

بلاغة الجمهور الافتراضي

دراسة استجابات الجمهور الافتراضي الرياضي في ظل جائحة كورونا

The rhetoric of the virtual audience
Studying the reflexes of the virtual sport audience in light of the Corona pandemic

بوشعيب العصبي

أستاذ باحث في البلاغة والخطاب،

مديرية الجديدة، الأكاديمية الجهوية للتربية والتكوين لجهة الدار البيضاء سطات، المغرب.

elassibi.bouchaib@gmail.com

تاريخ النشر: 2021/08/01

تاريخ القبول: 2021/07/24

تاريخ الإرسال: 2021/07/01

Abstract:

In this article, we discuss the various types of virtual sports audience reflexes; Such as fixed and moving sports icons in addition to a linguistic icon, in the light of public rhetoric and semiotics, in our belief in the public rhetoric project and its ability to be open in the face of various discourses, including virtual sport discourse, based on the hypothesis that the virtual sport space is a virtual rhetorical space that is created In it the conflict between the rhetoric of power and the rhetoric of the public, such as the rhetoric of freedom,

Keywords: the rhetoric of the audience, The rhetoric of the virtual sports audience, the rhetoric of the freedom, The semiotics of sports icons , the rhetoric of confrontation and conflict.

مَدِينَةُ الْبَحْرِ

نناقش في هذا المقال استجابات الجمهور الرياضي الافتراضي بمختلف أنواعها؛ مثل الأيقونات الرياضية الثابتة والمتحركة إضافة إلى أيقونة لغوية، وذلك في ضوء بلاغة الجمهور والسيمياءات، إيماننا منا بمشروع بلاغة الجمهور وقدرته على الانفتاح في وجه مختلف

الخطابات، بما في ذلك الخطاب الرياضي الافتراضي، انطلاقاً من فرضية مفادها أن الحيز الرياضي الافتراضي هو فضاء بلاغي افتراضي يتم فيه الصراع بين بلاغة السلطة وبلاغة الجمهور، مثل بلاغة الحرية، وبلاغة المجابهة والصراع.

الكلمات المفتاحية:

بلاغة الجمهور، بلاغة الجمهور الرياضي الافتراضي، بلاغة الحرية، بلاغة المواجهة والصراع، سيمائية الأيقونات الرياضية.

من الجمهور الرياضي الحيّ إلى الجمهور الرياضي الافتراضي:

يرتبط غياب الجمهور عن الميادين الرياضية، لاسيّما في الرياضات الأكثر شعبية مثل كرة القدم، بفعل العقوبات التي تُفرض على الأندية الرياضية، نظراً لما يقوم به المشجعون من استجابات عنيفة تهدد السلامة العامة. وتبقى أطول مدة غاب فيها الجمهور الرياضي عن الميادين هي خمس سنوات؛ حين حظر اتحاد الكرة (UEFA) جماهير جميع أندية كرة القدم الإنجليزية من المسابقة الأوروبية بسبب أعمال عنف عام 1985 بين الجمهور الإيطالي والإنجليزي، مما أدى إلى مقتل تسعٍ وثلاثين شخصاً¹. ويمكن العودة للمزيد من المعلومات حول الاستجابات العنيفة للجمهور الرياضي وكيفية إيجاد حلول لها إلى العديد من الدراسات التي أنجزت حول الموضوع².

ولا يخفى على أحد الدور المهمّ الذي يضطلع به الجمهور الرياضي؛ سواء على المستوى الماديّ أو المعنويّ، ناهيك عن "الاستجابات البلاغية" التي ظهرت في الآونة الأخيرة، وحملت بدورها رسائل اجتماعية وسياسية... ونهضت بأدوار واعية ومتحضّرة؛ إذ أصبحت الفضاءات الرياضية ميادين لخطابات دالة ينتجها الجمهور بوصفه فاعلاً، وتتفق "بلاغة المخاطب" مع بعض التصورات (فيسك 1989) التي ترى أن المخاطب ليس طرفاً سلبياً؛ فهو ليس مجرد "مستقبل" لنص المتكلم، وإنما يستطيع بفضل تطوير وتفعيل استجاباته أن يقاوم الخطاب السلطوي³

وفي ظل جائحة كورونا (KORONA) تغيرت الكثير من العادات المألوفة في شتى مناحي الحياة، واضطر الجمهور أن يعيش حجرا صحيا. وبعد فترةٍ من التوقف القسري فُتحت الملاعب الرياضية، لكن الجمهور غاب عنها مُكرِّها، ورغم سماح بعض الأندية بدخول الجماهير تدريجيا إلى الميادين، فإن العدد كان قليلا مقارنة مع السابق. ولأن الحاجة أم الاختراع لجأت العديد من الأندية الرياضية الأوروبية والأمريكية والآسيوية والإفريقية إلى ابتكار حلول لتعويض غياب الجمهور الحي بجمهور افتراضي؛ وذلك بوضع صور كارتونية أو بلاستيكية لجماهير حقيقية من أصحاب البطاقات الموسمية في المدرجات، إضافة إلى إحداث تطبيقات تتحكم في أصوات افتراضية تواكب أجواء المقابلة، بما في ذلك التصفيق والهتاف والصفير واهتزاز الأضواء والضجيج الافتراضي، بل إن هذه الجماهير الافتراضية نفسها حملت لافتاتٍ وقامت بحركات تضاهي الجماهير الحية. وقد بدأت تجربة الجماهير الافتراضية في الدوري الألماني لكرة القدم، ثم انتقلت إلى دوريات أخرى مثل الدوري الدنماركي والإنجليزي والإسباني...، وبدل أن يظل المشاهد يسمع ارتطام الكرة بالجدار الإشهاري وأصوات اللاعبين وصراخ المدربين، أصبح بإمكانه سماع أصوات بديلة لجماهير افتراضية، ولم يكن المشاهد مُجبراً على ذلك؛ إذ قدّمت بي بي سي (BBC)، مثلا، المباريات للجمهور بصوت الجماهير أو من دونه، حسب اختيار المشاهد ورغبته، وتعهّدت شبكة سكاى (SKY) بإضافة مجموعة من أصوات الجماهير التي تتلاءم مع كل مباراة على حدة، كما وُضعت شاشات عملاقة في الميادين الرياضية أظهرت استجابات الجماهير الافتراضية المباشرة عبر تطبيق زووم (ZOOM)، وميكروسوفت تيمز (MICROSOFT TEAMS)، ويمكن أن نضيف إلى ذلك المواقع الإلكترونية، واليوتيوب (YOUTUBE) وما يرافق ذلك من استجابات أنية ومتنوعة للجماهير الافتراضية التي تتابع المباريات مباشرة.

