

التواصل الحجاجي بين الإقناع والإخضاع *

Argumentative communication between persuasion and adaptation

أ.د لحسن الشرقي

الأكاديمية الجهوية للمهن الترية والتكوين درعة تافيلالت /المغرب.

cherkilahcen@gmail.com

ملخص: تسعى هذه الورقة العلمية إلى لفت النظر إلى أن الممارسة التواصلية الحجاجية ينبغي أن تكون ذات نزعة عقلية، أي مبنية على حجج يستسيغها العقل، وأن تكون فوق ذلك ممارسة أخلاقية منفتحة على الآخر باعتباره إنسانا ذا عقل وإرادة، وإلا فإن دفع الغير إلى التصرف على نحو ما أو حمله على موقف ما، بغض النظر عن معقولة الحجج ومشروعيتها في تسويق الادعاء قد يقود إلى التطويع، لأن عدم التقيد بضوابط معينة يعني أن كل إستراتيجيات إرغام الآخر على الإذعان مشروعة. إن التمكن من بلاغة الخطاب يمثل سلطة، ولا يعني أنها حينما ترحج كفة موقف ما أن صاحبها على حق، لأن الحجج والمضامين التواصلية منحازة غالبا لتمثلات فردية متأثرة بالإدراك الشخصي للواقع ومتأثرة بالمواع الاجتماعية. وهذا ما يعني أن الكثير من ممارساتنا التواصلية الحجاجية أحوج إلى التجرد من الدوغمائية والتجحر في الموقف من حيث المبدأ، وأحوج إلى توسل خطاب ذي نزعة عقلية وأخلاقية يقتضيها العيش المشترك.

كلمات مفتاحية: التواصل، الحجاج، إقناع، معقولة، أخلاق

Abstract:

This paper seeks to draw attention to the fact that the argumentative communicative practice should be of a rational tendency, that is, based on arguments that are acceptable to the mind, and that it should be, above that, a moral practice that is open to the other as a human being with reason and will. Otherwise, pushing others to act in a way or forcing them to take a position, regardless of the reasonableness and legitimacy of the arguments in justifying the claim may lead to subjugation, because non-adherence to certain controls means that all strategies for forcing the other to acquiesce are legitimate.

Being able to eloquent discourse is an authority, and it doesn't mean that, when an attitude is predominant, its owner is right, because arguments and communicative contents are often biased towards individual representations affected by personal perception of reality and affected by social sites. This means that many of our argumentative communicative practices are in need of detachment and distance from dogmatism and ossification of the

*

تاريخ النشر: 2023/12/18

تاريخ قبول البحث: 2023/09/18

تاريخ استلام البحث: 2023/07/26

situation in principle, and I need to resort to a discourse with a mental and ethical tendency required by coexistence.

Keywords: communication, arguments, persuasion, reasonableness, ethics.

مقدمة:

إذا كان الحديث عن التواصل الإنساني يقتضي النظر إليه بالضرورة باعتباره ممارسة اجتماعية وفعلاً مؤسساً للعلاقات في إطار العيش المشترك، فإن الحجاج يُعتبر التجلي العقلي والأخلاقي في الممارسة التواصلية، خصوصاً في القضايا الاحتمالية التي يغذيها الترجيح الظني؛ فالحجاج يمثل الوسيلة الأرق لتذويب الاختلافات في الآراء. غير أن التواصل الحجاجي كثيراً ما يتجرد من نزعة السعي إلى التفاهم عبر استهداف الاقتناع الحر والواعي، إلى الرغبة في حمل الآخر على الإذعان بشكل قسري، يفقده حرية التصرف على نحو اختياري عن طريق الإغواء أو التخويف أو التغليب والتلاعب.

من هذا المنطلق تروم هذه الورقة لفت النظر إلى أن الممارسة التواصلية الحجاجية ينبغي أن تكون ذات نزعة عقلية، أي مبنية على حجج يستسيغها العقل، وأن تكون فوق ذلك ممارسة أخلاقية منفتحة على الآخر باعتباره إنساناً ذا عقل وإرادة، وإلاّ فإن دفع الغير إلى التصرف على نحو ما أو حمله على موقف ما، بغض النظر عن معقولة الحجج ومشروعيتها في تسويق الادعاء قد يقود إلى التطويع، لأن عدم التقيد بضوابط معينة يعني أن كل إستراتيجيات إرغام الآخر على الإذعان مشروعة.

وترتكز هذه الورقة على ثلاث دعائم يعزز النظر فيها موقف الانفتاح والتجرد من الدوغمائية والتحجر في الموقف، ومن ثمّ تخليق وعقلنة الممارسة التواصلية الحجاجية. أول هذه الدعائم أن ما يتم تمريره في التواصل ليس محتويات واقعية، وإنما تمثالاتا المتأثرة بوسط العيش وتجاربنا السابقة، وحيث إن إدراكنا يختلف، ومن ثمة تمثالاتنا، فقد نجانب الصواب حينما نرى الصواب فقط في مواقفنا ونختق الحوار. ثاني هذه الدعائم أننا نتواصل من مواقع اجتماعية، وقد لا يعكس التواصل من خلالها بالضرورة مبادئنا، وحينما لا نعي ذلك ننصب أنفسنا في مواقف متحجرة مزيفة -أحياناً- لا تراعي إمكانية تبيننا لموقف آخر لو كنا في موقع اجتماعي مغاير. ثالث هذه الدعائم أن اللغة في حد ذاتها سلطة لمن يحسن استعمالها، وحينما تشحن بالاستهواء والتخويف في قضايا ضنية أو قيمية تصير أداة للقهر.

1- التواصل والحجاج: العلاقة والتفصيل

يقترن التواصل في أبسط مظاهره بالوصل والنقل، ويمكن أن يتم في المجتمع بواسطة اللسان والإيماءات والصور والرموز... أو غيرها من الأنساق الدالة بمقتضى الاتفاق والتعاقد الاجتماعي،

ويتضمن التواصل الإنساني من حيث المبدأ خاصتي الإشراف والتفاعل، فنقل معلومة معناه تقاسمها مع الآخر، والتفاعل معه، وبذلك ينتقل الإنسان من الوضع الفردي إلى الوضع الاجتماعي. لا يمكن في جميع الأحوال تغييب النقل والتمرير عن التواصل سواء في حالة الإخبار أو حتى في الحالات التي يأخذ فيها التواصل شكل الطلب، لأن الأمر يتضمن الإخبار عن رغبة. غير أن الطبيعة الاختلافية للأفراد في صلب تفاعلهم وتفاوضهم حول العيش المشترك تولّد باستمرار الرغبة في تجاوز الإخبار والتوصيل وتقاسم محتوى دلالي إلى تقاسم الموقف ووجهة النظر، ومن ثم يأخذ التواصل طبيعة حجاجية.

يتفصل التواصل مع الحجاج من جهة في كون الثاني بمثابة آليات يركز عليها الأول، ومن جهة ثانية في كون التواصل مرتين بغاية تأثيرية تأخذ تجليها في الحجاج الذي يتم استدعاؤه بناء على خلفية التنازع.

وإذا كان كل تواصل يتجاوز خاصية التوصيل المحايد وينطوي على غاية تأثيرية مستهدفة بآليات خطابية تواصلًا حجاجيًا، فإن ذلك حسب بريطون (Philippe Breton) يمكن أن يأخذ مظهرين⁽¹⁾:

- الإقناع الذي ينبنى على الحجج العقلية التي تسوغ تبني هذا الموقف أو ذاك دون إلزام الطرف الآخر بالموقف ذاته.

- التطويع الذي يتم فيه توسل كل الوسائل الخطابية التي من شأنها أن تشل قدرات الطرف الآخر على الاختلاف والمقاومة، وإن اقتضى الأمر توسل الإغراء والتهديد، والتحليل والتغليب.

يشكل المظهر الثاني للتواصل الحجاجي شكلاً من أشكال الهيمنة وأحادية الرأي، فهو لا يقوم على مبدأ قبول الاختلاف والانفتاح على الوجه الآخر للرأي، ولا يؤسس للتفاهم الذي ينبغي أن يكون عصب العلاقات الإنسانية، لأنه لا يولد اقتناعاً واعياً وحراً يعكس تحضر الإنسان. وحيث إن هذا المظهر من التواصل الحجاجي هو السائد في مختلف التفاعلات الاجتماعية، فإن هذه الدراسة تأتي في صلب المساهمة في تخليق التواصل الحجاجي، بناء على تصور نقدي تؤسس له اعتبارات كثيرة، سنقف عند ثلاثة منها انسجاماً مع تناولنا للموضوع من زاوية التواصل اللساني.

2- خلفيات الفعل التواصل الحجاجي تخليق وعقلنة.

2-1- التواصل وتمرير التمثلات.

إذا كان التجلي الخطي الظاهر للتواصل هو نقل المعلومة، فإن النظر في بعده التفاعلي العلائقي يستدعي استحضار إحالة المحتويات الإخبارية على الذات. والنظر إلى التواصل من هذه الناحية يظهر أنه ممارسة تنطوي على الانطلاق من تحديد للهوية، ف(المرء لا يمكن أن يتواصل دون إظهار جانب أو آخر من هويته)⁽²⁾.

إننا نتواصل مع الغير انطلاقاً من صورة معينة عن الذات تختلف كل مرة درجة تمريرها حسب مدى استحضارها تكلفية من طرف الغير، ومدى معرفة الأشخاص لنا؛ فكلما كان التواصل مع أفراد غرباء كلها كما أحوج إلى تمرير جانب من هويتنا النفسية والفكرية احترازاً من سوء التقدير. إن الهوية التي تبنيها الذات عن نفسها في أي تواصل مختلفة، ولنقل إنها متعددة الأبعاد يحكمها الجانب التفاعلي، فقد تظهر في صورة الذات الاجتماعية بما يميزها من نقص وغيرة، وقد تبدو في صورة الذات المثالية التي لا يمكن إلا أن يُنظر إليها بإعجاب، وفي كلتا الحالتين فقد لا يتعلق الأمر حتى بصورة ثلاثة تعتقد الذات أنها هي الصورة الفعلية أو الحقيقية. وبمعنى آخر فصورة الذات في التفاعل الإنساني مجرد تمثل متغير ونسي، كما أنه ذاتي وليس محط إجماع؛ فالصورة التي يمررها المتكلم عن نفسه توازي "هكذا أرى نفسي"، فهي مجرد صورة أو فرضية تصورية عن الذات يتم اختبارها أثناء التواصل⁽³⁾. ولذلك فمن الممكن ألا يحدث التوافق حول هذه الهوية (نظرة الآخر إليّ مختلفة عن نظرتي إلى نفسي). لذلك تصبح الذوات مطالبة باستمرار بالتفاوض بشأن هوية أو أكثر مشبعة بتصورات الأنا سواء بشكل صريح من خلال أن يصبح ذلك هو الموضوع الرئيس للرسالة التواصلية، أو بشكل ضمني يستند إلى التلميح.

وكما أن صورة الذات ليست إلا حصيلة تمثل ذهني، فكذلك تصوراتنا وتفسيراتنا للواقع، فهي نتاج خرائط ذهنية نخاز دائماً إلى الأنا، فكل منا كما يذكر هاري ألدري (Harry Alder) (خريطة شخصية عن العالم تعبر عما يجري حولنا، وماذا تعني الأشياء بالنسبة لنا، واعتقاداتنا ومشاعرنا نحوها، وتعتبر أيضاً عن مدركاتنا أو عن مدى فهمنا لها كخبرة أو كحقيقة... وهكذا تختلف خرائط الناس)⁽⁴⁾، ومن الطبيعي أن تختلف تفسيراتهم ووجهات نظرهم⁽⁵⁾، وهي طريقة أخرى لقول برنار ريمي (Bernard Remy) (بأن ما يتم تمريره داخل سيورة التواصل ليس هو الرسائل بل هو التمثلات السيكولوجية)⁽⁶⁾.

إن التواصل التفاهمي رهين بوعي الذات بأن الهوية التي تتصورها وتُحاول أن تظهر بها، ليست في علم النفس إلا حصيلة تراكمات إدراكية ذاتية، ولذلك فقد لا تلاقي تأييد الغير في التواصل، ومن غير المستساغ إكراه الآخر الذي ينطلق من تمثلات وتصورات مختلفة عن ذاته والعالم من حوله على المصادقة على تلك الهوية ومنها على تصوراتها ومواقفها.

إن ما نعتقد أننا نعرفه عن ذواتنا والواقع، ليس من منظور سيكولوجي سوى تمثلات متأثرة بتجاربنا السابقة وطريقة إدراكنا، ولذلك فحينما تندفع الذات في غمار التواصل الحجاجي، ينبغي لها أن تستحضر أن ما تتصوره مشروع من زاوية تمثلها لما ينبغي أن يكون، بالقدر الذي تشجع التصور المخالف

أو على الأقل استيعاب ضعفه بحكم اختلاف إدراك الآخر. فذلك من شأنه أن يحد من انغلاق الشخصية، ويكبح جماح التطرف للموقف.

2-2- التواصل ولعبة الأدوار الاجتماعية

إذا كان التواصل يقتزن من المنظور السيكولوجي ببناء الهوية النفسية فإنه من المنظور السوسيولوجي محكوم بأداء الأدوار الاجتماعية التي تتوقع فيها الذات المتواصلة، حيث تشكل المواقع الاجتماعية خلفية للقيمة الاعتبارية التي تسوغ للذات طريقة معينة أو أسلوبا معيناً في التواصل، فطبيعة الأدوار التي يضطلع به الفرد تحتم عليها أن يتواصل وهو يلبسها، فقد يتواصل وهو يجسد دور الأب، وفي سياق اجتماعي آخر دور الطبيب، أو دور النقابي، وهكذا دواليك.

إن التواصل بهذا المعنى ليس سوى صوت للأدوار الاجتماعية التي تُعتبر بمثابة أقنعة قد تحول دون الوصول إلى الجوهر الحقيقي للشخصية، فالسلوك الاجتماعي ومنه التواصل حسب غوفمان (Erving Goffman) أشبه بالأداء المسرحي الذي تنسلخ فيه الشخصية من سماتها المميزة لتلبس معالم شخصية أخرى يقتضيها الدور التمثيلي، وهكذا فـ"الأنا" التي تظهر في الأماكن العامة ستكون الخاطئ الذي يرتديه المرء، وستكون "الأنا" لحظة الخلوة بالنفس هي الأنا الأصل والحقيقية⁽⁷⁾.

إن الأدوار الاجتماعية التي نخوض منها ممارساتنا التواصلية تختلف، ولذلك من الاستحالة الحديث عن مواصفات تواصلية ثابتة في أسلوب الحوار وطريقة التبليغ، فقد نبدو أحيانا متسلطين عدوانيين، متعصبين، وقد نبدو أحيانا أخرى متفهمين، منفتحين نقبل الاختلاف. وذلك ما يفيد أن العمليات التواصلية في مجملها (لعبة أدوار أكثر منها لعبة أفراد، لأن ما يحدد الفرد ليس خاصيته الفردية وإنما الدور أو الموقع الذي يحتله في إطار قيم الجماعة)⁽⁸⁾.

إن الدور حسب غوفمان (نموذج عمل محدد مسبقاً يطره المرء أثناء الأداء، ويمكن للفرد تقديمه أو استخدامه في مناسبات أخرى)⁽⁹⁾، فالأدوار تبعا لذلك تبقى خلفيات تواصلية مرجعية بقدر ما تحدد الآخر بالنسبة لنا، بقدر ما تشكل نافذة لهندسة الانطباع لديه حول دورنا الاجتماعي الذي يسمح لنا بالتواصل بهذه الطريقة أو تلك.

وإذا كان غوفمان يفرق بين الشخصية في جوهرها الحقيقي والدور الذي تضطلع به في التفاعل الاجتماعي، ويقر بقدرة الإنسان على هذه المشاركة المزدوجة، فإنه يؤكد أن ذلك لا يجحد بالذات عن خطر اكتشاف الانسلاخ والتمزق⁽¹⁰⁾ من قبل الآخرين. وإذا تمثلنا ذلك في التواصل، فإنه سيكون من المفارقة العبثية التي تثير السخرية، أن نعبر عن وجهة نظر أو نوجه الآخرين نحو تصرف أو نبنى لديهم انطبعا، ونحن نعي أن ذلك يخالف قناعاتنا ومبادئنا خلف الكواليس. وكثيرا ما يحدث ذلك في التواصل السياسي خصوصا في الحملات الانتخابية حيث لا تستقر المواقف والتوجهات بين المنافسين،

كما قد يحدث ذلك حينما يشغل المرء وظائف أو يضطلع بمهام تقتضي تعارضا أو تنازعا في التوجهات، كأن يكون الشخص ممثلا نقابيا وفي ذات الوقت عنصرا في الحكومة. وبذلك فالتواصل من خلفية الدور الاجتماعي تجعل مواقفنا وتوجهاتنا منحازة وهشة ومتغيرة، فهي منحازة لأنها تصب في مصلحتنا كامتداد للدور الاجتماعي الذي من خلاله نخترط في الفعل التواصل، وهي هشة لأنها لا تمثل في كل الأحوال قناعاتنا ونظرتنا لما ينبغي أن يكون عليه الحال، كما أنها متغيرة لأنني لو نصبت نفسي بدل من أحاوره وتقمصت دوره الاجتماعي لتمثلت الأمور كما يتصورها.

3-2- التواصل الإستراتيجي والسلطة البلاغية:

تختلف أنماط التواصل باختلاف المعيار المنطلق منه؛ وإذا استحضرننا معيار السيرورة والاتجاه فإنه يمكن الحديث عن نمطين من التواصل: التواصل الثنائي الاتجاه La Communication bidirectionnelle، حيث يتبادل المرسل والمستقبل (المخاطب) دوريهما تعاقبيا في سيرورة دائرية تقوم على التناوب على فعلي البث والاستقبال، ويمكن تسميته أيضا التواصل الدائري وهو السائد في تفاعلات الناس في الحياة اليومية في العمل والبيت والأماكن العمومية... فهو تواصل قد لا يخلو من الرغبة في التأثير على الآخر لكن ذلك ليس هو السمة المميزة، كما أن انخراط الذات في الشكل التواصل عادة ما يكون عفويا وبعيدا عن أي تخطيط لما ينبغي أن يقال وكيفية قوله. وهناك التواصل الأحادي الاتجاه La Communication Unidirectionnelle، حيث لا تسير الإرسالية إلا في اتجاه واحد، إذ إن الباث لا ينتظر ردا من المستقبل، فالهدف هو التأثير في هذا الأخير ودفعه إلى تبني موقف ما أو التصرف على نحو ما، فالأمر هنا يتعلق بشكل من أشكال الهيمنة. تمثل الخطب السياسية في الحملات الانتخابية، والإشهار عبر القنوات الإعلامية، أبرز مظهر لهذا الشكل من التواصل الذي أجاده هابرماس (Jürgen Habermas) حينما أدرجه ضمن الفاعلية الإستراتيجية⁽¹¹⁾، لأن الأمر يتعلق بتخطيط مسبق للخطاب التواصل يستحضر طبيعة المخاطب وسماته النفسية والاجتماعية.

وبناء على ذلك، فإننا وإن كنا لا ننفي السلطة البلاغية للغة في التواصل اليومي، فإن أكثر ما تتجلى فيه هو الشكل الثاني من التواصل، حيث التأثير هو الباعث الأساس له، والغاية التي توجهه. وسنحاول أن نبرز قوة التواصل البلاغي وسلطته ونفوذه وقدرته على إلباس الحق بالباطل، في إطار اعتبارنا استعمال اللغة خلفية تبعث على ضرورة تخليق الممارسة التواصلية الحجاجية وعقلنتها.

تنطلق هذه الوجهة من اعتبار اللغة سلطة خطابية، إذ (يكفي أن نتكلم أو نعبّر وأن نستعمل كلمات حتى نكتشف في هذا الفعل قوة) ⁽¹²⁾ تنبع من معاني الوحدات المعجمية نفسها، قبل أن تسير طيعة منقادة حيث يوجهها الفعل التواصل، ليزيد من قوتها أو يكبح جماحها بما يتماشى مع المقام. إن اللغة في حد ذاتها سلطة، وفي صلب معجمها تسكن معاني الإغراء والتحذير والوعيد، وحينما تتخذ شكلا في الخطاب تزداد قوتها وتكتسب مفعولا سحريا يجعلها "سلاحا من أخطر أنواع الأسلحة النفسية للسيطرة على الأفكار والعواطف وتوجيه الأفعال. ولنا أن نتذكر خطبة الحجاج في الكوفة، وكيف خرج الناس بعدها - على الرغم من اختلاف مذاهبهم وتنفر توجهاتهم السياسية - مقهورين خائفين، يشك الواحد منهم في ظله أن يكون رقيبا على ضميره، فهل كان الحجاج سديدا في رأيه مصيبا في قوله، أم كان الحجاج متسلطا من خلال اللغة والبلاغة؟ تلك مسألة يدركها العربي الذي يعرف كيف تنصرف لغته، متى تعد ومتى تتوعد" ⁽¹³⁾.

لقد فطن البلاغيون القدماء إلى قوة التواصل البلاغي، يقول أبو حيان التوحيدي في سياق مناظرته لابن عبيد حول جدوى البلاغة مقارنة بالحساب: (فبئسما سولت لك نفسك على البلاغة، هي الجدد، وهي الجامعة لثمرات العقل، لأنها تحقق الحق، وتبطل الباطل على ما يجب أن يكون الأمر عليه، ثم تحقيق الباطل وإبطال الحق لأغراض تأتلف، وأمور لا تخلو أحوال هذه الدنيا منها من خير وشر وإباء وإذعان وعدل وعدول وكفر وإيمان) ⁽¹⁴⁾.

وقد أورد صاحب الصناعتين ما يؤكد ذلك وهو يعلق على قول ابن المقفع بشأن قدرة الكلام البليغ على تصوير الحق في صورة الباطل. يقول أبو هلال العسكري: (وإنما الشأن في تحسين ما ليس بحسن، وتصحيح ما ليس بصحيح بضرب من الاحتيال والتحيل... وما أكثر ما يحتاج الكاتب إلى هذا الجنس عند اعتذار من هزيمة، وحاجته إلى تغيير رسم، أو رفع منزلة دنيء له فيه هوى، أو حط منزلة شريف استحق ذلك منه، إلى غير ذلك من عوارض أموره) ⁽¹⁵⁾.

إن قول أبي هلال يكشف الوجه الخفي لسلطان القول في التواصل حينما يتم إشباعه بالبلاغة، حيث يصير من شأنه أن يدلس القيم ويزورها في خضم التصدي للمخالف المناهض عن طريق مراودته والتحايل عليه، ولنا أن نستحضر ما قاله مالك بن دينار عن الحجاج لندرك قوة الخطاب وسلطته، حين قال: (ربما سمعتُ الحجاج يخطب ويذكر ما صنع به أهل العراق وما صنع بهم، فيقع في نفسي أنهم يظلمونه، وأنه صادق لبيانه وحسن تخلصه) ⁽¹⁶⁾.

والملفت للنظر هو أن أبا هلال يردف بعد قوله ذاك بأن: "أعلى رتب البلاغة أن يُحتج للمذموم حتى يخرج في معرض المحمود، وللمحمود حتى يصير في صورة المذموم" ¹⁷. وتلك إشارة في تقديرنا تفتح الباب على مصراعيه أمام كل محتمل ليمارس التضليل والكذب تحت قناع بلاغة الخطاب. وقد

انتقد مصطفى ناصف هذا الوجه من التواصل البلاغي في كتابه "اللغة بين البلاغة والأسلوبية"، غير أن الكتب التي تسير في المسار الذي ذهب فيه مصطفى ناصف تبقى قليلة حتى لا نقول نادرة.

3- المحاج ومقتضيات الإقناع

إذا كان من غير الممكن الحديث عن المحاج خارج كونه نشاطا تواصليا في المقام الأول، فإن التواصل كممارسة إنسانية واجتماعية تفرضها مقتضيات التعايش الاجتماعي، لا يمكن أن تتحدد كفعل مؤسس للعلاقات في إطار العيش المشترك إلا باعتباره الوسيلة الأرقى لتذويب الاختلافات في الآراء، لكن ذلك بعيدا عن أخلاقيات التواصل ومقتضيات الإقناع يجعل في كثير من الأحيان الممارسة التواصلية فعلا قسريا لممارسة التأثير الذي يفقد الآخر حرية التصرف على نحو اختياري.

وبمعنى آخر، فكما لا يمكن تصور علاقات اجتماعية إلا ضمن الممارسة التواصلية، فإن هذه الأخيرة لا تعكس عقلانية الإنسان وتحضره إلا عندما تنبني على المحاج باعتباره ممارسة عقلية وأخلاقية تستهدف تحقيق الاقتناع الحر البعيد عن الإكراه أو التضليل، خاصة حينما يتعلق الأمر بقضايا احتمالية، فالتواصل بين طرفين حول قضية احتمالية يزعم فيها المتكلم صحة موقف ما يبقى ترجيحيا يغذيه الظن، وهو ما يقتضي من المخاطب أن يكون حرا في الإذعان وقبول الموقف، (فإذا كان المتكلم (نفسه) غير مقتنع بما يدافع عنه إلا على نحو متغير (أو ظني ترجيحي) فإنه لا يستطيع إلا أن يطلب الشيء ذاته من المخاطب)⁽¹⁸⁾.

وفق هذا التصور يرى بريطون أن الممارسة المحاجية تقتضي أن نؤسس على ثلاثة ضوابط أساسية⁽¹⁹⁾:

- المحاج باعتباره فعلا تواصليا يقوم على رسالة ومشاركين.
 - المحاج لا يتوجه إلى فرض الإقناع، وهو ما يعني القطع مع وسائل التطويع القسري.
 - المحاج يعني اقتراح الرأي على الآخرين وتقديم الحجج التي تجعلهم يقتنعون.
- يستلزم التواصل المحاجي كمحدد أول حسب بريطون وجود رسالة ومشاركين، ومعنى ذلك أن التواصل يتضمن بالضرورة خاصية التقابل La Symétrie، حيث إن كل مستقبل (مخاطب) يشتغل في الوقت نفسه مرسلا بالقوة حتى وإن لم يتحقق ذلك بالفعل. ويرتكز المحدد الثاني على تقدير الآخر والوعي باختلافه، بل وقدرته على تقديم المبررات المعقولة التي تدعم صلاحية وجهة نظره بعيدا عن السلطوية والإغراء. أما المحدد الثالث فيحدد وجهة النظر التي يقدمها المتكلم كحل من الحلول أو اقتراح من بين اقتراحات، وبالتالي فهناك هامش من الحرية لدى المخاطب في الاقتناع.

إن النظر إلى الممارسات اللغوية التواصلية القائمة على اختلاف الآراء في ضوء هذه المحددات يظهر أن الكثير منها أبعد ما يكون عن المحاج باعتباره نشاطا يحفز على الرأي دون أن يفرضه، وإذا

كما نتحلى بقليل من الجرأة والموضوعية في النقد الذاتي، فليس علينا إلا أن نتأمل ممارساتنا التواصلية اليومية مع الآخرين سواء في البيت أو في العمل، لنكتشف أن جانباً منها لا يقف على الحجاج بالمعنى الذي يفيد اقتراح الرأي على الآخر بحجج تسوغ الرأي ذاته، وإنما يتعلق بفرض الرأي إما بتوسل السلطة كما هو الأمر في توجيه اختيارات الأبناء من طرف الآباء وحمل المرؤوسين على الإذعان لرأي الرئيس في العمل بموجب التراتبية الإدارية، أو بتوسل الإغراء، أو حتى التضليل كوسيلة لتحفيز الآخرين على قبول الرأي أو التحفيز على فعل كما يشيع ذلك في الإشهار والبيع أحياناً.

إن حمل الآخر على الإذعان أو الاستجابة لفعل في مثل هذه الممارسات لا يتظاهر في معظم الأحيان كممارسة اتفاقية مولدة عن إجماع تذواتي وعلى حجاج يخاطب العقل دون أن يقيد الإرادة، وإنما في شكل ممارسة تأثيرية تحكيمية، لأن الاتفاق (لا يمكن أن يكون مفروضاً من فوق أو مقبولاً نتيجة ضغط أحد المشاركين في الآخر)⁽²⁰⁾، فبمجرد الموافقة على الدخول في تواصل حجاجي، يعني القبول بوضع الذات في موضع وجهة نظر المحاور.

وإذا كانت البلاغة القديمة مع أرسطو جعلت من الحجاج فعالية تأثيرية تتحقق بحجج العقل (اللوغوس) وحجج العاطفة والوجدان كما يجسدها الإيتوس والباتوس، ومن ثمة جعلت من التدبير الإستراتيجي للأهواء أساساً ضمن التدبير الشمولي للفاعلية الحجاجية، فإن بيرلمان (Chaïm Perelman) وتيتيكا (Lucie Olbrechts Teteca) حاولا أن يعيدا للحجاج قيمته وأن يخلصاه من الصورة المعيبة التي لحقت به، وفي ذلك سعى إلى تناول الحجاج كفعالية إقناعية قريبة من الصورة الشكلية التي تصاغ بها القضايا في المنطق، يقول بيرلمان في هذا الإطار: (إن نظرية الحجاج كما حددناها تجعلنا نفكر على التو من حيث موضوعها في البلاغة القديمة، هذه البلاغة التي سأعالجها مع ذلك من خلال انشغالات عالم المنطق، وهذا سيضطرني إلى اختزال (جوانب) من أبحاثي وتوسيع أخرى)⁽²¹⁾.

يتحدد الحجاج عند بيرلمان وتيتيكا في (دراسة التقنيات الخطابية التي تجعل الأذهان تقبل الأطروحات التي تعرض عليها، أو تزيد في تعزيز قبولها)⁽²²⁾، والحجاج كما يتناوله الباحثان لا ينحصر في فن القول الإقناعي الموجه إلى جمهور مخصوص يتموضع في مكان كما هو الحال في تناول البلاغة القديمة التي كان مدارها الخطاب الشفوي، وإنما يستوعب الحجاج وفق البلاغة الجديدة كل خطاب يتوجه إلى الإقناع سواء أكان شفويًا أو مكتوباً⁽²³⁾، ف(البلاغة الجديدة مقارنة بالبلاغة القديمة تتعلق بالخطابات المتجهة نحو جميع فئات المستمعين، سواء أكانوا مجتمعين في مكان عمومي، أو في اجتماع مخصوص، أو (اتجهت) لشخص واحد أو إنسانية جمعاء، وستعالج أيضا الحجج التي يوجهها المرء لنفسه)⁽²⁴⁾.

إن الحجاج في تصور بيرلمان وتيتيكا ممارسة عقلية لا يمكن اختزالها في الخطابة الشفوية، حيث سرعة تدفق الكلام لا تسمح للمخاطب بإعمال العقل والتفكير في معقولة الحجج وبنائها، وذلك ما قد

يجيد بالحجاج عن الدفع إلى خيار حر وعادل ليفسح المجال للتضليل، وفي ذلك يقول الباحثان: (إذا كانت البلاغة عند القدماء تقدم كأنها دراسة لتقنية يُمْكِن استعمالها من الوصول السريع إلى الاستنتاجات لخلق وجهة نظر ما دون أن تكلف نفسها عناء مسبقاً للتحقق الجاد، فنحن لا نريد أن نحصر دراسة الحجاج على جمهور البسطاء (أو العوام) *un public d'ignorants*، وهذا الجانب من البلاغة هو الذي يفسر معارضتها بشدة من قبل أفلاطون)⁽²⁵⁾.

يقوم الحجاج عند بيرلمان وتيتيكا على خمسة محددات أساسية⁽²⁶⁾:

أ. يتوجه إلى مستمع⁽²⁷⁾.

ب. يعبر عنه بلغة طبيعية.

ج. مسلماته لا تعدو أن تكون احتمالية.

د. لا يفترق تقدمه (تناميّه) إلى ضرورة منطقية بمعنى الكلمة.

هـ. ليست نتائجه (خلاصاته) ملزمة.

إن الحجاج تبعاً لبرلمان ممارسة مجالها المحتمل، ولذلك يجب ألا تكون موجهة لإلزام المخاطب بموقف، (فالحجاج غير الملزم وغير الاعتباري هو وحده القمين بأن يحقق الحرية الإنسانية من حيث هي ممارسة لاختيار عاقل)⁽²⁸⁾. وقد ميز بيرلمان بين الحجاج الذي يستهدف مخاطباً مخصوصاً *L'auditoire particulier* والحجاج الذي يتوجه إلى مخاطب كوني *L'auditoire Universef*، ويعتبر أن الحجاج الأول إقناعي *persuasif* يستثمر كل الوسائل المتاحة للإقناع بما في ذلك إثارة العواطف والخيال، أما الثاني فهو إقناعي *convaincant* يستمد حجاجيته من العقل⁽²⁹⁾، ومن إقناع الذات أولاً قبل أن يتوجه إلى الآخرين. فثمة فرق كبير بين التأثير في شخص ليحترم قانون السير في قيادته بتخويفه بالعواقب المحتملة: حوادث على الطرق، فقدان رخصة القيادة، الاعتقال المرحج...، وإقناعه بمزايا القيادة المسؤولة عن طريق الحجج العقلية: إحصاءات واضحة، حقائق، المدة القصوى لقدرة العقل على التركيز، المسؤولية تجاه الآخرين.

وقد أثار باتريك شارودو (Patrick Charaudeau) هذه المسألة، وانسجم في طرحه مع بيرلمان في أن مسألة الإقناع تحركها غاية إذعان الجمهور المخصوص ولو كان الأمر يقتضي التأثير عليه بالأحاسيس، عكس الاقتناع الذي يحركه التحليل الخالص المعتمد على الفكر والطامح إلى الحقيقة⁽³⁰⁾.

السائد في بعض التوجهات الحجاجية النقدية وتحديدًا مع فرانس إيميرن (Frans H. Van

EEMEREN)، وروب غروتندورست (Rob Grootendorst) أن الحجاج الذي يوجه إرادة

المخاطب بإثارة الأهواء ترهيباً أو إغراء (يعد بديلاً غير شرعي لما ينبغي أن يكون عليه الحجاج)⁽³¹⁾.

وبين هذين الموقفين موقف يسير في اتجاه تأكيد أن استدعاء العواطف في الحجاج ليس في ذاته ما يعيب الحجاج، وإنما في مدى ملاءمة استنفار الأهواء لنوعية الحوار الذي استخدمت فيه وصلته بالقضية المتنازع حولها، وحدود التأثير النفسي الذي يخلقه، فتي تم استدعاء العواطف فيما لا علاقة له بصحة الإدعاء، أو تعدى استدعاؤها حدوده المعقولة، كلما جاز اعتبار ذلك استهواء وعنفاء.

ومن الباحثين أصحاب هذا التصور دوغلاس والتون (Douglas Walton)، حيث يرى أن استنفار الشعور بالخوف لغاية نبيلة من قبيل تحفيز الناس من طرف الحكومة أو أي منظمة على تجنب السرعة أثناء القيادة، أو تفادي القيادة في حالة سكر باستدعاء العواقب الوخيمة في حالة وقوع حادثة، يعتبر مقبولا ما لم يكن مسرفا من حيث الآثار النفسية التي يخلقها⁽³²⁾.

وإذ كان استنفار العواطف مستساغا ومعقولا في مثل الحالات التي يستهدف فيها المتكلم توجيه المخاطب إلى القيام بفعل يصب في مصلحته كما هو الأمر في توجيه الآباء للأبناء، فإن توجيه المتكلم المخاطب إلى موقف أو سلوك حول قضية تتنازع فيها مصالح الطرفين بهيج العواطف قد يفقد الممارسة التواصلية طبيعتها الحجاجية، ويحولها إلى ممارسة تواصلية ذات طبيعة إستراتيجية تضرر رهان السيطرة على الآخر وشل قدراته النقدية.

إن الأمر يتعلق بما يوازي في تصور هابرماس النشاط التواصلية الإستراتيجية الموجه نحو التحكم في إرادة الآخر بأي وسيلة بغض النظر عن معقوليتها، لذلك يمثل رهانه في النجاح، أي النجاح في التأثير، عكس النشاط التواصلية الموجه نحو التفاهم والذي يتوسل حجاجا معقولا ويعكس فكرة مفادها: أنني لا أريد أن أفرض عليك ما أعتقد، وإنما أريد أن أشركك في معقولة ما يسوغ ما أعتقد⁽³³⁾. إن الفعل التواصلية الحجاجي بهذا المعنى ينبغي أن يستمد مقتضياته من الإشراف والتفاهم كباث أساس، يستدعي نزعة عقلية زهية، لا تجافي حجاج الأهواء فحسب، وإنما تحفز على تجنب كل أشكال المغالطات السفسطائية التي تخرق مقتضيات الحجاج سواء من حيث البناء الاستدلالي، أو من حيث صدقية الحجج، أو من حيث صلتها بدعم المواقف وإثبات صحة القضايا أو بطلانها، لأن من شأن ذلك أن يقود إلى التحيز لموقف بشكل ساذج.

كما يستدعي نزعة أخلاقية تقضي بالصدق، سواء في النوايا المعبر عنها، أو في المضامين القضية التي يتم توصيلها، لأن من شأن ذلك أن يبني الثقة ويحفز على النهوض بفعل التشارك. ومن جملة ما يقتضيه الصدق أيضا الدقة والوضوح بما لا يخلق عند المخاطب اللبس، أو يدخله في متاهات التأويل وسوء الفهم، فالتبسيط والتضخيم المسرفان لقضية بالغة التعقيد يعتبران تشويها للحقيقة، كما أن ركوب الالتباس احتيال يفضي إلى التضليل ومن ثمة إلى سوء التقدير.

خلاصة:

حاولنا في هذا المقال أن ننظر إلى التواصل الحجاجي من ثلاث زوايا؛ سيكولوجية، وسوسولوجية، وبلاغية، حيث سعينا إلى تقريب التواصل الحجاجي من منطلق كونه أكثر من مجرد تمرير لمضامين تواصلية أو حجج، وإنما تمرير لتمثلات فردية متأثرة بالإدراك الشخصي وبالتجارب السابقة، ونتيجة ذلك تختلف التصورات والتأويلات. كما حاولنا أن نبين أننا نتواصل ونحاج من مواقع وأدوار اجتماعية، وطبيعي أن تختلف وجهات النظر، لأن الموقع الاجتماعي الذي ننطلق منه بمثابة موجه غير محايد، تماما كاستعمال اللغة حينما تُوظف بشكل غير موضوعي للتأثير.

يقترّب التأثير بالاستهواء (إغواء أو ترهيبا) من التطويع والتحكم، أكثر من اقترابه من الحجاج، لأنه لا يخاطب إلا الجانب العاطفي في الإنسان، وبذلك لا يمكن أن يولد في أحسن الأحوال إلا إذعانا مؤقتا ومرحليا يزول بزوال التخدير العاطفي، أما الحجاج الذي يحفز العقل على التفكير، فيولد اقتناعا على نحو معين يتأسس على مسوغات معقولة في ظل شروط معينة، وذلك ما يجعله أكثر صلابة. وإذا كانت البلاغة القديمة مع أرسطو والتوجه السائد في البلاغة العربية، يؤكدان أن استهداف العواطف من صميم الفاعلية الحجاجية، فإن التوجهات البلاغية الحديثة والنقدية منها في تحليل الخطاب على الخصوص، ترى أن استنفار الأهواء من صميم العجز عن الإقناع العقلي، وأن ذلك حينما يُبالغ في الاعتماد عليه خالق تأثير يحفز على سلوك خدمة للمصلحة الشخصية للمتكلم، يعتبر بديلا للعنف.

وحيث إننا يمكن أن نلفي حالات تواصلية يكون فيها الحجاج العاطفي مقبولا لأنه يستهدف غاية نبيلة، أو مصلحة لمن يتوجه إليه الخطاب، فإن ذلك يقتضي عدم الإسراف في ذلك على حساب الحجاج العقلي، وقبل ذلك التجرد من كل أشكال التضليل والتغليب.

وختاما فإن الحجج التي نقدمها في القضايا حمالة لأوجه، وتظل افتراضية على الدوام، كما أنها منحازة، وقد يكون الوعي بذلك وسيلة رقابة لتحسين ممارساتنا التواصلية والحجاجية في ضوء التبرير العقلي والتفاعل الأخلاقي، بما يقتضيه من انفتاح على الآخر باعتباره مؤهلا للتفكير والنقد. فبذلك يمكن تحقيق الاقتناع والتفاهم، وتجنب التصادمات التواصلية.

- الهوامش:

¹-Philippe Breton, L'argumentation dans la communication, Éditions La Découverte, Paris, 3e éd /2003, (Repères: 204), p: 4-5.

²- Marcel Burger. Vers une analyse de la construction des identités dans les discours de communication publique. Cahiers de l'ILSL, N 34, 2013.P: 102.

- ³ - Édouard Gardella, Du jeu à la convention. Le self comme interprétation chez Goffman, REVUE TRACÉS n 4 – automne 2003, p: 34.
- ⁴ - هاري ألدري وبيريل هيدر M البرمجة اللغوية العصبية، مكتبة جرير للترجمة العربية والنشر والتوزيع، ط 3، 2003، ص: 20.
- ⁵ - يعكس ذلك على سبيل التمثيل لا الحصر، أن المتشائم يرى النصف الفارغة من الكأس، عكس المتفائل الذي يرى النصف المملوءة. ومن تجليات ذلك الشهادات المتباينة للشهود حول الحادث نفسه في تقارير شركات التأمين والشرطة، وغير ذلك كثير.
- ⁶ - مصطفى عمراني: التواصل نماذج ورهانات، عالم الكتب الحديث الأردن، ط 1، ص: 31.
- ⁷ - Édouard Gardella, Du jeu à la convention. op. cit, p: 26.
- ⁸ - مصطفى عمراني: التواصل نماذج ورهانات، ص: 75.
- ⁹ - Erving Goffman, La mise en scène de la vie quotidienne, tome I La présentation de soi, Paris, Editions de Minuit, 1973, p: 23.
- ¹⁰ - Ibid, p: 52.
- ¹¹ - جاكبسون، ميكي، هارماس وآخرون: التواصل نظريات ومقاربات، ترجمة عز الدين خطابي وزهور حوتي، منشورات عالم التربية، ط 1، 2007، ص: 241.
- ¹² - الزاوي بغورة: مفهوم الخطاب في فلسفة ميشيل فوكو، المجلس الأعلى للثقافة، د ط، 2000، ص: 142.
- ¹³ - حبيب مونس: "الوجه الآخر للبلاغة العربية، مراجعة في الأسس والمنطلقات مع مصطفى ناصف"، مجلة الخطاب، منشورات مخبر تحليل الخطاب جامعة مولود معمري تيزي وزو، العدد الثامن الخاص بملتقى البلاغة وتحليل الخطاب، أيام: 11 و 12 و 13 أبريل 2011، ص: 119.
- ¹⁴ - أبو حيان التوحيدي: الإمتاع والمؤانسة، ج 1، صححه وضبط شرح غريبه أحمد أمين وأحمد الزين، دار مكتبة الحياة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، ص: 101، والكتاب نفسه اعتنى به وراجعته هيثم خليفة الطعيمي، ج 1، المكتبة العصرية، د ط، بيروت، 2011، ص: 85.
- ¹⁵ - أبو هلال العسكري: كتاب الصناعتين الكتابة والشعر، تحقيق علي محمد البجاوي ومحمد أبي الفضل إبراهيم، دار إحياء الكتب العربية، ط 1، 1952، ص: 53.
- ¹⁶ - مصطفى ناصف: اللغة بين البلاغة والأسلوبية، النادي الأدبي الثقافي جدة، د ط، 1989، ص: 13-14.
- ¹⁷ - أبو هلال العسكري: كتاب الصناعتين، مرجع سابق، ص: 53.
- ¹⁸ - Philippe Breton, L'argumentation dans la communication, p: 31.
- ¹⁹ - Ibid, p-p: 16 – 17.
- ²⁰ - محمد نور الدين أفاية: الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة نموذج هارماس، أفريقيا الشرق، ط 2، الدار البيضاء، 1998، ص: 186 - 195.
- ²¹ - محمد العمري: أسئلة البلاغة في النظرية والتاريخ والقراءة، أفريقيا الشرق الدار البيضاء، د ط، 2013، ص: 30، يحيل على:
- Chaïm Perelman, Le Champ de l'argumentation, PU, de Bruxelles 1970, p: 13.

²² - Chaïm Perelman et Lucie Olbrechts Teteca, Traité de l'argumentation – la nouvelle rhétorique, préface de Michel Meyer, Editions de l'université de Bruxelles, 6^e édition/ 2008, p: 5.

²³ - Ibid, p: 7-8.

²⁴ - CH. Perelman, L'empir rhétorique – Rhétorique et argumentation, librairie philosophique, J. VRin paris, 2 édition 2002, p:19.

²⁵ - Chaïm Perelman et Lucie Olbrechts Teteca, Traité de l'argumentation, p: 9.

²⁶ - أوليفي روبول: هل يمكن أن يوجد حجاج غير بلاغي، ترجمة محمد العمري، ضمن كتاب محمد العمري، البلاغة الجديدة بين التخيل والتداول، أفريقيا الشرق، د ط، الدار البيضاء، 2005، ص: 220.

²⁷ - دأب محمد العمري: على استعمال كلمة "مستمع" مقابلا لكلمة auditoire، ويقصد بها المقام التخاطبي بكل مكوناته، أنظر: البلاغة الجديدة بين التخيل والتداول، مرجع سابق، ص: 14 وأيضا هامش ص: 220. وهو ما يعني أن الحجاج يتوجه إلى مخاطب مع استحضر كل معطيات السياق.

²⁸ - عبد الله صولة: "الحجاج أطره ومنطقاته وتقنياته من خلال "مصنف في الحجاج- الخطابة الجديدة" لبرلمان وتيتيكا"، ضمن كتاب أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، جامعة الآداب والفنون والعلوم الإنسانية تونس 1، كلية الآداب منوبة، فريق البحث في البلاغة والحجاج، إشراف حمادي صمود، سلسلة آداب، المجلد 39، 1998، ص: 301.

²⁹ - CH. Perelman, L'empir rhétorique, p: 36.

³⁰ - Patrick Charaudeau, Le discours politique les masques du pouvoir, Librairie Vuibert paris 2005, p: 62-63.

³¹ - حاتم عبيد: "منزلة العواطف في نظرية الحجاج"، عالم الفكر، العدد 2، المجلد 40، أكتوبر ديسمبر 2011، ص: 248.

³² - المرجع نفسه، ص: 252.

³³ - في إطار تناول هابرماس لأخلاقيات الفعل التواصلية الموجه نحو التفاهم والتي يحددها في المعقولة والحقيقة والدقة والصدق، يرى أن الحجاج هو ما ينبغي أن يغذي تحقيق التفاهم، بعيدا عن كل أشكال التحكم بما في ذلك الإكراه بالتهديد والإغواء والتي تميز النشاط التواصلية الإستراتيجي، انظر: محمد نور الدين أفاية، الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة نموذج هابرماس، مرجع سابق، ص: 181 - 208.

قائمة المصادر والمراجع

- بالعربية:

- أبو حيان التوحيدي: الإمتاع والمؤانسة، ج1، صححه وضبط شرح غريبه أحمد أمين وأحمد الزين، دار مكتبة الحياة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، والكتاب نفسه اعتنى به وراجعته هيثم خليفة الطعيمي، ج 1، المكتبة العصرية، د ط، بيروت، 2011.

- أبو هلال العسكري: كتاب الصناعتين الكتابة والشعر، تحقيق علي محمد البجاوي ومحمد أبي الفضل إبراهيم، دار إحياء الكتب العربية، ط 1، 1952.

- أوليفي روبرول: هل يمكن أن يوجد حجاج غير بلاغي، ترجمة محمد العمري، ضمن كتاب محمد العمري، البلاغة الجديدة بين التخيل والتداول، أفريقيا الشرق الدار البيضاء، د ط، 2005.
- جاكسون، مينيكي، هابرماس وآخرون: التواصل نظريات ومقاربات، ترجمة عز الدين خطابي وزهور حوتي، منشورات عالم التربية، ط 1، 2007.
- حاتم عبيد: "منزلة العواطف في نظرية الحجاج"، عالم الفكر، العدد 2، المجلد 40، أكتوبر ديسمبر، 2011.
- حبيب موني: "الوجه الآخر للبلاغة العربية، مراجعة في الأسس والمنطلقات مع مصطفى ناصف"، مجلة الخطاب، منشورات مخبر تحليل الخطاب، جامعة مولود معمري تيزيوزو، العدد الثامن الخاص بملتقى البلاغة وتحليل الخطاب، أيام: 11 و 12 و 13 أبريل، 2011.
- الزاوي بغورة: مفهوم الخطاب في فلسفة ميشيل فوكو، المجلس الأعلى للثقافة، د ط، 2000.
- عبد الله صولة: "الحجاج أطره ومنطلقاته وتقنياته من خلال "مصنف في الحجاج - الخطابة الجديدة" لبرلمان وتيتيكا"، ضمن كتاب أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، جامعة الآداب والفنون والعلوم الإنسانية، تونس 1، كلية الآداب منوبة، فريق البحث في البلاغة والحجاج، إشراف حمادي صمود، سلسلة آداب، المجلد 1998/39.
- محمد العمري: أسئلة البلاغة في النظرية والتاريخ والقراءة، أفريقيا الشرق الدار البيضاء، د ط، 2013.
- محمد نور الدين أفاية: الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة نموذج هابرماس، أفريقيا الشرق، ط 2، الدار البيضاء، 1998.
- مصطفى عمراني: التواصل نماذج ورهانات، عالم الكتب الحديث، ط 1، الأردن، 2016.
- مصطفى ناصف: اللغة بين البلاغة والأسلوبية، النادي الأدبي الثقافي، د ط، جدة، 1989.
- هاري ألدر ويبريل هيدر: البرمجة اللغوية العصبية، مكتبة جرير للترجمة العربية والنشر والتوزيع، ط 3، 2003.
- بالأجنبية:
- CH. Perelman, L'empir rhétorique – Rhétorique et argumentation, librairie philosophique, J. VRin paris, 2 éd/ 2002.
- Chaïm Perelman et Lucie Olbrechts Teteca, Traité de l'argumentation – la nouvelle rhétorique, préface de Michel Meyer, Editions de l'université de Bruxelles, 6^e éd/ 2008.
- Édouard Gardella, Du jeu à la convention, Le self comme interprétation chez Goffman, REVUE TRACÉS n 4 – automne 2003.
- Erving Goffman, La mise en scène de la vie quotidienne, tome I La présentation de soi, Paris, Editions de Minuit, 1973.
- Marcel Burger, Vers une analyse de la construction des identités dans les discours de communication publique. Cahiers de l'ILSL, N 34, 2013.
- Patrick Charaudeau, Le discours politique les masques du pouvoir, Librairie Vuibert paris 2005.
- Philippe Breton, L'argumentation dans la communication, Éditions La Découverte, Paris, 3^e éd /2003.