

RESEARCH ARTICLE

Ideological dimensions in electoral discourse: Content analysis of political slogans

SAIF CHASIB OWAID *, Ahmed Hashem Lafteh

Al-Muthanna University , College of Basic Education , Department of Primary School Teachers , Iraq

ABSTRACT

This research examines the ideological foundations of Iraqi electoral discourse, with a particular focus on political slogans as concise expressions of collective consciousness, party affiliation, and political transformations since 2003. The main question is: How do the ideological orientations of political parties manifest in their election campaign slogans? How do religion and nationalism contribute to this discourse? And how is symbolic language used to influence voters? The research aims to understand the multiple intellectual currents—nationalist, religious, revolutionary, and civil—reflected in the parliamentary election slogans of 2025. This research employs a content analysis methodology, establishing a comprehensive link between the political and socio-political spheres through a theoretical framework that incorporates both classical and modern concepts of ideology and discourse. The findings indicate that Iraqi electoral discourse remains driven by ideology, with slogans used as tools for mobilization, polarization, and communication. A comparison of slogans such as "Empowered Iraq," "Don't Waste It," and "Rejoice, Iraq" reveals a significant overlap between nationalist and reformist discourse, where masses are mobilized through symbolic and emotional appeals rather than concrete policy proposals.

Keywords: Ideology , Discourse , Elections , political slogans .

مقالة بحثية

الأبعاد الأيديولوجية في الخطاب الانتخابي: تحليل مضمون الشعارات السياسية

سيف جاسب عويد *، احمد هاشم لفته

جامعة المثنى ، كلية التربية الأساسية ، قسم معلم الصفوف الأولى ، العراق

الملخص:

يتعمق هذا البحث في (الأسس الأيديولوجية للخطاب الانتخابي العراقي) ، مع التركيز بشكل خاص على الشعارات السياسية كعبارات موجزة للوعي الجماعي، والانتماء الحزبي، والتحويلات السياسية منذ عام (2003)، السؤال البحثي الرئيسي هو: كيف تظهر التوجهات الأيديولوجية للأحزاب السياسية في شعارات حملاتها الانتخابية؟ وكيف تلعب عناصر كالدين والقومية دورا في الانتخابات؟ وكيف تستخدم اللغة بشكل رمزي للتأثير على وعي الناخبين؟ لفهم التيارات الأيديولوجية العديدة "الوطنية، الدينية، الإصلاحية، والمدنية"، المنعكسة في شعارات الحملة الانتخابية للبرلمان لعام (2025)، استخدم هذا البحث، (منهج تحليل المحتوى) ، حيث يتم إنشاء رابط متكامل بين الهياكل اللغوية والسياقات الاجتماعية والسياسية من خلال الإطار النظري، الذي يستند إلى كل من المفاهيم الكلاسيكية والحديثة للأيديولوجيا والخطاب. بينت النتائج أن الخطاب الانتخابي العراقي لا يزال مدفوعا بالأيديولوجيا، حيث يستخدم الشعارات كأدوات للتعبيئة والاستقطاب والتشريع بالإضافة إلى التواصل. مقارنة بين شعارات مثل "العراق المتمكن"، "لا تضيعها"، و"ابتهج يا عراق" تُظهر أنها تجمع بين الخطاب الديني والوطني والإصلاحي بهدف حشد الناخبين من خلال النداءات الرمزية والعاطفية بدلاً من الأهداف السياسية الملموسة.

الكلمات المفتاحية : الايديولوجيا , الخطاب , الانتخابات , الشعارات السياسية.

Received 10-02- 2026; Revised 17-03 -2026; accepted 24-03- 2026 ; Available online 30-03- 2026.

* Corresponding author.

E-mail addresses: saif.jasep@mu.edu.iq (S.C. OWAID), ahmed.lfta@mu.edu.iq (A.H. Lafteh).<https://doi.org/xx.xxxx/2572-5440.1083>

2572-5440/© 2025 The Author(s). Published by Al-Muthanna University. This is an open-access article under the CC BY-NC-SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

المقدمة:

2. يقدم مقارنة منهجية لفهم الشعارات الانتخابية بوصفها أدوات أيديولوجية، الأمر الذي يفتح المجال أمام دراسات مشابهة في تحليل الاتصال السياسي. كذلك يساهم البحث في ربط و توضيح العلاقة بين البنى اللغوية والتمثيل الفكرية لدى الأحزاب السياسية، مما يعزز فهمنا لدور اللغة في تشكيل الوعي السياسي.

ثالثاً: أهداف البحث

1. تحديد مستوى حضور الأيديولوجيا في الخطابات الانتخابية وتحليل طبيعة هذا الحضور إن كان مباشراً أو ضمنياً.
2. الكشف عن الأيديولوجيات التي تتضمنها الشعارات الانتخابية التي تُستخدم في الحملات، وتحليل أشكال تمثّلها داخل الشعار.
3. تحليل كيفية توظيف المعتقدات الدينية في الخطاب الانتخابي واستحضارها بوصفها سلطة أخلاقية وروحية في عملية الإقناع السياسي.
4. دراسة بروز التيارات الليبرالية أو الإصلاحية أو الشعبوية داخل الشعارات الانتخابية، وتحليل مدى ارتباطها بقيم الديمقراطية والعدالة والتغيير.

رابعاً: مفاهيم البحث:

1- الأيديولوجيا:

مصطلح "الأيديولوجيا" مشتق من الكلمة الفرنسية "idéologie"، التي تجمع بين مكونين يونانيين: "idéa"، بمعنى "فكرة أو نمط" و "logía"، بمعنى "دراسة".، تؤكد هذه الاشتقاقية على أن (الأيديولوجيا) هي دراسة أو إطار للأفكار، تركز على فهم وتفسير "الأنماط المعرفية والمعتقدات والمؤسسات الاجتماعية" (Destutt de Tracy). مشتقة من جذورها اللغوية، تعني "علم الأفكار" وتشمل مجموعة من المفاهيم التي تساعد في فهم وتفسير الواقع الاجتماعي، حيث إنها تجسد إطاراً من القيم والمعايير المعرفية التي توجه الأفراد والجماعات نحو رؤية عالمية مشتركة، فهي ليست مجرد تجميع لمفاهيم متباينة، بل تشكل إطاراً متماسكاً يمكن الأفراد من فهم محيطهم ويشكل تفاعلاتهم ضمن المجالين الاجتماعي والسياسي، يسعى هذا الإطار إلى توجيه الأفراد نحو رؤية جماعية توحد المجموعات، وتشمل مواضيع العدالة الاجتماعية، والحقوق السياسية، أو الهوية الثقافية [1، ص45]. هذا المفهوم ليس مجرد مجموعة من الأفكار، بل هو إطار كامل يشكل وجهة نظرنا عن العالم ويساعدنا على فهمه وفقاً لمصالحنا، تساعد "الأيديولوجيا" الناس على فهم العالم من حولهم والاستجابة بشكل مناسب للتطورات (الاجتماعية والسياسية والاقتصادية)، توفر "الأيديولوجيا"، إطاراً منهجياً لتنظيم الواقع، مع تسليط الضوء أو التقليل من بعض جوانب الكون، وجعلها تتماشى مع الأهداف أو المثل المحددة مسبقاً، فهي تتجاوز مجرد جمع الأفكار، إذ تؤثر على كيفية فهم المشكلات وحلها، وبالتالي تشكيل الواقع [2، ص.23].

