مركز المدار المعرفي للأبحاث والدراسات

خطابات

دورية علميّة محكمة

تُعنى بنشر دراسات الخطاب

العدد الثاني

خريف 2020

عدد خاص عن خطاب المرض

رئيس التحرير

د. عماد عبد اللطيف

مجلة خطابات
مجلة محكمة يصدرها مركز المدار المعرفي للأبحاث والدراسات
رئيس التحرير
د. عماد عبد اللطيف
العدد الثاني
خريف 2020

الرئيس الشرفي للمجلة: د عبد الوهاب باشا

هيئة تحرير المجلة
رئيس التحرير
د. عماد عبد اللطيف
❖❖❖
مدير التحرير
أ. ضياء عبد المبدي

أعضاء التحرير:
- د. عبد الرحمن عبد السلام، مصر
- د. منية العبيدي، تونس

تصميم و تنسيق: دغبوج نورالدين

تخلي هيئة تحرير المجلة مسؤوليتها عن أي انتهاك لحقوق الملكية الفكرية.
لا تعبر الآراء الواردة في البحوث المنشورة بالضرورة عن رأي المجلة.
يخضع ترتيب الموضوعات بالمجلة لاعتبارات فنية لا ترتبط برتبة الباحث ولا مكانته العلمية.

خطابات
دورية علمية محكمة
تُعنى بنشر دراسات الخطاب

الهيئة الاستشارية:

د. إدريس جبري، المغرب
د. الحسين بنوهاشم، المغرب
د. آمنة بلعلي، الجزائر
د. أنيسة داودي، الجزائر
د. جميل عبد المجيد، مصر
د. حاتم عبيد، تونس
د. حسام قاسم، مصر
د. زكية العتيبي، السعودية
د. سامي سليمان، مصر
د. سعيد العوادي، المغرب
د. سلام دياب، فرنسا
د. صالح غيلوس، الجزائر
د. صلاح حاوي، العراق
د. عبد الرحمن عبد السلام، مصر
د. عبد السلام المسدي، تونس
د. عيد بلبع، مصر
د. عيسى برهومة، الأردن
د. لطيفة الأزرق، المغرب
د. مجدي توفيق، مصر
د. محمد العبد، مصر
د. محمد العمري، المغرب
د. محمد الولي، المغرب
د. محمد بوعزة، المغرب
د. محمد شومان، مصر
د. مصطفى شميعة، المغرب
د. منية عبيدي، تونس
د. نادر سراج، لبنان
د. نادر كاظم، البحرين
د. نزهة خلفاوي، الجزائر
د. نعيمة سعدية، الجزائر
د. هناء الربيعي، العراق
د. يوسف الإدريسي، المغرب

فهرس المقالات

الإفتتاحية	09
1. 1.خطاب المرض بين الأمس واليوم: في قراءتين سيميّائية خطابيّة اجتماعيّة، وتأويليّة فلسفيّة د. سمية عزام	13
1. 2. خطاب المرض: مِنْ حِجاجيَّة الْكلام إلى بلاغة الجمهور: دراسة تطبيقية في كلمة العاهل الأردني الملك عبد الله الثاني للأسرة الأردنية حول تداعيات أزمة "كورونا"(10 إبريل 2020). أ. خالد حسين دلكي	49
2. الخطابات المنتجة على هامش فيروس كورونا (كوفيد-19): تحليل لساني تداولي. د. نادية سيد عبد الواحد عبد المجيد	84
3. من تسميات إلى اصطلاحات: تطوّر مصطلحات فيروس كورونا المستجدّ من الإعلام إلى الطبّ. د.دانة عوض، الجامعة اللبنانية	150
4. معجم كورونا في اللغة العربية: مقاربة نقدية لبعض "الألفاظ" في ضوء المعجم اللغوي العربي. د. مليكة ناعيم	155
5. سيميائيات الفكاهة في الخطاب الإلكتروني زمن جائحة كورونا. د. الحسين الوكيلي	165
6. الاستراتيجية التوجيهية في الخطاب الإعلامي السعودي بـ "تويتر" تجاه فيروس كورونا الجديد: تغريدات الربيعة أنموذجًا. أ. صلاح عبدالسلام قاسم	229
7. نظرة على خواص خطاب المرض المتداول في وسائل الإعلام المصرية.	254

د. بسمة عبد العزيز	
8. التمثيل الاستعاري لفايروس كورونا: الكاريكاتير نموذجًا. أ. مها بنت دليم القحطاني	293
9. الخطاب الشعبي للأمراض من خلال الأمثال والأدعية. د. عبد الحميد مبكير	318
10. التحليل النقدي للخطاب: دراسة في تباين تمثيل جائحة فيروس كورونا في خطابات ترامب الصحفية وتغريداته. أ. فاطمة جاسم الغزال	346
11. خطاب الوباء في نص تراثي: مقنعة السائل عن المرض الهائل لأبي عبد الله محمد بن عبد الله بن الخطيب السَلْماني الغرناطي (ت. 776هـ) د. عبد الوهاب الأزدي	385
12. بلاغة جمهور الخطاب الديني المعاصر: دراسة في الاستجابات لخطاب الفتوى. د. عبد الوهاب صديقي	410
13. خطاب الهامش في ملاعب كرة القدم: مقاربة سيميائية لنشيد في بلادي ظلموني. د. سعيد العيماري	435
14. الحجاج في المحاورة السياسية: أخلاق العارض وإثارة انفعال المعترض. د. نور الدين اجعيط	461
15. الباطوس..أو سطوة الصورة: الدعاية والإشهار، تأليف: ميشال مايير، ترجمة: د. إدريس جبري، مراجعة: د. حسن المودن	481
16. بناءات هُونْگْ كُونْگْ المتعددة لفيروس سارس:تأليفجُونْ بَّاوَرْزْ وگْوِينْدُولِينْ كُونْگْ، ترجمة د. سعيد بكار	492
17. استراتيجيات الوقاية في الصحة العموميةوخطاباتها: البراديغمات والتطور. تأليف: جوسلين رود، ترجمة وتقديم: لحسن بوتكلاي	515
18. الحجة: منتَج أم سيرورة؟ تأليف: واين بروكريدي ودانييل ج. أوكيف، ترجمة: د. عبد المجيد سعيد	541

دراسة تطبيقية في كلمة العاهل الأردني الملك عبد الله الثاني للأسرة الأردنية حول أزمة "كورونا"(10 إبريل 2020)

أ. خالد حسين دلكي

جامعة عجمان، الإمارات العربيّة المتحدة

الملخَّص

تسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على خِطاب المرض وتمثّلاتِهِ اللغوية، وذلك من خلال الاهتمام بطرفي التواصل: المتكلم–المخُاطَب. وقد قدَّمت الورقة مُقارَبتين في دراسة خِطاب المرض: المقاربة الحِجاجية (المُتَكّلِّم+النص)، ومُقارَبَة بلاغة الجمهور (المُخاطَب+النص)، وطّبقتْ هاتين المقاربتين على كلمة العاهِل الأردنيّ للأسرة الأردنية في أزمة كورونا (2020/4/10). ولذلك، فقد جاءت الدراسة في محاور ثلاث: محوران نظريان متعلّقان بالمقاربتين المذكورتين، ومحور تطبيقي.

الكلمات المفاتيح: خِطاب المرض، الحِجاج، بلاغة الجمهور، كورونا كوفيد–19، الخِطاب الأردنيّ الملكيّ.

The Disease Discourse: from the Speech Argumentation to the Audience Rhetoric

A theoretical and practical study: In the speech of the Jordanian monarch, King Abdullah II of the Jordanian people, on the implications of the "Corona" crisis on 10 April 2020.

Abstract

This study seeks to identify the disease discourse and its linguistic representations by paying attention to both sides of communication: the speaker–addressee. The paper presented two approaches in the study of disease discourse: the argumentation approach (the speaker + the text), and the approach of audience rhetoric (addressee + text), and these two approaches were applied to the Jordanian monarch's speech of the Jordanian people in the Corona crisis on10 April 2020. Therefore, the study has three aspects: two theoretical aspects related to the two mentioned approaches and a practical one.

Keywords: Disease Discourse, Argumentation, Audience Rhetoric, COVID-19, The Jordanian Royal Speech.

1) الحِجاج وصِناعة خِطاب المرض: الأساس النظريّ الأول

هَلْ خَطاباتُنا حِجاجِيَّة بالضرورة؟ إذا رجعْنا إلى "خطابة" أرسطو فإن أي خطّيب يسعى من خلال البلاغة لأن يكون مقنعًا، سواء أكان معتمدًا على بلاغة العقل والمحتوى، أو من خلال بلاغة الأُذُن بالفصاحة الفارغة والزخرف الخادِع [1]؛ فإذا كان "أرسطو" مِمَّن ناصَر الحِجاج بشرط أن يكون حجاجًا عقليًا قائِمًا على البُرْهان ولا يُوَظَّف في تضليل الجمهور، أو على الأقل كان يُدافِع عن هذا، فإن "أفلاطون" كان ضد هذه البلاغة، لأنها لا شكّ مضللة [2]. أبعد من ذلك، وأعمق تجاه اللغة، فإن "ديكرو" ـــــ كما هو معروف ـــــ يرى أن اللغة في طبيعتِها قائِمة على الحِجاج، طالما أنَّ وظيفتها

1انظر: الولي، محمد. (2005). الاستعارة في محطّات يونانية وعربية وغربية. المغرب (الرباط)، مكتبة دار الأمان، ط1، ص 67 – 71.

2الفكرة المنتشرة عن "أفلاطون" أنه كان ضد البلاغة (الحِجاج)، غير أن "عماد عبد اللطيف" يبيّن في دراسة جادّة أنَّ "أفلاطون" لم يكن ضد البلاغة بالمُطلَق، بل ضد البلاغة المُسَيَّسَة ــ إن صح التعبير ـــــ التي يستخدمها السياسيون في خِطاباتهم للسيطرة على الشعوب. وهذا يعني أن موقف أرسطو وأفلاطون من البلاغة متشابِه.

انظر: عبد اللطيف، عِماد. (2017). موقف أفلاطون من البلاغة من خلال محاورتي جورجياس وفيدروس. ضمن كتاب "ضد البلاغة". تحرير عماد عبد اللطيف، القاهرة، دار العين، ط1، ص 58.

الأولى والأخيرة التواصل، ونحن حين نتواصل نتغيّا الإقناع والتأثير؛ بمعنى أننا حين نتكلم فإننا نُحاجِج. إذن، فإنَّ خِطاباتنا حِجاجيَّة بالضرورة، ولكن الخِطاب خَطابات، ولَكُلٍّ تَمَثُّلاتُهُ الحِجاجيَّة.

وغير خافٍ عليكم أننا نواجِه اليوم تحدّيات ثقافية مع أزمة فايروس كوفيد-19 (كورونا)، فكل الدول تعوّل على قناعات الناس على أرضِها، فهم الأداة التي ينحسر بها "الفايروس" أو ينتشر؛ ولذلك فإن هِمَّة إعلاميَّة كبيرة جيّشت جنودَها من أجل تحقيق هذه الغاية، ابتداءً من الشعارات التي تواجهنا ليل نهار إلى المؤتمرات والندوات العلمية. وهو الأمر الذي يمكن معه القول بأن خِطابًا عالميًا للمرض بدأ يتشكّل في مواجهة "الفايروس"، وهو لا يقلّ سلطةً ولا أهميَّةً عن العلاج نفسِهِ أو إجراءات الوقاية الأخرى. إنَّ خطاب المرض [1] هو خطاب الوعي الذي على الجماهير أن تتبنّاه وتعمل به، وإلا فإنَّ كل الوسائل الأخرى ستفشل ما لم يحقق خِطاب المرض نجاحًا وينفذ إلى الجمهور.

