

أصبح يعرف بالانفجار المعلوماتي واتساع رقعة المتلقين وتجاوزهم حدود الزمان والمكان. ولئن كان مفهوم البلاغة قد استقر أمره واستتب عند ذوي الاختصاص منذ تقسيم أرسطو الثنائي البويطيقا والريتورिका، إلا أن الأمر يختلف جذريا مع الجمهور وذلك وفق مستويين الأول: في مدى إمكانية تعويض هذا المفهوم بمفهوم المتلقي كما عرفه الدرس النقدي الحديث الثاني: في مدى إمكانية تجاوز هذا المفهوم حدود القارئ وفق المنظور التفكيكي الذي أباح له الحرية في قراءة ما شاء واستنباط ما شاء معتبرا أن كل قراءة هي إساءة قراءة، وخصوصا في اعتبار بعض النقاد أن هذا الأمر غير مختص بالبلاغيين بل هو مختص بالنقاد.

وعلى هذا الأساس فسنبحث في طبيعة هذه المفاهيم محاولين الإجابة على التساؤلات التالية: هل الحديث عن بلاغة الجمهور معناه الانتقال من بلاغة المتلقي المفرد إلى المتلقي الجماعي؟ وإذا كان بالإمكان تحديد الفرد أو الفئة المستهدفة بالخطاب في مرحلة ما، فهل الأمر نفسه متاح في حالة الحديث عن مجموعة غير متكافئة في عدة نواحي؟ أم إنه ينبغي علينا تحديد طبيعة الجمهور المستهدف؟ وفي هذا رجوع للمعنى الأول وتأييد للرافضين لبلاغة الجمهور باعتبارها جزءا لا يتجزأ من المنظور النقدي القائم في نظرية التلقي؟ وهل يمكن اعتبار بلاغة الجمهور تحديدا لسلطة النص أم تقييدا لحرية القارئ؟ ثم ماذا قدم لنا الدرس التراثي في كل هذا؟ وللإجابة على هذه التساؤلات وجب على هذا المقال أن يتمحور كالاتي:

بلاغة الجمهور: محددات التفاعل ومستويات التحليل

د. بلخير أرفيس
جامعة محمد بوضياف
المسيلة

الملخص

تعتبر بلاغة الجمهور من أهم المواضيع الأكثر حداثة، إذ لا يزال الباحثون والدارسون من اختصاصات متعددة تقديم بعض المفاهيم الإجرائية أو بعض التصورات المنهجية من أجل جعله علما قائما بذاته، أو على الأقل فرعا من فروع البلاغة أو النقد. وسنحاول في هذا المقال أن نتطرق إلى قضيتين أساسيتين: الأولى وهي محددات التفاعل والثانية مستويات التحليل، أمليين أن نقدم عملا إجرائيا في كيفية دراسة وتحديد بلاغة الجمهور.

Abstract;

The eloquence of the public is one of the most recent topics, as researchers and scholars from various disciplines continue to present some procedural concepts or some methodological perceptions in order to make it a stand-alone science, or at least a branch of rhetoric or criticism.

In this article we will attempt to address two fundamental issues: the first is the determinants of interaction; the second is the levels of analysis, and we hope to provide procedural work on how to study and define eloquence of the public.

- مقدمة:

يحاول هذا المقال الغوص في مفاهيم ما أصبح يعرف ببلاغة الجمهور، وهو مفهوم ذو عتبتين نصيتين بالمفهوم اللساني الحديث، تضرب الأولى بجذورها في أعماق التراث، بينما تصول الثانية وتجول بين المفاهيم الأكثر حداثة، خصوصا بعد ما

الطرق الكفيلة به حتى يصل إلى منتهاه ويؤدي معناه..

ونحن سنقرب بداية أن هذه الطرق عديدة ومتنوعة، وكل منها يشكل رافدا من روافدها، واجتماعها مجملة يمكن أن يشكل في الأخير أبلغ معانها.

ثانيا: تعريف البلاغة اصطلاحا:

لقد أورد الجاحظ في كتابه البيان والتبيين العديد من تعاريف البلاغة التي شكلت فيما بعد لبنات هذا الصرح ومنها :

1-تعريف عمرو بن عبيد(144هـ) بقوله "تخير اللفظ في حسن الإفهام"³

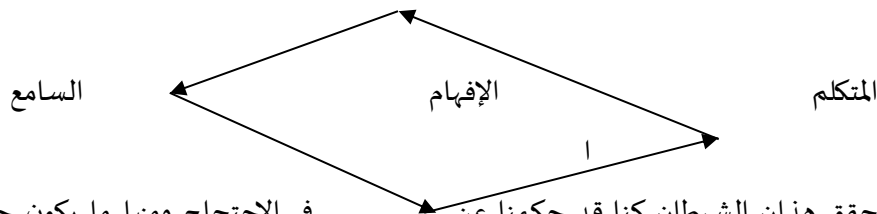
يشير هذا التعريف إلى أمرين: الأول اختيار اللفظ، والثاني الإفهام ،وهما أمران مترابطان ،بل ينبغي أن يخضع فيهما الأمر الأول للثاني.