تشكّل "الأيديولوجيا"، (الأنظمة الاجتماعية والثقافية والسياسية)، تم تصميم هذا الإطار ليكون مرناً ويتكيف مع الظروف التاريخية والاجتماعية والسياسية الفريدة للثقافات المختلفة، كل من هذه الأعمدة الثلاثة للمجتمع، (الحكم، التعبير الثقافي، والعدالة)، تركز على الأيديولوجيات، فهي تشكّل تطلعات المجتمع وصعوباته وتجاربه التاريخية وإطارته الفكرية، فهي تعبير ثقافي عن أفكار وأهداف المجتمع للمستقبل، كل شيء من الأدوار والعادات الاجتماعية إلى الأنظمة السياسية والأنشطة الثقافية يتأثر بالأيديولوجيات [3، ص72]. كما تشير إلى الإطار الفكري الذي يساعد في فهم "الحركات الاجتماعية

يعمل الخطاب الانتخابي كأداة تواصلية حيوية يستخدمها السياسيون والأحزاب السياسية للتأثير على الرأي العام وتغيير سلوك الناخبين، فهو وسيلة لنشر الأجندات السياسية والتعهدات في (الحملة الانتخابية)، كما يعمل أيضاً كأداة استراتيجية لتشكيل الوعي الجماعي وتحفيز المشاعر الشعبية، يستخدم الفاعلون السياسيون (اللغة والرموز والرسائل المصممة بدقة) لتبرير وجهات نظرهم، وتحديد هوياتهم، وتشكيل روابط عاطفية وفكرية مع جماهيرهم، في هذا السياق، تسعى العناصر الأيديولوجية كعلامات حاسمة على التوجهات الفكرية والسياسية للأحزاب والسياسيين.

توضح هذه الجوانب الأنظمة الأساسية للقيم والأفكار والرؤى التي تشكل السلوك السياسي والنقاش، ان تحليل اللغة والأطر البلاغية للخطاب الانتخابي يكشف كيف تعبر التصريحات السياسية عن المواقف الأيديولوجية أو تحجبها، سواء كانت (قومية، دينية، ليبرالية، إصلاحية، أو شعبية)، تلعب الشعارات السياسية دور محوري ضمن العناصر المتنوعة للخطاب الانتخابي، تعمل كعبارات لغوية موجزة تجسد جوهر التصريحات السياسية والهوية الفكرية لمنشئها، ان تحليل محتوى الشعارات السياسية يوفر نظرة ثاقبة على الثقافة السياسية السائدة في المجتمع، و تعكس الديناميكيات بين القادة السياسيين والجمهور، موضحة بناء وتفاوض السلطة، الشرعية، والانتماء داخل المجال العام. يهدف هذا البحث إلى التحقيق في الجوانب الأيديولوجية الكامنة في الشعارات السياسية المستخدمة في الحملات الانتخابية، معتبرة إياها انعكاسات للوعي الجمعي وعلامات للاتجاهات الفكرية والسياسية السائدة في الخطاب العام، كما يسعى هذا البحث إلى توضيح التفاعل بين ((اللغة والسياسة، والأيديولوجيا والتواصل))، وكذلك الفكر والسلوك الاجتماعي من خلال تحليل الخلق الرمزي واللغوي لهذه العبارات، يعزز هذا النهج فهم اللغة الانتخابية ككل من انعكاس وأداة للصراع الأيديولوجي في الحياة السياسية الحديثة.

أولاً: اشكالية البحث:

يبحث هذا المشروع في (الإطار الأيديولوجي للخطاب الانتخابي)، وهو أداة رئيسية، تستخدمها الأحزاب السياسية للتعبير لبيان آرائها وأهدافها، الخطاب الانتخابي هو علاقة معقدة بين أيديولوجية الحزب وبيئته الاجتماعية والسياسية، تكشف شعارات الانتخابات عن الأسس الأيديولوجية للتواصل السياسي وتميز خطاب الأحزاب، يتمحور البحث حول سؤال رئيس هو: كيف تعكس شعارات الانتخابات أيديولوجيات الأحزاب السياسية في السياق الاجتماعي والسياسي المعاصر؟ من هذا السؤال الأساسي تنشأ العديد من الأسئلة الفرعية هي:

هل تتضمن الخطابات الانتخابية نوع من الأيديولوجيا؟

هل تتضمن الشعارات التي يروج لها في اوقات الانتخابات ايديولوجيا معينة؟

هل تستحضر المعتقدات الدينية السلطة الأخلاقية والروحية؟

هل ترتفع الحركات الليبرالية أو الإصلاحية أو الشعبوية التي تروج للديمقراطية والعدالة والتغيير؟

ثانياً: أهمية البحث

1. يساهم البحث في إغناء الأدبيات المتخصصة بالخطاب السياسي من خلال تقديم نموذج تحليلي يربط بين الخطاب الانتخابي والأيديولوجيا.

3 - الانتخابات

الانتخابات في اللغة: "مصطلح يرجع في أصله للغوي إلى الفعل (أنتخب) ونخبه، وانتخب الشيء، أي اختاره والانتخاب، الانتزاع والانتقاء، والنخبة (بالضم)، المختارة، وانتخبه اختاره ومنه النخبة وهم جماعة تختار وهم المنتخبون من الناس، أي المتقنون" [10، ص97]. و "انتخاب (اسم) الجمع انتخابات الانتخاب: الاختيار، انتخبه: اختاره وانتقاء بإعطائه صوته في الانتخاب (المنتخب)، من له حق التصويت في الانتخاب (المنتخب) من أعطى الصوت في الانتخاب ومن نال أكثر الأصوات فكان هو: المختار، (الناخب): المنتخب" [11، ص908]. وتعد هذه المفردة بالإنجليزية "Election" رديف لمفردة "حرية الاختيار" مفردة "Elect" ترجمتها يختار [12، ص39].

اصطلاحاً: هي العملية المباشرة التي يمارس من خلالها المواطنون حقهم الدستوري في اختيار ممثلهم في "الهيئات التشريعية"، بما في ذلك البرلمان والمجالس البلدية، هي إحدى التجليات الملموسة للسيادة الشعبية، مما يمكن المواطنين من التأثير في عمليات صنع القرار والمشاركة في تشكيل الإطار السياسي وحوكمة أمهم من خلال آلية تصويت شفافة ومنتججة [13، ص279]. هي الإجراء الرسمي الذي يتم من خلاله اختيار الأفراد للمناصب الرسمية، إنها تشير إلى حق (دستوري وديمقراطي)، يُمنح للأفراد، مما يسمح لهم بالتعبير عن آرائهم السياسية بحرية والمشاركة بفعالية في التأثير على السياسات العامة ومسار الدولة، من خلال الانتخابات، يؤكد الأفراد سيادتهم من خلال اختيار ممثلين يجسدون طموحاتهم ومصالحهم في سياق الحكم الديمقراطي [14، ص8].