لأجل ذلك، كانَتْ أهَمّ توصيات "منظمة الصحة العالمية" للحكومات أن تتعامل مع الجمهور الذين يسكنون أرضَها بشفافية وصدق لتضمن استجابتهم وتعاوُنَهُم، لأنَّ المنظمة تعي إلى درجة كبيرة أهمية مشاركة المجتمع في خُطَّة مكافحة الفايروس، وتسعى إلى أن يكون لهم الدور في تحمّل المسؤولية، وذلك من خلال المعلومات الصحيحة والتثقيف المستمر، وكذلك من خلال الاستماع إليهم لضمان مشاركتهم. وردَ في "استراتيجية كوفيد -19 المحدثة" ما يأتي: "تُعَدُّ هذه التدابير أدوات غير حاسمة في مواجهة المرض، ولها تكلفة اجتماعية واقتصادية كبيرة، ويجب تنفيذها بتفهُّم المجتمعات وموافقتها ومشاركتها، وعلى أساس مبدأ عدم الإضرار. ويجب إبلاغ السكّان والمجتمعات المتضررة بمخاطر تنفيذ هذه التدابير بشكل فعّال من أجل تبنّيها والمشاركة فيها"[2].

إذن، فاستيعاب الجماهير لخطورة المرحلة التي هم فيها، وتفهّمهم لدورهم في حماية أنفسهم والمجتمع، يضع عاتقًا كبيرًا على صانِع الخِطاب (خِطاب المرض). فعلى هذا الخِطاب أن يبلِّغ رسالة

1في هذه الدراسة، أقصد بخطاب المرض ذلك الخِطاب الذي يقصد الجمهور بتوجيهات وتوصيات تتعلق بأزمة فايروس "كوفيد -19" (كورونا).

2استراتيجية كوفيد -19 المحدّثة (14/نيسان/2020)، منظمة الصحة العالمية، ص9. ملحوظة: إبراز هذه الجملة من الباحث.

ويكون مُقْنِعًا، يُلْزِم الجماهير بالاستجابة. ولعل نظرة عجلى إلى الشعارات التي باتت الدول العربية ترفعُها في الواجهة الإعلامية، ونراها كل يوم تتبدّل، يدرك أهميّة "صناعة الخِطاب" في إقناع الناس وتوجيههم. وعلى سبيل التمثيل، يمكن النظر في هذين الشعارين[1]:

ن= لا تخرج، (وإن خرجْت فالتزم بالتدابير الأخرى)

1- "خلّك في البيت".	ق2: مُلْتَزِمون يا وَطَن.
2- "مُلْتَزِمون يا وَطَن".	ق1: خلّك في البيت.

أما رقم (2) فقد جاءَ متأخِرًا، لكنه ـــــ كما تبيّن ذلك السلالم الحِجاجية ـــ يحمل قوة حِجاجيَّة أكبر من (1). فالنتيجة "لا تخرج" تستدعي الإجراءات الاحترازية الأخرى التي تشكّل في مجموعِها توصيات "منظمة الصحة العالمية"، وهذا ما تتضمنه لفظة "ملتزمون"، فالعبارة (2) تشمل طلب البقاء في البيت بالإضافة إلى الالتزام بالتدابير الأخرى؛ علاوة على ذلك، فإنَّ العبارة (2) مشحونة بكلمات عاطفية (ملتزم/ وطن)، كما أنها صُنِعَتْ على لسان الجمهور أنفسهم باعتبارِها نشيدا وطنيّا يتبنّاه الجمهور ويضعونه في صدورهم.

فمن المعروف أنّ الجماهير في حال تعبئتها أو تفريغها، وتجييشها أو تفكيكها، وترويعها أو طمأنتها، تكون في حاجة إلى خِطاب عاطفيّ أكثر منه خِطابًا علميا، لأن اللغة في هذه الحالة ستؤدي وظيفتها الإقناعيّة بجدارة أكبر. بكلامٍ آخر، فإن الجماهير بحاجة إلى خِطاب يُدَغْدِغ عواطِفها لتستجيب، أما التنظير العلمي فليس بنافع مع الجماهير الغفيرة؛ وقد كانتْ هذه النقطة واحدَة من الأمثلة التي ركّزَتْ عليها كلمة "محمد القحطاني"، التي ألقاها في تتويجه بطل العالم في الإلقاء 2015، وقد حملت اسم "قوّة الكلمة". فقد أوضح في مِثال أن الناس لا يهتمون بمشكلة "الاحتباس الحراري" على الرغم من أهميتها في حياتِنا لأنها لا تُقَدَّم بالصورة المناسبة لهم. ففي كلمته، قدَّم صورة هزلية لعالِم

[1] "ملتزمون يا وطن" شعار رفعتْهُ دولة الإمارات العربية المتحدة في مرحلة متأخرة عن "خلك في البيت".
https://www.ajmannews.ae/news.php?id=43418&cat_id=2

يتحدَّث عن الاحتباس الحراري على التلفاز باللجوء إلى معادلات وبيانات (خِطاب علمي) مما أفقد الموضوع أهميَّته وأطفأ وهجه، وعلَّق بقوله: "الرسالة لم تَصِلقط" (The message never get across)![1].

وللتدليل على أهمية الطرح السابق والتأكيد عليه، يمكن أن نستذكر أطروحة "غوستاف لوبون" في "سيكولوجية الجماهير"، إذ يخلص إلى أنَّ "أكبر خطأ يرتكبه القائد السياسي هو أن يحاول إقناع الجماهير بالوسائل العقلانية الموجهة إلى أذهان الأفراد المعزولين. فالجماهير لا تقتنع إلا بالصور الإيحائية والشعارات الحماسية والأوامر المفروضة من فوق"[2]. وخطاب المرض ـــــ بالمفهوم الذي أوضحه الباحث ـــــ لا يبدو بعيدًا عن تصور "لوبون"، إذ إنه لا يقصد "الوعي الفردي" بل "اللاوعي الجمعي" الذي يستهدف المخيلة الجماعية ويتشكّل بالقوة الإشهارية المجازية البسيطة التي لا تحتمل النقاش[3]. فإنه من الواضح أن لدى بعض الأفراد رأيًا خاصًا في فايروس كورونا يصل إلى درجة رفض وجود الفايروس نفسه، ناهيك عن محاولة تحليل ما يحدث بنظريات "علمية" أحيانًا و"غير علمية" أحيانًا أخرى مثل نظرية المؤامرة مثلًا! ولكن يبقى هذا الوعي الفردي معزولًا عن الجماهير التي خضعَتْ في مجموعِها للتدابير والإجراءات الاحترازية التي أعلنَتْها الدولة.

إذن فإن للمخيلة الجماعية، بما فيها من ترسّبات ثقافية كبيرة بفعل عامل الزمن، دورًا كبيرًا في تسويق الرسالة وتداولها وتبنّيها من الجماهير، لذلك فإن المتكلم المُحاجِج يقصد إلى لغة تنضح من هذه المخيلة ليثير الجماهير ويلهبها إذ إنها تظل مُسْتَفَزَّة وحساسّة تجاه تلك المقولات الراسبة والأطر الذهنية المشتركة[4]؛ لذلك فإنه "غالبًا ما يصبح المخيال، اجتماعيًا كان أم سياسيًا أم دينيًا أم جماليًا، الموجّه الأصليّ والفاعل المركزيّ في تسيير مسالك الاعتقاد وبَنْيَنَة المناحي الفكرية التي يدين بها الأفراد أو تقرّ

---

[1] Qahtani, Mohammed. (2015 The World Champion of Public Speaking). The Power of Words. Toastmasters International. (3:47 – 4:45 Minutes). (https://www.youtube.com/watch?v=Iqq1roF4C8s)

2 لوبون، غوستاف. (1991). سيكولوجية الجماهير. بيروت، دار الساقي، ط1، ص 33 (من مقدمة هاشم صالح).

3انظر: المرجع السابق نفسه.

[4] انظر: المرجع السابق، ص 34.

بنجاعتِها الجماعات"[1]. وعلى الرغم من أن هذا "المخيال" قد يكون عائِقًا أمام أي فِعْل جديد (سواءً أكان فعلا خِطابيًا بنائيًا أم فعلا تأويليًا)، فإنَّه يساهِم من خلال المضامين المشتركة في نجاح الفعل الحِجاجي الذي ينطلق منه. وعلى هذا، فإنَّ الحِجاج العاطفيّ ـــــ وإن لاقى رفضًا من المدافعين عن البُرْهان ـــــ يُثْبِتُ نجاحًا كبيرًا في وصول الخِطاب إلى الجماهير، لأن المسار الحِجاجيّ يكون سالكًا لا تعيقه المحاولات الفردية مهما كانتْ "واعية" أو "برهانيّة"، ناهيك عن "ميل" الجماهير إلى "بساطة" الطرح والانخراط بما هو "جماعي"؛ وهذه مَهَمَّة اللغة: أنْ تصوِّر للجماهير بأن القضية جَمْعِيَّة، بل ـــــ أكثر من ذلك ـــــ أن تصوِّر أن هذه القضية قضيتُهم.

وظيفة اللغة في الحِجاج العاطفيّ أن تخلق إطارًا ذهنيًا مُشْتركًا من شأنه أن يدفع المرء إلى تبني موقف أو تعديل آخر[2]، لأنَّه يأسره داخل معتقداته وثقافته وانتماءاته. فمثلًا كان من الذكاء عند صانعي خطاب المرض أن يستخدموا اللغةَ العاميَّة في شعاراتهم الموجِّهَة، فهي الأقرب بلا شك للجمهور؛ فبدلا من "اِبْقَ في البيت"، كانتْ عبارات "خَلَّكْ في البيت"، و"شدّوا دياركم يعيّشكم" ...الخ. إنَّ مثل هذه العبارات تستميل الناس، وبخاصَةٍ أنها قصيرة ومُخْتَزَلة ومُسْتَعْمَلَة (وإن كان استعمالُها في سياقات أخرى)، والمهم أنها تعمل على "كسب ثقتهم"، طالما أن الجماهير ميّالة إلى "الثقة" في "السلطة"، باعتبارِها في وقت الأزمات الرُّبّان الذي سينقذ السفينة بشرط أن يثِقَ به ركّابُها ويساعدوه.

إنّ هذا المثال يذَكِّرنا بِـــ"باتوس" أرسطو (نوازِع المُخاطَب وميولاته)، فمعرفة المُحاجِج بميولات المخاطَبين ونوازعهم (والتحكُّم والتلاعُب بها) تمثّل نصف طريق الإقناع، أما النصف الآخر فماثِل بالوسائل الحِجاجية المُنْتقاة؛ فإنّ "التحكّم في انفعالات المتلقّي تجعلنا ندرك بوضوح السبُل التي تجعلنا

---

[1] الشبعان، علي. (2010). الحِجاج والحقيقة وآفاق التأويل في نماذج ممثّلة من تفسير سورة البقرة. بيروت، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط1، ص465.

[2] انظر: بن سليمان، عبدالقادر، والموسى، نهاد. (2018). الحِجاج العاطفيّ في خطب الرؤساء العرب في مواجهة مظاهرات الربيع العربيّ في ضوء التحليل النقديّ للخطاب. الجامعة الأردنية، مجلة دراسات (العلوم الإنسانية والاجتماعية)، 45 (4)، ص 156.

نقود هذا المتلقي في الاتجاه الذي نريده. بل ربما جعلَتْنا هذه المعرفة على علم بالوَسائل التي ينبغي التوسُّل بها بغاية الإقناع"[1]. وفي خِطاب المرض ـــــ والمرض في حالتِنا هذه "وباء" يمثّل "أزمة" حقيقية ـــــ سيكون مطلوبًا من ذوي السلطة أن يهتمّوا بالجماهير لأنهم بحاجة ماسة إلى تعاوُنِهم ومشاركتهم وتبنّيهم موقفًا محددا وواضحًا ومشتركًا تجاه هذه الأزمة؛ وعلى هذا فإنَ الإعلاء من شأنهم واسترضاءَهم واستلطافَهم لن يكون بأقل أهميَّة من فرض القوة الماديّة عليهم. وعلى هذا، فإنَّ خِطاب المرض هو خطابٌ تَشارُكِيّ في المقام الأول، يصنعه ذوو السلطة بطريقة تَجْعُل الجماهير هم المتكلمّين، وهم المسؤولين عن هذا المحتوى[2]. أريد أن أقول إن خِطاب المرض خِطاب عمليّ وليس خِطابًا جَدَليًا للتفاوُض، من مَهامِّهِ أَنْ يُوَجِّه الْمُخاطَبين للانخراط في الرسالة والعمل بها وعدم الحياد عنها؛ وليست هذه المهمة ببعيدة عن خِطاب متلبّد باللغة العاطفية. يقول "لوبون": "إنّ الجماهير إذ تُحَرَّض بذكاء تصبح قادرة على البطولة والتفاني من أجل قضية نبيلة. وهي أكثر قدرة على ذلك بكثير من الإنسان المعزول"[3]؛ وهذا يعني أنّ الخِطاب العاطفي إذ يكسب الجماهير كلها فإنّه يُلْغي كل المحاولات الفردية المُعارِضة، فصوت الكثرة أقوى من صوت القلّة.

