

المغالطات الحجاجية - وقيم التنشئة السياسية للطفل - في الخطاب المرئي إظهارين:

سيدي الرئيس

Argumentative Fallacies –and the Values of Children’s Political Upbringing- in the Visual Discourse of Zain Commercial: Mr. President

د. ليلي بوعكاز

جامعة الصديق بن يحي جيجل (الجزائر)
مخبر اللغة وتحليل الخطاب، جامعة جيجل

leila.bouakez@univ-jijel.dz

فريدة باسط*

جامعة الصديق بن يحي، جيجل (الجزائر)
مخبر اللغة وتحليل الخطاب، جامعة جيجل

farida.basset@univ-jijel.dz

تاريخ القبول: 2024/12/14

تاريخ الإرسال: 2024/10/28

الملخص:

تتوخى هذه الورقة البحثية النظر في المغالطات الحجاجية في الخطاب المرئي إظهارين: سيدي الرئيس وتأثير تلك المغالطات الحجاجية في قيم التنشئة السياسية للطفل، كونه يندرج ضمن الخطاب المرئي الموجه للطفل الذي فرضته العولمة الإعلامية على الطفل المعاصر سعياً منها لإعادة تشكيل هوية الطفل العربي وتوجيه أفكاره نحو توجه معين. وذلك من وجهين: أحدهما تحليل الجانب اللغوي والأيقوني للخطاب في إطار المقام. وثانيها الكشف عن الأبعاد الفكرية والأيدولوجية الكامنة فيه من خلال تقديم أدلة معرفية للاعتراض على الدعوى. وقد خلص البحث إلى نتائج تضمن أولاً: الكشف عن الآليات والتقنيات البلاغية والمنطقية المشككة لهذا الخطاب وأهمها الإضممار، وثانياً: بيان دواعي وأسباب المغالطات اعتماداً على النماذج المعرفية، والتي وضحتنا من خلالها أوجه التغليب في أبعاده السياسية والثقافية والأخلاقية.

الكلمات المفتاحية: الحجاج؛ المغالطة؛ الخطاب المرئي؛ الطفل.

Abstract: This research paper aims to examine the fallacies in argumentation within the visual discourse of the Zain advertisement titled "Mr. President" and the impact of these argumentative fallacies on the values of political socialization in children. Because it falls within the visual discourse directed at the child, that media globalization has imposed on the contemporary child in an effort to reshape the identity of the Arab child and direct his thoughts towards a specific direction. The analysis is conducted from two perspectives: firstly, analyzing the linguistic and iconic aspects of the discourse within the context of the situation, and secondly, uncovering the intellectual and ideological dimensions embedded in it by presenting cognitive evidence to challenge the claims. The research concludes with findings that first reveal the mechanisms and rhetorical and logical techniques forming this discourse, most notably ellipsis; and secondly, it explains the reasons and causes of these fallacies based on cognitive models, through which we elucidate the aspects of misleading in its political, cultural, and moral dimensions.

Keywords: argumentation; fallacy; visual discourse; the child.

* المؤلف المرسل: فريدة باسط

مقدمة:

يعدّ الحجاج من أهم القضايا التي تهتم بها التداولية في إطار دراسة البعد الاستعمالي للغة، كونه يقوم على مجموعة من الاستراتيجيات والتقنيات الخطابية التي تهدف إلى إقناع المخاطب بما يعرض عليه، أو توجيهه نحو تبني موقف معين، وغالباً ما يتحقق ذلك بالحجج العقلية والمنطقية ما يضمن الوصول نحو الغرض المقصود، لكن يحدث أن تنحرف الحجة عن غايتها الأساسية لتكتسب مقاصد ومغالطات تضليلية، أو كما يصطلح عليها أغلب الباحثين بالمغالطة.

تتحقق المغالطة بآليات مختلفة منها اللغوية والسياقية والبلاغية، ويمكن توظيفها جميعاً لغرض الحجاج لا سيما إذا تعلق الأمر بتوجيه الحجاج نحو جمهور المتلقين في الخطاب المرئي، القائم أساساً على تمرير هذا النوع من الخطابات المضللة لخدمة الأغراض السياسية، أو بهدف التأسيس لواقع جديد يبتعد عن تسمية الأشياء بمسمياتها اعتماداً في ذلك على إثارة عواطف الجمهور من خلال بناء استدلاله على مقدمات ومعتقدات مسلم بها ومقبولة ترتبط بالهوية والتاريخ تحكمها السياقات والظروف التي أنتجت فيها.

ومن هذا المنطلق تهدف هذه الورقة البحثية لبيان أبرز مغالطات الحجاج وأسبابها وأبعادها السياسية في الخطاب المرئي إشتهار زين: سيدي الرئيس، إذ يقوم هذا الخطاب على مغالطات حجاجية مبنية على استدلالات فاسدة مضمرة لحجج ترسخ في ذهن الجيل القادم سياسة النذل والهوان والخنوع والاستعطاف لأمريكا وزعماء العالم، وكذلك الكشف عن أسباب المغالطات وأبعادها الدينية والتاريخية، بالإجابة عن الإشكالية التالية:

- كيف توظف وسائل الإعلام عبر الخطاب المرئي -الإشهادي خاصة- المغالطة كاستراتيجية لخدمة أغراض سياسية، أو بهدف التأسيس لواقع جديد، أو بغية توجيه النشء العربي نحو تبني وعي سياسي معين؟

- ما هي أبرز التقنيات الحجاجية التي تم استخدامها بغية الوصول إلى هذه الأهداف والغايات؟ وتكمن أهمية هذه الورقة البحثية كونها تتناول ظاهرة المغالطة الحجاجية في الخطاب المرئي مستفيدة من مختلف التقنيات والآليات والتطورات الحديثة التي برزت في مجال؛ البلاغة الجديدة والبحث العرفاني. وقد اقتضت طبيعة الدراسة والمدونة الجمع بين المنهج الوصفي والتدولي والعرفاني في وصف وتحليل البنية اللغوية والأيقونية للخطاب الحجاجي، ورصد آلياته المنطقية في إطار المقام لتظهر أوجه استعمال الحجاج في الخطاب، لتكشف عن المغالطات الحجاجية اللغوية والأيقونية وأبعادها السياسية، وبيان طبيعة الحجج الأيقونية وعلاقتها بالتصورات الذهنية من خلال تفاعل العناصر اللغوية والأيقونية في البنية التصورية.

1- تحديدات اصطلاحية:

1-1- الحجاج:

شغل مفهوم الحجاج حيزا واسعا في الدراسات العربية والغربية قديما وحديثا، فتعددت التعريفات الخاصة به نظرا لاختلاف المجالات المعرفية التي تناولته بالبحث والتحليل تنظيرا وإجراءً، أهمها: المنطق، البلاغة والفلسفة حيث ظهر الحجاج المنطقي والبلاغي والفلسفي. وقد عرف موضوع الحجاج تطورا كبيرا، من التصورات الحجاجية للبلاغة الأرسطية إلى البلاغة الجديدة، ومرّ بمراحل مختلفة بداية من مرحلة النشأة مع السفسطائيين إلى مرحلة النضج مع أرسطو، وصولا إلى مرحلة التجديد التي بدأت بظهور كتاب "البلاغة الجديدة: دراسة في الحجاج" للبلجيكيين شايم بيرلمان "chaïm Perelman" ولوسي أولبرخت تيتيكا "Lucie Olbrechts Tyteca" عام 1958. وتوالت البحوث في هذا الاتجاه حتى ظهرت نظرية الحجاج في اللغة ل "أوزفالد ديكر" عام 1973.

وما يهمننا في الدراسات اللسانية الحديثة تعريف موضوع نظرية الحجاج عند بيرلمان وتيتيكا، فهما يطلقان لفظ الحجاج على النظرية والموضوع «موضوع نظرية الحجاج هو دراسة تقنيات الخطاب التي من شأنها أن تؤدي بالأذهان إلى التسليم بما يعرض عليها من طروحات أو تزيد في درجة التسليم»¹ حيث تقوم النظرية عندهما على مبدأ تكييف المتكلم مع السامع؛ أي أن السامع يدرك ما في الخطاب (الحجج المعروضة) ثم يقبلها، لكن يقبل إما أن يقوم بالمطلوب، أو يتم تحضيره للقيام بالعمل المطلوب في الوقت المناسب، حيث يبني المتكلم حججه على مقدمات مقبولة ومسلم بها من قبل من يتوجه إليهم بالخطاب؛ لأن الهدف من الحجج هو نقل الاعتقاد من المقدمات إلى النتائج، إذ يرى بيرلمان وتيتيكا من الأشياء التي يعتمد عليها الخطيب في مقدمته، أشياء تعود إلى الوقائع والحقائق والمنظومات وأخرى تنتهي إلى القيم أو الهرميات وهذه الأشياء تمثل المقدمات التي يبني عليها الحجاج عندهما، وجعلنا نقطة ارتكاز عملية الحجاج عندهما هو العقل، من خلال توظيف مجموعة التقنيات والآليات البلاغية والمنطقية من أجل الإقناع، وغايتهم من الحجاج هو تحقيق الإقناع الذي ينتج عنه فعل معين، أو اتخاذ موقف ما، وهما لذلك يجعلان الإذعان؛ أي الإقناع مدار العملية الحجاجية.

كما يظهر إثراء نظرية البلاغة الجديدة عند كل من "شايم بيرلمان والبرخيت تيتيكا" في الدراسات التداولية من جانبين: أحدهما تطور مجال البحث في موضوع الحجاج من البرهان المنطقي الفلسفي عند أرسطو إلى دراسة كافة أنواع الحجاج في الاستعمالات العادية. والثاني انتقال منهجية الدراسة من المعيارية في وضع القيم والمعايير لممارسة الخطابة إلى الجمع بين المعيارية والوصفية في توصيف العملية الحجاجية من حيث الآليات شبه المنطقية والمغالطات.