وإذا أخذنا بميزان هذا التعريف كان علينا أن نصنف الكلام البليغ وفق مستويين:

المستوى الأول متعلق بالسامع ومدى فهمه لكلام المتكلم.

المستوى الثاني متعلق بالمتكلم ومدى اختياره الألفاظ التي تؤدي غايته في عملية الإفهام تلك.

ويمكن توضيح ذلك بالشكل الآتي:



في الاحتجاج ومنها ما يكون جوابا ومنها ما يكون ابتداء ومنها ما يكون شعرا ومنها ما يكون سجعا ومنها ما يكون خطبا ومنها ما يكون رسائل، فعامة ما يكون من هذه الأبواب الوحي فيها والإشارة إلى المعنى والإيجاز هو البلاغة"⁴

المحور الأول:التعريف بالبلاغة والجمهور.

المحور الثاني:أنواع الجمهور وفق التصور الحديث.

المحور الثالث: الجمهور والمتلقي بين التراث ومقولات ما بعد الحداثة.

المحور الرابع:مقاربة نظرية في بلاغة الجمهور –

المحور الأول:التعريف بالبلاغة والجمهور

أ-تعريف البلاغة: البلاغة في اللغة تعني الوصول والانتهاء،يقال بلغ الشيء يبلغ بلوغا وبلاغاً وصل وانتهى ومنه قول أبي قيس بن الأسلت السلمي:

قالت ولم تقصد لقيلا لخنأ1

مهلا فقد أبلغت أسماعي

ويقال رجل بليغ وبلغ وبلغ حسن الكلام فصيح، يبلغ بعبارة لسانه كنه ما في قلبه²

إذا فكلمة البلاغة على إطلاقها تعني الانتهاء إلى أعلى درجات الشيء،حتى لا يكون بعده شيء أحسن ،سواء أكان هذا الانتهاء في أمور مادية أو أمور معنوية

وإذا قيدنا البلاغة بصفة العربية كنا قد حددنا المجال الذي سنتكلم فيه، إذ سنصب جام اهتمامنا على ما يتعلق بالكلام العربي،لنبحث فيه عن

- تخير الألفاظ .

وإذا تحقق هذان الشرطان كنا قد حكمنا عن الكلام وفق هذا التعريف بأنه كلام بليغ.

2- تعريف ابن المقفع حيث يقول:"البلاغة اسم لمعان تجري في أمور كثيرة،فمنها ما يكون في السكوت ومنها ما يكون في الاستماع ومنها ما يكون

لو حاولنا أن نمحص هذا التعريف فإننا سنجد
الآتي:

- البلاغة في السكوت: وهنا يتبادر إلى الذهن أننا
نتكلم عن بلاغة الكلام فكيف يمكن للسكوت أن
يكون بلاغة؟

والإجابة على هذا الأمر بسيطة، فالمقصود
بالسكوت ليس معناه أن يكون الإنسان صائما عن
الكلام ونطلق عليه في الأخير أنه بليغ، بل المقصود
بالسكوت أثناء عملية الكلام في لحظات معينة
يفرضها سياق الكلام، ولهذا قالت العرب "السكوت
عن الأحقق جوابه" كما أن "السكوت علامة
الرضا".

أما بلاغة الاستماع فمعنى هذا أن يختار
اللحظات التي يتطلبها الاستماع، فيفهم المعنى
ويدرك المغزى ليتسنى له الرد ويتاح أمامه الجواب
ولهذا قالت العرب "حسن الكلام من حسن
الاستماع"

وأما أن تكون البلاغة في الاحتجاج، فهذا أمر ليس
بالمتاح أمام الجميع إذ لا يقدر عليه إلا من أوتي من
علم المناظرة وسوق الكلام باعا يمكنه من الرد
والجواب في المقام الذي يتطلبه ذلك الأمر

وأما أن تكون البلاغة جوابا، فهذا يعني اختيار
الجواب المناسب في اللحظة المناسبة، ومن هنا كان
جواب الحكيم أحد فصول البلاغة العربية⁵

وأما أن تكون البلاغة شعرا أو خطبا أو رسائل، فهذه
صنوف في الكلام اعتادت العرب أن يبلغ بها عن
أغراضها، ولكل صنف منها مقام خاص يتطلبه .

وأما قول ابن المقفع: "فعامة ما يكون من هذه
الأبواب الوحي فيها والإشارة إلى المعنى والإيجاز هو
البلاغة" فيشير إلى ميزان البلاغة عنده وهو أمران:

الأول هو الإشارة إلى المعنى .

والثاني الإيجاز بالقدر الذي يحتاجه ذلك المعنى.

وإذا تحقق هذان الأمران كان الإنسان وفق هذا
التعريف بليغا.

ومن خلال تعريف ابن المقفع نستنتج أنه قد
ركز على جانبين: الأول عقلي يتمظهر في السكوت
والاستماع والإشارة، والآخر إجرائي مرتبط بالأداء
الكلامي، يتمظهر في الاحتجاج والجواب والخطب
والشعر.

