

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الجيلالي بونعامة - خميس مليانة -
كلية الآداب واللغات
قسم اللغة والأدب العربي



دور اللغة في إثارة الجماهير

مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر في اللغة و الأدب العربي
تخصص : لسانيات عامة

إشراف الأستاذ:

- حسين قاضي

إعداد الطالبتين :

- أمال سلماوي

- فضيلة منغاش

السنة الجامعية : 2019/2018

شكر وعرفان وتقدير

ها هنا وصلنا إلى نهاية هذه الدراسة ولم يبق لنا إلا أن نتقدم بجزيل الشكر لمن كانوا سنداً وعونا لنا في إتمام هذه المذكرة.

نحمد الله عزوجل الذي وفقنا إلى إنجاز هذا العمل، فلك الحمد ربي حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضى.

كما نتقدم بجزيل شكرنا إلى من جمعنا بهم مائدة العلم، إلى أستاذنا الذي لا تفارق الصرامة حيّاه، لكنّ هذا عندما تراه من بعيد، ذلك هو أستاذنا حسين قاضي، فحريّ بنا نحن الطلبة أن نفتخر به، فشكراً على قبولك الإشراف على هذا العمل، وشكراً لتوجيهك ونصحك الصادق والنافع الذي كان وراء كل كلمة صائبة في هذه الدراسة، فلك منا أستاذنا أسمى عبارات التقدير والاحترام والمحبة، دمت أستاذنا ذخراً لنا ولقسم اللغة والأدب العربي ونشكر الله عزوجل على أنّه هياً لنا مشرفاً كريماً وأستاذاً فاضلاً مثله، سدد الله لك خطاك ووفقك إلى ما يحبه ويرضاه، كما لا يفوتنا أن نتقدم بأسمى عبارات الشكر الخاص، نقول شكراً جزيلاً إلى الأستاذ المتواضع، وصاحب الصدر الرحب، والمتميز، أو بالأحرى أبونا وأبو الطلبة جميعاً، ذلك هو أستاذنا مصطفى طويل الذي تحمل إزعاج هاتفنا طيلة هذا العام، والذي مهما قلنا ومهما فعلنا فلن نستطيع ردّ جميله وفضله علينا، دون أن ننسى تقديم جزيل الشكر إلى الأستاذ الطيّب مصطفى عباس الذي قدم لنا يد المساعدة بتزويدنا ببعض المصادر والمراجع التي أفادت البحث كثيراً، ونتقدم بالشكر إلى كل الأساتذة الذين شجعونا وعملوا على تحفيزنا ونخص بالذكر الأستاذة فاطمة عماريش، والأستاذ عبد القادر تومليلين كما نتقدم بعظيم شكرنا إلى أعضاء لجنة المناقشة على تكريمها وقبولها تصويب هذا العمل المتواضع.

إهداء

الحمد لله الذي أعاننا وزينا خطانا بالحلم وأكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية.

-أتقدم بإهداء عملي المتواضع هذا إلى بسملة أملي وبلسم جراحي في الحياة.

أمي الغالية

-إلى من أضاء دربي نحو مستقبلي وبث النور في جوانحي، إلى من أرجو رضاه

إلى أبي الحبيب.

-إلى أشقاء روحي، إلى من كبرت معهم...إلى إخوتي وأخواتي وبنات عمتي.

-إلى من علمونا حروفا من ذهب، إلى من صاغوا لنا من عملهم حروفا من فكرهم

منارة تتير لنا مسيرة العلم والنجاح...أساتذتي الأفاضل لكم مني أسمى تحيات الحب والتقدير والاحترام على ما بذلتموه وما تبذلوه إلى اليوم من أجل إعلاء راية العلم.

-إلى كل من أعمامي و عماتي... أخوالي وخلاتي، لكم مني كل التحية والاحترام.

-إلى كل صديقاتي اللواتي جمعتني بهم مسيرة العلم، وإلى زميلتي فضيلة

وفاطمة...إلى كل من عجز القلم عن كتابة أسمائهم، فأدخلتكم قلبي بكل افتخار أخواتي في

الله.

إليكم جميعا أهدي ثمرة جهدي.

أمال

إهداء

تخونني الكلمات في هذه اللحظات إلا أنني أهدي هذا الجهد المتواضع إلى من كان لهم الفضل في نجاحي وتفوقي .

-إلى أمي الحبيبة الغالية التي اسأل الله عزوجل لها الشفاء، وأن يمدّها بالصحة والعافية فمهما قلت في حقها تقف الكلمات عاجزة أمام ما عانتها في سبيل وصولنا إلى بر الأمان فلك منّي أمي حبيبتني تحية تقدير واحترام.

- إلى أبي العزيز أدامه الله تاجا فوق رؤوسنا.

إلى إخوتي ...وأخواتي كل باسمه .

- إلى أخوالي وخالاتي كل باسمه.

-إلى أستاذتي بدءًا بالمرحلة الابتدائية حتّى المرحلة الجامعية، وأخص بالذكر أستاذي محمد بن زايد الذي أدعو الله عزوجل أن يجمعني به يوما ما، لا لشيء إلا لأشكره لأنّه فعل من أجلي الكثير.

- إلى أستاذي مصطفى طويل الذي شجّعني وحفّزني كثيرا طيلة هذا العام وحتّى العام الماضي، أسأل الله عزوجل أن يحفظه، وجزاه الله عنا كل خير .

-إلى أستاذي المشرف حسين قاضي الذي لا أنكر أبدا أنني تعلمت منه الكثير.

- إلى أستاذتي فاطمة عماريش التي كان لها الأثر الكبير في مشواري الجامعي.

-إلى الأستاذ أحمد عبد القوي الذي كان أول من حفّزني وشجّعني في بداية مرحلتي الجامعية.

- كما أهدي هذا العمل إلى رفقاء الدرب والدراسة، وأخص بالذكر غنية، أمينة، فتيحة فوزية، نعيمة، الويزة، أمال، نصيرة، أم الخير، وإلى الأخ عيسى في المكتبة المركزية.

فضيلة

مقدمة

لقد حاول الإنسان منذ القدم البحث عن طرائق للاتصال بمن حوله، فاتخذ وسائلًا عديدة لتحقيق ذلك، ولعلّ أهم تلك الوسائل اللّغة، هذه اللّغة التي نستخدمها في حياتنا اليومية للاتصال بين الأفراد والمجتمعات، إنّها الحجر الأساس الذي تبنى عليه عملية التواصل، فلطالما كانت اللّغة ولا تزال وستبقى اللسان الناطق للمجتمعات، فهي آية من آيات الله عزوجل ومعجزة من معجزاته التي تدل على قدرته سبحانه وتعالى.

تعدّ اللّغة روح الأمة وعنوان هويتها، فهي الميثاق الجامع والصعيد المشترك للمجتمعات، فهي ليست مجرد ألفاظ للتفاهم بين الأفراد فحسب، إنّها وعاء يحوي مكنونات وجدانية ومعتقدات اجتماعية، فهي مرآة عاكسة لحضارة الأمم والشعوب، كما كانت اللّغة ولا تزال حلقة وصل بين الماضي والحاضر والمستقبل، زيادة على هذا فاللّغة تخاطب الجماهير والقراء وترمي إلى التأثير فيهم وإقناعهم.

ومما لا شك فيه أنّ اختيار الباحث لموضوع رسالته كيفما كانت درجتها يكون ناتجا عن عدّة عوامل أثّرت في الباحث وجعلته يطمئن إلى ذلك الموضوع، وعليه يعود اختيارنا لموضوع "دور اللّغة في إثارة الجماهير"، إلى رغبتنا الشديدة في المعرفة ورفع الستار عن هذا الموضوع الجديد، كما كان الفضول أحد الأسباب التي دفعتنا إلى محاولة معرفة أثر اللّغة في التعبئة الجماهيرية، وهذا من خلال تسليط الضوء على تلك النماذج المتنوعة وأيضا لكون هذا الموضوع شيقا وممتعا، ضف إلى ذلك تشجيع أساتذتنا في قسم اللّغة والأدب العربي على طرق هذا الموضوع والبحث فيه والخوض في غماره، زيادة على هذا قلة وندرة الدّراسات التي اعتنت بهذا الموضوع، ناهيك عن ارتباط البحث باتجاهات معرفية كثيرة كالإعلام، الاتصال، السياسة.

تعتبر اللّغة اللسان المعبر، إنّها لغة التخاطب وأداة التعبير، والتأثير، والإثارة، والإقناع ومن ثمّ فإنّ الإشكالية الأساسية المطروحة في هذه الدراسة تكون حول دور اللّغة في إثارة الجماهير؟ وتندرج تحت هذه الإشكالية عدّة تساؤلات فرعية:

✓ ما مفهوم اللّغة؟

✓ ما المقصود بالتأثير؟

✓ ما هي أساليبه؟

✓ ما مدى فاعلية النص التواصلي في التأثير والتعبئة الجماهيرية؟

✓ وهل هذا التأثير يقتصر على مجال معين؟

حقيقة لا يمكن إنكار دور اللّغة في التأثير والتعبئة الجماهيرية، وهذا ما سنحاول إمطة اللّثام عنه في هذه الدراسة.

ترمي أي دراسة كانت إلى الوصول وتحقيق أهداف معينة، ودراستنا هذه لا تخلو من هذه الأهداف، لعلّ أهمها محاولة معرفة مدى فاعلية وقدرة اللّغة على التأثير في الجماهير وإقناعها، إضافة إلى إثراء البحوث والدّراسات التي تعنى باللّغة ودورها في التأثير الجماهيري، لكون الدّراسات قليلة في هذا الموضوع.

وقد أملت علينا طبيعة البحث تقسيمه إلى فصلين وخاتمة، حيث كان الفصل الأول موسوما بضبط المفاهيم والمصطلحات حيث انطوت تحته عناصر أساسية وأخرى ثانوية (اللّغة، التأثير الجمهور)، أمّا الفصل الثاني فعنوانه بفاعلية النص التواصلي في التأثير والتعبئة الجماهيرية دراسة تطبيقية، حيث قدّمنا من خلاله دراسة وصفية تحليلية لنماذج متنوعة في عناصر أساسية، وأخرى ثانوية تمثلت في الخطاب القرآني الذي حاولنا فيه تبيان أوجه التأثير والإقناع، من خلال الاستشهاد ببعض الآيات القرآنية، حيث بينا تأثيرها في نفوس الجماهير (المؤمنين، الكافرين، الجنّ)، أمّا الخطاب السياسي فاستشهدنا أيضا ببعض الخطابات السياسية مبرزين جوانب التأثير فيها، كما تناولنا أيضا في هذا الشق بعض الخطابات الأدبية، وأخرى إشهارية، ضف إلى ذلك خطابات متنوعة سعيا منّا إلى معرفة جوانب تأثير اللّغة في هذه الخطابات، وفي الأخير توجّنا بحثنا بخاتمة حاولنا أن نحصل فيها بإيجاز أهم النتائج و الملاحظات التي تبلورت في الدّراسة في مستواه النظري والتطبيقي، وأردفنا البحث بقائمة من المصادر والمراجع.

تكمُن أهمية دراستنا هذه في لفت انتباه المتلقي إلى الدور الفعال الذي تؤديه اللغة في إقناع الجماهير.

وفيما يخص المنهج المتبع، فقد أملت علينا الدراسة بناءً على طبيعتها، استنادنا على الجمع بين الوصف والتحليل لإبراز الجوانب التأثيرية و الإقناعية للغة، خصوصاً إذا تعلق الأمر بالجماهير، فكان المنهج الوصفي، من خلال التنظير وجمع المعلومات من المصادر والمراجع، والمنهج التحليلي من خلال تحليل تلك النماذج المتنوعة، كما أعاننا على التحليل نظام الجداول.

أمّا فيما يتعلق بالدراسات السابقة في هذا الموضوع، فلم نعثر على أي دراسات تناولت موضوعنا نظراً لجِدِّته.

لقد استندنا في بحثنا هذا على مجموعة من المصادر والمراجع، لعلّ أبرزها التواصل اللساني والشعرية لطاهر بومزير، صفوة التفاسير لمحمد عليّ الصابوني، لغة الخطاب السياسي، محمود عكاشة.

كما لا يخفى علينا أنّ دراستنا هذه لم تكن سهلة، حيث واجهتنا عدّة صعوبات ومعوقات حالت دون أن يصل هذا البحث إلى الكمال، ولعلّ تلك العقبات تمثلت في بعض المشكلات الخاصة التي كان لها الأثر البارز في إنجازنا لهذه الدراسة، إضافة إلى الإضرابات المتواصلة في الجامعة التي عرقلت الدراسة، زيادة على هذا صعوبة التدقيق والإحاطة بكل جوانب الموضوع باعتباره موضوعاً شيقاً لا يزال يحتاج إلى دراسة أشمل وأعمق، كما أن الجانب التطبيقي كذلك قد شكّل تحدياً لنا بسبب عدم وجود مدونة معينة للتطبيق، بل شمل الشق التطبيقي لدراستنا نماذج متنوعة.

وهكذا فإنّنا نأمل أنّنا قد حققنا بعض ما كنّا نصبو إليه، ونرجو أن يكون في عملنا هذا بعض النفع والإفادة، كما نرجو أن تكون دراستنا خطوة على الطريق تدفعنا إلى طموحات أسمى وأشمل، ونعتذر على ما ورد فيه من هفوات نتيجة قصور علمنا، وضعف معرفتنا

فكل بحث علمي ورسالة جامعية لا يخلوان من أخطاء، فحسبنا أننا اجتهدنا ما استطعنا ولم ندخر أي جهد في سبيل إخراج هذا العمل في أحسن صورة، والله هو الموفق.

الفصل الأول

ضبط المفاهيم والمصطلحات، اللغة
التأثير / الإثارة، الجمهور

– أولا اللغة

– ثانيا التأثير

– ثالثا الجمهور

لا يختلف اثنان حول كون اللغة تجمع أبناء المجتمعات، وكذلك الأمر بالنسبة للغة العربية التي تعدّ من الروابط التي تجمع المجتمع العربي، إنها حاوية للمعاني وناقلة للأفكار وجزء لا يتجزأ من الكيان العربي، فهي لغة موحدة وجامعة، ورمز للهوية الوطنية والانتماء القومي العربي، كما أنها تتبوأ مكانة عالية بين اللغات، كيف لا وهي لغة القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، وتهدف هذه اللغة إلى أن يتواصل أبناؤها فيما بينهم، ولا يقتصر دورها على التواصل فحسب، وإنما تتعدى هذا الدور إلى أدوار أخرى، كالتعبير عن مكنونات النفس العربية، فهي ليست مجرد ألفاظ، ورموز، وإشارات، طافحة بقيمة لا معنى لها، فالله عزّوجلّ أوجد هذه الملكة اللغوية، حتّى يستطيع أبناء المجتمعات والشعوب التفاهم والتفاعل والتأثير، والتأثر اجتماعيا وثقافيا وسياسياً وحضارياً، وفي مختلف نواحي الحياة، وسنتطرق فيما يلي إلى مفاهيم المصطلحات المشكلة لموضوع بحثنا، اللغة التأثير / الإثارة، الجمهور.

أولاً: اللغة Langue :

تعددت المفاهيم حول تقديم وإعطاء مفهوم جامع ومانع لمصطلح اللغة لتداخل مفهومها مع العديد من العلوم والتخصصات الأخرى، فألفت العديد من المصنفات لضبط هذا المصطلح، وسنحاول استعراض هذه المفاهيم من خلال مايلي:

❖ مفهوم اللغة

لقد حظيت اللغة باهتمام الكثير من العلماء، وهذه بعض مفاهيمها التي حاولنا تتبعها وتقصيها من خلال بعض المصنفات.

(أ) لغة:

جاء في لسان العرب لابن منظور (ت711هـ) في مادة لغا: «لَغَا: اللَّغُو واللَّغَا: السَّقَط وما لا يُعْتَدُّ به من الكلام وغيره ولا يُحْصَل منه على فائدة ولا نفع... ويقول ابن منظور عن الأزهري: واللغة من الأسماء الناقصة، وأصلها لُغَوَةٌ من لَغَا إذا تكلم. واللَّغَا: ما لا يُعَدُّ من أولاد الإبل في دية أو غيرها لصغرها. وشاة لُغُو، وَلَغَا: لا يُعْتَدُّ به في المعاملة... وقوله عزّ وجلّ: ﴿لَا يُؤْخَذُكُمْ اللَّهُ بِاللُّغُوِّ فِي أَيْمَانِكُمْ﴾ سورة المائدة الآية 89.

اللّغو في الإيمان: ما لا يعقد عليه القلب مثل قولك لا والله و بلى والله¹.

يؤكد ابن منظور من خلال قوله هذا أنّ اللّغة بهذا المفهوم تعني الكلام الذي لا نحصل منه على فائدة.

وقد أورد ابن فارس (ت395هـ) في المقاييس مفهوما للّغة، مادة لغو: « " لغو" اللام والخين و الحرف المعتل أصلان صحيحان، أحدهما يدل على الشّيء لا يعتدّ به، و الآخر على اللّهج بالشّيء... ويقال: منه لَعَا يَلْغُو لَغَوًا... ويقال: إنّ اشتقاق اللّغة منه أي يَلْهَجُ صاحبها بها² ».

يقرّ ابن فارس في حديثه المذكور سابقا أنّ معنى اللّغة يدل على كل كلام يتلفظ به شخص ما، إلّا أنّنا لا نحصل منه على نتيجة.

جاء في كتاب مختار الصّحاح مصطلح اللّغة، حيث يقول في ذلك: «لغا: قال باطلا وألغى الشّيء أبطله... واللّغة أصلها لَغِيٌّ، أو لَعَوٌ وجمعها (لُغِيٌّ) مثل بُرّةٍ وبُرى... وقال بعضهم: سمعت لغاتَهُم بفتح التاء شبّهها بالتاء التي يوقف عليها بالهاء والنسبة إليها (لُغَوِيٌّ) ولا تقل لَغَوِيٌّ³ ».

نستخلص مما سبق أنّ المفهوم اللّغوي حسب هؤلاء العلماء يتمحور حول الكلام الذي لا فائدة منه، وهذا عين ماأكده القرآن الكريم، يقول " ابن كثير" (ت774هـ): « في تفسير كلمة اللّغو، في قول الله عزّوجلّ ﴿وَالَّذِينَ هُمْ عَنْ اللَّغْوِ معرضون﴾ سورة المؤمنون الآية3. أيّ معرضون عن الباطل، وما لا فائدة فيه من الأقوال والأفعال⁴ ».

¹ ابن منظور، لسان العرب، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، 2005م، مج8، (مادة لغا)، ص679، 680.

² ابن فارس، معجم مقاييس اللّغة، تح، عبد السلام محمد هارون، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ج5، (مادة لغو) ص255، 256.

³ الرازي، مختار الصّحاح، دار المعاجم، مكتبة لبنان، ساحة رياض الصلح، بيروت، 1986م، (مادة لغا)، ص250.

⁴ محمد علي الصابوني، مختصر تفسير ابن كثير، شركة الشهاب، الجزائر، 1990م، ج2، ص559.

ب) اصطلاحاً:

اختلفت المفاهيم فيما تعلق بمفهوم اللّغة اصطلاحاً، وهذه بعض المفاهيم نوردها فيما يلي:

يقول ابن خلدون (ت808هـ) في تعريفه للّغة في باب علوم اللسان العربي: «اللّغة ملكة صناعية، تتكون ملكة اللّغة بتكرار المحاكاة في المفردات والتراكيب، فشأنها شأن الصّناعة التي تتكون بتكرار الحركات اللاّزمة لها، وحينما كان اللسان العربي سليماً كانت هذه الملكة سليمة... ولما فسد اللسان العربي بمخالطة الأعاجم تكونت لدى النشء ملكة لغوية ناقصة غير سليمة وكانت فصاحة القبيلة العربية في لغتها تقاس بمقدار بعدها عن مخالطة الأعاجم.»¹

إنّ مفهوم اللّغة حسب ابن خلدون يرتبط بجملة من المهارات كالتكرار والمحاكاة والضامن لبقاء هذه الملكة سليمة لا تشوبها شائبة، مرتبط ببعدها عن الأعاجم.

وبعدّ ابن جنّي (ت392هـ) من العلماء الأوائل الذين تحدّثوا عن مفهوم اللّغة يقول: «أمّا حدها فإنّها أصوات يعبر بها كلّ قوم عن أغراضهم... وأمّا تصريفها ومعرفة حروفها فإنّها فُعْلَةٌ من لَعَوْتُ أي تكلمت...»².

من خلال هذا المفهوم نستطيع استنتاج أنّ اللّغة وفق ابن جنّي وُجدت لتلبية حاجات ومتطلبات الإنسان من خلال تلك الأصوات المنطوقة.

ويقول حسن ظاها (ت1999م) في مفهومه للّغة: «أنّ اللّغة ظاهرة فكرية إنسانية لا يمكن أن تنشأ إلّا في مجتمع يحتاج أفرادها إلى التّعامل بعضهم مع بعض»³.

¹ ابن خلدون، المقدمة، تح علي عبد الواحد وافي، دار النهضة مصر للنشر والتوزيع، ط7، 2014م، ج3، ص 1328.

² ابن جنّي، الخصائص، تح محمود على النّجار، دار الكتب المصرية، ج1، 1957م، ص 33.

³ حسن ظاها، اللسان والإنسان مدخل إلى معرفة اللّغة، دار القلم لطباعة والنشر، ط2، 1990م، ص91.

يتبيّن لنا في ثنايا حديث هؤلاء عن مفهوم اللّغة، أنّها تتعالق وتتقاطع فيما بينها، أي اللّغة وُجدت بوجود الإنسان، وهي وسيلة من وسائل الاتصال والتفاهم بين الأفراد والمجتمعات.

❖ عناصر اللّغة ووظائفها عند رومان ياكبسون (Roman Jakobson (ت1982م):

إنّ الغاية التي وجدت من أجلها اللّغة هي التّواصل، والتّفاعل، والتّأثير، ونقل الأفكار والمعارف، فالوظيفة الأساسية والمحورية للّغة هي التّواصل، فلا تواصل بدون لغة، ومن ثمّ ارتأينا أن نشير إلى عناصر ووظائف اللّغة عند رومان ياكبسون، وللاشارة فإنّه لم يكن أوّل من أشار إلى وظائف اللّغة، بل إنّ الإرهاصات الأولى كانت عند العرب، هذا وقد بيّن أنّ للّغة بعداً وظيفياً يتمثل في ستة عناصر وست وظائف نوردّها في مايلي:

❖ عناصر اللّغة:

إنّ إنتاج الخطاب ونجاحه يشترط توفر عناصر أساسية لا يتم بدونها، فالخطاب هو الاستعمال الحقيقي للّغة، لكن هذا الاستعمال مرهونٌ بتوفر جملة من العناصر أهمها:

✓ المرسل Destinateur:

إنّه الذات المحورية في إنتاج الخطاب، باعتباره هو الذي يتلفظ به من أجل التعبير عن مقاصد معينة، فالمرسل هو مصدر الخطاب المقدّم إذ يعتبر ركناً أساسياً في الدارة التواصلية اللفظية، فهو الباعث الأول في إنشاء الخطاب وتوجيهه إلى المرسل إليه، إنّ المرسل هو الذي يوظّف اللّغة في مستوياتها المتميزة بتفعيلها في نسيج خطابه، حيث يوجه رسالة إلى المرسل إليه، وقد أطلق اللسانيون على هذا العنصر عدة تسميات متباينة مثل الباث، المُخاطَب (بكسر الطاء) أو الناقل، وأيضاً المتحدث ورغم اختلاف التسميات إلاّ أنّه طرفٌ رئيسيٌّ في الخطاب، ويستحيل على أيّ تصور لوضع تخاطبي لفظي أن يستغني جزئياً أو كلياً عن المرسل.¹

¹ ينظر: طاهر بومزير، التواصل اللساني والشعرية مقارنة تحليلية لنظرية رومان ياكبسون، الدار العربية، بيروت - لبنان ط1، 2007م ص 24، 25.

يعتبر المرسل أهم محاور العملية التخاطبية فلا يمكن الاستغناء عنه بأي شكل من الأشكال.

✓ المرسل إليه Destinataire :

هو الطرف الآخر الذي يوجه إليه المرسل خطابه، فهو الذي يحدد ما سيختاره المرسل وإن لم يكن هناك تفاعل بين الطرفين لا يتحقق التواصل، وقد أطلق عليه مجازاً مصطلح المستقبل، وهو مصطلح فيزيائي، ويقوم المرسل إليه بعملية التفكير لكل أجزاء الرسالة سواء أكانت كلمة أو جملة أو نصاً... وقد أطلق عليه دي سوسير مصطلح المتحدث "ب"، ذلك أن المتحدث "أ" عندما يرسل خطاباً معيناً إلى المرسل إليه أي المتحدث "ب"، يكون هذا الأخير هو مستقبل الرسالة، بينما لحظة الرد على الرسالة التي يستقبلها (تعقياً، إضافة تساؤلاً رفضاً) يصير المتحدث "أ" هو المستمع والمتحاور "ب" هو المتحدث كما يبدو في الرسم التالي¹



✓ الرسالة Message :

تعتبر الرسالة الجانب الملموس في العملية التخاطبية، تتجسد عندها أفكار المرسل في صور سمعية عندما يكون التخاطب شفهيّاً، كما يكون التخاطب وليد علامات خطيّة عندما

¹ ينظر: المرجع السابق، ص 25، 26.

تكون الرسالة مكتوبة، هذا وتستعمل هذه الرسالة كوسيلة مادية للاتصال، ويربط "ياكبسون" الرسالة بالاتصال اللساني عند الإنسان... كما أُطلق على مفهوم الرسالة مصطلح الخطاب الأصغر.