1- بلاغة الجمهور الرياضي الافتراضي، قضايا ومفاهيم

يرتبط مفهوم البلاغة منذ القديم بالفصاحة؛ جاء في "لسان العرب" لابن منظور في مادة "بلغ": «الْبَلَاغَةُ الْقَصَاحَةُ: وَالْبَلُغُ وَالْبَلِغُ: أَلْبَلِغُ مِنَ الرَّجَالِ، وَرَجُلٌ بَلِغٌ وَبَلُغٌ: حَسَنُ الْكَلَامِ فَصِيحُهُ، يُبَلِّغُ بِعِبَارَةٍ لِسَانِهِ كُنْهَ مَا فِي قَلْبِهِ وَالْجَمْعُ بُلْغَاءٌ⁴»، وللبلاغة معانٍ متعددة منها ما يرتبط بالصمت ومنها ما يتعلق بالاستماع، ومنها ما يكون في الإشارة والتلويح، ومنها ما يكون في

الاحتجاج، ومنها ما يكون في الشعر والنثر⁵. وإذا كانت البلاغة القديمة قد أولت أهمية أكبر للمتكلم و"النصوص العليا" و"النصوص المتعالية" التي تنتسب إلى ذوات إلهية أو مقدسة، مثل الكتب السماوية وأقوال الأنبياء والقديسين⁶، فإن البلاغة الجديدة، وفي مقدمتها "بلاغة الجمهور" اهتمت، علاوة على ما سبق، بخطابات الحياة اليومية المعيشة التي تصدر عن المخاطب بوصفه منتجا للخطاب لا مستهلكا فقط، وقد فتح هذا التوجه البلاغي الجديد الذي أنشأه الدكتور المصري عماد عبد اللطيف آفاقا واسعة للبحث في البلاغة وتحليل الخطاب، إذ عني بدراسة بلاغة الجمهور في الخطاب السياسي والتربوي والرياضي وخطاب المرض...، وأمام المتغيرات التي عرفها العالم في ظل جائحة كورونا (KORONA) لم يعد يسمح للناس بالتجمهر حماية لهم من المرض، فلجأت بعض الأندية الرياضية إلى الجمهور الافتراضي، وظهرت تطبيقات تكنولوجية جديدة مكنت من التشجيع عن بعد، والحضور إلى الميادين الرياضية بشكل افتراضي، ومن ثم انتقلت الاستجابات البلاغية الحية إلى استجابات بلاغية افتراضية.

وقبل أن نباشر الحديث عن بلاغة الجمهور الافتراضي الرياضي، ونحلل بعض استجاباته المتنوعة في ظل جائحة كورونا (KORONA) يمكننا أن نطرح بعض الأسئلة البحثية التي سنحاول الإجابة عنها في هذه الدراسة:

- ✓ ما المقصود بالجمهور الافتراضي الرياضي؟
- ✓ ماهي أنواع استجابات الجمهور الافتراضي في ظل جائحة كورونا؟
- ✓ كيف تسهم استجابات الجمهور الرياضي الافتراضي في تشكيل هوية الجماهير؟
- ✓ ما دور استجابات الجمهور الرياضي الافتراضي في محاربة التمييز، ورفض الظلم؟
- ✓ كيف تجمع استجابات الجماهير الرياضية الافتراضية بين الإقناع والإمتاع؟

1-1 بلاغة الجمهور الرياضي الافتراضي، المفهوم والخصائص

سننطلق في هذه الدراسة مما قدّمه الدكتور عماد عبد اللطيف نظريا وتطبيقيا حول الموضوع، من خلال عدة دراسات أهمها دراسته الموسومة بـ "بلاغة جمهور كرة القدم، تأسيس نظري ومثال تطبيقي"؛ إذ يرى الباحث أن استجابات جمهور كرة القدم، وجمهور الرياضة عموما، المنتجة في سياقات الرياضة هي موضوع البحث البلاغي بوصفها علامات

تنجز الإقناع والتأثير والإمتاع في الفضاء العمومي، سواء أكانت هذه العلامات لغوية مثل: هتافات الجماهير ولافاتهم وأناشيدهم وشعاراتهم وتعليقاتهم على الأنترنت وغيرها، أم علامات غير لغوية مثل: التصفيق والصفير والضجيج والصور التي يرفعونها، وبخلاف المقاربات السابقة لكرة القدم، تعنى بلاغة الجمهور بدراسة الاستجابات المنتجة في الفضاءات الحية أو الافتراضية⁷، وسنهتم في هذا العمل بدراسة بلاغة الجمهور الرياضي الافتراضي؛ أي تحليل "الاستجابات البلاغية" المنتجة في الفضاءات الافتراضية.