وورد تعريف البلاغة في المعجم الوسيط الصادر
عن مجمع اللغة العربية ما مفاده "البلاغة حسن
البيان وقوة التأثير⁶

أما الرماني فيعرف البلاغة بقوله: إيصال المعنى

إلى القلب في أحسن صورة من اللفظ⁷

إن الرماني يضع لميزان البلاغة أمرين: الأول وصول
المعنى إلى المخاطب (المتلقي)

والثاني أن يختار له اللفظ الأنسب والأحسن.

ويعرفها الخطيب القزويني بقوله: مطابقة الكلام
لمقتضى الحال مع فصاحته⁸

يحتوي كلام القزويني على ثلاث عتبات لغوية

يجب الوقوف عندها وتحليلها، إذ يعد تعريفه هذا

من أشمل التعريفات لعلم البلاغة، وهذه العتبات

هي: الكلام، الحال، والفصاحة .

فالكلام يقتضي متكلما ومستمعا، أو متكلما

ومخاطبا أو بعبارة أخرى بائا ومتلقيا.

الحال وهو قسمان: إما لغوي؛ فمقام التنكير ليس

مقام التعريف مثلا.

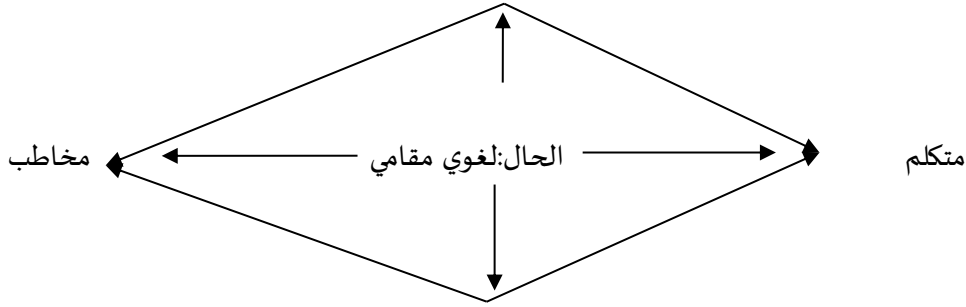
أو مقامي؛ إذ مقام الحزن ليس كمقام الفرح.

أما الفصاحة فهي ترتبط بأمرين:

أولا بالمتكلم وبطريقة أدائه.

الثاني بالكلام وطريقة بنائه.

وقبل تفصيل هذه النقاط يجدر بنا وضع مخطط
نجمع فيه أطراف العملية البلاغية. انطلاقا من
هذا التعريف الكلام.



ب-تعريف الجمهور:

لغة: ورد في لسان العرب لابن منظور ما
مفاده "جمهر له الخبر: أخبره بطرف له على غير
وجهه وترك الذي يريد. الكسائي: إذا أخبرت الرجل
بطرف من الخبر وكتمته الذي تريد قلت: جمهرت
عليه الخبر. الليث: الجمهور الرمل الكثير المتراكم
الواسع؛ وقال الأصمعي: هي الرملة المشرفة على ما
حولها المجتمع. والجمهور والجمهورة من الرمل: ما
تعقد وانقاد، وقيل هو ما أشرف
منه والجمهور: الأرض المشرفة على ما
حولها... وجمهور الناس: جلهم. وجماهير القوم
أشرفهم. وفي حديث ابن الزبير قال لمعاوية: إنا لا
ندع مروان يرمي جماهير قريش بمشاقصه. أي
جماعاتها، واحدا جمهور. وجمهرا القوم إذا
جمعتهم، وجمهرت الشيء إذا جمعتهم"⁹

والملاحظ للمعنى اللغوي سيقف على الأمور التالية
- الأساس في الجمهور ينافي مفهوم في بعض
الأحيان مفاهيم البلاغة: إذ هذه الأخيرة تروم
الوصول إلى المتلقي حتى حدود انتهاء المعنى، أما
الجمهور فهو قائم على تغييب الحقيقة ونقل جزء
منها وهو ما ذكره ابن منظور حين قال "جمهر له

الخبر: أخبره بطرف له على غير وجهه وترك الذي

يريد"

- أساس الجمهور الاختلاف وعدم التجانس
والاتحاد وهو ما يظهر في الرمل الكثيف
- الجمهور هو الأساس وحوله تدور الأعمال
الكلامية وهي تشرف على ما حولها

وأما تعريف الجمهور اصطلاحا فهو:

يعرف كل مايكل هارت وانطونيو نيكري الجمهور
بأنه: "ذات اجتماعية متعددة، لا يقوم تركيبه على
هوية أو وحدة أو على حياد وإنما هو مشترك"¹⁰
وعرفه آخر بقوله: مجموعة كبيرة غير منظمة من
الأفراد، المنفصلين عن بعضهم، والمختلفين في
ثقافتهم وطبيعة تفكيرهم، لا يعرف أحدهم الآخر،
لا يتفاعلون ولا يتبادلون المشورة والخبرة.

- ومن خلال التعريفين نستنتج النقاط التالية
- أولا: أهم صفة في الجمهور الاختلاف وعدم
الانسجام؛ فهو يتكون من أفراد يختلفون
ثقافيا واجتماعيا وسياسيا وحتى عمريا، وأن
الانسجام ناجم عن عدم الاتصال وجهل
بعضهم البعض.