الخطاب الانتخابي: يكتسب هذا الحوار دلالة مختلفة خلال فترات الانتخابات، حيث يصبح الأداة الرئيسية في المنافسة الانتخابية، ويستخدمه المرشحون والنشطاء لتحفيز الناخبين والتأثير على المشاعر العامة تجاه تفضيلاتهم السياسية. فهذا النوع من الخطاب يستخدم في (الحملات الانتخابية)، حيث يستهدف عمدا جماهير معينة برسائل مصاغة بدقة تهدف إلى جذبهم والتأثير عليهم، هذا النوع من التواصل يستخدم استراتيجيات إقناعية وحجج متنوعة للتأثير على الأفكار، وتعزيز التوافق الأيديولوجي، وتحفيز الأفعال المرغوبة، مثل مشاركة الناخبين أو تأييد المرشحين، تتضمن الطريقة تعديل النبرة واللغة ومحتوى الرسالة لتتوافق مع القيم والتوقعات والاستعدادات العاطفية للجمهور المستهدف، مما يعزز فعاليتها البلاغية والنفسية [15، ص1].

فالخطاب الانتخابي، نوع من التواصل المخطط، خلال مواسم الانتخابات، الذي يحاول التأثير على كيفية رؤية الجمهور للمرشحين وكيفية تصويتهم، يتم تعريفه بالرسائل التي تُصاغ بعناية كبيرة لتناسب جماهير معينة، باستخدام لغة جذابة عاطفياً ولكن أيضاً باستخدام حجج منطقية لكسب الثقة والدعم، يستخدم المرشحون هذا الخطاب لبناء علامتهم الشخصية، وتحريف القضايا السياسية لصالحهم، وتوجيه مشاعر الناخبين نحو مرشحهم المفضلين، فالوظيفة الأساسية للخطاب الانتخابي تتجلى في التأثير على آراء الناخبين مع عكس القوى الاجتماعية والثقافية والأيديولوجية التي تعمل في الساحة

والسياسية"، إنه يؤسس الأساس لفهم آليات المجتمع، وتوزيع السلطة، وبنية العلاقات الإنسانية، فهي تقدم إطاراً متماسكاً من المعتقدات والأفكار التي تشكل وجهات نظر الأفراد وأفعالهم ضمن المجالات (السياسية والاجتماعية)، مما يسهل تنظيم وفهم التفاعلات الاجتماعية المعقدة، كما تلعب الأفكار دوراً محورياً في التأثير على الممارسات الثقافية لكل حضارة، فمن الضروري تحديد المبادئ والمعايير والممارسات التي تنظم السلوك والتفاعلات بين الأفراد داخل المجتمع [4، ص90]. التعريف الاجرائي للأبعاد الأيديولوجية: هي مجموعة من المفاهيم البنائية التي تنظم توجه الافراد والجماعة ويشق من خلالها نمط استجاباتهم لمواقف معينة حيث تحدد هذه المفاهيم طبيعة الواقع وتقييم ما هو مسموح في حدود الجماعة والاطار الاخلاقي لها .

2 - الخطاب

مفهوم (الخطاب)، ليس مجرد تجميع للكلمات المنطوقة أو المكتوبة، بل يشكل نظاماً من (الروابط المكانية والزمانية)، التي تحدد تصنيف وفهم المعنى، كما يتضمن إطاراً منهجياً ينظم الكلمات، مما يؤثر على إدراكنا ويشكل تفسيرنا للواقع [5، ص45]. فاللغة هي الوسيلة التي تتشكل من خلالها المعرفة والسلطة، والخطاب هو الطريقة التي يحدث بها ذلك، إنها إشارة إلى (الأنماط الثقافية)، التي تحدد من يُسمح له بالتحدث، وما يمكن قوله، والأسباب التي تقف وراء هذه التعبيرات، تُحدد حدود التواصل من خلال الخطاب، الذي يؤثر كذلك على الأصوات التي تُسمع والأصوات التي تُهمش داخل ثقافة معينة [6، ص58]. "الخطاب هو أداة للنضال السياسي والاجتماعي، حيث يعكس علاقات القوى في المجتمع ويوجه تشكيل الوعي الجمعي" [7، ص112].

التفاعل بين النص والقارئ يولد دائماً معنى في الخطاب، وهو ما يتجاوز مجرد التواصل البسيط، بدلاً من أن تكون نقلاً ثابتاً للمعلومات، فإن (الخطاب) هو تبادل تفاعلي حيث تتغير تفسير الكلمات والأفكار وفقاً للسياق الاجتماعي والثقافي)، المحيط، وكذلك وجهة نظر القارئ والظروف المحددة، في هذه العملية، يساهم الجميع، (المؤلف، المستمعون، والمارة)، في بناء المعنى، حيث يتأثر فهم كل طرف بخلفيته وتجربته ومعايير الثقافة الخاصة، لذا، في بيئة تواصلية تتغير باستمرار، فإن (الخطاب)، يتعلق بأكثر من مجرد نقل المعاني الثابتة، بل يتعلق أيضاً بالتفاوض المستمر حول الأهمية [8، ص88]. يعمل الخطاب كـ "مجموعة هوية" تتضمن إرشادات للسلوك والكلام وغالباً الكتابة، مما يمكن الأفراد من تبني شخصية يمكن التعرف عليها، كما يشمل أيضاً الملابس والأزياء المناسبة التي تُعتبر ملائمة للدور [p. 71, 28] وبذلك يتضح لنا أن الخطاب يُعد ممارسة تكشف عن تموضع اجتماعي متشابك ومتعدد المستويات، يساهم في تشكيلنا كـ «أجساد طبيعة» بتعبير فوكو. وهذه المواقع تعمل بوصفها «بيئات حاضنة» تمنح أفعالنا مشروعيتها. وفي سياق هذه الدراسة نعبّر عن تلك الأفعال بـ السلوك الانتخابي، تبني الانتماءات الحزبية، المشاركة الاحتجاجية، وممارسة النقد السياسي عبر منصات التواصل الاجتماعي. وهي في مجملها تشكل موضوعات مترابطة ضمن مفهوم الخطاب، مما يضعنا أمام تعدد يومي في الخطابات المتداول [9، ص438].