2-1- الخطاب المرئي:

ارتبط مفهوم الخطاب في الثقافة العربية بالكلام، فالخطاب يستعمل مرادفا للكلام، والخطاب في أبسط معانيه اقترن بالمشافهة والتوجيه للغير قصد التأثير والإقناع. إذ عرف مفهوم الخطاب تطورا

كبيراً. فقد مكنت الثورة الاتصالية والمعلوماتية من الذيوع والانتشار للخطاب، كما أسهمت في تطويره وتوسيع دائرته ليشمل إلى الجانب اللغوي جوانب أخرى غير لغوية، نحو: الصور الأشكال، الألوان، وابتداع أنماط تواصلية جديدة من الخطابات عبر مختلف وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي. وفتح الباب واسعاً أمام الباحثين في معان ودلالات خطابات وسائل الإعلام التي تعتمد بشكل كبير على العناصر البصرية أو الصورة في نقل خطاباتها السياسية، الثقافية، الدينية، الاجتماعية. فأصبح الخطاب المرئي-الإعلامي خاصة- محل نقاشات جادة لدى العديد من الباحثين في مختلف التخصصات. ولفهم ماهية الخطاب المرئي أو خطاب الصورة وجب الوقوف أولاً عند بيان مفهومي الخطاب والصورة.

1-2-1- مفهوم الخطاب:

من الصعب إيجاد تعريف موحد لمصطلح الخطاب نظراً لاختلاف المرجعيات الفكرية والمعرفية له، فتعددت تبعاً لذلك وجهات نظر الباحثين حول تصوراتهم ومفاهيمهم، وتعددت تعريفاتهم الخاصة لمصطلح الخطاب، نذكر منها:

أ- مفهوم الخطاب عند جون ديبوا Jean Debois أورد تعريف الخطاب في معجم اللسانيات يحمل عدّة معان يقول: «الخطاب هو اللغة الفعلية والممارسة من قبل المتكلم، وهو وحدة تعادل الجملة أو تتجاوزها، تتألف من سلسلة تشكل رسالة ذات بداية ونهاية، والخطاب في البلاغة هو متتالية من ملفوظات موجهة من أجل الإقناع والتأثير ومبنية وفق قواعد محدّدة، وفي مفهومه اللساني الحديث يعني مصطلح الخطاب كل ملفوظ يتجاوز الجملة»².

يدل هذا التعريف على معان المصطلح في سياقات معرفية مختلفة وكلها لا تخرج عن دلالة الملفوظ أو النص المنطوق الذي يتجاوز حدود الجملة الواحدة ليربط بين عدة جمل، يمكن أن نستنتج المجالات المعرفية على النحو الآتي:

- 1- الخطاب مرادف للكلام وهو مقابل للسان عند سوسير وهو التجسيد الفعلي للغة.
- 2- الخطاب ملفوظ يساوي أو يفوق الجملة يتكون من متوالية تشكل رسالة ذات بداية ونهاية.
- 3- الخطاب في البلاغة سلسلة ملفوظات موجهة للتأثير والإقناع.
- 4- الخطاب ملفوظ يتعدى الجملة.

ب – كما يرى نورمان فيركلف Norman Fairclough وجوب توسيع دائرة الخطاب ليشمل أنماط التواصل اللغوية وغير اللغوية، كالصورة البصرية والنصوص التي تجمع بين الكلمة والصورة- كما هو الحال – في الإعلانات.³

من خلال ما سبق ذكره يمكن القول إن الخطاب رسالة مكتوبة أو شفوية يوجهها المرسل إلى المتلقي بشأن موضوع أو قضية معينة في مقام معين محكوم بظروف الزمان والمكان والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والأخلاقية المحيطة بالخطاب في إطار عملية التواصل الذي قد يكون الاتصال الشخصي مباشراً أو عن طريق قنوات معينة كوسائل الإعلام والاتصال.

ويمكن أن يضم الخطاب العلامات غير اللغوية، كالصور، الحركات، الإيماءات، التي تزيد من قوة الخطاب وفعاليتها وتدفع المتلقي للتفاعل معه.

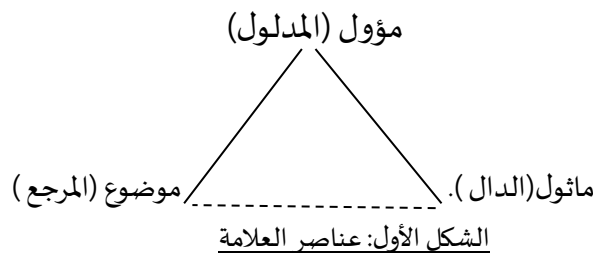
1-2-2- مفهوم الصورة:

الصورة مفهوم مشترك بين العديد من التخصصات، كالبلاغة، الفلسفة، علم النفس، اللسانيات، علوم الإعلام والاتصال والعلوم الإنسانية والاجتماعية، وحتى التقنية والطبية. لذلك تعددت تعريفاته، فنجد، الصورة الشعرية في الأدب، والصورة الذهنية في علم النفس، والصورة البيانية في البلاغة، وغيرها من المفاهيم التي يعبر عنها بكلمة الصورة في مختلف المجالات المعرفية، لكن ما يهمننا في هذا الخطاب هو مفهوم الصورة المرئية ذات البعد الاتصالي والإعلامي.

يشير مصطلح صورة في بيئته الغربية التي تبلور فيها المفهوم إلى أن لفظة صورة تمتد بجذورها إلى الكلمة اليونانية القديمة أيقونة Icon، والتي تشير إلى فكرة النسخ والمحاكاة والتمثيل والتشابه، وقد ترجمت إلى (Imago) في اللاتينية، و (Image) في الإنجليزية.⁴

تنضوي الصورة تحت مصطلح الأيقونة من منظور سيميائي باعتبارها نظاما تواصليا غير لغوي، حيث تحيل الأيقونية (الصورة) كعلامة على موضوعها على أساس التشابه والتماثل؛ أي تشمل الأيقونة العلامات التي تكون فيها العلاقة بين الدال والمرجع قائمة على التشابه (الصورة الفوتوغرافية).

كما تقوم الصورة المرئية على عناصر ثلاثة: الدال، المدلول، المرجع، والمرجع يقوم بدور مهم في تسنين الصورة وتشفيرها⁵. استنادا إلى عرف ثقافي يختلف من مجتمع إلى آخر أو مرجعية فكرية، أيديولوجية، دينية؛ لأن العلاقة بين الدال والمرجع خط متقطع، وهي علاقة اعتباطية. يمكن التمييز بين عناصر تداول العلامة، دالا يقوم بالتمثيل؛ بمعنى أداة التمثيل لشيء آخر، ومرجعا للتمثيل؛ أي ما يقوم الماثول بتمثيله، ومدلولا يضمن صحة العلاقة بين الدال والمرجع، وقد عبر عن هذا التمييز من خلال مفاهيم متنوعة في سياقات معرفية مختلفة كالفلسفة، واللسانيات، واللغة. يمكن عرض هذه الخطاطة في المثلث⁶:



يمكن القول إن مفهوم الصورة عرف تطورا ملحوظا خاصة بعد أن حررتها التقنية المعاصرة من سلبيتها، ولم تعد نسخا، وإنما صارت توازي ما ينتج الشيء المنسوخ. وأصبحت الصورة اليوم الوسيط الأكثر شيوعاً وقوة في العالم المعاصر نظرا لما تتيحه من إمكانات لا متناهية للتواصل والدعاية والتأثير في الرأي العام، وذلك بفضل سرعة تداولها وقوة تأثيرها، حازت على اهتمام وسائل الإعلام والاتصال

1-2-3- مفهوم الخطاب المرئي:

لقد مدت العولمة الإعلامية الخطاب المرئي بمقومات جعلته يفرض سيطرته على عقول البشر، وأضحى الفضاء الأكثر انفتاح الذي يبرز ثقافات مختلفة من خلال تسليطه الضوء على الحياة

بتفاصيلها وجزئياتها المختلفة متجاوزا حاجز اللغة الذي يحول دون انتشار الفكر والثقافية. حيث يقوم الخطاب المرئي على إنتاج كم هائل من الدلالات والمعاني من خلال ترجمة الأفكار التي يستمدّها من الثقافة التي ينتج فيها، إذ يجد في الصورة تعبير بصري وإبداع؛ لأنها أداة تعبيرية شأنها شأن بقية الرموز التمثيلية الأخرى، لكنها لا يمكن أن تنقل عن كل العمليات التي تقود إلى تمثيل الواقع واستنساخه وإعادة إنتاجه أو التموهيه من خلال الصناعة التقنية بما فيها من صناعة المشهد، والوضعية، وزاوية الرؤية، بل قد يصل بها الإيهام إلى إمكانية استعادة هذا الواقع استنادا إلى رؤية وفيه كما نصت على ذلك كل التيارات الواقعية لكي تجعل الصورة أداة للتعبير عن الواقع -كماتراه- وترويضه وتوجيهه وفق غايات إيديولوجية مسبقة⁷.

3-1- مفهوم الإشهار:

بما أن أوردنا مصطلح إشهار في عنوان المقال وجب أن نحدد مفهومه الأساس. يعدّ الخطاب الإشهاري أحد الأنواع الرئيسة في الخطاب المرئي باعتباره إنتاجا معرفيا وصناعة إعلامية وثقافية، فهو يحظى باهتمام كبير في مختلف المجتمعات حيث يؤدي دورا حيويا في تكوين الحقائق والأفكار في أذهان الناس لما له من قدرة على التأثير في اتجاهات الرأي العام، وتشكيل الوعي الفردي والجماعي، وفي التأثير على الثقافة في أبعادها الأخلاقية والفلسفية.

كما يمثل الخطاب الإشهاري نوعا من أنواع الخطاب عامة نظرا لاتصاله بالحياة الإنسانية بشكل مباشر، فيؤسس القيمة الاجتماعية والأخلاقية والحضارية، ناهيك عن القيمة التجارية، فهو وإن ارتبط ارتباطا وثيقا بالدعاية بمفهوم عام إلا أنه يبطن في الممارسة اللغوية والأيقونية قيمة ثقافية ذات سمة أيديولوجية غالبية تحاول أن ترسخ لدى المستقبلين⁸.

