

الخطاب السياسي في تونس وصناعة الرأي العام قراءة في نتائج دراسة ميدانية

محمد العربي العياري*

مقدمة

استفادت النخب السياسية التونسية من مناخات الحرية في فترة الانتقال الديمقراطي منذ سنة 2011. حيث تمكّن الفاعلون السياسيون من التواصل المباشر والحر مع عموم المواطنين، مُحققين بذلك الغاية المُتمثلة في "البروز والظهور.[1]" في هذا الإطار، تبنّت النخب السياسية "طرائق وانساقا اتصالية[2]" وقع من خلالها توظيف الخطاب السياسي لتتسلّح بما أسماه آصف بيّات Asef Bayat "فنّ الحضور[3]". يُمثّل الخطاب السياسي بتعبير بيير بورديو Pierre Bourdieu سلطة رمزيّة، تُحاول أن تجد شرعيتها عند عموم المواطنين من خلال ثلاثة طرائق للاتصال، حيث تشمل الطريقة الأولى "الجانب التنظيمي والمادي[4]"، في حين تهتم الثانية مسألة "الأفعال الاتصالية المُعتمدة في التعبئة[5]". أما ثالث هذه الطرائق، فتتصل "بالجسم الانتخابي.[6]" بالنظر في سيرورة الانتقال الديمقراطي في تونس وتناقضات المسار السياسي، يُطرح التساؤل حول مدى التزام النخب السياسية بتلك الطرائق الثلاثة للاتصال، وأيضا، حول توظيف الخطاب السياسي في تحقيق البروز والظهور، ثم كيفية توظيف السلطة الرمزية في عملية تدبير الانتقال الديمقراطي عموما، وفي عملية التواصل مع المواطنين بشكل خاص. يظهر أن الخطاب السياسي للنخب السياسية التونسية، لم يكن مُعبّرا على "الكفاءة الديمقراطية لدى السياسيين[7]" بحيث تظهر النخب مُعزلة عن الواقع وعن التطلّعات الحقيقية للمواطن/الناخب، وعن الاحتياجات الضرورية للسيروية الديمقراطية.

* باحث بمركز الدراسات المتوسطة والدولية

[1] Olivier Voirol, 2005, « Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique. » Réseau, Vol.129-130, n°1, p89-121.

[2] Christian Delporte, 2006, « De la propagande à la communication politique. Le cas Français. » Le Débat, Vol.138, n°1, p30-45.

[3] آصف بيّات، الحياة السياسية. كيف يُغيّر بسطاء الناس الشرق الأوسط، ترجمة أحمد زايد (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2014)، ص44.

[4] Maurice Godelier, 1984, L'idéal et le matériel : pensée, économies, sociétés. Fayard, Paris, (réédition : Flammarion, « Champs », 2010).

[5] Dominique Carré et Roger Delbarre, 2003, Sondage d'opinion : la fin d'une époque, L'Harmattan, coll. Communication et civilisation, Paris.

[6] Pierre Musso, 1988, « Aux origines du concept moderne : Corps et réseau dans la philosophie de Saint Simon », Quaderni, 87/88, p.11-29.

[7] كريستيان تيليغا، علم النفس السياسي رؤية نقدية، ترجمة أسامة الغزولي، سلسلة عالم المعرفة 436 (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2016)، ص200.

[12] Langue de bois التي تتميز وفق فرانسواز توم[13] Françoise Thom بأربعة صفات رئيسية وهي: التجريد والغموض، تجنّب الوقائع، التكرار والحشو، التعابير والمجازات الرديئة. ساهم كل ذلك في تحويل الخطاب السياسي عند النخب التونسية من عامل بناء للهوية السياسية، وتعبيرا على ثقافة سياسية ترنو نحو تنظيم وتعبئة واستقطاب الرأي العام وعموم المواطنين، إلى طارد للاهتمام بالشأن العام، ودافعا لانتشار نوع من القطيعة بين النخب السياسية والمواطنين من جهة، وبين المواطنين والشأن السياسي من جهة أخرى. سوف تلعب هذه القطيعة أدوار مفصلية في ديناميكية انتشار الخطاب الشعبي الذي يُحسن الاستثمار في الأزمات، ويُعمّم الفشل وينسف ما يُسمّيه زيجمونت باومان Zygmunt Baumann "القوة الفاعلة للديمقراطية La Force active de la Démocratie" وسيكون الخطاب السياسي للنخب السياسية التونسية، على رأس العوامل المساهمة في كل ذلك. في هذا السياق، لعب الخطاب السياسي في تونس -في محطات سياسية واجتماعية مختلفة- أدوارا هامة في صناعة الرأي العام وفق ما يمكن ادراجه تحت نظرية "تحديد الأولويات Agenda Setting Theory" التي تعني وجود علاقة بين القضايا التي تُثيرها وسائل الاعلام الناقلة للخطاب السياسي أو تلك التي الصادرة مباشرة على لسان الفاعل السياسي، وبين اهتمام الجماهير بتلك القضايا. حيث كان لبعض الخطابات السياسية وقع سلبي على مواقف المتابعين / الرأي العام، وقادح لبروز توتّرات سياسية واجتماعية، وأيضا مُحركات لصراعات أثّرت عميقا في سيرورة الانتقال الديمقراطي؛

[12] شاع استخدام تعبير اللغة الخشبية Langue de bois في سبعينات وثمانينات القرن العشرين وارتبط بقوة بالسياسيين. [13] Françoise Thom, La langue de bois. Lien: <https://bit.ly/3zZoqla>
* نظرية تحديد الأولويات: تُنسب النظرية الى ماكسويل ماكومبوس Maxwell Mc Combs ودونالد شو Donald Show وهي نظرية تصف قدرة وسائل الاعلام في التأثير على الأجنداث العامة، من خلال نقل الخطابات السياسية التي تُؤثر على الرأي العام.

تحوّلت النخب السياسية تحت وقع اغتراب الخطاب السياسي الى مُمثّلين لما يُسمّى "عُرف الصدى السياسية*" حيث انزاح الخطاب نحو التعبير على ايديولوجيات وقناعات لا تتجانس ضرورة مع ماهيته كموضوع ليكون بتعبير ميشال فوكو Foucault بمثابة موضوع "صراع بُغية الحصول على السلطة، وليس مُجَرّد انعكاس لصراعات تجري على المسرح السياسي. [8] مثّلت الصراعات بين مختلف الفاعلين السياسيين في تونس، عوامل توتّرت أثّرت بعمق على سيرورة الانتقال الديمقراطي الذي أضى "نظاما صعب التطبيق ويصعب التعايش معه [9]" في ظل ديمقراطية مُعظّلة وخطاب سياسي وقع توظيفه بإعتباره وسيلة "لتمكين كل جماعة من التعبير عن نفسها والمحافظة على مصالحها [10]"، دون أن يكون وسيلة لتجاوز تلك الإشكاليات البنيوية العميقة للديمقراطية التونسية. في هذا السياق، تأثّر المسار السياسي بانعدام الديناميكية الداخلية للخطاب السياسي، وعدم قدرته على تجميع أكبر قدر ممكن من الرؤى والتصورات، التي من المُفترض أن يطلع بها "مؤسسات وسياسيون محترفون [11]" أصبح الخطاب السياسي مُضَلّلا وأقرب ما يكون إلى اللغة الخشبية

* عُرف الصدى السياسية: يُشير الى المواقف التي يتم فيها تضخيم القناعات والمعتقدات بالتواصل والتكرار داخل نظام مُغلق.

[8] ميشال فوكو، نظام الخطاب، ترجمة محمد سيلا (بيروت: دار التنوير، 2007).

[9] أنطوني جينز، الطريق الثالث. تجديد الديمقراطية الاجتماعية، ترجمة أحمد زايد ومحمد محي الدين (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2010).

[10] Will Kymlica, Eva Phostl (eds), Multiculturalism and Minority Rights in the Arab World (Oxford : Oxford University Press, 2014).

[11] Josheph A. Schumpeter, Capitalism, Socialism and Democracy (London : New York, Routledge, 1996), p.294-295.

الفردية والجماعية والمشاركة السياسية ذات العلاقة بتدوير الانتقال الديمقراطي، والتحوّل من دولة "فائض القمع والبيروقراطية"[15] إلى تلك المساحات الواسعة من المشاركة والتداولية والنقاش السياسي، الذي يقوم على الخطاب والخطاب المُضاد. تأسيساً على ذلك، تحاول هذه الدراسة أن تكشف على حكم المواطن التونسي على الخطاب السياسي للخب، وأن تتعرّف على كيفية إنتاج هذا الخطاب واستعماله على لسان بعض النخب السياسية، وأثار ذلك كُله على صناعة الرأي العام في تونس من جهة، وتغذية المشاركة السياسية لعموم المواطنين من جهة أخرى.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة استناداً إلى البحث الميداني، نحو تحقيق جُملة من الأهداف. من أهمّها:
- تشخيص ميداني لموقف المواطنين من الخطاب السياسي للخب السياسية التونسية.
- تسليط الضوء على منهجية بناء الخطاب السياسي للخب، وعلاقته بالواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي وبالمنار الديمقراطي عموماً.
- تقييم مدى تطابق محتوى الخطاب السياسي للخب مع رهانات المسألة السياسية والحقوقية والاقتصادية والاجتماعية.
- تحليل أدوار الخطاب السياسي في تونس في عملية صنع الرأي العام.
- الكشف عن التوترات القائمة بين النخب السياسية التونسية والمواطنين، ودور الخطاب السياسي للخب في تعميقها وديمومتها.

المنهج البحثي والعينة المُستهدفة

يفرض موضوع الدراسة أن نلتجئ إلى توظيف المنهج الكمي من خلال المقابلة نصف الموجهة ومجموعات التركيز Focus Groupe وذلك للتعرف عن قُرب على موقف المواطنين (من خلال العينة المُستهدفة) من الخطاب السياسي للخب التونسية، ورصد استراتيجيات النخب السياسية في علاقة بإنتاج

إضافة إلى عدم تطابق استراتيجيات النخب السياسية وأجنداتها التواصلية، مع انتظارات المواطنين والمتابعين للشأن السياسي العام. على ضوء ذلك، أردنا اختبار علاقة الخطاب السياسي في تونس، بمسألة القطيعة السياسية والانصراف عن الشأن العام من قبل جزء من المواطنين، حيث نهدف إلى الكشف على كيفية بناء الخطاب السياسي من قبل النخب السياسية في تونس. كما نسعى إلى الكشف على دلالات هذا الخطاب وظروف إنتاجه وسياقات استعماله ودوره في صناعة الرأي العام في سياق الانتقال الديمقراطي، وأيضاً في مرحلة ما بعد 25 جويلية 2021 وما رافقها من تغيّرات سياسية واتصالية عميقة.

حاولنا تحقيق ذلك من خلال اجراء بحث ميداني مع مجموعة من المواطنين (10 مواطنين) بإستعمال تقنية مجموعات التركيز Focus Groupe وتقنية المُقابلة نصف الموجهة مع مجموعة من الفاعلين السياسيين (5 قيادات سياسية).

السياق العام للدراسة

لعب خطاب النخب السياسية في تونس مهام استقطاب وتعبئة لفائدة الأحزاب السياسية والفاعلين السياسيين. غير أن دلالات ذلك الخطاب وكيفية تصريفه وظروف وسياقات إنتاجه والدور السياسي لحامله، لم يكن في أغلب الأحيان وفيما لما أُريد منه من أدوار. حيث انزاح الخطاب السياسي نحو تغذية الصراعات السياسية واقصاء المنافس السياسي، عوضاً على أن يكون وسيلة لصنع رأي عام مُؤمن بالعملية الديمقراطية وبصراع الفكرة ونقيضها. تحوّل الخطاب السياسي في تونس إلى تعبيرية على "مصالح سياسية فقط" بتعبير بير بورديو Pierre Bourdieu، و"آلة تضليل لا تعكس الحقيقة كما هي". بحسب والتر ليبمان[14] [Walter Lippmann]. يستحث هذا الوضع التفكير في علاقة الخطاب السياسي بتشكّل الرأي العام، وخاصة مسألة تطابق محتوى الخطاب مع انتظارات المواطن من النخب السياسية في سياق الانتقال الديمقراطي، والقدرات الاجرائية لهذا الخطاب على التعبير على استراتيجيات النخب وبرامجها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وقضايا الحريات

[14] Walter Lippmann (1921), Public Opinion. Lien: <https://bit.ly/2Jv5w8J>

[15] نزيه الأيوبي، تضخيم الدولة العربية. السياسة والمجتمع في الشرق الأوسط، ترجمة أمجد حسين، ط1 (بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2010).