من النتائج منها: تستخدم الخطابة السياسية العراقية المبادئ الدينية والوطنية لتبرير المتحدث، يعيق الخطاب الديمقراطي، وفقا للدراسة، لأن رد الفعل العام يعتمد على الظروف الاجتماعية والروابط الطائفية بدلاً من الإيمان العقلاني بالسياسات. أن الخطاب الاستبدادي لا يزال سائداً في النقاشات الانتخابية، مما يضر بإيمان الناخبين بالحكومة ويعزز الولاء الأعمى بدلاً من التفكير النقدي.

بحث (احمد الموسوي، 2025) ، اشكالية البحث متعلقة بإعادة استخدام الأحزاب والكتل السياسية في العراق للخطاب التقليدي الذي يركز على الإصلاح ومكافحة الفساد والتغيير دون تنفيذ أي مبادرات تنفيذية فعلية. غرض البحث هو لفت الانتباه إلى التناقض بين تصريحات القادة السياسيين وسلوكهم الفعلي في محاولة لتسليط الضوء على افتقار الجمهور إلى الثقة. منهج البحث (وصفي-تحليلي)، من خلال متابعة الحملات الجارية ومقارنة شعاراتها بتلك التي كانت في الدورات السابقة (2014، 2018، 2021)، بالإضافة إلى آراء الخبراء في هذا الشأن. أظهرت النتائج: أن معظم الشعارات فقدت جاذبيتها العامة نتيجة تشبع (الناخب العراقي)، بالوعد غير الملباة. كما أظهر البحث أنه من أجل التمسك بقاعدتها التقليدية، تواصل الأحزاب الكبرى تزييف خطابها الأيديولوجي على أنه وطني أو إصلاحي. كما ستستمر الأزمة البلاغية في النظام السياسي العراقي في الحملات الانتخابية المقبلة لعام (2025). حيث ستعمل الشعارات أكثر كأدوات إعلانية بدلاً من كونها مبادرات حقيقية للتغيير.

خامساً: الأبعاد الأيديولوجية للخطاب الانتخابي:

توفر (الأيديولوجيا)، إطاراً للتفكير والعمل من خلال نظامها من التوجهات العامة والأفكار والمعتقدات التي تتجذر في أنماط سلوكية معينة، هذا النظام الإيديولوجي، لا يوضح فقط الأسس الأخلاقية للسلوك الفعلي، بل يتحكم به ويوجهه أيضاً وفقاً للمعايير السياسية والاجتماعية الراسخة، من خلال ربط الأفعال الفردية بالمثل العليا للمجموعة الأكبر، فإنه يشرع ويقوي النظام الاجتماعي والسياسي الحالي بينما يمنح الناس أيضاً شعوراً بالهدف من أفعالهم الخاصة، تعمل الأيديولوجيا كدليل أخلاقي ومعرفي بهذه الطريقة، حيث تشكل الآراء، وتحمي السلطة، وتضمن بقاء الوضع الراهن كما هو [18، ص 22]. الوظيفة التي تؤديها (الأيديولوجيا)، بقدرتها مشابهة لوظيفة الدين فهي موجودة في اغلب المجتمعات، يمكن أيضاً وصفها بأنها أسطورة دين، عادات، تقاليد، أخلاق، وحتى علم حسب السياق [19، ص 22]. "الأيديولوجيا" تتعلق أساساً بالمعنى، ومع ذلك، فقد تم الافتراض أن حالة الرأسمالية المتقدمة تتميز بعدم المعنى المنتشر، تؤثر المنفعة والتكنولوجيا على معنى الحياة الاجتماعية، مما يفضل قيمة الاستخدام على الشكلية الفارغة لقيمة التبادل [31، p. 131]. "الأيديولوجيا"، هي كيان متعدد الأوجه يقع بين الخداع المتعمد وسوء الفهم الحقيقي، قد يتضمن ذلك تشويهها متعمداً للحقائق لدعم أجندات سياسية أو اجتماعية معينة، أو قد ينشأ من إطار مفاهيمي معيب أو متحيز يؤدي إلى تصورات مشوهة للواقع، في هذا الصدد، تعمل "الأيديولوجيا"، كآلية للإقناع

السياسية في الوقت نفسه [16، ص 121-122]. تستند الخطابات السياسية إلى مجموعة من المغالطات المنطقية والتكتيكات البلاغية، بالإضافة إلى الرموز والتعابير التي تستطيع نقل الرسالة التي يريد السياسي إيصالها إلى الجمهور، بغض النظر عما إذا كان الجمهور متعاطفاً أو معارضا [17، ص 118]. خطابات الحملات الانتخابية هي أداة شائعة يستخدمها السياسيون لمحاولة التأثير على الناخبين لصالحهم، بلاغة الحملات السياسية مهمة لأنها تساعد في انتخاب الرؤساء ورؤساء الوزراء والقادة السياسيين الآخرين [p.3,29]. من أجل التأثير على الرأي العام، وكسب الدعم، وإقامة المصداقية، غالباً ما يستخدم السياسيون التصريحات العامة كأداة للتفاوض، من خلال استخدام كلمات مختارة بعناية وتقنيات بلاغية، يرسخون إحساساً بالشرعية والقوة، مستندين إلى المعتقدات والمشاعر المشتركة. فاللغة تعمل كأكثر من مجرد وسيلة للتعبير، فهي تساهم في إقامة وصيانة الديناميكيات القوية، وتعزز الاتفاق، وتمنح الأفعال السياسية والأجندات مصداقية في عقول المستمعين [pp.192-201,30] التعريف الاجرائي للخطاب الانتخابي : هو تواصل استراتيجي محدد بفترة زمنية قانونية تصدر من فاعل سياسي فرد او مجموعة ضمن اطار ما يسمى الحملة الانتخابية يستخدم فيها الفاعل ادوات لغوية لحشد او تعزيز طاقات الجمهور وتوجيه سلوكهم .

ثالثاً: منهجية البحث:

استخدم منهج خاص بتحليل المحتوى في هذا البحث، تتيح هذه الاستراتيجية الشاملة تحليلاً تفسيرياً للمعاني العميقة والوظائف الرمزية لأنماط (اللغة والأيديولوجيا) المتكررة، بينما تسهل أيضاً تقييمها المنهجي، دمج الأساليب النوعية والكمية ضمن الفحص والتحليل بشكل تام، يغطي الأهمية السياقية والخطابية للمشهد الانتخابي بالإضافة إلى وجود علامات أيديولوجية محددة، كأداة رئيسية، تم إنشاء نموذج (تحليل محتوى منظم للشعارات). تشكل الشعارات الرسمية للحملات الانتخابية للأحزاب السياسية والمرشحين المستخدمة في دورة انتخابية محددة، كالانتخابات البرلمانية العراقية لعام (2025)، عينة الدراسة، في السياق السياسي الأوسع، تمثل هذه الشعارات هوية الحزب وأيديولوجيته، بما في ذلك الجماعات ((الإسلامية، الليبرالية، الوطنية، والمستقلة)، تشمل عينة الدراسة شعارات تمثل التيارات الرئيسية في السياسة العراقية.