إذ يعدّ الخطاب الإشهاري «خطابا إقناعيا، يتأسس ضمن إطار نظري وجهاز مفاهيمي يستثمر مواقف معينة لدعم وجهة نظر محددة والعمل على الإقناع بها بشتى الوسائل بما تحمل من دلالات لغوية تبليغية للأشخاص ومشاعرهم وأحاسيسهم وأفكارهم»⁹. وعليه، يعدّ الخطاب الإشهاري خطابا مؤسسا على أبعاد ثقافية، اجتماعية، إيديولوجية ودينية، فهو صناعة مكثفة تجمع بين أنساق لغوية وأيقونية تحمل دلالات تعكس الأبعاد السابقة الذكر إضافة إلى البعدين الأخلاقي والحضاري بهدف الإقناع والترويج للمنتج أو الفكرة.

ينبغي الخطاب الإشهاري نسق تفاعلي مركب يجمع بين نسقين دلاليين هما: النسق اللغوي والنسق الأيقوني، يتجلى الجانب اللساني في البنية اللغوية للخطاب الإشهاري الذي يتكون من المستويات اللغوية (الصوتي، الصرفي، التركيبي، الدلالي). يمثل النسق اللغوي اللغة التي «تمنح المنتج هويته البصرية واللفظية، وهي أساس وجود وضمان تداوله وتذكره واستهلاكه»¹⁰ مصاحبة النسق الأيقوني حتى تتفاعل الأنساق اللغوية والأيقونية مما يضيف على القراءة علامات سيميائية وبعدا دلاليا تأويليا، ووظيفة المكون اللغوي توجيه المتلقي نحو المعنى المقصود حتى لا ينزاح مضمون الرسالة الإشهارية. أما النسق الأيقوني، فيتمثل في العناصر البصرية التي تدخل في تكوين الخطاب الإشهاري، كالصورة، اللون، الشكل، وتشتغل هذه العناصر وفق سنن خاصة بها تختلف عن السنن اللفظية؛

فهي تقوم بتحويل منظم لمجموعة من العناصر، كالإطار واللون والشكل، مما يجعل الدليل في الخطاب اللغوي يشتغل كلياً داخل الخطاب.¹¹

يمكن عد الخطاب الإشهادي خطاباً بينياً، إذ تتضافر في صناعته عدة مجالات معرفية، فهو يشمل عدة جوانب تواصلية (المرسل، الرسالة، المتلقي) وسياسية (توجيه الرأي العام) واقتصادية (المنتج، المنتج، المستهلك) إضافة إلى الجانب التقني في صناعة الصورة (العلامة) وكذلك ينضوي على جوانب فكرية وأيديولوجية (الثقافي، الاجتماعي، الديني).

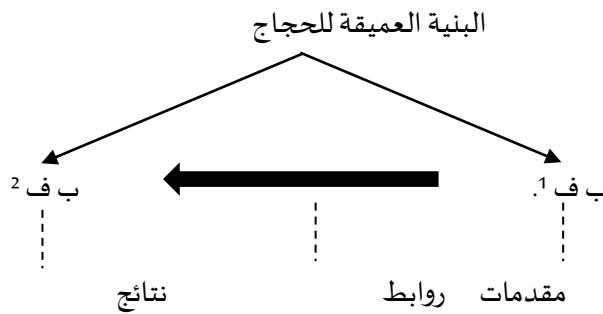
2- بنية الخطاب الحجاجي:

يمكن تناول المفهوم العام للحجاج كونه نشاطاً خطابياً لغوياً في مستويين : أولهما (إما) على مستوى الخطاب والتفاعل الاجتماعي، باعتباره مبحثاً تداولياً، كان الاهتمام به انطلاقاً من وظيفته في اللغة، وتوجيهه لمقاصد المتكلم، ودوره في التأثير والإقناع، وذلك يتضح من خلال جانبين هما: الأول أن الملفوظات حال الاستعمال والتواصل لا تخلو من قصد للحجاج مهما كانت الوظيفة الغالبة عليها، وهو ما يعرف في التداولية بالتوجيه الحجاجي للملفوظات «يتوفر كل ملفوظ على قيمة حجاجية حتى في حال الوصف البسيط المنقوص من أدوات الربط الحجاجي»¹². والسبب الثاني أن الحجاج يكون بين طرفي الخطاب؛ وهما المرسل (المتكلم) والمرسل إليه (المتلقي) في مقام معين محكوم بظروف الزمان والمكان بهدف التأثير والإقناع. فالخطاب الحجاجي حسب تصور الباحثين من لغويين وفلاسفة وبلاغيين ومناطق، يتكون من مجموعة من القضايا يدعم ويسند بعضها بعضاً بهدف الوصول إلى النتيجة المرجوة.

كما نجد في التعريفات العربية تنوعاً في تعريف الحجاج من حيث مكوناته، إذ يغطي كل تعريف جانباً من الجوانب نأخذ -على سبيل المثال - تعريفي، طه عبد الرحمان «حدّ الحجاج أنه كل منطوق به موجه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحق له الاعتراض عليها»¹³، وأبو بكر العزاوي «إن الحجاج هو تقديم الحجج والأدلة المادية إلى نتيجة معينة، وهو يتمثل في إنجاز تسلسلات استنتاجية داخل الخطاب، وبعبارة أخرى يتمثل الحجاج في إنجاز متواليات من الأقوال، بعضها هو بمثابة الحجج اللغوية، وبعضها الآخر هو بمثابة النتائج التي تستنتج منها»¹⁴ يتبين من خلال التعريف الأول أن الحجاج علاقة تخاطبية بين المتكلم الذي يدعم قوله بالحجة والدليل لإقناع المتلقي الذي له الحق في الاعتراض إن لم تقنعه الحجة. وعليه، نجد اختلافاً في الرؤية بين التعريفين حيث سعى التعريف الثاني إلى الإلمام بالعناصر الأساسية للخطاب الحجاجي وهي المقدمات والنتائج والروابط، فهو يحدد مكونات الخطاب الحجاجي بدقة.

كما يمثل تحليل البنية اللغوية للنص مدخلاً مهماً في التحليل التداولي للخطاب الحجاجي، لأنه يتم دراسة العناصر الثلاثة المقدمات والنتيجة والرابط بينهما في إطار معطيات المقام ومدى معرفتنا بالمشاركين في العملية التواصلية، إذ يسمح موقف التواصل أحياناً بإضمار عنصر المقدمات أو النتائج أو بتضمين الروابط لغرض ما، وهي حال أغلب الخطابات التواصلية التي تتميز بإحالات ثقافية مقامية.

يتضح أن الحجاج من حيث هو نشاط خطابي لغوي هدفه إقناعي قائم على صور استدلالية تنطلق من مقدمات وفرضيات وهي الصيغة المنطقية إضافة إلى معطيات مستقاة من السياق، حيث يعرفه جون ميشال آدم بأنه «يهدف الخطاب الحجاجي إلى التأثير في الآراء، أو المواقف، أو سلوكيات المحاور أو الجمهور من خلال تقديم (استنتاج) مقبول أو معقول ومدعوم بطرق مختلفة انطلاقاً من أدلة، أو بيانات، أو أسباب»¹⁵ يبين هذا التعريف بنية الخطاب الحجاجي والتي تتضمن فرعين: يمثل الجزء الأول المقدمات، والثاني النتائج، وطبيعة الروابط التي تربط بين الفرعين روابط لغوية، أو منطقية. يمكن أن تمثل لبنية الخطاب الحجاجي بالآتي:¹⁶



الشكل الثاني: البنية العميقة للنص الحجاجي

1- الحجاج في الخطاب المرئي (الإشهار):

ينهض الخطاب المرئي على تقنيات الخطاب وآليات الإقناع والتأثير اللغوية والأيقونية إلا أن المهتمين بالحجاج يقع تركيزهم على الخطاب اللغوي، وعلى الإمكانيات والأدوات التعبيرية التي تمدنا بها اللغة الطبيعية، لكن مع ذلك لا يمكننا ألا نلاحظ أن الصورة وسلطتها الإقناعية التي مكنت لها الثورة الاتصالية والمعلوماتية من الذيوع والانتشار قد استغلت بشكل كبير إلى جانب اللغة، بل وأحياناً تفضل عليها أشكالاً تعبيرية تواصلية أخرى تحقق استجابة أكثر سرعة.

تكمن أهمية الصورة وخطورتها في ارتباطها بالوعي واللاوعي والتصور والخيال، فالصورة تعمل على لفت الانتباه إلى عناصرها التركيبية والشكلية، فهي تترك أثراً في ذهن المتلقي، وفي لا شعوره هذا الأمر الذي ولّد الأهمية للاتصال المرئي. وهنا نصل إلى أن إنتاج الصورة والتحكم فيها يولد القدرة على السيطرة والتحكم في ذهن المشاهد، فالصورة لها جوانب لغوية ونفسية وتربوية واجتماعية وأيديولوجية وحضارية وجمالية، مما يدل على هيمنة الصورة لتكون إحدى أهم وسائل عالمنا المعرفية والاقتصادية والثقافية والإعلامية، وبذلك تحولت الصورة من الهامش إلى المركز ومن الحضور المحتشم إلى موقع الهيمنة والسلطة.

يرى أبو بكر العزاوي أن الحجاج لا يقتصر على اللغة فحسب، بل يتعداه إلى أشكال عديدة من الأنظمة التواصلية غير اللغوية، كالسلوكيات، الحركات الأيقونية، الإشارات، الطقوس وغيرها، حيث تتفاعل مع المعطيات اللغوية في البنية التصورية لتحقيق الغاية المرجوة؛ لذلك دعا العزاوي إلى ضرورة توسيع مفهوم الحجة لتشمل مختلف أنظمة التواصل الأخرى. فالتواصل عنده يكون لغوياً أو غير

لغوي وكذلك الحجاج يكون بوسائل لغوية وغير لغوية يؤكد أن «لا تواصل من غير حجاج ولا حجاج بغير تواصل»¹⁷.

