



قوائم المحتويات متاحة على ASJP المنصة الجزائرية للمجلات العلمية
الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية
الصفحة الرئيسية للمجلة: www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/552



التواصل وآليات التضليل عند فيليب بروتون

Communication and Techniques of Manipulation in Philippe Breton

د. مغربي زين العابدين^{1*} ، حساين دواجي غالي²

¹ جامعة جيلالي ليابس، سيدي بلعباس، (مختبر الأبعاد القيمية للتحوّلات الفكرية والسياسية بالجزائر - جامعة وهران 2) - الجزائر
² جامعة جيلالي ليابس، سيدي بلعباس، (مختبر الأبعاد القيمية للتحوّلات الفكرية والسياسية بالجزائر - جامعة وهران 2) - الجزائر

Key words:

Communication,
Argumentation,
Conviction,
Manipulation,
Language.

Abstract

This study aims to treat some contributions of Plippe Breton in the science of communication, as we found his efforts to be reckoned with in establishing rhetorical mechanisms and persuasive techniques. His key research topics include the manipulation, argumentation, persuasion in the mass media and the political discourse. First, our article will shed light on the theoretical ground on which this phenomenon is based, then it will investigate in the differents political discourse and some forms of publicities in order to reveal some of the most techniques of the manipulation using in the communication.

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معالجة بعض إسهامات "فيليب بروتون" في علم الاتصال، إذ وجدنا له جهوداً لا يستهان بها في إرساء الآليات الحجاجية والتقنيات الإقناعية. تشمل موضوعاته البحثية الرئيسية على مفهوم التضليل؛ الحجاج والإقناع في وسائل الإعلام والخطاب السياسي. أولاً، سيلقي مقالنا الضوء على الأساس النظري الذي تقوم عليه هذه الظاهرة، ثم سنشتغل على الخطاب السياسي وبعض أشكال الدعاية والإشهار من أجل الكشف عن بعض أكثر تقنيات التضليل التي تستخدم في التواصل.

معلومات المقال

تاريخ المقال:

الإرسال: 2019/10/28

القبول: 2020/03/08

الكلمات المفتاحية:

التواصل،
الحجاج،
الإقناع،
التضليل،
اللغة.

1- مقدمة

في هذا السياق، نقترح الاشتغال على إشكالية المفكر "فيليب بروتون Philippe Breton"، باحث في علوم الإعلام والاتصال، حيث يُلْفِتُ انتباهنا نحو طبيعة الخطاب الدائر بين أطراف التواصل، وتأرجحه بين الإقناع والتضليل.

وعليه، نتساءل:

إذا كان الحجاج آليّة من آليات التواصل الهادف إلى إرساء الديمقراطية وقيم الثراء الثقافي والإنساني بين الأفراد والتقريب فيما بينهم، فكيف ستكون علاقته بالتضليل؟ ألا يمكن للتضليل الحجاجي أن ينسف المقاصد التداولية للفعل التواصلية؟ ألا يمكن للحجاج أن يسهم في تعرية أساليب التضليل الإعلامي؟ كيف نكتشف تقنيات التضليل في مختلف الرسائل التواصلية؟

2- "فيليب بروتون" ومقولات التواصل

فيليب بروتون Philippe Breton من الذين يشتغلون على توصيل الحجاج بالإعلام إيماناً منه أن لا تواصل بدون استراتيجيات تتغذى من خطاب حجاجي مُقعد على تقنيات الإقناع، خاصة هذه الفترة بالذات، التي تتميز بسرعة وسائل الإعلام والتواصل على نقل المعلومة وما تحمله من توجهات إيديولوجية مختلفة قد تؤثر بشكل أو بآخر في صناعة الشأن العام، بل وفي مستقبل المستقبل لها. لذا، نجده يؤكد على ضرورة "تعلم المحاججة"، "فك شفرة التضليل"، "ممارسة الإقناع". وتعدّ هذه الآليات السبيل الأنجع للتمييز بين طرق الإقناع وطرائق التضليل، لاسيما تلك المواضيع التي تثير قلقاً متزايداً لدى المواطن وحساسية مضطرة لدى السياسي. علماً، أنّ المفكر اشتغل على خطابات الساسة الفرنسيين، منهم: "نيكولا ساركوزي Nicolas Sarkozy"، "الفرنكو الألماني" دانيال كوهين-بنديت Daniel Cohn-Bendit؛ "ألان مادلين Alain Madelin" وغيرهم، فضلاً عن اهتمامه بمواضيع تحمل طابعاً اجتماعياً أكثر من غيره، منها: البطالة؛ الأوبئة؛ الهجرة غير القانونية...

هذا التوصيف لنوعية المُتحدّث والمُتحدّث عنه يفرضاً تقنيات خطابية وحجاجية معينة إمّا الإقناع أو التضليل، وعلى هذا، فالمخرجات الفكرية للإعلامي "فيليب بروتون" تراوحت بين الحجاج؛ التواصل؛ الإعلام؛ الإقناع والتضليل، وعلى أساسها كَتَبَ مؤلفات، نذكر منها: الحجاج في التواصل La communication dans l'argumentation؛ الكلام المُضلل Convaincre La parole manipulée؛ إقناع بدون تضليل sans manipuler؛ زيادةً عن مقالات اتخذت أغلبيتها مساراً واحداً نحو تعرية الرسائل التواصلية من تقنيات التضليل التي تحترفها بعض الدوائر السياسية ووسائل الإعلام والاتصال.

إنّ "فيليب بروتون" ومن خلال معالجاته لموضوع الحجاج والتواصل، وفي إطار ما يشهده العالم اليوم من تطورات تكنولوجية هائلة أعاد توصيف المجتمع، من مجتمع صناعي

لم يعد مفهوم البلاغة مفهوماً مدرسياً يتداوله الدرس البلاغي بنوع من المعيارية والتعليلية، فيلهم رواده بأدوات الكتابة الفنية والجمالية والأسلوبية لجعل منه خطيباً مُتمرساً في فن الإقناع والإمتاع والبيان كما كان عليه العهد في اليونان والرومان. إنّ البلاغة مع منتصف القرن العشرين عرفت منرجحاً جديداً في الشكل والمضمون وطريقة التطبيق؛ فمن حيث الشكل، فقد نحتت لنفسها اسماً رسم فارقاً زمنياً بينها وبين البلاغة الكلاسيكية، فكانت "البلاغة الجديدة La Nouvelle Rhétorique" مع الكاتين "بيرلمان وتيتكا" من خلال مؤلفهما الموسوم "مصنف في الحجاج، البلاغة الجديدة Traité de l'argumentation : La nouvelle rhétorique" سنة 1958، أمّا من حيث المضمون، فهي تختلف عن سابقتها بإدراجها الطابع العلمي والوصفي وباهتمامها المتزايد بالحجاج. يفهم من هذا، أنّ المسار الذي انتهجته البلاغة الجديدة كان حجاجياً بامتياز، ونلمس التقارب بينهما في قول "بيرلمان": إنّ البلاغة ما هي إلا تقنية للإفحام موجهة لكافة الجمهور (PERELMAN & L. OLBRECHTS, 1971) صالحة لتسيير شؤونه الخاصة والعامّة. وفي هذا الإطار، يبرز الجانب التطبيقي للبلاغة الحجاجية مكتسحاً كافة المجالات الاجتماعية، مثلما عبّر عنه "ميشيل مايير Michel Meyer"، حين قال: "كلنا بلاغيون (فيليب، 2013، ص 9) Nous sommes tous des rhétoriciens"، وهذا ما يعكسه الفضاء اليومي L'espace quotidien ببساطة حديثه وسداجة استدلالاته، فهو الآخر، خطاباته حجاجية، فمثلاً، حديث فتاة مع أبيها لمحاولة إقناعه بطراز معين من اللباس دون غيره، أو نقاش الرّكّاب مع سائق الحافلة يحثونه على ضرورة الالتزام بالحدّ القانوني لعدد المسافرين مع ضبط السرعة، أو محاورات ثلث من الشباب بضرورة المواصلة في الحراك الاجتماعي الذي تشهده الجزائر مع المحافظة على سلميته... إنّ المشهد اليومي يعجّ بمثل هذه التجاذبات والسجلات والنقاشات بين الأفراد على اختلاف جنسهم ومستوى ثقافتهم، وهذا ما عبّر عنه السوسيولوجي السويسري "Uli Windisch"، حين قال: ليس كلّ خطاب حجاجاً، ولكنه حجاجي بالقوة، بقدر ما يلزم كلّ متحدث أن يدافع عن كلامه (Windisch, 1990)، وهو الشاهد في البنية اللغوية والمنطقية وحتى النفسية للملفوظ لدى هؤلاء الأفراد.

إنّ التّواصل المُنعقد بين الباث والمتلقي لن يبقى في حدود التوصيف السّابق، بل شدّة خطابه ستزداد وأسلوب طرحه للقضايا والدفاع عنها ستتعالى وتبرتها، لاسيما مع الثورة الاتصالية التي تشهدها البشرية، الأمر الذي جعلنا نتحدث عن حضور البلاغة أو الخطابة -وكلاهما سيان في مقامنا هذا- في وسائل الاتصال وأدواتها المختلفة من الطباعة إلى الإلكترونيّة، لما لها من تأثير في تشكيل الرأي العام ونقل الممارسات وصناعة الروابط الاجتماعية.

بينما "التضليل"، يقول عنه "فيليب بروتون": "إنه فعل عنيف ومكره يعمل على سلب حرية المُضلل (Breton, La parole manipulée, 2000)

فيجعله أداة طيعة لأقواله وأفعاله. لذا، فهو: يرتكز على استراتيجية مركزية، فريدة من نوعها في بعض الأحيان، تعمل على تقليص حرية الجمهور في مناقشة أو اعتراض على ما يقترح عليه، علماً أن هذه الاستراتيجية يجب أن تكون غير مرئية، لأن الكشف عنها يعني محاولة التضليل (Breton, La parole manipulée, 2000)، ويضيف "بروتون" أن في فعل التضليل يطفو الكذب، تارةً بعد معرفتي، وتارةً أخرى بصور وجدانية، وكلاهما يهدف إلى التدليس، والتغليب، والاعتقاد بما ليس موجوداً (Breton, La parole manipulée, 2000)، فشتان بين حجاج رهاناته التواصلية إغناء وجهات الاختلاف مع المحافظة على سلمية المواجهة، وبين استخدام تقنيات التضليل للإقناع، والذي يعد علامة لعودة العنف في العلاقات بممارسة الإكراه والإرغام (Breton, Convaincre sans manipuler, 2000) وهذا ما يتنافى وأخلاقيات التواصل.

ولتوضيح تبعات التضليل في العملية التواصلية، نقترح الاشتغال على بعض التقنيات استُلت من كتابات "فيليب بروتون".

3- التواصل تحت وقع "التضليل"

يبدو، ممّا سبق، أن التضليل الذي تستعمله الثورة الرقمية بكل قنواتها يكون القصد منه إعادة برمجة عقول الجمهور لصناعة توجه سياسي أو ثقافي أو إيديولوجي معين وفق متطلبات فئة محددة، حيث يكون مرتكزها تشويه واقع وتحريف حقائقه حتى لا يظهر كما هو، هذه البرمجة، عبر عنها "بروتون" في قوله: إن التضليل هو اقتحام عقل شخص ما بتقديم رأي أو إشارة سلوك دون أن يدري هذا الشخص أنه قد حدث له اقتحام (Breton, La parole manipulée, 2000)، إن الملفت للانتباه من خلال النصوص السابقة، أن الإقناع يختلف في المبدأ والغاية عن التضليل، كون التضليل هو مناورة صامتة تعمل على توجيه الجمهور نحو ما يريده الباحث بطرائق خداعية لا تخرج في كل الأحوال عن "الكذب Le mensonge".

وبالتركيز على ما كتبه "بروتون" عن "التضليل"، نستشف طريقتين اثنتين أشار إليهما في مصنفاته، وهما: تضليل الوجدان La manipulation des affects؛ والتضليل المعرفي La manipulation cognitive، وسنعمل على تسليط الضوء على هذين النوعين من التضليل شرحاً وتطبيقاً.

3-1 تضليل الوجدان: بداية، الحديث عن الوجدان هو الحديث عن مجموعة من الانفعالات والمشاعر والعواطف المعبر عنها للآخرين عن طريق لغة الوجه وإيماءات الجسد ونبرات الصوت... فهو كما يشير إليه "Carol A. Miller": "يحيلنا إلى مزاج الشخص وانفعالاته ومختلف التعبيرات التي تنقل تلك الانفعالات، إذ أن

عهدناه مع بداية القرن التاسع عشر إلى مجتمع معلوماتي أو ما يصطلح على تسميته بـ "مجتمع الإعلام La société de l'information" (Breton, 2002) مع أواخر القرن العشرين، حيث الاعتبار الوجودي يعود إلى "الكلام La parole"، باعتباره مركزاً لحياتنا الخاصة والاجتماعية والمهنية، ومدار كل نشاطاتنا وأفعالنا التواصلية سواء كانت المكتوبة أو المنطوقة أو السمعية أو البصرية، إننا نتكلم اليوم، عن علاقة وسائل الإعلام بالكلام، أين يعتبر "الاتصال وسيلة والكلام غاية" (Breton, La parole: Un dispositif pour l'action, 2006).

وهنا، يتفاوت الناس في مقاصدهم التداولية تبعاً "للأداء التواصلية La performance communicationnelle": فهناك من يبني مقاصده على إحداث تفاعل إيجابي ملؤه التفاهم والاحترام مع الآخر؛ وهناك من ينزاح عن هذه الأخلاقيات في التواصل، فيكون مقصده تضليل الناس وتلبيس أقواله بكلام مضلل، وكلاهما يحتاج إلى كفاءة لغوية، وأداء خطابي ومهارات حجاجية، مثلما تطلعنا عليه وسائل الإعلام، وخطابات السياسة والرسائل الإشهارية.

كلتا الحالتين؛ الإقناع والتضليل، تحدث عنهما "فيليب بروتون"، فهو يقول عن "الإقناع" بأنه: "إحدى جهات القول الأساس للتواصل، الذي يكون القصد منه إما التعبير عن إحساس أو عن حالة أو عن نظرة فريدة إلى العالم أو إلى الذات، أو يكون القصد منه الإخبار؛ أي وصف موقف معين على نحو أكثر موضوعية، أو يكون القصد منه أيضاً الإقناع بواسطة أدلة تحمل المتلقي على الانخراط في رأي ما" (فيليب، الحجاج في التواصل، 2013)، ويكون ذلك إما بالمحاجة أو التضليل، وهما مقولاتان تختلفان في المعنى والمبنى والمقصد، يوضح "فيليب بروتون" الفرق بينهما مؤكداً على البعد الثالث، والمتمثل في المقصد، قائلاً: إن الحجاج يفتح إمكانية مواجهة وجهات النظر المختلفة لمحاولة الإقناع دون انزلاق نحو العنف (Breton, Convaincre sans manipuler, 2000)، بحيث تكون المواجهة استدلالية، تحمل قبولاً موضوعياً ومنطقياً لدى المتلقي فتدفعه للمشاركة في إبداء الرأي دون تعنيف، مثلما هو موضحاً في الأصناف التي أتى على ذكرها "فيليب بروتون" وهو يشرح المقصدية من الحجاج، فعلى سبيل الإشارة، "حجة السلطة d'autorité" (فيليب، الحجاج في التواصل، 2013) تفيد أن الرسائل التواصلية تكون أكثر إقناعاً من غيرها إذا غذيت بسلطة تشكل في مخيال المتلقي قبولاً واحتراماً، فمثلاً، إشهارات معجون الأسنان لم تعد تركز على الابتسامات ولمعان الأسنان وبياضها، بقدر ما أشفعت الصورة بتصريحات طبيب الأسنان وتعليقاته العلمية حول الفائدة من هذا المعجون. هكذا تمت الاستفادة من سلطة رجال العلم في صناعة الإشهار أو مختلف الرسائل التواصلية، على أن تكون المواجهة حجاجية في مستوى استدلاليات المرسل، وهذا ما يفتح المجال لمشاركة الآخر وتقاسم الرأي معه دون دفعه قسراً لتبني الرأي.

السيد "عبد العزيز بوتفليقة"، والمؤرخة في "2019/04/03"، بعد يوم من استقالته، والقائل فيها: "أطلب منكم وأنا بشر غير منزّه عن الخطأ، المسامحة والمعذرة والصفح عن كل تقصير ارتكبته في حقكم بكلمة أو بفعل" (أوظي، 2019)، هذا النص تناقلته وسائل الإعلام الجزائرية، فكانت إحدى قناتها التلفزيونية أن أقرنت مضمون الرسالة بمشاهد بُثت للجمهور وهي تُحيله إلى إنجازات الرجل خلال عهده، لاسيما الحقبة الدامية التي عرفها الشعب الجزائري في التسعينات؛ فإيقاف سيل الدماء، وعقد المصالحة بين أبناء الوطن الواحد، واستعادة مكانة الجزائر بين الدول.. كان كافياً لاستمالة الرأي العام الجزائري، أو على الأقل فئة منه، لتبادل الصبح والمسامحة مع السيد "عبد العزيز بوتفليقة".

لم تكن الرسالة مضمّنة بالمشاعر الجياشة والأحاسيس المُعبّرة عن اعتراف الرجل بالتقصير فقط، بل كذلك، عملت الرسالة على استئثار القيم الأخلاقية، منها الوفاء والإخلاص للثورة الجزائرية ولأبطالها، حين قال: "أطلب منكم أن تظلوا موفين الاحتراف والتبجيل لمن قضاوا نحبهم، ولمن ينتظرون، من صنع معجزة تحريرنا الوطني، وأن تعتصموا بحبل الله جميعاً ولا تفرقوا، وأن تكونوا في مستوى مسؤولية صون أمانة شهدائنا الأبرار"، فلم يكن من هؤلاء الذين استجوبتهم القناة إلا أن بادلو الرئيس السابق تضامناً عاطفياً ملؤه العفو والصفح.

هذه المشهد يذكرنا بحادثة "ضريير على جسر بروكلين Aveugle sur le pont de Brooklyn"، حيث تروي الحادثة أنه في صباح يوم ربيعيّ جلس ضريير على قارعة الطريق يتسوّل الناس واضعاً لافتة على ركبتيه كاتباً فيها: "أنا ضريير بالميلاد" والناس يغدون ويروحون ولم يكن له من حظ هؤلاء إلا دراهم معدودة، فجأةً توقّف رجل وأمسك اللافتة وكتب فيها: "إنه الربيع، أنا لا أراه"، وعندها بدأ المارة يلتفتون إليه ويتوقّضون عنده ليلقون قطعاً نقديةً في الوعاء (MUCCHIELLI, 2000).

تُظهر هذه العبارات الواردة في المشهدين قوة الكلمة في التأثير على الناس وفي ملامستها لمشاعرهم، فمضمونها غير مواقف وسلوكات لم يكن للمتلقّي أن يبديها لولا سحر الكلمة، بل ليس فقط سحر الكلمة، يضيف "Alex MUCCHIELLI"، وإنما أيضاً، السياق العام الذي طرحت فيه الرسالة، وهو ما يصطلح على تسميته بـ "المقاربة المقامية" "Approche situationnelle" (MUCCHIELLI, Soyez plus malin que les cons qui vous pourrissent la vie: 2010)، أي أن التواصل بين المرسل والمتلقّي لا يمكن حصره في الرسالة ومضمونها، ولكنه يأخذ بعين الاعتبار السياق التأويلي للرسالة ومختلف العناصر التي تعين الطرفان في إرسال وتلقي الرسالة، منها: القواعد الثقافية، القيم الاجتماعية، المعتقدات... فعلى سبيل الذكر، يوضح "Alex MUCCHIELLI" أن المعنى الذي فهمه المارة بعد تعديل الرسالة كان واحداً، هو ضرورة تقديم المساعدة المالية، في حين أنه كان بإمكانهم التجاوب مع المشهد بتعابير أخرى،

السعادة والحزن هما إحساسان يرتبطان بالحالة الوجدانية لذلك الشخص.. في العموم، يتم التركيز على خمسة أصناف تمثل الحالة الوجدانية للشخص، وهي: المزاج العام؛ القلق؛ تقدير الذات؛ الاكتئاب؛ والسعادة (Mille, 2012). نسوق هذا التوصيف للوجدان حتى نربطه بتقنيات التضليل، فما قيل عنه يمثل المركز الذي يشتغل عليه "الديماغوجي" "Le démagogue" مخاطباً الجمهور ومُقنعاً إياه بمختلف استراتيجيات الإقناع على أنه أحسن المرشح أو الأفضل لهذا المنصب، بل، ويفكر مثلهم (Breton, La parole manipulée, 2000) ويحمل انشغالاتهم، فهو الآن يحاكي مشاعرهم ويستعطف أحاسيسهم، فيكون المرأة التي تعكس خفقان القلب المُستثار، والصدى الذي تؤول إليه آهات نفس المتلقي حين تحزن وتتألم، ونشوتها وفرحتها حين تسعد. تفاعل قبيح دُسّ في ثوب لغة جمالية تسرق وجدان الجمهور وتسحره، إنه التضليل بعينه، احترفته طبقة من الناس وجعلته متمركزاً حول: "الإغراء La séduction؛ التنويم الإيحائي L'hypnose؛ التكرار La répétition؛ اللمس Le toucher" (Breton, La parole manipulée, 2000)، وهي كلها مفاهيم ألققتها "بروتون" بالتضليل.

فعلى سبيل الذكر، نتوجه إلى دور "الإغراء" على أنه وسيلة ناجعة لاستمالة الجمهور وجعله منجذباً لما يطرحه "الباث/ المُرسِل"، فيكون بينه وبين "المتلقي/ المُرسَل إليه" علاقة "إغراء Une relation de séduction"، وهنا يطرح "بروتون" تساؤلاً حول "الغاية من الإغراء La finalité de séduction"، قائلاً: استعمال الإغراء في الإقناع، أليس هو انحراف تقني للمشاعر؟ (Breton, La parole manipulée, 2000)، علماً أن الكاتب في نصّه الأصلي استعمل لفظة "Détournement" والمقابل له في اللسان العربي بـ "الانحراف" (سهيل، 2010)، والذي يفيد تحويل غير بريء وغير مسئول لرسالة ما نحو مشاعر أريد استمالتها وكسب قبولها دون أن تمرّ على ملكة العقل والوظائف المنوطة به، من: فهم وتحليل ونقد... وهذا المعنى، يوحي أن الرسالة، سواء كانت سمعية أو بصرية انتهت التضليل لتحقيق مآرب شخصية نفعية، وقد تمّ هذا التمير والمصادقة على نص الرسالة بنوع من "الخدعة La tromperie"، وقد أشار "بروتون" إلى بعض أساليبها، منها: "نداء المشاعر Appel aux sentiments؛ "نداء القيم Appel aux valeurs"، والغرض منهما، هو: تعبئة الجوانب الوجدانية للجمهور على أن يتقبل مضمون الرسالة بطريقة شرطية دون أدنى مناقشة (Breton, Convaincre sans manipuler, 2000). هذا المعنى يحيلنا إلى فكرة "التواصل الشرطي"، والذي يقتضي أن "المضلل Le manipulateur" استفاد من تجربة "بافلوف Pavlov" حول "المنعكس الشرطي Le réflexe conditionné" بأن حشد في رسالته مجموعة من المشاعر والقيم يبغى من ورائها استئثار الجمهور نحو مضمون مُتخف تحت ستائر الحب أو الكراهية، وهذا حسب المقصد التواصلية من الرسالة. فمثلاً: رسالة الرئيس السابق للدولة الجزائرية،

مخاطبةً إياه بمبادئ الاشتراكية، وعلى رأسها المساواة، رافعةً مشكلتها في كون الحياة المنزلية لا بد أن تعيد ترتيبها وأن تولي أهمية في تأدية أشغال المنزل منصفةً، فأجابها أنه كان غافلاً عن هذا الأمر، وسيعيد ترتيب حياته العائلية على أسس جديدة (Breton, Convaincre sans manipuler, 2000) لا تخرج حتماً عن المبادئ التي يدعو إليها ويأمل تحقيقها في المجتمع. هكذا، استطاعت "جوليت" زوجة الإطار السياسي أن تستدرجه في المناقشات وأن تتصيد النقاط التي تركز عليها في محاولة إقناعه من خلال توجيه حججها بعناية صوب القيم التي يدافع عنها لتمرر موقفها بشكل سلس وأكثر أريحية، فتضمن التبادل والتشارك في المواقف، إنها استراتيجية "زاوية التقارب" (Breton, Convaincre sans manipuler, 2000)

التي اقترحها "فيليب بروتون" في عملية بناء التواصل التي تعدّ نقطة أساسية في المجتمعات الديمقراطية.

بالرجوع إلى المقصد التواصلية الموظف في وسائل الإعلام أو خطابات السياسة أو الومضات الإشهارية، فلن يكون بمعزل عن استدعاء مشاعر وقيم الجمهور للتفاعل مع مضمون الرسالة، خاصةً، إذا غُذيت الرسالة بجمالية اللفظ، ووضوح اللغة ودقة الأسلوب، هذه الأبعاد الثلاثة: "الجمالية/Esthétique؛ الوضوح/Clarté؛ الأسلوب/Style" (Breton, Convaincre sans manipuler, 2000)

2.3 التضييل المعرفي: إلى جانب إثارة المشاعر في تضييل الرأي العام، بالتركيز على العلاقات الإنسانية وصور الرسائل التواصلية، فإن التضييل المعرفي، كما يوضحه "فيليب بروتون" يعدّ محورياً أساسياً ومكماً لعملية التضييل، فهو يرتكز على "المضمون المعرفي للرسالة نفسها" (Breton, Convaincre sans manipuler, 2000).

ويقوم التضييل المعرفي على نوعين أساسيين في توجيه الرأي العام، يدعى الأول بـ "الإطار التضييلي Le cadrage manipulateur" ويتوقف على استخدام عناصر معروفة ومقبولة لدى المحاور مع إعادة ترتيبها بطريقة لا يمكنه معارضة قبولها، يفهم من هذا، أن التضييل لا يعني دوماً الكذب، بل قد يوظف التضييل معطيات حقيقية حتى يخفي آثار التضييل في خطابه، والأمر هنا يتوقف على طريقة طرح الخطاب، وهو المسمى عند "فيليب بروتون" بـ "الإطار Le cadrage manipulateur"، بحيث يصطنع المحاور ظرفاً أو مناخاً لا يستطيع المحاور أن يحدد عنه، والهدف منه، هو أن لا تخرج أجوبة المخاطب عن ما أرادته المخاطب، فتقوده هذه الهندسة إلى استباق النتائج وفق ما يريد هو لا ما يريد المتلقي.

إنّ وضع المتلقي في خيارات معدودة يعين الباحث في التحكم في الجواب الذي يريد، وكأنّ المسألة المُستفسر عنها لا تقبل إلا أوجهاً محددة من الجواب، إنها لعبة منطقية تضع المحاور في فخ مربع التقابل، بحيث تكون أجوبته وهي القضايا المقابلة للمسألة المثارة معروفة سلفاً وفق قوانين التقابل، فلا خيار

منها البكاء، التأسف، التعاطف اللفظي... ولتوضيح الصورة أكثر، يقول "Alex MUCCHIELLI": "إن فكرة التصديق على المتسوّل لم تحمل معنى إيجابياً لدى المارة في المرة الأولى، بل تكون قد منّلت معنى سلبياً، على سبيل قولهم: "متسوّل آخر" - يقولونها بنوع من الاستثقال-، أما في المرة اللاحقة، يُقدّم المارة على التصديق، لأنّ الفعل في نظرهم يحمل معنى إيجابياً، ولسان حال أحدهم، يقول: "علي أن أسهم في تخفيف آلام هذا الرجل الضرير المسكين" (MUCCHIELLI, Art d'influencer (Analyse des techniques de manipulation, 2000):

يبدو، أن التواصل حقق صورته الأخيرة ليس بفعل "المرسل/ المتلقي/الرسالة"، وإنما تمّت عناصر أخرى أدرجت بطريقة مستترة في السياق العام للرسالة، من بين تلك العناصر الخفية، يشير "Alex MUCCHIELLI" إلى جملة من القواعد الثقافية، منها (MUCCHIELLI, Art d'influencer : Analyse des techniques de manipulation, 2000):

- مدى إعجاب هؤلاء الأفراد بالطبيعة مع عودة فصل الربيع؛
- العادة القوية لسكان المدن الكبرى في ملاقة المتسولين؛
- ابن المدينة بحاجة إلى استرخاء عندما يكون في بيئة مختلفة عن المدينة؛
- انفصال دفاعي ضد العاهات التي لا يمكن أن نفع شيئاً أمامها؛
- العادة الفردانية؛ والتي تعني كل شخص لنفسه.

هذه التمثلات الثقافية هي التي صنعت الفارق في فهم "إقبال المارة على مساعدة الضرير المتسول بعد إعادة كتابة اللافتة"، وبالطريقة نفسها يمكن فهم معنى التضامن العاطفي الذي أبدته فئة من الناس أثناء استجوابها بعد رسالة السيد "عبد العزيز بوتفليقة". هذه الاقتباسات والتعليقات تحيلنا إلى نقطة مهمة أشار إليها "فيليب بروتون" وهو يوضح آليات الإقناع في كتابه الموسوم "Convaincre sans manipuler"، متسائلاً في إحدى فصوله: "à qui est-ce que je parle?" "ومجيباً في الوقت ذاته: إنه من الضروري بمكان معرفة مع من أتحدث، فهي الخطوة الأولى التي يجب تحقيقها، كما هو الحال في أي "بروتوكول"؛ فإذا لم نَف بمطالبات الخطوة الأولى، فكل الاستعدادات قد تتعرض للخطر، ولا يمكن الانتقال إلى الخطوة الموالية إلا إذا أنجزت الخطوة السابقة بشكل كافٍ (Breton, Convaincre sans manipuler, 2000)، علماً -يضيف "فيليب بروتون"- أن معرفة الجمهور المتحاور معه يعيننا في الاقتراب منه ويرفع من حظوظنا في خلق فضاء تشاركي محترم نتبادل فيه الآراء بشكل إنساني وديمقراطي.

ولتوضيح ذلك، يقترح علينا "فيليب بروتون" مثال امرأة ماكثت في البيت تسعى لإقناع زوجها صاحب الانشغالات الكثيرة أن يتقاسم معها أشغال المنزل، فتوجهت صوب القيم التي يدافع عنها وينشدها داخل حزبه الاشتراكي الذي ينتمي إليه،

الذي تناقلته جريدة "The Guardian" عن رئيس وزراء بريطانيا "بوريس جونسون Boris Johnson"، قوله: "الإسلام وضع المسلمين قروناً إلى الوراء" (Boris Johnson claimed Islam put Muslim world centuries behind)، خطاباً يُرادُ منه تشويه وتضليل الرأي العام الانجليزي لصورة الإسلام والمسلمين.

إنَّ خطاب الكراهية لدى الغرب ليس خطاباً جديداً، فقد مارسه بعض الروايات وهي تنقل صورة الآخر، الإفريقي بالخصوص في رواية "جوزيف كونراد Joseph Conrad" الموسومة "قلب الظلام 1902 Heart of darkness"، بحيث منَّلت الآخر على أنه مجرد متلقٍ سلبيٍّ، تَجاهَلت قواه العقلية والنفسية، وأعدمت فيه قيمه الإنسانية والوجودية، بل واختزلت كينونته في بشرة سوداء، لتعزِّز وجود الأنا الأوروبية، فنكون عندها، أمام نظام إنسانيٍّ صادم، إحدائياته: الأبيض والأسود (مغربي، 2019) The white and The black.

ويقابل "المزج المعرفي" "المزج الوجداني L'amalgame affectif" الذي لا يختلف كثيراً عنه، فيأخذ المعنى ذاته، وهو أن نجعل رأياً مقبولاً عن طريق بناء رسالة تشكل مزيجاً من هذا الرأي دون مناقشة محتواها، مع عنصر خارجي ليس له أدنى علاقة مباشرة مع ذلك الرأي، ولكن يُعتبر مقبولاً من قبل الجمهور، بحيث -يضيف "فيليب بروتون"- يعمل على تعبئة الجمهور في إطار إيجابيٍّ من خلال تحويل شحنة وجدانية لهذا العنصر الخارجي بالرأي الذي نريد نقله (Breton, La parole manipulée, La Découverte et Syros, 2000).

بمعنى، أن الرسالة التواصلية المراد إيصالها إلى المتلقي تقرن بحشدٍ انفعاليٍّ قويٍّ يُثير مشاعره ويحرك أحاسيسه، علماً أن لا علاقة تربط تلك الرسالة بالعنصر الخارجي المضاف، وإنما رُكبت الرسالة بهذا الشكل مع تكرار المشهد حتى تقوي حضورها أمام المتلقي، فيجدُ نفسه تستميل للرسالة وتستهوي بمضمونها قدر استمالتها واستهوائتها للعنصر الخارجي. ففي المجال الإشهارى، غالباً ما يتم مسرحة الماركة التجارية في إخراج تفاعلي مع الجسد، والذي يعمل على إطلاق مشاعر أثناء عملية الاستقبال (Martin-Juchat, 2005-2006)، كما هو الحال بعض القنوات التلفزيونية التي تعرض منتجاً استهلاكياً (قهوة؛ حلويات...) تحت وقع فيديو كليب (Vidéo clip) غنائيٍّ مُغرٍ يشغل عواطفه ويستهيها أكثر من تركيزه على السلعة.

ولتوضيح فائدة "المزج الوجداني" في التضليل الإشهارى، غالباً ما يُستشهد بمثال حكاية يونانية قديمة، فيها أقدم محامي امرأة جميلة ولكنها فظة وقاتلة لعشيقها على الدفاع عنها أمام القضاة بانتزاع ثيابها جاعلاً منها عارية تحت أنظارهم، ثم باشرهم بسؤال: "هل تستطيعون إدانة امرأة فائقة الجمال؟"، فأجابته هيئة المحكمة بـ "لا" (فيليب، الحجاج في التواصل، 2013). إنَّ قَدَمَ المشهد لم يمنع دوائر الإعلام وصناع الإشهار في أيامنا

ولا تعدد في حكم، بل كل أحكام القضايا المعروضة في المربع لن تخرج عن ثنائية القيمة: صادقة / كاذبة، هكذا هي لعبة الإطار التضليلي، انتقلت من كونها لعبة إلى كونها استراتيجية يتقنها أفواه السياسة ووسائل الإعلام، ولنا في ذلك أمثلة كثيرة، نستحضر سوياً خطاب "جورج بوش" الرئيس الأسبق للولايات المتحدة الأمريكية حين أراد أن يقنع الرأي العام الأمريكي والعالمي بحملته ضد الإرهاب، قائلاً: "إذا لم تكن معي، فأنت عدوي If you're not with me, then you're my enemy" (htt)، ألا يعدُّ هذا تأطيراً احترافياً لمن أراد أن يسمع الجواب الذي يرتضيه؟ قضية لا تحمل الإمكان ولا الاحتمال كما هو معروف في المنطق متعدد القيم، بل جواباً واحداً فقط، إما أن تكون معي منشداً السلام والأمان أو ضدي تقتضي آثار الحرب والإرهاب، هذا القضية الشرطية المنفصلة جعلت الخطاب يقسم الناس إلى محورين، محور الخير ومحور الشر، وفي الوقت ذاته، جعلت الرأي العام العالمي يصغي إلى مخياله في صناعة القرار، ولطالما بين الخيال أن الشر عدو الإنسانية، وأنَّ الخير صديقها، فصارت تصوراتهما تتداعى على العقل لتقرر لزومية اتباع الخير والنفور من الشر. هكذا صنعت مغالطة الرئيس الأسبق "جورج بوش" توجه الرأي العام الأمريكي والعالمي ليكون سنده في حربه ضد الإرهاب، كما ادعى. وهكذا هي السياسة، في أشبع أوجهها، والمصطلح عليها بـ "المساومة السياسية"، يقول "Chilton" واصفاً علاقة الخطاب السياسي بالتضليل اللغوي: يستعمل الخطاب السياسي اللغة للقيام بالبيزنس السياسي (the business of politics) مدرجاً فيه الإفحام الخطابى، بأشكاله المختلفة، من المعاني الضمنية، أو العبارات اللطيفة وما شابه ذلك (Chilton, 2008)، والغرض واحد، هو استمالة الجمهور.

أمَّا النوع الآخر من التضليل المعرفي، فيدعى بـ "المزج المعرفي L'amalgame cognitif" وفيه نجعل رأياً مقبولاً عن طريق بناء رسالة تشكل مزيجاً من هذا الرأي دون مناقشة محتواها، مع عنصر خارجي ليست له أدنى علاقة مباشرة مع ذلك الرأي، ولكن يُعتبر مقبولاً من قبل الجمهور (Breton, La parole manipulée, 2000). ومن الأمثلة التي تُضرب في هذا النوع، نستحضر مفهوم "رهاب الإسلام Islamophobie" والذي يعني: الخوف أو الكراهية من الإسلام والمسلمين (Salhani, 2011). فالوسائل الإعلامية الغربية عموماً تريد أن تربط الإسلام بالإرهاب والعنف، لتتقل مادة إعلامية مزيفة مضمونها رفض الإسلام والمسلمين من خلال ممارسات إرهابية طالمت مناطق معينة ونُفذت من طرف جماعات إرهابية محددة، ليكون التعميم والتضخيم استراتيجية هذه الوسائل الإعلامية، بحيث تعمل هذه الأخيرة على ربط الإسلام بمشاهد ومواقف وتصريحات وأفعال لا تمت للإسلام بصلة، كأن تبث للجمهور مشاهد تثير حساسية المشاهد، من مشاكل البطالة والانحراف والعنف والإبذاء والتخريب والتخلف، والتي قد تتسبب في تشكيل صورة سوداوية عن الإسلام والمسلمين، كالتصريح

والخداع، وهذا ما يعرف بتعزيز "أخلاقيات التواصل" والتي من المفروض أن تُدرّس في كل أقسام الكليات لارتباطها بيومييات الطالب.

تضارب المصالح

❖ يعلن المؤلفان أنه ليس لديهما تضارب في المصالح.

الهوامش

1- CH. PERELMAN and L. OLBRECHTS-TYTECA. The New Rhetoric : A treatise on Argumentation. Translated by : JOHN WILKINSON AND PURCELL WEAVER. UNIVERSITY OF NOTRE DAME PRESS LONDON. 1971. P 32.

2- بروطون، فيليب، الحجاج في التواصل، ترجمة: محمد مشبال وعبد الواحد التهامي العلمي، تقديم المترجمين، المركز القومي للترجمة، ط1، 2013، ص 9.

3- Uli Windisch. Le prêt-à-penser: les formes de la communication et de l'argumentation quotidiennes. L'Age d'Homme. Lausanne. Paris. 1990. p 105.

4- Philippe Breton. LA SOCIETE DE L'INFORMATION : DE L'UTOPIE AU DÉSENCHANTEMENT. Revue européenne des sciences sociales. T. 40. No. 123. La société de l'information état des lieux. XVIIIe colloque annuel du Groupe d'Étude "Pratiques Sociales et Théories" Actes édités par Gérald Berthoud. Published by: Librairie Droz. (2002). p 35.

5- Marc-Henry Soulet (éd.). Société en changement - société de changement. Philippe Breton. La parole : Un dispositif pour l'action. Edition Saint-Paul Fribourg. Suisse. 2006. P 95.

6- بروطون، فيليب، الحجاج في التواصل، ترجمة: محمد مشبال وعبد الواحد التهامي العلمي، المركز القومي للترجمة، ط1، 2013، ص 18.

7- Breton. Philippe. Convaincre sans manipuler. La Découverte. Paris. 2000. p 14.

8- أنظر: بروطون، فيليب، الحجاج في التواصل، ص 61.

9- Breton. Philippe. La parole manipulée. p 23.

10- Breton. Philippe. La parole manipulée. La Découverte et Syros. Paris. 2000. p 24.

11- Ibid. p 25.

12- Breton. Philippe. Convaincre sans manipuler. p 24 .

13- Breton. Philippe. La parole manipulée. p 26.

14- Carol A. Miller. Nursing for Wellness in Older Adults. Wolters Kluwer/ Lippincott Williams & Wilkins. Philadelphia Sixth edition. 2012. P 240.

15- Breton. Philippe. La parole manipulée. p 82.

16- Voir : Breton. Philippe. La parole manipulée. pp 78-100.

17- Ibid. p 80.

18- ادريس، سهيل، المنهل: قاموس فرنسي-عربي، دار الأدب، بيروت، ط2، 2010، ص 395.

19- Breton. Philippe. La parole manipulée. p 79.

20- أنظر:

<https://www.skynewsarabia.com/middle-east/1241324-بوتفليقة-يوجه-رسالة-وداع-للشعب-الجزائري-ويطلب-الصف>

اليوم: 2019/04/04، التوقيت: 20:25

21- Alex MUCCHIELLI. Art d'influencer : Analyse des techniques de manipulation. Armand Colin. Paris. 2000. 2005. p 11.

22- Alex MUCCHIELLI. Soyez plus malin que les cons qui vous

هذه من تعزيز الومضات الإشهارية باستنارات عاطفية، كما هو شأن كثير من المنتجات الاستهلاكية التي توضع في تطير مفعم بالمشاعر والأحاسيس يجعل المتلقي يركز على العنصر الإضائي أكثر من الرسالة الأصلية، لتكون النهاية اقتناء المنتج والإسراع في استهلاكه، يحدث هذا يومياً في شاشات التلفزيون وعلى اللوحات الإشهارية، هي طريقة ناجعة لمحاججة الآخر واستمالته نحو المادة الإعلامية أياً كان نوعها.

الخاتمة

إذا سلمنا مسبقاً، أن التضييل هو نوع من السلوك المتخفي "a kind of covert behavior" فهذا يستوجب الاحتراز من كل عملية تواصلية تهدف إلى الإقناع أو الإفحام أو المحاججة... لذا، تمّ طرح مقالنا لغرض الكشف عن أهم التقنيات المستعملة في التضييل سواء كان في إطار إعلامي أو سياسي أو حتى في فضاء عمومي. لكن الذي لفت انتباهنا، هو حرص رجال الإعلام والسياسة على رفع وتيرة التضييل تزامناً والثور التكنولوجية التي يشهدها العالم، فلا تخلو وسائل الاتصال والإعلام على اختلاف أنواعها من رسائل تضييلية يُبتغى منها تحقيق مآرب محددة لا تخرج عن الإطار الشخصي أو الايديولوجي أو العقدي... وبالرجوع إلى كتابات المفكر "فيليب بروتون" حول التضييل وآلياته، وعلى ضوء ما تمّ تقديمه، فقد توصلنا إلى مجموعة من النتائج نسردها كالتالي:

1. التضييل هم عملية تواصلية تداولية، فيها يعمل المٌضلل على استهداف معتقدات ومشاعر ومواقف المتلقي لغرض توجيهها نحو الأهداف التي سطرها المرسل، فيتصرف عندها وفق مقتضياته، فهو إذن: فعل عنيف ومكره Une action violente et contraignante

2. يلجأ المٌضلل في غالب الأحوال إلى استمالة الجمهور معرفياً ووجدانياً، فتكون محاججته إياهم مبنية على مغالطات استدلالية في الشكل والمضمون، أو مشحونة بانفعالات تثير وجدان المتلقي فتستميل نفسه إليها. والتضييل في كلتا الحالتين، سلوك مبطن: ظاهره التزام وتبادل للرأي وباطنه انحراف عن القيم الإنسانية وفضائلها؛

3. يُظهر المٌضلل احترافية وصنعة متميزة، فحواراته مع الملتقبن لا تخرج عن تمويه لفظي أو تزييف وجداني يبغي من ورائهما الإمالة، وهو لهذا الغرض "المخزي déshonorant" يلجأ إلى أساليب العنف لا تتماشى وقيم الديمقراطية والمبادئ الإنسانية؛

4. أسفر الحديث عن العملية التضييلية في الفعل التواصلية، عن أمرين أساسيين: الأول يتعلق بضرورة امتلاك ثقافة فك شفرة التضييل، والقدرة على تحليل الخطابات من خلال الإقبال على تعلم مختلف تقنيات التضييل؛ أما الأمر الآخر، فهو إحساس الباحث بأنه مسؤول وضامن لحرية المتلقي حين تأدية الفعل التواصلية، ما سيبعده عن كل أشكال التمويه

4. Alex MUCCHIELLI. 2005. Art d'influencer : Analyse des techniques de manipulation. Paris. Armand Colin.
5. Alex MUCCHIELLI. 2010. Soyez plus malin que les cons qui vous pourrissent la vie: Techniques de manipulation persuasives pour faire passer vos projets et vos idées. Paris. Maxima.
6. Claude Salhani. 2011. Islam Without a Veil: Kazakhstan's Path of Moderation. Washington. Potomac Books.
7. Fabienne Martin-Juchat. 2005-2006. Penser le corps affectif comme média. Université de Bourgogne. Tome 1. Note de synthèse présentée pour l'obtention d'une Habilitation à Diriger des Recherches. co-encadrée par : Pr Jean-Jacques Boutaud et Pr Daniel Raichvarg. Soutenue le 10/12/2005.
8. Philippe Breton. 2006. Marc-Henry Soulet (éd.). Société en changement - société de changement. . La parole : Un dispositif pour l'action. Suisse. Edition Saint-Paul Fribourg.
9. Paul A. Chilton. 2008. Political terminology in Handbooks of Applied Linguistics : Communication Competence. Language and Communication Problems. Practical Solutions. Berlin • New York. Editors : Karlfried Knapp and Gerd Antos. Volume 4. Mouton de Gruyter.
10. ادريس، سهيل، 2010، المنهل: قاموس فرنسي-عربي، بيروت، دار الأدب.
11. زين العابدين، مغربي، 2019، وجع الكولونيالية واستعادة الكينونة المنسية رواية "أشياء تتداعى" لـ "تشنوا أتشيببي"، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، تصدر عن جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، مجلد 11، العدد 1.
12. The Guardian. boris-johnson-islam-muslim-world-centuries-behind. <https://www.theguardian.com/politics/2019/jul/15/boris-johnson-islam-muslim-world-centuries-behind-2007-essay>. day : 09/08/2019. time : 16 :30
13. Discours. <https://www.youtube.com/watch?v=qdvm6h8WKg / 04-08-2019> at 15
14. وكالات أبو ظبي، بوتفليقة-يوجه-رسالة-وداع-للشعب-الجزائري-ويطلب-الصفحة <https://www.skynewsarabia.com/middle-east/1241324-> اليوم: 2019/04/04، التوقيت: 20:25
- pourrissent la vie: Techniques de manipulation persuasives pour faire passer vos projets et vos idées. Maxima. Paris. 2010. p 147.
- 23- Alex MUCCHIELLI. Art d'influencer : Analyse des techniques de manipulation. p 31.
- 24- Ibid. p p 31 – 32.
- 25- Breton. Philippe. Convaincre sans manipuler. p 47.
- 26- Ibid. pp 48-50.
- 27- Breton. Philippe. Convaincre sans manipuler. p 49.
- 28- Ibid. pp 79. 84.
- 29- Ibid. p 101.
- 30- Ibid. p 35.
- 31- See : <https://www.youtube.com/watch?v=qdvm6h8WKg / 04-08-2019> at 15 :00
- 32- Paul A. Chilton. Political terminology in Handbooks of Applied Linguistics : Communication Competence. Language and Communication Problems. Practical Solutions. Editors : Karlfried Knapp and Gerd Antos. Volume 4. Mouton de Gruyter • Berlin • New York. 2008 . p 226.
- 33- Breton. Philippe. La parole manipulée. P 120.
- 34- Claude Salhani. Islam Without a Veil: Kazakhstan's Path of Moderation. Potomac Books. Washington. 2011. p 14.
- 35- See : <https://www.theguardian.com/politics/2019/jul/15/boris-johnson-islam-muslim-world-centuries-behind-2007-essay>. day : 09/08/2019. time : 16 :30
- 36- زين العابدين، مغربي، وجع الكولونيالية واستعادة الكينونة المنسية رواية "أشياء تتداعى" لـ "تشنوا أتشيببي"، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، تصدر عن جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، مجلد 11، العدد 1، مارس 2019، ص 10.
- 37- Breton. Philippe. La parole manipulée. P 91.
- 38- Voir : Fabienne Martin-Juchat. Penser le corps affectif comme média. Tome 1. Note de synthèse présentée pour l'obtention d'une Habilitation à Diriger des Recherches. co-encadrée par : Pr Jean-Jacques Boutaud et Pr Daniel Raichvarg. Soutenue le 10/12/2005. Université de Bourgogne. 2005-2006. P 34.

39- بروطون، فيليب، الحجاج في التواصل، ص 50.

المصادر والمراجع

المصادر

1. Breton. Philippe. 2000. Convaincre sans manipuler. Paris. La Découverte.
2. Breton. Philippe. 2000. La parole manipulée. Paris. La Découverte et Syros.
3. Philippe Breton. 2000. LA SOCIETE DE L'INFORMATION: DE L'UTOPIE AU DÉSENCHANTEMENT. 2002. Revue européenne des sciences sociales. T. 40. No. 123. La société de l'information état des lieux. XVIIIe colloque annuel du Groupe d'Étude "Pratiques Sociales et Théories" Actes édités par Géraud Berthoud. Published by: Librairie Droz.
4. بروطون، فيليب، 2013، الحجاج في التواصل، ترجمة: محمد مشبال وعبد الواحد التهامي العلمي، المركز القومي للترجمة، ط 1.

المراجع

1. CH. PERELMAN and L. OLBRECHTS-TYTECA. 1971. The New Rhetoric : A treatise on Argumentation. Translated by : JOHN WILKINSON AND PURCELL WEAVER. UNIVERSITY OF NOTRE DAME PRESS LONDON.
2. Uli Windisch. 1990. Le prêt-à-penser: les formes de la communication et de l'argumentation quotidiennes. l'Age d'Homme. Paris. Lausanne.
3. Carol A. Miller. 2012. Nursing for Wellness in Older Adults. Wolters Kluwer/Lippincott Williams & Wilkins. USA. Philadelphia Sixth edition.

كيفية الإستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

المؤلفان مغربي زين العابدين، حساين دواجي غالي، (2020).التواصل وآليات التضليل عند فيليب بروتون، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 12، العدد 02، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر، الصفحات. ص ص : 228-221