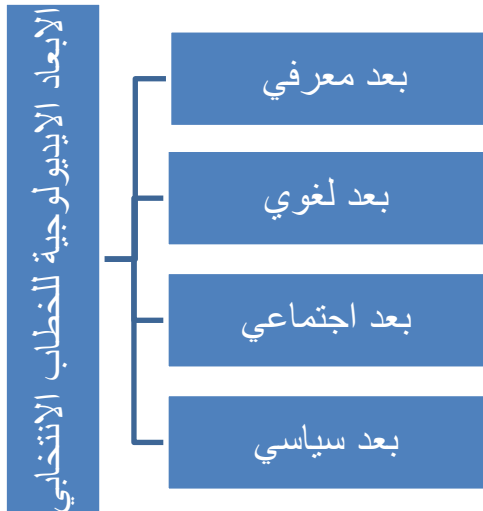
رابعاً: الدراسات السابقة:

بحث (صلاح حسن حاوي، 2018) ، اشكالية البحث تمثلت في فك رموز "الخطاب الانتخابي العراقي" بعد عام (2003)، بما في ذلك الطرق التي تستخدمها الأحزاب السياسية والقادة في اللغة والإقناع لفرض البلاغة السياسية وتأثيراتها على التصور العام. كان الهدف من البحث هو فحص الاستراتيجيات الجدلية والبلاغية التي تستخدمها الحملات السياسية ومعرفة مدى تفاعل الناخبين واستجابتهم لهذه الخطابات، استخدم الباحث تقنية التحليل، مقارنة محتوى النماذج الدينية والمدنية في الخطابات والإعلانات الانتخابية للمرشحين الذين ترشحوا في (عام 2014). توصل البحث الى جملة

وتؤطر المواقف، وتشرعن السلطة باستخدام تقنيات لغوية دقيقة [36، p.12]. "تعتبر اللغة في المجال السياسي أداة للصراع الرمزي، إذ تُستخدم لتبرير السياسات، وتوجيه المواقف، وبناء الانتماء الجماعي" [23، ص66]. ان الروابط الأيديولوجية يعبر عنها بشكل أكثر وضوحاً في (الخطاب السياسي)، فالشعارات والمفردات والخطاب جميعها تظهر الهيمنة والمكانة الاجتماعية والقوة، تتأثر الحقيقة والشرعية والسلطة بالطريقة التي ينظم بها السياسيون جملهم، ويستخدمون اللغة العاطفية أو الوطنية، وينادون بالهوية الجماعية، لذا، فإن "خطاب الانتخابات"، هو أداة وتعبير عن الأيديولوجيا في آن واحد، يخدم في دعم أو تقويض الهياكل القائمة للسلطة من خلال أشكال خفية من التأثير الاجتماعي والسياسي [36، p.73].

بعد سياسي: وفقاً لـ (لويس ألتوسير)، فإن الأيديولوجيا "تمثل العلاقة الوهمية بين الأفراد وظروف وجودهم الحقيقية"، تطور (الأيديولوجيا)، تفسيراً رمزياً للواقع يساعد الناس على فهم سياقهم الاجتماعي بينما يبرر أو يدعو إلى نظام بديل، تربط (الأيديولوجيا)، رؤية المرشح بتجربة الناخبين الحياتية، مما يحول الإقناع السياسي إلى انتماء أخلاقي وعاطفي لواقع مصطنع [37، p.177]. كل تصريح سياسي يُعتبر عملاً من أعمال الحكم، حيث يمارس القادة تأثيراً رمزياً على الوعي العام من خلال الحوار مع ناخبهم [38، p.59]. المكون المعرفي هو الجزء الذي يتعامل مع تشكيل الإدراك الجماعي وتوليد المعرفة السياسية، و المكون اللغوي ينظر في كيفية تواصل الناس وإقناع بعضهم البعض من خلال استخدام الكلمات والرموز، و المكون الاجتماعي، يتعامل مع التفاعل بين (الخطاب، السلطة، المصادقية، والصراع السياسي)، أما المكون الاجتماعي، فهو يكشف الطرق التي تصبح بها الأيديولوجيات ممارسات اجتماعية تركز الهويات والقيم، و المخطط ادناه يبين هذه الابعاد بشكل أكثر وضوحاً:

مخطط يبين (الابعاد الايديولوجية للخطاب الانتخابي)



سادساً: تحليل شعارات الحملات الانتخابية:

ان مسألة الشعارات الانتخابية العراقية تحتل مرتبة عالية بين القضايا الأكثر إلحاحاً، حيث يمكن تقدير التصورات الأيديولوجية والاجتماعية

وإطار معرفي من خلاله يدرك الأفراد والمجتمعات العالم، إنها تدمج جوانب الخداع وسوء الفهم، مما يخلق رؤية للعالم تبدو متماسكة ومقنعة، لكنها غالباً ما تخفي التناقضات الجوهرية أو المصالح الخاصة داخل الأطر الاجتماعية [32، p.188].

البعد (المعرفي): هذا البعد يمثل الوعي الذي يقوم عليه إدراك الواقع السياسي، يُعتقد أن المكون المعرفي لهذا النوع من الخطاب هو جزء حيوي من فهم إنتاج وتداول المعرفة السياسية بين الحكام والمحكومين [20، ص88]. تجسد (الأيديولوجيات)، الأطر الاجتماعية المعرفية الجماعية التي تمكن المجموعات الاجتماعية من فهم وتفسير واستمرار وجودها المشترك، من منظور معرفي، فهي تعمل كأطر عقلية أو مخططات تنظم المعلومات والقيم والمعتقدات في أنظمة متماسكة، هذه الأنماط توجه تصورات أعضاء المجموعة عن الواقع، وتقييماتهم للمواقف الاجتماعية، وتبريرات سلوكياتهم أو معاييرهم بما يتماشى مع وجهة نظر مجموعتهم، تعمل الأيديولوجيا كمرشح معرفي يؤثر على معالجة المعلومات من خلال تحديد ما يتم قبوله أو رفضه أو إعطاؤه الأولوية، وهكذا يؤثر على كل من التفكير الشخصي والجماعي، مما يعزز الأنماط الإدراكية التي تدعم الهوية الجماعية، والتماسك، والاستمرارية عبر الزمن، في هذا الصدد، تتجاوز ((الأيديولوجيا))، مجرد مجموعة من المفاهيم المجردة [33، p.65].

(الأيديولوجيا)، كجسم اجتماعي من المعرفة المشتركة التي تؤثر على الطريقة التي يدرك بها الناس ويفهمون ويعقلون الحقائق السياسية، تسلط الطريقة المعرفية الضوء على "الأيديولوجيا" بما يتجاوز تعريفها التقليدي كمجموعة من المبادئ النظرية، من هذه الزاوية، فهي نموذج ذهني لكيفية معالجة الأفراد للبيانات، واستخلاص الاستنتاجات حول طبيعة الأحداث السياسية، وإقامة (المصادقية، والعدالة، والسلطة) [34، p.21]. "يتجلى البعد المعرفي في الخطاب من خلال الطريقة التي تُعرض بها المعلومات والرموز، إذ يهدف (الخطاب السياسي)، إلى ترسيخ معرفة بعينها تُسهم في بناء الوعي الجمعي الموجه" [21، ص64].