لقد ربط العزاوي الحجاج بكافة أنظمة التواصل اللغوية وغير اللغوية في سبيل بناء مقاربه الحجاجية للخطابات الإشهارية معتمدا في ذلك على نظريتي الحجاج في اللغة ل ديكر ونظرية الدلالة التصورية عند رأي جاكندوف الذي يرى أن البنية الدلالية هي البنية التصورية، أي أن البنية التصورية هي المكان الذي تبني فيه التصورات وهي كل المعارف والتصورات التي يبنها الإنسان في ذهنه عن الأشياء والعالم، لا يستعين فيها باللغة فقط، بل لها علاقة بتجاربه ومعارفه وثقافته. «يوجد مستوى وحيد التمثيل الذهني - وهو البنية التصورية - تكون فيه المعلومات اللسانية والحواسية والحركية متلائمة بشكل أفضل»¹⁸

وعليه، فإن التحليل الحجاجي للخطاب المرئي الإشهاري من حيث مكوناته اللغوية والأيقونية يستوجب أن تكون الحجج والنتائج عبارة عن حجج لغوية وحجج أيقونية حيث تتفاعل وتتضافر وتتكامل هذه المكونات في مستوى البنية التصورية لبناء المعنى في ذهن المتلقي، فبين فهم الخطاب وتشكل المعنى وتأويله نشاط ذهني، يقوم به المتلقي من خلال صور استدلالية انطلاقا من مقدمات وفرضيات بنى عليها منشأ الخطاب الإشهاري خطابه، قصد التأثير والإقناع بغية الوصول إلى الأهداف والغايات.

3- التحليل الحجاجي للخطاب المرئي سيدي الرئيس:

1- الطفل والعملة الإعلامية:

تجسد العملة عملية تفاعل وتكامل بين الشعوب والشركات والحكومات في جميع أنحاء العالم حيث ظهر مصطلح "العملة" أول مرة في أوائل القرن العشرين. تشكل العملة ظاهرة لها تحولاتها ومستجداتها في ظل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال والثورة المعلوماتية حيث أصبحت استراتيجية للهيمنة تفرضها الحضارة المعاصرة وتهمين عليها ثقافة أحادي القطب تتسيد العالم، يعرف الفيلسوف الفرنسي "روجيه جارودي" العملة بأنها «نظام يمكن الأقوياء من فرض الدكتاتوريات اللإنسانية التي تسمح بافتراس المستضعفين بذريعة التبادل الحر وحرية السوق»¹⁹، وهناك تعريف آخر لها «العملة مصطلح بدأ لينتهي بتفريغ الوطن من وطنيته وقوميته وإنتمائه الديني والاجتماعي والسياسي، بحيث لا يبقى منه إلا خادم للقوى الكبرى»²⁰، يتضح من خلال التعريفين السابقين أن العملة عملية اقتصادية للتفاعل والتكامل تتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية، فهي تمثل استراتيجية للهيمنة لها بعدين: الأول هو بعد موضوعي يعكس دور تقنيات الإعلام والاتصال والمعلوماتية في تقريب أبعاد العالم. والثاني هو بعد أيديولوجي تسعى إلى تنميط أحادي ثقافي انطلاقا من مرجعية القطب الواحد المهيمنة عالميا.

لقد اخترقت العملة الإعلامية عالم الطفولة عبر تلك الوسائط الإلكترونية، وانتشار ثقافة الصورة والكلمة من خلال ذلك السيل الجارف من فتنة الصوت والصورة بألوانها وأشكالها أخذت تقتحم عقل ووجدان الطفل، فيتلقاها دون ممانعة. كما جعلت الطفل يتخلى عن أعباه المادية

ونشاطاته الحركية والذهنية التي تسهم في اكتشافه لعالمه والتفاعل معه، وأصبح الطفل سجين الفضاء الأزرق في جميع مراحل طفولته وذلك يؤثر سلباً على النمو الجسدي والذهني للطفل، إذ يجب مراعاة التناسب بين محتوى الخطاب المرئي والمرحلة العمرية والمستوى الذهني للطفل، لأن ظهور أي خلل أو تراجع ذهني أو جسدي أو نفسي في مرحلة من مراحل نموه قد يؤثر على المراحل العمرية الموالية، أو يسبب له أزمة تلازمه مدى حياته.

أصبح الخطاب المرئي الذي يتلقاه الطفل مسؤولاً عن تعليمه وترفيهه، بل وتربيته أيضاً وهذه الأخيرة مسؤولية الأسرة والمدرسة، لذا نتساءل ما علاقة الخطاب المرئي بالتربية والتعليم للطفل؟ يعرف عالم الاجتماع "دوركايم" التربية بأنها «الفعل الذي تمارسه الأجيال الراشدة على الأجيال الصغيرة التي لم تصبح بعد ذلك ناضجة للحياة الاجتماعية، وموضوعها إثارة وتنمية عدد من الاستعدادات الجسدية والفكرية والأخلاقية عند الطفل، والتي يتطلبها المجتمع السياسي في مجمله والوسط الخاص الذي يوجه إليه»²¹، الملاحظ أن الخطاب المرئي أخذ دور الثقافة الأسرية والمدرسة ودورها بدأ يتقلص بالتدرج نظراً لعجزهما عن منافسة الخطاب المرئي والتكنولوجيا الإعلامية التي غزت البيوت، وأصبحت تمثل صراعاً بين الأسرة التي تحاول الحفاظ على الهوية الذاتية للطفل، وبين عوامة الخطاب المرئي التي تسعى جاهدة إلى إعادة تشكيل هوية الطفل وذلك يجعلنا أمام تحديات تماهي الهوية واخلخله الانتماء وانفلات زمام الحكم في عمليات التنشئة التربوية والاجتماعية. حيث وجد الطفل في الخطاب المرئي متنفساً للتعبير عما بداخله، إذ يوجه علاقته بالعالم الخارجي، حيث أصبح الخطاب المرئي الموجه للطفل إحدى عمليات التنشئة التربوية والاجتماعية والسياسية والثقافية التي لا يستطيع تجنبها لما فيها من صور تشد الانتباه وحركات سريعة ورموز ومؤثرات صوتية، ولما لها من تأثير على تكوين شخصية الطفل وسلوكه ومكتسباته الفكرية والأخلاقية والنفسية.

2- أثر الخطاب المرئي في تشكيل هوية الطفل:

ثورة الاتصالات حولت العالم المعاصر إلى "قرية كونية" صغيرة، حيث تم الترويج لفكرة أن الاتصالات والمعلومات في العصر الجديد تشكل نظاماً إعلامياً يتدفق في اتجاهين متعاكسين بين شعوب تتبادل ثقافتها كموروثات من التجارب الإنسانية والخبرات. لكن سرعان ما يتبين زيف هذا الادعاء الإعلامي، إذ إن تدفق المعلومات غالباً ما يكون أحادي الاتجاه، حيث يسيطر عليه من يملك المال والتكنولوجيا ووسائل الإعلام. وفي هذا السياق، كانت الثقافة الغربية سباقة إلى فرض قيمها وتقاليدها ومبادئها على الدول الأخرى، وخاصة دول العالم الثالث.²²

لا يختلف اثنان على أثر الخطاب المرئي على الطفل ومدى قدرته على ممارسة التلاعب بعقول الأطفال، وتوجيه أفكارهم نحو توجه معين يخدم مصالح العالم الغربي الساعي منذ الأزل للسيطرة على دول العالم الثالث من خلال فرض النموذج الغربي على أطفال العالم من حيث أنماط التفكير وطرائق الحياة، والتدخل في الجانب التربوي والتعليمي للطفل قصد تغيير عقول الناشئة وتذويب هويتهم العقائدية ليسهل على الخطاب الإعلامي المرئي بث القيم الغربية باعتبار هذا الخطاب إحدى أهم الوسائل البارزة في صياغة التفكير ومعايير القبول للثقافات الأخرى، وأغلب هذه الخطابات المرئية

وافدة من الثقافة الغربية تحاول أن تفرض على أطفالنا مفاهيم ثقافية ومصطلحات جديدة وافكار وممارسات تبدو دخيلة عن مجتمعنا العربي والإسلامي من خلال الايحاءات والرسائل الضمنية التي يستقبلها العقل الباطن للطفل وقد باتت بصمتها واضحة على توجه أطفالنا ونمط تفكيرهم وتقليدهم الأعمى لكل ما هو غربي، ما يستدعي البحث فيها والكشف عن مرجعيتها، ودلالاتها الايحائية ورموزها وأهدافها، وتحليل آليات التلاعب والمغالطة فيها وذلك لبيان مضامينها والقيم المسكوت عنها.

3- المغالطات الحجاجية وتأثيرها في التنشئة السياسية للطفل:

إذا كان الخطاب المرئي (الإشهار) يؤدي دور حيوي في تكوين الأفكار والحقائق في أذهان الناس عموماً، والتأثير في القيم والقناعات والمفاهيم لدى المتلقين من خلال تفاعل الجانب اللساني والأيقوني، فإن أبرز شريحة من المتلقين يكون استهلاكهم غير انتقائي تتجسد في فئة الأطفال لذلك وقع اختيارنا على الخطاب الإشهاري لشركة زين سيدي الرئيس الذي قدمه الأطفال لبيان مغالطاته الحجاجية، وسيتم القيام بتحليل حجاجي للخطاب من خلال ما توفره الإمكانيات اللغوية والأيقونية؛ أي تحليل البنية اللغوية للخطاب الحجاجي، وتحليل الصورة من حيث بنيتها الداخلية والخلفية المعرفية لها، وسيتم الربط بين الجوانب المعرفية للصورة ومدى قدرتها الحجاجية والإقناعية؛ أي دراسة الإمكانيات الحجاجية لهذه الأنماط الخطابية ومكوناتها اللغوية والأيقونية وأوجه التغليب فيها. يمكننا أن نورد بعض النماذج اللغوية والأيقونية التي قد تبين لنا كيف يمكن للخطاب الإشهاري أن يوظف الصناعة المنطقية والبلاغية للمغالطات بغرض التأسيس لوعي سياسي والبحث في القيم والأفكار التي يتضمنها الخطاب المرئي من متطلبات خاصة الخطاب الإشهاري. فمن ذلك مثلاً:

3-1- المغالطات الحجاجية اللغوية:

تتجسد المغالطة الحجاجية في الرسائل الإشهارية اللغوية من خلال الترمويه والخداع عبر صور استدلالية لمقدمات فاسدة أو تعتمد على مقدمات صادقة تمهد لغرض مريب. وإذا نظرنا إلى الخطاب الإشهاري "سيدي الرئيس" الذي عرض تزامناً مع أول أيام شهر رمضان، نجد أنه تسبب في جدل واسع حيث انقسم الجمهور بين مؤيد ومعارض لفكرة الإعلان، وقد لاقى ردود أفعال متباينة بين معجب ومنكر، وانطلاقاً من وجهة نظر معارضة لرؤية هذا الإعلان تتبنى هذه الورقة البحثية دراسة المغالطات الحجاجية في الخطاب الإشهاري وعلاقتها بالتنشئة السياسية للطفل من حيث توجيه الطفل نحو توجهات سياسية معينة، أو يتعلم من خلاله سلوكيات سياسية أو قيم ومواقف ومعتقدات تكون آراءه واتجاهاته، مبنية على مغالطات حجاجية لغوية وأيقونية إذ يمكن أن نقترح أكثر من احتمال في تحليل الخطاب الحجاجي الإشهاري، وذلك بناء على تصورنا لحقيقة النتائج التي يقصدها منتج الخطاب اعتماداً في ذلك على ملابسات المقام ومعرفتنا بعناصر التواصل من المشاركين وظروف الزمان والمكان والخلفيات الثقافية والاجتماعية المحيطة بعملية التواصل.

