

منهجية التكامل المعرفي بين علوم الاتصال والاعلام وعلوم اللغة واللسانيات :

الاستراتيجيات التداولية في تحليل الخطاب السياسي للقنوات التلفزيونية الفضائية المعادية ... تغطية افتتاح المسجد والكاتدرائية نموذجاً

د.ايهاب حمدى جمعة

قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية

المخلص :

منذ العام ٢٠١٣ ظهرت العديد من المحطات التلفزيونية الموجهة الى مصر من الخارج (تركيا بالأساس بالإضافة الى لندن والدوحة) تتبنى منهج العداء للدولة المصرية ، وتتاصر المواقف السياسية لجماعة الاخوان المحظورة ، وسعت هذه المحطات الى تقديم خطاب مُغاير يعتمد على عدد من البرامج الحوارية التى يتم بثها يومياً وفى كل حدث سياسي تتبنى هذه البرامج محاججه واستراتيجيات اقناعية تستهدف بها عقول الجماهير فى مصر والعالم، وتسعى الدراسة الى التعرف على أنواع الاستراتيجيات الخطابية المستخدمة فى تلك القنوات والاساليب التى تنتهجها، وذلك



بالنظر على حدث افتتاح أكبر مسجد وكاتدرائية في مصر، وجاء اختيار الدراسة للخطاب السياسي والاستراتيجيات التداولية في محاولة من الباحث للخروج عن المؤلف في الدراسات الإعلامية وأيضاً في ضوء الحرص على الاستفادة من منهجية التكامل المعرفي وما يمكن أن تسهم به علوم اللغة واللسانيات في تقديم تحليل متعمق في تناول الخطاب السياسي الذي غُيِّب من طرف كثير من الباحثين في دراساتهم الإعلامية ، ذلك أن الخطاب السياسي "المُعادي" للدولة المصرية يستحق منا الاهتمام والمجهودات الكافية من التحليل والدراسة بدون الاكتفاء بالوصف الظاهر لمحتوى الاتصال أو الخطاب.

إن هيمنة مناهج وأدوات التحليل البنيوي في الدراسات الإعلامية لم تمنع من ظهور كثير من الأصوات الناقدة التي أكدت على شكلية هذا النوع من التحليل، لأن السعي لتحويل الخطاب الإعلامي إلى أرقام جافة والاعتماد على حساب التكرار وعلى فئات تحليله المضموني -التي تدعي بدون أساس علمي الدقة والموضوعية، وتتزع إلى تفنيت النص وتحويله إلى مجرد أرقام وبيانات إحصائية- لا تكشف عن معني الخطاب أو المعاني التي يحملها بأى حال من الأحوال، فلربما كلمة تُقال مرة واحدة في خطاب تليفزيوني تحقق نتائجاً مباشرة وغير مباشرة أكثر من كلمة تكررت عشرات المرات ، فالتحليل الكمي عكس التحليل الكيفي يُهمل سياق النص وعلاقات القوى بداخله، فضلاً عن عدم الاكتراث بالمعاني الضمنية أو غير الظاهرة في النص. لذلك تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على كيفية استخدام هذه القنوات المشار إليها للعديد من الآليات التداولية عبر مراحل معينة من خلال الخطاب المتلفز، وأساليب المغالطة المتنوعة المستخدمة في خطابها السياسي لتحقيق أجندة سياسة محددة.

وقد توصلت الدراسة الى استخدام الخطاب المتلفز محل الدراسة لأنوعين من الاستراتيجيات التداولية المستخدمة في الخطاب السياسي وهما الاستراتيجية التصريحية والاستراتيجية التلميحية وهما متفاوتتان شيوعا وأهمية في عينة الدراسة. حيث استخدمت الاستراتيجية التلميحية ومحاولات الإقناع في أحوال عديدة تستهدف الجمهور العام بهدف كسب مؤيدين جدد بينما استخدمت الاستراتيجية التصريحية في سياقات الحديث للجمهور الخاص وهم الأتباع والموالين حيث تستدعي علاقة سلطوية قائمة على سلطة المرسل في حال كونه قيادي بالاخوان المحظورة أو معارض له تاريخ معروف. كما توصلت الدراسة لاستخدام العديد من أساليب المغالطات والتضليل الحجاجي في الخطاب السياسي للفضائيات المعادية منها المحاجه بالقوة و التجهيل والسفسطائية، ومنها القياس المغلوط و غياب المصدر و التماس المشاعر، ومنها ايضا الشخصية و الوهميات و التلغيم بسؤال وغيرها.

الكلمات المفتاحية: الفضائيات الاخبارية، الحجاج، الخطاب، الخطاب الحجاجي، التداولية



مقدمة :

على مر تاريخ الاعلام لم تهدف الرسائل الاعلامية الى الاعلام أو الاخبار فحسب بل كانت تهدف ايضا الى التأثير واستمالة الجمهور والاقناع ان امكن لها ذلك، لذلك نجد أنفسنا عند متابعة الخطاب الاعلامي مضطرين الى التوقف لاستكآة مضمون الخطاب والحجج المختلفة التي يتم استخدامها مصاحبة للاخبار والتعليقات والتقارير الاعلامية التي تتناول نفس الحدث، ولما كانت اللغة هي وعاء الفكر، فيستخدم القائم بالاتصال اختيارات معجمية وتراكيباً لغوية تختلف باختلاف التصورات التي يريد صاحب الخطاب فرضها وتوجيه المتلقى الى التسليم بها، حيث الغلبة في النهاية لا تكون لمن يمتلك المعلومة فقط، بل لمن يمتلك إلى جانب ذلك فن الجدل و قوة الإقناع والتأثير وسلطة الحجاج.

والخطاب الحجاجي هو نسق لساني دال على قيم مشتركة متعددة نفسية، إجتماعية، تداولية، ثقافية، تتظافر هذه القيم في الخطاب لتحقيق قصد المرسل في إستمالة المتلقين لقبول القضايا التي تعرض عليهم لذلك حظيت اللغة بنصيب وافر من الاهتمام والدراسة منذ قرون خلت، لذلك تزداد حاجتنا لفهم هذه اللغة وخصائصها ووظائفها وامكاناتها التعبيرية وآثارها المتوقعة.

ولقد ظهرت عدة مدارس لسانية تُعنى بتحقيق ذلك الفهم وفي بداية القرن العشرين بدأت هذه الدراسات ترى تتوحد لتؤسس علماً قائماً بذاته، وقد كانت البداية الأولى مع العالم اللغوي أو كما يلقب بالأب الروحي للسانيات "فرديند ديوسوسر" لتتوالى بعد ذلك دراسات ونظريات تشهد بولادة علم جديد ألا وهو اللسانيات فنجد "مدرسة جنيف، مدرسة كوبنهاجن، مدرسة لندن ... الخ وكما برزت في أمريكا عدّة تيارات لسانية، كاللسانيات



الوصفية والبنوية الا أن جهود الدارسين والبنويين ظلت قاصرة عن تقديم التفسير العميق للظاهرة اللغوية إذا ما قورن بالدراسات الحديثة التي ارتبطت بالعملية التواصلية وسرعان ما أدرك الباحثون ضرورة تحرير الفكر اللغوي من تلك الدائرة لكي يتخذوا من الخطاب موضوع للدراسة و نتيجة لهذا التصور اللساني ظهر، تيار لساني جديد وهو ما يسمى "بالتداولية".

يعتبر هذا الاتجاه الجديد كردة فعل على تلك الصرامة التي تميزت بها التيارات اللسانية الأخرى و التي أقصت من دراساتها الجانب الحي للغة المتجلي في الكلام باعتبارها عملية تواصلية بين مرسل ومستقبل، خطيب ومخاطب. وبذلك سعت التداولية لتجاوز تلك النظريات و رد الاعتبار لما يعرف بالسياق، فنجاح العملية التواصلية بين الطرفين مرهون بفهم طبيعة الظروف التي تنشأ فيها العملية التواصلية بواسطة اللغة من جهة وبطريقة استعمال اللغة و ربطها بلحظة الإنجاز من جهة أخرى، وهي بذلك تهتم بذلك بالبعد الاستعمالي والانجازي للغة آخذة بعين الاعتبار المتكلم و السياق.^١

وهكذا وبينما في الماضي اقتصرت بحوث اللسانيات على قسمين أساسيين : (النحو التركيبي) و(علم الدلالة) وكان هذان الفرعان يطمحان إلى وصف كل اللغة البشرية ، أضاف اللغويون قسما ثالثا أطلق عليه اسم " التداولية " وهو يعنى بعلاقة العلامة اللغوية بمستخدميها أي على البعد الاستعمالي والإنجازي للكلام وللغة الخطاب آخذا بعين الاعتبار كلاً من المتكلم والسياق الذي ورد فيه .

ولما كان الخطاب السياسي مدونة خطابية مكونة من بيانات معقدة تشكلها الدلالة اللغوية، فهو حقل خصب للدراسات الاعلامية التي تهتم بالتحليل والتقصي، فهو مهم

^١ أبت أومغار صليحة، الأبعاد التداولية في مسرحية الهارب: ظاهر وطار، رسالة ماجستير في اللغة والأدب العربي، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، الجزائر، ٢٠١٦.



لدراسات الاعلامية من جانبين : الأول انه يتحدث عن شؤون الماضي والمستقبل حيث يستعيد السياسيون أحداث الماضي ليثيروا مشاعر الزهو والاعجاب، ويستشفون آفاق المستقبل ليحذروا من عواقب محتملة، فهو حقل خصب للتساؤل والبحث والتنقيب للباحث الاعلامي، كما أن الخطاب السياسي له مميزاته وبياناته التي تميزه كخطاب ملفوظ مركب من الجمل موجه عن قصد إلى المتلقي بقصد التأثير فيه وإقناعه بمضمون الخطاب عن طريق آليات منها: الشرح، التحليل، والإثارة، فالسياسة "لعبة كلمات" وبالتالي هو حقل خصب لاختبار التداولية وتحليل الخطاب^١.

ومنذ العام ٢٠١٣ ظهرت العديد من المحطات التلفزيونية الموجهة الى مصر من الخارج (اسطنبول بالاساس بالاضافة الى لندن والدوحة) تتبنى منهج العداء للدولة المصرية، وتتاصر المواقف السياسية لجماعة الاخوان المحظورة، وسعت هذه المحطات الى تقديم خطاب مغاير يعتمد على عدد من البرامج الحوارية التي يتم بثها يوميا وفي كل حدث سياسي تتبنى هذه البرامج محاججه واستراتيجيات اقناعية تستهدف بها تقديم خطابها المغاير على نحو يكسب عقول الجماهير^٢. وقد تبنت الدراسة تعريفاً اجرائياً لهذه القنوات بأنها "قنوات مُعادية" اختصاراً لوصفها بأنها "قنوات فضائية ممولة من دول أجنبية وموجهة من الخارج باللغة العربية تتبنى خطاباً عدائياً ضد الدولة المصرية"^٣ إن اختيار الدراسة للخطاب السياسي الذي تقدمه هذه الفضائيات

^١ أحمد بن راشد بن سعيد، قوة الوصف، دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه، عالم الفكر، الكويت، عدد ١، مجلد ٣٢، يوليو- سبتمبر ٢٠٠٣، صص ٢١١-٢٣٠.

^٢ ايهاب حمدي، واقع الممارسة العملية لبرامج الحوار (التوك شو) بين القواعد المهنية والمسؤولية الاجتماعية: العملية الشاملة سبتمبر ٢٠١٨ نموذجاً، تحليل مقارنة لعينة من حلقات القنوات المصرية الوطنية و المعادية، المؤتمر العلمي الدولي الرابع والعشرون " نحو تجسير الفجوة بين الاعلام و الجمهور " كلية الاعلام جامعة القاهرة مايو ٢٠١٨

^٣ وهي القنوات التي لا يمكن وصفها بحال من الأحوال بأنها قنوات خاصة أو مستقلة، ولا يمكن تسطيح خطابها الاعلامي لوصفه بأنه خطاباً سياسياً معارضاً فحسب، فكيف للباحث ان يصم أذنية عن دعاوى تكفير لكل رموز



كنموذج من أجل فهم الاستراتيجيات التداولية التي تنتهجها لم يكن من محض الصدفة ، ولكن محاولة من الباحث للخروج عما هو مألوف في مثل هذه الدراسات الاعلامية التي تسعى لتحليل الخطاب السياسي في ضوء الحرص الاستفادة من منهجية التكامل المعرفي و ما يمكن أن تسهم به علوم اللغة و اللسانيات في تقديم تحليل متعمق في تناول الخطاب السياسي الذي غيب من طرف الباحثين في دراساتهم الاعلامية ، باستثناء بعض الدراسات الغربية والنادر منها في الدراسات الاعلامية التي تحدثت عن السياسة والخطاب السياسي أن تلجأ لمثل هذه المنهجية ، ولهذا حاولت هذه الدراسة أن تمنح الخطاب السياسي "المعادى" حقه من الدراسة والتحليل لأنه يستحق منا الاهتمام والمجهودات الكافية بدون الاكتفاء بالوصف الظاهر لمحتوى الاتصال أو الخطاب. من هنا فمن الأهمية بمكان دراسة لغة الخطاب السياسي الذي تقدمه هذه الجماعات عبر وسائل الاعلام من فضائيات وعبر شبكات التواصل الاجتماعي، فالسياسة لغة و اللغة سياسة وكم من مفردة خرجت من قاموس اللغة ودخلت قاموس السياسة فتبدلت ملامحها واثرت في المتلقين فحركت الساكن واثارت النزعات العرقية والطائفية وغنمت من طاقات الدلالة وزنا لم يكن لها من قبل^١

وقد تطورت التداولية "la pragmatique" في إطار تطور الفروع المعرفية لعلوم اللسانيات فأصبحت موضوعاً مألوفاً في تحليل الظاهرة الكلامية ، يمتلك أسسه المنهجية كما يمتلك مفاهيمه ومصطلحاته ، التي تعنى ليس فقط بتحليل عمليات الكلام بل وايضا وظائف الأقوال اللغوية خلال التواصل بشكل عام ، حيث تهتم بدراسة الغايات من التواصل وليس مجرد التراكيب والصياغات اللغوية. كما تعد دراسة أسلوب الحجاج

الدولة بدءاً من رجال الشرطة والجيش وحتى رئيس الجمهورية مروراً بفضيلة شيخ الأزهر. كيف يمكن ان يوصف هذا الخطاب بالمعارضة السياسية فحسب؟ وان لم يكن هذا خطاباً معادياً للدولة فكيف يكون العداء؟

^١ عبد السلام المسدي، اللغة والسياسة، مجلة ثقافات العدد ١٦٩، ٢٠٠٨، ص ١٧١.



"المحاجه" بالإضافة إلى أساليب "المغالطة" من المحاور الكبرى في دراسات التداولية وهي آليات مهمة في تحليل الخطاب السياسي كذلك اذ غالباً ما يلجأ الاعلامى ذو الايديولوجية السياسية الى اساليب المغالطة لتمرير محاولات الاقناع للجماهير، لذلك فهي الاكثر قدرة على تحليل ودراسة الخطاب السياسى الذى تقدمه الفضائيات الموجهة. والخطاب السياسى يمكنه تحقيق غايته - التي سبق ذكرها - من خلال اللغة، ومن آليات ذلك على سبيل التمثيل لا الحصر استخدام مقدمى البرامج التلفزيونية الاستعارة، والتشبيه والاكاذيب، والتلفيق، والافتراضات المسبقة، وأساليب التجميل والتقيح.¹

أهداف الدراسة :

إنّ مطمح هذا البحث بالدرجة الأولى نظرياً يهدف الى اثاره اهتمام الباحثين فى الدراسات الاعلامية الى طرقاً منهجية جديدة فى تناول المحتوى الاعلامى الذى تقدمه وسائل الاعلام المختلفة من صحافة واذاعة مسموعة ومرئية بحيث يبرز من خلالها لما يعرف حالياً "باللسانيات التداولية"، والتي يمكن أن تكون مدخلاً رجباً لفهم تراثنا العظيم من العمل الاذاعى والتلفزيونى فى مصر والعالم العربى هذا على المستوى النظرى، أمّا على المستوى التطبيقي فالدراسة تهدف إلى أحدث ما جاء في الدراسات التداولية وهو أسلوب المغالطات في الخطاب السياسى باعتباره أقوى الخطابات وأكثرها وقعا على المتلقي، بالإضافة إلى تقديم نماذج من محاولة فضائيتي "مكلمين والشرق المعاديتين" اثناء التغطية الاعلامية لافتتاح مسجد الفتح العليم والكاتدرائية الارثوذكسية الجديده بالعاصمة الادارية و نفهم من خلالها كيفية ورود الآليات فى خطاب هذه القنوات وما تسعى لتحقيقه في الواقع السياسى.

