

صاولي عبد المالك
صاولي سلمى

تقنيات الحجاج وفن الاتصال الإذاعي

ملخص:

إن أداء المذيع لدوره باحترافية يتطلب أن يكون على غاية من الاستعداد و الإعداد ، والتكوين العالي المستوي سواء تعلق الأمر بالجانب العلمي أو الجانب المهاري ، فنجاح المذيع مبدؤه نفسي بأن يقتنع بمهنته ومهنته فتجده معباً لذلك الدور يتحدث بطلاقة ، وحركاته مدروسة ، كما يجب أن يسعى لتحضير جيد لبرنامج ، وسد كل الثغرات التي يمكن للمستمع أن ينتبه إليها وتشغل باله ، وقبل كل هذا أن يكون قد تلقى تكويناً أكاديمياً مستوعباً لكل حيثيات وظيفته ، وما دامت مهارات المذيع تتجلى قبل كل شيء في الخطابة ، يجب أن يكون محيطاً بكل تقنيات الحجاج التي تختصر عليه الوقت ، وتلخيص الكلام في عبارات وجيزة و مفيدة انطلاقاً مما يسمى بالحجج المنطقية وشبه المنطقية ، ومختلف الآليات اللغوية والبلاغية التي تجنبه الوقوع في المغالطات وبهذا يبلغ المذيع درجة التفوق المهاري التي تؤهله لأداء أدوار ناجحة في ميدان الاتصال الإذاعي .

Abstract:

The perform of the announcer for his role professionally needs good preparation and high qualification .Whether it is the scientific or the skills aspect. His success concerns the psychological situation . He must be capable of his role ,speaks fluently , his movements are well thought out , and he must prepare well for the progame, and fill all the gaps ,which people can notice .Above all else , he must have received an academic formation that includes all aspects of his job, and the most important being able to public speaking , he must have proven techniques , which summarizes the time and the speech in brief and useful phrases .Starting with rational arguments ,and linguistic mechanisms, which avoids falling into fallacies .This brings the announcer to the degree of technical excellence that qualifies him to perform successful roles in radio communication field

1 المؤلف المرسل: د. صاولي عبد المالك ، جامعة المسيلة ، الإيميل: abdelmalik.saouli@univ-msila.dz
2 المؤلف المرسل: أ. صاولي سلمى ، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان ، الإيميل: selomaseloma1993@gmail.com

الإشكالية :

قد يبدو للمذيع وهو يعتلي هذا المنبر أن مهمته ستكون أسهل طالما أنه محبوب عن الجمهور ، لأنه يمكنه قول ما شاء ، أو على الأقل يمكنه الاستنجاد بالمكتوب ، وأي مكتوب إذا لم يراع فيه الاستعانة بمختلف أشكال الخطاب وفنون التعبير الدقيق واللغة السليمة التي تستند إلى قواعد البلاغة الحديثة .

فالمذيع وهو يقدم برنامجه يود أن يستميل إليه الجمهور ، ويجعلهم يتفاعلون معه ، وكيف يتمكن من ذلك إذا كانت لغته ركيكة مليئة بالأخطاء محشوة بالتكرارات والإطنابات ، فضلا عن تلكؤ اللسان أحيانا ، ما يجعله في حرج أمام جمهوره ، فيسبب نفورهم وبالتالي عدم نجاح برنامجه ، فلتحقيق التألق يؤمر المذيع بجملة من الالتزامات تبدأ بالجانب النفسي والتحضير الجيد بغرض إضفاء جانب فني وجمالي على الاتصال الإذاعي .

وإلى هنا يمكن طرح التساؤل الآتي :

ما هي أهم التقنيات الحجاجية التي يجب على المذيع الالتزام بها ، من أجل إضفاء الجمالية على اتصاله بجمهوره ؟

ويمكن أن نجيب على هذا التساؤل من خلال المحاور الآتية :

1. الإعداد والتحضير للبرنامج.

2. تقنيات الحجاج في الاتصال الإذاعي .

3. جماليات الاتصال الإذاعي .

أهم المصطلحات : - الإذاعة - الإقناع والاقتران - تقنيات الحجاج - الاتصال الإذاعي

الإقناع : persuasion الإقناع : لغة: إذا أرجعنا بالكلمة إلى أصلها المكون من convaincre persuader من ثلاث حروف - ق ، ن ، ع - نجد بأنها ترد بمعاني مختلفة ، ولكن في عمومها تستقر على الرضا والاستمالة ، يقال : قنع لما في عملية الإقناع من الاستعداد للتلقي ، ويقال : قنعت الإبل والغنم للمرتع إذا مالت إليه.

وفي القاموس المحيط : القنوع : السؤال والتذلل والرضا بالقسم ، وقنيع القناعة بمعنى الرضا وقنعان : رضي ويقنع به أو يحكمه أو شهادته.

ويقال شخص قانع وقنيع إلى فلان، أي خضع له وانقطع إليه، واقتنع بالفكرة والرأي.

اصطلاحا: عرف بيرك الإقناع بأنه: استخدام الإنسان للألفاظ والكلمات والإشارات ، وكل ما يحمل من معنى عاما لبناء الاتجاهات والتصرفات أو تغييرها . وعملية الإقناع لا تتعلق بجانب واحد من الجوانب ، ولكن تتعدى ذلك إلى كل مناحي الحياة التجارية - الدينية - الاجتماعية ...

ولا تقتصر عملية الإقناع على البيع والشراء، وإنما تتعدى ذلك إلى كل النواحي في حياتنا اليومية، مثل اختيار المدرسة المناسبة والبيت الملائم والسيارة المريحة حيث الزوج الصالح والزوجة الصالحة.

وإن مختلف الوسائل تستخدم في هذا الاتجاه - كوسائل الإعلام وغيرها - وتبث الوسائل الإعلامية - الإذاعات والتلفزيون والصحف والمجلات - مئات الرسائل يوميا في محاولة لإقناعنا باتخاذ موقف سياسي معين أو التخلي عن آخر أو شراء سلعة محددة، حتى خطبة الإمام في المساجد وقداش يوم الأحد ليسا سوى محاولات إقناعية للالتزام بتعاليم الدين الحنيف، والابتعاد عن كل ما يخالف مبادئه.

ومن خلال المعاني اللغوية التي أوردناها، فقد استقر أكثرها على الرضا والاستمالة باستخدام أساليب مختلفة، وأبرزها مجال الخطابة كما ورد لدى القدماء كأرسطو وغيره، قال ابن رشد: إن الخطابة هي قوة تتكلف الإقناع الممكن في كل واحد من الأشياء المفردة.

عرفه إبراهيم إمام: يقصد بالإقناع: أن يصبح السامع لك وقد اقتنع بفكرتك باعتبارها فكرتك أنت، ولكنها أصبحت فكرته الخاصة به والتي انبثقت من داخل نفسه وكان لك فضل إثارتها وتحريكها والكشف عنها.

تعريف فيليب بروتون: Philipe breton: الإقناع واحد من الحالات الأساسية للتواصل، وذلك تبعا لكون القصد هو التعبير عن الإحساس، أو حالة أو نظرة خاصة إلى العالم أو إلى الذات أو الإخبار، أي الوصف الموضوعي إلى أقصى درجة لمقام ما، أو بالإضافة إلى ذلك الإقناع أي التوجه إلى المستمع بالمبررات المقبولة لبنى رأيا ما وهناك ضروب من المعاني تدعم هذا المعنى وتشاركه في مختلف العمليات نذكر منها:

1- **علم المنطق:** وهو الإقناع بالبرهان.

2- **فن الخطابة:** وهو الإقناع بالكلام المؤثر.

3- **فن الدعاية:** وهو تصوير الأفكار أو الأداء على الصورة التي تشوق مخاطبيه إلى القيام بعمل مرغوب فيه، أو اجتذاب عمل مرغوب عنه.

4- **فن الإقناع الآلي:** و يسمى غسيل الدماغ.

الاتصال الإقناعي: persuasive communication:

هو اتصال مخطط ينطوي على تلك التدخلات المقصودة التي تستهدف تحقيق تغيرات محددة على السلوك العلني، أو المستتر للمستقبل المستهدف.

فكل اتصال يستهدف أشخاصا أو جماعات ويسعى إلى إحداث عملية تغير على مستوى سلوكهم [بالفعل أو الترك] هي من صميم الاتصال الإقناعي، فالفرد يسعى بتعبيره إلى أن يفهمه الآخرون ومدى استجابتهم لذلك، وتسمى العملية الأولى: اتصالا والعملية الثانية إقناعا.

النتيجة: الإقناع هو اتصال في حد ذاته، أما الاتصال ليس شرطا أن يكون إقناعا، وقد عرف الاتصال الإقناعي تعاريف عديدة وهو باختصار: الرسالة الاتصالية التي تسعى إلى إحداث تغيير في السلوك السابق، أو محاولة

التأثير في العقل أو العاطفة أو الغرائز أو التعديل في سلوك معين ، فالالاتصال الإقناعي يقدم معلومات جديدة باستعمال وسائل مختلفة كالإعلان والدعاية ونحوها بغرض إحداث سلوك جديد.

وبهذا يؤثر على الجمهور بغرض تبني فكرة أو إحداث تغيير في السلوك ، ومما ينبغي أساسا أن يتوفر بنجاح العملية هو في الرسالة و استعمال الاستمالات المختلفة المؤثرة [كالحجج وإثارة العواطف].

تعريف الحجج argumentation:

الحجاج لغة: قال ابن منظور : حاجبه حجاجا ومحاجة ، حتى حججته أي غلبته بالحجج التي أدلى بها وحاجه محاجة ، وحجاجا نازعة الحجة ، والحجة الدليل و البرهان.

وعرفه ابن فارس: حج ، يحجج ، حجا : بمعنى قصد ، فيقول : المعنى نفسه إذ يقول : كل قصد حج ، ثم اختص بهذا الاسم المقصد إلى البيت الحرام للنسك.

الحجاج اصطلاحا: إن الحجاج يندرج ضمن ما نطلق عليه في علوم الاتصال بالسلوك أو الموقف الخارجي الذي يهتم بكل ما يتعلق بطريقة إيصال الرسائل ، وفهم دلالتها الاجتماعية في السياقات التي ترد فيها .

تعريف شارودو باتريك: الحجاج حاصل نصي من مكونات مختلفة ، تتعلق بمقام ذي هدف إقناعي.

وعرف: تعريفا آخر: بأنه: فعالية تداولية جدلية ، ويرتبط أشد الارتباط بعناصر المقام : فكلما وقفنا على لفظ الحجاج تسارعت إلى أذهاننا دلالاته على المعنى المتفاعل : فهو أصل في كل تفاعل بين طرفي الخطاب .

يدل الحجاج بمعناه العادي على طريقة عرض الحجج وتقديمها ، ويستهدف المحاجج التأثير في المتلقي (المحجوج والمحاجج) قصد توجيه موقعه وجهة محددة ، حيث يبتغي إقناعه بأمر ما ، أو تغيير قناعاته تجاه سلوك أو موقف محدد.

أما : بيرلمان : فقد ربط الحجاج بمصطلح البلاغة الجديدة سنة 1958 وعرفه : الحجاج : سلسلة من الحجج تنتهي بشكل كلي إلى تأكيد نفس النتيجة ، ولعله نص هذا على كونه أسلوبا تنظيميا في عرض الحجج وبنائها وتوجيهها نحو هدف معين يكون عادة الإقناع والتأثير غايته ، فتكون الحجة في سياق هذا الغرض بمثابة الدليل على الصحة أو الدحض.

والحجاج يدل على التحاجج ، وهو المواجهة بين طرفين بالخطاب ، وهو نفس المعنى الذي ورد في اللغة الإنجليزية وهو تبادل وجهات النظر وذلك بتقديم العلل والأدلة ، أما ما هو يقيني وإلزامي فلا تحاجج فيه.

وعرف أيضا: الحجاج يتعلق باللسان فهو نظرية لسانية تهتم بالوسائل اللغوية بإمكانات اللغة الطبيعية التي تتوفر عليها المتكلم ، وذلك بقصد توجيه خطابه وجهة ما تمكنه من تحقيق بعض الأهداف الحجاجية ، ثم إنها تنطلق من الفكرة الشائعة التي مؤداها أننا نتكلم بقصد التأثير ، بمعنى أن الغرض من الحجاج هو التواصل وهو الإقناع وإحداث التأثير.

بمعنى أن الحجاج يدل على طريقة عرض الحجج وتقديمها ، وتستهدف المحاج في المتلقي (المحجوج والمحاج)، قصد توجيه موقفه وجهة محددة حيث يبتغي إقناعه بأمر ما ، أو تغيير قناعاته تجاه سلوك أو موقف محدد.

ويؤكد ابو الوليد الباجي على أن الحجاج « علم من أرفع العلوم قدرا وأعظمها شأنًا لأنه السبيل إلى معرفة الاستدلال ، وتمييز الحق من المحال ، ولولا تصحيح الوضع في الجدل لما قامت حجة ، ولا اتضحت محجة ولا علم الصحيح من السقيم ولا المعوج من المستقيم».

أما طه عبد الرحمن فعرفه : « أن الحجاج هو كل منطوق به موجه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحق له الاعتراض عليها .»، فيكون بهذا الحجاج الآلية الأبرز التي يتجسد من خلالها الإقناع ، حيث جعل للحجاج معنيين : أولهما : القصد وثانيهما : الغلبة بالحجة .

مفهوم الخطاب : discours

هو لفظ مشتق من اللاتينية ويسمى discours ، وتعني الحوار ، والحوار بالفرنسية dialogue ولذلك انتقل إلى الساحة العربية واختلف المعنى من دارس إلى آخر حسب المجال واهتمام الباحث وتخصصه ، فبينما يضيئه البعض ليقصر على أساليب الكلام والمحادثة ، يوسعه البعض ليجعله مرادفا للنظام الاجتماعي برمته.

مفهوم الخطاب: خاطب يخاطب خطابا ومخاطبة من الخطاب، أخطبه أي أجابه.

والخطاب بمعنى مصدر الخطبة ، وخطب ما يخطب به من الكلام والخطبة مشتقة من : خاطب ، يخاطب مخاطبة : وهو يدل على توجيه الكلام لمن يفهمه ونقل من الدلالة على الحدث وأصبح في عرف الأصوليين يدل على ما خوطب به وهو الكلام .

وقد وردت عدة تعاريف مختصرة لكلمة الخطاب لخصها أوليفي روبول [1992/1925] ، فيلسوف فرنسي [olivier reboul] مهتم بالخطابة وفلسفة التربية :

- **المعنى الشائع :** أن الخطاب مجموعة منسجمة من الجمل المنطوقة .
- **المعنى اللساني المختزل :** أن الخطاب عبارة عن متوالية من الجمل المشكلة لرسالة.
- **المعنى اللساني الموسع :** أن الخطاب عبارة عن مجموعة من الرسائل بين أطراف مختلفة تعوض طبائع لسانية مشتركة.

ويتداخل مصطلح الخطاب مع الحوار في بعض أبعاده ، إذ يعتبره البعض شيء واحد، ويرى آخرون خلاف ذلك ، فمثلا : موشلر : يرى بأنهما شيء واحد متأثرا بآراء مدرسة بير فكام التي حصرت الخطاب في الحوار ، بينما الخطاب في الإعلام يتمثل في مختلف فنونه التحريرية والإخراجية مثل المادة المكتوبة في الصحف والمسموعة في الإذاعة المسموعة والمرئية المسموعة في الإذاعة المرئية ، المرئية المقروءة في شبكة المعلومات العالمية [الانترنت].

بينما في تاريخ اللسانيات نجد أن علماء اللغة يفرقون بين الخطاب والحديث، على اعتبار أن الحديث يمكن أن

يحلل إلى عناصره الصغرى بدء بالصوت [الفونيم] لأنه أصغر وحدة بينما تحليل الخطاب يسير في اتجاه آخر، إذ أن الجملة هي الوحدة الصغرى التي يحلل إليها .

ولفظ الخطاب من الألفاظ التي تتردد كثيرا بالاقتران مع صفات أخرى : مثل الخطاب السياسي والخطاب الثقافي والخطاب الديني.

ولذلك يجب تحديد المصطلح بالضبط ، فلو قلت خطاب وسكتت فإن هذا يحتاج إلى توضيح لأنه يجب أن يقترب بما يوضح معناه، ولذلك قال فولتير مقولته الشهيرة : [قبل أن نتحدث معي حدد مصطلحاتك].

ولفظ الخطاب أكثر ما يرد عند الأصوليين لأن غايتهم هي معرفة كيفية اقتباس الأحكام من الأدلة (والتي هي الخطاب).

الفرق بين الاتصال العادي و الاتصال الإقناعي:الاتصال العام هو اتصال عادي دون توظيف أي أسلوب من أساليب العمدية الهادفة ، وهو الموظف في كل أنواع الاتصال في مختلف مجالات الحياة ، الهدف منه أساسا هو الإخبار والإعلام ، وهو أشمل للاتصال الإقناعي .

بينما الإتصال الإقناعي فهو اتصال هادف مخطط له سلفا، قاصدا من ورائه إحداث تأثير في المستقبل بأي شكل من الأشكال ، المهم أن يستجيب له ويحدث التغيير لأنه استعمل في الحجاج والبرهان والاستدلال للوصول إلى العاطفة أو العقل حسب الهدف المنشود وقد حدد هربرت ليونبورغ خمسة مراحل للإتصال.

المرحلة الأولى : مرحلة إدراك الشيء : بعد تعرض الفرد للرسالة يحاول عفويا التعرف على محتوى الرسالة وحجمها وأهميتها بالنسبة إليه ، فهو يكون في موقف التقرب لأول مرة من الفكرة العامة للرسالة أو الشيء المروج له .

المرحلة الثانية : مرحلة المصلحة و الاهتمام : بعد إدراك الرسالة وتلقيها يحاول المتلقي معرفة الجوانب المهمة في الرسالة والتي تحقق له مصلحته ليتم التركيز عليها .

المرحلة الثالثة : مرحلة التقييم: يعمل المتلقي على التفريق بين حالته السابقة وما أحدثته الرسالة من تغيير أي بحسب نسبة الفائدة التي يربوها في حالة التعامل مع الفكرة .

المرحلة الرابعة : مرحلة المحاولة : يحاول المتلقي إدراك المنفعة الميدانية للفكرة .

المرحلة الخامسة : مرحلة التبني :بعد تجريب المنتج وإدراك القيمة النفعية والاستعمالية لها يقوم المتلقي بتبني الفكرة فيصبح يتحدث باسمها ، ويحاول نشرها .

الإقناع والاقتران :

وإذا تحدثنا عن الإقناع في العلاقات العامة ، فإننا نقصد بالعملية السلامة من مختلف أساليب التأثير التي تعتمد

القهر والضغط والإجبار والإغراء وتزييف الحقائق وتهيج الغرائز ، بينما حدوث عملية الإقناع بهذه الأساليب أمر مخالف للمبادئ والقيم ، مع أنه يعتبر إقناع ومن أمثال هذه الكلمات : الإغراء ، التفاوض ، فبعضها تهيج للغرائز وبعضها تزييف للحقائق وبعضها مجرد حل وسط واتفاق دون اقتناع وبعضها تزييف للحقائق وبعضها مجرد حل وسطي واتفاق دون اقتناع .
، بمعنى يجب لحدوث الإقناع الحقيقي أن يتحول إلى عملية اقتناع يتطلب من الطرف الثاني أن يفهم ويرحب ويميل نحو أفكار الطرف الأول [القائم بعملية الإقناع] .

عملية الاقتناع : اشترط أهل العلم أن تكون عملية الاقتناع تفاعل بين الطرفين [المرسل والمستقبل]، فعملية الاقتناع تتكون من شقين

1- المعرفة العقلية: يعتمد الطرق السلمية للتفكير ، وبها يصل إلى الحجج العقلية المنطقية قابلة لأن تؤدي إلى اقتناع الطرف الآخر.

2- القبول القلبي: إن النتيجة المنطقية الناتجة عن التفكير السليم مالم يستقبلها القلب ويطمئن إليها لا تفيد شيئا لكن إذا قبلها القلب صارت قناعة .

فالاقتناع إذن : معرفة الشيء بالعقل ومن ثم قبوله بالقلب ، أما المعرفة العقلية دون القبول بالقلب فلا يمكن أن تؤكد حصول عملية الاقتناع ، وعمليا فالمسؤولية لا تقع فقط على المرسل بل يجب أن تكون أيضا على المستهدف الذي يجب عليه إبداء الاستعداد النفسي لذلك وتقبل ملاحظات وآراء الآخرين.

الفرق بين الإقناع والاقتناع وعلاقتهما بالحجاج :

لم يكن المهتمون يشتغلون في التفريق بين الأمرين إلا من حيث ترتب الاقتناع على الإقناع.

ولكن الخطابة الجديدة عند شايم بيرلمان و لوسي تيتيكا تفرق بينهما ، بل تعتمد نظرية هذه الخطابة الجديدة في جزء كبير منها على أساس التفريق بينهما ، وهذا ما يعني الجانب الاستراتيجي في استعمال الاقتناع بدل الإقناع ، فالإقناع عند بيرلمان وتيتيكا هو غاية الحجاج ، بمعنى أن الاقتناع مرتبط بما هو عقلي على اعتبار أنه إذعان نفسي مبني على أدلة عقلية ، أكثر من الإقناع بما يسمح باستعمال الخيال والعاطفة في حمل الخصم على التسليم للشيء.

ويشدد شايم بيرلمان ولوسي تيتيكا على تقسيم الحجاج إلى قسمين بحسب نوع الجمهور:

حجاج إقناعي: وهو يرمي إلى إقناع الجمهور الخاص ، وحجاج اقتناعي وهو حجاج غايته أن يسلم به كل ذي عقل.

ولذلك عرفه: طه عبد الرحمن بأنه : «هو كل منطوق به موجه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحق الاعتراض عليها».

وعليه فالإقناع ليس شرطا أن يكون حجاجيا ، لأن الحجاج لا بد أن تكون فيه قضية خلافية وعليه يكون كل نص حجاجي نص إقناعي وليس كل نص إقناعي نص حجاجي

بالرغم من هذا التداخل الكبير بين مصطلحي الحجاج والإقناع إلا أن هناك حدا فاصلا بينهما يتمثل في درجة التوكيد ، حيث يرى أوستين فريلي أن الحجاج والإقناع جزءان من عملية واحدة ، ولا اختلاف بينهما إلا في التوكيد ، إذ يولي الحجاج الدعاوي المنطقية أهمية خاصة أما الإقناع فإنه ينعكس على التوكيد الذي يبطل ضده.

ومنه يمكن وصف البلاغة بأنها الإقناع من خلال الخطاب كما أن الخطاب لا ينبني بمعزل عن متلقيه ، فهو شرط في إقامته ، ودليل على خروج النص إلى الفعل ومرجع له وبهذا تبني البلاغة على ثلاثية [المتكلم/الخطيب]+[المتحدث إليه/السامع] + موضوع الخطاب.

التأثير والتأثر والأثر وعلاقتها بالإقناع :

التأثير والأثر والتأثر مصطلحات لها علاقة وطيدة بالإقناع ، فمجملة أنه اتصال حصل من خلاله إقناع ، فهو عمق الاتصال الإقناعي أما التأثير والتأثر فينتج عنهما أثر ، وهو الواقع السلوكي لعملية الإقناع.

التأثير: و التأثير أعم من الإقناع ، لأنه في اللغة يفيد الإبقاء ، أي إبقاء الأثر في الشيء أي ترك فيه أثرا.

إلا أنه يقرب بدرجة كبيرة من الإقناع إذا تأثر من قصد بالتأثير وقال في المصباح المنير : أثرت فيه تأثيرا ، جعلت فيه أثرا وعلامة و تأثر : أي قبل وانفعل.

وإذا ربطنا الأمر بالوسيلة الإعلامية مثلا نقول : تأثر المشاهد بالبرنامج الفلاني : إذا انفعل وتفاعل معه وأنتج بذلك أثرا أي سلوكا – أثرا- فتكون الوسيلة الإعلامية قد قامت بالتأثير بهذا البرنامج أو المشاهد تأثر به وأحدث البرنامج أثرا على المشاهد أي تفاعلا وسلوكا بالالتزام والابتعاد ، وكل هذه عملية تسمى الإقناع ، وتفاعل المستقبل مع ذلك يسمى اقتناعا.

1. الإقناع والتأثير : قد تأتي الكلمتين مترادفتين وتفيدان الاستجابة عموما.

2. يختلف الإقناع عن التأثير على اعتبار أن الإقناع محله النفس والعاطفة أي القبول والرضا والاطمئنان بينما التأثير والتأثر والأثر فيكون على مستوى السلوك أي ترجمة ما في النفس إلى واقع فيتفاعل معه بالفعل أو الترك .

3. قد يؤدي الإقناع والقناعة إلى التأثير والتأثر مثل اقتناع المدخن بحرمة التدخين وخطره الصحي والاقتصادي يكون ذلك سببا إلى تركه.

4. قد تحصل قناعة وإقناع بحجج قطعية دون أن يكون لها أثر عملي .

5. قد يتسبب التأثير – الانفعال – في حصول القناعة – كمن رأى حادث مرور الذي حدث بسبب السرعة ما يجعل الشخص يقتنع بعدم الإفراط في استعمال السرعة .

6. قد يحدث تأثر بالموقف ولكن دون قناعة ، كمن يصلي خوفا من أبيه أو تلبس الحجاب دون قناعة ، أي لأن الواقع يتطلب ذلك أو تظاهرا أو نفاقا .

7. قد يسعى المرسل إلى التأثير في المرسل إليه فيحدث العكس تماما لأنه لم يحسن توصيل الرسالة أو أن أسلوبه غير مقنع .

بين الحوارية و الخطاب : يعتمد الحوار [في تصور النظرية العرضية] للحوارية الآلية الخطابية التي نطلق عليها اسم : العرض ، والذي تتجلى فيها النظرية العرضية

1. المعارض يعتقد صدق ما يعرض .

2. يلزم المعارض عليه بتصديق عرضه.

3. قيم الأدلة على مضامين عرضه .

4. يوقن ، يصدق قضايا دليله ولصحة تدليله.

*** ويستند هذا التصور [العرضي] للحوارية إلى نموذجين صوريين :**

1. **نموذج البلاغ :** وهو نموذج إعلامي يعتمد على 4 عناصر : الناقل والمنقول والمنقول إليه وأداة النقل ، ولكل منها ضوابط .

2. **نموذج الصدق:** وتقوم على أن صدق الجملة قائم في تحصيل شروط صدقها وهذه المواضع مقيدة في تحديد الدلالة اللغوية فجعلوا دلالة الجملة هي مجموعة الشروط الضرورية والكافية لصدقها .

مثال: هرع الأستاذ إلى الكلية : منطوق العبارة : أسرع.

ولكن المفهوم منها : أن رجلا يمتحن التدريس بالجامعة اتجه إلى المكان الذي يلقي فيه المحاضرات.

وسيلة الإعلام :

هي تجهيز يتيح للناس تبادل ما يعبرون عنه من أفكار أيا كان شكل هذا التعبير وأنى كان مقصده .

الإذاعة: وسيلة إيصال واتصال سمعية جماهيرية تخاطب جمهورا عريضا على اختلاف سنه ، ومستواه التعليمي ، ويمكن سماعها في أي مكان وأي زمان ، لذا تحتل مكانة هامة في المجتمع الإنساني المعاصر.

المذيع: وهو الذي يقوم بنقل الرسالة الإعلامية عبر قناة إعلامية، ويجب أن يتمتع بجملة من المواصفات أبرزها:

- التمتع بالكفاءة اللغوية والصوتية والإلقاءية اللازمة والعمل على تقويتها، وبالتالي : «فإن فصاحة اللسان وسلامة المخارج ووضوح الصوت وتنغيمه ،والقدرة على تمييز أماكن الوصل والفصل ، كما يجب أن يعرف قواعد اللغة العربية ، وأن يتمتع بثقافة واسعة في مستجدات العصر».
- كما يجب أن يتمتع بالذكاء الاجتماعي والعاطفي وسرعة البديهة ، فضلا عن الصدق في تحري الحقيقة وقوة الحجة ، واختيار الأسلوب الذي يناسب المستمعين.

لغة الإعلام :

اختلف الكثير من المدرسين حول اللغة المناسبة لأجهزة الإعلام ، على اعتبار أنها لغة التخاطب اليومي فهي تختلف من مجتمع إلى آخر ، ومن ثقافة إلى أخرى و تؤثر و تتأثر باللغات المحلية واللغات الأجنبية ، ولغة الإعلام ليست لغة الأدب بمعناه التخيلي ، لأنها تحمل بين اللغة وظيفه الاتصال ، كما أنها ليست لغة العلم البحت ، فهي تستمد من العلم الكثير من الكلمات و التعبير ، وتمد اللغة بكثير من العناصر ، بما في ذلك العمل باستمرار على تقريبها من مستوى وعي المجتمع.

وهي لغة مباشرة تصل إلى الهدف الذي تقصده بطريقة فورية معتمدة البساطة والوضوح أو النحت إضافة إلى استعمالها مصطلحات براءة نتيجة ظاهرة التداخل اللغوي والاقتباس و الترجمة الحرفية .

لغة الإعلام بنيت على نسق علمي اجتماعي عادي فهي في جملتها فن يستخدم في الإعلام بوجه عام .

استعمالات اللغة في الإعلام:

تستعمل اللغة العربية في وسائل الإعلام استعمالات متعددة حسب طبيعة الموضوع، وحسب طبيعة الجمهور المخاطب على أشكال نذكر منها :

1. **العربية الفصحى:** وتوظف خاصة في البرامج الإخبارية ، وقد تستعمل في بعض البرامج الثقافية ، خاصة في الإذاعة والتلفزيون ، أما الصحف فنجد اللغة العربية تستعمل خاصة في الصفحات الرئيسية .
2. **اللغة المتوسطة:** وتقع بين الفصحى والعامية ، ويسمىها البعض عامية الفصحى ، وتستعمل في البرامج الترفيهية بمختلف أنواعها الإذاعية والتلفزيونية، وعلى الصفحات العامة في الجرائد.
3. **اللغة الدارجة:** وهي لغة عامية ولكنها مهذبة ، وهي تناسب بعض البرامج الترفيهية والإشهارية.

الإعلام المسموع:

تستعمل الكلمة المسموعة في بعض وسائل الإعلام واعتبارها أساس العملية ، على اعتبار أن الصوت يلعب الدور البالغ في التأثير على المتلقي بما تحمله من خصوصيات في الخفض والجهر و التنغيم ، والترخيم تجعل السامع يلتفت و يتابع و يتأثر ويتفاعل ، وهكذا تتمكن الإذاعة من صناعة الرأي .

و على هذا نجد ان اللغة الإذاعية تصاغ بعبارات بسيطة ، يدرك معانيها أي كان مهما كان مستواه ، وتعتمد كثيرا التأثيرات الصوتية وتوفر برامج تسعى بها إلى إرضاء الجميع في مختلف الميادين وما تمتاز به على وجه الخصوص ، سهولة اقتنائه وسهولة استعماله في أي مكان .

الاتصال الإذاعي:

ينطلق الاتصال الإذاعي من العناصر الأربعة المعروفة - مرسل - ومستقبل - الرسالة - الوسيلة - ثم ينتظر رجوع الصدى ، ولكن ليس بطريقة مجردة كما في العمليات الاتصالية المعروفة، ولكن بإضفاء الطابع الجمالي على هذه

العملية المستهدفة للحواس وللعمق النفسي معتمدا على:

1. **اللغة المكتوبة ذات الجس الصوتي:** باختيار كلمات عذبة منمقة بشكل خاص يكون لها وقع على القلوب والعقول وتعمل على إثارة الانتباه .

2. **الموسيقى:** اغلب الأنشطة الإذاعية تكون مصحوبة بموسيقى خاصة تناسب ذلك العمل، فأحيانا تكون موسيقى تناسب الحزن وأخرى للفرح ، وأخرى للاستقبال والمناسبات المختلفة، حيث تجعل الإنسان في ذلك الجو.

3. **المؤثرات الصوتية:** مثلها مثل الموسيقى يكون لها وقع خاص على القلوب والعقول، حيث تختار أصوات مدروسة مناسبة للحالة التي يريد المذيع أن يجعل فيها مستمعيه.

4. **الصمت:** هو أيضا له دوره في مناسبات وحالات خاصة.

اثر التكنولوجيا على ذلك : للتكنولوجيا أثرها البالغ على لغة الاتصال الإذاعي، حيث صممت مختلف التجهيزات تصميمات خاصة يمكنها التعديل في الصوت ، بجعله رخما يكون له أثره على النفس ، فضلا عن ذلك برفعه أو خفضه دون أي جهد من المذيع ، ناهيك عن الأجواء العامة التي يتواجد فيها المذيع من كونها أجواء محمية ومكيفة وصارمة ، لا تكاد تستمع فيها إلا للمذيع ، بعيدا عن أي تشويش أو صخب خارجي ، وهو ما يخلق راحة لديه ليؤدي دوره على أحسن حال.

نماذج من استعمال اللغة الإعلامية:

1. **من طرائق العرض الدجاجة :** اعتماد أسلوب بطيء لا عجول: ويقصد بالبطء الإطناب و التردد والعجل وعكسه الإيجاز ، فالأسلوب البطيء يدعم الانفعال ويحرك العواطف أما الإيجاز فلا يهز القلوب إلا هزا خفيفا.

2. **من طرائق عرض الخطاب عرضا دجاجيا اعتماد التكرار :** لإبراز شدة حضور الفكرة المقصود إيصالها والتأثير بها.

3. **من طرائق عرض الخطاب عرضا دجاجيا إيراد الحكايات:** الدائرة حول موضوع واحد وإن تعارضت هذه الحكايات ، وبقدر ما يكون الموضوع مخصصا بقدر ما يكون ابعث على الانفعال.

4. إعداد التقرير الصوتي :

التقرير الإذاعي: هو أول شيء تبدأ كتابته ، ولذلك فمن الواجب أن تحتوي كل ما تريد قوله للجمهور من حقائق رئيسية ، كذلك خاتمة التقرير يجب أن تكون أكثر جاذبية وبتوسطهما التقرير الحقيقي.

بداية التقرير يجب أن تكون قوية مثلا: هكذا كانت نهاية العصابة، من هنا يبدأ الحل وغيرها: هي كلمات معبرة وتشد السامع إلى مواصلة الاستماع ، ينبغي أن تكون قصيرة ومدونة كلمات التقرير يجب أن تكون بسيطة ومفهومة في المعنى وقوية في عمق طرحها.

- في تقرير صحي يمكن القول : هنا تنتهي طوابير الانتظار للفحص .
- ونبدأ باستعراض الحجج للرد على الخصوم لإثبات النجاعة مثلا .

5. خطوات تطبيق تقنيات الإقناع في الإشهار المسموع :

إن الهدف الأساسي من الإشهار هو إقناع السامع بغرض الميل إلى اقتناء المنتج وقد اعتمد بعض الخبراء خمس خطوات لإشهار مقنع .

أ. كسب انتباه الملتقي : بأي أسلوب ملفت للانتباه ، ولو كان ضحكا أو تصريرا مثيرا أو أي أسلوب تشويقي ، فضلا عن استعمال المؤثرات الصوتية ، فإذا لم يكن المدخل مثير وقوي فاعلم أن المستمع سيستغل فترة الإشهار في قضاء مأرب هامشية كالحديث ، أو الوقوف وتغيير الوضعية .

ب. الإقناع: باستعمال بعض الأساليب المثيرة والجذابة كاستعمال إحصائيات معينة أو قصة أو تمثيلية - مما هو نادر

ج. إعطاء الانطباع بوجود مشكلة: بتقديم المشكلة بشكل مباشر عن طريق الإيحاء .

د. الإيحاء: تودي للمستمع أن حل مشكلتك هذه لا تجدها إلا في هذا الإعلان ، ومن ثم يترك الحل إلى آخر الإعلان كأن تقول : النهاية الحتمية للصلع مع

هـ. الخطاب المباشر في نهاية الإعلان: يجب أن ينتهي الإعلان بأسلوب عاطفي أو منطقي أو أخلاقي من أجل حث الملتقي على السلعة أو الخدمة المعلنة.

المذيع الاشهاري الناجح : ينبغي أن تتميز بقوة الكلمة والتأثير الصوتي ، والتنسيق مع الموسيقى بحسن مزجها وإدماجها ، ومن جهته يجب أن يعرف المكان الذي يقرأ فيه ببطء والذي بسرعة ، والهدف من كل ذلك هو كيف يفهمه المستمع ويقنع به ، وبينت بعض الدراسات أن المذيع (الرجل) مفضل على المذيعة.

تقنيات الحجاج :

ونعني بالتقنيات مجموعة الأدوات التي يوظفها المذيع أثناء تأدية وظيفته الإعلامية ، سواء تعلق الأمر بالجانب اللغوي أو الجانب الأدائي ، فضلا عن ضرورة التكوين والتدريب المستمر في هذا المجال ، حتى يصل إلى مستوى الاحترافية ، نذكر من أهم هذه الأساليب:

أولا: توظيف نظرية أفعال الكلام:

فمن خلال الثنائية: افعل ولا تفعل تنطلق نظرية أفعال الكلام، لأن الكلام الذي يوجه بين المرسل إلى المستقبل لا يقصد به الإخبار فقط ولكن يقصد به أيضا : محاولة تغيير سلوكه وقد أكد هذا العالم اوستين في كتابه [نظرية أفعال الكلام 1962] وسيرل في كتابه [أفعال اللغة 1969] .

ونقصد بأفعال الكلام: أنها أقوال وملفوظات تتجاوز حدود الكلمات الملفوظ بها إلى الفعل الإنجازي والتأثير الذي يتركه لذلك الإنجاز فهي تبتني على 3 عناصر :

أولا : فعل القول: يراد به إطلاق ألفاظ في جمل مفيدة سليمة التركيب ، وذات الدلالة ، تحمل في طياتها مفردات ومعانيها [حمولات قضوية] وإخبارية تشتمل على مستوى صوتي وتركيب و دلالي – مثال : اخرج يا محمد / أشكرك يا علي.

ثانيا : الفعل المتضمن في القول: وهو الفعل الإنجازي الذي يحدد الغرض المقصود ، بالقول كصيغة الأمر في أي جملة .

ثالثا : الفعل الناتج عن القول: وهو ما ينتج عن القول من آثار لدى المخاطب أثر فعل القول ، كإقناع المخاطب وحثه وإرشاده ، كل هذه الثلاثة تتم في لحظة واحدة حتى يقع الفعل الكلامي كاملا، ومع هذا تنوع الأقوال الإنجازية إلى أقوال ظاهرة وأقوال مضمرة .

النتيجة :الفعل الكلامي: ثلاثة :

1. فعل القول
2. الفعل المتضمن في القول
3. الفعل الناتج عن القول .

بمعنى أن اوستين يربط الأقوال بالأفعال والمقال بالمقام.

ثانيا: الروابط والعوامل المعتمدة في الحجاج:

الربط قرينة لفظية تعمل على اتصال احد المترابطين بالآخر ، وبالتالي حدوث الاتساق بين الطرفين وهي من أهم الأسس التي اعتمد عليها ديكر و وانسكومبر في نظريتهما الحجاجية ، بمعنى أن المكون الحجاجي في المعنى الأساسي ، والمكون الإخباري ثانوي ، واهم الروابط مثلا حروف العطف [الواو-حتى-ثم-أو] زيادة على لكن وبل وإلى وواو الحال وأدوات نصب المصارع وغيرها.

أ. الروابط الحجاجية: يميز الخطاب الحجاجي بين نوعين من الأدوات اللسانية أي تحقق الوظيفة الحجاجية و الترابط داخل النص الحجاجي ، فأما النوع الأول فتمثله حروف ك: الواو – الفاء – لكن- اذن . و الثاني : تمثله جملة من الأساليب المتضمنة داخل الملفوظ الحجاجي كالنفي والحصر ويلحق بها عوامل حجاجية ذات وظيفة محددة دلاليا مثل : تقريبا / على الأقل / منذ / إبدأ

لكن : تربط بين حجتين لهما توجه حجاجي واحد وإن كانت حجتين متعارضتين فهي لا تقع إلا بين كلامين متغايرين في النفي والإيجاب، فالحكم في لكن بعده يخالف قبله وعملت الربط الحجاجي بين الأمر الذي قبلها مع نقيضه الذي بعده.

بل : اعتبره النحويون لنفي الكلام واثبات غيره : فهي تقع بعد النفي والإثبات فهو يوجد تعارضا بين ما سبقه

وما يتبعه ويتجه إلى النتيجة ت ويجعل من القول الثاني يتجه إلى نتيجة لا- ت ، وعموما فالتكلم يقدم الحجة الثانية بوصفها الحجة الأقوى لأنها توجه الخطاب أو القول

وهناك روابط أخرى يتضح معناها في النص.

ب. العوامل الحجاجية : الحجاج بالنفي – الحجاج بالقصر – الحجاج بالتوكيد

1. الحجاج بالنفي: النفي باستخدام أدوات النفي المختلفة ، وعاملية أدوات النفي الحجاجي يمكن إدراكها بادراك النتيجة التي يريد المحاجج توجيه المتلقي إليها ، فإذا قال الخصم لخصمه : أنا لست المقاتل الذي يستسلم للتهديد إلا وأنتي أقاتل إلى آخر نفس لي فجمع هذا النفي المتعدد لنتيجة واحدة .

2. الحجاج بالقصر : القصر معناه توكيد مضاعف له بعد حجاجي أعظم ، إلى نتيجة مضمرة ، ويستعمل في حال إنكار المتلقي للخبر ويرد لتمكين الكلام وتقريره في ذهن ويكون إما:

أ. القصر بالنفي والاستثناء : فيراد منه : قصر الشيء وحصره ، يصاحبه دون سواء ليحقق التوكيد كقولي لكم : لا تفعلوا إلا ما أمركم الله به ، فيمكن القول : افعلوا ما أمركم الله ولكن إضافة إلا تفيد والحصر والقصر .

ب. القصر بأداة القصر : إنما : « إنما أنا رسول ربك لأهب لك غلاما زكيا » الآية ، ويقصد قوله : ما أنا إلا [أي نفي وإثبات] أفاد القصر على من هو وما دوره ؟ والحديث : «إنما الأعمال بالنيات » أصلها الأعمال بالنيات وإنما تفيد الحصر والقصر

3. الحجاج بالتوكيد : وله 3 أغراض :

الأول: أن يدفع المتكلم ضرر غفلة السامع عنه.

الثاني: أن يدفع ظنه بالكلام الغلط

الثالث: إن يدفع المتكلم عن نفسه ظن السامع به تجوزا

***1 عبد المالك يقرأ القرآن *2 إن عبد المالك يقرأ القرآن *3 إن عبد المالك يقرأ القرآن**

إن إضافة حروف التوكيد [إن و اللام] تفيد التأكيد على ما يقوم به عبد المالك وأنه أمر مهم [مؤكد على ضرورة السماع له]

الفرق بين الروابط الحجاجية والعوامل الحجاجية : الروابط الحجاجية تربط بين قولين أو حجتين على الأصح أو أكثر وتستند لكل قول دورا حجاجيا حسب السياق التداولي {بل، لكن ، حتى} أما : العوامل الحجاجية تقوم بدور حصر الإمكانيات الحجاجية ، وتقيدها داخل ملفوظ حجاجي معين ومن أدواته : ربما – تقريبا – كاد – قليلا

الآليات الحجاجية:

يمكن التمييز بين البلاغة والمنطق في كون المنطق مرتبطا بقواعد مضبوطة لا جدل فيها ولا نقاش ، بينما القيم البلاغية نسبية يمكن أن تختلف من شخص لآخر عند التعاطي معها مثلا كلمة : الاحترام ، قيمة أخلاقية ومبدأ إنساني لا يقاس ولا يوزن وإنما يكون بحسب تصور كل فرد حسب البيئة التي يعيش فيها الإنسان وحسب طبيعة الشخص الذي نكن له هذه القيمة الأخلاقية.

تُعرّف «الآليات الحجاجية» بأنها الطرائق والمبادئ التي تحكم البناء الحجاجي في خطاب ما، وإذا أردتها بعبارة أخرى، فإنها الطرق والأساليب التي يتمثلها المتكلم، عن وعي وقصد حجاجيين، من أجل رفع رصيده الحجاجي، بما يكفل له القدرة على التأثير في المخاطب وإقناعه بشكل أنجع.

كما سبق و أن اشرنا فإن دلالة الحجاج إما أن تكون من منطوق النص ، صريح أو غير صريح، وإما أن تكون من مفهومه .

قال تعالى:«ولا تقل لهما أف» بالنسبة للولدين باعتبار أن التأفف هو أصغر ما يمكن أن يظهر عدم الرضا والعقوق وتفسير عليه كل ما من شأنه الإساءة إلى الوالدين.

تقسيم بيرلمان لتقنيات الحجاج: يقسم بيرلمان وتيتيكا تقنيات الحجاج اللغوية إلى فئتين:

1\ تقنيات الوصل : وهي ما يتم به فهم الخطط التي تقرب بين العناصر المتباعدة في الأصل لتمنح فرصة توحيدها من أجل تنظيمها و كذلك تقويم كل منها بواسطة الأخرى سلبا أو إيجابا .

2\ تقنيات الفصل : هي التي تكون غايتها توزيع العناصر التي تعد حلا واحدا أو على الأقل مجموعة متحدة ضمن بعض الأنظمة الفكرية أو فصلها أو تفكيكها. وعلى هذا يمكن تقسيم تقنيات الحجاج إلى :

أولا : الأدوات اللغوية الصرفة \ **ثانيا :** الآليات البلاغية \ **ثالثا :** الآليات شبه المنطقية

اولا: الآليات اللغوية الصرفة :

1. ألفاظ التعليل: ومن هذه الألفاظ: المفعول لأجله ، وكلمة السبب ولان إذ لا يستعمل المرسل أي أداة من هذه الأدوات إلا تبريرا وتعليل لفعله بناء على سؤال ملفوظ به أو مفترض وهو إما مجرد من ال و الإضافة ومضاف ومقترن بال وهذا القسم دقيق في استعماله وفهمه.

مثال:

أ. مقترن بـ « انك تحفظ نفسك من الغيبة : قال :لو كنت مغتابا أحدا لاغبت والدائي لأنهما أحق بحسناتي.

ولأن : نستعمل في الحجاج بغض النظر عن فعل الكلام المنجز فقد يكون في الإثبات أو النفي.

ب. ومنها أيضا استعمال :«كي» كقول هذا الأب لابنه :«أنا اتعب وأشقى كي ارفع من شأنك....»

ج. و من هذا أيضا ذكر كلمة: «السبب» الترف يزيد الدولة في أولها قوة إلى قوتها ، و السبب في ذلك أن القبيلة إذا حصل لهم الملك والترف كثر التناسل والولد فكثرت العصابة.....

هذا ما قاله ابن خلدون في حديثه عن قوة العمران وقد يرد التعليل السببي في التراكيب الشرطية الظاهرة و هو ادعى لتوليد حجج جديدة ذات صلة بالحجة الأولى «.....فانه إذا سفكت الدماء استحكمت الشحنة و إذا استحكمت الشحنة نقصت عرى الإبقاء و شمل البلاء».

فكانت الحجة الأولى مقدمة ظاهرة ستتبع نتيجة فتصبح النتيجة مقدمة لما بعدها.

الحجة التداولية: يرى بيرلمان وتيتيكا أن الحجة التداولية معناها الربط بين المقدمة والنتيجة بالانتقال من أحدهما لأخرى في تسلسل معين وباستعمال أدوات لغوية معينة وهي التي تمنح فرصة التقويم لعمل ما ، أو حدث و ذلك بالنظر إلى تتابعاتها المرغوبة أو غير المرغوبة ومن هذا ينبثق ما يسمى بثمين الأعمال حاضرا ومستقبلا فتتجاوز فائدتها المرسل بها إلى توجيه السلوك والفعل المستقبل .

2. الأفعال اللغوية:

تترتب الأفعال حسب مقدار الاستعمال ، فالمرسل يستعمل أغلب الأفعال التقريرية لمواصلة حجاجه من خلال التأكيد أو الادعاء .

أ. فالأفعال الالتزامية: تستعمل للتعبير عن قبول وجهة النظر أو الرغبة في الحجاج من عدمه وفي تدعيم موقف المرسل الذي اتخذه لقبول التحدي والدفاع عن موقفه ، وتستعمل كذلك للتعبير عن الموافقة عن مناصرة الدعوى أو معادلتها واتخاذ القرار ببدء النقاش مع الموافقة على ضوابطه .

ب. أما الأفعال التوجيهية فلا يستعمل المرسل جميع أصنافها ، وذلك لطبيعتها التي لا تناسب ما تقتضيه طبيعة النقاش.

وعليه فانه عند التحاج قد يستعمل المرسل كلاما بمثابة إجابة على سؤال متوقع وقد يستعمل إجابات متعددة لسؤال مطروح ، وهذا ما يسمى بالدور المساعد على تركيب الخطاب عند التحاج .

ومن هذه الأساليب أيضا أسلوب الاستفهام والاستفهام أنواع :

أ. **الاستفهام التقريري :** التقرير هو أن تحمل المتلقي على الاعتراف بشيء ثبت عنده ، فهو أسلوب مستعمل في الإقناع و يلزم مخاطبين بالحجة.

كأن تقول للمدخن : « طلب منك أن تصنف جميع المأكولات و المشروبات الموجودة إما هي من الطيبات أو من الخبائث ؟ فأين ستصنف الدخان؟

وتكمن قوة الحجاج هنا في الحدس بمدى استجابة المرسل إليه كما يريد أن يقنعه في الإقلاع عن التدخين وكما أن الحجاج يمكن أن يكون بالاستفهام يمكن أن يكون:

ب. الاستفهام بالنفي أو يأتي في سياق النفي: كما قوله تعالى: «الم تر كيف فعل ربك بأصحاب الفيل...» ويسمى بالاستفهام الإنكاري من ابلغ الأساليب .

ومنه الاستفهام والسخرية والتحقير ، قال تعالى: «أرأيت الذي يكذب بالدين»، «أرأيت الذي ينهى عبدا إذا صلى».

3. الحجاج بالتبادل:

يحاول المرسل بهذه الإلية أن يصف الحال نفسه في وضعيتين متقابلتين : قال عليه السلام : لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه» وكقول القائل :«عامل الناس كما تحب أن يعاملوك» ولمن يطلب منك عملا غير ممكن أن تقول له : ضع نفسك مكاني ، هل يمكن أن تفعله؟

4. الحجاج بالوصف: ومنه : الصفة واسم الفاعل واسم المفعول.....

أ. الحجاج بالصفة: كقوله: أحببت دورية الشرطة عندما كانت تقوم بدورية روتينية لوصف الدورية بأنها كانت عادية وبدون أي أغراض عدائية.

ب. الحجاج باسم الفاعل: كوصفنا لشارون بأنه مجرم ، فكلمة مجرم : اسم فاعل فهو حجة ليسوغ للمرسل لإصدار الحكم الذي يريد لنبني عليه النتيجة.

ج. اسم المفعول: هو اسم مشتق يدل على معنى مجرد غير دائم و لمن وقع عليه المعنى فلا بد أن يدل على الأمرين معا : كمن يقول : « أنا مظلوم أنصفوني ».

فهو إما ظالم أو مظلوم فإن كان ظالما فلا يستحق النصرة و إن كان مظلوما استحق ذلك.

ثانيا : الآليات البلاغية:

1. تقسيم الكل إلى أجزاء: قد يذكر المرسل حجه كليا في أول الأمر ثم يعود إلى تقسيمها وتعداد أجزائها إن كانت فيها أجزاء حفاظا على قوتها الحجاجية مثالها : الكلام : اسم وفعل وحرف . مثال : قرر بشار الأسد : تحرير سوريا من يد المعارضة في ظرف وجيز لا يتجاوز سنة ، مقدما كل الأدلة على ذلك ، وبعد مرور تلك الفترة ولم يتمكن من ذلك حاول تبرير ذلك ، بانقسام الشعب السوري إلى طوائف ، وأنه بدأ في تحريرها بحسب قوتها والمهم أن المعارضة لم تدخل دمشق وأن القتال ما زال في ريف دمشق.

2. الاستعارة: قد يكون استعمال المجاز ابلغ من استعمال الحقيقة ، ولذلك أحيانا يلجأ إلى استعمال الاستعارة حجاجيا: « إذ نعرف الاستعارة الحجاجية بكونها تلك الاستعارة التي تهدف إلى إحداث تغيير في الموقف الفكري و العاطفي للمتلقي».

قال عروة بن الورد : واصفا قومه في الحرب و السلم : ثعالب في الحرب العوان فإن تبخ ***** وتتفرج الجلي فإنهم الأسد .

ويفترض طه عبد الرحمن عدد من الافتراضات لبناء النظرية التعارضية للاستعارة في الحجاج وهي :

أ. القول الإستعاري قول حوارى ، وحواريته صفة ذاتية له.

ب. أن القول الاستعاري قول حجاجي ، وحجاجيته من الصنف التفاعلي نخصه باسم التحاج.

ج. إن القول الاستعاري قول عملي وصفته العملية تلازم ظاهره البياني والتخييلي .

3. التمثيل (التشبيه): وهو عقد صورة بين صورتين ليتمكن المرسل من الاحتجاج وبيان حججه كما ورد في الحديث : « أصابي كالنجوم بهم اقتديتم اهتديتم » .

فإن استعمال الخطيب لتصوير كهذا يكسب الموضوع قوة ويعطي للشبه صورة حجاجية قوية تجعل السامع ينبهر به .

4. البديع : ان استعمال بعض المحسنات البديعية الغرض منها ليس التنميق والتحسين في الشكل كما يطلو للبعض أن يتصور ولكن يهدف إلى الإقناع وبلوغ عمق العملية ، مثل المقابلة والطباق والجناس وغيرها

ومنه مثال : انتم ازهد مني قالو : كيف؟ قال :

لأنني ازهد في الدنيا وهي فانية ***** وانتم تزهدون في الآخرة وهي باقية

الدنيا الفانية / الآخرة الباقية : مقابلة.....

5. الكناية : عرفها الجرجاني : هي إثبات المعنى ، أن تعرف ذلك المعنى عن طريق العقول دون طريق اللفظ لا ترى انك إذا نظرت إلى قولهم: «هو كثير رماد القدر ، وعرفوا أنهم أرادوا انه كثير الضيوف».

وعرفها السكاكي: لفظ أطلق وأريد به لازم معناه مع جواز إرادة ذلك المعنى ..

وعرفها العسكري : هو أن يكنى عن الشيء ويعرض به و لا يصرح.

ثالثا: الآليات الشبه المنطقية :

هي عبارة عن مجموعة من التقنيات المتنوعة التي يقتبسها فاعل الحجاج من المنطق، نذكر منها ما يلي:

- **الاستقراء:** يتحدد الاستقراء تبعا لأرسطو باعتباره إجراء يتم عبره الانطلاق من الخاص إلى العام، و استنباط ما هو كلي. إنه يحيل على المعطيات (أي يترسخ في الملموس)، و يتيح فحص الممكنات (أي يترسخ في الموضوعية).

- **الاستنباط:** وهو عملية عقلية ينتقل بها الفكر من التعميم إلى التخصيص أي إخراج الجزئي مما هو كلي. يتعالق القياس مع الاستنباط المتضمن لمقدمتين منطقيتين (واحدة كبرى و الأخرى صغرى) و نتيجة.

كما يجسدها السلم الحجابي ويندرج ضمنه الكثير منها الروابط الحجابية - درجات التوكيد - الإحصاءات - وآليات الصيغ الصرفية مثل التعدية ب : افعل التفضيل والقياس وصيغ المبالغة .

- نظرية السلالم الحجابية:

تتناول هذه النظرية تصورا لعمل المحجاجة من حيث تلازم بين قول الحجة أو نتيجتها ، لكن قول الحجة والنتيجة في تلازمها يعكس ما للحجة في مقابل النتيجة الوحيدة على أن هناك تفاوتاً من حيث القوة فيما يخص بناء هذه الحجج ، كما أن الحجج قد تقسم إلى قسم واحد : كقولنا : النتيجة : الطالب الناجح يجتهد ، القول الأول : نجح في المسابقة بامتياز تحصل على الجائزة ...

نظرية السلالم الحجابية في الخطاب تعتمد على التدرج في توجيه الحجج ، ويختلف المتكلمون في بناء منظومة السلالم إذ أنها مقسمة بالخصوصية والذاتية ، فالبعض يلخص موقف خصومه والبعض الآخر يدمج في برهانه ويتبناه مؤقتاً .

1. السلم الحجابي :

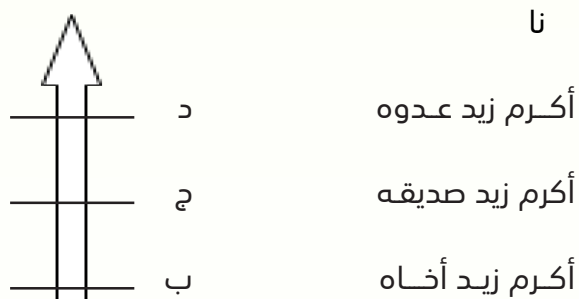
هو مجموعة غير فارغة من الأقوال مزودة بعلاقة ترتيبية وموفية بالشرطين التاليين :

أ. كل قول يقع في مرتبة ما من السلم يلزم عنه ما يقع تحته بحيث تلزم عن القول الموجود في الطرف الأعلى جميع الأقوال التي دونه.

ب. كل قول كان في السلم دليلاً على مدلول معين ، كان ما يعلوه مرتبة دليلاً أقوى عليه.

مثال ذلك: لو قلنا بأن زيدا من أنبل الناس خلقاً. ثم أردنا أن نستدل على ذلك من خلال صفاته الخلقية فإننا نتدرج بها من أدنى إلى أعلى فنقول: 1- أكرم زيد أخاه (ونرمز لها ب) 2- أكرم زيد صديقه (ج) 3- أكرم زيد عدوه (د)

فإننا تدرجنا وفقاً للسلم الحجابي من أدنى إلى أعلى ، حيث ب ج د ترمز إلى الأدلة ونا إلى المدلول منها



فحينئذ القول د يلزم عنه القول ج الذي يلزم عنه بدوره القول ب كما أن د هو أقوى إثباتاً للمدلول نا من ج الذي هو بدوره أقوى إثباتاً لهذا المدلول من ب

والذي يعنينا من السلم الحجابي هو جملة القوانين التي استخرجها أصحابه مقتصرين في إيرادها على الصورة

العامة لها.

يرد في الخطاب الحجاجي تعدد الحجج التي تنتمي إلى فئة حجاجية واحدة إلا أنها تختلف فيما بينها من جهة قوة الحجة و ضعفها ، أدى ذلك إلى وضع آليات شبه منطقية تحكمها تسمى السلم الحجاجي ، فكل قول يرد في درجة ما من السلم يكون القول الذي يعلوه أقوى منه ، وكذلك إذا كان القول [ب] يؤدي إلى النتيجة [ت] فهذا يقتضي أن القول [ج] والقول [د] اللذان أعلى منه درجة يؤيدان إليها أيضا.

مثال : ب: زيد حصل على الشهادة الابتدائية.

ج: زيد حصل على شهادة البكالوريا

د: زيد حصل على شهادة الليسانس .

ت: النتيجة الواحدة لهذه الحجج الثلاثة : كفاءة زيد العلمية .

هذه تسمى الفئة الحجاجية وهي نفسها السلم الحجاجي [فهي عبارة عن مجموعة من الأقوال مزودة بعلاقة ترتيبية.

قوانين السلم الحجاجي :

ويخضع السلم الحجاجي لثلاثة قوانين تحكمه :

أ. قانون النفي (تبديل السلم) : إذا كان القول دليلا على مدلول معين فان نقض هذا القول دليل على نقيض مدلوله.

-زيد مجتهد لقد نجح في الامتحان . - زيد ليس مجتهدا انه لم ينجح في الامتحان .

ب. قانون القلب : إذا كان احد القولين أقوى من الآخر في التدليل على مدلول معين فان نقيض الثاني اقوي من نقيض الأول في التدليل على نقيض المدلول، يرتبط أيضا بالنفي مفاده انه قانون السلم الحجاجي للأقوال المنفية وهو عكس سلم الأقوال الإثباتية.

مثال : حصل على البكالوريا وعلى الليسانس أيضا.

لم يحصل على الليسانس بل لم يحصل على البكالوريا.

حصوله على الليسانس اقوي حجة على مكانته العلمية ، من حصوله على البكالوريا ، في حين عدم حصوله على البكالوريا أقوى حجة على عدم كفاءته العلمية.

ج. قانون الخفض : إذا صدق القول في مراتب معينة من السلم فإن نقيضه يصدق في المراتب التي يقع تحتها .

مثال 1: الجو ليس باردا : فنحن نؤل القول : إذا لم يكن الجو باردا فهو دافئ أو حار ونستبعد التأويلات التي ترى أن البرد قارس وشديد.

المثال 2: إن الأصدقاء حضر قلتهم إلى الحفل.

- ويحول المثال الأول :إذا لم يكن الجو باردا فهو دافئ أو حار.
- ويحول المثال الثاني: إذن لم يحضر إلا قليل منهم إلى الحفل.

2- المواضع:

المواضع: المواضع شرط أساسي في الحجاج .

أ. العلاقة الحجاجية تتطلب وجود موضع بين الحجة والنتيجة .

ب. إن للمواضع أشكالاً لا تحدد ب أكثر أو أقل ضمن منطقة قوة محددة . يرمز ل أكثر (+) و ل اقل (-) .

أربعة مواضع وهي : $(++)$ $(--)$ $(+-)$ $(-+)$.

مثال : اشتر لابنك هذه اللعبة فثمنها خمسون دينار $(++)$

لا تشتري لابنك هذه اللعبة فثمنها خمسون دينار $(+-)$

اشتر لابنك هذه اللعبة فما ثمنها إلا خمسون دينار $(-+)$

لا تشتري لابنك هذه اللعبة فما ثمنها إلا خمسون دينار $(--)$

قائمة المراجع:

- 1 - مصطفى عشوي : سلسلة الدراسات الإعلامية لعالم الاتصال - ديوان المطبوعات الجامعية - الجزائر ، ط 1 ، 1992 ص 27
- 2 - امجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز بادي الشيرازي - القاموس المحيط - دار الكتاب العربي - د ت ط - د م ت ج 3 ص 76
- 3 - ابراهيم أنيس و آخرون : المعجم الوسيط - دار الفكر بيروت - لبنان - د ت ط ج 2 ص 763
- 4 - عبد الله بن محمد العوشن : كيف نقنع الآخرين - دار العاصمة - المملكة العربية السعودية ط 3 1966 ص 18
- 5 - علي رزق - نظريات في أساليب الإقناع - دراسة مقارنة - دار الصفوة - بيروت لبنان 1994 ص 17
- 6 - علي رزق : نظريات في أساليب الإقناع - دراسة مقارنة - دار الصفوة بيروت لبنان 1994 ص 18
- 7 - نوال محمد عمر : دور الإعلام الديني في تغيير بعض القيم الريفية - مكتبة نهضة الشرق - القاهرة 1984 ص 115
- 8 - عبد الله بن محمد العوشن : كيف تقنع الآخرين - دار العاصمة - المملكة العربية السعودية ط 3 ، 1966 ص 17
- 9 - Philipe breton=ligament dans la communication Colloque SIC Paris août 2003 pl
- 10 - سهير جاد : تقديم عبد العزيز شرف ، وسائل الإعلام و الاتصال الاقناعي ، مطابع الهيئة المصرية العامة - الكتاب القاهرة ط 2003 ص 7
- 11 - سهير جاد : وسائل الإعلام و الاتصال الاقناعي - الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة ط 2003 - ص 11
- 12 - عبد الله بو جلال : محاضرات في الاتصال الاقناعي القيت على طلبة الماجيستر - جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة - 2002
- 13 - ابن منظور : لسان العرب - دار صادر - بيروت ط 1 1995/ [مادة حجج] 230.229/2 -
- 14 - ابن فارس : معييس اللغة - تحقيق عبد السلام هارون : دار الجيل : بيروت ط 1 1991 - ص 27/2
- 15 - باتريك شارودو : الحجاج بين النظرية والأسلوب - عن كتاب نحو المعنى و المبنى : ترجمة: احمد الود ، دار الكتاب الجديد ط 2009/ ص 16
- 16 - بلقاسم دفة: مجلة المخبر : أبحاث في اللغة و الأدب العربي - جامعة بسكرة الجزائر- العدد العاشر 2014
- 17 - عدنان بن ذريل : البلاغة الجديدة - دمشق- 2004 ص 02
- 18 - جميل عبد المجيد : البلاغة و الاتصال ، دار غريب للطباعة و النشر القاهرة ط 2000 - ص 105
- 19 - قدور عمران : البعد التداولي و الحجاجي في الخطاب القرآني الموجه لبني اسرائيل- عالم الكتاب الحديث الأردن ط 2012/ ص 13
- 20 - ابو الوليد الباجي : المخارج في ترتيب الحجاج - عبد المجيد التركي - دار المغرب الاسلامي المغرب ط 2/1987 ص 08
- 21 - طه عبد الرحمن : اللسان و الميزان والتكوثر العقلي ، المركز الثقافي العربي - الدار البيضاء -المغرب ط 1/1998 ص 226
- 22 - طه عبد الرحمن : المرجع نفسه ص 137
- 23 - محمد صفار : تحليل الخطاب وإشكالية نقل المفاهيم - رؤية مقترحة - مجلة النهضة ، المجلد السادس ، العدد الرابع ، اكتوبر 2005 ص 100
- 24 - ابن منظور - لسان العرب -دار صادر بيروت ط 1/1997 مجلد 02 مادة خطب ص 135
- 25 - ابن منظور المرجع نفسه ص 05
- 26 - ادريس حمادي : الخطاب الشرعي - وطرق استثماره- المركز الثقافي العربي بيروت 1994 ص 21
- 27 - اوليفي روبول : لغة التربية وتحليل الخطاب البيداغوجي - ترجمة عمر اوكان ، القاهرة : افريقيا الشر - 2002 ص 41/42
- 28 - حميدة سميسم : الخطاب الإعلامي العراقي - مؤتمر الإعلام الأول جامعة بغداد - كلية الآداب - قسم الإعلام ، 2001 ص 02
- 29 - عبد الهادي بن ظافر الشهري : استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية ، دار الكتاب الجديد المتحدة ط 1/2004 ص 34
- 30 - ابراهيم إيرش: حول حدود استحضار المقدس في الأمور الدينية ، ملاحظات منهجية في مجلة المستقبل العربي -بيروت ع/80*1994 ص 05
- 31 - منتدى طلبة ورقلة - كلية الآداب للعلوم الإنسانية . Ouargla .s forum .info بتاريخ 2018/02/24
- 32 - احمد بن عبد المحسن العساف : الإقناع القوة المفقودة toislam .net الثلاثاء 1مارس 2005
- 33 - طه عبد الرحمن : في أصول الحوار وتجديد علم الكلام بالمؤسسة الحديثة للنشر و التوزيع - الدار البيضاء المغرب ط 1/1987 ص 38
- 34 - هجيرة حاج هني : رسالة ماجيستر - مكتبة الآداب - جامعة الشلف 2014/2015 ص 50
- 35 - Austin freely .j.argumentation and débat world sworth .ed1966p07 publis - 1966
- 36 - عمارة ناصر الفلسفة و البلاغة ، مقارنة حجاجية للخطاب الفلسفي، منشورات الاختلاف الجزائر، الدار العربية ناشرون، بيروت لبنان ط 1/2009 ص 52
- 37 - لسان العرب - مادة الأثر : 5/4 -
- 38 - المصباح المنير مادة اثر 4/1
- 39 - ابن تيمية : مجموع الفتاوى 341/13
- 40 - طه عبد الرحمن : في أصول الحوار وتحديد علم الكلام - المركز الثقافي العربي ط 2000 ص 40

- 41 -فرنسيس بال : مدخل إلى وسائل الإعلام ،عادل بوراي ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، إدارة الثقافة تونس 1996 ص07 - نقلا عن الاقتراض اللغوي في لغة الإعلام العربي .
- 42 -فاطمة زين :دور الإعلام المسموع -إذاعة الجزائر من الوادي -نموذجاً- في تعميم استخدام الفصحى المعاصرة :مذكرة ماستر 2015/2014 ص 47
- 43 -أحمد محمد المعتوق : الحصيلة اللغوية ،عالم المعرفة الكويت 1996 ص 88/89
- 44 -مروان كجك : الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون ، دار طبعة الرياض ، السعودية ط2 ص 16
- 45 -صالح بلعيد : دروس في اللسانيات التطبيقية دار هومة الجزائر ط 3/ص 134.
- 46 -صالح بلعيد : اللغة العربية العلمية ، دار هومة الجزائر 2003 ص 130 .
- 47 -عبد العزيز شرف : وسائل الاعلام لغة الحضارة ، مؤسسة مختار القاهرة ص 344 .
- 48 -ابراهيم السامرائي: المعجم الوجيز في مصطلحات الإعلام ، مكتبة لبنان ناشرون ط1 بيروت لبنان 1999 ص 69 .
- 49 -ابراهيم السامرائي - المرجع السابق ص 69 .
- 50 -ابراهيم السامرائي - المرجع السابق ص 69 .
- 51 -صليحة خلوفي : الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام الجزائرية نماذج من الإذاعة ، التلفزة ، الصحافة المكتوبة ، مخبر الممارسات اللغوية في الجزائر جامعة مولود معمري تيزي وزو 2011 ص 30 .
- 52 -طارق حسن خليل على البحر وعثمان جمال الدين عثمان مجلة العلوم الإنسانية مجلد 18 (1) 2017 جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا.
- 53 -حمادي صمود:أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم كلية الآداب -منوبة -تونس ، المجلد1x3 ص318
- 54 -روبرت هيليار: الكتابة للتلفزيون والإذاعة وسائل الإعلام الحديثة دار الكتاب الجامعي الإمارات العربية المتحدة ط2003/1 ص 119/118.
- 55 -خليل صابات : الإعلان : تاريخ أساسه وقواعده المكتبة الأنجلو المصرية القاهرة مصر ط 3/1997 ص 240 / 241
- 56 -خالد اسماعيل - المديرية العامة للتربية - محافظة ذي قار المجلد05 العدد1 اذار - مارس 2015
- 57 -عبد الهادي بن ظافر الشهري:استراتيجيات الخطاب - مقارنة لغوية تداوليةدار الكتاب الجديد المتحدة،بيروت لبنان ، ط 1 2004 ص508
- 58 -خالد حسين دلكي وأحمد محمد أبو دلو : الدرس الحجاجي في نظرية تحليل الخطاب:مجلة المنارة ، المجلد 21 العدد 3 / 2015 ص 40/
- 59 -ابو حامد الغزالي = المستصف من علم الاصول . شركة المدينة المنورة للطباعة السعودية ط2008 ...ص20
- 60 -محمد الهادي بن ظافر الشهري : استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية دار الكتاب الجديد المتحدة بيروت لبنان ط 1 2004 ص477 نقلا عن :
- cR, perlman and olbrechts tyteca ,the new rhetoric a tretise on argumentation traslated by jhon wikinson and purcell weaver university of notre dame press 1971 p190
- 61 - cR, perlman and olbrechts tyteca ,the new rhetoric a tretise on argumentation traslated by jhon wikinson and purcell weaver university of notre dame press 1971. p 86. 106
- 62 -بن عيسى الطاهر : البلاغة العربية - دار الكتاب الجديد المتحدة بيروت لبنان ط2008/1 ص83
- 63 -ميشيل لودجيرن - الاستعارة و الحجاج - مجلة المناظرة المغرب السنة الثانية العدد 04 شوال 1411 مايو 1991 ص87-88
- 64 -عبد القاهر الجرجاني - دلائل الإعجاز ، تحقيق محمود شاكر مكتبة الخانجي ط 2008 ص 431
- 65 -السكاكي : مفتاح العلوم . تحقيق عبد الحميد هندلوي دار الكتب العلمية ، بيروت ، لبنان . ط 1987 ص 439
- 66 -ابو هلال العسكري : الصناعتينص407
- 67 -طه عبد الرحمن : اللسان و الميزان والتكوثر العقلي ، المرجع السابق ص277
- 68 -شكري المبخوت : الحجاج في اللغة (ضمن كتاب : اهم نظريات الحجاج في التقاليد العربية من أرسطو إلى اليوم : إشراف حمادي صمود جامعة الآداب و الفنون و العلوم الإنسانية تونس 1 ، كلية الآداب منوبة ص 380 .)