3-1-1- أليات المغالطة:

المغالطة حجاج لكنه يعتمد على «استدلال فاسد أو غير صحيح يبدو كأنه صحيحا، لأنه مقنع سيكولوجيا لا منطقيا، على الرغم مما به من غلط مقصود»²³؛ لأن المحاجج يعتمد الإيهام والتأثير النفسي والعاطفي بدل الحجة والإقناع. فالمغالطة نوع من الحجج، لكنه يختلف عن الحجج الصحيح باعتبارها يوظف الحجج توظيفا خاطئا مقصودا، فإذا كانت الحجة تهدف إلى الخداع والتضليل فهي حجة مغالطة «إذا تعمد صاحبها وضع هذا الغلط قصدا بهدف التضليل فيسمى عمله هذا "مغالطة"»²⁴.

تتمحور البلاغة الجديدة أساسا حول تحليل تقنيات الحجج، حيث ميّز بيرلمان بين عدة تقنيات للحجاج، وسنقوم بالتركيز على نوع من الحجج التي توافق تقليد القياس المضمر عند أرسطو، يسميها بيرلمان بالحجج "شبه المنطقية" (quasi logique) «تستمد الحجج شبه المنطقية قوتها الإقناعية من مشابقتها للطرائق الشكلية Formelle والمنطقية والرياضية في البرهنة لكن هي تشبهها فحسب وليست هي إياها إذ في هذه الحجج شبه المنطقية ما يثير الاعتراض فوجب من أجل ذلك تدقيقها بأن يبذل في بناء استدلالها جهد غير شكلي محض Non formelle»²⁵؛ بمعنى أنها حجج تستمد قوتها من مشابقتها للحجج البرهانية، لكنها تختلف عنها كونها غير ملزمة، بينما الاستلزام المنطقي ملزم.

كما يجعل الباحثون في الدراسات العربية الحديثة مصطلح المغالطة مرادفا لمصطلح الحجة شبه المنطقية، وهما ترجمة للمصطلح الأجنبي quasi logique، على الرغم من أن الدلالة المعجمية للفظتين في اللغة العربية مختلفتان ما يجعلهما يتفقان على مفهوم واحد أن المغالطة لا تقع إلا إذا كانت الحجة ظاهريا منطقية، وهي في الواقع خلاف ذلك.²⁶

تعتمد الحجج شبه المنطقية عند بيرلمان وتيتيكا شكلين اثنين: الأول البنى المنطقية، مثل التناقض والتماثل والتعددية، والثاني يعتمد على العلاقات الرياضية، وتتضمن علاقة الجزء بالكل وعلاقة الأصغر بالأكبر، وعلاقة التردد. وانطلاقا من هذا التقسيم أورد بيرلمان وتيتيكا أنواعا للمغالطة، تتجسد في مغالطة التناقض، ومغالطة التماثل، ومغالطة التردد، ومغالطة إلحاق الجزء بالكل، ومغالطة علاقة الأصغر بالأكبر، ومغالطة التردد، ومغالطة التعددية. إذ لا نكاد نجد في هذا الخطاب الإشهاري كل أشكال المغالطات الممكنة، ولكن سعيا منا لتحليل ظاهرة المغالطة، نلفي بعض أشكالها، وهي:

أ- آلية التناقض:

التناقض يعرفه عبد الله صولة بقوله: «المقصود بالتناقض (contradiction) هو أن تكون هناك قضيتان (propositions 2) في نطاق مشكلتين إحداهما نفي للأخرى ونقض لها»²⁷. وهنا نقف مع خطاب الطفل للرئيس-موضوع التحليل- حيث وظفت الحجج القائمة على التناقض إذ يمكن أن يتضمن الحجج القصد إلى مغالطة الجمهور، أو تبرير فعل، أو موادّة مخاطب، لكن أقربها إلى هذا الخطاب هو موادّة مخاطب حيث تظهر صورة إشهارية تشتمل على أيقونات تتمثل في صورة طفل عربي يروي

المعاناة التي يعيشها الأطفال في ظل الحروب على بلادهم موجها عدة رسائل كانت أولها لرئيس الولايات المتحدة الأمريكية دونالد ترامب، حيث استهل الطفل خطابه بذكر عبارة: سيدي الرئيس. نجد أن الملفوظ يتضمن مجموعة من الحجج والأدلة وهي:

- سيدي الرئيس

- كريم أنت مدعو على الإفطار

- إذا وجدت بيتي في الدمار

- وعادت أُمي من الطابور بخبز وقلب مكسور

ووقعت المغالطة من الطفل في قوله: "رمضان كريم وأنت مدعو على الإفطار" وهي حجة مغالطة تناقض مقتضى العقل والنقل أن يهئ المسلم غير المسلم بحلول شهر رمضان، ثم يدعوه إلى الإفطار، فقد كانت المغالطة في؛ المقدمات في ذاتها، وهي حجة قائمة على الاستعطاف والخنوع لأن المقدمة في ذاتها كاذبة إذا قيست بواقع الحال؛ والتناقض في الربط بين الحجج والنتيجة إذ تتضافر هذه الحجج لخدمة النتيجة المضمرة من قبيل، سيدي الرئيس (للتوقير والتعظيم) رمضان كريم وأنت مدعو على الإفطار (حجج سيقى لغرض الاستعطاف)، إذا وجدت بيتي في الدمار (دعوة الرئيس إلى الإفطار إذا وجد بيته سالما من الدمار! وهي رسالة تدعو الرئيس من أجل إنقاذهم مما حل بهم بسبب الحروب) فالنتيجة المرجوة الطفل يستجدي تعاطف المخاطب بطريقة مهينة، أما الأثر الناتج عن الفعل الحجاجي، فهو توضيح حقيقة الواقع العربي والإسلامي في ظل الحروب والأزمات للرأي العام الأجنبي ودعوته للسلام والأمان ونبذ الحروب بسبب تأثيرها على الإنسانية عامة والأطفال -تحديدا- من جهة، وكل ذلك يخلق في ذهن الطفل العربي صورا ذهنية مغالطة وبديلة عن العزة والكرامة، ويعزز قيم الذل والخنوع إلى غير ذلك من النتائج المحتملة والممكنة من جهة أخرى.

أما الرابط بين المقدمات والنتيجة، فهو رابط غير منطقي، فكون الرئيس أحد زعماء العالم لا يجعل العرب يخضعون له بالقول في ذل واستعطاف، وليس بحجة على أن يتودد المسلم لغير المسلم وينزله منزلة المسلم من التوقير والتبجيل والتهنئة بالمناسبات الدينية الإسلامية، فيكون التناقض أن يستجدي الضحية الرحمة من الجلاد!!

ثم يلتقي الطفل العربي في تتابع المشاهد بشخص الرئيس الروسي "فلاديمير بوتين" ضمن سياق الإعلان يضع الطفل يده في يد "بوتين"، وهما ينظران من نافذة تطل على مسجد وكنيسة فالطبيعة الحجاجية لهذا الملفوظ واضحة وجليّة تشتمل الحجج:

- وأذنت مساجد

- ورنّت كنائس

- جيران في الله أبواب بلا حارس

وصلت مراكب الموت إلى أرض الأحلام

دون أن يصبح الأطفال قضية رأي عام

خاصة تجمع المتكلم بالمخاطب، ويمكن أن تكون الروابط والنتائج مضمرة ذات إحالات ثقافية يجري كشفها من خلال معرفتنا بمقام التواصل الذي يضم ظروف الزمان والمكان والإطار الثقافي والاجتماعي لعملية التواصل.

والذي يحكم المغالطة الحجاجية في هذه الخطابات ليست القواعد المنطقية بقدر ماهي العوامل السياقية الخارجية، إذ أن حاجتنا إلى تأويل ما هو مضمرة فرضت دخول المعطيات السياقية لتفسيره «فكلما زادت معرفة محلّل الخطاب بخصائص السياق زادت قدرته على التنبؤ بما يمكن قوله»²⁸ حيث أصبح الإضمار سمة الخطابات التواصلية وبوابة دخول هذه الخطابات إلى المنطق.

ب- آلية التعارض:

يكون هذا الشكل من المغالطة «عدم الاتفاق والتعارض بين ملفوظين يتمثل في وضع الملفوظين على محك الواقع والظروف أو المقام لاختبار إحدى الأطروحتين وإقصاء الأخرى فهي خاطئة»²⁹ ويتضح نموذج هذا الاستدلال في الخطاب من خلال ظهور الطفل مع المستشارة الألمانية أنجيلا ميركل في مشهد وهي تحاول إنقاذ اللاجئين الفارين راكبي قوارب الموت، ويعبر الطفل عن المشهد بقوله:

- وصلت مراكب الموت إلى أرض الأحلام.

- دون أن يصبح الأطفال قضية رأي عام.

ما يجعلنا ندرك وجود مغالطة ما في هذا الملفوظ هو منطق التضارب والتضاد بين الحجج وذلك من خلال ورود الحجة وضدها المقدمة الأولى (وصلت مراكب الموت إلى أرض الأحلام)، والمقدمة الثانية (دون أن يصبح الأطفال قضية رأي عام) حيث تحيل لفظة مراكب الموت على قضية الطفل الآن الكردي الذي مات غرقاً، وأزمة اللاجئين الفارين من مناطق الصراع والدمار عبر قوارب الموت حيث يموت معظم اللاجئين في عرض البحر ولا يصل منهم إلا القليل إلى أرض الأحلام في إشارة إلى ألمانيا التي فتحت حدودها للاجئين، فقد أحدثت قضية الطفل الآن ضجة إعلامية وهزت العالم وغيرت سياسات اللجوء في بعض الدول الأوروبية ومنها ألمانيا، ورغم ذلك لم تحرك الرأي العام الأوروبي والعالمي ولم يكن لها تأثير في حل أزمة اللاجئين والنظر في أوضاعهم ومعاناتهم في دول العالم لاسيما في فصل الشتاء، بل اتخذت ضدهم إجراءات صارمة حيث سعت بعض الدول الأوروبية إلى شيطنة هؤلاء وجعلهم مصدر تهديد لبنية المجتمع الأوروبي الأمنية والاجتماعية والثقافية من أجل مصالح سياسية محلية وإقليمية ودولية.

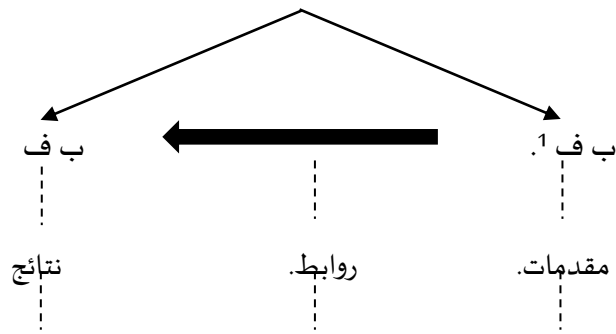
وهنا يقع التناقض بين الممارسات الخطابية في وسائل الإعلام الأوروبية والعالمية وشعاراتها الرنانة حول قضية اللاجئين، وبين معالجة قضية اللاجئين في الممارسات الاجتماعية والسياسية والأيدولوجية، فالمغالطة تقع في الربط بين الممارسات الخطابية في وسائل الإعلام وبين الممارسات الاجتماعية والسياسية في أرض الواقع. وعليه، تكون المغالطة في الربط بين الحجج المتضاربة والمتباينة والتي تتضافر نحو نتيجة واحدة، وهي الدعوة إلى العناية باللاجئين، والأثر الناتج عن الفعل الحجاجي لهذا الملفوظ؛ هو تنبيه الرأي العام حول قضايا اللاجئين من أجل تغيير سياسات اللجوء وفتح الحدود

لللاجئين وحل هذه الأزمة وتداعياتها السياسية والاجتماعية والثقافية، وهذا لم يتحقق على أرض الواقع.

أما الرابط بين المقدمات والنتيجة، فهو رابط منطقي، لأن المقدمات بنيت على وقائع وأحداث حقيقية وصادقة لا يختلف عليها اثنان، وبالتالي، المقدمات تستلزم النتيجة المضمرة الدعوة إلى النظر في قضية اللاجئين ومعاناتهم والأوضاع الإنسانية الصعبة التي يعيشها هؤلاء. يمكن أن نمثل لبنية الحجج في المقولة السابقة بما يلي:

وصلت مراكب الموت إلى أرض الأحلام

دون أن يصبح الأطفال قضية رأي عام



وصلت مراكب الموت إلى أرض الأحلام

(الدعوة إلى العناية باللاجئين)

رابط منطقي

دومان يصبح الأطفال قضية رأي عام

الشكل الرابع: البنية الحجاجية للمقول

2-3- المغالطات الحجاجية الأيقونية:

إذا كنا بصدد تحليل المغالطات في الخطاب المرئي المكون من الأيقونات، أو التواصل السلوكي، فإن طبيعة الحجج والنتائج تكون في شكل عناصر أيقونية أو سلوكية، حيث تنتقل هذه العناصر إلى ذهن المتلقي مكونة صورة ذهنية في بنيتها التصورية من خلال التفاعل بين أنظمة التواصل اللغوية والأيقونية أثناء عملية التواصل لتحقيق النتيجة المرجوة وهي الإقناع والتأثير في المتلقي وحمله على تغيير سلوكه أو أفكاره. إذ تركز الصورة الإعلانية في إظهار زين سيدي الرئيس في تمرير رسائلها السياسية على دور طفل عربي يشهد الحياة من زعماء العالم بالتناوب ويروي مأساته في ذل وخنوع. حيث يستعرض الإظهار عدة قضايا تتجسد في ثلاثة مشاهد، تم من خلالها توظيف المكونات الأيقونية كحجج مغالطة بهدف توجيه الرأي العام نحو وعي سياسي معين من جهة، والتأثير في توجهات وقيم الطفل العربي من جهة أخرى.

المشهد الأول:



ففي الخطاب الإشهادي سيدي الرئيس يبدأ الإعلان بمشهد يشتمل على أيقونات عديدة: صورة طفل عربي أسمر اللون، يبدو عليه الحزن والبؤس يمشي بخطوات بطيئة ومتقاربة في ممر مظلم حتى يصل إلى مكتب الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب... إلخ فهذه العلامات الأيقونية تستدعي عناصر تصويرية معرفية يتم تقديمها باعتبارها حججا تتضافر لمصلحة النتيجة المرجوة. حيث تظهر صورة ترامب بتداعياتها وإيحاءاتها، وما تستدعيه في مخيلتنا وذاكرتنا؛ أي في خلفيتنا المعرفية، ولو اعتمدنا نظرية الأطر (Frame Theory) وهي نظرية لسانية نفسية عرفانية حديثة تهتم بدراسة الأبنية المفهومية والمعرفية للغة التي شكلتها المعارف والتجارب التي عاشها المتلقي إذ تتحكم في عملية إنتاج الكلام وفهمه.

فإن صورة الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب تقدم لنا إطارا دلاليا ومعرفيا وإحاليا معيناً يتضمن دلالات وقيماً محايدة، ومن هذه القيم والدلالات والإيحاءات ما هو إيجابي: القوة تبني سياسات قوية للدفاع عن المصالح الأمريكية، الحزم في التعامل مع الأزمات الإقليمية عبر التدخل العسكري المباشر في سوريا وبورما. القدرة على اتخاذ قرارات طارئة خلافا للتوجهات السائدة، نحو نقل السفارة الأمريكية إلى القدس وغيرها، ومنها ما هو سلبى: التصعيد في التوترات الإقليمية والدولية نتيجة القرارات الأحادية والمثيرة للجدل. زيادة حدة عدم الاستقرار السياسي والأمني في المناطق التي شهدت تدخلات عسكرية أمريكية. انحياز واضح لصالح إسرائيل على حساب حقوق الشعب الفلسطيني في قضية القدس، وغيرها.

لقد وظف مخرج الخطاب الإشهادي القيم الإيجابية في صورة ترامب باعتبارها حججا وأدلة تعبر عن موقف المرسل (المخرج) اتجاه ما يتحدث عنه مع مراعاة محاذير الرقابة الإعلامية وهي رقابة معرفية -على نحو ما نجده- عند فوكو من هيمنة يمارسها أصحاب مجال معرفي معين على أهلية المتكلم (المخرج) وصحة خطابه ومشروعيته لأسباب سياسية بالدرجة الأولى تلبها أسباب اقتصادية واجتماعية وأيديولوجية.

فهذه الحجج ليست ثابتة ومستقرة، فقد تكون حججا وأدلة لصالح نتيجة محددة في هذا السياق، وقد لا تكون كذلك في سياق آخر، إن ما يحدد الطبيعة الحجاجية للمكونات الأيقونية هو السياق بالمفهوم التقليدي أو المحيط المعرفي إذ «يسمي التداوليون (الاتجاه العرفاني) سياقاً كل ما له علاقة بالمحيط العرفاني في عملية التواصل»³⁰ وهو عبارة عن معرفة تصويرية لجملة الظواهر والأحداث والوقائع والأقوال والفرضيات التي يمكن إدراكها واستنتاجها، هذه المعرفة التصويرية تساعد مخرج الخطاب الإشهاري على بناء استدلالاته وتطلعاته لوقائع وفرضيات أخرى في المستقبل، حيث يلجأ إلى اختيار ما يناسب سياق الموقف الحجاجي من هذه المعرفة التصويرية، فهذه القيم والدلالات والإيحاءات الإيجابية هي مكونات أيقونية في مستوى الصورة، وهي أيضاً أنساق تصويرية في مستوى البنية التصويرية، لأنها ترتبط بالعمليات الذهنية كالإدراك والتصور التي تعالج الأنساق اللغوية وغير اللغوية.

كما أن ظهور صورة ترامب في بداية المشهد الأول والطفل العربي تمثل مكوناً أساسياً من مكونات الإطار الدلالي والمعرفي. إضافة إلى عبارة سيدي الرئيس جاءت بأسلوب النداء قصداً للفت الانتباه، أما ضمير المتكلم الباء الذي فيحيل على الأطفال ضحايا الحروب والصراعات، وربما هذه العبارة خلاصة لكل المكونات السابقة حيث يبدو لنا وكأن هناك تكافؤاً وتماثلاً بين العبارة والصورة.

إن القيم الإيجابية للمكونات الأيقونية كالقوة والحزم والسيادة تم توظيفها كحجج وأدلة مغالطة في ذاتها حيث تقع المغالطة في استدعاء الدلالات والقيم الإيجابية لصورة ترامب باعتبارها حججا تتضافر نحو نتيجة مضمرة، وهي رسالة ضمنية تدعو الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب للنظر في حل الصراعات بين الدول وأهمها الصراع العربي الإسرائيلي، وقد ذكرنا سابقاً أن عرض الإعلان تزامن مع صدور قرار نقل السفارة الأمريكية إلى القدس، إذ تنتفي الصلة بين المكونات الأيقونية للصورة كونها حججاً ومقدمات مغالطة، وبين تمثيلها للواقع بموضوعية، فالصورة الذهنية والمعرفية في ذاكرة العرب عن شخصية الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب تحمل دلالات وإيحاءات وقيم سلبية، كالغطرسة والظلم وإبادة الشعوب إضافة إلى الانحياز لسياسة إسرائيل على حساب حقوق الشعب الفلسطيني الأعزل في قضية القدس.

أما الرابط بين الصورة وبينت وظيفتها كحجج مغالطة والنتيجة المرجوة فهو رابط غير منطقي، لأن الرئيس الأمريكي ترامب وهو من تجراً -بالأساس- على اتخاذ قرار نقل السفارة الأمريكية إلى القدس وإعلان القدس عاصمة لإسرائيل، كيف يتحول الجلال إلى منقذ؟!

إن المكونات الأيقونية لصورة ترامب تحيلنا إلى عناصر تصويرية معرفية مغالطة استعملت كمقدمات مغالطة للنتيجة المضمرة، وهي رسالة تدعو الرئيس من أجل التدخل وحل النزاعات التي سببتها الحروب واستعادة القدس، أما الأثر الناتج عن الفعل الحجاجي الأيقوني، فهو التأثير في الرأي العام الأجنبي والعربي وحثه على اتخاذ موقف إنساني اتجاه القضايا المطروحة من خلال الاستناد إلى القيم الإنسانية وإثارة مشاعر الشفقة والتعاطف.

المشهد الثاني:



يجمع المشهد الثاني عناصر أيقونية متعددة، حيث يظهر الطفل مع عائلته المكونة من الأب على كرسي متحرك، وأخته وأخوه الصغيران باستضافة الرئيس الروسي "فلاديمير بوتين" على طاولة الطعام في المطبخ يظهر وراءه بخار إبريق الشاي، ثم تظهر الأم حاملة الخبز من نافذة المطبخ بعدها يمسك الطفل الرئيس الروسي من يديه وكأنه أعشى ويتجه نحو نافذة تطل على المسجد والكنيسة.

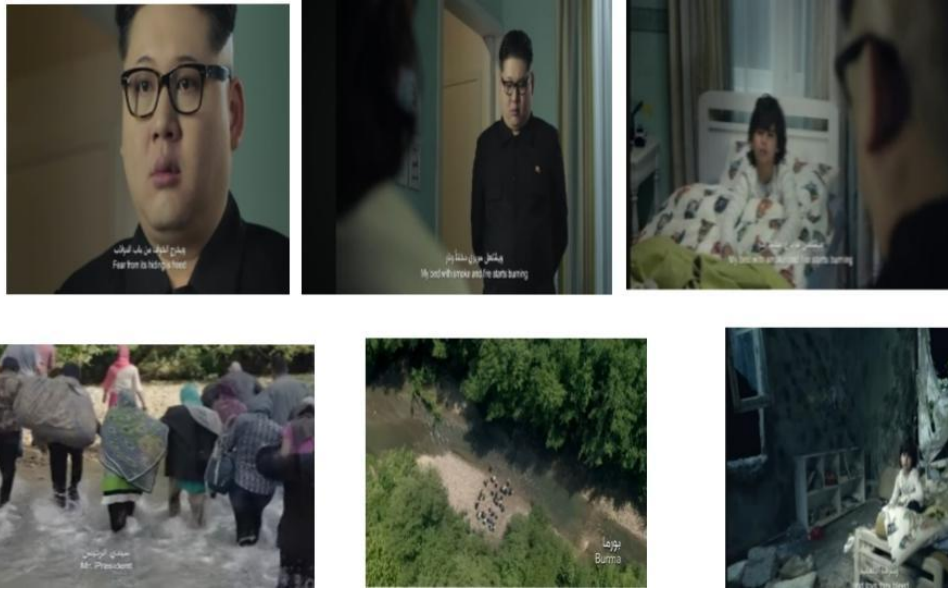
فهذه العلامات الأيقونية تحيل على أنساق تصويرية معرفية تستدعيها صورة الرئيس الروسي مع عائلة الطفل كقائد قوي يدافع عن المصالح العربية من خلال مواقفه الداعمة لقضايا الأمة العربية على الرغم من التباين في المواقف السياسية أحيانا، فقد ظهر كداعم لبعض هاته القضايا العربية المهمة، نحو القضية الفلسطينية، وعدم الاعتراف بالقدس عاصمة لإسرائيل وموقفه الصارم في مواجهة الإرهاب والمتطرفين حيث يوجي المشهد بمواقف الرئيس الروسي الداعمة للقضايا العربية باعتبارها حججا وأدلة مغالطة، فهي مواقف متناقضة في ذاتها، حيث صور المرسل الرئيس الروسي في صورة إنسانية على غير حقيقته، فقد كان الرئيس الروسي داعما للنظام السوري واستهدف بشكل ممنهج القصف على المنشآت الحيوية كالمستشفيات والمدارس والأسواق بدعوة مكافحة الإرهاب والمتطرفين مما أسفر عن سقوط ضحايا مدنيين معظمهم من الأطفال، فهو دكتاتور وقاتل للأطفال. فقد وقعت المغالطة في مواقفه المتناقضة كحجج خادمة للنتيجة المضمرة وهي الدعوة التعايش السلمي في زمن التكفير من أجل تصحيح الصورة الذهنية للمسلمين وأن الإسلام لا علاقة له بالإرهاب، هذا المشهد موجه للرأي العام الأجنبي في جزء منه عندما اتجه الطفل والرئيس نحو النافذة التي تطل على المسجد والكنيسة وذلك محاولة للانفتاح على الآخر وتصحيح الصورة الذهنية للرئيس أولا، والرأي العام الأجنبي ثانيا، وتوضيح حقيقة المسلمين وأن الإسلام لا يدعو للأعمال الإرهابية.

إن المواقف الإيجابية لصورة الرئيس الروسي بوتين ودعمه للقضايا العربية استخدمها المرسل كحجج مغالطة مبنية على التناقض في مواقفه بين مواجهته للإرهاب وتورطه وجيشه في القصف على المنشآت الحيوية في سوريا وسقوط ضحايا بدعوة القضاء على الجماعات الإرهابية المتطرفة حيث

تتجه هذه الحجج المتناقضة نحو النتيجة المضمرة، وهي تصحيح الصورة الذهنية للإسلام والمسلمين والدعوة للتعايش السلمي. فما عبر عنه النص اللغوي (وأذنت مساجد ورننت كنائس جيران في الله أبوابا بلا حارس) عبرت عنه العلامات الأيقونية (الحجاجية الأيقونية). كما تنتفي العلاقة بين العناصر الحجاجية الأيقونية؛ الطفل يمسك يد الرئيس الروسي دون خوف؛ ورضوخ الرئيس الروسي الدكتاتوري للطفل، وجلوسه حول مائدة الإفطار خالية من الطعام باعتبارها حججا وأدلة مغالطة وبين تمثيلها للواقع كحقيقة.

فالرابط بين الصور كمقدمات وبين النتيجة؛ هو رابط منطقي كون الحجج والأدلة متناقضة وتستوجب النتيجة المقصودة الدعوة للتعايش مع الآخر وتصحيح الصورة الذهنية للإسلام والمسلمين. أما الأثر الناتج عن الفعل الحجاجي الأيقوني فيتمثل في تنوير الرأي العام الأجنبي لجعله ينتبه للواقع العربي وفتح الباب للتفاعل معه من خلال اللعب على التعاطف الإنساني.

المشهد الثالث:



يشتمل هذا المشهد على عدّة عناصر أيقونية، إذ نقلنا الصورة إلى غرفة نوم الطفل بشكلها الجميل، ثم يظهر رئيس كوريا الشمالية "كيم يونغ أون"، وهو يستمع لخطاب الطفل بأعين دامعة متأثراً بما يرويه الطفل، فيدنو نظر الرئيس للأسفل ثم يرفعه ليرى المشهد الحقيقي لغرفة الطفل محطمة الجدران، ودمار ورماد في كل مكان، والطفل ملابسه بالية وملتسخة وألعابه وأثاث الغرفة محطم ومتناثر على الأرض، والسرير مكسور والطفل يغني باكياً.

فإذا تأملنا صورة رئيس كوريا الشمالية -كمكون أيقوني أساسي في المشهد- فنجدها تحيل على صاحب القوى النووية الذي يهدد باستخدام الأسلحة المدمرة كل من يجرؤ على مس كيانه، ذلك دوره المنوط به، واتصافه بالقوة، فتلك صفاته هي عناصر أيقونية في مستوى الصورة وهي أيضاً أنساق تصويرية في مستوى البنية التصويرية، لأنها عبارة عن صورة ذهنية ترتبط بالإدراك والتصور

ومنحى المغالطة في اتخاذ منتج الخطاب الإشهاري الرئيس الكوري في وضعية المستمع المتعاطف الذي يظهر عليه التأثر لما يعرضه عليه طفل صغير، وهو جالس على سريريه بيكي، ويروي مأساته، ومأساة آلاف الأطفال الخائفين، والمشردين نتيجة الحروب والصراعات بين الدول وقضية أطفال بورما التي ظهرت في أحد المشاهد الذين يقتلون في بطون أمهاتهم قبل أن يولدوا بسبب أنهم مسلمون، وقضايا اللاجئين الهاربين من مناطق الصراع الطائفي، وما يترتب على ذلك من المجاعات والأمراض. فالمكون الأيقوني لصورة رئيس كوريا الشمالية باعتباره مستمعا ومتعاطفا مع الطفل العربي وظف كحجج مغالطة تناقض الواقع كحقيقة، وقد استعملت كمقدمات مغالطة لفائدة النتيجة المضمرة، وهي دعوة للرئيس الكوري أن يكف عن استخدام الأسلحة المدمرة ليعم الأمن والسلام في العالم، أما الأثر الناتج عن الفعل الحجاجي الأيقوني، فهو توضيح الحقائق للرأي العام الأجنبي، عما يحدث في العالم العربي والإسلامي جراء الحروب و النزاعات بين الدول، وخاصة الصراع العربي الإسرائيلي، وقد لا يعلمها الرأي العام الأجنبي أو العربي، ما يجعل المتلقي الجمهور بين مؤيد ومعارض للتغيير أو التعبير عن رأيهم.

فالرابط بين الحجج والنتيجة رابط منطقي، كون سياسات زعماء العالم هي المحرك الرئيسي للأحداث، وأن هذه الشخصيات السياسية هي السبب في وجود هذه الأزمات والقضايا المطروحة.

خاتمة:

- من خلال ما سبق التطرق إليه من دراسة المغالطات الحجاجية نستخلص ما يلي:
- نجد أن التحليل الحجاجي في الخطاب المرئي-الإشهاري- يقوم على تحليل ظاهرة المغالطة من حيث تحليل الحجج اللغوية المبنوثة في هذا الخطاب، والتي بنيت على استدلال مضمر لمقدمات أو نتائج مفادها الخضوع والخنوع لأمريكا والغرب عموماً. وتحليل الحجج الأيقونية من خلال بنيتها الداخلية والخلفية المعرفية لها، والربط بين الجوانب المعرفية للصورة ومدى قدرتها الحجاجية والإقناعية؛ أي دراسة الإمكانيات الحجاجية لهذه الأنماط الخطابية ومكوناتها اللغوية والأيقونية وأوجه التغليف فيها.
 - كما تتنوع أشكال المغالطات في الخطاب المرئي-الإشهاري- حيث يستند التحليل الحجاجي للمغالطات على تقنيات الحجاج وآليات التأثير والإقناع اللغوية، كآلية التناقض، وآلية التعارض والأيقونية، كالحجاج الأيقوني وحجاجية الصورة، إذ تتفاعل العناصر الأيقونية مع العناصر اللغوية في البنية التصورية لبناء المعنى في ذهن المتلقي لتحقيق الغرض المقصود.
 - يتضح أن الخطاب المرئي إشهار زين سيدي الرئيس، يوظف التقنيات الحجاجية المنطقية والبلاغية للغة والصورة لغرض التأسيس لوعي سياسي ما، يغرس في ذهن الطفل العربي قيم تنشئة سياسية تخالف قيمه ومعتقداته، وتعزز قيم الذل والهوان والخضوع لسلطة الأقوى.

الإحالات :

- ¹صولة عبد الله، 2011، في نظرية الحجاج - دراسات وتطبيقات -، ميسكيلاني للنشر والتوزيع، تونس، ص 13
- ²Jean Dubois et autre, 2004, dictionnaire de linguistique générale et des sciences du langage, 4eme, édition, Larousse, Paris , p150
- ³ينظر، فيركلف نورمان، 2015، الخطاب والتغير الاجتماعي، تر: محمد عناني، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ص 17.
- ⁴ينظر، عبد الحميد شاكر، 2005، عصر الصورة، الإيجابيات والسلبيات، عالم المعرفة، الكويت، ص 9.
- ⁵ينظر، حمداي جميل، 2011، السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق، مطبعة الورق للنشر والتوزيع، الأردن، ص 368.
- ⁶ينظر، إيكو أمبرتو، 2005، السيميائية وفلسفة اللغة، تر: أحمد الصمعي، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ص 119.
- ⁷ينظر، غي غوتي، 2012، الصورة والمكونات والتأويل، تر: سعيد بن غراد، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، صفحة الغلاف الخارجي.
- ⁸ينظر: علوي حافظ اسماعيلي، 2010، الحجاج (مفهومه ومجالاته) دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة العربية، ج 4، عالم الكتب الحديث، عمان، ص 249.
- ⁹بوصابة عبد النور، 2015، بلاغة الخطاب الإشهادي التلفزيوني وقدرته على التأثير، مجلة الخطاب، منشورات مخبر تحليل الخطاب، جامعة مولود معمري، عدد 19، ص 249.
- ¹⁰إبرير بشير، 2010، دراسات في تحليل الخطاب - الخطاب غير الأدبي - عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، ص 101، 102.
- ¹¹ين سنوسي عبد المجيد، د ت ، الخطاب الإشهادي بالمغرب استراتيجيات التواصل، الدار البيضاء، منشورات كلية الأدب والعلوم الإنسانية الجديدة، الدار البيضاء، ص 21.
- ¹²Jean Michel Adam: les textes types et prototypes نشر نوران للتوزيع، 2020 التداوليات ، نقلا عن بوزغاية زريق ، 2020 التداوليات ، نوران للتوزيع، تبسة ، ص 155.
- ¹³عبد الرحمان طه، 1998، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ص 226.
- ¹⁴العزاوي أبو بكر، 2006، اللغة والحجاج، العمدة في الطبع، الدار البيضاء، ص 16.
- ¹⁵ Jean Michel Adam : 2011, les textes types et prototypes, Armand Colin, Paris, 3eme édition, p155.
- ¹⁶بوزغاية زريق، التداوليات، ص 160.
- ¹⁷العزاوي أبو بكر، 2010، الخطاب والحجاج، مؤسسة الرحاب الحديثة للطباعة والنشر، بيروت، ص 106.
- ¹⁸المرجع نفسه، ص 107.
- ¹⁹مساعدة وليد أحمد ، الشبول أسماء خليفة، 2019، العولمة وإعلام الطفل: التحديات والتطلعات، مجلة دراسات، المجلد 46، العدد 1، ص 233.
- ²⁰الرواشدة علاء زهير، 2008، العولمة والمجتمع، دار الحامد، الأردن، ص 21
- ²¹أعويش محمد، إميل دور كايم والمقاربة الوظيفية في علم الاجتماع التربوي ، 2016/06/12، تم الاطلاع بتاريخ 24 فيفري 2024، على الساعة 14:00، الموقع: <https://www.new-educ.com>.
- ²²ينظر، راغب نبيل، 2001، أقتعة العولمة السبعة، دار غريب، القاهرة، ص 305.
- ²³علوي حافظ اسماعيلي وأسيده محمد، 2010، للسانيات والحجاج، الحجاج المغالط، نحو مقارنة لسانية وظيفية، ضمن كتاب الحجاج مفهومه ومجالاته، ج 3، عالم الكتب الحديثة، الأردن، ص 272.
- ²⁴دعوش أحمد، 2014، المغالطات المنطقية في وسائل الإعلام، منشورات السبيل، ناشري للنشر والتوزيع، ص 7.
- ²⁵صولة عبد الله، 2010، في نظرية الحجاج - دراسات وتطبيقات - ميسكيلاني للنشر والتوزيع، تونس، ص 42.
- ²⁶ينظر، بوزغاية زريق، 2020، كتاب التداوليات، نوران للنشر والتوزيع، تبسة، ص 166.
- ²⁷صولة عبد الله، في نظرية الحجاج - دراسات وتطبيقات - ص 42، 43.
- ²⁸براون جورج ويول جورج، 1997 تحليل الخطاب، تر: محمد لطفي الزليطي ومنير التريكي، جامعة الملك سعود، الرياض، ص 50.
- ²⁹صولة عبد الله، في نظرية الحجاج - دراسات وتطبيقات - ص 43.
- ³⁰عشير عبد السلام، 2006 عندما نتواصل نغير، مقارنة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، أفريقيا الشرق، المغرب، ص 58.

المصادر والمراجع :

1. إيكو أمبرتو، 2005، السيميائية وفلسفة اللغة، تر: أحمد الصمعي، المنظمة العربية للترجمة، بيروت.
2. أعويش محمد، إميل دور كايم والمقاربة الوظيفية في علم الاجتماع التربوي، 2016/06/12، تم الاطلاع بتاريخ 24 فيفري 2024، على الساعة 14:00، الموقع: <https://www.new-educ.com>.
3. العزاوي أبو بكر، 2010، الخطاب والحجاج، مؤسسة الرحاب الحديثة للطباعة والنشر، بيروت.
4. العزاوي أبو بكر، 2006، اللغة والحجاج، العمدة في الطبع، الدار البيضاء.
5. الرواشدة علاء زهير، 2008، العولمة والمجتمع، دار الحامد، الأردن.
6. إبرير بشير، 2010، دراسات في تحليل الخطاب - الخطاب غير الأدبي - عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن.
7. براون جورج ويول جورج، 1997 تحليل الخطاب، تر: محمد لطفي الزليطي ومنير التريكي، جامعة الملك سعود، الرياض.
8. بوزغاية زريق، 2020 التداوليات، نوران للنشر والتوزيع، تبسة.
9. بن سنوسي عبد المجيد، دت، الخطاب الإشهاري بالمغرب استراتيجيات التواصل، الدار البيضاء، منشورات كلية الأدب والعلوم الإنسانية الجديدة، الدار البيضاء.
10. بوصابة عبد النور، 2015، بلاغة الخطاب الإشهاري التلفزيوني وقدرته على التأثير، مجلة الخطاب، منشورات مخبر تحليل الخطاب، جامعة مولود معمري، عدد 19.
11. Jean Dubois et autre, 2004, dictionnaire de linguistique générale et des sciences du langage, 4eme, édition, Larousse, Paris.
12. Jean Michel Adam : 2011, les textes types et prototypes, Armand Colin, Paris, 3eme éditio
13. حمداوي جميل، 2011، السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق، مطبعة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.
14. دعوش أحمد، 2014، المغالطات المنطقية في وسائل الإعلام، منشورات السبيل، ناشري للنشر والتوزيع.
15. راغب نبيل، 2001، أقنعة العولمة السبعة، دار غريب، القاهرة.
16. صولة عبد الله، 2011، في نظرية الحجاج - دراسات وتطبيقات -، ميسكيلاني للنشر والتوزيع، تونس،
17. عبد الحميد شاكر، 2005، عصر الصورة، الإيجابيات والسلبيات، عالم المعرفة، الكويت.
18. علوي حافظ اسماعيلي، 2010، الحجاج (مفهومه ومجالاته) دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة العربية، ج4، عالم الكتب الحديث، عمان.
19. علوي حافظ اسماعيلي وأسيده محمد، 2010، للسانيات والحجاج، الحجاج المغالط، نحو مقارنة لسانية وظيفية، ضمن كتاب الحجاج مفهومه ومجالاته، ج3، عالم الكتب الحديثة، الأردن.
20. عشير عبد السلام، 2006 عندما نتواصل نغير، مقارنة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، أفريقيا الشرق، المغرب.
21. عبد الرحمان طه، 1998، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء.
22. غي غوتي، 2012، الصورة والمكونات والتأويل، تر: سعيد بن غراد، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، صفحة الغلاف الخارجي.
23. فيركلف نورمان، 2015، الخطاب والتغير الاجتماعي، تر: محمد عناني، المركز القومي للترجمة، القاهرة.
24. مساعدة وليد أحمد، الشبول أسماء خليفة، 2019، العولمة وإعلام الطفل: التحديات والتطلعات، مجلة دراسات، المجلد 46، العدد 1.