***

[1] الولي، محمد. الاستعارة في محطّات يونانية وعربية وغربية، ص34.

[2] انظر: بن سليمان، عبدالقادر، والموسى، نهاد. الحِجاج العاطفيّ في خطب الرؤساء العرب، ص 159 – 160.

[3] لوبون، غوستاف. سيكولوجية الجماهير، ص 75.

2) بلاغَة الجمهور وإعادة صناعة خِطاب المرض: الأساس النظريّ الثاني

على الرغم من أن "بلاغة الجمهور" حقل علمي وليد[1]، فإنَّها تستلفت الانتباه إلى المُخاطَب لا بوصفه طرفًا في التواصُل (مُنْفَعِلًا)، بل ـــــ أكثر من ذلك ـــــ باعتبارِهِ مُنْجِزًا (فاعِلًا). إنَّ هذه المُقارَبة البلاغية تؤسس لمفهوم جديد لِـــلْمُخاطَب، ينقذه من حالة "الاستلاب" التي تقرّها خُطاطات التواصل، وينقله إلى حالة الإنتاج؛ بكلام آخر، فإنَّ المُخاطَب في بلاغة الجمهور لا يكتفي باستقبال الرسالة، بل يستجيب لها من خلال "عَمَل خِطابيّ" يصل تأثيره إلى التصدّي للخطاب بخاطب مواجِه. إذن، فكأنّ بلاغة الجمهور استعادَتْ للمخاطَب هيبتَهُ الضائعة، وبلاغتَهُ المُسْتَلَبَة، وأنزلتْهُ من مُدَرَّجات المتفرّجين إلى أرض الملعب، يدافِعُ ويقيِّم ويهجُم؛ فالمخاطَب ـــــ كما هو واضح ـــــ لا يضطلع بمهمة واحدة، فهو متعدد المهمات، مما يعني أنّ الجهد الذي يبذله المخاطَب ربما يكون أكبر وأصعب من جهد المتكلّم. وعليه، فإن بلاغة الجمهور اليوم تمثِّل "صَحْوَةً" للمُخاطب، إذ تسلِّط الضوء على إمكانيّاته وقدراته ومِنْ ثَمَّ دوره. فصحيح أنَّ المُخاطَب لا يصنع الخِطاب الأول، لكنه يعيد صناعتَهُ برؤى مختلفة، كأن يقدِّم الخِطاب الأول بصورة ساخِرَة مثلا، ككثير من الخِطابات الساخِرَة من خِطابات "ترامب"، إذ تعيد إنتاج خطاباته ولكن بصورة مختلفة فيها إضافة تقييمية وتقويمية.

ثمة ملاحظة تقييمية مهمة هنا لا بد من ذكرها: يظهر أن "بلاغة الجمهور" تبشِّرُ بمستقبل مُبْهِج للمخاطَب (بوصفهِ جمهورًا) إذْ إنها تعوِّل على "وعْيِه" و"قدراته" في الكشف عن "فخاخ" خطابات السلطة ومواجهتها بخطاب "واعٍ". لذلك، كان موقف "عماد عبد اللطيف" من "غوستاف لوبون"

---

[1] يعود التأسيس الحقيقي لـــ"بلاغة الجمهور" بوصفِها حقلا معرفيا في إطار علم البلاغة إلى صاحبها "عماد عبد اللطيف" عام 2005، وذلك في بحث تأسيسي بعنوان "بلاغة المُخاطَب"، وقد شرح مشروعه في ذلك الوقت بأنه "تأسيس توجه معرفي في البلاغة العربية، مادته الخطابات البلاغية الجماهيرية، وموضوعه دراسة الكيفية التي تستخدم بها هذه الخطابات اللغةَ لتحقيق الإقناع والتأثير، وأثر ذلك في تشكيل استجابة الجمهور". والذي نرجوه لهذا الحقل المعرفي الوليد بجهود عربية أن تُكْتَب له العالَمِيَّة.

عبد اللطيف، عماد. (2006). بلاغة المُخاطَب: البلاغة العربية من إنتاج الخطاب السلطوي إلى مقاومته. ضمن أعمال الندوة الثامنة التي أقامَها قسم اللغة الإنجليزية بجامعة القاهرة بعنوان "السلطة ودور المثقّف" أيام 22 – 24/ نوفمبر/2005، ص 7.

حادًّا لأن الأخير وسَمَ الجماهير بـــ"اللاوعي" كأنّهم دُمًى. يقول "عماد عبد اللطيف" في "غوستاف لوبون" بأنّه "أدرك الجماهير بوصفِها قطيعًا حيوانيًا على نحو حرفيّ؛ تتحكّم فيها الغرائز، وتحرّكها الرغبة في الانقياد والعدوان. وهو تصوّر مناقِض بشكل شبه كليّ لما تتبناه بلاغة الجمهور"[1]. فصحيح أنّ "لوبون" يقارب الإنسان من الحيوان في سرعة انفعاله وعدواه للقطيع وإمكانية ترويضه كذلك[2]، غير أنَّ مذهب "لوبون" فيه جانِب من الصحّة، ذلك أنَّ "لوبون" لا يرى في الجماهير الجانِب السلبي الذي يتسم بالعدوانية فقط، بل إنه يرى ـــــ وفي رأيه وجاهة تؤيدها التجارب التي يذكرها وغيرُها مما شهدناها ـــــ أنّ "الجمهور يشرد باستمرار على حدود اللاشعور، ويتلقى بطيبة خاطر كل الاقتراحات والأوامر، كما أنه مليء بالمشاعر الخاصة بالكائنات غير القادرة على الاحتكام للعقل، ومحروم من كل روح نقدية"[3]، وهذا ما يجعله أحيانًا عدوانيًا، وأحيانًا أخرى غير مبالٍ؛ ومردُّ الأمرين ـــــ كما يقول ـــــ إلى طبيعة المُحَرِّض. يشرح "لوبون" هذه الفكرة بدقة أكبر في موضعٍ آخرَ: "إن الانفعالات التحريضية المختلفة التي تخضع لها الجماهير يمكنها أن تكون كريمة أو مجرمة، بطولية أو جبانة؛ وذلك بحسب نوعية هذه المحرّضات. ولكنّها سوف تكون دائمًا قوية ومهيمنة على نفوس الجماهير إلى درجة أن غريزة حب البقاء نفسها تزول أمامَها (بمعنى أنها مستعدة للموت من أجلها)"[4].

ويمكن أن نضرب على هذا مِثالًا مما نعيشُهُ اليوم، وأقصد حادثة مقتل "جورج فلويد" في 25 مايو 2020 على يد عُنْصر من عناصِرِ شرطة منيابولس، إحدى مُدُن ولاية مينيسوتا في الولايات المتحدة الأمريكية. فالجدير بالذكر أن الجماهير

[1] عبد اللطيف، عماد. (2017). بلاغة الجمهور ودراسة الخِطاب السياسي: ملاحظات منهجية. الهند، جامعة كيرالا، مجلة كيرالا، ع10، ص232.

[2] انظر: لوبون، غوستاف. سيكولوجية الجماهير، ص 65، وكذلك مقدمة هاشم صالح 31 – 32.

[3] المرجع السابق، ص 66.

[4] المرجع السابق، ص 64.

اشتعلتْ (ليس في أمريكا فقط، بل في كل العالَم) بعد تمرير مقطع فيديو ظهر فيه الشرطي وهو يضغط بركبته على عنُق "فلويد"، فيما كان الأخير يردد: "لا أستطيع أن أتنفَّس". ولأنَّ "فلويد" أسود البشرة، فقد جيَّش هذا الفيديو الجماهير بعد أن استعادَتْ قضية "العنصرية تجاه السّود" في أكثر البلدان ديموقراطيَّةً (فنحن نذكر أن "أوباما" الرئيس الأمريكي السابق كان أسود البشرة). لقد احتجَّت الجماهير بشكل سلميّ في الشوارِع حينًا، ونهبت الأسواق والبنوك حينًا أخرى؛ وتلك هي حال الجماهير (ويمكن أن نستذكر سلوك الجماهير في العراق بعد سقوط صدّام حسين كذلك). ولكن ما يهمّنا أكثر هو: سرعة استجابة الجماهير واتساع رقعتها تجاه هذه القضية من جهة، وتحريضِها من قبل السياسيين (أو استغلالها) من جهة أخرى؛ فمثلًا، "حث أوباما، الذي تحدث بعد مرور أكثر من أسبوع من الاحتجاجات على البلاد، المتظاهرين على معرفة أن النزول إلى الشوارع ليس كافيا، وحثهم على الحضور أيضًا للتصويت في نوفمبر تشرين الثاني المقبل، حيث الانتخابات الرئاسية"[1].

عديد من الأسئلة يمكن أن تُثار حول "سلوك تلك الجماهير": فلماذا الآن وبخاصةٍ أنّ العالَم في هذا الوقت يعيش أزمة عالمية مخيفة (فايروس كورونا) من شأنها أن تُرْبِكَ خروجهم؟ ولماذا غابت العقلانية في معالجة هذه المسألة في ظل تعايُش كبير بين البيض والسود إذا ما قارنا هذا الزمن بالأزمان الغابرة؟ وكيف لفيديو واحِد (لا يعرف الجمهور حيثياته) أن يفعل هذا الفعل؟ وماذا لو كان مكانَ "فلويد" رجلٌ أبيض البشرة، فهل سيجد له جمهورًا يسانِد "إنسانيةً" من نوع ما؟ وكيف يتحول سلوك الجماهير في لحظة ما من سلوك حضاري إلى سلوك تخريبي؟ هذه الأسئلة وغيرها كثير يعطينا صورة حول طبيعة الجماهير من جهة، وسهولة قيادها واستغلالها من جهة أخرى.

وعلى أية حال، فإن ففكرة "لوبون" إذن عن الجماهير أنها مسيَّرة تشتغل على حدود اللاوعي/اللاشعور (سواء أكان عملُها سلبيًّا أم إيجابيًّا)، وتذوب فيها المحاولات الفردية الواعية، وتغيب

[1] أوباما عن احتجاجاتجورج فلويد: أحد أنواع "التغيير الملحمي".. ولا يشبه ما حدث في الستينات، موقع CNN (بالعربية)، بتاريخ 2020/6/4، تاريخ الدخول 2020/6/5.
https://arabic.cnn.com/world/article/2020/06/04/obama-virtual-town-hall-policing-in-wake-george-floyd-death

عنها الإمكانية النقدية. إنّ هذا السلوك هو ما يقرّه "عماد عبد اللطيف" في أول تطبيقاته لـ"بلاغة الجمهور"، وأقصد "ظاهرة التصفيق"[1]. فمهما يكن ما حاولَهُ من تحليل، فإنَّه في النهاية يعترف ـــــ من حيث الإجراء والتحليل لا المفهوم ـــــ بأنَّ الجمهور مُعْجَبٌ ينخرطُ في مجمله ويصفّق لصاحِب الكلمة؛ هذا بالإضافة إلى ثلاث ملاحظات يمكن أن ننقلَها من تطبيقاته:

أولاها: لقدْ قسَّمَ الجمهور إلى قسمين؛ مُشارِك (مُباشِر) وغير مشارِك (غير مُباشِر)، وبرهَنَ على أنَّ المُسْتَهْدَف بالنسبة للخطيب هو غير المُشارِك ولكن من خلال إحكام السيطرة (المتيسرة) على الجمهور المُشارِك الذي ينقل استجابته إلى غير المُشارِك[2]. وكأن في هذه الملاحظة تلميحًا إلى "عَدْوى القطيع"، تلك الفكرة التي ناقشَها "لوبون" وأقرَّها بوصفِها صفة من صفات "الجماهير".

ثانيها: ذكَرَ أنَّ الجمهور المباشر ربما ينقادُ إلى "هِتّيف"[3]، وأنَّ أية محاولة فردية في الخروج عن "الجَمْع" ـــــ من خلال سلوك التصفيق ـــــ توقع صاحبه في شَرَكِ الإحراج[4]. وكأنّ في هذه الملاحظة إشارة إلى "موت" الفرد أو ـــــ إن صح التعبير ـــــ الوعي الفرديّ.

