



الحجاج وإستراتيجية الإقناع في المحادثة التلفزيونية

حصة "في دائرة الضوء" أنموذجا.

أ.حكيمة حمقة.

جامعة بجاية

الملخص:

يعالج هذا المقال الذي جاء تحت عنوان الحجاج وإستراتيجية الإقناع في المحادثة التلفزيونية حصة في دائرة الضوء أنموذجا إشكالية العوامل الأساسية التي تسمح ببناء إستراتيجية حجاجية مقنعة في الخطاب المحادثاتي للحصة التلفزيونية، بحيث سلط الضوء على العوامل اللغوية وغير اللغوية التي تساهم في بناء إستراتيجية حجاجية فعالة، وقد تم التركيز في هذه الأخيرة على دور كل من الإضاءة والصورة والإيقاع وتعبير الجسد ككل في نجاح العملية الحجاجية والإقناع داخل التفاعل المحادثاتي للحصة التلفزيونية.

Abstract:

This article, which is intitled the argumentation and persuasion strategy in television conversation want to shed a spotlight on the problematic fundamental factors that will allow the construction of a convincing argumentative strategy in the conversational speech of the television show so that to shed light on linguistic factors and non-linguistic one which contribute to build an effective argumentative strategy, the focus came on that effective strategy on the role of each of the lighting and image and rhythm and expressions of the body as a whole in the argumentative operation as a whole and persuasion within tele-conversational interaction for television shows.

it.

*** **

يعمل الإنسان في حياته على إنجاز أعمال كثيرة وفي مواقف متعددة لا تعد ولا تحصى، إذ لا يمكن الفصل بين العمل والسياق فالفرد منا "لا يستطيع أن يمارس هذه الأعمال في وضع مستقل عن سياق المجتمع الذي ينتهي إليه، ولذلك فإنه يتخذ طريقة معينة يتمكن بها من مراعاة الأطر التي تحف بعمله

أولاً، أي عناصر السياق، وتمكنه من تحقيق هدفه ثانياً " أي أن أي فعل أو عمل يقوم به الإنسان مرتبط بالسياق الذي يأتي فيه، فمراعاة عناصر هذا الأخير تمكنه من هدفه ولا يتأتى ذلك إلا باعتماد طريقة معينة مع الإشارة إلى أن هذه الطرق تختلف حسب طبيعة العمل والسياق الذي يأتي فيه فما يكون ملائماً في سياق أو ظرف ما لا يكون كذلك في ظروف و مواقف أخرى، والطريقة التي يتبناها الشخص في حديثه أو إنتاج عمل ما هي ما يصطلح على تسميته بالاستراتيجية وبالتالي هذه الأخيرة تتنوع بتنوع العناصر السياقية.

1-الإعداد لاستراتيجية في الحجاج:

إن تبني استراتيجية معينة في أي خطاب كان وفي الخطاب الحجاجي على وجه الخصوص لا يأتي اعتباطاً، لأنه ينم عن تفكير مسبق حتى وإن كان الحيز الذي يشغله هذا التفكير لا يتعدى بضع ثوان ويرتكز هذا التحضير على مجموعة من العناصر نذكر منها:

-تحليل الحالة أو الموقف « l'analyse de la situation ».

-تحديد الأهداف. « Définir les objectifs »

-الأخذ بعين الاعتبار الجمهور المخاطب « Tenir compte du public » .

-تكثيف الحجج.

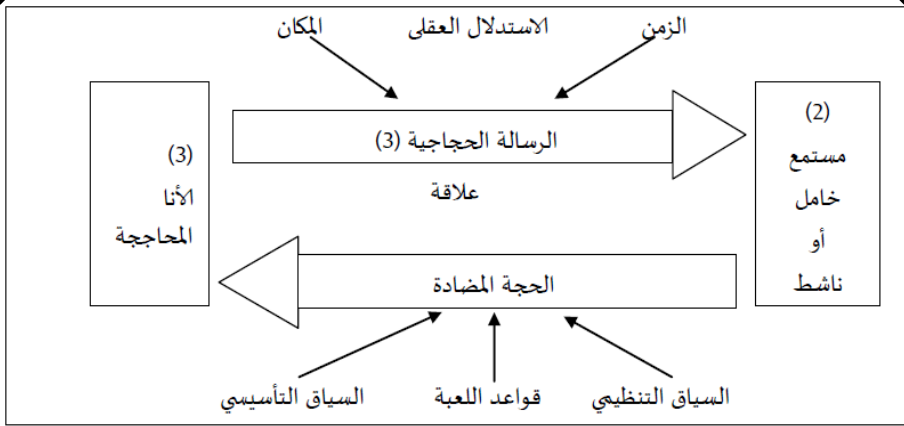
-تحضير مخطط للحجاج « Préparer un plan d'argumentation ».

أ-تحليل الحالة أو الموقف:

لا يمكن للمخاطب أن يبني خطاباً حجاجياً دون أن يأخذ بعين الاعتبار السياق الذي يكون فيه " نستطيع القول بشكل مجمل: بأن كل حالة أو موقف حجاجي هو نظام بثلاثة متغيرات أساسية في المحيط "2 وتتمثل هذه المتغيرات في ذات المحاجج وذات المستمعين إلى جانب الرسالة الحجاجية، وفيما يلي مخطط يبين العلاقة بين المتغيرات الثلاثة وتأثير العناصر السياقية الأخرى³



الحجاج وإستراتيجية الإقناع في المحادثة التلفزيونية



على المخاطب إذا أن يقوم بتحليل الحالة التي يجب أن يتدخل فيها أو الوضعية التي تفرض عليه إنتاج خطاب حجاجي معين، ونقصد بالتحليل فك شفرة كل العناصر الواردة في المخطط السابق من أجل بناء ذلك الخطاب وفق إستراتيجية تكون أكثر فعالية ونجاعة في ذلك الموقف، ويذهب روني وجون سيمون إلى أن هذا التحليل يعني الإجابة على مجموعة من الأسئلة التي تدور حول تلك العناصر وقد حصرها في سبعة أسئلة وهي على التوالي:

- إلى من أتوجه بكلامي؟: على المتكلم أو المخاطب أن يعمل على معرفة أقصى حد من المعلومات حول مستمعه هل هو فرد أم جماعة، صغير أو كبير لأن السن عامل مهم يجب مراعاته في الخطاب الموجه، مثقف أم لا وما هي العلاقة التي تربط بينهما، إذ على المخاطب أن يطوع خطابه لكل هذه الخصائص المتعلقة بالمخاطب.

- ما هو هدفي؟ « Quel est mon objectif? »: إن تحديد الهدف عامل مهم في تحديد الإستراتيجية المثلى في أي خطاب كان والهدف يعني معرفة ما نريد الحصول عليه انطلاقاً من المرتبة التي نحتلها في حالات التفاوض باختيار الحجج وتنظيمها.

- ما هو الحيز الزمني الذي أشغله؟ « de combien de temps est-ce que je dispose? » يراعي المخاطب الوقت المتاح له أو الوقت الذي يجب أن يشغله ويعمل على تحديد ما يقدر على تحقيقه وما لا يقدر عليه فيحدد الأهم ويحدد

الحجج الرئيسية دون الفرعية منها أي يقصي كل ما هو فرعي وجانبي ويركز على ما هو رئيسي وضروري.

-في أي فضاء أو مكان أنجز تدخل؟ « dans quel espace est ce que mon intervention a lieu ? »، إن المكان يحدد أو يبين طبيعة العلاقة التي تجمع بين المخاطب ومخاطبه كما يعمل المخاطب على تطويع سلوكاته الفيزيائية (الجسدية) لطبيعة المكان الذي يكون فيه.

-في أي وقت أتدخل؟ « a quel moment est-ce que j'interviens ? » على المخاطب أو المتدخل في العملية التواصلية أن يترصده الفرصة الملائمة للإدلاء بتدخله ويراعي في ذلك الحالة الذهنية لشريكه في التفاعل أو متلقيه.

-ما هي قواعد اللعبة؟ « quelles sont les règles du jeu ? » ويتعلق الأمر هنا بطبيعة النماذج التي تدخل فيها مناقشات مباشرة أو حوار أو محادثة حرة أو مسيرة من طرف منشط ما فهذه النماذج لها قواعدها الخاصة التي يجب على المتدخل فيها مراعاتها، نحو مبدأ التبادل والتعاون والتأدب كما يعمل على بناء الهيكل العام لحججه أو إجابته على الحجج المعارضة أو المضادة لما قدمه من قبل.

-ما هي حدودي؟ « quelles sont mes contraintes, mes limites ? » على المخاطب أو الشريك في التفاعل أن يعرف حدوده عند بناء خطابه أو تدخله، أي عليه أن يميز بين ما يحق له قوله وما لا يجوز له في ذلك السياق ومع ذلك المستمع، إذ عليه أن يختار بعض الحجج من بين كل الحجج الممكنة.

ب- تحديد أو تعيين الأهداف:

يعتبر تحديد الهدف قبل إنتاج أي خطاب حججاً من بين العوامل الأساسية المساعدة على اختيار الإستراتيجية الملائمة للحديث فكلما " شعرت بالحاجة إلى إنتاج حجج أمام فرد أو جماعة من أجل محاولة إقناعه-إقناعهم- على التفكير أو حمله على ردة فعل معينة لابد من أن تحدد أين تريد قيادته، ومن الضروري أن تكون واضحة مع نفسك وتحدد بشكل دقيق أهدافك "4 على الفرد منا عندما يجد نفسه في موقف أو حديث يفرض عليه اعتماد الحجج من أجل إقناع متلقيه بتبني فكرة ما أو حمله على فعل معين أن يكون واثقاً في قرارة



نفسه مما يريد الوصول إليه، فالثقة بالنفس والتأكد مما نريده يجعلنا نقدم كل ما بوسعنا من أجل تحقيق هدفنا المنشود، والهدف هو الغاية أو النتيجة المنتظرة وتكون هذه الأخيرة ملموسة تظهر في سلوك المخاطب مع العلم أن الأهداف تختلف حسب المخاطب والموقف الذي يكون فيه فبالنسبة للبائع الهدف الأساسي هو حمل الزبون على شراء ما يبيعه أو التعامل مع المؤسسة الخدمانية التي يمثلها، وهدف المحامي الذي يكون في حالة الدفاع هو الحصول على أدنى عقوبة ممكنة أو البراءة لموكله في حين يعمل محامي الادعاء على فرض أقصى عقوبة للمتعمدي على موكله، مع الإشارة إلى أن تحقيق الهدف مهما كان نوعه يتطلب من الفرد اختيار اللحظة المناسبة وأن يكون صبورا فمن الأهداف ما يتطلب المرور بمجموعة من المراحل أو تحقيق بعض النتائج الجزئية للوصول إلى الهدف الرئيسي كما هو الحال في لعبة الشطرنج أين يعمل اللاعب على تحقيق مجموعة من الأهداف بدءا بالنقاط والجولات إلى المقابلة ككل إذ يجب عليه أن يكون صبورا ويتحلى الفرص المناسبة كما يأخذ بعين الاعتبار عامل الوقت وأفعال من يلعب معه نفس الشيء تقريبا في حالة البيع "أين يكون الاتصال مع الزبون يشغل حيزا لا بأس به إذ من المهم عدم السعي إلى البيع بسرعة، يجب معرفة معنى الانتظار. تستطيع في هذه الحالة عرض وتحقيق بعض الأهداف الوسيطة « intermédiaires » نحو:

-خلق مناخ ملائم لسماع.

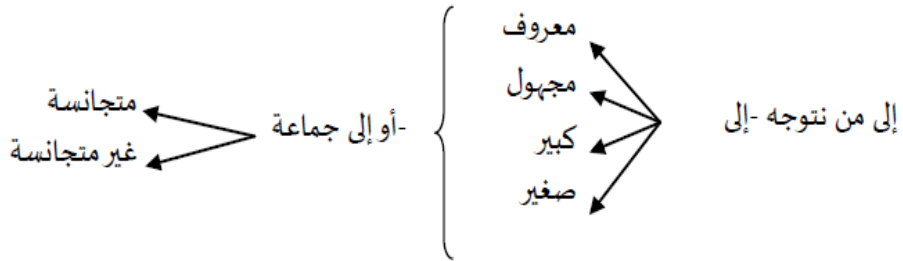
-توليد أو خلق منفعة وفائدة واهتمام أو فضول، الحصول على طلب، قبل

البحث على عقد صفقة -هدف نهائي. فهذا يخلق علاقة مبنية على الثقة ويترك لمخاطبك الإحساس بأنه يقرر بوعي⁵⁵ أي على المخاطب في هذه الحالة -البيع- أو في أي حالة أخرى أن يبني مخاطبه لتحقيق هدفه المنشود ومن المهم جدا أن لا يشعر متلقيه بأنه يسعى إلى إجباره على الأخذ بما يريده.

ج-أخذ بعين الاعتبار الجمهور أو المخاطبون:

لقد أشرنا سابقا إلى أهمية الأخذ بعين الاعتبار المخاطب أو الجمهور المستهدف في إنتاج الخطابات الحجاجية، إذ يمكن لذات المخاطب أن يحقق هدفه أو النتيجة نفسها باعتماد خطابات مختلفة مع ذوات مختلفة في حين

تتباين النتائج التي يتوصل إليها بتبني خطاب واحد مع كل تلك الذوات ويرجع ذلك إلى الاختلافات الجوهرية بينهم وعليه فإن "التفكير في المستمع أو المرسل إليه هو إذا فعل مسبق وأساسي في كل تحضير للحجة"⁶ أي على المرسل أو المخاطب أن يطرح مجموعة من التساؤلات حول من يتوجه إليه بخطابه فكلما تحصل على أكبر عدد من المعلومات سهل عليه استمالاته أو إقناعه بما يتوجه به إليه ومن بين أهم التساؤلات أو النقاط الأساسية التي يجب معرفتها تلك التي جسدها روني وجون سيمون في كتابهما "الحجاج" من خلال الشكل التالي(بتصرف):



إن معرفة أدق التفاصيل حول شخصية المرسل إليه أو المستمع المستهدف تعتبر عاملاً مهماً في اختيار الإستراتيجية المثلى في بناء الخطاب الحجاجي وعليه على المخاطب أن يأخذ في الحسبان المستوى الإدراكي، الفكري، التعليمي والثقافي للمخاطب إلى جانب مدى اهتمام هذا الأخير بموضوع خطابه وما هو الكم المعلوماتي والفكري الذي يمتلكه حوله -الموضوع- مع الإشارة إلى أن معرفة الآخر أو المستهدف تكتسي أهمية أكبر في العملية التواصلية مقارنة بالخطابات الموجهة في العملية الاتصالية لأن المخاطب في هذه الأخيرة يوجه خطابه إلى طرف معين بهدف التأثير فيه دون الدخول في تفاعل معه في حين الخطابات المتجسدة في مساهمات كلامية خلال العملية التواصلية مهما كان نوعها حوار، نقاش، جدال أو محادثة، فالمتكلم أو المتدخل يكون في تفاعل كلامي مع مخاطبه أين يكون لهذا الأخير حق الرد مباشرة وعليه على المتفاعل المخاطب في هذه الحالة أن يكون ذكياً ويعمل على كشف إستراتيجية نظيره أو الأوراق التي يراهن عليها إضافة إلى ضرورة معرفة ما سيكسبه أو يفقده مما نريد إيصاله كل هذا سيساعده على انتقاء الحجج اللازمة من أجل فرض وجهة نظره إذ على المخاطب أن يضع في الحسبان إمكانية معارضة هذا الأخير له بالحجة، وعليه لا بد أن يحاول تصور تلك الحجج المضادة

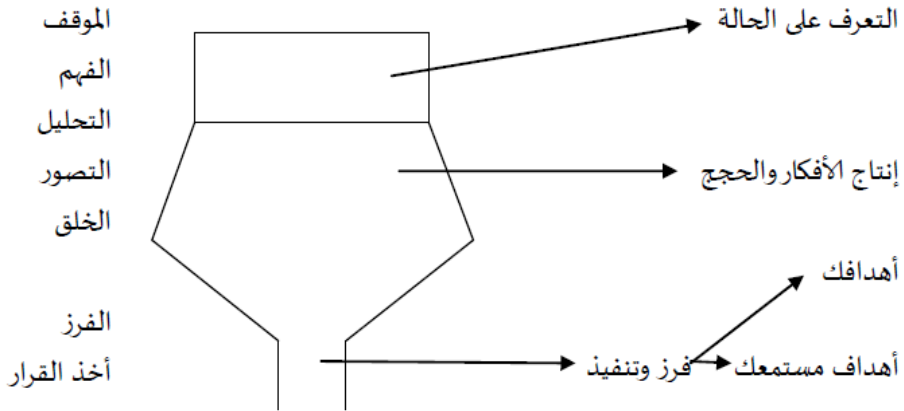


انطلاقاً مما قلناه سابقاً-المعرفة المسبقة بالمتلقي- ويعمل على دحضها من خلال خطابه قبل إحالة الكلمة إلى مخاطبه أو التحضير لها أي الرد عليها بحجج مقنعة تكون أكثر نجاعة وفعالية.

د-تحضير خطة حجاجية « Préparer un plan d'argumentation »

إن الخطاب ككل الأفعال والأنشطة الإنسانية الأخرى من حيث خضوعه لسلطة العقل فكل أفعال الإنسان تابعة للعقل وإن كانت هذه التبعية نسبياً متفاوتة حسب طبيعة الفعل أو النشاط فالفرد منا يعمل دائماً على تحديد أهدافه في هذه الحياة وما يصبو إلى تحقيقه فيها ويخطط لذلك، والتخطيط لا يرتبط عند الإنسان بالأهداف البعيدة بل يتجسد حتى في أدنى نشاطاته اليومية كالطبخ، الدراسة التسوق وغيرها، حتى الطفل الصغير الذي قد يرى البعض أنه لا يمكنه التخطيط أو وضع إستراتيجية معينة لما لهذين المفهومين من صبغة عقلية ومنطقية إلا أن أبسط نشاطاته المتمثلة في اللعب تجسد المفهومين السابقين بكل معنى الكلمة خاصة تلك الألعاب المبنية على التحدي كالغميضة التي يعمل فيها الأطفال على اختيار الأماكن التي يختبئون فيها إذ يتحاشون الاختباء في الأماكن التي قد يفكر فيها الخصم لأن هدف كل المشاركين في اللعبة هو الفوز لذا تجدهم يفكرون في أماكن الاختباء قبل أخذ قرار الاختباء في مكان معين حتى أننا نلاحظ في بعض الأحيان أحدهم يغير المكان بعد أن اتخذه مخبئاً وذلك لا يأتي اعتباطاً بل لأنه رأى أنه سيكشف بسهولة. في الواقع التخطيط وسلطة العقل كائنان في ذات الإنسان وفي كل أنشطته وأفعاله، والخطاب كفعل لغوي بشري لا يختلف كثيراً عن الأنشطة الأخرى فالفرد قبل إنتاج أي خطاب كان يضع مخططاً معيناً ويأخذ فيه بعين الاعتبار الحالة أو الموقف الذي استدعى خطاباً منه والهدف الذي يريد الوصول إليه وطبيعة مخاطبه مع الإشارة إلى أن هذا التخطيط قد يشغل حيزاً زمنياً كبيراً كما قد لا يتجاوز بضع ثوان كما قد يكون سابقاً لفعل الخطاب في حالات الخطابات المحضرة* خاصة المكتوبة منها. وفي حالات كثيرة يجد الإنسان نفسه ينتج خطابات وفق نظام غاية في الدقة ويراعي فيها العناصر السابقة دون التخطيط لها مسبقاً لأنها خطابات أنية وعفوية وعليه قد يذهب البعض إلى

القول أن هناك خطابات آنية وعفوية وعليه قد يذهب البعض إلى القول أن هناك خطابات لا يخطط لها هذا في الظاهر إذ الواقع غير ذلك لأن الفرد في خطباته العفوية والمرجلة يتبع خطة معينة تخدم ما يرمي إليه دون التحضير لها أو رسمها مسبقاً لأنها تكون وليدة اللحظة التي يبدأ فيها بالكلام أي أن التخطيط يتزامن مع فعل النطق من خلال وعي الإنسان بالعناصر السابقة وحضور الإدراك العقلي المزود بالخبرة الكافية، إن الخطاب الحجاجي واحد من بين أكثر أنواع الخطاب استلزماً للتخطيط والتحضير لأنه ليس مجرد كلام لمصاحبة الحال بل هو منتج لغوي موجه للإقناع قد يلقي القبول أو المعارضة من قبل المتلقي وعليه يسعى المحاجج دائماً أثناء العملية التواصلية إلى انتهاز خطة معينة مع الإشارة إلى أن الخطة أو المخطط الذي يتبعه المتفاعل المخاطب من أجل تحضير مداخلته بحمله منذ إنتاج الأفكار والحجج إلى الحجاج في الخطاب أين يكون المتن أو المحتوى مكيفاً ومطوعاً لطبيعة مستمعه⁷ أي أن التخطيط يبدأ على مستوى الفكر حيث تكون الفكرة الأولى هي وضع مخطط ليُلبى ذلك تحديد الحجج وبعدها الخطاب الحجاجي على أن يكون كل هذا يراعي طبيعة المتلقي ولتوضيح أكثر معنى التخطيط نعرض المخطط التالي⁸:



يجسد هذا المخطط بشكل واضح عملية التحضير للخطاب الحجاجي إذ يضع في الدرجة الأولى سياق الموقف أو الحالة حيث يجب على المخاطب أن يفهم هذا الموقف عن طريق تحليله وإدراكه واستيعاب الحالة يسمح ببناء تصور عام حولها كما يسمح كذلك بفتح آفاق في فكر المخاطب لتصور الشكل الذي يبني



وفقه خطابه وهذا بدوره يدفعه إلى إنتاج أفكار وحجج تخدم خطابه، غير أن الإنتاج لا يعني التطبيق مباشرة بل عليه فرز الأفكار والحجج بالعمل على انتقاء ما يخدم أهدافه مع مراعاة مخاطبته ليأتي بعد ذلك إنتاج الخطاب أي على المخاطب بعد تحليله للموقف والسياق أن يخرج من فكره كل الأفكار والحجج والأمثلة التي يرى أنها تخدم الموضوع الذي يعالجه ومن الأنجع اعتماد الكتابة أي كتابة كل ما يحضر في الذهن حول ذلك الموضوع لأن ذلك يساعد فيما بعد في عملية الفرز أو انتقاء ما يخدم المخاطب في تلك الوضعية وفي عملية انتقاء الحجج الفعالة لابد من أن يأخذ المتكلم بعين الاعتبار قناعاتك كذات مخاطبة مع عدم تهميش الذات المتلقية لأنها المستهدفة وعلى أساس هذين الاعتبارين قسم روني وجون سيمون الحجج إلى ثلاثة مستويات وهي على التوالي:⁹

الأولى: تمثلها الحجج الضعيفة بالنسبة لك كذات مخاطبة وهي كذلك بالنسبة لمتلقيك أو مستمعك المستهدف وإن كان بإمكانها أن يكون لها أثرا كبيرا على أشخاص آخرين وهي حجج يجب تجنبها على أساس أنها ستضعف موقفك أمام مخاطبك المستهدف.

الثانية: وهي تلك الحجج التي يكون فيها عامل القوة هو نفسه أي أنها تكون قوية في نظرك وهي كذلك عند مستمعك وعليه فهي حجج تستحق الاستعمال مع بداية الخطاب لأنها تظهر توافقا بينك وبينه—مستمعك—وبالتالي هي حجج تدعم موقفك. الثالثة: تتمثل في الحجج التي لديها قيم مختلفة بالنسبة لك كمخاطب ولستمعك وهي حجج من الأفضل الاحتفاظ بها واستعمالها حسب فعالية الاستراتيجية التي تبنيها في خطابك.

2- الحجاج والإقناع في محادثة الحصة:

1-2 الحجاج والإقناع:

يعرف الإقناع على أنه "قصد المتحدث إلى إحداث تغيير في الموقف الفكري أو العاطفي عند المتلقي"¹⁰ بمعنى أن الإقناع هو محاولة واعية من المخاطب للتأثير في المخاطب، فهو نشاط لساني في الأساس مشحون بأنشطة فكرية لغوية مع أخرى غير لغوية الهدف منه خلق آثار معينة لدى المتلقي فالإقناع قبل كل شيء هو خطاب تواصلية مرتبط بالقول كسائر أعمال التأثير ومرهون بالمواضع

اللغوية والمتحدث ومدى تهيؤ المتلقي لذلك الخطاب وبالتالي فإن إمكان تحقيق الخطاب الإقناعي مرهون بكل هذه العوامل¹¹ كما يركز على المنطق والحجة ويتطلب درجة عالية من الثقافة والدراية بالآخر ففعل الإقناع ينبني دوماً على افتراضات سابقة بشأن عناصر السياق التي من بينها المرسل إليه والخطابات السابقة والخطابات المتوقعة.

أما فيما يخص علاقة الحجاج بالإقناع فيمكن القول إنها علاقة العام بالخاص فإذا كنا نتفق على أن الحجاج أعم من الجدل وأن الجدل نوع خاص من الحجاج فإننا نقر أيضاً أن الإقناع أعم من الحجاج وأن الحجاج وسيلة من وسائل الإقناع وأكثرها استعمالاً.

3-الوسائل المعتمدة في استراتيجية الإقناع في محادثة الحصة:

إن الطابع الإعلامي التلفزيوني لحصة "في دائرة الضوء" جعلها تتميز بمجموعة من الخصائص النوعية التي لا نجدها مجتمعة في باقي الأنشطة الاتصالية والتواصلية الأخرى وتمثل هذه الخصائص في الطابع السمعي البصري أي اعتمادها على الصوت والصورة إلى جانب بعض الفنون اعتمادها على بعض الفنون التلفزيونية كالروبورتاج، الفاصل والمقابلة بالإضافة إلى اعتماد التفاعل المحادثاتي فيها فكل هذا جعل عملية الإقناع فيها متعددة الوسائل حيث يمكن تقسيم وسائل الإقناع في الحصة إلى صنفين رئيسيين الأول تمثله الوسائل اللغوية والثاني تجتمع فيه كل الوسائل غير اللغوية.

1-3-الوسائل اللغوية:

تعتبر اللغة الوسيلة المثلى والأكثر اعتماداً في عملية التواصل حيث لا يمكن للمجتمعات البشرية الاستغناء عن هذه الظاهرة في أدنى مستويات التعامل اليومي بين الأفراد كما تعتبر اللغة الوسيلة المثلى لممارسة سلطة الإقناع والإقناع باللغة، أي أن الحجاج لا يعني فقط حشد مجموعة من الحجج والعمل على ربطها بعضها ببعض بل يتعدى الأمر ذلك إلى اختيار التراكيب والألفاظ والعناية بالبنية اللغوية ككل، حيث يستوجب هذا الاختيار مراعاة الهدف من الخطاب والعلاقة التي تربط بين المرسل والمرسل إليه ومقتضيات المقام وغيرها، من الأمور التي تلعب دوراً مهماً في التأثير أو استمالة المخاطب اللغة فهي الأداة المستعملة في

القياسات المنطقية لنقل المعنى أو النتيجة¹² ولعل من بين أهم الوسائل اللغوية اعتمادا في حصة "في دائرة الضوء" من أجل الاستمالة والإقناع التركيز على البعد النفسي والمنطقي في الأسلوب اللغوي المعتمد إلى جانب مجموعة من الوسائل اللغوية كالأحوال والتكرار مع الإشارة إلى أن اقتصرنا على هذه الأبعاد الأربعة لا يعنى أنها الوحيدة في الخطاب اللغوي للحصة وفيما يلي عرض لها:

أ- البعد النفسي في لغة الحصة:

إن الطابع السياسي الإعلامي للحصة والسعي من خلالها إلى تناول أهم القضايا المحلية والدولية بالتحليل والنقاش بهدف توعية الرأي العام وحمله على تبني التصور الذي تريده حول تلك القضايا مع الإشارة إلى أن هذا التصور يترجم دائما الموقف السياسي للدولة الجزائرية جعل منها برنامجا إقناعيا بالدرجة الأولى خاصة عندما يتعلق الأمر بقضايا مثل القضية الفلسطينية وتصفية الاستعمار من خلال قضية الصحراء الغربية أين يظهر البعد النفسي في اللغة المعتمدة سواء من طرف المقدم ومعد الروبورتاج وفي السياق أو المحلي، فكل الأعداد التي تتناول القضيتين السابقتين تظهر تعاطفا مع الشعب الفلسطيني والصحراوي من خلال تبني الفاعلين والمتفاعلين في الحصة عبارات تجعل المتتبع أو المشاهد يتعاطف ويتضامن مع هذين الشعبين وهو ما يمكن التماسه في تعليق معد الروبورتاج الخاص بالعدد-1- في قوله: "...المستوطنات عمود اللاجئين، حدود سبعة وستين والأسرى الفلسطينيين وغيرها أوراق يساوم ويتلاعب بها الكيان الصهيوني مستفزا الشعب العربي وضاربا عرض الحائط الجهود العربية والفلسطينية في السلام، وفيما يعيش قطاع غزة فصل آخر من الحصار بكل أبعاده ذاق فيه الجوع والرعب وعرف فيه هجمات مستمرة بالأسلحة و الذخائر المحظورة عالميا ويشهد إغلاق آخر منافذ الحياة الغزاويين...القدس تواجه خطر التهويد والحريات تسلب ولأعضاء جثامين الشهداء الفلسطينيين يتاجر بها وباستمرار ذلك لن يبقى الاحتلال على قدسية أي شيء فوق الأرض المقدسة."¹³ فهذا التعليق ينقل إلى الجمهور مدى معاناة الشعب الفلسطيني ومدى بطش آلة الاحتلال الصهيوني بهذا الشعب من خلال استعمالها للأسلحة المحظورة عالميا وعدم احترامها لحقوق الإنسان إلى جانب المساس بكل المعالم المقدسة. إن الحديث عن كل هذه الأمور

يجعل المتتبع يتعاطف مع هذا الشعب ويأخذ موقفا إزاء إسرائيل كما نلاحظ أن معظم الشخصيات الفلسطينية والصحراوية التي يتم استضافتها في فقرة "في السياق" تلجأ إلى الإشادة بأمجاد الثورة المجيدة وفي ذلك حنكة واستراتيجية لأنهم يعلمون بمدى قدسية ثورة التحرير في قلوب الجزائريين و الحديث عنها يعزز موقفهم عند هذا الشعب وإن كان للشعب الجزائري موقف مساند وصرح اتجاه هذه القضايا و من بين تلك الشخصيات الناطق الرسمي باسم حركة حماس "مشير المصري" الذي بدأ حديثه بقوله "باسم الله الرحمن الرحيم ونحن نتشرف بتواجدنا بالجزائر الثورة و الشهداء و البطولة و تشكل الثورة الجزائرية قدوة للثورة الفلسطينية و نحن نحتضن كافة المستويات و هذا دعم أكيد للمقاومة الفلسطينية بكل مكوناته رئاسة و حكومة شعبا و برلمانا..."¹⁴ و كان ذلك قبل الدخول في الإجابة عن السؤال موجه إليه كما يعتمد بعض المتفاعلون على استعمال بعض العبارات الدالة على تعاطفهم مع أحد الأطراف كالتعاطف مع الفلسطينيين كما يظهر في كلام كريم بوسالم في المقطع التالي: "يؤسفني كثيرا دكتور عندما نتحدث عن القضية الفلسطينية نشعربتلك المرارة من الحديث عن تلك الدولة الفلسطينية..."¹⁵ كما نجد الحديث عن معاناة هذا الشعب و الجرائم التي ترتكب ضده و كل المؤامرات التي تحاك ضده من طرف بعض الدول الغربية و حتى الشقيقة و بالمقابل يتحدثون عن بشاعة الاحتلال الصهيوني و يصفونه على أنه آلة دمار لا ترحم و لا تستجيب لأدنى حقوق الإنسان و بذلك يستميلون و يقنعون الجمهور بضرورة تأييد الشعب الفلسطيني و إدانة آلة الدمار الصهيونية بالجوء إلى استحضار الوقائع .

ب-البعد المنطقي في لغة الحصة:

إن البعد الإقناعي للحصة كما أشرنا إلى ذلك سابقا يجعل الفاعلون و المتفاعلون في الحصة يتوخون المنطق في حديثهم أي في إنتاجاتهم اللغوية و المنطق في الخطابات اللغوية لا يعني فقط مراعاة التسلسل المنطقي في تقديم الحجج أو اعتماد القياس المنطقي الذي يفرض مقدمات تؤدي بالضرورة إلى نتيجة معينة فلا أحد ينفي أن القياس قوة استدلالية كبيرة لأنه يقوم على الربط بين مكونات الخطاب الحجاجي حيث ترتبط النتيجة بالمقدمات و هذا الارتباط يكون ارتباطا



منطقيا يسلم به العقل و القياس أنواع نذكر منه القياس والمضمر والمترج، لكن تبقى هناك وسائل منطقية يعتمدها المخاطب في بناء خطابه و هي ما يسمى بالتدعيم أي ما يدعم به المخاطب كلامه¹⁶ من أدلة منطقية و شواهد و إحصاءات ووقائع، فتدعيم الكلام بأشياء من الواقع تعطي للخطاب مصداقية أكبر إلى جانب توظيف الحوادث التاريخية و هي الأكثر اعتمادا في حصص مثل حصة في دائرة الضوء لكونها تتناول قضايا سياسية دولية جذورها ضاربة في التاريخ و أكبر هذه القضايا القضية الفلسطينية التي يعود المحللون السياسيون في تحليلهم للأحداث الراهنة إلى أحداث تاريخية سابقة كحithيات وعد بلفور و نوايا بريطانيا في ذلك الوقت في حدود سبعة و ستين و الانتفاضة وغيرها، إلى جانب استحضار الأمثلة من الواقع واعتماد لغة الأرقام في بعض الخطابات الحجاجية كما يدخل في البعد المنطقي التدعيم بالمصداقية أي أن يثبت مصداقيته و مصداقية حديثه من خلال إثبات التزامه و ذلك عن طريق التزامه بالنتائج التي يقصدها .

ج-الإحالة و التكرار كآليتين من آليات لغة الخطاب الإقناعي:

تعد الإحالة والتكرار من بين أكثر البنى اللغوية إسهاما في تماسك الخطابات المكتوبة و المنطوقة المحضرة و المرتجلة كما تساهم بشكل فعال في عملية الإقناع -الإحالة: تعتبر الإحالة من بين أهم الوسائل اللسانية التي تساهم في ترابط بنية النص أو الخطاب مهما كان نوعه باعتبار أنه متوالية من الجمل تجمع بينها علاقات ترابطية عن طريق مجموعة من الأدوات، وتكمن أهميتها في كونها تضمن التماسك الداخلي والخارجي للنص أما علاقتها بالإقناع والتأثير فيكمن في الدور الذي تلعبه في ربط ذهن المتلقي بمضمون الخطاب وجعله يستوعب ذلك المضمون من بدايته إلى نهايته وعلاقته بالعوامل الخارجية، فالمخاطب عند إنتاجه خطابا حجاجيا يجند مجموعة من الحجج لإقناع مخاطبه بشيء ما وغالبا ما يكون هناك علاقة بين تلك الحجج لكونها تخدم موضوعا واحدا، كما أن الهدف والنتيجة المنشودة من تلك الحجج ترتبط بهذه الأخيرة وغالبا ما تربط بينها العلاقات الإحالية نحو ما يمكن التماسه من مداخلة الدكتور إسماعيل معراف التي حاول من خلالها إثبات أن إسرائيل تريد إدارة الصراع ولها إستراتيجية لذلك

في حين العرب يريدون حل الصراع ولا استراتيجية لهم نظرا لضعف الطرف الفلسطيني والتخاذل العربي في قوله: "أنا في اعتقادي بأن إسرائيل لها استراتيجية عكس العرب والفلسطينيين إسرائيل تريد أن تدير الصراع بينما العرب يريدون أن يحلوا الصراع وبين الإدارة والحل أعتقد أن فيه مسافة كبيرة للاعتبارات التالية:"¹⁷ حيث جند مجموعة من الحجج التي تحيل إلى اعتقاده في قوله:

-الاعتبار الأول هو أن إسرائيل تعي جيدا بأن في طرف العرب وفلسطين ليس له القوة التي يمكن لها أن تقارع الاحتلال الإسرائيلي.

-الاعتبار الثاني هو أن المجتمع الدولي صار مقتنع أن العرب لا يريدون أن يدعموا القضية الفلسطينية ويوصلونها إلى بر الأمان بمعنى تقرير مصير الشعب الفلسطيني لأسباب مختلفة..

-الاعتبار الثالث في اعتقادي هو أن اليوم إسرائيل تريد أن تلهي الفلسطينيين بأن بإمكانهم أن يقيموا دولة رغم أن السيد نتنياهو قالها بالحرف الواحد بأننا نريد دولة ولكن دولة على شكل كترولات بمعنى منزوعة السيادة والسلاح... وآخر نكتة أنا أسميها نكتة هو أنو حركة فتح والسلطة الوطنية أنها تريد أن تعلن الدولة الفلسطينية من طرف واحد وهذا ممكن خطأ إستراتيجي فادح وأعتقد أن داخل السلطة الوطنية فيه بعض من اللذين يخونون القضية الفلسطينية صراحة بإيعاز وتواطؤ من بعض الحلفاء وأعتقد أن على رأسهم الحليف للدولة العبرية مصر.¹⁸ حيث نلاحظ أن ما ذكره في الاعتبارات الثلاثة يحيل بشكل مباشر إلى اعتقاده الأول فقوله إن إسرائيل تريد أن تلهي الفلسطينيين بدليل أنها لا تمنع في دولة فلسطينية لكن على شكل كترولات يحيل ويؤكد ما قاله في البداية أن إسرائيل لها إستراتيجية وتعمل على إدارة الصراع في حين يثبت تخاذل بعض الأطراف العربية وافتقار الطرف الفلسطيني إلى استراتيجية. وأكثر الحجاج الذي يظهر فيه دور الإحالة ذلك الحجاج المبني على الاستدلال المنطقي أي ذلك الحجاج الذي ينطلق من مقدمات للوصول إلى نتيجة، كما للإحالة الخارجية دورا كبيرا في التأثير والإقناع فقول الدكتور معراف أن نتيناهو قال بالحرف الواحد أنهم يريدون دولة ولكن دولة منزوعة السلاح يحيل إلى خطاب نتيناهو الذي جاء في غير سياق الحصة.



-التكرار: يلعب التكرار دورا في ترابط الخطاب والتفاعلات اللغوية بما في ذلك الخطابات والتفاعلات الحجاجية فتكرار الكلمات أو العبارات يؤدي إلى تماسك البنية الحجاجية فهو يساهم بشكل كبير في حصول عملية الإفهام وتوكيد الكلام وإثباته كما يجعل المتلقي يستوعب ما يرمي إليه المخاطب خاصة في الخطابات الطويلة فلو نأخذ المثال الذي أدرجناه في عنصر الإحالة نلاحظ أن الدكتور إسماعيل معارف قد كرر مجموعة من الكلمات لعل من أهمها كلمة فلسطين وإسرائيل والعرب حيث ذكرت كلمتا فلسطين وإسرائيل سبع مرات وكلمة العرب خمس مرات ويمكن إرجاع ترداد هذه الكلمات إلى كون المحاجج يهدف إلى فرض اعتقاده حول فلسطين وإسرائيل ولإثباته كان لا بد عليه أن يبين الاختلاف الموجود بين إسرائيل وفلسطين ولإلحاق الصفات بالأطراف المعنية جاء تكرار كلمة فلسطين وإسرائيل بشكل تلقائي وقد ساهم ذلك بشكل كبير في حصول عملية الفهم لدى المتلقي لأن ذلك يسرّ على المشاهد أو المتتبع التمييز بين الأمور الخاصة بإسرائيل أو فلسطين ولم يتطلب منه جهدا، كما أن التكرار يلعب دورا كبيرا في كل أنواع الحجاج لكونه خطابا قبل كل شيء.

2-3-العلامات غير اللغوية ودورها في الإقناع:

إذا كانت العلامات اللغوية تلعب دورا في الاستمالة والإقناع في كل أنواع النصوص والخطابات اللغوية المكتوبة والملقاة فإن للعلامات غير اللغوية قدرا من الأهمية لا يقل عن العلامات اللغوية، لكن تبقى أهميتها مرهونة بأنواع خاصة من الخطابات ونقصد بها تلك الخطابات الملقاة والتي يكون فيها المخاطب والمخاطب وجهها لوجه أو عن طريق وسيلة تجعل المتلقي يرى المخاطب ومن بين هذه الخطابات نذكر المحادثات اليومية، الخطابات والمحادثات التلفزيونية، المحاضرات الملقاة، المرافعات القضائية... الخ لأنها مرهونة باللغة المنطوقة ولأن العلامات غير اللغوية مرتبطة باللغة المنطوقة فغالبا ما تصحب هذه الأخيرة بعض الإشارات الجسمية التي تساعد كثيرا في تبليغ الرسالة المراد إيصالها عبر ذلك الخطاب كما تلعب دورا في التأثير على المتلقي ولفت انتباهه، فهذه التعابير أو الإشارات الجسمية تساهم وبشكل قد لا يتصوره البعض في تمتين وترابط وحتى استمرارية العملية التواصلية ومن بين هذه التعابير الجسمية نذكر تعابير الوجه كالاتسامة

وملامح الجدية التي نجدها كثيرا في التفاعل المحادثاتي للحصة حيث يتبنى المقدم ملامح الجدية عند تقديمه لمواضيع الحصة وذلك للدلالة على أهمية تلك القضايا والأحداث وعلى الجدية في مناقشتها وتحليلها أما الابتسامة التي نلاحظها في بعض الأحيان فغالبا ما يكون لها هدف تواصلية محض كأن يبتسم المحلل عندما يحاول المقدم أخذ الكلمة منه وهو يدرك جيدا أنه أخذ من الوقت أكثر من المحدد له طالبا استكمال فكرته أو ابتسامته المقدم مع نهاية الحصة للدلالة على شكره للمحللين لقبولهم الدعوة وللجمهور على المتابعة دون أن ننسى ملامح الأسى التي نلاحظها على وجه المقدم كلما عبر عن المرارة التي يحس بها عند الحديث عن الوضع في فلسطين، وإلى جانب هذه الملامح وتعايير الوجه نجد الإشارة المجسد باليدين العمل على العد على أصابع اليدين أو رفع اليد لإيقاف المتحدث أو جعل المقدم يسمح له بمتابعة الحديث لاستكمال الفكرة أو ضم أصابع اليد وجعلها للأعلى لنفس الغرض وغيرها من الإشارات التي لا تعد ولا تحصى مع الإشارة إلى أن من بين هذه الإشارات ما هو عام أي مشترك بين الناس ومنها ما هو خاص مرتبط بذات المتحدث أي أنها صفة يتصف بها في حديثه نحو تلك الإشارة التي يتميز بها معد فقرة في السياق والبرنامج ألا وهي ضم أو آخر أصابعه إلى بعضها البعض عند طرح أسئلته مع التنويه بأن البعض من هذه الإشارات الخاصة بالذات غالبا ما لا تحمل دلالة معينة في الحديث أي أنها مجرد وضعية لصيقة بالمتحدث لا غير دون أن ننسى ما للهيئة من دور في التفاعلات المحادثائية، ويدخل في الهيئة اللباس والقامة وغيرها حتى طريقة الجلوس لها دلالتها ودور الخطاب ومن العلامات غير اللغوية في الحصة "الصورة" ذلك لأنها حصة تلفزيونية ونظرا لأهميتها ارتأينا تخصيص عنصر خاص بها فما هو الدور الذي تلعبه الصورة في التأثير والإقناع؟

4- الصورة والإقناع في حصة "في دائرة الضوء":

إن التطور الذي شهده العصر الحديث في شتى الميادين جعل ثقافة العين أو الصورة تطفو على الواجهة بعد أن كانت ثقافة الأذن أو السماع أكثر انتشارا وذلك راجع إلى التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم في شتى المجالات خاصة في الميادين التقنية والعلوم الدقيقة كالميكرو بيولوجيا والإعلام والاتصال. حيث شهدت وسائل الإعلام والاتصال تطورا لا مثيل له حتى أصبحت تحتل "معه



القناة البصرية في الإدراك والتواصل مقدمة الاهتمامات، كما وفرت وسائل الطباعة والتصنيف والتصوير والنسج، جميع أسباب انتشار الخطاب المطبوع والمصور في شكل جديد يوفر لقطبي التواصل إمكانيات تنوع تعبيرى بمراعاة أبسط جزئيات العرض وتفصيل القناة المتعددة للعرض سواء في مجال الطباعة والنشر أو في مجال الإعلان التجاري والفنون المستغلة للقنوات السمعية البصرية¹⁹ ونظرا لكون الخطاب الإعلامي من بين أكثر أنواع الخطابات ارتباطا بعمق الحياة بكل أبعادها الاجتماعية، السياسية، التجارية والثقافية وكونه "نسق تفاعلي مركب متشابك يجمع بين اللساني والأيقوني تتلاقى فيه العلامات اللغوية وغير اللغوية، يشترك في هذه الميزة مع خطابات أخرى ويختلف عنها في الوقت نفسه... وكل ذلك يشغل عبر اللغة وعبر الصورة في الآن نفسه"²⁰ وعليه ارتأينا إظهار الدور الذي تلعبه الصورة في خطاب الحصة التي نشغل عليها.

ينظر إلى الصورة على أنها العالم المتوسط بين الواقع والفكر، بين الحس والعقل فالإنسان يعيش وسط عالم من الصور تعمل على تحديد رؤيته للعالم وطبيعة علاقاته الاجتماعية، وما الحوار الذي يتم بين طرفين إلا حوار بين صورة كل طرف في ذهن الآخر²¹ فالصورة وسيلة تواصلية فعالة تلعب دورا كبيرا في عملية التأثير والإقناع لكونها تنقل الواقع كما هو دون زيادة أو نقصان فهذا ما يعطي لها مصداقية لدى المتلقي كما أنها تصل إلى الواقع من أقرب مرمى لكونها صورة عاكسة له وهذا الانعكاس يجعل منها وسيلة تبليغية إخبارية وإفهامية تأثر في المتلقي أكثر من الوسائل التبليغية الأخرى وعلى رأسها اللغة، ويمكن إرجاع ذلك إلى كونها تنقل الواقع أو الحدث كما هو في الواقع مع الإشارة إلى أننا نقصي في حديثنا ما يسمى بالصور الكاريكاتورية لأنها تنقل الواقع من خلال التصور الداخلي لراسمها.

تعد الصورة من بين الوسائل المعتمدة في خطاب حصة "في دائرة الضوء" لكونها حصة تلفزيونية أي من السمعي البصري وهي من بين أهم الدعائم التي يتكئ عليها البرنامج من أجل جذب الجمهور وفرض مصداقيتها خاصة وأنه برنامج لقسم الأخبار يتناول أهم الأحداث والقضايا الدولية بالتحليل والنقاش أي أن طبيعة الحصة تفرض تقديم الحدث صوتا وصورة وهو الأمر الذي أخذه في

الحسبان القائمون على البرنامج وأعطوا له أهمية كبيرة في إستراتيجيتهم المتبعة خاصة من خلال بعض الأركان كالجنريك- الخاص بالحصة ككل وفقرة في السياق- والفاصل الخاص بالتعريف بالحصة إلى جانب الروبورتاج أين اعتمدت الصورة كأداة فعالة من أجل جذب الجمهور والتأثير فيه وفيما يلي مقارنة لأهمية الصورة ودورها الإقناعي في فقرة الروبورتاج:

إن الفقرة التي تظهر فيها أهمية الصورة بشكل أكبر فقرة الروبورتاج لكون الصورة فيه تلعب دورا في عملية التأثير والإقناع لأنه عبارة عن شريط مصور يصب في قلب الحدث يتماشى مع تقرير الصحفي المعلق ولإظهار دور الشريط المصور في الإقناع والتناسب بينه وبين التعليق نأخذ منه هذه الصور:



تظهر الصور الستة السابقة تناسبا كبيرا مع التقرير الصوتي المصاحب للشريط المصور، ويعملان معا على تحقيق الهدف المنشود من الروبورتاج و في العدد الخاص بالقضية الفلسطينية الذي اخترنا منه الصور السابقة كان الهدف الأساسي هو التأثير في جمهور المتابعين وإقناعهم بضرورة مساندة هذا الشعب الذي يعاني من وطأة الاستعمار الصهيوني وذلك من خلال إظهار معانات الفلسطينيين واختراقات إسرائيل لحقوق الإنسان في الأراضي المحتلة مع الإشارة إلى أن هدف التأثير لا يستهدف جمهور المتابعين من وراء الشاشة بل يستهدف أيضا المتفاعلين في محادثة الحصة، أما حديثنا عن التناسب بين الصور والتعليق فيتجلى من خلال إتباع كل عبارة بصورة تدعم ما جاء فيها حيث تأتي الصورة



الأولى- الترقيم من اليسار إلى اليمين- مع النطق بالمقطع التالي: "عرفت مفاوضات السلطة الفلسطينية مع الكيان الصهيوني منذ اتفاق أصولا تعثرات واضحة..." حيث تمثل الصورة اجتماع الأطراف الفلسطينية مع الصهاينة ويمكن التماس ذلك من الشخصيات التي تظهر في الصورة أما الصورة الثانية فتأتي مع الحديث عن المستوطنات والثالثة جاءت مباشرة بعد الحديث عن الجوع والمعانات التي يتخبط فيها الشعب الفلسطيني أما الصورة الرابعة والسادسة فتجسدان اختلال التوازن بين إمكانيات المقاومة الفلسطينية وآلة الدمار الصهيونية في حيث أتت الصورة الخامسة عند الحديث عن الوحدة بين الفصائل الفلسطينية وهي صورة من الاجتماع الذي جمع تلك الفصائل في القاهرة، ولعل أهمية الشريط المصور يكمن في تدعيمه لتعليق مما يعطي لذلك الكلام مصداقية أكبر ويجعل المتلقي يتأثرويقتنع بما جاء فيه، وعليه لا يمكن أن ننفي الدور الكبير الذي تلعبه الصورة في الإقناع.

4- الحجاج في التفاعل المحادثاتي للحصة:

ينبني التفاعل المحادثاتي للحصة على النقاش والتحليل وبما أنها حصة سياسية تتناول قضايا سياسية وأحداث دولية لها انعكاسات مختلفة وعلى جهات متعددة فإن نظرة المحللين السياسيين الذين يشاركون في التفاعل المحادثاتي تختلف باختلاف رؤاهم ونظرتهم إلى تلك الأحداث حسب الاتجاهات السياسات التي ينتمون إليها والقيم والمبادئ التي يتبنونها وعليه تأتي تحاليلهم ومدخلاتهم متباينة، وفي خضم ذلك يحاول كل واحد منهم إثبات وجهة نظره والدفاع عنها بإقامة الدليل وذلك بهدف حمل شركاء التفاعل على الأخذ بوجهة نظره وجعل المشاهد يتأثر بتحليله ويقتنع بكلامه وعليه نقر منذ البداية بأن الخطاب الحجاجي في التفاعل المحادثاتي للحصة ثنائي التوجه، وذلك بحكم أن المتفاعلين في أي محادثة يتوجهون إلى بعضهم البعض بالدرجة الأولى لأنهم شركاء في تفاعل واحد وإلى الجمهور بالدرجة الثانية غير أن الواقع في محادثة هذه الحصة عكس ذلك لأن المستهدف بالدرجة الأولى في خطاب الحصة ككل هو الجمهور المتتبع وإن كان المتفاعلين فيها يتوافقون في بعض الأحيان ويتجادلون في أحيان أخرى لكن يبقى الهدف هو إثبات وجهات نظرهم وإقناع الجمهور بها وهو

ما جعل الخطاب الحجاجي يظهر بشكل كبير في محادثة الحصة وفيما يلي سنحاول استقصاء بعض المداخلات التي اعتمد فيها أصحابها على مختلف أنواع الحجاج.

إن متابعة الحصة والسماع لكل المداخلات يوحي أن جميعها تهدف إلى توضيح شيء ما والإقناع به غير أن التي يظهر فيها الحجاج بشكل واضح وصرح ما جاء في العينات التالية:

-يقول كريم في مداخلته الثانية "هذه الصور من صور ما يحدث للقضية الأم القضية الفلسطينية هذا الملف بالكامل لأن القضية مستمرة عبر وكالات الأنباء وأخبارها المؤسفة اليومية حراك سياسي وما يحدث أيضا في الميدان في برنامجنا اليوم...لكن قبل ذلك وقفة أخرى مع اختراقات تل أبيب لحقوق الإنسان سرقة أعضاء جثامين الشهداء وسرقة حتى أعضاء بعض المدنيين والعسكريين باعتراف إسرائيلي هذه المرة."²² نلاحظ من هذا المقطع المأخوذ من المداخلة الثانية للمقدم أنه اعتمد الحجة لتبرير تناوله في هذا العدد القضية الفلسطينية بالاعتماد على إحدى أدوات الحجاج ألا وهي "لأن" حيث يبرر موضوع العدد بكون القضية الفلسطينية قضية مستمرة عبر وكالات الأنباء ولوجود أخبار يومية مؤسفة تصلنا من فلسطين إضافة إلى الحراك السياسي الذي تشهده القضية في تلك الفترة الزمنية التي تم فيها إنتاج البرنامج إذ يعتر تناول هذا العدد للقضية الفلسطينية نتيجة حتمية للحجج السابقة أما عن المقطع الأخير من المداخلة فنعتبر قوله "باعتراف إسرائيلي هذه المرة." حجة مدعمة لقوله أن إسرائيل قامت بسرقة أعضاء من جثث الشهداء الفلسطينيين وحتى المدنيين الإسرائيليين وهو ما يثبتته إقرار أحد المسؤولين في إسرائيل أن هذه السرقات كانت تحدث فعلا في معهد الطب الشرعي.

-وقد قدم الدكتور إسماعيل معراف مجموعة من الحجج للإقرار بضرورة تغيير المكان الذي تعقد فيه اجتماعات الفصائل الفلسطينية وذلك من خلال قوله:"شوف أنا شخصيا مؤمن بشيء هو أن طالما مازالت صراحة القاهرة هي التي تحتضنه الفصائل وتدعو إلى هذه المصالحة لا أعتقد أن تكون هناك مصالحة الآن لابد أن تغير مكان إجراء هذه المصالحة بين الفصائل الفلسطينية وأعتقد أن قطر قادرة لأن مؤتمر الدوحة أو قمة الدوحة التي كانت ناجحة بكل المواصفات قد



تكون بداية بداية فعلا لتأسيس الفعل الفلسطيني الوطني الحيايدي السيادي ولكن للأسف أن فيه أطراف عربية لم تعترف بكون المبادرة العربية بيروت ألفين واثنين لم تعد كافية لتجاوب مع طموحات الشعب الفلسطيني في اللحظة التي نتنازل إسرائيل تزداد في تهويد القدس تزداد في قتل الأبرياء تزداد آلة الدمار ضد الفلسطينيين وأعتقد أن الآن لو ربما حتى في تصريح لعمر موسى كان تقريبا أنا شخصا أوجل أن أقوله قال لم يوجه لنا الدعوى لكي أحضر قمة الدوحة هل أنت أمين عام للجامعة العربية بثقلك تنتظر حتى أن يوجه لك الدعوى هذه قضية..العرب الأولى ولا بد أن نتحرك...²³ أي أن تغيير مكان المصالحة أمر لا بد منه حسب الدكتور معراف لأن القاهرة فشلت في ذلك وقطر هي أفضل مكان لأن قمة الدوحة كانت ناجحة ولأننا عندما نتنازل إسرائيل تزيد في التقتيل والتدمير، كما اعتمد الحجاج بالمساءلة عندما استنكر تصريح عمر موسى الذي قال أنه لم يحضر القمة لأنه لم توجه له الدعوى والحجاج بالمساءلة يظهر في قوله هل أنت أمين عام للجامعة العربية بثقلك تنتظر حتى توجه لك دعوة خاصة وأن القضية الفلسطينية هي قضية العرب الأولى.

على شركاء التفاعل إذا تبني استراتيجية معينة عندما يكون الهدف من كلامهم الحجاج والإقناع ولبناء استراتيجية فعالة لا بد من الأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية:

-تحليل الحالة أو الموقف. -تحديد الأهداف. -الأخذ بعين الاعتبار الجمهور المخاطب. - تكثيف الحجج. -تحضير مخطط للحجاج.

ولعل من أهم النتائج المرتبطة باستراتيجية الحجاج والإقناع داخل المحادثة هو الدور الذي تلعبه الوسائل غير اللغوية حيث يكون لهذه الأخيرة تأثير فعال في متلقي الخطاب إذا وظفها المخاطب توظيفاً استراتيجياً، أما في حصة "في دائرة الضوء" فإضافة إلى الاستراتيجيات الحجاجية للفاعلين والمتفاعلين فيها نجد الصورة العامل الأساسي في الاستراتيجية العامة للإقناع داخل الحصة.

الهوامش:

¹ - عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجية الخطاب مقارنة تداولية، ط1، (بيروت، دار الكتب الجديدة والمتحدة، 2004)..ص 52.

² -Renée & jean simonet ; l'argumentation :stratégie et tactique ;les édition d'organisation ;France, juin 1990p40.

³ -Ibid :p 40.

⁴ -Ibid, p :42.

⁵ -Ibid :p :43.

⁶ -Ibid :p :46.

* - قد يكون التحضير ذهنيا فقط، مجرد تفكير أي رسم خطة تقريبية ذهنية لا يأخذ المخاطب الوقت الكافي وهو ما نجده في المحادثات إذ يشغل أحد أعضاء التفاعل وقد تدخل نظيره في التحضير لمداخلته كما قد يكون التحضير ذهنيا وكتابيا وفي هذا الأخير يأخذ المخاطب الوقت الكافي لإعداد خطابه.

7 -Voir :Ibid :p :49.

8 -Ibid :p :49.

9 -Voir :ibid :p :52.

¹⁰ - جمعان بن عبد الكريم، إشكالات النص: دراسة لسانية نصية.ط1، (الرياض، النادي الأدبي للرياض والمركز الثقافي، 2009)..ص 64.

¹¹ -ينظر:المرجع نفسه،ص 199.

¹² - ينظر: محمد العبد، النص الحجاجي العربي دراسة في وسائل الإقناع، مجلة فصول ،مصر، ع 60، 2002،ص 57.

¹³ -العدد(1):القضية الفلسطينية

¹⁴ العدد(1):القضية الفلسطينية

¹⁵ العدد نفسه

¹⁶ ينظر:محمد العبد ،النص الحجاجي العربي مجلة فصول ص 52

¹⁷ -العدد نفسه.

¹⁸ -العدد نفسه.

¹⁹ - بشير إبريز، الصورة في الخطاب الإعلامي دراسة سيميائية في دراسة الأنساق اللسانية والأيقونية، مجلة بحوث سيميائية ،مخبر عادات وأشكال التعبير الشعبي ومركز البحث العلمي والتتقي لتطوير اللغة العربية، الجزائر، ع 5و6، ماي 2009،،ص150.نقلا عن:أحمد عفيفي، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلي السلطة، ط 1، 2002،ص110.

²⁰ - المرجع نفسه:ص152.

²¹ -ينظر:المرجع نفسه،ص153.