✓ السنن Code:

لقد تعدّدت اصطلاحات اللّسانيات بشأن هذا العنصر فبعضهم استعمل مصطلح اللّغة وبعضهم فضّل النظام، فيما أُطلق عليه البعض الآخر القدرة، ورغم تعدّد هذه الاصطلاحات إلّا أنّها ذات مدلول واحد يحيل على نظام ترميزي مشترك كلياً أو جزئياً بين المرسل والمرسل إليه "الجمهور"، ويمثّل السنن القانون المنظم للقيم الإخبارية... ونجاح العملية الابلاغية في وضع تخاطبي ما يعتمد أساساً على النظام المشترك، بحيث نجد لكل جماعة لسانية ولكل متكلم لغة موحدة... فاللّغة عند ياكبسون تمثل النظام الكلي الذي يتواجد ضمنه عدد هائل من الأنظمة الصغرى.¹

لضمان نجاح الرسالة(الخطاب)، لا بدّ من توفر نظام متعارف عليه بين كل من المرسل والمرسل إليه و إلّا كيف تتم العملية الخطابية؟.

✓ السياق Contexte:

لكل رسالة مرجع تحيل عليه وسياق معين مضبوط قيلت فيه، ولا تفهم مكوّناتها الجزئية أو تفكك رموزها السننية إلّا بالإحالة على الملابسات التي أنجزت فيها هذه الرسالة وذلك قصد إدراك القيمة الإخبارية للتخاطب، ولهذا ألحّ ياكبسون على السياق باعتباره العنصر المفعّل للرسالة بما يمدّها به من ظروف وملابسات توضيحية ويدعى أيضاً المرجع.

✓ القناة Canal:

إنّ الرسالة تتطلب توفر قناة فيزيائية وتواصل فيزيولوجي بين المرسل والمرسل إليه حيث تسمح القناة بإقامة الاتصال والحفاظ عليه، وذلك قصد التأكد من سلامة الممر الذي

¹ ينظر: المرجع السابق، ص 27، 28.

تتقل عبره الرسالة المتبادلة بين المرسل والمرسل إليه، ويحدث التواصل بين طرفي الخطاب من خلال تفعيل هذا العنصر "القناة"، وقصد تمرير أنماط تعبيرية خاصة وكذلك التأكد من سلامة وصول الرسالة إلى المرسل إليه¹.

وللإشارة أكثر فإنّ هذه العناصر الستة، لا يمكن الاستغناء عنها في التواصل اللساني الإنساني والتي أوجزناها في هذا المخطط:



❖ وظائف اللّغة:

بعد أن تطرقنا إلى عناصر التواصل اللساني عند رومان ياكبسون اتضح لنا أنّ كل عنصر من العناصر التي سبق الإشارة إليها تتمخض عنها وظائف لغوية وهذا ما أكدّه رومان ياكبسون وهي كالتالي:

✓ الوظيفة التعبيرية La fonction expressive:

ويطلق على هذه الوظيفة أيضا الانفعالية، حيث تشير بشكل مباشر إلى موقف المرسل من الخطاب الموجه إليه، فهذه الوظيفة تركز على المرسل لأنها تنزع إلى تقديم انطباع عن انفعال معين صادق أو كاذب، وتنقسم الانفعالات من هذا المنظور إلى التعبير الانفعالي الخالص عما يختلج الذات التي كانت مصدراً للخطاب المرسل، وأخرى تجاوزت النقل المباشر للأحداث التي بين يدي المرسل تُجاهها موقفاً مميزاً يجعل الخطاب المنجز ملكاً

¹ ينظر: المرجع السابق، ص ص، 30، 33، 34.

له... وتركز الوظيفة الانفعالية على المرسل لأنها تهدف إلى التعبير عن عواطف المرسل ومواقفه حول المواضيع المطروحة، ويتجلى ذلك في طريقة النطق مثلاً أو في أدوات تعبيرية كالتعجب وصيحات الاستنفار...¹

تركز الوظيفة التعبيرية على المرسل وكل ما يصدر عنه من انفعالات.

✓ الوظيفة الإفهامية La fonction cognitive :

إنها تلك الوظيفة التي يتفاعل معها مستقبل الرسالة سواءً أكان فرداً أم جمهوراً، ويطلق عليها بعض اللسانيين مصطلح التأثيرية، وهو اصطلاح مهم يمكن استثماره إلى جانب الإفهامية، ذلك أن الأول نظر إليها من وجهة نظر عقلية، بينما الثاني يحمل المدلول العاطفي للوظيفة، وتبرز هذه الوظيفة على سطح الخطاب عندما تتجه الرسالة إلى المرسل إليه.

وتظهر أيضاً من خلال إصدار أساليب النداء والأمر والنهي... فالوظيفة التأثيرية تجعل المرسل إليه والمتمثل في الجمهور، عضواً فاعلاً وبارزاً في العملية الاتصالية كما تهدف هذه الوظيفة إلى التأثير على مواقف وسلوكيات وأفكار المرسل إليه، وإقناعه وجعله يتتبعه ويتأثر لما يُبلّغ له، هذا وتتميز هذه الوظيفة بعدة سمات ممثلة في التأثير، والإقناع وهذا هو كنه الوظيفة التأثيرية ، لكن هذا التأثير والإقناع يجب أن يبتعد عن طابع الإكراه². تسعى الوظيفة الإفهامية إلى التأثير في توجهات المرسل إليه.

✓ الوظيفة الانتباهية La fonction phatique :

وتهدف هذه الوظيفة إلى المحافظة على سلامة جهاز الاتصال، والتأكد من استمرار مرور سلسلة الرسائل الموجهة إلى المرسل إليه، وهذا ما ذهب إليه **ياكوبسون** عندما أقرّ بأنّ

¹ ينظر: المرجع السابق ، ص35،36.

² ينظر: المرجع نفسه، ص39،40.

هناك رسائل توظف في الجوهر لإقامة التواصل وتمديده، كما توظّف أيضاً للتأكد مما إذا كانت دورة الكلام تشتغل؛ أي توظّف لإثارة انتباه المخاطب أو التأكد من انتباهه¹.
ترمي الوظيفة الانتباهية إلى المحافظة على استمرار الخطاب بين المرسل والمرسل إليه.

✓ الوظيفة المرجعية *La fonction référentielle*:

أطلق على هذه الوظيفة عدّة اصطلاحات إلى جانب المرجعية، فنجد مثلاً مصطلح معرفية، وأيضاً إيحائية، غير أنّ هذه المصطلحات تشترك في كونها تشير إلى الوظيفة المهيمنة، عندما تتجه الرسالة إلى السياق وتركز عليه، ولإشارة فإنّ لكل رسالة أو خطاب هذه الوظيفة المرجعية.
لهذه الوظيفة دور محوري في العملية التواصلية، فهي تربط كل خطاب بالمرجع أو السياق الذي قيلت فيه.

✓ وظيفة ما وراء اللّغة *La fonction métalinguistique*:

تستخدم مثل هذه الرسائل عندما يشعر المتخاطبان أنّهما بحاجة إلى التأكد من الاستعمال الصحيح للسنن، الذي يوظفان رموزه في العملية التخاطبية ، فيكون الخطاب مركزاً حول السنن، لأنّه يشغل وظيفة ميتا لسانية، أو الوظيفة الشارحة، أو الواصفة، إنّها لغة عن لغة فنحن نعبر بالكلام عن الكلام، أو نفسر ونشرح اللّغة باللّغة مثلاً: التلميذ عندما لا يفهم درس ما أو موضوع ما، فإنّ الأستاذ يلجأ إلى شرح ما لم يفهمه التلميذ باستعمال اللّغة أي توظيف اللّغة من أجل شرح اللّغة الغامضة .
تعنى هذه الوظيفة بشرح ما هو غير مفهوم بواسطة اللّغة، أي تفسير اللّغة باللّغة.

¹ينظر: طاهر بو مزير، التواصل اللساني والشعرية مقارنة تحليلية لنظرية ياكبسون ، ص43.

الوظيفة الشعرية La fonction poétique:

تركز هذه الوظيفة على الرسالة مع عدم إهمال العناصر الثانوية الأخرى، ونلمح تعريفها في تحديد **ياكبسون** لمجال الشعرية بوصفها علماً قائماً بذاته؛ فالوظيفة الشعرية تركز على الرسالة اللفظية مهما كان جنسها (قصيدة ، مسرحية...) ¹.

بالإضافة إلى ما أكدّه **عمر أوكان** في كتابه لغة الخطاب قائلاً: «إنّها الوظيفة الجمالية أو البلاغية، وهي المتمحورة حول الرسالة من حيث هي رسالة؛ أي إنّها مستهدفة في ذاتها باعتبارها رسالة» ².

لا تقتصر الوظيفة الشعرية على الشعر فقط بل تمتد إلى فنون أخرى كالمرسح و الرواية، القصة...

وقد مثل **ياكبسون** هذه الوظائف بواسطة الخطاطة التالية:



وللإشارة فإنّ هناك العديد من الدراسات التي تطرقت لهذا الموضوع بالشرح والتحليل ولعلّ أبرز تلك الدراسات نذكر "فاطمة الطبال بركة" في كتابها النظرية الألسنية عند "رومان ياكبسون" من الصفحة (62...74) وهذا ما بيّناه سابقاً.

¹ ينظر المرجع السابق، ص 46،52.

² عمر أوكان، اللّغة والخطاب، دار رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2011م، ص5.

❖ مستويات اللّغة وفق الطبقة الاجتماعية (اللّغة التطبيقية):

تتبادر إلى الكثير منا تساؤلات حول كيف أنّا في بلد واحد ولا نتحدث لغة واحدة ولكن هذا موجود، إذ توجد لغة واحدة تتفق عليها جميع الأطراف الاجتماعية، أمّا إذا غصنا في أعماق هذا المجتمع نجد عكس ذلك تماما، إذ نجد في البيئة الاجتماعية عدّة لغات أو لنقل عدّة لهجات، ذلك أنّه يضم عناصر بشرية مختلفة وكل عنصر من المجتمع له ظروفه الخاصة في التنشئة اللّغوية الاجتماعية، فهناك الظرف الاجتماعي السياسي، وكذا الحضاري والجغرافي، حيث تتدخل هذه الظروف في استخدامنا للّغة، فيكون ذلك الاستخدام من البيئة والأعمال التي تزاولها تلك المجتمعات، وهكذا فكل نشاط في المجتمع إلّا وله لغة خاصة تميزه، ولكل مهنة أو صناعة لغة، فمثلا الحرفيين لهم لغة مشتركة ضيقة يتعاملون بها في حدود معلومة، وهي لغة خارج اللّغة المشتركة، إذ نشأت هذه اللّغات بفعل الانعزال الذي يحس به أفراد الجماعة اللّغوية الخاصة عن المجتمع العام، وقد يكون ذلك لإنعزاله نتيجة إحساسهم بالعداء للنظام العام، إنّ هؤلاء الحرفيين يحاولون بشكل من الأشكال إخفاء أغراضهم خلف كلمات مشوهة المعنى أو هجينة، - إنّ صحّ التعبير - إلّا أنّ هذه الكلمات تقي بالغرض الذي صيغت من أجله¹.

يتحدد مستوى اللّغة حسب ما تمّ ذكره انطلاقا من البيئة التي يعيش فيها الأفراد. اللّغة التطبيقية بهذا التعبير تعدّ مجموعة من اللّغات والتراكيب اللّغوية التي تميّز جماعة من الناس يعملون في حرفة معينة، فتسمى لغة الحرفيين، والأخرى تسمى لغة الحدادين إضافة إلى لغة التّجار، وأيضا لغة البنائين، ولغة الفنانين، ولغة الطبقة السياسية حيث تمارس هذه اللّغات الجماعات المتحيزة والطوائف أو العصابات وأصحاب المهن، سعيّا من أصحاب هذه اللّغات أو بالأحرى أصحاب هذه اللهجات إلى التأثير والإقناع واستمالة الطرف الآخر لقبول توجه معين، وللاشارة فإنّ لهذه اللّغة التطبيقية ألفاظا خاصة لا يدركها

¹ ينظر: صالح بلعيد، علم اللّغة النفسي، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط2، ص 41.

إلا أصحاب المهنة، أو من يعرف سر المهنة، كما تعرف لغة هذه للطبقات باللهجة ذات الطابع المتميزة، فمن خصائصها أنها تشبه أصوات بعض الكلمات وقوانينها الصرفية، كما تستعير كلمات من اللغة العامية وتستعملها استعمالاً مجازياً¹.

تتميز اللغة الطبقية من خلال ما سبق اعتمادها على استعمال لمصطلحات خاصة لكل جماعة من المجتمع، فالتاجر له مصطلحات تنتمي إلى العمل الذي يزاوله وكذلك الأمر بالنسبة للسياسي والفنان والحرفي...

❖ مفهوم الخطاب وأنماطه:

يعتبر الخطاب مجالاً واسعاً لإبداء الآراء في مختلف جوانب الحياة السياسية، الأدبية والعقائدية، والثقافية، والإعلامية، والعلمية، وإذا كان الخطاب مجالاً لإبداء الآراء؛ فهذا يعني أنّ للخطاب لغة خاصة تختلف باختلاف التوجهات والمستويات الاجتماعية.

(أ) **مفهوم الخطاب Discours** : هو نسق من العلامات الدالة الخاصة بالأفراد أو المجتمعات أو حتى الموضوعات، وكل نسق من الأنساق الخطابية له سمات تميزه عن غيره من الأنساق، وهو مجموعة من القواعد الدلالية والكتابية والشفوية... فالخطاب ليس هو الكلام صراحة إنه يتخذ معناً جديداً في ظلّ لسانيات الخطاب، ومن ثمّ فالخطاب قد يتجاوز الكلام الذي نعبر به عما نريد، بل جعل لنُخفي ما نريد، بدليل أنّ المتكلم يمارس في خطابه نوعاً من التّظليل والتّمويه باعتباره يعيش في كنف منظومة من القوانين².

على ضوء ما تمّ ذكره آنفاً يتّضح لنا أن مفهوم الخطاب يستلزم حضور أنماط خطابية تتواصل بها الجماهير والمجتمعات وهي كالاتي:

¹ ينظر: المرجع السابق، ص 42.

² ينظر: مختار الفجاري، مقال: مفهوم الخطاب بين مرجعه الأصلي وتأصيله في اللغة العربية، مجلة جامعة طيبة للآداب والعلوم الإنسانية، 2014م، العدد 3 ص ص 532، 534، 535 .

ب) أنماط الخطاب:

إنّ مصطلح الخطاب مصطلح شائع، إذ مازال يتطور ويتسع ليشمل مختلف أنماط الخطابات، كما يمكن تصنيفها بحسب الموضوع المطروح، فنجد الخطاب القرآني، الخطاب السياسي، فالخطاب الاشعاري ، وأيضا الأدبي، بيد أنّ هذا لا يعني الاقتصار على هذه الأنماط فحسب، بل إنّ هناك أنماطا أخرى كالخطاب الثقافي و القضائي و العسكري... ونحن نراى لنا اختيار هذه الأنماط كنماذج للتطبيق.

✓ الخطاب القرآني:

» إنّ الخطاب القرآني هو من كلام الله "عزّوجلّ" متميّز عن غيره من الخطابات الأخرى، موجّها في معظمه إلى من شهدوا نزول القرآن بشكل خاص ومباشر للرسول الله "صلى الله عليه وسلم"، وبشكل عام لسائر الناس، وقد أجمع المسلمون على أنّ القرآن كلام الله، بمعنى أنّ "الله تعالى" نزّله على محمد "صلى الله عليه وسلم" ¹ إنّ الخطاب القرآني بهذا المفهوم يؤكّد حقيقة واحدة وهي أنّ مرجعيته تعود لله عزّوجلّ.

✓ الخطاب السياسي:

إنّ هذا الخطاب يتعدّى ويتجاوز البنية السطحية إلى دراسة الظروف الخارجية التي أدت إلى إنتاجه، فهو يهتم بالفكرة والمضمون ويهدف إلى التأثير والإقناع والتوجيه والضغط على المتلقي، سعيا إلى فرض نفوذه عليه، وذلك من خلال اللغة المباشرة تارةً، وغير المباشرة تارةً أخرى، والتعابير البسيطة التي وتؤثر في سلوك الآخرين، فالخطاب السياسي يرتبط بالمجتمع السياسي ².

¹ خلف داد ملك، مقال: الخطاب القرآني وأنواعه، مجلة القسم العربي، جامعة بينجاب لاهور، باكستان، 2005م، العدد 22، ص 60، 61.

² - ينظر :محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، دار النشر للجامعات، مصر، 2005م، ص 7، 8.

✓ الخطاب الإشهاري:

لما كان الخطاب الإشهاري صناعة إعلامية وثقافية، فهو يحظى باهتمام كبير في مختلف المجتمعات ويندرج الخطاب الإشهاري في إطار الممارسة الثقافية كما الخطاب الأدبي أو السميائي أو البصري، إنه يكتسي طابعا ثقافيا متميزا من خلال تلك المكونات السميائية والتداولية، بالإضافة الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية المرتبطة بالدعاية التجارية، ويتدخل في تصميم الإشهار عدة عناصر أولها اللغة، فهي عامل أساسي في تصميمه، وأيضا مختلف الإشارات، والرموز، والصورة، الصوت (الموسيقى)، وتعد اللغة في هذا الخطاب مصدر التأثير والإقناع، وذلك باختيار الألفاظ المناسبة الموجزة والتي لها وقع على نفسية الجمهور كما يهدف هذا الخطاب إلى تحقيق منفعة، بالإضافة إلى عنصر التأثير والاستمالة.¹

✓ الخطاب الأدبي:

» إنَّ الخطاب الأدبي يعيد خلق اللغة من جديد ويحررها من عاداتها ويشحنها بدلالات وإحياءات مبتكرة، فلغة الأدب هي أسمى مستويات اللغة البشرية ولا ريب في أنَّ اللغة البشرية هي نتاج تطور اجتماعي، لأنَّ الخطاب الأدبي يجنح إلى الإبداع في الممارسة اللغوية وتفجير طاقات اللغة والمغامرة في تفاصيل ابتكاراتها وقدراتها الإبداعية خدمة للغايات والأهداف المنشودة«².

بناءً على ما تمّ عرضه نستنتج أنَّ لغة الخطاب الأدبي متميزة ومنفردة عن باقي أنواع الخطابات الأخرى، إنَّها لغة إبداعية بامتياز.

¹ ينظر: كلثوم متقن، مقال: لغة الإشهار وظائفها وأنماطها وخصائصها، مجلة الأثر، جامعة قاصدي مرباح، وقلة ، الجزائر 2017م، العدد 29، ص 149، 150.

² - أحمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي أفاق وتحديات، دار هومة، الجزائر، ط2، ص 63، 57.

ثانياً: التأثير Impact:

❖ مفهوم فن التأثير:

ما هو معروف لدينا جميعاً أنّ الإنسان في أغلب ممارساته الخطابية واللغوية يرمي إلى الإقناع والتأثير في الآخرين، مستندا في ذلك على عدة طرائق وأساليب واستراتيجيات محاولاً من وراء ذلك إثبات وإيصال أفكار وتوجهات حول قضايا شتى، وعليه لابدّ من تقديم مفاهيم تخص هذا المصطلح.

(أ) لغة:

ورد في القاموس المحيط « لفظ أثر، والأثر: بقية الشيء وجمعه أثار وأثور و أثر فيه تأثراً: ترك فيه أثراً، والآثار: الأعلام، وهو نقل الحديث وروايته، والأثرية الدابة العظيمة الأثر في الأرض بحافرها»¹.

يبين " الفيروز آبادي" (ت817هـ) أنّ لفظ الأثر يطلق على بقايا الأشياء.

كما ذهب "الخليل" (ت170هـ) في معجمه العين إلى تعريف الأثر لغة بقوله: « أثر الأثر: بقية ما ترى من كل شيء، وأثر السيف ضربته، وذهبت في إثر فلان: أي استتفيتها لا يشتق منه فعل هاهنا قال:

بانث سعاد فقلبي اليوم متبول مئيم إثر من لم يجر مكبول »².

نستنتج أنّ مفهوم الأثر حسب "الخليل" يحمل نفس دلالة الأثر عند الفيروز آبادي.

وقال "ابن فارس" في مقاييس اللغة أنّ في لفظ أثر: « الهمزة، والثاء، الراء، ثلاثة أصول وتعني تقديم الشيء، ذكر الشيء ورسم الشيء الباقي»³

¹ الفيروز آبادي، القاموس المحيط ، تح، أنس محمد الشامي وزكريا جابر أحمد، دار الحديث القاهرة، 2008م، ص37.

² الخليل بن أحمد الفراهيدي، كتاب العين، تح، عبد الحميد هندائي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط2003م، مادة (أثر)، ج1، ص56 .

³ ابن فارس، مقاييس اللغة، ص53.

من خلال ما تمّ عرضه سابقاً يتضح لنا جلياً أنّ مصطلح الأثر والإثارة من الجذر الثلاثي (الهمزة، الثاء، الراء)، فهما يعودان إلى أصل واحد كما أنّ مصطلح الأثر في المعاجم اللغوية يحمل دلالة واحدة.

ب (اصطلاحاً:

إذا أمعنا النظر في مصطلح التأثير لم نجد له مفهوماً دقيقاً متفقاً عليه، فهو يتعالق ويتشابك ويتداخل مع مصطلح الإقناع.

إنّهُ أعم من الإقناع، فهو مرادف له غير أنّ ذلك الترادف هو ترادف نسبي جزئيّ ذلك هو التأثير، ويقصد به أيضاً مختلف الطرائق والأساليب والسبل التي ينتهجها المرسل لجذب واستمالة المتلقي (الجمهور)، فإذا قلنا الإقناع، فهذا يقودنا إلى التأثير، إنّهُ تلك الانفعالات والتعابير التي يصدرها المتلقي (الجمهور) تجاه قضية ما، والتأثير بهذا المعنى لا يعني أنّنا نُكره الجمهور أو جماعة ما، على انتهاج أو الاستسلام لآرائنا، إنّما يعني ذلك محاولة جعل الجمهور يرى ويتقبل أفكاراً جديدة .

إذاً التأثير هو القدرة على إحداث التغير في الآخرين، فهو عبارة عن طرائق مهذبة لإقناع الآخرين واستمالتهم.

- وللتوضيح أكثر عن عملية ومفهوم التأثير لابدّ من الإشارة إلى مفهوم الإقناع الذي يتداخل مع مصطلح التأثير... يمكن تعريف الإقناع بأنّه عملية إيصال الأفكار، وكذا القيم والمعلومات، وذلك من خلال اتباع أساليب الإيحاء أحياناً والتصريح أحياناً أخرى... ويرتبط بمفهوم الإقناع مفهوم آخر هو التأثير، إذ يكاد هذان المفهومان يكونان متلازمين، فلفظ التأثير يشير إلى أنّ العملية تبدأ من المصدر لتصل إلى المتلقي وذلك بتوفر إرادة، في حين أنّ مصطلح التأثير يشير إلى الحالة التي يكون عليها فرد ما أثناء وبعد التعرض لعملية الإقناع واستقبال الرسائل وتفاعله معها، فإذا التّأثر نتيجة للتأثير باعتبار أنّ هذا الأخير إرادة

وفعل وقدرة، وفي بعض الأحيان سلطة يمارسها المرسل لتغيير الاتجاهات والاعتقادات أو الآراء السائدة أو على الأقل تعديلها... وبهذا الشكل يكون التأثير والتأثر مرادفا للإقناع¹.

❖ إستراتيجيات وأساليب وطرائق التأثير والإقناع الجماهيري :

إنّ استمالة وإقناع الجمهور بموضوع ما يستلزم من المرسل اتباع وانتهاج تقنيات إقناعية تأثيرية، وعلى هذا الأساس نورد بعض تلك الاستراتيجيات والأساليب التي رأيناها تؤدي دوراً في التأثير الجماهيري.

✓ الاستراتيجيات التضامنية:

يسعى كل من المرسل والمرسل إليه في الإستراتيجية التضامنية إلى التعاون قصد إنجاح الخطاب، من خلال علامات لغوية معينة تشير إلى رغبة المرسل في التضامن مع المرسل إليه مما يجعله يستنتج أنّ المرسل قدّم تنازلات عن سلطته التي يتمتع بها، ويظل استعمال الإستراتيجية التضامنية مرهونا بقصد المرسل وبهدف الخطاب، فهي دليل على العلاقة الموجودة بين طرفي الخطاب، وإنّ المرسل في هذه الإستراتيجية يعبر عن مدى اهتمامه لها ورغبته في المحافظة عليها، وعليه فإنّ المرسل يطمح إلى تأسيسها من خلال التلطف بالخطاب، وذلك بأن يتقرب إلى المرسل إليه (الجمهور)، وهذا ما يجعل هذا الأخير يثق في طبيعة العلاقة التي تجمعها بالمرسل، وهذا هو كنه الإستراتيجية التضامنية، فهي تجعل مبدأ التأدب والتهذيب في الخطاب شرطاً لمواصلته واستمراره².

نجاعة الإستراتيجية التضامنية مرتبط بمدى التعاون الموجود بين طرفي الخطاب.

¹ - ينظر: إبراهيم بن صالح الحميدان، مقال: الإقناع والتأثير ، دراسة تأصيلية دعوية، مجلة الايمان ، جامعة الايمان بن سعود الإسلامية، 1426هـ، العدد 4، ص 248، 249، وينظر: عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خليفة النظرية وآلياته العلمية، دار المطبوعات الجامعية ، بن عكنون - الجزائر، ط2، 2006م ، ص 17، 18.

² - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجية الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديدة المتحدة، ط1 2004م، ص 257، 258.