وتتميز استجابات الجمهور الافتراضي بمجموعة من الخصائص، نذكر من بينها⁸:

- الآنية: تمكّن التطبيقات التكنولوجية الحديثة الجمهور في الفضاءات الافتراضية من التفاعل الآني؛ إذ أضحت في الوقت الراهن تُوزَّع وتُسْتَهَلَك تقريباً في الزمن نفسه لتوزيع الرسالة الأصلية، فيمكن للجمهور الرياضي الافتراضي أن يشاهد المباراة وفي الوقت نفسه يبدي استجاباته المتعددة.
- ضعف الخضوع للرقابة وإعادة المعالجة: تتمتع الاستجابات الراهنة بقدر كبير من الحرية والنفاذ، فرغم وجود بعض أشكال الاستبعاد المنظم لبعض الاستجابات، تبقى قليلة بالمقارنة مع القيود القديمة، فليست هناك مراقبة صارمة ومضبوطة؛ لذلك نجد تعليقات باللغة الفرنسية والعربية والعامية... وأحياناً نثر على تعليقات خادشة للحياء...
- ضخامة حجم الاستجابات وتعدد أنواعها: تتجاوز أحياناً استجابات الجمهور الافتراضي حجم الرسائل الأصلية، وتتعدد؛ فقد تأخذ شكل رسائل لغوية أو شكل تسجيلات مسموعة أو مرئية أو شكل رسائل بصرية مثل اللوحات أو الإشارات الحركية؛ فبفضل سهولة التواصل التي توفرها التطبيقات التكنولوجية الحديثة، يمكن للجمهور أن يتفاعل مع المباريات بشتى أنواع الرسائل ويسمح له بالتعبير عن استجاباته مرات عديدة دون أن يبذل مجهوداً كبيراً.

- قابلية تجهيل المصدر وصعوبة التتبع: أتاحت وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة إمكانيات عديدة لتجهيل مصدر استجابات الجمهور، فالأسماء المستعارة والرموز، وغيره مما يجعل هوية منتج الاستجابة أحيانا كثيرة مجهولة سواء من حيث العمر أو الجنس...، وقليلة هي المواقع التي تطلب معلومات حقيقية وصادقة، مما يتيح حرية كبيرة في الاستجابة.

- سهولة القابلية للحصر والقياس: يسهل قياس استجابات الجمهور وحصرها في الفضاء الافتراضي فتعليقات الجمهور على الخطاب الأصلي، وإعادة إرساله ووضعها أو حذفه من دائرة التفضيلات وغيرها من الأفعال يمكن قياسها وحصرها وتفسير العلاقة بينها وبين الخطابات الأصلية⁹.

2- سيميائية الأيقونات وبلاغة الجمهور الرياضي الافتراضي.

يعدّ العصر الحالي عصر الصورة بامتياز، إذ أصبح بإمكان صورة واحدة أن تغني عن عدد كثير من الكلمات، وتصل إلى الجمهور بسهولة كبيرة. وتتعدّد أشكال الصور؛ فمنها الثابتة والمتحركة والصورة الشعرية، والصورة الذهنية، والرقمية والخطية...، وقد مرّت الصورة عبر مراحل عدة؛ بدءاً من الصورة الثابتة مروراً بالصورة المتحركة وصولاً إلى الصورة الرقمية. وتختص الصورة بمجموعة من الخصائص والمميّزات؛ إذ تفهم من طرف الجميع، بصرف النظر عن الاختلافات اللغوية والعقدية وغيرها، كما تحمل الصورة معانٍ كثيرة وعائمة لولا اقترانها أحيانا بعلامات لغوية تحصر التأويل وتقيده. وسواء أكانت الصورة موحشة أم مخففة عن النفس، مدهشة أم فاتنة، يدوية أم آلية، ثابتة أم متحركة، بالأبيض والأسود أم بالألوان، صامتة أم ناطقة، فإنها تمارس الفعل وتحثّ على ردّ الفعل¹⁰، واستجابات الجمهور الرياضي الافتراضية بمختلف أشكالها تمارس بدورها الفعل وتحثّ على ردّه؛ كما تنهض بوظائف متعددة.

2-1 سيميائية الأيقونات الرياضية الثابتة والمتحركة

لا أحد اليوم يستطيع أن ينكر أننا نعيش في عصر ثقافة ما بعد المكتوب عصر الصورة والمجتمع الفرجوي، والصورة بمختلف ألوانها، وفي كل المجالات ليست محايدة، بل تحمل أهدافا ورسالة¹¹. وعلى غرار الأنساق اللسانية أصبحت الصورة إلى جانب الحركة واللون والصوت وغيره من العلامات الأساسية للتواصل بين الناس. وسندرس في هذا المستوى علامات بصرية من منظور تحليل الخطاب؛ تمثل الجمهور الرياضي الافتراضي، وذلك بالوقوف على أهم الوظائف التي تقوم بها.

تشبه العلامة البصرية نظيرتها اللغوية؛ فكلاهما بنية محكمة بمبدأ التأليف؛ لذلك يجب الاهتمام بالعناصر التي تتحكم في تأليفها، ونعني بذلك الوقوف على ما يثير اهتمام الرؤية قصد إعادة بناء مسار العين حول الصورة. يجب، إذن، البحث عن خطوط القوة؛ أي العناصر التي ندرك حدسا أنها الأكثر أهمية في الصورة إما لأنها مضاءة أو ملونة أو غريبة، فهي تثير رؤيتنا لأنها تختلف عن العناصر الأخرى المجاورة¹².

ولعل أبرز ما يثير انتباهنا في العلامة البصرية الثابتة هو اللون؛ إذ إن اللونين الأبيض والأخضر يربطان بخط متخيّل بين الشخصيات والأشياء التي تتكون منها الصورة. إنها نقطة تلاقي هذه العناصر، وهو ما يسمح بتحديد البعد والعمق وأثر العمق، ويسهم البعد في تحديد سلم الشخصيات والأشياء، أي أهمية هذه الأشياء داخل نسيج الصورة¹³.