---

[1] انظر: عبد اللطيف، عماد. (2006). بلاغة المُخاطَب: البلاغة العربية من إنتاج الخطاب السلطوي إلى مقاومته، ص 24 – 26، وكذلك: عبد اللطيف، عماد. (2014). جدل الظاهرة والاستجابة: دراسة في فِخاخ البلاغة. ضمن البلاغة والخِطاب، إعداد وتنسيق: محمد مشبال. الجزائر، منشورات الضفاف، ص 203 – 237. (ملحوظة: هذه دراسة وافية حول ظاهرة التصفيق).

[2] انظر: عبد اللطيف، عماد. (2014). جدل الظاهرة والاستجابة: دراسة في فِخاخ البلاغة، ص233.

[3] انظر: عبد اللطيف، عماد. (2014). جدل الظاهرة والاستجابة: دراسة في فِخاخ البلاغة، ص227.
وبالمناسبة، فإنَّ صورة "الهتّيف" ليست الوحيدة كوسيط قادِر على تحريض الجماهير، بل إنَّ "عماد عبد اللطيف" ينبِّه على أنّ "المهمة التي كان يقوم بها الخطيب قديمًا (أعني ـــــ والكلام لـــعماد عبد اللطيف ـــــ إخضاع الناس لإرادته تمهيدًا لاستغلالهم) أصبحتْ تقوم بها طائفة من التقنيين، مثل خبراء الدعاية، ومحرري الخطاب، وأخصائيي التضليل الإعلامي، والمتحدثين بالإنابة، ورجال الدين الرسميين...إلخ؛ فإنّ المستفيدين الأساسيين من هذا الإخضاع ليسوا هم هؤلاء التقنيين، وإنما من يعملون لحسابهم".
عبد اللطيف، عماد. (2006). بلاغة المُخاطَب: البلاغة العربية من إنتاج الخطاب السلطوي إلى مقاومته، ص18.

4 انظر: عبد اللطيف، عماد. (2014). جدل الظاهرة والاستجابة: دراسة في فِخاخ البلاغة، ص211.

ثالثُها: أفصح عن ميزة في الجمهور العربي، بسبب من الطبيعة شبه الشفاهية للثقافة العربية، أنّه يتأثر بالكلمة البليغة تأثُّرًا انفعاليًا لا عقليًا؛ وهذا بالضبط ما حاول "لوبون" أن يُبَرْهِنَ عليه: الانفعال لا التعقُّل.

ومهما يكن الأمر، فإنّ ما يجب تسجيله بعد هذه الملاحظة والتأكيد عليه أنَّ لـِ"بلاغة الجمهور" ـــــ على الرغم من حالة "اللاوعي" التي نراها حاضرة في الجمهور ـــــ أهميَّة، من المُحَقَّق أنها على المدى البعيد ستؤتي ثمارَها، وتنقل "الجمهور" ـــــ لا سيما الجمهور العربي ـــــ إلى حالة "وعي"، إذا ما كان قادرًا على فضح "الخِطابات السلطوية" والنفاذ من "فِخاخِها"، ومن ثَمَّ إعادة صياغتها بخِطاب (نَقْدِيّ) مواجِهٍ، يُدْرَك فيه "وَعْي" بأنّ أي خِطاب يظل في صنف "الرأي والمُحْتَمَل"، ويمكن التصدّي له ومقاومته أو تقييمه وتأييده؛ فالمهم أن يكون للجماهير رأي في الخِطابات السلطوية. وهذا بالضبط ما يعوّل عليه مشروع "عماد عبد اللطيف" في بلاغة الجمهور[1]، إذ يحاوِل أن يبرهِنَ على المقدرة النقدية التي يتمتَّع بها الجمهور من خلال الاستجابات البليغة[2].

إذن، فبلاغة الجمهور دراسة بلاغية لاستجابات الجمهور؛ والجمهور في هذه البلاغة ليس فردًا بعينه، كما أنه لا يعني ـــــ ونحن نتقدم في أدوات التواصل ـــــ تجمُّعًا ماديًا للبشر كما هو مفهوم الجمهور عند "لوبون"؛ فإنَّ الجمهور يأخذ أشكالًا كثيرة[3]، طالما أنَّ كل واحد فينا يحمل بيده "الهاتف الذكي". وبنفس المستوى، فإن استجابات الجمهور كذلك تتعدد من الهتافات والتصفيق والتصفير إلى تعليقات الفيسبوك واليوتيوب وصناعة فيديوهات التواصل الاجتماعي وتغريدات تويتر وتغطيات

---

[1] انظر: عبد اللطيف، عماد. (2006). بلاغة المُخاطَب: البلاغة العربية من إنتاج الخطاب السلطوي إلى مقاومته، ص 17 – 18.

[2] يمكن الإشارة هنا إلى دراسته الخاصة في "بلاغة جمهور كرة القدم"، وقراءته التأويلية – التفكيكية للنشيد المغربي "في بلادي ظلموني".
انظر: عبد اللطيف، عماد. (2019). بلاغة جمهور كرة القدم: تأسيس نظري ومثال تطبيقي. الجزائر، جامعة محمد بوضياف – المسيلة، مجلة العمدة في اللسانيات وتحليل الخِطاب، ع6، ص 11–30.

[3] انظر: عبد اللطيف، عماد. (2017). بلاغة الجمهور ودراسة الخِطاب السياسي، ص 232.

الصُّحُف والمجلات وتداول نشيد أو أغنية ذات قيمة نوعيَّة[1]؛ وهذه الاستجابات يمكن أن تمثّل مدوَّنة حقيقية نتعرّف من خلالها على بلاغة الجمهور.

ولكن السؤال المهم: ما هي الأسئلة التي تمثِّل "بحثًا" في بلاغة الجمهور؟ يؤكِّد صاحِب مشروع بلاغة الجمهور أنّ الأسئلة هي أسئلة البلاغة المعرفية فيما يتعلّق بالتأثير والإقناع، باعتبار أن أي خِطاب بلاغي إنما الهدف منه التأثير والإقناع؛ بالإضافة إلى تلك الأسئلة، فإن ثمة سؤالا جوهريًا تُعْنى به "بلاغة الجمهور"، وهو: ما العلاقة بين الخِطاب والأداء من جهة واستجابات الجمهور من جهة أخرى؟ ولعل هذا السؤال لا يخدم المُخاطَب بقدر ما يخدِمُ المتكلِّم، ما لم نعرفْ أنَّ الهدف من بلاغة الجمهور أن تفتح عيون الجماهير على أمرين؛ أولهما: قدرة الجماهير على فضح الخِطابات السلطوية، وثانيهما (وهو المهم): قدرة الجماهير على إنتاج استجابات بليغة كإعادة صناعة الخِطاب الأول وتداوله ليكون مواجِهًا له أو ـــــ على أقل تقدير ـــــ مُقَيِّمًا له. وقد جسَّدَتْ الجماهير في فترة الربيع العربيّ تطبيقًا لهذين الأمرين إلى حَدٍّ ما[2].

بإيجاز، فإنّ "بلاغة الجمهور" لا تزال حقلًا معرفيًا في مرحلة الإعداد، تبحث عن أسئلتها المعرفية الفارقة وعن منهجياتِها الخاصة؛ ولعل مزيدًا من الدراسات فيها ـــــ تنظيرًا وتطبيقًا ـــــ تدفع به إلى النضوج ليكون "نظرية معرفية" مُتكاملة، ولكن ما يُحْسَب لهذا المشروع أنَّه "دَعْوَة إلى إعادة الاعتبار لبلاغة المخاطَب"[3]، ويمثِّل رؤية مُبْهِجَة لدورِهِ الواعي في المُجْتَمَع والحياة من حولِهِ، ينقلُهُ من حالة "التسليم" إلى حالة "الجَدَل"/ الدِّفاع والهُجوم.

---

[1] انظر: المرجع السابق، ص 231، 333، وكذلك: عبد اللطيف، عماد. (2019). بلاغة جمهور كرة القدم، ص 14.

[2] انظر: عبد اللطيف، عماد. (2017). بلاغة الجمهور ودراسة الخِطاب السياسي.

[3] عبد اللطيف، عماد. (2017). ماذا تقدِّم بلاغة الجمهور للدراسات العربية؟ الإسهام، الهوية المعرفية، النقد. ضمن بلاغة الجمهور: مفاهيم وتطبيقات، تحرير وتقديم: صلاح حسن الحاوي، وعبد الوهّاب صدّيقي. العراق، دار شهريار، ط1، ص 30.

أما فيما يخصّ خِطاب المرض (بالمفهوم الذي توضَّح بدايةً)، فإنَّ "بلاغة الجمهور" تفتِّش عن "الاستجابات الخِطابيَّة البليغة" للجماهير، باعتبارِها إعادة صناعة لِخطاب المرض، تضمن قدرًا واسعًا من تداولها إذ تحظى بموافقة شعبية، ناهيك أن تكون هي (الجماهير) مصدرَها ومُنْتِجها. ولذلك، فإنَّ بلاغة الجمهور يمكن أن تنظر في:

1-الفيديوهات التي يصنعها الناس ويتبادلونها في الفضاء الإلكتروني كالفيسبوك والواتساب والتيك توك...إلخ.

2-الأغاني التي يروّجها الناس، أو يعدّلونها بإضافة منهم[1].

3-تعليقات الجماهير على الخطابات والأخبار بشكل عام[2].

4-الشعارات والمقولات التي يتداولها الجمهور[3].

5-استعادة بعض المقولات بحمولتِها الدلالية لِتُعْلِن موقفًا ما[4].

6-التغطيات الصحفية للخطابات الأصلية.

ولا شكَّ أن هناك استجابات أخرى سلوكية (أو غير خِطابية)، لا تُشكّل مادة لبلاغة الجمهور.

---

[1] منها على سبيل المثال:

- أغنية "خلك في البيت" لـِ"محمد الشحي وعادل إبراهيم": https://www.youtube.com/watch?v=4S4JtDMlmiE.
- "خلك في البيت يا ربيعي" لـِ"الشيف خالد حرية": https://www.youtube.com/watch?v=zibe_8gAPi8&t=21s
- "أقعد بالبيت"، لـِ"ليل إيزي": https://www.youtube.com/watch?v=2M9TDe5m6Ls
- "خلك في البيت" لـِ"شادي البوريني وقاسم النجار": https://www.youtube.com/watch?v=4q_qizac5sA

[2] من أمثلتها: "قطعنا حروف كورونا إلى: (ك) كل نفس ذائقة الموت (و) وما الحياة الدنيا إلا متاع الغرور .(ر) ربنا ولا تحملنا ما لا طاقة لنا به .(و) واصبر لحكم ربك فإنك بأعيننا.(ن) نحن قدرنا بينكم الموت. (ا) إنا لله وانا اليه راجعون".

[3] من أمثلتها: "قاعدين في البيت من أجل الكويت"، و"كلنا مسؤول"، "إذا ما تخاف على نفسك خاف على أهلك"، و"خلك في البيت يا ربيعي عايش يومك طبيعي"، "خلك إيجابي"...إلخ.

[4] من أمثلتها: "مَنْ دخل بيته فهو آمِن".

2. 1.الجمهور مَكْسَبًا في خِطاب المرض: من الاستراتيجية التضامُنِيَّة إلى الاستجابات المرسومَة.

إنّ خِطاب المرض مرهون في تحقيق نجاحه بالجمهور، فليست الغاية من خِطاب المرض إقناعَهُم فقط بخطورة "المرض"، بل كذلك تعاونهم لإنجاح التدابير والإجراءات التي اتخذتها السلطة في مواجهة فايروس كوفيد – 19. إذن، فلا بُدَّ من تخطيط مُحْكَم لِخِطاب السلطة ليُؤْتِيَ ثِمارَهُ. وأعتقد أنَّ "المُخَيَّلَة" التي يصنعُهُا الإعلام ستكون إطارًا قويًا يدورُ فيه الجماهير حيارى، الأمر الذي يُضْعِفُهم ويجعلهم أكثر تَقَبُّلًا للخِطابات العاطفيَّة التي من شأنِها أن "تُنَبِّه" هذه "المُخَيَّلَة" أولاً من خلال ما تراكَمَ فيها من "معلومات" و"أفكار" مصنوعة على يد الإعلام، وتجعلها ثانيًا على أُهْبَة الاستعداد للتعاوُن مع أي خِطاب يحترمها ويتقرّب منها ويُطَمْئِنها ويثير عواطِفَها الوطنية والدينية و...إلخ.

