي، 1950، ص30.

⁴ علم اللغة الاجتماعي، مدخل، ص 47.

⁵ نفسه.

أخرى، مجرد ظاهرة اجتماعية فجّة كما قد يتمثلها علماء الاجتماع، وإنما هي أداة تعبيرية ذات طبيعة حية تبلغ ذروتها حين يعمد الناطقون بها إلى التماس الجمال الفني في تعبيرهم بها، وفي التأنق في انتقاء ألفاظها عبر نظامها الصوتي والتركيبى، مما يجعل من تعابيرهم، أو قل إن شئت: مما يجعل من لعبهم باللغة: لوحات فنية من النسوج الكلامية تروق سامعها، و تبهر قارئها، فيقال هذه لغة فنية، أو هذه لغة شعرية، أو شعر على قطع الوصف.

ويرى فندريس أن اللغة تنتج من الاحتكاك الاجتماعي، ثم تصبح عاملاً من أقوى العوامل التي تربط أفراد المجتمع. ولكي تبلغ أي لغة مرحلة التطور الأول، وهي المرحلة الشعرية، قد تفتقر إلى ظروف تاريخية وجغرافية وحضارية طويلة لتبوؤ تلك المكانة، ولا تزال أي لغة حية ترقى، ثم ترقى إلى أن تلتبس رقيها في التعبير عن المفاهيم العلمية الدقيقة والمعقدة بكفاءة مثيرة، بعد أن كان قطارها مجرد التعبير عن معان بسيطة ساذجة في مرحلة المهد والتعبير بجمالية فنية في مرحلة ما بعد ذلك، في حين تعد القدرة على استيعاب المفاهيم العلمية والفكرية الشديدة التعقيد، المتناهية اللطف ذروة التطور في حياة كل لغة من اللغات الحية. فعلماء الاجتماع يرون أن الظواهر الاجتماعية لها قوة قاهرة تفرض بها على أفراد المجتمع ألواناً من السلوك والتفكير⁶، فالفرد إذا أراد الخروج عن تلك الظواهر الاجتماعية فإنه سرعان ما يشعر

⁶ جوزيف فندريس، اللغة، ص 26.

برد فعل مضاد من المجتمع الذي يعيش فيه كبنية واحدة على حد تعبير كلود لوفيس سترأوس . فالأمثلة على وجود القهر متعددة، إذ أن المجتمع لا يسمح لنا أن نتكلم بالعامية في إطار أكاديمي ولا بالفصحى لمن لا يفهمها و لا يتقنها⁷.

فكل من يحاول الخروج على السلوك اللغوي لجماعته يعد خارجاً على الظواهر الاجتماعية فعلم الاجتماع اللغوي في البدء كان يسمى علم اللهجات الحضري DIALECTOLOGY URBAN، نسبة للحواضر المدن، حيث كان يدرس مختلف اللهجات المنطوقة في بيئة معينة، ولكن مع مطلع الستينيات من القرن المنصرم أخذ علم اللهجات الحضري مصطلح علم الاجتماع اللغوي.

وبحكم أن اللغة جزء من كيان الناطقين بها فإن اختلاف الألسنة داخل أمة واحدة وعلى صعيد جغرافي معين، كثيراً ما يستحيل إلى مصدر صراع بين المتساكنين، ومنبع تنافر بين المتناطحين، ولذلك كثيراً ما يقضي هذا الصراع إلى تمزيق شمل الأمم أو تعريض وحدتها السياسية للخطر والفرقة، فأصبح هذا العلم يرى أنه لا يمكننا الفصل بين اللغة والإطار الاجتماعي الذي تستعمل فيه (SOCIAL.CONTEXT) لذلك أمكن >> لشعبين ينشآن في نفس المنطقة الجغرافية، في وقت واحد، أن يختلف كلامهما ويرجع ذلك إلى عدد من العوامل الاجتماعية، ومن المهم ألا تغفل هذا الجانب الاجتماعي من

⁷ ينظر: Geoffrey finch how to study linguistics ;second edition, Great Britain 2003.p 284-296

اللغة بسبب أن الكلام في أحيان كثيرة صورة من الشخصية الاجتماعية، ويستعمل بوعي وبغير وعي للإشارة إلى إثبات العضوية membership للمجموعات الاجتماعية المختلفة أو مجتمعات الكلام المختلفة⁸

فاللغة إذن، هي، عند أحدهم؛ >> معطى تاريخي تغيب جذوره في الماضي، ويحمل في أحشائه أو ابد ومواريث وأعرافاً وبقايا ثقافات، ثم أنه تحضر فيه، وإن بدرجات متفاوتة – الشفويات والعاميات وآداب سائر الفئات الاجتماعية ومصالحها وأشواقها وآمالها. هذا الكائن الحي شديد الحيوية والمرونة يستعصي عليه القبض والضبط والإمساك⁹، لأن الناس بخاصتهم وعامتهم، على السواء، >> يأخذونها شيئاً طبيعياً يعيشون بها ومعها طوال حياتهم، دون أن يقتضي الأمر منهم مجرد التفكير فيها أو النظر في أسرارها وحقيقتها¹⁰.

ويذهب بيتر ترادجل PETER TRUDGILL إلى أن دراسة اللغة دون ربطها بإطارها الاجتماعي يؤدي بنا إلى سوء فهم بنياتها اللغوية (LINGUISTIC STRUCTURES) المستعملة، كما أن دراسة اللغة دون ربطها بالمجتمع أو أفراد المجتمع الذين يستعملونها يؤدي إلى استحالة إيجاد تفسيرات أو شروحات

⁸ جورج يول، معرفة اللغة، ترجمة: أ.د. محمود فراج عبد الحفيظ، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر: الإسكندرية، ط 01، 2000، ص 241.

⁹ – جوزيف فندريس: "اللغة".

¹⁰ علم اللغة الاجتماعي، مدخل، ص 153.

اجتماعية للبنيات اللغوية المستعملة¹¹. فهناك أمم كثيرة في العالم تتعدد لغاتها مثل كندا، سويسرا، وبلجيكا ولكن تعدديتها اللغوية تنهض على استعمال لغات متقاربة في الرقي والتطور، فكندا مثلاً تتحدث شعوبها لغتين اثنتين: الإنجليزية والفرنسية، ومع ذلك فإن وجود اللغتين الاثنتين معا، في الاستعمال اليومي والفكري للكنديين أفضى إلى الشروع في تمزيق الكيان السياسي للكنديين على نحو دفع سكان "كيبك" إلى المطالبة بالاستقلال عن الدولة الكندية، ولقد بلغ الأمر من الجدّة إلى تنظيم استفتاء حول الانفصال على أساس لغوي محض، ولكن الأغلبية كان ينقصها عدد قليل من الأصوات لكي يتم هذا الانفصال، ويقال إن هناك كرة أخرى من هذا النوع ستجرى مستقبلاً لحسم مسألة الانفصال السياسي الذي هو في أصله لغوي. بينما نجد ما يمكن أن نطلق عليه "الاستقرار اللغوي" في دول أخرى مثل سويسرا التي يتحدث سكانها ثلاث لغات، هي في أصلها لغات الشعوب المجاورة لهم، وهي الإيطالية، الألمانية والفرنسية.

إن التعددية اللغوية لدى أي أمة من الأمم على عهدنا هذا نعمة من نعم التاريخ ولاسيما إذا كانت مجرد لهجات بجانب لغة عالمية كالعربية التي على كثرة متحدثيها في العالم بفضل الإسلام والقرآن، فإنها لا تبرح مفتقرة إلى جهد مضمّن تبذله مجامع اللغة العربية من أجل تطويرها تطويراً عالياً، كما تستطيع منافسة اللغات الحية المتطورة أهلها، والمؤثرين في

¹¹ - ينظر: Peter Trudgill, introduction to Language and society. Fourth Edition .p 64

سير أحداث التاريخ المعاصر في العالم، مثل الإنجليزية والفرنسية. والألمانية.

فاللغة تتغير حسب خصائص المتكلم مثل الطبقة الاجتماعية، المجموعة العرقية، الفصيلة، وحسب المضمون الاجتماعي (SOCIAL CONTEXT) الذي يفرض على المتكلم شكلاً أو أسلوباً لغوياً معيناً¹². إذ ذكر ابن جني في الخصائص حدّ اللغة بأنه أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم فاللغة هي الإنسان وهي الوطن وهي الأهل وهي نتيجة التفكير. وهي ما يميز الإنسان من الحيوان وهي ثمرة العقل والأصل في اللغة أن تكون مسموعة، لكن عندما عرفت الكتابة بالرسم أو بالحرف، منقوشة على الحجر أو مكتوبة على الورق أصبحت هناك لغة مقروءة أي أن الإنسان يقرأها بعينه وأصبحت هناك لغتان أحدهما سمعية وأخرى بصرية، كون الأصل في اللغة هو الصوت بينما الكتابة رموز تمثيلية ساعدت على تناقل الصوت اللغوي بين الأجيال والمجموعات اللغوية أما تصريفها ومعرفة >> حروفها فهي فعلة من لغوت أي تكلمت وأصلها لغوة، وقالوا فيها لغات ولغون<<¹³.

ويعد تعريف ابن جني هذا تعريفاً جامعاً مانعاً، حيث يتضمن العناصر الأساسية للغة وهي:

1 - إن اللغة أصوات .

2 - يستخدمها مجتمع من بني الإنسان.

¹² - ينظر ،د.حلمي خليل ،دراسات في اللسانيات التطبيقية ،ص:169.

¹³ ابن جني ابن الفتح عثمان الخصائص. الجزء 01 القاهرة 1913 ج 1 ص 73.

3 - تستخدم للتفاهم والتعبير عن المشاعر والأفكار¹⁴.

وقال ابن الحاجب في مختصره: " حد اللغة كل لفظ وضع
لمعنى".

وقال الأسنوي في شرح مناهج الأصول: "اللغات عبارة عن
الألفاظ الموضوعية المعاني"¹⁵.

أما ابن خلدون فقد قال: >> اعلم أن اللغة في المتعارف هي
عبارة المتكلم عن مقصوده وتلك العبارة فعل اللسان فلا بد أن
تصير ملكة متوفرة في العضو الفاعل لها هو اللسان وهو في
كل أمة بحسب اصطلاحاتهم<<¹⁶.

و عرف ميلر (Miller) اللغة بأنها >> استعمال رموز صوتية
مقطعية يعبر بمقتضاها عن الفكر<<¹⁷، بينما عرفها (جون
كارول (Carool John): إنها >> ذلك النظام المتشكل من
الأصوات اللفظية الاتفاقية تتابعات هذه الأصوات التي تستخدم
أو يمكن أن تستخدم في الاتصال المتبادل بين جماعة من الناس

¹⁴ ينظر، عبده الراجحي، فقه اللغة في الكتب العربية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت
1979م، ص:60.

¹⁵ السيوطي عبد الرحمان جلال الدين، المزهرة في علوم اللغة وأنواعها، ص (7-8-14-15).

¹⁶ عبد الرحمن بن خلدون، كتاب العبر وديوان المبتدأ والخبر في أيام العرب والعجم والبربر ومن خالطهم
من ذوي السلطان الأكبر، العلم للجميع، بيروت لبنان، د.ت، ج1، ص :

¹⁷ دجورج يول، من تاريخ الفكر اللغوي، ترجمة أ.د. السيد عبد الصمد داني، منشورات المعرفة الحديثة:

بيروت، ط 02، 2003، ص 69.

والتي يمكنها أن تصنف بشكل عام الأشياء والأحداث والعمليات
في البيئة الإنسانية»¹⁸.

وعرفها آخرون بأنها >> وسيلة الفرد لتلبية حاجاته وتنفيذ
رغباته في المجتمع الذي يعيش فيه، وعن طريقها يمكنه
التفاهم مع الآخرين والإطلاع على تجاربهم وعلى تجارب
المجتمعات الأخرى ماضياً وحاضراً وهي وسيلة لنقل المعارف
العصرية في مختلف المجالات»¹⁹

ثم جاء علماء فقه اللغة المحدثون فقالوا، ما مؤداه: إن
الإنسان لا يفكر حتى فيما بينه وبين نفسه إلا في أثواب من
اللغة²⁰. وإن مفهومها >> شامل وواقع لا يقتصر على اللغة
المنطوقة بل يشمل المكتوبة أيضاً والإشارات والإيماءات»²¹
ولا يخفى علينا أن اللغة هي الأم التي تنسج الغزل المجتمعي
في شبكة من علاقات الوفاق التي تقيمها بين أفراد المجتمع،
وجماعاته ومؤسساته ونظمه ومعتقداته فلا وفاق بلا لغة ولا
مجتمع بلا وفاق، كما تساهم في صياغة المجتمع الذي يساهم
بدوره في صياغتها²².

نستخلص من كل ما تقدم نقاطا يحسبها البحث مهمة هي:

18 - د.صالح أحمد محمد. أهمية اللغات في العالم. 1996، د.ط. ص.1.

19 - نفسه.

²⁰ ينظر: Abdelkader Abdeldjalil , phonological and morphological study of northern region. second edition.p67-73

²¹ د.رؤوف عطية اللغة والمجتمع وراهن التنمية الثقافية، دار الطليعة للنشر والترجمة والتوزيع: بيروت- عمان، ط01، 2003، 58، وما بعدها.

²² نفسه، ص65

- 1 - إن اللغة في المجتمع المعين تتنوع بتنوع ظروفها الاجتماعية والثقافية والجغرافية، فضلا عن التنوعات الحادثة عبر الزمن بسبب من عوامل التطور الزمني²³
- 2 - إن وظيفة عالم اللغة الاجتماعي محاولة الربط بين أنماط التغيرات اللغوية وأنماط التغيرات الاجتماعية، أي إنه يحاول الربط بين البنى اللغوية والبنى الاجتماعية في المجتمع المعين.
- 3 - إن التنوعات اللغوية كثيرة؛ ويصعب حصرها في بحث كهذا، وكل تنوع منها صالح للدراسة المستقلة إن على المستوى اللغوي، وإن على المستوى الاجتماعي.
- 4 - إن كل مجتمع له ما يسمى باللغة، أو ما يعرف بالنموذج اللغوي العام المتفق عليه من الجماعة اللغوية صاحبة الشأن؛ وأن هناك بجانب هذه اللغة العامة أو المشتركة تنوعات كثيرة ذات سمات خاصة مميزة لغويا واجتماعيا. ولكن قد يطلق عليها جميعا " اللهجات " على ضرب من التجوز، وحينئذ يكون المصطلح " لهجات " أو " لهجة " ذا مفهوم واسع ينتظم أعدادا كثيرة من أنماط الكلام²⁴.

²³ ويبدو أن هذه التنوعات تدخل في مباحث علم اللغة التاريخي Historical Linguistics (ينظر: George Yule: The study of language An introduction, Cambridge University Press, Great Britain, (1955, 253.

²⁴ لمزيد من التوسع في هذه التفريعات والفروقات يطالع:

- د. علي أهم المطلبي، لهجات أم لغات؟، دار غريب للترجمة والنشر والتوزيع: الإسكندرية، ط 02، 1999، ص ص 41 - 53.

- د. عبد الرحمن المسعودي، النقد الاجتماعي اللغوي و الثقافية في الوطن العربي، منشورات علاء للطبع والتوزيع، القاهرة، ط 01، 2003، ص ص 110 - 124.

ثانياً- دور اللغة القومي والثقافي في ترسيخ هوية الانتماء:

للغة أهمية كبرى في نشوء الأمم، فهي أداة تفاعل بين أفراد المجتمع والرابطة التي تصهر أبناءه في بوتقة المحبة واللقاء والتفاهم وهي مستودع تراث الأمة وجسرها للعبور من الماضي إلى الحاضر ثم من الحاضر إلى المستقبل فهي الخيط الذي ينقل تراث الآباء والأجداد إلى الأبناء والأحفاد، وإلى هذا أشار أحد الباحثين قائلاً: >> باللغة وباللغة وحدها يندمج الفرد بالمجتمع ويتلقى تراث الأمة الفكري والشعوري والأخلاقي والاجتماعي كله التراث المنحدر من قرائح الكتاب والشعراء والمفكرين السالفين والمعاصرين>>²⁵.

وهكذا فإن اللغة >> هي روح الأمة وستر كيانها وعنوان وجودها>>² فاللغة تتغير بتغير المكان والموضوع والشخص الذي نتكلم عليه، حيث إنه يستعمل مفاهيم مختلفة لتحقيق أهداف مختلفة أثناء حدث معين.

- د. محمد بن عبد الله التازي، لغويات، دار خالد بن الوليد للنشر والطباعة: دمشق، د.ت، د.ط، ص ص 216-229.

²⁵ - ينظر، عبد الغفار حامد هلال، اللهجات العربية نشأة وتطورا، الطبعة الثانية، 1410هـ، ص ص 31-32.

² - عبد القادر عبد الجليل، دراسة صرفية وصوتية في لهجة الإقليم الشمالي، الطبعة الثانية، ص 52

وعلى هذا الأساس، فاللغة أكثر من أن تكون أداة للفكر، أو تعبيراً عن عاطفة، فهي جزء من كياننا البسيكولوجي الروحي، وهي عملية فيزيائية واجتماعية في آن واحد، إنها الرباط الذي يربط بين أفراد المجتمع لذلك فهي وسيلة >> مدّ الجسور بين الجماعات، والباعثة على السلم والحرب معا، ولذلك احترف الإنسان، منذ أن أدرك أهمية الكلمة، صنوفا من القول الجميل جعلها وسيلته في التعامل ومعتمده في إنجاز أغراضه ونيل حاجته >>²⁶

.

ثالثا- وظائف اللغة في حياة الفرد والمجتمع:

تؤدي اللغة وظائف متعددة ومهمة في حياة الفرد والمجتمع، ولقد حددها العلماء والباحثون في عدة وظائف ولعل أهمها: أنها أداة التفكير، ووسيلة التعبير عما يدور في خلد الإنسان من الأفكار و ما في وجدانه من مشاعر

²⁶أ.د. سليمان عشارتي، الخطاب السياسي والخطاب الإعلامي في الجزائر، مدارس لسيمونتيك القول والفعل والحال، دار الغرب للنشر والتوزيع، د.ط، د.ت، ص 25.

وأحاسيس وعواطف²⁷ وبما يقضي حاجته، وينفذ مطالبه
ويحقق مآربه في المجتمع الذي يحيا فيه. وبواسطتها ينقل
تجربته إلى الآخرين. كما أنه يطلع على تجارب أمته الحاضرة
والماضية وعلى تجارب الأمم الأخرى وخبراتها ويضاف إلى
ذلك وسيلة المرء للتحكم في بيته، لأنها أداة التفكير وثمرته،
وبها تسهل عمليات التفاعل الاجتماعي والانصهار الفكري بين
أفراد المجتمع والأمة، فمثلاً: إذا تكلم شخص مع شخص آخر
يعمل معه في المصنع حول موضوع العمل، فلغته تختلف عن
اللغة التي يستعملها ويتكلمها في منزله مع أفراد عائلته.
فاللغة هي مستودع تراث الأمة لأن كل كلمة تحمل في طياتها
خبرة بشرية فهي وسيلة الاتصال والتفاهم بين الناس وذلك في
نطاق الأفراد والجماعات والشعوب بل إنها الخزانة التي تحفظ
للأمة عقائدها الدينية وتراثها الثقافي ونشاطاتها العلمية،
وفيها صور والآمال الأمانى للأجيال الناشئة¹ وهكذا نرى بأن
اللغات هي الذاكرة الإنسانية وواسطة نقل الأفكار والمعارف
من الآباء إلى الأبناء ومن الأسلاف إلى الأخلاف فهي تمثل
إحدى الروابط بين الناطقين بها إذ تسهل عليهم الاتصال
والتفاهم.

²⁷ - د محمود فهمي حجازي ،مدخل إلى علم اللغة ،المجالات والاتجاهات ،الدار المصرية السعودية ،ط4

،2006م ،ص:33.

¹ المرجع السابق ،ص.19

وأخيراً إن اللغة هي أداة الموهوبين والعباقرة في كل قوم من إبراز مواهبهم وإبداعاتهم، ليكونوا قادة الأمة ومفكريها وعلمائها².

هذه الأشكال اللغوية في هذه الحالة التي ترتبط بمناسبة أو موضوع ما تسمى بالأساليب (REGISTERS) فأسلوب القانون يختلف عن أسلوب الطب وأسلوب الاقتصاد يختلف عن أسلوب السياسة.

الأساليب تميزت من غيرها من اللغات بقدرتها على التصرف في العبارات وعلى التنوع في التراكيب، وذلك بحسب المقام الذي يتطلب نوعاً معيناً من الأساليب دون غيره من تقديم وتأخير وزيادة وحذف وإيجاز وإطناب وكان مرتكزها في هذه الميزة خصائص ثلاث توافرت لها وتفردت بها دون غيرها من اللغات. علامات الإعراب وإيجار اللفظ من الدلالة على المعنى والاكتفاء الذاتي مع الدقة في التعبير⁽¹⁾ فالأساليب دائماً تختص باختلاف المفردات، إما باستعمال نفس المفردة في مضامين مختلفة أو استعمال مفردات مختلفة ومتعددة كلها تصب في نفس المضمون⁽²⁾

إن الأسلوب هو اختيار (CHOICE) أو انتقاء (SELECTION) يقوم به المنشئ لمسات لغوية معينة بغرض التعبير عن موقف معين، وإن عملية اختيار الأسلوب تكون إما اختياراً محكوماً

² - نفسه، ص. 18.

(1) د. راوي صلاح "فقه اللغة وخصائص العربية وطرائق تدريسها.

(2) عبد السلام المسدي "الأسلوب والأسلوبية، نحو بديل السني في نقد الأدب" ليبيا، تونس، ص 30.

بسياق أو اختياراً تتحكم فيه مقتضيات الخاصة (3) فالاختيار
المحكوم بسياق المقام (Context of situation) فهو انتقاء نفعي
مقامي

(Pragmatic situation) فأحياناً يكون الخطأ في اختيار التعبير
المقامي المناسب من الناحية المقامية يؤدي في العادة إلى رد
فعل عكسي لدى الملتقى (Receiver) إذن فالانتقاء المقامي يكون
فيه الغرض المقامي متحكماً في الكلام. أما الاختيار الذي يتحكم
في مقتضيات التعبير فهو انتقاء نحوي (GRAMMATICAL)
(SELECTION) والمقصود بالنحو في هذا المصطلح قواعد اللغة
بمفهومها الشامل الصرفية، الصوتية والدلالية فالمفردات
المستعملة في الأسلوب يكون لها إما دلالة واحدة أو دلالات
مختلفة.

فالمقصود بعلم النحو Syntax هو العلم الذي يدرس تركيب
الجمل وعلاقة الجمل بعضها ببعض كما يدرس الجمل النحوية
(أي التي تكون صحيحة من الناحية النحوية والقواعد التي
تحكم هذه الجمل)²⁸. كما يختص علم الصرف MORPHOLOGY
بدراسة الكلمات من حيث تكوينها وتركيبها فهو يدرس كيفية
التي يتم بها تكوين الكلمات والكيفية التي تتفاعل بها هذه
الأصوات والعناصر التي تتكون منها الكلمات تسمى الوحدات
الصرفية MORPHEMES الوحدة الصرفية MORPHEME هي
أصغر وحدة لغوية ذات المعنى في اللغة، مثلاً في اللغة

(3) نفسه.

الإنجليزية كلمة CATS والتي تعني قطط تتكون من وحدتين صرفيتين هما الوحدة الصرفية CAT والوحدة الصرفية S التي تدل على الجمع. كما يحاول هذا الفرع من علم اللغة شرح وظائف الأصوات والعمليات الوظيفية في صورة قواعد أو قوانين.

أما علم الدلالة Semantics هو علم يختص بدراسة المعنى في اللغة وهو يدرس معاني الكلمات ومعاني الجمل. يرى ميشال ريفاتير MICHEAL RIFFATERRE أن الأسلوب قوة ضاغطة تسلط على حساسية القارئ بواسطة "إبراز عناصر سلسلة الكلام وحمل القارئ على الانتباه إليها بحيث إن غفل عنها تشوه النص، وإذا حللها وجد له دلالات تمييزية خاصة به يسمح بتقرير أن الكلام يعبر والأسلوب يبرر"⁽¹⁾.

فيرى بعضهم أن الأسلوب النفعي المقامي انحراف (DEVIATION) عن النمط المعياري، فهناك حسبهم تعبير محايد (NEUTRAL) يمكن أن يسمى بالتعبير غير المتأسلب (STYLESS) (EXPRESSION)⁽²⁾ أو التعبير ما قبل المتأسلب وهو تعبير أو

مصطلح وارد في كتاب الأسلوب والأسلوبية لعبد السلام المسدي (PRESTYLISTIC EXPRESSION).

الفرق بين اللغة واللهجة والعلاقة بينهما:

(1) "الأسلوب و الأسلوبية، ص 40.

(2) نفسه.

في ضوء علم اللغة لا فرق بين لغة ولهجة فكل لهجة هي لغة قائمة بذاتها بنظامها الصوتي وبصرفها وينحوها وبتراكيبها وبمقدرته على التعبير ويرى البعض أن اللغة هي التي تغاير لغة أخرى بأصواتها ومفرداتها وبتراكيبها. أما إذا كانت الفروق في الأصوات والمفردات والتراكيب من النوع الذي يمكن فيه التفهم بين الجماعات، فإن هذه تحسب لهجات، وهذا الرأي يجعل التفاهم مقياساً للفرق بين لهجة ولغة. وهذا الزعم يسقط من تلقاء نفسه.

إذا نظرنا مثلاً إلى لهجة أهل البندقية ولهجة أهل صقلية باعتبارهم لهجتين (لا لغتين) إيطاليتين، لكن أهل البندقية لا يفهمون أهل صقلية وكذلك أهل صقلية لا يفهمون أهل البندقية فالتفاهم بينهما غير ممكن، وقل مثل هذا في اللهجات الرومانية أي الإيطالية والفرنسية والأسبانية، فإنها تسمى لغات لا لهجات، وهي في الواقع التاريخي لهجات لاتينية. كذلك العربية والعبرية والسريانية والحبشية، فإنها لغات في نظرنا إليها، ولكن التاريخ ينظر إليها باعتبارها لهجات انحدرت من أم واحدة. فالتفاهم إذن لا يمكن أم يكون الفارق بين لغة ولهجة. ولقد يعني ذلك أن كل لغة تمر بمرحلة نمو وتطور طويلة في الغالب قد تكون خلالها موصوفة بمجرد لهجة، وقد تظل تحت حكم ظروف تاريخية وحضارية مجرد لهجة محلية ساذجة إلى يوم الدين، كما هو الشأن بالقياس إلى آلاف اللهجات الإفريقية البدائية، ومن التعبير على أي قبيلة تنطق لهجة ما إن تستطيع تطويرها فترقى بها إلى مستوى اللغة الحية لمجرد الرغبة

السياسية الجامعة في ذلك، أو لمجرد الرفض الحضاري لعطاء اللغة الحية السائدة إلى جانبها.

وبحكم أن اللغة جزء من كيان الناطقين بها فإن اختلاف الألسنة داخل أمة واحدة وعلى صعيد جغرافي معين: كثيراً ما يستحيل إلى مصدر بين المتساكنين ومنبع تنافر بين المتناطحين. ولذلك كثيراً ما يقضي مثل هذا الصراع إلى تمزيق شمل الأمم أو تعويض وحدتها السياسية للخطر والفرقة.

ويرى البعض الآخر أن الفرق بين اللغة واللهجة هوان هذه الأخيرة تفهقر وانحطاط عن اللغة الفصحى، ولكن الدراسات اللغوية التي أجريت حول اللهجات أثبتت أن اللهجة ليست تفهقراً أو انحطاطاً لغوياً بل تطور وتقدم لغوي والدليل على ذلك كون بعض اللهجات سبقت في الزمن اللغة الفصحى.

مثلاً: ظاهرة لغوية سابقة في الزمن للفترة التي اعتبرت فيها لغة قريش اللغة الأدبية الفصحى، فكيف تكون هذه الظاهرة (كسر حرف المضارعة) انحطاطاً لغوياً؟ ومن المعروف أن العرب القدامى لم يستلموا مصطلح "اللهجة" على النحو المعروف في الدرس اللغوي الحديث بل انهم لم يستعملوه قط في كتبهم، وغاية ما وجد عندهم هو ما ترده معاجمهم من أن "اللهجة" هي اللسان أو طرفه أو جرس الكلام وكانوا يطلقون على اللهجة لغة أو لغية.

والعلاقة بين اللغة واللهجة هي العلاقة بين العام والخاص فاللغة تشمل عادة على عدة لهجات، لكل منها ما يميزها وجميع هذه اللهجات تشترك في مجموعة من الصفات اللغوية

والعادات الكلامية التي تؤلف لغة مستقلة عن غيرها من اللغات. والأمر الذي لا يعدم أن تداخلها عند هذا الحي أو ذاك لأغراض نفعية مؤقتة قد لا يرتضيها الذوق الاجتماعي المرتبط ببيئتها، فلم تيسر لها والحال هذه ما تيسر للغة العربية المشتركة التي جنحت إلى اختزال التفرغ في مراحل تطورها بعد أن أفادت من أغلب اللهجات المكونة لها في أساليب شفوية رمزية مطبوعة بالسليقة الفردية والجماعية، الأمر الذي يؤهلها وأهلها لأن تكون لغة مشتركة حاملة لأسباب تجدها، على الرغم مما يعوق مسارها في التداول والاستعمال. وما عدا لهجات، قد يسهل ردها بلطف الصنعة إليها على الرغم مما هيئ لها من أسباب الذبوع والتجديد المرتبطين بطبيعتها والخارجين عن طبيعتها الأمر الذي يستدعي اختلافاً منهجياً في دراسة كل من اللغة واللهجة وتحليلها وفق خصوصية كل منهما وما تمليه طبيعة الثبات والتحول فيها. ومما لا شك فيه أن التغير الاجتماعي في بيئة من البيئات يتبعه تغير في اللغة المستعملة في تلك البيئة. والظواهر الاجتماعية متعددة ومختلفة فمنها الثقافية، الاقتصادية والسياسية، فكل ظاهرة اجتماعية ترفض شكلاً لغوياً أثناء فترة زمنية محددة وفقاً لرؤية علماء الاجتماع السياسي ونظراً لأهمية التداخل بين علم السياسة وعلم الاجتماع السياسي، مع احتفاظ كل علم بخصوصيته المنهجية في دراسة وتحليل الظاهرة السياسية، فبينما يهتم علم السياسة بدراسة الظاهرة السياسية من منظور وظيفي وصفي مجرد، ويهتم علم الاجتماع السياسي بدراسة

الظاهرة السياسية بالنظر إلى ما وراء السياسة، أي المجتمع متجاوز الإطار الشكلي للسياسة بالتركيز على المحتوى الاجتماعي للسياسة. ذلك لأن الظاهرة السياسية تمثل جزء من كل مجتمع إذ لا يمكن دراستها منعزلة ومنفصلة عن سياقها المجتمعي العام. فإن هدف علم الاجتماع السياسي هو إخضاع الظاهرة السياسية للتحليل السوسيولوجي أورد هذه الظاهرة إلى واقع سوسيولوجي

(Sociological reality) الذي يقصد به الواقع المجتمعي بتركيبته الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية ، أو إلى البناء الاجتماعي وفي هذا السياق يمكن القول ان الفارق بين علم السياسة وعلم الاجتماع السياسي هو إن العلوم السياسية تميل إلى أن تكون بمثابة علم الدولة أي ذلك الميدان المهم بالوظائف الإيجابية والظاهرة للأنظمة السياسية بينما علم الاجتماع السياسي هم العلم الراديكالي الذي يؤكد الصراع الاجتماعي والتغير الاجتماعي ويركز على الوظائف الكامنة والجوانب غير الرسمية ومظاهر الخلل الوظيفي في السياسة. والانتخابات هي حدث سياسي بصفة خاصة وظاهرة اجتماعية بصفة عامة تدخل أو تخلف شكلاً لغوياً وصيغاً لغوية أو لهجة في الوسط الاجتماعي لم تكن مستعملة من قبل. ويكفي أن نذكر بأن قيام الثورة مصر، أدى إلى تغير في النظام الاجتماعي تبعه اختفاء كلمات مثل: باشا، صاحب العزة، صاحب السعادة، صاحب المعالي، صاحب العصمة، صاحب الجلالة، كما شاعت مفردات جديدة مثل: ثورة التحرير، العزة والكرامة،

الاشتراكية، التأميم، التحول الاجتماعي⁽¹⁾ وكذلك هو الحال في مجتمعنا الجزائري أين غابت مفردات وصيغ لغوية وحلت محلها مفردات جديدة، إذ نذكر من بين المفردات والشعارات التي كانت شائعة من مثل: " الثورة الزراعية " ، و " الأرض لمن يخدمها "، و " جبهة التحرير أعطيناك عهداً "، و " من أجلك يا وطني "، و " التأميم " ، و " الاشتراكية "، و " البايك "29، و " من الشعب وإلى الشعب "30، و " الرجل المناسب في المكان المناسب ".

كل هذه المفردات والشعارات وأخرها كانت سائدة ومستعملة في مرحلة ما يعرف بالحزب الواحد ثم حلت محلها صيغ لهجية جديدة نذكر من بينها: " الحقرة "، و " الرشوة "، و " المحسوبية "، و " الحيطيس "، و " الشوماج "، و " بن عميس "، و " البيروقراطية "، و " الشوراقراتية " . وهي مفردات نحسبها جديدة دخيلة على القاموس اللغوي، فكلمة " بن عميس " هو مصطلح دخيل مأخوذ من العامية يتكون من طرفين أو من شطرين اثنين؛ الشطر الأول: من ابن العم والمراد به، القرابة الأسرية والعائلية والقبلية، أي كل من هو من عائلتك وأقاربك.

(1) ينظر:- د. الحسن إحسان محمد. طبيعة السلوك السياسي في المجتمع. كلية الآداب جامعة بغداد العدد

29-البايك مصطلح استعمل للدلالة على ملكية الدولة التي ليس لها من يحرسها.

30 تجدر الإشارة إلى أن هذا الشعار قد تحول مباشرة بعد إقرار التعددية الحزبية بُعيد أحداث 5 أكتوبر

وأضيف إليه شطر ثان يفيد النسبة (ميس)، المأخوذ من اللغة الإنجليزية بحيث أن هذه اللغة إذا أردنا بها النسبة إلى المتكلم نضيف إليها (س) والمقصود به؛ هو التحيز والمحاباة في تقديم منفعة للأهل والأقارب على حساب الآخرين وتقديمهم عليهم.

وقد انتشر هذا النوع من المحسوبية بسبب انتشار الفساد والابتعاد عن العدالة التي تتركز مهامها على المفاضلة بإتباع مقياس الإنسان المناسب في المكان المناسب من أجل تقديم خدمة للمصلحة العامة بعيداً عن كل الأنانية.