يرتبط إنتاج الصورة بتحقيقها لوظيفة، فهي تسهم في تقديم خبر أو انطباع إستراتيجي أو في التأثير في المشاهد أو في إنتاج معنى من المعاني؛ بمعنى أنها تندرج في إطار التواصل، إذ يتم توظيف المرئي في الصورة للسيطرة على المتلقي من أجل تمرير اللامرئي إلى خانة اللاوعي. وتبقى الوظيفة المهيمنة FONCTION DOMINANTE هنا هي الوظيفة التعبيرية FONCTION EXPERSIVE أو الانفعالية؛ إذ عكست لنا هذه الصورة ما له علاقة بالمرسل/ الجمهور، من خلال التركيز على ملامحه، التي تدل على الانشراح والسرور.

ويندرج اللون في التحليل السيميائي للصورة ضمن المكون الكروماتي، وهو من المستويات التي تُفكَّك من خلالها الصورة، وله أهميته كذلك، واللون في الصورة التي بين أيدينا شُيِّد على أساس التناغم بين الشخصيات التي تؤثت الصورة، وهو ما أسهم في تشكيل هوية الجمهور الرياضي الافتراضي للفريق؛ لأن اللونين الأبيض والأخضر يرمزان إلى لون نادي بوروسيا مونشنغلادباخ، ناهيك عن البعد العاطفي للون؛ الذي أدى، بدوره، إلى خلق سلوك لدى المتفرج؛ يتمثل في حثه على الانخراط الفعلي في تشجيع الفريق والافتخاره، من خلال إشراكه وجدانياً في حبّ الفريق ودعمه، لاسيما أن اللون هنا يوحد جل الجماهير الافتراضية، وهو ما يوحد روحاً جماعية لدى مختلف مكونات النادي الرياضي، لاسيما إذا استحضرننا سياق المرض الذي خلق هذا النوع من الجمهور الافتراضي، بوصفه استراتيجية تضامنية من طرف الجمهور العي مع النادي الرياضي.

ولا يفوتنا في تحليل هذه الصورة الثابتة أن نقف عند الاختيارات التي توجد لدى المتلفظ لإنجاز الصورة، فإذا كان التأطير هو المسافة التي يتخذها المصور من الموضوع الذي يريد أن يعالجه، ويمكن أن يدرج مجموعة من اللقطات، وكل لقطة يمكن أن تحمل دلالة أو انفعالا معيناً، وذلك جلي من خلال اللقطة القريبة المفتوحة التي التقطتها عدسة الكاميرا لكل متفرج على حدة؛ هذا النوع من اللقطات الذي يتيح لنا إمكانية مشاهدة صدر الموضوع، وفي ذلك تقديم للشخصية وإبراز لأهميتها، واللقطات القريبة عموماً في هذه الصورة وُظِّفت لوصف انفعالات الجمهور الرياضي الافتراضي، وهو ما تؤكد عليه الفرحة المرسومة على وجوه أغلب المتفرجين الافتراضيين، وكذا الأفواه الفاغرة كناية عن تشجيعاتهم المتواصلة خصوصاً إذا استحضرننا الخلفيات الصوتية الافتراضية المؤثرة من هتاف وصفير وضجيج افتراضيين خلال فترات اللقاء.

وإذا عدنا مرة أخرى إلى الصورة الثابتة نفسها، وأردنا أن نحللها في ضوء زوايا الكاميرا، فيمكن القول إن زاوية الكاميرا في هذه الصورة، هي زاوية محايدة؛ لأنها جاءت على مستوى كامل ومواجه بالضبط للموضوع على مستوى نظرتة لنفسه¹⁴؛ ومن ثم فهي زاوية غير منحازة،

وليست تحريضية بخلاف زوايا الكاميرا الأخرى، وهي هنا تنقل لنا الموضوع بتقريرية تامة، وتعطي المشاهد إحساسا بأنه يشاهد الأشياء مباشرة.

وتتميز الصورة المتحركة عن نظيرتها الثابتة بمجموعة من الخصائص؛ نذكر من بينها:

الآنية: تتيح التطبيقات التكنولوجية الحديثة مثل ميكروسوفت تيمز (MICROSOFT TAEMS) وغيره، التفاعل الآني للجمهور، عكس الصور الثابتة، التي تكون مهياة مسبقا، كما أن الاستجابات فيها نمطية ومنتقاة ومتحكم فيها.

الدينامية: يمكّن التواصل المباشر للجمهور الرياضي الافتراضي عبر التطبيقات التكنولوجية الجديدة من النقل المباشر لصورة الموضوع/ المتفرج، إضافة إلى حركته وصوته وإشاراته، مما يضي نوعا من الدينامية على الصورة المتحركة؛ إذ تشكل الصورة والحركة والصوت كلا منسجما.

التفاعلية: يستطيع الجمهور الرياضي الافتراضي أن يتفاعل بشكل متجدد ومباشر مع ما يشاهده، مستعملا في ذلك تعبيرات الجسد، والصوت، والحركة، والشعارات، واللافتات.

واخترنا لدراسة الصورة المتحركة لقطات عامة متسلسلة لجمهور رياضي افتراضي في إحدى ملاعب كرة السلة الأمريكية المعروف اختصارا بـ "NBA"، وتتوفر فيها كل الخصائص التي سبق ذكرها؛ من آنية ودينامية وتفاعلية، ويتضح ذلك من خلال تغير ملامح بعض المتفرجين من لقطة إلى أخرى، وكذلك قيام بعضهم بحركات تفاعلية. وعموما فاللقطات العامة أو الكلية تغطي مشهدا عاما بصيغة بانورامية، إنها لقطة وصفية صرفة¹⁵، واستخدمت، هنا، لوصف التعبيرات الجسدية للجمهور الرياضي الافتراضي على امتداد زمن المباراة، كما أنها أعطت حرية كبيرة للشخصيات؛ إذا أتاحت حركة الكاميرا للشخصية مغادرة المشهد/ المقعد الافتراضي، وهو ما مكّن المشاهد من تتبع حركاتها، ومن ثمة اكتسبت الأحداث صبغة سردية؛ لأنها هذا النوع من حركات الكاميرا ينقل لنا الأحداث متسلسلة؛ إذ تكون الصورة الأولى سببا للصورة التي تليها.