وتوظيف الخطاب السياسي وصناعة الرأي العام. تستهدف الدراسة 10 مواطنين من أصول اجتماعية مختلفة، وفُروقات تتصل بالمستوى التعليمي والمشاركة الحزبية أو المدنية والسن والمشاركة في الانتخابات. تختلف الملامح المذكورة بين أفراد العيّنة، حيث تُسجّل المعطيات التالية:

- متوسط السن: 38 سنة.
- الجنس: 4 اناث و6 ذكور.
- 6 مُسجّلين في القوائم الانتخابية (2 اناث و4 ذكور)، و4 غير مُسجّلين (4 اناث).
- 5 من أصل 10 من أفراد العيّنة غير مُنخرطين في حزب سياسي أو جمعية مدنية (3 اناث و1 من الذكور).
- المُنخرطين في جمعية مدنية: 3 أفراد (اناث).
- المنخرطين في حزب سياسي: 2 من أفراد العيّنة (1 من ذكور و1 من الاناث).
- المستوى التعليمي: 4 من أفراد العيّنة ذوي مستوى تعليم ابتدائي (ذكور)، 2 من أفراد العيّنة ذوي مستوى تعليم ثانوي (ذكر وأنتى)، 4 من أفراد العيّنة ذوي مستوى تعليم جامعي (3 ذكور وأنتى).
- الوضعية المهنية: 1 من العاطلين عن العمل / 2 من الأساتذة / 2 موظفين / 1 تاجر / 1 مهنة حرة / 1 عامل يومي / 1 طالب جامعي / 1 تقني سامي

المُتجوب	السن	المستوى التعليمي	المهنة	مُسجل / غير مُسجل في القوائم الانتخابية	الانتماء الحزبي / جمعية مدنية	مدة الانخراط
1	35 سنة	ابتدائي	عاطل عن العمل	غير مُسجل	غير منخرط	_____
2	48 سنة	جامعي	أستاذ	مسجل	منخرط في جمعية مدنية	منذ 2008
3	33 سنة	ثانوي	موظف	مسجل	منخرط في حزب سياسي	منذ 2011
4	28 سنة	جامعي	أستاذ	غير مُسجل	غير منخرط	_____
5	60 سنة	ابتدائي	تاجر	غير مسجل	غير منخرط	_____
6	55 سنة	ابتدائي	مهنة حرة	مسجل	غير منخرط	_____
7	40 سنة	ابتدائي	عامل يومي	مسجل	منخرط في جمعية مدنية	منذ 2011
8	45 سنة	ثانوي	موظف	مسجل	منخرط في حزب سياسي	منذ 2014
9	24 سنة	جامعي	طالب جامعي	مسجل	منخرط في جمعية مدنية	منذ 2019
10	21 سنة	جامعي	تقني سامي	غير مسجل	غير منخرط	_____

جدول عدد 1: ملامح عيّنة المواطنين المستجوبة

أما عن الملامح التي تُخص العيّنة المستجوبة من الفاعلين السياسيين، فتوزّع كما يلي:

- 5 مُستجوبين (3 ذكور و2 اناث).
- متوسط السن: 50 سنة.
- الصفة داخل الحزب: قيادات.
- متوسط فترة النشاط السياسي والمدني: 17 سنة.
- يُوضّح الجدول التالي ملامح العيّنة المُستجوبة (القيادات السياسية).

المُستجوب	السن	المهنة	الصفة داخل الحزب	التجربة الحزبية/ النقابية أو غيرها	مدة النشاط النقابي أو السياسي أو المدني
1	45 سنة	إطار سامي	أمين عام	ناشط سياسي	ناشط سياسي منذ 2011
2	60 سنة	رجل أعمال	عضو مكتب سياسي	نقابي سابق وناشط سياسي	ناشط نقابي وسياسي منذ 25 سنة
3	58 سنة	طبيب	رئيس حزب	نقابي وناشط سياسي وحقوقي	نقابي/ ناشط سياسي منذ 30 سنة/ نائب في المجلس التأسيسي سنة 2011/ وزير سابق/ ناشط صلب منظمة حقوقية
4	50 سنة	مهندس	أمين عام	ناشط سياسي	عضو المجلس التأسيسي 2011-2014/ كاتب دولة سابق/ عضو مجلس نواب الشعب 2014-2019
5	42 سنة	أستاذ جامعي	أمين عام	ناشط سياسي	عضو مجلس نواب الشعب 2014-2019

جدول عدد 2: ملامح عيّنة النخب السياسية المُستجوبة

أولاً: نماذج واستراتيجيات الخطاب السياسي

تُبنى العملية الاتصاليّة بين النخب السياسية والمواطن -في جزء هام منها- من خلال إنتاج خطاب سياسي يُكثّف تصورات الفاعل السياسي ورؤاه حول الشأن العام وكيفية ادارته. حيث يسعى هذا الخطاب الى " صناعة الفعل السياسي وتحقيق حيثيات انتاجه.[16]" كما يسمح الخطاب المُنتج بإمكانية رسم أبعاد وحدود علاقات النخب السياسية بالمواطن من جهة، وبجُملة الرهانات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، من جهة أخرى. كذلك، اختبار مدى تطابق الخطاب السياسي مع الانتظارات الحقيقية للمواطن، ولعموم المتابعين والمنخرطين في الشأن العام. في هذا السياق، تلعب اللغة دورا بارزا في عملية انتاج الخطاب السياسي "سواء وقع توظيفها في التواصل بين السلطة

[16] عبد السلام المسدي، فضاء التأويل (دبي: دار الصدى، 2012)، ص164.

وفي نفس الوقت، هو "ثروة موضوع صراع سياسي" [21] يُحاول الفاعل السياسي استثمارها في عملية إنتاج التعبئة والتأثير في الرأي العام للحصول على عائدات تتمثل أساساً في الوصول إلى السلطة أو المحافظة عليها.

1- نماذج الخطاب السياسي

تُشكّل السياسة والخطاب والسلطة حزمة من المصطلحات وثيقة الارتباط، حيث يُشير يورغن هابرماس Jürgen Habermas إلى ضرورة أن تقوم مؤسسات الحكم "بإنتاج خطاب مُقنع للمواطنين، وهي مُهمّة مُوكلة إلى صُنّاع البلاغة. [22] يعني ذلك، اندراج الخطاب السياسي تحت عنوان السياسة كموضوع للشأن العام Polity التي تشمل مجموع الفاعلين الممارسين لسلطة إدارة وتديير وتسيير الشأن العام داخل المجتمع. يُوضّح تالكوت بارسونز Talcott Parsons الوظائف الرئيسة للمجتمع، منها ما أسماه بإختيار الأهداف السياسية. في هذا السياق، يكون الخطاب السياسي مُكثفاً ومُعبراً على الهدف السياسي، والذي يشترط لتحقيقه توفّر ثلاثة عوامل، هي "الفاعل والموقف ومُوجّهات الفاعل نحو الموقف." [23]

يتوجّه الفاعل السياسي نحو إنتاج خطاب يرنو من خلاله إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، مثل التعبئة والاستقطاب وتوجيه الرأي العام، وفق استراتيجيات مُحدّدة تستند إلى قيم ودوافع.

والشعب، أو في تأسيس جماعات. وهي خطوة أولية في اتجاه الفعل السياسي أو في تكوين الكيانات التي تحتاج إلى من يَشوئها. [17] يعتبر باتريك شارودو Patrick Charaudeau أنه "لا تُوجد دلالة للخطاب السياسي خارج الفعل، والذي يرمي إلى ممارسة السلطة من طرف الفاعل السياسي، وبذلك فنظرية الخطاب مُطالبة بتوضيح كيف يقع تصوّر الروابط الممكنة بين الخطاب والفعل والسلطة. [18] تتضح هذه الروابط من خلال بيان رهانات Enjeux الخطاب السياسي، حيث يرمي هذا الخطاب إلى "تعبئة أفراد الجماعة بضبط مضمون حول القيم المرجعية ليكون بذلك نظاماً فكرياً مؤسساً على الانتماءات الأيديولوجية Appartenances idéologiques، كرهان أول. أما الرهان الثاني، فيركّز على الفاعلين في المشهد السياسي ومدى تأثيرهم في الرأي العام. يتحوّل الخطاب في هذه الحالة إلى خطاب بلاغة Rhétorique وتأثير influence لا يرتبط بالأيديولوجيا، بل بخلق الصور والتُمثّلات. في حين يتعلّق الرهان الثالث بالخطاب خارج الممارسة السياسية. [19] تلتقي رهانات التعبئة والتأثير في الرأي العام والممارسة السياسية، لتعبّر على أدوار الخطاب السياسي ودلالاته في علاقة باستعمالته من قبل النخب السياسية، خاصة في حزمّ التحولات السياسية الكبرى التي تعيشها المجتمعات وفي ضوء التنافس الذي يُحوّل الخطاب السياسي إلى "موضوع صراع بُغية الحصول على السلطة." [20] بهذا الشكل، يلعب الخطاب السياسي دوراً مُزدوجاً يتراوح بين كونه موضوع صراع للحصول على السلطة،

[21] Foucault, Michel, L'archéologie du savoir. Paris, Ed. Gallimard, 1969. P156.

[22] نور الدين علّوش، الفلسفة الأمريكية المعاصرة. نماذج مختارة (بيروت: دار الرافدين، 2016)، ص51.

[23] محمد مرسي، علم الاجتماع عند تالكوت بارسونز بين نظريتي الفعل والنسق الاجتماعي. دراسة تحليلية نقدية (السعودية: مكتبة العليقي، 1981)، ص7.

[17] كريستيان تيليغا، علم النفس السياسي، ترجمة أسامة الغزولي (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب/ سلسلة عالم المعرفة، 2016)، ص164.

[18] باتريك شارودو، ما لفائدة من تحليل الخطاب السياسي؟ ترجمة القاسمي بدر الدين. الرابط:

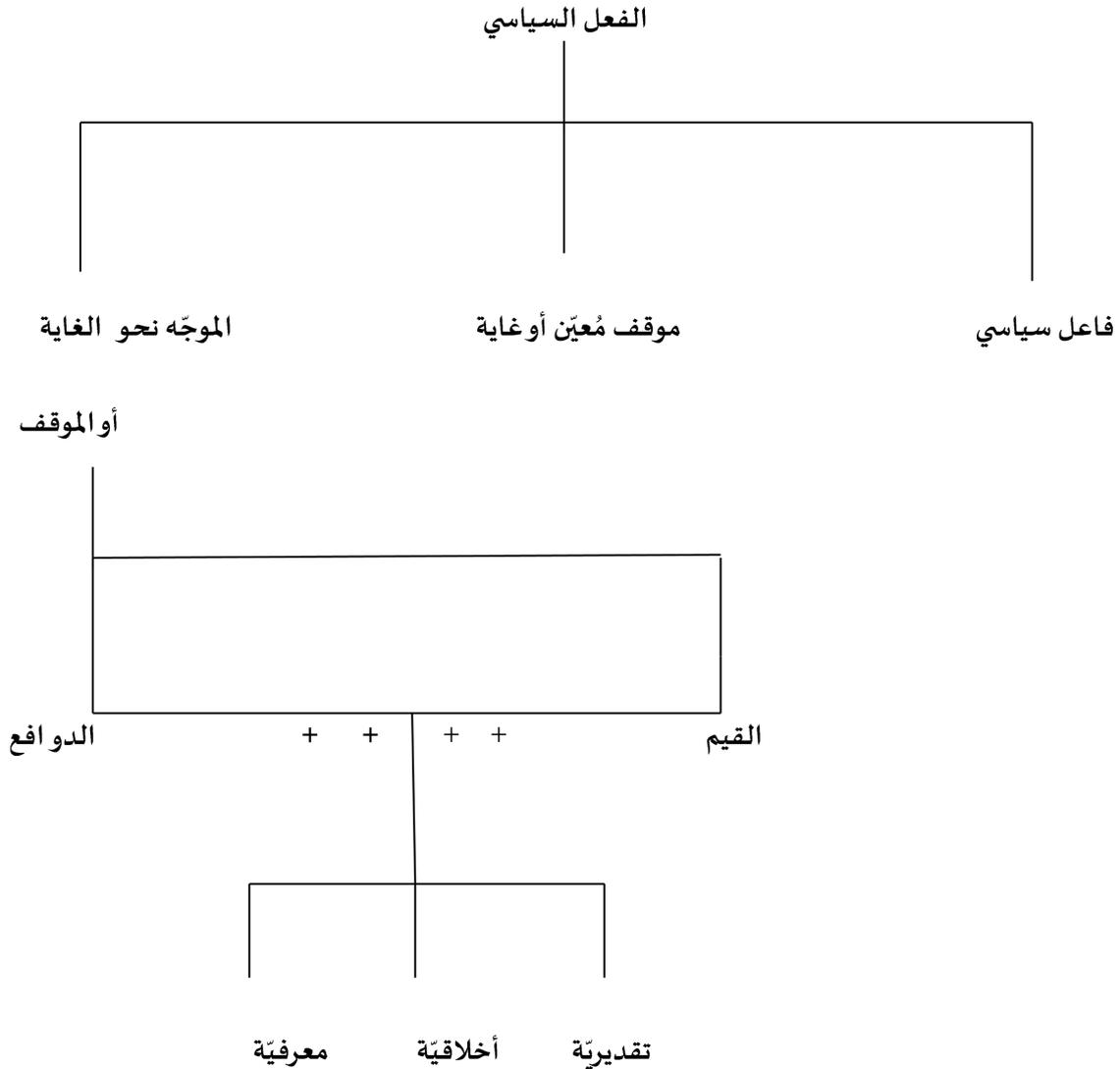
<https://bit.ly/3UdmU6p>

[19] Charaudeau, Patrick (1997). Discours d'information médiatique. La construction du miroir social. Paris : Nathan-Ina. P82.

[20] ميشال فوكو، نظام الخطاب، مرجع سابق.

جدول عدد 2: ملامح عينة النخب السياسية المُستجوبة

المصدر: (بتصرف من الباحث): محمد مرسي، علم الاجتماع عند تالكوت بارسونز بين نظريتي الفعل والنسق الاجتماعي. دراسة تحليلية نقدية (السعودية: مكتبة العليقي، 1981)، ص7.



تُوجّه القيم التقديرية والأخلاقية والمعرفية الفعل السياسي الذي تُنجزه النخب السياسية، من بين تلك القيم المعرفية، مسألة التواصل مع المواطن / الناخب وأيضاً، إدراك الحاجيات الحقيقية والواقعية للتعاطي مع المسألة السياسية. يُعتبر الاتصال السياسي بين المواطن والنخب السياسية، ظاهرة مُعقدة تتداخل في نشأتها عديد العوامل والمؤثرات لتفسير كيفية حدوثها، وبيان أهدافها وغاياتها. في هذا الإطار، نقف عند مختلف النماذج التي حاولت تفسير ماهية الاتصال السياسي وكيفية حدوثه، إذ يرتبط الخطاب ارتباطاً وثيقاً بالسياسة، وتبرز وظيفته التأثيرية من خلال العناصر الأسلوبية التي يُوظفها المرسل في خطابه للتأثير في المُتلقي. "الانحياز لمقترح ما وليس التعبير على رأيه الخاص." [24]

[24] Lippmann, W. (1922). Public Opinion. London : Allen and Unwin. 2009.

ث-النموذج السلوكي: يُعرف هذا النموذج، الخطاب السياسي بأنه ذو وظيفة تأثيرية، حيث يرنو الفاعل السياسي إلى أن يجعل من فئات المجتمع، أطرافا سلبية بُغية التمكّن من السيطرة على السلطة وضمان استمرار الأوضاع الراهنة. يرتكز هذا النموذج على منظور سلطوي يقوم على الاتصال بين الحاكم والمحكومين بوسائل رسمية، وحيث تُحاول النخبة السياسية التأثير في الرأي العم لممارسة السلطة أو الحفاظ عليها.

ج-النموذج التقني: يعتمد هذا النموذج على المعلومات التي تسير في اتجاه واحد، وحيث لا يُحقق هذا النموذج ما يُعرف بالتغذية الاسترجاعية، التي تعني حرية النقاش والتفكير. يدل هذا الخطاب على سيطرة الفاعل السياسي على مواطن وآليات إنتاج الخطاب وتوظيفها لصنع رأي عام على المقاس. يُواجه هذا النموذج نقدا عميقا اعتبارا لخصوصياته القائمة على "الإعلان والتواصل الجماعي بنموذج تجاري لصنع الرأي العام." [27]

ح-النموذج التحويلي: يقوم هذا النموذج على تساوي فرص المتحاورين في التواصل بحرية وعقلانية. حيث يمضي التواصل في اتجاهين يتوازى فيهما التأثير والتأثر بين السلطة والمواطنين. يُحقق هذا النموذج -يعتبر جيل أشاش Gilles Achache - "المصلحة العامة من خلال تبادل الحجج التي تُمكن من معرفة ما هو صالح للمجتمع ككل." [28]

2- استراتيجيات الخطاب السياسي

تُستعمل كلمة استراتيجيا وفق ميشال فوكو Michel Foucault للتدليل على ثلاثة معانٍ. يتعلّق المعنى الأول

أ-النموذج الاستراتيجي: يعتبر لويس كيري [25] Louis Quéré أن ترسيخ الشعور بالمواطنة لدى أفراد المجتمع لن يتحقّق في ظل احتكار الفضاء العام ووسائل الاعلام من قبل الدولة، أو من قبل قوى اقتصادية خاصة، الذي يعتمد على تسليح الفاعل السياسي بآليات التواصل والأساليب التي تُمكنه من ممارسة سلطته وضمان استمرارها. يسير هذا النموذج في اتجاه واحد، ويُساهم في صنع رأي عام سلبي لا يملك الحق في ابداء رأيه، والتعبير على موقفه المعارض أو الرفض للقضايا التي تخص الشأن العام.

ب-النموذج النسقي: يعتبر هذا النموذج بأن النظام السياسي نسق من التفاعلات، التي تقوم على الاعتماد المتبادل بين مكوناته. كما يتميّز هذا النسق بالديناميكية حيث أن التحوّلات والتعديلات تحدث بشكل يُحقّق التوازن بين النسق ومحيطه. إضافة الى أن آليات الاتصال السياسي، تُمثّل مجالا لفهم طريقة اشتغاله وكيفية استمراره، لأن فشل النظام في عملية التفاعل وعدم التوصل إلى قرارات تدعم توازن "المدخلات INPUT والمُخرجات OUTPUT" تنعكس على النظام نفسه وعلى علاقته بمواطنيه ودعم هؤلاء للسلطة وللشريعة.

ت-النموذج النقدي [26]: يعتمد هذا النموذج على إنتاج الخطاب السياسي وتمثيله من خلال وسيلة معيّنة، ليقوم منتج الخطاب بتوجيه الرأي العام وفقا لمصالحه وغاياته (نموذج حقن المواطنين بتعبير Hugues Cazenave). يخضع المواطن إلى مؤثرات هذا الخطاب، ويتجاوب معه بطريقة بافلوفية تقوم على ثنائية اثاره /استجابة، أي أنها استجابة غير عقلانية. تلعب وسائل الاعلام والتواصل دور المحرك للوعي الاجتماعي، ويمتلك منتج هذا النموذج من خلال الخطاب، القدرة والشريعة -من وجهة نظره- لتحديد القضايا الاجتماعية والسياسية وطريقة التفاعل معها.

[27] G. Bateson, R. Birdwhistell, E. Goffman, E. T. Hall, D. Jackson, S. Scheffle, S. Sigman, P. Watzlawick (1981). La Nouvelle Communication. Trad. D. Bansard A. Cardoen, M. C. Chirierie J. P. Simon et Y. Winkin. Ed du Seuil. P 157.

[28] أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين العياضي والصادق رايح (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية/ المنظمة العربية للترجمة، 2005)، ص 94.

[25] Louis Quéré (1982), Aux origines de la communication moderne. Des mémoires équivoques. Paris. Aubier.

[26] Hugues Cazenave (1992), Les modèles de la communications, Cahier Français, n 258, La communication Oct.-Déc. P.59.

والسياسية" [33]، لذلك يقع التركيز على الخطاب كشكل من أشكال الفعل الاجتماعي لتوصيف التأثير المتبادل بين الفاعل (النخب السياسية) والمتلقي (المواطن). تظهر العلاقة بين السياسة والخطاب مُرَجَّبة إلى حدّ تحوّل علم النفس السياسي إلى "الاهتمام بالسيكولوجيا الفردية للسياسة" [34]، حيث يعمد التحليل النقدي للخطاب Critical Discourse Analysis ((إلى "دراسة الطريقة التي يتم بواسطتها استعمال السلطة وإساءة استعمالها" [35] لإظهار كيفية بروز الخطاب كشكل من أشكال الممارسة والفعل الاجتماعيين و"النظر في الأغراض السياسية المُعَيَّنة التي يُدفع باللغة إليها، وتتبع الوسائل اللغوية الخاصة التي تُستخدم من جانب من يتكلمون على نحو سياسي. [36]" يُبين كريستيان تيليغا Christian Telega أن المقولات والهويات الاجتماعية التي يستدعيها المُتحدِّثون، يمكن استخدامها كأدوات سياسية استراتيجية لإدارة الجدل السياسي. كما تلعب اللغة في هذا المستوى وظيفتها في سياق سجالي بحيث أنها لا تدور في الفراغ ولا تُعيد إنتاج نفسها في الفراغ، بل وفق استراتيجية واضحة ومُحدَّدة، فهي "تصوغ ما نرى وما لا نرى في العالم السياسي. [37]"

[33] Michael Billig (1996), *Arguing and thinking : A rhetorical approach to social psychology* (2nd edn). Cambridge University Press.

[34] Taber, C (2003), *Information processing and public opinion*. In D. O. Sears, L. Huddy and R. Jervis (eds.) *Oxford handbook of political psychology* (pp.433-476). New York : Oxford University Press.

[35] كريستيان تيليغا، علم النفس السياسي رؤى نقدية، مرجع سابق، ص 169.

[36] Paul Chilton (2004), *Analysing Political discourse : Theory and practice*. London : Routledge.

[37] Murray Edelman (1977), *Political Language : Words that succeed and policies that Fail*. New York : Academic Press.

"للتدليل على الطريقة التي يتصرّف بها أحد الشركاء في لعبة مُعَيَّنة تبعاً لما يعتقد أنه سيكون تحت تصرّف الآخرين. في حين تتعلّق الثانية باختصار الطريقة التي يُحاول من خلالها أن يُؤثّر على الآخرين. أما الثالثة، فهم مُجمل الأساليب المُستخدمة في مُجابهة ما، لحرمان الخصم من وسائله الصراعية وادغامه على الاستسلام؛ وعلية تتحدّد الاستراتيجية باختصار الحلول الرابحة. [29]" وفق هذا التحديد، تتداخل ثلاثة محظّات أو عناوين في عملية بناء الاستراتيجية وهي طريقة التصرف واختصار طريقة التصرف (التحيين والتعديل والتجاوب مع المُتغيّرات)، والأساليب المُستخدمة في التصرف. من هذه الزاوية، يظهر الخطاب السياسي كأحد المحاور التي تُبنى وفق استراتيجية ترنو نحو التأثير في المُتلقي وتحييد الخصم، إضافة إلى التعبئة والاستقطاب وبناء الهوية السياسية للفاعل السياسي أو مُنتج الخطاب. يُعتبر الخطاب شكلاً مركباً من النشاط الاجتماعي، وهو "الموقع الذي تتلاقى فيه التمثيلات السياسية والمعرفة السياسية والمخزونات التأويلية وغيرها من الموارد الاجتماعية والخطابية، لبناء رؤى سياسية وحياتية عن التعاون أو الخصومة، وعن التوزيع العادل أو غير المُتكافئ للسلطة والموارد والأمن وماشابه ذلك. [30]"

ينظر موراي ايدلمان Murray Edelman إلى السياسة باعتبارها صورة مُقنّعة وغير مُكتملة [31]، غير أنه من الممكن "التفكير في السياسة باعتبارها مُتتالية suite من الإنجازات الخطابية. [32]" بهذا الشكل، يكون الخطاب السياسي حسب ميكايل بيلغ Michael Billig قادراً على تأمين "الجهاز النظري والأدوات المنهجية التي تُحقّق الغايات البلاغية

[29] باتريك شارودو ودومينييك منغونو، معجم تحليل الخطاب، ترجمة عبد القادر المهيري وحماي صمود (تونس: دار سيناترا، 2008)، ص 442-443.

[30] كريستيان تيليغا، علم النفس السياسي رؤى نقدية، ترجمة أسامة الغزولي (الكويت: عالم المعرفة، 2016)، ص 165.

[31] Murray Edelman (1967), *The Symbolic uses of politics*. Urbana, IL : University of Illinois Press.

[32] كريستيان تيليغا، علم النفس السياسي رؤى نقدية، مرجع سابق، ص 166.

السيكوجرافي* لجمع أكثر ما يمكن من المعلومات حول الجمهور المُستهدف بالدعاية. يقع استهداف الجمهور (المواطن/ الناخب) برسالة سياسية (خطاب سياسي) بعمل النخب السياسية على صياغتها بشكل يتناسب مع الفئة الاجتماعية للجمهور المُستهدف، وسلوكياتهم ورؤاهم وتمثلاتهم حول الشأن العام. تعتمد هذه الاستراتيجية مُتغيرات ثلاثة وهي الشخصية والسلوك ونمط الحياة حتى تُؤدّي الرسالة المُراد بثُّها غايتها المرجّوة.

يظهر أن الدعاية "لا تقتصر على قدرة الفاعل على التشفير أو الترميز أو على قدرة المُتلقي على فك رموز الخطاب،" [40] تعتمد طريقة التمييز الجغرافي والديمقراطي للجمهور المُستهدف، كما تُركّز على التقسيم النفسي فيما يتصل بأنشطة الفرد واهتماماته وآراءه ونمط حياته وسماته الشخصية ومُجمّل القيم والمواقف التي يتبناها ومكانته الاجتماعية. بالإضافة الى القاء الضوء على التقسيم السلوكي الذي يشمل اختيار المُناسبة المُوجهة وما يُسمّى بالتوجه نحو الاستخدام والولاء والفوائد المنشودة. يقع الاهتمام بهذه المؤثرات الخاصة بالمتلقي لضمان تحقيق الغاية المرجّوة من عملية التواصل وبلوغ الخطاب المُنتج غايته القصوى. يُوضّح الجدول الموالي مراكز الاستهداف السيكولوجي والسلوكي في تقسيم الجمهور.

* منهج التمييز السيكوجرافي: هي تقنية مُعتمدة في مجال التسويق التجاري، اذ يقع تقسيم السوق الى شرائح Market Segmentation من المستهلكين بناء على خصائص المستهلك تبعاً لشخصيته وسلوكه وأسلوب حياته، ثم يقع تصنيفه في فئة ما وهو ما يُتيح استهدافه برسائل اعلانية أو دعائية بشكل مُركّز.

[40] G. Bateson, R. Birdwhistell, E. Goffman, E. T. Hall, D. Jackson, SCherfle. S. Sigman, P. Watzlawick (1981). La Nouvelle Communication. Traduction D. Bansard A. Cardoen, M. C. Cchirierie J. P. Simon et Y. Winkin. Edition du Seuil. P13.

يرمي الخطاب السياسي الى الدعاية لصالح الفاعل السياسي أو الحزب وفق استراتيجية مُحدّدة، اعتماداً على ما يُسمّى بالإعداد السوسولوجي للدعاية [38] حيث تتوّع أساليب الدعاية وأشكالها، مثل استعمال الشعارات واثارة غرائز الجماهير وأساليب القولة والتلميح وتكريس الصورة الذهنية، وفرض المعلومات على أنها مُسلّمات بدلا من المناقشة والبرهنة، والاعتماد على الأرقام والاحصائيات مثل نتائج الاستفتاءات واستطلاع الآراء.

في هذا السياق، يُصنّف جاك إيلول [39] Jacques Ellul الدعاية لأربعة أشكال:

1-دعاية التأيير العقائدي والتعبئة والاستقطاب Propaganda of indoctrination, recruitment and expansion اذ ترمي هذه الدعاية الى توسيع القاعدة الشعبية للفاعل السياسي من خلال استقطاب المؤيدين أو المُتعاطفين، حيث يقع توظيف وسائل مُتعدّدة مثل المنشورات والبيانات والعلاقات الشخصية وغيرها من الوسائل.

2-دعاية الادماج propaganda of integration والتي يكون هدفها صنع الرأي العام وتوجيه السلوك والمواقف.

3-دعاية التحريض propaganda of agitation حيث تقوم هذه الدعاية على خلق رأى عام مُهيّئ لاعتناق ما طرحه النخب السياسية من شعارات ومواقف.

4- الدعاية الهدامة Subversive propaganda التي تتمثّل في التركيز على الحط من القيمة المعنوية لشخص أو مؤسسة ما، أو لقضية سياسية أو اجتماعية. تقترب هذه الدعاية من نمط الخطاب الشعبي الذي يستتفز كل مُكتسبات وخصوصيات المؤسسات والأفراد، ويُحوّلها الى موضوع أزمة.

تستفيد استراتيجيا اعداد الخطاب السياسي من منهج "التمييز

[38] Cunningham, B. S. The Idea of Propaganda: A Reconstruction, (Praeger Publishers, Westport, USA, 2002), p. 67-71.

[39] Jacques Ellul, Propaganda. The formation of men's attitudes, (Vintage books, NY, 1973).

جدول عدد3: مراكز الاستهداف السيكولوجي والسلوكي في تقسيم الجمهور

<p>يُقسَّم الجمهور إلى وحدات جغرافية. مثل البلد، والمدن، والمناطق، والمناخ.</p>	<p>التقسيم الجغرافي</p>
<p>يتم تصنيف الجمهور مع الأخذ بعين الاعتبار متغيرات مثل: العمر، الجنس، التعليم، مستوى الدخل، الدين، المهنة، والحالة الاجتماعية (متزوج، أعزب).</p>	<p>التقسيم الديمغرافي</p>
<p>تقوم التجزئة السيكوغرافية على تجزئة الجمهور إلى فئات بناء على عوامل نفسية:</p> <p>1. <u>الأنشطة والاهتمامات والأراء</u>: تساعد هذه العوامل الثلاثة على تحديد الناخبين الذين لديهم نفس الإعجاب تجاه الأنشطة واهتمامات في نفس المجال، ولهم آراء متشابهة حول بعض القضايا.</p> <p>2. <u>نمط الحياة</u>: يساعد فهم أسلوب حياة الشخص في التعرف على الأشخاص الذين لديهم اختيارات مماثلة (إعجاب/كره) تجاه قضية ما.</p> <p>3. <u>السمات الشخصية</u>: يُستخدم هذا العامل لجميع الأشخاص الذين يُظهرون خصائص شخصية مماثلة، مثل: (الانفتاح، الضمير، الاتساق).</p> <p>4. <u>القيم والمواقف</u>: يهتم هذا العامل بتحديد الأشخاص على أساس المثل العليا والإنجازات والتعبير عن الذات.</p> <p>5. <u>المكانة الاجتماعية</u>: تُعدُّ المكانة الاجتماعية التي يتمتع بها الشخص في المجتمع مقياسًا ذا صلة يُستخدم في هذا النوع من التقسيم.</p>	<p>التقسيم النفسي</p>
<p>يتم تقسيم الجمهور وفقًا للخصائص السلوكية للفرد من قبيل:</p> <p>1. <u>المناسبة الموجهة</u>: عندما يتم استخدام منتج (خطاب) مناسبة خاصة فقط، يمكن أن تكون المناسبة متكررة، أو يمكن أن تكون مرة واحدة في العمر. ما يُعرف بـ "تجزئة المناسبة".</p> <p>2. <u>التوجُّه نحو الاستخدام</u>: يمكن أن يكون التقسيم بناء على مدى استخدام الشخص للمنتج. يوجد المستخدم الثقيل أو المستخدم الخفيف. من هنا، يُعتبر تكرار الاستخدام جزءًا من التجزئة السلوكية.</p> <p>3. <u>الولاء</u>: يتم تقسيم الأفراد على أساس مدى الولاء للمنتج. يحتاج الأشخاص ضعاف الولاء إلى الكثير من التركيز والرسائل المكثفة المحملة بمضامين تهدف إلى تثبيت مواقفهم وقناعاتهم، في حين لا يحتاج الأشخاص ذوو الولاء الثابت والقوي إلا لرسائل تؤكد صحة توجهاتهم.</p> <p>4. <u>الفوائد المنشودة</u>: تجزئة المستهلك تتم أيضًا على أساس الفوائد المختلفة التي يتصورها المستهلكون (الناخبون).</p>	<p>التقسيم السلوكي</p>

المصدر: (بتصرف من الباحث)، اعتمادا على: نواف التميمي، نموذج التواصل السياسي لكامبريدج أناليتيكا، فبركة الأخبار وهندسة الجمهور (قطر: مركز الجزيرة للدراسات، 2018)، ص 10. الرابط: <https://bit.ly/3GdxtTk>

الرابط الأصلي: موقع كامبريدج أناليتيكا <https://bit.ly/3E2OioD> : Cambridge Analytica

في نفس السياق، "لا يستجيب الخطاب السياسي لرهانات المسألة الاجتماعية مثل البطالة والتشغيل وغيرها.[43]" لاريب أن النخب السياسية مُطالبَة بصياغة حلول للأزمات الاجتماعية الحارقة والتي تتصل بالمسائل التتموية وغيرها، إلا أن الخطاب السياسي لبعض النخب السياسية، لم ينجح -من وجهة نظر بعض المستجوبين- في إثارة الأسباب الحقيقية لتلك الإشكاليات، ولا يحمل في طياته بوادر لحلول عاجلة أو استراتيجية. يلعب الخطاب السياسي أدوارا في تحفيز المواطن على الانخراط في الشأن السياسي، غير أنه كان في أحيان كثيرة "مُنقرا وغير مُشجّع على الانخراط أو المشاركة. فهو خطاب جاف ولا صلة له بالواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي. فقط هو خطاب يبحث عن المصلحة الشخصية.[44]" تدل هذه الإجابة على خطورة الخطاب السياسي ودوره في خلق حالة من القطيعة مع الشأن العام، وتزداد الخطورة حين يتعلّق الأمر بشباب ذو مستوى جامعي ومُتحصّل على شهادة جامعية وغير منخرط في حزب سياسي أو جمعية مدنيّة: (المستجوب عدد 9). في مستوى آخر، لا يمكن أن يختزل الخطاب السياسي كل رهانات الواقع، غير أنه تحوّل الى "خطاب مُكرّر ومُتداول عند جميع السياسيين إلى درجة أننا أصبحنا نحفظه عن ظهر قلب ونعرف السياسي من خلال خطابه. حيث أن لكل فاعل كلماته وعباراته التي يُردّها في كل المناسبات.[45]" تُفيد هذه الإجابة بأن خطاب النخب السياسية يُعاني من الجمود وعدم التجدّد ومواكبة مُتغيّرات الساحة السياسية والواقع الاجتماعي. كما يستثني خطاب النخب ما عدى في فترة الحملات الانتخابية "قضايا المرأة والقوانين والتشريعات التي طُرحت منذ 2011 ولا زالت الى اليوم غير مطروحة للنقاش بجديّة.[46]" لا زالت قضايا الحقوق الفردية وخاصة تلك التي تُخص المرأة في تونس، تتأرجح بين رغبة في مزيد تدعيمها من جهة، وبين بُطء الفاعل السياسي في تحويل الرغبة الى واقع ملموس. يُفسّر هذا الموقف الصادر على لسان شابة من

يسمح هذا التميّط بتصميم الخطاب السياسي وتسويقه بطريقة مُركّزة ومُوجّهة، مما يُساعد على "اتخاذ قرار ملموس بشأن محتوى الخطاب المُوجّه للشريحة المُستهدفة.[41]" غير أن البحث الميداني الذي يستهدف مُنتج ومُرسل الخطاب (النخب السياسية)، ومُتلقي الرسالة الاتصالية (المواطن)، يُمكن بوضوح من استنتاج الخطاب والكشف عن دلالاته وفهم قدراته التأثيريّة.

ثانيا: الخطاب السياسي في تونس: استراتيجيات النخب السياسية ومواقف الرأي العام

قراءة في نتائج دراسة ميداني

تختلف ملامح المواطنين المُستجوبين، حيث تنقسم العيّنة الى 10 أفراد من بينهم 4 اناث و6 ذكور، ستّة منهم فقط مُسجّلون في القوائم الانتخابية، ونصفهم فقط منخرطون في صلب حزب سياسي أو جمعية مدنيّة. كما يختلف المستوى التعليمي بين تعليم ابتدائي وجامعي، مع وجود العاطلين عن العمل والأساتذة والطلبة. يُفيد هذا الاختلاف في مستوى الملامح في الحصول على إجابات مُختلفة ومُتنوّعة وتُمثّل قدر الإمكان الفئات الاجتماعية المُختلفة، اخترنا من بينها ما يتناسب مع موضوع البحث وطبيعته.

1-قراءة في إجابات العيّنة المُستجوبة من المواطنين يعتبر جزء من المواطنين أن الخطاب السياسي في مُجمله "غير مُطابق للواقع ولا يُعبّر حقيقة على الإشكاليات الرئيسيّة للمجتمع[42]". يُعبّر هذا الموقف على خلل ما وإشكالية تُلازم خطاب النخب السياسيّة، خاصة وأنه يصدر على شاب مُنخرط في حزب سياسي منذ 2011، بمعنى أنه راكم الى حد ما تجربة سياسية، وواكب سيورة الانتقال الديمقراطي طوال العشرية المُنصرمة.

[41] Gray Armstrong, Philip Kotler., Marketing An Introduction, (Upper Saddle River, N. J. Prentice Hall, 7 Edition, 2005).

[42] المستجوب عدد 3.

[43] المستجوب عدد 9.

[44] المستجوب عدد 10.

[45] المستجوب عدد 7.

[46] المستجوب عدد 4.

القضايا ذات البعد الوطني. في سياق مُغاير، لا يبدو خطاب بعض النخب السياسية "مُحملاً بإجابات واضحة ومُقتنعة وجامعة وغير اقصائية. بل هو خطاب مُنبث ومُشوَّش على سيرورة الانتقال الديمقراطي.[49]" تبدو هذه ذات بُعد تشخيصي لأزمات الانتقال الديمقراطي، خاصة منها تلك التي كان الخطاب السياسي لبعض النخب السياسية عاملاً في تغذيتها؛ حيث كانت صراعات الفاعلين وترجمة الخطاب السياسي في لحظات مُعيّنة الى ممارسة عنيفة أحياناً، عاملاً في بروز الشعبوية التي كانت "إجابة سياسية على واقع سياسي[50]". قد تكون الشعبوية إجابة سياسية على أزمات سياسية، غير أنها لا يمكن أن تكون بحال من الأحوال نتيجة لفشل النخب السياسية أو لسيطرة خطاب عنيف أو غير مُتجانس، بل هي على اطلاقيتها أزمة في قلب النظام الديمقراطي تتطلّب خطاباً ديمقراطياً نقدياً لتفكيك شيفراتها ودلالاتها. تكمن خطورة الاطمئنان الى مثل الإجابة التي وردت على لسان المستجوب عدد 2، كونها تعبيراً على تفكير شاب جامعي منخرط في جمعية مدنية وأستاذ تعليم ثانوي؛ بمعنى أنه مُساهم على طريقته (منخرط في جمعية مدنية) في تدير الشأن العام. لا يقتصر الموقف من الشعبوية التي برزت منذ 25 جويلية 2021 على الفئة التي تحضى بمستوى تعليمي عال وموقع اجتماعي محترم، بل وجدت بعض الفئات الأخرى من العيّنة المستجوبة، إجابات على سؤال الشعبوية من خلال الموقف الذي يختزل "بروز الشعبوية كنتيجة للعبث السياسي وللخطاب السياسي غير الواقعي والاقصائي والمُعَبّر على مصالح شخصية فقط.[51]"

يُصَحّح بعض المُستجوبين من العيّنة، أن "الرأي العام في تونس كان ضحية للخطاب السياسي المُوجّه والمُدروس، والذي تعمّدت النخب السياسية انتاجه وتقديمه للسيطرة على المواطن والمحافظة على الموقع السياسي والامتيازات مُتعددة الأبعاد.[52]" تفترض عملية صناعة الرأي العام انتاج خطاب

المستجوبين، ذات مستوى تعليمي جامعي واستاذة، أسباب القطيعة بين النخب السياسية والأحزاب من جهة، وبين فئة الأكاديميين من جهة أخرى؛ حيث يظهر أن الخطاب السياسي للنخب السياسية لم يتوصّل الى اقناع جزء من الأكاديميين (كما يتبيّن الإجابة المذكورة للمستجوب عدد 4)، بجدوى المشاركة السياسية من خلال الانخراط في حزب سياسي أو جمعية مدنية. يكون الخطاب السياسي مُنقراً وطاردا للمشاركة السياسية إذا لم يُحسن التفاعل الإيجابي مع طموحات جزء من الرأي العام كما تُبيّن الإجابة السابقة، وعندما يكون "مليئاً بكل عبارات العداة والصراع الأيديولوجي[47]". لا يخفى على المتابع للشأن العام دلالات الخطاب السياسي والاستراتيجيات التي يبنها الفاعل السياسي، حيث أفادت الإجابة المذكورة أن استراتيجيات الخطاب السياسي تبدو مكشوفة للرأي العام خاصة مع تداول أنماط من العنف السياسي الذي يُوظّف الخطاب (مداولات مجلس نواب الشعب في 2019، حضور بعض السياسيين في برامج تلفزيّة، تصريحات لمواقع إعلامية، تديونات على مواقع التواصل الاجتماعي...). لا يتدخّل المستوى الثقافي أو المهنة أو الفئة الاجتماعية في كشف دلالات الخطاب السياسي وغاياته (حالة المستجوب عدد 6)، بل يسهّل تفكيك تلك الدلالات نظراً لطبيعة الخطاب السياسي المُباشرة والصريحة. يهتم جزء من الرأي العام بعلاقة الخطاب السياسي بتمثّلات النخب السياسية لأدوار المواطن في العملية الديمقراطية، إذ "كان خطاب السياسي لبعض النخب دافعا نحو تغذية المشاركة والاستقطاب على أساس التعبئة لفائدة قضايا وطنية مُلحة.[48]" تدل الإجابة المذكورة على دور الالتزام الحزبي في الدفاع على التصورات والرؤى التي يبنها الفاعل السياسي، ويُحاول ترجمتها الى ممارسة خطائبة، وربما يكون ذلك قناعة شخصية من المواطن المنخرط في حزب سياسي مثلما هو الحال في إجابة المستجوب عدد 8، إذ لا زالت المؤسسات الوسيطة مثل الحزب السياسي تلعب أدواراً هامة -من وجهة نظر بعض المستجوبين- في عملية الدفاع على القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها من

[49] المستجوب عدد 5.

[50] المستجوب عدد 2.

[51] المستجوبان عدد 1 و4.

[52] المستجوبان عدد 5 و8.

[47] المستجوب عدد 6.

[48] المستجوب عدد 8.

وكيفيات الممارسة السياسية. في سياق الاستفسار حول التشاركية في عملية بناء الخطاب السياسي، يُفيد المُستجوب عدد 1 بأن "عملية بناء الخطاب تمر عبر مؤسسات الحزب وهياكله وتستشير قدر الإمكان بعض المنخرطين من المواطنين.[55]" ربما تكون طبيعة هيكل الحزب الذي ينتمي إليه المُستجوب، تفرض استشارة داخلية أو تدوير الفكرة داخل الحزب وبمشاركة بعض المنخرطين، ليقع تكثيفها في خطاب سياسي. غير أن ذلك ليس بالأمر المُتداول أو المُعمّم على كل الأحزاب السياسية في تونس، إذ تدل الأرقام الخاصة بأعداد المنخرطين ونسب الإقبال على المحطات الانتخابية، على قطيعة واضحة بين الأحزاب السياسية والمواطنين، كذلك عدد الأعضاء الفاعلين داخل الأحزاب السياسية من القيادات المركزية أو الجهوية أو المحلية. تظل قضية الصراع السياسي والموقعات داخل السلطة هاجسا لجزء من النخب السياسية، التي تُوظف الخطاب السياسي لضمان تواجدها داخل منظومة السلطة حيث "يجب استعمال خطاب سياسي تُدافع من خلاله على مواقفنا في السلطة، وتُجيب على نقد الخصوم وفي نفس الوقت نُحقّق انتصارات سياسية.[56]" مثل هذه الإجابة نوعا من التبرير من قبل فاعل سياسي من درجة مُتقدّمة من جانب الموقع السياسي (أمين عام لحزب سياسي)، وذو مستوى تعليمي عال (أستاذ جامعي)، كما أنه من بين الذين خاضوا تجربة نيابية (عضو مجلس نواب الشعب 2014-2019). يستعمل المُستجوب عبارات الدفاع والنقد والانتصار، مما يدل على أن الخطاب المُستعمل وقع بناؤه وفق استراتيجية واضحة ترنو نحو تحقيق هدف مُعيّن. كما أن طبيعة هذا الخطاب ستكون صدامية بالضرورة، وذلك للدفاع على الموقع السياسي وتحييد الخصم السياسي. في سياق آخر، ينفي أحد المُستجوبين مسؤولية بعض النخب السياسية -دون سواها- على "انتاج خطاب سياسي مشحون بالإيديولوجيا وعوامل تغذية الصراع السياسي.[57]" من الطبيعي ان ينفي الفاعل السياسي مسؤوليته على انتاج خطاب سياسي عنيف أو نشره واستعماله في عملية إدارة الانتقال الديمقراطي، غير أن هذا النفي يتعلّق

سياسي مُوجّه نحو حشد أكبر قدر ممكن من المواطنين حول فكرة سياسية أو رؤية ما سواء لغاية توجيهية ترنو نحو السيطرة، أو لغاية الالتفاف حول قضية جامعة دون توقُّع تموقع سياسي أو عائدات لفائدة الفاعل السياسي أو المجموعة أو الحزب، لكن تحوُّل الخطاب السياسي في تونس إلى أداة لصنع رأى عام في خدمة النخب السياسية، جعل من هذه النخب -من وجهة نظر بعض المُستجوبين- غير "مُهتمين بصنع رأى عام ناقد ومشارك وتعددي.[53]" أظهرت أجوبة أفراد العيّنة المُستجوبة من المواطنين نوعا من الرفض لطبيعة الخطاب السياسي للنخب السياسية التونسية، ولدلالات هذا الخطاب وأدواره في تشكيل رأى عام يُساهم بإيجابية في تدبير الانتقال الديمقراطي. كما يظهر هذا الخطاب عند بعض المُستجوبين، سببا رئيسيا في أزمات السياسة والاقتصاد وخاصة الشعبية التي برزت منذ 25 جويلية 2021.

2-قراءة في إجابات العيّنة المُستجوبة من النخب السياسية أردنا فهم استراتيجيات الخطاب السياسي لجزء من النخب السياسية في تونس، والكشف على رؤية الفاعل السياسي ومُنطلقاته في عملية بناء الخطاب، انطلاقا من إجابات 5 فاعلين سياسيين يتوزعون على أحزاب مختلفة ويتحمّلون مسؤوليات سياسية من درجات مُتباينة. تبدو استراتيجيات بناء الخطاب السياسي لبعض النخب السياسية مُطابقة "الرؤية شخصية حول الواقع وكرهاته والكيفية التي يمكن التأثير فيه من خلالها.[54]" يتعامل بعض الفاعلين السياسيين مع الواقع بأبعاده المُختلفة انطلاقا من رؤية شخصية (كما ورد في الإجابة المذكورة)، استنادا على ما يمكن اعتباره تجربة شخصية للنخب (المُستجوب عدد 2 ناشط نقابي وسياسي منذ 25 سنة)، حيث يعتبر البعض من الفاعلين السياسيين أن الخبرة السياسية والنقابية يُمكن أن تكون فهرس ممارسة لإدارة الشأن العام. لا يمكن أن يكون ذلك حُجّة أو دليلا على حُسن التفاعل مع قضايا السياسة والاقتصاد وغيرها، خاصة في فترة انتقال سياسي تغيّرت أثناءها شروط

[55] المُستجوب عدد 1.

[56] المُستجوب عدد 5.

[57] المُستجوب عدد 4.

[53] المُستجوبان عدد 6 و9.

[54] المُستجوب عدد 2.

لا يظهر أن هذه القضايا معروضة على طاولة النقاش بالنسبة لأغلب الفاعلين السياسيين، حيث "لازالت هذه المسائل غائبة لعدة أسباب؛ منها غياب الثقافة التي تسمح بتقبُّل مثل هذه المسائل، وانهماك الطبقة السياسية في عملية مُجابهة أزمات الحكم وأزماته منذ 2011.[60]" يمكن تفهّم أسباب غياب مثل هذه المسائل من أجندة الأحزاب السياسية، إلا أن مسألة غياب الثقافة التي تسمح بتداول وعرض تلك القضايا التي غدت نقاطا مفروضة بقوة في أدبيات عديد الأحزاب على مستوى العالم، ليست بالحجّة المُقنعة الى حد بعيد؛ حيث أن من بين أدوار الفاعل السياسي هو أن يقوم بتحويلات وتغييرات وتقيحات تمس المسألة الثقافية، من خلال المبادرة بسن القوانين أو النقاش مع الرأي العام والتشبيك السياسي والحقوقى مع من يُشاركونه الموقف. تُفهم طبيعة الإجابة التي قدّمها المُستجوبون، إذا ما استحضرنّا طبيعة الثقافة الاجتماعية لجزء كبير من التونسيين، وحادثة العهد السياسي بمثل تلك المسائل. حيث يكون رفض التعامل مع الفاعل السياسي المُدافع على مثل تلك القضايا هو أول ردّات الفعل.