بهاء الدين محمد مزيد، تبسيط التداولية، مرجع سابق، ص ١٢٣. ¹

كما هدفت الدراسة الى اثراء المكتبة البحثية الاعلامية التي يندر فيها أن نجد الدراسات الاعلامية التي تستند على منهجية التكامل المعرفى بين حقلي الدراسات الاعلامية و اللغوية التي تهتم بتتبع الخطاب السياسي.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة الى محاولة الاجابة عن التساؤلات التالية:

- ١- ماهى أهم الاستراتيجيات التداولية المستخدمة فى الخطاب السياسي للفضائيات المعادية؟
- ٢- ماهى اهم أساليب المغالطات والتضليل الحجاجي المستخدمة فى الخطاب السياسي للفضائيات المعادية؟

وقد تم اختيار التغطية الاعلامية التي قدمتها كلاً من قناتى الشرق ومكملين وبعض الهاربين للحدث الضخم لافتتاح مسجد الفتاح العليم والكاتدرائية الارثوذكسية بالعاصمة الادراية الجديدة نموذجاً للتحليل والدراسة

أهمية الدراسة :

تتبع أهمية الدراسة من أهمية فهم وتحليل الخطاب السياسي بشكل عام ففي مطلع السبعينيات من القرن العشرين، سعت مجموعة من المنظرين إلى تجاوز حدود الجملة، وانكبوا على معنى الخطاب، أي تلك الوحدات المتتابعة غير المقيدة من القول (الملفوظات).^١ ويعد الخطاب السياسي من أبرز أنواع الخطاب وهو الأمر الذي يجعل منه موضوعاً جديراً بالدراسة، خاصة بعد ما مرت به المنطقة العربية من اضطرابات

^١ مارغاريدا باسولز بويغ، التداولية وتحليل الخطاب، ترجمة: سناء عبد العزيز



وفتن اسموها " بالربيع العربي " عصفت باستقرار وأمن المنطقة العربية وطعنت الأمن القومي العربي فى الصميم وأمتدت ألسنة نيرانها للدول العربية المركزية فى النظام العربي وقد كان الخطاب السياسي هو الفاعل الرئيس فى هذه الفتن، استخدمته الفضائيات الممولة والموجهة والطائفية بكل دهاء لاثارة كل نزعات الخلاف والشقاق وتحقيق أهداف تخريبية لاسقاط الدولة فى المجتمعات المستهدفة.

كما تأتي أهمية الدراسة لتناولها الخطاب السياسي للفتنات الفضائية بالدراسة والتحليل من الوجهة التداولية وهو ليس بالأمر السهل لولا الارتباط الوثيق بين اللغة والاعلام والسياسة. فالخطاب ليس هو اللغة أو النص فحسب بل يتشكل من مجموعة من النصوص والممارسات الاجتماعية.¹ و لتحليل الخطاب أهدافاً تقع على مقربة من أهداف التداولية، إن لم تكن تتضافر معها؛ ولكن كما يخطو الخطاب خطوة أكثر تمهداً من تحليل ظاهر النص فى تحليل المضمون الكمي والرقمي العديدي حين يفسر محللو الخطاب تأويل العناصر محل البحث فى تجاوز حدود الجملة، وانكبوا على معنى الخطاب ولكن دونما الذهاب خارج اللغة، تتمدد التداولية على حدود أخرى من النشاط البشري (المعتقدات، والمشاعر، المعارف الإنسانية، والنوايا وبالتالي تتجاوز التداولية إشكالية "ماذا يعنى هذا الكلام؟" إلى "لماذا تم إنتاج هذا الكلام؟".²

وتتبع أهمية الدراسة ايضا من أهمية الوظائف التى يسعى الخطاب السياسى إلى تحقيقها بشكل عام وما يسعى الي تحقيقه الخطاب السياسى فى الفضائيات محل الدراسة بشكل خاص، فهو يسعى الى إضفاء الشرعية أو تجريد الآخرين (الأعداء والخصوم) منها وذلك من خلال تجميل الذات وتقبيح الآخر، ومن خلال ادعاء الانحياز إلى جانب

¹ شنان قويدر، تحليل الخطاب والتداولية، قسم اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة المسيلة،

² مارغاريدا باسولز بويغ، مرجع سابق

الحق والخير والعدل في مواجهة من يناهزون إلى الباطل والشر والظلم عن طريق الاستشهاد برجال الدين والرموز التاريخية وإضفاء العقلانية من خلال الأرقام والإحصائيات وسرد القصص حقيقية كانت أم مزيفة.^١

مفاهيم الدراسة والاطار النظري:

مفهوم الخطاب:

من الجدير بالاهتمام تحديد المقصود بمصطلح الخطاب في البداية فهو من المصطلحات التي اتّسمت بالشيوع في العديد من الدراسات الإنسانية منذ المنتصف الثاني للقرن العشرين في مجالات الأدب والفلسفة وكذا في الدراسات اللسانية الحديثة التي مع ظهور البنوية في أواخر الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي، غير أنه قد تشعب وتعدّدت مفاهيمه مع مصطلحات أخرى كمصطلح النص.^٢ أو في المعاجم العربية نجده في مادة "خطب" وتشير إلى معانٍ متنوعة منها:

١. الشأن أو الأمر الذي تقع فيه المخاطبة سواء صغر الأمر أو عظم فيقال: خطب، وخطوب وقيل: هو سبب الأمر، يقال ما خطبك؟ أي ما أمرك، وتقول: هذا خطب جليل وخطب يسير.^٣

٢. المواجهة بالكلام^٤ أو مراجعة الكلام^١.

بهاء الدين محمد مزيد، تبسيط التداولية من أفعال الكلام إلى بلاغة الخطاب السياسي دار شمس ط القاهرة ٢٠١٠. ص ١٢١-١٢٢^١

^٢ إيمان مالكي، الاستراتيجيات التداولية في تحليل الخطاب السياسي: خطب الحجاج بن يوسف نموذجاً " مذكرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير في علوم اللسان وتحليل الخطاب، كلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة زيان عاشور بالجلفة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الجزائر ٢٠١٥.

^٣ ابن منظور، لسان العرب، ضبط يوسف الشيخ محمد البقاعي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط١، بيروت، لبنان، ٢٠٠٣ ج١، ص ٣٦٠.

^٤ الزمخشري، أساس البلاغة، حققه د. مزيد نعيم وشوقي المعري، مكتبة لبنان، ط١، بيروت، لبنان، ١٩٩٨، ص ٣٢٠.



٣. والمخاطبة مفاعلة من الخطاب والمشاورة، والخطبة اسم للكلام الذي يتكلم به الخطيب فيوضع موضع المصدر والخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطابا وهما يتخاطبان^٢.

وقد ورد لفظ الخطاب في القرآن الكريم بصيغ متعددة منها صيغة الفعل في قوله تعالى: (وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا) ^٣ ، والمصدر في قوله تعالى: (رَبُّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ خِطَابًا) ^٤، وفي قوله تعالى عن داود عليه السلام: (وَشَدَدْنَا مُلْكَهُ وَأَتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابِ) ^٥، فقد عد "الرازي" صفة فصل الخطاب من الصفات التي أعطاها الله لداود معتبرا إياها من علامات حصول قدرة الإدراك والشعور التي يمتاز بها الإنسان على أجسام العالم الأخرى، بيد أن الناس مختلفون في مراتب القدرة على التعبير عما في الضمير.

وهذا يعني أنه توجيه الكلام نحو الغير للإفهام وقد يعبر عنه بما يقع به التخاطب، لعل هذه التحديدات ذات الطابع المعجمي تتوافق إلى حد ما مع أحد المفاهيم الاصطلاحية الحديثة في كون الخطاب هو: "الصيغة التي نختارها لتوصيل أفكارنا إلى الآخرين والصيغة التي نتلقى بها أفكارهم ... إن الخطاب يتجاوز هذا المفهوم الضيق ليدل على ما يصدر من الكلام أو إشارة أو إبداع فني، وهو ما يمكن أن يشكل صيغة التفاعل بين طرفين أو أكثر في عملية التلطف أحدهما يرسل الكلام والآخر يتلقاه^٦. إن الخطاب إذا مجموعة من العبارات لها قوة مؤسسية أي لها تأثير عميق على الطريقة

^١ الفيروز أبادي محمد يعقوب، القاموس المحيط، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط١، ١٤١٥/١٩٩٥.

^٢ ابن منظور، لسان العرب، ص ٣٦٢.

^٣ سورة الفرقان، الآية ٦٣.

^٤ سورة النبأ، الآية ٣٧.

^٥ سورة ص، الآية ١٩.

^٦ - عيد القادر عواد، مجلة علامات، ع ٧٤، شعبان ١٤٣٢، يوليو ٢٠١١، ص ٥٥ - ٥٦.



التي يفكر بها الأشخاص وعلى الكيفية التي يسلكونها^١. وفي تعريف شامل يعرف الخطاب بأنه "متتالية غير اعتباطية من الملفوظات". إن هذا التعريف يدرج الخطاب في ميدان التداولية (باعتباره ملفوظاً)، ويفصله عن اللسانيات (باعتباره ليس جملة) ومن ذلك يكون للمستمع نية الحصول على مجموع القناعات التي تمثل موضوعاً لمقصدية المتكلم الإخبارية^٢.

مفهوم التداولية:

أما التداولية لغةً فهي من الجذر "دول" يتداول تداولاً ويقال تداولنا الأمر أي أخذناه بالدول وقالوا دوا اليك أي مداولة على الأمر، وتداولته الأيدي، أخذته هذه مرة وهذه مرة، وتداولنا العمل بيننا بمعنى تعاوناه فعمل هذا مرة وهذا مرة وقال داول الله الأيام إذا أدرها وصرفها^٣. والتداول تفاعل وكل تفاعل يلزمه طرفان على أقل تقدير مُرسل ومُستقبل، مُتكلّم وسماع أو مستمع، كاتب وقارئ على معنى أن مدار اشتغال التداولية هو مقاصد المتكلم وغاياته، أما اصطلاحاً فالتداولية "la pragmatique" هي دراسة اللّغة قيد الاستعمال أو الاستخدام، بمعنى دراسة اللّغة في سياقاتها الواقعية لا في حدودها المعجمية أو تراكيبيها النحوية بل كما نستعملها لا كما نجدتها في القواميس والمعاجم و لا كما تقترحها كتب النحو التقليدية^٤. ويمكن النظر إلى التداولية باعتباره تياراً جديداً في دراسة الخطاب، يستخدم عموماً كلمات مثل "مقاربة تداولية في تحليل

^١ - سارة ميلز، ت: بطلون يوسف الخطاب، منشورات مخبر الترجمة في الأدب واللسانيات، جامعة منتوري قسنطينة، ٢٠٠٤، ص ٤٨.

^٢ لبوخ بوجملين، تداولية الخطاب " أهمية نظرية الذهن في تحليل الخطاب"، جامعة ورقلة (الجزائر)

^٣ - ابن منظور، لسان العرب، ضبط يوسف الشيخ محمد البقاعي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط١، بيروت، لبنان، ٢٠٠٣ ج ١١ ص ٢٥٢-٢٥٣

^٤ - جهاء الدين محمد مزيد، تبسيط التداولية، من أفعال الكلام إلى بلاغة الخطاب السياسي، دار شمس للنشر ط ٢٠١٠ القاهرة ص ١٨.



الخطاب" حيث تركز على تصور استدلالى للمعنى استناداً الى المقام والمقتضى^١. والتداولية باعتبارها علماً جديداً للتواصل يدرس الظواهر اللغوية في مجال الاستعمال تقوم بدمج مشاريع معرفية متعددة في دراسة التواصل اللغوي وتفسيره^٢ مما سبق فالتداولية تيار تجاوز النمط المعرفي القائم على فن الإقناع والفصل بين الكلام والعمل^٣ ومن التعريفات التي تربط التداولية بالتواصل والخطاب، تعريف فرانسيس جاك فهو يرى ان التداولية تتطرق الى اللغة باعتبارها " ظاهرة خطابية ونواصلية واجتماعية معاً" كذلك تعريف اوستن باعتبار التداولية جزء من علم أعم ، هي دراسة التعامل اللغوي من حيث هو جزء من التعامل الاجتماعي^٤.

ويرى د. محمود نحلة أن أفضل تعريف للتداولية هو "دراسة اللغة في الاستعمال in use أو في التواصل in interaction لأنه يشير إلى أن المعنى ليس شيئاً متأصلاً في الكلمات وحدها، ولا يرتبط بالمتكلم وحده، ولا السامع وحده، ويرى د. عبد الهادي الشهري أن التداولية هي "دراسة الاتصال اللغوي في السياق" لأنها تهتم بالعناصر المختلفة المرسل والمرسل اليه والسياق والخطاب. ° فقد نظرت تداولية أفعال الكلام إلى الكلام بوصفه فعلاً لغوياً Speech act يدل على قصد المتكلم، وأثبتت أنه لا يمكن إدراك المعاني الحقيقية للمنطوقات اللغوية إلا في سياقات الاتصال الفعلية^٦. ومن خلال

^١ - باتريك شارودو، دومينيك منغنو، معجم تحليل الخطاب، ت: عبد القادر المهيري، حمادي صمود، دار سيناترا، تونس، ٢٠٠٨، ص ٤٤٢-٤٤٣.

^٢ - مسعود صحراوي، التداولية عند العلماء العرب، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، يوليو، ٢٠٠٥، ص ١٥.

^٣ شنان قويدر، تحليل الخطاب والتداولية، مرجع سابق

^٤ مروة محمد على ، التحليل التداولي للخطاب واستراتيجيات البنية الإقناعية وأبعادها التداولية، دراسة نظرية لمضمون وخطاب الحجاج التداولي للخطاب الصحفي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة العدد السادس ص ٤٩١-٥٠٢

^٥ عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، الطبعة الاولى، بيروت ، لبنان، ربيع ٢٠٠٤

^٦ هدى عبد الغني باز، في العلاقة بين تحليل الخطاب والتداولية - نموذج تطبيقي من جريدة التيكيت والتكيت -



تطبيق هذه الرؤى الجديدة على اللغة التي تمت دراستها باعتبارها نوعاً من الفعل البشرى رغب كل من الفلاسفة واللغويين في التغلب على تلك الدراسة الضيقة للغة التي رأت اللغة نظاماً منغلِقاً يتم تحليله في ذاته ومن أجل ذاته كما كان مقترحاً في التقاليد البنيوية لعلم اللغة التي جاءت بعد دور سوسير Ferdinand de Saussure وشومسكى Noam Chomsky. وأصبحت التداولية منذ السبعينات محطاً للاهتمام ليس في مجال علم اللغة فقط، بل في الدراسات الخاصة بالتواصل وتحليل الخطاب وهنا تأتي أهمية تطبيقها في الدراسات الاعلامية كما امتدت منذ ذلك الحين الى دراسات تطبيقية على الفصول الدراسية وقاعات القضاء والمحاكمة وكل مكان يحدث فيه حوار ومحادثة، بالإضافة الى علم النفس، والعلوم الاجتماعية، ودراسات الذكاء الاصطناعي وكذلك دراسة اللغة والإدراك. ومن ثم فقد اتسع مجال دراسة اللغة بصورة تدريجية خلال النصف الأخير من القرن العشرين وتجاوز دراسة العلامة إلى دراسة استخدامها داخل المواقف الاجتماعية، كما تجاوز دراسة الجملة إلى دراسة استخدام المنطوق داخل السياق.^١

مفهوم الاستراتيجيات التداولية للخطاب

يحقق الإنسان أهدافه من خلال الأفعال التي يمارسها في حياته اليومية ، وترتبط هذه الأفعال بسياق معين، وبما أن أفعاله مختلفة فإنه يسعى إلى اتباع طرق متباينة تتناسب والسياق لتحقيق أهدافه ، وتسمى هذه الطرق "الاستراتيجية" وقد عُرفت الاستراتيجية أيضا بكونها "طرق محددة لتناول مشكلة ما أو القيام بمهمة من المهمات"، كما عُرفت

^١ بريجيت نرليخ، تاريخ التداولية، ترجمة: منتصر أمين عيد الرحيم،



بأنها تدابير مرسومة من أجل ضبط معلومات محدّدة و التّحكم بها^١. والاسـتراتيجيات الخطابية تفوق الحصر، لكن يمكن تصنيفها بشكل عام وفقاً لثلاثة معايير:

المعيار الأول: المعيار الاجتماعى (معايير العلاقات التخاطبية)

فالعلاقات التخاطبية تتراوح قرباً وبعداً، علواً ودنواً، وفى ضوء هذا المعيار نميز بين عدد من الاسـتراتيجيات: الاسـتراتيجية التضامنية: فيها يصبح طرفى الخطاب أقران متساوين، ويعبر مرسل الخطاب عن هذه العلاقة بالعديد من الوسائل اللغوية منها كلمات مثل الضمير (نحن) او استعمال الاسم الأول او الكنايات. والاسـتراتيجية التوجيهية: وفيها يبرز دور السلطة والقدرة على التوجيه من خلال اساليب الامر والنهى.

المعيار الثانى: المعيار اللغوى (معايير شكل لغة الخطاب)

اما معيار دلالة الشكل اللغوى فهو القصد، والقصد اما ان يكون مباشراً فيستخدم المرسل الاسـتراتيجية التصريحية أو غير مباشرا فيستخدم المرسل الاسـتراتيجية التلميحية ومن أبرز الادوات اللغوية المستخدمة فيها أساليب الاستفهام الذى لا يقصد به السائل الوصول الى اجابة مجهولة بل يهدف الى أن يفرض الأمر الواقع عليه، كذلك استخدام انواع المجاز والكنايات والاستعارة والتعريض.

ففى الاسـتراتيجية التصريحية يكتسب المخاطب "السلطة" ويتكلم من مواقع القوة والنّفوذ فيصدر الأوامر والنواهي ويفتح أمامه باب التعبير الصريح والمباشر، لأن الأفعال التوجيهية قائمة على هذه العلاقة السلطوية بين المُخاطَب والمُخاطَب^٢. أما الاسـتراتيجية

^١ - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص ٥٣.

^٢ - حسام أحمد قاسم، تحولات الطلب ومحددات الدلالة، مدخل إلى تحليل الخطاب النبوي الشريف، دار الآفاق العربية، القاهرة، ط ٤٢٨م، ٢٠٠٧م، ص ٥٥-٥٦.



التلميحية فتبدو أكثر تعقيدا، من حيث طرائق الأداء ، وفي هذا السياق يجمع أغلب الباحثين في التداولية على أن المتكلم يلجأ في حالات كثيرة إلى أساليب التعبير الضمني ويتوسل طرائق إيحائية وتلميحية أكثر مما يتوسل طريقة التعبير الصريح، بل لعل قانون الخطاب وأصله وجوهره أن يتم بما تسميه "أوركينيوني" مبدأ المواردية والإلتواء: *le principe de l'indirection* وهي تعني بذلك: اجتناب المباشر والتصريح بالطلب.

المعيار الثالث: معيار هدف الخطاب

اما معيار هدف الخطاب فربما كان الهدف الإقناع هنا يستخدم استراتيجية الإقناع ويستخدم المرسل لذلك وليات متنوعة وحيلاً لغوية منها ما يخاطب العاطفة، حيث أن نوعية الخطاب هي التي تفرض الاستراتيجية التي تناسبه، ولا شك أن الخطاب السياسي يعد من أكثر أنواع الخطاب تعطشا للاستراتيجية التوجيهية الأمرة، لكن إذا شعر الرجل السياسي بضعف موقفه وقوبل بالرفض من طرف المخاطب تصبح الاستراتيجية التوجيهية التوجيهية غير كافية لتحقيق أهداف خطابه، وبالتالي سيلجأ إلى استراتيجية تحقق له هدفه وهي استراتيجية الإقناع " فالهدف الرئيسي للرجل السياسي هو إقناع المخاطب بأفكاره ومعتقداته وقوانينه ونظامه، فتحقيق هدف الإقناع هو "إحداث تغيير في الموقف الفكري والعاطفي"^١ لذا يرى "محمد عبد الرحمان عيساوي" أن الفرد يميل إلى الإقناع للإيحاءات التي يعتقد أنها تصدر من الأشخاص ذوي المكانة الاجتماعية البراقة^٢، أما محمد العمري في كتابه" في بلاغة الخطاب الإقناعي" يحدد مفهوم الإقناع بقوله: "الإقناع عملية خطابية يتوخى بها الخطيب تسخير المخاطب لفعل أو ترك بتوجيهه إلى اعتقاد قول يعتبره كل منهما (أو يعتبره الخطيب) شرطاً كافياً للفعل أو

^١ هنريش بليت، البلاغة والأسلوبية، ت: محمد العمري، ص ٦٤، نقلا عن عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص ٤٤٥.

^٢ عبد الرحمان عيسوي، دراسات في علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، ١٩٧٤، ص ١٩.



الترك"^١. من جهة أخرى لا بد من الإشارة إلى أن مفهوم الإقناع يرتبط بمفهوم آخر وهو "التأثير" ويكاد هذان المفهومان أن يكونا متلازمين ، فظاهر لفظ "التأثير" يشير إلى عملية تبدأ من المصدر لتصل إلى المستقبل مع توفر إرادة لذلك في حين أن مصطلح "التأثر" يشير إلى الحالة التي يؤول إليها المتلقي بعد التعرض لعملية الإقناع واستقبال الخطاب وتفاعله معه^٢ ... فالتأثير إرادة وفعل لتغيير السلوك والاعتقادات والآراء، أو على الأقل تعديلها أو ترسيخ قيم وأفكار جديدة، أما التأثير فهو النتيجة المحققة من وراء عملية التأثير و بهذا ندرك أن التأثير مرادف "للاقناع" و التأثير مرادف "لاقناع"^٣ وهناك عدد من المسوغات التي ترجح استعمال استراتيجية الإقناع منها أن تأثيرها التداولي في المرسل إليه أقوى لأنها تتبع من حصول الإقناع عند المرسل إليه غالبا عن طريق استعمال الحجاج فالحجاج شرط في ذلك، لأن من شروط التداول اللغوي شرط الإقناعية^٤.

مفهوم الحجاج:

هذا ويعتبر الحجاج I'argumentation الآلية الأبرز التي يستعمل المخاطب فيها اللغة و تتجسد عبرها استراتيجية الإقناع ولهذا لا بد أن نحدد دلالاته لغة واصطلاحا، قال ابن منظور: "الحجُّ القصد، حجٌّ إلينا فلان أي قديم، وحجّه يحجُّه حجًّا قصده ورجل محجوج أي مقصود وقد حج بنو فلان فلانا إذا أطالوا الاختلاف إليه ويقول في موضع آخر: " الحجة البرهان وقيل الحجة ما دافع بها الخصم ... والحجة الوجه الذي يكون به الظفر

^١ محمد العمري ، في بلاغة الخطاب الإقناعي ، دار الثقافة، الدار البيضاء ، ط ١٩٨٦-١٤٠٦، ص ٤٥

^٢ عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية، وآلياته العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ٢٠٠٠، ص ١٧.

^٣ المرجع نفسه، ص ١٨.

- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب ، ص ٤٤٦-٤٤٧. ^٤



عند الخصومة والتحاَجِّ التَّخَاصُمِ وجمع الحجة حُجَجٌ وحجاجٌ وحاجَّهٌ محاجَّةٌ وحجاجًا نازعه الحجةُ والحجة الدليل والبرهان، وهو رجل محجاج أي جدل^١.

من الممكن أن يستخلص المتأمل في نص ابن منظور الدلالات الآتية

الدلالة الأولى: التي عليها المدار هي القصد الذي هو من معاني مادة "الحج".

الدلالة الثانية: المخاصمة والمغالبة قصد الظفر: حيث يأتي (الحجاج) و(التَّحَاجُّ) بمعنى الخصومة، وذلك باعتبار ما في هذا المصطلح من المغالبة وقصد الظفر، يقال: "حاجبت فلانا فحاججته أي غلبته بالحجة وذلك الظفر يكون عند الخصومة^٢."

أما الدلالة الاصطلاحية فقد قال الزمخشري: "احتج على خصمه بحجة شهباء وبحجج شهب وحاج خصمه فحجه، وفلان خصمه محجوج وكانت بينهما محاجة وملاجة^٣". فالزمخشري قد حصر "الحجاج" في المخاصمة والمغالبة قصد الظفر، حيث يأتي كل من الحجاج والمحاجة بمعنى الخصومة قصد المغالبة. وقد ورد لفظ الحجاج في عدة آيات من القرآن الكريم منها: قوله تعالى: " هَا أَنْتُمْ هَؤُلَاءِ حَاجَجْتُمْ فِيمَا لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ فَلِمَ تُحَاجُّونَ فِيمَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ"^٤. وقوله تعالى: " وَحَاجَّه قَوْمُهُ قَالَ أَتُحَاجُّونِي فِي اللَّهِ وَقَدْ هَدَانِ وَلَا أَخَافُ مَا تُشْرِكُونَ بِهِ إِلَّا أَنْ يَشَاءَ رَبِّي شَيْئًا وَسِعَ رَبِّي كُلَّ شَيْءٍ عِلْمًا أَفَلَا تَتَذَكَّرُونَ"^٥. وقال: أبو الوليد الباجي " وهذا العلم من أرفع العلوم قدرا وأعظمها شأنًا، لأنه السبيل إلى معرفة الاستدلال وتمييز الحق من المحال،

^١ - ابن منظور، لسان العرب، ، مادة حَجَّجَ.

- المرجع نفسه ، مادة (حجج).^٢

^٣ الزمخشري، أساس البلاغة، ط١، دار صادر، بيروت ١٩٩٢، مادة (حجج).

^٤ سورة آل عمران، الآية ٦٦.

^٥ سورة الأنعام، الآية ٨٠.



ولولا تصحيح الوضع في الجدل لما قامت حجة ولا اتضحت محجة ولا علم الصحيح من السقيم ولا المعوج من المستقيم¹.

وهذا يعني أن الحجاج علم من العلوم له أركانه وطرائقه ووجوهه المميزة له، المحددة لماهيته وغاية هذا العلم هو معرفة الحقيقة والتمييز الدقيق بين الحق والباطل، والصواب والخطأ وما شابه ذلك من المناقشات. فالحجاج في نظره هو الآلية الأبرز التي يستعمل المرسل فيها اللغة ويتجسد من خلالها الإقناع وهي الفكرة التي يؤكدتها الدكتور "الحواس مسعودي" الذي يرى أن "الخطاب الحجاجي هو خطاب موجه وكل خطاب يهدف إلى الإقناع يكون له بالضرورة بعد حجاجي"²

الحجاج في ابسط صورة هو فن الإقناع وهو شكل من اشكال التواصل بين الافراد والجماعات والافكار والاطروحات وكثير في الآونة الاخيرة الحديث عن الحجاج التداولي وعرفه البعض بأنه عملية جدلية تنطلق مع أطروحة أو ضدها وتتوجه نحو الإقناع لتقوية الانخراط أو تقليصه، وهناك علاقة جدلية بين وسائل الاعلام وبين عملية الحجاج التداولي الإقناعي فوسائل الاعلام تعمل على نقل وتحليل القضايا المثارة لكنها في نفس الوقت تعد جزءا من عملية تشكيل لسياق التأثير الحجاجي حيث تتميز الصحافة بالقدرة على تشكيل المدركات السياسية للأفراد.³

¹ طه عبد الرحمن ، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي ، ط ١، المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء ، المغرب ١٩٩٨، ص ٢٢٦.

² الحواس مسعودي، البنية الحجاجية في القرآن الكريم، سورة النمل نموذجا، مجلة اللغة والأدب، جامعة الجزائر، عدد ١٢ ديسمبر ١٩٩٧م، ص ٣٣٠.

³ مروة محمد على ، التحليل التداولي للخطاب واستراتيجيات البنية الإقناعية وأبعادها التداولية، دراسة نظرية لمضمون وخطاب الحجاج التداولي للخطاب الصحفي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة العدد السادس ص ص : ٤٩٤-٤٩١

مفهوم المغالطة Sophisme واساليبها

جاء في تعريف المغالطة انها" هي عند المنطقيين قياس فاسد إما من جهة الصورة أو من جهة المادة أو من جهتهما معاً، والآتي بها غلط في نفسه مغالطة لغيره ، فهي صناعة كاذبة تنفع بالعرض".^١ والمغالطة مهارة في استعمال اللغة ترتبط بالحكمة Sophia، فهي فكر مخادع باعتبارها استدلال يبدو من حيث الظاهر صارماً ومنطقياً ولكنه في الواقع ليس صالحاً ولا مطابقاً للحق، كما أنها فن الغرض منه هو الإيقاع في الخطأ وخداع الآخرين. وإذا كانت المغالطة Sophisme تفترض الوعي بالخلل وتوظفه من أجل التمويه، فإن الغلط Paralogisme هو اختلال في الاستدلال ناتج عن خلط غير مقصود ودون وعي من قبل واضعه، والذي يكون ضحيته باعتباره أنه أول من يقع في شركه.^٢

ويمكن أن نشبه الغلط بأنه اختيار مسار عشوائي للتفكير نتيجة الغفلة أو الجهل أو السهو، في حين أن المغالطة هي التفكير باستعمال المكر والغدر والاحتتيال مع دراية بالقوانين المنطقية والتفنن في استعمالها من أجل إنتاج الكذب وإيقاع الآخر في الزيف، وقلب الحقيقة إلى وهم، وتتعمد إيجاد الإقناع عن طريق الإبهام والدهشة واستخراج الحقيقة من الإحراج والمعضلة التي يقع فيها المحاور.^٣ نفهم من هذا الكلام أن كل مغالطة هي غلط ولكن ليس كل غلط هو مغالطة وفي العموم هي صناعة علمية

^١ - التهانوي محمد علي الفاروقي كشاف اصطلاحات الفنون بت. لطفي عبد البديع مراجعة أمين الخولي، المؤسسة المصرية العامة للتأليف والنشر، ص ١٦٠٢ .

- زهير الخويلدي ، فن المغالطات والحجج الباطلة ، ص ٢٠٢ .

- المرجع السابق ، ص ٢٠٣ .



وبالقياس إلى أنها تسمى سفسطة إذا ما استعملت مع الحكيم وتدعى مشاغبة إذا ما طُبِّت مع الجاهل.^١

إذا كان كل من سقراط وأفلاطون سعيًا إلى مواجهة المغالطات وذلك ببيان زيفها بالاعتماد على المنطق فإن "أرسطو" أستعرض في "الدحوض السفسطائية" مختلف الحيل اللغوية والوسائل التي ينبغي توخيها لدحضها وعمل على بناء علم صوري مهمته التمييز بين الاستعمال المشروع للغة والاستعمال لغرض التضليل والخداع وبين الاستدلالات العلمية والاستدلالات الظنية، ويعد "هوميروس" هو الذي علم سائر الشعراء فن الاحتمالات المتقنة الصنع و المغالطة، فإذا كان وقوع واقعة يستلزم نتيجة لها وجود ووقوع واقعة أخرى، فإن الناس يجنون إلى اعتقاد أنه أينما وجد التالي وجد المقدم بالضرورة، ولكن هذا باطل.^٢ هكذا تعمد المغالطة على المنطق التضليلي وعلى خلاف الغلط توجد في المغالطة إرادة نحو الخطأ ورغبة في التزييف. على هذا النحو ينبغي التمييز بين البراهين الصحيحة والمغالطات في حالة النقاشات الساخنة. كما أن المنطق التضليلي هو منطق كاذب بمعزل عن صدق المسلمات والنتائج.

الدراسات السابقة :

تنوعت الدراسات التي أهتمت بتحليل التداولية في الخطاب رغم كونه اتجاهاً جديداً في البحوث الكيفية الا أنه يلقي اهتماماً متزايداً من قبل الباحثين والدارسين، بين دراسات تناولت التداولية في المجال الاعلامي وفي الخطاب الصحفي، ودراسات تناولت التداولية في النصوص المسرحية ودراسات أخرى تناولت التداولية في الاعمال الأدبية

^١ - أحمد دعوش ، أساليب الدعاية المعاصرة ، العدد ٢٣٨ .

^٢ - زهير الخويلدي، فن المغالطات والحجج الباطلة ٠٤ .



والابداعية ودراسات تناولت التداولية فى الدراسات القرآنية و فى سور القرآن والاحاديث النبوية الشريفة، وفى مختلف أنواع الخطاب الادبي والدينى والسياسى والاعلامى، نعرض لأمثلة منها فى السطور القادمة..

١- ومن أمثلة البحوث التداولية فى الدراسات الاعلامية والصحفية، دراسة :

مروة محمد على، التحليل التداولى للخطاب واستراتيجيات النبىة الاقناعية وأبعادها التداولية، دراسة نظرية لمضمون وخطاب الحجاج التداولى للخطاب الصحفى.

حيث حاولت الباحثة ان تعيد ضبط مصطلح الحجاج التداولي بما يتناسب مع مضمون الخطاب الصحفى ونبعت أهمية الدراسة من التعرف على اجراءات التحليل التداولى كاطار تحليلى جديد لتحليل الخطاب الصحفى، كما عرفها جورج يول عده تعريفات اهمها أنها دراسة المعنى كما يقصده المتكلم، أو دراسة المعنى السياقي، أو كيفية اصال أكثر مما يقال. وذلك بهدف اعادة اكتشاف النص الكامن من خلال الحجج المستخدمة فى انتاج الافكار بداخله كما تتبع أهمية الدراسة من أهمية التحليل التداولى للدوار التى تقوم بها الصحافة ومعرفة مواقف الصحف من القضايا الجدلوية.

وتوصلت الدراسة الى أن يجتمع فى هذه الوجوه المتعدده للتداولية جوانبها وأسها المكونة من معنى دلالى وعنصري التخاطب مرسل ومستقبل، وقصد المتكلم وسياق، ومقام وأفعال اللغة، وانتجت الدراسة تصوراً لاجراءات التحليل التداولى للخطاب وشرحاً للبنية الاقناعية للحجاج التداولى من ثلاثة عناصر:

أولاً: القصدية *intentionality* وتعد القصدية احد المقومات الرئيسية للخطاب باعتبار ان لكل منتج خطاب غاية يسعى لتحقيقها عن طريق الحجج المستخدمة ويلعب القصد



دوراً محورياً في تفسير الملفوظات والنصوص لذلك يصعب تحديد ابعاد التصديفة تحديداً دقيقاً.

ثانياً: الاستراتيجيات الخطابية: declaim strategies وتكمن الاستراتيجية الخطابية في نظريات الحجاج في قدرة الذات المتخاطبة على بناء نسق استدلالى لخطاباتهم، تكون قادرة على التأثير في أفكار ومعتقدات وسلوكيات الآخر،

ثالثاً: الغاية التأثيرية للعملية الخطابية فغاية الخطاب الاعلامى مثلاً التأثير على الجمهور وحمله على تبني أفكار الوسيلة الاعلامية رعى التخفى وراء فعل الاعلام أو الاخبار بهدف الاقناع.

كما توصلت الدراسة الى العديد من الوسائل اللغوية للاقناع منها:

- السؤال ويأتى على راس الوسائل اللغوية للاقناع اذ تتمثل قوته في القدرة على الاقناع الناتجة عن تشكله في تراكيب مختلفة يتارجح بين المقدمات والنتائج الى يصل اليها المتلقى متدرجاً.
- التكرار للمضمون مرة بعد الاخرى في مواضع متنوعة من الخطاب لاقناع المخاطب بوجهة نظر المتكلم او دحض دعوى الخصم
- الصياغة الموازية للدعاوى الحجاجية بتكرارها بصيغ مختلفة

كما توصلت الى أنه من أهم أهداف الحجاج التداولى تحقيق الاقناع وخلق القبول والتصديق فهناك علاقة دقيقة بين الحجاج التداولى والاقناع فكل نص خطابي حجاجى هو نص اقناعى بالضرورة والعكس غير صحيح، فيرتبط الاقناع بالحجاج ارتباط وثيق، ارتباط النص بوظيفته الجوهرية الملازمة له.¹

¹ مروة محمد على ، التحليل التداولى للخطاب واستراتيجيات البنية الاقناعية وأبعادها التداولية، دراسة نظرية لمضمون وخطاب الحجاج التداولى للخطاب الصحفى، المجلة العلمية لبحوث الصحافة العدد السادس ص ٤٩١

وكذلك ، دراسة: هدى عبدالغني إبراهيم باز، في العلاقة بين تحليل الخطاب والتداولية : نموذج تطبيقي من جريدة التبكييت والتنكييت.

حيث ترى الباحثة أن التداولية تعنى عند شارل وموريس بالعلاقات بين العلامات ومستخدميها، فهناك مثلثاً من ثلاثة اضلاع، علم العلامات، علم التركيب (النحو) علم الدلالة. وأن تداولية أفعال الكلام speech acts التي طورها اوستين وسيرل، من اهم الدعائم اللسانية التي ساعدت على نمونظرية تحليل الخطاب. لذلك سعت الدراسة الى تحليل المقال الافتتاحي لعبدالله النديم في العدد الأول من جريدة التبكييت والتنكييت،^٦ يونيو ١٨٨١، الذي عرض من خلاله سياسته في الجريدة ليحظى بقبول المتلقين، حيث سعت الجريدة لانتقاد الاوضاع السائدة والحكم الاجنبي ووتجافع عن الشعب واللغة والدين ، ووفقاً لذلك القصد سعت الدراسة الى تناول السياق والفعل الكلامي والكفاءة، وتوصلت الدراسة أن النديم استخدم عدداً من الأدوات اللغوية التي اسهمت في التأثير في المتلقين، وانجاح عملية التواصل، من خلال مراعاة السياق و تقوية المنطوق مجازياً، والتضامن مع المتلقين.^١

٢- دراسة: سعاد لكحل، بعنوان: " بنية الخطاب الحجاجي في الأعمدة الصحفية

دراسة تداولية لعمود نقطة نظام بجريدة الخبر اليومي".

حيث قامت الدراسة برصد طرق و اليات المحاججة في مقالات الأعمدة الصحفية بالتركيز على العمود الصحفي "نقطة نظام" لكتابه سعد بوعقبة بجريدة الخبر اليومي والتي عالجت مرحلة الانتخابات الرئاسية لسنة ٢٠١٤ بالجزائر ، في محاولة لفهم الآليات الحجاجية في الخطاب الصحفي و كيف ارتبطت بالمكونات الخارجية لبنية

^١ هدى عبدالغني إبراهيم باز، في العلاقة بين تحليل الخطاب والتداولية : نموذج تطبيقي من جريدة التبكييت والتنكييت، جسر، يناير ٢٠١٦، صص ٤٦٢-٤٧٢ متاحة على قاعدة بيانات دار المنظومة



الخطاب. وللإجابة عن إشكالية الدراسة تم استخدام أدوات بحثية مستمدة من حقول تحليل الخطاب، مرتكزة على المقاربة اللسانية التداولية من خلال توظيف أداة تحليل الشكل الهندسي للنص، أداة تحليل البنية التلفظية، أداة تحلي البنية المعجمية، أداة قراءة الضمنيات و السياقات، وهدفت الدراسة من خلال هذه الأدوات إلى رصد الأفعال الكلامية في الخطاب السياسي، و إبراز الذوات المتكلمة و علاقتها بمنلقي الخطاب، و الكشف عن الوظيفة الحجاجية في الجمل ذاتها كظروف الخطاب، مناسبتة، الأطراف المشاركين فيه، السياق التواصلية الذي يدور فيه، إبراز مقاصد المتكلمين، بهدف إحداث إقناع لدى المتلقي.

وقد أفضت تحليلات الدراسة إلى أن أغلب مسارات البرهنة جاءت في شكل تصاعدي يعرض النتائج من خلال الأحكام التي يختزلها في العبارات المختصرة و الجزلة في بداية الجملة الحاكمة ثم يعمد إلى تفصيلها في تتابع الجمل المحكومة عبر تسلسل معين. وأنه لا ترد الحجة دائما على شكل جمل فقد تكون لفظا أو عبارة أو فقرة تتولد من السياق - العام للنص و قد تذكر الحجج صراحة في ألفاظ صريحة، و قد تبطن في المعاني ليتم إستنتاجها من سياق العبارات.

كما وردت أغلب الروابط الحجاجية الموظفة في النص الصحفي مضمرة يتم إستخراجها من السياق و هو جزء من خصوصيات الكتابة التي تميز النصوص الصحفية المحددة في حجم عمود صحفي واحد.

كما اشتملت معظم الروابط الحجاجية في النصوص على روابط المدرجة للأسباب مقارنة بروابط المدرجة للنتائج و روابط التعارض الحجاجي التي ظهرت في أشكال متعددة أغلبها ضمن مجموعة من الروابط بشكل عام. ورد أكبر تكرار للحجج المنطقية في شكل "حجة التجزئة" أو تقسيم الكل إلى أجزاء كما وردت حجة السلطة في كل



المقالات دون إستثناء و هو دليل على أن آلية حجة السلطة تمثل وقود التذليل على قوة القضايا في النص و على تحقيق الإقتناع.

كما إتمد الخطاب الصحفي قبل الإنتخابات بالترهيب و التخويف من خلال الإستعارات التمثيلية، و مجموع الإرشادات الموظفة في النص أما بعد الحملة فقد تغير نوع الخطاب بتغير الحجج الموظفة التي تمثلت أغلبها في الحجج المنطقية و الغير منطقية و التي عبرت عنها قضايا تغيير الدستور و التعديل الحكومي الجديد.^١

٣- دراسة: أسماء حنبلي، تداولية الخطاب الصحفي السياسي : فيصل القاسم

أمونجا،

أوردت الباحثة أن التداولية تتعد بصندوق اللسانيات والباحة الخلفية، لأنها تدرس كل ما تعتبره اللسانيات فضلة، فهي تهتم بالبعد الاستعمالي أو الإنجازي للكلام آخذة بعين الاعتبار المتكلم والسياق، وشرحت كيف عمد الباحثون إلى المنهج التداولي ليمدهم برؤى متعددة، نتيجة لقصور الدراسات الشكلية و إهمالها لمقاربة اللغة في تجليها الحقيقي، أي في الاستعمال التواصلية بين الناس. وترى الباحثة أن المنهج التداولي جاء بمثابة ردة فعل على معالجات تشومسكي للغة بوصفها أداة تجريدية أو قدرة ذهنية قابلة للانفصال عن استعمالها ومستعملها. ومن أسباب ظهور المنهج التداولي القناعة التي مفادها أن المعرفة المتقدمة بالنحو والصوت والدلالة لم تستطع التعامل مع ظواهر معينة ذات أهمية بالغة، كذلك الإدراك باعتبار الصحافة حقلاً غنياً بأساليب الإقناع في العصر الحاضر عصر الصورة وتكثيف اللغة، إذ انطلقت اللغة خارج حدودها المرسومة لتدخل مجالات الحياة كلها، فأصبحت اللغة استثماراً توظف من أجلها الإمكانيات كلها، وتوضع بخدمتها أعظم الخبرات.

^١ سعاد لكحل، بنية الخطاب الحجاجي في الأعمدة الصحفية دراسة تداولية لعمود نقطة نظام بجريدة الخبر اليومي، الدكتورة في علوم الإعلام و الإتصال شعبة علوم الإعلام و الإتصال كلية العلوم الإجتماعية مستغانم و ازرة التعليم العالي و البحث العلمي، الجزائر، ٢٠١٧.



وأضحى لكل هيئة سياسية مستشارون سيمائيون يساعدون السياسي في صياغة خطابه بانقاء الكلمة المؤثرة والعبارة المحكمة النافذة ، وتأسيساً على هذه المعطيات سعت الدراسة الى التعرف على الكيفية التي طبقت بها الآليات الإجرائية للتداولية بالتطبيق على خطاب الإعلامي الشهير فيصل القاسم كأهم ما كتب عن الثورات الشعبية الجديدة التي شهدتها الوطن العربي بدءاً من ثورة تونس ، هذه الأخيرة التي كتب عنها مقالاً بعنوان : "انتفضوا... تكنولوجيا الاتصالات تحميكم" بتاريخ ١٢ / ٠١ / ٢٠١١ ، المقال يتحدث عن مدى مساعدة وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة للتونسيين على نشر الثورة لتعم أرجاء تونس.

وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج منها أن هذا النوع من الخطابات الصحفية السياسية هو الأكثر تماشياً مع طبيعة المنهج التداولي، حيث توخي النص الذي أكثر الأساليب فعالية من أجل ضبط بؤرة الانتباه والإبقاء على الاهتمام والتأثير، ويظهر من خلال استغلال مختلف التقنيات التي انبثقت من وسائل التشكيل الصوتي والمعجمي والخطابي كاستراتيجيات فعالة لأجل تقوية قوة المنطوق الإنجازية. والاستعانة بالأساليب البلاغية والبيانية كالتشبيه والاستعارة والكناية وذلك لوقعها الفعال في العقل والقلب لما تحمله من معاني ضمنية وتشير إلى معان نفسية لدى المتكلم تظهر مدى اهتمامه بقضايا الوطن العربي، وفي هذا استدراج للسامعين بالنظر بالدلالة.

كما اعتمد الصحفي وجوهاً حجاجية عدة في مقالة، ولعل أكثر ما أثار الانتباه هو الأساليب المختلفة في توظيفه الألفاظ، وبما يضيف عليها من الدلالات، قد تم توظيفها من أجل تدعيم البعد الحجاجي لمقاله، كالتكرار واستعمال أدوات الربط، وتوظيف بعض الصور البيانية وهذا ما يجعل التفاعل مستمراً بين طرفي الخطاب، مع كل الحجج التي يقدمه الصحفي سواء أكانت عقلية أم عاطفية.

إن ما تضمنه التلطف من آليات (ضمان، زمان، مكان وأحكام)، سمح للصحفي من تحقيق ملفوظية ناجحة ولاسيما ما تعلق بالاستراتيجيات التخاطبية للصحفي، بتوظيفه الافتراضات المسبقة والأقوال المضمرة.

لقد جاءت أفعال الكلام في خطاب الصحفي " فيصل القاسم " متنوعة في استخداماته للأفعال الكلامية بين إيقاعية وطلبية وإخبارية والتزامية وتعبيرية، وهذا ما جعلها تنشئ أفعالا تأثيرية.^١

٤- ومن أمثلة بحوث التداولية في بحوث تفسير القرآن، دراسة: أسماء زروقى،

خصائص الخطاب في الربع الأول من القرآن الكريم من منظور تداولي

حيث سعت الباحثة الى رصد الظواهر التداولية في نصوص القرآن الكريم من خلال أنواع الخطابات، والحجاج في الخطاب القرآني يشكل رفقاً مهماً من روافد البحث التداولي؛ إذ يعدّ القرآن الكريم خطاباً حجاجياً موجّهاً للتأثير على آراء المخاطب، بغية تغيير سلوكياته؛ إذ يجعله يتقبل الخطاب، ويسمعه، إن لم يقتنع به ويتبناه ويؤمن به ويعنقه. وقد اقتضت الدراسة - بعد قراءة الربع الأول من القرآن الكريم - توزيع الخطاب فيه على ثلاثة أنواع من حيث المخاطبون وهي:

أولاً: الخطاب الموجه إلى النبي صلى الله عليه وسلم والمؤمنين.

ثانياً: الخطاب الموجه إلى المشركين وأهل الكتاب.

ثالثاً: الخطاب الموجه إلى الناس كافة.

^١ أسماء حنبلي، تداولية الخطاب الصحفي السياسي : فيصل القاسم نموذجاً، مجلة منتدى الأستاذ ع ١٨، المدرسة العليا للأستاذة، ٢٠١٦، صص ٢٨٦-٤١٠ متاحة على قاعدة بيانات دار المنظومة.



وقد اقتضت الإشكالية تناول الخطاب القرآني، والكشف عن خصائصه والقوانين التي تحكمه، سعياً من الدراسة إلى توظيف آليات المنهج التداولي للكشف عن المضامين القسوية لهذا الخطاب، وقوة وقعها على المتلقي، وما تحدثه فيه من تأثير، له انعكاسات نفسية وأخلاقية.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها تركيز الخطاب القرآني، وخطاب الربع الأول بالأخص على "مسألة التوحيد" في كل الخطابات، ونقصد بذلك المخاطبين على تنوعهم النبي صلى الله عليه وسلم والمؤمنين، المشركين وأهل الكتاب، والناس كافة، لكن تختلف أساليب الإقناع، والمحااجة بحسب اختلافهم، فالتوحيد الذي قصد به النبي صلى الله عليه وسلم والمؤمنين، جاء الخطاب القرآني ليعززه ويدعم ثباته في نفوسهم وسلوكياتهم، ويحرض النبي صلى الله عليه وسلم والمؤمنين على الذود عنه. أما التوحيد الذي خوطب به المشركون وأهل الكتاب، فاعتمدت فيه الحجج القوية الرادة على ضلالتهم، مركزاً على التصريح في كثير من الأحيان، وكشف مآل شركهم وبطلان عقيدتهم، وتقريعهم، وتبكييت متحديهم لصوت الحق.¹

٥- وكذلك، دراسة: عيسى تومي، الأبعاد التداولية في الخطاب القرآني - سورة

البقرة أنموذجاً.

جاءت هذه الدراسة للتناول الأبعاد التداولية في الخطاب القرآني بالتطبيق على سورة البقرة أنموذجاً وتكمن أهمية الموضوع في كونه يطمح إلى دراسة الخطاب القرآني، ويسعى إلى الكشف عن معانيه ومقاصده من منظور تداولي ومحاوفا تتبّع أبعاده التداولية من خلال دراسة ثلاثة من أهم القضايا التداولية فيه وهي أفعال الكلام،

¹ أسماء زروقي، خصائص الخطاب في الربع الأول من القرآن الكريم من منظور تداولي، رسالة دكتوراة في اللغة العربية، كلية الآداب، جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر، ٢٠١٦



والاستمزم الحواري، والحجاج، ومحاولة تتبعها والكشف عنها في الخطاب القرآني لسورة البقرة. باعتبارها أطول سور القرآن نصا، وبفضل تعدد مستويات الخطاب وتنوع المخاطبين فيها.

وسعى البحث إلى الإجابة عن إشكاليين رئيسيين؛ هما: كيف تم تناول هذه الظواهر التداولية في كل من الدرس اللغوي الغربي، والدرس اللغوي العربي؟ - وإلى أي مدى يمكن أن تسهم دراسة هذه الظواهر التداولية في فهم مقاصد القرآن الكريم في خطاب سورة البقرة؟

وقد تمّ التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الخطاب القرآني في سورة البقرة خطاب تداولي بامتياز تنوعت أساليبه تبعاً لتنوع المخاطبين فيه: من مؤمنين وكافرين ومنافقين، وغيرهم. ،ان تنوعت الأفعال الكلامية في سورة البقرة، وقد استخدمت أفعال الكلام الإخبارية التقريرية النسبة الأكبر في خطاب السورة لارتباطها بوصف أحوال المخاطبين، ووصف عظمة الخالق سبحانه وتعالى، وذكر أخبار وقصص الأولين. تليها الأفعال الكلامية التوجيهية الطلبية وخاصة أفعال: الاستفهام والنداء والأمر والنهي لارتباطها بالأحكام والتكاليف الشرعية. كما اختلفت الأفعال الكلامية الواردة في خطاب السورة من حيث درجة قوتها الإنجازية نفيًا وإثباتًا وتوكيدًا مراعاة لأحوال المخاطبين وتحقيقاً لمقاصد وغايات الخطاب القرآني في السورة. ،ان ظاهرة الاستمزام الحواري التي تحدث عنها غاريس في الدرس التداولي الغربي الحديث وسبقه إليها العلماء العرب القدماء تبرز بوضوح في خطاب السورة وتتمثل في خروج الأساليب الكلامية الخبرية والإنشائية عن معانيها الحرفية إلى معان ثانوية مستلزمة يحددها السياق والمقام الذي يجري فيه الخطاب على نحو ما بيّنه السكاكي -مثلا- في كتابه مفتاح العموم. وأن الخطاب القرآني خطاب حجاجي موجو إلى التأثير في آراء



المخاطبين وسلوكياتهم، واستمالة نفوسهم وتوجيه عقولهم، لذلك نجده يوظف الكثير من الأساليب والآليات الحجاجية؛ كالتوكيد، والنفي، والإثبات، والتقرير، والتمثيل، والمناظرة... وغيرها لأجل تحقيق هذه الغايات.¹

٦- ومن أمثلة بحوث التداولية في الخطاب السياسي، دراسة: إيمان مالكي، الاستراتيجيات التداولية في تحليل الخطاب السياسي: خطب الحجاج بن يوسف أنموذجاً "

حيث سعت الدراسة الى إثبات احتواء الدرس اللغوي العربي على أفكار ذات توجهات تداولية يمكننا أن نؤصل من خلالها لما يعرف حالياً "باللسانيات التداولية"، والتي يمكن أن تكون مدخلاً رحباً لفهم تراثنا العظيم هذا على المستوى النظري، أما على المستوى التطبيقي فالدراسة هدفت إلى تتبع الاستراتيجيات التداولية محصورة في أفعال الكلام، الحجاج وأحدث ما جاء في الدراسات التداولية وهو أسلوب المغالطات في الخطاب السياسي باعتباره أقوى الخطابات وأكثرها وقعا على المتلقي، بالإضافة إلى تقديم نماذج حصرناها في ثلاث خطب "للحجاج بن يوسف الثقفي" نفهم من خلالها كيفية ورود الآليات وما تغيره في الواقع السياسي.

ومن أبرز "النتائج" التي توصل إليها هذا البحث إن المنهج التداولي في دراسة اللغة يمثل مصدراً ثرياً يمكن أن يغني البحث اللغوي في مناهج عديدة. و إن التراث اللغوي العربي كان له الأسبقية في البحث عن ظاهرة أفعال الكلام ضمن نظرية الخبر والإنشاء وكذا في نظرية الحجاج ضمن علم البلاغة باعتبارهما أهم الاستراتيجيات التداولية في العصر الحديث. وإن تتبع الخطاب السياسي في العصر الأموي ممثلاً في

¹ عيسى تومي، الأبعاد التداولية في الخطاب القرآني- سورة البقرة أنموذجاً، الماجستير في الآداب واللغة العربية، كلية الآداب، جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر، ٢٠١٥



خطب الحجاج بن يوسف يؤكد وجود رغبة في المزوجة بين عصر المفاخرة والمنافرة والسيف وعصر الحوار والمناظرة والإقناع. وإن النقطة المشتركة في خطب الحجاج بن يوسف هي اعتماده على أسلوب الأمر والنهي بكثرة نظراً لمكانته في السلطة. كما إن أهم ما يميز استراتيجية الإقناع في الخطاب السياسي هو تفاعل الجوانب الحجاجية مع الآليات البلاغية. علاوة على كون تحليل بنية الخطاب السياسي الأموي أبرز مظاهر الانسجام بين الخطبة والنصوص المنقولة (القرآن الكريم، الشعر). وأن النص القرآني يحتل (باعتباره حجة جاهزة) على السلم الحجاجي المرتبة الأعلى لأنه يستمد قوته الحجاجية من قوة مصدره وما يحتويه من إعجاز لغوي. وإن المخاطب السياسي يتوسل المغالطات القولية التي تهدف إلى تضليل المتلقي من أجل تحقيق غايته السياسية وأبرزها: مغالطة سد الذرائع، الاحتكام إلى السلطة، مغالطة الشخصية، مغالطة العصا (حجاج القوة).^١

٨- ومن أمثلة بحوث التداولية في الخطاب السياسي للحجاج أيضاً، دراسة: عائشة سلامة، الحجاج في خطب الحجاج بن يوسف الثقفي.

حيث تناولت الدراسة مفاهيم الحجاج و وسائله في البلاغة - العربية، جعلته مدخلاً نظرياً ، وعرضت فيه تعريف الحجاج لغة واصطلاحاً، ووسائل الحجاج في البلاغة العربية. وسعت الدراسة الى معالجة وسائل الحجاج البلاغية في نماذج من خطب الحجاج بن يوسف الثقفي وقد تطلبت طبيعة البحث المزج بين النهج التاريخي وذلك في عرض تاريخي لخطب الحجاج بن يوسف الثقفي، إضافة إلى النهج الوصفي التحليلي في

^١ إيمان مالكي ، الاستراتيجيات التداولية في تحليل الخطاب السياسي: خطب الحجاج بن يوسف أنموذجاً " مذكرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير في علوم اللسان وتحليل الخطاب، كلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة زيان عاشور بالجلفة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الجزائر ٢٠١٥.



بيان وسائل الحجاج البلاغية في خطب الحجاج بن يوسف الثقفي. يهدف الحجاج إلى تحقيق الإقناع فهو عملية تستهدف المتلقي من خلال تغيير معتقداته ومواقفه وسلوكياته.

تناولت الدراسة التطبيقية، الوسائل البلاغية التي تحتل بها خطب الحجاج بن يوسف الثقفي، وكلّها تمثل عاملاً مهماً في عملية الحجاج وتتميّ قدرة المخاطب على الإقناع وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها انتهاج الحجاج إلى: حاجبية التركيب: وركزت فيها على الروابط والعوامل الحجاجية وذلك لما لها من - دور فعال في انسجام الخطب، وركزت أيضاً على الأسلوب الإنشائي، وذلك باللجوء إلى أسلوب الأمر والنهي والاستتهام، ف أريت كيف ت وجّه هذه الأدوات القول حجاجياً.

و حاجبية الصورة: فتبين أن الصورة الأدبية ليست وسيلة لإيضاح المعنى فقط، بل - تعدت ذلك إلى اعتبارها وسيلة من وسائل الإقناع ، ونجد أن الحجاج بن يوسف الثقفي في خطبه أكثر من الصور الحجاجية التي تعتمد التشبيه والاستعارة والكناية. وحجاجية البديع: وقد ختمت به الدراسة التطبيقية، فكانت المحسنات البديعية التي - استعملها الحجاج هي وسائل حجاجية تهدف من خلال تنويعها وتجميلها أي تقريب المتلقي والزيادة في التأثير عليه وبالتالي إقناعه بمضمون الخطاب، فقامت بدراسة كل من المحسنات التالية: السجع والجناس و الطباق و المقابلة، وكان الاقتباس آخرها من كل خطبة.¹

¹ عائشة سلامة، الحجاج في خطب الحجاج بن يوسف الثقفي " مذكرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير في الآداب واللغة العربية، كلية الآداب جامعة محمد خيضر بسكرة - وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الجزائر ٢٠١٦.

٩- ومن أمثلة بحوث التداولية في الدراسات القرآنية، دراسة: حازم طارش حاتم،

استراتيجية الإقناع في الصورة التشبيهية في الخطاب القرآني

اثبت البحث ان للبيان وظائف متنوعة منها الإقناعي والافهامي والامناعي ، لكنها فى الخطاب القرآني لا تخرج عن الوظيفة الإقناعية فى الاساس، وبين البحث ان عملية الإقناع قائمة على الاستدلال المنطقي، وأن الاستراتيجيات الإقناعية تركز على مفاهيم ثقافية، قد تكون داخلية مرتبطة بالمتلقين أو خارجية مرتبطة بالمحيط الاجتماعي^١.

١٠- ومن أمثلة بحوث التداولية في الدراسات الدينية ، دراسة: أبو بكر زروقي

الخطاب الحجاجي في صحيح البخاري - دراسة تداولية

سعت الدراسة للتعرف على ماهية الخطاب الحجاجي؟ وما آلياته؟ وكيفية استخدامه مع مراعاة السياق الخطابي وملابساته؟ وكيف يمكن الاستفادة من التفاعل الحجاجي في الخطاب بين الأطراف المختلفة لبناء أرضية مشتركة؟ وقد جاءت العينة من الحديث النبوي الشريف، من صحيح البخاري، وهي -حسب ما أجمع عليه العلماء- أميزها من حيث الدقة والصحة، وقد اقتضت الإشكالية تناول التراكيب الحجاجية، ومكوناتها البنوية، وأدواتها، وسياقاتها التي ترد فيها.

وقد خصص عرض لاهم النتائج للآليات الحجاجية التداولية في صحيح البخاري، هذه الآليات التي تغلب عليها الصفة شبه المنطقية، كونها تتعالق كثيرا مع مناهج الطرح العقلي ومبادئ المنطق، فتم إبراز بعض الأدوات التداولية مثل السلام الحجاجية، الروابط الحجاجية، الأفعال الإنجازية وتأثيراتها في مسار الإقناع. كما توصلت الدراسة للعديد من آليات الحجاج الفلسفية التي تتوسل إنتاج النصوص وتلقيها وفق براهين العقل

^١ حازم طارش حاتم، استراتيجية الإقناع في الصورة التشبيهية في الخطاب القرآني، لجامعة المستنصرية - مجلة كلية التربية ١٠٢٧ العدد الثاني



والمنطق، مثل القياس، الاستقراء، الاستنتاج وفعاليتها في التأثير على ذهن لصفه أو جذبه أو إقناعه.^١

١١- ومن أمثلة بحوث التداولية في مجال الاعلان والفضائيات، دراسة: بلقاسم دفة،

استراتيجية الخطاب الحجاجي : دراسة تداولية في ارسالية اشهارية من قناة

سما الفضائية السورية

حيث يرى الباحث أن الخطاب الاشهاري الحجاجي من أهم المجالات التي أثرت الدراسات التداولية، حتى اصبحت اللسانيات التداولية و النظرية الحجاجية كالعملة الواحدة ذات الوجهين، لا يمكن فصل احدهما عن الأخرى. ولما كانت التداولية تركز على الوظيفة التواصلية للخطاب فان الدراسة أهتمت بالدور الذي تلعبه في مجال الاعلانات بالتركيز على قناة سما الفضائية السورية نموذجاً، وحلل الآليات المستخدمة لاغراء وتحفيز المشاهد السوري لاقتناء جوال سما للاطلاع على الاخبار. وتوصل الباحث لانتهاج آليات تداولية متنوعة منها التكرار لترسيخ الفكرة في ذهن المتلقى ودفعة لاقتناء السلعة المعروضة للبيع، واستخدام متنوع للجمل الخبرية والانشائية، مثل "جوال سما اقصر طريق لتبقى على تواصل مع الحدث" واستخدام التلوين الصوتي واللهجة الشامية، وغيرها من الآليات.^٢

^١ أبو بكر زروقي الخطاب الحجاجي في صحيح البخاري- دراسة تداولية، دكتوراه العلوم في الآداب واللغة العربية جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ٢٠١٦

^٢ بلقاسم دفة ، استراتيجية الخطاب الحجاجي : دراسة تداولية في ارسالية اشهارية من قناة سما الفضائية السورية، اتحاد الكتاب العرب، ٢٠١٧مجلة الموقف الأدبي،مجلد ٤٦ العدد ٥٥٣ صص ١٩٦-٢١٥ عبر قاعدة بيانات دار المنظومة



١٢- دراسة: وعة رنا، اساسيات الإقناع اللغوي في الخطاب الإشهاري السياحي،

حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأيضاً المنهج التحليلي في بعض جوانب البحث، وسعت الدراسة الى التعرف على ماهية نظرية الإقناع؟ وما أساسيات الإقناع اللغوي في الخطاب الإشهاري السياحي؟ وحاولت الدراسة الإجابة عن هذه التساؤلات من خلال عرض حول نظرية ومجالات الإقناع. والأساليب اللغوية للإقناع. وسردت تفصيلاً لأسلوب التقديم والتأخير. أسلوب التكرار. أسلوب المحاجة. أسلوب السجع والتعليل.

واستخلصت الدراسة الى أن الهدف من الإشهار السياحي هو توجيه السائح إلى سلوك معين شرط أن يكون هذا التوجيه محددًا إما من الوجهة الاجتماعية أو الثقافية أو النفسية أو الاقتصادية وذلك بمنطلقات حضارية عامة لصاحب السياحة أو القائم على تنظيم البرنامج السياحي من خلال الخدمات الانتفاعية المبرمجة في رحلة معينة. كما توصلت الدراسة إلى أن الإشهار السياحي متعدد المصادر ومختلف الوسائط فمنها ما يكون من خلال وسيلة ثابتة كالمصقات والج ا رند ومنها ما يكون من خلال آلية متحركة ومتغيرة كالتلفاز واللوحات الإلكترونية ومنها ما يكون إشهاراً سياحياً سمعياً عبر الإذاعة مثلاً، أو من خلال صور إشهارية ذات خطابات سياحية وهذا ما نجده بارزاً في الدراسة التطبيقية التي أدرجناها ضمن بحثنا. وتوصلت الدراسة أيضاً من خلال الدراسة التطبيقية إلى أنه: لدراسة الصورة الإشهارية السياحية يجب التركيز على العلامات التشكيلية والأيقونية، وذلك لأن لغة الإشهار تعتمد على مجموعة من الآليات البلاغية والنظرية قصد التأثير والإقناع. وأنه لدراسة الصورة الإشهارية



وربطها بمفهوم السياحة لابد من تناولها تناولا سيميولوجيا والتركيز على مضمون الخطاب ومن ثم تحديد الفئة التي وجها إليها الخطاب السياحي.¹

١٣- ومن أمثلة تطبيق بحوث التداولية في مجال المسرح، دراسة: أبت أو مغار صليحة، الأبعاد التداولية في مسرحية الهارب: طاهر وطار.

تخيرت الدراسة أن يكون هذا التطبيق للبحث التداولي على نمط إبداعى واحد وهو "الخطاب المسرحي" باعتبار عن ما يميزه عن باقي الأنماط الإبداعية الأخرى فهو يقبل كل القراءات ويتكيف مع كل الحقول المعرفية و الدليل أن كل المناهج النقدية التي وصلتنا عن طريق المثاقفة تجد ضالتها في الخطاب المسرحي وهي مادة غزيرة لا تبخل على أي ناقد أو منهج نقدي في تلبية إشباعه المعرفي. و بصدد تطبيق هذه النظرية التواصلية في بعدها التداولي والتي اشتغلت على جميع أنماط الخطاب، اوللخطاب المسرحي خاصة. ومن المسوغات التي دعت إلى اختيار هذا الموضوع تميز التداولية بالبعد الإجرائي التطبيقي العملي، و التأثير و التفاعل بين المخاطبين لتحقيق الفائدة فكانت الرغبة محاولة استقصاء تلك "الأبعاد التداولية" وهناك أيضا أسباب أخرى تقف وراء اختيار الخطاب المسرحي كمجال تطبيقي للبحث منها أن المسرح تشخيص لتجربة في الواقع، بكل ما يحمله الواقع من تناقضات فالخطاب المسرحي هو تمثيل يجسد ما يقوله الإنسان عن نفسه وعن العالم و بالإحساس الذي يثيره في غيره. فالخطاب المسرحي أفضل وسيلة تعبيرية عن أفكار إيديولوجيات لا يحتاج المؤلف إلى التصريح بها، ربما كان هذا الخطاب المسرحي الأقرب إلى الخطاب العادي، وهذا لا شك فيه فالمسرح صورة تعكس الواقع فهي محاولة لتجسيد الواقع. كما أن

¹ وعة رنا، اساسيات الاقناع اللغوى في الخطاب الاشهاري السياحي، ماجستير الاداب واللغة العربية جامعة محمد خيضر-بسكرة، الجزائر، ٢٠١٥



نظرية التداولية تنظر إلى اللغة باعتبارها نشاطاً و البنية التي يتجسد فيها هذا النشاط هو الحوار، ضمن ما يسميه البعض الخطاب العادي كما يعد المسرح انطلاقاً من مسرحية "الهارب" "طاهر وطار" أرضية خصبة لتطبيق مبادئ النظرية التداولية، فهو يجسد اللغة الواقعية بنسبة كبيرة، لأن الشخصية الواقعية في مسرحية تدل على اتصاله بالواقع الحياتي، وبيئات مجتمعه، و تأثره بما يدور فيه. وبما يعانيه الإنسان عموماً، و قد اختلفت عنايته بها بحسب أهميتها، فهو لا يكثر من عددها ولا يصفها إلا بما يخدم موضوع المسرحية، كما يبرز حرصه على إعطاء أعماله طابعاً، أخلاقياً تربوياً.

وقد توصلت الدراسة لنتائج متنوعة منها ان ما يميز لغة "طاهر وطار" إنما تنزع إلى الأسلوب البسيط بعيدة عن التكلف و الصنعة، كاشفة عن مقدرة لغوية و فنية وقد طعم المؤلف لغته ببعض العناصر التي تمثل إيماءات شعرية لتحقيق الشعرية. كما أنّ لغته موحية مؤدية لمعناها بعيدة عن الغموض والإبهام، قريبة الفهم للقارئ أدى بواسطتها القدرة على تبليغ رسالته الفنية. علاوة على طول الجملة الحوارية في مسرحية "الهارب" التي تكاد سائدة على الحوار والغرض من ذلك هو الإقناع بالقضايا الفكرية التي يطرحها النص ويتجلى ذلك في حوار الشخصيات الأساسية.

يعتبر النص المسرحي نصاً متخيلاً وهذا راجع في الأساس لاختلاف وتعدد مقاصد الأفعال الكلامية للخطابات المسرحية، وسبب ذلك التنوع الاجتماعي والثقافي والسياسي الذي يطبع أفراد البيئة اللغوية. إذ لا يمكن أن يكون أهم الكفاءة التداولية نفسها بما فيها من كفاءة لسانية وموسوعية، لأن هذه الأخيرة تختلف بحسب طبيعة المتكلم و متلقي الخطاب على السواء ومستواهم البلاغي الاجتماعي والثقافي أيضاً. ولكي تنجح



المحادثة المسرحية في أطرها الاجتماعية والسياسية والثقافية، يحتاج المتحدثون إلى الشعور بأنهم يسهمون بشيء فيها كما يأخذون شيئاً منها.^١

١٤- ومن أمثلة دراسات التداولية في مجال النقد والبلاغة ، دراسة: أم الخير سلفاوي . البعد التداولي في البلاغة العربية من خلال "مفتاح العلوم" ل"السكاكي

حيث سعت الدراسة الى التعرف على البعد التداولي عند أحد أقطاب البلاغة العربية وهو أبو يعقوب يوسف السكاكي وذلك كنموذج للتطبيق، وسبب اختيار السكاكي هو أنه يعتبر أول من أرسى البلاغة وقّعدها، لتنتهي بالشكل الذي وصلت فيه إلينا؛ إذ يعتبر كتابه ذروة البحث البلاغي واكتماله ونضوجه؛ فمعظم الكتب التي جاءت بعده إما شارحة أو ملخصة له وهذا البحث يعتبر محاولة إعادة قراءة البلاغة العربية قراءة تداولية؛ وذلك من خلال الكشف عن الأبعاد التداولية في البلاغة العربية. ومن بين أحد أهم أهداف هذا البحث هو إعادة قراءة البلاغة العربية، وذلك بالعودة إلى البلاغة العربية ومحاولة استخلاص بعض الملاحظات التي تثبت البعد التداولي في البلاغة العربية، كما أن هذه الملاحظات أيضا يمكن أن تساعدنا على فهم هذه المنهج الغربي الحديث.

و من أهم النتائج الذي توصلت إليها الدراسة أن هذا العلم- أي علم البلاغة- يحمل في طياته بذور التداولية، وإن اعتبره البعض جوهر التداولية؛ فهي في عمق تكوينها، وأهدافها تداولية، فكل من البلاغة العربية والتداولية يعتمدان على طرفي الخطاب: المتكلم والسامع؛ بالإضافة إلى أن المتكلم يخضع كلامه أثناء استعماله لشروط تداولية، وذلك قصد تحقيق الهدف البلاغي، وإقناع المتلقي أو السامع والتأثير فيه، وقد كان من

^١ أبيت أومغار صليحة، الأبعاد التداولية في مسرحية الهارب: طاهر وطار، رسالة ماجستير في اللغة والأدب العربي، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، الجزائر، ٢٠١٦



أهم التعاريف التي وصلنا إليها من خلال هذا البحث أن البلاغة عبارة عن عملية اتصالية بين متكلم يسعى إلى إيصال رسالة لغوية ذات طابع خاص عبر قناة اتصال معينة إلى سامع معين في مقام معين، محاولاً إقناع هذا الأخير و التأثير في معتقداته وسلوكه ، فالاهتمام بكل من طرفي التواصل: المتكلم والسامع، بالإضافة إلى الاهتمام بالمقام، وسعيها لتحقيق التأثير في "السامع" وإقناعه، وإنجاح العملية الاتصالية بين طرفي الخطاب، كل هذا يمكن أن يثبت البعد التداولي للبلاغة العربية.

كما توصلت الدراسة للبعد التداولي لعلم البيان عند السكاكي، لأن السكاكي في تعريفه لهذا العلم حدد الهدف من هذا العلم و هو " إيراد لمعنى الواحد بطرق مختلفة" من تشبيه ومجاز (استعارة ومجاز عقلي)، وكناية وذلك لتحقيق مراد وقصد "المتكلم" بطريقة تأثر في السامع وتمكينه من المعنى المقصود. كما يشترط السكاكي أن يكون السامع ذا كفاءة تداولية تأويلية بالإضافة للكفاءة اللغوية، وذلك لأنه إذا لم يستطع فهم وتأويل كلام "المتكلم" ووصوله إلى قصد المتكلم فإن العملية الاتصالية لن تتجح، كما يشترط على المتكلم أن يراعي جانب "السامع" في اختياره لوجه الشبه مثلاً في الاستعارة؛ بحيث يكون معلوماً لديه؛ لكي لا يسبب هذا غموضاً في استعمال هذه الاستعارة، وبالتالي فإن تأثيرها في "السامع" سيبلغى، و لن يستطيع الوصول إلى قصد "المتكلم"؛ وبذلك يراعي الشروط التداولية للاستعارة.^١

هذا وتتميز الدراسة الحالية عن غيرها من الدراسات السابقة من عدة أبعاد أهمها كونها الدراسة الأولى التي تنطلق لتحليل الخطاب الاعلامي الذي تقدمه القنوات الفضائية فى قضايا سياسية، فى حين أرتكزت معظم الدراسات السابقة على دراسة النصوص

^١ أم الخير سلفاوي. البعد التداولي في البلاغة العربية من خلال "مفتاح العلوم" ل"السكاكي، الماجستير في اللغة العربية وآدابها، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ٢٠٠٩



المكتوبة من مقالات وكتب وسور للقرآن الكريم واحاديث نبوية شريفه، وهو ما يعد انتقالا ببحوث التداولية وتحليل الخطاب الى ميدان جديد من ميادين البحث وهو علوم الاعلام وخصوصاً الاذاعة والتلفزيون، كما أنها تتميز عن غيرها من الدراسات فى اعتمادها لدراسة الواقع الحالى المعاصر وعدم اللجوء لنصوص تاريخية مسبقة كخطب الحجاج بن يوسف الثقفى أو النصوص المسرحية الى سياقات واقعية معاصرة وهى بذلك تسهم فى خلق حالة من الحوار حول مدى امكانية حدوث التكامل المعرفى فى العلوم الانسانية.

الإطار المنهجي للدراسة :

أولاً: نوع الدراسة

يعد البحث من البحوث والدراسات الوصفية الكيفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث والأوضاع.

ثانياً: مناهج الدراسة:

اعتمدنا في مشروعنا هذا على منهجى المنهج الوصفي، المنهج التحليلي.

المنهج الوصفي: وذلك بتقديم بعض المفاهيم الأساسية التي تخص هذا البحث على غرار مفهوم الخطاب السياسي ، التواصل، الحجاج وغيرها من المفاهيم.

المنهج التحليلي الكيفي: وذلك بدراسة النموذج (افتتاح المسجد والكاتدرائية فى الخطاب السياسي للفضائيات المعادية) وتحليله من وجهة النظر التداولية ، حيث تسعى التداولية الى دراسة استخدام العلامة ومستخدميها داخل الموقف وهى إضافة حقيقية حديثة إلى علوم اللغة.

مجتمع الدراسة التحليلية

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في عدد (٢٠) من مقاطع حلقات برامج من فضائيتي الشرق ومكملين ، برنامج مع معتز برنامج التوك شو الرئيسي وبرنامج ابن البلد هشام عبد الله وبرنامج مصر انهاردة لمحمد ناصر، علاوة على مقاطع فيديو لبعض الهاربين تم اذاعتها منها مقاطع المجرم الهارب و جدى غنيم و الهارب صابر مشهور والهارب حمزة زوبع، ويدعون العمل فى المجال الدعوى والاعلامى والسياسى، كنماذج للخطاب الاعلامى المُعادى.

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج المرتبطة بأهم الاستراتيجيات التداولية المستخدمة فى الخطاب السياسى للفضائيات محل الدراسة:

توصلت الدراسة الى استخدام نوعين من الاستراتيجيات التداولية بشكل متفاوت فى عينة الدراسة :

أولاً: الاستراتيجية التصريحية : وفيها يتعامل المُخاطب من منطلق السلطة ويتكلم من مواقع القوة والنَّفوذ وعالماً هنا يستهدف المؤيدين والتابعين ممن له سلطه عليهم فبالتالى يستخدم التعبير الصريح والمباشر، ويأخذ الخطاب منحى تعليمياً وتوجيهياً مستنداً الى مبررات محددة تعطيه هذه السلطة، ويبدو المخاطب آمراً، ويبدو المخاطب ملزماً بالامتثال له وتنفيذ أوامره^١ . وسلطة المرسل فى دراستنا الحالية و بالنسبة للفضائيات المعادية مستمدة من عنصرين توصلت الدراسة اليهما من تحليل الخطاب فى عينة الدراسة وهما:

^١ - المرجع السابق، ص ٣٣٥.



العنصر الأول سلطة حرية التعبير المزعومة: اذ يفترض القائمون على هذه الفضائيات قبول المتلقى من الجمهور المصرى المتابع لبرامج الفضائيات المعادية للمحتوى من واقع ما يترسم فى الاذهان من كون مقدمى البرامج يعيشون فى أمان نسبى خارج مصر وبالتالي فهم ليسوا فى حاجة الى مجاملة النظام المصرى أو نفاقه وبالتالي فان حديثهم حراً وينطلق من قناعاتهم الشخصية وليس مجاملة أو نفاقاً وبالتالي يمكن أن يمثل ذلك عنصر افضلية فى المقارنة بباقى المحطات المصرية الوطنية التى تبت فى الداخل المصري، على نحو يجعل من "حرية التعبير" التى يدعون توافرها لديهم فى دول المهجر التى لجأوا اليها سلطَةً تسمح لهم بتوجيه الخطاب نحو الداخل، وهى فى واقع الامر حجة واهية ويكفى مراجعة الاحاديث الصحفية و المنشورات التى بثها موظفى هذه المحطات التى فضحت شكل الادارة لهذه القنوات والسلطوية التى تعامل العاملين بها وعقوبات الفصل والتشريد التى تلاحق من ينتقد آليات الادارة فى هذه الفضائيات من جهة أخرى فهذه القنوات لا يمكنها بحال توجيه اى نقد للسلطة فى تركيا، ولا يمكنها انتقاد مواقف وسياسات الرئيس التركى وحزبه القمعية.¹

العنصر الثانى سلطة التضحيات المزعومة: يدعى مقدمى البرامج صورة نمطية للاضطهاد ، فيقدمون أنفسهم على انهم الهاربين من بطش الحكومة المصرية المضحيين بالغالى والنفيس من اهل واقارب واموال لاصرارهم وثباتهم على منهج قول "الحقيقة" واعلام الجمهور المصرى بها، وبالتالي فان ذلك يمنح خطابهم هذا السلطة التوجيهية المزعومة للجماهير التى لم تقدم أى تضحيات ولا يمكنها وفقاً لذلك المعيار المزايده على هؤلاء، وواقع الأمر أن هؤلاء لم يقدموا أى تضحيات على العكس تحسنت أحوالهم جميعاً من الناحية المادية ، ويتم تكرار سرديّة المعاناة والاضطهاد

¹ ايهاب حمدى ، مرجع سابق.



خلال الخطاب، فمثلاً: فى أحد مقاطع زوبع بعنوان: (زوبع يكشف عن دعوة سما المصري لصلاة الجمعة بمسجد الفتاح العليم) يتحدث كيف أنه لا يجد وجبة العشاء هو وطاقم العمل فى المحطة ، فيقول: الناس بتشفق علينا - اتعيشتوا يا ولاد ولا حد من المشاهدين بيعتلتنا عشاء^١ - فنكرار خطاب المظلومية يجعل لمقدمى تلك البرامج السلطة بحيث يستعملون خطاباً توجيهياً يُعدّ إلزاماً للمُخاطَب من عموم الجماهير^٢.

العنصر الثالث سلطة الفقه الدينى والعلم الشرعى: فغالباً ما يستند المتحدثين اسلوب الايهام للجمهور بالعلم الشرعى والفقه من خلال المظهر من لحيه وجلباب ومن خلال الخطاب الدينى من أحاديث نبوية وآيات قرآنية، وبالتالي يستخدم الاستراتيجية التصريحية فى اصدار فتاوى مباشره لجمهور التابعين و الأعوان وهم لا يحتاجون للتلميح بل يتم التعامل معاهم بسلطة العمل القيادى حيث يصرح المتحدثين بمواقفهم مثلاً فى " التكفير" لرموز الدولة: فمن أمثلة التكفير من مقاطع وجدى غنيم حلقة بعنوان "ردى على كذب وتدليس وجهل احمد الطيب فى افتتاحه للكاتدرائية الصليبية" يقول حرفياً:

١. "عبد الفتاح السيسي كافر خائن موالى لليهود اللى باع الوطن يا مجرم زيه"
٢. "المهندسين اللى ساعدوا فى بناء الكاتدرائية حسبى الله فيهم وف لحمه وف دمهم وعظمه فلا يجوز معاونة أهل الشرك على شركهم وموالاته ظاهرة وضعف ف العداة وترميمها معصية ده كلام العلماء مش كلام شيخ الازعر المدلس الكاذب"

^١ حمزة زوبع، قناة مكميلية، مقطع بعنوان: " زوبع يكشف عن دعوة سما المصري للصلاة بمسجد الفتاح العليم اليوم" الجمعة 16/5/2019 <https://www.youtube.com/watch?v=Bkic59f19PM&t=16s>

^٢ - حسام أحمد قاسم، تحولات الطلب ومحددات الدلالة، مدخل إلى تحليل الخطاب النبوي الشريف، دار الأفق العربية، القاهرة، ط ٢٨٤، ٢٠٠٧م، ص ٥٥-٥٦.



٣. "انا مكفر السيسى من اول ما تولى وكلامه عن موالاة اليهود اللهم ينتقم منك يا شيخ الازهر"
وهى مقاطع تستخدم الاستراتيجية التصريحية التى لا تدع مجالاً للشك فى المقصود.^١

ومن امثلة الاستراتيجية التصريحية ، التكفير من مقاطع صابر مشهور حلقة ١٤٦٢ (٧-١-٢٠١٩)

١. "لاحظ ان السيسى لا يصى الجمعة كل اسبوع فى اى مسجد او بشكل علنى"
٢. "السيسى سعى من المسجد تكذيب الدعاية المحيطه به انه مش مسلم وكافر"
٣. "المعلومة عندى ان اليهود الشرقيين يصلون صلاة المسلمين ودى عرفتها من الدكتوراة زبيدة المتخصصة فى دراسة اليهود الشرقيين، وكمان يتسمون بنفس الاسماء زى عبد الواحد وعبد الفتاح"^٢ والتكفير من مقاطع (مع معتز) قناة الشرق فى مقطع بعنوان (لماذا يكره السيسى القرآن) يقول: " لا ادري لماذا يكره العميل الصهيونى كتاب الله بهذا الشكل؟ لماذا لم يقرأ ايه واحدة كاملة من القرآن طيلة ٥ سنوات؟ عشرات التساؤلات والالغاز والشكوك تحيط بعبد الفتاح؟"^٣

^١ مقطع بعنوان : "رد قوي من الشيخ وجدي غنيم على كذب شيخ الازهر في افتتاح مسجد الفتاح العليم والكاتدرائية المسيحية" <https://www.youtube.com/watch?v=lnHgyhD8sgI&t=27s>

^٢ صابر مشهور ، مقطع فيديو بعنوان: "تعليقًا على افتتاح السيسى مسجد الفتاح العليم وأكبر كنيسة بالشرق الأوسط" متاح على موقع يوتيوب. رابط: <https://www.youtube.com/watch?v=DKxQt5ZVoMM>

^٣ معتز مطر، قناة الشرق، مقطع بعنوان "مقدمة معتز مطر بمناسبة افتتاح مسجد الفتاح العليم لماذا يكره السيسى" متاح على موقع يوتيوب رابط: <https://www.youtube.com/watch?v=1yG0D5L3wIY&t=14s>



ثانياً: الاستراتيجية التلميحية وهي تبدو أكثر تعقيداً، من حيث طرائق الأداء ، وفي هذا السياق يجمع أغلب الباحثين في التداولية على أن المتكلم يلجأ في حالات كثيرة إلى أساليب التعبير الضمني و يلجأ الى الإيحاء والتلميح أكثر من التعبير الصريح، آخذاً بمبدأ المواردية والإلتواء: *le principe de l'indirection* من خلال اجتناب المباشر والتصريح. وترتكز في الخطاب الاعلامي للفتنات محل الدراسة على آليات متنوعة من التضليل والإيحاءات والمغالطات والسخرية والتهكم. أو يتم استخدام أسلوب التهكم والسخرية ونشر الشائعات من مقاطع برنامج مع زوبع على فضائية مكملين بعنوان : (زوبع يفضح فهلوة السيسي) يقول: "مسجد في الصحراء - مفيش زبون هناك- بنى جامعة و ٢ مستشفى لزراعة الكبد بثن المسجد اللي محدش حيصلى فيه- والتهكم "مسجد الفتاح فيه تخفيض هائل تصلى فيه ٣ صلوات ف اليوم بس"- "يا عيني ملبسين كل البنات فى الرحلة اشارب احمر ده اعدام ده وللا ايه؟ هوه ده او كازيون هو عمرك ما شفت مسجد؟؟ وان شاء الله الاستاذة سما المصري حتروح تصلى فيه دى بتصلى ٧ فروض ف اليوم"- "مستغرب ان بقول ٧ صلوات ما همه حيعملو دين جديد فى المسجد ده حتصلى الجمعة يوم الاحد يوم الاتنين واحتمال يجى القسيس و اسامه الازهرى يصلى هناك"

أو الإيحاء والانتفاف من مقاطع محمد ناصر قناة الشرق بعنوان: "تجارة الدين: مسجد وكنيسة فى خدمة السيسي، زفة من العاصمة الادارية من جيوب المصريين" يتحدث عن تعيين الدكتور أسامة الازهرى شيخاً للأزهر، فيقول:

١. "كان ف الصور اسامة الازهرى ومفيش شيخ الازهر مفيش دور لشيخ الازهر داخل المسجد على الاطلاق وكان شيخ الازهر مش مسلم او ملحش يتوضى يمكن"



٢. "فيه تقرير لمعهد كارنيجى بيقول ان فيه خلاف بين الازهر والسياسى"
٣. الايحاء بأسلوب (يببدو على مايببدو انا معرفش لكن يببدو) ان شيخ الازهر
قدم استقالته خلاص لان شيخ الازهر شخصية مش بتحب تواجهه ده راجل
عاطفى رومانسى مش زى جاد الحق، ده حساس بيتقمص يودى وشه بعيد
وبيتقمص .

٤. "ما هو أسامة الازهرى هو شيخ الازهر الجديد"

ثانياً: النتائج المرتبطة بأساليب المغالطات والتضليل الحجاجي المستخدمة فى الخطاب
السياسى للفضائيات المعادية؟

وتوصلت الدراسة الى استخدام العديد من أساليب المغالطات فى عينة الدراسة:

١- **التناقض القولى** : وهو قول لا يراعى فيه المتكلم السلامة المنطقية. كأن
يتحدث عن غياب شيخ الازهر عن الحضور للاحتفال ثم فى حال
حضوره يتكلم عن سر تجاهله. فاذا لاحظنا فى ثلاثة مقاطع قبل حضور
شيخ الازهر ثم بعد حضوره نجدها على النحو التالى:
"محمد ناصر يكشف السر لرفض شيخ الازهر حضور افتتاح مسجد
السياسى بالعاصمة الجديدة" محمد ناصر يكشف سر منع السياسي لشيخ
الازهر من القاء كلمته وافتتاح مسجد الفتح العليم "
"محمد ناصر يكشف عن سر تجاهل السياسي لشيخ الازهر خلال افتتاح
مسجد الفتح العليم" .