وعليه، فإنَّ الاستراتيجية التضامنية ستكون هي الاستراتيجية الأكثر نفعًا في خِطاب المرض[1]، ذلك أنَّ السلطة تختفي إذ تلبس ثوبَ الجمهور بإلغاء المسافة بينهما في حالة "مُصالَحَة" و"تَضامُن" و"تَكافُل" تسعى السلطة لأن يتمثَّلَها الجمهور ويتبنّاها؛ وهذا يعني أنَّ الخِطاب هنا ـــــ بالاستعانة بمصطلحات أرسطو ـــــ لا يسعى إلى بناء "إيتوس" بل "باتوس" المُخاطَب. فمن المعلوم بالضرورة أنَّ الخِطاب إذ ينبني على الاستراتيجية التضامنية فإنَّه يحاوِل أن "يكسب" الجمهور لصالحِهِ من خلال رفع شأن "القيم الوجدانية والوطنية" عندهم، ليدفعَهُم إلى "الْعَمَل" إذ يشعر الجمهور بأنَّهم "أصحاب الكلمة والقرار" لأن "المتكلم" تنازَلَ عنهما، أو ـــــ على الأقل ـــــ هكذا أوهمهم. وعلى هذا الأساس، فإنّ فعل التأويل عند الجمهور ـــــ في هذه الحالة ـــــ سيعمل في المسار الذي وضعَهُم فيه "المتكلِّم".

لعله من المفيد التمثيل على ذلك، بما يساعِد على معرفة كيف يكسب الخِطاب الجمهور ويدفعهم إلى المضي في المسارات التي شكّلها لإنتاجات استجابات محددة مرسومة. إن "الإنسان" بطبعه

[1] انظر مداخلة "عبد اللطيف عادل" ضمن جمعية البلاغيين المغاربة: ندوة رقمية حول "خطاب الوباء"، بالتنسيق مع جريدة العمق المغربية، بتاريخ 6/10/ 2020.
https://www.youtube.com/watch?v=6phndL2nVQs

يحب المدح، فإذا ما مدحنا صفات مُحدَّدة في شخص ما وأقنعناه بوجودها وبقيمتها فيه فإنّه لا ريب سَيُعْجَبُ في هذا الخِطاب وسيستمر قدمًا في هذه الصفات لأنها نالت الحظوة عند الآخَر من جهة، وأشعرتْهُ بالعظمة من جهة أخرى.

ويشير "عبد اللطيف عادل" في مُداخلتِهِ إلى أن "بلاغ" السلطة في خِطاب الوباء ـــــ وهو هنا يتحدث عن حالة مملكة المغرب ـــــ اعتمد على استراتيجيتين راوحَ بينهما، وهما التوجيهية والتضامنية، لا سيّما أن هذه البلاغات تصدر عن جهة سلطوية مثل وزارة الداخلية ورئاسات الوزراء. وهو يشير إلى أنَّ "المواطن" بحاجَةٍ إلى هذه النوعية من الاستراتيجيات في حالة الوباء، إذ إنه بحاجة إلى "لغة واضحة وصريحة" و"تفسير" و"تعليمات" و"إشعار بأهميته" و"طمأنته" لإنجاح العملية برمّتها[1]. والحَقّ أنّ هذا هو حال الخِطابات العربية في حالةِ الوباء: يَدّ تتدخّل بالقوة من خلال التعليمات والقوانين والعقوبات (استراتيجية توجيهية)، ويَد تمتد إلى الجمهور للتكاتف والتعاون (استراتيجية تضامنية). وعلى الرغم من أهمية "القوة" في هذه الحالة، فإنّ اليد العليا ليستْ للقوة بقدر ما هي "للتضامُن" النابِع من "إرادة" الجمهور. لذلك، فإنَّ "أول قرار دفاع" (2020/3/19م) في الأردنّ كان من خلال "إيجاز صحفي" بدأَه رئيس الحكومة "عمر الرزاز" بالثناء على الشعب ومدحهم[2].

ويمكن كذلك أن نمثِّل بالكلمة الأولى التي وجهها الملك عبد الله للأسرة الأردنية (2020/3/23)، وقد مزجت هذه الكلمة بين الاستراتيجية التضامنية والاستراتيجية التوجيهية[3]. وفي هذه الكلمة، يظهر الملك بزيٍّ عسكري يصادِق فحوى الخِطاب ويسانِدُه: " لقد علمتني مدرسة الجندية أهمية أن تكون خططنا استباقية، ولهذا ومنذ اللحظة الأولى لإطلاق الإنذار العالمي ضد وباء فيروس كورونا، وجهت الحكومة...". وعلى أية حال، فإنّ الذي يعنينا بالتحليل هو الخِطاب اللاحِق (4/10) لهذا الخِطاب (3/23).

---

[1] المرجع السابق.

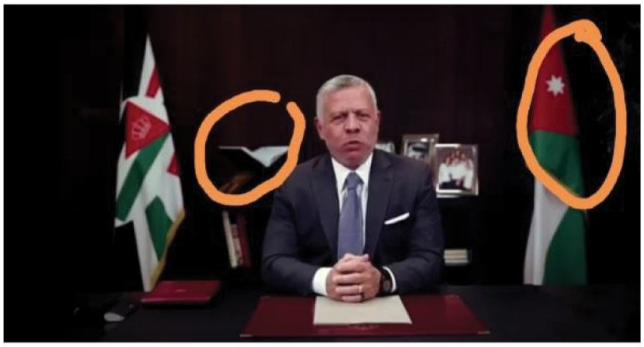
[2] https://www.youtube.com/watch?v=RTgBiCI6RIg

[3] انظر: الملحق رقم (1).

في كلمة العاهل الأردني الملك عبد الله الثاني للأسرة الأردنية حول تداعيات أزمة "كورونا"(10 إبريل 2020): دراسة بلاغية ...

3. 1. في ضوء الحِجاج.

وَجَّهَ الملك الأردني (عبد الله الثاني) إلى الشعب الأردنيّ، في سياق أزمة كورونا، كلمةً مُسَجَّلَة مُدَّتُها أربع دقائق ونصف. وقد كانتْ مُصَوَّرَة (أي رافق الكلامَ صورٌ توضيحية)، مما يعني أنها مُعَدَّة بحرفيَّة عالية. يمكن الاطلاع على الكلمة المكتوبة في الملحق 2، كما يمكن من خلال الرابط الاستماع إلى الخِطاب ومشاهدته.



وقد خرج الملك من أول لحظة في فضاء مكانيّ (كما يظهر أمامكم) يحمل مقوّمات السلطة: الْعَلَم والقرآن الكريم، وهي في الوقت نفسه تمثل القيم الوجدانية للشعب الأردني. هذا، بالإضافة إلى "مظاهِر الأسرة الأردنية المتماسكة" التي تمثّلها صورة العائلة الملكية وصورة الملك الوالد (الحسين بن عبد الله). ماذا يعني هذا؟ إنَّ الفضاء المكاني، باعتباره يحمل علامات غير لغوية لها مرجعها وتمثّلها لدى الجمهور المخاطَب (الأسرة الأردنية)، يُوَظَّف كَدِعامات حِجاجيَّة راسِخَة تتمتَّع بالسلطة، وتفرض نفسَها دون نِقاش. فالكلمة، إذ كانَتْ مصوَّرة، لا تُخاطِب الأسماع فقط، بل الأبصار كذلك؛ لذلك كان من الذكاء تأثيث المكان بالعلامات غير اللغوية الدالّة بما يخدم الحِجاج العاطفيّ، فالصورة ـــــ كما هو معلوم في الخِطاب الإشهاري ـــــ تُعَدُّ ركنًا أساسيًا في إنشاء خِطاب إقناعي يستهدف العاطفة، وهذا يجعله بالضرورة ينتمي إلى الخِطاب العاطفيّ[1].

[1] انظر: حمداوي، سعيدة. (2019). الخطاب الإشهاري في ضوء المقاربة الحجاجية. الجزائر، المركز الجامعي- تيسميسلت، مجلة دراسات معاصرة، 3(1)، السنة 3، ص 75.

هذا ويلعب مفهوم "المسافة العاطفية" دورًا كبيرًا في تعضيد الحِجاج منذ بدء الخِطاب، وذلك في قوله: "أيها الإخوة والأخوات المواطنون، أبناء وبنات شعبي العزيز". فهذه الاستراتيجية إما أن تقلِّص المسافة العاطفية بين المتكلِّم والمُخاطب كإضافة ياء المتكلِّم أو استخدام التصغير للتحبب أو النداء بإضافة ياء المتكلم أو استخدام بعض الصفات، وإما أن تزيد هذه المسافة كاللجوء إلى السخريَّة والتحقير؛ وهي في النوعين تُمَثِّلُ نوعًا من "الإشاريّات المكانية" إذ إنها تُشير إلى "المُتكلِّم" و"المُخاطَب" وإلى المسافة/القيمة العاطفيَّة، والتي تضطلع بوظيفة حِجاجية داخلَ الخِطاب[1]. وعليه، فإنّ "الإخوة والأخوات" في هذا السياق حُجَّة تقود إلى نتيجة من قبيل: إذا كنتُ أنا أخاكم الكبير، فطاعتي واجبة عليكم؛ وكذلك فإنّ "أبناء وبنات شعبي العزيز" تُعدُّ حُجَّة تذكِّر بلزوم طاعة "الأب". ويمكن تمثيلها بالشكل الآتي:أَطِعَ أخاكَ الكبير وأباك (الملك)لأنَّ لهما "حقَّ الطّاعَة" عليك. ←

بالإضافة إلى التمثيل الحِجاجي السابق، فقد وردَ في الفقرة الرابعة نداء "أيها الأهل والعزوة" ينضوي تحت صِنف "الحِجاج بالمسافة العاطفية". وهاتان الكلمتان تمثلان خصوصية ثقافية للشعب الأردني، فالأهل والعزوة من الكلمات التي يستنجد بها الشعب الأردني بالآخر، ويمكن تمثيلُها حِجاجيًا:أنتم أهلي وعزوتيإذن، فعليكم أن تقفوا بجانبي وتفزعوا إليّ. ←

مع بداية الفقرة الأولى من نصّ الخِطاب "لا أتحدَّث إليكم اليوم لأقدِّم لكم النصائِحَ والتوجيهات، بل لأقول لكم: أثبتم ـــــ كما كنتم دائما ـــــ أنكم كِبار أمام الأُمم"، يُعْلِنُ الملك ـــــ في دعوة منه إلى الشعب للتضامُن ـــــ إلغاءَه "السُّلْطَة" والتقرُّب منهم، وذلك بقلب أدوار السلطة، فالمادِحُ الملك، والممدوح الشعب. والناظر في هذا الخِطاب يجد ما يعضد من أزر هذه الاستراتيجية، إذ إن الخِطاب يزدحم بالمفردات المشحونة عاطفيًا: كِبار، شموخ، قوة، عزيمة، عظيم، احترف، شجاعة ...إلخ؛ وهذا كله يبرهن على أن هذا الخِطاب ينهض بمقوِّمات الحِجاج العاطفيّ.

[1] انظر حول المسافة العاطفية وتطبيقاتها الحِجاجية: دلكي، خالد حسين، وأبودلو، أحمد. (2015). الدرس الحِجاجي في نظرية تحليل الخِطاب، ص 46 – 47.