وكذلك كلمة " حطيت " : فهو مصطلح دخيل مأخوذ من اللغة العامية يقصد به البطالة ويحتوي هذا المصطلح على شقين:

الشق الأول: مأخوذ من الحائط، أي " الحيط " في العامية. و الشق الثاني: فهو كلمة إست حتى يتناسب ويتناغم مع اللغة اليونانية. والمصطلح حديث عهد، إذ ظهر في فترة غير بعيدة، وذلك بعد انتشار ظاهرة البطالة وانعدام مراكز تستقطب الشباب، فصار عمومهم يقضي معظم وقته مستنداً إلى جدران الأحياء والشوارع في ظل غياب سياسة واضحة تتبنى هذه الشريحة الواسعة من المجتمع بالاستفادة من إمكانياتها وطاقتها الخلاقة داخل نوادي ومراكز متنوعة النشاطات كالتمهين والتكوين المهني أو الرياضة. على الأقل إن استحالت عملية تشغيلهم في الوقت الحالي. أو إدماجهم في التنمية الوطنية بإنشاء مناصب شغل وتوظيف هذه الفئة النشيطة.

ومصطلح " البيروقراطية " مصدر صناعي يتكون من طرفين:

الطرف الأول: بيرو Bureau ويعني المكتب. و الطرف الثاني: قراتوس: cratus ، وهي كلمة يونانية تعني الشعب وإذا جمعنا الشرحين نحصل على "مكتب الشعب" إلا أن الواقع يعكس المعنى الحقيقي للبيروقراطية والتي تعني مكتب الشعب الذي يجب أن يجد فيه الفرد كل التسهيلات للحصول على وثائقه. غير أن الكلمة أخذت معنى آخر المقصود به تعطيل مصالح الناس أو العراقيل الإدارية التي تحول بين المواطن وقضاء مصالحه اليومية عمداً كلما اقترب من أي إدارة جزائية. وذلك لأسباب واهية تجعله يعيش في دوامة بين مختلف المكاتب من أجل استخراج أبسط الوثائق والسبب في ذلك راجع من جهة إلى انعدام الضمير المهني في تأدية الخدمة العمومية لدى الأعوان الإداريين، ومن جهة ثانية إلى انتشار الفساد ورغبة القائمين على هذه المكاتب في الحصول على رشاوي مقابل تقديم هذه الخدمات التي تعد من أبسط الحقوق الخدمائية والمدنية للمواطنين.

ففي كلا المرحلتين كانت اللغة بصفة عامة تستعمل لتحقيق أهداف سياسية كونها أحسن وسيلة – اللغة- للتقرب من الفرد في المجتمع فاللغة مفهومه من كلا الطرفين (أفراد المجتمع ورجال السياسة) هي التي كانت تساعد على تحقيق تلك الأهداف.

فاهتم علم الاجتماع بدراسة الظواهر الاجتماعية وبين أنها ناتجة عن تعامل وتفاعل الناس بعضهم مع بعض وعلاقة بعضهم ببعض في جماعات مختلفة كالأسرة والجماعة الترفيحية والمدرسة والجماعة المهنية والحزب السياسي أو في المجتمعات المختلفة كالحى والقرية والمدينة، وذلك لا يبعد عن الصواب من يقول أن علم الاجتماع يدرس العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين الأفراد والجماعات من حيث تكوينها وشدتها ومدى استدامتها واتجاهاتها وأهدافها ما ينظمها أو يشكلها أو يغيرها. فالواقع الاجتماعي أو الظاهرة الاجتماعية تفرض على الشخص الذي يريد تحقيق هدف معين في المجتمع أن يستعمل اللغة الدارجة في الوسط الاجتماعي التي يفهمها العام والخاص وذلك قصد التأثير في المتلقي وجعله يقوم بالسلوك المراد تحقيقه⁽¹⁾ و جمل القول أن التغيير الاجتماعي في بيئة ما يحدث تغييراً على مستوى اللغوي أو الشكل اللغوي المنطوق في تلك البيئة.

فباللغة في تغير دائم لتغير الاجتماعي والمثل يقول: " الذي لا يتغير يموت " والتغير والتبدل من سنن الحياة المقررة واللغات خاضعة فيما تخضع لهذه السنة فهي إذن عرضة لذلك على مرور الزمن واختلاف الأحوال⁽²⁾ .

(1) محفوظ نحاح "الجزائر المنشورة" دار النبأ" الطبعة الأولى 1999 ص 26

(2) جوزيف فندريس " اللغة" مرجع سابق.

فالتغير اللغوي ظاهرة طبيعية في اللغة وليس لنا الحق أن تلوم أي شخص أو جماعة لاستعمالها لشكل لغوي معين لأن أي شخص أو جماعة لغتها لتلبي بها احتياجاتها الذهنية. فاللغة ليست حكراً وملكاً لطبقة اجتماعية معينة وليست معياراً يجب إتباعه من طرف كل أفراد المجتمع، فاللغة تتغير من مناسبة لأخرى.

وينتج التغير اللغوي أيضاً من متعدد أنماط المجتمع وانقسامه إلى جماعات صغيرة. هذا ما يدي إلى انقسامه وتعدد لهجاته المنحدرة تحت اللغة الواحدة والمستعمل من طرف تلك الجماعات الصغيرة، وتغير عامية تلك الجماعات يكون بسبب الظروف الاجتماعية وتنوعها (أحداث سياسية، ثقافية، اجتماعية، اقتصادية...) التي تفرض بشكل أو بآخر شكلاً لغوياً معيناً على تلك الجماعات الصغيرة حتى تصبح لكل جماعة عاميتها الخاصة بها، بحيث يرى فندريس أن " هناك من العاميات الخاصة (Les Argots) بقدرها يوجد من جماعات متخصصة والعامية الخاصة تتميز بتنوعها الذي لا يحد، وأنها في تغير دائم تبعاً للظروف والأمكنة. فكل جماعة خاصة وكل هيئة من أرباب المهن لها عاميتها الخاصة(1)

أولاً - تعريف مصطلح الشعار:

حتى نقدم تحديداً مصطلحياً للشعار، فإننا سنلجأ إلى معاجم اللغة بصفاتها مخزونا لغوياً ومعرفياً للتراث الإنساني ممثلاً في اللغة مستعينا بها على توصيف وتشكيل فهم عام أحياناً وخاص في صورة أخرى لمصطلح أو كلمة معينة، ومع ذلك فالباحث يفاجأ بكم هائل من التحديات والتعريفات التي خزنتها الذاكرة الإنسانية لحصيلة تفاعل الإنسان مع اللغة ومفردات الحياة وكغيره من المصطلحات فإن كتابة الشعارات الجدارية تحمل في طياتها مركبات ثقافية معينة أكسبتها التجربة الإنسانية بعدها الخاص في الضمير اللغوي البشري. ومن هنا فإن مهمة الباحث في التحديد أو التعريف تنطلق أولاً من فهم المعنى الثقافي للكلمة والشعارات بصفة عامة تستعمل في كل مجتمعات العالم وتختلف من مجال لآخر فهناك الشعار السياسي، الشعار الثقافي، والشعار الديني.

1- تعريف الشعار السياسي:

* مفهوم السياسة:

لغة: ساس يسوس سياسة فهو سانس وهو ساسة
وساس الناس تولى رئاستهم وقيادتهم وساس الأمور دبرها
وقام بإصلاحها في الحديث، وهي القيام على الشيء بما
يصلحه¹ الشريف " إن بني إسرائيل كانت تسوسهم الأنبياء
كلما هلك نبي خلفه نبي وإنه لا نبي بعدي وسيكون خلفاء"
رواه البخاري.

- اصطلاحا : ويقصد بها عادة الأمور التي تختص بها
الأحزاب السياسية والمسائل المطروحة أمام رجال السياسة
وكل ما يتعلق بالسلوك الانتخابي والتصويت... الخ.
السياسة في عصرنا اليوم أصبحت مصطلحا مرادفا لكل ما هو
سلبى في حياتنا فعند البعض تعني المراوغة والرياء والخداع
والكذب ومحاولة تحقيق النصر مهما كلف الثمن وأصبح
مقياس السياسي الناجح عند بعض الناس هو الذي يتحلى بهذه
الصفات والرذائل. وأصبح كل من يتحلى بالصدق والأمانة
والوفاء والحق هو إنسان فاشل وينبغي ألا يتعاطى السياسة.
من هذا المفهوم السلبى انطلق الكثير من السياسيين
والمفكرين وأخذوا يعرفون السياسة على أنها "فن الخداع"
وفن الغش" و"فن السيطرة" وفن التغلب" ¹ بكل الوسائل

¹ - ينظر ،معجم متن اللغة ،للشيخ أحمد رضا ،ج3، منشورات دار مكتبة الحياة،بيروت، 1959، ص:247.

ولعل من بين هؤلاء المفكرين "ديزرائيلي" الذي عرف السياسة بأنها فن حكم البشر عن طريق خداعهم فالخداع في نظر ديزرائيلي " هو الأسلوب الذي يجب أن يتخذه كل سياسي ناجح من أجل حكم البشر والسيطرة عليهم وأصبح ينظر إلى كل من فنون الحكم الناجحة على أنها خداع ليس إلا وقد بدأ هذا الفهم الخاطئ للسياسة المفكر الإيطالي نيكولاميكافيلي (1469-1527) فهو الذي شجع السياسيين على استخدام كل الوسائل والأساليب من أجل تحقيق الأهداف التي يسعون إليها فقد عرف ميكافيلي السياسة على أنها فن الوصول للسلطة وزيادتها والمحافظة عليها بغض النظر عن الوسائل التي تستخدم لتحقيق ذلك².

أما البروفيسور ديفديستون فيرى ان السياسة هي التوزيع السلطوي للقيم في المجتمع¹ بمعنى أن السياسة هي ظاهرة إنسانية مرتبطة بالإنسان كإنسان وتستمر معه من ولادته حتى مماته. وانطلاقاً من هذا الفهم يصف الفيلسوف أرسطو (384-322 ق.م) الإنسان بأنه (حيوان سياسي)² ويعرف السياسة على أنها علم السلوك الجماعي ويؤكد أفلاطون (428-347 ق.م) بأن الولاء السياسي هو جزء لا يتجزأ من حياة الإنسان ويعرف السياسة على أنها فن تربية الأفراد من حياة جماعية مشتركة أو هي العناية بالشؤون الجماعية وعليه فالسياسة

² - ينظر: Doug Newsom, Public Relations Writing, 2nd edition, Belmont .P219

¹ - ينظر: د. جيهان رشتي: الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، القاهرة، دار الفكر العربي،

1985.ص 69

² - نفسه.

هي قوام الحياة في المجتمع وبدون السياسة لا وجود للمجتمع
ولا للدولة الناجحة كما قدم فقهاء وعلماء الإسلام تعريفات
عديدة لمفهوم السياسة لعل من أهمها تعريف الإمام العلامة
إبن عقيل الذي عرف السياسة على أنها " كل فعل يكون معه
الناس أقرب إلى الصلاح وأبعد عن الفساد"³
وبناء على هذا يجب أن يكون الشعار السياسي الناجح هو
القول المأثور إذا أردت أن تطاع فأمر قدر المستطاع.
فالشعار السياسي حسب المعاجم والموسوعات وحسب واقعه
التاريخي يرتبط ظهوره في الفهم العام بالانتفاضة وإذا عرفناها
بأنها نتيجة ضغط قد يكون سياسيا واجتماعيا فالضغط
والانفجار وتطابقه مع حالة معيشية يؤدي إلى نفاذ الصبر. ولا
يتصور إنتفاضة بدون شعارات لإرتباط الشعار بها والذي يلعب
في فترة معينة دور الدليل والمعرض للجماهير التي فقدت الثقة
في كل شيء ومن هنا نفهم أن الشعارات لها زمنها الخاص
الذي تطلق فيه وتوجه إلى غالبية الناس وليس طبقة معينة
منهم. فهو وإن إرتبط في تعريفه باللغة العسكرية أو البرنامج
السياسي للحزب.

- حيث يكون الشعار مجرد إعلان للأهداف التي يمثلها الصديق
ولا يعترف بها العدو فهي- أي الشعارات- بحق تكون كلمات
المرور السياسية مقتبضة وواضحة للغاية وقد أضاف أميليو

³ - د. صالح أبو أصبع، قضايا إعلامية سياسية، دارمجدلاوي للنشر و التوزيع، عمان - الأردن، 2005،
الطبعة الثانية.

لوسو³¹ تحديدات أكثر حيث أكد على أن الظروف التي ينشأ فيها الشعر تكون نابغة من الممارسة الثورية و ينشأ الشعر في زمنه الخاص به ولم يعرف أن نشأ شعارا معزولا عن زمنه وتاريخه، وأن يخاطب الكل لا إلى طبقة من أفراد الشعب كالعمال والفلاحين، بحيث يكون الشعر تعبيراً ملخصاً لتطلعاتها. وهو في تفصيله لهذه الأطر لا يرى في الشعارات إنتاجاً أدبياً تزداد صعوبته أو تقصر وهي كذلك ليست حيلة لخدع الأغبياء، فهي إما أن تكون صدى للألام البلاد أو لا تكون شيئاً وعليه فإنه من الأفضل عدم إطلاق الشعارات إن كنا سنطلقها في غير مكانها، والباحث أميليو¹ يحاول تحليل شعارات الثورة الشيوعية، وشعارات الحرب الأهلية الإسبانية ليؤكد مقولاته وتحديداته لمفهوم الشعر. والشعر السياسي هو: ما يشعر به الإنسان نفسه في الحرب أي يعلم.

- العلامة في الحرب وغيرها.

- علامة تتميز بها دولة أو جماعة.

- عبارة يتعارف بها القوم في الحرب أو السفر والجمع أشعرة¹

¹ - Ibid . P. 221

¹ - ينظر: صفوت العالم: الشعارات والرموز الانتخابية، دراسات في الإعلام السياسية، الطبعة الأولى دار الطباعات للجامعات، دار السلام، الهادي. ص 73

³¹ - ينظر: W. Phillipa Davison, political communication as an instrument of foreign policy.p.p 214-216

- شعار العساكر: أن يسموا لها علامة ينصبونها ليعرف الرجل بها رفقته.

وهو النداء الخاص بجماعة- نداء التعارف والتنادي في الحروب والصراعات. وهو العلامة التي تميز رافعها في السفر، في المجتمع، في السياسة.²

2- تعريف الشعار الثقافي:

* مفهوم الثقافة: أصبحت الثقافة من المفاهيم الأساسية لما يسمى اليوم بالعلوم الإنسانية وأكبر تعميم لقيه هذا المفهوم في القرن العشرين وكلمة (الثقافة) العربية لا تملك ذات المعنى القاموسي الذي تحمله الكلمة اللاتينية (كولتورا) إلا أن المفهوم السياسي في الكلمتين العربية واللاتينية أصبح منذ أمد غير بعيد. واحد على وجه التقريب.³

والحديث عن مفهوم محدد للثقافة، أمر يفتقر للسهولة خاصة في عصرنا هذا الذي تتهاوى فيه الكثير من النظم والأفكار والقواعد المعرفية، فهي ليست موضوعا علميا واحدا. بل هي مجموعة من العلوم الإجتماعية. والتاريخية تتشابك معا في نسيج كلي مع ما توصلت إليه ثورة المعلومات والاتصالات مضافا إليها الإنسان صانع هذه الثقافة ومبدعها ومتلقيها فالثقافة جملة ما يبدعه المجتمع على صعيد العلم والفن ومجالات الحياة. الأخرى من أجل استخدامها في حل مشكلات التقدم العلمي. أو هي مجمل ألوان النشاط العملي والعلمي للإنسان والمجتمع" وعلى أي حال الثقافة كانت وستظل عنوان

الوجود المجتمعي في مرحلة محددة- أو أكثر - من مراحل التطور، تعكس طريقة أو أسلوب النشاط الإنساني الإجتماعي، وعاداته وتقاليده وأعرافه و معتقداته وتصوراتهِ تجاه الخير أو الشر¹. فالثقافة ثمرة هذا النشاط المادي والروحي للمجتمع الذي يتحدد مستوى تطوره بطبيعة النمط (أو الأنماط) الإجتماعي السائد فيه. وفي عصرنا الراهن فإن الثقافة كلمة تطلق على قيم المجتمع وسلوكياته وأهدافه ونظمه الإجتماعية وقواعده الإقتصادية وعلاقاته الإنتاجية السائدة بين الأفراد. وتطلق الثقافة أيضا على جميع الأفعال والمتغيرات التي تعطي المجتمع طابعا خاصا بما في ذلك طريقته في النظر إلى الحياة أو التعامل معها¹.

فيرى أندروس (1990) أن كل مدينة في التاريخ والحضارة صنعت علاماتها وورسمت على الجدران ثقافة سواء كانت لأفراد أو جماعات، وإذا كانت المكتسبات الثقافية مختلفة في تفاعلاتها البشرية وطبيعة تجربتها فإن تتفق في الجذر الإنساني الذي ألمح على هذه الظاهرة وإستعان بها على التعبير الفني بتعبيراته وتجربته الثقافية قد وضع إطارا عاما للتجربة وحددها بسلم من المعايير التي تدل معانيها على دلالات خاصة² وعلى فعل معين نستطيع من خلاله فهم الظاهرة في إطارها الزمني والمكاني، الحالي والماضي فإذا رجعنا إلى الجذر الثلاثي - شعر- على إعتبار أن ما يكتب على الجدران

هو الشعار وكما سنلاحظ فإن توظيف اللغة ركز على فهم ما يكتب على الجدران دون إعطاء وصف واضح للعملية ذاتها. ولم يحدد (ما قبل) و (ما بعد) العملية، ومع ذلك فإننا نستطيع في الحالة هذه تتبع الجذر الثلاثي في مجموعة المفاهيم التي رسمتها ومقارنتها ببعض ما ورد في المعجم الإنجليزي الذي تفاعل مع الظاهرة بصورة مختلفة حيث حدد للعملية أطرها الخاصة فوصف الشعار بصورته التي وردت فيه في التجربة الإنسانية وحدد الكتابة الجدارية بمفهوماتها الثقافية التي وردت وولدت فيه¹.

والشعار الثقافي تدخل في محتويات ثقافية أخرى حيث نجد أن هناك الرسم أو كلمات تحفر أو تكتب أو تخدش أو تنقش على سطح صلب خاصة على الجدار أو هو كلام منقوش أو شكل في تصميم فني محفور على صخور أو جدران أو شكل صناعي من الجبس أو الحجر أو الطين، وهو رسم بسيط أو كلام منقوش على جدار أو حاجز أو سطح آخر مثير للعواطف والذكريات أي تصميم أو شعار مخطوط على الجدار أو سطح المعرض². وفي علم الآثار: عبارة عن رسم قديم أو كتابة قديمة محفورة على جدار أو سطح آخر.

3- تعريف الشعار الديني:

نجد في المعجم العربي أننا نستطيع أن نولد أكثر من مفهوم من الجذر الثلاثي " شعر " ولكل توليد مفهومه الخاص المرتبط أساسا بالجذر الثلاثي (ش.ع.ر) فالمفهوم الديني للشعار هو

1 - Dictionary of English, Cambridge university press, 1995. Cambridge

الشعيرة¹: كل ما جعل علما لطاعة الله عز وجل كالوقوف والطواف والسعي والرمي والذبح وغير ذلك. والشعيرة هي البدنة المهداة، سميت بذلك لأنه يؤثر فيها بالعلامات والجمع شعائر².

ولتعريف المصطلح نجد في المعاجم اللغوية العربية أننا نستطيع أن نولد أكثر من مفهوم من الجذر الثلاثي "شعر" ولكل توليد مفهومه الخاص المرتبط أساسا بالجذر الثلاثي "ش.ع.ر).

فهناك الشعر - الشعر - الشعيرة - الشعائر - الشاعر - المشاعر - المشعر - الشعار - أشعر¹ - وكل تعريفه الذي حددته له اللغة ووصف في المعاجم. فالشعار هو الثوب الذي يلي الجسد لمامسة الشعر، وهو أيضا زوائد خيطية تظهر على جلد الإنسان وغيره من الثدييات ويقابله الريش في الطيور والحراشف في الزواحف والقشور في الأسماك وشعرت: أصبت الشعر، ومنه الشعر ومنه أستعير شعر كذا: أي علمت علم الدقة والشعير في الأصل: اسم للعلم الدقيق ومنه قوهم لبيت شعري أي لبيت علمي أو لبيتني أعلم والشعر أيضا القريض المحدود بعلامات لا يتجاوزها وقائله شاعر لأنه يشعر ما لا يشعر غيره أي يعلم. ومن مجموعة التوليدات التي يقدمها الجذر الثلاثي (ش.ع.ر) فإننا نحصر أنفسنا أولا بالمفهوم، المصطلح والشعار لنجد

دار مطابع، الثانية الطبعة، الوسيط المعجم، أحمد الله خلف محمد، نصح الحداد، صوالحي عطية، أنيس إيه رايم، د - 1972. مصر. المعارف

ذ. فسه المرجع - 2

سابق مرجع اللغة متن معجم - 1

تعريفاته التي أوردها القاموس تنحصر في مجموعة من الأطر
والمفاهيم نجملها بالتالي:
النداء الخاص بالجماعة و العلامة الفارقة في التحرك، أو سر
الليل.

إذا تحولنا إلى المعجم الإنجليزي نجد أنه فرق أولاً بين الشعار
(SLOGAN). والكتابة الجدارية (GRAFFITI)¹ فقد وصف كلا منهما
على حدة فالأولى عرفت المعاجم الإنجليزية كالتالي:
شعار يستعمله المعلن لتشجيع البيع أو صيحة الحرب أو كلمة
مجتمعة أو عبارة بليغة يستعملها حزب سياسي أو مجموعة
أخرى لإظهار خط الحزب في موضوع معين أو كلمة أو عبارة
تستعمل من قبل شخص أو جماعة لتعبر عن موقف مميز أو
هدف أو موقف في قضية صراع أو هدف يسعى إليه²
عبارة عن أداة لافتة للنظر مذهشة سهلة التذكر تستعمل
لتوضيح هدف/أهداف جماعة أو منظمة أو حملة عسكرية،
سياسية إجتماعية، تجارية.

أما فيما يخص المصطلح الثاني- الكتابة الجدارية- أو ما يعرف
بـ(GRAFFITO)، فقد ارتبط ظهور الكلمة في المعجم الإنجليزي
بمنشئها الإيطالي، حيث أدخلها المعجم على اللغة الإنجليزية
ولكنه عاملها بصيغة المفرد حيث وردت الصيغة نفسها باللغة
الإيطالية " باسم المجتمع " وعرفت بأنها رسومات أو كتابات
غير رسمية على الجدار تستعمل الفرد الدال على المجتمع¹.

1 - A short easily remembered phrase intended to bring an idea or a product to public notice.

2 - Dictionary of language and linguistics, R. k. Hartman & festork. Applied Science Publishers, LTD, London 1973.
P. 65

1 - Longman Dictionary of Applied Linguistics, Jack Richards, John Platt, Heidi Webar, Longman, london P.80

ولكن وإن اتحد المفهومان معا في حدود الإعلام فكلاهما (الشعار والكتابة الجدارية). يتبعان التواصل بافتراض أن هناك مراسلة إعلامية ومستقبلا إعلاميا فكلاهما تعبير عن ثقافة شعبيته تتغير من مستقبل نحوي إلى مستقبل عام عادي. وإن كان الشعار في اللغة الإنجليزية تدل عليه كلمة (SLOGAN) فإن شروط معينة أضافتها اللغة الإنجليزية على المفهوم ذاته بحيث اشترطت فيه القصر والاختصار والبساطة والوضوح. والبروز والقدرة على لفت النظر و سهولة التذكر.

ومما سبق نجد إن هناك فرقا واضحا بين الشعار (SLOGAN) والكتابات الجدارية (GRAFFITI) ومع ذلك هناك نقاط التقاء عديدة بينهما من حيث كون كل منهما رسالة إعلامية ومن حيث القصر البساطة والوضوح ثم إن الشعارات كثيرا ما تجد طريقها إلى الجدران. وسبب هذا التداخل بين الشعارات والكتابات الجدارية هو شيوع استعمال كلمة الشعار للدلالة على الكتابة الجدارية فلن نجد بأسا في استعمالها في الكتاب بنفس المعنى دون أن نغفل إبراز الفرق بينهما الشعار والكتابة الجدارية³².

والشعار حسب المعاجم والموسوعات وحسب واقعة التاريخي، لا يخرج عن المعنى السابق فهو نداء مخصص أو عبارة مرئية ينصبها العساكر ليعرف الرجل بها رفقته وكلها تؤدي وظيفة إعلامية عن طريق إحدى حاستي السمع أو البصر ويقابل كلمة

الشعار في اللغة العربية SLOGAN بالإنجليزية إلى أن المعاجم
بالإنجليزية أضافت بعض الخصائص للشعار² وهي نفسها في
اللغة العربية:

* القصر والاختصار: فالشعار كلمة صرخة أو عبارة

* البساطة والوضوح

* البروز والقدرة على لفت التذكرة

ومنه فالشعار SLOGAN كما يعرف بالإنجليزية هو جملة
قصيرة، سهلة الحفظ والتذكر، يحمل فكرة لأفراد المجتمع¹.
ويذكر أحمد شوقي الشعار في قوله:

طلعوا على الوادي براية عصر هم ولكل عصر راية وشعار
والملاحظة أن لتلك الشعارات لغتها الخاصة بها، فيكثر فيها
البديع، الصور البيانية والنغمات التي ترد كثيرا في أواخر
الجملة دون مراعاة الأسس والقواعد اللغوية ويعتمد الشعار في
الغالب الأعم على الدعاية (PROPAGANDA) بوجه عام التي
عرفها مارتن بقوله "إن الدعاية هي فن التأثير والتحكم
والسيطرة وتغيير الرأي العام وغرس وجهات النظر في وعي
الجماهير يمكن أن تؤثر على سلوكها² ولا يوجد عامل واحد
يؤثر في تكوين الآراء والمرافق السياسية بل توجد عدة
عوامل ومتغيرات تؤثر تأثيرا فعالا في تكوين وصياغة

According to Oxford advanced learners dictionary the three
characteristics of slogans are: simplicity, short, memorable.

The Cambridge Encyclopedia of language, David crystal, Cambridge -¹
university press, Cambridge, new York 1989 p.26

² - جميل عبد المجيد: مقدمة في شعرية الإعلان، دار قباء للطباعة والنشر، الطبعة الأولى

واستقرار وانتشار الآراء والمعتقدات السياسية إن الآراء
والمواقف السياسية التي يحملها الأفراد عن الأيديولوجيات
والحركات السياسية والأحزاب السياسية في العالم تتأثر
بالعوامل الذاتية عند الأفراد الذين يحملونها ويعتقدون بها.
وبهذه العوامل نعني طبيعة شخصياتهم وأفكارهم وتصوراتهم
الذهنية ومواقفهم وقيمهم وخبراتهم السابقة وميولهم
واتجاهاتهم الاجتماعية و السياسية إضافة إلى تأثرها بعوامل
القيادة وبوسائل الإعلام الجماهيرية. وكل هذه العوامل تشارك
مشاركة فعالة في تكوين الآراء والمواقف السياسية عند
الأفراد و الجماعات. خصوصا خلال فترة الأمد البعيد. ويكون
تأثير هذه العوامل فعالا و متميزا إذا كانت جميعها تردد نفس
الآراء والأفكار عن القضية السياسية قيد الدراسة والتحليل
بينما تقل وتضعف فعاليتها إذا كانت أفكارها وأطروحاتها حول
الموضوع أو القضية مختلفة ومتناقضة¹.

ففي المجتمع العصري الحديث تتأثر الآراء والمواقف السياسية
بصورة مباشرة أو غير مباشرة بوسائل الإعلام الجماهيرية
كالتلفزيون والراديو والمجلات والكتب والأفلام التي تعرض
على شاشات دور السينما..... الخ ووسائل الإعلام الجماهيرية
تستطيع (فترة) خلال فترة تغير المواقف والميول والاتجاهات
التي يحملها أبناء المجتمع إزاء القضايا والأمور السياسية
والاقتصادية والاجتماعية والأيديولوجية التي تهمهم شريطة
قيام هذه الوسائل ببث وعرض مناهج وفعاليات تتلاءم مع

¹ - ينظر: د. إحسان محمد الحسن. علم الاجتماع السياسي, مرجع سابق.

طبيعة الأفكار والممارسات المطلوب ترسيخها ونشرها بين الجماهير، شريطة قيام أجهزة وقطاعات المجتمع الأخرى بتأييد وتعزيز مثل هذه الأفكار والممارسات. من هذه الحقيقة يجب على المسؤولين الاهتمام ببرامج وأنشطة وسائل الإعلام والسيطرة عليها بطريقة تؤمن إحداث لتغيير المنشود في الآراء والمواقف¹.

كما يجب على المسؤولين عن أجهزة ومنظمات المجتمع تنسيق وظائف ومهام أجهزتهم ومنظماتهم مع فعاليات وأنشطة وسائل الإعلام الجماهيرية لكي يكون المواطن تحت تأثيرها المباشر.

ثانياً: وسائل الإعلام والاتصال لإقناعي:

يشير مصطلح الاتصال Communication بمعناه العام إلى العملية التي تنقل بواسطتها رسالة معينة أو مجموعة رسائل Messages من مرسل أو مصدر Source إلى المستقبل¹ Receiver بينما يستعمل مصطلح الاتصال الجماهيري Mass communication بمعناه المحدود أيضاً الإشارة إلى نقل رسالة بواسطة وسائل فنية جماهيرية (Mass media) معنية كالصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون وهي تمكن المصدر سواء كان فرداً أو

¹ – ينظر: د. صالح أبو أصعب، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة. الطبعة الخامسة. دار مجدلاوي للنشر والتوزيع. ص 22.

¹ – د. عبد العزيز شرف، الأجناس الإعلامية وتطور الحضارات الاتصالية. الطبعة الثانية. الهيئة المصرية للكتاب، 2004. ص 24.

مجموعة أفراد من الوصول إلى المستقبل أو الجمهور قراء و مشاهدين مستمتعين.

ويميز الدارسون بين الاتصال المباشر الذي يحدث على المستوى المتبادل بين الأشخاص (interpersonal face to face) والاتصال من خلال وسائل الإعلام والاتصال بال جماهير Media وذلك على أساس أن الاتصال الجماهيري يتميز بالعناصر الآتية:²

- 1- إمكانية وجود جمهور كبير الحجم تصل إليه رسالة الاتصال.
- 2- وجود أسلوب الوساطة أو التوسط interpreted في الاتصال بين المرسل والمستقبل.
- 3- احتمال تأخر الاستقبال.
- 4- صعوبة تحقيق مراقبة متبادلة بين المرسل والمستقبل. والاتصال الإقناعي يفيد من الاتصال المباشر كما يفيد من الاتصال الجماهيري، ووسائل الإعلام في توصيل رسالته الإقناعية ومن نقطة الاستشراق هذه فإن الاتصال الإقناعي هو علم التفاعلات بين الأفراد التي من شأنها أن تحدث آثار سلوكية ومن ثم يتسم الاتصال الإقناعي بأنه اتصال مخطط planned communication بمعنى أنه يتضمن كل التدخلات المقصودة التي تستهدف تحقيق تغييرات محددة في السلوك

العلني أو الخفي للجمهور المستهدف¹، ولكي يكون التدخل هذا التدخل فعالا يجب اختيار دقيق و سليم لوسائل الاتصال والإعلام التي يتوسل بها لتوصيل الرسالة الإقناعية ويتوسل الاتصال الإقناعي بالكلمة المكتوبة أو المنقولة أو المطبوعة أو الفوز بأشكالها المختلفة ليقرب جماهيره من الهدف المنشود من الاتصال، ويعني ذلك أن يتوخى التخطيط في الاتصال الإقناعي استخدام أساليب متعددة إلى من شأنها التأثير في اتجاهات الجمهور المستهدف.

فالمشكلة الكبرى أمام الاتصال الإقناعي هي كيفية اختيار الوسيلة الملائمة لأداء الرسالة الإقناعية بالإضافة إلى دراسة العوامل الأخرى كالإمكانات المادية و الفنية وطبيعة الجماهير وغيرها¹.

وقد أجريت عدة تجارب معملية لدراسة قوة تأثير كل من وسائل الإعلام المختلفة كما أجريت دراسات أخرى عملية في المجتمع لمقارنة هذه الوسائل وقياس قوة تأثير كل منها في الجمهور وقد اتضح مثلا: أن وسائل الإعلام السمعية كالإذاعة تساعد على تذكر المواد البسيطة الصغيرة أو المواد الطويلة المعقدة تلاومها الوسائل البصرية كالصحيفة والكتاب. أو الوسائل السمعية البصرية كالسينما والتلفزيون تمتاز بالواقعية والحيوية لأنها تستطيع أن تريك الأحداث حال وقوعها وبكل

¹ - ينظر: د. صالح ابوصبح، الاتصال الجماهيري، دار البركة للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، الطبعة الثالثة، ص 207.

¹ - ينظر: د. سهير جاد، وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، الطبعة الأولى، الهيئة المصرية للكتاب، ص 202.

تفاصيلها ويمكن تقسيم وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي

عموما إلى ثلاثة أنواع وهي:¹

1- الوسائل المكانية: ويقصد بها تلك الوسائل المتطورة التي
حيزا في مكان: كالمطبوعات، الصورة والفنون التشكيلية وهي
جميعا وسائل بصرية.

2- الوسائل الزمنية: ويقصد بها الوسائل التي تسلسل في وقت
زمني كالإذاعة والتلفزيون والأحداث المسموعة وهي وسائل
شفوية وسمعية.

3- الوسائل المكانية الزمنية: ويقصد بها الوسائل التي تشغل
حيزا مكانيا ووقتا زمنيا في نفس الوقت، وهي وسائل بصرية
وسمعية، مثل الأفلام الناطقة والتلفزيون والمسرح.

¹ - ينظر: د. صالح أبو أصبع، ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر، كلية الآداب والفنون، جامعة فيلادلفيا، الأردن، 2008.

ثالثاً: وسائل الإعلام الجماهيرية مع إشارة خاصة

للتلفزيون:

التلفزيون هو وسيلة مهمة من وسائل الإعلام يمكن اعتباره مربيا وموجها في البيت حيث تشارك نشاطاته الإعلامية في عملية التنشئة السياسية التي تزرع الأفكار والقيم والمقاييس السياسية المطلوب نشرها وترسيخها في المجتمع، وفي نفوس أبناء العائلة¹، علما بأن شيوع وانتشار وسيطرة أفكار وقيم سياسية واحدة من خلال أجهزة الإعلام الجماهيرية ستلعب الدور الكبير في تحقيق الوحدة الإيديولوجية والسياسية بين أبناء المجتمع، ومثل هذه الوحدة لا بد أن تساعد المجتمع على بلوغ أهدافه الجوهرية كما أن التلفزيون ينقل الصور والأخبار السياسية ويشارك مشاركة فعالة في زيادة الوعي السياسي والفكري بين الجماهير ووظائف سياسية مهمة كهذه تلعب الدور الكبير في بلورة وترسيخ المعرفة السياسية بين قطاعات المجتمع المختلفة².

أما أهمية التلفزيون في تغيير المواقف السياسية التي يحملها الأفراد إزاء قضايا ومواضيع معينة فلا يمكن التقليل من مكانتها وآثارها بأية صورة من الصور فالتلفزيون يلعب الدور الكبير في تمسك المواطنين بأفكار ومعتقدات سياسية معينة دون أفكار والمعتقدات الأخرى. وهي في الحملات الانتخابية التي تقوم بها الأحزاب السياسية في مجتمعات يلعب التلفزيون

¹ - ينظر: الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي. مرجع سابق.

² - ينظر: ثقافة الصورة في الإعلام والاتصال. مرجع سابق، ص 56.

الدور المؤثر في مساعدة هذه الأحزاب على تنفيذ حملاتها الإعلامية والسياسية.

فهو يبيث أفكارها وأهدافها ومشاريعها المستقبلية بين صفوف الشعب وينقل صور قادتها إلى الشعب من خلال عقد الندوات معهم في محطاته. ويؤثر في الأفكار والمعتقدات السياسية التي يحملها أبناء الشعب من خلال برامج التثقيف¹. إلا أن آثار التلفزيون في الآراء والمواقف السياسية التي يحملها أبناء الشعب لا يمكن لمسها والشعور بها إلا خلال فترة. وبرامج التلفزيون السياسية لا يمكن أن تكون محرّكة ومؤثرة في عقول وآراء الجماهير إذا لم تنسجم موادها وبرامجها مع تطلعات وطموحات الجماهير وإذا لم تخدم حاجات وأهداف الأفراد والجامعات على حد سواء. تقول

البروفيسور Professor Himmelaيت إن باستطاعة التلفزيون التأثير في أفكار وهو واقف الفرد المشاهد إذا توفرت العوامل التالية:¹

1- يستطيع التلفزيون تبديل سلوك وقيم الأفراد إذا كانت جميع برامجها متكاملة ومكررة لنوع واحد من الآراء والقيم والمقاييس.

2- عرض الآراء والقيم والمقاييس المطلوب نشرها وترسيخها في عقول الأفراد بصورة تثير انفعالاتهم النفسية تجاه هذه الآراء والمقاييس.

¹ - ينظر: د. صالح أبو أصيب، الاتصال الجماهيري، دار البركة، عمان 2005، ص 406.

¹ - ينظر: Pendleton Herring, value of public opinion as a social myth in voice of the people, new York, 1987.p 247.

- 3- يجب أن ترتبط الآراء والقيم والمقاييس الجديدة بمصالح وطموحات الأفراد الآنية والمستقبلية.
- 4- يجب أن تكون برامج التلفزيون غير معرضة للانتقاد الهدام من قبل أية جهة وتنسجم مع رغبات ومصالح الأفراد.
- وبما أن الشعر يدخل ضمن الوسائل المرئية فهو شكل من أشكال الاتصال.

رابعاً: الشعر والاتصال:

الشعر كشكل من أشكال الاتصال الإقناعي يتوسل بالصحف اليومية والأسبوعية والمجلات في توصيل رسالته وينظر الشعر إلى الصحف اليومية على أنها من حيث تكلفة للشعر تعد ذات جدوى مع سعة انتشارها وتوزيعها كما أن هذه الصحف اليومية وسائل سريعة تيسر نقل الرسائل الشعرية من أصحابها إلى الفرد المتلقي (sender- receiver) في وقت وجيز حيث يستطيع أصحاب الشعر تسليم الشعر للصحافة في المساء لينشر في الصحف صباحاً¹.

- وللوقت أهمية كبيرة في مجال الشعر كما أن نتائج الشعر في الصحف اليومية نتائج سريعة الظهور فقد يأتي الشعر بأثر ملحوظ في اليوم التالي لظهوره، و يتميز الشعر الصحفي- في الجزائر- بإمكانية تكراره والتأكيد على رسالة الشعر وإمكانية إثارة اهتمام القارئ الذي تتاح له أيضاً فرصة الاحتفاظ بالشعر وما فيه من بيانات للرجوع إليها.

¹ - ينظر: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. مرجع سابق، ص 70.

- ويخاطب الشاعر الصحفي جمهورا مثقفا من خلال طبيعة جمهور الصحف الأمر الذي يقتضي الإقناع بالحجة والمنطق والحرص على مصداقية بهدف اكتساب ثقة القراء ويستخدم في وسائل المواصلات، أو تعلق في الطريق أو الأماكن المعدة لذلك على جانبي الطريق ومن مزايا هذه الوسيلة:¹

1- أنها تتيح لجميع الأفراد رؤية الرسالة كما تتيح لصاحب الشعر التحكم في المساحة التي يريد لها واستخدام الألوان البارزة التي تجذب الأنظار واستمرار الشعر فترة طويلة. وتتميز الملصقات واللافتات الشعرية من حيث أنها لا تحمل إلى البيت أو على المكتب للقراءة وقت الفراغ بل تظل في مكان واحد. ولذلك يجب أن لافتة لتتيح للمارة استيعاب رسالتها الشعرية. فاللافتة إن يجب ألا تقتصر على اجتذاب الانتباه وتحوله عن المناظر الأخرى فحسب، بل يجب كذلك أن تكون رسالتها مختصرة بالقدر الذي يجعل القارئ أو الفرد المتلقي للشعر محيطا بكل ما فيه في لحظة واحدة وقصيرة.²

الشعار ونظام الهوية
المرئية والشعارات

¹ - ينظر: الشعارات والرموز الانتخابية، مرجع سابق، ص 31.

² - ينظر: د. س. م. خصص اسماعيل. الأصول العلمية للشعار. القاهرة، دار النهضة، ص 20.

المرسل (حزب منظمة)

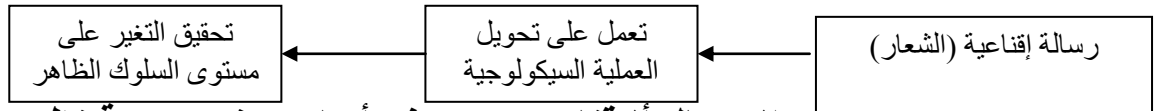
المرسل إليه (أفراد، عمال، زبائن)

2- الشعار كشكل من أشكال الاتصال الإقناعي:

إن الاتصال الإقناعي (persuasive communication) علم يدرس التفاعلات بين الأفراد التي من شأنها أن تحدث آثار سلوكية ومن ثم فالاتصال الإقناعي اتصال مخطط (planned communication) ينطوي على تلك التدخلات المقصودة¹،

¹ - ينظر: C.Hennessy, public opinion,3rd edition.Duxburg press,1995.p183.

التي تستهدف في تحقيق تغيرات محددة سلفا في السلوك العلني والمستتر وعلى الرغم من أن الإقناع ليس هو الأثر (effect) الوحيد للاتصال إلا أن الكثيرين من الدارسين يذهبون إلى أن الرسالة المقنعة والفعالة هي تلك التي تتغير بخصائص جديدة بتحول الوظيفة السيكولوجية على نحو يجعله يستجيب علنا تجاه موضوع الإقناع. وبمفرداته وبالأساليب التي يريدها القائم بالاتصال (communicator) أو صانعي الشعار (slogan makers) ومعنى ذلك أن أداة الإقناع تكمن في تعديل البناء السيكولوجي الداخلي للفرد (inner side) كمحاولة لتعزيز المواقف تجاه الشعار أو الآراء السياسية أو الفكرية أو الاجتماعية².



ذلك أن الاتصال الإقناعي يستهدف أساس تغير وجهة نظره، أو الإقناع بشيء ما وكثيرا ما يخاطب العواطف والانفعالات لتحقيق هدفه الإقناعي والإقناع الاتصالي يستهدف الفرد كما يستهدف الجماعة سواء أكانت صغيرة أو كبيرة والتي يعتبر هذا الفرد عضوا فيها ويراد إقناعه للحصول على نتيجة معينة ولذلك تتنوع مجالات الاتصال الإقناع. (fields of persuasive communication) سياسيا تجاريا اجتماعيا وثقافيا.

² - ينظر: د. سامية محسن جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث ص 201.

و الإقناع لا يعني دائما فن استخدام اللغة أي البلاغة، ففي السياق التاريخي كانت البلاغة هي وسيلة الاتصال التي يمكن استخدامها لأغراض الإقناع بتغيير المفاهيم والأعمال فالبلاغة كانت مهارة الإقناع فالعنابي يقول: " إن كل من أفهمك حاجته من غير إعادة ولا جلسة ولا استعانة فهو بليغ، فإن أردت اللسان الذي يروق الألسنة ويفوق كل خطيب، فأظهر ما غمض من الحق، وتصوير الباطل في صورة حق¹.

ونلخص من ذلك إلى أن الاتصال الإقناعي حين يقوم على المنطق الإعلامي لكسب تأييد الجماهير، فإنما يلجأ إلى التحليل والنقد، والاقتراح المحدد، دون تعميم وتحريك الانفعالات. فالمنطق الإعلامي هو الذي يكسب الاتصال الإقناعي طابعه. الشعار في عملية التواصل: الشعار نظام خاص يؤمن عدة وظائف في عملية التواصل بين المنظمة وجمهورها ينقسم الشعار إلى محورين الأول يمثل المرسل (المنظمة، الحزب، المؤسسة...).

أما الثاني فهو المرسل إليه (الفرد المتلقي، جمهور المؤسسة) فالمحور الأول يدل على البعد المنفعي والثاني إلى البعد الدلالي أي قوة التمثيل المبهمة للشعار.

¹ - البيان والتبيين، مرجع سابق، ص 113.

أولاً: أهمية الشعار السياسي لدى الأحزاب السياسية.
يعتبر الشعار السياسي ذو أهمية بالغة بالنسبة للأحزاب السياسية, فقبل الشروع في دراسة هذه الأهمية لابد أن نعرض أولاً على تعريف الأحزاب السياسية ووظائفها, وخلفياتها وفي الأخير الآثار المترتبة عنها.
أ- الأحزاب السياسية:

لا يمكننا فهم واستيعاب المؤسسات السياسية في المجتمع من حيث تراكيبها ووظائفها وعلاقاتها الداخلية والخارجية وإيديولوجيتها وأنماط سلوكياتها وتفاعلاتها الاجتماعية الرسمية وغير الرسمية دون دراسة وتحليل الأحزاب السياسية.

فالأحزاب السياسية هي من أهم المؤسسات المعاصرة التي تؤثر في مجرى الأحداث السياسية في المجتمع والآثار التي تتركها هذه الأحداث في بنية وفعاليات وتقديم المجتمع ونهوضه. لكن أهمية الأحزاب السياسية تكمن في منافسة بعضها البعض الآخر " في استلام مراكز الحكم وممارسة السلطة"¹ للسيطرة على أمور ومقدرات المجتمع. والحزب الذي يفوز في استلام مفاتيح الحكم هو الحزب الأكثر تنظيماً ووعياً وقدرة وكفاءة, وهو الحزب الذي يؤمن بإيديولوجية اجتماعية وسياسية تنبع من معطيات وتناقضات الواقع الاجتماعي والسياسي الذي يظهر فيه الحزب السياسي. وإذا

1 ينظر د- الحسن, إحسان محمد دراسات في علم الاجتماع السياسي- دار الجامعات المصرية الإسكندرية

كانت إيديولوجية الحزب تعبر عن أفكار وطموحات الجماهير وتنسجم مع حاجاتها وتطلعاتها وآمالها الحاضرة والمستقبلية فإن الحزب لابد أن يلقي الدعم والتأييد من قبلها. وهنا يستطيع استلام السلطة وقيادة الجماهير بما يحقق طموحاتها وأهدافها¹. ومن أسرار ظفر ونجاح الحزب بصورة عامة استنباط أفكاره وقيمه وممارساته واديولوجيته الاجتماعية والسياسية من واقع ومعطيات ومعاينة الجماهير وكفاحه من أجل وحدة الوطن.

ثانياً: المفهوم العلمي للأحزاب السياسية:

الأحزاب السياسية هي منظمات اجتماعية متماسكة وموحدة ينتمي إليها الأفراد لتحقيق أهدافهم وأهداف المجتمع الكبير وذلك من خلال العمل للجدي بين صفوف أعضائه والنضال من أجل استلام دفة السلطة والحكم التي تمكن الحزب السياسي من ترجمة أفكاره ومعتقداته إلى واقع عمل يستطيع تغيير المجتمع ودفعه إلى الأمام. والأحزاب السياسية هي نتيجة حتمية لتطور

1 ينظر - د- محمود غالب سعيد البكاوي (الواقع السوسيولوجي للتعددية السياسية) المكتب الجامعي الحديث - الإسكندرية ص 167-168.

اجتماعي وحضاري كان له الفضل الكبير في نقل التجمعات السياسية والمهنية والفكرية من مستوى عفوي ضيق قاصر على مهمات قريبة وأهداف مباشرة إلى مستوى الشمول والتنظيم والعلاقات الموضوعية والتطلع إلى أهداف كبيرة وبعيدة.

ومن الجدير بالإشارة هنا إلى أنه حتى عام 1850 لم يكن بلد من بلدان العالم يعرف وجود أحزاب سياسية بالمعنى الحديث للكلمة. فقد كانت هناك نواد شعبية وجمعيات فكرية وتجمعات برلمانية واتجاهات للرأي العام.¹ ولكن لم يكن هناك أحزاب بالمفهوم الحديث, وفي منتصف القرن التاسع عشر (19) جاءت مرحلة نشوء الأحزاب السياسية فظهرت أحزاب ذات منشأ فكري وطبقي متعدد اختلفت معه أسماء تلك الأحزاب وأنظمتها وبرامجها وأدوارها فمثلاً في الجزائر ظهرت عدة أحزاب نذكر منها حزب جبهة التحرير الوطني هو حزب يأخذ مفهوم الطليعة الثورية, حزب حركة مجتمع السلم, حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ حزب ذو طابع إسلامي لا يؤمن بالحزبية بل يؤمن بالشورى.

1 ينظر - د- الحسن إحسان محمد. طبيعة السلوك السياسي في المجتمع. كلية الآداب جامعة بغداد العدد

ثالثاً: وظائف الأحزاب السياسية:

تلعب الأحزاب السياسية خصوصاً الجماهيرية والثورية منها والتي تعبر إيديولوجياتها وممارساتها التنظيمية والنضالية عن طبيعتها للدور الكبير في توجيه وتقدم ونمو وازدهار المجتمعات التي توجد فيها. وتكون في نفس الوقت مسؤولة عن مهام سياسية وأيديولوجية ومادية وحضارية لها أهميتها وفعاليتها في أداء المجتمعات لالتزاماتها وواجباتها نحو رعاياها ومنتسبيها وضمان تماسكها واستقلاليتها وسيادتها وتقديمها الاجتماعي¹.

وفي هذا الجزء من الدراسة للأحزاب السياسية نستطيع تلخيص أهم الوظائف التي تقوم بها الأحزاب السياسية وبعدها نعرض على شرح الوظائف والواجبات التي تقوم بها الأحزاب فمن بين واجباتها هي كالتالي:

1- تكوين التنظيمات والأجهزة الحزبية التي يمكن أن ينتمي إليها الأفراد والتي تعبر عن عواطفهم وشعورهم ومصالحهم وميولهم و اتجاهاتهم السياسية والاجتماعية وانتماء الأفراد لهذه التنظيمات والأجهزة الحزبية يستلزم عملهم وتكاتفهم مع بعض في تنفيذ الواجبات والمهام الحزبية والنضالية التي توكل لهم¹. علماً بأن دخول الأفراد إلى الأحزاب السياسية وتعاونهم في تنفيذ واجباتهم السياسية والاجتماعية سيمكن هذه التنظيمات من تحقيق أهدافهم وطموحاتهم ومصالحهم التي دفعتهم إلى الانتماء إليها.

أ- اندفاع جميع الأحزاب السياسية في المجتمع نحو التنافس بعضها مع بعض من أجل احتلال مراكز القوة والحكم, لأن احتلال مثل هذه المراكز سيمكنها من تحقيق أهدافها وطموحاتها بعد ترجمة إيديولوجيتها السياسية والفكرية إلى واقع عمل ملموس يشارك مشاركة فعلية في تغيير بني المجتمع التحتية والفوقية مع تغيير علاقته الاجتماعية والسياسية في الداخل والخارج².

ج- توعية أبناء الشعب ورفع درجات وعيه ومداركه السياسية الاجتماعية.

د- تقليص وإزالة الخلافات والانقسامات السياسية التي تقع بين أفراد جماعات المجتمع, ومنظماته الحيوية وذلك من خلال فرزهم إلى مجاميع تعتقد بأفكار وتيارات سياسية معينة.

¹ علم الاجتماع السياسي, مرجع سابق ص 174-175.

² المرجع نفسه ص 183.

كل فكرة وتيار يمكن أن يكون حزباً سياسياً ينتمي إلى الأفراد والجماعات لضمان تحقيق أهدافهم ومآربهم الفكرية والاجتماعية والسياسية.¹

و- قيادة المجتمع وتوجيهه والمضي قدماً نحو تحقيق أهدافه.
ه- الأحزاب السياسية هي حلقة وصل بين الجماهير التي تنتمي إليها إذا كانت أحزاب ثورية وشعبية وبين الدولة التي تدير وتنظم شؤون المجتمع. فالأحزاب السياسية الحاكمة من خلال قواعدها تستطيع توصيل مشكلات ومعاونة وتطلعات الجماهير إلى قياداتها , والأخيرة تستطيع تمريرها إلى أجهزة الدولة لكي تتخذ الإجراءات المناسبة لمعالجة مشكلات الجماهير ووضع حد لها وفي نفس الوقت العمل على تلبية طموحات الجماهير ومساعدتها على تحقيق أهدافها.

ل- نشر الوعي السياسي والتنظيمي والنضالي بين جميع فئات وشرائح المجتمع من خلال أجهزة الإعلام الجماهيرية والمنظمات المهنية والشعبية.

1- الخلفية الاجتماعية والطبقية للأحزاب السياسية:

إن الوعي الطبقي الذي ينتاب الأفراد والجماعات والذي يجعلها تشعر بتشابه ظروفها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية ووضوح أهدافها وطموحاتها هو المسؤول عن تعاونها وتكاتفها واندفاعها نحو تكوين الأحزاب السياسية التي تدافع عن مصالحها وتحقيق آمالها وأهدافها

¹ المرجع نفسه.

المنشودة¹, لهذا يدافع الأفراد عن الأحزاب السياسية التي تمثل طبقاتهم الاجتماعية. إذن يمكن اعتبار الأحزاب السياسية أدوات فعالة للعمل من أجل تحقيق طموحات الأفراد الذين ينحدرون من خلفيات اجتماعية وطبقية مختلفة. يقول الأستاذان أر.لين

(R.Milne) وتى. ميكنزي (T.H Mackenzie)¹ في دراستهما الموسومة " كيف يصوت الناخبون " التي قاما بها في مدينة بريستول البريطانية عام 1951 أن هناك جملة عوامل موضوعية تؤثر في المواقف السياسية التي يحملها الناخبون وتدفعهم للتصويت إلى حزب سياسي معين دون الحزب الآخر. ومن أهم هذه العوامل عامل الطبقة الاجتماعية وعامل العمر وعامل المنطقة السكنية وعامل المهنة وعامل المستوى الثقافي والعلمي.

وأخيراً عامل الجنس إذا طبقنا هذه العوامل على مجتمعنا الجزائري نجد أن عامل العمر مثلاً: الأشخاص الكبار والمسنين يصوتون لحزب جبهة التحرير الوطني باعتباره الحزب العتيق الذي يرى في نفسه الأجدر والأحق بفوز بثقة الشعب نظراً لموروثه التاريخي (أي أنه استمرار لجبهة الأمس) بينما يصوت الشباب لأحزاب مختلفة كل واحد علي حسب أفكاره

1 ينظر: George N. Gordon, the communication revolution. A history of man media in the united states (new York: Hasting house 1982.p35

¹ - ينظر: د- إحسان محمد حسن علم الاجتماع السياسي، كلية الآداب بجامعة بغداد، الطبعة الثانية

وانتمائه فهذا يصوت لحزب العمال وذاك لحزب القوى
الاشتراكية ... الخ.

عامل المنطقة: إن عامل المنطقة السكنية يلعب دوراً هاماً في
الانتخابات حيث نجد خروج وتوافد سكان المدن إلى مراكز
التصويت يكون كبيراً مقارنة بمنطقة الريف أو القرى وذلك
راجع إلى مساحة المنطقة (المدينة) وكثرة عدد سكانها عكس
الريف أو القرى التي مساحتها صغيرة وعدد سكانها قليل كما
أن مراكز التصويت المتواجدة في الشمال تستقطب وفود كبيرة
عكس مناطق الجنوب.

عامل المستوى الثقافي: كذلك لهذا العامل دور أساسي بحيث
نجد الفئة المثقفة تتوافد إلى مراكز التصويت من أجل إثبات
نفسها وتعرف هذه الفئة أن صوتها

الانتخابي له دور في تغيير مسار حياة البلاد عكس الفئة غير
مثقفة (الأمية, كبار السن) كما أن الشباب الجزائري يتمتع
بنضج سياسي يسمح له بتسيير شؤون البلاد دون أن يحتاج
إلى أي وصاية كانت¹.

أما عامل الجنس: فنقصد به الذكور والإناث ففي مجتمعنا
الجزائري نجد توافد جنس الرجال إلى مكاتب الاقتراع أكثر من
توافد العنصر النسوي, وخاصة إذا كانت مكاتب التصويت
مختلطة وفي السنوات الأخيرة بعد تنظيم المكاتب وتحديد لكل
جنس مكاتبه الخاصة به أصبح يعرف العنصر النسوي توافد

1- ينظر: محفوظ نحاح الجزائر المنشودة، مرجع سابق. ص 113.

كبير أو إقبال كبير إلى مراكز التصويت من أجل اختيار الحزب المناسب.

كما قام الأستاذان بدراسة العوامل الأساسية التي تدفع الأشخاص إلى الانتماء للأحزاب السياسية أو التصويت لها في الانتخابات. يقول البروفيسور ميكنزي في كتابه " الأحزاب السياسية في بريطانيا بأن هناك ثلاث عوامل تدفع الأفراد إلى الانتماء لحزب سياسي معين دون الحزب الآخر وهذه العوامل هي¹:

أ- المصلحة: أي الرغبة في الحصول على مكاسب ذاتية للأفراد الذين ينتمون إليه كالحصول على المناصب والوظائف والأموال والمكافآت والامتيازات ويدفع عامل المصلحة الأفراد بالدخول إلى الأحزاب السياسية.

ب- الانفعال: أي اندفاع المواطنين على تأييد أفكار وبرامج وأهداف وسياسات الحزب بدون تحفظ وذلك لأنها تثير عواطفهم ونزعاتهم النفسية ويجعلهم متحمسين لنصرة الحزب والوقوف بجانب قضاياها وأمورها والدفاع عنها دون خوف أو تردد، ويدفع عامل العاطفة حوالي 26 % من الأفراد بالدخول إلى الأحزاب السياسية¹.

ج الإدراك والتعقل والعقيدة: أي أن الشخص يدخل إلى الحزب لأسباب المصلحة أو العاطفة أو الانفعال بل بسبب الإيمان والعقيدة والإدراك الثاقب لأفكار وإيديولوجية ومعتقدات

1- ينظر: Joseph Klapper, the effects of mass communication (new york free press. 1990. p 105

¹ - المرجع السابق ص 115.

وأهداف الحزب بحيث تكون هذه جزءاً لا يتجزأ من شخصيته وآماله في الحيات وتطلعاته, والأشخاص الذين يدخلون إلى الحزب بسبب هذا العامل هم الحزبيون الحقيقيين الذين يبقون في الحزب ويدافعون عنه ويناضلون من أجل نصرته مهما كانت الظروف ويدفع عامل الإدراك والتعقل والبصيرة والإيمان بمبادئ وفلسفة الحزب فقط 04 % من الأشخاص بالدخول إلى الأحزاب السياسية.

2- أثر الأحزاب السياسية:

الأحزاب السياسية هي من الجماعات المرجعية المهمة التي تشارك مشاركة فعالة في تكوين وبلورة أو تبديل الآراء والمواقف التي يحملها أبناء الشعب إزاء قضايا وأمر سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية معينة تهمهم المجتمع الكبير. والأحزاب السياسية تقوم بعملها هذا من خلال احتكاك وتفاعل أعضائها مع الجماهير كما تستطيع الأحزاب السياسية تغيير الآراء والمواقف في اتجاه معين إذا كان التغيير ينسجم مع طموحات ومصالح وأهداف الجماهير.

الأحزاب السياسية لا تستطيع التأثير على آراء الناخبين إلا خلال فترة الأمد البعيد, فالحزب السياسي الذي يقوم بالدعاية الانتخابية لفترة طويلة قبل الانتخابات العامة هو الحزب الذي ينجح في كسب أصوات الناخبين ويفوز في المعركة الانتخابية

خصوصاً إذا كان يستعمل وسائل الإعلام الجماهيرية الحديثة
في الدعاية الانتخابية¹.

فبعد تعرفنا على مفهوم الأحزاب السياسية سنتطرق إلى
أهمية الشعار بالنسبة له.

إن الشعار كما سبق تعريفه هو نداء مخصوص يعرف القوم به
بعضهم بعضاً زمن الحرب ويسمى سر الليل¹ فهي جملة
قصيرة سهلة الحفظ والتذكر يحمل فكرة لأفراد المجتمع،
والشعارات بصفة عامة تستعمل في كل مجتمعات العالم
وتختلف من مجال لآخر، إذ نجد هناك شعارات اقتصادية
وأخرى ثقافية أو سياسية.

فانطلاقاً من هذا التعريف نستنتج أن الشعار ذو أهمية بالغة
بالنسبة للأحزاب، فهو يعتبر كيانها والسمة التي تميز كل حزب
عن حزب آخر إذ يمكن لأفراد المجتمع أن يتعرفوا على
الأحزاب من خلال شعاراتهم السياسية التي استعملوها كسمة
مميزة لهم.

فمثلاً اختار حزب الإصلاح El Eslah " لا لسلب والنهب نعم
لخدمة الشعب" هو شعار رفعه الحزب من أجل التأثير على
الناخبين وانطلاقاً من عمره القصير كحزب جديد يرى في
نفسه أن أيادي ممثليه نظيفة من كل اختلاس أو خيانة ولذا
سمح لنفسه أن يرفع هذا الشعار الضخم متحدياً الأحزاب ذات
المسيرة الطويلة التي لم تقدم شيئاً لهذا الشعب بل وضع

1 - ينظر: د- محمد علي العوني العلوم السياسية، دراسة في الأصول والنظريات والتطبيق ' عالم الكتب'
الطبع الأولى 1988 ص 157.

¹ - ينظر: ابن منظور الإفريقي " لسان العرب " دار صادر للطباعة والنشر ط1 بيروت م4، ص 407.

ممثلوها المجد لأنفسهم والثروات الطائلة على حساب الطبقات الكادحة.

الشعار يتضمن مقابلة جميلة أضفت رنة على الشعار وجعلت الأذن تستسيغه وان كان الشعار يحمل تحدياً كبيراً أكبر من الحزب نفسه, لأن في بلد بها ترسبات كبيرة وروافد كثيرة كالجزائر يجعل المعادلة التي تبناها الحزب صعبة التحقيق على أرض الواقع خصوصاً أن التغيير الذي يعد به الحزب اختياره من أصعب جبهة وهي استرجاع ثروات البلاد والتحدي لكل من تسول له نفسه نهبها وسلبها من أيادي أصحابها الحقيقيين وهم الشعب وفي نفس الوقت الوعد بخدمته بتوزيع هذه الثروات بعدالة وجعله ممثليه في خدمته.

قد يكون الشعار قد أثر في أفراد المجتمع مقارنة بالأصوات التي حصل عليها الحزب رغم عمره القصير. فهل يكون في مستوى الشعار الذي حملته طيلة الحملة الانتخابية؟ ووعد الشعب بتحقيقه؟ أم صعب داخل وسط تأصل فيه الفساد حتى لو فترضنا أن ممثليه سيكونون صادقين في الخدمة.

وهذا شعار آخر تبناه حزب "حمس" " أنْتَحِبُونَا

وَحَاسِبُونَا"

هو شعار رفعه الحزب لاسترجاع الثقة وبناء جسر اتصال مع الشعب وجعله الحكم الذي يتحكم برأيه ويستشير بمشورته وهو بهذا الشعار يطرح البديل ويطلب القصاص في حال الفشل أو الحياد عن الخط الذي رسمه وكان به يطلب من الشعب أن

يعيد النظر في كل من سبقوه, وهذا ما أكد عليه أمين الحزب " أبو جرة سلطاني " على ضرورة محاكمة الذين حكموا البلاد 40 سنة وطالب بإعطاء الأهمية للتنمية المحلية ووضعها في مكانتها اللائقة من خلال تفعيل دور الهيئات المنتخبة محلياً وعدم حصر مهام المنتخبين في التسيير اليومي للحياة الاجتماعية. ومن جانب آخر أشار " أبو جرة " إلى أن أزمة الجزائر ناجمة عن فقدان مراجع ومصادر تاريخها الذي همش ولم تعط له الأهمية, مؤكداً أن أسباب هذه الأزمة ليست إيديولوجية كما روج لها البعض بقدر ما هي أزمة هوية. كما نوه هذا الأخير أن الممارسات البيروقراطية والقرارات الفوقية قادت المواطن إلى سبل مسدودة وأثرت سلباً على الجزائر, كما جعلت عملية التنمية والأعمار تتعثر أكثر وأن المشكل في الجزائر يكمن في عدم إشراك الشعب في القرارات. فيما أشار بأن القرارات الفوقية حالت دون إيجاد الحلول لأغلب المشاكل التي تتخبط فيها, كما أكد أن مطالبة المواطن بحيات أفضل حق مشروع غير أنه حلم يصعب تحقيقه في ظل انتشار " الرشوة والبيروقراطية " وتعطل قطار التنمية والتهاب أسعار المواد الأساسية وغياب بعضها في السوق الوطنية, ليبقى المواطن حسبه يتخبط في مشاكل لا حصر لها في ظل " البجوحة " المالية التي تعرفها الجزائر. كما أن الأمين العام للحزب يدعو الشعب وبطريقة إيحائية إلى التريث في اختيار ممثليه وأن يكون اختياره على أساس الانتقائية التي يكون مبدؤها قمة الخدمة ونوعيتها مقابل معاقبة من خانوا عهدها.

وإن كنت أرى أن الحزب يستجدي ويتوسل لتجديد الثقة من الشعب ويحاول أن يعيد ترتيبات بيته ويقيم التجربة السابقة التي لم يكن فيها الكثير من التميز الذي وعد به الحزب وتبناه في مراحل سابقة من مسيرته.

ولقد تمكن زعيم حركة مجتمع السلم بذكاء في انتقاء الشعار مع العلم أنه شخص بارع في استخدام لسانه, ويكون أكثر روعة عندما يستخدم المحسنات اللفظية من طباق وتورية واستعارات وتشبيهات. الشعار جملة مسجوعة تربط بين المقدمة والخاتمة بحيث أنها تجعل الانتخاب يتبعه العقاب والحساب في حال الابتعاد عن الخط المرسوم. وأرى في ذلك نقلة نوعية في رؤى الحزب البعيدة خصوصاً إذا كان الصدق يتبع الشعار ويتجسد على أرض الواقع وكما وعد ممثلو الحزب خلال الحملة الانتخابية أنه سوف يكون هناك بلديات نموذجية تقدم الخدمة المتميزة وتعبر بصدق عن مبادئ الحزب. لا شك في أن حزب " حمس " له شريحة شعبية لا بأس بها ولا شك في أنها ستتبنى مبادئ الحزب وتلتف حوله وتجدد الثقة فيه وإن كان هو يرمي من خلال الشعار الذي حمله إلى توسيع هذه القاعدة الشعبية واغتنامه لترديات التي تشهدها الجزائر خصوصاً على المستوى الاجتماعي في استقطاب أصوات جديدة.

وقد رافق الشعار الذي حمله الحزب خلال الحملة الانتخابية تصريحات لممثليه تتضمن تحريضاً ودعوة إلى التغيير الجذري

بتقديم حقائق ضمنية توحى بمدى الاختلاسات والفساد الذي يسود الطبقة السياسية والاقتصادية في الجزائر.

وهذا شعار آخر حمله حزب جبهة التحرير الوطني

- اليد في اليد لأعمار جزائر الغد. FLN

- اليد في اليد لبناء جزائر الغد. FLN

إن الجزائر التي تتأهب إلى موعد تاريخي لإجراء الانتخابات المحلية للمجالس الشعبية البلدية والولائية تطمح إلى المزيد من الاستقرار ومواصلة إرساء المؤسسات الدستورية وتعزيز بناء دولة الحق والقانون, وتجذير الممارسات الديمقراطية من خلال التعددية والاحترام المتبادل للرأي والرأي الآخر.

هذه الرسالة ألقاها رئيس حزب جبهة التحرير الوطني على الشعب يدعوهم إلى الالتفاف حول الحزب وحثهم على ممارسة حقهم الدستوري, فنص قائلاً: الجزائر التي تصان فيها الحريات وتضمن فيها حقوق الإنسان وتكون الإرادة الشعبية فيها سيدة في اختيار الرجال والنساء القادرين على تسيير الشؤون العمومية والتكفل بانشغالات المواطنين وتطلعاتهم في إطار التنمية المحلية الشاملة والمستدامة.

- الجزائر التي تعول على إرادة أبنائها وبناتها وعزمهم

الأكيد في ممارسة حقهم الدستوري يوم 29 نوفمبر 2007,

هذا اليوم التاريخي الذي يدعم من خلاله الاختيار الحر للأجدر والأكثر التزاماً والأكثر قدرة على العطاء والتضحية, كما أن التفاف الجزائريين والجزائريات حول متر شحي حزب جبهة التحرير الوطني من شأنه تحقيق المزيد من البرامج التنموية

على المستوى المحلي في مختلف المجالات. كما صرح قائلاً إن حزب جبهة التحرير الوطني التزم بالدفاع عن المصالح العليا للوطن وعبر بصدق عن مصالح كافة الشرائح الاجتماعية ويدرك أن منتخبه هم واجهته الحقيقية وصورته الدالة عليه، وقواه الحية المعبرة عن مدى تجدره في الأوساط الاجتماعية بحكم انبثاقه منها وتعبيره عن هواجسها وتطلعاتها إلى بناء مستقبل أفضل.

كما أن حزب جبهة التحرير الوطني يدرك بأن المهمة الانتخابية هي التزام أخلاقي وسياسي. وأن الحزب الذي يقدم نخبة من مناضليه عبر 1534 بلدية و48 ولاية يعرف جيداً بأن الشعب هو السند الحقيقي والدعم الأساسي لمرشحيه، كما أن حزب دعا إلى تحسين الظروف المعيشية للمواطنين وتجسيد تطلعاتهم المشروعة، وأكد على الشعب بالالتفاف حول برنامج الطموح وذلك بخروجهم المكثف يوم 29 نوفمبر للتعبير عن تجديد ثقتهم للحزب فسعى حزب جبهة التحرير خلال هذه الحملة الانتخابية إلى الرجوع إلى مجده المفقود خلال السنوات الأخيرة وتبنى الحزب من خلال شعاره القطيعة مع ماضيه القريب بتجديد وجوه طليعة.

ويأتي الشعار ليتماشى مع طموحات الحزب في الوقت الراهن كون رئيس الجمهورية يعد الرئيس الشرفي للحزب وبالتالي فالحزب يدافع ويتبنى برنامج رئيس الجمهورية ولذا وجه رسالة من خلال شعاره إلى كل الجزائريين والجزائريات.

كما يرى الحزب في نفسه الأجدر والأحق بالفوز بثقة الشعب
نظراً لموروثه التاريخي ويظهر ذلك من خلال مرجعيته
الظاهرة جلياً في نهاية الشعار " جزائر المجد " كما يعترف
الحزب أن الأعمار يكون بأيادي الجميع متكاثفين ومتحددين.
ونجد من خلال الشعار أن الحزب يضع نفسه في مرتبة أب
الشعب المتجذر في الأوساط الشعبية, كما يرى في نفسه
السبيل للإعمار, لذا يدعو الجميع إلى العمل يداً بيد من أجل
الدفاع عن المصالح العليا للوطن وخدمة كافة الشرائح
الاجتماعية.

الشعار جملة مسجوعة (اليد, المجد, الغد) فأعطت جرسا
موسيقيا وخفة للفض والفهم.

وكلمة الأعمار في الشعار انطلاقاً من المشاريع الكبرى التي
يتبناها الحزب من خلال مساندته لبرنامج رئيس الجمهورية
وتطلعاته إلى التنمية المحلية والمستدامة.
أما عبارة جزائر المجد, فتوحي بالمرجعية التاريخية التي
يحملها الحزب دوماً (تحيا الجزائر والمجد والخلود لشهدائنا
الأبرار).

فالحزب اليوم هو استمرار لجبهة أمس فتلك جبهة التحرير
وهذه اليوم جبهة التغيير. وحتى يصل إلى شريحة أوسع كان
شعار الحزب هذه المرة نوعية مرشحيه وتشبيبه ممثليه
وتغيير الوجوه التي قد تكون أياديها لطخت بالاختلاسات
والفساد كقطيعة مع الماضي القريب في طريق التجديد والتغيير
من أجل الاستقرار ومواصلة إرساء المؤسسات الدستورية

وتعزيز بناء دولة الحق والقانون وتجدير الممارسة الديمقراطية من خلال التعددية.
ومنه فالشعارات اختلفت من حزب لآخر وذلك حسب المجال الذي انهمكت فيه تلك الأحزاب, فوجد مثلاً شعارات سياسية تميز بعض الأحزاب السياسية: حماس, النهضة الإصلاح, الإنقاذ كما أنه بالمقابل نجد أن بعض الأحزاب السياسية (RCD. FFS)³³ لجأت إلى اللغة الأجنبية وحتى اللغة الأمازيغية لكتابة شعاراتها السياسية وذلك قصد التمييز عن باقي الأحزاب السياسية الأخرى.

كل هذه الشعارات الحزبية السياسية كلها تعكس الأثر الذي تريده تلك الأحزاب والأهداف التي تريد تحقيقها وذلك عن طريق تلك الشعارات التي تهدف إلى استقطاب الجماهير وجعلهم يقومون بالسلوك المرغوب فيه وبذلك تحقيق الهدف المراد تحقيقه¹.

فتعدد الأحزاب خلال المرحلة التي شهدت التعددية الحزبية وما يقارب الستين حزباً أدى إلى تعدد الشعارات السياسية المستعملة إثناء الحملات الانتخابية² واختلاف وتنوع المفردات اللغوية خاصة منها اللهجية المستعملة في تلك الشعارات

³³ جبهة القوى الاشتراكية F.F.S - التجمع من أجل الثقافة و الديمقراطية R.C.D

¹ -ينظر محمود عوده: وسائل الاتصال والتغيير الاجتماعي, دار المعرفة القاهرة 1998 ص 239.

² -ينظر محفوظ نحاح " الجزائر المنشودة " مرجع سابق ص 90.

الحزبية ومن كل هذا التنوع والاختلاف في الشعارات السياسية
نتج تنوع لغوي أثناء ذلك الحدث السياسي
(الانتخابات) أو الظاهرة الاجتماعية بصفة عامة التي طرأت
على المجتمع, فشاعت المفردات اللهجية وبعض الجمل لم تكن
مستعملة من قبل, فصار كل مواطن في المجتمع يصف الحدث
السياسي بالمفردات التي يراها مناسبة بالنسبة له وتلبي
متطلباته الذهنية, فمن بين تلك الجمل والصيغ اللهجية التي
شاع استعمالها نذكر على سبيل المثال: أَنَا قَاعٌ مَانْفُوطِيشُ,
رَاهُمْ يَحْوَسُوا غَيْرَ عَلَى الكُرْسِيِّ, النَّاسُ رَاهَا عَرَايَةَ, لِأَجُونَّاسُ
رَاهَا قَاعٌ شُومَاجُ, الْبِيسْطُنُ, الْحِيطِيسُ
كل هذه المفردات اللهجية لها طاقة وسلطة تعبيرية على حساب
اللغة الفصحى, إذ أن تلك اللغة الدارجة التي صار المواطن
البسيط يعبر بها هي أصدق تعبير عن رفضه للواقع الاجتماعي
المعيشي.

فانطلاقاً من إحساس المواطن بذلك الرفض للواقع الذي
يعيشه راحت الأحزاب السياسية تكتب شعاراتها الحزبية حتى
توافقها وتوافق متطلباته وبذلك تجعله ينهج منهجها.
فمن خلال تلك الشعارات تهدف الأحزاب السياسية إلى تحقيق
الهدف المراد تحقيقه ومنه فاللغة هنا تصبح وسيلة لتحقيق
هدف وهذا ما كانت تدعو إليه النفعية

(Pragmatisme)¹ لذا يلجأ صانعو الشعار إلى استعمال اللغة المفهومة بين الطرفين (رجال السياسة والفرد المتلقي)، فكل شعار يهدف إلى تحقيق هدف معين إذ نجد أن بعض الشعارات السياسية تهدف إلى توعية الفرد وخدمة الوطن والعمل لإصلاحه فنذكر من بين تلك الشعارات التي كانت تهدف إلى ذلك: **الجزائر حررها الجميع وبنيتها الجميع، من أجل غد أفضل، ضد الرشوة والمحسوبية، فهذه الشعارات كان هدفها إصلاح الفرد وخدمة الوطن فهي ذات بعد وطني وأخلاقي¹ وبالمقابل أيضاً نجد أن بعض الشعارات كان هدفها توعية الفرد وتحسيسه بالواقع الاجتماعي المعيش الذي كانت بعض الأحزاب تهدف إلى رفضه، فنذكر أن بعض الشعارات اقتصرت على كلمة واحدة للتعبير عن الواقع المزري فمثلاً نذكر مفردة: **الحيطيس، الحقرة، بن عميس، الرشوة، الديموكراسي**. والملاحظ من خلال هذه المفردات اللهجية أنها فعلاً تستقطب انتباه المرسل إليه في المجتمع بمختلف شرائحه المثقفة وغير المثقفة كون أن الفرد المتلقي يجد في تلك العبارات أو المفردات تعبيراً قوياً صادقاً لواقعه الاجتماعي² وهذا ما يؤدي به إلى القيام بالسلوك المراد من قبل الأحزاب السياسية وبالتالي تحقيق الهدف المسطر بواسطة اللغة التي اختيرت مفرداتها لاستقطاب انتباه المتلقي ومن ثم تحقيق**

1 ينظر: Sociologie de la politique, presses universitaires de édition, 1973p 208

France, 2eme

¹ ينظر: محفوظ نحاح، مرجع سابق ص 98.

² المرجع نفسه

الغاية³ ومن هنا يمكن تعزيز الفكرة بأن كل مجال له لغته الخاصة به ففي المجال الاقتصادي هناك مفردات وتعابير تختلف عن تلك المفردات المستعملة في المجال السياسي أو القانوني أو الطبي, فكل جماعة إذن لها لغتها الخاصة بها أيضاً (Les argots)³ فاللغة تختلف حسب المجال الذي تستعمل فيه وأيضاً حسب المناسبة لأن المجتمع بصفة عامة يشهد باستمرار ظواهر مختلفة (social Situations) كلها تنتج أو تخلق أشكال لغوية جديدة ومختلفة ولكن بعضها سرعان ما يختفي بانتهاء الحدث أو الظاهرة الاجتماعية⁴.

رابعاً- الشعار والثقافة السياسية في الجزائر:

1- الثقافة السياسية:

لعل من المتفق عليه عند كل العقلاء, أن المجتمع النموذجي هو الذي يكون عادلاً, حراً, منظماً, ومسيطرأ على كل شؤونه الداخلية والخارجية. ولكي يتحقق هذا المجتمع لابد أن يكون

³ ينظر: محمود عوده: وسائل الاتصال والتغيير الاجتماعي, مرجع سابق ص 67.

³ ينظر: عبد الغفار حامد هلال: اللهجات العربية نشأة وتطوراً, مكتبة وهبه ص 52.

⁴ ينظر: بيتر ترادجل مدخل إلى اللغة والمجتمع, مرجع سابق ص181.

مؤسساً على ثقافة سياسية نيرة وسليمة وهنا تبرز مجموعة
من الأسئلة لعل أهمها¹:

- ما هي الثقافة السياسية, وماذا تعني؟
- ما هي أهمية أسوسها أو مكوناتها ؟
- ما هي أهم أنواعها ؟
- ما هي أهم الثقافات السياسية السائدة بين الجزائريين

2- ما هي الثقافة السياسية:

يمكن تعريف الثقافة السياسية على أنها "مجموع المعتقدات
والقيم التي يؤمن بها والأنماط التي يمارسها المواطنون في
مجتمع معين والمتعلق بالشؤون السياسية ونظام الحكم في
الدولة"¹

من هذا التعريف يمكن استخلاص وتأكيد ما يأتي:

-أن أفراد المجتمع لكي يكون لهم مجتمع مدني (Civil
Society) متطور لابد أن يشتركوا في أهم المعتقدات والقيم
والسلوكيات التي يقوم عليها المجتمع.

¹ ينظر: د- محمد سليم السيد: تحليل الخطاب الناصري، دراسة العقائد والسياسة الخارجية، مركز الوحدة
العربية، ط1، 1985، ص 18.

¹ معجم المصطلحات السياسية، إعداد مجموعة من الأساتذة بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية، مصر،
1993، ص195.

- من أهم أهداف الثقافة السياسية هو تشكيل الشخصية السياسية وإقناعها بالنظام السائد في الدولة.
- لا بد من إدراك أن الثقافة عموماً والسياسة خصوصاً تنقل من جيل إلى جيل وهي عملية مكتسبة ومستمرة وغير ثابتة.
- لا بد من إدراك أن النظام السياسي هو نتاج للثقافة التي وجدت فيها, فعلى سبيل المثال النظام السياسي خلال العشرية الأخيرة هو نتاج الثقافة التي سادت الوطن العربي.
- وخصوصاً لا بد الاعتراف بها إذا أردنا الإصلاح الحقيقي في بلادنا هذا, وبالاختصار فالثقافة هي انعكاس لكل الأساليب والمناهج التي يفكر ويشعر بها الناس في المحيط الذي يعيشون فيه¹.

- الثقافة السياسية في المجتمع هي التي تشكل دور الدولة وعلاقة الدولة بمواطنين ومن الذي له حق الحكم.

3- ما هي أهم أسس الثقافة السياسية:

إن الثقافة السياسية هي نتاج ما وعاه وأدركه الفرد في المجتمع في فترة زمنية معينة حول المحيط الذي يعيش فيه والذي يشكل وجوده ووجدانه ولعل من أهم أسس الثقافة السياسية في أي مجتمع ما هي ما يلي²:

أ- المعتقدات (Beliefs): وتشمل كل ما يؤمن به الشعب ويعتبره أساس وجدانه وأقدس ما لديه في حياته فلكل شعب

1 ينظر: هادي نهر، السياسة والإعلام والتأثير، مجلو السياسات العربية والإعلامية، الجامعة التونسية،

1989، ص 143.

2 ينظر : Saville, Marriel, the ethnography of communication cambridge.U.S.A. Basil Blackwell 3rd edition p 25.,

مقدسات ومحرمات مهما كان شكلها وأنواعها وأحجامها,
فالشعوب التي ليس لها مقدسات ومحرمات هي شعوب لا
تستحق الحياة ولعل ومن المسلم به أن غاية الحياة أن يعتقد
الإنسان في شيء ما لأن قيمة الإنسان فيما يعتقد، وأن
اعتقاده هو أحد الصفات الأساسية التي تميزه عن غيره من
المخلوقات.

والاعتقاد هو أحد الأهداف – إن لم يكن الهدف الأساسي –
من وظيفة التفكير ومن هذا فيمكن القول بأن وجود الإنسان
مرتبط باعتقاده، فالأجدد أن يكون شعار الإنسان : " أنا أعتقد
..... إذن أنا موجود. " وليس كما قيل في الماضي " أنا أفكر
إذن أنا موجود " على حد تعبير ديكارت, ذلك لأن التفكير
وظيفة من وظائف الفرد في المجتمع, وفي الإسلام التفكير كما
يقول الأستاذ محمود العقاد¹ * رحمه الله – فريضة إسلامية
بينما الاعتقاد هو هدف وغاية ناتجة عن تفكير الفرد المتلقي.
من كل هذا يمكن القول بأن من الأسس الهامة لتكوين أي ثقافة
هو مجموع المعتقدات التي يملكها الشعب, فإذا كانت هذه
المعتقدات سامية وحضارية فنتج عنها ثقافة حية وراقية
والعكس صحيح.

ب- القيم (values) :

ما هي أهم القيم التي تعتمد أو تتركز عليها الثقافة السياسية
في المجتمع ؟

هنا يجب الإشارة إلى بعض أهم القيم وفهمها والتي دائماً تلعب
دوراً أساسياً إما في تقدم الشعوب أو تخلفها ولعل من أهم هذه
ما يلي: العدل, المساواة, النظام, الشورى, التغيير, الزمن. هذه
هي بعض أهم القيم التي لا بد أن تتأسس عليها ثقافتنا السياسية
اليوم, نأخذ على سبيل المثال بعض هذه القيم:

العدل: وهو من أسمى القيم التي تقوم عليها المجتمعات بغض
النظر عن معتقداتها, فقد ينصر الله الدول العادلة حتى ولو
كانت كافرة كما قال الإمام علي
(كرم الله وجهه) ويهزم الله الدول الظالمة حتى ولو كانت
مؤمنة.

وما حال وواقع الدولة الجزائرية وواقع الأمة العربية بصفة
عامة أو لم تكن خير أمة أخرجت للناس كما علمنا القرآن
الكريم. إن الأمة الإسلامية خير أمة أخرجت للناس وستبقى
كذلك, وهنا ربما نتساءل إذا كانت خير أمة فلماذا هذا وضعنا ؟
ولماذا نحن منهزمون ؟ والإجابة في الحقيقة تكمن في السؤال
نفسه, فهل نحن حقاً عادلون ؟

وهذا السؤال يقودنا إلى الحديث عن القيمة الثانية التي لا بد أن
تقوم عليها ثقافتنا السياسية وهذه القيمة هي الفرد في
المجتمع.

الفرد: هذا المخلوق الذي أعزه الله وأكرمه وسخر له ما في
السموات والأرض فالإنسان هو أسمى قيمة في المجتمع وهذا

يعني أن كل فرد مهما كان هو أعلى وأزكى وأسمى مخلوق،
والفرد في المجتمع هو أهم مقياس لنجاح أو فشل أي نظام
سياسي كما يقول بروتاغوراس " الإنسان معيار كل شيء "،
وإن الغرض من إنشاء أي حزب أو حكومة هو الدفاع وحماية
ومساعدة الفرد أن يعيش حياة سعيدة وكريمة وفي سلم وأمان.
فإن أسلمنا بهذا الحق يحق لنا أن نسأل هل ثقافتنا السياسية
الجزائرية احترمت الفرد كإنسان.

- نظام الحزب ونظام الحكم:

هذه القيمة الثالثة لا بد أن تؤسس عليها ثقافتنا السياسية
فهي قيمة النظام الداخلي للحزب السياسي وكذا نظام الحكم
ككل، وهنا نقصد الكيفية التي يتم بها ترتيب الأشياء وإنجازها
وبنائها على هذا التعريف يمكننا القول بأن ثقافتنا السياسية
حتى الآن لم تول اهتماماً كبيراً لهذه القيمة الاجتماعية الهامة
والتي لا يمكن لأي مجتمع إن ينهض إلا بها. ولعل خير مثال
عن غياب هذه الظاهرة هو افتقار مجتمعنا إلى مؤسسات فعالة
ومؤثرة وكل ناظر في مجتمعنا الجزائري يجد أن جل
المؤسسات وجدت من أجل حماية الأنظمة وإعطائها الشرعية
أي أن الطرح هنا هو طرح مثالي وليس واقعي يعكس معاناة
الفرد المتلقي لأي شعار سياسي كان أو ثقافي أو اجتماعي

وليست لخدمة المواطن وتشخيصه على النمو والإبداع. إن قيمة النظام هي أحد الشروط الأساسية للنجاح والإبداع والإتقان.

أما القيمة الرابعة التي لا بد أن تتأسس عليها ثقافتنا السياسية هي قيمة الوقت, وهنا يمكن القول بأن الكثير من أفراد المجتمع يتحدثون عن الوقت دون المحاولة لتعريفه أو الوقوف عندما يعنون به؟ وما هي مكانته في حياتهم؟ إن الوقت ليس فقط عامل مهم أو الأهم في حياتنا بل الوقت هو حياتنا نفسها فعندما نتحدث عن الوقت لا نتحدث عليه بمجرد بعده الزماني أي بمجرد الثواني والدقائق والشهور والسنين التي نحسبها بل نتحدث عن ما أنجزناه وما ننجزه وماذا سوف ننجز¹. وإذا سلمنا بهذا التعريف فيمكننا أن نسأل: كيف تقيم ثقافتنا السياسية قيمة الوقت؟ كيف يقيم المواطن الجزائري الوقت؟

في الحقيقة من وجهة نظري المتواضعة يمكن القول بأن ثقافتنا السياسية اليوم لا تحترم الوقت ولا تضع له أي قيمة. فالثقافة السياسية التي لا تحترم الوقت ثقافة لا تحترم الفرد كإنسان, فهي ثقافة لا يحق لها أن تعيش ذلك لأن من سنة الحياة أن الشعوب التي تقدمت هي الشعوب التي احترمت الوقت وقدرته ونظرت إليه على أنه الحاضر الدائم بمعنى أن الفرد الجزائري هو كل شيء ولكن في نفس الوقت ما الإنسان إلا نقطة صغيرة في هذا الزمن وهذه النقطة بالرغم من صغرها

1 ينظر: Mondles Kohn, some reasons why information campaigns can succeed, new York, Hastings House p 203.

تمر بثلاث مراحل: الحاضر, الماضي, المستقبل¹. فالماضي هو الحاضر الذي انتهى والحاضر هو الوقت الذي نعيشه الآن والمستقبل هو الحاضر الذي سوف يأتي, فإذا نظرنا إلى الفرد من هذا المنظور فإننا سنرى الفرد الجزائري إنساناً مبدعاً قادراً على الإنتاج والعطاء.

- الرموز (Symbols)

الرمز هو من أهم أسس الثقافة الجزائرية في أي مجتمع, فلا يمكن أن تجد مجتمع متحضر بدون رموز سياسية أو اجتماعية تعبر عن قيمة كبيرة يفتخر بها هذا المجتمع وتميزه عن غيره, فالرموز في مجالنا هذا (مجال دراستنا) نقصد بها كل ما يشترك فيه أبناء المجتمع الواحد للتعبير عن أنفسهم وهي ليست مجرد مصطلحات بل هي كل الأدوات والمفردات اللغوية التي يستخدمها الأفراد في حياتهم اليومية, ويعبرون بها عن قيم مختلفة وطموحات متنوعة مثل: الشعارات, الإعلانات ولغة الخطاب وعليه فإن الثقافة السياسية المتحضرة هي التي تعطي أهمية خاصة لاستخدام الرموز والعمل على ترسيخها في العقول. فالرمز هو هذا التجسيد الحقيقي والواقعي للطموحات والأهداف و الأمانى الغير ملموسة أو المرئية¹.
- إن حقيقة واقع ثقافتنا السياسية قد تجاهلت لغة شريحة كبيرة من أفراد المجتمع الجزائري وهم الأمازيغ وحاولت فرض الشعارات المكتوبة باللغة العربية عليهم. فالشعارات الثقافية

1 ينظر: د- مصطفى ناصف: اللغة والتفسير والتواصل, عالم المعرفة, الكويت, العدد 195, 1990

1 ينظر: فيرنارترو, الإعلام, ترجمة محمد الغندور, بيروت, المنشورات العربية ص 25-40.

والسياسية والاجتماعية نادراً ما تكتب باللغة الأمازيغية، فأغلبية الدول المتحضرة بها أكثر من ثقافة وتحدث أكثر من لغة: فسويسرا مثلاً رغم صغر حجمها يقطنها أربع شعوب: الإيطاليون، الألمان، الفرنسيون والرومانيون، وكل منهم يتحدث لغته بمعنى أن في سويسرا أربعة لغات رسمية وفي جنوب إفريقيا هناك أكثر من إحدى عشر لغة رسمية وفي بلد الهند يوجد أكثر من (35) لغة واللغة الرسمية هي الهندوسية – اللغة الهندية – والتي هي لغة الأغلبية الساحقة في الهند، وإنما اللغة الإنجليزية. فإذا كان هذا هو حال الشعوب الأخرى فما المانع من تعدد الشعارات الثقافية والسياسية والاجتماعية في المجتمع الجزائري أي كتابة بعضها بالأمازيغية وأخرى بالعربية وأخرى بالفرنسية ...

بناءً على كل ما تقدم نستطيع القول بأنه من أهم أسس أو مكونات الثقافة السياسية في أي مجتمع هو.

أ- المعتقدات السياسية أو الأيديولوجية:

وهي مجموعة الأفكار السياسية التي تشكل المنظومة الشاملة والكاملة لمفهوم السياسة والحزب، الحكم، الفرد والمجتمع.

ب- القيم السياسية الأساسية:

وهي كل ما يشترك فيه الأغلبية العظمى من الشعب ولعل من أهم هذه القيم التي لا بد أن تقوم عليها ثقافتنا السياسية هي قيم العدل، النظام، الفرد، المجتمع.

ج- الرموز (Symbols):

وهي المكون الأساسي من أسس الثقافة السياسية.

من كل هذا فلا بد أن نعي بأن الثقافة السياسية السليمة سوف تلعب دوراً هاماً في حفظ المجتمع ووحدته وذلك لأن المعتقدات والقيم والرموز المشتركة هي التي تشجع الأفراد مع بعضهم البعض وتدفعهم إلى مناصرة وتأييد الحزب أو المؤسسة أو النظام السياسي في البلاد، وهي التي تشكل مجموع التصورات والمعتقدات لدى المواطنين حول الحزب أو المؤسسة أو العمليات والنشاطات السياسية عموماً وهي التي تمكن الحكام من السيطرة على الجماهير وتعبئتهم من أجل تحقيق الأهداف المنشودة¹.

4 ما هي أنواع الثقافات السياسية:

لقد جاء اهتمام علماء السياسة بالثقافة ودورها في الشؤون السياسية اهتماماً متأخراً ولعل أهم الدراسات العلمية في هذا الشأن الدراسة التي قام بها الدكتوران قابرل آلmond وسدني فرياء

(Gabriel Almond)

1 ينظر: د- محمود عكاشة لغة الخطاب السياسي، دار النشر للجامعات، مصر، الطبعة الأولى 2005 ص

(Sidny Veriae)² والتي استمرت عامي (1909 -

1920) ولقد تم نشر هذه الدراسة عام (1963) في كتاب

بعنوان الثقافة المدنية, لقد شملت هذه الدراسة خمس دول

هي: الولايات المتحدة الأمريكية, بريطانيا, إيطاليا, المكسيك

وكان الغرض من هذه الدراسة اكتشاف ثلاثة أنواع three

(types of political culture) من الثقافات السياسية في

هذه الدول أطلقوا عليها:

أ- الثقافة السياسية الخاضعة:

وهي الثقافة التي لا يرى المواطنون أنفسهم شركاء في النظام

ولا اتخاذ القرار ولكن مرؤوسون وخاضعون للسلطة وما هم

إلا مجرد رعايا, وفي هذه الثقافة يكون المواطن مدرك لكل ما

تقوم به الدولة ولكنه لا يشارك في العملية السياسية وهي

ثقافة يكون فيها المواطن خاضع وتابع لما تمليه عليه النخبة

أو الفئة الحاكمة في الدولة.

ب- الثقافة الضيقة أو المحدودة:

وفي هذه الثقافة يكون المواطن لا يعلم بما تقوم به الدولة ولا

يشارك في أي من أعمالها وهي الثقافة التي تقوم على الأفق

الضيق. وفي هذه الثقافة لا يعرف المواطن دوره في الدولة والسلطة إلا القليل ويجهل الكثير من الشؤون السياسية¹.

ج- ثقافة المشاركة:

إن المواطن في هذه الثقافة يملك التوجيهات والسلوكيات النفسية تشجعه على المشاركة في الشؤون السياسية. هذه الثقافة تفترض أن المواطن متعلم سياسياً وإحساسه إيجابي نحو النظام السياسي الذي يعيش فيه وهي ثقافة فاعلة ومؤثرة وهذا يعني أن المواطن في المجتمع يشارك في العملية السياسية ومتأثر بها.

بالطبع هناك تصنيفات أخرى لأنواع الثقافات السياسية السائدة في الكثير من الدول ولكن السؤال المهم لنا نحن الجزائريين اليوم هو: ما هي الثقافة السياسية السائدة اليوم؟ في تصوري هناك ثقافتان سياسيتان تسود تفكير الجزائريين وهي ثقافة الانتظار وثقافة المعاناة.

د- ثقافة المعاناة (culture of suffering)

هي التي يكون فيها المواطنون خاضعون لسيطرة المؤسسة أو الحزب دون رضاهم وفي هذه الثقافة يسود تفكير المواطنين الخوف، ورغم كل المعاناة التي يمر بها المواطنون إلا أنهم لا يستطيعون التعبير عن هذه المعاناة حتى لأقرب الناس إليهم في بعض الأحيان ويسود في هذه الثقافة فكرة الفردية المفرطة: بمعنى الفردية التي لا تهتم بشيء إلا نفسها، ومن الشعارات السائدة في هذه الثقافة " تَحْطِي رَاسِي وَتَقُوتُ " و"شعار "

اللي خَاف سَلَم " وشعار " الباب اللي يجيك مَنو الريخ سدّه
وستريح "

ومنه فإن من بين الدروس المستفادة من هذه الشعارات وهي
أنها تعني أن الفرد الجزائري في داخل الوطن ساد عليه عامل
الخوف وكل ما يتعلق به شخصياً فهو مباح والمهم أن الخطر
لا يتعرض له شخصياً, وعلى كل فرد أن يسد كل السبل ويغلق
كل الأبواب لعله يستريح ولعل من أهم صفات هذه الثقافة هو
الفردية والانعزالية.

ه-ثقافة الانتظار (Culture of waiting):

ونعني بثقافة الانتظار أن الأفراد الذين يعيشون في هذه الثقافة
يسود تفكيرهم الانتظار من أجل الحصول على ما يسعون إليه
فما أن يلتقيا جزائريان على سبيل المثال حتى يسأل أحدهم
الآخر: ما هي آخر الأخبار ؟ وما يمكننا القيام به ؟
وفي الأخير نقول أن الثقافة بالإضافة إلى تعريف (Edward
Tylor) هي كل المعتقدات والقيم والرموز التي يشارك فيها
مجموعة من الناس في منطقة معينة, وهي نتاج الإدراكات
والتصورات وقواعد المنطق وأساليب البحث لهذه المجموعة
وضرورة أساسية لفهم أي جماعة¹. فلا يمكن أن نفهم الأحزاب
والمؤسسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية الفهم
الصحيح إلا إذا فهمنا المحيط أو الثقافة التي ولدت فيها, ومن
جهة أخرى فإنه لا تستطيع أي دولة ولا أي شعب ولا أي نظام

سياسي النجاح والاستقرار والبقاء إلا إذا اشترك كل مواطن
وموطنة في القيم الأساسية في المجتمع.

قبل أن ندرس أو نكشف خبايا هذه الشعارات ووجب علينا أن
نطرح إشكالية مهمة وهي:

- هل ارتقت هذه الشعارات إلى مستوى أسلوبى معين أم أنها
عبارة عن شعارات ساذجة خالية من أي طرح سياسى أو
إيديولوجى محكم؟

- هل الشعار فى الجزائر شعار مدروس؟ أي هل يرقى
الشعار الجزائري إلى مصاف الشعارات العالمية التي توضح
بناية شديدة؟

انطلاقا من هذه الإشكالية حاول الباحث أن يتساءل عن:

1- ما هي المضامين والأبعاد التي يحتكرها الشعار السياسى
الجزائرى؟

2- أيشتمل الشعار السياسى الجزائرى على دلالات مختلفة أم
هو شعار سهل المعانى سهل الدلالات وساذج فى رسائله؟
إن الملاحظ فى هذه الشعارات أنها تلتقى فى بعضها من منظور
معجمى وعليه سيكون عملنا ممنهجا وفق ما تكتنزه هذه
الشعارات من دلالات مختلفة، فأول عمل نقوم به هو تصنيف
الشعارات تصنيفا معجميا، ثم نقوم بتحليل ومحاصرة المعانى
داخلها، معتمدين على مناهج تحليلية مختلفة (كالمنهج
البنىوى والأسلوبى...)

أولاً: التصنيف المعجمى أ:

1 التصنيف المعجمى أ:

-اليد في اليد لاعمار جزائر الغد.

- اليد في اليد لبناء جزائر الغد.

2- التصنيف المعجمي ب:

- خيرات الجزائر... لأهل الجزائر.

الجزائر... وأهل الجزائر... أولا وثانيا وثالثا.

الجزائر أعطيناك عهدا.

الجزائر حررها الجميع ويبنيها الجميع.

مصلحة الجزائر... فوق كل اعتبار.

النفط والبتروول... لشعب الجزائر فقط.

الولاء للوطن... وحدة العقيدة.

الولاء والعطاء والوفاء... للوطن.

3 التصنيف المعجمي ج:

-لا للحقرة.

-لا للبيروقراطية.

-لا للتهميش.

-لا للرشوة.

4- التصنيف المعجمي د:

- من أجل الجزائر الحلم والتاريخ.

- من أجل حياة أفضل.

-من أجل نمو أفضل.

5- التصنيف المعجمي ه:

- لنغرس الحب والتعاون في نفوسنا لخدمة الوطن.

- السلم هو الحل.
- التعاون...الإخلاص.

ثانياً: التحليل:

إن التقسيم والتصنيف المعجمي للشعارات يشتغل كثيراً على اللغة لذا سنعمد في تحليل هذه الشعارات تحليلاً سيميائياً وأسلوبياً.

فشعار (اليد في اليد) وهي صورة إيقونية حاضرة في النص مماثلة للواقع وهي تحيل في نفس الوقت إلى الرمز، فهذه الصورة الإيقونية (اليد في اليد) هي رمز التماسك رمز التكاتف والتكافل والتعاون ، ويبدو أن هذا الشعار وضع بعناية لأن هناك قرينتان معجميتان تتطابق مع هذه العلاقة الإيقونية الرمزية وهي (الإعمار والبناء)، فالمعجم اللغوي وهي (الإعمار والبناء) يتشكلان في الدلالة، وهي لفظة (معمار) هي علاقة (إشارة) فالعلاقة في العلاقة الإشارية هي علاقة سببية بين الدال والمدلول، فلا يمكن أن يكون ثمة إعمار دون بناء، دون شيء يعمر فيه أو مكان أو حيز فلا بد من بناء لتعمره، كقولنا أعمارنا البناء، أو أعمارنا العمارة، والعمارة بناء، فالعلاقة بين اللفظين (إعمار بناء) علاقة طردية وسببية

ومتشكلان ومتكاملان، وقد ترمز هاتان الكلمتان (إعمار، بناء
(إلى النظام وإلى السلام والأمن، فهناك ثمة تشاكل بين
العلاقتين الأولى والثانية، بين العلاقة الإيقونية الرمزية (اليد
في اليد) والتي رمزت إلى التكافل والنظام والسلام، مع العلاقة
الثانية والتي ضمت العلاقة الإشارية الرمزية (الإعمار
والبناء) إلى النظام والبناء. وهذا السياق كذلك نعتبر العلاقة
الثانية. (الإعمار والبناء) إشارة بالنسبة للعلاقة الأولى (اليد
في اليد) بحيث لن يكون إعمار ولا بناء إلا بمسبب والمسبب
هي اليد وهي علاقة سببية بين دالها دلولها. والعلاقة بين
العلاقتين الأولى والثانية أي (اليد في اليد) و(الأعمار والبناء
(ترمز إلى العمل.

والمقطع الثالث من هذين الشعارين أي (جزائر الغد) هو
عبارة عن استشراف وإشارة ورمز.

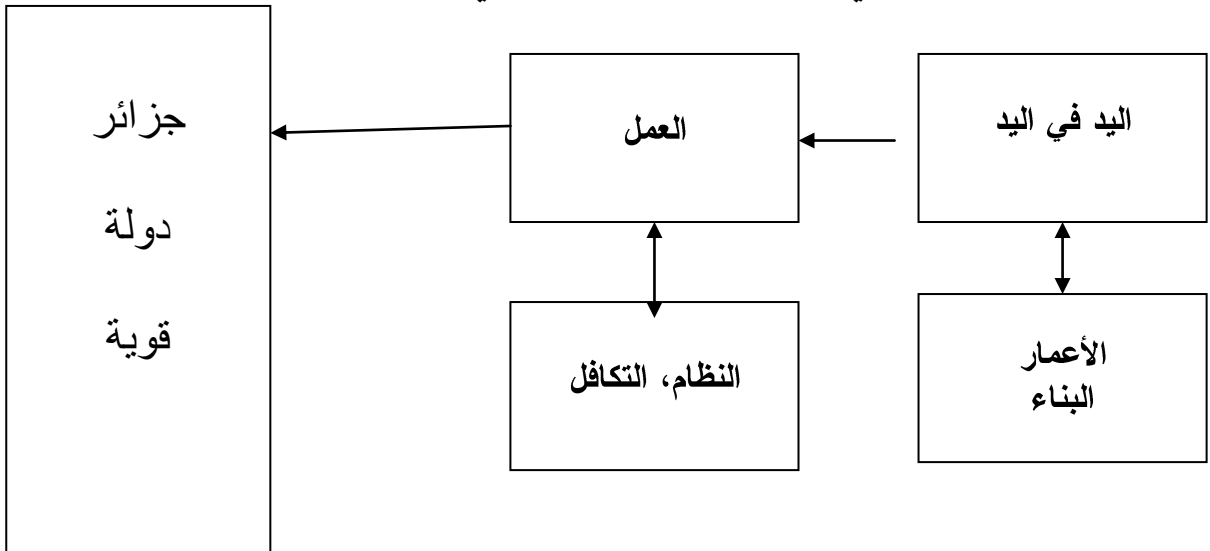
فالرد الإستشرافي عند " جيرار جونيت " هو القفز بالأحداث
إلى المستقبل، أي انقضاء اليوم واستشراف واستقبال الغد،
وإذا فككنا كلمة " الغد " فإنها تدل معجميا على فترة زمنية
تأتي بعد انقضاء اليوم أي بعد حلول الظلام وانقشاع الفجر،
فيصبح اليوم أمسا والغد يوما وحاضرا وكلمة " الغد " ترمز
إلى المستقبل وإلى الأمل وكل جديد.

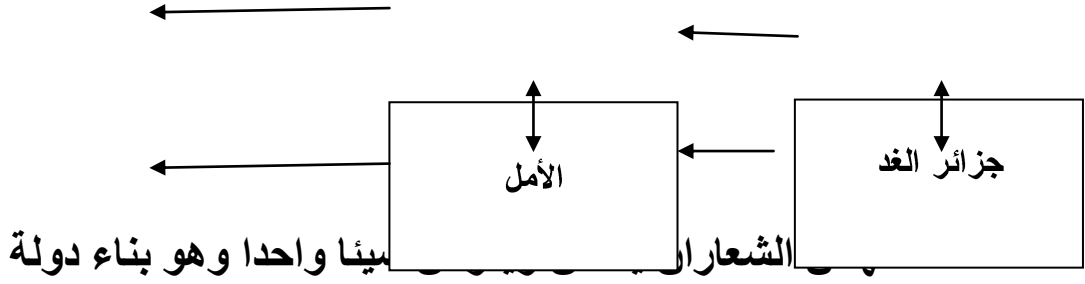
إن جملة (جزائر الغد) في الشعارين هي عبارة عن علامة
إشارية للمقطعين الأول والثاني من ذات الشعار (اليد في اليد)
و (الإعمار البناء) وكأن الشعار يقول أن جزائر الغد لن تكون
إلا بالعمل وبالتكاتف.

وكذلك هذان الشعاران يتضمنان على عناصر أسلوبية فلقد
اشتغل كثيرا على تكرار الكلمات مثل (البد في البد) وتكرار
دلالة (الإعمار والبناء)، وهذا التكرار إنما جاء فقط لإليركز
على فكرة العمل والبناء لهذين الشعارين، كما يستشف أسلوبية
هذا الشعر من خلال انزياح الألفاظ عن معناها الحرفي إلى
معاني كبرى تفوق سطحياتها.

فالمقطعان الجمليان الاسميان (اليد في اليد) الذي تضمن على
مبتدأ وجار ومجرور، انزاح عن معطاه الجملي والحرفي
والقاموسي (اليد) إلى معطى آخر فأصبحت اليد تدل على البناء
وعلى العمل والنظام والتكافل والأمر سيان بالنسبة لهذا المقطع
(أعمار وبناء) فالكلمتان انحازتا عن معناهما الحقيقي وأصبحتا
تدلا على النظام والتكافل والنظام، والمقطع الجملي الثالث (
جزائر الغد) انزاح عن معناه الحرفي ، فالجزائر من المنظور
القاموسي هي عبارة عن رقعة جغرافية وعبارة عن بلد عربي،
والغد هو معطى طبيعي مثل الزمن، إلا أن هذا المقطع الجملي
انزاح عن معناه الحرفي والقاموسي إلى معنى جديد فأصبح
يدل على الأمل.

ويمكن أن نمثل هذا الأمر في خطاطة تبين الطابع الأسلوبى
والسيميائي لهذين الشعارين كما يلي:





جزائرية قوية وذكر عن طريق العمل التكافل والأمل فهذه المقومات الثلاث هي دعائم الدولة القوية.

1- تحليل الشعارات في التصنيف بـ:

خيرات الجزائر لأهل الجزائر.

الجزائر... وأهل الجزائر... أولا وثانيا وثالثا.

الجزائر حررها الجيش ويبنيها الجميع.

مصلحة الجزائر... فوق كل اعتبار.

النفط والبتروول... الشعب الجزائر فقط.

الجزائر حررها الجميع ويبنيها الجميع.

الولاء للوطن... وحدة العقيدة.

الولاء والعطاء والوفاء للوطن.

فهذه الشعارات تنص إلى الطرح الوطني وطرح إيديولوجي

يعتمد على فكرة الوطنية الذي يدل على الانتماء والولاء

والوفاء وخدمة الوطن والمصطلح الإيديولوجي (الوطن، أو

الوطنية أو المواطنة) كلها تدل على الانتماء أي انتماء أفراد

الوطن أو البلد الواحد إلى هذا الوطن.

فالوطن يعني البلد الجغرافي أي المكان ويربطهم مصير

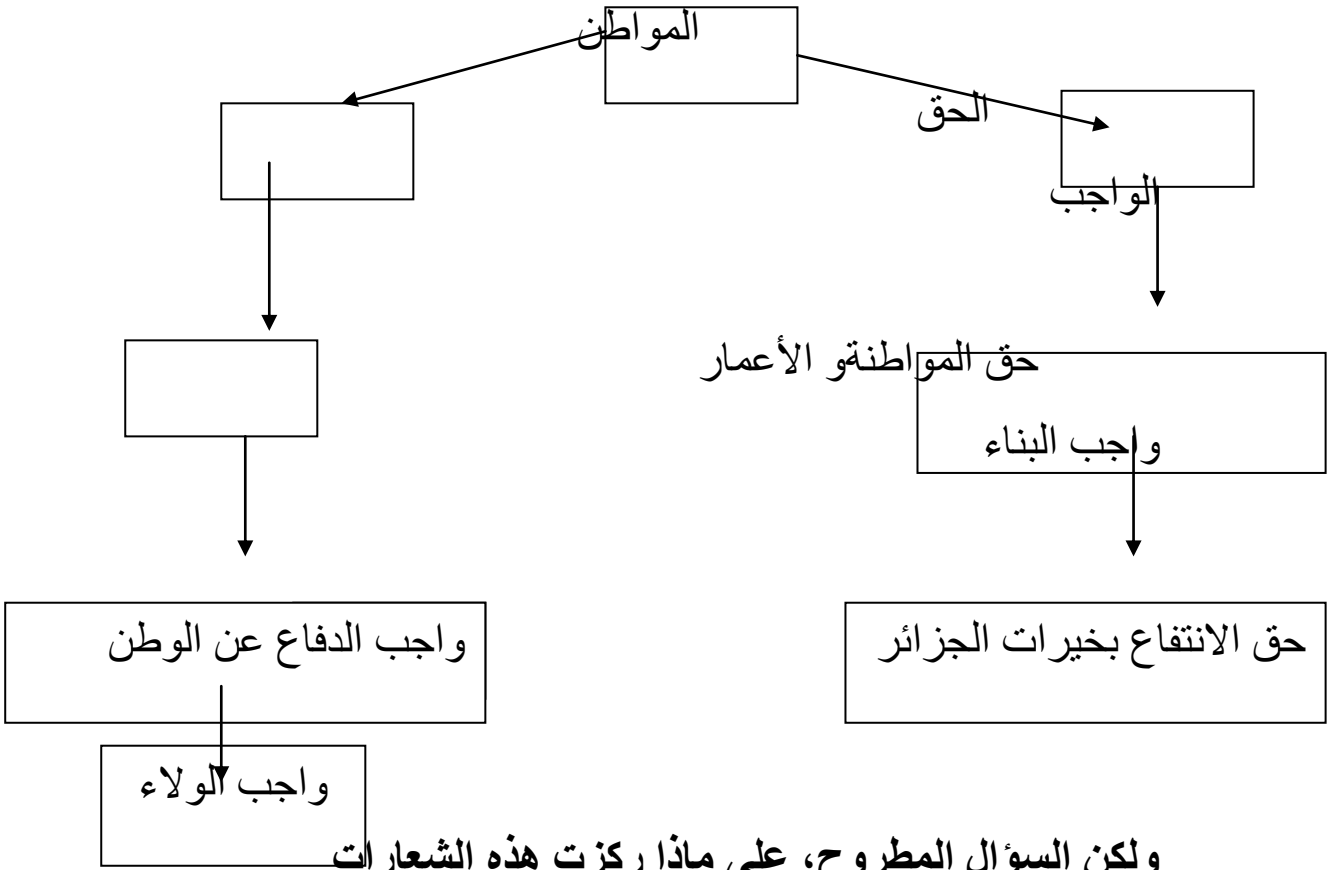
مشترك ودين مشترك ولغة مشتركة، فهذه الشعارات

الإيديولوجية تخاطب وطنية الجمهور، وذلك بالتركيز على ألفاظ تدل عليها مثل (الجزائر أهل الجزائر ، شعب الجزائر) والأمر الثاني الذي قد يقرأ من هذه الشعارات الإيديولوجية ذات مفهوم الوطنية، والتي تبادي بالحقوق والواجبات والوطنية والانتماء والولاء مبنية على هذا الأمر أي قضية الحقوق والواجبات التي يتساوى فيها كل مواطن. فهناك شعارات تدل على مبدأ الحقوق (الحق)، وهذا واضح وبائنا في هذا الشعار (خيرات الجزائر) و(النفط والبترو...) فهذان الشعاران قبولا بح فالمواطن في خيرات بلاده وأن ينتفع بها وهذا حق مكبل به ما دام ينتمي إلى هذا الوطن.

كما يمكن أن نستشف من خلال الشعارات حق آخر ويسمى حق المواطنة وهذا في (أهل الجزائر، شعب الجزائر، الوطن...) فهذه الشعارات تبرز أهمية المواطن في انتماءه لوطنه أو أهميته في الانتفاع بخيرات وطنه.

وإذا كان هناك حق، فثمة واجب وهذه الشعارات أبرزت هذا الأمر وهذا في ما يلي من الشعارات مثل (الجزائر أعطيناك عهدا الجزائر حررها الجيش ويبنيها الجميع، مصلحة الجزائر فوق كل اعتبار، الولاء للوطن، الولاء والعطاء والوفاء للوطن). فهذه الشعارات كلها تتفق حول أمر واحد واجب المواطن اتجاه بلده، وهذا الواجب يتخلص في هذه الشعارات حول واجب البناء والتشييد، واجب المحافظة على مصلحة الوطن وواجب الولاء المقدس للوطن.

وإذا أردنا أن نحمل الدلالة الكبرى التي تتفق عليها هذه
الشعارات في هذا التصنيف نقل أنها تتكفل حول فكرة واحدة
وهي فكرة سياسية واديولوجية وهي فكرة (المواطنة)
والمواطنة تنبثق عنها أمرين مهمين ألا وهما
(الحق) و (الواجب) الذي دورهما ينبثق عنهما حقوقا
وواجبات كثيرة، ويمكن إبراز هذا الأمر في هذه الخطاطة
التالية:



ولكن السؤال المطروح، على ماذا ركزت هذه الشعارات
المرتكزة على المواطنة، على الحق أو على الواجب ولماذا؟
لو نعمل دراسة إحصائية تعدادية لهذه الشعارات لاستنتجنا ما
يلي:

2- الشعارات الدالة على الحقوق:

(1) خيرات الجزائر... لأهل الجزائر .

- (2) النفط والبتروول ... لشعب الجزائر فقط.
- (3) الجزائر ... و أهل الجزائر ... أولاً وثانياً وثالثاً.

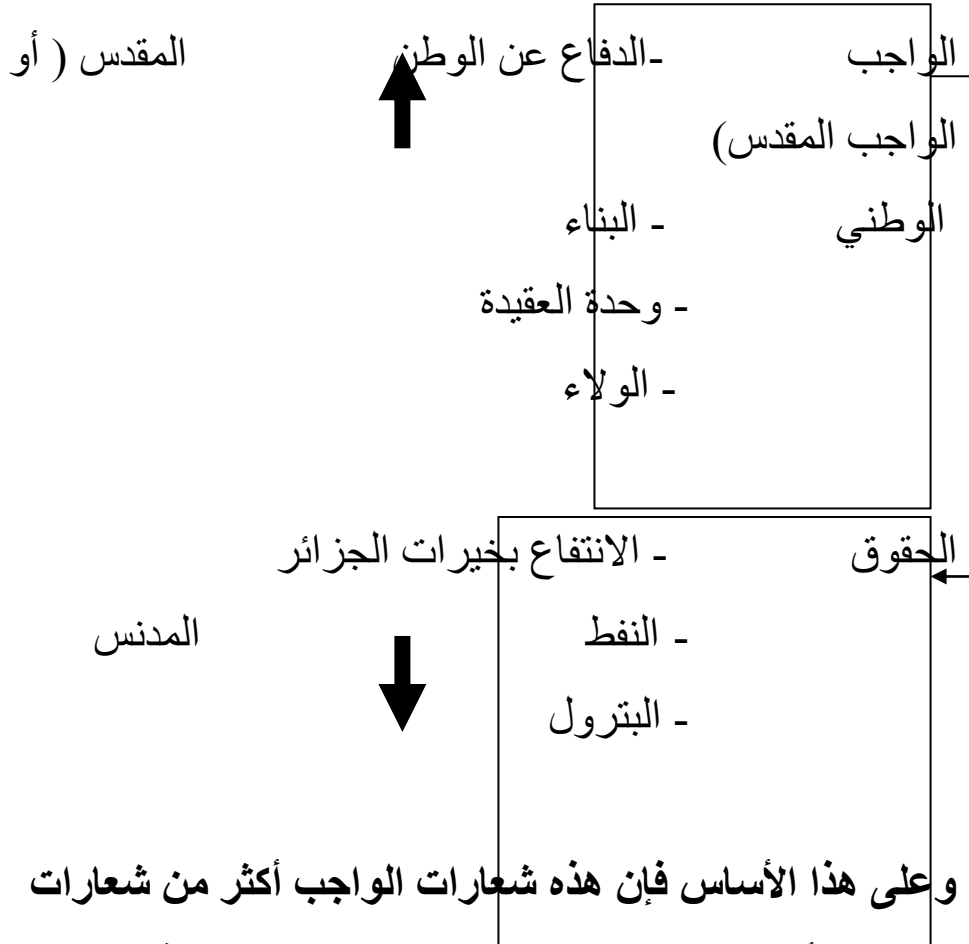
3-الشعارات الدالة على الواجبات:

- الجزائر أعطيناك عهداً.
- الجزائر حررها الجيش ويبنيها الجميع.
- مصلحة الجزائر فوق كل اعتبار .
- الجزائر حررها الجميع ويبنيها الجميع
- الولاء للوطن ... وحدة العقيدة .
- الولاء والعطاء والوفاء للوطن .
- الملاحظ في هذه الشعارات الدالة على الحق تعداداً قليلة فهي ثلاثة شعارات مقابل ستة شعارات دالة على الواجب .
- ولو أمعنا بالنظر والدراسة والتحليل حول الشعارات الدالة على الواجب نألفها تركز على عنصر مهم ألا وهو الواجب الوطني كما هو الشأن في هذه الشعارات التالية (الجزائر أعطيناك عهد) فهذا الشعار يدل على عهد وميثاق غليظ برم بين أبناء هذا الوطن و وطنهم بحماية وطنهم والدود عنه والحرص عليه والتضحية من أجله.
- وكذلك في هذا الشعار، "الجزائر حررها الجيش ويبنيها الجميع" يدل على الواجب الوطني واجب التحرير و واجب البناء أي بناء الوطن وهو واجب مقدس، وأيضا هذا الشعار " مصلحة الجزائر فوق كل اعتبار " الذي يدل في ثناياه على تغليب الواجب على الحق، واجب حب الوطن واجب بناء الوطن

وحمائته والدفاع عن أي حقوق أو أي اعتبارات فالاعتبارات قد
تؤول هنا على أنها الحقوق فكأن هذا الشعار يتول واجبنا نحو
وطننا أسمى وأرفع من كل حق والقول كذلك بالنسبة لهذا
الشعار "الجزائر حررها الجميع ويبنيها الجميع " فهذا الشعار
ذو رابط تاريخي يخبر الأجيال أن الأجداد أدوا واجبهم على
أكمل وجه وأنبله وأقدسهم وبذلوا فيه النفس والنفيس، فالواجب
على الخلف أن يتأسى سلفه يحمل على عاتقه واجب بناء هذا
الوطن الذي حرر له سلفه .

أما بالنسبة لهذين الشعارين " الولاء للوطن ..وحدة العقيدة
والولاء والعطاء والوفاء ..للوطن " يبرز أهمية واجب الولاء
والانتماء للوطن وللدين وواجب البناء وهي الواجبات السامية
للوطن وللبلد .

إذن نستنتج أن هذه الشعارات إذا غلبت في نصوصها الواجب
على الحق ذلك لأنها ركزت على الواجب الوطني الذي يتوق كل
الحقوق كحق الانتفاع بخيرات الجزائر من بترول ونفط فهذا
الواجب شيء ليس عادي بل روعي كحب الوطن، والدفاع عن
الوطن ، والولاء له و الانتماء إليه وصونه وعقيدته فهو
واجب مقدس فهذه الشعارات تنزع إلى الجانب المقدس وتبعد
عن المدينس المقدس هنا الولاء ، الانتماء ، الدفاع عن الوطن
، وحدة العقيدة هو الانتفاع بالخيرات المادية النفط البترول.
وعليه ارتكزت هذه الشعارات الدالة على الواجب على قطبين
مهمين ألا وهما قطبية المقدس والمدينس وهذا الرسم يوضح
بجلاء هذا الطرح:



وعلى هذا الأساس فإن هذه شعارات الواجب أكثر من شعارات الحقوق لأنها ركزت على الواجب الوطني المقدس الذي يتعدى الحقوق والذي لا يمكن لأي أحد أن يرفضها أو يغلب حقوق الضيقة على هذه الواجبات الوطنية المقدسة الكبرى.

فهذه الشعارات الوطنية فحواها واحد وهو الواجب الوطني المقدس وكان صاحب هذا الشعار يستشعر الحس الوطني والحس الديني للمواطن ويخاطب حبه لوطنه، ويستدل من هذا الشعار أيضا أن الشعار السياسي في الجزائر الواجب الوطني المقدس على الحق يغلب الواجب العام على الحق الضيق بالصالح العام على الصالح الخاص، وكان السعار يقدم الواجب الوطني قبل الحق، أي الواجب قبل الحق.

ثالثا: دراسة وتحليل التصنيف المعجمي للشعارات:

لا... لإغراق البلاد في الديون.

لا للحقرة.

لا للبيريوقراطية.

لا للتهميش.

لا للرشوة.

إن هذه الشعارات تحمل في طياتها رفضا لوضع مكرس،
ولذلك ابتدأت هذه الشعارات المبتدئة بأداة النهي " لا " ولكن
هذه الشعارات المبتدئة بأداة النهي لا حملت حملتين اثنتين
وهما:

أولاً: النهي عن فعل كل ما هو خرق للقانون كالحقرة
والبيروقراطية و التهميش والرشوة .

ثانياً: النهي الذي يحمل دلالة تحدي هذه الخروقات ذات الطابع
الإداري، والتي عرفت تحت اسم (إرهاب الإدارة).

فهذه الشعارات ترفض كل أشكال إرهاب الإدارة وتدعو
بمحاربتها من خلال احتقار كل أشكالها في الإدارة كالحقرة
والبيروقراطية والتهميش والرشوة وهذه المفاهيم كلها تدل
على عناصر أزمة في الإدارة والتي لا تخدم لا الدولة ولا
المواطن بل هي عوامل تنحرف وتهدم أساس الإدارة. فهذه
الشعارات تبرز أمرا مهما أن في الإدارة ولا تخدم المواطن
وفير نفس الوقت تدعو هذه الشعارات الاهتمام بحاجيات
المواطن.

فهذه الشعارات جادة بصيغة النهي " لا " لأغراض عديدة
ويمكن حصرها في نقاط مهمة وهي:

- النهي عن ارتكاب إرهاب الإدارة.

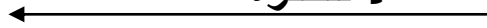
الدعوة إلى محاربة هذه الخروقات الإدارية أو محاربة إرهاب الإدارة.

إصلاح المنظومة الإدارية.

تسهيل الاهتمام باحتياجات المواطن.

محاربة إرهاب

- لا للحقرة



الإدارة

إصلاح الإدارة

- لا للبيروقراطية



- لا للتهميش

الاهتمام بحاجيات

لا للرشوة



المواطن وتسهيلها

والخطاب لا يمكن أن يكون بمعزل عن التطورات السياسية والاجتماعية والثقافية القائمة في مجتمع ما، فخلال الخطاب لا بد أن نأخذ في الحسبان الظروف والملابسات المتغيرة، والواقع السياسي والاجتماعي، والخطاب بهذه المعاني يصبح وسيلة تواصل، وأي مستعمل للخطاب يضع هذه النقطة المهمة في حسبانته كأولوية الأولويات، وإلا فمهمة التأثير تتعطل، وينقطع التواصل، ولا يصبح الخطاب خطاباً، بل مجرد كلام، لا يؤدي وظائفه، ومن أنواع الخطاب نذكر:

الخطاب الاقتصادي، الثقافي، الاجتماعي، السياسي. فالخطاب السياسي هو الخطاب الذي يعالج الأمور السياسية، ويلقى أيضاً في فترة تتميز بالتحويلات السياسية الطارئة في المجتمع¹.

ويكون الخطاب سياسياً، إذا كان صاحبه رجلاً سياسياً، والغاية منه سياسية، ونضيف أن يكون موضوعه سياسياً (أي موضوع الرسالة الذي يحملها الخطاب يكون سياسياً). هذا بالإضافة إلى استخدام المصطلحات السياسية في الخطاب، أي أن لغة الخطاب تكون في أغلبها أو عمومها لغة سياسية، فرجال السياسة الذين يلقون خطاباتهم أثناء حملات الانتخابية، ويكون لزاماً عليهم انتقاء ألفاظهم بحيث تتلاءم مع المستوى الاجتماعي، كذلك أن يستخدموا الألفاظ والألقاب المناسبة لما لذلك من أهمية لدى الشخص المستقبل، وبذلك تكون خطاباتهم، خطابات نفعية براغماتية، كونها تعتمد على انتقاء

1 ينظر: لغة الخطاب السياسي، محمود عكاشة، مرجع سابق.

واختيار الألفاظ واللهجة بصفة عامة، وذلك قصد تحقيق الهدف المراد تحقيقه خلال فترة زمنية معينة.

وقد دلت الدراسات اللسانية، على أنه كلما كان أفراد المجموعة مختلفين وغير متشابهين من حيث العمل، والخبرة، والمستوى العلمي والثقافي والاجتماعي، كلما كان أصعب على المتحدث اختيار الألفاظ المناسبة، وتوصيل الفكرة بشكل سليم، وواضح بعكس الحال عندما يكون الجمهور متجانساً¹.

ولذلك يجب أن تتوفر بعض الشروط في الشخص الذي يلقي الخطاب أو الرسائل الشفوية، ونذكر من بينها: القدرة على التعبير بوضوح، من وجهة نظر الأفكار والمعلومات المراد إرسالها، حيث يسهم ذلك في استيعاب الرسالة من قبل أفراد المجتمع، لأن الغموض أو عدم الوضوح في المضمون أو المحتوى يؤدي إلى سوء الفهم.

واللغة أيضاً تلعب دوراً أساسياً في الإقناع إذ تعتبر من أقوى العوامل في تقوية العلاقات بين المرسل والمرسل إليه، ولاسيما اللغة التي تكون مفهومة من كلا الطرفين، أما أن تكون لغة فصحي، أو لغة دارجة في الوسط الاجتماعي¹، هو إيصال الفكرة، فاللغة المفهومة والمشاركة بين المرسل والمتلقي هي التي توصل مفهوم الموضوع، وليست من شك أن المصطلحات

1 - ربحي مصطفى عليان، "وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم مرجع سابق".

¹ - أنيس فريحة، "اللهجات وأسلوب دراستها"، مرجع سابق، ص15.

اللهجية، والأشكال اللغوية الأخرى، تنحدر من اللغة الفصحى،
وكثيراً ما يساء فهم الخطاب إذا لم تكن هناك لغة مشتركة
وواضحة بين المرسل والمرسل إليه.

ومما ذكر سابقاً نخلص إلى أن هناك شروطاً ينبغي على
الخطيب (المرسل) إتباعها وهذا حتى يبلغ مرحلة الإقناع،
فيجب عليه اعتماد التنظيم الجيد، فيخضع خطابه إلى مقدمة
يطرح فيها الموضوع إجمالاً، فعرض يوسع الفكرة المطلوبة
(موضوع الخطبة)، ويعطيها كفايتها من المناقشة، والتحليل،
ثم خاتمة والتي يكون وسيلة استنتاج أو تأكيد لفكرة أو توجيه
لشيء ما.

ومن خصائص الخطاب نذكر السهولة، ويعود السبب في ذلك
كون الخطيب مطالب بالتعامل مع كل فئات المجتمع المثقف
العادي، وعليه فلا بد من استعمال لغة مناسبة لكلا الطرفين،
إضافة إلى ضرورة ترتيب الأفكار، ودعمها بالشواهد، والحجج
المناسبة، واعتماد عنصري التحليل والاستنتاج وذلك قصد
إقناع المتلقي، وتوظيف عنصر التشويق، وأخيراً الابتعاد عن
التكلف البلاغي.

وخلال الحملات الانتخابية تتنوع الخطابات وهذا بتنوع
الأحزاب السياسية، وتنوع الشعارات السياسية، فنذكر على
سبيل المثال حزب جبهة التحرير الوطني والتي
تميزت بشعار "اليد في اليد لآعمار جزائر المجد"، واعتمدت
على الخطاب الآتي: "لقد شرفني حزب جبهة التحرير الوطني
بأن أمثل قائمة في هذه الاستحقاقات 2007، وأن هذا التشريف

هو أمانة، وتكليف لتجميد برنامج الحزب وتحقيق الوعود المقدمة، ووفاء لهذه الرسالة استعرض عليكم الخطوط العريضة التي رسمها حزبنا في مختلف الميادين، إن حزب جبهة التحرير الوطني كرس دوماً وفي كل الاستحقاقات والمواعيد السابقة، برنامجاً شاملاً وواقعياً، وقد ظهرت فعلاً آثاره في الميدان، لأن هذا البرنامج يتطابق مع ما جاء في برنامج فخامة رئيس الجمهورية، إن تواجد إطارنا المناضلة في كل القطاعات ساعد بشكل كبير في تفعيل هذا البرنامج، وتجسيد غاياته ميدانياً، فأصبحت ولايتنا ورشة كبيرة من المشاريع والإنجازات التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بحاجيات المواطن.

لقد وفي حزب الوطني بوعوده، وهو اليوم يتطلع لإتمام رسالته التي زكاها الشعب، من أجلها في كل مرة تخوض فيها بلادنا مواعيد انتخابية، لأن انشغالات المواطن وطموحاته هي نفسها الغايات والأهداف التي قام من أجلها حزبنا، ولا زالت رغبته في التحدي والصمود للتغلب على كل المشاكل التي يعاني منها المواطن...

وعليه نتوجه إلى المواطنين والمواطنات، وندعوهم للالتفاف حول حزب جبهة التحرير الوطني، الذي هو السبيل الأنجع والعملية لمعالجة انشغالات المواطن المتمثلة في أمنه واستقراره، ورفاهيته، وتمتين روابط الأخوة، والسلام، والمصالحة.

إن مترشحي حزب جبهة التحرير الوطني يتعهدون بأن يكونوا
مستوى ثقتكم.

من المعلوم والمتعارف عليه، أن النظام القديم كان يقوم على
أساس الأحادية الحزبية، وقد كان حزب جبهة التحرير الوطني
هو الحزب الوحيد السائد خلال المرحلة التي سبقت مرحلة
التعددية الحزبية، أي قبل سنة 1988، أين شهدت الجزائر ما
يقارب سبع وستون حزبا سياسياً.

والتعددية الحزبية أو السياسية كمفهوم إجرائي تعرف بأنها
"تعدد الجماعات الاجتماعية التي تتبنى مفاهيم متميزة للواقع
وللمستقبل السياسي في إطار المجتمع الشامل"، وبهذا المعنى
فإنه من المؤكد أن التعددية الاجتماعية ظاهرة ملازمة للمجتمع
البشري منذ أن عرف هذا المجتمع ظواهر التبادل السلعي
والملكية الخاصة، والدولة، علاوة على أن التمايزات ملازمة
لطبيعة المجتمع البشري ذاته، وبالتالي فإن ما يهمنا ليست
مجرد هذه التمايزات الاجتماعية، والثقافية، داخل المجتمع
الواحد، بل حق الجماعات الاجتماعية في الإعلان عن نفسها و
التعبير عن ذاتها وحقها في المشاركة السياسية الرسمية، بل
يكون لها منابرها، وقنوتها، وتنظيماتها المستقلة التي تمكنها
من ذلك في مجال الفعل السياسي ومن هنا فإن نضال البشرية
في سبيل الحرية، قد أسفر عن ضرورة الاعتراف بالتعددية
السياسية داخل المجتمع¹.

1 – محمود غالب سعيد البكاري، الواقع السوسيوولوجي للتعددية السياسية في اليمن، المكتب الجامعي
الحديث، الإسكندرية، 2006، ص61.

حيث أقترن مفهوم التعددية السياسية بالنظم الديمقراطية الليبرالية التي تتسم بتعدد التنظيمات السياسية، مثل الأحزاب، جماعات المصالح، المنظمات الطوعية، مما يعني الإقرار بحمية التنافس في المصالح والاختلاف في الرأي، ومن ثمة توفير الإطار التنظيمي، والمؤسسي الكفيل باحترام هذا التعدد والتباين وحمايته وضمان هذا التعدد والتباين، ومفهوم التعددية السياسية له دلالات متعددة فلسفياً، سياسياً مؤسسياً وتنظيمياً.

فالمدلول الفلسفي يعني نظام يرفض الواحدية في التفكير بمعنى أن هناك أكثر من حقيقة.

المدلول السياسي يؤكد على تعدد الجماعات، وتنوع القوى، بما يتضمن ذلك من قيم اجتماعية، وسياسية من ناحية، واحترام وقبول الدولة لهذا التعدد من ناحية أخرى.

المدلول التنظيمي والمؤسسي : يرى (هنري كاريل) بأن التعددية السياسية هي ترتيبات مؤسسية خاصة لتوزيع السلطة الحكومية والمشاركة فيها¹.

ومن الشروط الواجبة لنشوء فكرة التعددية السياسية كمفهوم وواقع في المجتمع، ووفقاً لخصوصيته التاريخية تتمثل فيما يلي:

1- ضرورة الفصل بين الدولة والمجتمع أو بين مؤسسات الدولة والمؤسسات المجتمعية كوعي اجتماعي متطور تاريخياً.

2- وعي الفرق بين آليات عمل الدولة، وآليات عمل الاقتصاد وهو شرط متطور.

3- تمييز الفرد كمواطن أو ككيان حقوقي قائم بذاته في الدولة بغض النظر عن انتماءاته المختلفة.

4- التشديد على الفرق بين آليات المؤسسات الاجتماعية، وأهدافها من جهة، وبين آليات عمل الاقتصاد وأهدافه ووظائفه من جهة أخرى.

5- رؤية الفرق بين التنظيمات المجتمعة المؤلفة بين مواطنين أحرار تألفوا طوعياً، وبين الاجتماعية أو الجمعية العضوية التي يولد الإنسان فيها.

6- التشديد على الفرق بين الديمقراطية التمثيلية في الدولة والديمقراطية المباشرة والمشاركة النشطة في اتخاذ القرار في المؤسسات الجمعية المدنية.¹

وبظهور التعددية الحزبية هذا ما ساهم في اختلاف الخطاب السياسي على غرار الخطاب السياسي في مرحلة الأحادية الحزبية.

ففي الأخير كان الحزب الواحد موالياً للدولة وآراءها، ويعبر عن اديولوجيتها، فكان يعبر عما تريده الدولة وأصبح بذلك الناطق الرسمي باسم الدولة (لسانها).

¹ - محمود غالب سعيد البكاري، الواقع السوسيولوجي للتعددية السياسية في اليمن، مرجع سابق.

وبذلك كان الخطاب خلال تلك المرحلة موجهاً للنخبة من المجتمع ولم تكن هناك خطابات متعددة، فالخطاب السياسي في تلك الحقبة الزمنية لم يكن يعبر عن الحياة الاجتماعية التي كان الفرد الجزائري يعيشها، ومنه فاللغة التي كانت تستعمل في تلك الخطابات أثناء مرحلة الحزب الواحد، كانت لغة الخاصة، أين كان يصعب على عامة الناس فهمها وتأويلها (Interpretation)، ومعرفة أهداف الخطاب الموجه إليهم، والكل يعرف المستوى المعرفي والثقافي أثناء مرحلة الحزب الواحد أين كان الفرد الجزائري يحتاج إلى لغة بسيطة ميسورة، يتم فيها إدراج المفردات اللهجية التي يستعملها في وسطه الاجتماعي وحياته اليومية، ذلك للتعبير عن قبوله أو رفضه لذلك الواقع المعيش.

فالطرح أثناء مرحلة الحزب الواحد كان طرحاً مثالياً، هدفه الدفاع عن آراء الدولة، وعرض أفكارها، هذا على عكس مرحلة التعددية الحزبية، أين أصبح الطرح واقعياً، فالخطاب السياسية خلال المرحلة الثانية، صارت تعكس الواقع الذي يعيشه الفرد، وتعبيراً عن همومه، فمن نتائج مرحلة التعددية الحزبية تعدد وتنوع الخطابات السياسية أو الخطابات الحزبية، فكل حزب أصبح يستعمل اللغة التي يراها مناسبة في خطابه، التي كان يوجهها لأفراد المجتمع الجزائري، ويستعمل أيضاً المفردات التي يراها مناسبة لتحقيق الهدف المراد تحقيقه، ذلك من أجل التقرب من أفراد المجتمع، واستقطاب جمهور الناخبين.

فتنوع الخطابات السياسية أدى إلى شيوع بعض المفردات العامة الدارجة في المجتمع، سواء من قبل رجال السياسة (الأحزاب السياسية)، أو من قبل الفرد المتلقي لتلك الخطابات الحزبية، وبما أن الخطاب موجه للمجتمع بكلا طرفيه الخاص والعام، فبات لزاماً على أصحاب القرار أن يوظفوا لغة مفهومة من طرف الكل.

فمن الأحزاب السياسية من لجأ إلى الدارجة والعامة الجزائرية لإلقاء خطابه، وكتابة شعاراته السياسية، كونه كان يرى فيها طاقة تعبيرية على حساب مفردات اللغة الفصحى، ومن الأحزاب الأخرى، من لجأ إلى اللغة الفرنسية للتقرب من أفراد المجتمع إذ نجد مثلاً حزب F.F.S وحزب R.C.D اللذان لجأ إلى اللغة الأمازيغية، كون أن شعبية الحزبين، وتأييدهما من منطقة القبائل، والكل يعرف مستوى اللغة العربية الفصحى لدى أفراد تلك المنطقة، عكس نظيرتها (اللغة الفرنسية) التي جد متداولة لديهم، هذا ما أدى برجال السياسة إلى إلقاء خطاباتهم وكتابة أشعارهم بتلك اللغة.

إذن فالتغير اللغوي الذي حدث كان نتاج التغير الاجتماعية، هذا الأخير كان له التأثير البالغ على الأوضاع الاجتماعية، بما فيها سلوكيات الأفراد، تصوراتهم، والأشكال اللغوية، التي صاروا يستعملونها، إذ شاعت في الوسط الاجتماعي الجزائري، مفردات لهجية جديدة، وشاع استعمال مفردات لغوية فصحى لم تكن مستعملة بالشكل الذي أصبحت عليه خلال مرحلة التعددية الحزبية، وأضحى رجال السياسة يدرجون تلك المفردات

اللغوية في خطاباتهم السياسية، وذلك قصد كسب الأصوات كونهم كانوا يرون أن اللغة العامة والمشاركة بين الطرفين هي لحسن وسيلة للتعبير عما يريده أفراد المجتمع بصفة عامة. ومن جملة المفردات اللهجية أو الفصحى التي شاع استعمالها نذكر ما يلي: قوة التغيير - السلم هو الحل - ضد المحسوبين - ضد الحفرة - ضد التهميش - البيروقراطية - الديمقراطي - الشوقراطية - الأيدي النظيفة - العزة - الكرامة - الحيطيس - بن عميس - ضد الرشوة - من أجل غد أفضل - ضد الإرهاب - لا نريد إلا الإصلاح - جزائر السلم...

ومن هنا فقد مثلت الأحزاب السياسية ابرز مظاهر الديمقراطية، ولا يمكن القول بوجود تعددية سياسية، إلا بوجود الأحزاب السياسية، وبالتالي يستحيل وجود ممارسة ديمقراطية في المجال العام، ما لم تكن هذه الممارسات مجسدة عملياً داخل الأحزاب السياسية...

ومن ملامح التعددية السياسية في الخطاب نذكر أيضاً:

1- الخطاب السياسي الحزبي : الذي أحتل أهمية كبيرة،

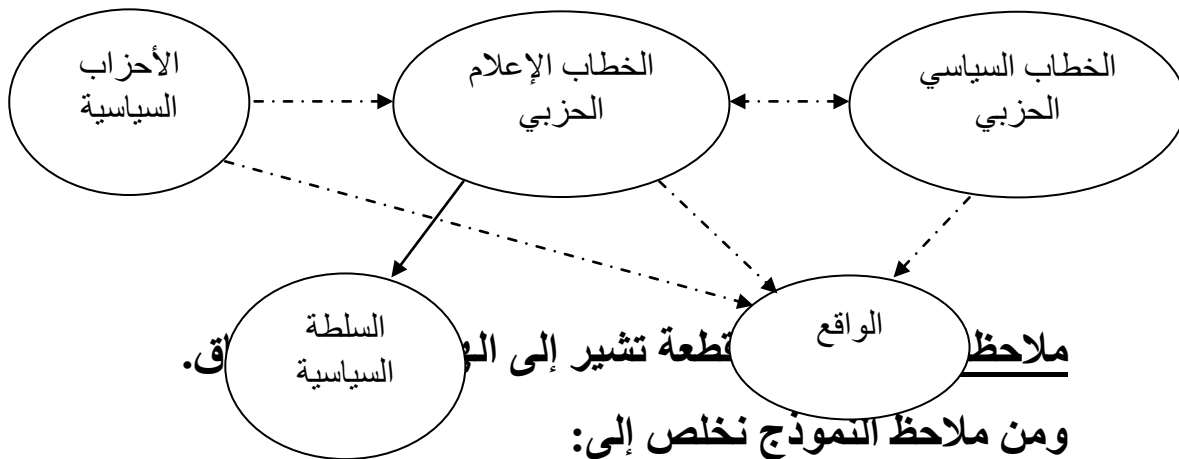
انطلاقاً من أنه يأتي من صانع القرار السياسي، وتتعاظم أهميته تحديداً في هذه المرحلة (مرحلة التعددية الحزبية) التي تشكل تحولاً في مسار التطور السياسي الاجتماعي، فليس من السهل الانتقال من نظم سياسية شمولية تنفي الشراكة مع الآخر، إلى نظم تعددية Pluralisme تقبل شراكة الآخر في السلطة، واستيعاب دلالاته السياسية والتي تفرض نوعاً من

المفردات السياسية المعبرة عن مضمون التعددية السياسية
مثل: الحوار-المنافسة-التسامح-عدم امتلاك الحقيقة المطلقة...

2- الخطاب الإعلامي الحزبي : والذي يمثل بوسائطه

المختلفة أهم الآليات لنشر مفهوم التعددية السياسية والثقافية
المدنية الحديثة في المجتمع، المجسدة في البرامج السياسية
للأحزاب، وحلقة وصل بين الأحزاب والجمهور، منبراً للتعبير
عن هموم ومطالب المجتمع.

غير أن الواقع يشير إلى أن هذه الآلية معطلة، أو أنها تسير في
الاتجاه المعاكس، من ذلك في أحسن الأحوال، فمعظم الأحزاب
السياسية ليست لها أي خطاب إعلامي، والأحزاب التي تمتلك
خطاب إعلامي (صحافة حزبية) محدودة ولا تتجاوز إلا بقليل
عدد أصابع اليد الواحدة، ومع ذلك فإن هذه الخطاب يغلب عليه
طابع المدح والثناء، وتضخيم الحاكم (صاحب الحزب) وتزييف
الحقائق من قبل الأحزاب الحاكمة ومن يدور في فلكها.
والنموذج التالي يوضح العلاقة القائمة بين:
الخطاب السياسي الحزبي، الخطاب الإعلامي، الأحزاب
السياسية، الواقع، السلطة السياسية.



ومن ملاحظ النموذج نخلص إلى:

- 1- الخطاب السياسي الحزبي ما يزال إطاراً نظرياً يقوم في مجمله على الدعوى للديمقراطية والتعددية السياسية، والثقافية المدنية الحديثة، ويصعب العثور على أية وثيقة، أو برنامج سياسي حزبي يخلو من ذلك، أو يجاهر بالاختلاف.
 - 2- الخطاب الإعلامي الحزبي غير مؤهل لنشر قيم الديمقراطية ومعاني الحرية والتسامح، وتبصير الناس بحقوقهم الدستورية القانونية وهو يتجه لمخاطبة السلطة السياسية.
 - 3- عدم الاتساق بين الخطاب السياسي والخطاب الإعلامي الحزبي.
 - 4- عدم الاتساق بين الأحزاب السياسية والواقع.
 - 5- عدم الاتساق بين السلطة السياسية والواقع.
 - 6- تتخذ الأحزاب السياسية من الخطاب الإعلامي، وسيلة للوصول إلى السلطة أو الاحتفاظ بها.¹
- ومن كل ما سبق ذكره نستنتج أن الخطاب اتجه اتجاهاً مغايراً من مرحلة الأحادية الحزبية نحو التعددية السياسية.

1 – محمود غالب سعيد البكاري، الواقع السوسيوولوجي للتعددية السياسية في اليمن، مرجع سابق، ص360-361.

خامساً: فعالية الخطاب وتأثيره:

يرى الكثير من الباحثين، أن هناك تشابهاً كبيراً وتوافقاً من حيث المنطلقات الإيديولوجية بين الخطاب السياسي، والخطاب الحزبي وفي التوجه السياسي، وفي الحقيقة والواقع، ومن خلال التجربة السياسية، فإن الخطاب السياسي، والخطاب الحزبي هما وجهان لعملة واحدة ألا وهي في نهاية المطاف "السياسة".

ذلك أن الخطاب الحزبي هو خطاب سياسي، مهما تعددت أشكاله، واختلفت وآه، فالخطاب السياسي جدلي في مقولاته، ومفاهيمه ذلك أن الهدف من وجوده، واستعماله هو التأثير في الملتقى، الذي يكون في الكثير من الأحيان خصماً سياسياً¹. والخطاب السياسي يحتل أهمية كبيرة انطلاقاً من أنه يأتي من صانع القرار السياسي، وتتعاظم أهميته تحديداً في مرحلة الانتخابات التي تشكل تحولاً في مسار التطور السياسي الاجتماعي.

فالخطاب إجمالاً يعتمد على أساليب ولغة تتيح له فرصة السيطرة الفعلية على الملتقى وعلى توجهاته السياسية،

1 ينظر: لغة الخطاب السياسي، محمود عكاشة، مرجع سابق.

وتتجاوزها ربما إلى قناعاته الإيديولوجية، فالخطاب السياسي يمارس ضغطاً فعلياً بغية كسبة الأصوات، وضمن التفاف الشعب حول الحزب.

ومما هو متعارف عليه فإنه من خصائص الخطاب السهولة، ويعود السبب في ذلك كون الخطيب مطالب بالتعامل مع كل فئات المجتمع، المثقف والعادي، وعليه فلا بد من استعمال لغة مناسبة للطرفين.

استعمال الخطيب لمفردات جديدة وغريبة، وهذا بغرض إثارة نشاط المتلقي، فإن الجودة تكسب الفكرة صلابة، وتعطيها رونقاً وبهجة، والتغيير يدفع عن النفس السأم، ويجعل نشاطها دائماً ومستمرأً، والكلام يكتسب تلك الجودة من خلال الإكثار من ضرب الأمثال الغربية والشائعة التي تثير خيالهم، والتشبيهات البديعة التي توقظ إفهامهم. (فهم المتلقي).

ومن الجودة أن ينوع الخطيب أسلوبه: فأحياناً يأتي بكلامه في صورة استفهام، وأخرى في صورة تقرير، والثالثة في صورة طلب، وإن يغير في الصوت، فلا يصح الاستمرار طويلاً على وتيرة واحدة، فيجب التغيير في الصوت ليكون فيه تنشيط وإثارة للاهتمام، وإيقاظ للغافلين، وكل هذا بنية إثارة الميول والأهواء.

ومن خصائص الخطاب كذلك نذكر التكرار والتوكيد لما لهما من أثر بليغ في إثارة الأهواء والميول، والخطيب مطالب باستعمالها بمهارة ودقة، وهذا بغرض جذب السامعين إلى رأيه، وأخذهم إلى ناحيته، حيث جاء في كتاب الآراء

والمعتقدات "لجوستاف لوبون" (أن التوكيد والتكرار عاملان قويان في تكوين الآراء وانتشارها، وإيهما تستند التربية في كثير من المسائل، وبهما يستعين رجال السياسة والزعماء كل يوم في خطبهم، ولا يحتاج التوكيد إلى دليل عقلي يدجمه، وإنما يقتضي أن يكون وجيزاً حماسياً، ذا وقع في النفس)¹. وقال في كتاب روح الاجتماعية (Meeting spirite)² أن للتكرار تأثير كبير في عقول المستنيرين، وتأثير أكبر في عقول الجماعات من باب أول والسبب في ذلك كون المكرر ينطبع في تجاويف الملكات الأشعورية التي تختمر فيها أسباب أفعال الإنسان.

فالتكرار أول في مقام الإطناب، والتوكيد أول في مقام الإيجاز، ويجب أن يراعى في التكرار أن يكون بعبارات وأساليب مختلفة، وأن يكون النظر فيه إلى المعنى من جوانب متعددة. وهنا يضرب "جوستاف لوبون" مثلاً "للتوكيد والتكرار" في إحدى صحف أوربا وقد جاء فيه: (من ينتج القمح الذي نحتاج إليه؟ هو الفلاح، ومن يزرع الشعير والحبوب كلها؟ ومن يربي المواشي والأنعام؟ هو الفلاح، ومن يراعى الضأن للحصول على أطرافها؟ هو الفلاح، ومن... ولكن من يأكل أطيّب الخبز وأطرى اللحوم، ومن يلبس أفخم الثياب، هو ابن الطبقة العليا، ومن يتسلى ويستريح كما يريد؟ ومن يتفياً في الصيف ويتدفأ في الشتاء؟ هو ابن الطبقة العليا، ومن يشتغل بدون انقطاع،

1 - ينظر د. سهير جاد، "وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي مرجع سابق. ص 153."

2 ينظر: محمد سليم السيد: تحليل الخطاب السياسي الناصري، مرجع سابق. ص 44.

ومن يكابد حرارة الصيف وبرودة الشتاء، ومن هو شديد
البؤس كثير الشقاء؟ هو الفلاح.
فنرى من هذا كيف كرّر ونوع في التكرار، وكيف كان متحريراً
في كلامه المكرر إثارة الأهواء والميول، هذا وتعتمد مخاطبة
المتلقي بتقديم الحجج والبراهين والشواهد المنطقية ويستخدم
في ذلك:

الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية، وتقييم الأرقام
والإحصاءات وبناء النتائج على المقدمات... وهذا كله بغرض
التأثير في المتلقي واستمالاته¹.

إن للخطاب السياسي بذلك تأثير على أفراد المجتمع الذين
تختلف ثقافتهم السياسية (Culture politique) وهي بذلك تمثل
الفضاء الذي من خلاله يمكن أن نفهم ما هي الصورة أو
المعنى التي يحملها مجتمع ما، حول مسألة السلطة السياسية
أولاً، وما هي العلاقة بين رجال السياسة والمواطن البسيط
التي يتم التعبير عنها من خلال مجموعة من المبادئ والقيم
والسلوكيات التي يحدثها الأفراد في تفاعلهم مع الفضاء
السياسي ثانياً.

وفنية أو تقنية التأثير في المتلقي من قبل رجال السياسة،
يقابلها الوعي السياسي (La conscience politique) وهو الشعور
بالعمل السياسي الذي يقوم به، من حيث أن له بداية أولى على

1 - د. سهير جاد، "وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي" مرجع سابق.

أساس أنه ليس رد فعل لعمل سياسي، مخطط وموظف من طرف الغير الذي يعتبر منبها (وعي الأسباب).

ونية التأثير هذه يعتبرها الباحثون نوعين: نية حسنة ونية سيئة، إذ أن لكل خطاب سياسي مجموعة شروط، وظروف اجتماعية وثقافية تحدد طبيعته، ومسيرته، وتجعل منه إما خطاباً حقيقياً، أو خطاباً مزيفاً.

والخطاب السياسي الذي نقصده هو ذلك الخطاب الذي تصنعه الظروف الاجتماعية، التي تطراً على المجتمع خلال فترة زمنية معينة ونقصد بها الانتخابات التي تعتبر ظاهرة سياسية (La phénomène politique) وهي تلك الحادثة التي تقع من أحد أفراد المجتمع، سواء كان فرداً ينتمي إلى فئة الممثلين سياسياً (المحكومين) أو من فئة الممثلين السياسيين (الحاكم). والملاحظ أن عملية الانتخابات تسبقها حملات انتخابية فكل حزب ينظم لها بالشكل الذي يراه مناسباً، لكسبت أصوات أفراد المجتمع، وبذلك تتعدى الخطابات السياسية بغية شرح أهداف كل حزب، والتعريف به قصد التأثير في المتلقي وجهله يقوم بالسلوك المراد تحقيقه، ويتم بذلك البحث عن كل ما يقرب بين رجال السياسة وأفراد المجتمع، ولعل أهم وسيلة توظد العلاقة بينهما (رجال السياسة والمتلقي) هي اللغة¹. ولكن ليست أي لغة بل اللغة التي تكون مفهومة من كلا الطرفين، فيتم بذلك استعمال اللغة الدارجة، أو العاملين المستعملة في المجتمع، وهذا قصد تأييد الأغلبية من المجتمع،

ويشجعها باستعمال المصطلحات السياسية (Politique) وterminologie) وأساليب لغوية سياسية لم تكن مستعملة من قبل بل فرضتها الظروف الاجتماعية (الانتخابات) الجديدة، ويظهر بذلك في المجتمع ما يسمى بالكلام الخاص (Langage spécialisé) والذي يعني:

Un style fonctionnel et préfère postuler uniquement un vocabulaire politique particulier².

كل تلك الأساليب والمفردات السياسية، تستعمل بغية غرس الأفكار السياسية الجديدة في ذهن المتلقي، قصد إقناعه وجعله يقوم بالسلوك المراد تحقيقه.

إذا أخذنا مثلاً المصطلح السياسي "قوة التغيير" الذي استعمل كشعار سياسي من قبل حزب جبهة التحرير الوطني خلال مرحلة التعددية الحزبية، يرمي إلى التأثير في أفراد المجتمع الذين أصبحوا يشكون من الواقع الاجتماعي المعيش.

فهو إلى حد كبير يوافق إحساسهم، وتطلعاتهم، وتضرهم وبذلك شاع ذلك المصطلح السياسي، واستعمل بكثرة في الخطابات السياسية التي كانت تلقي، ونفس الكلمة ترجمت تقريباً واستعملت في الخطابات السياسية أثناء الحملات

الانتخابية في فرنسا، فالمصطلح السياسي (Changement) استعمل حوالي (80) مرة في الخطاب الواحد، ذلك لأن الفرد في المجتمع أصبح يرى أن كل شيء يجب تغييره، وبذلك كسب الحزب أصوات الأغلبية بتلك المفردة السياسية (Changement)

- C. Kebut. Orecchioni: «le discours politique» 2eme édition.p .

² ينظر:

دون معرفة كاملة من قبل المتلقي حول ما الذي سوف يتغير
ومتى سيتغير.¹

وخاصة لما ذكر يمكن القول بأن للخطاب أثر كبير، وفاعلية
مشهورة (بحكم التجربة السياسية) في المتلقي، وغاية الخطاب
الأولى والأخيرة هي إقناع المتلقي قصد بلوغ الهدف المراد
تحقيقه، واستمالة جمهور الناخبين والتفافهم حول الحزب.

1-C. Kebut. Orecchioni: Discours et deologiem op. cit.

الأبعاد التعبيرية للشعار

أولا - البعد الاجتماعي

ثانيا - البعد النفسي

ثالثا - البعد الأخلاقي

رابعا - البعد الفكري

خامسا - البعد السياسي الوطني

تمهيد:

لقد أسهمت الأحزاب السياسية في إحداث اختراقات
للبنية الاجتماعية، على امتداد الساحة الجزائرية و على
أسس نظرية و فكرية مجردة ، أي الانتماء على أساس
فكري و توجهات معينة ، و الأحزاب السياسية لا تقوم بمنء
عن الشعارات السياسية ، كون هذه الأخيرة تلعب الدور
المحوري في ذلك كله كونها تمثل أهم ركيزة يقوم عليها
الحزب و غايته .

و في الأخير لا بد أن يكون له أبعاده التعبيرية كما سنرى في
هذا الفصل ، إذ سنتطرق إلى كل من البعد الاجتماعي ،
النفسي الاجتماعي ، الأخلاقي و الفكري ، و نخلص إلى البعد
الوطني .

الأبعاد التعبيرية للشعار :

إن للشعار لغته الخاصة به ، و عملية تحرير الشعار أو كتابته لا يمكن أن تحدث بمعزل عن التطورات السياسية و الاجتماعية و الثقافية القائمة في الجزائر , فالشعارات بذلك يجب ان تحمل مفردات و تأخذ في حسابها الظروف المتغيرة و الواقع السياسي و الاجتماعي و بهذه المفردات و المعاني جميعها يصبح الشعار وسيلة تواصل و تأثير¹ .

لذا لابد أن تكون للشعارات أبعاد مختلفة تمس الواقع الاجتماعي المعاش و تكون أكثر دلالة و تعبير عما يحس به

1 - عبد العزيز المقالح، الأبعاد الموضوعية و الفنية لحركة الشعر المعاصر في اليمن الطبعة الثانية

الفرد و يلبي متطلباته² . خلال مرحلة التعددية الحزبية أين شهدت الجزائر ما يقارب الستين (60) حزبا ، أصبح لكل حزب شعاراته الخاصة به ، و التي تميزه عن باقي الأحزاب، و أصبح بشعاره يعبر عن جانب معين من جوانب الحياة ، و أصبحت بذلك الشعارات تصنف وفق المجالات التي تمسها و تعالجها ، إذ نجد أن بعض الشعارات لها بعد اجتماعي ، و أخرى لها بعد وطني و أخرى أخلاقي، نظرا لتعدد الشعارات ، و اختلاف مشاربها و نظرتها إلى الواقع الاجتماعي الجزائري المعاش ، وتغليبها لجانب على آخر، فمثلا نجد من الأحزاب من انغمس في مجال و عرف به حزب حماساً **الإنقاذاً و النهضةً** الذين عرفوا بنهجهم الإسلامي و شعاراتهم السياسية الإسلامية حتى أصبحت مفردات تلك الشعارات لها سمة تميزها عن باقي الأحزاب الأخرى¹ .

2 - نفسه.

1- الجزائر المنشودة، ص93

أولاً: البعد الاجتماعي :

من المؤكد أن الواقع السوسيولوجي الذي ظهرت ظله التعددية السياسية في الجزائر واقع تقليدي ، بأبعاده الاجتماعية ، و لما كانت الغاية من وجود التعددية السياسية هي تحديث هذا الواقع من خلال تفكيكه و تدويبه ، و إعادة تأطيره بأطر حديثة على الصعيد العملي ، ومن هنا لجأت الأحزاب السياسية إلى نشر شعاراتها الرامية إلى تحقيق

أهدافها من ورائها ، ومن الأحزاب من عني خصيصا
بالجانب الاجتماعي علما أن مهما كانت الجهود المبذولة
لتصحيح مسار الحياة السياسية و توفير أجواء صحية للعمل
السياسي المتكافئ على الصعيد الدستوري و القانوني ، فان
تلك الجهود لا يمكن أن تأتي بنتائج ايجابية ، إذ كانت القوى
السياسية و الاجتماعية ، و التي هي محور الحياة
الديمقراطية تعيش أوضاعا بائسة مهترئة من الناحية
التنظيمية ، و بالتالي فان وجود هذه القوى الفاعلة و
الضمان الحقيقي للديمقراطية ، ذلك أن الغاية من وجود
المؤسسات السياسية والاجتماعية الحديثة هو تاطير مكونات
المجتمع في اطر غير رسمية ، وهذا يتطلب أن تكون هذه
المؤسسات قادرة على تفعيل هذا التاطير و حمايته ، وألا
تصبح الديمقراطية لمجدداتها الدستورية ، و القانونية وسيلة
سلطة لمراقبة المجتمع ورصد حركتيه ،ومن ثم إيجاد
الوسائل اللازمة لاحتوائه و التعامل معه¹. و من المتعارف

¹ - دا محمد غالب سعيد البكاري - الواقع السوسيوولوجي للتعددية السياسية في اليمن - المكتب الجامعي

عليه أن أصل الفساد في كل المؤسسات يكمن في وضع
مؤسسات للمجتمع والمصادقية في خدمة مصالح النخبات
المتنافسة على السلطة ، أي جعل العمل الاجتماعي وسيلة
للصعود إلى المناصب العليا ، بدلا من أن يتحول الصعود إلى
هذه المناصب و احتلالها الشرعي ، إلى مصدر لخدمة
المجتمع و تنمية نشاطاته الاقتصادية و الاجتماعية و
الثقافية . ومن هنا فان إدراك المجتمع لتفاقم أزماته و
احتياجاته أدت به إلى تنظيم نشاطاته عبر منظمات و جمعيات
و هذا من اجل الإسهام قدر الإمكان في معالجة مشكلاته ، و
التقليل من أزماته، و من هذا المنطلق دعت الأحزاب
السياسية من خلال شعاراتها الاجتماعية الشعب إلى التضامن
و التعاون فيما بينهم لخدمة قضاياهم الخاصة المهنية و
الاجتماعية ، و بلورة نشاطهم في المجال العام عبر اطر
رسمية ذات مشروعية قانونية¹.

الحديث - الزاربطة الإسكندرية 2006 ص 197

¹ - دا صفوت العالم - الشعارات و الرموز الانتخابية - دراسات في الإعلام السياسي. الطبعة الأولى كلية الإعلام - جامعة القاهرة 1989 ص 88.

و الأحزاب السياسية على وعي كامل بان الشعب هو مالك السلطة ، و مصدرها فهو يمارسها بشكل مباشر عن طريق الاستفتاء و الانتخابات العامة، كما يزاولها بطريقة غير مباشرة عن طريق الهيئات التشريعية و التنفيذية و القضائية ، و عن طريق المجالس المحلية المنتخبة ، و من هنا هي تسعى إلى بث روح الأخوة و التضامن في الأوساط الشعبية من خلال شعاراتها و هذا خدمة لمصالحها المرجوة². فتعدت الشعارات الانتخابية التي رفعها المرشحون في الانتخابات الجزائرية، حيث حرص معظم المرشحين على تكرار استخدام مثل هذه الشعارات في كافة وسائل الدعاية الانتخابية مثل الإعلانات الصحفية و مطبوعات المرشحين و المحاضرات و اللقاءات التي عقدها المرشحون في مقراتهم الانتخابية فمجل هذه الشعارات تدعو إلى :

* شعارات تمجيد الوطن الجزائري.

* شعارات تعكس المشاكل الخاصة بالمجتمع الجزائري

فضلا عن المشاكل العامة.

* شعارات ترتبط بالدستور الجزائري.

وهذه أمثلة عن الشعارات التي رفعها المرشحون و التي

تعكس المشاكل الخاصة بالمجتمع:

– نعم للديمقراطية ... و العدالة الاجتماعية.

– نعم .. للوحدة الوطنية

– لا للفساد .. و هدرا لمال العام

– المناداة بالإصلاح الإداري

– المرشح للجميع

– القضاء على الفساد الإداري

– التصدي إلى مروجي الشعارات... و مؤيدي التفرقة

و أي حكومة من الحكومات لا تستطيع بإمكانياتها مهما كانت

أن تؤدي جميع الخدمات اللازمة لجميع مواطنيها ، و هذا

كله يتطلب الشراكة بين الجهد الرسمي (الحاكم) و الجهد

الشعبي (المحكومين) في مواجهة تلك الإشكالات .

المفردات التي أدرجتها الأحزاب السياسية في شعاراتها خلال الحملة الانتخابية كان لها أكثر من بعد ، فنجد مثلا مفردة " الحقرة " التي استعملها حزب "حمس" كشعار سياسي خلال حملته الانتخابية سواء البلدية أو الرئاسية لها بعد اجتماعي بالدرجة الأولى ، فهي كلمة مأخوذة من العامية أو الدارجة الجزائرية ، وهي كلمة لها أسس في اللغة العربية الفصحى ، و المرادفة لكلمة ظلم ، ذلك للتعبير عن الواقع و إحساس الفرد الجزائري في المجتمع بالظلم وهضم حقوقه في جميع المجالات ، فمن الناحية الدلالية فالمفردة اللهجية أصبح الفرد يعبر بها عن إحساسه بالظلم و محدودية قدرته أمام من لهم السلطة في شتى المجالات ، و بها نلمس الطاقة التعبيرية للمفردات اللهجية ³ ، على حساب ألفاظ اللغة الفصحى .فمثلا لفظة " ظلم " غالبا ما تعبر عن ظلم الحاكم للمحكوم ، و تستعمل أيضا في مجالات محدودة على عكس مفردة " الحقرة" التي شاع استعمالها بشكل واسع لدى الطبقة المثقفة و غير المثقفة حتى اعتبرت من قبل وسائل الإعلام العربية

المختلفة كمفردة لهجية جزائرية محضة مأخوذة من العامية
أو الدارجة و ظهرت خلال فترة زمنية معينة تميزت بتغيرات
سياسية على الصعيد الاجتماعي³⁴.

و نذكر أيضا المفردة المأخوذة من العامية الجزائرية - بن
عميس - و التي تعني باللغة الفصحى - ابن عمي- و تمت
صياغتها النحوية و الدلالية و البلاغية على وزن الكلمة
الفرنسية (artiste) و تعبر عن الطريقة التي أصبح عليها
الحكام ، أو من لهم السلطة في التوظيف ينتهجونها في
توظيف أقاربهم ، و من لهم صلة بهم ، فأصبح الفرد
الجزائري البسيط يدرج تلك اللفظة اللهجية -بن عميس -
في كلامه عند إحساسه بتفصيل أو تقديم شخص عليه في
الخدمة في جميع المجالات و من هنا نلاحظ أن المفردة
اللهجية - بن عميس- تعكس واقعا اجتماعيا يعيشه المواطن
البسيط و يعاني منه³⁵. فهي ذات بعد اجتماعي ، هذه الكلمة

34 ينظر: د.عبد المجاوي، قراءات في الفكر السياسي العربي المعاصر، حالة دول المغرب العربي ، دار
الثقافة العالمية: بيروت، ط 03، 2006، ص 43.

35 المشاركة منهج دعوي و مدرسة سياسية..، ص 25.

بدل استعمال المرادف لها في اللغة الفصحى - المحاباة- هذه

المفردة تكاد تكون غريبة و غير متداولة من قبل المواطن

البسيط . و نظرا لتردي الأوضاع المعيشية وجدت شرائح

كبيرة من المجتمع نفسها أمام تقاسم حزبي للسلطة و

الموارد ، و أمام ممارسة سلبية للحزبية بمعناها التعصبي و

النفعي ، و اقترنت بأذهان المواطنين بما تدره من منفعة و

ما تجلبه من مصالح وعلى هذه الوضعية تستغل الأحزاب

السياسية و الاجتماعية منها حاجات الناس المادية في شراء

الذمم و المواقف ، و المساومة على القناعات ، و يتمثل ذلك

في العمليات الانتخابية، حيث الحاجة تدفع الناس للتصويت

لمن يقدم لهم المال و الخدمات .

و من المؤكد أن الرخاء الاقتصادي و الاجتماعي ، و

تحرر المواطن من مذلة الحاجة ، يجعل المواطن أكثر مقدرة

على اتخاذ القرار الحر ، انخفاض مستوى دخل الفرد ، و

توسع مساحة الفقر كلها أمور تعيق ممارسة الفرد لحقوقه

السياسية و هذا من منطلق " أن الديمقراطية و الفقر لا

يجتمعان "و هنا نأخذ على سبيل المثال استطلاع و حقيقة
ميدانية أثبتتها من خلال روبرتاج نشر في جريدة الشروق
اليومي مفادها انه رغم الحملة الانتخابية التي شنتها
الأحزاب السياسية و بالرغم من الشعارات البليغة و الساخنة
في نظر الحزب و المتضمنة لعبارات جذابة ، إلا أن الواقع
الجزائري و الشريحة الواسعة من الشعب "القليل " البسيط
ردت على هذه الشعارات المنمقة بالرفض معبرة عن واقع
معيشي مرّ حيث أعرب الشعب عن نيته من خلال قول " نريد
الخبز و الحليب و السكن و العمل " و هذه كلها من
ضروريات الحياة ، ومستلزمات أساسية لاستمرار دوران
عجلة الحياة " و لا نريد الانتخابات و الأميال"¹ . ومن ثم فإن
الاختلال الاجتماعي له علاقة مباشرة في إفراغ العملية
الديمقراطية من مضمونها حيث أصبح المواطن مشغولا
بهموم و أعباء الحياة المعيشية ، و تلبية حاجاته الأساسية

1 - المشاركة منهج دعوي و مدرسة سياسية..، ص 25.
و ينظر: د.فؤاد مرعي إبراهيم، واقع الديمقراطية في الوطن العربي، التجربة الجزائرية والسودانية، دار
الاختلاف، ومطبعة الهلال الخرطوم، ط 2007، ص 253.

التي تضمن له البقاء في الحياة ، أكثر من انشغاله بممارسة حقوقه السياسية تاركا السياسية للقادرين على ممارستها ، كما أن هذه الوضعية مكنت بعض العناصر الانتهازية من المتاجرة بالجماهير من خلال تكوين أحزاب شكلية بهدف الارتزاق السياسي و الحصول على العطاء الرسمي ، و بلوغ الأهداف المرجوة.

ثانيا البعد الفكري و الثقافي (الإيديولوجي) :

إن اللغة ليست مجرد ألفاظ تكتب و تقال أو تسمع ، أو تقرا ، و إنما لها علاقة واضحة و كبيرة بالتفكير ، بل هي جوهر التفكير ، و إذا تأمل الفرد نفسه ، وجد انه لا يمكن ان يفكر تفكيرا منتجا ، إلا إذا صاغ هذه الأفكار في عبارات أو جمل صغيرة ، ونلاحظ أن الفكرة إذا تحددت فلا بد لها من لفظ يدل عليها ، أو رسم يحتويها ، و هي وسيلة لنقل الأفكار من شخص لآخر¹ . و بين جميع أفراد المجتمع و هي من اكبر

العوامل و الدوافع لتقديم الحياة الفكرية و نموها على مدى
الأزمان و الأحوال ، ولقد أمدت اللغة الفكر الإنساني بالرموز
و حددت له المعاني ، ومكنته من أداء الأحكام و تخريج
الأفكار و تكوين المقدمات و استنتاج النتائج . إذ لا يمكننا
القول انه يوجد فكر بمنء عن الثقافة فكلاهما وجهان لعملة
واحدة و لا يمكن وجود سياسة بلا ثقافة . و من هنا فان
العلاقة بين الثقافة و السياسة تتحدد في إطار علاقة جدلية ،
تتبادل عملية التأثير و التأثر ، فالسياسة تحدد الرؤى
الإستراتيجية العامة للدولة و المجتمع ، و الثقافة تتولى
تفسير ذلك و إعطاء دلالات و معان يفهمها الناس و يكون
لديهم و عيا جديدا ، الأمر الذي يدعم مسيرة الديمقراطية و
يقلل من ممارسات العنف التي تغذيها الثقافات العصبية .
إن أهداف الأحزاب السياسية ، و التي تعنى بالجانب الفكري
و الثقافي على العموم هو القضاء على موروث التخلف ، و
السعي إلى تفجير طاقات المجتمع في شتى الميادين العلمية و
العملية ، ولما كانت الدولة هي الجهاز السياسي الرسمي و

النظام القانوني لحركة المجتمع و نشاطاته، فان تحديث
النظام السياسي في الدولة يكون ذو أهمية ثقافية ، من حيث
أن ذلك التحديث يرتبط ارتباطا عضويا بتحديث مماثل في
المجتمع الذي يشكل بكل تكويناته الواقع السوسولوجي
للدولة¹. وتكمن أهمية التحديث السياسي و الثقافي من
بعدين أساسيين هما:

– الأول : أن التحول الديمقراطي و ممارساته السياسية
عبر الانتخابات البرلمانية و الرئاسية و المحلية ، و عبر
الانضمام إلى الأحزاب يتطلب بالضرورة ثقافة سياسية حديثة
تتلاءم مع ذلك و تؤسس لمرحلة جديدة في الدولة و المجتمع
.

– الثاني : أن ضعف انتشار ثقافة سياسية حديثة يرجع إلى
قوة الموروث التقليدي المعبر عن ثقافة تتصف بالتواتر

النفسي و الوجداني اتجاه كل أنماط التجديد الثقافي و السلوك الاجتماعي¹.

فالتطور لا يعني استبدال بنية بأخرى ، ولكن يعني تفتح إمكانات جديدة في بنية قائمة ، و بالتالي فتح حقول جديدة للممارسة و التنظيم تزيد من الطابع العضوي للمجتمع ، وتخلق توازنات متعددة و عميقة تسمح له بتبني استراتيجيات و القيام بممارسات ثقافية أعظم ، و من هذا المنظور سعت الأحزاب السياسية من خلال الشعارات السياسية إلى خلق ثقافة سياسية لدى أفراد المجتمع ، و عملت على بث روح الوعي في الأفراد بأهمية معرفتهم لحقوقهم السياسية ، وذلك من منطلق أن الثقافة تمثل جوهر الديمقراطية و مضمونها الحقيقي .

فالشعارات السياسية هي مجرد صياغة لأفكار و توجهات سياسية و فكرية و تعبير كل حزب من الأحزاب أو مجموعة سياسية ، و الشعارات المستعملة خلال مرحلة الحزب الواحد

¹ - المرجع نفسه.ص117.

كانت تعبر عن اديولوجية الدولة ، و تحاول غرس تلك الأفكار في أذهان أفراد المجتمع ، وذلك باستعمال مفردات لغوية فصحي ، كان طرحها مثاليا ، وتعبر في مجملها عن اديولوجية واحدة و تهدف إلى غرس فكرة التعاون من اجل بناء الوطن ، فمادام الطرح مثاليا و الحزب واحد فالفكرة كانت موحدة ، و الشعارات تتقارب في أفكارها ¹. هذا على عكس الشعارات المستعملة خلال مرحلة التعددية الحزبية ، حيث أدت هذه الأخيرة إلى تعدد الأفكار و تعدد الشعارات، و تعدد مشاربها ، وصارت تلك الشعارات تعبيراً عن أفكار و اتجاهات فكرية متعددة ، فبعض الأحزاب السياسية خاصة منها الإسلامية لجأت إلى الشعارات بغرض غرس أفكارها و ثقافتها الإسلامية ، و ذلك باستعمال مفردات و صيغ لغوية عبارة عن آيات قرآنية أو أحاديث نبوية كمفردة " السلم " ، " الإصلاح " ، " الأخوة " ، " العفو"..² فهذه المفردات التي أدرجت في الشعارات هي مجرد وسيلة للتعبير عن أفكارها و

1 - الدكتور على عبد الواحد وافي : " فقه اللغة " — نهضة مصر للطباعة و النشر و التوزيع ص 17.

2 - الشعارات و الرموز الانتخابية.مرجع سابق, ص 53- 54 .

أهدافها ، و بالتالي تجسيد تلك الأفكار على ارض الواقع .و
تبين بدرجة واضحة أن شعارات الجبهة الإسلامية للإنقاذ،
حركة النهضة و حركة مجتمع السلم ¹ خلال الحملات
الانتخابية تستند على العديد من الأبعاد الدعائية المستهدفة
أهمها الاهتمام بالدعوة الإسلامية ، وان الإسلام دين و دولة
و المطالبة بعودة الجزائر إسلامية ، و التأكيد على أن
الإسلام خير ضمان للوحدة الوطنية ، فضلا عن بعض
الشعارات و الهتافات التي تدعم موقف المرشح و تؤكد فوزه
في انتخابات .

و هذه بعض الشعارات و الهتافات التي رفعها مرشحوا
الاحزاب الثلاثة (حمس, النهضة, الإنقاذ):

- الله غايتنا .. و القرآن دستورنا .. و الرسول زعيمنا
.. و الموت في سبيل الله أسمى أمانينا.

¹ - خلال بداية مرحلة التعددية الحزبية كان رئيس حزب جبهة الإسلامية للإنقاذ : عباس مدني - حركة النهضة : عبد الله جاب الله - حركة مجتمع السلم : محفوظ نحاح.

- عليها نحيا و عليها نموت و في سبيلها نجاهد و

عليها نلقى الله².

- الإسلام .. هو الحل .

- الإسلام خير ضمان للوحدة الوطنية .

- الحكم بما انزل الله .

- إسلامية .. إسلامية عودي يا جزائر

إسلامية.

- إسلامية .. إسلامية إسلامية قرآنية .

- يا دولة الإسلام عودي .

- أعطني صوتك .. لنصلح الدنيا بالدين .

- العدالة الاجتماعية نابعة من الاسلام .

- جاء الحق .. وزهق الباطل.

- عين الله ترعاكم و ترعانا و ترعى الديمقراطية و

العدالة.

² - الكلمة المقصودة هي : لا اله إلا الله.

و يمكن أن نحدد أهم و بعض المفردات الثقافية السياسية
الحديثة التي ترتبط بالديمقراطية و التي لجأت بعض الأحزاب
السياسية إلى استعمالها كشعارات هادفة:
ونذكر منها ما يلي :

– " احترام الرأي و الرأي الآخر " ، " المشاركة " ، " التعبير
عن الرأي " ، " الشفافية " ، " الحريات العامة " ، " الحوار " ،
التسامح " ...

هذه المفردات الثقافية و التي تشكل من مجموعها الإطار
الفلسفي للديمقراطية و التي لا يمكن القول بوجود ديمقراطية
في المجتمع دون نشر هذه الثقافة (الثقافة السياسية)
المصاحبة لها والمعبرة عنها . و الأمر الأكثر أهمية في هذا
السياق و الذي يسعى إلى تحقيقه صانعو القرار (أصحاب
الشعارات السياسية) من خلال شعاراتهم هو أن الديمقراطية
تبنى وتأسس بين أفراد المجتمع عبر مؤسسات المجتمع

المدني الحديث ، و عبر الممارسة اليومية و يتم اكتسابها
من خلال مؤسسات التعليم المختلفة¹.

ثالثا: البعد السياسي الوطني :

إن الجزائر قطعت شوطا كبيرا و متقدما ، على درب التنمية
و اللحاق بركب الحضارة و التقدم، و مثلت الديمقراطية

الخيار الوطني الصائب للبناء، لان كل ديمقراطية قائمة على التعددية الحزبية و حرية الرأي و الصحافة و احترام حقوق الإنسان ، و التبادل السلمي للسلطة.

تتفجر طاقات الشعب و إبداعاته في شتى ميادين البناء ، إذ لابد أن يتعامل الجميع مع الديمقراطية كمنظومة متكاملة و مترابطة بعيد عن الانتقائية و المزاجية و الفوضى².

تعتبر الديمقراطية انسب صيغة سياسية تسمح لمختلف القوى الاجتماعية من خلالها بالتعبير عن مصالحها وآرائها بطريقة سليمة و منظمة ، و لذلك فهي تقوم في جوهرها على أساس التعدد السياسي و الفكري و حرية إقامة المنظمات ،

المؤسسات السياسية ، و توفير الضمانات لاحترام حقوق الإنسان و حرياته. و من هنا لجأت الأحزاب السياسية إلى استعمال شعارات سياسية تشخص هموم الوطن و اتساع رقعة أحزانه ، فأصبح نظام الحكم محورا أساسيا تدور عليه

² - د/ الواقع السوسولوجي للتعددية السياسية في اليمن.مرجع سابق. ص 134.

كل الشعارات ، وصار اللوم موجها إلى الشعب و في نقد
استسلامه ورضوخه للأوضاع القائمة .

فالشعارات أصبح دورها إيقاظ تفكير الفرد في المجتمع ،
قصد توعيته بان المصير بيد الشعب و هو صانع القرار¹
فالشعب هو مالك السلطة و مصدرها ، ويمارسها بشكل

مباشر عن طريق الاستفتاء و الانتخابات العامة ، كما
يزاولها بطريقة غير مباشرة عن طريق الهيئات التشريعية ،
و التنفيذية ، و القضائية ، وعن طريق المجالس المحلية
المنتخبة

لكل مواطن حق الإسهام في الحياة السياسية ، الاقتصادية ،
الاجتماعية و الثقافية و تكفل الدولة حرية الفكر و الإعراب
عن الرأي بالقول أو الكتابة و التصوير في حدود القانون ،
وهذا ما يقصد به حرية الرأي و التعبير ، و حرية الكلمة
التي هي المقدمة الأساسية للديمقراطية ، و لعل حرية الكلمة
هي من أهم حقوق الإنسان و أقدمها ، و إذا كان الإنسان لا

¹ - المرجع نفسه.ص.136.

يستطيع أن يتكلم فهو بالتأكيد لا يستطيع أن يعيش. ناهيك
على أن يحكم ، ومن ثم فإن للمواطن حق الانتخاب و
الترشيح ، و إبداء الرأي في الاستفتاء ، و ينظم القانون
الأحكام المتعلقة بممارسة هذا الحق .

و من هذا المنطلق ارتأت الأحزاب السياسية لإطلاق شعاراتها
المتضمنة لمفردات وطنية إيمانا منها في توسيع نطاق
المشاركة الشعبية في صنع القرار و الإسهام في مسيرة
البناء التنموي في الوطن .

فإذا أخذنا مثلا الشعار السياسي " الشوراقرابية " فلهذا
الشعار بعد وطني يعني أن القرار بيد الشعب قصد بناء
مجتمع إسلامي ديمقراطي يقوم على الشورى أو مشاوره
الشعب ، في مسألة الحكم و احترام حرية الفرد و حقه في
التعبير ، و هذا ما تعنيه كلمة الديمقراطية ، فالمصطلح
السياسي " الشوراقرابية " لا وجود للفظه في قاموس اللغة
الفصحى ن وإنما هي مؤلفة من كلمتين فصيحيتين هما :
الشورى و الديمقراطية . فاختصارا استعملت كلمة

الشوراقراطية كمفردة دارجة وضعتها الظروف الاجتماعية (الانتخابات)¹.

فهذه بعض شعارات هتف بها و رفعها مرشحو الأحزاب السياسية خلال حملاتهم لانتخابية تمجد الوطن الجزائري و أهله.

من أمثلة هذه الشعارات :

مصلحة الجزائر .. فوق كل اعتبار .

الجزائر .. و أهل الجزائر .. أولا و ثاني و ثالثا.

خيرات الجزائر .. لأهل الجزائر .

النفط و البترول .. لشعب الجزائر فقط .

الجزائر .. نحو مستقبل أفضل.

من اجل الجزائر .. الحلم و التاريخ .

التغير .. التغير ضد الرشوة و التزوير .

لا .. لإغراق البلاد في الديون .

ورفعت شعارات أخرى ترتبط بالدستور الجزائري (*)

¹ - الجزائر المنشودة .مرجع سابق. ص 28.

- العدل و المساواة

- هدفنا .. تنقيح الدستور

- تعديل الدستور .. تطبيق الشريعة الإسلامية

- تنقيح الدستور .. زيادة الحريات .

وهذه شعارات متنوعة لها أهداف متفرقة :

- العمل المتواصل لخدمة المواطنين

- الولاء و العطاء و الوفاء ... للوطن

- الشباب هو الاستثمار الوحيد الذي يملكه المجتمع

الجزائري .

- الولاء للوطن .. وحدة العقيدة

- التعاون .. الإخلاص .. الانتماء للوطن

- لنغرس الحب و التعاون في نفوسنا لخدمة الوطن

اعتمدت إستراتيجية الدعاية الانتخابية للمرشحين بدرجة

واضحة على استخدام الشعارات الانتخابية إذ حرص كل

المرشحين على تأكيد الانجازات التي قدمها كل منهم بنفسه

أو بالاشتراك مع زملائه الأعضاء من أسئلة و اقتراحات و

مشاركة في عضوية اللجان ، فضلا عن إبراز موقفه من التصويت في بعض القضايا من أهمها مشروع تنقيح الدستور بالإضافة إلى التأكيد على التاريخ السياسي للمرشح و مجال تخصصه وخبرته التي ينفرد بها في المجال الاقتصادي و المجال القانوني .

أما الشعارات الانتخابية الخاصة بالمرشحين الجدد فقد ركزت على استشارة و عي الناخبين بالعديد من المشاكل و القضايا التي واجهت المجتمع الجزائري و لم تطرح أو تناقش في المجلس السابق و دعوة الناخبين إلى اختيار بعض المتخصصين في المجالات الهامة مثل مجال البترول و النفط و مدى الحاجة إلى أعضاء جدد لهم الخبرة في النواحي الاقتصادية و السياسية .

و من ناحية أخرى تأثرت الشعارات الخاصة بالمرشحين باتجاهاتهم في الانتخابات:

التيار القبلي : الذي يضم مرشحي القبائل و يسود مناطق

القبائل التي تتميز بكثافة الأصوات ، وقد أكسبتهم الانتخابات الفرعية مزيدا من القوة و التأثير .

التيار الإسلامي : الذي يشتمل على عدة تكتلات أبرزها

الإخوان المسلمين أو حركة النهضة و هو تكتل سني هدفه إحلال الشريعة الإسلامية محل القوانين الوضعية¹ .

التيار السياسي العصري : ويضم كل من التجمع الديمقراطي

المعروف بمجموعة الطليعة و إذا أخذنا مثلا الشعار السياسي "

اليد في اليد من اجل بناء الغد " فلهذا الشعار بعد وطني ،

أي يحث الشعب على التعاون فيما بينه ، واتحاده لبناء

مستقبل وطنه . فاليد في الشعار تعني الفرد في المجتمع ، و

السجع في هذا الشعار أضفى عليه نغمة مأنوسة تسهل على

المتلقي حفظه و ترسيخه في ذاكرته .

و ما يمكننا تميزه في البعد الوطني للشعارات السياسية

المستعملة خلال مرحلة الحزب الواحد ، و مرحلة التعددية

1 - سليمان الخطيب . مفهوم الحضارة في الإسلام ، ديوان المطبوعات الجامعية الساحة المركزية بن عكنون ، الجزائر : 1990، بدون طبعة ، ص 74.

الحزبية هو انه أثناء مرحلة الحزب الواحد كان الطرح مثاليا
، وهذا ما نلمسه من خلال معظم الشعارات السياسية
المستعملة آنذاك ، فهي شعارات تدافع عن آراء الدولة و
تعبّر عن ديولوجية واحدة ، فنذكر من بين تلك الشعارات :
"الدولة لا تزول بزوال الرجال"، "من الشعب و إلى الشعب"،
"من أجلك يا وطني"، "من اجل حياة أفضل"، "الأرض لمن
يخدمها"، "جبهة التحرير أعطيناك عهدا". هذا على عكس
شعارات مرحلة التعددية الحزبية ، أين أصبح الطرح واقعيا
صغته الظروف الاجتماعية الجديدة ، فأصبحت هذه المرحلة
تعكس الواقع الاجتماعي و ذات بعد وطني .

- فإذا أخذنا مثلا الشعار السياسي : " البيروقراطية" فالكلمة
ليست فصيحة و إنما صنعتها الظروف الاجتماعية الجديدة ،
وهذا قصد التعبير عن المشاكل و العراقيل التي أصبح
المواطن يواجهها في المكاتب و الإدارات¹ (الحالة المدنية ،
الضرائب ، مراكز البريد ...)

1 - البخاري حمادة ، الموسوعة التاريخية للشباب. المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية. 1985 ، ص

وأصبحت بذلك الشعارات الوطنية لمرحلة التعددية

الحزبية ذات صدى و رؤية و صفة - إن أمكن التعبير - لما

يجري على صعيد الواقع من الظلم الاجتماعي "حقرة".

ومقاومة لطرق التسيير "بن عميس" والمشاكل الإدارية

"البيروقراطية" التي يواجهها المواطن البسيط.

وإذا نظرنا إلى الشعار السياسي هو الحل "السلم هو الحل" نجد

بأن هذا الشعار برز خلال المرحلة الأخيرة كرد على الأوضاع

التي صار يواجهها الشعب الجزائري خلال أكثر من عشرية،

فالشعر يدرج كلمة ظلت حلم الملايين من الجزائريين ألا وهي

"السلم" طيلة عشر سنوات شاهدها الجزائري.

فأصبح كل ما يتمناه المجتمع بمختلف شرائحه هو عودة

السلم والهدوء إلى الوطن -السلم- ظهرت مع تغير الأوضاع

السياسية في الجزائر، فالمفردة يعتبر بصدق عن كل ما

يجول بخاطر أفراد المجتمع، فكلمة السلم لا يعني أنها لم تكن

موجودة في قاموس اللغة الفصحى، وإنما لم يكن استعمالها

واسع بالشكل الذي صارت عليه خلال المرحلة التعددية

الحزبية أين شهدت الجزائر أوضاعاً مغايرة تماماً لما كانت عليه فمفردة "سلم" خلفتها حالة وظروف "اللاسلم" .

ومن هنا فإن الدلالة الحقيقية لظهور الأحزاب السياسية وتعدد مؤسسات المجتمع المدني سياسياً، واقتصادياً اجتماعياً وثقافياً، بغرض حماية المواطن من تعسف السلطة، وكلما قويت هذه المؤسسات، كلما قلت قدرة الدولة على ممارسة التسلط ضد المواطن.

والأحزاب السياسية تقوم بدور الوسيط بحيث ي تعامل مع الدولة كفرد أعزل بل كمواطن ينتمي إلى جماعة أو مؤسسة أكبر توفر له قدرًا كافيًا من الحماية

رابع: البعد النفسي الاجتماعي:

يمارس الشعار تأثيراً على اتجاهات، وسلوك الأفراد حينما يكون قادراً على نقل معلومات قد يستخدمها الجمهور أو المرسل إليه لإشباع حاجات لديه، أو مطلب، ولكن هذا التأثير قد يمارس بطريقة أكثر فعالية إذا كان لأصحاب

الشعار سلطة على بعض الجوانب البيئية ذات الدلالة بالنسبة للجمهور.

وهنا يكون عمل صانعو الشعار سهلاً ميسوراً، إما إذا فقد هذه السلطة فإن كل ما يستطيع أن يفعله هو أن يقدم معلومات تتعلق بالتغيرات التي تطرأ على المجتمع أو حول التغيرات المنتظرة³⁶.

فالشعار لا بد أن يراعى اهتمام الفرد في المجتمع (Tastes)، واتجاهاته (Attitudes)، وأفعاله (Action)، وتصوراتهِ (Image)، ووعيه السياسي (Political) (consciousness).

هذا لكي يكون هناك وقع للشعار على الناس وعلاقتهم الاجتماعية من حيث كونهم يلعبون أدواراً اجتماعية معينة، يحتلون فيها مكانات اجتماعية معينة أيضاً، والشعار لا يمكن أن يحدث إلا داخل ومن خلال نسق اجتماعي.

³⁶ عبد القادر عبد الجليل: دراسة صوتية و صرفية في لهجة الإقليم الشمالي، مرجع سابق، ص33.

والأفراد عامة يميلون إلى الموافقة على أحكام الآخرين
الجماعية سواءً كانت هذه الأحكام صائبة، أم غير صائبة،
فإجماع الجماعة يمكن أن يقف كإطار مرجعي لأحكام الأفراد،
فكل شخص يبحث عما يوافق متطلباته، وحاجاته، وقيمه،
وأيضاً خبراته السابقة.

فالشعار لا بد أن يكون له وقع نفسي، فإذا أخذنا مثلاً
الشعار السياسي: المستعمل خلال الحملات الانتخابية من قبل
حزب حمس "ضد الحقرة" فهذا الشعار هو عبارة عن لفظ
عامي مأخوذ من الدارجة الجزائرية فهو إلى حد كبير يعبر
عن إحساس المواطن البسيط بالظلم الاجتماعي في جميع
المجالات، وبذلك يتقرب من المواطن عن طريق تلك اللفظة
العامية التي كانت لها السلطة والطاقة التعبيرية لإيصال
الفكرة وتحقيق الهدف المراد تحقيقه هذا ما مكنها وأعطاهما
صدى نفسي.

وبهذا نلمس الدقة في اختيار الشعار أي هناك اختيار
للمفردات التي لها وقع في النفوس وذات دلالة هذا ما
يكسبها سلطة تعبيرية على حساب مفردات اللغة الفصحى¹.
وإذا أخذنا كمثال آخر مفردة "الحيطيس" هذه المفردة
مأخوذة من العامية التي تعبر عن مشاكل الشباب الاجتماعية
والمتمثلة أساساً في البطالة.
فكلمة "حيطيس" لها علاقة باللغة الفصحى وباللغة الفرنسية
من حيث التركيب (Ist) مثلاً (artiste)، فهي مأخوذة من
الحائط، وهذا ما يعني أن الشباب أصبح يقضي معظم وقته
بجانب الجدار، وهذا عائد لسبب البطالة، وقلّة المراكز
التكوينية، فالمفردة اللهجية "الحيطيس" لها وقع نفسي على
المتلقي أي أن الشباب أو الفرد في المجتمع بصفة عامة يرى
أن الكلمة جامعة لمشاكله، وتوافق إحساسه عوض التعبير
عما يجول بخاطره في فقرات باللغة الفصحى.

¹ الدكتور أنس فريحة: "اللهجات وأسلوب دراستها". مرجع سابق.

خامسا: البعد الأخلاقي:

أهم المميزات التي تميز الإنسان عن غيره من الكائنات الحية أنه ذو سلوك خلقي، ولذلك قيل عنه أنه كائن خلقي، فهو تعيش سلوك خلقي محدد. تضبطه العادات والأعراف والتقاليد التي يضعها مجتمعه.

وبالرغم من اختلاف القيم في المجتمعات الإنسانية بسبب اختلاف الثقافات والمعتقدات، فإن العمق الفطري ميال للحيز.

وقبل التطرق إلى الأبعاد الخلقية للشعار، فلا بد من التطرق إلى مفهوم الأخلاق، الذي لا نجد أنه يعني العادات والتقاليد، والأعراف، والطرق المتبعة للجماعات، والسلوك الخلقي، هو السلوك الذي يتماشى مع قواعد الاختلاف التي تحددها الجماعة، كما أن المبادئ أو المفاهيم الخلقية هي قواعد السلوك التي يكون قد تعود عليها أفراد الجماعة بما يتعين معه أنماط السلوك المتوقع من كل فرد من أفرادها.

فهنالك رابط بين القواعد الخلقية والتعاليم الدينية بشكل
جلي في المجتمع الجزائري، وقد انعكس ذلك في الشعارات
السياسية المستعملة خلال الحملات الانتخابية، ومن أبرز
الشواهد الدالة على هذا التلاحم نجد بعض الشعارات
المستعملة خلال مرحلة التعددية الحزبية مثل: "لا نريد إلا
الإصلاح" - "جزائر العزة والكرامة" - "الأيادي النظيفة" - "محاربة
الرشوة" - "السلم هو الحل".
فلهذه الشعارات السياسية بعد أخلاقي، فكلها تهدف إلى
تحسين سلوك الفرد في المجتمع، وتهذيبه باستعمال مفردات
لغوية لها صدى نفسي، والملاحظ أن بعض الشعارات
مستمدة من القرآن الكريم، والسنة النبوية الشريفة، فمثلاً
الشعار السياسي: "أن نريد إلا الإصلاح" فهو شعار مستمد من
القرآن الكريم، وهو عبارة عن آية قرآنية¹.
فالشعار السياسي انعكاس طبيعي لحياة الإنسان اليومية
بحيزها، وشرها حلوها ومرها، إلا أن الشعار وهو يعكس

¹ سورة هود، الآية 87.

هذه الحياة لا يرددها كالبيغاء دون هدف واضح، أو سياسة مقصودة، ولكنه يهدف أولاً من استعراض الخير والشر إلى دفع الإنسان للاتجاه إلى الخير، ويحذره من الاتجاه إلى الشر مستخدماً عدة وسائل منها المفردات اللفظية المتداولة في الوسط الاجتماعي والتي تعكس واقع المواطن، والكشف والتعديّة والاستنكار بما أنه شعار سياسي. فهو يدفع إلى الخير، ويتوسل بالنصيحة المباشرة وغير المباشرة. فإذا أخذنا مثلاً الشعار السياسي "محاربة الرشوة"، فلهذا الشعار بعد أخلاقي يهدف إلى تنحية وإزالة هذه الظاهرة، الرشوة، الدخيلة على مجتمعنا والرشوة فعل منبوذ، وحرام في التعاليم الإسلامية، فالشعار هذا يهدف إلى تربية وإشعار المواطن بخطورة هذه الظاهرة، التي أصبح يلجأ إليها المواطنون لقضاء مصالحهم، والكلمة هذه لها مرادفها في العامية الجزائرية وهي "البذرة"، وهي مفردة مأخوذة من كلمة فصيحة وهي "البذرة".

كما نجد هناك بعض الشعارات السياسية المعبرة عن القيم

الأخلاقية وهذا دليل على مدى الاعتبار الكبير الذي يوليه

أفراد المجتمع لهذا الجانب الخلقى، ونذكر مما قيل في هذا

المجال ما يلي:

"جزائر العزة والكرامة". "محاربة الرشوة والمحسوبية". "تبذ

العنف بكل أنواعه". "نعم لجزائر التضامن".

فالملاحظ من خلال هذه الشعارات السياسية أنها تدعوا

المواطن إلى التحلي والتخلق بالأخلاق الحسنة، وتدعوا أيضاً

إلى قيم الشمل وحثه على التعاون من أجل بناء الوطن.

فمفردة العزة والكرامة شاع استعمالها في الشعارات

السياسية المستعملة في الحملات الانتخابية، وذلك لتبيان

قيمة هاتين الصفتين لدى المواطن الجزائري، وهي دعوة

واضحة إلى اجتناب الاقتراض من الغير، لأن الدين مهما كان

ضئيلاً يجعل وجه الإنسان مصفراً من الذل والهوان ويمسه

في كرامته.

وهذه الشعارات السياسية تعتبر كحافز للعمل واجتتاب الاتكال
على الغير قصد العيش في عزة وكرامة.

أما إذا أخذنا الشعار السياسي "الشوراقراطية" المستعمل
خلال الحملات الانتخابية سواء البلدية أو الرئاسية، مؤلف

من كلمتين وهما الشورى والديمقراطية، فمفردة

الشوراقراطية كلمة صنعتها الظروف الاجتماعية وشاع

استعمالها بسرعة فهذه دعوة واضحة إلى نهج الحكم

الإسلامية أو الحكم الشوري، ولكن بطريقة حديثة

وديموقراطية، أي على الحكام أن يشاوروا الشعب في معالجة

أموره وذلك عبر مناقشات مفتوحة متعددة الأطراف

والأطراف، وذلك حتى لا يصبح الحكم حكراً على طبقة

سياسية معينة.

فالمفردة لا وجود لها في قاموس اللغة الفصحى، ولكن

أدخلتها الظروف الاجتماعية الجديدة التي طرأت على

المجتمع خلال فترة زمنية معينة، فكانت أصدق تعبيراً، ربما

من بعض مفردات اللغة الفصحى، وذلك نظراً لقصرها وإيجازها وحملها لعدة دلالات.

ثم إذا أخذنا الشعار السياسي: "أن نريد إلا الإصلاح" فهو شعار استعمله حزب النهضة، فهو حزب ذو منهج إسلامي، لذلك نراه يختار شعاراته ويستمدّها من الأحاديث النبوية والقرآن، فالشعار عبارة عن آية قرآنية من سورة هود، فهو دعوة إلى التحلي بالأخلاق الفاضلة، وإصلاح الأنفس والعمل على نبذ الخلاف وكل ما من شأنه أن يعيد إلى الجزائر سلمها، الذي أصبح حلم كل الشعب، فالإصلاح الأفراد والحكام والمجتمع بكامله.

الخاتمة

سعيًا في هذا البحث إلى محاولة الوقوف عند بعض الشعارات السياسية والثقافية والاجتماعية، وهو بحث يسعى أساسًا إلى صبر غور خصيصًا هذه الشعارات التي كانت في ميس الحاجة إلى البحث والتنقيب والإخضاع لضوابط البحث العلمي اللهجي.

ولقد أدركنا الخطورة والصعوبة من أن فكرنا في اختيار هذا البحث الذي يتطلب صبرًا وأناة كبيرين، كونه يحتاج إلى الاستقراء والجمع والتنقل إلى مقرات الأحزاب السياسية، ثم البحث والنبش في المفردات اللهجية المستعملة في تلك الشعارات التي تنوعت وتعدد مشاربها.

لقد شكّل الشعار أحد الروافد الثقافية في أي منظومة، فالتغير الاجتماعي في مجتمع من المجتمعات يتبعه تغير لغوي، هذا يعني أن كل ظاهرة اجتماعية تحدث في المجتمع يتبعها تغير في الشكل اللغوي المستعمل من قبل أفراد المجتمع وبذلك

شكلت الشعارات بخصوصياتها مجالا خصبا للدراسة العلمية اللسانية وفي شقها اللهجي.

إن مرحلة التعددية الحزبية التي شهدتها الجزائر إبتداءا من سنة 1988 أدى إلى ظهور أحزاب سياسية فتنوعت بذلك الخطابات والشعارات وأصبح لكل حزب شعاراته الخاصة ومفرداته التي تعبر عن أهدافه وتوجهاته بالإضافة إلى إيدولوجية كل حزب.

لقد قادتنا الدراسة اللسانية للشعارات السياسية والثقافية والاجتماعية إلى الوقوف عند الشعارات الشفوية التي برزت وكان أفراد المجتمع يصدرونها للتعبير عن واقعهم الاجتماعي المعيش حيث كانوا يستعملون مفردات دارجة لهجية مشتقات من الواقع الاجتماعي كمفردة الحقرة، بن عميس، البزرة، البقشيش، البيسطن، فكان بذلك الطرح واقعا هذا يعني أن الخطابات والشعارات المستعملة كانت تعكس ذلك الواقع الاجتماعي في حين أن خطابات وشعارات مرحلة الحزب الواحد كان طرحها مثاليا تعبر عن إيدولوجية الدولة.

من جملة النتائج الأخرى أن الشعارات كانت تعتمد على الإيجاز والسجع والمباشرة فهذه الصفات البلاغية تساعد متلقي الشعار على حفظه وإرساخه في ذاكرته واسترجاعه بسهولة لأن السجع يحفر الجمل في ذاكرة المرسل إليه كما أنه يضيف على الشعار طابعا موسيقيا.

إن للشعارات أبعادا تعبيرية منها اجتماعية وأخرى إيديولوجية، فرغم قصرها وإيجازها إلا أن لها انعكاس طبيعي لحياة الإنسان اليومية وتهدف إلى تحسين سلوك الفرد في المجتمع باستعمال شعارات هي عبارة عن آيات قرآنية أو أحاديث نبوية تهدف أيضا إلى العمل من أجل الإصلاح وبناء الوطن.

كما كانت الشعارات تدرج في الخطابات السياسية واللهجية ويكرر استعمالها وتسربت إلى تلك الخطابات ألفاظ دخيلة متعددة بين الفرنسية و اللهجية، وهذا بفعل ظروف متعددة، منها عامل التأثير والتأثر، ومنها عامل الاستعمار وغيرها وهي ظاهرة لا تخلص منها أي لغة فكيف الحال باللهجة ؟

وفي اتجاه آخر حافظت بعض الشعارات اللهجية على الكثير من المفردات الفصحى والتي تضرب عميقا في غور العربية، وتطلب الكشف عنها في بعض الأحيان إلى نبش بطون المعاجم العربية لنؤكد أصالتها، وهذا ما يعزز الحكم الذي اشرنا إليه سلفا وهو أن الشعارات اللهجية ليست انحطاطا لغويا

(Linguistic Degeneration) وأن العامية الجزائرية خرجت من رحم العربية الفصحى.

وما يمكن الإشارة والتنبيه إليه ونحن نختم بحثنا هذا أن ثمة قضايا لهجية كثيرة ما زالت بحاجة إلى الدراسة والتنقيب، وإذا كنا قد تناولنا في بحثنا هذا بعض الجوانب في الشعارات، فإن جوانب أخرى إذا ما أخضعت للدراسة والبحث العلمي، فإنها ستكشف ظواهر لغوية مهمة للباحثين في حقل اللسانيات واللهجات بصفة عامة.

وأملنا أن يكون هذا البحث منطلقا يقف منه المراجع والباحث على بعض خصائص الشعارات وما يشوبها من

قضايا لسانية متنوعة يمكن أن تفتح الباب للدراسات أكاديمية

وعلمية أخرى تنير مسالك العلم والمعرفة.

والحمد لله نهاية لا تزال تبدأ، وبدءاً لا ينتهي

- ❖ البَيْسَطَنُ.
- ❖ الْجَزَائِرُ .. وَأَهْلُ الْجَزَائِرِ .. أَوْلَى وَثَانِيَا وَثَالِثَا.
- ❖ الْجَزَائِرُ .. نَحْوَ مُسْتَقْبَلِ أَفْضَلِ.
- ❖ الْجَزَائِرُ أَعْطَيْنَاكَ عَهْدًا.
- ❖ الْجَزَائِرُ حَرَّرَهَا الْجَيْشُ وَيَبْنِيهَا الْجَمِيعُ.
- ❖ التَّعَاوُنُ .. الإِخْلَاصُ .. الإِنْتِمَاءُ لِلْوَطَنِ.
- ❖ التَّغْيِيرُ.
- ❖ التَّغْيِيرُ الْهَادِفُ.
- ❖ التَّغْيِيرُ .. التَّغْيِيرُ ضِدَّ الرَّشْوَةِ وَالتَّرْوِيرِ.
- ❖ السِّلْمُ هُوَ الْحَلُّ.
- ❖ الشَّبَابُ هُوَ الْإِسْتِثْمَارُ الْوَحِيدُ الَّذِي يَمْلِكُهُ الْمُجْتَمَعُ الْجَزَائِرِي.
- ❖ الشُّورَاقِرَاطِيَّةُ.
- ❖ الْعَدْلُ وَالْمُسَاوَاةُ.
- ❖ الْعَمَلُ الْمُتَوَاصِلُ لِخِدْمَةِ الْمَوْطِنِينَ.
- ❖ الْعَمَلُ وَالصَّرَامَةُ لِضَمَانِ الْمُسْتَقْبَلِ.
- ❖ الْمَجْدُ وَالْخُلُودُ لِشُهَدَائِنَا الْأَبْرَارِ.
- ❖ النِّفْطُ وَالْبِتْرُولُ .. لِشَعْبِ الْجَزَائِرِ فَقَطْ.

- ❖ الْوَلَاءُ وَالْعَطَاءُ وَالْوَفَاءُ.. لِلْوَطَنِ.
- ❖ الْوَلَاءُ لِلْوَطَنِ .. وَحُدَّةُ الْعَقِيدَةِ.
- ❖ الْيَدُ فِي الْيَدِ لِإِعْمَارِ جَزَائِرِ الْغَدِّ.
- ❖ الْيَدُ فِي الْيَدِ لِبِنَاءِ جَزَائِرِ الْغَدِّ.
- ❖ تَعْدِيلُ الدِّسْتُورِ.. تَطْبِيقُ الشَّرِيعَةِ الْإِسْلَامِيَّةِ.
- ❖ تَنْقِيحُ الدِّسْتُورِ.. زِيَادَةُ الْحُرِّيَّاتِ.
- ❖ جَزَائِرُ الْعِزَّةِ وَالْكَرَامَةِ.
- ❖ خَيْرَاتُ الْجَزَائِرِ.. لِأَهْلِ الْجَزَائِرِ.
- ❖ قُوَّةُ التَّغْيِيرِ.
- ❖ لَا .. لِإِعْرَاقِ الْبِلَادِ فِي الدُّيُونِ.
- ❖ لَا لِلْحُقْرَةِ.
- ❖ لَا لِلْبِيرُوقْرَاطِيَّةِ.
- ❖ لَا لِلتَّهْمِيشِ.
- ❖ لَا لِلرَّشْوَةِ.
- ❖ لِنَعْرِسِ الْحُبِّ وَالتَّعَاوُنِ فِي نَفْسِنَا لِخِدْمَةِ الْوَطَنِ.
- ❖ مَصْلَحَةُ الْجَزَائِرِ .. فَوْقَ كُلِّ إِعْتِبَارٍ.
- ❖ مِنْ أَجْلِ الْجَزَائِرِ.. الْحُلْمُ وَالتَّارِيخُ.

❖ مِنْ أَجْلِ حَيَاةٍ أَفْضَلٍ.

❖ مِنْ أَجْلِ غَدٍ أَفْضَلٍ.

❖ مِنْ أَجْلِكَ يَا وَطَنِي.

❖ مِنْ الشَّعْبِ وَإِلَى الشَّعْبِ.

❖ هَدَفْنَا.. تَتَقِيحُ الدَّسْتُورُ.

مكتبة البحث

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر

القران الكريم برواية ورش.

1- إبراهيم أنيس, عطية الصوالحي, عبد الحليم منتصر, محمد

خلف الله احمد, المعجم الوسيط, الطبعة الثانية, مطابع دار

المعارف.مصر

2- ابن جني ابن الفتح عثمان الخصائص. الجزء 01

القاهرة 1913.

3 - ابن منظور الإفريقي " لسان العرب " دار صادر للطباعة

والنشر ط1 بيروت.

4- الجاحظ: البيان والتبيين ج (1).

5- السيوطي عبد الرحمان جلال. المزهري في علوم اللغة

وأنواعها

6 - المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت

7- محمد مرتضى الزبيدي جواهر القاموس ، الطبعة

الأولى، المطبعة الخيرية، 1306هـ، ج.2

8- معجم متن اللغة، لأحمد رضا، دار مكتبة الحياة، بيروت

لبنان، 1377هـ، 1958.

9- يحيى بن حمزة بن علي بن إبراهيم العلوي اليمني،

الطراز المتضمن لأسرار البلاغة وعلوم حقائق الإعجاز، ج.2،

دار الكتب العلمية، بيروت لبنان.

ثانياً: المراجع

1- باللغة العربية:

- 10- ابراهيم أنيس (د) ، في اللهجات العربية، الطبعة التاسعة، مكتبة الأنجلو المصرية 1995.
- 11- احسان محمد حسن (د)، علم الاجتماع السياسي، كلية الآداب بجامعة بغداد.
- 12- أحمد محمد المعتوق، "نظرية اللغة الثالثة"، دراسة في قضية اللغة العربية الوسطى، المركز الثقافي العربي.
- 13- أحمد يوسف، تحليل الخطاب من اللسانيات إلى السيميائيات ،بحث مأخوذ من موقع الانترنت.
- 14- البخاري حمادة - ابن خلدون - (الموسوعة التاريخية للشباب) - المؤسسة الوطنية للفنون المطبعة وحدة الرعاية بدون طبعة السنة 1985.
- 15- الحسن إحسان محمد، دراسات في علم الاجتماع السياسي- دار الجامعات المصرية الإسكندرية 1977.

16- الحسن إحسان محمد, طبيعة السلوك السياسي في

المجتمع. كلية الآداب جامعة بغداد العدد 10.

17- الخطاب في اللسانيات، نقلًا عن الدكتور عبد الله

ابراهيم، بحث مأخوذ من موقع الانترنت.

18- الزواوي بوغورة, مفهوم الخطاب في فلسفة ميشال

فوكو، المجلس الأعلى للثقافة القاهرة، 2000م.

19- أنيس فريحة, اللهجات وأسلوب دراستها، دار الجيل،

بيروت.

20- تحليل الخطاب الروائي (الزمن – السرد –

التبئير)، سعيد يقطين، المركز الثقافي العربي الطبعة الرابعة

، 2004، المغرب.

21- جميل عبد المجيد, مقدمة في شعرية الإعلان، دار قباء

للطباعة والنشر، الطبعة الأولى 2001.

22- جيهان رشتي, الدعاية واستخدام الراديو في الحرب

النفسية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985.

23- حلمي خليل، دراسات في اللسانيات التطبيقية، دار

المعرفة الجامعية، د.ط، 1420هـ - 2000م.

24- خليل أحمد خليل مبني الأسطورة دار الحداثة، بيروت

1979.

25- خليل صابات، الإعلان، تاريخه، أسسه وقواعده و فنونه

القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1994.

26- دراسة حول المعنى وظلال المعنى، وصف اللغة العربية

دلاليًا في ضوء مفهوم الدلالة المركزية، ليبيا منشورات

جامعة الفاتح، 1993.

27- راوي صلاح "فقه اللغة وخصائص العربية وطرائق

تدريسها.

28- رياض القاسم، اتجاهات البحث اللغوي الحديث في

العالم العربي، الطبعة الأولى، مؤسسة نوفل - بيروت، لبنان

، 1982 دار العودة، بيروت.

29- سامية محمد جابر (د)، الاتصال الجماهيري والمجتمع

الحديث، بدون طبعة.

30- سليمان الخطيب، أسس مفهوم الحضارة في الإسلام،

ديوان المطبوعات الجامعية الساحة المركزية بن عكنون

الجزائر: 1990.

31- سليمان عشراتي، الخطاب السياسي والخطاب

الإعلامي في الجزائر، مدارس لسيمونتيك القول والفعل

والحال، دار الغرب للنشر والتوزيع، د.ط، د.ت.

32- سميح عاطف الزين، قصص الأنبياء في القرآن الكريم

المختارة.

33- صالح أحمد محمد، أهمية اللغات في العالم. 1996.

34- صالح أبو أصبع، قضايا إعلامية سياسية، دار مجدلاوي

للنشر و التوزيع، عمان - الأردن، الطبعة الثانية، 2005 .

35- صالح أبو أصبع، الاتصال و الإعلام في المجتمعات

المعاصرة. الطبعة الخامسة. دار مجدلاوي للنشر والتوزيع،

الأردن 2007.

36- صالح أبو أصبع, ثقافة الصورة في الإعلام و

الاتصال, مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر, كلية الآداب

والفنون. جامعة فيلادلفيا, الأردن. 2008.

37- صفوت العالم, الشعارات والرموز الانتخابية, دراسات

في الإعلام السياسي, الطبعة الأولى, دار الطباعات

للجامعات, دار السلام, الهادي.

38- عادل الأشول, محاضرات في المدخل إلى العلوم

السلوكية, جامعة عين شمس, كلية المركبة 1997.

39- عامر ولد ساعد سعود, المشاركة منهج دعوي و

مدرسة سياسية, الزيتونة للإعلام والنشر, باتنة-

الجزائر, الطبعة الأولى. 2003.

40- عايدة خطاب, عايدة نخلة, زهير ثابت, العلوم

السلوكية, القاهرة, دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع,

2000.

41- عبد الجليل مرتاض دراسات سانتكسية للهجات العربية

القديمة, رسالة

دكتوراه في اللسانيات غير منشورة، جامعة، 1994 تلمسان

42- عبد السلام المسدي، الأسلوب والأسلوبية، نحو بديل

السني في نقد الأدب، ليبيا، تونس.

43- عبد العزيز المقالح، الأبعاد الموضوعية و الفنية لحركة

الشعر المعاصر في اليمن، الطبعة الثانية 1984

44- عبد العزيز عتيق، علم البديع، دار النهضة العربية

للطباعة والنشر، 1980.

45 - عبد الغفار حامد هلال، علم اللغة بين القديم والحديث،

مطبعة الجبلأوي، شبرا، الطبعة الثانية، 1406هـ. 1986.

46- عبد القادر عبد الجليل، دراسة صوتية وصرفية في

لهجة الإقليم الشمالي، الطبعة الثانية .

47- عبد اللطيف خليفة، عبد المنعم شحاتة، سيكولوجية

الاتجاهات: المفهوم، القياس، التغيير، دار غريب. 1998.

48- عبد الله إبراهيم، الخطاب في اللسانيات، بحث مأخوذ من موقع الانترنت.

49- عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة و بروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، الطبعة الاولى، الدار البيضاء، المغرب 2004.

50- عبد الرحمن المسعودي، النقد الاجتماعي اللغوي و الثقافية في الوطن العربي، منشورات علاء للطبع والتوزيع، القاهرة، ط 01، 2003.

51- علي أهم المطلبي، لهجات أم لغات؟، دار غريب للترجمة والنشر والتوزيع: الإسكندرية، ط 02، 1999.

52- عبده الراجحي، فقه اللغة في الكتب العربية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1979.

53- عبد المالك مرتاض، التعددية اللغوية فتح جديد لتمزيق الهوية الوطنية، معهد اللغة والأدب العربي، تلمسان 1414هـ 1994.

54- عبد المنعم عبد العال, طرق تدريس اللغة العربية,

مكتب غريب للطباعة.

55- عبد المنعم نافع, أساليب التحليل الأدبي, بحث مأخوذ

من شبكة الانترنت.

56- عبد الواحد وافي, علم اللغة , مطبعة نهضة

مصر، 1382هـ - 1962.

57- علي بن شويل القرني, الخطاب الإعلامي العربي، مقال

ضمن مجلة المصرية لبحوث الإعلام جامعة القاهرة كلية

الإعلام، العدد 1، جانفي 1997.

58- علي عبد الواحد وافي , فقه اللغة , نهضة مصر

للطباعة والنشر و التوزيع

59- عمر حساخير الدين، أصول بحوث التشويق، القاهرة،

مكتبة عين شمس، 2003.

60- غالب سعيد البكاري, الواقع السوسيوولوجي للتعددية

السياسية في اليمن - المكتب الجامعي الحديث - الزرابعة

الإسكندرية 2006.

61- غريب اسكندر، مدخل إلى الخطاب، بحث مأخوذ من شبكة الإنترنت.

62- محفوظ نحناح , الجزائر المنشورة, دار النبأ, الطبعة الأولى 1999.

63- محمد العبد، اللغة المكتوبة واللغة المنطوقة بحث في النظرية، دار الفكر للدراسات والنشر والتوزيع الطبعة الأولى, 1990.

64- محمد بن عبد الله التازي، لغويات، دار خالد بن الوليد للنشر والطباعة: دمشق، د.ت، د. ط.

65- محمد الماكري, مدخل لتحليل ظاهراتي الشكل والخطاب، الطبعة الأولى، بيروت ،المركز الثقافي العربي،.1991

66- محمد سليم السيد, تحليل الخطاب الناصري، دراسة العقائد والسياسة الخارجية، مركز الوحدة العربية، ط1، 1985.

67- محمد خطابي، لسانيات النص مدخل إلى انسجام

الخطاب؛ المركز الثقافي العربي، بيروت، الطبعة

الأولى، 1991.

68- محمود عوده، وسائل الاتصال والتغيير الاجتماعي، دار

المعرفة القاهرة. 1998.

69- محمود فهمي حجازي، مدخل إلى علم اللغة، المجالات

والاتجاهات، الدار المصرية السعودية، ط4، 2006م.

70- مصطفى ناصف، اللغة والتفسير والتواصل، عالم

المعرفة، الكويت، العدد 195، 1990.

71- معروف نايف محمود، خصائص العربية وطرق

تدريسها. 1998.

72- نادية العارف، الإعلان والأسس العلمية، الإدارة

والتطبيق وبناء المهارات، الإسكندرية، الدار الجامعية،

1999.

73- نبيل النحار، الإعلان والمهارات الطبيعية، القاهرة،

مكتبة عين شمس، 1995.

74- وصف اللغة العربية دلاليًا في ضوء مفهوم الدلالة

المركزية، دراسة حول المعنى وظلال المعنى، ليبيا منشورات

جامعة الفاتح، 1993.

75- يسري خصر إسماعيل، الأصول العلمية للشعار،

القاهرة دار النهضة.

2- المترجمة

76- المعرفة والسلطة، ميشال فوكو، ترجمة، عبد العزيز

العيادي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر

والتوزيع، لبنان، الطبعة الأولى، 1414، م. 1994

77 - النموذج الجيسكاري لنهاية خطاب الاختيار في فرنسا،

جين آدم، ترجمة، ثامر الغزي، مقال ضمن مجلة نوافذ النادي

الأدبي الثقافي العدد 21 سبتمبر 2000..

78- جوزيف فندريس، اللغة، ترجمة عبد الحميد الدواخلي

ومحمد قصاص، مكتبة الأنجلو المصرية مطبعة لجان البيان

العربي 1950.

79- جين آدم، ترجمة ثامر الغزي، النموذج الجيسكاري

لنهاية خطاب الاختيار في فرنسا، مقال ضمن مجلة نوافذ

النادي الأدبي الثقافي العدد 21 سبتمبر 2000.

80- ديان مكدونيل، ترجمة عز الدين إسماعيل، مقدمة في

نظرية الخطاب، المكتبة الأكاديمية القاهرة، 2001.

81- فيرنارترو، الإعلام، ترجمة محمد الغندور، بيروت،
المنشورات العربية.

82- لونيس لوهين، لورانس مانيون، مناهج البحث في
العلوم الاجتماعية والتربوية، ترجمة كوثر حسين وليم
تاضروس، سعد مرسي، القاهرة: مكتبة عين شمس.

83- مصطلحات المفاتيح في اللسانيات، ماري نوال غاري
بريور، ترجمة عبد القادر فهمم الشيباني، سيدي بلعباس
،الجزائر. 2007.

84- مقدمة في نظرية الخطاب، ديان مكدونيل، ترجمة عز
الدين إسماعيل، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001.

3-باللغة الأجنبية

85-Abdelkader Abdeljalil « phonological and morphological study of northern region. second edition.

86-Anderson R. E X johson: Technical wording in advertising: implications for markets segmentation. Journal of marketing.

87-Bernard Berelan, communication and public opinion in mass communication,2nd edition, Chicago,1975.

88 - Cambridge advanced dictionary. Second édition. London.

89-Charles Ahsin, instrumental utilities and information seeking, sage publications, 1983.

90- Charles. Young , Michael Robinson, visual connectedness and persuasion,

journal of advertising research. Vol. 32. N°2,
March/ April 1992

91- Christian. M. Derbaix, the impact of
effective

reactions on attitudes toward the
advertisement and the brand.

92-David crystal: A Dictionary of linguistics
and phonetic terms.

93- DISCOURSE ANALYSIS : MICHAEL

Stubbs OXFORD basil black well First
edition 1980.

94- Doris grabber: "Media and power in
politics", second edition.

95-Geoffrey finch ,how to study
linguistics ;second edition, great Britain
2003.

96-George N. Gordon, the communication
revolution. A history of man media in the
united states (new York: Hasting house
1982-89-

- 97-Michael Swan. Practical English usage, oxford university press.2002
- 98-Joseph Klapper, the effects of mass communication , new york free press. 1990
- 99- Lang. A. 200. The Limited capacity model of mediated
- 100-Paul kechseketemeti, propaganda in Handbook of communication ,Chicago college publishing,1979.
- 101- Peter Trudgill; introduction to language and society , fourth edition, penguin books.
- 102-Pendleton Herring, value of public opinion as a social myth in voice of the people, new York, 1987.
- 103-Richard Fagen, politics and communication, Canada, meaf company.
- 104-Saville, Marriel, the ethnography of communication cambridge.U.S.A. Basil Blackwell 3 rd edition.
- 105-Mondles Kohn, some reasons why information campaigns can succeed, new York, Hastings House.

106-Wilbur Schraman and William Porter,
Men, Women, Ménage and Media. First
edition. 2004.

107-W. Phillipa Davison, Political
Communication as an Instrument of Foreign
Policy.

108-Dictionary of English, Cambridge
University Press, 102 Cambridge. 1995

109-Dictionary of Language and Linguistics,
R. K. Hartman & Festorck. Applied Science
Publishers, LTD, London 1973.

110-Longman Dictionary of Applied
Linguistics, Jack Richards, John Platt, Heidi
Webber, Longman, London.

111- C. Kebut. Orecchioni: «le discours
politique» 2ème édition.

112 -Sociologie de la politique, Presses
Universitaires de France, 2ème édition. 1973.

ثالثا- الدوريات والمقالات ومواقع الإنترنت

113- www.ABDULAH-

IBRAHIM.COM.HTM.P1

114-

www.elaph.com/ElaphWeb/ElaphLiterature

/2006 115 -www.nizw.com/volume

cotent.htm.

116-www.azaheer.com/vb/showthread.php

117-www.azaheer.com/vb/showthread.php

- جريدة صوت الغرب، العدد 442، يوم 07 فيفري

.2004 118

الفهرس العام للبحث

إهداء

شكر وتقدير

مقدمة

أ.ك

المدخل: حول اللغة واللهجة

- أولا - مدخل إلى علم الاجتماع اللغوي 03
ثانيا - دور اللغة القومي..... 15
ثالثا - وظائفها في حياة الفرد والمجتمع..... 18
1 - اللهجة و اشتقاقها..... 23
2- اللهجة في الاصطلاح..... 25
3- صفات اللهجة..... 28
رابعا - نظرة العلماء إلى اللهجات قديماً وحديثاً..... 29
خامسا - الفرق بين اللغة واللهجة والعلاقة بينهما..... 45

الفصل الأول: الشعار ووسائل الإعلام

- أولا - تعريف مصطلح الشعار..... 48
1- تعريف الشعار السياسي..... 49
2- تعريف الشعار الثقافي..... 54
3- تعريف الشعار الديني..... 58
ثانيا - وسائل الإعلام والاتصال لإقناعي..... 66
1- الوسائل المكانية
2- الوسائل الزمنية
3- الوسائل المكانية الزمنية
ثالثا- وسائل الإعلام الجماهيرية مع إشارة خاصة للتلفزيون..... 70
رابعا -الشعار كشكل من أشكال الاتصال الإقناعي..... 78

الفصل الثاني: الشعار و الثقافة السياسية

- أولا - أهمية الشعار السياسي لدى الأحزاب السياسية..... 81
ثانيا - المفهوم العلمي للأحزاب السياسية..... 84
ثالثا - وظائف الأحزاب السياسية..... 85
رابعا - الشعار و الثقافة السياسية في الجزائر..... 107

الفصل الثالث: مضامين الشعار

- أولا- التصنيف المعجمي..... 125
ثانيا- التحليل..... 128
1- تحليل الشعارات في التصنيف ب.

-
- 2- الشعارات الدالة على الحقوق.
3- الشعارات الدالة على الواجبات.
ثالثا- دراسة وتحليل التصنيف المعجمي للشعارات.....138
رابعا- الخطاب والخطاب الّهجي، قراءة في المصطلحات والمضامين.....141

الفصل الرابع: الأبعاد التعبيرية للشعار

- أولا - البعد الاجتماعي.....203
ثانيا - البعد الفكري و الادبولوجي.....214
ثالثا - البعد السياسي الوطني.....221
رابعا - البعد النفسي230
خامسا- البعد الأخلاقي.....237

الخاتمة.....243

ملحق الشعارات.....248

قائمة المصادر والمراجع.....266

الفهرس العام للبحث270

تعدّ الشعارات أحد الروافد الثقافية في أي منظومة سياسية أو ثقافية في وطن من الأوطان أو عند شعب من شعوب وهي ذات أهمية كبيرة لمعرفة الاتجاه الفكري والثقافي والسياسي. ويتناول هذا البحث بالدراسة والتحليل الشعار السياسي والثقافي والاجتماعي في الثقافة الجزائرية ويحاول أن يدرسها دراسة لغوية اجتماعية ذلك أنّ ظاهرة الشعار في بلادنا تنوعت وتعددت مشاربها خاصة في العشرين سنة الأخيرة بسبب التغيرات الطارئة على الحياة السياسية في الجزائر حيث نشوء الأحزاب وتعددتها وذلك قد أثرى المجالات المختلفة سياسية كانت أو فكرية أو لغوية فأثرت بذلك الشعارات القاموس اللغوي..

الشعارات-التواصل-الثقافة-سوسيو لغوية الشعار-ابعاد الشعارات:- الكلمات المفتاح

les slogans sont considérés comme parmi des affluents culturels dans n'importe quel organisation politique ou culturelle de n'importe quel patrie ou chez n'importe quel peuple et sont d'une grande importance quand il s'agit de connaître l'orientation idéologique, culturelle et politique.

L'objectif de cette recherche porte sur l'étude et l'analyse du slogan politique, culturel et social dans la culture algérienne et tente une étude sociolinguistique. Ceci parce que les sources du phénomène du slogan dans notre pays se sont diversifiées et multipliées en particulier au cours des vingt dernières années en raison du changement dans la vie politique en Algérie au niveau de l'émergence des partis politiques et leurs multiplications et cela a enrichi les différents domaines que se soit politiques, idéologiques ou linguistiques ce qui a induit l'enrichissement du dictionnaire par les slogans.

** Mots clés: slogan - Culture - Sociolinguistique du slogan - les dimensions des slogans - la communication*

the slogans are regarded as among the cultural tributaries in any political or cultural organization of any country and any people and they are very important when it comes to know the ideological, cultural and political orientation.

The objective of this research focuses on the study and analysis of political, cultural and social slogan in the Algerian culture and attempts a sociolinguistic study.

This is because the sources of the phenomenon of the slogan in our country have diversified and multiplied in particular over the last twenty years due to the change in the political life in Algeria at the level of the emergence of political parties and their multiplication and this has enriched the various fields whether political, ideological or linguistic which has led to the enrichment of the dictionary by slogans.

**Key words: culture- sociolinguistic of the slogan- dimensions of slogans- communication.*

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابو بكر بلقايد

كلية الآداب والعلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم الثقافة الشعبية

أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علم اللهجات

الشعار السياسي والثقافي و الاجتماعي في الثقافة الجزائرية

دراسة سوسيو لغوية

إشراف:

إعداد الطالب الباحث:

الأستاذ الدكتور سعيد محمد

محي الدين رشيد

فلقد كانت اللّغة وما تزال السبيل الأول في عملية التفكير

والتواصل، والشغل الشاغل الذي يورق بالباحثين المفكرين، الذين

راحوا على مر العصور يدرسونها ويسبرون أغوارها، فبدؤوا

بدراسة أصواتها ومقاطعها وكلماتها، لينتقلوا إلى تحليل جملها،

معرضين على مفرداتها وما تحمله من دلالات متنوعة، وهذا كله نابع

من إدراكهم قيمة اللّغة في حياة الإنسان.

حرصهم المتواصل على كشف أسرار اللّغة، دفع إلى تطور

الدراسات اللّغوية واللّهجية أملا في فهم الظواهر اللّغوية وما

يعتريها من تغير وتبدل.

وإلى جانب هذا الحرص في الدراسة وما يمكن أن يقدم من خدمات

جليلة للدراسات اللّغوية والاجتماعية والأنثروبولوجية، أدرك علماء

اللّغة أيضا الصعوبة والخطورة الناجمة عن مثل هذه الدراسات،

فالبحت اللّهجي في أساسه بحث ميداني يتطلب جهدا في جمع

الأشّات اللّغوية أولاً، ثمّ الكشف عنها وفهم أسباب وعلل وقوانين
تغيّرها ثانياً.

تأسيساً على ما سبق، وبحكم التخصص العلمي في موضوع
اللّهجات، رأينا أن نصرف جهودنا صوب الشعارات السياسية
والثقافية والاجتماعية في الجزائر، فعمدنا إلى تدارسها والبحث فيما
عرض لها من ظواهر تركيبية ودلالية.

هذا لأنّ الشعارات تعدّ أحد الروافد الثقافية في أي منظومة
سياسية أو ثقافية في وطن من الأوطان أو عند شعب من شعوب
وهي ذات أهمية كبيرة لمعرفة الاتجاه الفكري والثقافي والسياسي.
ويتناول هذا البحث بالدراسة والتحليل الشعار السياسي
والثقافي والاجتماعي في الثقافة الجزائرية ويحاول أن يدرسها
دراسة لغوية اجتماعية.

وحتى نستطيع سبر أغوار هذا البحث الذي ارتضيناه
موضوعاً لرسالة الدكتوراه، ارتأينا أن نقسمه وفق خطة منهجية
تحددت في مدخل، وأربعة فصول متلوة بخاتمة رصدنا فيها نتائج
البحث.

فأما مدخل البحث فأردناه توطئة مصطلحية، فعرفنا باللّجة

واللّغة والفرق بينهما وخصائص كل منهما ووظيفتهما في حياة

الفرد والمجتمع كونهما السبيل الأول في عملية التفكير والتواصل

وهذا مهّد لنا الطريق لولوج محراب الشعار ميدان الدراسة.

أما الفصل الأول من موضوع رسالتنا وقفنا من خلاله على

مضامين المفردات التي شكّلت عنوان البحث فعرفنا بمصطلح

الشعار، الثقافة، السياسة، متناولين قضاياها وتقاطعاتها المعرفية،

فكان لزاما عليّ جمع الشعارات من مظانها بغية الجمع والحوار

والمناقشة مبرزاً أهمية الشعار في عملية التواصل.

أما الفصل الثاني من بحثنا، خصصناه لإبراز أهمية الشعار

وتحديد المفهوم العلمي للأحزاب وأثرها وتأثيرها عي ثقافة الفرد

الجزائري.

ذلك أنّ ظاهرة الشعار في بلادنا تنوعت وتعددت مشاربها

خاصة في العشرين سنة الأخيرة بسبب التغيرات الطارئة على الحياة

السياسية في الجزائر حيث نشوء الأحزاب وتعددتها وذلك قد أثرى

المجالات المختلفة سياسية كانت أو فكرية أو لغوية فأثرت بذلك

الشعارات القاموس اللغوي، مما دفعني على الانشغال بحيز منها
محاو لا الابتعاد عن تلك الدراسات التي تقتصر على حيز جغرافي من
الوطن.

ثم جاء الفصل الثالث من هذا البحث ليكون تطبيقي،
خصصناه لتصنيف وتحليل تلك الشعارات التي اتخذناها نموذجا
ودراسة دلالاتها. وخصصنا الجزء الثاني من هذا الفصل للخطاب
والخطاب اللّهي وأثر السياق في فهم الخطاب وفي الأخير بينا
فعالية الخطاب وتأثيره.

وأما الفصل الرابع والأخير من هذا البحث أتناول فيه أبعاد

ومضامين الشعارات مركزا على ما يلي:

➤ البعد الاجتماعي.

➤ البعد النفسي.

➤ البعد الأخلاقي.

➤ البعد الفكري.

➤ البعد السياسي الوطني.

البعد الاجتماعي أتناول فيه المضامين الاجتماعية التي يمارسها

الشعار بالمجتمع حيث صار يعكس الواقع المعيش ويعبر عن آلام

أفراد المجتمع باستعمال مفردات لهجية يتداولها المجتمع.

ثم أتطرق إلى البعد النفسي للشعار لأنه يمارس تأثيراً على

اتجاهات وسلوك أفراد وبذلك يكون له-الشعار- وقع نفسي يراعي

التطورات والوعي السياسي للفرد في المجتمع.

ثم أناقش البعد الأخلاقي للشعار حيث أنه يهدف إلى تحسين

سلوك الفرد وتهذيبه إذ نجد أنّ بعض الشعارات عبارة عن آيات

قرآنية تهدف إلى نبذ بعض الظواهر الاجتماعية الدخيلة على

المجتمع كظاهرة الرشوة.

ثم أناقش البعد الفكري والإيديولوجي للشعار كونه تعبيراً

وتجسيدا لبعض الأفكار والإيديولوجيات.

وفي الأخير أناقش البعد السياسي الوطني للشعار إذ أن الشعارات

تشخص هموم الوطن واتساع رقعة أحزانه وصارت محفزا للعمل من

أجل بناء الوطن باستعمال مفردات سواء عامية كانت أو فصحي لها

التأثير الكبير في نفوس أفراد المجتمع.

و لا أزعم أنني قد جئت بالصورة المرجوة، لكنني حاولت وما ادّخرت
ساعة من حياتي لغير البحث الذي كانت له شعابٌ، ومن دونه
صعابٌ.

أمّا صعاب البحث فإنّها ترجع إلى أنّ كثيرا من الآراء اللغوية
واللهجية مطروحة في فكر غربي وبلغات أجنبية صعب علينا الإلمام
بها. ومن نصب البحث أن الشعارات تضمّ مادّة سياسية وإيديولوجية
وديماغوجية غنيّة لا تكاد تجتمع بهذه الكثرة في أي خطاب أو
مصدر آخر، وصادرة عن أحزاب وسياسات وتوجهات بل وفئات
متعدّدة من رجالات السياسة؛ والإعلام، والثقافة وغيرهم ممّا يجعل
المضامين والمحتويات متعدّدة والآراء متكرّرة متشابهة..
وبسبب تنوّع القضايا التي تطرحها الشعارات، فإنّ البحث
ارتضى لنفسه منهجا يقوم على التفسير والتحليل وذلك بالوقوف عند
تشكل الشعارات لغويا و ما احتوته من الدلالات الاجتماعية
والسياسية والثقافية ومحاولة مقاربتها بالشرح تارة والتحليل المعزّز
بالمرجعية اللغوية والاجتماعية والثقافية العربية والأجنبية..، حيث
اعتمدت، في هذا البحث، على جملة مصادر ومراجع، لعلّ أهمّها في

مجال علم اللغة : "الخصائص " لبن جنبي، و"المزهر في علوم اللغة "

لجلال الدين السيوطي...

وأما الدراسات الحديثة العربية والمترجمة التي أفدت منها فمراجعتها كثيرة منها: النموذج الجيسكاري لنهاية خطاب الاختيار في فرنسا، جين آدم، ترجمة، ثامر الغزي.

سعيانا في هذا البحث إلى محاولة الوقوف عند بعض الشعارات السياسية والثقافية

والاجتماعية، وهو بحث يسعى أساسا إلى صبر غور خصيصا هذه الشعارات التي

كانت في مسيس الحاجة إلى البحث والتنقيب والإخضاع لضوابط البحث العلمي

اللهجي.

ولقد أدركنا الخطورة والصعوبة من أن فكرنا في اختيار هذا البحث الذي يتطلب صبورا

وأناة كبيرين، كونه يحتاج إلى الاستقراء والجمع والتنقل إلى مقرات الأحزاب السياسية،

ثم البحث والنش في المفردات اللهجية المستعملة في تلك الشعارات التي تنوعت وتعدد

مشاربها.

لقد شكّل الشعار أحد الروافد الثقافية في أي منظومة، فالتغير الاجتماعي في مجتمع من

المجتمعات يتبعه تغير لغوي، هذا يعني أن كل ظاهرة اجتماعية تحدث في المجتمع

يتبعها تغير في الشكل اللغوي المستعمل من قبل أفراد المجتمع وبذلك شكلت الشعارات

بخصوصياتها مجالا خصبا للدراسة العلمية اللسانية وفي شقها اللهجي.

إن مرحلة التعددية الحزبية التي شهدتها الجزائر إبتداءً من سنة 1988 أدى إلى ظهور أحزاب سياسية فتنوعت بذلك الخطابات والشعارات وأصبح لكل حزب شعاراته الخاصة ومفرداته التي تعبر عن أهدافه وتوجهاته بالإضافة إلى إيديولوجية كل حزب. لقد قادتنا الدراسة اللسانية للشعارات السياسية والثقافية والاجتماعية إلى الوقوف عند الشعارات الشفوية التي برزت وكان أفراد المجتمع يصدرونها للتعبير عن واقعهم الاجتماعي المعيش حيث كانوا يستعملون مفردات دارجة لهجية مشتقات من الواقع الاجتماعي كمفردة الحقرة، بن عميس، البزرة، البقشيش، البيسطن، فكان بذلك الطرح واقعيًا هذا يعني أن الخطابات والشعارات المستعملة كانت تعكس ذلك الواقع الاجتماعي في حين أن خطابات وشعارات مرحلة الحزب الواحد كان طرحها مثاليًا تعبر عن إيديولوجية الدولة.

من جملة النتائج الأخرى أن الشعارات كانت تعتمد على الإيجاز والسجع والمباشرة فهذه الصفات البلاغية تساعد متلقي الشعار على حفظه وإرساخه في ذاكرته واسترجاعه بسهولة لأن السجع يحفر الجمل في ذاكرة المرسل إليه كما أنه يضيف على الشعار طابعًا موسيقيًا.

إن للشعارات أبعادا تعبيرية منها اجتماعية وأخرى إيديولوجية، فرغم قصرها وإيجازها إلا أن لها انعكاس طبيعي لحياة الإنسان اليومية وتهدف إلى تحسين سلوك الفرد في المجتمع باستعمال شعارات هي عبارة عن آيات قرآنية أو أحاديث نبوية تهدف أيضا إلى العمل من أجل الإصلاح وبناء الوطن.

كما كانت الشعارات تدرج في الخطابات السياسية واللهجية ويكرر استعمالها وتسربت إلى تلك الخطابات ألفاظ دخيلة متعددة بين الفرنسية و اللهجية، وهذا بفعل ظروف متعددة، منها عامل التأثير والتأثر، ومنها عامل الاستعمار وغيرها وهي ظاهرة لا تخلص منها أي لغة فكيف الحال باللهجة ؟

وفي اتجاه آخر حافظت بعض الشعارات اللهجية على الكثير من المفردات الفصحى والتي تضرب عميقا في غور العربية، وتطلب الكشف عنها في بعض الأحيان إلى نبش بطون المعاجم العربية لنؤكد أصالتها، وهذا ما يعزز الحكم الذي اشرنا إليه سلفا وهو أن الشعارات اللهجية ليست انحطاطا لغويا

(Linguistic Degeneration) وأن العامية الجزائرية خرجت من رحم العربية الفصحى.

وما يمكن الإشارة والتنبيه إليه ونحن نختم بحثنا هذا أن ثمة قضايا لهجية كثيرة ما زالت بحاجة إلى الدراسة والتقيب، وإذا كنا قد تناولنا في بحثنا هذا بعض الجوانب في الشعارات، فإن جوانب أخرى إذا ما أخضعت للدراسة والبحث العلمي، فإنها ستكشف ظواهر لغوية مهمة للباحثين في حقل اللسانيات واللهجات بصفة عامة.

تعدّ الشعارات أحد الروافد الثقافية في أي منظومة سياسية أو ثقافية في وطن من الأوطان أو عند شعب من شعوب وهي ذات أهمية كبيرة لمعرفة الاتجاه الفكري والثقافي والسياسي. ويتناول هذا البحث بالدراسة والتحليل الشعار السياسي والثقافي والاجتماعي في الثقافة الجزائرية ويحاول أن يدرسها دراسة لغوية اجتماعية ذلك أنّ ظاهرة الشعار في بلادنا تنوعت وتعددت مشاربها خاصة في العشرين سنة الأخيرة بسبب التغيرات الطارئة على الحياة السياسية في الجزائر حيث نشوء الأحزاب وتعددتها وذلك قد أثرى المجالات المختلفة سياسية كانت أو فكرية أو لغوية فأثرت بذلك الشعارات القاموس اللغوي..

الشعارات-التواصل-الثقافة-سوسيولوجية الشعار-إبعاد الشعارات:- الكلمات المفتاح

les slogans sont considérés comme parmi des affluents culturels dans n'importe quel organisation politique ou culturelle de n'importe quel patrie ou chez n'importe quel peuple et sont d'une grande importance quand il s'agit de connaître l'orientation idéologique, culturelle et politique.

L'objectif de cette recherche porte sur l'étude et l'analyse du slogan politique, culturel et social dans la culture algérienne et tente une étude sociolinguistique.

Ceci parce que les sources du phénomène du slogan dans notre pays se sont diversifiées et multipliées en particulier au cours des vingt dernières années en raison du changement dans la vie politique en Algérie au niveau de l'émergence des partis politiques et leurs multiplications et cela a enrichi les différents domaines que se soit politiques, idéologiques ou linguistiques ce qui a induit l'enrichissement du dictionnaire par les slogans.

** Mots clés: slogan - Culture - Sociolinguistique du slogan - les dimensions des slogans - la communication*

the slogans are regarded as among the cultural tributaries in any political or cultural organization of any country and any people and they are very important when it comes to know the ideological, cultural and political orientation.

The objective of this research focuses on the study and analysis of political, cultural and social slogan in the Algerian culture and attempts a sociolinguistic study.

This is because the sources of the phenomenon of the slogan in our country have diversified and multiplied in particular over the last twenty years due to the change in the political life in Algeria at the level of the emergence of political parties and their multiplication and this has enriched the various fields whether political, ideological or linguistic which has led to the enrichment of the dictionary by slogans.

**Key words: culture- sociolinguistic of the slogan- dimensions of slogans- communication.*