يقسم الباحث البريطاني جون ميرل (J.Miller) الجمهور ثلاثة أقسام:

- الأميون: وهذا القطاع من الجمهور قد يستطيع القراءة والكتابة لكنه لا يميل إلى ذلك بالفعل، وربما يقرأ بعضهم موضوعا خفيفا، أو عناوين الأخبار أو تعليقات الصور لكنه في الأساس لا يرغب في القراءة، لأنه يحاول بذل أقل جهد في استقباله للرسالة، إذ يتصف أفراده بالخمول الذهني، ويكتفي بفكرة ضحلة عن العالم المحيط به دون إدراك متكامل للإحداث والقضايا كما أن هناك الأميين الحقيقيين الذين لا يقرؤون ولكنهم يعرضون أنفسهم للصور والأفلام والراديو وهذه الجمهور يهدف فقط إلى إشباع ذاته وحاجته إلى الترفيه والإثارة في تعرضه لوسائل الإعلام وغالبا ما يبحث عن الرسائل التي تمنحه متعة شخصية وقتية ولإمضاء الوقت والقضاء على الملل.¹²

وهذه الفئة سهلة الإقناع في كل الاتجاهات، ورأيها غير دقيق ولا يمكن الاعتماد عليها،

- الذرائعيون العمليون: يميل أفراد هذه الجمهور إلى الاندماج في التنظيمات الاجتماعية، فهم يشاركون ويقودون حملات، وينتخبون، وينتمون لمنظمات، ولديهم هوايات، ويسعون للتميز والارتقاء بالمتسوى الاقتصادي، والمكانة الاجتماعية التي تمثلها الملكية المادية للأشياء، ولأنهم ذرائعيون فهم يجدون دائما الذرائع لفعل الأشياء التي تجعلهم في المقدمة، لذلك فإن طموحهم واهتمامهم بالمكانة الاجتماعية والمادية يدفعهم إلى أن يكونوا من أكبر المستهلكين للرسائل الإعلامية. ومع أن الذرائعيين قد يماثلون الأميين في عدم رغبتهم في التكفير وتأمل الأشياء وفلسفتها إلا أنهم

- ثانيا: عدم التنظيم، فهو ليس كالجمعيات مثلا لديها ما ينظمها ويجمعها .

- ثالثا: الذاتية: فكل فرد يمارس ذاتيته انطلاقا من الوسيلة التي يحاول إتباعها في الحصول على المعلومة.

ويفترض عالم الاجتماع الأمريكي هيربرت بلومر (Blumer) معاني عدة لمصطلح نشاط الجمهور تتمثل بالاتي¹¹:

- المنفعة: فالناس يستعملون وسائل الإعلام لتحقيق فائدة من نوع ما.

- النية: لأن استهلاك الجمهور لمحتوى هذه الوسائل يخدم دوافع سابقة ترتبط بأهداف أفرادها.

- الانتقائية: إذ يعكس استعمال هذه الوسائل اهتمامات الجمهور وتفضيلاته وثقته بالوسيلة.

- المناعة ضد التأثير: فأفراد الجمهور يتصرفون بالعناد فهم لا يودون أن يتحكم فيهم أحد، لذا فإن هؤلاء الأفراد يتصرفون بالنشاط الهادف الذي يمكنهم من تجنب أنواع التأثيرات التي قد تحصل بسبب تعرضهم لهذه الوسائل.

- المحور الثاني: أنواع الجمهور وفق التصور الحديث.

بناء على الخصائص التي تم ذكرها أنفا نجد أنفسنا أمام سؤال عريض، الإجابة عنه تعتبر المدخل الحقيقي للولوج إلى ما يعرف ببلاغته، فعن أي جمهور نتكلم؟ وبعبارة أخرى إن لكل جمهور بلاغة خاصة به. فياترى ماهي التقسيمات التي يقرها علماء الاتصال حتى يمكن الاستفادة منها في ها المجال؟

والعائد المادي، وكذلك بمفهوم الجزء المباشر للسلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام.

ويقدم الباحث الأمريكي كلوس (Closse) تصنيفا عدديا للجمهور وفق درجات تفاعله مع الوسيلة وهو كما يأتي¹⁶:

- الجمهور المفترض: وهو مجموع السكان الذين يملكون الوسائل المادية والتقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الاعلامية لوسيلة معينة.

الجمهور الفعلي: وهو مجموع الأفراد الذين تعرضوا فعلا للرسالة الإعلامية مثل الموظفين على متابعة برنامج تلفزيوني أو إذاعي أو قراءة صحف معينة.

الجمهور المتعرض: وهو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها أو عن الموقف الذي يتخذه منها.

الجمهور الفعال: وهو جزء من الجمهور يتفاعل ويستجيب للرسالة الإعلامية كالجمهور المستهدف من الإعلانات أو الدعوات الانتخابية أو المشاركة التفاعلية في البرامج المعروضة.