2-2 بلاغة الجمهور الرياضي الافتراضي :

استهدفت بلاغة الجمهور منذ تدشينها تمكين الجمهور من مقاومة الخطابات السلطوية التي تهدف إلى فرض هيمنة المتكلم وتلاعبه بالمخاطب، وقاومت التصور المهيمن للبلاغة العربية بوصفها علما يخدم المتكلمين الراغبين في إنجاز الإقناع والتأثير اللذين استعملا عادة في الفضاءات السياسية العمومية لغرض السيطرة على السلطة، والاحتفاظ بها وإضفاء الشرعية عليها، وقد راهنت بلاغة الجمهور على أن علم البلاغة يمكنه أن يتحول من خدمة المتكلم إلى خدمة المخاطبين¹⁶. ومن ثم الفتت الدراسات والأبحاث في هذا الموضوع إلى الجمهور في الساحات والميادين الحقيقية والافتراضية، بوصفه منتجا للخطاب، عبر الانكباب على دراسة استجاباته المختلفة؛ لغوية كانت أم غير لغوية.

وقد حظي الجمهور الرياضي نفسه بدراسات همت تحليل استجاباته المتنوعة، سواء في الفضاءات الحقيقية أو الافتراضية.

2-2-1 الحيز الافتراضي الرياضي بوصفه فضاء بلاغيا:

يُعرف الفضاء البلاغي بوصفه فضاءً يتم فيه الصراع بين بلاغات وخطابات السلطة والجمهور، وقد يكون في مؤسسات رسمية مثل البرلمان، ووسائل الإعلام المختلفة. وينشأ هذا الصراع في فضاءات افتراضية تعجز السلطة عن التحكم فيه وفي نتائجه، كما يمكن أن ينشأ هذا الصراع في ميادين حقيقية مثل الساحات¹⁷. وقد انطلقت هذه الصراعات بين الجمهور والسلطة من الميادين العمومية الحقيقية، ثم انتقلت إلى العالم الافتراضي، كما هو الشأن بالنسبة للجمهور الرياضي الافتراضي.

وإذا سلّمنا أن التطبيقات الافتراضية التي تسمح للجمهور الرياضي بحجز مقاعد افتراضية هي فضاءات بلاغية تتم فيها الصراعات بين خطابات السلطة والجمهور، فإن الصور المتحركة قيد الدراسة خطابات ميدانية تعكس الصراعات ونتائجها، وقد احتفت هذه العلامات الدالة بالحرية وشعاراتها وأيقوناتها.

2-2-1-1 بلاغة الحرية :

إن التكنولوجيا التي أتاحت لشرائح محدودة من الناس التسلط على عقل البشرية بأكمله، هي ذاتها التي أعطت في العقد الأخير أملاً للتخلص من هذا التسلط؛ إذ تزايدت المساحة التي يستطيع بواسطتها الفرد العادي في أي مكانٍ من العالم أن يستجيب بفاعلية لرسائل الإعلام الجماهيري، وأن يبت في المقابل رسائله الشخصية على نطاق واسع، ربّما لا يقلّ مدّا في بعض الأحيان عن مدى الرسالة الأصلية. وذلك بفضل

انتشار وسائل الاتصال التفاعلية؛ مثل الصحف الإلكترونية، التي تتيح تعليقات الجمهور، وبرامج التلفزيون التي تتيح التعليق الآني على بثّها، إمّا على مواقعها الإلكترونية وإما عبر الرسائل الإلكترونية التي تظهر في الأشرطة التفاعلية أسفل الشاشة، ومواقع البثّ الشخصي للمقاطع المرئية والمصوّرة مثل يوتيوب، والإذاعات الشخصية التي تُبثّ مباشرة على الإنترنت، وصفحات الإنترنت الشخصية، سواء أكانت في شكل مدونات أم مواقع شخصية، والحسابات الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي على الفيس بوك أو تويتر¹⁸، أو التطبيقات التكنولوجية المستحدثة للتواصل عن بعد؛ مثل ميكروسوفت تيمز وزووم وغيرهما.

لم يعد الجمهور اليوم متلقيا سلبيًا كما كان في السابق، بل أصبح فاعلا ومنتجا بيدي رأيه ويشهره في وجه الجميع، ويحتج على بلاغات السلطة ببلاغات مضادة تستطيع هي الأخرى التأثير في الرأي العام، وتغيره. وفي هذا السياق، وأمام التحولات الجذرية التي عرفها العالم في مستهل السنة الماضية بفعل اجتياح وباء كورونا لجميع دول العالم، فرضت الأنظمة السياسية الحجر الصحي على عموم المواطنين، في جل دول العالم، محاولة الحد من انتشار هذا الوباء والتقليل من حجم الإصابات، وهددت كل من يخرق هذا الحجر بعقوبات زجرية، وجنّدت لتفعيل ذلك كل قواها لنشر خطابها السلطوي. وأمام تفاقم الوضع ضاق الناس ذرعا بالحجر الصحي، لما له من عواقب مادية ونفسية على الجميع، فبدأ الجمهور بالاحتجاج رغبة في الانعتاق من ربكة هذا السجن.

ويعد قرع الصحون والطناجر من بين أشكال الاحتجاجات السلمية التي قامت بها شعوب العالم في مختلف الدول لمناهضة السلطة والاستبداد، ليسمع صوت وجعهم عاليا. وينسب

البعض هذه الظاهرة إلى شيلى عام 1971 خلال فترة حكم سلفادور ألييندي، بعدها أصبح هذا الشكل الاحتجاجي شائعاً مع تولي الديكتاتور أوغستو بينوشيه، ويقول آخرون إنه انطلق في الجزائر خلال الثورة ضد المستعمر الفرنسي، وفريق ثالث يرده إلى أعوام ما قبل الميلاد. وقد علقت صحيفة "لوموند" الفرنسية على طقس "قرع المهارس"، أي قرع الأواني، في الجزائر واعتماده خلال الحراك الشعبي، مذكراً بأنه كان "سلاح التعبئة" ضد الاستعمار الفرنسي عام 1960.

لكن الثابت أنه أكثر انتشاراً في أمريكا الجنوبية، خاصةً فنزويلا والأرجنتين وشيلي وكولومبيا وأوروغواي والإكوادور وكوبا وبيرو والبرازيل. ويمتاز هذا الشكل الاحتجاجي بأنه يمكن حتى أولئك الذين يخشون الخروج إلى الساحات أو لا يستطيعون ذلك، من التعبير عن موقفهم من المنازل¹⁹. وهذا ما يهمننا في هذه الدراسة وليس تحديد أصل هذا الشكل الاحتجاجي الحضاري؛ أي الوقوف على دلالة هذا الشكل الاحتجاجي عند الجمهور الرياضي الافتراضي في سياق الحجر الصحي.

وإذا عدنا إلى العلامات البصرية المتحركة قيد الدراسة واستحضرننا السياق العام الذي دارت فيه أطوار المباراة بين فريق "لوس أنجلوس لايكرز" و "ميامي هيت" في شهر أكتوبر من العام الماضي (2020) ونظرنا إلى المتفرجين اللتين تقرعان على آيتين من أواني الطبخ يسهل علينا القبض على معنى هذه الحركة الاحتجاجية. فقد عرفت عدد من الولايات في أمريكا احتجاجات عنيفة على التدابير الخانقة للحجر الصحي، وخرج الناس إلى الشوارع دون كمادات للتعبير عن رفضهم للوضع. وانتقلت هذه الاحتجاجات من الميادين الحقيقية إلى العالم الافتراضي، كما هو الشأن في هذه الصور المتحركة، إصراراً من الجمهور الافتراضي، على إيصال خطابه إلى الجميع، وانخراطه في الاحتجاج للتأثير في السلطة قصد تعديل سلوكها، والسماح له بالخروج، ومن ثمَّ يتحرَّر من قيود الحجر الصحي التي أرهقتها.

2-1-2-2 بلاغة المجابهة والصراع:

أصبحت الفضاءات الافتراضية الرياضية لاسيما في ظل التواصل عن البعد الذي فرضته جائحة كورونا فضاءات بلاغية لصراع بلاغات؛ بلاغة سلطة محكمة في زمام الخطاب، وبلاغة

جمهور افتراضي يريد انتزاع تحكم بلاغة السلطة في الحيز البلاغي، عن طريق تقديم بدائل تحريرية مقاومة لبلاغة السلطة، ومن ثم يحتدم الصراع البلاغي على شكل بلاغات وبلاغات مضادة²⁰. وقبل أن نشرع في تحليل الإرسالية اللغوية * « BLACK LIVES MATTER » لا بد أن نقف عند السياق الذي ظهرت فيه؛ إذ يتطلب تحليل هذه الإرسالية اللغوية استدعاء آليات المنظور التداولي؛ فالخطاب يستوجب عموماً وجود مرسل ومرسل إليه؛ لأن إنتاج الخطاب من لدن المتكلم، وفهمه من جهة المخاطب، عمليتان لا انفصال لإحدهما عن الأخرى.

ويمثل المخاطب الذات الفاعلة، التي تنتج الخطاب؛ لأنه هو الذي يتلقَّظ به، ويجسّد ذاته من خلال بناء خطابه، وهو من يوظف اللغة في مستوياتها المختلفة، بتفعيلها في نسج خطابه، ذلك التفعيل الذي ينوع طاقاتها الكامنة، ويدرك ذلك بإنتاجه خطابات متنوعة²¹، ويعدّ المخاطب من أهم الركائز الأساسية في التداولية؛ لأنها تبحث في قصد المتكلم وفي طريقة استعمال اللغة في الخطاب.

وتتحدد هوية المخاطب في هذه الإرسالية اللغوية من خلال لفظ السود/BLACK الذي يشير إلى المواطنين الأمريكيين أصحاب البشرة السوداء، فهم من ينادون بالمساواة وينبذون العنصرية. ويشكّل المخاطب الطرف الآخر الذي يوجّه إليه المخاطب خطابه عمداً؛ فهو الذي يتلقى الشفرة، وعليه أن يفك رموزها، والمخاطب العيني المباشر هنا هو السلطة الأمريكية. وبالإضافة إلى المخاطب السابق يتوجه المتكلم بهذه الإرسالية اللغوية إلى كل الجمهور الافتراضي الذي يشاهد المباراة، بالإضافة إلى مخاطب ثالث وهو كل متلقّ مؤهل للتواصل معه، ساعياً إلى الوصول به على الاقتناع بأطروحاته.

وفي هذا السياق ينبغي - حسب إميل بنفنيست Émile Benveniste - أن يُفهم الخطاب في معناه الواسع: بوصفه كل ملفوظ يفترض مخاطباً ومخاطباً، ويكون للأول نية التأثير في الثاني بطريقة معينة²². وغاية المخاطب من هذه الإرسالية اللغوية هي التأثير في السلطة الأمريكية قصد تعديل سلوكياتها الاضطهادية ضد السود والمساواة بين الجميع بغض النظر عن اللون أو العرق...

يسعى تحليل الخطاب إلى ربط الملفوظات بسياقها، وفي أغلب الأحيان، يحدّد تحليل الخطاب بهذه الصفة، لكنه لا يدرس الملفوظات بشكل محايث، كي يربطها، بعد ذلك، بالمعايير

المختلفة(الخارجية) السياقية: بل على النقيض من ذلك، يسعى إلى الإحاطة بالخطاب، بوصفه نشاطا غير مفصول عن هذا السياق²³، وسنركز في هذه الدراسة على السياق المقامي لأهميته؛ إذ يحيلنا إلى زمن الاحتجاجات التي أعقبت موت المواطن الأمريكي "جورج فلويد" على يد شرطي أبيض، هذه الاحتجاجات التي واجهتها السلطة بعنف شديد، وامتد الصراع والمقاومة من طرف الشعب إلى المواقع الإلكترونية وشاشات التلفاز، وجل الفضاءات الافتراضية، مما جعل الرأي العام الدولي يتعاطف مع هذه القضية الإنسانية.

والمركز الإشاري للإرسالية اللغوية BLACK LIVES MATTER، مؤطر ضمينا بفضاء فرجوي احتفالي/ملعب كرة السلة، بين متكلم/حركة "حياة السود مهمة" ومخاطب/السلطة الأمريكية، في فضاء مكاني وزماني/مسرح المباراة وزمن إجرائها.

يشكل، إذن، (هاشتاغ) حركة "حياة السود مهمة"* احتجاجا رقميا ناجحا لمنهضة العنصرية بشكل سلمي وحضاري رغم عنف السلطة الأمريكية. وقد واجهت السلطة هي الأخرى هذا الهاشتاغ الجماهيري ببلاغات مضادة، عندما تعرض اثنان من أفراد الشرطة في مدينة "فيرغسون" بولاية "ميزوري" الأمريكية لإطلاق نار، إذ تم إنشاء "هاشتاغ" حياة الزرق مهمّة BLUE LIVES MATTER، في إشارة إلى حياة ضباط الشرطة من قبل أنصارهم.

تأخذ الإرسالية اللغوية BLACK LIVES MATTER حيزا مكانيا مهما وسط الملعب، بجانب الجمهور الافتراضي الرياضي، ورغم المساحة الضيقة التي يشغلها، فإن حضورها بخط مضغوط في هذا المكان يجعلها لافتة للانتباه، ويعطى أهمية كبيرة، واللون الأسود الذي تلون به هذا الهاشتاغ يرتبط بالوعد بحياة متجددة كالليل الذي يَعدُّ بالفجر...، وفي تأثيره في النفس الإنسانية يوَلد اللون الأسود الإحساس بالكثافة والثقل²⁴، وهي المعاني نفسها التي تحملها هذه الإرسالية اللغوية.

خاتمة:

لم تسلم الفضاءات الرياضية الافتراضية بوصفها فضاءات بلاغية من المواجهة والصراع بين الجمهور والسلطة في مختلف دول العالم، إذ تنوعت الاستجابات بين الأيقونات الثابتة

والمتحركة وإرساليات اللغوية، وعبرت بشكل واضح عن لسان حال الجمهور الافتراضي، الذي لا يقل شراسة عن الجمهور في الساحات والميادين الحقيقية، لاسيما أن الإنسان في عصرنا الحالي أصبح يقضي جل وقته في هذا العالم الجديد لسهولة التواصل فيه.

الملحقات:

ملحق(1): صورة ثابتة لجماهير افتراضية من ورق في مباراة بروسيا مونشغلادباخ ويونيون برلين الألمانيين بتاريخ 2020/06/06



ملحق (2): صور متحركة لمنفردتين افتراضيتين تفرعان على "صحنين" بإحدى ملاعب الدوري الأمريكي لكرة السلة "NBA" في

أكتوبر 2020





ملحق(3): الأيقونة اللغوية "BLACK LIVES MATTER"



لائحة المصادر والمراجع:

- أبو عثمان عمرو بن بحر الجاحظ (البيان والتبيين)، تحقيق وشرح عبد السلام محمد هارون، الجزء الأول .
- ابن منظور (لسان العرب) الطبعة الأولى الأولى، الجزء الثامن، بيروت 1968، دار صادر للطباعة والنشر.
- عماد عبد اللطيف (بلاغة جمهور كرة القدم، تأسيس نظري ومثال تطبيقي) مجلة العمدة، العدد السادس، جانفي 2019.
- عماد عبد اللطيف (تحليل الخطاب بين بلاغة الجمهور وسيميائية الأيقونات الاجتماعية) مجلة فصول العدد 84/83 خريف/ شتاء 2013/2012، الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- ريجيس دوبري (حياة الصورة وموتها) ترجمة فريد الزاهي، أفريقيا الشرق،
- قدور عبد الله ثاني (سيميائية الصورة ، مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم) دار الغرب للنشر والتوزيع.
- فران فينتورا، ترجمة علاء شنانة (الخطاب السينمائي لغة الصورة) منشورات وزارة الثقافة – المؤسسة العامة للسينما في الجمهورية السورية دمشق عام 2012.
- سعيد العوادي (البلاغة الثائرة خطاب الربيع العربي عناصر التشكل ووظائف التأثير) ، دار شهريار، الطبعة الأولى 2017.
- صلاح حاوي وعبد الوهاب صديقي (بلاغة الجمهور مفاهيم وتطبيقات) ، دار شهريار، الطبعة الأولى 2017.
- عماد عبد اللطيف (بلاغة الحرية معارك الخطاب السياسي في زمن الثورة) التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2013.

- عيسى عودة برهومة (تمثلات اللغة في الخطاب السياسي) مجلة عالم المعرفة، العدد الأول، المجلد 36، يوليو-سبتمبر 2007.
- كلود عبيد(الألوان، دورها تصنيفها، مصادرها، رمزيها، ودلالاتها) مراجعة الدكتور محمد حمود، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2013.
- عماد عبد اللطيف (من الوعي إلى الفعل، مقاربات معاصرة في مقاومة الخطاب السلطوي) جامعة القاهرة
- Dominique, Mangueneau, (Les termes clés de l'analyse du discours), Edition du seuil, février 1999.
- Émile Benveniste (Problèmes de linguistique générale), Éditions Gallimard, 1966.
- Andrew Livingstone , Martina Schreiber ,Clifford Stott, Otto Adang (TACKLING FOOTBALL HOOLIGANISM A Quantitative Study of Public Order, Policing and Crowd Psychology), Psychology, Public Policy, and Law 2008, Vol. 14, No. 2.

المواقع الإلكترونية:

- <https://sptnkne.ws/AsfC>

المحاضرات:

- عبد المجيد النوسي (المحاضرة الأخيرة في مادة السيميائيات) الفصل السادس، سنة 2018، شعبة اللغة العربية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، جامعة شعيب الدكالي بلجديدة، المغرب.

الهوامش والإحالات:

- ¹- Andrew Livingstone , Martina Schreiber ,Clifford Stott, Otto Adang (TACKLING FOOTBALL HOOLIGANISM A Quantitative Study of Public Order, Policing and Crowd Psychology), Psychology, Public Policy, and Law 2008, Vol. 14, No. 2, 116.
- ²- Andrew Livingstone , Martina Schreiber ,Clifford Stott, Otto Adang, Op.Cit 115-141
- ³- عماد عبد اللطيف (من الوعي إلى الفعل، مقاربات معاصرة في مقاومة الخطاب السلطوي) جامعة القاهرة، ص 578.
- ⁴-¹ ابن منظور (لسان العرب) الطبعة الأولوالأولى، الجزء الثامن، بيروت 1968، دار صادر للطباعة والنشر، ص 420.
- ⁵- أبو عثمان عمرو بن بحر الجاحظ (البيان والتبيين)، تحقيق وشرح عبد السلام محمد هارون، الجزء الأول ، ص ص، 115، 116.
- ⁶- عماد عبد اللطيف، ماذا تقدم بلاغة الجمهور؟ الإسهام، الهوية المعرفية، النقد، (بلاغة الجمهور مفاهيم وتطبيقات) تحرير وتقديم صلاح حاوي وعبد الوهاب صديقي، دار شهريار، الطبعة الأولى 2017 ص 19.
- ⁷- عماد عبد اللطيف (بلاغة جمهور كرة القدم، تأسيس نظري ومثال تطبيقي) مجلة العمدة، العدد السادس، جانفي 2019، ص 14.
- ⁸- عماد عبد اللطيف (تحليل الخطاب بين بلاغة الجمهور وسيميائية الأيقونات الاجتماعية) مجلة فصول العدد 84/83 خريف/ شتاء 2013/2012، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص 515
- ⁹- عماد عبد اللطيف (المرجع نفسه) ص 516.
- ¹⁰- ريجيس دوبري (حياة الصورة وموتها) ترجمة فريد الزاهي، أفريقيا الشرق، ص ص 10-11
- ¹¹- قدور عبد الله ثاني (سيميائية الصورة ، مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم) دار الغرب للنشر والتوزيع، ص 19
- ¹²- عبد المجيد النوسي (المحاضرة الأخيرة في مادة السيميائيات) الفصل السادس، سنة 2018، شعبة اللغة العربية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، جامعة شعيب الدكالي بلجديدة، المغرب.
- ¹³- عبد المجيد نوسي، (نفسه).
- ¹⁴- فران فينتورا، ترجمة علاء شنانة (الخطاب السينمائي لغة الصورة) منشورات وزارة الثقافة – المؤسسة العامة للسينما في الجمهورية السورية دمشق عام 2012، ص 114
- ¹⁵- فران فينتورا، ترجمة علاء شنانة (المرجع نفسه) ص 52.
- ¹⁶- عماد عبد اللطيف بلاغة الجمهور ودراسة الخطاب السياسي ملاحظات منهجية (البلاغة الثائرة خطاب الربيع العربي عناصر التشكل ووظائف التأثير) إعداد وتقديم سعيد العوادي، دار شهريار، الطبعة الأولى 2017، ص ص 12-13.
- ¹⁷- عبد الوهاب الصديقي، بلاغة الجمهور مفاهيم وقضايا (بلاغة الجمهور مفاهيم وتطبيقات) تحرير وتقديم صلاح حاوي وعبد الوهاب صديقي، دار شهريار، الطبعة الأولى 2017، ص 132

- ¹⁸ - عماد عبد اللطيف (بلاغة الحرية معارك الخطاب السياسي في زمن الثورة) التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2013، ص 58
- ¹⁹ - ZAHRA AL-amir (الموقع الإلكتروني نفسه)
- ²⁰ - عبد الوهاب الصديقي، بلاغة الجمهور مفاهيم وقضايا (بلاغة الجمهور مفاهيم وتطبيقات) تحرير وتقديم صلاح حاوي وعبد الوهاب صديقي، دارشهرار، الطبعة الأولى 2017، ص 127.
- ²¹ - عيسى عودة برهومة (تمثلات اللغة في الخطاب السياسي) مجلة عالم المعرفة، العدد الأول، المجلد 36، يوليو- سبتمبر 2007، ص 124
- ²² - Émile Benveniste (Problèmes de linguistique générale), Éditions Gallimard, 1966, pp 241-242
- ²³ - Dominique, Mangueneau, (Les termes clés de l'analyse du discours), Edition du seuil, février 1999, P27.
- ²⁴ - كلود عبيد(الألوان، دورها تصنيفها، مصادرها، رمزيتها، ودلالاتها) مراجعة الدكتور محمد حمود، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013 ص 71