الخطاب الديني والخطابات المناخمة

الدكتور: هامل شيخ

المركز الجامعي بلحاج بوشعيب عين تموشنت

ملخص:

يعتمد الخطاب الديني كغيره من الخطابات على مرجعية مؤسسة يستمد منها معارفه والياته التبليغية ضمن مسار هام يعج بالإقناع والتأثير، فالمتأمل للخطاب الديني عبر مراحله الزمنية المتتالية سيجد–لا محالة– تغيرا في موضعه، سلطته، أطره البنائية وإحالاته المتجددة المشحونة بمفاهيم هامشية ،

إن الخطاب الديني مصدر التشريع وأساس الكثير من لبنات المجتمع ،هو مفعم بالأسس الحياتية، فكثيرا ما يشار إلى علاقة الدين بالمجتمع ضمن مسار متبادل ،بيني؛ فالمجتمع يستمد الأداء من هدا الخطاب النوعي الهادف ذي المرامي النوعية التي تشع بالقداسة .

إن الخطاب الديني وفي فتراته الطويلة اعتمد على بنية واضحة تتمثل في الدعوة ضمن مقامات مختلفة (مسجد–كتاب–مجلس علم–زاوية–مدرسة...الخ) استمد مرجعيته من القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف ،لم يزاحم هذا الخطاب ببدائل تبلبغية أخرى فحافظ على وسطيته و قداسته ونوعيته؛ لكن بعد تطور المجتمع وتغير الكثير من القناعات وكثرة الإيديولوجيات وتعدد وسائط التبليغ وتغير أهداف الأمم ظهرت خطابات كثيرة زاحمت الخطاب الديني وحاولت تلقفه بل أكثر من ذلك سلبته مضامينه لأهداف متعددة .

لم يعد الخطاب الديني مرتبطا بمقام معين ،بل غدت المعلومة الدينية متوفرة في كل مكان ،لقد احتضن كل من الخطاب الإعلامي والسياسي الخطاب الديني ببراغماتية وتطويع رهيب ؛فالعلاقات التواصلية ضمن هذا الخطاب أصبحت مشحونة بحجاج مضاد مناقض يظهر ببنيات معينة لكنه يخفي حمولة معرفية هامة تحيل إلى الكثير من الدلالات ومن ثمة إلى قضايا عديدة .

سنحاول في مداخلتنا الإشارة إلى طبيعة الخطاب الديني ضمن الخطابات الراهنة (الخطاب الإعلامي– الخطاب السياسي)التي زاحمته وحاولت سلبه الكثير من الأهداف مستثمرة آليات لغوية عرفانية تتراوح من التبليغ إلى الحجاج مقترحة بدائل نوعية يعج بها عالم اليوم.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الديني –إعلام– تواصل– إقناع–تطويع– حجاج

1/ تعريف الخطاب الإعلامي:

يمارس الإعلام –اليوم– دوره داخل المجتمعات المعاصرة بشكل سلطوي، يكشف المستور ويزيح حجاب الغموض عن الحقائق المبثوثة بين زوايا الأفراد والمؤسسات؛ ويتعذر على الباحث قراءة تاريخه ومعالجة وضعه الراهن واستشراف آفاق تطوره بمعزل عن السياق الاجتماعي الذي يعمل فيه بصفته خطابا متميزا في ثقافة المجتمع، التي تحيل بدورها إلى الصراعات والتبدّلات السياسية والإيديولوجية والمنازعات العسكرية والتحوّلات الديمقراطية؛ أمور كثيرة تخبرنا عن حالة التطوّر السريع التي تطبع حياة البشرية وتُميّزها عن الفترات السابقة التي طمسها النظام الإعلامي الذي يتطوّر في كل حين ولحظة مما جعل التعريف

بالخطاب الإعلامي – بدوره- يتغيّر ويتبنى مصطلحات ومعارف جديدة تحيل إلى تبدّل وسائطه وتطوّرها. ونطمح من خلال تحديداتنا المعرفية إلى تبيين دلالة الإعلام والتعريف بأنواعه والإشارة إلى خصوصيته مقارنة بخطابات أخرى تعجّ بها الثقافة الإنسانية؛ وهدفنا من خلال ذلك تهيئة القارئ لأسس تحليل هذا الخطاب وعلاقته بالخطاب الديني التي تـعدّ حاليا اجتهادات علمية لم يقف عليها الإجماع المعرفي ولم تتبناها كل المناهج. *

1.1) الإعلام في القاموس:

ورد في لسان العرب **العلم** نقيض الجهل، **عَلِمَ عِلماً وعَلُـمَ** هو نفسه ورجلٌ **عالٌم وعَلِيمٌ**، تقول **عَلِمَ وفَقِهَ أي تعلّم، وعلّمهُ العِلمَ وأعْلَمَهُ** إيّاه فتعلّمه؛ وفرّق سيبويه بينهما فقال: **علمت** كأذنتُ **وأعلمتُ** كآذنتُ 1 وجاء في مقاييس اللغة «**علم**» العين واللام والميم أصلٌ صحيحٌ واحدٌ يدلُّ على أثرٍ بالشيء يتميّز به عن غيره. من ذلك العلامة وهي معروفة ويقال **أعْلَمَ** الفارس إذا كانت له علامة في الحرب **والعلمُ** الراية، وكل شيء يكون **مَعْلَماً** خلاف المجهل، والرجل **أعْلمُ** لأنه كالعلامة بالإنسان **والعِلمُ** نقيض الجهل، **وتعلّمتُ** بالشيء إذا أخذت **عِلمهُ** 2.

لا يخرج المعجم الوسيط عن التحديدات اللغوية السابقة، حيث يورد ما يلي: **أعْلَمَ** نفسه وفرسه، جعل له أولها علامة في الحرب، **تَعالَمَ** فلانٌ أظهر **العِلْمَ، تعلّم** الأمر، أتقنه وعَرِفه، **استَعْلَمَهُ** الأمر استخبره إيّاه 3.

ويرى الراغب الأصفهاني أن «**الإعلام اختص بما كان بإخبارِ سريع، والتعليم اختص بما يكون بتكرير وتكثير وحين يحصل من أثرٍ في نفس المتعلّم**» 4.

نستنتج من خلال التحديدات اللغوية السابقة أن الإعلام من الصيغة الصرفية أعلم لم تنفرد بتحديد معرفي مغاير للأصل اللغوي **علم** في اللسان والمقاييس وحتى في المعجم الوسيط حيث دلت على معاني مختلفة (نقيض الجهل، الأثر وغيرهما) وبالمقابل نلفي معنى مهما في المفردات الذي يحيل إلى الإخبار ونقل نبأٍ معين أي (معلومة) وهي الدلالات التي نجدها في معظم المعاجم الغربية.

يورد روبير الصغير عدة معاني لمصطلح **إعلام Information** ويمكننا حصرها في ثلاثة تحديدات:

1- مجموعة الأفعال التي تنزع إلى إقامة الدليل على قيام المخالفة القانونية ويميل إلى الكشف عن تركيبها.

2- مجموعة من المعلومات حول شخص أو شيء ما وتحيل هنا إلى: **information** فعل الإخبار بمجموعة من المعلومات، المعلومة أو الحدث الذي يتم به إخبار فرد أو جماعة، وترد في الاستخدام اللغوي بصيغة الجمع **les informations** (نشرة الأخبار في الإذاعة أو التلفزيون). وتطورت دلالتها في القرن 20 لتدل على فعل إخبار الجمهور والرأي العام عن طريق تقنيات توصيل المعلومة **(صحافة، إذاعة، سينما، تلفزيون) 5.**

ونلاحظ أن المعجم الغربي يشير إلى دلالة الإخبار ونقل المعلومات من مرسل إلى متلّقٍ وهو ما سنلاحظه في التحديدات المعرفية العربية الحديثة.

2.1) الإعلام وسياقاته الدينية

تتعدد التعريفات الاصطلاحية لمصطلح الإعلام إلا أنّها تلتقي في بعض النقاط الأساسية التي تجعل من الإعلام آلية، نشاط،

وظيفة...الخ. فهو إذن يعني: «**كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية**» يخاطب الاعلام المجتمع فيتحسس النبضات ويعزف– في الكثير من الاحيان– على اوتار حساسة فيورد المعلومة الدينية لما لها من اثر في بسط الثقة وتغيير المواقف ،عندما يخاطبنا الاعلام بالدين يرتسم ذاك الشخص الوديع خلف الشاشة او عبر الاثير فنصغي ونشاهد ونتأمل ونحترم ،ان ارتباطنا بالخطاب الديني يجعلنا نتبنى كل الافكار بغض النظر عن توجهاتها المبطنة ،يتوفر الاعلام على اسثمار غير بريء ،عندما يحاول طمس الحقائق وحجبها ولا يتاتى له ذلك الا انطلاقا من انتقائه لآيات قرآنية واحاديث نبوية شريفة ،يقوم بتوجيهها حسب ما يريد ،ان المعلومة الدينية بريئة لكن المطوع آثمُ في الاستعمال ، ولذلك تقتضي العملية الإعلامية نشاطا اتصاليا بين قطب الإرسال وقطب التلقي مما ينتج عنه تفاعل، تأويل، رجع للصدى وغيرها من مخلّفات التبليغ الإعلامي؛ فالمنطق الإخباري للإعلام هو الذي جعله يشكل حلقة اتصالية تجذب مختلفة القراءات والمقاربات والدراسات الإنسانية والتجريبية وذلك لأنه ميدانٌ تتجاذبه اختصاصات عديدة، حيث « **إن علم الاتصال قد تمت دراسته في مجالات وبطرق مختلفة فإلى جانب اهتمام المختصين في هذا المجال قام بدراسة عملية الاتصال علماء النفس والاجتماع وخبراء العلوم السياسية واللغويون وعلوم الحيوان وعلماء علم أصول الإنسان (الأنثروبولوجيا) والفلاسفة**» 6.

فغدا الاتصال مرتبطا بالمعرفة الإنسانية التي يعد الإعلام جزءاً مهماً من محدداتها ويعرّف الإعلام أيضا بأنه « **تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة**»7.

ولذلك ينبغي على الإعلام أن يتّسم بالصدق والدقّة والعرض المحايد وعرض الحقائق والأخبار الثابتة الصحيحة دون عدول وتحريف وميول وتوجيه. لأنّه يعدّ تقريراً عن حوادث مختلفة يعجُّ بها المجتمع8.

ويستهدف الإعلام بوصفه خطابا متعدد الإرساليات المستقبل بالشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع؛ وهو ما يثمن الطابع التبليغي للرسالة الإعلامية في الصحافة أو الإذاعة والتلفزيون بحكم أنها تقوم في جوهرها على أساس اتصالي «**فأساس التفسير الإعلامي إذن يتمثل في الجوهر الاتصالي**»9 الذي يتسع ليشمل مزيدا من العناصر يوما بعد آخر، وتزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا وتقدّمت المدنية وارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع10.

وزيادة على ذلك ينبغي للإعلام التأقلم مع كل الظروف المتغيرة التي تميز عالم اليوم، والسمات التي تطبع الثقافة المتسارعة؛ مما يجعله يواجه تحديات كبيرة تحتّم عليه خلق وسائط أكثر فاعلية للاتصال مع المتلقي وإقناعه وتغيير وجهة نظره إلى القضايا المختلفة مع شحن الوسائط التقليدية* بآليات حديثة تمنحها نفسا ثانيا لكي تتماشى مع الوسائل الإعلامية التي يحفل بها الخطاب الإعلامي المعاصر (**تلفزيون، إنترنت**).

في حديثنا عن الخطاب الإعلامي ومميزاته وعناصره، نصادف في الدراسات الإعلامية** – على وجه الخصوص– ربطا دائما بين

الإعلام والاتصال حتى أننا – وفي كثير من الأحيان- نعطيهما نفس المعنى؛ إلا أن ذلك أمر بعيد عن الصواب بحكم أن الإعلام نقل للأخبار والحقائق والمعلومات بهدف الاتصال أو لا نجاح الاتصال ومنح الأفراد إمكانية التواصل والتفاعل وإن كانت سمة الترادف لا تنتفي مطلقا بين مصطلحي **إعلام، اتصال،** وذلك لسبب رئيس وهو تخصيص الاتصال بجنس معين؛ كأن نقول مثلا **الاتصال الجماهيري** الذي يحيل إلى تأثر المتلقين بالمعلومات التي يمنحها الإعلام ويبثها عن طريق وسائطه فهو إذن إعلام إخباري عن طريق وسائل ووسائط. وفي أبسط تعريفاته (الاتصال الجماهيري) هو العملية التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات إلى عدد كبير من الأفراد باستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال الجماهيري**11.**

ويعرَّف أيضا « بأنه اتصال منظم ومدروس يقوم على إرسال رسالة علنية صادرة عن مؤسسة للاتصال الجماهيري وترسل الرسالة الإعلامية عبر وسيلة آلية تتميز بقدرتها على صنع نسخ كثيرة لتوزيعها على جمهور عريض ومتفرق وغير متجانس»**12.**

هي مراحل ومسارات لنقل الخبر وتوصيل الفكرة وربط رأي المرسل بأفق إدراك المتلقي، فالإعلام إذن هو سعي حثيث وجهد يطمح إلى أهداف محددة، مسطّرة، محيّنة ببراهين من واقع الأفراد وحياتهم اليومية.

وينقسم الإعلام إلى عناصر مهمة تساهم في إيضاحه بصفته خطابا متميزا، نوعيا راهنيا، ومتجددا.

الخطاب الديني:

:هو الخطاب الذي يستند إلى مرجعية إسلامية من أصول دين الإسلام :القرآن والسنة، وأي من سائر الفروع الإسلامية الأخرى، سواء كان منتج الخطاب منظمة إسلامية أم مؤسسة دعوية رسمية أم غير رسمية أم أفرادا متفرقين، جمعهم الاستناد إلى الدين وأصوله كمرجعية لرؤاهم وأطروحاتهم لإدارة الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والمؤسساتية والثقافية التي يحيونها أو التعاطي مع دوائر الهويات القطرية أو الأممية أو الوظيفية التي يرتبطون ويتعاطون معها13.

وفي تعريف آخر لمفهوم الخطاب الديني:

هو السعي لنشر دين الله عقيدة وشريعة وأخلاقاً، ومعاملات وبذل الوسع في ذلك، لتعليم الناس ما ينفعهم في الدارين، وبذل أقصى الجهد والطاقة من أجل خدمة هذا الدين الحنيف، وامتثالا لأمر الله تعالى وأمر رسوله صلى الله عليه وسلم 14

هو ممارسة إقناعية مرتبطة بنص القران الكريم والحديث النبوي الشريف يتموضع- ضمن الإطار الطبيعي- في الجانب التبليغي الذي يتجلى في صورة الدعوة المحاضرة الندوة المحاضرة انه نسق مكون من عديد الحلقات المهمة ،تتضافر فيما بينها مشكلة إطارا عرفانيا يعج بالمثل والمبادئ ويشع بالقداسة ، يعد سبيلا لبسط مجمل العبادات والمعاملات لذلك فهو خطاب حياة . في صورته الواضحة الجلية هو خطاب هادف مقنع يعج بالتأثير لغته تجنح نحو توصيف الأفكار والحمولات المعرفية

يشير مفهوم الخطاب الديني إلى دلك البناء من الأفكار والمعتقدات التي تتسم بأهميتها الاجتماعية التي تنبع من ارتباطها بدين ما ،ومن ثم تأثيرها في تكوين تصور متلقي الخطاب من المؤمنين بهذا الدين عن العالم الذي يعيشون فيه وتحديد كيفية تصرفهم إزاءه15

وحتى يكون الخطا ب الديني إسلامياً عليه أن ينبثق من مقاصد الشريعة، وأن ينسجم مع روحها، وأن لا يتجاوز أصولها الثابتة ونصوصها القطعية التي لا يصح الخروج عليها.

يجب التفريق بين الفكر الديني والدين أي بين فهم النصوص وتأويلها وبين النصوص في ذاتها

ضمن مسار تواصلي محفوف بالبنيات التفاعلية على الشبكة تتناطح الخطابات وتتصارع

تعريف الخطاب السياسي:

يراد به خطاب السلطة الحاكمة في شائع الاستخدام، وهو الخطاب الموجه عن قصد إلى متلق مقصود،بقصد التأثير فيه وإقناعه بمضمون الخطاب ،ويتضمن هذا المضمون،أفكارا سياسية أو يكون موضوع هذا الخطاب سياسيا 16

يحيل الخطاب السياسي الى السلطة التي تعني :القوة ولكنها اكتسبت صفة الشرعية بالانتخابات او التعيين ،فهي القوة الرسمية المهيمنة على حكم البلاد فالسلطة هي نفسها القوة **control is the same power** 17

والخطاب السياسي يهتم بالأفكار أو المضامين ،ولهذا نجد المادة اللفظية قليلة في حين يتسع المعنى الدلالي لتلك الألفاظ ،فالمرسل يعتني بالفكرة التي هي مقصده أكثر من عنايته بالألفاظ فالفكرة في الخطاب السياسي هي الأساس 18

حسب محمود عكاشة في دراسته المستفيضة ، وانطلاقا من تحديد غولد شيلغر، الذي يحدد نوعين من الخطابات،هما خطاب الكلمات وخطاب البنية

فخطاب الكلمات يتجلى في عملية التواصل اللغوي،من مميزاته :

استخدام اللغة المشتركة بين المرسل والمتلقي.

إن يمتلك طرفا الاتصال نسقا واحدا

وضوح الرسالة،لأن الوظيفة الابلاغية إفهامية ولهذا بنبغي على المرسل ان يتحكم في موضوعه وان يتناسب الموضوع مع المتلقي حتى تتحقق وظيفة التواصل والتي تكمن في التاثير فيه واقناعه بمضمونها او عرض المرسل 19

خطاب البنية:

وهي الصيغ اللغوية التي يستخدمها المرسل ،حيث لا يشكل الوضوح الهدف الأساسي للخطاب ،بل يسعى إلى تعتيم وتضبيب الرسالة عن طريق خلق الصيغ اللغوية المضادة والملتبسة من اجل قطع الطريق على كل جدلي أو عقلي أو معارضة منطقية ،ولهذا يخلق صيغ خاصة بمضامين خاصة يراها من منظوره صوابا

،ويفرضها على المتلقي ،لأن هدفه الرئيسي ليس الحوار أو المجادلة وإنما الانصياع والخضوع والطاعة خطاب السلطة شامل ونهائي ولا يحتاج إلى تعليق ويقوم على عمليات حشد الكلمات20

عادة ما يرسم الخطاب السياسي أقصى درجات السلطة و هي السلطة الإلزامية التي تحيل إلى الأوامر التي يقابلها الانصياع، و ذلك بناءاً على الجملة المشهورة '' **إن من تلقى أمرا عليه أن يطيعه Perinde ac cadaver**، أي دون أن يتدخل رأيه الخاص أو إرادته الخاصة وهو ما يحيل إلى سلطة جعلية ← اجعله يفعل

« **وفي هذه الحالة لا تكون وظيفة تبادل الكلام أو الخطابات إلا الهيمنة والسيطرة، تتحوّل معهما اللّغة إلى أداة للإراغة لا إلى أداة لقول الحقيقة والصدق، ففي حمأة الإقناع، لا يتورع المرء على استعمال سلاَحيْ اللّغة: العنف والحيلة ثم اللجوء إلى البلاغة التي هي حيلة أيضا**»21. إن الإراغة* من خلال ما تقدم هي استعمال اللغة بكيفية تنال من المتلقي ما تريده نيلا ما كان ليتحقق لو استعملت اللغة استعمالا عاديا أو كان التواصل نزيها، ويؤدي مفهوم الاستعمال إلى استدعاء الاستراتيجيات الممكن اعتمادها لتحقيق مفهوم الإراغة.

وتحيل الإراغة إلى مفهوم آخر هو التضليل السياسي أو الإعلامي، حيث دخل هذا المصطلح القاموس الفرنسي مع بداية الثمانينيّات من القرن الماضي، ويتضمن دلالات سياسية أساسا أي: « **النية المبيتة لتغليط الرأي العام وإبقائه على جهل تام بمشكل خطير، أو عدم تنويره بما فيه الكفاية حول مسائل هامة**».22

ويشترك في التضليل الساسة ووسائل الإعلام.

جهات التبليغ في الخطاب الديني:

خطيب الجامع بوزارة الشؤون الدينية

إمام المسجد بوزارة الشؤون الدينية.

الداعية والواعظ.

الداعية غير الرسمي والمتصدر في وسائل الإعلام.

معلم القرآن الكريم في جمعيات تحفيظ القرآن الكريم.

أستاذ العلوم الشرعية والإسلامية في وزارة التربية ووزارة التعليم العالي.

علماء غير رسميون لهم جمهورهم من طلبة العلم.

المجالس العلمية في مديريات الشؤون الدينية

المجلس الإسلامي الأعلى

وزارة الشؤون الدينية

مزاحمة الخطابات الراهنة للخطاب الديني :

في وقت مضى والى حد بعيد

الخطاب الديني هو الأقوال والنصوص المكتوبة التي تصدر عن المؤسسات الدينية اوعن رجال الدين او التي تصدر عن موقف اديولوجي ذي صبغة دينية او عقائدية والذي يعبر عن وجهة نظر محددة ازاء قضايا دينية او دنيوية 23

في اطلالة على الصفحات المفتوحة في وسائط التواصل الاجتماعي نشهد هذه الحركية المعرفية

نلمح راي العين المعارف و الافكار وهي تغدو وتجيء مشكلة مسار يقوض الفهم التاملي والادراك الايجابي لأي دلالة سليمة نشاهد صورة مكتوب عليها ايات قرانية وكتب تحتها لو لم تنشرها فاعلم ان نفسك هي التي منعتك لكن ما تفتا الصورة بالاضمحلال الزمني بعد برهة لتاتي بعدها وصلة اشهارية في فيديو اعلاني لياتي بعدها نكتة من النتف المنتقاة هي سمفونية تعزف على اوتار الوعد الكاذب، تدفق رهيب وسيل متدفق من الكلمات والصور .

يحتضن الفضاء المعلومة الدينية ويطوعها ويشحنها بأطر تداولية تساير أي توجه ،معلومة قابلة للتطويع والتحريك

الإقناع في الخطابات الحالية:

كان ميلاد النظرية الإقناعية في أحضان الخطابة القديمة (اليونان والعرب)* وهي كما رأينا سابقا تتبلور في مختلف الأجناس الخطابية بصفتها سندا معرفيا يفرض نفسه في غالب الأحيان. ويعد الخطاب السياسي والخطاب الإعلامي عموما والتلفزيوني منه على وجه الخصوص من بين تلك الأجناس أو الخطابات التي تتمظهر فيها – وبكثافة- لأسباب كثيرة ومتعددة أهمها التوجيه الإيديولوجي والمصالح السياسية التي نلفيها منغمسة في كل مشارب ثقافة اليوم؛ هذا التداخل الإبستيمي – إن صح التعبير- يجعل من الإقناع حاضرا في ثقافة اليوم ،مستثمرا المعلومة الدينية بعدما تلقفها من

خطابها. مما يجعله يستثمر الصورة واللغة لإقناع المشاهد بأن طروحات وأفكار ورأي القناة التلفزيونية صائب ودقيق وراهن. حيث يخاطب عقول ووعي المتلقين ويستثمر في همومهم ويراهن على آلامهم. في القرن الماضي قال وزير إعلام ألمانيا في عهد هتلر مقولة شهيرة حبلى بالدلالات الإيديولوجية التي يحملها الإعلام، قال: «**أعطني إعلاما بلا ضمير أعطيك شعبا بلا وعي**»24.

الحجاج والخطاب الديني:

1. يقول منغنو: «الحجاج هو في صلب التصور القديم للخطابة، فبعد أن أصابه ضرب من عدم الاعتبار، راجع إلى أفول نجم الخطابة وطغيان بعض الأشكال العَلْموية. أعيد تأسيس الدراسات الحجاجية في النصف الثاني من القرن العشرين انطلاقا من أعمال ش. برلامان ولـ. ألبراخت – تيتان (1970)، س. تولمان (1958) وك ل همبلان (1970) وكذلك أعمال ج. ب. غرايس وأ. ديكرو في السبعينات»25

2. و يمكننا إيراد بعض التعريفات المهمة التي وجدناها في معجم تحليل الخطاب:

3. موضوع النظرية الحجاجية عند ش برلمان ولـ ألبراخت – تيتاكا هو دراسة الفنيات الخطابية التي تمكن من الحصول على موافقة العقول على الأطروحات التي تعرض عليها أو دعم موافقتها.26

4. نلمح إشراكا للمتلقي من خلال هذا التعريف من خلال العرض والاستمالة.

5. يشير بنفنست أنه إذا ما حَدَّدنا الحِجاج بأنه محاولة لتغيير تمثلات المخاطب فمن الواضح أن كلَّ إخبار من شأنه أن يضطلع بهذا الدور و يمكن أن يسمى بهذا المعنى حجاجيا.27

6. أي أن كل ملفوظ و كل ملفوظات متعاقبة متناسقة (وصفية – سردية) تقيم وجهة نظر.

7. بينما يرى غرايس أن الحجاج تمثل يرمي إلى العمل على التأثير في رأي شخص أو موقفه بل وحتى سلوكه بوسائل الخطاب.28

يعرف أبو بكر العزاوي الحجاج بقوله: « يتمثل الحجاج في تقديم مجموعة من الحجج والأدلة التي تخدم النتيجة المقصودة والغاية المتوخاة ،إن الحجاج اللغوي هو منطق اللغة وهو المنطق الطبيعي الذي نجده في كل اللغات البشرية ،ونجده في كل النصوص والخطابات التي تُنجز باللغة الطبيعية بمختلف أنواعها وأنماطها »29

8. نميز من خلال هذه التعاريف تعدد أنماط الحجاج تبعا لتعدد أنواع الخطابات، فهناك الحجاج الذي يعبر عن وجهة نظر في ملفوظات عديدة، أو ملفوظ واحد، بل حتى في كلمة واحدة، وبين الحجاج باعتباره طريقة خصوصية في تنظيم مجموعة ملفوظات، كما يعتبر أيضا خطابا منطقيا من خلال الفهم و الحكم و النظر العقلي30، كما يعتبر خطابا طبيعيا حواريا.31

ويرى العزاوي في تحديد آخرأنه (الحجاج) تقديم الحجج والأدلة المؤدية إلى نتيجة معينة، وهو يتمثل في إنجاز تسلسلات استنتاجية

داخل الخطاب، وبعبارة أخرى، يتمثل الحجاج في إنجاز متواليات من الأقوال، بعضها هو بمثابة الحجج اللّغوية، وبعضها الآخر هو بمثابة النتائج التي تستنتج منها»32. و باعتبار وظيفية اللّغة و وصولها إلى المستوى الحجاجي يعني أن التسلسلات الخطابية تكون محددة لا باعتبار الوقائع – في نظر العزاوي– les faits المعبر عنها داخل الأقوال فقط، ولكنها محددة أيضا وأساسا بواسطة بنية هذه الأقوال نفسها، وبواسطة المواد اللّغوية (التركيب اللّغوي) التي تم توظيفها وتشغيلها من خلاله.

« فالحجاج إذن مؤسس على بنية الأقوال اللّغوية وعلى تسلسلها واشتغالها داخل الخطاب»33.

يشير العزاوي إلى فكرة مهمة في نظرية الحجاج وذلك بقوله: «ونشير إلى أن مفاهيم الحجة*، والنتيجة كانت في التصور السابق الذي نجده عند ديكرو وخاصة في كتابه السلّميات الحجاجية

التطويع :

يعرف التطويع بأنه "فعل عنيف ومكره يسلب حرية الآخر لإخضاعه .وهو بمثابة كذب منظم يتوخى منه إيقاع الآخر في الخطأ"34

أشار الدكتور محمد الداهي35 إلى عناصر مهمة يتوفر عليها التطويع ،وهي :

تمويه الخبر(désinformation): يضلل الرأي العام بتوظيف أخبار مغلوطة أو تضخيمها لأهداف محددة سلفا.

الدعاية :ترسخ مبادئ معينة في ذهن العامة بحثهم على ترداد محاسنها ونشرها على نطاق واسع بهدف حصول إجماع حولها وبالمقابل، تدحض مزاعم الخصوم وتبين مساوئها وسلبياتها .ويطلق عليها "الديبلوماسية العمومية " التي تستهدف الجماهير العريضة للتأثير عليها وتغيير معتقداتها

-**الضرب على الوتر الحسا س:** تستغل نقاط ضعف المتلقي أو قابليته للتصديق أو سذاجته للتأثير عليه وتدجينه والتلاعب به.

الألاعيب (Game): يستخدم المطوع ألاعيب وسلوكات تطويعية -

لإيقاع الآخر في فخه، وكسب مودته وثقته وعطفه على نحو البكاء والشكوى

والظهور بمظهر الضحية والإغراء.

إطار الافتراء (Le cadrage menteur) يشغل الكذب بوصفه سلاحا حربيا وعنفا نفسيا، وذلك لترسيخ فكرة معينة ودحض غيرها.

-**إطار المغالاة :**يتلاعب المطوع بالألفاظ لإيهام المتلقي وتغليطه .وفي هذا الصدد يستعمل الألفاظ المفخخة) على نحو إلصاق تهمة الإرهابي بالعر بي

وغيرها من الأطر الخطابية التي يستثمرها الإعلام معتمدا على بنيات مطوعة تتعلق بالمعلومة الدينية لكنها مشحونة حد المغالاة والتعصب لانتماء معين مما جعل المعلومة الدينية لبنة أساسية في

الرهان التطويعي ، فلذلك ينبغي تامل الخطاب الديني انطلاقا من مرجعاته المؤسسة بصفة علمية موضوعية ،لأن الكثير من الخطابات الحالية زاحمته وتلقفت دلالاته وحاولت استثمارها بتحريك رهيب مما جعل المتلقي يعيش اضطرابا في التحكم في الكثير من الأنحاء المتداخلة لهذا الخطاب أو ذاك.

الهوامش:

* – يمكن للقارئ الرجوع إلى دراسة بشير ابرير المعنونة بـ: "استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي"، مجلة اللغة العربية، ع 23، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2009، ص ص 87– 127.

[1] – ابن منظور، لسان العرب، مج5، ص 4521، المادة علم.

[2] – ابن فارس، مقاييس اللغة، ج4، ص ص 109– 110.

[3] – المعجم الوسيط، مجموعة من اللغويين العرب (س ذ)، ص 426.

[4] – الراغب الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن، تح: محمد سيد كيلاني، دار المعرفة للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، ص 220.

[5] – **Le Petit robert, p 346.**

[6] – منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، منشورات جامعة الإسكندرية، ط1ن 2001، ص 13.

[7] – عبد اللطيف حمزة، الإعلام تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1965، ص 23.

[8] – ينظر: محمود أدهم، فن الخبر– مصادره، عناصره، مجالاته–، المكتبة الكبرى، القاهرة، مصر، ط1، 1987، ص. 14.

[9] – محمد عبد المنعم خفاجي، عبد العزيز شرف، التفسير الإعلامي للأدب، دار الجيل، بيروت، لبنان، ط. د ت، ص. 06.

[10] – ينظر: رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، عالم الكتب الحديث، جدار للكتاب الإعلامي، الأردن، 2008، ص 28.

[*] – ونقصد بها الوسائط الكلاسيكية التي ميزت انطلاقة العمل الإعلامي وهي الصحافة والراديو اللذان كان لهما فضل كبير في بلورة وتعبيد الطريق للوسائط القادمة.

– يراجع: آسا بريغز، بيتر بورك، التاريخ الاجتماعي للوسائط، من غتنبرغ إلى الانترنيت، ترجمة: مصطفى محمد قاسم، منشورات عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مطابع السياسة، الكويت، 2005، ص ص 20– 93.

[**] – يراجع للتفصيل في هذه المسألة:

- رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، ص 65.
- انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد تطوّر الأداء والوظيفة والوسيلة، منشورات جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، ط01، 2011ن ص ص 85– 99.
- عواطف عبد الرحمن، الإعلام العربي وقضايا العولمة، دار كتب عربية، ط. د.ت، ص ص 17– 61.منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال (م.س)، ص ص 11– 26.

[11] – ينظر: محمد السيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995ن ص. 109.

[12] – عصام سليمان موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، إربد، مكتبة الكتاني، الأردن، 1986، ص ص 127– 128.

[13] –عثمان بن محمد الصديقي ،الخطاب الديني و الامن الفكري ،ص.08 من الرابط **http://repository.nauss.edu.sa/bitstream**

[14] – المرجع نفسه .

[15] محمود احمد محمد الرجبي اتجهات الخطاب الاسلامي في المواقع الالكترونية الاخبارية تحليل مضمون موقع البوصلة الاخباري،بحث ماجستير،جامعة الشرق الاوسط.2012،ص .32.

[16] – غولد شليغر ألان،نحو سيمياء الخطاب السلطوي ،من كتاب:محمود عكاشة ،لغة الخطاب السياسي دار النشر للجامعات القاهرة مصر، ص.45

[17] - اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي ،الموسوعة الميسرة للمصطحات السياسية(عربي –انجليزي) دار كتب عربية،ط.د.ت،ص393.

18 – محمود عكاشة ،لغة الخطاب السياسي،ص.46

19 – المرجع السابق ص 46

20 – المرجع نفسه ص 46

[21] – محمد أسيداه، حافيظ إسماعيلي، الإراغة في التواصل السياسي، آليات الحوار و إستراتيجية الحجاج و المغالطة، علامات، المغرب، العدد 27، 2007، ص 138. وارجع أيضا إلى كتاب مهم :

Alex Mucchielli, Analyse des techniques de manipulation, l'art d'influencer, Armand colin, 2004, p72.

[*] – يحيل مفهوم الإراغة في التحليل المعجمي إلى عالمين: عالم الحيوان الذي يخصص فعلا من أفعال الصيد الذي يحيل إلى الهدف أي أن لكل إراغة هدفا.

– كما يحيل إلى عالم الإنسان حيث يخصص العلاقة بين البشر كالمصارعة والمراودة والمكر والاحتيال.

– ويجملها الثعالبي بقوله: « الإراغة طلب الشيء بالإرادة» ويقصد بالإرادة، الملاطفة و المخاتلة.

– الإراغة في التواصل السياسي، ص 139.

[22] – **Fréderic Encel: Rouages et méfaits de la désinformation, intervention faite devant le SENAT français, 6/11/2000.**

– نقلا عن: السعيد بومعزة، التضليل الإعلامي و أفول السلطة الرابعة، ص 03.

[23] – محمود احمد محمد الرجبي اتجهات الخطاب الاسلامي في المواقع الالكترونية الاخبارية،ص.33

[*]—للتفصيل في هذه المسألة ارجع إلى:

– أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، مجموعة من الباحثين، إشراف: حمادي صمود، منشورات كلية الآداب بمنوبة، جامعة الآداب والفنون والعلوم الإنسانية، تونس1.

– محمد العمري، في بلاغة الخطاب الإقناعي، مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، المغرب، ط2، 2002.

– طه عبد الرحمن، التواصل والحجاج، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية، الرباط (مطبعة المعارف، الرباط)، ط د.ت.

– التحاجج، طبيعته، مجالاته، وظائفه وضوابطه، سلسلة ندوات ومناظرات رقم 134، تنسيق: حمو النقاري، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية، الرباط، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، ط1، 2006.

24 – إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، ص 135.

[25] – باتريك شارودو، دومينيك منغنو ، معجم تحليل الخطاب، ص 68.

[26] – ينظر،المرجع نفسه، ص 68.

[27] – ينظر،المرجع نفسه، ص 69.

[28] –ينظر، المرجع نفسه، ص 69.

[29] – أبو بكر العزاوي،الخطاب والحجاج، مؤسسة الرحاب الحديثة للطباعة والنشر، بيروت، لبنان،ط01،2010، ص 09.

[30] – ينظر، المرجع نفسه، ص 69.

[31] –ينظر، المرجع نفسه، ص 70.

[32] – أبو بكر العزاوي، اللّغة و الحجاج، ص 16.

[33] – المرجع نفسه، ص 17.

[*] – الحجة: تشدد التيارات التداولية على أن سلوك الأفراد إزاء الخطاب مرهون بحجة صاحبه أي المتلفظ به، و كذا على المشروعية المرتبطة بالمنزلة المعترف بها له، إن ما يدعى "بالتفكير بالحجة" هو تحديد التفكير حيث تتأتى قيمة الجملة من حجة صاحبها، و بشكل أوسع ينظر محلل الخطاب في الشروط التي تجعل الخطاب ذا حجة أي الإبانة عن السياق الذي يجعل الخطاب مشروعا و فعالا.

—دومينيك منغنو، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة: محمد يحياتن، منشورات الاختلاف الجزائر، الدار العربية للعلوم ناشرون، لبنان، ط1، 2008، ص ص 12– 13.

– و ارجع إلى: باتريك شارودو، دومينيك منغنو، معجم تحليل الخطاب، ص 66.

[34]– **Philippe Breton : La parole manipulée, éd La découverte& Syros, Paris, 2000,p23** نقلا عن محمد الداهي التطويع والفعل التواصلي ص.03.

[36]–محمد الداهي التطويع والفعل التواصلي وارجع الى محمد الداهي ،مخاطر التطويع .-