بعد اجتماعي: من وجهة نظر اجتماعية، تُعد لغة الانتخابات أداة قوية لتعزيز أو إعادة تعريف الانقسامات الاجتماعية والسياسية القائمة، بما في ذلك تلك القائمة على الطبقة أو الطائفية أو الموقع الجغرافي، كعملية اجتماعية، فإنها تعكس وتعيد إنتاج هياكل القوة وعدم المساواة في المجتمع، كما أنها وسيلة للتواصل في النضال السياسي، فهي أكثر بيان جماعي لمصالح المجموعة منها قناعات شخصية، من أجل تحقيق أهداف سياسية معينة، فإنه يوحد الفئات الاجتماعية حول قصص أو مبادئ أو هويات مشتركة، نتيجة لذلك، تعمل البلاغة السياسية كأداة للتعبئة الاجتماعية، بهدف توحيد وتفريق مجموعات مختلفة من المؤيدين من خلال الاستخدام الاستراتيجي للغة والرمزية [35، p.78]. بدلاً من تقديم الحقائق كما هي، يشكل (الخطاب السياسي)، هذه الحقائق داخل إطار معرفي معين يتحكم في كيفية إدراك الجمهور وتفسيره للأحداث [22، ص.112].

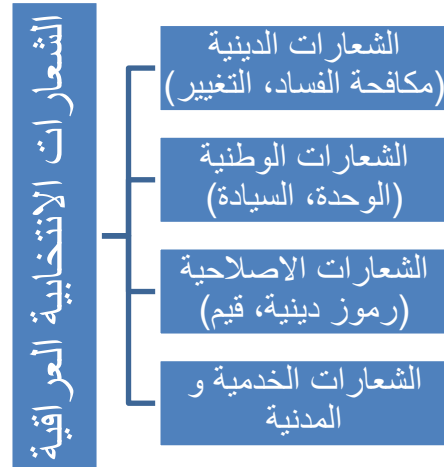
بعد لغوي: اللغة السياسية استراتيجية في جوهرها، فهي تتلاعب بالمعاني،

مشاعر معينة أو تطلعات أو شكاوى، نداء عاطفي، سواء كان قائماً على الفخر أو الإلهام أو الإحساس بالعجلة، يعمق الروابط بين المرشح أو القضية والناخب)، تعمل الشعارات أكثر من مجرد أدوات ترويجية، فهي أيضاً تعمل كأدوات معرفية ونفسية تشكل كيفية رؤية الناس للأشياء، وتقوي الانتماء الإيديولوجي، وتؤثر على السلوك السياسي من خلال تحويل المنصات غير الملموسة إلى رموز فورية للغرض والهوية [40, 112 p].

إن شعار الحملة هو عبارة قصيرة من البلاغة تعبر عن منصة سياسية وفكرية بطريقة ملهمة ومقنعة [20, ص88]. فاللغة المستخدمة في الشعارات ليست وصفية بل أدائية، فهي تهدف إلى تحفيز وإقناع وتعبئة السياسيين عاطفياً للمشاركة في العمليات السياسية [41, 67 p]. من المطالب بالإصلاح إلى الصرخات من أجل الوحدة والعدالة إلى مظاهر الفخر الوطني، تُظهر هذه الشعارات أكثر القضايا إلحاحاً لدى الناخبين من خلال لغتها وموضوعاتها، نتيجة لذلك، يمكننا أن نتعلم الكثير عن كيفية تطور السرد السياسي استجابةً للتغيرات الاجتماعية وكيف تؤثر الرأي العام على الرسائل السياسية من خلال مراقبة كيفية تغير الشعارات عبر دورات الانتخابات [25, ص77]. فالإيديولوجية الانتخابية ليست فقط ما تقوله الأحزاب، بل كيف تقوله؟، فالنبرة العاطفية والأطر الرمزية التي تُستخدم في الشعارات تشير إلى هويات اجتماعية أعمق من منظور الأفراد [34, 21 pp]. تتحول "الشعارات الأيديولوجية" إلى جزء من لعبة السلطة والتمثيل في (اللغة السياسية العراقية)، التي تميل إلى تسييس القيم الدينية والاجتماعية وتحويلها إلى أدوات متنافسة [26, ص12].

ينطوي الخطاب الانتخابي، على (إيديولوجيا)، ضمنية حيث تتمحور هذه الخطابات على عناصر ضمنية، منها تتعلق بالتعبئة عبر تحشيد الناس وتحفيزهم على تقديم الدعم الانتخابي، في عملية التصويت، ومنها ما يتعلق بالشرعنة، حيث تتجه بعض الخطابات الانتخابية، نحو محاولة إضفاء نوع من الشرعية على متولي السياسة، عبر إضفاء شيء من التقديس الديني على مرشحي الانتخابات، لكسب التأييد الاجتماعي، ومنها ما هو متعلق بالاستقطاب، وهذا العنصر يسعى إلى تذكير الناس أو الجمهور بعبارات أكثر عنصري "نحن، هم"، وهي محاولة لعنصرة السياسة، من أجل كسب التعاطف، لكن الغالبية العظمى من الجماعات السياسية تحمل شعارات براقة في طياتها نوع من (التمويه)، لخداع الجمهور عبر إخفاء التناقضات وتضليل الراي العام بخلاف الواقع، فالشعارات المرتبطة بالانتخابات غالباً ما تكون مثالية إلى درجة كبيرة وتعبر عن نوع من (اليوتوبيا)، التي في أساسها لا تلامس الواقع، فالمجتمع العراقي يعاني منذ عام (2003)، الكثير من المشاكل في كافة المجالات والقطاعات رغم تعاقب عدد غير قليل من الحكومات المنتخبة. تجذب "الشعارات الطائفية الانتماءات الدينية أو المجتمعية"، التي تبرز الاختلاف وتحافظ على الهويات الفردية، بينما تسعى الشعارات الوطنية إلى توحيد المواطنين تحت شعور مشترك بالوطن والمصير الجماعي، فالمواطنة والمساواة والمسؤولية هي أهداف العبارة المدنية أو الإصلاحية، التي تسعى إلى