***ملاحظات:** بدت بعض إجابات النخب السياسية مُتناقضة مع تلك التي قدّمها المُستجوبين من المواطنين. كما كانت طبيعة إجابات الفاعلين السياسيين حذرة الى درجة بدت كأنها استجابة لما يرغب الرأي العام في سماعه. دون أن نفي أن بعض الإجابات كانت واقعيّة دون مُواربة أو محاولة تجميل الواقع. في نفس السياق، ظهر الخطاب السياسي عند أفراد العيّنة المُستجوبة من المواطنين، ذو دلالة عنيفة وغريبة عن الواقع وغير مُقنعة ولا تحمل رؤية أو تصوّر لإشكاليات الديمقراطية التونسية.

-وفق إجابة المُستجوب- بعض النخب السياسية وليس كل النخب. تظهر هذه الإجابة في حد ذاتها، نوعا من الخطاب السياسي المُتوجّه بالإدانة لبعض النخب السياسية (قام بذكرها عند الإجابة)، وهو بذلك نمط من الخطاب المُوجّه للرأي العام والتأثير فيه، عبر إقناعه بمسؤولية بعض النخب على صعود الصراع السياسي الى ذروته.

بسؤالنا على حضور مسألة المواطنة في الخطاب السياسي للنخب التونسية، يُفيدنا أحد المُستجوبين بأن "المواطنة ثقافة وممارسة تتطلب تأصيلا قانونيا وذرية وجهد مُشترك.[58]" تبدو الإجابة واقعيّة وشاملة، غير أن المواطنة كسلوك تتأثر بمستويات وأنماط الخطاب السياسي الذي يلعب دورا في بناءها وتحويلها الى ممارسة جماعيّة، أو أنه يُسهم في تراجعها تحت تأثير سُحنة العنف والاقصاء اللذان يمكن أن يحملهما خطاب النخب السياسية والفاعلين الرئيسيين داخل المجتمع.

في جزء آخر من المقابلة، يتحدّث بعض المُستجوبين على التوازن بين رغبات النخب السياسية وانتظارات الرأي العام، حيث "يُحاول الخطاب السياسي أن يُحقّق نوعا من التوازن بين ما ينتظره المواطن وبين رغبات النخب السياسية، التي تتفاعل مع الواقع بمنطق العقلانية والواقعيّة واحترام الاكراهات التي يمكن في بعض الأحيان أن تحول دون تحقيق المطلوب.[59]" ربما ساهم الخطاب السياسي لبعض الفاعلين السياسيين في بعض المحطات السياسية، في تحقيق نوع من التوازن بين رغبات النخب وانتظارات جزء من الرأي العام، مثل بعض التحركات الاحتجاجية أو الأزمات السياسية مثل أزمة الحكم في 2013 وغيرها، لكنه في العموم لم يكن قادرا على المحافظة على ذلك التوازن لفترة طويلة.

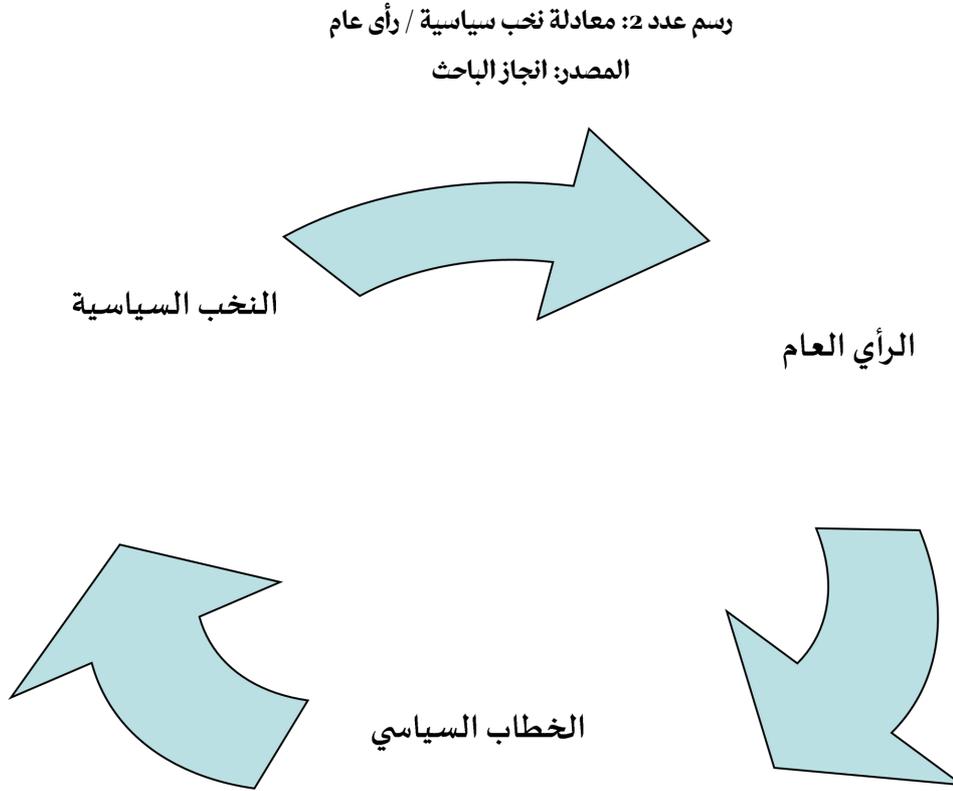
تشهد الممارسة السياسية وأجندات الأحزاب السياسية في أغلب دول العالم، ظهور قضايا مُستجدة وجدت لها مكانا ضمن خطابات الفاعلين السياسيين. من بين تلك القضايا، نذكر قضايا الجندر والبيئة والحقوق الفردية مثل حقوق المثليين والأقليات وغيرها.

[60] المُستجوب عدد 1 و3 و5.

[58] المُستجوب عدد 3.

[59] المُستجوب عدد 2 و5.

انطلاقاً من أجوبة المواطنين والقيادات السياسية، يمكن أن نصوص المعادلة التالية والتي تُفسّر شروط وكيفية بناء العلاقة بين النخب السياسية والرأي العام، سواء في شكلها السلبي أو الايجابي.



معادلة النخب السياسية / الرأي العام

1- إذا كان الخطاب السياسي مُتوافقاً مع انتظارات الرأي العام وتطلّعاته وتمثّلاته للمسألة السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها، أو أن النخب السياسية ترتبط تنظيمياً أو فكرياً أو سياسياً، بالأفراد المُشكّلين للرأي العام المُستهدف بالخطاب، فإن النتيجة ستكون إيجابية؛ بمعنى تواصل بين النخب السياسية والرأي العام.

2- إذا كان الخطاب السياسي غير مُتوافق مع انتظارات الرأي العام وتطلّعاته وتمثّلاته للمسألة السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها، أو أن النخب السياسية لا ترتبط تنظيمياً أو فكرياً أو سياسياً بالأفراد المُشكّلين للرأي العام المُستهدف بالخطاب، فإن النتيجة ستكون سلبية؛ بمعنى قطيعة بين النخب السياسية والرأي العام.

***استنتاجات:** تُظهر نتائج البحث الميداني جُملة من الاستنتاجات على ضوء إجابات وتفاعلات العيّنة المبحوثة سواء المواطنين أو النخب السياسية، حيث يمكن قراءة دلالات الأجوبة قراءة مباشرة، وفي نفس الوقت يُمكن تطبيق نماذج الخطاب السياسي لفهم وتفسير ما تعنيه بعض الأجوبة.

8- لم يكن الخطاب السياسي لبعض النخب السياسية التونسية، مطابقاً لمنهجية واضحة تُفكِّك رهانات المسألة السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

9- لم ينجح الخطاب السياسي لبعض النخب السياسية التونسية في مناسبات متعددة، في بناء معنى ومفهوم المواطنة عند جزء مهم من أفراد المجتمع وخاصة لدى الشباب، وفق النموذج الاستراتيجي، بل ساهم بقدر ما في صنع رأى عام سلبي.

10- بقدر ما ساهم الخطاب السياسي في إضفاء ديناميكية على المشاركة السياسية في مناسبات سياسية وانتخابية مختلفة، لكنه لم يُحقِّق التوازن بين المُدخلات INPUT والمُخرجات OUTPUT فيما يتصل بإثراء المشاركة السياسية وتغذيتها في المطلق.

11- فشل الخطاب السياسي للنخب السياسية التونسية في تجاوز ثنائية إثارة/استجابة خاصة عند بعض الأحزاب السياسية والفاعلين السياسيين، الذين تُحرِّكهم الأيديولوجيا والعقيدة الحزبية والتنظيمية المُغلقة، مما ساهم في توجيه عكسي للرأى العام على طريقة النموذج النقدي للخطاب.

12- ساهم الخطاب السياسي في عملية تنميط لبعض فئات المجتمع من خلال عملية التأثير وفق النموذج السلوكي، بحيث تحوّل هؤلاء الى أطراف سلبية لا تتفاعل مع قضايا الواقع بالقدر الذي يجب بصفتهم مواطنين، بل استفاد مُنتج مثل هذا الخطاب من عائدات هذا الخطاب، والتي مكّنته من ممارسة السلطة أو المحافظة عليها.

13- تميّزت بعض الخطابات السياسية لجزء من النخب السياسية في تونس، باعتمادها على منطق السير في اتجاه واحد-حسب النموذج التقني- بحيث تمكّن هؤلاء الفاعلين من السيطرة على المواطن مُتلقي الخطاب، وفي نفس الوقت صنع رأى عام على المقاس.

14- لم يلعب الخطاب السياسي لجزء من الفاعلين السياسيين في تونس، أدواراً وازنة في تحقيق التوازن بين النخب السياسية والمواطنين وفق النموذج التحويري للخطاب السياسي.

15- أهمل الخطاب السياسي في بعض الأحيان الاهتمام بقضايا الجندر والبيئة والأقليات والحقوق الثقافية باعتبارها رهانات سياسية مُستجدة، مع إغفاله قضايا أخرى ذات رهانات تنموية وسياسية واجتماعية مثل البطالة والهجرة غير النظامية والتفاوت الاجتماعي والاقتصادي، وغيرها من القضايا ذات

تُكثِّف النقاط التالية ما أمكن فهمه وتفسيره من دلالات ومعاني الأجوبة التي استقينها من العينة المبحوثة، والتي تتناول دلالات الخطاب السياسي من جانب علاقته بالواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي، وأيضا علاقة مُنتج الخطاب السياسي بالمواطنين، ودور الخطاب السياسي في صنع الرأى العام:

1- يظهر الخطاب السياسي للنخب التونسية غير مُقنع بالنسبة الى جزء من المواطنين.

2- هناك تناقض بين الواقع واكراهاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وبين بنية الخطاب السياسي للنخب السياسية التونسية خاصة في علاقة بمحاولة معالجة تلك الإشكاليات.

3- ينجح الخطاب السياسي في بعض الأحيان في اقناع جزء من الرأى العام. غير أن الاقتناع يعود الى علاقة النخب السياسية المُنتجة للخطاب السياسي، والمواطن المُتقبل للخطاب (منخرط في نفس الحزب، مُتعاطف مع فاعل سياسي ما، يجد في الخطاب إجابة على خصم سياسي...).

4- تبدو بعض النخب السياسية (من العينة المُستجوبة) مُقتنعة باستراتيجياتها فيما يتعلّق بالخطاب الذي تُنتجُه وتبثُّه للرأى العام. في حين يعترف جزء آخر من النخب السياسية (من العينة المُستجوبة) بأنه غير مُقتنعين بفاعلية ذلك الخطاب، مع تبرير ذلك بإكراهات الواقع وصعوبة التواصل مع المواطنين.

5- لازالت بعض الرسائل التي يبثُّها الخطاب السياسي الذي يُنتجُه بعض النخب السياسية، مشحونا بالأيديولوجيا وبمُغذيات الصراع حول الموقع السياسي وممارسة السلطة باسم الشرعية التاريخية والنضالية وغيرها من الحُجج.

6- تحوّل الخطاب السياسي في محطات عديدة الى مصدر تذرُّم خاصة الخطاب العنيف الذي أنتجته بعض النخب السياسية، وأيضا الى مصدر تهكُّم في أحيان أخرى خاصة عند الحديث على قضايا ثقافية واجتماعية ذات صلة بالشأن السياسي العام.

7- ساهمت بعض النخب السياسية التي تستعمل خطابا سياسيا عنيفا، في نقل عدوى العنف اللفظي والممارسات اللاديمقراطية -حسب بعض المُستجوبين- الى أفضية أخرى وخاصة منها، وسائل التواصل الاجتماعي، التي أصبحت نسخة طبق الأصل من الواقع السياسي العنيف حيث تحوّل الى فضاءات لإعادة انتاج الخطاب السياسي العنيف.

يُحيل ذلك على نوع من التواصل السياسي بين النخب من جهة، وبين المواطن الذي من المفترض أن يكون مُهتماً بالمسألة الديمقراطية ومُتابعاً لما اسماه ديلي كاريني Delli Carpini "عُملة المواطنة[63]" ويعني بذلك المعلومات السياسية. بتتبع السيرورة السياسية للانتقال الديمقراطي في تونس منذ 2011، يمكن أن نلاحظ التفاعل اليومي والحيثي مع المعلومة السياسية سواء من خلال نقل الأحداث أو تحليلها أو إعادة تركيبها من قبل وسائل الاعلام وجزء من النخب السياسية. وقع تداول المُعطيات السياسية في فترة التصميم المؤسسي للنظام الجديد، من خلال أشغال الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، وفي فترات توازت مع نقاش عمومي حول مواضيع السياسة والاقتصاد والتنمية والنخب السياسية الجديدة منها، أو تلك التي نجحت في تحريك الرأي العام من خلال "بناء وتوجيه وتوزيع وبث الاتصالات السياسية.[64]" تمكّنت النخب السياسية التونسية من تقديم حقائق يمكن اعتبارها كافية للمواطنين في فترة التأسيس الديمقراطي، مما خلق دافعا للمشاركة السياسية الكثيفة حينها، كالانخراط في الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني والاقبال على المشاركة في المحطات الانتخابية. في هذا السياق، يبدو أن العملية التواصلية قد نجحت في تحريك الرأي العام وتغذية ما يُسمى بالقدرة المدنية التي تعني جميع الميول والمهارات والقدرات التي تُحفّز المواطن للإقبال على العمل مع النخب السياسية لتدبير إشكاليات الدولة والمجتمع. بناء على ذلك، تلعب الحقائق السياسية الكافية التي يقع تقديمها الى المواطن، نقطة الارتكاز في عملية ظهور الدافع للمشاركة في الشأن العام والتواصل وتحريك الرأي العام.

الصلة الوثيقة بالممارسة السياسية ونجاح الانتقال الديمقراطي.

16- يبدو الخطاب الشعبي وخاصة بعد 25 جويلية 2021 مُنقرا لجزء كبير من المواطنين وغير مُحفّز على المشاركة السياسية أو الاطمئنان لمستقبل الممارسة السياسية.

17- يعتبر جزء من المُستجوبين أن الخطاب السياسي للنخب السياسية التونسية، كان عاملا من العوامل التي ساهمت في بروز التغيّرات السياسية في تونس بعد 25 جويلية 2021.

18- يُثير الخطاب السياسي لبعض النخب السياسية التونسية تعاطفا واسعا من الرأي العام غير أنه يظل عاجزا على تقديم الحلول الناجعة لقضايا السياسة والاقتصاد وغيرها.

19- يفتقد الخطاب السياسي لجزء من النخب السياسية التونسية الى عنصر الكاريزما الشخصية لمُنتج هذا الخطاب، حيث يظهر أن جزء من الرأي العام لازال يتمثل العمل السياسي وفق الصورة الكلاسيكية والتاريخية للنخب السياسية.

20- تظهر الخطابات السياسية للنخب السياسية التونسية -وفق بعض المُستجوبين- مُتشابهة من حيث المحتوى وطريقة تقديمها وانتاجها وعرضها على الرأي العام.

ثالثا: الخطاب السياسي وصناعة الرأي العام في تونس

يتعيّن النظر الى الاتصال السياسي بوصفه "خطابا يجري انتاجه بعناية وفق سياق تفاعل اجتماعي، وذلك لخلق الدلالة السياسية[61]"، التي يُحاول الفاعل السياسي تمريرها من خلال خطابه المُنتج. فوفق هادلي كانتريل Hadley Cantril فإن المواطن "الذي تُقدّم له حقائق كافية، وعندما يُخلقُ لديه الدافع للانتباه لتلك الحقائق، فسوف يصل الى قرار مُؤسس على مصلحته الذاتية كعضو في مجتمع ديمقراطي[62]."

[63] Delli Carpini, M.X., and Keeter, S. (1996). What American know about politics and why it matters. New Haven, CT : Yale University Press.

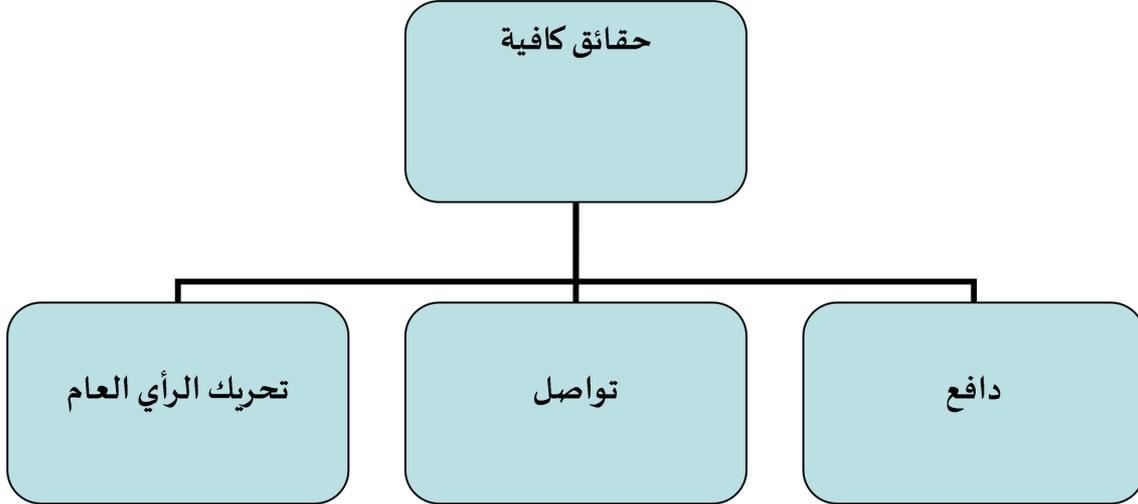
[64] Mc Nair, B. (2011). An introduction to political communication (5th edn). London : Routledge.

[61] كريستيان تيليغا، علم النفس السياسي رؤى نقدية، مرجع سابق، ص.19.

[62] Cantril, H (1942). Public opinion in flux. Annals of the American Academy of political and Social Science, 22, p151.

شكل عدد3: مصفوفة الخطاب السياسي وأدواره

المصدر: من انجاز الباحث



إذا كان الخطاب السياسي في تونس - في لحظات التأسيس الديمقراطي - قد نجح بصرف النظر على نماذج هذا الخطاب واستراتيجياته، في صنع رأي عام مُقبل الى حد ما على تفاصيل العملية السياسية، إلا أن ذلك لم يُحقّق الاستمرارية في الزمن أو تحوُّله الى عقيدة ديمقراطية ثابتة. حيث فشل الخطاب السياسي للنخب السياسية التونسية في بناء "الكيفيّة التي يفهم من خلالها المواطن تفاصيل الممارسة السياسية، وكيفيّة تقرير تلك الممارسة وعمليات تقييم البدائل السياسية". [65] تتأكّد هذه الأطروحة من خلال الإجابات التي تحضّنا عليها مباشرة من المواطنين، وأيضاً من خلال تتبّع المسارات التي تُخضّ على وجه الدقّة عملية تقييم البدائل السياسية خاصة في لحظات الأزمة في تونس (2013: تغيير الحكومة اثر الحوار الوطني / 2019: الانتخابات الرئاسية السابقة لأوانها) وفي محطات أخرى (احتجاجات - أزمات اقتصادية واجتماعية...). أرادت النخب السياسية التونسية صنع رأي عام ينحاز الى فكرة سياسية أو رؤية لممارسة ما، دون أن يكون هذا الانحياز لصالح القضية الديمقراطية بؤمتها، أو لصالح التشاركية والتعددية الحزبية والمدنية والصراع الرؤى والتصرفات. على ضوء ذلك، وقع التفكير في الرأي العام انطلاقاً من وظيفته الكامنة التي تعني "اعتباره أداة من أدوات السيطرة الاجتماعية التي تتلخّص وظيفتها في ضمان مستوى كاف من التوافق حول النخب السياسية فقط" [66] دون مساءلة عن شرعية أو عقلانية اختيارات هذه النخب. وظّفت هذه النخب مجموعة من المؤثّرات لتكوين رأي عام "مُخلّق ومصنوع ومُهندَس" كما يصفه أوزبورن Osborne في دراسته حول الرأي العام. تتمثّل هذه المؤثّرات في العامل الديني، الشائعات، الاعلام، الاحداث السياسية، النسق السياسي، الثقافة، العوامل النفسية والعامل الاجتماعي.

[65] Kinder, D.R. (2003). Communication and politics in the age of information. In D.O. Sears, L. Huddy and R. Jervis (eds) Oxford handbook of political psychology (p358). New York : Oxford University Press.

[66] Noelle- Neumann, E. (1993). The spiral of silence : public opinion-Our social skin. Chicago, IL : Chicago University Press. P220.

شكل عدد 4: العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام

المصدر: (بتصرف من الباحث): الموسوعة السياسية، الرأي العام. الرابط: <https://bit.ly/3X2LZTR>



تمكّنت النخب السياسية من استثمار المؤثرات المذكورة لخلق ديناميكية ذات اتجاه واحد يستفيد منها الفاعلون السياسيون، من خلال ضمان تغلغل خطابهم السياسي داخل منظومة التفكير والادراك السياسي والفعل لدى المواطن. ذلك أنّ ألعاب اللغة بتعبير موراي إيدلمان Murray Edelman خلقت من خلال الخطاب السياسي، ما يمكن عنونته بالشخصية السياسية التونسية وسلوك سياسي غير ثابت بمنطق التفاعل مع الأحداث سلباً أو إيجاباً. أثار كل ذلك على تمثّلات المتابعين للشأن العام للخطاب السياسي للنخب التونسية وللرأي العام، حيث بدى في بعض الفترات، مضمون الخطاب ودلالاته وتفاعلات الرأي العام، أشبه ما يكونان "تعبيراً عن حالة عقلية" بتعبير فيتغنشتاين [67] Wittgenstein.

[67] Wittgenstein, L. (1953). Philosophical investigations. Oxford : Black Well.

الاجتماعي والتكنولوجيات الحديثة، دورا محوريًا في اختراق الحدود بين ما هو سياسي وما هو غير سياسي. إذ تم توظيف تلك الوسائط لبناء الهوية السياسية للفاعلين السياسيين وعرضها وتداولها بشكل مُكثَّف وسريع وحيني، حيث وجد الخطاب السياسي في تونس رواجًا على مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف الوسائط الرقمية، وخلق ما يمكن تسميته بالرأي العام الافتراضي (نسبة إلى المواقع الافتراضية). ساهمت التكنولوجيات الحديثة في عملية إعادة انتاج وتدوير الخطاب السياسي، ووُظِّفت "اللوحة الاعلانية الكلاسيكية أو الإعلانات على الأنترنت كوسيلة لبث معلومات سياسية سابقة الإعداد حول البرنامج السياسي[69]" لحزب أو لفاعل سياسي أو مجموعة ما. بقدر ما كان لوسائل التواصل الاجتماعي وللتكنولوجيات الحديثة من أدوار هامة في عملية نقل وبث الخطابات السياسية وعملية تشكيل الرأي العام، إلا أنها لعبت أدوارًا خطيرة بشهادة بعض المُستجوبين ومن خلال المُعاينة المباشرة، في ولادة العنف الخطابى الذي تحوّل في أحيان عديدة إلى ممارسة فعلية؛ وحيث وجدت بعض الممارسات اللاديمقراطية وعلى رأسها الشعبوية، فضاء لتساب من خلاله وبواسطته إلى الفضاء العام الواقعي، وتحشد الأنصار والمُتابعين.

تظل عملية صناعة الرأي العام من خلال الخطاب السياسي، سيرورة خاصة ومُعقّدة تتداخل فيها الكفاءة السياسية للنخب، والدُّربة الديمقراطية للمواطن والمناخ السياسي والاجتماعي؛ ومما نلاحظه في تونس، أن الخطاب السياسي بمختلف نماذجه واستراتيجياته لم ينجح إلى الحد المطلوب في تحقيق المعادلة بين "المجتمع السياسي الذي يُؤدّي وظائفه، وبين الديمقراطية التي تسمح باتخاذ موقف شخصي إزاء المواضيع السياسية. [70]"

بقدر ما كان الخطاب السياسي للنخب السياسية التونسية مسؤولًا على صناعة الرأي العام، إلا أنه لا يُقدّم تفسيرًا مُقنعًا للكيفية التي ينحاز بها المواطنون لشخص ما أو لحدث سياسي أو لكليهما معًا، حيث يظهر في محظّات سياسية واجتماعية مُختلفة على امتداد عشرية الانتقال الديمقراطي في تونس، أن "ما يفعله المواطنون ليس التعبير عن الرأي بل الانحياز لمقترح أو فكرة أو شخص أو أن يكون على النقيض من كل ذلك.[68]" في نفس الاتجاه، يظهر أن الرأي العام في تونس -استنادًا على مُجريات الأحداث في عشرية الانتقال الديمقراطي وتصريحات المُستجوبين- يتخذ شكله من الاطار السياسي الذي يتحرّك فيه ومن العمليات السياسية الفاعلة داخل ذلك الاطار. لا يبدو الرأي العام "بريئًا" سياسيًا إلى درجة جهله بالعمليات السياسية، غير أن عملية الشحن الأيديولوجي عن طريق الخطاب واستثمار المؤثرات التي تصنع هذا الرأي العام، قد تُزيحه من دائرة البراءة تلك وتحوّله إلى أداة تنفيذ فقط. تتمثل آلية التنفيذ في إعادة انتاج الخطاب السياسي وتدويره داخل الفضاء العام وعبر وسائل التواصل الاجتماعي، ومختلف الوسائط والوسائل التي تُساعد على ذلك.

يقع استدراج الرأي العام من خلال بعض الخطابات السياسية، إلى ما أسماه ماكسويل أتكينسون Maxwell Atkinson بـ"مصائد التصفيق" حيث يحضّل الفاعل السياسي على تفويض تام من الرأي العام لتنفيذ أجندة سياسية أو رؤبية ما، لم يُقْم بصياغتها أو طرحها منذ البداية على أنظار الرأي العام بصفة تشاركية أو ديمقراطية في مُجملها. حيث يلعب التجهيز البلاغي للخطاب rhetorical packaging* دورًا هامًا في عملية الاقناع والتعبئة والاستقطاب لفائدة النخب السياسية سواء على أرضية الفكرة السياسية أو الدفاع على مصلحة حزبية أو شخصية. لا تقتصر عملية صنع الرأي العام على الفضاء العام أو الأساليب الكلاسيكية فقط، بل لعبت وسائل التواصل

[69] كريستيان تيليغا، علم النفس السياسي رؤى نقدية، مرجع سابق، ص 233.

[70] Doise, W., and Sterklé, C. (2002). From social to political psychology ; the societal approach. In K. Monroe (ed.) political psychology (p153). Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum.

[68] Lippmann, W. (1922). Public opinion. London : Allen and Unwin. ((1927) 2009). The Phantom public. New Jersey : Transaction Publishers.

* التجهيز البلاغي للخطاب: يعني تزويد الخطاب بمختلف الأدوات البلاغية اللازمة مثل التوقيت والتغيم والالقاء.

خاتمة

يمكن الاستفادة من الثغرات التي خلقها الخطاب السياسي لبعض النخب السياسية التونسية، واستغلال تعمق الأزمات السياسية والاجتماعية والاقتصادية منذ 25 جويلية 2021، ليقع إعادة تشكيل الهوية السياسية للنخب السياسية، وللمشهد السياسي الذي يتطلّب حشد القوى السياسية والمدنية وبناء خطاب سياسي يُفكّك مواطن الخلل والوهن التي تُلّف الخطاب الشعبي، وتستفيد من الانتكاسات التي عصفت بالانتقال الديمقراطي، وحتى يمكن من جديد صنع رأى عام مُشارك وفاعل ونقدي، يُؤثّر سياقات المقاومة لمُتغيّرات السياسة في تونس.

أثبتت نتائج الدراسة الميدانية، أن الخطاب السياسي لبعض النخب السياسية التونسية نجح في صنع رأى عام. غير أن هذا كفاءات وظروف وسياقات صنع هذا الرأى العام لم تكن في صالح العملية السياسية في فترة الانتقال الديمقراطي. حيث تراوح موقف المواطنين من النخب السياسية ومن الخطاب السياسي، بين النقد السلبي أحيانا والرفض في أحيان أخرى. وقع بناء الخطاب السياسي وفق استراتيجيات خاصة ونماذج مُعيّنة، مُستغلا في نفس الوقت بعض المؤثرات التي ساهمت في بناءه وتصريفه واستغلاله في فترات متعددة، لصالح مجموعات سياسية وأفراد وجماعات. لم يقتصر تدوير الخطاب السياسي للنخب السياسية التونسية على الفضاء العام، بل خلق سُبُلًا للوجود عبر خلال وسائل التواصل الاجتماعي والوسائط التكنولوجية الحديثة، ولم يكن ذو حاصل إيجابي أو قادر على صنع رأى عام مُشارك في الشأن السياسي بحماس ووفق سيرورة دائمة ومتواصلة. تُبنى العملية التواصلية بين النخب السياسية والمواطنين من خلال آليات مُختلفة، من أهمها الخطاب السياسي الذي يُعبّر بشكل من الأشكال عن الهوية السياسية للفاعل السياسي، ويُكثّف رؤيته وتصوراتهِ وبرنامجهِ السياسي والاقتصادي والاجتماعي. تبدو هذه الصورة غير مُكتملة إذا ما نظرنا الى طبيعة الخطاب السياسي لجزء من النخب السياسية في تونس، واستادا على البحث الميداني الذي أبانت نتائجه على إجابات مُتناقضة بين المواطنين المُستجوبين والنخب السياسية الذين قدّموا إجابات حول طبيعة وظروف وسياقات نشأة واستعمال وتوظيف خطابهم السياسي. بناء على الإجابات المُستقاة، يضاف الخطاب السياسي لبعض النخب السياسية في تونس إلى عوامل الأزمة التي تغدّت من مواطن الخلل العديدة في فترة الانتقال الديمقراطي، وساهمت في استثمار الصراع السياسي لغاية التموقع وحصد العائدات الشخصية فقط. تبدو الشعبوية في حالتها التونسية سببا ونتيجة في نفس الوقت للأزمات المذكورة دون أن تكون حلاً؛ غير أن المفارقة تكمن في أن الشعبوية تستعمل نفس صفات ودلالات ونماذج الخطاب السياسي مع تصعيده لحدود قُصوى من العنف الرمزي المباشر والصريح.

المراجع

باللغة العربية

- 1- أصف بيّات، الحياة السياسية، كيف يُغيّر بسطاء الناس الشرق الأوسط، ترجمة أحمد زايد (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2014).
- 2- أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين العيّاضي والصادق رابح (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية/ المنظمة العربية للترجمة، 2005).
- 3- باتريك شارودو ودومينيك منغو، معجم تحليل الخطاب، ترجمة عبد القادر المهيري وحماي صمود (تونس: دار سيناترا، 2008).
- 4- كريستيان تيليغا، علم النفس السياسي رؤية نقدية، ترجمة أسامة الغزولي، سلسلة عالم المعرفة 436 (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2016).
- 5- ميشال فوكو، نظام الخطاب، ترجمة محمد سبيلا (بيروت: دار التوير، 2007).
- 6- أنطوني جيندز، الطريق الثالث، تجديد الديمقراطية الاجتماعية، ترجمة أحمد زايد ومحمد محي الدين (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2010).
- 7- نزيه الأيوبي، تضخيم الدولة العربية، السياسة والمجتمع في الشرق الأوسط، ترجمة أمجد حسين، ط1 (بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2010).
- 8- عبد السلام المسدي، فضاء التأويل (دبي: دار الصدى، 2012).
- 9- باتريك شارودو، ما لفائدة من تحليل الخطاب السياسي؟ ترجمة القاسمي بدر الدين. الرابط: <https://bit.ly/3UdmU6p>
- 10- نور الدين علّوش، الفلسفة الامريكية المعاصرة، نماذج مختارة (بيروت: دار الرافدين، 2016).
- 11- محمد مرسي، علم الاجتماع عند تالكوت بارسونز بين نظريتي الفعل والنسق الاجتماعي. دراسة تحليلية نقدية (السعودية: مكتبة العليقي، 1981).

باللغة الأجنبية

- 1- Maurice Godelier, 1984, L'idéal et le matériel : pensée, économies, sociétés. Fayard, Paris, (réédition : Flammarion, « Champs », 2010).
- 2- Dominique Carré et Roger Delbarre, 2003, Sondage d'opinion : la fin d'une époque, L'Harmattan, coll. Communication et civilisation, Paris.
- 3- Pierre Musso, 1988, « Aux origines du concept moderne : Corps et réseau dans la philosophie de Saint Simon », Quaderni, 87/88.
- 4- Charaudeau, Patrick (1997). Discours d'information médiatique. La construction du miroir social. Paris : Nathan-Ina.
- 5- Foucault, Michel, L'archéologie du savoir. Paris, Ed. Gallimard, 1969.
- 6- Lippmann, W. (1922). Public Opinion. London : Allen and Unwin. 2009.
- 7- Olivier Voirol, 2005, « Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique. » Réseau, Vol.129-130, n°.1.
- 8- Christian Delporte, 2006, « De la propagande à la communication politique. Le cas Français. » Le Débat, Vol.138, n°.1.

- 9-** Louis Quéré (1982), *Aux origines de la communication moderne. Des mémoires équivoques*. Paris. Aubier.
- 10-** Hugues Cazenave (1992), *Les modèles de la communications*, Cahier Français, n 258, La communication Oct.-Déc.
- 11-** G. Bateson, R. Birdwhistell, E. Goffman, E. T. Hall, D. Jackson, S. Scheffle. S. Sigman, P. Watzlawick (1981). *La Nouvelle Communication*. Trad. D. Bansard A. Cardoen, M. C. Cchirierie J. P. Simon et Y. Winkin. Ed du Seuil.
- 12-** Murray Edelman (1967), *The Symbolic uses of politics*. Urbana, IL : University of Illinois Press.
- 13-** Michael Billig (1996), *Arguing and thinking : A rhetorical approach to social psychology* (2nd edn). Cambridge University Press.
- 14-** Taber, C (2003), *Information processing and public opinion*. In D. O. Sears, L. Huddy and R. Jervis (eds.) *Oxford handbook of political psychology*. New York : Oxford University Press.
- 15-** Paul Chilton (2004), *Analysing Political discourse : Theory and practice*. London : Routledge.
- 16-** Murray Edelman (1977), *Political Language : Words that succeed and policies that Fail*. New York : Academic Press.
- 17-** Cunningham, B. S. *The Idea of Propaganda: A Reconstruction*, (Praeger Publishers, Westport, USA, 2002).
- 18-** Jacques Ellul, *Propaganda. The formation of men's attitudes*, (Vintage books, NY, 1973).
- 19-** G. Bateson, R. Birdwhistell, E. Goffman, E. T. Hall, D. Jackson, S. Scherfle. S. Sigman, P. Watzlawick (1981). *La Nouvelle Communication*. Traduction D. Bansard A. Cardoen, M. C. Cchirierie J. P. Simon et Y. Winkin. Edition du Seuil.
- 20-** Gray Armstrong, Philip Kotler., *Marketing An Introduction*, (Upper Saddle River, N. J. Prentice Hall, 7 Edition, 2005).
- 21-** Cantril, H (1942). *Public opinion in flux*. *Annals of the American Academy of political and Social Science*, 22.
- 22-** Delli Carpini, M.X., and Keeter, S. (1996). *What American know about politics and why it matters*. New Haven, CT : Yale University Press.
- 23-** Mc Nair, B. (2011). *An introduction to political communication* (5th edn). London : Routledge.
- 24-** Kinder, D.R. (2003). *Communication and politics in the age of information*. In D.O. Sears, L. Huddy and R. Jervis (eds) *Oxford handbook of political psychology* (p358). New York : Oxford University Press.
- 25-** Noelle- Neumann, E. (1993). *The spiral of silence : public opinion-Our social skin*. Chicago, IL : Chicago University Press.
- 26-** Wittgenstein, L. (1953). *Philosophical investigations*. Oxford : Black Well.
- 27-** Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. London : Allen and Unwin. ((1927) 2009). *The Phantom public*. New Jersey : Transaction Publishers.
- 28-** Doise, W., and Sterklé, C. (2002). *From social to political psychology ; the societal approach*. In K. Monroe (ed.) *political psychology* (p153). Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum.
- 29-** Will Kymlica, Eva Phostl (eds), *Multiculturalism and Minority Rights in the Arab World* (Oxford : Oxford University Press, 2014).

30- Joseph A. Schumpeter, Capitalism, Socialism and Democracy (London : New York, Routledge, 1996).

31- Françoise Thom, La langue de bois. Lien : <https://bit.ly/3zZoqla>

32- Walter Lippmann (1921), Public Opinion. Lien : <https://bit.ly/2Jv5w8J>