✓ الإستراتيجية التوجيهية :

إذا كان الخطاب في الإستراتيجية التضامنية يراعي العلاقة الموجودة بين المرسل والمرسل إليه من خلال *مبدأ التأدب، فإنّ الخطاب في الإستراتيجية التوجيهية يعدّ توجيهاً من طرف المرسل إلى المرسل إليه لفعل مستقبلي معين، وهذا هو سبب تجاوز المرسل لتهديب الخطاب، فالمرسل في هذه الإستراتيجية لا يعمل بمبدأ التأدب، وعلى هذا الأساس فإنّ الخطاب في الإستراتيجية التوجيهية يعدّ ضغطاً وسلطةً تمارس على المرسل إليه، سواء كان فرداً أم جمهوراً، وفضلاً على هذا فإنّ الخطاب في هذه الإستراتيجية يوحي بوجود علاقة مسبقة بين طرفي الخطاب، فلغة خطاب الإستراتيجية التوجيهية تعمل على أنّها تعبير عن سلوك المرسل وتأثيره في توجهات المرسل إليه وسلوكه، وبهذا يكون استعمال الإستراتيجية نابعا عن علاقة سلطوية بين طرفي الخطاب، تظهر هذه السلطة من خلال استعمال الأدوات اللغوية كصيغ الأمر بأدواته المختلفة.¹

ما يلاحظ في هذه الإستراتيجية أنّها لا تعترف بمبدأ التأدب في الخطاب.

✓ الإستراتيجية التلميحية:

تعدّ الإستراتيجية التلميحية أحد السبل المنتهجة من طرف المرسل قصد التواصل والتفاعل والتأثير في المرسل إليه، فهي عدول عن الخطاب اللغوي المباشر وتجاوز ذلك إلى التلميح والإيحاء، إذ تحتاج وتتطلب هذه الإستراتيجية من المرسل إليه عملاً ذهنياً يتجاوز فيه الشكل اللغوي والدلالة الحرفية للوصول إلى القصد، فهي تبحث عن المعنى المراد باطنياً أو ما يصطلح عليه معنى المعنى، حيث تجعل المرسل إليه يستنتج المعنى المراد من الخطاب، وهناك مسوّغات تجعل المرسل يعدل عن استخدام الخطاب المباشر كاستعمال المجازات، والاستعارات، والتشبيه، والتهكم، فهذه المسوّغات تمكنه من تأويل خطاب المرسل إليه فيتفاعل معه قصد نجاح عملية التواصل.²

¹ - ينظر: المرجع السابق ، ص ص322، 323، 335.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص 340، 368، 369.

من أسباب نجاح إستراتيجية التلميحية اعتمادها على مختلف الصور البيانية.

✓ الحجاج:

إنّ مفهوم الحجاج يندرج ضمن ما تطلق عليه علوم الإيصال السلوك، أو الموقف الخارجي الذي يهتم بكل ما يتعلق بطريقة إيصال الرسائل وفهم دلالتها الاجتماعية في السياقات التي ترد فيها، فالحجاج هنا هو أحد أهم أساليب التأثير والإقناع، وهدف المحاجج التأثير في الملتقى فإنّ تمّ له كان الخطاب ناجحاً فعلاً، والمرسل أيّ المحاجج ليس هدفه الإفهام فحسب، بل إنّ هدفه إقناع المتلقي سواءً أكان فرداً أو جماعة (جمهور) وذلك قصد توجيهه أو تغيير موقفه تجاه قضية معينة، إذاً فالحجاج أسلوبٌ تنظيمي يراد به عرض الحجج والأدلة و بناؤها وتوجيهها نحو هدف معين يكون عادة الإقناع والتأثير في الآخر... وعلاوة على ما سبق فإنّ الحجاج عملية اتصالية لإقناع الآخرين والتأثير فيهم ضف إلى ذلك أنّه أحد أنواع الخطاب التي يعتمد إليها المخاطب "المرسل" لإقناع المخاطب "الجمهور" أو المرسل إليه والتأثير في سلوكه واستمالته نحو الواقعة المطروحة¹.

يهدف الحجاج إلى الإقناع والتأثير في المرسل إليه من خلال الأدلة والبراهين التي يقدمها المحاجج.

✓ الإعلام والإعلان (الإشهار):

يعدّ الإعلام وسيلة لنقل ونشر الحقائق والأخبار والآراء والأفكار بين الجماهير، معتمدا في ذلك على وظيفة اللغة الاتصالية التأثيرية .

فالإعلام يخاطب عقول الجماهير معتمدا على الصدق، ومختلف الأساليب اللغوية فاللغة بالنسبة للإعلام هي المنهج الذي تنقل به الرسالة من المرسل إلى المرسل إليه، وعليه

*مبدأ التأدب: هو تلك العلاقة الموجودة بين طرفي الخطاب، إذ يتخلى هذا المبدأ عن تلك الحميمية ويكتفي بالأسلوب المباشر سعيا إلى تحقيق أغراض تتعلق بالمخاطب (عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجية الخطاب، ص 258).

¹ - ينظر : بلقاسم دفة، مقال: استراتيجية الخطاب ألحاجي دراسة تداولية في الرسالة الإشهارية، مجلة المخبر أبحاث في اللغة والأدب الجزائري، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014، العدد 10، ص 496.

فإنّ لغة الإعلام تشمل كافة نواحي الحياة السياسية، والثقافية، والاجتماعية، والدينية... وتتميز لغة الإعلام بأنّها لغة مباشرة ذات تراكيب بسيطة، باعتبارها تخاطب سواد الناس الأعظم، ومنه فلا بد لهذه اللّغة أن تكون مفهومة وعادية و مؤثرة، كاستعمال أساليب متباينة كالترار وعدد من الإيماءات والإشارات وكذا *اللّغة الصامتة، فضلا على هذا أيضا هناك مصطلح الإعلان الذي هدفه نشر المعلومات الخاصة بالموضات الاشهارية والتجارية، فهو جزء من الإعلام، لأنّه يقدم معلومات عن السلع والخدمات والتعريف بها في وسائل الإعلام المختلفة، وطبعا يكون ذلك باستعمال اللّغة، فهي محور العملية الاتصالية الإعلامية¹.

وبالاستناد إلى ما سبق نصل إلى فكرة مؤداها أنّ لغة الإعلام والإعلان (الإشهار) لها تأثير فعال ومباشر في استمالة الجماهير، وعليه فإنّ اللّغة بهذا تمارس نوعا من السلطة.

✓ فن الإلقاء:

يعتمد فن الإلقاء على استخدام الكلمة استخداما مؤثرا فهو أحد الأساليب التي يلجأ إليها المرسل لاستمالة المرسل إليه "الجمهور"، وذلك في مجالات الاتصال بالجماهير المختلفة، كالخطابات والمحاضرات، الإذاعة، التمثيل، ففن الإلقاء هو فن تعبيرى يختلج النفس أولاً باللسان وبالحركة وبالإشارة مجتمعة في وقت واحد بغية الإفهام والتأثير، فهدف فن الإلقاء التنظيم والتهذيب وجعل الصوت مرنا ومطوعا، بحيث يستجيب لمختلف التغيرات فعلى من يريد التأثير أن يكون صوته مسموعا وواضحا ومعبرا، ويعتمد أسلوب الإلقاء على عاملين أساسيين، فالعامل الأول يظهر في الإقناع؛ أي إقناع المستمع بالمادة التي تمّ عرضها من طرف الخطيب وذلك بالاستناد إلى الحجج ، وأيضا يعتمد على الثقة بالنفس أمّا

¹ ينظر: مصطفى محمد حسن الحسناوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، دار أوسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن ط1، 2011م، ص48، 49، وينظر: صالح بلعيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة للطباعة و النشر والتوزيع الجزائر، ط1، 2009، ص182، 183.

*اللغة الصامتة: إنّها لغة غير شفوية، يستخدمها النسان يوميا دون وعي منه ،ويطلق عليها أيضا مصطلح السلوك أ التصرف أو لغة الإشارات(إدوارد تي هول، اللغة الصامتة،تر لميس فؤاد يحيى، دار الأهلية لنشر والتوزيع،الأردن، عمان ط1، 2007م، ص9، 10).

العامل الثاني فيتجسد في عنصر الإثارة؛ أي إثارة عواطف المستمع وأحاسيسه تجاه الخطبة.¹

يعتمد نجاح الخطابات على براعة الخطيب، وهذه البراعة تتجسد من خلال حسن الإلقاء وهذا الأخير قوامه عاملين أساسيين هما " الإقناع والإثارة " حتّى نصل إلى الهدف المنشود.

• و يشترط نجاح الإلقاء توفر بعض السمات والمميزات في المرسل ليكون خطابه مؤثرا ومقنعا، وهذه السمات نوردّها فيما يلي:

- الفطري: والمقصود به أن يتمتع الشخص الخطيب بالموهبة الفطرية، حيث تعينه على الإلقاء الجيد، ويمكن تنمية هذه الموهبة بالتدرب والممارسة.
- سعة الثقافة والإطلاع: يحتاج الملقى إلى أن يكون مزودا بقسط من الثقافة، ويمكن رسم حدود هذه الثقافة في عدة نقاط، كأن يكون مطلعا على علوم العربية من نحو وصرف إعراب، فهذه العلوم تحفظ لسان الأديب من الوقوع في اللّحن والخطأ.
- سلامة النطق: على من يجيد الإلقاء أن يكون سليما في نطقه، ليس بأعضاء نطقه عيب أو خلل، لأنّ هذا يفقد القدرة على التأثير والإقناع في الآخرين.
- حرارة العاطفة: إنّ لحرارة العاطفة أهمية بالغة في الإلقاء وإحداث الأثر المطلوب ضمن جمهور السامعين، فالمرسل (الملقي) يستطيع أن ينقل للمرسل إليه (الجمهور) الشعور بالحزن أو الفرح أو الغضب وذلك من خلال تفاعله مع القضية المطروحة.
- الصدق: لابدّ للملقي ها هنا أن يكون صادقا في كلامه.

¹ يوسف مسلم أبو العدوس، المهارات اللّغوية وفن الإلقاء، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الاردن، ط3، 2010م ص115.

- جهازة الصوت وموسيقاه: إذ يساعد المتحدث على التأثير في نفوس الآخرين وجلب انتباههم، آخذا بعين الاعتبار مقدرة الصوتية والمكان، لأنّ الصوت في الأماكن المغلقة أقوى سماعا منه في الأماكن المفتوحة¹.
- إلى جانب ما تم ذكره من استراتيجيات وأساليب خاصة للتأثير على الجمهور وإقناعه هناك أيضا مجموعة من الأسس تقوم عليها عملية التأثير والإقناع، بحيث تكون هذه العملية فعالة وحيوية، نوجز تلك الأسس والعوامل فيما يلي :
- الصياغة الواضحة لرسالة: ويعني هذا وضوح الهدف من الإرسال والوثوق من النفس عمّا يريد المرسل الإفصاح عنه.
- التفاعل مع الآخرين وإقامة الصلات معهم: ويتحقق ذلك من خلال التواصل والتفاعل مع الآخرين، عن طريق الحوار وتبادل الأفكار والآراء ووجهات النظر.
- الموضوعية: وتتجسد من خلال التزام المستمع وعدم تحيزه للأفكار المسبقة.
- التخطيط الجيد لعملية الإقناع: ويتحدد ذلك من خلال التخطيط في التفكير الجيد وفي الوقت المناسب لإرسال الرسالة.
- وما هو جدير بالذكر في هذا المضمار أنّ عملية التأثير والإقناع لا تكون ذات فعالية إلاّ إذا تمكّنّا من الإجابة عن مجموعة من الأسئلة.
- لماذا؟: ويتعلق هذا الأمر بالهدف المنشود والمقصود من وراء عملية الإقناع إذ يعني هذا تحديد الهدف الذي نريد أن نصل إليه.
- ماذا؟: بمعنى ماذا نريد أن نقوم أو نكتب، وما هو مضمون الرسالة الخطابية .
- من؟: ويتعلق الأمر في هذه الخطوة بالجمهور المستهدف الذي توجّه إليه الرسالة الإقناعية وهذا يتطلب معرفة الجمهور وطبيعته.

¹ المرجع السابق، ص 191، 190 .

➤ كيف؟: ويتعلق هذا السؤال بآلية الإقناع التي يتبنّاها المقنع، والتي بموجبها يستطيع التسلّل إلى قلب وعقل المرسل إليه.

➤ متى؟: يتناول هذا السؤال مسألة الزمن الذي ترسل فيه الرسالة، فالرسالة الإقناعية تتطلب استعداداً نفسياً وعقلياً ومحيطياً من طرف المرسل إليه.

-إرجاع الأثر: وهو يشير إلى معرفة مستوى الإقناع الذي أحدثته الرسالة في الجمهور.¹
إنّ عملية التأثير والإقناع لا تتم عبثاً إنّما يجب علينا التخطيط لها مسبقاً حتّى تثبت فعاليتها.

ثالثاً) الجمهور Public:

إذا دققنا النظر في مصطلح الجمهور وجدناه يتميّز بالعديد من الخصائص والمميّزات التي ساهمت في تبلوره وتكوينه، وقبل الخوض في الحديث عن تلك الخصائص والمميّزات لا بدّ لنا قبل هذا من إعطاء مفاهيم حول مصطلح الجمهور.

❖ مفهوم الجمهور:

قبل الشروع في الحديث عن الجمهور لابدّ من تحديد مفهومه لغة واصطلاحاً، وهذه بعض المفاهيم نوجزها في ما يأتي:

لغة:

يقول ابن دريد في جمهرة اللّغة: «وجمهور الشّيء معظمه، جمهرتُ الشيء: أخذت جمهوره وهو معظمه، و الهمرجة الخفة والسرعة، و قالوا: اختلاط الشيء بعضه ببعض».²
يدور مفهوم الجمهور حسب ابن دريد حول الاختلاط.

¹ ينظر: مصطفى حجازي، الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة، المركز العربي لتطور الإداري، بيروت، لبنان 1982م، ص164، 168، نقلاً عن عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، دار المطبوعات الجامعية، بن عكنون-الجزائر، ط2، 2006م، ص ص22، 23، 29، 30.

² ابن دريد، جمهرة اللّغة، تح، رمزي منير بعلبكي، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، ط1، ج1، 1987م، ص1138.

وأورد ابن منظور في لسان العرب مفهوماً للجمهور: « جمهور: جَمَهَرَ له الخبر وأخبره بطرف له على غير وجهه وترك الذي يريد، وجمهور الناس جلُّهم وجماهير القوم أشرفهم وجمهرت الشيء إذا جمعته... والجمهرة الجمع. »¹

من خلال المفاهيم السابقة الذكر يتمحور مفهوم الجمهور حول التّجمع والاختلاط.

ب) اصطلاحاً:

« تعني كلمة جمهور في معناها العادي، تجمعاً لمجموعة من الأفراد أيّاً تكن هُويّتهم القومية أو مهنتهم، أو جنسهم وأيّاً تكن المصادفة التي تجمعهم ».²

ما يستفاد من هذا المفهوم، أنّ الجمهور ذلك التجمع الذي يكون بين أفراد المجتمع مع العلم أنّ هؤلاء قد تجمعهم أو لا تجمعهم أية قرابة.

كما أورد مصطفى عليان في كتابه الاتصال والعلاقات العامة مفهوماً للجمهور من الناحية الإصلاحية: « بأنّه فئة أو جماعة من الناس تتميز عن غيرها بخصائص أو صفات خاصة وتجمع أفرادها صفات مشتركة أو روابط معينة ».³

اللافت للانتباه هنا أنّ مفهوم الجمهور يتقاطع مع المفهوم اللغوي، والمقصود به التجمع و الاختلاط بين لأفراد.

❖ كيفية التعرف على الجمهور:

هناك عدة سمات ومميزات نستطيع من خلالها معرفة الجمهور، الذي نحن بصدد مخاطبته لعلّ أهمها ما سنتطرق إليه في هذا المضمار.

¹ ابن منظور، لسان العرب، مج3 ، ص141.

² غوستاف لويون، سيكولوجيا الجماهير ، تح، هاشم صالح، دار الساقى ، بيروت-لبنان، ط1 ، 1991م، ص53.

³ ربحي مصطفى عليان و عدنان محمود الطوباس، الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1 2005م، ص263.

» لكي نتعرف على الجمهور يجب أن تقترب منه، وتدخل مع بعض أفراده في نقاش أو جدل لكي تستطيع التعرف على آرائه، وانطباعاته، في المسائل المثيرة، وحتى نتعرف على آراءه لابدّ من إتباع مجموعة من الخطوات وهذه الخطوات تتمثل في :

✓ تحديد من هو الجمهور الذي يفترض أن تتعامل معه؟.

✓ تحديد سمات الجمهور وظواهره الاجتماعية.

✓ سلوكيات الجمهور:

هي الأنماط السلوكية التي اعتاد الجمهور على إتباعها في حياته اليومية، دون أن يكون لديه المبرر الواضح لإتيان هذا السلوك مثل: العادات والتقاليد التي تؤثر على المفاهيم والتصرفات التي يقوم بها الفرد»¹.

نستنتج بناءً على هذا القول أن طبيعة الجمهور تقتضي منا اتباع خطوات تساعدنا على التقرب من مختلف الفئات الجماهيرية.

❖ خصائص الاتصال الجماهيري:

للاتصال الجماهيري بعض الخصائص التي تميزه عن غيره من أنواع الاتصال الأخرى، ومن أهم هذه الخصائص والمميزات نذكر منها:

✓ » يتطلب الاتصال الجماهيري وجود وسيلة اتصال جماهيرية مثل: الكتب، المجالات الصحف الإذاعة، التلفزيون، المسرح...

✓ يتطلب الاتصال الجماهيري وجود جمهوراً كبيراً يقرأ و يسمع ويشاهد وقد يصل هذا الجمهور إلى الملايين.

✓ يتطلب الاتصال الجماهيري وجود جهة معينة (شخص أو هيئة) للتحكم في الرسائل التي ستبث إلى الجمهور.

✓ للمرسل إليه حق اختيار وسيلة الاتصال الجماهيري.

¹ المرجع السابق، ص 278.

✓ تحاول وسائل الاتصال الجماهيري كسب أكبر قدر ممكن من الجمهور من خلال السير في خط وسط يتجمع حوله أكبر قدر ممكن من الناس «¹

الاتصال الجماهيري يتطلب منّا دراسة معمقة وشاملة لمعرفة تطلعاته وأهدافه.

❖ العوامل المؤثرة في تشكيل آراء الجماهير: غوستاف لوبون Gustav lu pone

هناك العديد من العوامل والمسوّغات التي تساهم وتتدخل في تشكل وتبلور الرأي العام للجمهور لعلّ أبرز تلك العوامل التي نقلنا منها بتصرف من كتاب "سيكولوجيا الجماهير" لـ: "غوستاف لوبون"

• الصور والكلمات والشعارات:

إنّ مخيلة الجماهير وفكره تتأثر وبشكل خاص بالصّور، فهي تبهره وتأسره غير أنّه إذا لم تتوفر الصّور، فإنّنا من الممكن أن نثير فكر وخيال الجمهور عن طريق الاستخدام الذكي للكلمات والعبارات، والذي من خلاله نستحضر تلك الصور، ففوة الكلمات مرتبطة بالصور التي تثيرها، وهي مستقلة تماما عن معانيها الحقيقية، وللإشارة فإنّ في أغلب الأحيان الكلمات التي يصعب تحديد معانيها بشكل دقيق، هي التي تملك أكبر قدرة تأثيرية... يؤكد "لوبون" أنّ الكلمات ليس لها إلاّ معاني متحرّكة ومؤقّنة ومتغيّرة من عصر إلى عصر، ومن جمهور إلى جمهور، وعندما نريد أن نؤثر على الجمهور بواسطتها، فإنّه ينبغي علينا أولاً أن نعرف ما هو معناها بالنسبة له في لحظة معينة.²

يؤكد لوبون من خلال قوله هذا أنّ فكر الجمهور مرتبط بقوة تأثير الكلمة .

• الأوهام:

تعرّضت الشّعوب على اختلافها وتنوعها لتأثير الأوهام، وذلك منذ فجر البشريّة، إذ يظهر ذلك التأثير من خلال إقامة الكثير من المعابد، والهيكل، فكانت في الماضي القديم

¹ المرجع السابق، ص 168، 196.

² ينظر: غوستاف لوبون، سيكولوجيا الجماهير ص ص 116، 115، 118.

أوهاماً دينية ثم أصبحت فلسفية، واجتماعية في وقتنا الحاضر، فابسم تلك الأوهام أقيمت كل معابد مصر والنصب التذكارية والدينية في القرون الوسطى.

وهذا ما يجعلنا نستنتج تأثير الأوهام في تشكّل آراء الجماهير.

• التجربة:

إنّ للتجربة تأثيراً فعالاً في تشكيل بعض الحقائق والآراء في نفوس الجماهير بشكل راسخ، وتدمير الأوهام التي أضحت تشكل خطورة على فكر وآراء الجماهير خاصة العقائدية.

• العقل:

للعقل هو الآخر تأثير في تشكيل آراء الجماهير، لكن هذا لا يعني أننا نعتمد بشكل أساسي على العقل، فبعض الخطباء مثلاً عندما يلقون خطاباتهم لا يتوجّهون أبداً إلى عقول الجماهير، وإنما إلى عواطفهم فلكي نقتنع ونؤثّر في الجماهير، حريّ بنا أن نفهم العواطف... فالخطباء الذين يعتمدون على المحاجات العقلانية لا يؤثرون في الجماهير لأنهم أهملوا جانب مهم وهو العاطفة¹.

❖ أنواع الجماهير:

تختلف الجماهير باختلاف المادة المعروضة أمامهم فنجد الجمهور المؤيّد فالمعارض وكذلك المحايد، صف إلى ذلك الجمهور غير المهتم بالموضوع، إضافة إلى كلّ هذا نجد الجمهور المختلط، الجمهور المختص، جمهور العامة، جمهور الفئات المتجانسة، وللحديث أكثر عن هذه الأنواع لا بدّ لنا من التفصيل والشرح، ولإشارة فإنّ هناك كتب أخرى قد تطرقت إلى هذه الأنواع منها كتاب "الاتصال والعلاقات العام" لـ: "ربحي مصطفى عليان" إلّا أنّنا لاحظنا اختلافاً في التسمية لكن المضمون يتشابه.

¹ ينظر: المرجع السابق، ص ص، 121، 123، 124.

• الجمهور المؤيد:

«إنّ ذلك الجمهور المؤيّد لفكرتك وموضوعك مثلاً عندما تخاطب المسلمين عن أهمية نصرّة "النّبي صلى الله عليه وسلّم"، فهذا الجمهور نستطيع التّواصل معه، حيث نجد الخطيب يستثير عواطفهم وتعزيز مواقفهم وتذكيرهم بأهميّة الموضوع، مع طرح العديد من الشّواهد والإثباتات والكثير من القصص والتّجارب، ثمّ يقدم لهم الحلول والإجراءات.¹ إنّ هذا النوع من الجماهير توفّر فيه طبيعة الحجج والشواهد المطروحة أمامه، فإذا كانت هذه الأدلة مقنعة كان الجمهور مؤيداً للقضية.

• الجمهور المعارض:

«هو جمهور يعارض فكرتك ومنهجك وتكون المعارضة والرّفص في أوجّها وأعلى مستوياتها عند بداية الحديث، لذلك عليك أن تبدأ بداية مشوقة وحاول أن تترك انطباعاتاً إيجابياً عنك ليمتدّ جسر التّواصل مع هذا النوع من الجمهور، وذلك من خلال الحديث عن نقاط الاتفاق والالتقاء معهم، ثمّ بعد ذلك انتقل إلى موضوعك مبتدئاً بمخاطبة العقول مستنداً إلى البراهين والحجج، بل أذكر نقاط ضعفك وركّز على الفائدة المرجوة منها مع الالتزام بالحدّز في حركاتك وكلماتك.²»

يوضح ياسر بن بدر الحزيمي أنّ الخطيب هو الذي يحدّد هذا النوع من خلال كفاءته وقدرته على الإقناع والتأثير.

¹ ياسر بن بدر الحزيمي، المتحدث البار، دار قرطبة للنشر والتوزيع، ط5، 2013م، ص134.

² المرجع نفسه، ص نفسها.

• الجمهور المحايد:

«جمهور لا يؤيد ولا يعارض الفكرة، ولكنّه يحتاج إلى إقناع وتوجيه، لذا لا بدّ من ذكر مزايا فكرتك وتدعيم حديثك بالقصص والتجارب، وذكر الحقائق والآراء والتوجّهات التي تخالف هذه الفكرة، ثمّ أذكر جوانب التّمييز في فكرتك»¹.

لابدّ على الخطيب في هذا النوع أن يكون ذكياً وبارعا في طرحه للقضية، بالاستناد إلى جملة من الحقائق سعياً منه إلى تغيير وجهة نظره على الأقل.

• جمهور غير مهتم بالموضوع:

«إذا كان غير مهتم بالموضوع فأفضل طريقة لجذب انتباههم هي القصة، فلا بدّ من البدء بقصة تكون بمثابة المدخل لموضوعك، ثمّ ألقت نظرهم لأهمية الموضوع بالنسبة لهم وعزز حديثك بالحقائق والإحصاءات، إذ يتحول هذا الجمهور إلى جمهور مهتم لما تقول»².

من خلال ما ورد نصل إلى فكرة مفادها أنّ إقناع الجمهور يتطلب تقديم بعض القصص والمواعظ لتغيير وجهة نظر الجمهور أو تعديلها على الأقل.

• الجمهور المختلط:

«هو ما بين مؤيد ومعارض، ومهتم وغير مهتم، وهذا النوع من الجماهير يعدّ أكثر الأنواع انتشاراً بسبب الانفتاح العلمي، وتقنيات التّواصل المتقدّمة لذا يجب عليك (المرسل) المزاجية بين الأنواع والخلط بين الأساليب، وذلك بطرح جميع الآراء ومناقشتها وترجيح صوابها من خطئها بالاعتماد على الأدلة والبراهين»³.

تأسيساً على ما تمّ ذكره يظهر أنّ الجمهور المختلط يضم جميع الأنواع الأربعة السابقة.

¹ بدر ياسر الحزيمي، المتحدث البار، ص135.

² المرجع نفسه، ص نفسها.

³ المرجع نفسه، ص نفسها.