٥٥^١ محمد ناصر يكشف سر منع السياسي لشيخ الازهر من القاء كلمته وافتتاح مسجد الفتح العليم
<https://www.youtube.com/watch?v=V-6xGa7jVWs&t=16s>



التناقض الأخلاقي العملي: ويتمثل في تناقض أقوال المتكلم وأفعاله أو استنكاره شيئاً يقع فيه. مثلاً ادعاء التدبُّن والدفاع عن الدين وانتهاج أسلوب السباب والالفاظ القبيحة،

أمثلة التناقض الأخلاقي العملي من مقاطع زوبع العنوان : (زوبع يفضح فهلوة السيسي) "يا ابن الحلال وللا ابن الحرام يا ابن الحرام اللي فكر في المشروع بالطريقة دي". العنوان: (زوبع يكشف عن الزى الموحد للمصلين في اول صلاة جمعة بمسجد الفتح العليم) "فيه ناس لابسه ابيض اهم في الجامع واضح انهم افنعوهم انهم حيروحو يلفوا حوالين الحرم يروحوا بقى يقولوا لبيك اللهم لبيك لا شريك لك يا عبدو لبيك السيسي يقول على الفكر لا الاسلامي يا حمار الفكر ده اصلا حاجه انتہ متعرفهاش الفكر الاسلامي طلع مدارس كتيره. وتقولى عندك رؤية انتہ أعمى ما بتشفس يا ابني.. الخشت او الطشت رئيس جامعة القاهرة"^١

أمثلة التناقض الأخلاقي العملي من مقاطع وجدى غنيم حلقة بعنوان "ردى على كذب وتدليس وجهل احمد الطيب في افتتاحه للكاتدرائية الصليبية" حيث يكيل السباب واللعان بأفزع الألفظ فيقول: "حسبنا الله ونعم الوكيل ف السيسي وعلى راسهم واولهم هذا المجرم احمد الطيب شيخ الأزهر"^١ "لاصلاح بدون انتخاب شيخ الازهر لكن ده خاتم ف ايد رئيس الجمهورية ودى كلمة محترمة هوه اصلا جزمة ف رجله- مين الطيب ده كان عضو مميز في امانة جمال السياسات في عهد حسنى حمارك المجرم- اتفق مع الخسيسى وتواضرس على عزل فخامة الرئيس المنتخب محمد مرسي- طلع فسوة كده

^١ ٣٢. حمزة زوع، قناة مكملين، مقطع بعنوان: " زوبع يكشف عن سر الزى الموحد للمصلين في اول صلاة جمعة بـ مسجد الفتح العليم " متاح على موقع يوتيوب رابط: [٣٦٠] <https://www.youtube.com/watch?v=69GEPserNGk&t=10s>



ان الكتاب اللى يقولوا الصليبين مقدس عندهم لا يجوز للمسلم ان يمسه الا اذا كان متوضي زى زى القران الكريم.¹

٢- **حجاج القوة:** ويتمثل في حمل المخاطب على سلوك معين بالاستناد إلى

التهديد المعنوي او الجسدي (مثل ليكم يوم، الشعب مش حيسيبكم،....)

٣- **المحاججة بالتجهيل أو الاحتكام إلى الجهل:** وتقوم على إفحام المخاطب

انطلاقا من تعجيزه على أن يدلي بما ينفي الحجة المقدمة له، وتكمن

المغالطة في أنه إن لم يتوفر للمحاجج دليل ينفي حجة خصمه لحظة

الحوار فليس معناه أن الحجة صحيحة بشكل مطلق . مثلا فى احد

المقاطع بقناة مكملين " السيسى حيبقى مضطر بينى مسجد تانى بين

المساكن فى العاصمة الجديدة- **مغالطة الاحتكام الى الجهل** بافتراض جهل

المتلقين لعدم درايتهم بتفاصيل المشروع وبالتالي يصبح الاحتمال

بالاحتياج لمسجد جديد صحيح.²

٤- **الفسطائية:** القياس الذي تكون مقدماته صحيحة ونتائجه كاذبة، ولكنه

يبقى مطابقا لقواعد المنطق فيجد الإنسان نفسه عاجزا على دحضه، ولذلك

يعد الفلاسفة هذه المغالطة المنطقية "حكمة مموهة".

امثلة المغالطات الفسطائية من من مقاطع صابر مشهور حلقة ١٤٦٢ (٧-١-

٢٠١٩) استشهادات بوقائع تاريخية عن استخدام الاستعمار لمجاملة الشعوب

¹ وحدى غنيم، مقطع بعنوان " رد قوي من الشيخ وجدي غنيم على كذب شيخ الازهر في افتتاح مسجد الفتح العليم والكاتدرائية المسيحية، متاح على موقع يوتيوب رابط: [٣٦٠] p]

<https://www.youtube.com/watch?v=InHgyhD8sgI&t=27s>

^٢ ٧. مع زوبع، مقطع بعنوان " إزالة ١٣ كم طرق بعد رصفها، و٢ مليار جنيه كلفة مسجد الفتح العليم زوبع يفضح فهلوة السيسى [٣٥٠] p] <https://www.youtube.com/watch?v=qggerJvtqJl&t=35s>



المستعمرة دينياً مثلاً أن يشهر نابليون بونابرت اسلامة أثناء الحملة الفرنسية على مصر، وهى مغالطات، مقدماتها صحيحة وهى استغلال الاستعمار للخطاب الدينى لكسب ود الشعوب المستعمرة، ولكن نتائجها كاذبة، فليس معنى ان الاستعمار يصنع ذلك انه لا ينبغى على الحاكم فى العصر الحديث بناء دور العبادة لمواطنيه المسلمين والمسيحين. وهنا يقول:

"الاجابة الصحيحة والدقيقة نجدها عند ملك فرنسا لويس السادس عشر وعند نابليون فملك فرنسا يقول "ألا يستحق حكم باريس ان احضر قداسا فى الكنيسة كل اسبوع"؟؟ فلا بد انا حيط نفسى ببعض مظاهر التدين كي احكم فرنسا والشعب يسمع الكلام....." "نابليون بونابرت قدم مظاهر تفيد أنه مسلم أكثر اقناعاً من ان السيبي صلى العشا فى مسجد الفتاح، بونابرت سمى نفسه شيخ بونابرت وسمى نفسه على و صلى وأعلن اسلامه فى الازهر واصبح يحضر كل جمعة جلسات قراءة القران الكريم والسيبي مش بيعمل كده، بونابرت كان بيحضر الموالد وراجعوا الجبرتى على الشيخ على بونابرت، والمصريين لما تشككوا قدم أدله كى يحكم مصر لان نابليون كان اذكى من السيبي، فقدم الدليل انه ذهب للفاتيكان وقام بتخريب الكنائس هناك، وقام بمهاجمة مالطة وقضى على منظمة فرسان الهيكل، و لانهم كفار يهاجمون سفن المسلمين، والمصريين رفضوا لانه لم يعلم الولاء لخليفة المسلمين فى اسطنبول....."

"محمد على باشا كان يهدم المساجد ويأخذ حجارها ليينى فنادق للجانب اللى جابهم مصر وهذا مذکور فى التاريخ وسياسته زى سياسة السيبي وهوه اللى بنى مسجد القلعة ليس لانه راجل متدين لكن لانه جزء من الحكم....."^١

^١ صابر مشهور ، مرجع سابق.



٥- **المصادرة على المطلوب:** عندما تكون النتيجة موجودة في المقدمة ويوجد إجماع في المصادر القديمة والحديثة على اعتبار المصادرة على المطلوب خطأ منطقيًا يتمثل في المصادرة على النتيجة التي ينبغي الوصول إليها، وهي تأتي عادة في شكل حجة دائرية بما أن المتكلم يعود إلى المقدمة في الاستنتاج، وتستعمل حجة المصادرة على المطلوب في السياسة كثيرًا. مثلًا الجدوى الاقتصادية من العاصمة الإدارية أو المسجد أو الكاتدرائية ثم الحديث عن ضرورة التنمية وحل العشوائيات ثم الحديث عن مخاطر الاستدانة يليها عدم الجدوى من العاصمة الإدارية مرة أخرى.

٦- **غياب المصدر:** أو عدم وضوحه أو ضعفه يضعف الحجج^١. ويستخدم بكثرة وفي العديد من المواقف التي تدعى مثلًا عدم رغبة شيخ الأزهر في الحضور أو في استياء البابا تواضرس من موقع الكاتدرائية أو في العشرات من المعلومات المجهلة التي يتم قذفها مباشرة في وجه المشاهد وكأنها حقائق من مصادر مطلعة.

٧- **التماس المشاعر:** وهي محاولة إثارة المشاعر بدلًا من تقديم حجة سليمة وقوية، من المهم الملاحظة أن في بعض الأحيان قد تثير حجة سليمة منطقيًا بعض المشاعر، أو أن تحتوي على جانب شعاعي، ولكن تحدث المغالطة عندما تستخدم المشاعر بدلًا من الحجة، أو لإخفاء الضعف في الحجة. كمحاولة استغلال العواطف الدينية " بلد الأزهر تفتتح مسجد بالراقصات" في إشارة لاستخدام الموسيقى والفن في احتفالية افتتاح

^١ - المرجع نفسه، ص ١٣٥ - ١٣٧.



المسجد والكاتدرائية او استثارة المشاعر الوطنية بان "مصر الحضارة الصهاينة يبلعبوا الحبله ف سينا ودخلوا تانى".

٨- القذح الشخصي أو الشخصنة: مغالطة الشخصنة تحدث عندما يرد على حجة بالهجوم على صاحب الحجة بدلا من الحجة نفسها.

من مقاطع صابر مشهور حلقة ١٤٦٢ (٧-١-٢٠١٩) فى الهجوم على الامام الطيب " الشيخ الطيب لا يمثل المسلمين ولم يتم انتخابه ولا يعبر عن المسلمين فى كلمته لافتتاح الكاتدرائية والحزب الوطنى ومبارك فرضوه علينا "

- الشخصنة من مقاطع وجدى غنيم حلقة بعنوان "ردى على كذب وتدليس وجهل احمد الطيب فى افتتاحه للكاتدرائية الصليبية" يقول "سمح بعودة الطلاب الايرانيين الشيعة للدراسة فى الازهر، وبيتهم السلفيين بالتكفير وبيتناول على ابن تيمية، مصر تحكم الى الان بقانون فرنسى ولم يعترض، ولم يستنكر ترحيل المصريين من رفح لصالح اليهود، فى مؤتمر فى بورما قال ان البوذية دين انسانى وان بوذا هو الحكيم الصامت ، ويقول تكفير الشيعة مرفوض وساصلى خلفهم فى النجف، وافق على حصار قطر فى رمضان، يقول شوف الخيبة اللى جاية شفاعة النبي للمؤمنين وللكفار . ده واخذ الدكتوراة بتاعته مش فى الدين فى الفلسفة ولا بيعرف يقرأ قران ولا يجيب احاديث" ^١

الشخصنة من مقاطع محمد ناصر قناة الشرق (سر رفض شيخ الازهر الحضور) بعنوان: تجارة الدين: مسجد وكنيسة فى خدمة السيسي، زفة من العاصمة الادارية من

^١ رد قوي من الشيخ وجدى غنيم على كذب شيخ الازهر في افتتاح مسجد الفتاح العليم والكاتدرائية المسيحية
[https://www.youtube.com/watch?v=InHgyhD8sgl&t=27s٣٦٠]



جيوب المصريين، يقول: "تشوف كلمة كامل الوزير رئيس مجلس وزرا مصر والمعمارى الوحيد فى مصر"^١

٩- **الاحتكام إلى سلطة:** هذا النوع من المغالطات هو الأسهل في التعرف عليه، ويحدث عندما يتم إسناد النتيجة إلى حكم شخص أو أشخاص خبراء بموضوع الحجة وهي تسمى كذلك بمغالطة التصنيف والتميط . فمثلا وجدى غنيم استخدم مغالطة الاحتكام الى سلطة العلم الشرعي..، قائلًا: " انا مش حرد حذى ابن تيمية يرد يقول ابن تيمية من اعتقد ان الكنائس دور عباده او اعانهم على فتحها او اقامة شعائرهم فهو كاذب.. (تكفير شيخ الازهر دقيقه ١٥:٨) "

١٠- **حجة الكذب:** وهي جميع أنواع الحجج المبنية على التلفيق والكذب.

من مقاطع زوبع العنوان : (زوبع يفضح فهلوة السيبي) "ازالة ١٣ كم فى العاصمة الادارية الجديدة بعد رصفها حول مسجد الفتاح العليم- البابا تواضرس قال على الكاندرائية لا يا عم دى بعيدة ومفيش فيها ناس وانا مش حسيب بتاعة العباسية- رئيس جامعة واخذ الطلبة بتوعه ف رحلة للفتاح العليم ومتصور والرحلة شاملة الجامع والاكل والشرب والرقص والمزيكا- بالاضافة للاكاذيب استعمل ايضا مغالطة الرنجة الحمراء للتشيت ادعاءات ان فيه رقص واعمال منافية للدين ولالاداب فى التجمع الطلابي. اكاذيب وجدى غنيم .المسيحين بيقولوا ان المسيح بناعهم تقمص عبد الفتاح السيبي."

^١ محمد ناصر يكشف السر لرفض شيخ الازهر حضور افتتاح مسجد السيبي بالعاصمة الجديدة [٣٦٠ p] <https://www.youtube.com/watch?v=W9k7pHfAaEE&t=9s>



١١- **مغالطة التلغيم أو تسميم البئر:** بوضع كلمة أو بأسلوب استنهامي يجعل من الامر كأنه حقيقة واقعة

المغالطات من مقاطع صابر مشهور حلقة ١٤٦٢ (٧-١-٢٠١٩) "مسجد الفتاح العليم يضاهاى مساجد السلاطين فى تركيا آيا صوفيا لكن المسجد اللى بناه الرئيس المسلم اردوغان فى الجانب الاسيوى اكبر" **مغالطة التلغيم بكلمة الرئيس "المسلم"** ينفى بها صفة الاسلام عن السيسي فان كان فعلها اردوغان وانفق مليارات على المسجد فهى عن حق وتستاهل لأنها صادرة وبصدق.

١٢- **مغالطة الاحراج الزائف:** وتستند على وضع المشاهد فى مازق ان تكون الاجابة المنطقية محرجه كان أسأل هل تتبرع لجمعية حماية البيئة ام انك ضد البيئة؟ واستخدمها المدعو هشام عبد الله فى برنامج (ابن البلد) على قناة الشرق بعنوان: (لماذا يستعين بالمسيحين فى مسجد الفتاح السيسى)

١٣- **مغالطة السبب الزائف:** مغالطة السبب الزائف امرين متتاليين لا يعنى سبب ونتيجة بالحتمية، مثلا كادعاء صابر مشهور: "البعض يتساءل ويقول ان السيسي بنى الفتاح العليم كي يبرر لنفسه بناء اكبر كاتدرائية" وهو سبب زائف وغير منطقي.



خاتمة الدراسة:

اتضح من الدراسة أن هناك نوعين من الاستراتيجيات الخطابية التي يتم استخدامها هما الاستراتيجية التصريحية والاستراتيجية التلميحية ، وهو ما يؤكد أنه لا يوجد خطاب واحد لهذه الجماعات، فهم يعتمدون نوعاً من الخطاب مع جمهورهم الداخلى ونوعاً آخر من الخطاب مع الجمهور الخارجى العام، وبالتالي فالجمهور المستهدف هو الذى يفرض الاستراتيجية التي تناسبه، ولا شك أن الخطاب السياسي يعد من أكثر أنواع الخطاب تعطشا للاستراتيجية التوجيهية الأمرة، فيستخدم بكثافة مع اتباع الجماعة الارهابية أما فى حالة الجمهور العام الخارجى فيكون الهدف من الاستراتيجية التلميحية تحقيق هدف الإقناع هو "إحداث تغيير في الموقف الفكري والعاطفي"^١ لدى المخاطب.

كما توصلت الدراسة لاستخدام العديد من أساليب المغالطات والتضليل الحجاجي فى الخطاب السياسي للفضائيات المعادية منها المحاجه بالقوة و التجهيل والسفستائية، ومنها القياس المغلوط و غياب المصدر والتماس المشاعر، ومنها ايضا الشخصنة و الوهميات و التلغيم بسؤال وغيرها.

^١ هنريش بليت، البلاغة والأسلوبية، ت: محمد العمري، ص ٦٤، نقلا عن عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص ٤٤٥.



التوصيات:

ان تحقيق التنمية الشاملة هو أمر من الأهمية بمكان لأمن واستقرار المجتمع المصرى، فى ظل ظروف دولية واقليمية تمثل تحدياً تاريخياً خطيراً للدولة المصرية يصبح الاهتمام بالتنمية والانجاز الفعال على مختلف أصعدة الانتاج أمراً لا بد منه. ويُعدُّ الخطاب المعادى الذى تنتهجه القنوات الموجهة من الخارج تحدياً آخر لا يقل أهمية ، اذ أن استخدام الخطاب التحريضى والتشكيكي وانتهاج أساليب المغالطات المتنوعة بهدف زعزعة الاستقرار وضرب ثقة المواطن فى كل ثوابته الوطنية وفى جدوى التنمية والتشكيك فى وطنية كل مؤسسات الدولة كلها أمور تصب باختصار فى مصلحة الارهاب وتمثل قاعدة فكرية تيسر عمليات تجنيد الشباب فى مختلف التنظيمات الارهابية. لذلك توصى الدراسة :

- ١- ضرورة وضع استراتيجيه وطنية شاملة لمواجهة الارهاب يكون الشق الاعلامى فيها جوهرياً، ويتم استخدام نتائج الدراسات المتنوعة فى هذا المجال وما آلت اليه من توصيات فى صياغة هذه الاستراتيجية.
- ٢- ينبغى التوسع فى انشاء المراكز البحثية المتخصصة فى مجابهة الارهاب، فلا يمكن أن تظل مجرد مبادرات متنوعة أو اهتمامات بحثية فردية ومستقلة فى كل تخصص فى السياسة والجغرافيا والاعلام وعلم النفس والاقتصاد والحاسبات وخلافة بل ينبغى أن تشمل كل جامعة مصرية عامة أو حكومية على مركز بحثى متخصص فى دراسة الارهاب وحروب الجيل الرابع تقوم هذه المراكز بمهام بحثية محددة وتقوم ايضاً بدور توعوى للمجتمع المحلى الذى تعمل به.



- ٣- تشكيل مرصد اعلامى متخصص لمواجهة الشائعات والاذخبار الكاذبة والمضللة يصدر تقارير تفصح للرأى العام أساليب المغالطات المستخدمة فى الخطاب الاعلامى الموجه من الخارج أياً كان مصدره أو الجهة التى تتبناه.
- ٤- التوسع فى تدريس مقررات التربية الاعلامية media literacy التى تمكن الطلاب فى مراحل عمرهم المبكرة من التعرف على كيفية اختيار مصادر الاخبار والتحقق فى صدق الخبر و كيفية اكتشاف المحتوى الكاذب والمزيف بأساليب فنية مبسطة.
- ٥- تحصيل الشباب من خلال الأنشطة الطلابية فى المدارس والجامعات والتوسع فى الندوات التى تركز على الاتصال المباشر.
- ٦- ضرورة مقاضاة الجهات التى تمول هذه القنوات بتهمة استعمال اساليب القرصنة فى بث القنوات على ترددات النايل سات وانتهاج الاساليب التكنولوجية لحجب هذه القنوات.
- ٧- ضرورة التزام الخطاب الاعلامى الداخلى بالمصداقية والحيادية والدقة والموضوعية وتفعيل موائيق الشرف المهنية ضد كل تجاوزات اعلامية حتى يكون الاعلام الوطنى نموذجاً يحتذى به فى الرقى الاخلاقى والمهنية الاعلامية ويسحب بساط الانتقادات تحت اقدام القنوات الموجهة ولا يقدم مادة خام لمحتواها الاعلامى.
- ٨- ضرورة الحفاظ على المؤسسات الاعلامية الوطنية مثل اتحاد الاذاعة والتليفزيون (ماسبيرو)، والصحف والمجلات القومية بتنوع عناوين اصداراتها، والقنوات التليفزيونية المحلية، والاذاعات المحلية بتنوعاتها، وعدم الانجراف نحو دعاوى بيعها أو خصصتها ذلك أن الخطاب الاعلامى الرسمى وتشكيل الهوية الوطنية وتراث هذه المؤسسات هو فى ذاته ثروة لا تقدر بمال، ومهما واجهت هذه الوسائل من تحديات اقتصادية فيمكن التغلب



- عليها من خلال التفكير خارج الصندوق وانتهاج آليات إعادة الهيكلة على نحو يحقق لها الانتشار، والمكسب الاقتصادي.
- ٩- كذلك ضرورة الحفاظ على القنوات والاذاعات المصرية الموجهة الى الخارج، مع عقد مؤتمر وطني للمتخصصين للبحث في اليات احيائها على نحو يحقق لها الفاعلية، والقدرة على التأثير.
- ١٠- عدم التردد أو التأخر اكثر من ذلك في المسارعة بانشاء محطات تلفزيونية فضائية موجهة باللغات التركية والعبرية والفارسية و العربية تقدم المحتوى الترفيهي والاذاعي وتخصص برامجا تليفزيونية متنوعة تُعنى بالشأن الداخلي في قطر ومختلف تلك البلدان، وتعرض لوجهة النظر المصرية في مختلف القضايا ذات الاهتمام المشترك مع تلك الدول.



المراجع

١. القرآن الكريم
٢. ابن منظور، لسان العرب، ، ضبط يوسف الشيخ محمد البقاعي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط١، بيروت، لبنان، ٢٠٠٣ ج ١١ ص٢٥٢-٢٥٣.
٣. ابن منظور، لسان العرب، ضبط يوسف الشيخ محمد البقاعي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط١، بيروت، لبنان، ٢٠٠٣ ج١، ص٣٦٠ .
٤. أبو بكر زروقي الخطاب الحجاجي في صحيح البخاري- دراسة تداولية، دكتوراه العلوم في الآداب واللغة العربية جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ٢٠١٦.
٥. أحمد بن راشد بن سعيد، قوة الوصف، دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه، عالم الفكر، الكويت، عدد ١، مجلد ٣٢، يوليو- سبتمبر ٢٠٠٣، صص ٢١١-٢٣٠.
٦. أحمد دعدوش ، أساليب الدعاية المعاصرة ، الغاية تبرر الوسيلة ، مجلة البيان ، العدد ٢٣٨ من ويكيبيديا الموسوعة الحرة .
٧. إزالة ١٣ كم طرق بعد رصفها، و٢ مليار جنيه كلفة مسجد الفتح العليم _____ زوبع يفصح فهلوة السيسي [p٧٢٠]
<https://www.youtube.com/watch?v=qggerJvtqJI&t=35s>
٨. اسماء حنبلي، تداولية الخطاب الصحفي السياسي : فيصل القاسم أنموذجاً، مجلة منتدى الأستاذ ع ١٨، المدرسة العليا للأساتذة، ٢٠١٦، صص ٢٨٦-٤١٠ متاحة على قاعدة بيانات دار المنظومة.

٩. أسماء زروقي، خصائص الخطاب في الربع الأول من القرآن الكريم من منظور تداولي، رسالة دكتوراة في اللغة العربية، كلية الآداب، جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر، ٢٠١٦.
١٠. أم الخير سلفاوي. البعد التداولي في البلاغة العربية من خلال "مفتاح العلوم" ل"السكاكي، الماجستير في اللغة العربية وآدابها، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ٢٠٠٩.
١١. أوبييردريفوس وبول رابينوف، ميشيل فوكو (مسيرة فلسفية)، ترجمة: جورج أبي صالح، مراجعة وشروح مطاع الصفدي، مركز الإنماء القومي، بيروت، ص ٢٠٠.
١٢. أيت أومغار صليحة، الأبعاد التداولية في مسرحية الهارب: طاهر وطار، رسالة ماجستير في اللغة والأدب العربي، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، الجزائر، ٢٠١٦.
١٣. إيمان مالكي، الاستراتيجيات التداولية في تحليل الخطاب السياسي: خطب الحجاج بن يوسف أنموذجاً " مذكرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير في علوم اللسان وتحليل الخطاب، كلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة زيان عاشور بالجلفة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الجزائر ٢٠١٥.
١٤. إيهاب حمدي، واقع الممارسة العملية لبرامج الحوار (التوك شو) بين القواعد المهنية والمسؤولية الاجتماعية : العملية الشاملة سيناء ٢٠١٨ نموذجاً، تحليل مقارن لعينة من حلقات القنوات المصرية الوطنية و المعادية، المؤتمر العلمي الدولي الرابع و العشرون " نحو تجسير الفجوة بين الاعلام و الجمهور " كلية الاعلام جامعة القاهرة مايو ٢٠١٨.



١٥. باتريك شارودو، دومينيك منغنو، معجم تحليل الخطاب، ت: عبد القادر المهيري، حمادي صمود، دار سيناترا، تونس، ٢٠٠٨، ص ٤٤٢-٤٤٣.

١٦. بريجيت نرليخ، تاريخ التداولية، ترجمة: منتصر أمين عبد الرحيم.

١٧. بعد افتتاح مسجد الفتاح العليم .. لماذا يكره السيسي القران؟. معتر

مطر [p٧٢٠]

<https://www.youtube.com/watch?v=wwIE6ItbteA>

١٨. بلقاسم دفة، استراتيجية الخطاب الحجاجي : دراسة تداولية فى ارسالية

اشهارية من قناة سما الفضائية السورية، اتحاد الكتاب العرب، ٢٠١٧

مجلة الموقف الأدبي، مجلد ٤٦ العدد ٥٥٣ صص ١٩٦-٢١٥ عبر

قاعدة بيانات دار المنظومة

<https://search.mandumah.com/Record/821928>

١٩. بهاء الدين محمد مزيد، تبسيط التداولية من أفعال الكلام إلى بلاغة

الخطاب السياسي دار شمس ط١ القاهرة ٢٠١٠. ص ١٢١-١٢٢.

٢٠. تعليقا على افتتاح السيسي مسجد الفتاح العليم وأكبر كنيسة بالشرق

الأوسط [p٧٢٠]

<https://www.youtube.com/watch?v=DKxQt5ZVoMM>

٢١. التهانوي محمد علي الفاروقي كشاف اصطلاحات الفنون .ت. لطفي

عبدالبدیع مراجعة أمين الخولي، المؤسسة المصرية العامة للتأليف

والنشر، ص ١٦٠٢.

٢٢. جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي،

١٩٧٥، ص ١٧١.

٢٣. حازم طارش حاتم، استراتيجية الإقناع في الصورة التشبيهية في الخطاب

القرآني، لجامعة المستنصرية - مجلة كلية التربية ١٠٢٧ العدد الثاني.

٢٤. حسام أحمد قاسم، تحولات الطلب ومحددات الدلالة، مدخل إلى تحليل الخطاب النبوي الشريف، دار الآفاق العربية، القاهرة، ط ٤٢٨م، ٢٠٠٧م، ص ٥٥-٥٦.

٢٥. الحواس مسعودي، البنية الحجاجية في القرآن الكريم، سورة النمل نموذجاً، مجلة اللغة والأدب، جامعة الجزائر، عدد ١٢ ديسمبر ١٩٩٧م، ص ٣٣٠.

٢٦. خليفة بوجادي، في اللسانيات التداولية، دار الحكمة ط ٢٠٠٩، ١، ص ٩٧.

٢٧. رد قوي من الشيخ وجدي غنيم على كذب شيخ الأزهر في افتتاح مسجد

الفتاح العليم والكاتدرائية المسيحية [p٣٦٠]

<https://www.youtube.com/watch?v=InHgyhD8sgI&t=27s>

٢٨. الزمخشري، أساس البلاغة، حققه د. مزيد نعيم وشوقي المعري، مكتبة لبنان، ط ١، بيروت، لبنان، ١٩٩٨، ص ٣٢٠.

٢٩. زهير الخويلدي، فن المغالطات والحجج الباطلة، مجلة رواق الفلسفة، السبت ٢٥ سبتمبر تونس ٢٠١٠.

٣٠. زوبع يكشف سر استعانة السيسي بمسيحيين للصلاة بمسجد الفتاح العليم

<https://www.youtube.com/watch?v=tYfqf7XzEcc&t=11s>

٣١. زوبع يكشف عن دعوة سما المصري للصلاة بمسجد الفتاح العليم ليوم

الجمعة [p٣٦٠]

<https://www.youtube.com/watch?v=Bkic59f19PM&t=16s>

٣٢. زوبع يكشف عن سر الزي الموحد للمصلين في اول صلاة جمعة بـ

مسجد الفتاح العليم [p٣٦٠]

<https://www.youtube.com/watch?v=69GEPserNGk&t=10s>



٣٣. سارة ميلز، ت: بغول يوسف الخطاب، منشورات مخبر الترجمة في الأدب واللسانيات، جامعة منتوري قسنطينة، ٢٠٠٤، ص ٤٨.
٣٤. سعاد لكحل، بنية الخطاب الحجاجي في الأعمدة الصحفية دراسة تداولية لعمود نقطة نظام بجريدة الخبر اليومي، الدكتوراة في علوم الإعلام و الإّصال شعبة علوم الإعلام و الإّصال كلية العلوم الإّجتماعية مستغانم و ا زرة التعليم العالي و البحث العلمي، الجزائر، ٢٠١٧.
٣٥. شنان قويدر، تحليل الخطاب والتداولية، قسم اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب والعلوم الإّجتماعية، جامعة المسيلة،
٣٦. طه عبد الرحمن ، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي ، ط١، المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء ، المغرب ١٩٩٨، ص ٢٢٦.
٣٧. عامر مصباح، الإّقناع الإّجتماعي خلفيته النظرية، وآلياته العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ٢٠٠٠، ص ١٧.
٣٨. عائشة سلامة، الحجاج في خطب الحجاج بن يوسف الثقفي" مذكرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير في الآداب واللغة العربية، كلية الآداب جامعة محمد خيضر بسكرة - وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الجزائر ٢٠١٦.
٣٩. عبد الرحمان عيسوي، دراسات في علم النفس الإّجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، ١٩٧٤، ص ١٩.
٤٠. عبد السلام المسدي، اللغة والسياسة، مجلة ثقافات العدد ١٦٩، ٢٠٠٨، ص ١٧١.
٤١. عبد القادر عواد، مجلة علامات، ع ٧٤، شعبان ١٤٣٢، يوليو ٢٠١١، ص ٥٥ - ٥٦.



٤٢. عبد الله البهلول ، الوصايا الأدبية إلى القرن الرابع هجرياً ، مقارنة أسلوبية حجاجية، مؤسسة الانتشار العربي ط١ ٢٠١١ بيروت لبنان . ص ٣٣٢ .
٤٣. عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، الطبعة الاولى، بيروت ، لبنان، ربيع ٢٠٠٤ .
٤٤. عيسى تومي، الأبعاد التداولية في الخطاب القرآني- سورة البقرة أنموذجاً، الماجستير في الآداب واللغة العربية، كلية الآداب، جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر، ٢٠١٥ .
٤٥. الفيروز أبادي محمد يعقوب، القاموس المحيط، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط١، ١٤١٥/١٩٩٥ .
٤٦. لبوخ بوجملين، تداولية الخطاب " أهمية نظرية الذهن في تحليل الخطاب"، جامعة ورقلة ، الجزائر .
٤٧. مارغاريديا باسولز بويغ، التداولية وتحليل الخطاب، ترجمة: سناء عبد العزيز .
٤٨. محمد العبد، النص والخطاب والاتصال، الأكاديمية الحديثة لكتب الجامعية ط١ القاهرة - ٢٠٠٥ . ص ٤٩ .
٤٩. محمد العمري ، في بلاغة الخطاب الإقناعي ، دار الثقافة، الدار البيضاء ط١، ١٩٨٦-١٤٠٦، ص ٤٥
٥٠. محمد العمري ، في بلاغة الخطاب الإقناعي ، دار الثقافة، الدار البيضاء، ط١ ١٩٨٦-١٤٠٦، ص 45 .
٥١. محمد محمد يونس علي، المعنى وظلال المعنى، أنظمة الدلالة في العربية، دار المدار الإسلامي، ط٢، ٢٠٠٧، ص ١٤٨ .



٥٢. محمد ناصر يكشف السر لرفض شيخ الازهر حضور افتتاح مسجد السيبي

بالعاصمة الجديدة [p٣٦٠]

<https://www.youtube.com/watch?v=W9k7pHfAaEE&t=9s>

٥٣. محمد ناصر يكشف تفاصيل صدمة السيبي بعد تجاهل الفنانين وزعماء

العالم لحضور افتتاح مسجد الفتاح العليم [p٣٦٠]

<https://www.youtube.com/watch?v=utO08RJEHGI&t=8s>

٥٤. محمد ناصر يكشف سر منع السيبي لشيخ الازهر من القاء كلمته وافتتاح

مسجد الفتاح العليم -v=V-
<https://www.youtube.com/watch?v=V-6xGa7jVWs&t=16s>

٥٥. محمد ناصر يكشف عن سر تجاهل السيبي لشيخ الازهر خلال افتتاح

مسجد الفتاح العليم [p٣٦٠]

<https://www.youtube.com/watch?v=uvJFHkXJ65A&t=9s>

٥٦. محمد ناصر_ الفلوس اللي اتصرفت على مسجد العاصمة الإدارية كانت

المفروض تتصرف في مشاريع تخدم الشعب [p٧٢٠]

https://www.youtube.com/watch?v=Rvx9o_zXg1E&t=15s

٥٧. مروة محمد على ، التحليل التداولى للخطاب واستراتيجيات البنية الإقناعية

وأبعادها التداولية، دراسة نظرية لمضمون وخطاب الحجاج التداولى

للخطاب الصحفي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة العدد السادس ص

٤٩١.

٥٨. مسعود صحراوي، التداولية عند العلماء العرب، دار الطليعة للطباعة

والنشر، بيروت، يوليو، ٢٠٠٥، ص ١٥.

٥٩. معتز يكشف أكبر فضيحة بمسجد الفتاح العليم الذى بناه السيبي بالعاصمة

الإدارية

<https://www.youtube.com/watch?v=1yG0D5L3w1Y&t=14s>



٦٠. معتر يكشف اكبر فضيحة بمسجد الفتاح العليم الذي بناه السيبي بالعاصمة

الادارية [٣٦٠p]

<https://www.youtube.com/watch?v=1yG0D5L3wIY&t=69s>

٦١. هدى عبدالغني إبراهيم باز، في العلاقة بين تحليل الخطاب والتداولية :

نموذج تطبيقي من جريدة التبكيت والتكيت، جسور، يناير ٢٠١٦، ص

٤٦٢-٤٧٢ متاحة على قاعدة بيانات دار

[.https://search.mandumah.com/Record/764120](https://search.mandumah.com/Record/764120) المنظومة

٦٢. هشام عبدالله يكشف سر استعانة السيبي بمسيحيين للصلاة بمسجد الفتاح

العليم

<https://www.youtube.com/watch?v=qXhW4U2KGJ4&t=12s>

٦٣. هنريش بليت، البلاغة والأسلوبية، ت: محمد العمري، ص ٦٤، نقلا عن

عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص ٤٤٥.

٦٤. وعة رنا، اساسيات الاقناع اللغوي في الخطاب الاشهاري السياحي،

ماجستير الاداب واللغة العربية جامعة محمد خيضر-بسكرة، الجزائر،

٢٠١٥.