وهناك افتراضات ودراسات مختلفة دعت إلى تغيير النظرة إلى الجمهور بعد أن كان ينظر إليه على أنه متلق سلبي إزاء قوة الرسالة الاتصالية وتأثيرها؛ إذ ظهر مفهوم (الجمهور العنيد) الذي يقول عنه الباحث الأمريكي دنيس هوويت (D.Howitt) إنه الجمهور الذي يبحث عن ما يريد دون أن يتعرض له ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم له هذا المحتوى.

3-بلاغة الجمهور بين محددات التفاعل ومستويات التحليل

أناس عمليون يبحثون دائما عن المعلومات التي قد تساعدهم في تطوير ذواتهم وعلى التعامل الأفضل والوصول إلى المقدمة¹³.

- المثقفون: وهم الأقل نسبة، ويهتمون بالقضايا الفكرية، والفلسفية، والمسائل الجمالية. وهم يميلون إلى تمجيد الأفكار، واحتقار القيم المادية، ويعد هذا الجمهور نفسه من الصفوة. ويبحث عن المجتمع الأفضل، ويكون أقل اهتماما بوسائل الإعلام، لأنه لا يعنيه أمر المجتمع الجماهيري الذي تتجه إليه وسائل الإعلام، فالإعلام من وجهة نظره سطحي ومدني، بسبب سعيه إلى إرضاء الجماهير العامة التي يشكك في ثقافتها وإعطائها ما تريد¹⁴.

وهذه الفئة هي التي يمكن الاعتماد عليها والتعويل عليها، إذ إقناعها عسير جدا، لكن إقناعها فيما بعد يجعل من الصعب تغيير قناعتها، وهذه الفئة هي النواة في أي مجتمع، والتغيير أو التفاعل عادة ما يحصل معها أو بسببها.

كما يمكن تقسيم الجمهور إلى¹⁵:

- أصحاب الاتجاه العلمي: وهم الذين يميلون إلى الحكم على الأشياء والأشخاص والمعاني وأوجه النشاط الإنساني في إطار القوانين والنظريات والعلاقات العلمية، ويتأثر السلوك الفردي الاتصالي تجاه وسائل الإعلام بهذا المفهوم، فالفرد من أصحاب هذا الاتجاه يقبل أو يرفض بالمعايير العلمية، وكذلك بقيمة ما يضيفه العمل بالمعرفة الإنسانية ويتأثر هذا الاتجاه بمستوى التحصيل العلمي.

أصحاب الاتجاه المادي أو العملي: والفرد في هذه الفئة يصدر أحكامه في إطار المنفعة المباشرة، -محددات التفاعل:

خطورة عن إدمان المخدرات، ويبلغ ذلك مداه في الأبرعينيّات من العمر، ويقل قليلاً في أواخر العمر بسبب ضعف البصر في سن الشيخوخة

- كما يكسب التليفزيون متفرجين أكثر من بين كبار السن
- كما يزداد إقبال كبار السن على مشاهدة البرامج الإخبارية في التليفزيون، ويزداد اهتمامهم بالشئون العامة، ويبحثون عن المواد الجادة في وسائل الإعلام.

- 2 النوع: فقد أظهرت الدراسات أن ثمة تبايناً واضحاً بين الرجال والنساء في التعامل مع الوسائط المعلوماتية، حيث تشير إلى أن النساء أقل اهتماماً بالشأن العام من الرجال، كما أنهن أكثر ميولاً نحو قراءة القصص الخيالية في المجالات، في حين يميل الرجال إلى قراءة المواد الجادة وغير الخيالية

- وتشكل النساء الغالبية العظمى من جمهور الراديو. والتليفزيون و لهذا توجه محطات الإذاعة والتلفزيون قدرًا كبيرًا من البرامج إلى النساء بصورة خاصة، مثل المسلسلات اليومية وبرامج الطبخ والإشهارات

- وأوضحت دراسات متعددة أن قراءة الرجال للأخبار في الصحف تبدأ في سن مبكرة عن قراءة النساء للمادة نفسها

3-التعليم:

- يجب أن نفرق حينما نتحدث عن تأثير التعليم كمتغير أساسي مرتبط بالجمهور، بين الوسائط المطبوعة والوسائط المرئية والمسموعة.

- حيث يحتاج الأشخاص الذين يتعاملون مع الوسائط المطبوعة إلى القراءة، في حين نجد أن

ويقصد بها مجموعة العناصر التي ينبغي على الباحث في بلاغة الجمهور الأخذ بها أثناء دراسته، فهي بمثابة المرتكزات الحقيقية لأي دراسة تطمح إلى تحقيق العلمية في أدق معانيها، كما أن إغفال أي منها يعد انتحارا علميا ؛بعبارة أخرى ستصعب دراسته صبغة الارتجال وعم الجدية ومعنى هذا أنها ستكون عديمة الجدوى.

ويمكننا أن نبرز تلك المحددات في النقاط التالية:

1-الفئة العمرية للجمهور

فقد أثبتت الدراسات أن ثمة علاقة قوية بين الفئة العمرية من جهة وطبيعة الرسالة ومصدرها، بالإضافة إلى نوعية المادة المقدمة، كما توصلت إلى أن وسائل الإعلام تصبح جزءًا من الظروف المحيطة بالطفل مباشرة من اللحظة التي يبدأ فيها بإدراك العالم من حوله.