• الجمهور المختص:

«ويقصد به جمهور ذو ثقافة عالية أو متخصص في مجال معين كجمهور المؤتمرات العلمية والمحاضرات الأكاديمية، وللتحدث يقول عبد الكريم بكار اعتمد على الإقناع العقلي بدلا من التأثير العاطفي، طرح الموضوع بمنطقية والإكثار من الحجج والبراهين، والابتعاد عن القطع والجزم في الطرح، طرح وجهات النظر المتباينة¹ .»

الجمهور المختص هو جمهور الطبقة الراقية من المجتمع.

• جمهور العامة (غير مختلط):

«ويقصد به جمهور متعلم وغير متعلم أو غير مختص أو متوسط الثقافة، وللحديث مع مثل هذه الجماهير يجب:

- ✓ الإكثار من التشبيهات والقصص والأمثلة لتوضيح فكرة ما.
- ✓ جعل الحديث واضحا لتجنب الفهم الخاطئ.
- ✓ تحريك عواطفهم .
- ✓ الابتعاد عن المعلومات المعقدة و المصطلحات غير مفهومة.
- ✓ الحذر من الأفكار الجديدة التي تخالف ثقافة ومعتقدات الجمهور² .»

يقتضي التعامل مع هذا النوع من الجمهور إتباع الشفافية والوضوح و الابتعاد عن الغموض.

• جمهور الفئات المتجانسة:

» هم أولئك المستمعون الذين تجمعهم مهنة معينة أو هواية محدّدة كالعسكريين والمعلمين، والمهندسين، السياحيين، والصيادين، وغيرهم وأفضل طريقة للتواصل معهم

¹ بدر ياسر الحزيمي، المتحدث البار، ص136.

²المرجع نفسه، ص نفسها.

والتأثير فيهم هي مخاطبتهم بمفرداتهم ومحاولة الاستدلال والتّمثيل من البيئة التي يقطنونها.¹ »

- يعتمد جمهور الفئات المتجانسة على الخطابات التي تتناسب وعملهم و توجههم.
- وفي ختام هذا الفصل وبالنظر إلى ما تمّ تقديمه سابقاً من مفاهيم حول كل من اللّغة التأثير، الجمهور، خلصنا إلى تثبيت النتائج الآتية:
- ✓ يؤكد علماؤنا القدامى أمثال ابن خلدون وابن جنّي أنّ اللّغة ملكة إنسانية واجتماعية وجدت للتعبير والتواصل.
- ✓ اللّغة مرآة عاكسة لحضارة الأمم والشعوب ويتجسد ذلك من خلال مختلف الخطابات باعتبار الخطاب هو الاستعمال الفعلي و الحقيقي للّغة.
- ✓ التأثير والإقناع الجماهيري يعتمد على جملة من الاستراتيجيات والأساليب، والطرائق حتّى نقنع ونؤثر لابدّ من انتهاج سياسية تخطيطية محكمة لإيصال آرائنا وتوجهاتنا للجمهور، لكن لا يتمّ إلّا من خلال الاعتماد على اللّغة باعتبارها الوسيلة الأساسية والمحورية في التواصل الإنساني.
- ✓ هناك علاقة ترابط واتصال واستمرار وتعلق بين المفاهيم الثلاثة (اللّغة، التأثير الجمهور) فاللّغة وجدت بوجود الإنسان ورافقه منذ الأزل، فهي الأداة الرئيسة للتعبير والتواصل ونقل المعارف والأفكار لمختلف الجماهير والشعوب، فإذا العلاقة، علاقة تأثير وتأثر.

¹. بدر ياسر الحزيمي، المتحدث البار، ص 136.

الفصل الثاني

فاعلية النص التواصلي في التأثير والتعبئة الجماهيرية
دراسة تطبيقية.

أولاً: الخطاب القرآني وتأثيره

ثانياً: الخطاب السياسي وتأثيره

ثالثاً: الخطاب الأدبي وتأثيره

رابعاً: الخطاب الإشهاري وتأثيره

خامساً: خطابات مختلفة وتأثيراتها

بعدما تناولنا في الفصل النظري ضبطاً للمفاهيم المشكلة لموضوع بحثنا، ها نحن الآن في الجزء التطبيقي نسعى جاهدين إلى دراسة بعض النماذج التي نظرنا لها في الفصل الأول، حيث رأيناها تتناسب وموضوع بحثنا، فسنقوم بتحليل تلك النماذج من خلال إبراز قدرة اللغة ودورها في استمالة الجماهير، والتأثير فيها وإقناعها، وذلك بالاستناد إلى بعض النماذج الخطابية والقصائد الشعرية، والخطابات الإشهارية... كما سنحاول أيضاً دراسة نماذج لعينات مختلفة.

أولاً: الخطاب القرآني وتأثيره:

ينفرد الخطاب القرآني عن الخطابات الأخرى من الناحية الصوتية، والمعجمية التركيبية، والتداولية، فهو خطاب منزّه عن الخطأ كيف لا وهو كلام الله عزّوجلّ الذي تحدّى به سبحانه وتعالى أهل الفصاحة والبيان من العرب وغير العرب، فوقفوا عاجزين أمام هذا الخطاب المتميز إذ يستحيل على أي بشر أن يأتي بمثله. قال الله تعالى:

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ فِي رَيْبٍ مِّمَّا نَزَّلْنَا عَلَىٰ عَبْدِنَا فَأْتُوا بِسُورَةٍ مِثْلِهِ وَادْعُوا شُهَدَاءَكُمْ مِنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ﴾ [سورة البقرة: الآية 23].

أ/ تجليات تأثير الخطاب القرآني في نفوس المؤمنين:

للخطاب القرآني تأثير عظيم في النفوس سواءً تعلق الأمر بالمؤمنين الذين آمنوا به واتخذوه منهجاً في حياتهم، أو الكافرين الذين تكبروا وصدّوا عنه، كما امتد تأثير القرآن الكريم حتّى إلى عالم الجن، وهذا ما سنحاول تتبعه من خلال ما يأتي: قال الله تعالى:

﴿اللَّهُ نَزَّلَ أَحْسَنَ الْحَدِيثِ كِتَابًا مُتَشَابِهًا مَثَانٍ تَقْشَعِرُّ مِنْهُ جُلُودُ الَّذِينَ يَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ ثُمَّ تَلِينُ جُلُودُهُمْ وَقُلُوبُهُمْ إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ ۚ ذَٰلِكَ هُدَىٰ اللَّهِ يَهْدِي بِهِ مَن يَشَاءُ ۚ وَمَن يُضْلِلِ اللَّهُ فَمَا لَهُ مِن هَادٍ﴾ [سورة الزمر الآية 23].

نستخلص من خلال الآية الكريمة التي سبق ذكرها فاعلية وقدرة الخطاب القرآني على التأثير في المؤمنين (الجمهور)، ويتمظهر ذلك التأثير من خلال تلك القشعريرة التي تصيب جلودهم، ثم بعد ذلك تلين تلك الجلود بمجرد ذكر الله سبحانه وتعالى، وهذا عين ما أكدّه

صاحب كتاب صفوة التفاسير **محمد علي الصابوني** موضحاً قوله تعالى: ﴿ تَقْشَعِرُّ مِنْهُ جُلُودُ الَّذِينَ يَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ ﴾؛ «أي تعتري هؤلاء المؤمنين خشية وتأخذهم قشعريرة عند تلاوة آيات القرآن، هيبة من الرحمان وإجلالا لكلامه، كما وضّح أيضا: ﴿ ثُمَّ تَلِينُ جُلُودُهُمْ وَقُلُوبُهُمْ إِلَىٰ ذِكْرِ ﴾؛ أي تطمئن وتسكن قلوبهم وجلودهم إلى ذكر الله»¹.

ومنه فإن الآية الكريمة تبين حقيقة تأثير القرآن الكريم في نفوس المؤمنين.

قال الله تعالى: ﴿ الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ ۖ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ ﴾ سورة الرعد الآية 28.

ولنقف مرة أخرى عند تأثير القرآن الكريم في نفوس المؤمنين في الآية الكريمة الآتية ويظهر هذا التأثير من خلال اطمئنان القلوب بذكر الله، بمعنى أنّ النفس المؤمنة تسكن وترتاح لمجرد سماع القرآن.

يقول **محمد علي الصابوني** مؤكداً ذلك: ﴿ الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ ﴾؛ «أي يهدي أهل الإنابة وهم الذين آمنوا وتسكن وتستأنس قلوبهم بذكر الله وتوحيده، وجيء بصيغة المضارع لإفادة الدوام واستمرار الاطمئنان، ويبين أيضاً قوله: ﴿ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ ﴾ ؛ أي ألا فانتبهوا أيّها القوم فإنّ بذكر الله تسكن قلوب المؤمنين فلا يشعرون بقلق أو اضطراب»².

وهنا يتجلّى تأثير خطابه سبحانه وتعالى في نفوس المؤمنين.

وعلاوة على ما تمّ ذكره حول تأثير القرآن الكريم في النفوس، نذكر في هذا المضمار « ما روي عن "عمر بن الخطاب" رضي الله عنه ، أنّه خرج يعس بالمدينة ذات ليلة، فمرّ بدار رجل من المسلمين، فوافقه قائماً يصلي فوقف يستمع قراءته، فقرأ الرجل) والطور...إنّ عذاب ربك لواقع ماله من دافع)، قال: قسم وربّ الكعبة حق، فنزل عن حمارة (أكرمكم الله)

¹ - محمد علي الصابوني، صفوة التفاسير، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2001م، ج3، ص71، 70.

² - المرجع نفسه، ج2، ص76.

فاستند إلى حائط فمكث ملياً ثم رجع إلى منزله فمكث شهراً يعود الناس لا يدرون ما مرضه رضي الله عنه وأرضاه»¹.

تبين القصة المذكورة أعلاه مدى تأثير فاعلية النص القرآني في نفوس المؤمنين.

ب/ تجليات تأثير الخطاب القرآني في نفوس الكافرين:

إنّ تأثير الخطاب القرآني لم يقتصر على المؤمنين فقط، وإنّما شمل الكافرين، فالله عزّوجلّ أنزله على نبيه صلى الله عليه وسلم مبعوثاً للبشرية كافة، فأمن من آمن وكفر من كفر

قال الله تعالى: ﴿وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ وَالْغَوْا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ﴾

[سورة فصلت الآية 26].

يظهر التأثير في هذه الآية الكريمة من خلال إعراض الكافرين عن سماع القرآن الكريم وذلك لأنّهم علّموا أنّه كلام بليغ ومؤثر، فتأمروا ودبروا تدبيراً لمنع الناس من سماعه، وذلك خشية أن تلين قلوبهم له، وهذا ما يجسد تأثير الخطاب القرآني على الكافرين.

وما يؤكد صحة ما استنتاجناه من الآية الكريمة تفسير "محمد علي الصابوني" لقوله تعالى: ﴿وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ﴾؛ «أي لما أخبر الله تعالى عن كفر "عاد" و"ثمود"، وغيرهم أخبر عن مشركي قريش وأنّهم كذبوا القرآن، والمعنى قال الكافرون بعضهم لبعض لا تسمعوا لمحمد إذا قرأ القرآن وتشاغلوا عنه، وقوله سبحانه وتعالى: ﴿وَالْغَوْا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ﴾؛ أي ارفعوا أصواتكم عند قراءته حتّى لا يسمعه أحد لكي تغلبوه على دينه»².

وللإشارة أيضاً فإنّ تأثير القرآن الكريم في نفوس الكافرين، ظهر من خلال استماعهم للقرآن خلصة وخفية على الرغم من أنّهم لم يؤمنوا به.

¹ - السيد قطب ظلال القرآن، ج6، ص3394، نقلا عن خالد علي حسين العمري، إعجاز القرآن التأثيري، رسالة ماجستير في القرآن الكريم وعلومه، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت، 1999م، ص141.

² - محمد علي الصابوني، صفوة التفاسير، ج3، ص112.

ت/ تجليات تأثير القرآن الكريم على الجن:

لقد امتد تأثير خطابه سبحانه وتعالى إلى الجن فتأثروا به، فأسلموا وهذا ما توضحه الآية الكريمة قال الله تعالى:

﴿وَإِذْ صَرَفْنَا إِلَيْكَ نَفَرًا مِّنَ الْجِنِّ يَسْتَمِعُونَ الْقُرْآنَ فَلَمَّا حَضَرُوهُ قَالُوا أَنصِتُوا ۖ فَلَمَّا قُضِيَ وَلَّوْا إِلَىٰ قَوْمِهِمْ مُّذَرِّينَ﴾ [سورة الأحقاف الآية 29].

بالتمعن في الآية السابقة يظهر لنا بوضوح تأثير الخطاب القرآني في الجن، حيث بمجرد حضورهم وسماعهم للقرآن أنصتوا لكلامه سبحانه وتعالى، والإنصات هنا أبلغ من الاستماع إذ قاد هذا الإنصات هؤلاء النفوس من الجن إلى الإيمان بالقرآن الكريم، وهذا ما يثبت تأثرهم به، ودلّ على ذلك قوله تعالى: ﴿قُلْ أُوحِيَ إِلَيَّ أَنَّهُ اسْتَمَعَ نَفَرٌ مِّنَ الْجِنِّ فَقَالُوا إِنَّا سَمِعْنَا قُرْآنًا عَجَبًا﴾ سورة الجن الآية 01.

وأكد صحة هذا القول "محمد علي الصابوني" ﴿فَلَمَّا حَضَرُوهُ قَالُوا أَنصِتُوا﴾؛ أي « فلما حضر الجنّ القرآن عند تلاوته قال بعضهم لبعض أستمعوا القرآن، وقال الصابوني عن القرطبي هذا توبيخ لمشركي قريش، أي إنّ الجنّ سمعوا القرآن فأمنوا به وعلموا أنّه من عند الله، وأنتم معرضون ومصرفون على الكفر»¹.

لقد اكتفينا بالاستشهاد ببعض الآيات القرآنية فيما يتعلق بقدرة وفاعلية النص القرآني على التأثير والإقناع في نفوس الجماهير (المؤمنين، الكافرين...) لأننا لو وقفنا على خطابه سبحانه وتعالى، لأفردنا له كتباً خاصة، فخطابه جلّ شأنه ليس كباقي الخطابات.

وكخلاصة لما تمّ عرضه، فإنّ الخطاب القرآني لا يضاهيه أيّ خطاب من الخطابات فهو ليس مجرد مفردات وتراكيب لا فائدة منها، وإنّما يحمل في ثناياه ومضمونه رؤية استشرافية للحياة البشرية، فهو يهدف إلى تحقيق الإقناع من خلال آياته التي يخاطب بها

¹ - المرجع السابق، ص 186.

العقل والوجدان البشريين، معتمداً في ذلك على استراتيجيات مختلفة تختلف باختلاف المخاطبين (بفتح الطاء).

ملاحظة:

إنّ فاعلية النص التواصلي ودوره في التأثير و التعبئة الجماهيرية، لا يعتمد على اتباع وانتهاج المرسل لتلك الأساليب والاستراتيجيات التي أومأنا إليه في الجانب النظري فقط وإنما هناك جوانب أخرى يستطيع المرسل التسلّل من خلالها للفت انتباه الجمهور، والتأثير فيه كتوظيف المرسل في خطابه مختلف الصور البيانية، وألوان البديع (الجناس، الطباق السجع...) ضف إلى ذلك أيضاً توظيف أساليب أخرى كال تكرار والاستفهام والألفاظ الغريبة بحيث تجعل المتلقي يستسيغ تلك الخطابات لمجرد إطلاعه عليها، إذ تشدّ انتباهه تلك اللغة الراقية الموحية والمعبرة .

و كتوضيح لما تمّ عرضه في الملاحظة نستشهد ببعض الآيات القرآنية التي تجلّت فيها هذه المظاهر:

أ/ الصور البيانية:

- الكناية: قال الله تعالى: ﴿ إِنَّ الَّذِينَ كَذَّبُوا بِآيَاتِنَا وَاسْتَكْبَرُوا عَنْهَا لَا تُفَتَّحُ لَهُمْ أَبْوَابُ السَّمَاءِ وَلَا يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ حَتَّى يَلِجَ الْجَمَلُ فِي سَمِّ الْخِيَاطِ ﴾ [سورة الأعراف الآية 40]. في قول سبحانه وتعالى هذا صورة بيانية ممثلة في الكناية، عن عدم قبول العمل من الكفار فلا يقبل لهم عمل أو دعاء، فهنا صورة تشدّ انتباه المتلقي وتعمل على إثارته للتمعن والتدبر في حسن تصويره سبحانه وتعالى لهؤلاء الذين تكبروا عن آياته سبحانه وتعالى.

وهناك صورة أخرى كذلك تتمثل في ولوج الجمل في سمّ الخياط، حيث جعل سبحانه وتعالى دخول الكفار الجنة مشروطاً بولوج الحبل الغليظ في ثقب الإبرة، وهذا أمر مستحيل التحقق، وعليه فلا مكان للكفار في جنة الله عزّوجلّ، يقول صاحب كتاب "أدب الخطاب في القرآن الكريم" موضحاً ما أشرنا إليه: «إنّ الذين كفروا لن ينالوا القبول عند الله ولن يدخلوا الجنة إطلاقاً وأنّ القبول والدخول أمرٌ مستحيل فالله عزّوجلّ يرسم صورة لتفتح أبواب السماء

وصورة أخرى لولوج الحبل الغليظ في سم الخياط، وفي قوله هذا تشبيه ضمني؛ أي لا يدخلون الجنة بحال من الأحوال إلا إذا أمكن دخول الحبل في ثقب الإبرة وهذا تمثيل للاستحالة»¹.

ب/ ألوان البديع:

- جناس: قال الله تعالى ﴿قاموا... فقالوا﴾ الآية 14 من سورة الكهف، جناس ناقص.
- طباق: قوله تعالى ﴿ينذر... ويبشر﴾ الآية 2 من سورة الكهف، طباق الإيجاب.
- السجع: قال الله تعالى في سورة مريم من الآية 24 إلى 32 ﴿سرياً... نجياً... فرياً... بغياً... صبيهاً... نبياً... حياً...﴾ والمقصود به انتهاء الآيات القرآنية بنفس الحرف، ويسمى بالفاصلة القرآنية.

- التكرار: ﴿فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ﴾ [سورة الرحمن الآية 16].

تكررت هذه الآية في سورة الرحمن إحدى وثلاثين مرة، فالمولى عزوجل ذكر نعمه على خلقه من الجن والإنس وذلك وفق تسلسل منطقي عجيب، فهدف التكرار هنا واضح وهو التأثير في النفوس وحثها على التدبر في آياته عزوجل، فتكرار الموجود في هذه الآية لم يكن دون فائدة "فحشاه سبحانه وتعالى الخطأ" وإنما جاء لحكمة أرادها هو، يقول عبد "الرحمان سعود إبدح": «أن حسن التكرار هنا للتقرير بالنعم المختلفة فسبحانه وتعالى كلما ذكر نعمة أنعم بها على عباده وبخ على التكذيب بها»².

- الاستفهام: يعتبر الاستفهام أحد الأساليب التي تُعتمد من أجل لفت الانتباه والتأثير في سلوك وتوجهات المرسل إليه، وخير دليل على ذلك خطاب الله عزوجل في القرآن الكريم لك الاستفهام في الخطاب القرآني لا يقصد به الاستفهام حقيقة، لأنه سبحانه وتعالى لا يستفهم عن شيء يعرفه، بل إن الاستفهام يخرج إلى معاني وصور أخرى، كتعجب أو التعجيب

¹ عبد الرحمان سعود إبدح، أدب الخطاب في القرآن الكريم، دروب الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2016م

ص40، ومحمد علي الصابوني، صفوة التفسير، ج1، ص416.

² عبد الرحمان سعود إبدح، أدب الخطاب في القرآن الكريم، ص69.

قال: الله تعالى: ﴿ أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ ۚ أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴾ سورة البقرة الآية 44.

وعليه فإنّ الصور البيانية لها دور في التصوير وتأثير بحيث تشد وتلفت انتباه المرسل إليه وتجعله يتفاعل مع الخطاب الموجه إليه من طرف المرسل.

ثانيا: الخطاب السياسي وبيان تأثيره:

يعدّ الخطاب السياسي من أكثر الخطابات إقناعا وتأثيرا بين الشعوب، وإنّ أهم ما يتميز به هذا الخطاب ارتباطه بالسياسة، هذه السياسة التي تركز على الواقع والممارسة فالخطاب السياسي ليس مجرد خطاب عابر لا فائدة منه، بل هو خطاب مخطط له مسبقا وله لغة خاصة ومؤثرة، إذ يهدف إلى البحث عن المرسل إليه أو الجمهور الذي يستطيع التحليل وفك رموزه للوصول إلى الأهداف التي يسعى الساسة (المرسل) إيصالها إلى الجماهير، وبمعنى آخر فإنّ الخطاب السياسي موجه إلى متلق مقصود.

أ- خطاب مارتن لوثر كينغ Martin Luther King (ت1968م):

ما هو معلوم لدينا جميعا أنّ للكلام قدرة هائلة على التأثير سواءً أكان الكلام شفهيّا أم مكتوبا أم مسموعا فبإمكان خطاب جيد أن يغير مجرى التاريخ، وأن يتسبب في حروب دامية، كما بإمكانه أيضا أن يؤثر في عقول الناس وقلوبهم، فيرفع معنوياتهم أو يدفن آمالهم وبإمكانه أيضا أن يدمر أو يعمر، فها هو خطاب مارتن لوثر كينغ الذي كان له دور في قلب الموازين.

إذ يعدّ خطابه أكثر الخطابات تأثيرا، فخطابه هذا يعتبر أضخم مظاهرة سياسية عرفتها البلاد على الإطلاق معنونا إياه بـ " لذي حلم أو يراودني حلم".

« لذي حلم بأن أرى في يوم من الأيام هذه البلاد تنهض لتعيش المعنى الحقيقي لإيمانها. لذي حلم بأن أرى في يوم من الأيام على التلال الحمراء لجورجيا أولاد العبيد السابقين وأولاد مالكي العبيد السابقين قادرين على الجلوس سوية حول مائدة الإخاء، هذا هو أملنا، هذا هو

الإيمان، بأنه عندما أعود إلى الجنوب بهذا الإيمان سنكون قادرين على شق جبل اليأس بصخرة الأمل.

بهذا الإيمان سنكون قادرين على تحويل أصوات الفتنة إلى لحن جميل من الإخاء. بهذا الإيمان سنكون قادرين على العمل معاً، والصلاة معاً، والكفاح معاً، والدخول إلى السجون معاً، والوقوف من أجل الحرية معاً، عارفين بأننا سنكون أحراراً يوماً ما»¹. «عندي حلم بأنه في يوم ما في "ألمباما" بمتعصبيها العميان وحكامها الذين تتقاطر من شفثتهم كلمة الأمر والنهي، في يوم ما هناك في "ألمباما" ستتشابك أيدي الصبيان والبنات السود، والصبيان والبنات البيض كإخوان وأخوات.

لدي حلم بأن أرى في يوم من الأيام حتى "ولاية المسيسيبي"، الولاية التي تتصبب عرقاً بسبب سخونة الظلم، تتصبب عرقاً بسبب سخونة الاضطهاد، تتحول إلى واحة من الحرية والعدالة.

لدي حلم بأن أطفالي الأربعة الصغار يعيشون في يوم من الأيام في دولة لن تعاملهم حسب لون بشرتهم، ولكن وفق محتوى أطباعهم، لدي حلم»².

• جداول تلخص مضامين الخطابات الآتية (السياسية، الأدبية، الإشهارية):

سنحاول من خلال الجداول الآتية تلخيص مضامين الخطابات التي سنتناولها في هذا الجزء سواءً تعلق الأمر بالخطابات السياسية أو الأدبية أو الإشهارية، أما الجزء الخاص بالخطابات المتنوعة فلم نتبع نظام الجداول، لأنّ المواضيع المطروحة في هذا الجزء لا تستدعي ذلك، حيث سنتناول في هذا الجزء اللغة، والتأثير، والجمهور، إذ سنتحدث في الجزء الخاص باللغة عن نوع الخطاب، ووظيفة اللغة وعناصرها حسب "رومان ياكبسون" باعتبارنا تناولنا ذلك في الجانب النظري، إضافة إلى مستوى اللغة حسب الطبقة الاجتماعية، أما

¹ - مايكل دجاي فريدمان، مكتب برنامج الإعلام الخارجي وزارة الخارجية الأمريكية أحرار في النهاية، حركة الحقوق المدنية في الوم أ، 2008 م، ص 45.

² - المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

الشق الخاص بالتأثير سنتطرق فيه إلى معرفة الأساليب والإستراتيجيات المستخدمة وطرائق التأثير، كما سنتحدث عن نوع الجمهور الموجه إليه الخطاب، ثم بعد هذا سنشرح ونفصل كل ما تم ذكره في كل جدول.

1/ جدول يلخص مضمون خطاب مارتن لوثر كينغ:

اللغة	مستوى اللغة	نوع الأساليب	التأثير / الإثارة	الجمهور
وظيفة اللغة				نوع الجمهور
- وظيفة تعبيرية	- خطاب موجه إلى مختلف الطبقات	- الإستراتيجية التضامنية	- الإستراتيجية	- مؤيد (السود)
- وظيفة تأثيرية	- الاجتماعية (السياسية)	- الإستراتيجية التلميحية	- الصور البيانية وألوان البديع	- معارض (البيض والسلطة الأمريكية)
- وظيفة انتباهية	- الحرفيين (البنائيين...)	- أسلوب التكرار		
- وظيفة مرجعية				
- وظيفة شعرية				

2- تحليل وبيان تأثير الخطاب السياسي "لمارتن لوثر كينغ":

أولا اللغة:

- عناصر اللغة ووظائفها:

❖ العناصر:

✓ المرسل (المخاطب): مارتن لوثر كينغ.

✓ الخطاب: لديّ حلم/ يراودني حلم.

✓ المرسل إليه(المتلقي): الشعب الأمريكي (السلطة)، الذي رفض المساواة بين البيض والسود الأمريكيين ذوي الأصول الأفريقية، مع أنّ الولايات المتحدة الأمريكية تعتبر دولة قامت على أساس الحقوق المدنية، لكن شعارها ذلك كان مجرد حبر على ورق، وأيضاً الجمهور الذي يضم مختلف فئات الشعب، حتّى البيض شاركوا في هذه المسيرة.

✓ نوع الخطاب: سياسي.

✓ مكان الخطاب: عاصمة الو.م.أ واشنطن أمام نصب لنكولن.

✓ الزمان: مارس 1963م.

✓ موضوع خطاب "مارتن لوثر كينغ":

يتناول خطابه موضوع المساواة والتمييز العنصري الذي عانى منه هؤلاء الأمريكيين ذوي الأصول الإفريقية، فكان خطابه هذا من أبلغ الخطابات المؤثرة والمقنعة، فهو وإن كان في ظاهره بسيطاً سهلاً لكن هناك خلف السطور طموحات أراد "كينغ" تجسيدها على أرض الواقع، فراح يناضل ويكافح في سبيل إحقاق العدالة والمساواة الاجتماعية.

❖ وظائف اللغة:

✓ الوظيفة التعبيرية:

تظهر هذه الوظيفة لنا من خلال الخطاب نفسه، فهناك موقف وقضية دفعت بـ"مارتن لوثر كينغ" لإنتاج خطابه هذا، فموقف المرسل من قضية "التمييز العنصري" موقف واضح ويظهر ذلك من خلال قوله: (لديّ حلم بأن أرى في يوم من الأيام أطفالاً الأربعة يعيشون في دولة لا تعاملهم حسب لون بشرتهم، لكن وفق محتوى أطباعهم) لأنّ الوظيفة التعبيرية تركز على المرسل باعتباره مصدر للخطاب.

✓ الوظيفة التأثيرية:

وقد أورد "مارتن لوثر كينغ" في خطابه علامات لغويّة أثبتت وجود هذه الوظيفة مثل قوله: "لنّ تعاملهم بحسب لون بشرتهم"، وما يميز هذه الوظيفة ابتعادها عن طابع الإكراه

وهذا ما لحظناه في خطابه، حيث ابتعد عن كل ما يجعل المرسل إليه ينفر من خطابه، فلقد طرحه بلغة أنيقة متميزة.

✓ الوظيفة الانتباهية:

قد برزت هذه الوظيفة في خطاب "كينغ" من خلال أسلوب التكرار لإثارة انتباه الجمهور الحاضر في ساحة واشنطن، ففي كل مرة يكرر لفظة لديّ حلم للفت الانتباه وأيضاً بغرض التأثير والإقناع، حيث تكررت هذه اللفظة ست مرات، لأنّ التكرار يعدّ من الأساليب البلاغية التي تؤدي وظيفة اتصالية وهي التنبيه المستمر للمتلقي، حتّى لا يغفل عن أهمية القضية المطروحة أمامه.

✓ الوظيفة المرجعية:

لمّا كان لكل خطاب سياق قيل فيه، فها هو خطاب "مارتن لوثر كينغ" تعود مرجعيته إلى تلك المرأة السوداء ذات الأصول الإفريقية "روزا باركس" التي طالبت بمقعد لها بالقسم الأمامي من الحافلة، إلّا أنّ رجلاً أبيض طلب منها التخلي عن كرسيها ليجلس هو مكانها فرضت وعلى إثر هذا كانت بداية الكفاح في سبيل تحقيق الحرية والمساواة.¹

✓ الوظيفة الشعرية:

كما سبق وأن أشرنا فإن هذه الوظيفة تتحقق من خلال تلك الإنزياحات وهذا الذي لا حظناه في خطاب مارتن لوثر كينغ مثل قوله: "شق جبل اليأس" استعارة مكنية، حيث حذف المشبه به وهو الإنسان الذي يتميز بهذه الصفة وترك قرينة "اليأس" على سبيل الاستعارة المكنية.

مستوى اللغة حسب الطبقة الاجتماعية:

أمّا إذا تحدثنا عن مستوى اللغة في هذا الخطاب فإنّه ليس موجهاً إلى الطبقة السياسية فحسب، أو طبقة الحرفيين والتجار والمحامين، بل إنّ هذا الخطاب يطرح قضية

¹ - ينظر: مايكل دجاي فيردمان، مكتب برنامج الإعلام الخارجي ووزارة الخارجية الأمريكية، ص 6.

تُعنى بها كل مستويات الطبقة الاجتماعية، "فمارتن لوثر كينغ" لم يتحدث بلغة خاصة لكل طبقة، وإنما راعى في لغته مختلف مستويات الطبقة الاجتماعية.

ثانياً التأثير:

✓ الإستراتيجية التضامنية:

وقد اصطنع "مارتن" هذا الضرب من الاستراتيجيات في مواضع متعددة من خطابه يمكننا أن نقف عند بعضها، فبمجرد التلفظ بالخطاب تتحقق هذه الإستراتيجية، "فمارتن" حققها بمجرد إلقاء خطابه، هذا ما يجعل المرسل إليه واثقاً بأن المرسل يميل إليه ميلاً طبيعياً خالياً من أي مصلحة، كما تظهر أيضاً من خلال علامات لغوية معينة تشير إلى رغبة المرسل في التضامن مع المرسل إليه، وهذا ما برز في خطاب "مارتن لوثر كينغ"، حيث تحدث بصيغة الجمع ونكران الذات مثلاً قوله: (سنكون قادرين على العمل معاً والكفاح معاً)، يقول إدريس مقبول مؤكداً دور الإستراتيجية التضامنية في التأثير على المتلقي: «في الإستراتيجية التضامنية لا يخاطب المرسل، المرسل إليه بمنطق التوجيه أو التواصل بل يحرص على الاقتراب منه بأدب، قصد التأثير فيه أكثر خصوصاً إذا علم أن القضية موضوع الحوار ليست عقلية محضة، بل يتداخل فيها ما هو عاطفي، بما هو عقلي، وبما هو اجتماعي»¹.

✓ الإستراتيجية التلميحية:

تقوم هذه الإستراتيجية على التلميح دون التصريح؛ أي استعمال الصور البيانية والتشبيهات للتملص من الخطاب، أو تجنباً لإحراج المرسل إليه، وهذا ما نجده في خطاب مارتن لوثر كينغ، الكناية مثلاً: (الجلوس سويًا حول مائدة الإخاء)، في هذا المثال كناية عن رغبة "مارتن لوثر كينغ" في بناء مجتمع يسوده السلم والاستقرار والعدالة الاجتماعية، على وجه الخصوص، كما نجد أيضاً الاستعارة المكنية في قوله: «شق جبل اليأس»، حيث حذف

¹ - الإستراتيجية التخاطبية في السنة النبوية، إدريس مقبول: مجلة كلية العلوم الإسلامية، 2014م، العدد 10، ص 45.

المشبه به وهو " الإنسان " الذي يتميز بهذه الصفة وترك لازمة من لوازمه للدلالة عليه على سبيل الاستعارة المكنية، كما نجد أيضا المجاز العقلي في قوله: (ولاية الميسيسيبي التي تتصبب عرقا).

فمارتن لوثر كينغ لا يقصد الولاية نفسها وإنما يقصد السكان الذين يسكنون الولاية، ومنه فالعلاقة علاقة مكانية.

✓ أسلوب التكرار:

برز أسلوب التكرار في هذا الخطاب بكثرة إلا أنه لم يكن من قبيل ضعف قدرة المرسل اللغوية والتداولية، وإنما لجأ إليه المرسل حتى يكون خطابه أكثر إقناعا وتأثيرا وتأكيذا وتوكيدا، مثال ذلك قوله: "لديّ حلم" حيث تكررت هذه اللفظة ست مرات، وأيضا لفظة "معا" خمس مرات، يقول محمود عكاشة مبرزا دور التكرار في التأثير: «يعد التكرار بجميع مستوياته أبرز سمات الخطاب، فهو يخلق التأثير ويعين على إقناع المتلقي، كما يسهم في تصعيد قوة الخطاب»¹.

وللإشارة فإنّ المطلع على هذا الخطاب يلحظ "مارتن لوثر كينغ" يحرص على تبليغ رسالته من خلال اعتنائه باختيار التعبيرات المملوئة بالدلالة والمعاني حتى يكون خطابه بليغا ومؤثرا.

ثالثا الجمهور:

من خلال الخطاب تبين لنا أنّ الجمهور الموجه إليه الخطاب، جمهور مؤيد يتمثل في السود وكل من رفض العنصرية، وأيضا وجود جمهور معارض متمثل في البيض والسلطة الأمريكية، على الرغم من أنّ أمريكا كانت من الدول السّابقة للاعتراف بالحقوق المدنية.

ب/ خطاب الرئيس جمال عبد الناصر (ت 1970م):

«أيّها المواطنون

¹ - محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي، ص 337.

لقد أردت أن أكون معكم اليوم وجها لوجه في هذه الظروف المؤلمة التي تتميز بها الأمة العربية...

أريد في هذه اللحظات أن يعرف الشعب العربي هنا في مصر أنه ليس هناك وقت يدعونا إلى التمسك بعروبيتنا أكثر من هذا الوقت.

إنني أعرف أن في النفوس هنا مرارة، وفي النفوس هنا ألم.

ولكن يجب أيها الإخوة أن لا نجعل الشعور بالمرارة يغلب العقل فينا والحكمة.

إنني أعلم أن هناك الآن أصواتا جريحة.

جيشنا في فلسطين سنة 1948م طعن الجيش من الخلف.

لقد ناصرنا كل ثورة تحريرية قامت في العالم العربي، ولم نجد إلا التكر من هؤلاء الذين وقفنا معهم في وجه الأخطار المحدقة بهم...»¹.

« ولقد يظهر بيننا بعض الخونة ، ولكن ينبغي لنا أن نذكر أن أهداف نضالنا الطويل لا تقوم على انفعالات الساعة...

إنني أدرك، أنني أطلب من شعب الجمهورية في هذه اللحظات تضحية ضخمة ولكنني واثق من قدرته على أدائها.

إنني أعرف أن طعنة العدو تجرح الجسد، ولكنّها لا تجرح القلب ولكن طعنة الصديق تمزق القلب أكثر مما تصيب خلايا الجسم الحي.

لقد قلت أمس، أنني أطلب من كل مواطن عربي أن يؤدي واجبه وما زلت الآن أطلب من كل مواطن عربي أن يؤدي واجبه»².

1/ جدول يلخص مضمون خطاب "جمال عبد الناصر":

اللغة	التأثير / الإثارة	الجمهور
-------	-------------------	---------

¹ - هدى جمال عبد الناصر، 60 عاما على ثورة 23 يوليو ، جمال عبد الناصر الأوراق الخاصة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2016م، ج4، ص 852-853.

² - المرجع نفسه، ص856.

اللغة	التأثير		الجمهور
	نوع الخطاب	وظيفة اللغة	مستوى اللغة
سياسي	-وظيفة تعبيرية -وظيفة تأثيرية -وظيفة انتباهية -وظيفة مرجعية -وظيفة شعرية	خطاب موجه إلى كل الطبقات الاجتماعية	-الجمهور مؤيد ومعارض أي مختلط وأیضا جمهور العامة أو جمهور غير المختص

2/ تحليل وبيان تأثير الخطاب السياسي " لجمال عبد الناصر":

أولا اللغة:

-عناصر اللغة ووظائفها:

❖ العناصر:

- ✓ المرسل: جمال عبد الناصر.
- ✓ الرسالة(الخطاب): أحداث الانفصال في سوريا.
- ✓ المرسل إليه(المتلقي): الشعب المصري وأيضا الأمة العربية.
- ✓ نوع الخطاب: سياسي.
- ✓ المكان: ميدان الجمهورية في مصر.
- ✓ الزمان: 29سبتمبر 1961م.
- ✓ موضوع الخطاب:

يعالج خطاب جمال عبد الناصر موضوع الوحدة بين مصر وسوريا وكيف حيكت تلك المؤامرة وتسببت في انفصال البلدين وسقوط الحلم العربي، حيث دعا في خطابه هذا إلى التمسك بالعروبة وتجنب الانشقاقات والانزلاق الذي يؤدي إلى ما لا يحمد عقباه، على الرغم من تلك الخيانات التي تعرض لها البلدان من طرف دول غربية، والمؤلم من ذلك دول عربية تواطأت مع هؤلاء الخونة الذين لا يشغلهم إلا قضاء مصالحهم.

❖ وظائف اللغة:

✓ الوظيفة التعبيرية:

حيث جعلت المرسل إليه يصدر موقفا من القضية المطروحة فنتج عن موقفه هذا الخطاب، فحركة الانفصال تلك جعلته يعبر عن موقفه المستنكر والرافض لانفصال هذه الوحدة بسبب التواطؤ والخيانة.

✓ الوظيفة التأثيرية:

نلمس في خطاب جمال عبد الناصر وجود وظيفة تأثيرية، من خلال مؤشرات لغوية تدل عليها كالنداء في قوله (أيها المواطنين، أيها الإخوة) وكذلك قوله: (لا تجرح...) حيث تجعل هذه الأساليب المرسل إليه يتأثر ويتفاعل مع الخطاب.

✓ الوظيفة الانتباهية:

هذه الوظيفة التي تسعى إلى الحفاظ على استمرار التواصل، فهي هو الرئيس "جمال عبد الناصر" في كل مرة يكرر لفظة "إنني" سعيا منه إلى لفت انتباه الشعب المصري والعربي إلى ضرورة الوحدة بين مصر وسوريا.

✓ الوظيفة المرجعية:

لكل رسالة كلامية (خطاب) سياق قيلت فيه ، حيث تعود مرجعية خطاب جمال عبد الناصر إلى إنشاء الوحدة المصرية السورية، ومن ثم سقوطها سنة 1961م، نتيجة مآمرات

خطت لها دول عربية بالتعاون مع دول عربية، فكان ذلك الانقلاب في 28 سبتمبر 1961م بقيادة سبعة وثلاثين ضابطاً سوريا مدعوماً من طرف رجال أعمال سوريين إقطاعيين كبار تحت شعار محاولة إصلاح الوحدة، وفي اليوم الثاني من نفس الشهر والسنة ألقى جمال عبد الناصر خطابه هذا¹.

✓ الوظيفة الشعرية:

تظهر الوظيفة الشعرية من خلال عدة مسوغات كالمجاز ومختلف الصور البيانية مثل قوله: "طعنة الصديق تمزق القلب" استعارة مكنية، حيث حذف المشبه به وهو الثوب الذي يتمزق، وترك قرينة دالة عليه على سبيل الاستعارة المكنية.

❖ مستوى اللغة حسب الطبقة الاجتماعية:

نلاحظ من خلال خطاب جمال عبد الناصر تحدثه بلغة السياسيين تارة وبلغة يفهمها الشعب تارة أخرى، ومنه فلغة خطابه تتلاءم وتتوافق مع مستوى الطبقة الاجتماعية.

ثانياً التأثير:

✓ الإستراتيجية التضامنية:

تظهر الإستراتيجية التضامنية واضحة من خلال هذا الخطاب، حيث أخذت بعداً تأثيرياً إقناعياً بفعل العلاقة الموجودة بين جمال عبد الناصر وشعبه، حيث عمل على تجسيدها من خلال عبارات التودد والإخاء كقوله مثلاً: "أيها الإخوة" استعمال صيغ الجمع مثل (جيشنا، ناصرنا، لا نجعل...).

✓ الإستراتيجية التلميحية:

قد يلجأ المرسل إلى توظيف الإستراتيجية التلميحية في خطابه لوقائع خفية لا يعلمها إلا هو في قوله: (طعنة الصديق تمزق القلب) كناية عن الغدر والخيانة التي تعرض لها البلدان، حيث لم يصرح جمال عبد الناصر بالدول التي كانت لها يد في سقوط الوحدة

¹ - ينظر: عبد الرؤوف سنو، مقال: الوحدة المصرية السورية، 1958م-1961م، لماذا لم تصح المحاولة الواحدة؟ كلية التربية في الجامعة اللبنانية، 2004م، ص4.

المصرية السورية، فاستعان بلفظ "الصدق" ولفظ "الطعنة" ليصور لنا مدى بشاعة الخيانة العربية.

✓ أسلوب التكرار:

يعدّ أسلوب التكرار من الأساليب التي يوظفها المرسل من أجل إقناع الحاضرين ولفت انتباههم، وهذا ما برز في خطاب جمال عبد الناصر من خلال تكرار لفظة "إنني" خمس مرات وكذلك تكرار بعض الأدوات التي كان لها دور في التأثير والتأكيد مثل: « لقد أن، ليس، لا، لكن، لن...».

ثالثاً الجمهور:

يظهر من خلال هذا الخطاب أنّ الجمهور الموجه إليه هو جمهور ما بين مؤيد ومعارض، فهناك من رحب بسقوط الوحدة المصرية السورية مثل: (أمريكا وبريطانيا إسرائيل وبعض الدول العربية) ، ومؤيد ممثلاً في الشعب المصري والسوري الذي تفاجئ من هذا الانقلاب الذي لم يعرف المتسبب فيه.

ت/ مقطف من خطاب الرئيس الجزائري "هوارى بومدين" (ت1978م):

«...إنّ هذا الاحتفال الرمزي البسيط ما هو إلّا إجراء جديد على طريق تدعيم هياكل الحزب...فبعد هذه السنوات الطويلة التي كانت حافلة بالنشاطات الاقتصادية... كانت حافلة بالنشاطات الثقافية والاجتماعية...كانت حافلة بالنشاطات السياسية سواءً على المستوى الداخلي أو على المستوى الدولي... كانت حافلة في ميدان بناء هياكل الدولة الجزائرية الحديثة التي بعثت من العدم بعد استعمار طال عن قرن وما يزيد عن قرن (تصفيق)... قد حان الوقت أن نعطي أهمية خاصة ومتزايدة في كل ماله علاقة بالحزب... نعطي أهمية خاصة ومتزايدة للحزب، لأنّ في النهاية الحزب هو الثورة (تصفيق)... إذن لابدّ من الاهتمام بالحزب وذلك ما حدده الميثاق الوطني... فلقد استطعنا أن نستخرج من مبادئ الدستور لي هو عبارة عن قانون عام يضبط ويحدد الصلاحيات نتاج الهيئات في مستوى الدولة... يحدد ويوضح الحقوق والواجبات في مستوى الفرد... لكن لم نكتف البلاد بعد المناقشات التاريخية

التي ستبقى ترن في أذان كل المناضلين أثناء التحضير لوثيقة الميثاق، لم نكتف بهذا، بل كان لا بدّ أن نعطي للبلاد مجلسا وطنيا، مكونا من مناضلين مخلصين يدافعون عن الوطن يدافعون عن البلاد ، ويدافعون عن المنهج الثوري»¹.

« ... اليوم أيّها الإخوة قلت حان الوقت أن نشير أو نغير اهتمام خاص، وكما عودناكم في الماضي بأننا سنخصص الوقت الأكبر من وقتنا لمتابعة نشاطات الحزب مع الإخوان المكلفين بالأعمال اليومية، ومع الإخوان المكلفين بالتنفيذ اليومي، وهذا ليس واجبي فقط، بل هو واجب كل مناضل، فالحزب هو مسؤولية كل المناضلين الذين يؤمنون بمحتوى الميثاق ويعملون من أجل تطبيقه، أقول يؤمنون بمحتوى الميثاق ويعملون من أجل تطبيقه... فلا يمكن أن نقول بأنّ الجزائر، جزائر 1977م مبقاوش فيها مناضلين »².

1/ جدول يلخص مضمون خطاب "هوارى بومدين":

اللغة		التأثير / الإثارة	الجمهور
نوع الخطاب	وظيفة اللغة	مستوى اللغة	نوع الجمهور
سياسي	-وظيفة تأثيرية -وظيفة انتباهية -وظيفة مرجعية	لغة الساسة لغة الشعب أو الشارع	جمهور مؤيد
		-الإستراتيجية التضامنية أسلوب التكرار	

2/ تحليل وبيان تأثير الخطاب السياسي "لهوارى بو مدين":

¹ - بلقرينة محمد، آليات الخطابة الجديدة مقارنة لسانية تداولية خطابات الرئيس هوارى بومدين أنموذجا، رسالة ماجستير كلية الآداب والفنون، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة وهران 1، أحمد بن بلة، 2015، ص 160.

² - المرجع نفسه، ص 161.

أولا اللغة:

-عناصر اللغة ووظائفها:

❖ العناصر:

✓ المرسل (المخاطب): هواري بومدين.

✓ الرسالة: الاحتفال بذكرى الاستقلال.

✓ المرسل إليه (المتلقي): الشعب الجزائري والطبقة السياسية في البلاد.

✓ نوع الخطاب: سياسي.

✓ مكان الخطاب: الجزائر.

✓ زمن الخطاب: 1977م.

✓ موضوع الخطاب:

يتحدث هواري بومدين في خطابه هذا عن الإنجازات التي حققتها الجزائر في السنوات الماضية داعيا في خطابه إلى ضرورة التعاون وتوحيد الصفوف لبناء مستقبل مزدهر، لكن لا يتجسد ذلك إلا من خلال مشاركة جمع الإطارات "حزب الشعب".

❖ وظائف اللغة:

✓ الوظيفة التعبيرية:

نجد الرئيس هواري بومدين يطرح بعض القضايا المتعلقة بالحزب الذي يمثل الثورة ومن ثم يصدر وجهة نظره اتجاه تلك القضايا، فهو يعبر بصدق عن تلك الإنجازات التي كانت طيلة السنوات الماضية، وينفي كل من شكك في إخلاصه لهذا الوطن.

✓ الوظيفة التأثيرية:

تظهر الوظيفة التأثيرية على سطح خطاب "هواري بومدين" من خلال عدّة علامات ومسوّغات لغوية كتوظيف أساليب النداء في قوله: "أيّها الإخوة"، كما تظهر أيضا من خلال

ردّة فعل الجماهير ففي كل مرة يكرر قضية مهمة إلّا وصفّق الجمهور لها، مما يجعلنا نستنتج أنّ الرئيس هوري بومدين استطاع بخطابه هذا التأثير في الجماهير الحاضرة.

✓ الوظيفة الانتباهية:

تسيطر الوظيفة الانتباهية بشكل واضح في هذا الخطاب وما يؤكد ذلك، أسلوب التكرار الوارد فيه، فمثلا قوله: "كانت حافلة بالنشاطات الاقتصادية" حيث تكررت جملة (كانت حافلة) أربع مرات، فتوظيفه لهذا اللون الأدبي لم يكن عبثا وإنّما لإثارة انتباه الجماهير وأيضا للحفاظ على استمرار التواصل.

✓ الوظيفة المرجعية:

كما سبق وأنّ أشرنا أنّ لكل خطاب مرجعا وظرفا خاصا قيل فيه، وخطاب "هوري بومدين" هذا جاء إحياءً لذكرى استقلال الجزائر.

❖ مستوى اللغة حسب الطبقة الاجتماعية:

إنّ المطلع على هذا الخطاب يتبين له أنّ خطاب الرئيس "هوري بومدين" وظّف لغة الطبقة السياسية عندما تحدث عن الإطارات السياسية، وأيضا عند تحدّثه عن الحزب كما وظّف أيضا اللغة التي يتحدّث بها الشارع مثل: استعمال عبارات من اللغة الدارجة نلاحظ ذلك في قوله: "نتاع الهيآت"، وأيضا "ما بقاوش فيها"، ومنه فإنّ "هوري بومدين" أثبت براعته في توظيف لغة تتلاءم مع مختلف فئات الشعب.

ثانيا التأثير:

✓ الإستراتيجية التضامنية:

حيث يظهر من خلال خطابه أنّه قد استند إلى هذه الإستراتيجية، التي يسعى المرسل إلى تحقيقها من خلال عدّة مؤشرات لغوية، كاستعمال عبارات التودد في قوله أيّها الإخوة ضف إلى ذلك التحدّث بصيغة الجمع، مثل قوله: "أنّ نعطي، أنّ نشير، كما عودناكم". فتوظيفه لهذه الأدوات في خطابه يجعل المرسل يطمئن له وبالتالي يحقق الإقناع والتأثير.

✓ أسلوب التكرار:

نلفي الرئيس **هوارى بومدين** يوظف هذا اللون الأدبي في خطابه بكثرة، لكن استعماله لهذا اللون ليس لأنه لا يملك قدرة لغوية أو تداولية، بل وظيفه لغاية إقناعية تأثيرية مثلاً: "كانت حافلة " تكرر أربع مرات ليشيد بتلك الإنجازات التي حققتها البلاد خلال حكمه وأيضاً قوله "يدافعون"، حيث تكرر ثلاث مرات وتكرر جملة "أَنْ نعطي" حيث تكرر ثلاث مرات أيضاً، وهكذا فإنّ توظيف التكرار في هذا الخطاب جاء ليؤدي وظيفة هي الإقناع والتأثير.

ثالثاً الجمهور:

يظهر من خلال خطاب الرئيس **هوارى بومدين** أنّ الجمهور الذي يوجه إليه خطابه هو جمهور مؤيد لما يقول لأنّ المواضيع المطروحة في هذا الخطاب تخص الواقع الذي تعيشه الجزائر آنذاك.

وكاستنتاج لما تمّ ذكره فإنّ اللغة في الخطاب السياسي لها قدرة ودور كبير في إثارة الجماهير، حيث تعتبر اللغة في الخطاب السياسي وسيلة الاتصال الأولى بين الشعوب يقول "محمود عكاشة" مبرزاً قدرة تأثير اللغة في الجماهير: «واللغة وسيلة الاتصال الأولى بين السلطة والجمهور لما يتوفر بها من عوامل الإدراك المشترك، فهي سريعة الفهم والتأثير والإقناع»¹، فإذا عبّر الخطاب السياسي عن العلاقة القائمة بين السلطة والمجتمع، وذلك التعبير لا يتم إلاّ عن طريق توظيف اللغة بمختلف أدواتها وأساليبها البيانية التي تؤثر في الجماهير لأنّ الخطاب السياسي يتداخل مع المجال البلاغي لأنّه ينشد التأثير والإقناع، وبما أنّ البلاغة تُعنى ببيان الكلام فهي أحد طرائق وأساليب الإقناع.

ثالثاً: الخطاب الأدبي وتأثيره (نثر، شعر):

¹ - محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي، ص5.

كثيرا ما يلجأ الأدباء والشعراء للتعبير عن مكنونات وخلجات النفس من خلال أدبهم وشعرهم، الذي يتخذونه وسيلة ومتنفسا لبث كل ما يجيش في داخلهم من أحاسيس وأفكار يصّبونها في قالب أدبي مؤثر ومقنع، ومتأثر في نفس الوقت بمتغيرات الحياة، اجتماعية كانت أو نفسية، أو وطنية، أو اقتصادية، أو سياسية، فالأدب بفرعيه النثر والشعر يعبر عن حياة الشعوب، كيف لا وهو الذي كان ديوان العرب سابقا، بل كان بمثابة الإعلام حاليا وهذا ما سنوضح من خلال اختيار نماذج شعرية وأخرى نثرية شددت انتباهنا لغتها المتميزة والراقية والمؤثرة.

أ/ خطاب البشير الإبراهيمي (ت1965م) حول القضية الفلسطينية:

تصوير الفاجعة نشرت في العدد 5 من جريدة البصائر.

لقد كان للقضية الفلسطينية حضوراً في كتابات الأدباء والشعراء، كيف لا وهي قضية دامية ومؤلمة ساكنة في قلب كل عربي خاصة الذين خدموا قضية أمّتهم العربية من خلال أدبهم الصادق والمعبر، فما هو البشير الإبراهيمي يجسد ذلك من خلال هذه القطعة النثرية.

« يا فلسطين إنّ في قلب كل مسلم جزائري من قضيتك جروحا دامية، وفي جفن كل مسلم جزائري من محنتك عبارات هامية، وعلى لسان كل مسلم جزائري في حقك كلمة مترددة هي فلسطين قطعة من الوطن الإسلامي الكبير قبل أن تكون قطعة من الوطن العربي الصغير.

يا فلسطين! إذا كان حب الأوطان من أثر الهواء والتراب والمآرب التي يقضيها الشباب فإنّ هوى المسلم لكي أنّ فيك أولى القبلتين، وأنّ فيك المسجد الأقصى الذي بارك الله فيه ¹.

«يا فلسطين! ملكك الإسلام بالسيف ولكنّه ما ساسك ولا ساس بنيك بالحيف، فما بال هذه الطائفة الصهيونية اليوم تكرر الحق وتتجاهل الحقيقة وتجحد الفضل، وتكرر النعمة، فتزاحم العربيّ الوارث باستحقاق عن موارد الرزق فيك ثم تغلو فتزعم أنّه لا شرب له من ذلك

¹- سعيد بوبقار، فلسطين في أدب الإبراهيمي دراسة تحليلية فنية، رسالة ماجستير، كلية الآداب واللغات، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2008م، ص(الملحق).

المورد،...أيها العرب! إن قضية فلسطين محنة امتحن الله بها ضمائركم وهممكم وأموالكم ووجدتكم، وليست فلسطين لعرب فلسطين وحدهم، وإنما هي للعرب كلهم ¹»

1/ جدول يلخص مضمون خطاب "البشير الإبراهيمي":

اللغة		التأثير / الإثارة		الجمهور
نوع الخطاب	وظيفة اللغة	مستوى اللغة	نوع الأساليب	نوع الجمهور
أدبي	- وظيفة تعبيرية - وظيفة تأثيرية - وظيفة انتباهية	- الطبقة المثقفة - طبقة الأدباء والشعراء	- أساليب التكرار - ألوان البديع - أسلوب الاستفهام - الإستراتيجية التضامنية	جمهور الفئات المتجانسة

2/ تحليل وبيان تأثير الخطاب " للبشير الإبراهيمي":

أولا اللغة:

- عناصر اللغة ووظائفها:

❖ العناصر:

✓ المرسل (المخاطب): البشير الإبراهيمي.

✓ الرسالة (الخطاب): القضية الفلسطينية.

✓ المرسل إليه (المتلقي): الشعب الفلسطيني والأمة العربية.

✓ نوع الخطاب: أدبي.

✓ زمن الخطاب: 5 سبتمبر 1947م.

¹ - المرجع نفسه، ص (الملحق).

✓ موضوع الخطاب: يتناول البشير الإبراهيمي من خلال هذه المقطوعة النثرية القضية الفلسطينية، هذه القضية التي كانت ولا تزال محور نقاش، فمتى يتفق العرب ويتوحدوا لاسترجاع الحبيبة فلسطين؟.

❖ وظيفة اللغة:

✓ الوظيفة التعبيرية:

تظهر هذه الوظيفة جلياً في كون البشير الإبراهيمي يعبر عن موقفه الرافض للوضع القائم في فلسطين، فالوظيفة التعبيرية تركز على التعبير عن عواطف المرسل، وهذا ما نلمسه في خطابه، مثال ذلك قوله "يا فلسطين إنك في قلب كل مسلم جزائري".

✓ الوظيفة التأثيرية:

وقد اصطنع البشير الإبراهيمي هذا الضرب من الوظائف من خلال عدّة مسوّغات ومؤشرات ظهرت على سطح هذه المقطوعة النثرية، نذكر على سبيل المثال أسلوب النداء في قوله: "يا فلسطين" وأيضاً قوله: "أيها العرب".

فالبشير الإبراهيمي يحاول التأثير في الجزائريين؛ أي جعل المرسل إليه يتأثر لما يبلغ له وهذا كنه الوظيفة التأثيرية.

✓ الوظيفة الانتباهية:

تجسدت هذه الوظيفة من خلال أسلوب التكرار الذي لجأ إليه البشير الإبراهيمي ليثير انتباه الشعب الجزائري، وأيضاً للمحافظة على استمرار التواصل بينه وبين الشعب حيث يقول "يا فلسطين" في بداية المقطوعة ثم يكررها في ثنايا المقطوعة وأيضاً في آخرها.

✓ الوظيفة المرجعية:

تصوير الفاجعة التي حدثت في 05 سبتمبر 1947م، مما جعل البشير الإبراهيمي ينشر خطابه هذا في جريدة البصائر.

❖ مستوى اللغة حسب الطبقة الاجتماعية:

وظف البشير الإبراهيمي في مقطوعته النثرية هذه لغة الأدباء والشعراء، أو لنقل لغة الطبقة المثقفة الراقية المتعلمة، ويظهر ذلك في قوله (... من قضيتك جروحا دامية... من محنتك عبارات هامية) حيث ظهر في قوله هذا لونا بديعاً وهو السجع لانتهاه الكلمة بنفس الحرف، وأيضاً في قوله " فلسطين قطعة من الوطن العربي " ويطلق على هذا النوع من الصور التشبيه البليغ.

ثانياً التأثير:

✓ أسلوب التكرار:

يعدّ التكرار من أكثر الأدوات والأساليب البلاغية استخداماً في الخطاب، باعتبار قدرته الكبيرة على التأثير في المتلقي وترسيخ الفكرة لديه، وهذا ما استنتجناه من المقطوعة النثرية للبشير الإبراهيمي، حيث تكررت لفظة فلسطين سبع مرات ليؤثر ويؤكد للمتلقي (الشعب العربي) ضرورة النهوض وتحرير فلسطين من أيدي هؤلاء الصهاينة المجرمين.

✓ ألوان البديع:

وأيضاً كان لتوظيف الألوان البديعية كالجناس والطباق، والسجع دوراً في التأثير مثلاً قوله: (هامية، دامية)، جناس ناقص والطباق في قوله (كبير، صغير) وكذلك السجع في قوله (..هامية...دامية) إضافة إلى توظيفه للمؤكدات والضمائر التي شددت انتباهنا في هذه المقطوعة مثل: (إنّ، قد، كل، فإنّ، أنّ، إنّما) والضمائر مثل هي، كاف الخطاب في قوله محنتك، حقك، قضيتك، حيث يقصد بها فلسطين، كذلك ضمير "كم" المتصل الذي يدل على الجمع في قوله: (ضمائركم، هممكم، أموالكم، وحدتكم).

كما يعدّ أسلوب الاستفهام من الأساليب التي تثير الرغبة في التفكير مما يجعل الجمهور (المتلقي) يتفاعل ويتأثر مع الموضوع المطروح، وذلك من خلال التفاعل ومحاولة الإجابة عن تلك الأسئلة وهذا ما ظهر في قول البشير الإبراهيمي، فما بال هذه الطائفة الصهيونية تنكر الحقّ؟

✓ الإستراتيجية التضامنية:

صحيح هناك مسوغات نستطيع من خلالها معرفة هذه الإستراتيجية، لكن قد تتحقق هذه الإستراتيجية من خلال ذلك الإحساس المرهف للبشير الإبراهيمي بعمق معاناة الشعب الفلسطيني، وهذا ما ظهر من بداية الخطاب إلى نهايته.

ثالثاً الجمهور:

يظهر من خلال هذه المقطوعة أنّها موجهة إلى جمهور الفئات المتجانسة، حيث يهتم هذا النوع من الجماهير بفئة تنتمي إلى تخصص معين.

ب/ مقتطف من قصيدة أبو البقاء الرندي (ت 684هـ) حول رثاء الأندلس:

يعدّ الرثاء أحد ضروب الشعر العربي وأكثرها عاطفة لأنّ منبعه هو القلب، حيث يعتمد هذا الغرض الشعري على مشاعر صادقة وأحاسيس معبرة، ولعلّ قصيدة أبو البقاء الرندي التي نضمها في رثاء المدن والممالك الأندلسية خير مثال على ذلك.

يقول "أبو البقاء الرندي" في هذا القسم من القصيدة:¹

« لِكُلِّ شَيْءٍ إِذَا مَا تَمَّ نُقْصَانُ	فلا يُغَرُّ بطيب العيش إنسانُ
هي الأمور كما شاهدتْهَا دُولُ	من سرّه رَمَنْ سَاءَتْهُ أَرْمَانُ
يُمَزَّقُ الدَّهْرُ حَنْمًا كُلَّ سَابِغَةٍ	إِذَا نَبَتْ مَسْرِفِيَّاتٌ وَخَرَصَانُ
وَيَنْتَمِي كُلُّ سَيْفٍ لِلْفَنَاءِ	كان ابن ذي يَزَنٍ والغَمْدُ غُمْدَانُ
أَيْنَ الملوك ذوي التَّيْجَانِ مِنْ يَمَنِ	وَأَيْنَ مِنْهُمْ أَكَالِيلٌ وَتِيْجَانُ
وَأَيْنَ مَا شَادَهُ شِدَادُ فِي إِزْلَامِ	وَأَيْنَ مَا سَاسَهُ فِي الْفُرْسِ سَاسَانُ
وَأَيْنَ مَا حَازَهُ قَارُونُ مِنْ ذَهَبِ	وَأَيْنَ عَادٌ وَشِدَادٌ وَقَحْطَانُ
أَتَى عَلَى الْكُلِّ أَمْرٌ لَا مَرَدَّ لَهُ	حتى قَضَوْا فكَأَنَّ الْقَوْمَ مَا كَانُوا

فَاسْأَلْ بَلَنَسِيَّةً مَا شَأْنُ مُرْسِيَّةٍ وَأَيْنَ شَاطِبَةٌ أَمْ أَيْنَ جَيَّانُ

¹ - مصطفى الشكعة، الأدب الأندلسي، موضوعاته وفنونه، دار العلم للملايين بيروت - لبنان، ط4، 1979م، ص 553، 550، 551.

وَأَيْنَ قُرْطُبَةَ دَارِ الْعُلُومِ فَكَمْ
وَأَيْنَ حِمَصٍ وَمَا تَحْوِيهِ مِنْ نَرِهِ
قَوَاعِدُ كُنَّ أَرْكَانَ الْبِلَادِ فَمَا
مِنْ عَالِمٍ قَدْ سَمَا فِيهَا لَهُ شَانُ
وَنَهَرُهَا الْعَذْبُ فَيَاضٌ وَمَلَانُ
عَسَى الْبَقَاءُ إِذَا لَمْ تَبْقَ أَرْكَانُ

يَا رَاكِبِينَ عَتَاقَ الْخَيْلِ ضَامِرَةً
وَحَامِلِينَ سَيْوَفَ الْهِنْدِ مَرْهَفَةً
وَرَا تَعِينَ وَرَاءَ الْبَحْرِ فِي دَعَةٍ
أَعْنَدَكُمْ نَبَأَ مِنْ أَهْلِ الْأَنْدَلُسِ
كَمْ يَسْتَعِثُّ بِنَا الْمُسْتَضْعِفُونَ وَهُمْ
لِمَاذَا التَّقَاطُعُ فِي الْإِسْلَامِ بَيْنَكُمْ
كَأَنَّهَا فِي مَجَالِ السَّبْقِ عِقْبَانُ
كَأَنَّهَا فِي ظِلَامِ النِّفْعِ نِيرَانُ
لَهُمْ بِأَوْطَانِهِمْ عِزٌّ وَسُلْطَانُ
فَقَدْ سَرَى بِحَدِيثِ الْقَوْمِ رُكْبَانُ
فَقَتَلَى وَأَسْرَى فَمَا يَهْتَرُ إِنْسَانُ
وَأَنْتُمْ يَا عِبَادَ اللَّهِ إِخْوَانُ؟»

1/ جدول يلخص مضمون مقطوعة "أبي البقاء الرندي":

للغة		التأثير / الإثارة	الجمهور
نوع الخطاب	وظيفة اللغة	مستوى اللغة	نوع الجمهور
أدبي شعري سياسي	- وظيفة تعبيرية - وظيفة تأثيرية - وظيفة إنتباهية - وظيفة مرجعية - وظيفة شعرية	- طبقة الحكام ورجال الساسة في دويلات شمال إفريقيا	جمهور محايد (لأن هؤلاء القادة لم يحركوا ساكنة لنصرة المسلمين في الأندلس)
			- الإستراتيجية التلميحية - أسلوب الاستفهام والتكرار

2/ تحليل وبيان تأثير مقطوعة أبي البقاء الرندي:

أولا اللغة:

- عناصر اللغة ووظائفها:

❖ العناصر:

- ✓ المرسل (المخاطب) : أبو البقاء الرندي.
- ✓ الرسالة (الخطاب): رثاء المدن الأندلسية
- ✓ المرسل إليه (المتلقي): أمراء وقادة وحكام دويلات الشمال الإفريقي من أجل نجدة الأندلس
- ✓ نوع الخطاب: أدبي (شعري سياسي).
- ✓ المكان: الأندلس.
- ✓ الزمن: 1267م.
- ✓ موضوع الخطاب:

يتحدث أبو البقاء الرندي في القسم الأول من القصيدة حول شكواه من الدهر وغدره وضرب المثل بالدول التي سقطت والملوك الذين قتلوا، ثم تحدث في القسم الثاني من القصيدة عن حسرته على المدن العزيزة والعظيمة التي سقطت، حيث كانت تتلو الواحدة منها الأخرى، مثال ذلك "بلنسية، قرطبة، حمص..." أما في القسم الثالث من نونية ابن زيدون فنجد أنه يتحدث عن استنفار المسلمين الذين يقيمون في شمال إفريقيا خلف البحار كما أنه في هذا المقطع لا يقف عند مجرد الاستغاثة وإثارة الحماس فقط، وإنما نلاحظ غضبا وسخرية من تقاعس هؤلاء المسلمين وتوبيخهم باسم الأخوة الإسلامية والرابطة الدينية.

❖ وظائف اللغة:

✓ الوظيفة التعبيرية:

تظهر من خلال هذه المقطوعة الشعرية باعتبار أن ابن زيدون يقدم انطباع وانفعال صادق، لما حلّ بالأندلس و دويلاتها، فلقد عبّر في هذه القصيدة عن موقفه وتحسره وأسفه على انقضاء الزمن الجميل في الأندلس، ويظهر ذلك من خلال قوله:

وهذه الدار لا تبقي على أحد
ولا يدوم على حال لها شأن
كم يستغيث بنا المستضعفون وهم
قتلى وأسرى فيها يهتز إنسان

✓ الوظيفة الانتباهية:

فها هو ابن زيدون يجسدها من خلال عدّة مسوّغات، كتوظيف أسلوب التكرار قصد إثارة انتباه المتلقي إلى حجم تلك المآسي التي حلت بالأندلس، ولكنّ و يا أسفاه أمراء وحكام شمال إفريقيا لم يحركوا ساكنا لإعادة مجد الأندلس وعزّها الضائع، على الرغم من استعماله للغة راقية أنيقة شدّت انتباه المتلقي .

✓ الوظيفة المرجعية:

تعود مرجعية هذه القصيدة إلى سقوط الأندلس ودويلاتها في أيدي العدو، بعدما كانت حضارة الأندلس في أوجّ عزها وازدهارها، لكنّ سرعان ما انقلبت الموازين وتلاشت تلك الحضارة، مما جعل ابن زيدون يعبر عن تلك الفاجعة والمآسي التي حلت بالأندلس، وذلك من خلال مراثيته النونية التي ألّاها سنة 1267م.

✓ الوظيفة الشعرية:

إنّها الوظيفة المهيمنة على الشعر حسب "رومان ياكبسون"، لكن هذا لا يعني إهمال الوظائف الأخرى، وتتحقّق هذه الوظيفة من خلال بنية اللّغة، ونقصد بتلك البنى مختلف الصور البيانية أو لنقل تلك الخروقات و الانزياحات التي تخرج بها اللّغة عن المألوف، وهذا ما برز في قصيدة "أبي البقاء الرندي" يقول في ذلك:

فاسأل بلنسيّة ما شأن مرسيّة
وأين شاطبة أم أين جيّان
بالنظر إلى هذا البيت نلاحظ أنّ الشاعر يستنطق المدن الزائلة، وهذا ما يطلق عليه الخروج عن المألوف فالسؤال يكون للإنسان العاقل لا المدن.

❖ مستوى اللّغة حسب الطبقة الاجتماعية:

بما أنّ هذه القصيدة الشعرية يوجهها "ابن زيدون" إلى قادة وأمراء شمال إفريقيا، فإنّ اللّغة التي استعملها لمخاطبتهم هي لغة الساسة، وهي لغة خاصة تختلف عن لغة الحديث اليومي.

ثانيا التأثير:

✓ الإستراتيجية التلميحية:

نلمس توظيف "ابن زيدون" لهذه الإستراتيجية في عدة مواضع مثلاً قوله في المقطع الثالث في البيت الأخير، حيث يسخر من تقاعس المسلمين عن نصره الأندلس.

لماذا التقاطع في الإسلام بينكم وأنتم يا عباد الله إخوان؟.

✓ أسلوب الاستفهام:

يعتبر أسلوب الاستفهام في هذه القصيدة أحد طرائق التأثير التي لجأ إليها "ابن زيدون" في نونيته هذه، حيث كرر الاستفهام في أكثر من موضع، لكنّه ليس حقيقياً وإنّما استفهام تحفيزي أراد به تعبئة هؤلاء القادة نفسياً ، كما خرج أسلوب الاستفهام إلى التحسر على سقوط دول الأندلس، فالشاعر هنا لم يكن ينتظر إجابة ، وإنّما أراد من خلال تلك الاستفهامات استثارة وإثارة هؤلاء القادة، وهكذا فإنّ اللّغة بهذا المفهوم لها دور كبير في شدد الهم، ويظهر ذلك من خلال تلك الأساليب كقوله: "أين الملوك؟، أين عاد؟، لماذا التقاطع بينكم؟".

وكذلك نلاحظ بروز أسلوب التكرار من خلال تكرير صيغة الاستفهام "أين؟" حيث تكررت تسع مرات غير أنّ هذا التكرار لم يوظفه "ابن زيدون" عشوائياً، وإنّما يعد مظهراً من مظاهر التأثير والإقناع.

ثالثاً الجمهور:

أمّا من حيث نوع الجمهور الموجه إليه الخطاب، فيظهر عليه أنّه جمهور محايد لأنّه لم يتخذ موقفاً حيال ما يحصل هناك خلف البحار.

يستخلص مما سبق أنّ الطابع العام الذي تتسم به لغة ابن زيدون في هذه القصيدة استعماله للغة راقية إبداعية، إنّها لغة متأنقة، فهي بعيدة عن العي والركاكة، إنّها سهلة وواضحة معبرة ومؤثرة، كما تتميز بالفصاحة حيث يصور وينقل بصدق إحساسه وشعوره لما حدث للمسلمين هناك في الأندلس، فلا عجب أن تترك أثرا فينا حين نقرأها وكأنك تعيش تلك الحقبة الزمنية، ومن ثم فإنّ اللغة في الخطاب الأدبي سواء تعلق الأمر بالنثر أو الشعر لها دور محوري، خاصة في إثارة العواطف والوجدان.

ت/ مقتطف من قصيدة عنتره (ت608م) الغزلية "سأحلم عن قومي":¹

كانت اللغة ولا تزال وستبقى على الدوام أداة فاعلة للخلق والإبداع والتعبير عما يجيش في النفس، والغزل أحد ضروب ذلك التعبير، حيث يستعمل الشاعر لغة مؤثرة موحية وراقية لوصف الحبيبة والتغزل بها في قالب شعري جميل، ولعلّ مقطوعة عنتره خير مثال على ذلك.

«*مُهْفَهْفَةٌ وَالسَّحَرُ مِنْ لَحَظَاتِهَا	إِذَا كَلَّمْتُ مَيِّتًا يَقُومُ مِنَ اللَّحْدِ
أَشَارَتْ إِلَيْهَا الشَّمْسُ عِنْدَ غُرُوبِهَا	تَقُولُ: إِذَا اسْوَدَّ الدُّجَى فَاطْلَعِي بَعْدِي
وَقَالَ لَهَا الْبَدْرُ الْمُنِيرُ: أَلَا *أَسْفِرِي	فَإِنَّكَ مِثْلِي فِي الْكَمَالِ وَفِي السَّعْدِ
فَوَلَّتْ حَيَاءً ثُمَّ أَرْحَتْ لِنَامِهَا	وَقَدْ نَثَرْتُ مِنْ خَدِّهَا رَطْبَ الْوَرْدِ
وَسَلَّتْ حُسَامًا مِنْ *سَوَاجِي جُفُونِهَا	كَسِيفِ أَبِيهَا الْقَاطِعِ الْمُزْهَفِ الْحَدِّ
تُقَاتِلُ عَيْنَاهَا بِهِ وَهُوَ مَغْمَدٌ	وَمِنْ عَجَبٍ أَنْ يُقَطَعَ السَّيْفُ فِي الْعَمْدِ
*مُرْنَحَةُ الْأَعْطَافِ مَهْضُومَةٌ *الْحَشَا	مُنْعَمَةٌ الْأَطْرَافِ مَائِسَةٌ الْقَدِّ
يَبِيتُ فُتَاتُ الْمِسْكِ تَحْتَ لِنَامِهَا	فِي زَادٍ مِنْ أَنْقَاسِهَا أَرْجُ النَّدِّ
وَبَيْنَ ثَنَائِهَا إِذَا مَا تَبَسَّمَتْ	مُدِيرُ مُدَامٍ يَمْزُجُ الرَّاحَ بِالشَّهْدِ

¹ -عنتره ابن شداد العبسي، ديوان عنتره، دار صادر بيروت لبنان ص 139-140.

*مهفهفه: الظامرة البطن الدقيقة الخصر، *اسفري: اكشفي عن وجهك، *السواجي: الساكنة، *مرنحة: متمائلة، *الأعطاف: الجوانب، *مهضومة الحشا: لطيفة الكشح، *مائسة القد: لها قامة متزنة

فَهَلْ تَسْمَحُ الْأَيَّامُ يَا ابْنَةَ مَالِكٍ بِوَصْلِ يُدَاوِي الْقَلْبَ مِنْ أَلَمِ الصَّدِّ؟».

1/ جدول يلخص مضمون المقطوعة الشعرية لعنترة بن شداد:

اللغة				الجمهور
نوع الخطاب	وظيفة اللغة	مستوى اللغة	نوع الأساليب	نوع الجمهور
أدبي (شعر)	- وظيفة تعبيرية - وظيفة مرجعية - وظيفة شعرية	طبقة الشعراء	- الألفاظ الغريبة - أسلوب - الاستفهام	جمهور مؤيد متمثل في المحبوبة عبلة ومعارض المتمثل في أسرة عبلة

2/ تحليل وبيان تأثير المقطوعة الشعرية لعنترة:

أولا اللغة:

- عناصر اللغة ووظائفها:

❖ العناصر:

✓ المرسل: عنترة ابن شداد.

✓ الرسالة: (الخطاب) سألحلم عن قومي.

✓ المرسل إليه: (المتلقي) عبلة ابنة عمه مالك.

✓ المكان: اليمن.

✓ الزمان: العصر الجاهلي.

✓ موضوع المقطوعة: يتحدث الشاعر عنترة في هذه المقطوعة عن جمال محبوبته

عبلة، حيث يصرح عنترة بأنها أكثر حسنا وجمالا من الشمس ذاتها، فقد رسم لها صورة

مثالية متكاملة، فتقنن عنتره في وصف عبلة، منتقياً ألفاظاً غايةً في الإيحاء والتأثير فعكس بذلك الحب الذي يكنه لها والمكانة التي تحتلها في قلبه، فشبهها بالشمس والبدر والحسام إلا أن في ذلك مبالغة-إن صح التعبير- وجاءت لغته مغمورة بالدلالات الضمنية التي تلامس الروح والوجدان أكثر من ملامستها العقول، وللاشارة فإن شعر عنتره في هذه المقطوعة صحيح هو يصف شكل وجسد محبوبته لكن من غير الوصول في معظم الأحيان إلى مرحلة التهتك والخلاعة.

❖ وظائف اللغة:

✓ الوظيفة التعبيرية:

فها هو عنتره يحققها من خلال تعبيره الصادق عن حبه وهيامه بعبلة، ويظهر تعبيره وانفعاله من خلال حسن توظيفه للألفاظ والعبارات المملوئة بالدلالات الموحية والتي تتم حقا عن تلك العاطفة الجياشة التي يُكنّها لعبلة كقوله مثلاً:

مرنحة الأعطاف مهزومة الحشا منعمة الأطراف مائسة القد

✓ الوظيفة المرجعية:

«نظم الشاعر قصيدته هذه عندما خرج إلى اليمن مع نفر من قومه، وعند رجوعه تذكر أهله وكان قد زاد شوقاً إلى عبلة»¹.

✓ الوظيفة الشعرية:

كما سبق وأشرنا فإن هذه الوظيفة تسيطر على النصوص الشعرية، وتظهر جلياً على سطح القصيدة من خلال عدول الشاعر عن المؤلف كتوظيف التشبيهات والاستعارات مثل قول عنتره:

وسلت حساماً من سواجي جفونها كسيف أبيها القاطع المزهف الحد

حيث شبه نظرة عبلة إليه بالسيف القاطع الذي يملكه أبوها.

¹ - عنتره بن شداد، ديوان عنتره، ص 139.

❖ مستوى اللغة حسب الطبقة الاجتماعية:

يرتبط مستوى اللغة في هذه الأبيات بتلك الأعمال التي يزاولها الأفراد، وبما أن عنتره ينظم الشعر فإن لغته تنتمي إلى طبقة الشعراء.

ثانيا التأثير

كما سبق وأن أشرنا فإن للألفاظ الغريبة دورا بارزا في التأثير على الجماهير واستمالتهم وإقناعهم وهذا ما برز في شعر عنتره، مثلا (مهفهفة، حسام، الأعطاف، مرحة الحشا، الدجي، مائسة...) لأن هذه الألفاظ تلفت انتباه القارئ وتستثيره مما يجعله يبحث عن دلالة تلك الألفاظ.

كما وظّف أيضا أسلوب الاستفهام إلا أن توظيفه له كان محتشما ويظهر ذلك في قوله: "فهل تسمح الأيام... ألم الصّدّ؟".

ثالثا الجمهور:

يظهر من خلال القصيدة أن عنتره بن شداد يوجه خطابه إلى جمهور مؤيد يتمثل في المحبوبة عبلة، وآخر معارض متمثلا في أسرة عبلة التي رفضت تزويجها به لأنه عبد، ثم إن العرب من عاداتهم يرفضون تزوج بناتهم لشعراء تغزلوا ببناتهم علنا.

نستنتج من خلال تحليلنا للغة في الخطاب الأدبي ودورها في التأثير على الجماهير أن لغة هذا الخطاب تختلف اختلافا كبيرا مقارنة بالخطابات الأخرى، فهي لغة موحية راقية إبداعية مؤثرة، إنها لغة تعمل على إثارة واستثارة الوجدان بشكل خاص ويبرز ذلك التأثير من خلال خروج اللغة عن المألوف أو ما يصطلح عليه بالانزياح، فهنا تتحقق جمالية النص الأدبي (الشعر والنثر)، فيعود أثرها على الجمهور ومن ثم فإن اللغة لها دور فعال في إثارة الجماهير في هذا النوع من الخطابات.

رابعا: الخطاب الإشهاري:

يعدّ الإشهار همزة وصل بين المنتج والمستهلك، ويكون ذلك الاتصال من خلال توظيف اللّغة، هذه الأخيرة التي توظّف قصد التأثير والإقناع في المستهلك واستمالته لشراء المنتجات، حيث تتضافر اللّغة في هذا النوع من الخطابات مع عوامل أخرى، "كالصورة والموسيقى والديكور وغيرها"، وفيما يأتي سنحاول دراسة اللّغة المستعملة في الخطاب الإشهاري، سواءً أكان مكتوباً أو مسموعاً أو سمعياً بصرياً لإظهار مدى تأثير اللّغة على الجماهير، وعليه سنحاول تسليط الضوء على بدايات الخطاب الإشهاري في الوطن العربي قديماً، من خلال الاستشهاد بأبيات الشاعر **مسكين الدرامي** التي كان للّغة دوراً محورياً فيها حيث كان لتلك الأبيات الشعرية الأثر الكبير في الترويج للسلع والبضائع .

أ/ أبيات الشاعر "مسكين الدرامي" (ت89هـ):¹

« قُلْ لِلْمَلِيحَةِ فِي الْخَمَارِ الْأَسْوَدِ	ماذا أردت بناسك متعبدٌ
قد كان شمّر للصلاة ثيابهُ	حتّى قعدت له بِيَابِ المسجدُ
ردّي عليه صلاته وصيامهُ	لا تفتنيه بحقٍ جاءِ محمدٌ»

¹ - مسكين الدرامي، ديوان شعر مسكين الدرامي، تح كارين صادر، دار صادر بيروت-لبنان، ط1، 2000م، ص 10.

1/ جدول يلخص مضمون الخطاب الشاعر مسكين الدارمي (ت89هـ):

اللغة				الجمهور
نوع الخطاب	وظيفة اللغة	مستوى اللغة	نوع الأساليب	نوع الجمهور
اشهاري (شعري)	-وظيفة تأثيرية -وظيفة مرجعية	طبقة الشعراء	-الإستراتيجية التوجيهية -الإعلان والإشهار	جمهور معارض في البداية لكن سرعان ما تحول إلى جمهور مؤيد

2/ تحليل وبيان تأثير الخطاب الإشهاري:

أولا اللغة:

-عناصر اللغة ووظائفها:

❖ العناصر:

✓ المرسل: الشاعر مسكين الدارمي.

✓ المرسل إليه (المتلقي): إلى النساء اللواتي رفضن شراء الخمر الأسود.

✓ الرسالة (الخطاب): قصة الخمر الأسود.

✓ المكان: المدينة المنورة.

✓ موضوع الرسالة الشعرية: يتحدث الشاعر "مسكين الدارمي" عن قصة الخمر السود التي رُفِضَتْ شراؤها من طرف النساء، لكن سرعان ما أقبلن النساء على شراء الخمر السود نتيجة نظم مسكين الدارمي لهذه الأبيات.

❖ وظائف اللغة:

✓ الوظيفة التأثيرية:

برزت الوظيفة التأثيرية على سطح هذه الأبيات، من خلال مسوّغات عدّة كتوظيف صيغ الأمر والنهي، نأخذ على سبيل المثال قول "الدارمي"، "قل" وأيضاً "ردي" والنهي في قوله "لا تفتنيه"، كما أنّ هذه الوظيفة يتفاعل فيها مستقبل الرسالة مع المرسل إليه وهذا ما جسّدته هذه الأبيات، حيث أقبلت النساء على شراء الخمر السود، بعد استثارتهنّ وإقناعهنّ مستعملا اللغة ومختلف أدواتها المؤثرة والمعبرة، فحقاً للغة دور كبير، وكبير جداً في التأثير على الجماهير وتغيير وجهات نظرهم.

✓ الوظيفة المرجعية:

نظم الشاعر "مسكين الدارمي" أبياته تلك جراً ذلك التاجر العراقي، الذي قدم إلى المدينة المنورة بسلة فيها الخمر المختلفة الألوان، فباعها جميعها إلّا السود، فاحتار في أمرها فقليل له ما عليك إلّا "بمسكين الدارمي"، فذهب الرجل وقص قصته عليه فقال: كيف أعمل وأنا قد تركت الشعر، فقال الرجل: أنا رجل غريب وليس لي سوى هذه البضاعة، فنظم مسكين أبياته التي كانت كأول إشهار يروج للألبسة في الوطن العربي.¹

❖ مستوى اللغة حسب الطبقة الاجتماعية:

كما سبق وأنّ أشرنا في الجانب النظري أنّ مستوى اللغة يتحدد انطلاقاً من البيئة وأيضاً الأعمال التي يزاولها الأفراد، وكما هو معروف لدينا جميعاً أنّ الشعر عند العرب قديماً كان مرآة عاكسة للحياة، وعليه اتّخذ الشاعر مسكين الدارمي هذا اللون من أجل التعبير، ومنه فاللغة هي لغة طبقة الشعراء.

ثانياً التأثير:

✓ الإستراتيجية التوجيهية:

¹ مسكن الدارمي، ديوان مسكين الدارمي، ص10.

اضطلعت هذه الأبيات ببروز توظيف الإستراتيجية التوجيهية، وذلك يظهر من خلال أنّ المرسل استعمل صيغ الأمر لتوجيه المرسل إليه إلى فعل مستقبلي معين، وهنّ النساء اللّواتي رفضن شراء الخمر السود.

✓ الإعلام والإعلان (الإشهار):

وما يميز الخطاب الاشهاري استعماله للغة اتصالية تأثيرية ذات تراكيب بسيطة ومتداولة يفهمها العامة، مثل الفعل قال، الصلاة، مسجد، ثيابي..

ثالثا الجمهور:

نلاحظ من خلال هذه الأبيات أنّ الجمهور الموجه إليه الخطاب كان جمهورا معارضا في البداية وذلك من خلال كساد سلعة التاجر، لكن بعد نظم "مسكين الدرامي" الأبيات تحول الجمهور إلى مؤيد وهذا إنّ دلّ على شيء، إنّما يدلّ على قدرة اللّغة في توجيه أراء الجماهير.

ب+ت/إشهار قهوة مولينو، وإشهار زيت عافية:

بعد مشاهدتنا لمجموعة من الإشهارات التلفزيونية في القنوات الفضائية، وقع اختيارنا على بعض النماذج التي لفتت انتباهنا، وربّما شدّت أنظار الجماهير قبلنا خاصة الأطفال الذين تأثروا بموسيقاها وإيقاعها، حيث قمنا بتدوين عباراتها في نصوص قصد الوقوف على دور اللّغة -فصحى كانت أم عامية- وأساليبها في إثارة وإقناع الجماهير على اختلاف فئاتهم، ونشير في هذا الصدد أنّ الخطاب الإشهاري حديثا يعتمد على اللّغة، بالإضافة على عوامل آخر مساعدة بل ومؤثرة للترويج للمنتجات والسلع، ومن بين العوامل نذكر على سبيل المثال لا الحصر "الموسيقى جهازة الصوت الإشارة الحركة...".

• إشهار قهوة مولينو في قناة النهار TV:



« نبدا بْقُوسْطُوبَا نُهَارِي مولينو في دارِي، قهوة وَعَلِيهَا الكلام، غير ريحتها يا سلام شمها الْفَاكْتُورُ طِيحْ لبرية، مولينو مولينو، نخب ريحتها لقوية، مولينو مولينو، تَحْسَبُهَا في الذوق مغربية مولينو مولينو، جَارَتِي أَنْسَاتْ رُوحَهَا حَتَّى هي مولينو مولينو، جات تسقي الورد غرقاتو

لخرى قضيانها نساتو، حتى غلق حانوت، ريحا لَعْنَدِي جابتو، هُوَلْتُ لَحُومَة مولينو متعة واللّمة مولينو قهوة في القمة، مولينو، مولينو مولينو، مولينو مولينو، مولينو وعليها الكلام»¹.

• إشهار زيت عافية في قناة جزائرية:



« أهلا وسهلا، أهلا بكم بِطَيَابَة عافية نَلَايِكُمْ طَبَاقْ عافية ناجحة نَرْضِيكُمْ، بِالذَّوْقِ وَالْعَافِيَةِ نَرَاكُمُ كَبِيرَ وَصْغِيرَ عافية تَفْرَحُكُمْ، بِصُوجَا وَالذَّرَا جَاتْ عافية زيت عافية زيت نَبَاتِيَّة، زيت عافية مَالِكُلسْتِرُولْ خَالِيَّة، زيت عافية بَصَحَة هَانِيَّة، عافية بصحة وعافية»².

¹ - التلفزة الجزائرية، قناة النهار tv، إشهار قهوة مولينو، 18 ماي 2019م.

² - التلفزة الجزائرية، قناة الجزائرية، إشهار زيت عافية، 18 ماي 2019م.

1/ جدول يلخص مضمون الخطابين الإشهاريين (قهوة مولينو وزيت عافية):

اللغة				الجمهور
نوع الخطاب	وظيفة اللغة	مستوى اللغة	نوع الأساليب	نوع الجمهور
إشهاري (سمعي بصري)	- الوظيفة التأثيرية - الوظيفة الانتباهية	اللغة تتناسب مع مختلف الطبقات الاجتماعية	- الإعلان - فن الإلقاء (حسن استخدام الكلمة) - أسلوب التكرار	- جمهور العامة لأنه ليس خاصا بفئة معينة .

2/ تحليل وبيان تأثير الخطاب الإشهاري:

أولا اللغة:

- عناصر اللغة ووظائفها:

❖ العناصر:

- ✓ المرسل: شركة قهوة مولينو وشركة زيت عافية.
- ✓ المرسل إليه: العائلة الجزائرية.
- ✓ الرسالة: اشهار قهوة مولينو/ زيت عافية.
- ✓ مكان الخطاب الإشهاري: قناة التلفزيون الجزائرية.
- ✓ الزمان: يعرض بين الحين والآخر في بعض القنوات الجزائرية.
- ✓ موضوع الخطبان الإشهاريان:

(قهوة مولينو زيت عافية)، يتحدث هذا النص الإشهاري عن قهوة مولينو وكيفية الترويج لها من خلال التلفزة الجزائرية، وذلك بالاستناد إلى اللغة كعامل أساسي ومؤثر ضف إلى ذلك عوامل أخرى مساعدة في التأثير واستمالة الجماهير، كتوظيف مثلاً: "الصورة الموسيقي، وكذا الديكور والألوان الجذابة كالأحمر والأصفر... زيادة على هذا فإنّ لجهارة الصوت وموسيقاه دور في التأثير على الآخرين وجلب اهتمامهم، كما أشرنا إليه في الجانب النظري، هذا بالنسبة لموضوع قهوة مولينو، أمّا بالنسبة لزيت عافية فإنّ موضوعه يتحدث عن فوائدها على صحة الإنسان.

❖ وظائف اللغة:

✓ الوظيفة التأثيرية:

تظهر الوظيفة التأثيرية في هذين النصين الإشهاريين من خلال ذلك التفاعل الحاصل بين المرسل والمرسل إليه، ولعلّ ما يجسد ذلك إقبال الجماهير على اقتناء هذا المنتج، حيث قمنا بطرح بعض الأسئلة على عائلات جزائرية، فكانت إجاباتهم إيجابية .

✓ الوظيفة الانتباهية:

تبرز هذه الوظيفة بشكل واضح وجليّ في مواضع كثيرة أو لنقل في النص الإشهاري (قهوة مولينو) من بدايته إلى نهايته ، حيث تكرر لفظ "مولينو" سبع عشرة مرة في زمن لا يتجاوز قدره ثمانية وأربعون ثانية، وهذا دليل على رغبة المرسل (الشركة المنتجة) في لفت انتباه المرسل إليه (المستهلك)، بل وحثّه بطريقة مقنعة لشراء هذا المنتج الغذائي، أمّا إذا تحدثنا عن الوظيفة الانتباهية المتعلقة بمنتج زيت عافية، تظهر كذلك من خلال بروز أسلوب التكرار الذي هدفه الحفاظ على استمرار التواصل بين المرسل والمرسل إليه، وهذا هو كُنْهُ الوظيفة الانتباهية عند رومان ياكبسون الذي تطرّقنا إليه في الجانب النظري، فمثلاً نجد لفظة (عافية) تكررت عشر مرات وكذلك تكرر لفظ (زيت) أربع مرات.

✓ الوظيفة المرجعية:

بالنظر إلى الإشهارين الموضحين سابقا نلمس وجود وظيفة مرجعية لارتباطهما بحياة المستهلك، كما توجد هناك دوافع أخرى وراء الترويج لهذا المنتج وهو تحقيق الربح والمنفعة للشركة المنتجة.

❖ مستوى اللغة حسب الطبقة الاجتماعية:

بعد التمعّن في النصين الإشهاريين اتضح لنا أنّ مستوى اللّغة في هذين النصين يتوافق مع مختلف الطبقات الاجتماعية، باعتبار المرسل قد تحدث باللّغة العامية أو لنقل لغة الأدب الشعبي مثلاً: (نَبْدَا، نُسَمِّهَا، هُوَلَتْ...) محاولاً بذلك جلب الجماهير لاقتناء المنتج وكذلك الشيء نفسه بالنسبة لمنتج زيت عافية، حيث نلاحظ استخدام العامية للتأثير واستمالة الجماهير لأنّ هناك من الجماهير من لا يفقه اللّغة الفصحى فيلجأ (المرسل) إلى استخدام اللّغة العامية لاستمالة المستهلك.

ثانياً التأثير:

✓ فن الإلقاء:

كما سبق وأنّ أشرنا في الجانب النظري لدور فن الإلقاء في التأثير على الجماهير هاهما النصان الإشهاريان المتعلقان بـقهوة "مولينو"، زيت عافية" يوضحان ذلك من خلال استخدام الكلمة استخداماً مؤثراً ، وذلك بالترويج لمنتج القهوة وزيت في قالب لغوي يعتمد على الغناء والموسيقى سعياً من المنتجين للفت انتباه المستهلكين.

✓ الإعلان:

يعدّ الإعلان أحد أساليب الإقناع، حيث يلجأ مروجو السلع إلى الإعلان كمصدر لبيع منتجاتهم، لكن ذلك لا يكون إلاّ بتوظيف اللّغة، باعتبارها أداة الاتصال الأولى ويشترط في هذه اللّغة أن تكون سهلة بسيطة بعيدة عن الغموض، وهذا ما جسده النصّان الاشهاريان (قهوة مولينو، زيت عافية) مثلاً: " ريحتها، نبدا، الجارة، الفاكثور، ترافقكم، نلاقكم..."

✓ أسلوب التكرار:

يعتمد مروجو السلع على أسلوب التكرار للترويج والتشهير لمنتجاتهم، وقد ظهر هذا في إشهار قهوة "مولينو" وإشهار "زيت عافية"، حيث تكررت لفظة "مولينو" سبع عشر مرة وهذا إن دلّ على شيء، إنّما يدلّ على قدرة هذا الأسلوب في لفت وإثارة انتباه المستهلك، كما تكررت لفظة "زيت عافية" عشر مرات، بالإضافة إلى هذا أيضا نجد ألوان البديع المتمثلة في الجناس الناقص (سلام، كلام) والسجع في انتهاء الكلمات بنفس الحرف (نهاري..داري) وطباق الإيجاب (كبير، صغير)، حيث كان لها هي الأخرى نصيب في التأثير وجلب اهتمام المستهلك لهذا المنتج.

ثالثا الجمهور:

من خلال تتبعنا وتحليلنا لهذين النصّين الإشهاريين اتضح لنا أنّه موجه إلى جمهور العامة، باعتبار هذا الأخير تنتمي إليه أغلب شرائح المجتمع، لكن هذا لا يعني أنّ المستهلك يتقبل كل ما يروج له، وإنّما قد لا تروق له بعض المنتجات.

و خلاصة لما تم عرضه سابقا يظهر أنّ لغة الخطاب الإشهاري هي الأخرى تعدّ عاملا أساسيا، بل من أكبر العوامل التي تستميل الجماهير وتسعى إلى التأثير فيها، وما يميز هذه اللغة استنادها لعوامل أخرى مساعدة كالموسيقى الصورة، جهازة الصوت... وهذا بغية التأثير والترويج للسلع والمنتجات من قبل المنتجين.

خامسا: خطابات مختلفة وتأثيراتها

بعد ما تحدثنا سابقا عن الخطابات القرآنية والسياسية وأيضا الأدبية، ضف إلى ذلك الخطابات الإشهارية مبرزين جوانب التأثير فيها، ها نحن الآن سنقوم باستعراض وتحليل لغة بعض النماذج المتنوعة بهدف الوقوف على تحليل وبيان تأثير لغة تلك النماذج.

أ-الخطاب القضائي: للخطاب القضائي هو الآخر لغته التي



تميزه عن باقي الخطابات الأخرى، إنها لغة القانون، حيث أردنا في هذا النوع من الخطابات أن نحضر جلسة في المحكمة وهذا ما سنبينه فيما يأتي:

حضور جلسة علنية في محكمة خميس مليانة يوم الخميس 11 أبريل 2019م
بداية من الساعة التاسعة وسبع دقائق، واثنين وعشرين ثانية إلى غاية العاشرة وثمانية عشرة دقيقة وست وثلاثين ثانية.

-**نص المرافعة:** بدأ حيثيات المرافعة باستدعاء أطراف النزاع إلى المنصة، من طرف القاضي، ثم بدأ يسأل كلى الطرفين عن سبب تلك الخصومة، حيث كانت البداية مع العم البنت الذي اتهمته ابنة أخيه بإجهاض طفلها الذين لم يولدا بعد وذلك عن طريق وضع السم في الأكل عندما كانت في السجن، فكان القاضي يسأل إلا أن العم كبير في السن، ضف إلى ذلك ضعف قدرته السمعية، فكان القاضي في كل مرة يعيد أسئلته وفي حال عدم سماع العم لأسئلة تضطر الزوجة إلى الإجابة بدلاً عنه، لكن ابنة أخيه أصرت على اتهامه بإجهاض الطفلين، وللإشارة فإن ابنة الأخ وضعت محاميا للدفاع عنها في حين أن العم لم يوكل محاميا للدفاع عنه نظرا للحالة المادية، ثم بعد الأخذ والرد بين طرفي النزاع في الأخير سأل القاضي العم عن التعويض الذي يريده، فأجاب العم بطلب 200000 دينار جزائري...وأجلت الجلسة إلى 22 أبريل 2019م.

-**عنوان الجلسة:** ضرب امرأة حامل من قبل العم.

-**الإطار العام للجلسة:** حضور القاضي وأيضا المحامي، إضافة إلى ذلك حضور طرفي النزاع المتمثل في العم وزوجته وأيضا ابنة الأخ، ضف إلى ذلك الحضور الموجودين في القاعة.

كان هدفنا من حضور هذه الجلسة هو معرفة كيفية استعمال اللغة في الخطاب القضائي ودورها في الإقناع والتأثير، حيث خلصنا في نهاية الجلسة إلى تثبيت بعض النتائج:

-لغة الخطاب القضائي، لغة دقيقة تميل إلى استعمال العبارات القانونية، إنها لغة متميزة ومتخصصة ودقيقة.

-لغة القانون تخاطب العقل وتسعى إلى الإقناع، فلا مكان للوجدان والعواطف.

-إن امتلاك ناصية اللغة من طرف المحامي لا يعني هذا أبداً إلغاءه للأدلة والبراهين، بل تتطّرف لغة المحامي المقنعة والمؤثرة مع الأدلة والبراهين المقدمة قصد ربح القضية.

-استعمال ألفاظ وعبارات تنتمي إلى الحقل القانوني مثل: (دستور، مادة، عقوبة، قضية انتقام، عدالة، وشاية، حكم...).

لم نكتف بالنتائج التي استخلصناها، بل قمنا في نهاية الجلسة بطرح بعض الأسئلة على بعض المحامين حول دور لغة المحامي في التأثير والإقناع، فكانت الإجابات كالتالي: -هناك من يستعمل اللغة الفصحى في الإقناع والتأثير، بالإضافة إلى الخبرة السابقة والأدلة و البراهين والبعض الآخر يستعمل اللغة العامية، في حين أجاب البعض الآخر بأنه يمزج بين الفصحى والعامية، بمعنى أن لكل محام طرائقه وأساليبه في التأثير والإقناع.

ومن ثم فإنّ إتقان اللغة من طرف المحامي والقاضي له دور كبير في الإقناع والتأثير فإذا اللغة حتّى في الخطاب القضائي لا يمكن إغفال الدور الذي تؤديه، فهي تتدخل في سن القوانين الصحيحة، إذ تحدد الحقوق وتفرض الواجبات والالتزامات.

ب/ حضور محاضرة بجامعة خميس مليانة، كلية الآداب واللغات، قسم اللغة والأدب

العربي، تخصص لسانيات عامة، أفريل 2019م.



لما تتبعنا مسار المحاضرة انتهى بنا المطاف إلى تسجيل بعض النتائج فيما يتعلق بلغة الخطاب المتداولة بين الأستاذ والطالب، وكيف للغة الأستاذ أن تؤدي دورا في التأثير والإقناع،

فيتفاعل الطالب مع الدرس المقدم له من طرف الأستاذ فتوصلنا إلى:

امتلاك الأستاذ(ة) "س" لخاصية اللغة وذلك من خلال اعتماده على اللغة الفصحى البعيدة عن الغموض، كما أنّ لغته تميل إلى الحجاج باعتباره يهدف إلى إقناع الطالب بموضوع الدرس، كما يتميز الأستاذ(ة) "س" بنبرة الصوت وجهارته وقوته، إنّهُ يتمتع بحسن الإلقاء الجيد للدرس، الذي كنا قد أشرنا له في الجانب النظري، إذ يعتمد هذا الفن على حسن استخدام الكلمة استخداماً مؤثراً، وهذا ما توفر في الأستاذ(ة) "س"، وما يبيّن قدرة لغة الأستاذ "س" على التأثير في الطالب انتباهه حتّى الطلبة الجالسين في المقاعد الأخيرة، ومن ثمّ فإنّ لغة الأستاذ(ة) "س" بهذا الشكل تجعل الطالب ينتبه ويتأثر لما يقدم له، ويتجسد ذلك من خلال تحصيل الدرس.

ت/الكتابة الجدارية والرسم الكاريكاتوري ودوره في التأثير:

صحيح أنّ اللغة تعد أصوات يعبر بها كلّ قوم عن أغراضهم كما سبق وأن أشرنا إلى ذلك في الجانب النظري، لكنّ قد يمتد تأثير اللغة وقدرتها على التعبير من خلال الإشارات والرموز، وأيضاً الكتابات الجدارية والصور، حيث تعتبر خطاباً يبلغ توجهها ما، فكما قيل الصورة أبلغ من ألف كلمة، إنّها تختزل الكثير من الدلالات التي تتيح للجمهور مساحة واسعة لتفسيرها بناء على خبراتهم، وهنا يظهر تأثير الصورة باعتبارها لغة صامتة، حيث تجعل الجمهور يتفاعل ما يعرض أمامه مثل الكتابة الجدارية، صف إلى ذلك الرسم الكاريكاتوري

• الكتابة الجدارية:

صورة مأخوذة من المسلسل التاريخي العربي الزير

سالم من قناة ليبية.



إنّ الناظر للصورة الموضحة، أو لنقل كتابة جدارية، حيث تعدّ هذه الأخيرة أسلوباً تعبيرياً إلّجأ إليه وائل بن ربيعة الذي قُتل غيلةً من طرف ابن عمه

جساس بن مرة الذي تولى الملك عليهم، فبعد تلك الطعنة القاتلة بالرمح، التجأ وائل بن ربيعة إلى أول صخرة صادفته وكتب بدمه عبارة "سالم لا تصالح" كما هي موضحة، يوصيه من خلالها على الثأر من قاتله جساس، فهذه الكتابة على الصخر كانت باختصار سببا في حرب بين أبناء العمومة سجلت في التاريخ بدم العرب، حيث دامت أربعين سنة، ومن ثم فإنّ اللغة في الكتابات الجدارية، لها أثر كبير في إثارة الجماهير¹.

ولعلّ هذه الصورة المكتوب عليها "سالم لا تصالح" هي أبلغ وأصدق مثال على دور اللغة في إثارة الجماهير.

• الرسم الكاريكاتوري:

صورة مأخوذة من جريدة الخبر الجزائرية 15 ماي

2019م



إنّ المتمعن في الرسم الكاريكاتوري المبيّن يستنتج أنّ هذا الرسم يعكس ظاهرة اجتماعية، متمثلة في غلاء الأسعار في شهر رمضان خاصة بسبب عدم

تطبيق القوانين على التّجار، فيعود هذا بالسلب على المواطن نظرا لضعف القدرة الشرائية له، وهذا ما نلاحظه من خلال هذا الرسم، ففقه الرجل تظهر أنّها فارغة أو لنقل حتّى القفف تصوم في شهر رمضان، والسبب في ذلك ضرب القوانين عرض الحائط من قبل التّجار وهذا ما جسده الرجل الذي يحمل العصا في يده، وللإشارة فإنّ عنوان الرسم الكاريكاتوري الموضح لا يمكن فهمه بعيدا عن الرسم، وهذا يبيّن قدرة الصورة على التعبير، لكن هذا لا يعني إلغاء دور الكلمة، فلو اكتفينا بالصورة فقط، بمعزل عن العنوان لاستصعب علينا فهم الرسم.

وعليه فإنّ الصورة تخدم الكلمة والكلمة أيضا تخدم الصورة.

¹ - ينظر: عامر نورة، التصورات الاجتماعية للعنف الرمزي من خلال الكتابات الجدارية، رسالة ماجستير، في علم النفس وعلوم التربية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2006م، ص108.

ث/ قصة طريفة تبين قدرة اللغة في تغيير وجهة نظر الأشخاص:

قيل أنّ أحد الأمراء رأى في منامه أنّ أسنانه سقطت فقال: عليّ بمن يعبرون الرؤية حتّى يعبروها لي، فجاء بمعبر فقال له الأمير: إنّي رأيت في المنام أنّ أسناني سقطت فقال: يموت أولادك كلهم وأنت حيّ، فغضب عليه الأمير وأمر بجلده لسوء تفسيره وشؤم تأويله، وقال: عليّاً بمعبر آخر، فجاء له بمعبر آخر حكيم فقص عليه رؤياه فقال له: هذا المعبر يا أيّها الأمير أنت أطول أهلك عمراً، فاستحسن تفسيره وأمر له بجائزة...¹

نستنتج من خلال هذه القصة أنّ النتيجة واحدة، لكنّ طريقة طرحها وأسلوب تقديمها كان مختلفاً، فاللغة في هذا المثال كان لها دور في التأثير والإقناع، حيث جعلت الأمير يغير وجهة نظره.

لعلّ أهم النقاط التي يمكن تسجيلها في نهاية هذا الفصل ما يلي:

- تعدّ لغة الخطاب القرآني لغة مؤثرة ومقنعة، إنّها لغة موحية معجزة لا مثيل لها بين اللغات.
- الخطاب السياسي من أكثر الخطابات إقناعاً وتأثيراً باعتباره خطاب مخطط له مسبقاً، ضف إلى ذلك اللغة المتميزة التي يتحدث بها رجال الساسة، فهي وسيلة الاتصال الأولى بين الشعب والسلطة.
- لغة الخطاب الأدبي لغة إبداعية راقية، شاعرية، إنّها لغة تعمل على استثارة وإثارة العواطف بشكل خاص.
- ما يميز لغة الخطاب الإشهاري اعتمادها على عوامل أخرى مساعدة كالموسيقى والصورة والإشارة، والديكور من أجل التأثير والترويج للمنتجات.

¹ - ينظر: ياسر بن بدر الحزيمي، المتحدث البار، ص 151.

خاتمة

ها نحن نأتي إلى إتمام هذه المذكرة الموسومة بـ"دور اللغة في إثارة الجماهير"، حيث خلصت هذه الورقة البحثية إلى تثبيت النتائج التالية:

✓ لا يقتصر دور اللغة على الشق التواصلية فحسب، بل إنّ اللغة وظائف متعدّدة ومختلفة وهذا ما أشرنا إليه في الجانب النظري.

✓ كما توصلنا من خلال تحليلنا لتلك النماذج إلى استخراج الوظائف الواردة في تلك الخطابات حسب تصنيف رومان يكبسون، حيث لاحظنا سيطرة الوظيفة المرجعية في الخطاب السياسي، لأنّ الخطابات السياسية تتجاوز البنية السطحية إلى دراسة الظروف الخارجية التي أدت إلى إنتاجه، أمّا الخطاب الأدبي فلاحظنا سيطرة الوظيفة الشعرية باعتبار هذه الوظيفة تنشد الجمالية أو الشاعرية، وذلك بخروج اللغة عن المؤلف، أمّا فيما تعلق بالخطاب الإشهاري فلاحظنا سيطرة الوظيفة الانتباهية والوظيفة التأثيرية لأنّ هذا النوع من الخطابات يرمي إلى لفت انتباه الجماهير، ومن ثمّ التأثير فيها وإقناعها

✓ يتداخل مفهوم التأثير مع مفهوم الإقناع غير أنّ الأول أعمّ وأشمل من الثاني، إنهما يتناسبان جزئياً.

✓ يستند المرسل في أغلب ممارساته الخطابية إلى مجموعة من الأساليب والإستراتيجيات سعياً منه لاستمالة الجماهير والتأثير فيها.

✓ للتأثير في الجمهور لابدّ على المرسل أن يدرس الجماهير ويعرف ماهي السبل التي ينتهجها للتأثير فيها وإقناعها.

✓ هناك علاقة تقاطع وتداخل بين مفهوم اللغة والتأثير والجمهور، فاللغة رافقت الإنسان منذ وجوده وهي الأداة الرئيسة للتعبير والتأثير والتأثر.

✓ بعد تحليلنا لتلك النماذج حاولنا الكشف عن مدى فاعلية النص التواصلية في التأثير والتعبئة الجماهيرية، فتوصلنا إلى أنّ اللغة حقاً أثبتت قدرتها التأثيرية الإقناعية، وذلك من خلال تلك النماذج التي وقع عليها اختيارنا.

✓ يعتبر الخطاب القرآني خطاباً مؤثراً ومقنعاً ومعجزاً، إنه حجة الله القاطعة التي أفحم بها سبحانه وتعالى هؤلاء الذين استكبروا وصدّوا عنه، ومهما حاولنا الحديث عن هذا الخطاب فإننا نبقى عاجزين عن الإلمام به.

✓ تعدُّ لغة الخطاب السياسي من خلال تلك النماذج التي قمنا بتحليلها لغة تميل إلى الإقناع والتأثير ويتجسد ذلك التأثير من خلال تلك الإستراتيجيات التي يلجأ إليها رجال السياسة للتأثير في المتلقي .

✓ لغة الخطاب الأدبي لغة إبداعية راقية، إنها لغة شاعرية تتميز بقدرتها على إثارة الوجدان والعواطف بشكل خاص ويبرز ذلك التأثير من خلال عدول اللغة عن المألوف.

✓ تعتبر لغة الخطاب الإشهاري عامل أساسي في استمالة الجماهير وذلك لأنّ هذا الخطاب يعتمد على عوامل مساعدة للترويج للمنتجات والسلع، وتتمثل تلك العوامل في (الإشارة، الحركة، الرموز، الموسيقى، الديكور، الألوان الصوت، فن الإلقاء، جهازة الصوت، اللغة الممزوجة أو لنقل لغة الأدب الشعبي...) هذا بالنسبة للخطاب الإشهاري حديثاً، أمّا الإشهار قديماً فكان يعتمد على اللغة لا غير.

✓ لا يقتصر دور اللغة في التأثير والتعبئة الجماهيرية على مجال معين بل يمتد إلى مختلف مناحي ومجالات الحياة سواءً تعلق الأمر بالجانب السياسي، أو الاقتصادي، أو الأدبي، أو حتّى الشق الإشهاري الذي يعتبر حلقة وصل بين المنتج والمستهلك، ضف إلى ذلك تأثير اللغة في الجماهير من خلال مظاهر عديدة، كالرسومات الكاريكاتورية والكتابات الجدارية.

وفي الأخير يبقى هذا العمل مجهوداً متواضعاً تمّ إنجازه لفتح أفاق دراسية مستقبلاً راجين أن يكون هذا العمل الذي قدّمناه فاتحة خير لدراسات أشمل وأعمق، ولما لا فتحاً لمغاليق الدكتوراه إن شاء الله.

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم: رواية حفص عن عاصم.

المصادر والمراجع:

1. ابن جنّي، الخصائص، تح محمود على النّجار، دار الكتب المصرية، ج1، 1957م.
2. ابن خلدون، المقدمة، تح علي عبد الواحد وافي، دار النهضة مصر للنشر والتوزيع ط7 2014م، ج3.
3. ابن دريد، جمهرة اللغة، تح، رمزي منير بعلبكي، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان ط1، ج1 1987م.
4. ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، تح، عبد السلام محمد هارون، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ج5.
5. ابن منظور، لسان العرب، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، 2005م، مج8.
6. أحمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي أفق وتحديات، دار هومة، الجزائر، ط2.
7. حسن ظاظا، اللسان والإنسان مدخل إلى معرفة اللغة، دار القلم لطباعة والنشر، ط2 1990م.
8. الخليل بن أحمد الفراهيدي، كتاب العين، تح، عبد الحميد هنداي، دار الكتب العلمية بيروت، لبنان، ط1، 2003م، ج1.
9. الرازي، مختار الصحاح، دار المعاجم، مكتبة لبنان، ساحة رياض الصلح، بيروت لبنان 1986م.
10. ربحي مصطفى عليان و عدنان محمود الطوباس، الاتصال والعلاقات العامة دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2005م.
11. صالح بلعيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة للطباعة للنشر والتوزيع الجزائر، ط1، 2009.
12. طاهر بومزير، التواصل اللساني والشعرية مقارنة تحليلية لنظرية رومان ياكسون، الدار العربية، بيروت- لبنان، ط1، 2007م.
13. عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خليفة النظرية وآلياته العلمية، دار المطبوعات الجامعية، بن عكنون - الجزائر، ط2، 2006م.

14. عبد الرحمان سعود إبدح، أدب الخطاب في القرآن الكريم، دروب الثقافة للنشر والتوزيع عمان الأردن ، ط1، 2016م.
15. عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجية الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجدية المتحدة، ط1، 2004م.
16. -علم اللّغة النفسي، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط2.
17. عمر أوكان، اللغة والخطاب، دار رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر ط1، 2011م.
18. عنتره ابن شداد العبسي، ديوان عنتره، دار صادر، بيروت لبنان.
19. الفيروز آبادي، القاموس المحيط ، تح، انس محمد الشامي وزكريا جابر أحمد دار الحديث القاهرة، 2008م.
20. محمد علي الصابوني، صفوة التفاسير، دار الفكر للطباعة النشر والتوزيع بيروت لبنان، 2001م ج3.
21. محمد علي الصابوني، صفوة التفاسير، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع بيروت لبنان 2001م، ج2.
22. محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال دار النشر للجامعات، مصر، 2005م.
23. مسكين الدارمي، ديوان شعر مسكين الدارمي، تح:كارين صادر، دار صادر بيروت لبنان، ط1، 2000م.
24. مصطفى الشكعة، الأدب الأندلسي، موضوعاته وفنونه، دار العلم للملايين بيروت لبنان ط4، 1979م.
25. مصطفى محمد حسن الحساوي، واقع لغة الإعلام المعاصر، دار أوسامة للنشر والتوزيع عمان الأردن ط1، 2011م.
26. مصطفى حجازي، الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة، المركز العربي لتطور الإداري، بيروت 1982م، نقلا عن عامر مصباح، الإقناع الاجتماعية خلفيته النظرية آلياته العملية، دار المطبوعات الجامعية، بن عكنون-الجزائر، ط2 2006م.

27. هدى جمال عبد الناصر 60 عاما على ثورة 23 يوليو، جمال عبد الناصر الأوراق الخاصة الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2016م.

28. ياسر بن بدر الحزيمي، المتحدث البار، دار قرطبة للنشر والتوزيع ط52013م.

29. يوسف مسلم أبو العدوس، المهارات اللغوية وفن الإلقاء، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الاردن، ط3، 2010م.

المراجع الأجنبية:

30. غوستاف لوبون، سيكولوجيا الجماهير ، تج، هاشم صالح، دار الساقي بيروت-لبنان ط1 1991م.

المجلات:

31. إبراهيم بن صالح الحميدان، مقال: الإقناع والتأثير ، دراسة تأصيلية دعوية مجلة الايمان جامعة الايمان بن سعود الإسلامية، 1426هـ.

32. إدريس مقبول، الإستراتيجية التخاطبية في السنة النبوية، إدريس مقبول، مجلة كلية العلوم الإسلامية، 2014م.

33. بلقاسم دفة، مقال: استراتيجية الخطاب ألحاجي دراسة تداولية في الرسالة الإشهارية، مجلة المخبر أبحاث في اللغة والأدب الجزائري، جامعة بسكرة، الجزائر 2014.

34. خلف داد ملك، مقال: الخطاب القرآني وأنواعه، مجلة القسم العربي، جامعة بينجاب لاهور، باكستان، 2005م.

35. رؤوف سنو، مقال الوجدن المصرية السورية، 1958م، 1961م، لماذا لم تصح المحاولة الواحدة؟، كلية التربية في الجامعة اللبنانية، 2004م.

36. كلثوم متقن، مقال: لغة الإشهار وظائفها، أنماطها، خصائصها، مجلة الأثر، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، الجزائر، 2017م.

37. مايكل دجاي فريد مان، مكتب برنامج الإعلام الخارجي، وزارة الخارجية الأمريكية أحرار في النهاية، حركة الحقوق المدنية في الولايات المتحدة الأمريكية.

38. مختار الفجاري، مقال: مفهوم الخطاب بين مرجعه الأصلي وتأصيله في اللغة العربية، مجلة جامعة طيبة للآداب والعلوم الإنسانية، 2014.

الرسائل والأطروحات الجامعية:

39. خالد علي حسين العمري، إعجاز القرآن التأثري رسالة ماجستير، في القرآن الكريم وعلومه، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل بيت 1999م.

40. سعيد بوبقار، فلسطين في أدب الإبراهيمي دراسة تحليلية فنية رسالة ماجستير، كلية الآداب واللغات، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2008م.

41. عامر نورة، التصورات الاجتماعية للعنف الرمزي من خلال الكتابات الجدارية، رسالة ماجستير، في علم النفس علوم التربية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2006م.

42. محمد بلقرينة، آليات الخطابة الجديدة مقارنة لسانية تداولية، خطابات الرئيس هوار بومدين أنموذجا، رسالة ماجستير، كلية الآداب والفنون، قسم اللغة العربية وأدبها جامعة وهران 1، احمد بن بلة 2015م

المحاضرات و الجلسات:

43. جلسة علنية في محكمة خميس مليانة، يوم الخميس 11 أبريل 2019م.
44. محاضرة لأستاذة(ة) "س"، في جامعة خميس مليانة، كلية الآداب واللغات قسم اللغة والأدب العربي، تخصص لسانيات عامة، أبريل 2019م.

التلفزة الجزائرية:

45. التلفزيون الجزائري ، قناة النهار، إشهار قهوة مولينو، ماي 2019م.
46. التلفزيون الجزائري، قناة الجزائرية، إشهار زيت عافية، ماي 2019م.

الجرائد:

47. جريدة الخبر الجزائرية، 15 ماي 2019م.

فهرس الآیات

- ﴿ أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ ۚ أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴾ [سورة البقرة الآية 44].

- ﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ فِي رَيْبٍ مِمَّا نَزَّلْنَا عَلَىٰ عَبْدِنَا فَأْتُوا بِسُورَةٍ مِّمَّنْ لَّهُ وَاذْعُوا شُهَدَاءَكُمْ مِّنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴾ سورة البقرة - الآية 23.

- ﴿ لَا يُؤَاخِذُكُمُ اللَّهُ بِاللَّغْوِ فِي أَيْمَانِكُمْ وَلَكِنْ يُؤَاخِذُكُمْ بِمَا عَقَّدْتُمُ الْأَيْمَانَ ۖ فَكَفَّارَتُهُ إِطْعَامُ عَشْرَةِ مَسَاكِينَ مِنْ أَوْسَطِ مَا تُطْعَمُونَ أَهْلِيكُمْ أَوْ كِسْوَتُهُمْ أَوْ تَحْرِيرُ رَقَبَةٍ ۖ فَمَنْ لَّمْ يَجِدْ فَصِيَامُ ثَلَاثَةِ أَيَّامٍ ۚ ذَلِكَ كَفَّارَةُ أَيْمَانِكُمْ إِذَا حَلَفْتُمْ ۖ وَاحْفَظُوا أَيْمَانَكُمْ ۚ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴾ سورة المائدة - الآية 89.

- ﴿ إِنَّ الَّذِينَ كَذَّبُوا بِآيَاتِنَا وَاسْتَكْبَرُوا عَنْهَا لَا تُفَتَّحُ لَهُمْ أَبْوَابُ السَّمَاءِ وَلَا يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ حَتَّىٰ يَلِجَ الْجَمَلُ فِي سَمِّ الْخِيَاطِ ۚ وَكَذَلِكَ نَجْزِي الْمُجْرِمِينَ ﴾ سورة الأعراف - الآية 40

- ﴿ الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ ۚ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ ﴾ سورة الرعد - الآية 28.

- ﴿ وَالَّذِينَ هُمْ عَنِ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ ﴾ سورة المؤمنون - الآية 03 .

- ﴿ اللَّهُ نَزَّلَ أَحْسَنَ الْحَدِيثِ كِتَابًا مُّتَشَابِهًا مّتَانِي تَفْشَعِرُ مِنْهُ جُلُودُ الَّذِينَ يَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ ثُمَّ تَلِينُ جُلُودُهُمْ وَقُلُوبُهُمْ إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ ۚ ذَلِكَ هُدَىٰ اللَّهِ يَهْدِي بِهِ مَنْ يَشَاءُ ۚ وَمَنْ يُضْلِلِ اللَّهُ فَمَا لَهُ مِنْ هَادٍ ﴾ سورة الزمر - الآية 23.

- ﴿ وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ وَالْغَوْا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ ﴾ سورة فصلت - الآية 26.

- ﴿ وَإِذْ صَرَفْنَا إِلَيْكَ نَفَرًا مِّنَ الْجِنِّ يَسْتَمِعُونَ الْقُرْآنَ فَلَمَّا حَضَرُوهُ قَالُوا أَنْصِتُوا ۚ فَلَمَّا فُضِيَ وَلَوْا إِلَىٰ قَوْمِهِمْ مُّنْذِرِينَ ﴾ سورة الاحقاف - الآية 29 .

- ﴿ فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ ﴾ سورة الرحمن - الآية 16.

- ﴿ قُلْ أُوْحِيَ إِلَيَّ أَنَّهُ اسْتَمَعَ نَفَرٌ مِّنَ الْجِنِّ فَقَالُوا إِنَّا سَمِعْنَا قُرْآنًا عَجَبًا ﴾ سورة الجن -

الآية 01

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات

.....	شكر وتقدير
.....	الإهداء
.....	مقدمة
(أ-ث).....	الفصل الأول: ضبط المفاهيم و المصطلحات (اللغة، التأثير، الجمهور).
20-7.....	اللغة:
10-7.....	مفهوم اللغة: لغة و اصطلاحا.
16-10.....	عناصر اللغة ووظائفها عند رومان ياكبسون.
13-10.....	عناصر اللغة.
16-13.....	وظائف اللغة.
18-17.....	مستوى اللغة حسب الطبقة الاجتماعية.
20-18.....	مفهوم الخطاب وأنواعه
18.....	مفهوم الخطاب
20-19.....	أنماط الخطاب
19.....	الخطاب القرآني
19.....	الخطاب السياسي
20.....	الخطاب الاشعاري
20.....	الخطاب الأدبي
29-21.....	التأثير:
22-21.....	مفهوم التأثير: لغة واصطلاحا.
29-23.....	استراتيجيات وأساليب وطرائق التأثير والإقناع في الجماهير:
23.....	الإستراتيجية التضامنية.
24.....	الإستراتيجية التوجيهية.

24.....	الإستراتيجية التلميحية
25.....	الحجاج
26-25.....	الإعلام والإعلان (الإشهار)
28-26.....	فن الإلقاء
37-29.....	الجمهور:
30-29.....	مفهوم الجمهور: لغة واصطلاحا
31-30.....	كيفية التعرف على الجمهور
32-31.....	خصائص الاتصال الجماهيري الجمهور
33-32.....	العوامل المؤثرة في تشكيل آراء الجمهور (غوستاف لوبون)
32.....	الصور والكلمات والشعارات
32.....	الأوهام
33.....	التجربة
33.....	العقل
37-33.....	أنواع الجمهور:
34.....	الجمهور مؤيد
34.....	الجمهور معارض
35.....	الجمهور محايد
35.....	جمهور غير مهتم بالموضوع
35.....	الجمهور مختلط
36.....	الجمهور مختص
36.....	جمهور العامة (غير مختص)
37-36.....	جمهور الفئات المتجانسة
37.....	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: فاعلية النص التواصلي في التأثير والتعبئة الجماهيرية.....	
الخطاب القرآني وتأثيره.....	39-42
تجليات تأثير الخطاب القرآني في نفوس المؤمنين.....	39
تجليات تأثير الخطاب القرآني في الكافرين.....	41
تجليات تأثير الخطاب القرآني في الجن.....	42
ملاحظة:.....	43-44
الخطاب السياسي وتأثيره.....	45-60
خطاب مارتن لوثر كينغ:.....	45-46
جدول يلخص مضمون خطاب مارتن لوثر كينغ.....	47
تحليل وبيان تأثير الخطاب السياسي "مارتن لوثر كينغ.	47-51
اللغة.....	47-49
التأثير.....	50-51
الجمهور.....	51
خطاب جمال عبد الناصر:.....	52
جدول يلخص مضمون خطاب جمال عبد الناصر.....	53
تحليل وبيان تأثير الخطاب السياسي لجمال عبد الناصر.....	53-56
اللغة.....	53-55
التأثير.....	55
الجمهور.....	55
خطاب هوارى بو مدين:	56-57
جدول يلخص مضمون خطاب هوارى بو مدين	57
تحليل وبيان تأثير الخطاب السياسي هوارى بو مدينا.....	57-60
اللغة.....	57-59

التأثير.....	60-59
الجمهور.....	60
الخطاب الأدبي وتأثيره	73-60
خطاب البشير الإبراهيمي حول القضية الفلسطينية.....	61
جدول يلخص خطاب البشير الإبراهيمي.....	62
تحليل وبيان تأثير الخطاب الأدبي للبشير الإبراهيمي.....	64-62
اللغة.....	63-62
التأثير.....	64
الجمهور.....	64
مقتطف من قصيدة أبو البقاء الرندي في رثاء الأندلس	66-65
جدول يلخص مضمون المقطوعة الشعرية.....	66
تحليل وبيان تأثير مقطوعة ابو البقاء الرندي.....	69-66
اللغة.....	68-66
التأثير.....	69-68
الجمهور.....	69
مقتطف من قصيدة عنتره الغزلية "ساحلم عن قومي"	70
جدول يلخص مضمون المقطوعة الشعرية.....	71
تحليل وبيان تأثير المقطوعة الشعرية "لعنتره".....	73-71
اللغة.....	73-71
التأثير.....	73
(الجمهور).....	73
الخطابات الإشهاري:	81-73
أبيات الشاعر مسكين الدرامي	74

74.....	جدول يلخص مضمون المقطوعة الشعرية.....
76-75.....	تحليل وبيان تأثير المقطوعة الشعرية لمسكين الدرامي.....
76-75.....	اللغة.....
76.....	التأثير.....
76.....	الجمهور.....
78-77.....	إشهار قهوة مولينو وإشهار زيت عافية.....
78.....	جدول يلخص مضمون الخطابين الإشهاريين.....
81-79.....	تحليل وبيان تأثير الخطبين الإشهاريين.....
80-79.....	اللغة.....
81.....	التأثير.....
81.....	الجمهور.....
87-82.....	خطابات متنوعة وتأثيراتها:.....
83-82.....	الخطاب القضائي.....
84.....	محاضرة في جامعة خميس مليانة.....
85-84.....	الكتابة الجدارية والرسم الكاريكاتوري.....
86.....	قصة طريفة.....
91-89.....	خاتمة:.....
96-93.....	قائمة المصادر والمراجع.....
98.....	فهرس الآيات.....
.....	فهرس الموضوعات.....
.....	ملخص الدراسة.....