ينقل "العبد" رأيًا ـــــ في سياق التأكيد على دور "التكرير" في الوظيفة الاتصالية الإقناعية ـــــللباحثة "باربرا كوتش" (B.J. Koch) تذهب فيه إلى أن "خِطاب الحِجاج العربي يعتمد في الإقناع على العرض اللغوي للدعاوى الحِجاجية بتكريرها وصياغتها صياغة موازية، وإلباسها إيقاعات نغمية بنائية متكررة"[1]. والباحث (العبد) يؤكد من خلال دراسة عينات من الخِطاب العربي على أن التكرير ـــــ لا سيما تكرير المضمون ـــــ ينهض بوظيفة الإقناع في النص العربيّ. وعلى أية حال، فإنّ ما يهمّنا هنا والآن أنَّ هذه الكلمة (موضع الدراسة) تنتظمها بنيتان تكريريّتان يمكن تصنيفُهما إلى سبب/نتيجة، وذلك على النحو الآتي:

السبب	النتيجة
البنية المكررة: التضامن	البنية المكررة: كِبار
تقفون (بشموخ وقوة، وقفة رجل واحِد، إلى جانب الدولة)3* التكاتف (مع الجيش...) 2 إسناد (مؤسسات الدولة) 1 التضحية والإيثاء 1	كِبار 4 عظيم/ شامخ 1

ويمكن تأويل الحِجاج بناء على هذه المعطيات كما يأتي:

أنتم كِبار (بين الأمم) لأنكم تضامنتمإذن، فتضامنوا. لأنكم إن لم تتضامنوا تكونوا "صِغارًا" (بين الأُمم)

[1] العبد، محمد. (2005). النص الحِجاجيّ العربيّ: دراسة في وسائل الإقناع. مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مجلة فصول، عدد 60، ص 63.

* الأرقام تُشير إلى عدد التكرارات.

والشعب لا يمكن في خِطاب عاطفيّ كهذا أن يُفاضِل بين أن يكونَ "كبيرًا" وأن يكون "صغيرًا" (بين الأُمم)، فهو مجبور على خَيار وحيد أوحد: أن يكون "كبيرًا"، وبالتالي فإنَّه مُلْزَم بمسارٍ واحِد، أي أنْ يكون "مُتضامِنًا".

ويمكن كذلك الإشارة إلى دور الرابط الحِجاجيّ "لأنّ" في تمثيل الحِجاج السابِق (سبب/نتيجة) وتأكيده، إذ إن الرابط "لأن" ورد في النص الخِطابيّ عشر (10) مرّات، وقد توزَّع على طول الخِطاب. ويأتي الحِجاج بالرابط "لأن" على الصورة الآتية:

نتيجة ← لأن ← سبب

ومن المعلوم ـــــ كما هو واضح في خُطاطة الحِجاج السابقة ـــــ أن هذا الرابط يدرج الحجة بعد النتيجة، فإذا علمنا أنَّ النتيجة متكررة على طول الخِطاب (كِبار/شامِخ/عَظيم) فإن هذا الرابط يُكَثِّف الإقناع بالنتيجة مما يدفع الجمهور إلى تبّنيها والعمل في أسبابِها.

لا بُدَّ من الإشارة إلى أنَّ "توقيت" هذه الكلمة جاء بعد سلسلة من القرارات السلطوية على رأسِها الحظر، وليس في المستعمل من الكلام ما يرادف كلمة الحظر أقرب من "الحرمان" التي تشتغل داخِل ذِهْنِ الجمهور بمرارة. فواحِدٌ من تمثّلات الاستراتيجية التضامنية في هذا الخِطاب كان "الطمأنة" الذي من شأنِهِ تهدئة الجمهور من جهة، وكسبهم من جهة أخرى، لأنَّ الطمأنة في هذا الخِطاب استهدف الحاجيات الأساسية والوجدانيات العزيزة عند الشعب: "نعم، قريبًا، ستقام الصلوات في المساجد والكنائس، وستعود الحياة للشوارع والأسواق، وسيعود العمال إلى مصانعهم، والموظفون إلى مؤسساتهم، وسنرى أبناءنا وبناتنا الطلبة، يخرجون كل صباح إلى مدارسهم وجامعاتهم. قريبا، كل هذا سيتحقق. "شدة وبتزول"، إن شاء الله".كل هذه الوعود المشفوعة بمشيئة الله حيكت بأسلوب يمثّل الخِطاب العادي (اليوميّ) الذي يُعَدُّ في مستواه شكلا ومضمونًا قريبًا من حياة الناس. ولو نظرنا كذلك إلى هذا التركيب اللغوي "شدة وبتزول"، فإنَّه من المُسْتَعْمَل اليوميّ الذي يتخاطب فيه الناس في حالة الشدائد كالأمراض والفقر و...إلخ؛ فأن يستعيرها الملك في كلمته هذه فإن هذا يدعِّم البناء

الاستراتيجي لخطابه (الاستراتيجية التضامنية) التي من شأنها أن تُساعِدَه على "كسب" الجمهور إلى صفه باقترابه منهم، ومن همومهم وأفكارهم ومشاغلهم، والأهمُّ من لغتهم. فأن تستعمل لغتي يعني أنك تنتمي إليّ أو ترغب في ذلك.

علاوة على ذلك، فإنَّ الضمير أيضًا كان له دور مهم في تأكيد "الاستراتيجية التضامنية"، وذلك من خلال الانتقال من ضمير المخاطب (كُم/أنتم) إلى ضمير المتكلِّم الجمع (نَتَجاوز...الفقرة 4) الذي يجمع الملك إلى الشعب في خَنْدَق واحِد، لكن ما تكاد هذه الفقرة تبدأ بهذا الضمير حتى تعود إلى "المُخاطَب" على طريقة السببيَّة "لأنكم ... أصحاب العزم والإرادة ....إلخ"، وفي هذا الانتقال تأكيد على أن هذه الجمعية لا تتحقق إلا بهمّة الشعب/الجمهور.

بِكلمة أخيرة، فإنّ الخِطاب السابق بُنِيَ حِجاجيًا لِدَفْعَ الجمهور/ الشعب إلى العمل، لذلك فقد شَبَّكَتْ خيوطَهُ الاستراتيجيةُ التضامنيَّة من جهة، وبُنِيَ في قالَب الحِجاج العاطفيّ من جهة أخرى؛ وكلاهما يهدفان إلى استمالة الجماهير ودفعهم إلى المسار المرسوم من خلال الحِجاج بالقيم الوجدانية (الوطنيّة والدينية والشعبيّة) التي تجد طريقَها رحبًا سهلا إليهم.

3. 2. في ضوء بلاغة الجمهور.

ثمة شرطان مُهِمّان في دراسة بلاغة الجمهور، لا يفتأ يؤكّد عليهما "عماد عبد اللطيف" في التنظير لـــِ"بلاغة الجمهور"، وهما:

1-وجود استجابات ماديَّة للجماهير يمكن تصنيفُها، شريطة أن تكون عفويَة.

2-أن تكون هذه الاستجابات قادرة على اتخاذ موقف بليغ تجاه خِطاب السلطة، يمثِّل حالة تواصَل بين الجماهير والمُتَكَلِّم أو مُنْشِئ الخِطاب (أو مصْدَره).

والسؤال الذي تستدعيه هذه المنهجية في التعامل مع الخِطابات (بوصفِها إعادة صِناعة) في ضوء بلاغة الجمهور: هل نعثر على استجابات بليغة لِخطاب المرض (السابق) عند الشعب الأردني؟ وما

طبيعة هذه الاستجابات؟ أو ما شكلها؟ وكيف يمكن دراستُها؟ فبالاستناد إلى "الوسيط" فإنّه من السهل أن نَعْثُرَ على "علامات إعجاب" و"تعليقات" الجماهير في "اليوتيوب". وللأهميَّة، فمن خلال البحث تبيَّن أن الخِطاب له نُسَخٌ كثيرة في اليوتيوب، ولكننا سنعتمد على مصادِرَ أربعٍ باعتبارِها مصادِرَ أردنية (محليَّة) إعْلاميَّة موثوقة، وهي: الديوان الملكيّ الهاشمي(RHC JO)[1]، وقناة الغد[2]، وقناة المملكة[3]، وقناة رؤيا[4]. أما الديوان الملكيّ الهاشمي فإنه لا يسمح بـِ"التعليقات"، لذلك سنكتفي منه بدراسة علامات الإعجاب، وأما المصادر الأخرى فإنها ستكون مادَّتنا البلاغيَّة في: علامات الإعجاب، والتعليقات.

يوضِّح "عماد عبد اللطيف" أنّ الاستجابة البليغة فيما يتعلّق بالفيسبوك "تشمل كل تعليق، أو علامة إعجاب، أو استحسان، أو تضامُن، أو إعادة نشر، أو غيرها، تستهدف دعم أو مقاومة منشور ما، استنادًا إلى مسوّغات عقلانية، موضوعية، منزّهة عن الغرض والمصلحة"[5]. يمكن أن نطبّق هذا المفهوم، قياسًا على الفيسبوك، على اليوتيوب، وذلك من حيث علامات الإعجاب والتعليقات.

كما يظهر في الصور، فإنَّ عدد علامات "الإعجاب" في كل فيديو تفوق دائِمًا بِنِسَبٍ كبيرة عددَ علامات "عدم الإعجاب"، مما يعني أنّ الجمهور يؤيِّد الخِطاب وسينتصِر له بالعمل به؛ ويمكن أن

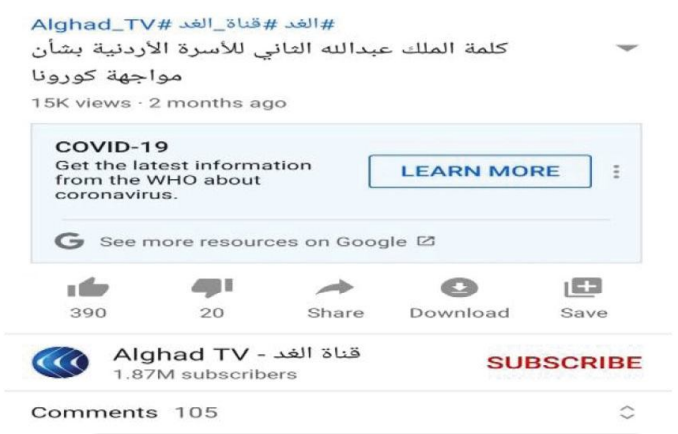
ıbe.com/watch?v=y_YU-QZcXGY
com/watch?v=RK3IzYiOz5Q&t=1s
outube.com/watch?v=nsytiZkMjaE
ube.com/watch?v=OL1poZ-qRLU

[5] عبد اللطيف، عِماد. (2018). مفارقة باحثي الفيسبوك. عُمان، مؤسسة عُمان للصحافة والنشر، مجلة نِزْوى، عدد 96، ص 253.

نستظهر النتائج في صيغة "نسبة وتَناسب"، لتسهيل عملية المقارنة والمتابعة، كما يأتي:

المصدر	عدمإعجاب	إعجاب	نسبة وتناسب
الديوان الملكي الهاشمي	472	8100	1 إلى 19
الغد	20	390	1 إلى 19
رؤيا	41	1100	1 إلى 27
المملكة	52	2000	1 إلى 39

وللتنبيه، فإن علامات الإعجاب في سياقات معينة تُؤَوَّل إلى "أوافق" و"لا أوافق"/ "أتفق" و"لا أتفق"؛ ولكن ليس كل علامة "إعجاب" أو



علامة "عدم إعجاب" تعني الاتفاق مع كل المحتوى أو معارضة كل المحتوى، بل يمكن أن تكون "العلامة" متجهةً إلى خِطاب السلطة بشكل عام أو إلى "موضوع" ما، ولكن لا يجد الجمهور غير هذه العلامة تنهض بالتعبير عن ذلك. لذلك، فإن "التعليقات" هي التي يمكن أن تنهض بِمَهَمَّة تأويل هذه العلامات.

يمكن تصنيف تعليقات الجمهور على الخِطاب المذكور إلى:

1–مُؤَيِّد من خلال الدعاء لصاحِب الخِطاب، وهو هنا العاهل الأردنيّ.

2–مُؤَيِّد من خلال استدعاء مقولات من الذاكرة التراثية والثقافية الأردنية.

3–مُؤَيِّد من خلال إعادة صياغة/صناعة لِلخطاب/ فحوى الخِطاب.

4–رافِض، ليس لمحتوى الخِطاب السابق بالضرورة، بل لبعض قضايا السلطة العامّة. لذلك، يُعدُّ هذا الفضاء بالنسبة للجمهور فضفضة يمكن أن تصل إلى أصحاب السلطة، فيستغلّوها.

فمن أمثلة الصنف الأول*:

- "الله يحمي ملكنا ابو حسين ملك القلوب□□□□□□□□□□□□□□□□□□"
- "عشت يا افضل قائد عرفة التاريخ ... حفظك الله للأردن□□□□□□□□□□□□□□□"
- "حفظك الله ورعاك يا جلالة الملك المعظم وحفظ الوطن الغالي نحن معك حتى الممات ليبقى الأردن الغالي أولاً نعم نحن نفدي الوطن الحبيب بأولادنا وبنفسنا لنبقى أسياد الأرض وتبقى رايتنا عالية بسماء"
- "الله يحفظ الأردن من الحاقدين عليها ومن شر الفتن ما ظهر منها وما بطن ويحمي أبو حسين تاج راسنا نحن الأردنيين"
- "الله يحفظك يا ابا النشامهيا ملك الأردن"
- "حفظك الله ايها الملك المتواضع الفذ والله ما عرفناك الا انسانا بمعنى الكلمه قبل ان تكون ملكا حماك الله وحفظك لاسرتك الصغيره واسرتك الكبيره وادام الله صحتك وعافيتك وعزك .نحن نفتخر بك ملكا وابا واخا عظيما تعيش معنا وتشع دايما بكل ما يجول في انفسنابارك تلله في عمرك سيدي وحفظك ذخرا لنا"

* لم أعدِّل على التعليقات، بل تركتُها كما هي.

ومن أمثلة الصنف الثاني:

- " دام عزك سيدي ابو حسين .. والشعب الاردني دائما رافع راسه لأنه عنده ملك مثل جلالتك .. الله .. الوطن.. الملك"
- "يعيش جلاله الملك المعظم"
- "باذن الله نتجاوزها بهمت الشعب الاردني يحماك الله سيدنا الملك عبدالله كما قال سيدنا شده وبتزول"
- "إحنا بنفتخر فيك الله يعطيك الصحة والعافية يارب واللهم احفظ الأردن قيادة وشعباًواحفظ جميع الأمة الإسلامية"
- "مقولة سيدنا المغفور له باذن الله عز وجل الملكحسين ابن طلال الإنسان اغلا ما نملك وليوم يردد الأردنيون النشامى جلالة سيدنا ابو الحسين اغلا ما نملك بروح بدم نفديك يا ابو حسين□□□□□□"
- "والله قد صدق الملك حسين رحمه الله بما قال:سيابتي وقت ويتمنى كل من لا يحمل الجنسية الاردنية بانه اردنيحمى الله ابو الحسين ...ودام الاردن شامخاً عزيزاً"
- "بنتعلم منك سيدنا يا قدوتنا في كل الشهامه والمراجل نعم الأب ونعم القائد تفداك الروح ياغالي عاش الوطن وعاش الملك عبدالله الثاني معشوق شعبه كلك مراجل وفخامة والله الموفق حمى الله الوطن والملك من كل سوء"
- "كفو ما عليك زود"

ومن أمثلة الصنف الثالث:

- "ابشر سيدنا صدقت الي عزوته اردنيه ملك النشامى ما يهاب الأمم"
- "واعلمو ان الله مع المتقين"
- "احنا كبار لانك كبيرنا"

– "إذا كنا بوطن محدود المواردفإننا كلنا موارد بشرية لبلدنا الذي نعشقهونعشق ترابه ونستعد لتقديم الغالي والنفيس لأجلهأدام الله علينا وعلى أمة محمد الأمن والأمانوأن نظل صفا" واحدا" كالبنيان المرصوص في وطننا الذي نحبهونعشقهحمى الله الأردن أرضا " وشعبا" وملكا "بكل طوائفهوشدة وبتزول إن شاء الله تعالى"

– "تحية احترام وتقدير لسيدي وحبيبي ابو حسين ملك ورجل ونعم الرجل وهم قله هذه الايام ...ملك رائع وشعب رائع وحكومة رائعة حفظك الله سيدي ابو حسين □□□□ سنتجاوز ان شاء الله هذه الازمة وسنكون الاوائل في كل شي بقيادتك سيدي ابو حسين حفظك الله ورعاك وادامك للاردن وللاردنيين وحفظ الاردنيين لك ان شاء الله"

– "الله يديمك النا ملك عبدالله وكلنا معك على مووت ...انا موطن فقير واتحمل ازمة كورنا كلنا فداء وطن ...ان شاء الله سنتجاوز معك يا سيدنا يا حامي بلاد ...الله يحميك يا رب"

– "كل الشعب الاردني رهن اشارتكيجب أن لا يكون بيننا وبينكاي حواجز"

– "نحن لها لنتجاوز هذه المرحله❤"

– "احنا كبار فيك بحبك بنضحي بالغاليوالنفيسلعيونك ابو الحسين"

– "ي سيدي الله يطول بعمرك خطابك اعطانا القوة والطاقة الايجابية اذا انت قائدنا لا خوف علينا نحن تحت الراية الهاشمية وان شاء الله ي سيدي نتجاوز هذا الظرف الصعب الذي مر على بلدنا الغالي"

– "الله يطول عمرك يا رب كل ما بشوفك بتفائل خاصه احنا بهالظرف الصعب وبتأكد باذن الله رح نجاوز هلأزمة"

– "حطينا الاردن بالقلب وتوكلنا على الله... "

– "ان شاء الله شدة وبتزول وبييجي احلى رمضان واحلى تراويح وبترجع الحياة زي اول واحسن...الله يديم الأمن والأمان بهالبلد ويحفظها وابنائها من كل أذى ويبعد عنهم كل مكروه اللهم اجب...اااامين"

– "الحمد لله هاي فزعه النشامى الله يطول عمرك سيدنا اللهم احفظ الأردن"

– "اطال الله في عمرك....ولم نكن كبار الا لانك القدوه سيدي ابو الحسين نحن في الاردن نراك القلب للجسد"

– "كبار لأننا نملك هذا الملك الذي يعرف الله ولا يتخلى عن شعبه من اجل أي مقابل"

– "ما أعظم الاردن قيادة وحكومة وجيشا وشعباكنَّا أوائل دول العالم في مواجهة هذا الوباء أوائل من تعامل معه باءحترافيه حتى لفتنا أنظار العالم كله إلى هذا الوطن العظيم حتى أخذت كثير من حكومات ومسؤولي الدول العربية بمراقبتنا وتقليدنا في كل شيء حتى في خطابات مسؤولينا وتقاريرهم اليوميه عن فيروس كورونا وحتى في الحجر المترلي وحضر التجول وغيرها الكثير فما أعظم شعبنا الذي ألتجا الى الله تعالى بالدعاء والتضرع اليه جل جلاله برفع هذا الوباء عن وطننا العزيز"

– "الله يكرمك بصحتك وعافيتك ويطول عمرك يا ملكنا الغالي واحنا بوجودك صرنا كبار وانشاء الله بتزول الغمة وبنرجع بنكمل ايد بايد ...هذه الكلمة كنا بحاجتها وأثلجت قلوبنا وأعطتنا القوة والصبر الله يخليلناالأردن وملكنا عبد الله الثاني ابن الحسين".

– "سيدي نقف جميعا وقفة ثقه امام جميع الدوللانه نحن شعب واثق من نفسه ومن قدراته واصالته رغم فقر البلد لكن نحن اغنياء باخلاقنا وعزمنا وتحملنا ومواجهة جميع الصعاب ليس تمرد ولكن ثقتنا بالله انه يحفظ بلادنا ويحفظنا من كل سؤ ....لك كل الاحترام سيدي"

ومن أمثلة الصنف الرابع:

– "وين لعفو لعام عن جميع المساجين"

– "يرجى الاستماع إلى الأردنيين وحل مشاكلهم !! الأزمة الاقتصادية في الأردن منذ فترة طويلة وأصبحت أسوأ خلال أزمة !! coronavirus في لقاءاتك مع الحكومة، ناقش الحلول العملية للأزمة وتطبيق الحلول مباشرة قبل فوات الأوان، وانهيار الأردن! !"

– "آطال الله في عمرگ نتمنا مستقبل افضل للأردن لآن طفح آلگيل يآ سيدي,."

– "الزراعة والاهتمام الحقيقي فيها اهم مقومات الدولة .... الاردن تستطيع ان تكون اغنى دولة اذا زرعت قمح وصدرت القمح والخضروات على الخليج"

– "كل حياتنا شده وبتزول وين الحل في ناس بتموت جوع بلبيوت فكرنا فى حزمت معاشات للناس من خزينة الدوله هذا اذا فيه خزينه احنا مع البد نعم لكن بدنا دعم البد النا زهقنا حكي"

إذن، فمن الملاحَظ أنّ استجابات الجماهير توافقت مع "علامات" الإعجاب وعدم الإعجاب، فأفرزت لنا نسبة موافقة كبيرة جدًا مقارنة بنسبة عدم الموافقة. ويتبين لنا من خلال صنف التعليقات الأول أنَّ "الدعاء" للسلطة سلوك عام لدى الجماهير يحمل معاني الطاعة والرضوخ والتأييد للخطاب. والشيء بالشيء يُذْكَر، فإنّ هذا السلوك يمتد في العربيّ إلى قرون طويلة. أما الصنف الثاني، فقد جاء تعبيرًا عن التأييد من خلال "استدعاء" مقولات متداولة في الشارع الأردنيّ، من مثل: التعييش (عاش الملك)، و"الله – الوطن – الملك"، وبعض المقولات من الملك حسين والد العاهل الأردنيّ.

أما الصنف الثالث فهو الصنف الأهم لأنه يمثِّل المقدرة البلاغية عند الجمهور، إذ إن إعادة الصياغة (أو الصناعة) للخِطاب الأول تتطلّب فهمًا واستيعابًا للخِطاب، ومِنْ ثَمَّ تقديم المضمون بطريقة بلاغية أخرى. والملاحَظ على هذا الصنف أنَّه لجأ إلى بعض التعبيرات التي جذبت الجماهير مثل "كِبار" و"بين الأمم"، و"عزيمة ..."، و"شدة وبتزول"، و"العزوة"؛ وكلها من التعابير المشحونة عاطفيًا التي أثبتت قدرتَها على الحِجاج. ومع ذلك، فإنَّ في الأمثلة المذكورة ما يشير إلى "مهارة" في إعادة صناعة الخِطاب بما يوافق المقام (مقام المرض).

والصِّنْف الأخير نجده قد استدعى عند بعض الجماهير، الذين هم ـــــ ربما ـــــ يكونون أصحاب علامات "عدم الإعجاب"، استدعى بعض القضايا التي تهم المجتمع، ووجد الجمهور في هذا الفضاء فرصة لطرحِها، مثل مسألة الزراعة، والمسألة الاقتصاديَّة، ومسألة الفقر. وربما تلتقي هذه المسائل في "خِطاب ضد" مع الخِطاب الأول، لأنّ الخِطاب الأول يدعو إلى الالتزام بالبيت، وهذا يتعارَض مع الإمكانيات المادية التي تتطلب الخروج للاسترزاق.

خاتِمة

ناقشت هذه الورقة خِطاب المرض من وجهتين بلاغيتين: حِجاجية الخِطاب، وبلاغة الجمهور؛ وطبَّقتْ ذلك على نموذج خطاب العاهل الأردنية للأسرة الأردنية في زمن كورونا (**2020/4/10**). وقد خلصت الدراسة إلى النقاط الآتية:

1–إنَّ الحِجاج العاطفيّ ـــــ وخِطاب المرض يقوم عليه ـــــ يُثْبِتُ نجاحًا كبيرًا في وصول الخِطاب إلى الجماهير، لأن المسار الحِجاجيّ يكون سالكًا لا تعيقه المحاولات الفردية مهما كانتْ "واعية" أو "برهانيّة"، ناهيك عن "ميل" الجماهير إلى "بساطة" الطرح والانخراط بما هو "جماعي".

2–إن خِطاب المرض خِطاب عمليّ وليس خِطابًا جَدَليًا للتفاوُض، من مَهامِّهِ أَنْ يُوَجِّه الْمُخاطَبين للانخراط في الرسالة والعمل بها وعدم الحياد عنها؛ وليست هذه المهمة ببعيدة عن خِطاب متلبّد باللغة العاطفية.

3–تستهدف "بلاغة الجمهور" المقدرة الخِطابية عند المُخاطَب، وهي بذلك تضع أمامَها تحديات كبيرة، لعل أكبرها مسألة وعي الجماهير. أما فيما يخصّ خِطاب المرض، فإنَّ "بلاغة الجمهور" تفتِّش عن "الاستجابات الخِطابيَّة البليغة" للجماهير، باعتبارِها إعادة صناعة لِخطاب المرض، تضمن قدرًا واسعًا من تداولها إذ تحظى بموافقة شعبية، ناهيك أن تكون هي (الجماهير) مصدرَها ومُنْتِجها.

4–الاستراتيجية التضامنية في بناء الخِطاب ستكون هي الاستراتيجية الأكثر نفعًا في خِطاب المرض، ذلك أنَّ السلطة تختفي إذ تلبس ثوبَ الجمهور بإلغاء المسافة بينهما في حالة "مُصالَحَة" و"تَضامُن" و"تَكافُل" تسعى السلطة لأن يتمثَّلَها الجمهور ويتبنّاها. ولكن ذلك لا يعني أنّ خِطاب المرض لا يقوم على الاستراتيجية التوجيهية، ولكن اعتماده على التضامنية أكثر لمصلحة نفعية، وهي كسب الجمهور.

5–تبين من خلال تحليل النموذج المدروس أنّ خطاب المرض فعلا يعتمد على الحِجاج العاطفيّ، ويُبْنى بالاستراتيجية التضامنية.

6-سجّل الخِطاب المدروس استجابات ماديَّة على الخِطاب الأول، حصلت عليها الدراسة من خلال وسيط، وهو اليوتيوب، فدرست علامات الإعجاب وعدم الإعجاب، وقارنتها بالتعليقات. كما صنفت الدراسة التعليقات إلى أربعة أصناف: ثلاثة منها مثلت تأييدًا وواحِدة مثلت "خِطاب ضد"؛ وهذا التصنيف كان متفقًا مع قراءة علامات الإعجاب وعدم الإعجاب.

7-الصنف الثالث من الاستجابات برهن على مقدرة بلاغية عند الجماهير في إعادة صياغة خِطاب المرض بما يتوافق مع ظرف التخاطُب.

المصادِر والمراجِع

1) حمداوي، سعيدة. الخطاب الإشهاري في ضوء المقاربة الحجاجية. الجزائر، المركز الجامعي-تيسميسلت، مجلة دراسات معاصرة، 3(1)، السنة 3، ص 74-81، 2019.

2) دلكي، خالد حسين، وأبودلو، أحمد. الدرس الحِجاجي في نظرية تحليل الخِطاب: دراسة حجاجية في سورة يوسف من خلال تفسير ابن عاشور. جامعة آل البيت، مجلة المنارة، 21 (3)، ص 35 – 72، 2015.

3) بن سليمان، عبدالقادر، والموسى، نهاد. الحِجاج العاطفيّ في خطب الرؤساء العرب في مواجهة مظاهرات الربيع العربيّ في ضوء التحليل النقديّ للخطاب. الجامعة الأردنية، مجلة دراسات (العلوم الإنسانية والاجتماعية)، 45 (4)، ص 155 – 168، 2018.

4) الشبعان، علي. الحِجاج والحقيقة وآفاق التأويل في نماذج ممثّلة من تفسير سورة البقرة. بيروت، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط1، 2010.

5) العبد، محمد. النص الحِجاجيّ العربيّ: دراسة في وسائل الإقناع. مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مجلة فصول، عدد 60، ص 42 – 86، 2005.

6) عبد اللطيف، عماد.

– بلاغة المُخاطَب: البلاغة العربية من إنتاج الخطاب السلطوي إلى مقاومته. ضمن أعمال الندوة الثامنة التي أقامَها قسم اللغة الإنجليزية بجامعة القاهرة بعنوان "السلطة ودور المثقّف"، ص 7 – 36، 2006.

– جدل الظاهرة والاستجابة: دراسة في فِخاخ البلاغة. ضمن البلاغة والخِطاب، منشورات ضفاف، ص 203 – 237، 2014.

– ماذا تقدِّم بلاغة الجمهور للدراسات العربية؟ الإسهام، الهوية المعرفية، النقد. ضمن بلاغة الجمهور: مفاهيم وتطبيقات، تحرير وتقديم: صلاح حسن الحاوي، وعبد الوهّاب صدّيقي. العراق، دار شهريار، ط1، ص 17 – 43، 2017.

– منهجيات دراسة الجمهور: دراسة مقارنة. ضمن بلاغة الجمهور: مفاهيم وتطبيقات، تحرير وتقديم: صلاح حسن الحاوي، وعبد الوهّاب صدّيقي. العراق، دار شهريار، ط1، ص 140 – 175، 2017.

– بلاغة الجمهور ودراسة الخِطاب السياسي: ملاحظات منهجية. الهند، جامعة كيرالا، مجلة كيرالا، ع10، ص 229 – 238، 2017.

– موقف أفلاطون من البلاغة من خلال محاورتي جورجياس وفيدروس. ضمن كتاب "ضد البلاغة"، تحرير عماد عبد اللطيف. القاهرة، دار العين، ط1، 2017.

– مفارقة باحثي الفيسبوك. عُمان، مؤسسة عُمان للصحافة والنشر، مجلة نِزْوى، عدد 96، ص 149 – 253، 2018.

– بلاغة جمهور كرة القدم: تأسيس نظري ومثال تطبيقي. الجزائر، جامعة محمد بوضياف – المسيلة، مجلة العمدة في اللسانيات وتحليل الخِطاب، ع6، ص 11 – 30، 2019.

7) لوبون، غوستاف. سيكولوجية الجماهير. بيروت، دار الساقي، ط1، 1991.

8) الولي، محمد. الاستعارة في محطّات يونانية وعربية وغربية. الرباط، مكتبة دار الأمان، ط1، 2005.

9) جمعية البلاغيين المغاربة: ندوة رقمية حول خِطاب الوباء، بالتنسيق مع جريدة العمق المغربية، بتاريخ 10/6/ 2020.

https://www.youtube.com/watch?v=6phndL2nVQs

10) منظمة الصحة العالمية: استراتيجية كوفيد-19 المحدثة (14/نيسان/2020):
(https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/strategy-update-arabic.pdf?sfvrsn=29da3ba0_19)

11)أوباما عن احتجاجات جورج فلويد: أحد أنواع "التغيير الملحمي".. ولا يشبه ما حدث في الستينات، موقع CNN (بالعربية)، بتاريخ 2020/6/4، تاريخ الدخول 2020/6/5.
https://arabic.cnn.com/world/article/2020/06/04/obama-virtual-town-hall-policing-in-wake-george-floyd-death

12) Qahtani, Mohammed. (2015 The World Champion of Public Speaking). The Power of Words. Toastmasters International. (3:47 – 4:45 Minutes). https://www.youtube.com/watch?v=Iqq1roF4C8s

مُلْحَق رقم (1): كلمة الملك الأولى 23/ 3 / 2020
(https://bit.ly/37zRDUh)

بسم الله الرحمن الرحيم

إخواني وأخواتي، أبناء وبنات شعبي العزيز،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

في هذه الأيام، يمر وطننا مثل باقي العالم بظروف استثنائية صعبة، تستدعي إجراءات والتزاما وتعاونا استثنائيا، وهذا ليس على الأردنيين بالغريب أو المستحيل، فما عهدي بكم، إخواني وأخواتي، إلا على مستوى المسؤولية، و"إنتو قدها". وأنا على ثقة بأننا سنتجاوز، بمشيئة الله، هذه الظروف.

لقد علمتني مدرسة الجندية أهمية أن تكون خططنا استباقية، ولهذا ومنذ اللحظة الأولى لإطلاق الإنذار العالمي ضد وباء فيروس كورونا، وجهت الحكومة وقواتنا المسلحة وأجهزتنا الأمنية، للتعامل مع هذا الخطر بأعلى درجات الجاهزية، ولتشكيل خلية أزمة قبل تفشي الوباء أو فقدان السيطرة عليه، لا سمح الله.

وقد رأينا جميعا في الأسابيع الأخيرة، إخواننا وأخواتنا الأردنيين، في كل مواقعهم، يرتقون بأدائهم، ويصلون الليل بالنهار في مواجهة هذا الخطر، ويقفون صفا واحدا مع إخوانهم وأخواتهم في قواتنا المسلحة، وقفة عنوانها، كرامة الإنسان الأردني، الكرامة التي قاتل وضحى من أجلها الأردنيون جميعا، وفي مقدمتهم الشهداء والنشامى أبناء الجيش العربي والأجهزة الأمنية، الذين نذكرهم بالفخر والاعتزاز في ذكرى معركة الكرامة الخالدة.

واليوم، أتوجه إليكم أنتم إخواني وأخواتي، عائلتي الكبيرة، أبناء شعبي، الذين أستمد منهم كل العزيمة، اليوم كل واحد منكم، جندي لهذا الحمى، كل من موقعه، وأطلب منكم بصوت الأب لأبنائه، عدم التنقل والالتزام بالتعليمات الرسمية. فلنرتقي بمسؤولية حماية الوطن الذي نحب، ولنتفانى في التضحية والعطاء، كما هي الأم، التي نحتفل بعيدها في هذه الأيام.

وإننا إذ نستمد الشعور بالبركة من مناسبة الإسراء والمعراج، في ليلة من أيامنا هذه، فإننا نستذكر حديث جدي الأعظم، المصطفى، عليه الصلاة والسلام، "المُؤمنُ للمُؤمنِ، كَالبُنْيانِ المَرْصُوصْ، يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضاً". فقد كان الأردني دائما لأخيه الأردني، سندا، وسيظل لوطنه درعا.

وأسأل المولى عز وجل، أن يحفظكم ويحفظ الأردن، وأن يبارك في جهود المخلصين من أبنائه في كل مواقعهم.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

مُلْحَق(2): كلمة الملك الثانية 2020/4/10(https://bit.ly/2LvQCCi)

بسم الله الرحمن الرحيم

أيها الإخوة والأخوات المواطنون،

أبناء وبنات شعبي العزيز،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد،

لا أتحدث إليكم اليوم لأقدم لكم النصائح والتوجيهات، بل لأقول لكم، أثبتم كما كنتم دائما، أنكم كبار أمام الأمم، كبار لأنكم تقفون بشموخ وقوة، في مواجهة التحديات، ليس بما تملكون من موارد أو إمكانيات مادية، وإنما بعزيمتكم ووحدتكم ووقوفكم، وقفة رجل واحد، لحماية الوطن والإنسان، وهو أغلى ما نملك.

دائما يطرح علي السؤال، لماذا تقف بكل هذه الثقة بين الأمم، وأنت قادم من بلد صغير، محدود الموارد؟ ويكون ردي عليهم: أقف بكل هذه الثقة والقوة والاعتزاز لأن حولي شعبا عظيما شامخا، حريصا على التكاتف مع الجيش والأمن، وإسناد مؤسسات الدولة، مواطنين يعملون بعزيمة، وينجزون باحتراف، ويضحون بشجاعة.

ودعوني أقول لكم، أنتم كبار لأنكم تحققون الإنجازات العظيمة في أصعب الظروف، ولا تعرفون المستحيل، كبار لأنكم تقدمون أروع صور التضحية والإيثار، وكبار لأنكم في وطن كرامة الإنسان فيه فوق كل الاعتبارات. نعم، هذا هو الأردني الذي أعرفه وأباهي به العالم، بفخر الواثق بشعبه.

نعم، أيها الأهل والعزوة، سنتجاوز، بإذن الله، هذا الظرف الذي نعيشه، لأن المعدن الحقيقي للأردنيين يظهر عند الصعاب، ولأنكم أصحاب العزم والإرادة، لأنكم الأقدر على تحمل المسؤولية، ولأن الانتماء والوقوف إلى جانب الدولة ومؤسساتها نهجكم، ولأنكم مؤمنون أن التكاتف يقود إلى القوة والمستقبل الأفضل، سنتجاوز، بعون الله، كل التحديات.

نعم، وقريبا، ستقام الصلوات في المساجد والكنائس، وستعود الحياة للشوارع والأسواق، وسيعود العمال إلى مصانعهم، والموظفون إلى مؤسساتهم، وسنرى أبناءنا وبناتنا الطلبة، يخرجون كل صباح إلى مدارسهم وجامعاتهم. قريبا، كل هذا سيتحقق. "شدة وبتزول"، إن شاء الله.

وأتمنى لكم جميعا الصحة والسلامة، "فَاللَّهُ خَيْرٌ حَافِظًا ۖ وَهُوَ أَرْحَمُ الرَّاحِمِينَ."

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته