

تمازء العلاءة فف النص وءءاءلها بفن المرسل والمرسل إلفه - بلاغة الءمهور نموءا

The relationship in the text mixes and overlaps between the
sender and the addressee - public rhetoric as a model

اعءاء

ء. رءب إبراهم أءمء عوض

أسءاء مساعء بكلفة اللغة العربفة ءامعة السلءان عبء الءلفم معظم شاه الإسلامفة العالففة

Doi: 10.12816/mdad.2020.122951

القبول : ٢٠٢٠/١٠/٣

الاسءلام : ٢٠٢٠/٩/١٥

المسءلءل :

فهم مشروع (بلاغة الءمهور) بالءرف المفعول به فف العملفة ءواصلفة، ولفظ المفعول هنا أعنف به الأضعف فف ءلك العملفة وهو الءمهور، وطبقا لمنظور المشروع فسوف فءول الءمهور ففه إلى فاعل، أف إلى ءرف قوي، ولن فءوقف ءأءفر بلاغة الءوار على المءاطب فءسب، بل سفشاركه ءأءفر الءمهور مشكلا وعفه بنفسه فر خاضع لسلوة بلاغة ءأءفر والإقناع. وفسءنء هذا ءءول إلى ءصور أبسءمولوءف فف الإطار ءنءظفر لهذه البلاغة الءفءة.^(١) و"بلاغة الءمهور" هءفها الإءءقال بالبلاغة من بلاغة ءءففل إلى بلاغة الإقناع والءءاء. وفءء الءءءور عماء عبء اللطف^٢ أسءاء

(١) الأبسءمولوءفا: علم المعرففا أو نظرففة المعرفة، وهي فرع من فروع الفلسفة ءهم بطفبفة ومءال المعرفة.

^٢ هو باءء زائر بءامعة كمبرفءءء، المملكة المءءة - أسءاء مشارك بءامعة قطر، ءرس البلاغة وءللل الءطاب بءامعة القاهرة وءامعة لانكسءر الإنءلرففة. وءاضر فف بءامعات مصرففة وإنءلرففة ونرورففة ومغربفة وبلءبكفة وقءرففة، له عءفء من الكءب والءراسء منها:

(١) ءللل الءطاب البلاغف: ءراسة فف ءشكل المفاهفم والوظائف. ءار كءوز المعرفة. الأرفء. (٢٠١٤)

(٢) "بلاغة الءرففة: معارك الءطاب السفاسف فف زمن ءءورة". ءار ءءوفر، بفرفء-القاهرة-ءونس. (٢٠١٢)

(٣) اسءراءفبءات الإقناع وءأءفر فف الءطاب السفاسف). الففئة العامة للءءاب، القاهرة. (٢٠١٢)

البلاغة وتحليل الخطاب بجامعة القاهرة صاحب الفضل في نشر تلك البلاغة عربيا حين صدع بهذه النظرية في أطروحته للدكتوراه تحبب عنوان: "البلاغة السياسية عند السادات" دراسة في بلاغة الخطب واستراتيجيات التأثير. لهذا؛ كان البحث في هذا الإطار تحت عنوان: "نظرية بلاغة الجمهور وملاحها عند عماد عبد اللطيف" دراسة وصفية تحليلية. حاولت فيه الكشف عن ملامح هذا المشروع الجديد في مجال تحليل الخطاب. وجاء البحث منتظما في تمهيد وثلاثة مباحث وخاتمة اشتملت على أهم ما توصل إليه البحث من نتائج متلوة بأهم المصادر والمراجع التي اعتمدت عليها.

- التمهيد: وفيه تعريف بصاحب النظرية الدكتور عماد عبد اللطيف، ومنجزاته العلمية.
- المبحث الأول: بلاغة الجمهور النظرية والمفهوم.
- المبحث الثاني: بلاغة الجمهور.. نماذج وتطبيقات.
- المبحث الثالث: الفضاءات العمومية وتأثرها في فهم الخطاب والنص الأدبي. الحجاج نموذجا.
- الخاتمة: ووا اشتملت على أهم ما توصل إليه البحث من نتائج متلوة بأهم المصادر والمراجع التي اعتمدت عليها.

التمهيد:

لم تعد البلاغة في مفهومها الحديث مرتبطة بالنصوص الأدبية فقط، بل تناولت الحياة العامة، وأصبحت تحلل لغة الحوار والتواصل، وانطلقت نحو أساليب التواصل والاتصال تحاول أن توصل لها.

٤) البلاغة والتواصل عبر الثقافات. سلسلة كتابات نقدية، الهيئة العامة لقصور الثقافة، القاهرة. (٢٠١٢)

٥) لماذا يصفق المصريون؟ بلاغة التلاعب بالجمهير في السياسة والفن.. دار العين، القاهرة. (٢٠٠٩)

كما شارك في تأليف أحد عشر كتابا؛ نُشرت في مصر والمغرب والأردن وفرنسا. وترجم منفردا وبالاشتراك خمسة كتب في تحليل الخطاب والبلاغة والفلسفة، هي: "الديمقراطية في الخطاب السياسي"؛ "أرسطو: مدخل مختصر"؛ "موسوعة أكسفورد في البلاغة"؛ و"الاستعارة في الخطاب"؛ و"شعرية المكان في الأدب العربي الحديث"، "وراجع وقدم ثلاثة كتب أخرى، هي: "الخطاب والسلطة"، "مناهج التحليل النقدي للخطاب"، "التحليل النقدي للخطاب". وشارك - بالإنجليزية- في تأليف الإصدار الثالث من "دائرة المعارف الإسلامية"، "وموسوعة أكسفورد للشخصيات الإفريقية البارزة" في إصدارها الأول والثاني (٢٠١١-٢٠١٣).

ومن بين هذه الاستعمالات البلاغية للبلاغة الجديدة، بلاغة الجمهور، وقد كان للأستاذ الدكتور عماد عبد اللطيف طرحا بلاغيا جديدا، خالف به الصورة الذهنية والمعرفية عن دور البلاغة في الحياة اليومية، وهو مشروع القيمة (بلاغة الجمهور).
فبلاغة الجمهور لم تعد تقف عند حدود المرسل، بل تجاوزت المرسل إلى المرسل إليه، وانتهت إلى المتلقي، فالمتلقي أصبح ذا دور واضح في الخطاب الجماهيري، فالخطاب يخرج موجهًا إليه، فلا يصله حتى يصبح المتلقي منتجًا للخطاب
المبحث الأول: بلاغة الجمهور.. النظرية والمفهوم.
بلاغة الجمهور.. النظرية والمفهوم.

لقد قدم عماد عبد اللطيف طرحا بلاغيا جديدا، خالف به الصورة الذهنية والمعرفية عن دور البلاغة في الحياة اليومية، وهو مشروع القيمة (بلاغة الجمهور) حيث اهتم المشروع بالطرف المفعول به في العملية التواصلية، ولفظ المفعول هنا أعني به الأضعف في تلك العملية وهو الجمهور، وطبقا لمنظور المشروع فسوف يتحول الجمهور فيه إلى فاعل، أي إلى طرف قوي، ولن يتوقف تأثير بلاغة الحوار على المخاطب فحسب، بل سيشاركه التأثير الجمهور مشكلا وعيه بنفسه غير خاضع لسطوة بلاغة التأثير والإقناع. ويستند هذا التحول إلى تصور أبستمولوجي في الإطار التنظيري لهذه البلاغة الجديدة.^(١) ويقوم هذا التصور على أمرين:
الأول: البحث الأكاديمي والمعرفي المرتبط بالدراسات الأكاديمية سواء الأبستمولوجية أو الفلسفية.

الثاني: إجرائي: ويقصد به تقديم عدة إجراءات، وقواعد أشبه بالتالي وضعها السكاكي في مشروعه من قواعد وخطوط بلاغية هدفها التأثير في المحاطب وإقناعه. بيد أن الأمر مختلف ومتباين بين المشروعين فبينهما بون شاسع حيث يهدف مشروع السكاكي إلى تقويض هذا التأثير، وجعل الأمر إلى الجمهور وإلى المتلقي، وهذا انعكاس لعلاقة معقدة بين المتكلم والمتلقي، أو بين الاستجابة والجمهور.

بلاغة الجمهور وسطوة النصّ

تتبنى نظرية (بلاغة الجمهور) على أن البلاغة وخطابها يمكن أن يؤثرًا، بشكل كبير، في توجيه الوعي الشعبي والجماهيري، وبعبارة أدق كما ينقلها عماد عبد اللطيف هو: "كيف لها أن تتلاعب بالعقول، وتسهم في تزييف الوعي الجماهيري" فهو يرى أن البلاغة يجب أن تتجاوز الجانب اللغوي الصرف لتعبر نحو الاهتمام السياسي

(١) الأبستمولوجيا: علم المعرفيات أو نظرية المعرفة، وهي فرع من فروع الفلسفة تهتم بطبيعة ومجال المعرفة.

والاجتماعي، والنظر في كليات وآليات تشكيل الوعي الجماهيري؛ ليدرك كيف يتم التلاعب به وباسمه فاللغة قد تكون فرصة وقد تكون خطراً.

إن السُّنة المعرفية تقتضي وجود مراحل متعددة لحركات التجديد والتحديث في الفكر الإنساني عامة، والعربي خاصة، فالتأثير أن الإبداع يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالزمن، وكم من نقاط إبداعية ظهرت أو اختفت بفعل الزمن العجيب، وما يسيطر عليه من أنساق فكرية، وأنماط معرفية فرضتها السلطة لتمنع تلك النقاط الإبداعية.^(٤)

ولقد مرت البلاغة العربية بتلك النقاط الإبداعية، وهذه الحركات التجديدية، بدءاً من أبي يعقوب السكاكي (٦٢٧هـ) وهو من أهم العلامات الإبداعية في البلاغة العربية، وكان -وما زال- أحد أهم أركان الدرس البلاغي العربي، ثم تلاه مشاريع بلاغية أخرى كان لها عميق الأثر في الدرس البلاغي بما لها من فلسفة خاصة في دراسة البلاغة العربية كما كان عند حازم القرطاجني، والسجل ماسي، وابن البناء المراكشي. وثمة آخرون خالفوا هذا النهج في تناول البلاغي، فاهتموا بالبدع وأساليبه مثل ابن الأثير في كتابه "المثل السائر" ثم بطان ما مدت هذه السُّنة يدها لتطال العصر الحديث بما يعرف الآن ببلاغة الجمهور: "وبرزت في العصر الحديث محاولات تطويرية جادة ومهمة في البلاغة العربية نشأت بفعل حاجة المجتمع، وضرورات حركة التنوير في الفكر العربي"^(٥)

بلاغة الجمهور وخصوصية التواصل.