والثقافية للمرشحين والأحزاب، بالإضافة إلى ذلك، فإنه يعكس التحولات الأكبر في الخطاب السياسي والعقل العام التي حدثت منذ عام (2003)، من خلال دراسة الشعارات، يمكننا أن نتعلم كيف شكلت الشخصيات السياسية في العراق بعد عام (2003)، فالخطاب العام يعكس طبيعة التوقعات المجتمعية، واستراتيجية الجماعة السياسية. تلتقط (الشعارات الانتخابية)، آمال ومخاوف وتوجهات المجتمع العراقي الأيديولوجية منذ عام (2003)، من خلال صورها وكلماتها، حيث تبين كيف تحاول الشخصيات السياسية توحيد الولاءات المنقسمة؟، واستحضار الذاكرة الجماعية، وبناء روايات من التفاؤل، والتغيير، أو التحدي، فإن شعارات الانتخابات تعمل كتعايير مكثفة للرأي تعكس وتشكل الوعي المتطور للناخبين العراقيين [23, ص66]. فالخطاب السياسي العراقي بعد (عام 2003)، يظهر الاندماج اللغوي، بين (الحدائث والتقاليد، والدين والدولة، والقناعة الشخصية والهوية الاجتماعية)، حيث يحاول السياسيون في العراق بناء هوية سياسية معقدة تجذب مجموعة واسعة من الناخبين من خلال استخدام السلاح ذو الحدين لتصوير أنفسهم كحماة للقيم الإسلامية والأمة [42, 205 p]. كما يظهر من خلال هذا الاندماج اللغوي الطريقة التي ينتقل بها هذا النوع من الخطاب في العراق بعد تغيير النظام بين التوترات بين الإيمان والدولة، والمعتقد الفردي والهوية المجتمعية، والحدائث والتقاليد، يسعى المرشحون إلى جذب عناصر متنوعة من المجتمع العراقي من خلال تقديم أنفسهم كحماة للمبادئ الدينية ومدافعين عن الأمة، هذا النداء المزدوج يساعدهم في تأسيس هوية سياسية متعددة الأبعاد [43, 89 p]. فالشعارات المتعلقة بالدعايات الانتخابية تستند وفق أسس إما أن تكون دينية أو أن تكون وطنية أو تكون إصلاحية أو خدمية، بحسب قراءتنا إلى مضمون شعارات الكتل السياسي، والمخطط أدناه يبين هذه الأسس على نحو أفضل:



الشعارات هي وسائل فعالة للمساعدة على التذكر تساعد الناس على فهم واسترجاع النقطة الرئيسية لحملة سياسية، حيث تساعد الشعارات في إيصال الفكرة وتبقى عالقة في أذهان الناخبين من خلال تقليص المفاهيم السياسية المعقدة إلى تعبيرات جذابة ومشحونة عاطفياً، تتجذر الشعارات في الذاكرة الجماعية من خلال استخدام الأنماط المتكررة والكلمات المهمة، فهي تستحضر

صورة للواقع السياسي باستخدام الاستعارات ومفردات محددة، ويستخدمون هذه الصورة لإقناع الجمهور بأن أفكارهم صحيحة، بغض النظر عن مدى عدم واقعيتها أو مثاليتها.

4 - الغالبية العظمى من الجماعات السياسية تكتفي بإعادة تدوير شعارات الحملة المملة مثل "نحو الإصلاح"، "عراق قادر"، و"لا تضيعها" دون أن تفعل أي شيء فعلي لتحسين الوضع، وهذا بدوره يجعل الخطاب السياسي أقل جاذبية ويقوض الثقة العامة في الأهداف الإصلاحية المزعومة للأحزاب.

5 - هذا النوع من الخطاب الانتخابي يدعم الطابع الرمزي والعاطفي للتواصل السياسي في المجتمع العراقي، مما يشير إلى أن نداءات المرشحين لعواطف وانتفاءات الناخبين تتفوق على الحجج الأكثر عقلانية.

6- توصل البحث الى أن شعارات الانتخابات لها أبعاد معرفية ولغوية واجتماعية وسياسية تجعلها أداة مقنعة للأحزاب لاستخدامها في سعيها لبناء روايات تتجاوز الهوية الحزبية وتتناول قضايا الانتماء والهوية الوطنية.

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر العربية.

- 1- عبد الله العروبي، مفهوم الأيديولوجيا، ط1، دار توبقال للنشر، المغرب، 1993.
- 2- ميشيل فوكو، أيديولوجيا وعقل الإنسان، ط2، دار المدى للنشر والتوزيع، لبنان، 1991.
- 3- غازي القصبي، المفاهيم الأساسية في الفكر السياسي، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، السعودية، 1995.
- 4- الموسوعة البريطانية، "أيديولوجيا"، ط15، لندن، 2006.
- 5- ميشيل فوكو، آركيولوجيا المعرفة. ترجمة: علي مصباح، ط1، دار الفارابي للنشر والتوزيع، لبنان، 1999.
- 6- إدوارد سعيد، الاستشراق. ترجمة: صالح علماني، ط2، دار طلاس للنشر والتوزيع، سوريا، 2001.
- 7- أنطونيو كرامشي، دفاتر السجن. ترجمة: محمد عصفور، ط2، دار المدى للنشر والتوزيع، سوريا، 2010.
- 8- جاك دريدا، كتابة الفرق. ترجمة: أحمد فاروق، ط1، دار الحوار للنشر والتوزيع، سوريا، 2004.
- 9- حاتم راشد علي، سوسيولوجيا السياق المكاني في تباين خطاب المشاركة السياسية دراسة ميدانية في محافظة كربلاء، مجلة كلية التربية للبنات للعلوم الانسانية، العدد 34، سنة 2024.
- 10- ابن منظور، لسان العرب المجلد 14، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1968.
- 11- إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، الإدارة العامة للمعجمات وإحياء التراث، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1972.
- 12 طارق محمد عبد الوهاب، سيكولوجية المشاركة السياسية مع دراسة في

تجاوز هذه الانقسامات، تُظهر هذه الروايات الأيديولوجية المتباينة كيف كان الخطاب السياسي في العراق بعد عام (2003) مجزأً ومتناقض عليه بطبيعته، حيث كانت الشعارات تعمل كأدوات إقناع وتمثيلات لصراع الأمة من أجل التوفيق بين هوياتها المتنوعة والمتعارضة في كثير من الأحيان [26ص122].

عبارات انتخابية مثل "لا تضيعوها" و"عراق مقتدر"، قد تكون مشحونة أيديولوجياً وتعكس خطاب تعبئة يعتمد على التحفيز الجماعي والمسؤولية الوطنية، فالأولى تستأنف ضمائر الناخبين الجماعية من خلال لغة التحذير والحفاظ على الفرصة المصيرية، محولة إياها إلى شعار تعبوي يعتمد على فكرة الواجب الديني والوطنية، الثاني، يجسد أيديولوجية القوة والسيادة من خلال التأكيد على "قدرة" الدولة والقيادة على إقامة النظام وتعزيز الاستقلال، مما يمثل نوع من الاستبداد الوطني المرتبط بفكرة الدولة القوية، ايضاً شعارات مثل "العراق أولاً" و"نحو الإصلاح"، تمثل "حركات الإصلاح المدني والوطنية"، التي تهدف إلى توحيد البلاد وسكانها في مكافحة الفساد وعدم المساواة والطائفية، لذا، تعتمد على المجموعة السياسية والجمهور المستهدف، تكشف هذه الشعارات عن تنوع الإشارات الأيديولوجية التي تتراوح بين الوطنية والدين والمثل المدنية، حاولنا تحديد أبرز (الشعارات الانتخابية)، التي تتداول في الساحة الانتخابية لتحفيز الجماهير على المشاركة في التصويت في يوم (2026/04/12)، كما مبيّن في الجدول:

جدول يبين أبرز الشعارات الانتخابية في العراق لعام (2025).

ت	الشعار الانتخابي	الكتلة الانتخابية	الحزب
1	قوة وازدهار	دولة القانون	حزب الدعوة واحزاب اخرى
2	العراق اولاً	ائتلاف الاعمار والتنمية	تيار القرأتين واخرين
3	عراق مقتدر	كتلة بدر	منظمة بدر
4	لا تضيعوها	تحالف قوى الدولة	تيار الحكمة واخرين
5	قضية وهوية	تحالف السيادة	احزاب سنية
6	الشراكة والتوازن	الحزب الديمقراطي	الحزب الكردستاني
7	ابشريا عراق	تحالف ابشريا عراق	المجلس الاعلى واخرين

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على الادبيات النظرية.

سابعاً: الاستنتاجات:

- 1 - دراسة الشعارات السياسية تكشف عن أسسها الأيديولوجية: تظهر شعارات الانتخابات العراقية بعد عام (2003)، مجموعة متنوعة من الأيديولوجيات، بما في ذلك الدوافع الدينية والوطنية والإصلاحية والشعبوية.
- 2 - من الواضح أن (الخطاب السياسي)، يهدف إلى إضفاء الشرعية على نفسه من خلال إعادة إنتاج الهويات الجماعية وترسيخ الانتماء عبر (اللغة الدينية والعاطفية والوطنية)، تُستخدم (الأيديولوجيا)، بعد ذلك لتثبيت صورة الحزب كحامٍ لمصالح المجتمع.
- 3 - يستخدم السياسيون اللغة للهيمنة على المعنى الرمزي، حيث إنهم يرسمون

CyberLeninka Publications, 2006.

30. Kenzhekanova, Kuralay. Linguistic Features of Political Discourse. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 6, No. 6 S2, 2015.

31. Eagleton, Terry. *Ideology: An Introduction*. 1st ed., Longman, UK, 1991, revised 2007.

32. van Dijk, Teun A. *Ideology and Discourse*. 1st ed., Routledge, London/New York, 2008.

33. Mannheim, Karl. *Ideology and Utopia: An Introduction to the Sociology of Knowledge*. Routledge & Kegan Paul, London, 1936 (original German 1929).

34. Paul Chilton, *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. Routledge, London, 2004.

35. Thompson, John B. *Ideology and Modern Culture*. Polity Press, UK, 1990.

36. Charteris-Black, Jonathan. *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor*. 2nd Edition. Palgrave Macmillan, 2011.

37. Norman Fairclough, *Language and Power*. London: Longman, 1989.

38. Louis Althusser, *Ideology and Ideological State Apparatuses: Notes Towards an Investigation*. In *Lenin and Philosophy and Other Essays*. Translated by Ben Brewster. New York: Monthly Review Press, 1971.

39. Ruth Wodak & Michael Meyer, *Methods of Critical Discourse Analysis*. 3rd Edition. Sage Publications, London, 2015.

40. George Lakoff & Mark Johnson, *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press, USA, 2003.

41. Ruth Wodak, *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. Sage Publications, London, 2015.

42. Fanar Haddad, *Sectarianism in Iraq: Antagonistic Visions of Unity*. Hurst & Co, London, 2011.

43. Renad Mansour & Benedict Robin-D'Cruz, *Iraq's Political Marketplace: The State, Patronage, and Mobilization after ISIS*. Chatham House, London, 2021.

علم النفس السياسي في البيئة العربية، ط1، دار غريب، القاهرة، 2000.

13- نعمان أحمد الخطيب، الوسيط في النظم السياسية والقانون الدستوري، ط2، دار الثقافة، عمان، 2004.

14- حنين هاني عبد الله، حقّ الانتخاب. بحث تخرّج، كلية الحقوق، جامعة الموصل، 2021.

15 أسماء دهنون، لغة الخطاب السياسي في الحملات الانتخابية على موقع فيسبوك، مجلة القارئ للدراسات الأدبية والنقدية واللغوية، المجلد 2، العدد 6، جامعة الوادي، 2023.

16- جليل وادي، رباب كريم كيطان، اتجاهات الخطاب الدعائي في انتخابات مجالس المحافظات (محافظة ديالى أنموذجاً)، مجلة ديالى، العدد 66، جامعة ديالى، 2015.

17 -صلاح حسن حاوي ماضي، الخطاب الانتخابي في العراق: بلاغة السلطة واستجابة الجمهور. مجلة آداب البصرة، العدد 85، كلية الآداب، جامعة البصرة، 2018.

18 -خضر إبراهيم، مفهوم الإيديولوجيا: مطالعة في تاريخ المصطلح ومعانيه ومجالات استعماله، مجلة الاستغراب، العدد 6، شتاء 2017.

19 -محمد فضا، الإيديولوجية (وثائق من الأصول الفلسفية)، ترجمة: أمينة رشيد وسيد البحراوي، ط1، دار التنوير، بيروت، 2009.

20 -محمد عبد المجيد القط، تحليل الخطاب السياسي: المفاهيم والآليات، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2017.

21 -فاطمة محمد العزاوي، الخطاب السياسي وتحليل المضمون، ط1، دار الصفاء للنشر، عمان، 2019.

22 -عبد الرحمن حسن حنفي، معنى الخطاب السياسي العربي: البنية والمعنى، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2002.

23 -سعد الشمري، الخطاب والسلطة: مقارنة في تحليل الخطاب السياسي العربي، ط1، دار الرافدين، بغداد، 2021.

24 -خضر إبراهيم، مفهوم الإيديولوجيا: مطالعة في تاريخ المصطلح ومعانيه ومجالات استعماله، مجلة الاستغراب، العدد 6، شتاء 2017.

25- حيدر عباس الزركاني، الإعلام الانتخابي في العراق: قراءة في الخطاب والممارسة، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2020.

26- سعد الشمري، الخطاب والسلطة: مقارنة في تحليل الخطاب السياسي العربي، مصدر سابق.

ثانيًا: المصادر الأجنبية.

27. Destutt de Tracy, Antoine Louis Claude. *Elements of Ideology*. 1801–1815.

28. Gee, James Pau. *Discourse*, In *Literacy & Education, Social Linguistics and Literacies: Ideologies in Discourses*. 3rd edition. Routledge, UK, 2011.

29. Benoit, William L. *The Functional Theory of Political Campaign Discourse*. Moscow: