

الحجاج المغالط في الخطاب الإعلامي
Paralogical argumentation in the media discourse

* أسماء مجيدي¹، رضا زلاقي²
Asma Madjidi¹, Rida Zellagui²

جامعة أحمد بوقرة بومرداس

University M'Hamed Bougara Boumerdes- Alegria

a.madjidi@univ-boumerdes.dz¹ / r.Zellagui@univ-boumerdes.dz²

تاريخ النشر: 2021/12/25	تاريخ القبول: 2021/07/20	تاريخ الإرسال: 2020/11/09
-------------------------	--------------------------	---------------------------

ملخص البحث

يبرز الحجاج بوصفه نشاطا كلاميا، يهدف إلى الإقناع، مُتوخيا في ذلك سُبُلا يُفترض أن تكون استدلالية، إلا أنّ التوجّه النقدي نحو الخطابات العادية، وبحث قواعد ومبادئ الحوار الصحيح، من خلال تحليل الحجج والاستدلالات، يُظهر أنّ الحجاج القائم في سياقات مختلفة يضم في طياته مغالطات عديدة، ويعد الخطاب الإعلامي واحدا من أكثر الخطابات التي يلتبس فيها القول، ويتّجه فيها الحوار إلى سلسلة من المغالطات التي تُناقض منطق الحوار، وتخرق قواعد التخاطب، لذا كان التوجه إلى التفكير النقدي للحجاج مبحثا يُسهم في تقوية العلاقة بين اللغة والمنطق، وتفعيل دور العقل من أجل تجنب الولوج في متاهات "السفسطة" وكشف الحجج الضعيفة والزائفة.
الكلمات المفتاحية: حجاج، مغالطة، خطاب إعلامي، منطق، إقناع.

Abstract:

Argumentation appears as Verbal activity, that aims to persuade, envisaging ways that are supposed to be inferential. However, the critical orientation towards ordinary speeches and research of the rules and principles of correct dialogue, by analyzing the arguments and inferences, shows that the dialogue and controversy existing in different contexts includes many fallacies. and The media discourse is considered one of the most ambiguous discourses in which it is said, in which the dialogue deviates towards a series of fallacies that contradict the logic of dialogue and violate the rules of communication, so the orientation towards critical thinking of pilgrims was a topic that contributes to strengthening the relationship between

* أسماء مجيدي. r.Zellagui@univ-boumerdes.dz

language and logic, and activating the role of the mind in order to avoid entering into The maze of "sophistry" and reveals weak and false arguments.

Key Words: Argumentation, Paralogism, Media discourse, Logic, Persuasion.



1- الإطار المنهجي للبحث:

تمهيد:

نظرت البنية إلى اللغة باعتبارها بنية مُكوّنة من سلسلة من العلامات التي لا يمكنها أن تكتسب قيمتها خارج نظامها الداخلي؛ لأنّ المعنى لا يُخرج عن هذا النظام، فهو اعتباطي، لذا فانتفاء المرجع إلى ما هو خارج هذا النظام اللغوي (أي الواقع) كان كفيلا بإقصائه من الدرس اللساني، فبقيت اللغة بذلك معزلة عن الواقع، إلى أن قام بعض الفلاسفة بتأكيد علاقة اللغة بالواقع، وهذه العلاقة لا تتجلى في مجرد وصف الأحداث والوقائع، لكنها تتجلى في قدرة اللغة على تغيير الواقع؛ وهذا ما تبين مع أعمال كل من فتغنشتين وروسل واوستين.. والفكرة الجوهرية التي انطلق منها فتغنشتين من خلال توجّهه إلى فلسفة اللغة العادية هي البحث عن المعنى في مجرى الكلام العادي، وتفادي البحث في المعنى المنطقي الصارم الذي يجعل اللغة تتأرجح على كفتي ميزان معيارها الصدق أو الكذب، وشروطهما مطابقة الأحداث والوقائع. وهذا ما انطلقت منه اللسانيات التداولية في تأسيسها؛ حيث أخذت على عاتقها مهمة البحث في علاقة اللغة بالواقع، وكيفية تغيير الواقع باللغة. وأسهمت عملية التأثير والتأثر بين فلسفة اللغة والسيمائية وعلم اللغة ومختلف العلوم الإنسانية والاجتماعية المهمة بالتواصل في تشكيل تيار لغوي جديد أطلق عليه مسمى "التداولية"، وقد ظهر نتيجة انصهار مجموعة من النظريات، والأطروحات اللغوية التي تتماثل في الأهداف والإشكالات نفسها، وأهمها نظرية أفعال الكلام المستمدة من بحث الفيلسوف الإنجليزي ج. أوستن، التي طورها تلميذه J. Searle. ودراسة استنتاجات المشاركين من التفاعل مع كل من: H.P. D. Wilson و D. Sperber / Grice. نظرية التلفظ اللغوية (l'énonciation) التي وضعت في أوروبا مع: E. Benveniste. A. Culioli. / CH. Bally/ وأبحاث في الحجاج (l'argumentation) مع كل من بيرلمان CH. Perlman وديكرو Oswald Ducrot وتولين E. Toulmin دراسة التفاعل اللفظي (l'interaction verbale)، وبعض نظريات التواصل (théories) de la communication، وغيرها من النظريات التي تحتمم باللغة أثناء التواصل، وتُفَعِّلُ دور المتكلم، وتحتمم بالخطاب وشروط نجاحه، وآليات التواصل الفعّال. ويعد الحجاج أهم المباحث في الدراسات اللغوية

الحديثة؛ حيث استوى حقلاً خصباً، يستقطب اهتمام الباحثين في الأوساط اللسانية والفلسفية، وأسهمت العودة القوية للخطابة تحت مسمى "البلاغة الجديدة" في اكتمال هذا الحقل، ويعود اهتمام الباحثين في الثقافة الغربية والعربية بالحجاج إلى وعيهم بالدور الذي تمثله الخطابات الإقناعية في تغيير الفكر والسلوك الإنسانيين. ويُعد الخطاب الإعلامي واحداً من أهم الخطابات التي تمارس فعلياً الإقناع والتأثير على المتلقي، فيؤدي وظيفتين متضادتين، الأولى تخاطب العقل وتُفَعِّلُ الاستدلال، والثانية تخاطب العاطفة وتمارس التضليل.

ويأتي بحثنا هذا ليحيب عن الإشكالية التالية: ما هي أساليب الحجاج في الخطاب الإعلامي؟ وهذه الإشكالية تضعنا أمام تساؤلات عديدة ارتأينا تضمينها في بحثنا لنحاول الإجابة عنها وهي:

- 1- ما طبيعة الحجاج التي يقوم عليه الخطاب الإعلامي؟
- 2- ما هي التقنيات الحجاجية التي يتم توظيفها في الخطاب الإعلامي؟
- 3- هل يخاطب الخطاب الإعلامي العقل أو العاطفة؟
- 4- فيمَ تتمثل أساليب الحجاج في الخطاب الإعلامي؟
- 5- هل يمارس الخطاب الإعلامي الإقناع أو أنه يسعى إلى التضليل؟

يُفترض أن يكون الإعلام وسيلة لنقل المعلومات والأحداث نقلاً موضوعياً مطابقاً للحقيقة، ويتم فيه ممارسة فعل الإقناع بتوسل سبل استدلالية تجر الغير إلى الاقتناع عبر تقديم شتى الحجاج المنطقية والصحيحة. لكن الخطابات الإعلامية في أحيان كثيرة تنزلق نحو متاهات التضليل والتزييف بقصد أو دُونَ قصد، فتأتي لغتها مُضَلِّلَةً وحججها زائفة في بعض الأحيان.

ومن أجل التحقق من الفرضيات المقدمة، قمنا بتحليل نماذج لخطابات إعلامية مختلفة؛ لكشف بعض المغالطات التي تُرتكب في سياق جدلي في الخطاب الإعلامي، اخترنا حالات مُسْتَمَدّة من مناقشات حقيقة في حوارات تلفزيونية، ونماذج من لقطات إخبارية، لنعرض نماذج من السفسطات، ولنبين وجه الخطأ فيها، كما سنحاول الكشف عن موقع الحوار في الخطاب الإعلامي، ومدى اتسامه بالتعاون ونبذ سبل العنف، واحترام قواعد التخاطب، وبحث الآليات الحجاجية التي يوظفها المتخاطبون، وعن صحة الحجاج المستعملة ومنطقيتها. والنهج المتبع في مشروعنا البحثي مشابه لمنهج نقدي.

وتهدف في هذا العمل إلى كشف أساليب الحجاج في الخطاب الإعلامي، واكتشاف ثغرات التواصل والحجاج، معتمدين في ذلك على نماذج من محاورات تلفزيونية، وخطابات إخبارية، في محاولة منا

لفحص الأساليب التي يقذفنا بها الإعلام، والتي تتسم في مواضع كثيرة بطابع الإغواء والزيف والتضليل، عبر مخاطبته للعاطفة وتنزيلها منزلة العقل.

وفيما يخص منهجية العمل، فإن طبيعة الدراسة وطبيعة زوايا الموضوع الذي نحن بصدد معالجته دعتنا إلى تقسيم العمل إلى شقين: شق نظري استعنا فيه بالمنهج التاريخي عند الحديث عن مفهوم الحجاج وموقعه ضمن الدراسات اللغوية وعلاقة الحجاج بالإعلام. وشق تطبيقي، وهو المتعلق بتحليل نماذج من الخطاب الإعلامي السمعي البصري (حوارات تلفزيونية ومقاطع إخبارية) والتي تمثل النموذج التطبيقي للدراسة، وحاولنا تأطير العمل بالاستعانة بمقاربة تحليل مسار المحاجة أو ما يعرف بنظرية الحجاج (Théorie de l'argumentation) لشايم بيرلمان ch. Perlman المستوحاة من خطابة أرسطو. بالإضافة إلى الاستعانة بأسلوب تحليل المضمون (analyse de contenu).

ثانيا: الإطار النظري

1- موقع الحجاج في الدراسات اللسانية :

1-1- التداولية والحجاج :

التداولية اتجاه لغوي غربي جديد يهتم بالتواصل، ينظر إلى اللغة في الاستعمال، ويستلهم مفاهيمه وأطره النظرية من قضايا فلسفية ولسانية مهّدت لظهوره، ورسمت معالمه الأولى، فانطلق من حقل فلسفة اللغة، جاعلا من اللغة العادية موضعا للدراسة، وموجها منظاره نحو القضايا التي أبعّدت عمدا عن ساحة الدراسات اللسانية، فشكّلت الثغرات البائنة في البنية موضع تساؤلات جوهرية انطلقت منها التداولية، وتُعرف التداولية بأنها "دراسة العلاقات بين اللغة ومستخدميها".¹ وهو أقدم تعريف لها، وينسب إلى الفيلسوف والمنطقي الأمريكي ch. Mouriis موريس و "تُعنى بدراسة المعنى كما ينقله المتكلم (الكاتب)، أو يفهمه المستمع (القارئ)".² ويتضمن هذا النوع من الدراسة بالضرورة تفسيرا لما يعنيه الأشخاص في سياقات خاصة، وكيف يؤثر السياق على ما يقال.³ وتفعيل دور السياق في اللسانيات التداولية، وجعله مفهوما مركزيا، وعاملا أساسيا يقف عليه التحليل اللغوي كان ضروريا وحتما عندما ظهر مصطلح الخطاب متجاوزا مصطلح النص؛ حيث أحدث مصطلح الخطاب منذ ظهوره إشكالا في الأوساط اللغوية والأدبية على وجه التحديد، إذ وُضع وتم تداوله نظريا للنص في مواضع عديدة، كما جاءت تعريفات أخرى تضعه مرادفا للجملة أو الكلام المنطوق. وتزامن ظهور هذا المصطلح مع بداية ولادة تيارات لسانية جديدة، وتراجع البنية التي ظلت تركز دراستها على الدراسة البنوية للنص أي

دراسة البنى الداخلية للنصوص على اعتبار أنه " يمكن دراسة بنية النص دون الحاجة إلى استدعاء أي معلومات لا يوفرها النص." ⁴ كونها أنسجة لغوية تشكلها سلسلة من العلامات اللغوية، فالانتقال من لسانيات النص إلى لسانيات الخطاب جاء نتيجة حتمية لتغير المناهج اللسانية التي تناولت اللغة كحدث عوضا من الاهتمام باللغة كبنية. "ومَهْمَةٌ هذه المقاربة تتجلى في كيفية استنتاج المستمعين لما يقال من أجل الوصول إلى المعنى المقصود." ⁵ فبعد أن ظلت دراسة اللغة تقتصر على جوانب محددة من اللغة موجودة على مستوى البنية نفسها، كالنحو والصرف والتركيب، تم إدماج الاستعمال، إذ لا يمكننا دراسة اللغة كبنية وإهمال اللغة كحدث، و"ميزة دراسة اللغة عبر البراغماتية تكمن في إمكانية البحث عن المعاني المقصودة، وافتراض أغراضها وأهدافها." ⁶ وتجدر الإشارة أنه "يوجد حاليا جدولان معرفيان أساسيان في التداولية نستخدم على تسميتهما بالتداولية المدججة والتداولية العرفانية: أ. التداولية المدججة: هي نظرية دلالية تدمج في الشفرة اللغوية (اللسان بالمعنى السوسيري.) مظاهر عملية القول.

ب. التداولية العرفانية: وهي تفترض أن العمليات المتصلة بمعالجة الأقوال معالجة تداولية ليست مختصة (أي موضوعة خصيصا للنظام اللغوي) وإنما تتعلق بالنظام المركزي للفكر.

يمثل التيار الأول أعمال ديكرو وانسكومبر J.C Anscombre et. Ducrot سنة 1972م، ويمثل التيار الثاني سيربر Sperper، و ولسون Wilson 1986م/1989م. ⁷ وترتكز على الحجاج اللغوي، وتدمج كلاً من الدلالة والتداول؛ حيث لا يمكن عزل النظرية الدلالية عن التداولية. و"اهتما بالعديد من المشكلات اللغوية المتعلقة بدراسة الجدل والتي تستدعي الاهتمام باستراتيجيات الخطاب، وبحث سبل الإقناع أو الأنماط في اللغة الطبيعية التي تنطوي على وسائل التأثير على الجمهور، من الوسائل اللغوية المتاحة للمتحدث لتوجيه خطابه، سعياً لتحقيق أهداف حجاجية معينة." ⁸ وقد طور كلود انسكومبر واوزفالد ديكرو النظرية الحجاجية، وهي مقارنة مترسخة في التداولية المدججة، لأنها مقارنة ليست ذات نزعة منطقية للغة. وهي تفترض أن اللغة ليس لها بالأساس وظيفة التمثيل والوصف. وقوام فرضيتهما أن الوقائع الدلالية لا تتعلق بقيمة صدق الأقوال، وإنما بقيمتها الحجاجية للجمل. ⁹ وترتبط نظرية الحجاج ارتباطاً وثيقاً بنظرية الفعل اللغوي "حيث انبثقت نظرية الحجاج في اللغة من داخل نظرية الأفعال اللغوية التي وضع أسسها أوستين وسورل، وقد قام ديكرو بتطوير أفكار أوستين، واقترح في هذا الإطار، إضافة فعلين لغويين هما فعل الاقتضاء وفعل الحجاج. ¹⁰ وتتقاطع النظرية الحجاجية مع نظرية

الأفعال الكلامية لأوستين لاشتراكهما في فكرة جوهرية تخص وظيفة اللغة التي تتجاوز التواصل، فاللغة ذات بُعدين: حجاجي وتأثيري.

1-2 - البلاغة والحجاج :

ارتبطت البلاغة في الثقافة اليونانية بالإقناع والتأثير؛ حيث كان الفلاسفة اليونانيون من أوائل المهتمين بفنون الكلام، خاصة الشعر والخطابة، فجدد أرسطو أفرد لها كتابا بعنوان "الخطابة"، وبين فيه ثلاثة أركان للخطاب وهي: المتكلم والسامع والكلام الذي هو مرادف للخطاب، ويسميه "logos" وهو سلسلة تطور خطبي مخصص للإقناع والتأثير وتحريك المشاعر.¹¹ ويضع للمتكلم والخطاب مجموعة من الشروط حتى تتحقق غاية الإقناع؛ فالخطاب قائم على التصديقات؛ حيث يرى أن الخطاب الذي يصدر عن شخص يتميز بسلطة معينة قادرٌ على التأثير في الآخرين، بقوله: "والصالحون هم المصدقون سريعا بالأكثر في جميع الأمور الظاهرة."¹² وانطلاقا من هذا يقول ميشال فوكو Michel Foucault: "الخطاب الحقيقي بالمعنى القوي والقيّم للكلمة لدى الشعراء الإغريق في القرن السادس هو الخطاب الذي يحظى من طرفنا بالاحترام والهيبة، وهذا هو الخطاب الذي كان يتعين الخضوع له؛ لأنه هو السائد، هو الخطاب الصادر عن له الحق في ذلك وحسب الطقوس المطلوبة."¹³ وإلى غاية القرن السادس عشر كانت لاتزال كلمة "خطابة" تحمل معنى الازدراء؛ حيث كان معظم تاريخ المجال البلاغي يتلخص في التمييز بين الخطاب الجدلي من ناحية، والخطبِ المقنعة من ناحية أخرى. هذا لأن "كلمة بلاغة كانت تستحضر معاني التنميق والغرابة والجدل الفارغ، إلا أن البلاغة اليوم اكتسبت دورا مهما، وأصبح هذا التخصص يحظى بأهمية في الفكر المعاصر."¹⁴ حيث شهدت الأوساط اللسانية بعد العودة القوية للبلاغة تحت مسمى "البلاغة الجديدة" إقبالا واهتماما واسعين على الحجاج كموضوع مهم للدراسة، وقد تجذر الاهتمام بمبحث الحجاج تزامنا مع تطوير نظرية أفعال الكلام وقواعد التحادث؛ حيث يتصدر الحجاج قائمة المباحث الأساسية والمركزية ضمن قائمة المباحث التي تُعنى بها التداولية، فخرجت البلاغة بذلك عن مجالها الضيق الذي كانت تقوم عليه في التراث البلاغي العربي القديم، والذي ظل يتمحور حول "العبارة" و"الجملة". فظهرت ثلاثة تخصصات ناشئة فرضت بعد ذلك على الدراسات الأدبية تعهدات الجديدة العلمية في مواجهة تنامي سمعة البلاغة. ففي النصف الثاني من القرن العشرين أعادت النظرية الأدبية تقسيم استخدام المصطلح خاصة في ضوء النظرية السيميائية. وبإمكاننا القول: إن البلاغة الجديدة تشكلت منذ خمسينيات القرن العشرين عبر ثلاثة اتجاهات:

- 1-الاتجاه الأول: مع بيرلمان 1958: مصنف في الحجاج البلاغة الجديدة المحاجة الكلامية.
- 2-الاتجاه الثاني: مع جيران جنيت، جان كوهين، تودوروف، ضمن ما يسمى بالبلاغة الجديدة في البنوية.
- 3-الاتجاه الثالث: التداولية والسيمائية حيث اعترف تودوروف بأن السيميائيات يمكن أن تفهم باعتبارها بلاغة معاصرة.¹⁵

و"نظرية الحجاج في اللغة تتعارض مع كثير من النظريات والتصورات الحجاجية الكلاسيكية التي تعد الحجاج منتما إلى البلاغة الكلاسيكية (أرسطو) أو البلاغة الحديثة (بيرلمان، أولبريخت تيتيكا، ميشال ميير...1958م) أو منتما إلى المنطق الطبيعي (جان بليز غرايس)" إن هذه النظرية (الحجاج اللغوي : ديكرود 1973م) التي وضع أسسها اللغوي الفرنسي اوزفالد ديكرود سنة 1973م نظريةً لسانيةً تهتم بالوسائل اللغوية وبإمكانات اللغات الطبيعية التي يتوفر عليها المتكلم، وذلك بقصد توجيه خطابه وجهة ما، تمكنه من تحقيق بعض الأهداف الحجاجية.¹⁶ فأصبحت "الفجوة بين اللغة والمنطق تتضاءل منذ فترة غير وحيزة بفعل حركة متزاوجة ومتزامنة من المنطق واللغة، فقد مر المنطق بمرحلتين كبيرتين في علاقته باللغة، تمثلت المرحلة الأولى في المنطق الأرسطي الذي أقام علاقة مسبقة ومتوازئة بين المنطق واللغة. أما المرحلة الثانية التي أسفرت عن القطيعة الواضحة بين الجانبين فقد تمثلت عندما بنى كل من بول Boole وموجان Mogan نموذج المنطق كلغة صناعية تهدف إلى تفادي وجوه القصور في اللغة الطبيعية مثل اللبس وعدم التماسك. ويقتررب ريتشاردز من بعض أفكار سوسير الرئيسية التي تجعل من نظريته أساسا لعلم البلاغة.¹⁷ وتؤطر التداولية المدججة نظرية ديكرود، فقبله كان الدرس اللساني يهتم بثلاثة مستويات: صوتي، صرفي، نحوي، أما التداولي فلا يلتفت إليه، وكل ما لم تدرسه البنوية يلقي في التداولية، يقول ديكرود: إن الجانب التداولي مُدمج في الجانب الدلالي، ويلخص ديكرود مفهوم الحجاج من خلال قوله: إنه اجتماع للمفوضين يؤثران في بعضهما، يسمى الأول حجة، والثاني نتيجة. فأصبح الحجاج مع البلاغة الجديدة ينقسم إلى ثلاثة أقسام:

-الحجاج المنطقي.

-الحجاج البلاغي.

-الحجاج اللساني (اللغوي) التداولي.

2-أهمية الحجاج في الدراسات اللسانية الحديثة:

اكتسب الحجاج أهمية كبيرة في الأوساط اللسانية نظرا للعودة القوية للبلاغة الجديدة، والتي تلخصت من عبارات الزيف والتنميق والزخارف التي ظلت ملتصقة بها واكتسبت صيتا ذائعا، وسمعة جيدة باشتغالها على آليات الحجاج وبحث سبل الإقناع. و" نظرية الحجاج في اللغة نظرية دلالية حديثة تقدم تصورا جديدا للمعنى من حيث طبيعته ومجاله وتقدم أفكارا ومقترحات هامة بخصوص عدد كبير من الظواهر اللغوية.¹⁸ و"تمكنت هذه النظرية من التغلب على كثير من المشاكل والصعوبات التي كانت تعترض المقاربات الوصفية والمصادقية للمعنى.¹⁹ حيث ظهرت جوانب جديدة للبلاغة تجاوزت البنى والأساليب، وظهر "الجانب التداولي للبلاغة المرتبط بنظرية الإقناع المعبر عنها بالمحاجة أو المخاصمة أو المجادلة.²⁰ فأصبح الحجاج من أهم المباحث في النظريات التداولية الحديثة، على غرار نظرية أفعال الكلام ونظرية الملاءمة وغيرهما، وقد أسهم الحجاج في تقليص الفجوة بين اللغة والمنطق، وإدماج المستوى الدلالي في التحليل اللغوي، وإخراجه من الوضع إلى الاستعمال.

3- وظيفة اللغة ضمن نظرية الحجاج:

تهتم نظرية الحجاج بالوسائل اللغوية وبإمكانات اللغات الطبيعية التي يتوفر عليها المتكلم؛ وذلك بقصد توجيه خطابه وجهة ما، تمكنه من تحقيق بعض الأهداف الحجاجية، ثم إنها تنطلق من الفكرة الشائعة التي مؤداها: إننا نتكلم عامة بقصد التأثير والإقناع، وهو السعي إلى تغيير آراء الآخرين، أو زيادة التسليم بفكرة ما و"يؤكد ديكر و" واضع النظرية الحجاجية في اللغة على فكرة جوهرية مفادها إننا نتكلم عامة بقصد التأثير، أي أن اللغة وظيفة حجاجية.²¹ هذه النظرية تبين أن اللغة تحمل بصفة ذاتية وجوهرية وظيفة حجاجية، وبعبارة أخرى هناك مؤشرات عديدة لهذه الوظيفة في بنية الأقوال نفسها. و" كون اللغة لها وظيفة حجاجية يعني أن التسلسلات الخطابية محددة، لا بواسطة الوقائع المعبر عنها داخل الأقوال فقط، ولكنها محددة أيضا وأساسا بواسطة بنية هذه الأقوال نفسها، وبواسطة المواد اللغوية التي تم توظيفها وتشغيلها.²² "فعندما يطالب المحاور غيره بمشاركته اعتقاداته، فإن مطالبته لا تكتسي صبغة الإكراه، ولا تدرج على منهج القمع، وإنما تتبع في تحصيل غرضها سبلا استدلالية، تجر الغير جرا إلى الاقتناع.²³ وتُحقق الاقتناع لدى المستمع مرهون بوضوح الدلالة، وقوة الحجج المقدمة. أما التأثير فإن هذه الكلمة التي يشير معناها الجاري إلى العملية التي يتوصل بها الشخص إلى تحوير تفكير شخص بواسطة نفوذه أو صيته أو قوته، فأصبحت مفهوما مركزيا في علم النفس الاجتماعي، ويسعى هذا التخصص فعلا

إلى أن يحدد كيف ولماذا تحاول جماعة أن تفرض آراءها على شخص أو جماعة فرعية. وكيف ولماذا يتبنى شخص أو جماعة فرعية آراء أمثاله أو جماعته؟

وفي تحليل الخطاب استعاد باتريك شارودو استعمال هذا المصطلح في عبارة "مبدأ التأثير" (1955م) ليشير إلى أحد المبادئ الأربعة المؤسسة لعمل اللغة (مع مبادئ الغيرية والتعديل والإفادة). يحدد هذا المبدأ عمل اللغة بأنه عمل تبادل بين طرفين يقر بأن: "ما يحفز قصدية الذات المتكلمة يندرج في غاية عملية أو نفسية تحمل أطراف التواصل على إنتاج خطابات تهدف إلى أن يكون لها أثر على المتلقي، ونجد هذا المبدأ عند المختصين في علم النفس الاجتماعي للغة، فالأمر عند ر. غيغليون، يتعلق بالسيطرة على الرهانات" وهو عند ك. شيرول يستلزم أن تُدفع الذات إلى القيام بفعل خطابي إزاء شخص آخر معني (مُرسل إليه مُؤول) يمكن له دائما أن يرد الفعل قصد التفاعل، بهذا يبرر هذا المبدأ كون التواصل الاجتماعي مُتصورا باعتباره توخيا من قِبَل الذات المتكلمة لاستراتيجيات موجهة نحو الآخر.²⁴ فالخطاب يُوظفُ أيضا لأهداف أخرى تتجاوز التبليغ إلى التأثير، وذلك اعتمادا على وسائل خطابية تتباين حسب المواقف، "فالإنسان لا يتكلم ليصوغ أفكارا فحسب، بل يتكلم أيضا ليؤثر في أمثاله، وليعبر عن أحاسيسه".²⁵ وقد اعتبر بنفنيست أن التأثير هو الهدف الأساسي من كل خطاب؛ حيث عرّف الخطاب في عمومته بقوله: "هو كل قول يفترضُ مُحاطبًا ومُخاطبًا، وعند الأول نية التأثير في الثاني بأي شكل"²⁶. أما التأثير "فهو مفهوم سحري، إلى حد يصعب معه تحليله، وهو بمثابة السند والأساس لظواهر الإيصال والتواصل".²⁷ فمن الصعب إيجاد طرق واضحة ومحددة، للتأثير، فالتأثير في الآخر قد يتم بطرق غير مباشرة لكنها مقصودة، فلا يعتمد دائما على الحجج العقلية والبرهنة المنطقية ومطابقة الواقع، ولا يوظف المتكلم معاني مباشرة، ولا يصرح فيه بالهدف، ولا يستهدف العقل، ولكنه يستهدف العاطفة والنفس. وهذا ما يدخل ضمن ما يسمى بالسفسطة أو الحجاج المضلل.

4- الحجاج المُغالط:

الحجاج المُغالط هو نوع حجاجي يبنى على الخطأ في تقديم الحجة، وهو مرادف (paralogisme) باللغة الفرنسية، ويرتبط الحجاج بمفهوم الخطابة منذ القدم، لكن مفهوم الخطابة كان يختلط بمعنى يحيط به " التلاعب " و " التحايل " والادعاء و "السفسطة"، فأُهممت الخطابة باعتمادها على المغالطة، والزيف والأكاذيب. فكان السفسطائي نقيض الفيلسوف، فهو متهم بالخطابة القائمة على التلاعب بالعقول عن طريق الكلام، والتزويق البلاغي، ولم تتمكن الخطابة من غسل تلك الوصمة التي

ظلت ترافقها إلى يومنا هذا، وقد اقتصرت بالخطابة رجال الدين، والأكثر ميلا إلى الخطابة هم أتباع الخطب الدينية القائمة أساسا على الوعظ، والأدباء الذين يوغلون في التصوير الرمزي والحجج البلاغية والاستعارية. لهذا فقد اعتمد أرسطو على الخطابة العقلية ليناقض بها بلاغة السفسطائيين. "ومن حيث المبدأ يتطلب الحجج الاعتماد على الأدلة التي تخاطب الحس السليم والعقل القويم، غير أنّ بعض الممارسات الحوارية تنزلق نحو استبدال الأدلة العقلية بجملة من الحيل اللغوية أو غير اللغوية، نصرة للرأي بأي وجه كان، فتسقط بذلك في السفسطة." ²⁸ أو ما يسمى بالحجاج المضلل أو المغالطة " وهي نوع من العمليات الاستدلالية التي يقوم بها المتكلم، وتكون منطوية على فساد في المضمون أو الصورة، إما بقصد أو دون قصد." ²⁹ إنّ المغالطة " قياس يبدو سليما ولكنه غير سليم." ³⁰ و تأتي الافتراضات أقل درجة من الوقائع، فالافتراضات قد تطابق الواقع وقد لا تطابقه، وهي مسلمات، وأحكام مستقاة من تجارب سابقة أو معارف أو بالرجوع إلى السياق العام، والافتراضات التي تتمتع أيضا باتفاق علمي، ومع ذلك فإن الالتزام بالافتراضات ليس كحد أقصى، فمن المتوقع تعزيز هذا الالتزام من خلال عناصر أخرى. تحتاج الافتراضات إلى تدعيم، ويجب فصلها عن الحجج التمهيدية، وغالبا يتم قبول الافتراضات منذ البداية كنقطة انطلاق للحجة. ³¹ والافتراضات المسبقة هي افتراضات تؤخذ عادةً على أنها من المسلمات في محادثة - غالبًا ما تكون جزءًا من الأرضية المشتركة - وعادة ما ترتبط تقليديا بتعبيرات لغوية معينة. ولا ينبغي الخلط بين الافتراض المسبق واستخدامه اليومي، حيث تؤخذ على أنها قريبة بما فيه الكفاية، ومرادفة لمصطلح الافتراض، والمعنى أن شيئًا ما يُعتبر صحيحًا بدون أي دليل صريح. ³² وقد يترتب عن الافتراضات المسبقة الوقوع في مغالطات حجاجية كثيرة، فالافتراضات المسبقة تقود إلى التعميم، والتعميم المتسرع ينتج عنه مغالطة واضحة كونه غالبًا لا يستند إلى عينة صغيرة.

ثالثا: الإطار التطبيقي

3-1- تقنيات الحجج في الخطاب الإعلامي:

يعد الإعلام الوسيلة الأولى لنقل المعلومات والأخبار والأحداث نقلا موضوعيا ومطابقا للحقيقة، لكن الإعلام الجديد يختلف عن الإعلام التقليدي، وخطاباته اليوم أصبحت توظف لأغراض عديدة، ولم يعد يسعى لنقل المعلومة بموضوعية، بقدر ما أصبح وسيلة للتأثير وتمرير ما يريد من أهداف تصب في أغراض محددة، فنجد الخطابات الدعائية والإشهارية أصبحت تتصدر وسائل الإعلام، وهذا بالاعتماد على وسائل وآليات ووسائط لغوية وبصرية عديدة. فالإعلام اليوم يغزو العالم، ويعتبر مصدرا للتعليم

والمعرفة وتبادل المعلومات، ويكتسب أهمية بالغة في حياة الفرد والجماعة والمؤسسات والدول، وتزداد أهميته يوماً بعد يوم، فهو " ممارسة اجتماعية متغيرة، ويتعرض دائماً للتغير والتطور."³³ وهو لا يمثل الناقل والبات الفعلي للأحداث والوقائع ولكنه يُسهّم في بنائها، إنه الأداة الأكثر تأثيراً في الإنسان، والأكثر قدرة على تغيير أفكاره وسلوكياته، وتغيير مدلولات الأشياء وإعطائها معاني جديدة صادقة أو كاذبة، إنّه لا يعطي الصورة الحقيقية دائماً، فلم تعد وظيفته تتجلى في نقل المعلومة بموضوعية، ولكنه أصبح يمتلك وسائل وآليات أكثر فاعلية للتأثير في الرأي العام، فأصبح المعنى هو ما نراه بعيون الإعلام، وإن كنا نرى عكس ذلك في الواقع، إن الإعلام لا يكتفي بنقل الأحداث بل يقوم بفعل الإقناع والتأثير، فهو يخاطب عقولنا تارة وتارة بغيبيها، إنّه يخاطب فينا الوعي أو غيابه.

3-1-1 المناقشة الإعلامية:

أ. موضوع المناقشة:

يدور موضوع هذه المناقشة التلفزيونية حول: " الجزائر بين بيع المؤسسات العمومية وبيع الأوهام"³⁴ وسياقها: كان متمثلاً في اللقاء الثلاثي الذي جمع كلاً من الوزير الأول ورجال الأعمال والمركزية النقابية، والذي تمخض عنه خطاب سياسي واقتصادي يحمل الكثير من الرهانات الجديدة التي قد تتفق معها فئة وقد تختلف فيها أخرى، وتأتي هذه المناقشة لبحث الإجراءات الاقتصادية الواجب اتخاذها. وتؤطر هذه المناقشة قضيتان:

القضية الأولى: الوضع الاقتصادي في الجزائر بصفة عامة.

القضية الثانية: ما المشاكل التي تواجه الاقتصاد الجزائري وما السبيل لمعالجتها؟

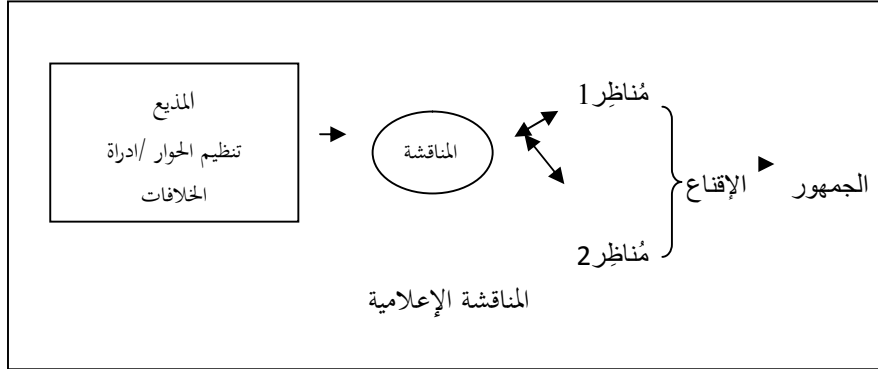
ب. منحى الحوار في المناقشة الإعلامية:

بداية، إنّ عملية التخاطب في المحاور التلفزيونية تختلف من حيث عناصرها عن المحاور العادية، ويمكننا أن نمثل التخاطب العادي بالشكل التالي:



أما المناقشة التلفزيونية التي تحمل طابع المناظرة أو الجدل فهي ممارسة خطابية معقدة، وهذا راجع إلى تعدد أطرافها، فمجرد الدخول في علاقة تواصلية مع أكثر من طرف في الوقت نفسه مع مشاركين

يختلفون في الأفكار والتوجهات والقناعات فهذا يجعل التواصل فعلا معقدا. ويمكننا تمثيل هذه الممارسة الجدالية باستخدام الرسم البياني التالي:



حيث تُظهِرُ المناقشات الإعلامية قدرة المتكلم على إقناع مخاطبه بصدق أفكاره وقضاياها التي يتبناها، ويُفترض أن يستعين في ذلك بأدلة قوية وصحيحة تخدم غرضه الحجائي. وكل ذلك يتم ضمن عملية تواصلية استدلالية مشروطة بمبادئ التحوار وأحكام التداول، حيث تقتضي مبادئ التحوار تعاون أطراف الخطاب لإنجاح عملية التواصل من خلال التقييد بسلسلة من الشروط، بالإضافة إلى تحقيق أفعال تكلمية تسهم في تغيير آراء المتكلم وأفكاره. لكن يبدو أنه من الصعب التقييد بمبادئ التعاون جميعها التي سنها بول غرايس P Grice من خلال مقاله المعنون بـ: "المنطق والمحادثه"³⁵ فأثناء التخابط اليومي وفي المناقشات التي تتخذ طابعا المناظرة والجدال، لا يمكننا تطبيق مبدأ التعاون؛ وذلك لأن مبدأ التعاون يأتي لخدمة طرفين من الحوار (متكلم ومستمع) أو أطراف عدة لها هدف واحد مشترك، وهذا ما يدفعهما إلى التعاون فيما بينهما لتحقيق الهدف من الخطاب، أما إذا كان الطرفان المتحاجان متغالبين ومتنافسين ولا تجمعهما أهداف مشتركة وبيניהما تعارض في الأفكار والقضايا فمن المؤكد أنهما لن يكونا متعاونين. فمبدأ التعاون المقترح من طرف غرايس والداعي إلى تنظيم المحادثة ونجاح التواصل، بالاعتماد على اللغة المباشرة والصريحة والواضحة والحالية من أي ترميز أو تشفير أو مجاز، لا يعتد به في أغلب المحادثات اليومية، خصوصا تلك التي تعقد في إطار أفراد ينتمون إلى مجتمع واحد وثقافة واحدة ولغة مشتركة، فالتواصل في هذه البيئة يعتمد على الإيحاء أكثر من القول، ويعتمد على التلميح والتضمين أكثر من اعتماده على التصريح. فالكلام يتسم بالتغير والاختلاف، فهو أداء فردي تتدخل فيه عوامل عديدة متعلقة بالذكاء

والمملكة اللغوية للمتكلم، حتى إن الكلام يرادف الأسلوب، لهذا فإن التواصل اللغوي عند الإنسان عملية معقدة، حيث تتم طرق ووسائل خطابية عديدة، تجتمع فيها العناصر اللغوية وغير اللغوية، فالإنسان يدعم عملية التواصل باللغة الطبيعية بوسائط وإشارات غير لغوية، تساعد على تحقيق غرضه الاتصالي، فالخطاب هو مزيج من الصدق والكذب، من القول والفعل، من الصريح والضمني، من المنطوق والمفهوم، من الواضح والمشفّر، من العنيف واللين.

ج. الحجاج في المناقشة:

إن هذه المناقشة تضم أطرافاً ثلاثة يلعب فيها المذيع دوراً بارزاً ومهماً كونه هو الذي ينظم الحوار ويلتمس الآراء.

بالإضافة إلى طرفي المناقشة المتمثلين في شخصين يختلفان في الأفكار والتوجهات والتخصصات، فالأول المدعو م.ب هو عضو المكتب الوطني في الجبهة الوطنية الجزائرية. والمناقش الثاني المدعو ع.م هو كاتب وإعلامي.

-الاستهلال:

استهل المناقش الأول -والذي يجوز أن نطلق عليه أيضاً المناظر الأول وهو كاتب وإعلامي- كلامه وهو يشرح الوضع الاقتصادي في الجزائر مقارنةً بإياه بالوضع الاقتصادي الغربي، ومركزاً على الدور الذي يلعبه رجال الأعمال في الدول الأجنبية للنهوض بالاقتصاد الوطني لبلدناهم، وانطلق في ذلك من افتراضات ووقائع خطابية استمدها من رأي المواطن الجزائري، ومن نظرته إلى رجال الأعمال؛ حيث وصفها بأنها نظرة سوداوية وسلبية؛ إذ يتم اتهام رجال الأعمال بسرقة المال العام والتسلط. إلا أن الوقائع التي انطلق منها لا تستند إلى اتفاق الجمهور، فالوقائع هي سلسلة من الأحداث المتحققة على أرض الواقع وتحليلها يقودنا إلى استنتاج سلسلة من المعطيات والربط بينها لنصل إلى فهم حقائق معينة يتفق عليها الجمهور. أما المنطلقات الحجاجية "فتؤخذ على أنها مسلمات يقبل بها الجمهور، وتكون من الأسس التي تدعم الإقناع لدى المتخاطبين." ³⁶ ويميز بيرلمان في مباني الحجة بين الوقائع والحقائق، "ففي الحجة لدينا نوع معين من الاتفاق حول بيانات معينة تلك التي تشير إلى حقيقة موضوعية والتي من شأنها أن تحدد ما هو مشترك بين البشر، أي ما يتفق عليه الجمهور." ³⁷

من خلال مداخلة الطرف الأول من المناقشة يمكننا رصد مغالطة واضحة، وواسعة الانتشار وهي:

-سفسطة الخبير:

إن هذا العرض التعريفي لأطراف المحاور يعرض الحوار إلى مغالطة واضحة أو كما يسميها بعض الباحثين "السفسطة" وذلك لأن المدعويين لإثراء النقاش والإجابة عن التساؤلات كلاهما لا تربطهما أية صلة بالمجال الذي تتعلق به المحاور، ألا وهو المجال الاقتصادي، وهذا ما يصطلح عليه بسفسطة الخبير **Appela to Authority**³⁸ وهي مغالطة مشهورة، والمقصود بالخبير هو شخص ذو مكانة علمية وفكرية يجوز لنا أن نسوق الكلام وننسبه إليه، وأن نذكر اسمه في معرض دفاعنا عن الفكرة بدعوى أنه مناصر للفكرة. أما في المحاور التي نحن بصدد دراستها فقد تم استدعاء طرفين لعرض أفكار وإعطاء حلول واقتراحات رغم أن كلا المتحاورين لا تُنسب إليهما صفة الخبير.

–سفسطة تجريح الشخص:

يُعرض فعل الإقناع عموماً كبديل محتمل لاستخدام العنف البدني، فيمكن للمحاور أن يحصل في تلك الحالة على ردة فعل عنيفة من محاوره، لذلك فإن التخلي عن استخدام القوة خطوة نحو تفعيل الحوار السلمي، ويعد الإقناع وسيلة سلمية لمحاولة تغيير سلوك المخاطب وإقناعه بما ندعوه إليه، ولكن الإقناع لا يخلو دائماً من العنف، فهو يوظف نوعاً آخر من أنواع العنف وهو عنف غير مباشر، كالعنف اللفظي، والمتمثل في استخدام عبارات وألفاظ عنيفة. وتعد أشهر المغالطات، وتكون هذه المغالطة بوجهين اثنين: إما برفض الفكرة المعروضة بدعوى اتصاف عارض هذه الفكرة ببعض الخصال غير المناسبة، أو بدعوى خضوعه لظرف خاص يتحكم فيه ويضطره إلى الدفاع عن هذه الفكرة، بحيث يعتمد المحاور في البداية إلى الهجوم على هذا الشخص وإبراز عيب من عيوبه الخلقية أو الفكرية.. أو ظرف من ظروفه الخاصة.³⁹ ومن ذلك القدح الشخصي الموجه للطرف الثاني، وذكر نقائصه وعيوبه، من ذلك ما يجري في المحاورات التلفزيونية خلال تراشق الاتهامات لإضعاف الخصم، ومنه إضعاف حججه المقدمة وإن كانت قوية، من ذلك قول المناقش:

– ما مستواك العلمي؟

– من تكون؟

– أنت لا تملك مستوى.

ففي الجمل الاستفهامية السابقة لا يطلب المحاور جواباً، ولكنه يهدف إلى التقليل من شأن

محاوره، بغرض إبطال دعواه.

ففي المثال السابق نجد المغالطة المنطقية على الشكل التالي:

- ج يقدم الدعوى د
- ج يتصف بالعيب ب
- إذا الدعوى باطلة.

3-1-2- الخطاب الإشهاري:

أ. سفسطة العاطفة في الخطاب الإشهاري:

يتصل الخطاب الإشهاري بالحياة الإنسانية بشكل دائم، وهو خطاب يحظى برواج كبير، وهذا راجع لارتباطه بالدعاية، حيث يتمظهر في شتى الممارسات اللغوية وغير اللغوية من رموز وإشارات... إلى غير ذلك، إذ يهدف في ظاهره إلى الإخبار لكنه في الحقيقة يهدف إلى دفع متلقي الخطاب إلى الاستجابة لما يعرض عليه وإقناعه بما يقدم إليه من عروض وخدمات. وإذا كان الحوار عنصرا أساسيا في الحجاج حيث يتم الإقناع بالمحاورة والتوجه نحو الآخر، فإنه يغيب في الإشهار والدعاية ليحل محله عنصر الإغراء واقتحام الخيال والحجاج العاطفي. فالإشهار قائم أساسا على العناصر الآتية:

- الاستمالة والإغراء.
- التشويق والمبالغة.
- التزييف والمثالية
- مخاطبة العواطف
- التهويل والتخويف.

والخطاب الإشهاري التالي لأحد مستحضرات التجميل، يمثل نموذجا شائعا لمغالطة واضحة تلعب فيها الصورة دورا بارزا في إقناع المتلقي وإغرائه ولفت انتباهه إلى نتيجة واهية.

صورة 2



صورة 1



تمثل الصورة الأولى إحدى المنتوجات التجميلية، حيث يتم الترويج لها باستخدام الصورة الإشهارية، والتي تمارس فعل التأثير والإقناع عن طريق الاعتماد على صورة فتاة حسناء. فالإشهارى هنا لا يوجه خطابه بصفة مباشرة بأن علينا اقتناء المنتج، لكنه يعتمد على استراتيجية الصورة للترويج لمنتوجه اعتمادا على المبالغة ومخاطبة العواطف، والإتيان بامرأة حسناء للترويج لمستحضرات التجميل ينقل إلى الجمهور الذي يتلقى الخطاب-خاصة الجمهور المتلقي من النساء- مغالطة واضحة، إذ يوهم المرأة التي تتلقى الخطاب الإشهارى بأنها ستحصل على ذات النتيجة، وبأن استعمال المنتج نفسه سيجعلها بالجمال ذاته.

والمثل نفسه ينطبق على حالات أخرى عديدة، ومؤكّد أنّ هذا النوع من الأساليب في الإقناع يخاطب اللاوعي، ويحاول إغراء المتلقي وإدخاله في وهم وعالم من المثالية والرغبة للحصول على الكمال. ففي صورتين مغالطة واضحة تمثلت في انتقال المرأة من سن الشيخوخة إلى سن الشباب، في محاولة واهية لإقناع المتلقي بالنتيجة السحرية والخيالية للمنتج، وأنه قادر على محو آثار تقدم السن البادية على البشرة. وإذا حاولنا الاطلاع على الخطابات الإشهارية للمنتوجات المشابهة سنجد أنها تشترك كلها في استراتيجية واحدة، حيث تتكرر الصورة الترويجية التي تضمن تغييرا سريعا وسحريا لكنه مغالط في حقيقته.

ويستخدم مصطلح "مغالطة" في المنطق للدلالة على الحجج الواهية؛ أي التي تحقق الإقناع النفسي، ولا تحقق الإقناع العقلي، لأنها تفتقد الصحة المنطقية. وسفسطة العاطفة إحدى أبرز أشكال الحجج الواهية، وهي مغالطة قائمة على مخاطبة مشاعر الجمهور، لجعلهم يسلمون بصحة ما يعرض عليهم من قضايا، نظرا لأن الناس غالبا ما يتأثرون بمشاعرهم أكثر مما يتأثرون بعقولهم، لهذا يعد الباثوس *pathos* من وسائل الاستمالة الخطابية الثلاثة عند أرسطو، وهي ما يثيره المخاطب في الجمهور من مشاعر وأحاسيس وانفعالات تحقق اقتناعه وتسليمه بمحتوى الخطاب. "وللباثوس عند أرسطو أثر في العقل، والتغير الذي يصيب عواطف المرء تتحول عدواه إلى عقله، ومن ثم إلى ما يصدره ذلك المرء من آراء أو أحكام، وقدر عزف أرسطو الباثوس قائلا: "إنّ الانفعالات هي كل التغيرات التي تجعل الناس يغيرون رأيهم فيما يتعلق بأحكامهم، وتكون مصحوبة باللذة والألم"⁴⁰ فمن بين وسائل التأثير في المخاطب الاعتماد على التأثير العاطفي، وذلك بإثارة مشاعره وتحريك نفسه، من خلال ما يتم توظيفه من ألفاظ ومعاني حقيقية أو مجازية تدعم الحجج المقدمة، وتسهم في إقناعه بما يقدم له من قضايا.

- اعتقاد القضية (ق) يجلب إحساسا محببا.

- إدا (ق) صادقة

وعادة ما ترتبط الخطابات الإشهارية بسفسطة متفرعة عن سفسطة الخبير تسمى بسفسطة الخبير المجهول.⁴¹ : وتمظهر في محاولات عديدة للبرهنة على صدق القضايا، من خلال الاستعانة بخبراء لزيادة القوة الحجاجية للحجج المقدمة للبرهنة على صدق القضايا، مع عدم الإدلاء بمويته الخبير. ويمكننا التمثيل على ذلك ببعض الدعايات الإشهارية لبعض المنتوجات، إذ يتم فيها الترويج لمنتوجات معينة من قبيل:

"- هذا المنتج هو الاسم الأول الذي ينصح به الأطباء."

"- أفادت دراسة كذا "

"- قرأت في مجلة معينة."

فيفترض بالأمثلة الوارد ذكرها أنّ المحاجج يحاول الاستناد إلى برهنة متينة ظاهريا، وهي الاحتجاج بالخبير في المجال، ومحاولة إقناع الطرف الآخر بصدق قضيته، لكن في الحقيقة هي حجة مزيفة وضعيفة وباطلة غالبا؛ لأن الخبير الذي يعتمد عليه في الحجة غير معروف.

خاتمة:

يُعد الخطاب الإعلامي واحدا من أبرز الخطابات التي تمارس فعلي الإقناع والتأثير في المتلقي، فيؤدي بذلك الخطاب الإعلامي وظيفتين متضادتين لتحقيق غاياته الخطائية، الأولى تخاطب العقل وتفعل الاستدلال، والثانية تخاطب العاطفة وتمارس التضليل. قدمنا في هذا العمل نماذج من بعض المغالطات الحجاجية التي يوظفها الخطاب الإعلامي، وذلك من خلال تقديم بعض الأمثلة من المغالطات التي يكثر تداولها في المحاورات التلفزيونية وفي الخطابات الإشهارية، وخلصنا إلى أن الخطاب الإعلامي هو خطاب حجاجي بالغ التأثير في حياة الفرد والجماعة، يهدف إلى الإخبار والإقناع وزيادة الوعي والثقافة، ويتوخى في ذلك سبلا حجاجية مختلفة، منطلقا من قضايا وأحداث حقيقية، ومستعينا في عرض القضايا على مصادر موثوقة، وحجج صحيحة في ظاهرها وباطنها. لكنه في أحيان أخرى يتجهم بقصد أو بغير قصد نحو متاهات من التضليل. ويبرز ذلك من خلال اعتماده على مخاطبة العاطفة وتنزيلها منزلة العقل، وهذا ما يكثر استعماله في الخطابات الإشهارية والدعائية. بالإضافة إلى انزلاق المحاورات ذات الطابع الجدلي في أحيان كثيرة وتتحول إلى العنف، ويتنفي الحوار، فتعتمد على سفسطة تجريح الشخص.

هوامش:

- ¹ – Jonathan Culpeper and Michael Haugh, Pragmatics and the English Language, Palgrave Macmillan, England, First published 2014, p 3.
- ² – George Yule, Pragmatics, oxford university Press, New York, first, published ,1996, p17.
- ³ – Ibid, p3.
- ⁴–Zellige S. Haris: analyse du discours, Traduit par Françoise Dubois-Charlier Paris, p45.
- ⁵ –, George Yule, Pragmatics, p3.
- ⁶ – Ibid, p4.
- 8- آن ربول وجاك موشلار: القاموس الموسوعي للتداولية، تر مجموعة أساتذة، دار سيناترا، تونس، ص83.
- ⁸ – Jacques Moeschler: argumentation et conversation, éléments pour une analyse pragmatique du discours,1985,p45.
- 10- آن ربول وجاك موشلار: القاموس الموسوعي للتداولية ، ص 321.
- 11- أبو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، العمدة في الطبع، المغرب، ط1، 2006، ص 16.
- ¹¹ – Jean Dubois et autres: dictionnaire du linguistique, Larousse, 2002, p152.
- 13- أرسطو طاليس، الخطابة، تحقيق عبد الرحمن بدوي، دار القلم بيروت، لبنان، 1979، ص 10.
- 14- ميشال فوكو، نظام الخطاب، ترجمة محمد سبيلا، التنوير للنشر، دت، ص 7.
- ¹⁴ – Voire: Chaïm Perelman: l’empire rhétorique: Rhétorique et argumentation, librairie philosophique,2eme édition,2002, p7.
- 16- ينظر صلاح فضل: بلاغة الخطاب وعلم النص. عالم المعرفة للنشر، 1996، ص73. 74.
- 17- أبو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، ص 14.
- 18- ينظر: صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص، ص15./16.
- 19- أبو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، ص 8.
- 20- المرجع نفسه، ص8.
- 21- المرجع نفسه، ص 2.
- 22- المرجع نفسه، ص8.
- 23- المرجع نفسه، ص 16./17.

- 24- طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتحديد علم الكلام، ص. 38.
- 25- باتريك شارودو ودومينيك مانغونو: معجم تحليل الخطاب، تر عبد القادر المهيري وحمادي صمودي، سيناترا للنشر، تونس، 2008، ص304./305
- 26- فريش، اللغة: تاريخ ونقد، ترجمة عبد الحميد الدواخلي وآخرون، القاهرة، 2014، ص 186.
- ²⁶ - Emile Benveniste: problèmes de linguistique générale. Gallimard, 1966, p242.
- 28- ميشال فوكو، حفریات المعرفة، تر سالم يفوت، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط2، 1987، ص. 21.
- 39- رشيد الراضي: الحجاج والمغالطة، ص. 52
- 40- المرجع نفسه: الصفحة نفسها.
- 41- محمد العمري: دائرة العنف ومزالق الحوار، ص185.
- ³¹ - ibid, p93/94.
- ³² - Jonathan Culpeper and Michael Haugh, Pragmatics and the English Language, p55.
- 29- عبد الرزاق الدليمي: الخطاب الإعلامي والخطاب الدعائي: دار الابتكار للنشر، عمان، الأردن، 2018، ص32.
- ³⁴ - <https://www.youtube.com/watch?v=JaUpb4hVh2c&t=1972s>.
- ³⁵ - Grice H. P, logic and conversation, 1989, Reprinted by permission of Harvard University Press from Studies in the Way of Words, By Paul Grice, by The Président and Fellows of Harvard Collège.
- 44- أحمد قادم، بلاغة الحجاج بين التخييل والتدليل، علم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2019، ص171.
- ³⁷ - Chaïm Perlman et Lucie Olbrachts Tyteca: traite de l'argumentation: la nouvelle rhétorique, édition de l'université de bruxelles, 5eme edition, 2000, p89/90.
- ³⁸ - رشيد الراضي: الحجاج والمغالطة من الحوار في العقل الى العقل في الحوار، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط1، 2010، ص23.
- 48- رشيد الراضي، الحجاج والمغالطة، ص. 20.
- 50- حاتم عبید، منزلة العواطف في نظريات الحجاج، مجلة علم الفكر، عدد2، مج 40، الكويت، 2011، ص 242.