لقد دفع عصر استجابات الجماهير العلوم الإنسانية إلى أن تهتم بأنواع غير تقليدية من مادة البحث، هي خطابات الجماهير. وكانت بلاغة الجمهور استجابة علمية لخصوصية التواصل الإنساني في هذا العصر الجديد، أو على حد قول خليل إدّه اليسوعي: "لم نجد الكلام في أصول البلاغة عندنا فضولياً؛ فإن صناعة الكلام أكثر الصناعات انفعالا وتأثراً، إذ طرأت التغييرات على أحوال البلاد، ولا عجب أن الأدب مرآة الحياة وصورتها، فيجب البحث فيها حتى نرى إن كانت أصولها ملائمة لمقتضى حالنا"^(٦) كما ظهرت هذه المحاولات التطويرية في كتابات خليل اليسوعي، وأمين الخولي، وسلامة موسى، ومصطفى ناصف، حيث سعت كلها إلى ربط البلاغة بالمجتمع. وإلى هذا المسعى عينه سعى الدكتور عماد عبد اللطيف في مشروعه الموسوم "بلاغة الجمهور" إلى الاهتمام ببطانات الحياة اليومية معلناً بذلك وجود منطقة جديدة للبحث البلاغي العربي تحتاجها حياتنا العربية، ويحتاجها الإنسان العربي في فهم وإدارك الخطاب، ومن ثم تكون لديه القدرة على تشكيل وعيه، والخروج ثمَّ من هيمنة المنكلم.

(٤) صلاح حاوي، وعبد الوهاب صديقي، بلاغة الجمهور، ص ١٠. بتصرف يسير.

(٥) السابق.

(٦) اليسوعي، خليل إدّا، أصول البلاغة عند العرب، مجلة المشرق، ٧٠٤.

إن اهتمامه منصرف في مقامه الأول- إلى دراسة رد فعل الجمهور، أو الاستجابات الجماهيرية، والاهتمام بما يخرج منهم، ويصدر عنهم في خطاباتهم، فيما عُرف بظاهرة الجماهير الغفيرة، والاهتمام بخطاب الجماهير وليس الفرد، وذلك فيما يشير إليه عماد عبد اللطيف موضحا تلك الظاهرة في كتابه الممتع " لماذا يصفق المصريون؟" حيث يوضح مكانة الجمهور في مشروعه: "الجمهور يستطيع أن يلعب دورا كبيرا في التواصل الجماهيري المعاصر، وهو الحافز على اقتراح توجه بلاغي هدفه دراسة الاستجابات التي ينتجها الجمهور الذي يتلقى خطابا جماهيريا، ودراسة الدور الذي يُعزز به من سلطة الخطاب أو تقاومه. أطلقت على هذا التوجه "بلاغة الجمهور"^(٧) وينطلق عماد عبد اللطيف في دراسة هذا التوجه الجديد في مشروعه "بلاغة الجمهور" من طبيعة الاستجابات البلاغية الفعلية والمحتملة للمخاطب الذي يتلقى خطابا بلاغيا عاما موضوعا لدراستها"^(٨).

ويمكننا القول: إن موضوع بلاغة الجمهور إنما هو الاستجابات التي تصدر عن الجمهور أثناء تلقيه للخطابات الجماهيرية المختلفة، وأن مهمة هذا المشروع كشف العلاقة بين استجابات الجمهور لهذه الخطابات وسلطة هذه الخطابات في تشكيل الوعي الجماهيري. ولكن هل سيظل الجمهور رهين تلك البلاغة، وأداة طيعة في يد أصحابها؟

الحوار البلاغي بين استقرائية النخبة وبلاغة الجماهير

ظلت البلاغة تتسم بأداء دورها النخبوي حين كان لا يمارسها إلا النخبة، ولا يتصور أبدا أن تتغير الأدوار، ويصبح العامة هم أهل الكلام، وأصحاب المنصات القولية، فقد كان هذا الحال غير ممكن، وقد لاقى كلام الجماهير استهجان النخبة من المثقفين للدرجة التي وصفهم بها أمبرتو إيكو السيميائي والروائي الإيطالي حين رآهم على منصات التواصل الاجتماعي، بأنه "غزو البلهاء"^(٩) ويرصد هذا السلوك المتعاضم الموصوف بالنخبوي عبد القذافي حين يصف الذات المتعالية للنخبة متمثلة في "نعوم تشومسكي" الذي ظن أن منصات القول إنما هي مقصورة على النخبة دون العامة أو البلهاء على حد وصف إيكو. فتشومسكي الذي "دخل إلى تويتر بنبرة البروفسور، وليس بنبرة التفاعلي، وحين أعيته الحيلة في جرّ تويتر إلى مراده راح ينتقد خطابات المواقع التفاعلية بعامة، وعجزت نخبويته أن تفتح عينيها على المتغير الثقافي النوعي بانكسار زمن النخبة وثقافة

(٧) عبد اللطيف، عماد، لماذا يصفق المصريون؟ ص ٥٨.

(٨) عبد اللطيف، عماد، بلاغة المخاطب: البلاغة العربية من إنتاج الخطاب السلطوي إلى مقاومته، ص ٢٣، ٣٦.

(٩) سعيد العوادي، الجماهير البليغة، محاوره مع المشروع البلاغي للدكتور عماد عبد اللطيف، مجلة المصدر، العدد (٥) ديسمبر ٢٠١٧. ص ٢٠٩.

النخبة، وبروز الشعبي بقوته العددية والثقافية ذات المزاج المختلف^(١٠). ويأتي مشروع "بلاغة الجمهور" ليفصل في مسألة هل الحوار البلاغي نخبوي أم جماهيري. فهو يقرر أنه أن الأوان ليلعب لجمهور دوره في الحوار بوصفه محورا رئيسا في العملية الخطابية، وهذا ولا شك يؤسس لمرحلة جديدة من مراحل تطور البلاغة، حيث تنتقل من المخاطب إلى المخاطب، ومن النخبة إلى العامة، ورصد أثر هذا التحول في شتى اتجاهات الحياة اجتماعيا، وسياسيا، ودينيا، والانتقال بالجماهير من التأثير إلى التأثير. وتلك هي روح البلاغة الحقيقية وغايتها المقصودة.

إننا لا يمكن أن نغفل دور الجماهير حتى ولو اشتدت وطأة الطبقة الظالمة التي كان العلماء ركنا في تأصيلها وثباتها. هذه الطبقة التي كانت حجر عثرة في قبول فكرة نزول الوحي على النبي محمد صلى الله عليه وسلم: "وَقَالُوا لَوْلَا نُزِّلَ هَذَا الْقُرْآنُ عَلَى رَجُلٍ مِنَ الْقَرْيَتَيْنِ عَظِيمٍ" (الزخرف: ٣١). تلك الطبقة الحماقة هي التي داست بمنسما الجماهير، والعامة، وغالبا "ما يثير الجمهور والجماهير ريبة وجلة تخفي الاحتقار. ولم يدخل الجمهور والجماهير زما طويلا ميادين التاريخ والأدب حتى علم الاجتماع إلا على استحياء، ألا تعرض الجماهير نفسها للنظر والذهن على أنه أشبه بكتل كيانات مبهمة عديمة الشكل وساكنة شبيهة بالأشياء"^(١١).

لقد عاشت الجماهير منسحقة تحت أقدام هذا التجاهل الذي فرضته الطبقة لعدة قرون وحتى زمن قريب، دون أن يكلف النخبويون أنفسهم عناء البحث في نفسية الجماهير، الأمر الذي حدا ب"جوستاف لوبون" أن يقول عنهم: "لنلخص كل الملاحظات السابقة قائلين بأن الجمهور دائما أدنى مرتبة من الإنسان المفرد، فيما يخص الناحية العقلية والفكرية. ولكن من وجهة نظر العواطف والأعمال التي تثيرها هذه العواطف فإنه يمكن لهذا الجمهور أن يسير نحو الأفضل أو نحو الأسوء، وكل شيء يعتمد على الطريقة التي يتم تحريضه أو تحريكه بها، وهذه هي النقطة التي جهلها الكتّاب الذين لم يدرسوا الجماهير من وجهة النظر الجرائمية. صحيح أن الجماهير غالبا ما تكون مجرمة، ولكنها غالبا ما تكون أيضا بطلة. فمن السهل اقتيادهم إلى المذبحة والقتل باسم النضال من أجل انتصار عقيدة إيمانية أو فكرة ما. ومن السهل تحريكهم، وبث الحماسة في مفاصلهم من أجل الدفاع عن الشرف"^(١٢).

(١٠) الغدامي، عبد الله، ثقافة توينتر: حرية التعبير أو مسؤولية التعبير ص ٢٤.

(١١) فراسوا بيرو، الجمهور والطبقة. ترجمة ناجي الراوشة، ص ٥.

(١٢) جوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة وتقديم هاشم صالح، ص ٦١.

وفي السياق ذاته يقول سيجموند فرويد عن الجمهور: "الجمهور سريع التأثر، سريع التصديق، يعوزه الحس النقدي، ولا وجود في نظره للمستبعد الحدوث... لا يعرف الجمهور شكاً ولا يقيناً"^(١٣).

ولا شك أننا أمام معنى مغلوط عند لوبون، وفرويد، فال جماهير ليست واحدة، وإنما هي متنوعة ومختلفة بحسب اعتبارات كثيرة بيئية، وزمنية، وأيدلوجية. ولعل الجماهير التي يقصدها كل منهما هي الجماهير المصنوعة على عين السلطة السياسية والدينية التي استعبدتهم بسلطان الجهل والخوف. ولهذا "يسهم الكاتبان السابقان بوعي، أو دونه في تقوية مفهوم السلطة والنخبة، كما يتحولان إلى درس تعليمي تعرف من خلال السلطة كيف تضاعف من إمساكها برقاب الجماهير المغلوبة على أمرها"^(١٤).

ماذا تحتاج "بلاغة الجمهور"؟

والحقيقة أنه يمكن لهذا الجمهور الفكاك من أسر المتكلم حين يمتلك أدواته، فتكون له إرادته واستجابته التي يشكلها بنفسه، دون الخضوع لهذا السطو البلاغي. ولعل تبني عماد عبد اللطيف لهذا المنهج الجديد نابع من إدراكه للدور المتصاعد للجماهير في الفضاء العام، كما يرى أن انفتاح فضاءات التداول عندنا ستظل محدودة التأثير إذا لم يتطور الوعي النقدي للمواطن، فقيمة الفعل عندنا تتحدد بقيمة هذا الوعي فينا، فهو الكفيل بتحريرنا من الارتهان بتلاعبات خطابات النخبة والدعاية التي بقدر ما نأمل فيها أن تكون أداة لإذكاء وعي البشر وإقناعهم قد تتحول بالمقابل إلى أداة لقهروهم، والهيمنة عليهم. وتتعاظم رغبة عماد عبد اللطيف في تغيير الوعي الجماهيري، أو ما يسميه "الوعي النقدي" وجعله قادراً على التمييز بين الكلمات الطيبة، والردئية، وقادراً على إنتاج ما أسماه "الاستجابات البليغة" التي تكزن قدرة على مواجهة خطابات التلاعب وتعريفها بواسطة إنتاج خطابات بديلة. وكل هذا لاستكشاف آفاق أوسع لإثراء البحث البلاغي العربي وربطه بالتحليل النقدي للحطاب.

إن بلاغة الجمهور لا يمكن أن تؤدي دورها المنوط بها منعزلة وحييدة، بل يتحتم عليها الاتصال بفروع أخرى من العلوم الاجتماعية والنفسية في منظومة اجتماعية معقدة، تتداخل فيها عدة ظواهر، وتتشابك معها عدة علوم. فهي "تحاول إعادة رسم حدود البلاغة العربية مع العلوم الأخرى؛ لتنتفتح على بلاغة الحياة اليومية، وتغدو علماً يبنيا تتلاقى فيه علوم الاتصال، والاجتماع والأنثروبولوجيا"^(١٥) والعلوم السياسية وعلم النفس، وتحليل الخطاب"^(١٦).

(١٣) سيجموند فرويد، علم نفس الجماهير، وتحليل الأنا، ترجمة وتقديم: جورج طرابيش، ص ٣٣.

(١٤) الجماهير البليغة ص ٢١٣.

(١٥) هي دراسة البشر وسلوك الإنسان والمجتمعات الماضية والحاضرة.

(١٦) عبد اللطيف، عماد، لماذا يصفق المصريون؟ ص ٥٩.

ثالثاً: ملامح مشروع "بلاغة الجمهور"

لقد حاول عماد عبد اللطيف من خلال مشروعه أن ينصف الجمهور من خلال مشروعه البلاغي، محاولاً بناء شخصية لهذا الجمهور تستطيع أن تؤثر، وأن تكون الفاعلة من خلال الاستجابات التي تحقق غايته، وتعلي إرادته. ويمكن أن نرسم من خلال كتاباته ومقالاته ملامح هذا المشروع البلاغي في عدة نقاط:

أولاً: تسمية المشروع ببلاغة الجمهور، وما يتبع ذلك من دلالة، فاختيار الاسم له دلالة تعكس الهدف من المسمى.

ثانياً: دراسة الخطابات الجماهيرية في مختلف مستوياتها (السياسية - الدينية - الاجتماعية...) وتحليلها تحليلًا بلاغيًا، ورصد استجابة الجماهير حيالها.

ثالثاً: التركيز على بلاغة الحياة اليومية ودورها في تشكيل الوعي.

رابعاً: بيان المقصود بالجمهور البلاغي، وأن هذا الاصطلاح ليس مقصوراً على فئة بعينها، إنما المقصود به القارئ العام مع فئات من المتخصصين والمعنيين بالحقل البلاغي. خامساً: ضرورة البحث في التاريخ البلاغي "ومحاولة استكشاف بلاغات مهمشة وإلقاء الضوء عليها، وهي دراسات يمكن أن نطلق عليها المراجعة الأيكولوجية"^(١٧).

إن بلاغة الجمهور في مشروع عماد عبد اللطيف تهتم، وترتكز في أولها على استجابات الجمهور، وتختلف هذه الاستجابات فتارة تتمحور في شكل تعليقات لغوية كما نراه على مواقع التواصل الاجتماعي، واليوتيوب، والمنتديات، والمواقع الإلكترونية. وتارة أخرى تأخذ هذه الاستجابات شكلاً آخر، وهو التصفيق، أو الهتاف، وما يتشكل في الفضاء العام من تشكيلات رمزية.

وتحددت الأسس النظرية والبلاغية لبلاغة الجمهور عند عماد عبد اللطيف حين نشر ملامح المشروع في مقال له بعنوان "بلاغة المحاطب" البلاغة العربية من الخطاب السلطوي إلى مقاومته" عام ٢٠٠٥م، ثم اتضحت معالم المشروع بشكل أكثر في كتابه: "ماذا يصفق المصريون؟" وهو صادر عن دار العين بالقاهرة عام ٢٠٠٩. ويتناول فيه ظاهرة التصفيق كإحدى استجابات الجمهور وحللها تحليلًا خطابيًا.

لكن، نستطيع أن نقول: إن نجاح هذا المشروع يتوقف - كما يرى عماد - على الوعي النقدي للمواطن العادي، الذي هو المكون الأساسي للجمهور والمؤثر في استجاباته، وذلك في تأثير فضاءات التداول لدى الجمهور، وقوة بلاغته. وهي بلا شك تحتاج إلى ظهير وهو التعليم، والتثقيف اللذان يشكلان حاجزاً قوياً، وسداً منيعاً من إعادة إنتاج بلاغة القهر، والتسلط. غير أننا نستطيع أن نلمح في مشروعه شيئاً مهماً ألا وهو طبيعة الاستجابة الجماهيرية إذ لا يعنيه هل الاستجابة إيجابية أم سلبية، إنما يهتم برصد

(١٧) بلاغة الجمهور.. مفاهيم وتطبيقات. ص ١١.

الاستجابة كرد فعل للخطاب، والعلاقات المعقدة التي يمكن أن تنشأ بين الخطاب والاستجابة.

العلاقة بين اللغة والإنسان في منهج عماد عبد اللطيف

يحاول عماد عبد اللطيف من خلال مشروعه أن يكشف عن العلاقة بين اللغة والإنسان، فيقرر أن العلاقة بينهما معقدة فاللغة هي أداة الإنسان في التواصل الحياتي، لكنها في الوقت نفسه سبب معاناته؛ لكونها غير قادرة دوماً على إنجاز هذا التواصل بالكفاءة التي يرتضيها، وهي من ناحية - والمعنى له وسيلة للتحكم والسيطرة، يخضع بها أفراد وجماعات أفراداً وجماعات آخرين لسلطتهم، لكنها في المقابل أداة مقاومة وتحريير.

إن رأيه في ازدواجية اللغة رأي نافذ عن بصيرة بدور اللغة وما يمكن أن تلعبه في دنيا أهلها، باطنها الرحمة، وظاهرها العذاب، أو على حد تعبيره "هي فرصة وخطر في الحين ذاته، أداة للوعي وأخرى للقهر"

المبحث الثاني: بلاغة الجمهور.. نماذج وتطبيقات

وفي هذا المبحث يمكننا أن نستعرض بعضاً من استجابات الجمهور التي تتباين وتختلف من سياق لآخر تبعاً لاختلاف الخطاب الموجّه إليه، ومن أهم هذه الخطابات:

١- بلاغة الجمهور والخطاب السياسي

والناظر إلى التاريخ بعين متفحصة لأحداثه، يكتشف أن العلاقة بين البلاغة والسياسة ليست منفكة، بل متشابكة ومعقدة فمنذ الأزل والبلاغة لها دور في تزييف الواقع السياسي، وإلباسه ثوبا غير ثوبه الحقيقي الذي تلاشى أمام سطوة البلاغة وقوتها. والخطابة السياسية مجال يُعنى به السياسيون للحديث فيما يخص أمور الحكم وما يتعلق به، فهي حديث بين النخب السياسية والجمهور، غرضه حشد الناس وجمعهم للتأثير عليهم، وتشكيل وعيهم فقد "ظلت الأداة المثلى للتأثير في الجماهير وحشدهم في أوقات السلم والحرب على مدار آلاف السنين"^(١٨). وحين تغيب هذه الخطبة، فإن المتحكم حينها يكون السيف، إذ هو - غالباً - ما يحل محل الكلمة في البلاد التي لا تعرف لغة اللسان، وتجيد بدلا منها لغة السنان. والخطابة أحد أهم أشكال لغة السياسة، وأقواها تأثيراً، لذا؛ فالحاجة ملحة إلى ربط البحث البلاغي بالفضاء اليومي للناس، بهدف تضييق الفجوة بين علم البلاغة والحياة، وبالأخص منها "الخطاب السياسي" فتحليل هذا الخطاب عن طريق رؤية أعمق لظواهره يؤدي إلى إزاحة الستار عن كثير من غوامضه، الأمر الذي يمكن معه الحد من أثر هذا الخطاب بعد ممارسة التلاعب والتضليل الذي يكون هدفها تشكيل الوعي الجماهيري تشكيلاً خاطئاً. فهذا بعد اجتماعي خطير، تحاول دراسة

(١٨) عماد عبد اللطيف، الخطابة السياسية في العصر الحديث، ص ١١.

الخطاب السياسي القيام به في الوقوف ضد كل ما من شأنه تزييف الوعي الجماهيري، وتلك غاية نبيلة في مسعاها ومبتغاها إذ تبغي نشر قيم العدل والمساواة، والتمكين لهما. وتأتي بلاغة الجمهور مرتبطة بالخطاب السياسي، وهو ارتباط له أسبابه، ويأتي على رأس هذه الأسباب هيمنة الخطاب السياسي وسطوته وبطشه على استجابة الجمهور المشكّلة لوعيه، وعادة ما تنزر هذه الهيمنة للخطاب السياسي بإزار السفسطة مطرزة بألوان البلاغة العربية لتلعب دوراً "مشبوها" في عملية الإقناع والتأثير.

وفي مؤلفات عماد عبد اللطيف في هذا المجال نماذج لتحليل الخطاب السياسي أهمها خطاب الرئيس المصري الراحل محمد أنور السادات، حيث قدم تحليلاً لخطاباته السياسية ورصد آليات التأثير فيها، واستعرض خطاب السادات الشهير المعروف بخطاب المبادرة، ووصفه بأنه خطاب درامي بامتياز، حيث ألقى السادات الخطاب في افتتاح الدورة الثانية لمجلس الشعب، وهي عادة تكون مناسبة عادية روتينية، استعرض فيها السادات علاقات مصر الداخلية والخارجية، وهذا الخطاب قد أعد له سلفاً، وهذا هو الطبيعي في مثل هذه المناسبات، وقد أداه السادات كما هي من واقع أوراقها المكتوبة أمامه دونما تدخل منه في زيادة أو نقصان، لكن وفي الربع الأخير من الخطاب انقلبت الأمور وتغير الأداء "وذلك إثر قول عبارة قصيرة مكونة من (٥٥) كلمة أعلن فيها السادات استعداده لزيارة إسرائيل، غيّرت هوية الخطاب، فأصبح يشتهر باسم خطاب المبادرة، وليس خطاب افتتاح دورة مجلس الشعب"^(١٩) ويحلل عماد عبد اللطيف ذلك بأن السادات حاول بذكاء شديد إيهام الجمهور أن الفعل الدرامي الذي اتسم به الخطاب هو فعل غير مخطط له، وأنه لجأ إلى استراتيجية الإيهام بالعفوية لتحقيق ذلك، تماماً كما يفعل البطل المسرحي أثناء عرض العمل المسرحي، فهناك لحظة تجول في حياة بطل المسرح التراجيدي، التي تنقلب فيها حياته رأساً على عقب بسبب فعل أو قول"^(٢٠)

وفي كتابه: "الخطابة السياسية في العصر الحديث" يقدم عماد عبد اللطيف شرحاً لدراسة ظاهرة تأليف الخطاب الرئاسية في العالم العربي. ويستكشف أشكال الجدل والصراع التي تنشأ بين الرؤساء وكتّاب خطبهم حين تختلف تصوراتهم للحدث السياسي ويعطي أمثلة من الحالة المصرية على مدار ٦٠ عاماً، مستعينا بذكرات شخصية ووثائق تاريخية تسجل عملية كتابة الخطاب الرئاسية. كما يركز الكتاب على كتابة محمد حسنين هيكل للرئيسين عبد الناصر والسادات، وتجربة أحمد بهاء الدين وموسى صبري في الكتابة للسادات، وتجربة أسامة الباز في الكتابة لمبارك. ويبرهن الكتاب على أن دور كتاب الخطب السياسية لا يتوقف عند صياغة البلاغة السياسية لأنظمة الحاكمة في العالم

(١٩) عماد عبد اللطيف، مقال خطابات السادات من البرلمان إلى الكنيست، بوابة صحيفة الوطن الإلكترونية. العدد ٢٠٣٠ بتاريخ ١٩/١١/٢٠١٧.

(٢٠) السابق.

العربي، بل يتجاوزه إلى صياغة الواقع السياسي نفسه. كما يستعرض الكتاب ظاهرة حديثة في التواصل الجماهيري السياسي وهي تعليقات الجمهور على الخطب السياسية، ويحلل على نحو تفصيلي مدونة كبيرة من تعليقات الجمهور على بث الكتروني لخطبة الرئيس الأمريكي السابق "باراك أوباما" للعالم الإسلامي التي ألقاها في جامعة القاهرة عام ٢٠٠٩م. كما يحلل عمليات النقد والفنيد أو التأييد التي يحاول بها المعلقون تقليل أو تدعيم أثر الخطبة في من يشاهدونها على الإنترنت وكذلك أشكال التفاعل الخطابي بين المعلقين أنفسهم.^(٢١)

وفي مقاله المنشور بصحيفة القدس العربي بعنوان "حين تقارع البلاغة السياسة" يقدم الكاتب عبد الفضيل أدراوي قراءة لكتاب "استراتيجيات الإقناع والتأثير للخطاب السياسي" للدكتور عماد عبد اللطيف محاولاً أن يكشف عن الحيل التي يتبعها الساسة للتأثير في الجمهور، وجاء في هذه القراءة: "يقترح الباحث عماد عبد اللطيف ممارسة تحليلية للخطاب السياسي قوامه الكشف عن كثير من الحيل البلاغية التي يعتمدها رجال السياسة والقانون، والقائمون على شؤون المجتمع، لتثبيت أركان عروشهم، كآليات التحايل والتلطيف، والتعبير غير المباشر، والكناية والتمثيل والتورية، وغيرها من الأساليب التي تصل حد توسل الحاكم ببعض الكتاب المناسبين لتأدية المهمة. فخلال القرن العشرين تحول السياسيون إلى الاستعانة بأخرين، يرون أنهم أمهر منهم، يمكن الاعتماد عليهم في تحقيق التأثير بشكل أكثر فعالية من الاعتماد على النفس أو الذات. فتزايد اعتماد السياسيين على على مجموعات من المتخصصين لكتابة خطبهم السياسية وتدريبهم على أفضل أداء لها، وأحياناً اعتماد الارتجال والمفاجأة أو ما يعرف بظاهرة "الصدمة الكهربائية".^(٢٢)

لقد حاول عبد اللطيف من خلال هذا الكتاب، وكتاب "الخطابة السياسية في العصر الحديث" وكتاب "لماذا يصفق المصريون؟" وأيضاً من خلال ما كتبه من مقالات في تحليل خطب السادات من البرلمان إلى الكنيست أن يكشف خفايا الخطاب السياسي، الذي يهدف أول ما يهدف إلى إخضاع الجماهير بغرض بسط نفوذه، وترسيخ هيمنته. كما حاول أن يقف بنا على آليات هذا الخطاب السلطوي المهيمن للإقناع والتأثير، ومنها "أن الخطاب السياسي يعتمد استعارات سياسية خاصة به، يهدف من خلالها إلى إقامة علاقات تواصلية خفية مع الجمهور، وبيئتي النفاذ عبرها إلى المشاعر والقلوب، وإقامة أجواء

(٢١) عبد اللطيف، عماد، الخطابة السياسية في العصر الحديث، ص ١٢ بتصرف.

(٢٢) أدراوي، عبد الفضيل، مقال حين تقارع البلاغة السياسة، صحيفة القدس العربي، ٢٤/٥/٢٠١٣م.

من الحميمية والإيجابية تجاه الآخرين، وربما النيل من بعض الخصوم وتحطيم شخصيتهم^(٢٣)."

ويشير عبد الفضيل أدارواي إلى أن عماد عبد اللطيف طبق ذلك المنحى على خطابات الرئيس السادات، فيقول: "إن الخطاب السياسي الساداتي تميز بتوظيف استعاراته السياسية التي تستطيع رسم صورة عن حاكم صالح ومحبوب ومحب لشعبه ووطنه، عبر استعارة (عائلة مصر أو مصر عائلة)، ومقتضاها أن (الرئيس أب الشعب)، فنتحول الدولة إلى عائلة كبيرها أبوها هو الرئيس، والأم أو الزوجة هي الوطن، والأبناء هم المواطنون، ويغدو الدستور والقانون وجهها من وجوه الأخلاقيات والأعراف الفوقية التي تنظم العائلة فيتبين كيف أن السياسي يتوسل باستعارة عائلة مصر ليحقق الإقناع بمركزيته ودوره الأبوي، وكيف يستبعد المعارضون للحكم ويصبحون مظهرا للعقوق إن هم خرجوا عن طاعة الأب. وكيف أن مخالفة القانون تصبح خروجاً عن الأخلاق والأعراف المسلم بها.

ونخلص من ذلك الرأي إلى أن الحاكم يعتمد على أن يتناصَّ خطابه السياسي مع النصِّ الديني الإسلامي، مما يحدث تداخلاً بين الخطابين البشري والإلهي، حيث تنتقل صفات الخطاب المقدس إلى خطاب الحاكم، ونتج عن هذا وجود طابع ديني مهيم على خطب السادات" فالسادات مثلاً، رغم إلحاحه الدائم على ضرورة فصل الدين عن السياسة، ظلت خطاباته حريصة على استخدام النص الديني أداة لإعلان الهوية، واستراتيجية إقناع وتأثير، ووسيلة لتقييد استجابات الجماهير. وتبعاً لذلك يتحول الخطاب السياسي بسبب استغلاله الرأسمال الرمزي للدين، إلى خطاب ممتلكاً قدرة أكبر على السيطرة والهيمنة والتمييز^(٢٤).

ولعل من أشكال استغلال الطاقة الرمزية للدين في السياسة، تحويل اسم (أنور السادات) الذي كان معروفاً به إبان عضويته في حركة الضباط الأحرار، إلى (محمد أنور السادات). ما برر له أن يوحى للبعض بأن يطلقوا عليه (سادس الخلفاء الراشدين)، ليجلب إلى الأذهان التشابه في مرحلتي الحكم المحمدية الراشدية والساداتية. وفي السياق نفسه، استغل السادات الطاقة الإقناعية للدين ليروج لفكرة السلام مع إسرائيل، فاستثمر دعوة الإسلام إلى التعايش والتسامح والسلام، فيقيمها فعلاً مع إسرائيل رغم أنها اغتصبت أرض شعب. وتحولت معركة إقامة السلام وتوقيع الاتفاقات في خطاباته السياسية معركة صراع العمى والبصيرة، وتحول الرئيس المنفذ للسلام شخصاً مدوحاً، وكل العرب الراضين لاختياراته مذمومين.^(٢٥)

(٢٣) السابق.

(٢٤) السابق.

(٢٥) السابق.

٢- بلاغة الجمهور والخطاب الإعلامي

الخطاب في أي مجتمع هو الممارسة الاجتماعية، وهو مجمل القول والفعل، ويقوم الخطاب الإعلامي بنقل هذه الممارسة الاجتماعية إلى الجمهور عن طريق وسائل الإعلام، ومما لا شك فيه أن معظم الخطاب الإعلامي له تحيزاته سواءً كانت معلنة أو غير معلنة، لذلك فمن الأفضل تحليل عمليات الاتصال والإعلام من حيث التكوين، والملكية، ونظم العمل، وطبيعة الجمهور، والنظام السياسي، وما تنتجه من خطابات للتعرف على مدى قدرتها ودقتها في نقل الواقع، وما الذي تخفيه أو تظهره، ولمصلحة من تعمل، وما هي استراتيجياتها.

والخطاب الإعلامي خطاب تتأزر فيه كثير من الخطابات السياسية والإخبارية، والرياضية، والاقتصادية، وغيرها. وهو خطاب موجه إلى جمهور يختلف ويتباين نظرا لاختلاف البيئات والثقافات والأعمار والاهتمامات.

ولا شك أن هذا الخطاب قد تطور في الأونة الأخيرة في فترة زمنية محدودة، تجاوز فيها مراحل كثيرة حتى بلغ الأفق، وتتنوع وسائله بين صحيفة، وإذاعة، وتلفاز، وإنترنت، وما يتصل به من تطبيقات التواصل الاجتماعي، وهو بقدر كبير يشكل الوعي الجماهيري، ويحدد في كثير من الأوقات استجابته، كما تتنوع وسائل التأثير والإقناع في الخطاب الإعلامي، منها "الكلمة المسموعة في الإذاعات والمحاضرات والندوات والخطب السياسية، والصورة الثابتة، والكلمة المكتوبة في الكتب والمجلات والنشرية والملصقات، والصورة السمعية والبصرية في التلفزة"^(٢٦)

فهو يعتمد في لغته على التعبير بالصورة بأشكالها المختلفة تارة، وبالکلمة المكتوبة والمسموعة تارة أخرى، وهذا "يجعل لخطاب الإعلامي نسقا سيميائيا قابلا للقراءة والتأويل، عابرا لتخصصات ومعارف عديدة، وموظفا ومستثمرا إياها حسب ما تقتضيه الأوضاع"^(٢٧). ويحاول الخطاب الإعلامي التأثير في الجمهور، وإعادة تشكيل وعيه، ومحاولة رسم رؤاه المستقبلية من خلال وسائله، ووسائل التقنية المستعملة والمتاحة، فهو شكل تواصل بين اللغة والمعلومة، ومحتواها الثقافي وآليات توصيلها إلى الجمهور. كل ذلك في مجالات مختلفة تخص الجماهير، وتسعى إلى توصيل غرض معين، كأن يكسب ثقة الجمهور، أو يغير موقفه، أو حتى يضمن حياديته تجاه قضية من القضايا.

(٢٦) بشير إيرير، التحليل السيميائي للخطاب الإشهاري، دراسة في تفاعل أنظمة العلامات وبلاغة الإقناع، ص ٢٤.

(٢٧) رياض زكي قاسم، اللغة والإعلام، ضمن كتاب اللسان العربي وإشكالية التلقي، ص ١٣٥.

ومن أجل ذلك " أصبحت وسائل الإعلام، أو التواصل الجماهيري توظف بلاغة الإقناع توظيفاً واضحاً؛ للوصول إلى جذب أكبر عدد من المستقبلين"^(٢٨) ويقدم الدكتور عامر مصباح تعريفاً لمفهوم الإقناع في الخطاب الإعلامي بوصفه أحد الركائز التي يتم من خلالها التواصل مع الجمهور بأنه: "عملية إيصال الأفكار والاتجاهات والقيم والمعلومات، إما إحياء أو تصريحا، عبر مراحل معينة، في ظل حضور شروط موضوعية وذاتية مساعدة، وعن طريق عملية الاتصال. ويرتبط بمفهوم الإقناع مفهوم آخر وهو التأثير، ويكاد هذان المفهومان يكونان متلازمين. فظاهر لفظ التأثير يشير إلى عملية تبدأ من المصدر لتصل إلى المستقبل مع توفر إرادة لذلك، في حين إن مصطلح التأثير يشير إلى الحالة التي يكون عليها الفرد بعد التعرض لعملية الإقناع، واستقبال الرسائل وتفاعله معها، فهو نتيجة للتأثير"^(٢٩). ويتشكل الإقناع من العناصر التالية:

١- المرسل: وهو المؤسسة الإعلامية التي تريد أن تؤثر في معلومات المتلقين واتجاهاتهم ومشاعرهم ومعتقداتهم.

٢- الرسالة الإقناعية: وهي مجموعة الأفكار والأحاسيس والقضايا والخبرات التي تكون في شكل نص إخباري أو حوار صحفي، أو مقال، وهي التي يريد المرسل نقلها إلى المتلقي لإقناعه بها، والتأثير عليه طبقاً لها.

٣- المتلقي: وهو الجمهور المستهدف لتلقي رسائل التأثير.

٤- الوسيط: وهو الوسيلة الإقناعية الناقلة للرسالة الإقناعية.^(٣٠)

٥- السياق: وهو مجموعة الظروف التي تلي فيها الرسالة في زمنها.

ولا يمكن للخطاب الإعلامي أن يحقق نجاحه إلا بعد التأثير في الجمهور، والتغيير في آرائه ومعتقداته، ثم تحويل هذا النجاح في تغيير الآراء إلى حقائق نظرية وعملية. وتعد البلاغة الجديدة "هي الجانب الحجاجي التداولي من البلاغة القديمة من خلال تلحيم أطراف الخطاب الأساسية، المخاطب والمخاطب، وإبراز البعد التأثيري والإقناعي للغة، والذي لا يظهر في البنية الصورية لنسقها الداخلي فقط، وإنما في القيم الخطابية المشحونة بواسطة الاستعارة والإطناب والإيجاز... وغيرها من الأشكال البلاغية التي تمارس فعاليتها الاجتماعية ووظيفتها الإقناعية التي تدفع إلى القيام بالفعل"^(٣١).

ويحدد الدكتور محمد سالم الأمين بعضاً من الوسائل والإمكانات المستخدمة بهدف الوصول إلى المخاطب، والتأثير فيه "ومن تلك الوسائل ما هو فكري كالحجة

(٢٨) محمد سالم الأمين الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة، بحث في بلاغة النقد المعاصر، ص ١٨١.

(٢٩) عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي، خلفيته النظرية وآلياته العملية، ص ١٧، ١٨.

(٣٠) السابق ص ٢٥.

(٣١) عمارة ناصر، الفلسفة والبلاغة مقارنة حجائية للخطاب الفلسفي، ص ١٧.

والقياس (التمثيل) والاستدلال والبرهان، وفيها ما هو عاطفي كتحريك العواطف والطبائع والأحاسيس والتحريض، ومنها ما هو لغوي كالوضوح والدقة والصور البلاغية بكل أنواعها^(٣٢).

والخطاب الإعلامي في مجمله خطاب إقناعي إبلاغي يهدف إلى التأثير في الجمهور كما هو الحال في الخطب السياسية والبرامج الترفيهية والثقافية والأدبية في التلفاز والصحف، ولكن وعلى الرغم من أنها لغة تقريرية إخبارية لكنها لا تخلو من مجاز أو بلاغة، فقد خرجت من النمطية في معالجة الأخبار والأحداث إلى التنوع الأسلوبي والبلاغي والتجديد المعجمي. "إنها لغة إبداعية خلاقية، كثيرة النسل تمدنا رسائلها الثقيلة والخفيفة يوميا بالعشرات من الألفاظ والعبارات والصيغ والأساليب الجديدة، فهي تتحت مادتها من مصادر مختلفة: من المثقفين، والساسة، والأكاديميين، ورجال الاقتصاد، والاجتماع، والأدباء، ونصيب لا يستهان به من لغة الشارع التي تهبها فتصبح صالحة للتداول: حيث تعد اللغة الإعلامية همزة وصل وجسر ممتد بين الفئة الأولى، والفئة الثانية، تعمل على تبسيط ما تنقله من هؤلاء، وتهذب ما تنقله من أولئك، على اعتبار أن الخطاب الإعلامي يعمل على نقل الخبر من مصادره الأولى في لغته المتخصصة ثم يحولها إلى لغة قابلة للفهم من لدن المتلقي بمختلف مستوياته التعليمية والثقافية"^(٣٣).

وسائل التأثير في قناعات الجماهير

وفي بحثه حول بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي "دراسة في ضوء البلاغة الجديدة" الأستاذ هشام صويلح كيف يؤثر الإعلام في قناعات الجماهير، مستعرضاً وسائل التأثير المنطوقة أولاً، ومنها:

١- بلاغة التسمية:

وفيها يهجر الخطاب الإعلامي الدلالة الحقيقية للفظ إلى المعنى المجازي، رابطاً بين نوعية التعبير والإقناع. فالإعلام الجزائري نقل الاسم من سياقه "الأعلامي" يعني العلمية، إلى سياق الوقائع والأحداث في تسمية إحدى العمليات العسكرية ضد الإرهاب بعد صدور قانون الوثام الوطني، وذلك حين سماها "سيف الحجاج" وهذا نقل للاصطلاح اللغوي إلى الرمز، فسيف الحجاج له دلالة لغوية ثابتة لم تلبث بهذا الاستعمال أن انتقلت إلى دلالة أخرى يستقبلها الواقع الجزائري، وهي أن سيف الحجاج صارم بتار، لا يرحم، والحجاج رجل شديد مع أعدائه لا يتسامح مع الخارج عن طاعته، عن طريق قطع الرؤوس بسلاحه المشهور وهو السيف، وضيفت العملية "سيف" إلى الحجاج بعد أن استعارت منه سيفه لقطع رؤوس الإرهابيين الذين لم يستسلموا، ولم يخضعوا لقانون

(٣٢) محمد سالم الأمين الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة، ص ٧-١٢.

(٣٣) هشام صويلح، بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي "دراسة في ضوء البلاغة الجديدة" ص ٢٦٢.

الوئام المدني، وبهذا انتقلت التسمية من معناها اللغوي الأول، إلى معناها الدلالي الواقعي الثاني. وعليه فقد تحول الخطاب من اللغوية إلى الرمزية كوسيلة من وسائل التأثير في قناعات الجماهير. وعلى هذا النحو جرى وضع أسماء وصيغ نسمعها كثيرا عبر وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمكتوبة مثل: الثراء الفاحش، الثورة البيضاء، عملية الأيدي النظيفة. وفيها تحول المعنى اللغوي إلى دلالة جديدة تتطابق مع الواقع.

٢- بلاغة الإيجاز:

وهو اختصار الكلام عند التداول، والاستغناء بالجزء عن الكل، ومن أمثلته في الخطاب الإعلامي ما تناولته القنوات العربية (الحررة- العربية- الجزيرة) للأحداث المنصرمة في مصر يناير ٢٠١١م، وكيف عبرت عنه كل قناة على حدة، فقد خرجت قناة الحررة بعنوان يتسم بالوقوف على مسافة واحدة من الجميع فكتبت: "احتجاجات مصر" مكتفية بوصف ما يحدث بأنه مجرد احتجاج، بينما كتبت قناة العربية عنوانا أكثر جرأة من قناة الحررة وهو "مصر... التغيير" حيث اختزلت ما حدث كله في أنه حركة من الحركات الشعبية هدفها تغيير نظام كامل بنظام آخر أفضل منه. ثم جاءت قناة الجزيرة لتضع نفسها موضع المساند للقضية المصرية، القادر على نقل معاناته فكتبت باللون الأحمر عنوانا أشد جرأة وأكثر توضيحا لما يحدث فكتبت "مصر- ثورة شعب" فالشعب -بالفعل- كان ثائرا، كما نسبت الثورة إليه، وليس إلى الياسمين كما هو الحال في الثورة التونسية. فالاختزال في العنوان إنما هو من بلاغة الإيجاز، حيث جاءت كلماته قليلة لكنها كشفت كثيرا مما يحدث وقتئذ. ثم استثمرت "الجزيرة" بلاغة الإيجاز في الخطاب الإعلامي مرة أخرى في نقل أحداث يناير ٢٠١١م في مصر حين وصفت نجاح الثورة في زحزحة النظام المصري فكتبت عبارة محتزلة تعبر عن ذلك وهي "مصر- الشعب ينتصر" وهو عنوان واضح الدلالة، يختصر أحداثا دامت زهاء الشهرين كانت فيه أحداث وتضحيات انتهت بانتصار الشعب. وهذا ولا شك يعد وسيلة من وسائل التأثير في الجماهير التي لا تريد بذل مجهود كبير في فهم الأحداث فهما تفصيليا، كما أن الإيجاز يساعد الجماهير في استذكار الحدث نظرا لقصر عنوانه، تماما كما هو الحال في المثل العربي القديم، وبمعنى أدق "كلما كان اللفظ أوجز كان فعل التأثير أوقع وأنجع".^(٣٤)

٣- المجاز:

يقول عبد السلام المسدي في كتابه "السياسة وسلطة اللغة" متحدثا عن المجاز في التعبير في لغة الإعلام: "إن المجاز إذا طال عليه الزمن، واستقر في التداول العام، غاب عن المستعملين أنه مجاز، فيغدو حقيقة عرفية جديدة" وهو هنا يشير على دور المجاز اللغوي في خلق تعابير جديدة كانت في الأصل مجازا ثم صارت بعامل الزمن حقيقة لغوية. وهذا

(٣٤) هشام صويلح، بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي "دراسة في ضوء البلاغة الجديدة" ص ٢٦٢ وما بعدها بتصرف.

النوع من المجاز شائع في لغة الإعلام يستخدمه وسيلة من وسائل التأثير في الجماهير، ولهذا؛ فليس المعنى المقصود في خطاب إعلامي ما هو بالضرورة المعنى الذي نثر عليه في المعجم العربي، واستعمال اللفظ بمعنى آخر غير الذي وضع له في اللغة هو مما تجيزه اللغة، وهو باب معروف من أبواب البيان يعرف بالمجاز.^(٣٥)

وأمثلة المجاز في الخطاب الإعلامي العربي كثيرة، فعندما يوظف الخطاب الإعلامي المصري عبارة "المعركة الانتخابية" للقارئ لا يبحث عن المعنى الأصلي لكلمة معركة التي تعني قتالاً بين جيشين، فهو يفهمها من خلال سياقها الواردة فيه، فاللفظ يضيق مدلوله كلما حصرناه في سياقها، بينما يتسع إذا أطلقته. والمقصود في العبارة السابقة أن الانتخابات ذات طابع تنافسي شديد بين المرشحين، الأمر الذي يجعلها مثل المعركة التي يحاول كل طرف الانتصار فيها، فتعبير "المعركة" مجازي وليس حقيقياً.

وهناك في الإعلام الجزائري مصطلح "الأمهات العازبات" للدلالة على الأمهات اللاتي أنجبن بطريقة غير شرعية، مع عدم اعتراف الأب بالمولود. فالإعلام هنا يستعمل اللغة المجازية لا الحقيقية، إذ التناقض والاختلاف بين اللفظتين واضح في تركيبهما معاً، فالأم لا تصير أمّاً إلا بالإنجاب، والإنجاب لا يكون إلا بزواج بعقد رسمي، والعازبة فتاة لم تقض بكارتها. وقد لجأ الإعلام إلى استعمال هذا التركيب ليشير إلى فقدان هذه الفتاة لأهلية الزواج، ناهيك عن أن تكون أمّاً، فالتورية هنا خدمت قضية اجتماعية حين نزعنا عن هذه الفتاة أية صفة دينية كانت أو أخلاقية أو قيمية، كما أتاحت التورية أيضاً إمكانية استعمال اللفظ أو استقباله وتناقله من الجماهير وبينها دون حرج، فالإعلام يستعمل الكلمة التي تحقق تداولية أكثر ليس فيها حرج اجتماعي كلفظ الزنا الذي قد يشعر معه البعض بحرج في التلفظ به. وهذا الاستعمال الذكي من الإعلام للفظية يتحرج منها الجمهور، فهو بهذا المنحى يستدرج الجمهور لكسب ثقته، ينصب له شركاً ليكون الجمهور لقمة سائغة له في مواقف أخرى يحتاج الإعلام منه فيها أن يغير قناعاته، ويبدل رأيه بعد أن اطمأن إليه. وكما شكلت الكلمة الخطاب الإعلامي، فقد شكلت أيضاً الصورة الخطاب ذاته، فالخطاب افعلامي في أصله يتكون من مكونين رئيسيين: الكلمة والصورة، سواء كانت ثابتة أو متحركة. "الصورة الإعلامية بُعد أيقوني للواقع الذي يستحيل داخل الشاشة إلى بؤرة محسوسة، لها قوة جاذبية لأحاسيس المشاهد من خلال وضعه أمام فيض من مضامين موجهة ومنضوية تحت ماهية الصورة ليبقى المشاهد إزاء كم هائل من معانٍ متداخلة في الوقت ذاته، إنها متاهة تمارس تأثيراتها المباشرة وغير المباشرة، البعيدة والقريبة الدالة على أمر ما ونقيضه، التوليف المزور والحقائق الواقعية أو التزام الحياد.. لقد باتت سطوة

(٣٥) عبد السلام المسدي، السياسة وسلطة اللغة، ص ٤٦.

الصورة إعلامياً تحمل الشيء ونقيضه؛ فنسق الهيمنة يستبطن في داخله نسق آخر للرفض^(٣٦).

بيد أن الصورة شأنها شأن الكلمة، هدفها التأثير في قناعات الجمهور" فالعالم الذي نشاهده في الصور قد يكون في غالبيته هو ما ترغب في تصويره لنا الكثير من وسائل الإعلام العالمية بقنواتها المختلفة، ويبقى هناك عالم آخر خارج إطار الصورة، يحكمه أسلوب النكتم عبر حزمة إملاءات غير مباشرة، ترتبط بالمعطيات والسياسات الدولية، فالصورة بما تحويه من مكونات ومؤثرات تسرد بفضائها البصري دلالات الأحداث والوقائع، وتخطب المتلقي بطريقة تختلف عما تخاطبه به اللغة، بل تتجاوز ذلك كله إلى الأبعاد الضمنية للخطاب أو الرسالة الإعلامية الموجهة^(٣٧) وتكمن قوة الصورة في إيصال الرسالة الإعلامية فيما يلي:

- ١- البصر أهم وأكثر حواس الإنسان استخداماً في اكتساب المعلومات.
 - ٢- قوة الصورة تنطلق من مفهوم التصديق والتكذيب، لأن الرؤية البصرية هي أساس التصديق، ولذلك يقال "ليس راءٍ كمن سمعاً"^(٣٨).
 - ٣- تخاطب الصورة كل البشر، المتعلم والامي، الصغير والكبير، وتكسر حاجز اللغات، لذلك فهي الأوسع انتشاراً.
 - ٤- تختلف الصورة عن الكلمة المنطوقة أو المكتوبة لأنها ترتبط بشيء ملموس ومحسوس ومحدد، والكلمة مرتبطة بشيء تجريدي، غير ملموس، ويتصف بالتعميم، كما أنها تختلف عن الكلمة المكتوبة في سهولة التلقي، لأن القراءة تتطلب التأمل وإشغال الذهن، أما الصورة فلا تحتاج جهداً ذهنياً كبيراً لتلقيها.
 - ٥- تختلف الصورة عن النص المكتوب، الذي يتطلب تفكيك العلاقات القائمة بين الكلمات، بجهد وتركيز وبطء، بينما الصورة تعطي الرسالة دفعة واحدة.
- وهل ينسى العالم كله صورة الطفل السوري "آلان كردي" الذي هزَّ الكرة الرضية بجسده الملائكي الذي تلاعبت به الأمواج، فنام على بطنه فوق رمال البحر المتوسط، عوضاً عن أن ينام على صدر أمه، التي لا بد وأنه صرخ منادياً عليها ولم يجدها! نام "آلان"، واقترش البحر المتوسط سريراً، وترك في قلب الكرة الأرضية فجيحة لا تجرؤ كلمة على الاقتراب من معناها أبداً.

^(٣٦) زكية إبراهيم الحجي، الصورة إعلامياً، مقال منشور بموقع صحيفة الجزيرة السعودية.

^(٣٧) السابق.

^(٣٨) الشطر الثاني من قول الشاعر: يا ابنَ الكرام ألا تدنو فتنبصرَ ما . . . قد حدّثوك فما راءٍ كمن سمعاً. انظره في كتاب "نفحة الريحانة، ورشحة طلاء الحانة، محمد بن أمين بن فضل الله بن محب الدين بن محمد المحيي. ٩٤/١.



ولا شك أن هذه الصورة كان لها الوقع الأليم عالمياً، وتعاطف معها المجتمع المدني والدولي، وكشفت فضاة وقساوة النظام السوري مع معارضيه التي لا تظهرها وسائل الإعلام المحلية والدولية.

المبحث الثالث:

الفضاءات العمومية، وتأثرها في فهم الخطاب، والنص الأدبي.

لقد أولى النقد العربي في بداياته اهتماماً كبيراً بالسياق (العوامل الخارجية) في تناوله للظاهرة الإبداعية إذ ظل يركز على الظروف الاجتماعية و النفسية و التاريخية و السوسيولوجية محاولاً تقديم نظرة شاملة عن النص الأدبي، لكن الأمر لم يلبث كذلك، فسرعان ما انفتح على دراسات جديدة تحيط ببنية النص الداخلية، و تبحث في حيثيات الظاهرة الأدبية محاولة استقصاء أهم الجوانب الجمالية، فظهرت البنيوية و السيميائية و التفككية ونظرية التلقي و غيرها. ويقول باتريك شارودو: "لا تراهن العلاقات الاجتماعية على صيغة "حقيقي" أكثر من صيغة "اعتقاد أنه حقيقي". لم نعد نراهن على "القوة المنطقية" "الحجج"، أكثر من قوة إقناعها. لا نبحت عن دليل مطلق يحيل على الكلي بقدر ما نبحت عن "صحة ظرفية" في الإطار المحدود للوضعي"^(٣٩)

وفي محاضراته التي عُقدت في "الجمعية المصرية للنقد الأدبي" تحت عنوان "من التلقي إلى الاستجابة.. نحو حقل معرفي جديد في دراسات الأدب"، قدّم عماد عبد اللطيف، مشروعاً بحثياً لدراسة وتحليل استجابات جمهور الأدب. وافتتح عبد اللطيف محاضراته بالإشارة إلى أن ما يطرحه من تصوّر بحثي تحت عنوان "بلاغة الجمهور" يختلف عن نظريات القراءة والتلقي واستجابة القارئ التي ظهرت في ستينيات وسبعينيات القرن العشرين، حيث إن نظرية "بلاغة الجمهور" تهتمّ بالفضاءات العمومية والاستجابات الجماعية والاستجابات الفعلية والأنية للجمهور وعلاقتها بتشكيل الخطاب والنص الأدبي، بينما نظرية "القراءة والتلقي" تُركز على الفرد وعلى تشكّل المعنى في ذهن القارئ. ويوضح الباحث المصري أن نظرية "بلاغة الجمهور" تسعى لتدشين ممارسات بلاغية مغايرة لتلك المستقرة منذ أكثر من ألفية ونصف، عبر الانتقال بمجال

(٣٩) شارودو. بيير: الحجاج و إشكال التأثير. ترجمة ربيعة العربي مقال سيظهر في كتاب الحجاج و الاستدلال الحجاجي.

اهتمام البلاغة من المتكلم إلى المخاطب، بحيث تضع في بؤرة اهتمامها الاستجابات اللفظية وغير اللفظية التي يُنتجها الأشخاص العاديون في سياقات تلقي الخطابات العمومية، وقد قصرت بلاغة الجمهور أفق عملها خلال السنوات الماضية على دراسة استجابات الجمهور أثناء تلقي نصوص الحياة اليومية، وخطاباتها.

والحجاج من الأفعال الإنسانية التي تهدف إلى الإقناع، وهو قرين الخطاب، يستمد خصوصيته من تفعيل التواصل وتقنياته، بهدف تحقيق فعل التأثير. فالحجاج عبارة عن محاولة الإقناع باستعمال اللغة لتعديل أو تحويل أو تقوية رؤية المستمع بما تتضمنه هذه الرؤية من مشاعر ومواقف، وطرائق تفكير. "وينطوي النص الحجاجي على احتمالات نسقية، وإحالات إشارية ذات أبعاد ثقافية فاعلة تتوسل باللغة وأنظمتها المتشابكة من أجل تشكيل فضاءات ما ورائية للمعنى في إطار السياق الكلي للنص"^(٤٠). لذا، يعد الحجاج من أهم النظريات التي تهتم بها التداولية، فهو يهتم بدراسة الطريقة والأسلوب اللذين يتبنهما المتكلم للتغيير من معتقدات المتلقي وإقناعه بالموضوع المراد إيصاله إليه كالإشارات، والعبارات، والحجج. والحجاج ضارب بجذوره في تاريخ الخطاب الإنساني عامة إذ إن أول ظهور له كان في البلاغة اليونانية عند سقراط وأفلاطون وأرسطو. ثم ظهر في الدراسات المعاصرة عند بيرلمان Perelman في أبحاثه التي سماها الأبحاث الجديدة؛ نظرا لحدثة الأبعاد التي تهتم بها.

كما أن له جذورا في الفكر العربي يتجلى في المنتج القديم عند الأصوليين، والمتكلمين وأهل العقائد، وفي الشروح، والخطب، والمناظرات، والمقامات... وغير ذلك من السياقات الإقناعية التي كان الحجاج طرفا أساسيا فيها. لذا؛ فسوف أتناول في هذا المبحث الحجاج من حيث المفهوم، وآليات تأثيره في المتلقي، ودوره في تشكيل استجابته تجاه نص من النصوص.

مفهوم الحجاج :

لغة: "حَاجَهُ مُحَاجَةً وَحِجَاغًا نَازَعَهُ الْحُجَّةَ وَحَجَّهَ يَحُجُّهُ حَجًّا غَلِبَهُ عَلَى حُجَّتِهِ. وَالْحُجَّةُ الْبُرْهَانُ وَقِيلَ الْحُجَّةُ مَا دُفِعَ بِهِ الْخَصْمُ. وَقَالَ الْأَزْهَرِيُّ الْحُجَّةُ الْوَجْهُ الَّذِي يَكُونُ بِهِ الظَّفَرُ عِنْدَ الْخِصُومَةِ وَهُوَ رَجُلٌ مِحْجَاجٌ أَيْ جَدِلٌ وَالتَّحَاجُّ التَّخَاصُّمُ وَجَمْعُ الْحُجَّةِ حُجَجٌ وَحِجَاغٌ"^(٤١) ويتضح من كلام ابن منظور أن الحجاج بكسر الحاء يكون أثناء المخاصمة بين شخصين، حيث اعتبروا الحجة كوسيلة يستعملها المتكلم للتغلب على خصمه.

(٤٠) يوسف محمود عليمات، بلاغة الحجاج في النص الشعري، دالية الراعي النميري نموذجاً، ص ٢٥٦.

(٤١) ابن منظور، لسان العرب، مادة "حجج".

اصطلاحاً: "الحجاج هو كل منطوق به موجه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحق له الاعتراض عليها"^(٤٢). ويصطلح عليه مسعودي الحواس بقوله: "الخطاب الحجاجي هو خطاب موجه وكل خطاب يهدف إلى الإقناع يكون له بالضرورة بعد حجاجي"^(٤٣). ويشير إليه ظافر الشهري بقوله: "الحجاج هو الآلية الأبرز التي يستعمل المرسل اللغة فيها، وتتجسد عبرها استراتيجية الإقناع"^(٤٤).

إذن، فيمكن تلخيص تعريف الحجاج من الوجهة الاصطلاحية بناء على ما سبق بأنه هو أحد أنواع النصوص التي تهتم بدراسة الفعالية الحجاجية، وهو عبارة عن وسيلة من وسائل الإقناع والتعبير عن الرأي؛ حيث إنه يتضمن مجموعة من الحجج والقضايا المثبتة أو النافية التي يؤتي بها إماماً للتأكيد على صحة رأي أو بطلانه، ويتميز النص الحجاجي عن غيره من النصوص بكثرة الحقول المعرفية التي تشملها، فيشمل الحجاج الفلسفة، واللسانيات، والقانون، ونظرية التواصل، والمنطق، كما أنه أصبح حديثاً يتناول علم النفس، وعلم الاجتماع والكثير من التخصصات والمجالات الأخرى، ويكون النص الحجاجي موجّهاً إما لفردٍ واحدٍ أو لجمهور. وتختلف الأدلة والحجج المستعملة في النص الحجاجي عن تلك المستعملة في علوم الطبيعة والرياضيات؛ وذلك لأنّ الحجج المستخدمة في النص الحجاجي تكون ممزوجةً فيها الرؤية الموضوعية بالرؤية الذاتية، على عكس علوم الطبيعة التي تكون حججها موضوعية فقط وفي غاية الصرامة ولا تحتمل الرؤية الذاتية.

إن التداولية هي أقدر النظريات اللغوية على كشف خبايا النص الأدبي بما تنتجه من فضاءات واسعة يحرق فيها النص من قيود البنيوية، حيث أعطت الأولوية للعملية التواصلية، وبكل ما يحيط بها، بدءاً بأقطاب التواصل (المرسل والمتلقي) ومروراً بالسياقات الخارجية، وانتهاء بمقاصد المتكلم ومدى تأثيرها على المستمع؛ مما يعني اهتمام التداولية بالجانب الوظيفي للخطاب والنص الأدبي. والحجاج بوصفه فرعاً منبثقاً عن التداولية فهو يرصد الأثر الذي يتركه الخطاب، أو النص الأدبي في المتلقي، ومدى قدرة المتكلم على التأثير في الآخر، وتغيير معتقداته وسلوكه.

لقد تجاوزت التداولية وما ينبثق عنها من حجاج حدود ما يحدثه النص الأدبي من إمتاع في نفس المتلقي إلى مرحلة حتمية البحث عما يحدثه من أثر وتغيير في سلوكه ومعتقداته. وبالنظر إلى ذلك، فإن البلاغة في العصر الحديث غيرت وظيفتها التقليدية، فلم يعد هدفها تزيين الخطاب، بل البحث في الوسائل التي تجعل من الخطاب ذا تأثيرية

(٤٢) طه عبد الرحمن، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، ص ٢٢٦.

(٤٣) الحواس، مسعودي، البنية الحجاجية في القرآن الكريم، سورة النمل نموذجاً، مجلة اللغة والأدب، ص ٣٣٠.

(٤٤) عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، ص ٤٥٦.

قوية، وهذا هو الحجاج في صورته الجديدة، التي كان للعالم "برلمان" الفضل في تأصيلها، حيث أحدث تغييرا كبيرا في النظريات القديمة لدراسة البلاغة ووظيفتها، وأعطى للخطاب بعدا وظيفيا يؤهله للتغيير؛ لأن الأدب لا يقتصر على الجمالية فحسب، بل يتعدى ذلك إلى الحجاج والإقناع والتأثير، بغرض الحصول على تسليم أحد أطراف الحوار برأي الآخر بعيدا عن الاعتباطية واللامعقول اللذين يتبعان الخطابة عادة، وبعيدا عن الإلزام الذي يتبع الجدل دائما.

فالنص الحجاجي، نص سياسي، يتبنى سياسته الخاصة بلاغيا، ونسقا، من أجل تشكيل عوالم كونية ذات خطابات وتوجهات متميزة. وفي ضوء هذا المفهوم تكتسب الأنساق فاعليتها وأفقها المعرفي والثقافي "لأنها أنساق تاريخية أزلية وراسخة ولها الفعلية دائما، وعلامتها هي اندفاع الجمهور إلى استغلال المنتوج الثقافي المنطوي على هذا النوع من الأنساق"^(٤٥)

وتتنوع وسائل وتقنيات الحجاج فتارة تكون أدوات لغوية، وأحيانا بلاغية، وأخرى منطقية أو فلسفية أو قياسية.

أمثلة لدراسة الحجاج دراسة تداولية:

- البنية الحجاجية في مقامات الوهرائي- هجيرة حاج هنى- ماجستير جامعة حسبية بو علي ٢٠١٥.
- الحجاج في رسائل الشيخ أحمد التيجاني- ماجستير - أمينة تجاني- جامعة حمه لخضر الوادي- الجزائر ٢٠١٥ م.
- مصطلح الحجاج بواعثه وتقنياته- عباس حشاني، جامعة يسكرة- الجزائر.
- بلاغة الحجاج في النص الشعري- دالية الراعي النميري نموذجاً لـ يوسف محمود علميات.

النتائج والتوصيات

وبعد فقد انتهى البحث في نظرية بلاغة الجمهور الجديدة التي تبناها الدكتور عماد عبد اللطيف، واستطاع أن يصل إلى النتائج التالية:

- قدم عماد عبد اللطيف طرعا بلاغيا جديدا، خالف به الصورة الذهنية والمعرفية عن دور البلاغة في الحياة اليومية، وهو مشروع القيم (بلاغة الجمهور) حيث اهتم المشروع بالطرف المفعول به في العملية التواصلية.

- بيني عماد عبد اللطيف نظريته (بلاغة الجمهور) على أن البلاغة وخطابها يمكن أن يؤثر، بشكل كبير، في توجيه الوعي الشعبي والجماهيري.

^(٤٥) الغدامي، عبد الله، النقد الثقافي: قراءة في الأنساق الثقافية العربية. ص ٧٩.

- إن موضوع بلاغة الجمهور إنما هو الاستجابات التي تصدر عن الجمهور أثناء تلقيه للخطابات الجماهيرية المختلفة، وأن مهمة هذا المشروع كشف العلاقة بين استجابات الجمهور لهذه الخطابات وسلطة هذه الخطابات في تشكيل الوعي الجماهيري.
- تبني عماد عبد اللطيف لهذا المنهج الجديد نابع من إدراكه للدور المتصاعد للجماهير في الفضاء العام، كما يرى أن انفتاح فضاءات التداول عندنا ستظل محدودة التأثير إذا لم يتطور الوعي النقدي للمواطن.
- وتأتي بلاغة الجمهور مرتبطة بالخطاب السياسي، وهو ارتباط له أسبابه.
- لا بد في الخطاب الإعلامي أن يتلاقى فيه الخطاب مع البلاغة، حيث إن الخطاب الإعلامي خطاب تداولي، يحمل معه غرض التأثير والإقناع.
- أصبحت الصورة عنصراً مهماً في الخطاب الإعلامي، من حيث إنها تؤثر فينا، وتتحكم في سلوكنا الفردي، والجماعي، وقد أخذت موقع الظاهرة الفاعلة والمتفاعلة في الآن نفسه.
- إن خاصية لغة الخطاب الإعلامي تتبدى في ثنائية تناقضها بين وظيفة الإخبار والتبليغ تارة، ومنارة التعميم من أجل التضليل، وتزييف الحقائق أو إخفائها مرة أخرى.
- البلاغة وثيقة الصلة بالحجاج، فوظيفة البلاغة هي وصف الطرق الخاصة في استعمال اللغة وتصنيف الأساليب بحسب تمكنها في التعبير عن الغرض تعبيراً يتجاوز الإبلاغ إلى التأثير في المتكلم أو إقناعه بما نقول أو إشراكه في ما نحس به، وغايتها مد المستعمل بما تعتبره أنجع طريقة في بلوغ المقاصد.

المصادر والمراجع

- القرآن الكريم.
- ابن منظور، لسان العرب. دار صادر - بيروت، الطبعة الأولى.
- جوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة وتقديم هاشم صالح، دار الساقى، بيروت لندن، ط ٥، ٢٠١٣م.
- رياض زكي قاسم، اللغة والإعلام، ضمن كتاب اللسان العربي وإشكالية التلقي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ٢٠٠٧م.
- سيجموند فرويد، علم نفس الجماهير، وتحليل الأنا، ترجمة وتقديم: جورج طرابيش، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط ١، ٢٠٠٦م.
- شارودو. بيير: الحجاج و إشكال التأثير. ترجمة ربيعة العربي مقال سيظهر في كتاب الحجاج و الاستدلال الحجاجي. منشورات فريق البحث في اللغة و التواصل و الحجاج إعداد حافظ إسماعيلي علوي. ٢٠٠٨م.
- طه عبد الرحمن، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، ط ١، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ١٩٩٨م.
- عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي، خلفيته النظرية وآلياته العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط ٢، الجزائر، ٢٠٠٦م.
- عبد السلام المسدي، السياسة وسلطة اللغة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٧م.
- عبد اللطيف، عماد، الخطابة السياسية في العصر الحديث، دار العين للنشر. ٢٠١٥م.
- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديدة المتحدة، بيروت، ط ١، ٢٠٠٤م.
- عماد عبد اللطيف استراتيجيات الإقناع والتأثير في الخطاب السياسي). الهيئة العامة للكتاب، القاهرة. ٢٠١٢م.
- عماد عبد اللطيف، "بلاغة الحرية: معارك الخطاب السياسي في زمن الثورة". دار التنوير، بيروت-القاهرة-تونس. ٢٠١٢م.
- عماد عبد اللطيف، البلاغة والتواصل عبر الثقافات. سلسلة كتابات نقدية، الهيئة العامة لقصور الثقافة، القاهرة. ٢٠١٢م.
- عماد عبد اللطيف، تحليل الخطاب البلاغي: دراسة في تشكل المفاهيم والوظائف.. دار كنوز المعرفة. الأردن. ٢٠١٤م.
- عمارة ناصر، الفلسفة والبلاغة مقارنة حجاجية للخطاب الفلسفي، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط ١، ٢٠٠٩م.
- الغدامي، عبد الله، النقد الثقافي: قراءة في الأنساق الثقافية العربية. المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، بيروت، ط ٢، ٢٠٠١م.

- الغدامي، عبد الله، ثقافة تويتر: حرية التعبير أو مسؤولية التعبير، المركز الثقافي العربي، ط١، ٢٠١٦م.
 - فراسوا بيرو، الجمهور والطبقة. ترجمة ناجي الراوشة، دار التكوين، ط٢٠١٢، ٢٠١م.
 - محمد سالم الأمين الطلبة، الججاج في البلاغة المعاصرة، بحث في بلاغة النقد المعاصر، دار الكتاب الجديد، ط١، لبنان، ٢٠٠٨م.
 - المحيي، محمد بن أمين بن فضل الله بن محب الدين بن محمد، نفحة الريحانة، ورشحة طلاء الحانة، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ١٤٢٦هـ، ٢٠٠٥م، ط٢.
- الدوريات والمقالات**
- ادراوي، عبد الفضيل، مقال حين تقارع البلاغة السياسة، صحيفة القدس العربي، ٢٤/٥/٢٠١٣م.
 - سعيد العوادي، الجماهير البليغة، محاوراة مع المشروع البلاغي للدكتور عماد عبد اللطيف، مجلة المصدر، العدد (٥) ديسمبر ٢٠١٧.
 - الحواس، مسعودي، البنية الحجاجية في القرآن الكريم، سورة النمل نموذجاً، مجلة اللغة والأدب، جامعة الجزائر، عدد ١٢، ديسمبر ١٩٩٧م.
 - اليسوعي، خليل إدا، أصول البلاغة عند العرب، مجلة المشرق، ٧٠٤.
 - بشير إيرير، التحليل السيميائي للخطاب الإشهاري، دراسة في تفاعل أنظمة العلامات وبلاغة الإقناع، مجلة اللسانيات واللغة العربية، العدد الأول، جامعة عنابة-الجزائر ٢٠٠٦م.
 - زكية إبراهيم الحجي، الصورة إعلامياً، مقال منشور بموقع صحيفة الجزيرة السعودية، العدد ١٦٣٨٨، الجمعة، تاريخ ١١/٠٨/٢٠١٧.
 - عبد اللطيف، عماد، بلاغة المخاطب: البلاغة العربية من إنتاج الخطاب السلطوي إلى مقاومته.
 - عماد عبد اللطيف، مقال خطابات السادات من البرلمان إلى الكينست، بوابة صحيفة الوطن الإلكترونية. العدد ٢٠٣٠ بتاريخ ١٩/١١/٢٠١٧.
 - هشام صويلح، بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي "دراسة في ضوء البلاغة الجديدة. جامعة سكيكدة. (د.ت).
 - يوسف محمود عليمات، بلاغة الججاج في النص الشعري، دالية الراعي النميري نموذجاً. مجلة جامعة دمشق-المجلد ٢٩-العدد (٢+١)-٢٠١٣م.