كما تسيطر وسائل الإعلام على اهتمام الطفل في المرحلة السابقة على تعلمه القراءة، ، فحينما يوجد التليفزيون يبدأ الطفل في استخدامه مبكرًا، ثم يبدأ الطفل بعد ذلك في استخدام الكتب المصورة ثم في قراءة مجلات الأطفال الملونة بما تضمنه من قصص تثيري خياله.

- كما كشفت دراسات أخرى أن صغار السن يفضلون المواد الترفيهية أكثر من المواد الجادة، وأن هناك ارتباطا سلبيا بين صغر السن والاهتمام بالشئون العامة، فالشباب أقل اهتمامًا بالشأن العام، وأنه كلما زاد السن زاد الاهتمام بالشأن العام

- ويزداد الاحتكاك بالوسائط المعلوماتية الحديثة وخصوصا الشبكة العنكبوتية والتلفاز بعد التحكم فيها مباشرة، مما قد يسبب له إدمانا لا يقل

- ويوجد في كل مجتمع مجموعة من النظم الأساسية مثل الأسرة والنظام الاقتصادي والسياسي والتربوي.

- ويرى علماء التفاعلية الرمزية أن البناء الاجتماعي يسهم في صياغة شخصيات الأفراد، بحيث يمكن ملاحظة طابع قومي للشخصية في كل مجتمع، وبالتالي فإن البناء الاجتماعي يلعب دورًا رئيسيًا في تحديد الخصائص الاجتماعية والنفسية للجمهور (أفراد المجتمع).

6-الثقافة:

- تمثل الثقافة كلاً متكاملًا يتضمن كل ما أبدعه الإنسان في مختلف مجالات الحياة على مدار تاريخه الطويل، وإدراك القائم بالاتصال للأبعاد الثقافية بما تضمنه من عادات وقيم ومعتقدات ومنتجات مادية مثل المساكن والأزياء وأدوات الاتصال ووسائل المواصلات يسهم في تيسير وصول الرسالة إلى الجمهور، وتسهيل عملية التأثير.

- وقد كشفت الدراسات أن العادات الاجتماعية والمعتقدات والقيم تؤثر على التعامل مع وسائل الإعلام، فالشعوب التي لديها عادات القراءة أكثر تعاملًا مع وسائل الإعلام المقروءة، في حين تؤدي الأمية إلى زيادة التعامل مع الوسائل الأخرى - كما أن الدين يؤثر في اختيار الأفراد لنوعية البرامج المقدمة ومدى استجابتهم لها، أو رفضهم لهذه البرامج .

ب-مستويات التحليل:

ويقصد بها تلك المتغيرات التي ينبغي على الدارس أخذها في الحسبان حتى تحقق دراسته الهدف المنشود، وهي تختلف لاختلاف طبيعة

أي شخص تقريبًا يمكن أن يكون من جمهور الراديو أو التلفزيون دون الاحتياج إلى مهارة تذكر، ولهذا نجد أن هناك ارتباطًا كبيرًا بين قراءة الجريدة أو المجلة ودرجة التعليم.

- وحينما ظهر الراديو، نظر إليه رجال التعليم بتفاؤل على أساس أنه الوسيلة التي يمكن أن تلعب دوراً في التعليم ، فقد رأى البعض أن الأفراد الذين كانوا غير قادرين على التعليم والحصول على المعرفة لعدم مقدرتهم على اكتساب مهارة القراءة، أصبحوا بفضل الراديو قادرين على اكتساب المعرفة منه بالاستماع إلى البرامج الجادة والبرامج التعليمية.

- ولكن هذا التوقع لم يتحقق في بعض المجتمعات ، وإن كان قد تحقق في بعض الدول النامية خلال النصف الثاني من القرن العشرين.

4- الموقع الجغرافي:

- يلعب الموقع الجغرافي دورًا هامًا في تحديد الخصائص والسمات السيكولوجية والاجتماعية للجمهور

- فالموقع الجغرافي يلعب دورًا في تحديد خصائص الجمهور، وهو ما ينعكس بالضرورة على القائم بالاتصال، فإدراك المرسل لهذه الخصائص تجعله يعد رسالة إعلامية تتناسب مع طبيعة الجمهور وسماته الاجتماعية التي تميزه عن المجتمعات الأخرى

5-البناء الاجتماعي:

- يتشكل البناء الاجتماعي من مجموعة من النظم الاجتماعية المترابطة والمتكاملة بحيث تحقق استمرار المجتمع وتطوره

ما يراد له لا كما يريد، فإنه في عصر التكنولوجيات الحديثة أصبح الأمر غير متاح بالطريقة السابقة، فإيصال الرسالة أصبح متعدد الوسائط وما تعجز عنه وسيلة قد تؤديه أخرى. وهذا ما لوحظ في الجزائر " منذ نهاية الثمانينيات من القرن الماضي، أي بعد بدء البث التلفزيوني المباشر، وتحرير القيود الإدارية إلى حد كبير ليسمح باستيراد المكتوب من جرائد ومجلات وكتب وإقامة قاعات الألعاب الإلكترونية ومحلات أشربة الفيديو والأغاني والأقراص المضغوطة والمقاهي الافتراضية، والتي أصبح المراهقون والشباب من روادها الرئيسيين"¹⁹

3- السرية والعلنية:

ويقصد بها مدى إمكانية التعرف على المتلقي الحقيقي، ومن ثمة على حدود استجابته، "فقد أتاحت وسائل الاتصال الإلكترونية إمكانيات لا حصر لها لتجهيل مصدر استجابات الجمهور، فالأسماء المستعارة أو الرموز واستخدام الحواسيب العامة أو الهواتف النقالة، كلها وسائل تتيح تجهيل مصدر الاستجابة، ومن ثم يمكن معرفة القليل للغاية عن هوية منتج الاستجابة سواء من ناحية العمر أو النوع أو الجنسية"²⁰

4- الضخامة والضائلة: في وقت ما، كانت تتحكم الآلية الاتصالية في حجم التأثير في سلوكيات الجمهور، وعادة ما كانت مقروءة تخضع لما يكتب، مما أسهم في محدوديتها، ولكن بعد انتشار الوسائط الإلكترونية ازداد حجم التأثير نظرا لزيادة حجم المتلقين؛ حيث تأخذ ألوانا متعددة قد تكون مسموعة أو مقروءة أو حتى مرئية، خصوصا ما يكتب على اللافتات الإشهارية أو

المؤثرات الاتصالية بين المقروء منها والمرئي والمسموع، والتفاعلي. وعلى كل فإننا يمكننا أن نختصرها في النقاط التالية:

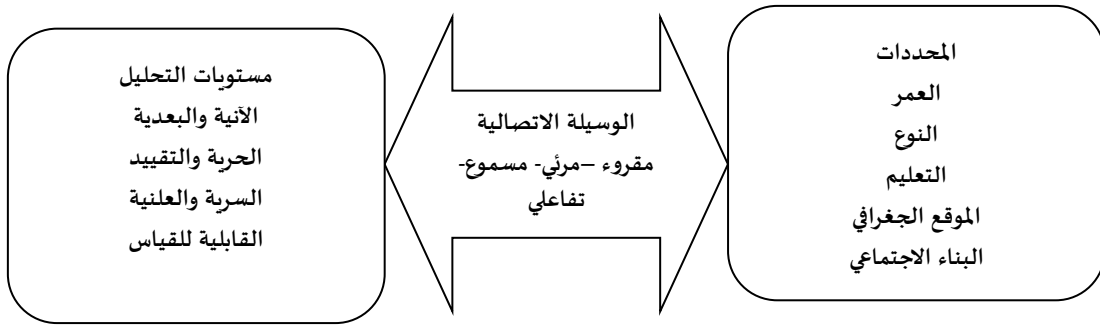
1- الآنية والبعدية: ويقصد بهذا الأمر مدى تقبل الجمهور للرسالة ومدى استجابته لها، والمدى منظور إليه في بعده الزمني، فهناك خطابات سلطوية قد تحدث استجابة سريعة في حين تجد بعض الخطابات صعوبات في تقبل ما يصل إليها ولا يمكنها ان تستسيغه إلا بعد فترة زمنية معينة، فمثلا "بريد القراء في الصحف الورقية كان يتيح نشر بعض استجابات القراء لكن في زمن لاحق للرسالة الأصلية، أما استجابات الجمهور في الوقت الراهن فغنها توزع وتستهلك تقريبا في نفس زمن توزيع الرسالة الأصلية واستهلاكها"¹⁷، كما أن طبيعة المادة المرسله تحدد وقت الاستجابة "فبرامج الإفتاء وما تؤديه من دور لخدمة المجتمع والأفراد يقع على عاتقها مسؤولية اجتماعية كبيرة وبخاصة في ظل الثورة التكنولوجية الفضائية التي يعيشها العالم"¹⁸ نجد ان الاستجابة فيها فورية، وهذا راجع للطبيعة التفاعلية بين المرسل والمتلقي من خلال الاتصال الهاتفي أو عن طريق البريد الإلكتروني، وهما يحتم وجود لغة تخاطبية ينزل فيها المرسل إلى مستوى المتلقي ليوصل رسالته.

2- الحرية والتقييد: ويقصد به مدى التحكم في استجابة الجمهور، وهناك عاملان يتحكمان في ذلك: طبيعة المادة المرسله، ووجود الرقابة على تلك المادة

فإذا كانت الوسائط الاتصالية مراقبة في عصر الديكتاتوريات والأنظمة الشمولية مما يحدد طبيعة الاستجابة، ويجعل الجمهور يتأثر ويؤثروا

هذا أنه يمكن التحكم في الرسالة الخطابية بغية جلب أكبر عدد ممكن من المتفاعلين، وذلك بإلباسها اللباس الذي يهواه أغلب رواد تلك الوسيلة الجماهيرية. وانطلاقا من محددات التفاعل ومستويات التحليل نتوصل إلى خطاطة تكون بمثابة آلية لتحديد مدى بلاغة الجمهور

التحريضية. وهنا ينبغي قياس حجم الاستجابة للتمكن من جدوى فاعلية الآلية الاتصالية 5- القابلية للقياس وعدم القابلية: في وقت مضى، لم يكن يعلم عدد المتفاعلين مع الخطابات بسهولة، بل إن محاولة التقييم كانت في أغلب الأوقات خاطئة، ولكن مع الوسائط الحديثة أصبح يمكن معرفة عدد المتفاعلين، وهو ما نراه في التعليقات أو الإعجابات مثلا في الفيس بوك، معنى



وعليه فإننا حين نتكلم عن بلاغة الجمهور فإننا نتكلم عن محددات أكثر منها مستويات. خاتمة:

انطلاقا من كل ما تم ذكره نستنتج ما يلي:
- لقد فرضت بلاغة الجمهور نفسها كبلاغة موازية فرضا جعل من واجب المختصين سواء أكانوا بلاغيين أم نقادا الاهتمام بها، بل والتركيز على كل ما يسهم في بناء هذا البناء
- لم تكن بلاغة الجمهور لتكون لولا ما استحدثت من وسائل اتصال، وأدوات تفاعل غير تقليدية، جعلت الجمهور قوة موازية لقوة السلطة المهيمنة.
- لا يمكن لبلاغة الجمهور أن تؤتي أكلها إلا إذا تم استنطاق العناصر الفاعلية في القضية التخاطبية، واستدعاء ما يجب استدعاؤه من

إن استعمال هذه الخطاطة يكون وفق التالي:
- تحديد طبيعة الموضوع والوسيلة الاتصالية في المرحلة الأولى
- اعتماد أحد المحددات للدراسة سواء أكان العمر أو النوع
- إسقاط ذلك المحدد على مستويات التحليل المذكورة
كما يمكننا أن نشير إلى أن أي تغيير في موضوع الرسالة الاتصالية أو الوسيلة الاتصالية يؤدي حتما إلى تغير نتيجة الدراسة، فاعتماد المقروء ليس كاعتماد المسموع مثلا وهكذا
أضف إلى هذا، فإنه يمكن إسقاط المحدد الواحد على المحددات الأخرى، مما يجعلنا نستنتج استنتاجات أخرى، فإذا كانت الفئة العمرية واحدة فإنها قد تختلف من حيث الجنس أو التعليم أو الثقافة وغيرها من المحددات .

على تشييد صرحه وبناء أدواته المنهجية والإجرائية .

-الهوامش:

- ن م، ن ص¹⁴
- ¹⁵فتحي حسين عامر، علم النفس الاعلامي، العربي للنشر والتوزيع، 2012 ص173
- ¹⁶رواء هادي الدهان وسائل الاعلام ومستويات الثقة ص21
- ¹⁷عماد عبد اللطيف، تحليل الخطاب بين بلاغة الجمهور وسيميائية الأيقونات الاجتماعية، مجلة فصول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد83، 84، (2012، 2013) ص513
- ¹⁸ناصر بن عبد الرحمان الهازني، التعرض لبرامج الإفتاء في القنوات الفضائية العربية وإشباعاتها، ص14
- ¹⁹السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، إشراف: بلقاسم بن رّوان، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، نوقشت سنة 2006 م، ص. 03
- ²⁰عماد عبد اللطيف، تحليل الخطاب بين بلاغة الجمهور وسيميائية الأيقونات الاجتماعية، مجلة فصول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، العدد83، 84، (2012، 2013) ص514

أدوات منهجية لفك الشفرات، وتفسير الطلاسم.

- إن الإقرار بأهمية بلاغة الجمهور في العصر الحالي هو اعتراف ضمني بمدى فاعليتها في مابعد الثورة المعلوماتية، ولهذا وجب عدم التنازع في تصنيفه في البلاغة أو النقد وإنما ينبغي العمل

¹الخنا: الفحش في الكلام.

² ابن منظور، لسان العرب، تح: عبد الله علي الكبير وآخرون، دار المعارف، القاهرة، مصر، مادة "بلغ" ج1 ص346

³ الجاحظ ، البيان والتبيين ، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط7(1418هـ، 1998م) ج1 ص114

⁴نفسه ج1 ص115، 116

المقصود بجواب الحكيم. هو إجابة السائل بأكثر مما يسأل عنه لأن حاجته لا تتم إلا من خلال هذه الزيادة.⁵

⁶ شوقي ضيف وآخرون، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط4(1425هـ، 2004م) ، ص70

⁷الرماني، النكت في إعجاز القرآن ضمن ثلاث رسائل ص75، 76

⁸ القزويني :الخطيب ، الإيضاح ، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان ط1(1424، 2003) ص20

ابن منظور، لسان العرب، مادة "جمهر" ج2 ص215⁹

¹⁰مايكل هارت وأنطونيو نيغري، الجمهور، تر: حيدر حاج اسماعيل، دار بغداد، بيروت، ط1، 2015، ص13

¹¹رواء هادي الدهان وسائل الاعلام ومستويات الثقة، دار أسامة للنشر والتوزيع ص22

نفسه ص124¹²

¹³ ن م، ن ص