

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA

Faculté des lettres et langues

Département de la langue et littérature arabe



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية الآداب واللغات

قسم اللغة والأدب العربي

الرقم: .....

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: لسانيات تطبيقية

التّحاجج الافتراضي وآليات الإقناع في وسائط

التواصل الاجتماعي (الفايسبوك مثالا)

من إعداد الطالبتين:

❖ أمال بن يحي

❖ سميرة زدام

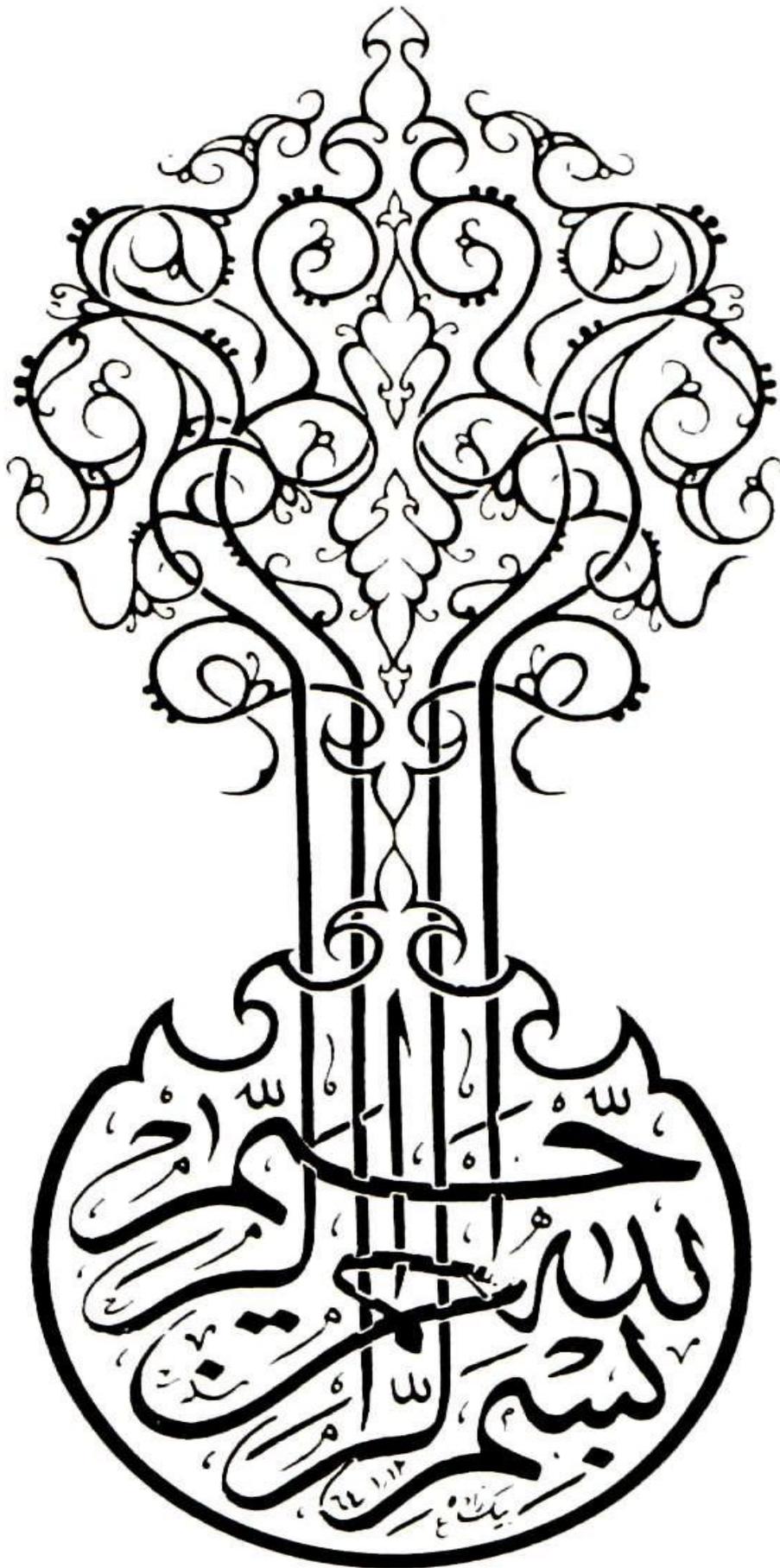
إشراف:

❖ د. عمار بعداش

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. محمد جاهمي	أ. محاضر ب	رئيسا
د. عمار بعداش	أ. محاضراً	مشرفاً مقررًا
د. دلّال عودة	أ. مساعد ب	ممتحنا

السنة الجامعية: 2021/2022



# شكر وعرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم [من لم يشكر الناس لم يشكر الله]

نشكر الله عز وجل الذي كرمنا فأناز دربنا وشرّفنا بالإسلام ورفعنا بالقرآن فله الحمد

في البدء والختم أن أمدنا الصبر والعون لإنجاز هذا العمل.

نتسابق الكلمات وتتزاحم العبارات لتنظيم عقد الشكر الذي لا يستحقه إلا أنت

**إلى أستاذنا الكريم عمار بعداش**

الذي بصرنا بنور بصيرته، وصفاء فؤاده، فلم يبخل علينا يوماً بنصائحه وتوجيهاته

ولم ينتظر منا العطاء، إليك نهدي عبارات الشكر والتقدير والاحترام.

متمنين لك دوام الصحة والعافية والمزيد من النجاحات.

# شكراً لكم

## الإهداء :

إلى من ضحى لأنال النجاح وعلمني روح الكفاح إلى سندي  
وفخري في الحياة الذي لن يكرره الزمان

## "أبي الغالي".

إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى  
سعادتي وروحي وجنتي وقرّة عيني

## "أمي الغالية".

إلى من يشاركاني أفراحي وأحزاني في الحياة أخويا وفقهما  
الله في حياتهما.

آمال...

## الإهداء :

الحمد لله عدد كل شيء  
والحمد لله ملء كل شيء

إلى من أرشدني إلى طريق العلم، إلى النور الذي ينير دربي  
والسراج الذي لا ينطفئ نوره أبداً، إلى الذي ظهر شيب رأسه  
في سبيل أن أعتلي سلالم النجاح وأكون اليوم هنا،  
**والدي العزيز.**

إلى من أخص الله الجنة أن تكون تحت قدميها ، إلى التي  
ترافقتني بدعواتها المباركة إلى رمز المحبة

**أمي**

إليك أهدي سنين تعبتي وفرحة عمري.

إلى القلوب الطاهرة، إلى سندي في هذه الحياة إلى شموع  
حياتي الأربعة، إلى إخوتي: أحلام، إيمان، هارون، جابر.

إلى أحبائي وأقربائي وصلة رحمي

إليكم جميعاً أهدي عملي هذا.

سميرة...

# المقدمة

يعدّ الخطاب شكلا من أشكال التواصل والذي يهدف للتأثير في الآخر ويكون مكتوبًا أو مسموعًا ؛ وفي هذه الحالة لا يستطيع المتلقي التفاعل المباشر مع الخطاب الذي تلقاه وهو ما يعرف بـ "الخطاب التقليدي" الذي يكون فيه دور المتلقي سلبيًا يسمع ويرى دون القدرة على التفاعل .

إنّ التّحاجج ذو أهمية بالغة قديما وحديثا ، ويوصف بأنه فعلا لغويا له حضور دائم في الخطابات على اختلافها، مهمته تقريب الآراء المتباينة والوصول إلى حوار بناء الذي يؤدي إلى الحقيقة، ف جل الخطابات التي نتواصل بها ذات طاقة حجاجية تهدف للتأثير في الآخرين.

ونتيجة للتطورات التي شهدها العالم في تقنيات التواصل ، ظهر شكل جديد للخطاب يسمى "الخطاب الافتراضي"؛ وهو خطاب حجاجي لأنه ممارسة فكرية تواصلية يعتمدها المتكلم للتأثير في المتلقي بغيره إقناعه وتغيير معتقده وسلوكه، وفق تقنيات حديثة والتي أعطت بدورها للتّحاجج مظهرا جديدا يقوم على التفاعل.

إنّ التّحاجج في مظهره الجديد أصبح شكلا تواصليا يقرب المخاطب من المتلقي لكونه يقوم على مبدأ التفاعل؛ وهنا تكمن أهمية التّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي الذي أصبح بديلا حواريا عن العنف اللفظي والجسدي، فالتّحاجج يتيح فرصة تقارب الآراء المتباينة ويلغي الدور الجامد للمتلقي، إذ أصبح هذا الأخير مشاركا ومتفاعلا مع كل ما يراه مستخدما مجموعة من الآليات غير التقليدية التي تساعده على التفاعل وتوفر له الجهد والوقت وتضيف لخطابه كثافة دلالية.

ولا شك أن المظهر الجديد الذي اكتسبه التّحاجج كان بمثابة الحافز والدافع لدراسة هذا الموضوع و البحث فيه ومن أسباب اختيارنا هذا الموضوع أيضا الأسباب الآتية:  
-رغبتنا في اكتشاف هذا الموضوع الجديد والتنقيب عن معارف وحقائق جديدة والوصول إليها.

- دراسة الدرس الحجاجي حظي بعناية الكثير من الباحثين، ولم يحظ التّحاجج الافتراضي بكونه وليد التطور بالكثير من الدراسات.  
- الوقوف على الفرق الجوهرية بين التّحاجج التقليدي وما يوفره من آليات الإقناع والتّحاجج الافتراضي الذي يوفر جملة من الآليات الحديثة مختلفة تماما عن الآليات التقليدية.

لم تكن دراستنا هذه الأولى من نوعها ، فقد وجدت دراسات سابقة اعتنت بالدرس الحجاجي وآليات الإقناع ، ودرسته وفق المنهج الوصفي نذكر منها: دراسة لعرباوي نورية في بحثها الذي كان بعنوان آليات الحجاج في الخطاب السياسي، الرسائل السياسية للأمير عبد القادر أنموذجا، أطروحة دكتوراه سنة،2008م وبحث محمد عرابي الموسوم ب "البنية الحجاجية في قصة سيدنا موسى عليه السلام" ، رسالة ماجستير سنة2009م لكن الفرق بين دراستنا و هذه الدراسات يكمن في تمحور دراستنا حول التّحاجج الافتراضي الذي يكون بين طرفين و يقوم على التفاعل ، و آليات الإقناع التي يوفرها "الفايسبوك" للتأثير في المتلقي، أما الدراسات السابقة فهي تتحدث عن الخطاب الحجاجي في القرآن والرسائل السياسية و ماهي آليات الإقناع التي تُعتمد فيها.

وقد حاولنا من خلال هذا البحث الموسوم بـ "التّحاجج الافتراضي وآليات الإقناع في وسائط التواصل الاجتماعي" الإجابة عن الإشكالية الآتية: ما هي آليات التّحاجج الافتراضي المعتمدة في وسائط التواصل الاجتماعي؟ وتتفرع عن هذه الإشكالية أسئلة جزئية منها: ما الفرق بين الحجاج والتّحاجج؟ فيما يكمن الفرق بين الغربيين الفلاسفة قديما والغربيين المعاصرين في دراسة الخطاب اللساني الحجاجي؟ ما هي آليات الإقناع التقليدية؟.

وقد تطلبت الإجابة عن هذه الإشكالية اتباع المنهج الوصفي التحليلي، حيث تتبعنا بالوصف والتحليل أشكال التّحاجج الافتراضي في مواقع ومدونات افتراضية (الفايسبوك).

كما حاولنا توظيف بعض آليات المقاربة التداولية من خلال مقارنة بين الدّرسين الغربي القديم، والمعاصر.

وهذه الإشكالية التي طرحناها بتفرعها شكلت هيكله البحث وخطته، التي ابتدأت بمقدمة تلاها فصلان اثنان وفي الأخير خاتمة تحوي أهم النتائج المستخلصة .

أما الفصل الأول الذي بعنوان "التّحاجج: مفهومه نشأته وأشكاله"، فقد تناول مفهوم التّحاجج ، وما هي المصطلحات التي تتداخل معه من "جدل" و "برهان" و "الإقناع"، ثم أشكال التّحاجج عند الغرب قديما (أرسطو)، وعند الغرب حديثا عند (بيرلمان) (منطلقاته، غاياته، أهدافه، وأشكاله). بالإضافة إلى التّحاجج عند "جان ميشال آدم" و"وماير" و"ديكرو".

أما الفصل الثاني الذي بعنوان "آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي"، و تناول فيه مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي (مفهوم الفايسبوك ، أسباب انتشاره وخصائصه)، ثم من خلال رصدنا لظاهرة التّحاجج في "مدونات افتراضية" وجدنا جملة من الآليات التقليدية والحديثة التي يستند إليها المخاطب في خطابه للتأثير في المتلقي.

وختمنا بحثنا بخاتمة لأهم النتائج المتوصل إليها.

ومن أهم المصادر والمراجع التي تناولت موضوع الحجاج بتقنياته المختلفة والتي بدونها ما كان ليستقيم هذا البحث نذكر منها :

كتاب اللغة والحجاج لأبي بكر العزاوي، في نظرية الحجاج "لعبد الله صولة"، الحجاج بالإيتوس في الخطاب السياسي ( كمال الزماني)، الحجاج أطره، ومنطلقاته وتقنياته (لعبد الله صولة)، خطاب الحجاج والتداولية (لعباس حشاني)، الحجاج في الخطابة النبوية (لعبد الجليل العشاوي)، الحجاج في البلاغة الجديدة لكمال الزماني استراتيجيات الخطاب (لعبد الهادي بن ظافر الشهري).

وتكن الصعوبة في إنجاز بحث كهذا في :

- وجود العديد من الكتب التي تتحدث عن التّحاجج لهذا وجدنا صعوبة في ربط الأفكار وتنسيقها.

- وجدنا نوع من الغموض حول الموضوع في البداية، وصعوبة إيجاد النماذج في "الفايسبوك" التي تتماشى مع موضوعنا .

---

وفي الختام الحمد لله على فضله وكرمه ونشكر الأستاذ الدكتور "عمار بعداش" على توجيهاته السديدة وعلى دوره الكبير في إنجاز هذا العمل .

الفصل الأول: التّحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

- مفهوم التّحاجج: وضعاً.

اصطلاحاً

- مفهوم التّحاجج الافتراضي.

- التّحاجج والجدل والبرهان والإقناع.

- أشكال التّحاجج عند الغرب قديماً وحديثاً.

تمهيد

إنّ التّحاجج فعل لغوي دائم في كل أنواع الخطابات على اختلافها، فاللّغة ليست مجرد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات بل هي وسيلة حجاجية تواصلية وجد فيها الإنسان السبيل للتعبير والإقناع.

1. تعريف التّحاجج :

أ/ وضحاً: التّحاجج مصدر مشتق من الفعل الثلاثي "حَجَجَ" جاء في لسان العرب في مادة (حَجَجَ).... يقال حَاجَجْتُهُ أُحَاجُّهُ حِجَاجًا ومُحَاجَّةً حتى حَجَجْتُهُ أي غلبته بالحجج التي أدلّيتُ بها والحجّة الدليل والبُرهان<sup>1</sup>، وهذا يكون التحاجج عند ابن منظور مرادفا لتجادل أي وجود مناظرة بين طرفين مع تبادل الحجج والبراهين فيما بينهم وذلك من خلال تبادل الآراء حول موضوع ما باستعمال مجموعة من الحجج لتحصيل الإقناع<sup>2</sup>.

وقد ورد في أساس البلاغة (حَاجَّ خصمه فَحَجَّه، وفلان خصمه مَحْجُوجٌ)، ومعنى "مَحْجُوجٌ" أي: مغلوب والشخص المتكلم الغالب المحاجج، والسامع المحاجج المغلوب أي أنه اقتنع بحجة المتكلم .

1- ابن منظور (جمال الدين محمد بن مكرم أبو الفضل بن منظور الإفريقي المصري): لسان العرب، مادة (ح ج ج) ج2، دار صادر، بيروت، ط1، 2000، ص228.  
2- الزمخشري (جار الله أبو القاسم محمود بن عمر): أساس البلاغة، تح: عبد الرحيم محمود، دار المعرفة، بيروت - لبنان، ط1، 1998، ص74.

## الفصل الأول.....التَّحَاجُّج: مفهومه ونشأته وأشكاله

وما يزيد هذا المعنى قوة ما أورده (ابن منظور)(ت711 هـ) حيث قال:«فالحجَّة ما دُوِّعَ به

الْحَصْمُ وَرَجُلٌ مِحْجَاجٌ أَيْ جَدِلٌ، وَالتَّحَاجُّجُ التَّخَاصُّمُ ، وَاحتَجَّ بالشيءِ اتَّخَذَهُ حُجَّةً»<sup>1</sup>

من خلال التعريفات المعجمية نجد أن التحاجج يحمل في مضمونه دلالة ومعنى

مستمدِّين ممَّا يشكل سياقه أو شرطه التَّخاطبيِّ المتمثِّل في التَّخاصم، التَّشاجر، التنازع

التجادل والغلبة، باعتبارها عمليات مأخوذة هنا بمعانيها الفكرية والتواصلية<sup>2</sup>. فهي

عمليات تفيد المشاركة، التعدد والتفاعل بين طرفين باستعمال اللغة أو سواها من

وسائل التواصل الأخرى للتأثير والإقناع. والاختلاف في الأفكار قد يؤدي إلى المخاصمة

والشجار. كما أن مراتب المتحاورين هي التي تكيف عملية التواصل فالاختلاف مكون

أساسي من مكونات العملية التواصلية<sup>3</sup>

ب/ اصطلاحا:

هناك اختلافات جزئية في استعمال مصطلح الحجاج عربيا، فهناك من يستعمل

الحجاج وهناك من يستعمل التَّحَاجُّج، هذا الأخير هو بؤرة البحث وعليه مدار الكلام

ولضبط مفهومه لابد أن نُعرج في بداية الأمر إلى مفهوم الحجاج.

يعدّ الحجاج موضوعا متشعبا إذ تتجاذبه حقول معرفية مختلفة كالفلسفة، والمنطق

واللغة، والقانون وغيرها.

1- ابن منظور، لسان العرب، مادة (ح ج ج)، ص38.

2- ينظر: أبو بكر العزاوي: اللغة والحجاج، دار البيضاء، ط1، 2006، ص16.

3- ينظر: عبد الله المهلول: الحجاج الجدلي خصائصه النقدية وتشكلاته الأجناسية في التراث اليوناني والعربي،

ط1، 2013، ص8-9.

وعلى الرغم من التصريفات الاشتقاقية المختلفة في الجذر [حجج]: الحجاج، والتجاج والمحاجة، والمُحَاجَّة فإنَّ تعريف الحجاج من الناحية الاصطلاحية لا يختلف كثيرا عن معناه الاشتقائي إنه يدل على النزاع والخصام وقد جاء في المعجم الفلسفي أن الحجاج: «يقوم على جمع الحجج لإثبات رأي أو إبطاله والمُحَاجَّة طريقة تقديم الحجج والإفادة منها»<sup>1</sup>. بمعنى تقديم جملة من الأدلة للإثبات فكرة ما ودحض رأي لآخر.

يعد الحجاج فعلا لغويا يستمد فعاليته وحدوده ووظائفه من الظروف المحيطة بعملية التخاطب، ومن مرجعية خطابية محددة، ذلك أن الحجاج «جنس خاص من الخطاب، يبني على قضية أو فرضية خلافية، يعرض فيها المتكلم دعواه مدعومة بالتبريرات، عبر سلسلة من الأقوال المترابطة ترابطا منطقيا قاصدا إلى إقناع الآخر بصدق دعواه والتأثير في موقفه أو سلوكه تجاه تلك القضية»<sup>2</sup>.

يراعي الحجاج البعد الإقناعي والطبيعة التداولية التواصلية ويستثمر كل مايمكن المخاطب من الاقتناع «الحجاج فعالية تداولية فهو تداولي لأن طابعه الفكري مقامي واجتماعي، إذ يأخذ بعين الاعتبار مقتضيات الحال من معارف مشتركة ومطالب إخبارية وتوجهات ظرفية ويهدف إلى الاشتراك جماعيا في إنشاء معرفة عملية إنشاء موجهها بقدر الحاجة، وهو أيضا جدلي لأن هدفه إقناعي قائم بلوغه على التزام صور استدلالية أوسع وأغنى من البنيات البرهانية الضيقة»<sup>3</sup>.

1- إبراهيم مذكور: المعجم الفلسفي، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 1402هـ-1983م، ص 67.

2- محمد العبد: النص الحجاجي العربي، دراسة في وسائل الإقناع، مجلة فصول، مصر، ع 11، 2002، ص 44.

3- طه عبد الرحمن: في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي، ط2، 2000م، ص 44.

## الفصل الأول.....التّحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

أمّا (عبد الله صولة)(ت 2009م) فيرى أن الحجّاج على ضربين، ضرب أنت لا تبرح حدود المنطق فهو ضيق المجال ومرادف للبرهنة والاستدلال إذ هو يُعنى بتتبع الجانب الاستدلالي في المحاجة، وضرب هو واسع المجال لانعقاد الأمر فيه على دراسة مجمل التقنيات البيانية الباعثة على إذعان السامع أو القارئ<sup>1</sup>. وهنا نجده يميز بين نوعين من الحجّاج: حجّاج ضيق لا يمكن أن تخرج عن مجال المنطق؛ أي قواعده واضحة لا يمكن تجاوزها، وحجّاج يتسم باتّساع المجال أي أنه يتيح لك جميع الطرق لإيصال أمر ما إلى ذهن السامع أو القارئ.

وانطلاقاً من مفهوم الحجّاج حاولنا أن نلتمس الفارق الدقيق بين الحجّاج والتّحاجج الذي يرجع إلى توظيف كلا المصطلحين في الموضوع المناسب.

يكتفي الحجّاج ب طرف واحد يكون القصد منه إقناع الطرف الآخر الذي يكون متلقياً فحسب، وله الحق في دحض رأي هذا الآخر أو الاعتراض عليه أو قبوله، وأمّا التّحاجج: هو حجّاج بين طرفين يكون فيه طرفاً العملية التواصلية محاججاً، ويكون القصد منه الإقناع، وهو عملية تفاعلية تقوم على عرض الحجج على أساس محاولة إقناع المتلقي والتأثير فيه وحمله على الإذعان ولذلك يقوم التّحاجج على التفاعل.

1- عبد الله صولة: الحجّاج في القرآن من خلال أهم خصائصه الأسلوبية، دار الفرابي، بيروت، لبنان، ط1، 2001م، ص8.

ج- مفهوم التّحاجج الافتراضي:

هو التّجادل وتبادل الآراء في فضاء افتراضي، يعني «وجود جماعة تربطهم اهتمامات مشتركة ولا تربطهم حدود جغرافية أو أواصر عرقية أو قبلية، ويتفاعلون عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويفرض غياب الجسد نفسه على هذا المجتمع، مما يخلق إشارات ورموز تعبيرية يوضع سكان هذا المجتمع حالاتهم النفسية أو وضع ابتسامات افتراضية أو ملامح يعبرون عن حزنهم، أو غضبهم، أو إعجابهم في مجموعة من الرموز التي تشكل اليوم لغة عالمية، مما يحدث توصلا بين الأفراد في هذا الفضاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي»<sup>1</sup>؛ أي أن التّحاجج لا يكون مباشرا بين المتكلم والمتلقي وإنما يكون في سياق غير مباشر عبر وسيط إلكتروني، والتّحاجج يكون بحجج مؤيدة «ويبدأ بعرض وجهة نظر، يتم تدعيمها بالحجج والبراهين ويختتم بالاستنتاج، وذلك دون أن تكون هناك إشارة ظاهرة إلى وجهة نظر مخالفة أو معارضة. وأخرى حجج مضادة ويبدأ بتلخيص وجهة النظر المعارضة يتبعه حجج مضادة ثم البراهين التي تحدد أسس المخالفة وفي النهاية يأتي الاستنتاج»<sup>2</sup>.

فيقومون بتعليق وإبداء آرائهم أو على المنشورات أو على الإعلانين وعلى المشاهير والسياسيين على اليوتيوب وغيره من وسائل التواصل الاجتماعي. أو الدفاع عن فكرة

1- فيصل بن سعد: وسائل التواصل الإلكتروني ودورها في إحداث الاغتراب، 2017، ص22.

2- عماد عبد اللطيف: الحجاج والبداءة ، مقارنة تداولية بلاغية لتعليقات الجمهور على "اليوتيوب " ، مجلة فصل الخطاب، قطر، مج4:ع17، مارس 2017م ،ص38.

أو معتقد بكل حرية. وهذا النوع من التجادل نجده بكثرة في الخطاب السياسي، حيث يحاول كل طرف إقناع الآخر برأيه.

## 1. الحجاج والجدل والبرهان والإقناع:

مفهوم الحجاج من المفاهيم الملتبسة، وكثيرا ما يتداخل بمصطلحات أخرى اعتبرت مرادفة له، لذلك يُستحسن مقابلة مفهوم الحجاج بغيرها، قصد الوقوف على الحدود الفاصلة بينها، ومن هذه المصطلحات (الجدل، والبرهان، والإقناع).

### 1- التحاجج والجدل:

يكاد الجدل والحجاج يترادفان حسب ابن منظور فـ«... رجلٌ محجَّجٌ أي جدلٌ و حاجَّةٌ محجَّجٌ: نازعه الحجَّة»<sup>1</sup>. حسبه هو النزاع والخصام بواسطة الأدلة والحجج فهو مرادف للجدل.

أما (ابن حزم) (ت456هـ) فيعرف الجدل بقوله: «إخبار كل واحد من المختلفين بحجته أو بما يقدر أنه حجته وقد يكون كلاهما مبطلا وقد يكون أحدهما محقا والآخر مبطلا أما في لفظه وأما في مراده أو في كليهما ولا سبيل أن يكون معا محقين في ألفاظهما ومعانيهما»<sup>2</sup>.

1- ابن منظور: لسان العرب، مادة (ح.ج.ج)، ص779.

2- ابن حزم (أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم): الإحكام في أصول الأحكام، دارالأفاق الجديدة، بيروت، ج1، ص779.

## الفصل الأول.....التحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

بينما يقرب (محمد الطاهر بن عاشور) (ت1973م) بأن هناك فرقا جوهريا بين الحجاج والجدل في تفسيره لقوله تعالى: «أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ» سورة البقرة الآية 257

إذ يقول: «ومعنى "حاجَّ" خاصم وهو فعل جاء على زنة المفاعلة، ومن العجيب أن الحجة في كلام العرب البرهان المصدق للدعوى مع أن حاج لا يستعمل غالبا إلا في معنى المخاصمة... وأن الأغلب أنه يفيد الخصام الباطل»<sup>1</sup>

من خلال هذا القول يتوافق ابن عاشور مع ابن منظور في مفهومه للحجاج الذي يحمل معنى الخصام بقوله: التحاجج: التخاصم.<sup>2</sup>

وفي تفسيره قوله تعالى: «وَلَا تُجَادِلْ عَنِ الَّذِينَ يَخْتَانُونَ أَنفُسَهُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ خَوَانًا أَثِيمًا» سورة النساء، الآية 106، يقول: «والمجادلة مفاعلة من الجدل، وهو القدرة على الخصام والحجة فيه وهي منازعة بالقول لإقناع الغير برأيك»<sup>3</sup>.

ونجده في موضع آخر يقول: «والمجادلة: المخاصمة بالقول وإيراد الحجة عليه فتكون في الخير كقوله تعالى: «يُجَادِلُنَا فِي قَوْمٍ لُوطٍ» سورة هود، الآية 73 ويكون في الشر كقوله: «وَلَا جِدَالَ فِي الْحَجِّ»<sup>4</sup> سورة، البقرة، الآية 196.

1- محمد الطاهر بن عاشور: تفسير التحرير والتنوير، الدار التونسية للنشر، ج3، ص31-32.

2- ابن منظور: لسان العرب، ص779.

3- محمد الطاهر بن عاشور: تفسير التحرير والتنوير، ج5، ص194.

4- نفسه، ج12، ص60

ويرى(ابن عاشور) في تفسيره أنّ الفرق بين المعنيين في استخدام القرآنيّ يكمن في أنّ الخصام يجمع بينهما، وهو ما ذهب إليه (الإمام النووي) فقد سوّى بين الجدل والحجاج، والمخاصمة حيث يقول: «الجدل والجدال والمجادلة مقابلة الحجّة بالحجة وتكون بحق وباطل، وأصله الخصومة الشديدة. وسُمي جدلاً لأن كل واحد منهما يحكم خصومته وحجته إحكاماً بليغاً على قدر طاقته، تشبهاً بجدل الحبل»<sup>1</sup>.  
هذا الثراء الدلالي والتداخل المفهومي، بين مصطلحي الحجاج والجدل أمر ثابت في الثقافة القديمة أو الحديثة، ذلك أن أكثر العلماء والفلاسفة تداولوا المصطلحين بمفهوم واحد.

## 2- التّحاجج والبرهان:

البرهان صورة من صور الاستدلال، يرتبط بكل ما هو يقيني أو قطعي، جاء في لسان العرب: البُرْهَانُ: الحُجَّةُ الفاصِلَةُ البَيِّنَةُ، يقال بَرِهْنٌ، يُبْرِهِنُ بَرَهْنَةً إذا جاء بحجّة قاطعة لِلدِّدِ الخِصْمِ<sup>2</sup>. «ويعد البرهان نمط من أنماط الاستدلال يتميز بخاصية اليقين والقطعية والتقنين، حيث ينتمي البرهان في الأصل إلى مجال الاستدلالات الاستنباطية المنطقية والرياضية بينما ينتمي الحجاج إلى مجال الخطاب الطبيعي»<sup>3</sup>.

1- عبد الله بن حسين الموجان: الحوار في الإسلام، مركز الكون، مكة المكرمة، السعودية، ط1، 1427هـ-2006م، ص19.

2- ابن منظور لسان العرب: مادة (بره)، ص271.

3- آمال يوسف المغامسي: الحجاج في الحديث النبوي: دراسة تداولية، الدار المتوسطة للنشر، تونس، ط1، 2016م، ص27.

## الفصل الأول.....التحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

استنادا إلى هذا القول فإن الحجاج والبرهان يختلف مفهومهما بحسب مجال الاستعمال، إذ يكون الحجاج في اللغات الطبيعية التي تؤول إلى نتائج نسبية غير مطلقة بينما البرهان يتحقق مع اللغات الرمزية أو المنطق الرياضي التي تكون نتائجه مطلقة غير نسبية.

ويمتاز الحجاج عن البرهان بإمكانية دحضه أو الاعتراض عليه، وهذا ما يشير إليه (طه عبد الرحمن) إذ يقول: «حدّ الحجاج أنه كل منطوق به موجه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصومة يحق له الاعتراض عليها»<sup>1</sup>.

يمكن تلخيص الفروق بين مصطلحي الحجاج والبرهان في الجدول التالي<sup>2</sup>:

الحجاج	الاستدلال البرهاني
هدفه الإقناع على أسس عقلية	مساره كوني يخاطب الإدراك
مجاله الرأي والممكن (العُرف)	مجاله اليقينيّات
البرهنة ليست شخصية موجه الى طرف ما وهي ليست ملزمة	برهنة لا شخصية وهي ملزمة
الحجج فيه تكون كثيرة نسبية	حجة واحدة يمكن أن تكون قاطعة
مسار حوارى يستخدم أحكام القيمة	منطق صوري لا يحمل اللبس (برهنة تحليلية)
جمهوره خاص لكن يقصد به جمهورا كونيا	جمهور كوني

1- طه عبد الرحمن: اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط1، 1998، ص226.

2- عبد الله صولة: الحجاج في القرآن، ص31.

إنّ الاختلاف الجوهرى بين الحجج والبرهان مرّده إلى أن الحجج موجه دائما إلى مخاطب يقتضى وجود طرفين متنازعين يكون القصد منه الإقناع، ويقوم على تفاعل الذوات، أما البرهان ينفي الذات فهو يحدد بكونه استنتاجا قائما على قواعد مضبوطة ومحددة سلفا اعتمادا على قضايا هي مسلمات أو مبرهنات .

### 3- التحاجج والإقناع:

كان الإقناع وما يزال المحور الرئيسى فى إيصال الأفكار وتحقيق هدف المُخاطب من إنتاج خطابه الذى هو إقناع المتلقى.

ولذلك لا تكاد تخرج كل تعاريف الإقناع عن معنى قبول فكرة ما يكون فيها الإنسان مقتنعا بها، وهذا هو -حسب رأينا- جوهر المفهوم، فالمقنع يستخدم الحجج التي من شأنها أن تغير موقفا أو معتقدا أو سلوكا ما والتأثير فى المخاطب دون أن يكون ذلك معروضا عليه بالقوة «إنه محاولة واعية للتأثير فى السلوك»<sup>1</sup>.

ارتبط الإقناع بالتواصل مما جعله «عملية إيصال الأفكار والاتجاهات والقيم والمعلومات إما إيحاءً أو تصريحاً، عبر مراحل معينة ، وفى ظل حضور شروط موضوعية وذاتية مساعدة، وعن طريق عملية الاتصال»<sup>2</sup>.

1- محمد العبد: النص الحجاجي، ص45.

2- عامر مصباح: الإقناع الاجتماعى خلفيته النظرية وألياته العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2006، ص17.

يشكل الإقناع والحجاج جزئيين من عملية واحدة ولاختلاف بينهما إلا في التوكيد Emphasis بمعنى أن الحجاج يولي أهمية خاصة ل الدعاوي المنطقية ويهتم أيضا ل الدعاوي الأخلاقية والعاطفية، أما الإقناع فإنه ينعكس على التوكيد الذي يبطل ضده<sup>1</sup>.

ما يلاحظ هو التداخل بين الحجاج والإقناع، ذلك أن استخدام الحجج في الخطاب هدفه إقناع المتلقي وجعله يتقبله دون ضغط أو إكراه، هذا التقارب يجعلهما متعلقين بعضهما، إذ يمثل أحدهما غاية الآخر، والآخر وسيلة التي يتحقق بها الأول «إن قضية الإقناع لا تتحدد في ذاتها وإنما هي رهان يؤسس قاعدة الحجاج»<sup>2</sup>.

ارتبطت الخطابة منذ القدم بالإقناع، وكان لها دور فعال في المجتمع اليوناني فكانت تعد وسيلة الاتصال والتّحاجج الجماهيري ضمن المحاكم والمجالس الاستشارية، والتي غدت حقلا معرفيا قائما بذاته، حيث انطلق (أرسطو) في تعريفه للخطابة «الريطورية قوة تتكلف الإقناع الممكن في كل واحد من الأمور المفردة»<sup>3</sup>.

من خلال هذا التعريف فإن الإقناع هو الهدف الرئيسي للخطابة، يتحدث (أرسطو) عن مسألة الإقناع فيقول «مسألة الإقناع عملية خطابية يتوفى بها الخطاب عن تفسير

1- محمد العبد، النص الحجاجي العربي، ص43.

2- عبد السلام عشير: عندما نتواصل نغيّر، مقارنة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، إفريقيا الشرق، المغرب، 2006، ص22.

3- أرسطو طاليس: الخطابة، الترجمة العربية القديمة، تح: عبد الرحمن بدوي، وكالة المطبوعات، الكويت، 1979م، ص9.

المخاطب لفعل أو ترك بتوجيهه إلى اعتقاد قول يعدّه كل منهما شرطا كافيا ومقبولا للفعل أو الترك»<sup>1</sup>.

هذا القول يوضح لنا أن فعل الإقناع عند (أرسطو) يتوقف على الخطيب أو القائل لما له من قدرة في التأثير على المخاطبين والدور الفعال في عملية التواصل.. فهو يعد أحد أهم العناصر الحجاجية التي تحقق الإقناع إضافة إلى كل من الباتوس، واللوغوس، وأن أفضل رسائل التأثير التي تتوقف على هذه العناصر الثلاث.

## II. أشكال التّحاجج:

ونعرض لها قديما وحديثا:

### 1- عند الغرب قديما:

يميّز الخطاب الأرسطي التقليدي بين نوعين من الحجج: الحجج الصناعية وغير الصناعية، يقول أرسطو في الأدلة المصنوعة «فهي كل ما يمكننا جمعه بأنفسنا على هدى المنهج الموضوع»<sup>2</sup>. أما الأدلة غير المصنوعة ف«لا دخل لنا فيها لأنها سابقة على تصرفاتنا مثل الشهود في القضية والتعذيب والاتفاقات المكتوبة»<sup>3</sup>.

تتميز الأدلة الأولى بالابتكار والإبداع، لأن الخطيب يضع بصمته عليها ويصب جهوده لتحقيق الإقناع، مما يدفع المتلقي إلى استخراجها، أما الأدلة الثانية تختلف عن الأولى

1- عمار بعداش: الإستراتيجية الإقناعية بين العاقلة والمعاقلة، مجلة حوليات جامعة قلمة للغات والآداب، ع11، ديسمبر 2015، ص441.

2- أرسطو طاليس: كتاب الخطابة، تر: إبراهيم سلامة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط2، 1372هـ-1953م، ص84.

3- نفسه، ص84.

في أن الخطيب لا يتعب في البحث عنها وليس له دور في إنشائها يجدها جاهزة مستعملة ضمن محيطه، ثم حاول (أرسطو) تقسيم الحجج الصناعية التي يسميها التصديقات بالنظر إلى العناصر المكونة للخطاب أي (الخطيب السامع والخطاب) حيث يقول «فأما التصديقات التي نحتال لها بالكلام أنواع ثلاثة»<sup>1</sup>

يعني أن الأدلة التي تقوم عليها الخطبة ثلاث حسب أرسطو:

- ما يتصل بأخلاق الخطيب نفسه.
  - ما يتصل باستعداد السامعين.
  - ما يتصل بالخطبة نفسها إذا كانت استدلالية في حقيقتها أو في ظاهرها.<sup>2</sup>
- العناصر الحجاجية تمحورت في البلاغة القديمة حول الخطيب (ethos) والسامع (pathos) والقول نفسه (logos).

#### 1-1/الخطيب (ethos):

يعدّ الإيتوس أحد أهم الحجج الصناعية عند (أرسطو) التي تحقق الإقناع، لأنّ الخطيب إلى جانب استخدامه للحجج اللغوية لإقناع مخاطبيه فإنه يقنعهم أيضا بأخلاقه التي تبعث في نفس المتلقي الثقة والاطمئنان «ينبغي أن لا يعتمد الخطيب على

1-أرسطو طاليس: الخطابة، ص10.

2-أرسطو طاليس، كتاب الخطابة، ص85

## الفصل الأول.....التحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

ما أعده من حجج وبراهين فقط، بل يجب أن يكون هو نفسه موضع قبول عاطفي لدى المتلقي خلال بث الخطاب وتلقيه، فخلقه ومصداقيته هما أقوى عناصر الإقناع لديه»<sup>1</sup>.

كما يعدّ الحجاج بالإيتوس من أهم العناصر الحجاجية «إذ أن صورة عرض الخطيب لذاته تفوق في حجاجيتها أحيانا كثيرة ما فيه من حجج»<sup>2</sup> لأن الأهمية لا تكمن

في الحجج فقط بل في جودة عرض الخطيب لنفسه التي تمكنه من التأثير في المتلقي وكسب ثقته وحمله على الإذعان، «وأي خلل في عرض هذه الصورة قد يهدم البناء الحجاجي، ويبعث على النفور مهم بلغت قوة الحجة المقدمة»<sup>3</sup>

يتمحور الإيتوس في النظرية البلاغية القديمة حول تقديم صورة إيجابية لذات المخاطب، فالمتلفظ بالخطاب لا يصبح مقنعا بسبب حجته وأفكاره فقط بل «بسبب الثقة التي يفرغها عليه الجمهور نتيجة تملك الخطيب خاصية الخطابة وفنون الاستدراج الفعالة»<sup>4</sup>

وقد حصر (أرسطو) الخصال التي ينبغي أن يحوزها الخطيب في ثلاث خصال هي:

أ- الفطنة: إنها خاصية ذاك الذي يشاور جيدا، والذي يزن جيدا الإيجاب والسلب إنها حكمة موضوعية عقلية بارزة.

1- كمال الزماني: الحجاج بالإيتوس في الخطاب السياسي، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2019، ص26.

2- نفسه ، ص2.

3- نفسه، ص2.

4- محمد مشبال: تحليل الخطاب الحجاجي وفق استراتيجية الإيتوس في المشروع البلاغي، مجلة إشكالات في اللغة والأدب، مج2، ع5، ، 2019م، ص134.

## الفصل الأول.....التحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

ب- الاستقامة: إنها صراحة لا ترهب تبعاتها، أو تعبر عن نفسها بمساعدة نيات مباشرة وهي مبصومة بإخلاص مسرحي.

ج- اللطافة: يتعلق الأمر بعدم التصادم بعد التهييج، فلا بدّ أن تكون ودوداً، وتشارك الملاطفة مع المستمعين.<sup>1</sup>

### 2-1/ الباتوس (Pathos) :

لا تقتصر حدود الإقناع على المخاطب بل تمتد إلى الطرف الثاني أي السامع حيث يمثل الطرف المتلقي، فالانفعالات التي يحدثها المتكلم في المستمع تساعد على تقبل ما سيقوله، فهذا النوع من الحجج يهتم بإثارة العاطفة ومخاطبة الوجدان وحمل السامع على الإذعان والتسليم للفكرة التي يدعو إليها الخطيب.

نظراً لأهميتها فإن لهذه الحجج مكانة خاصة في خطابة (أرسطو) ومعرفة الخطيب لأحوال مخاطبيه تساعد على توجه مسار خطابه وتسييره وهذا هو أساس الحجج لديه.

يقول (أرسطو): «وأما بتهيئة السامع فحين يستميله الكلام إلى شيء من الآلام المعترية، فإنه ليس إعطاؤنا الأحكام في حال الفرح والحزن ومع المحبة والبغضة سواء ذلك هو الذي يزعم أن هؤلاء الحذاق بالكلام قصدوا له فقط بالمشبه والحيلة»<sup>2</sup> أي أن حالة المستمع وظروف قبوله للخطاب وكذا مقامه تؤثر على نجاح الخطبة فهي الحكم في ذلك، فالإقناع الخطابي هدفه حمل المخاطب على الإذعان وإثارة عاطفته

1- كمال الزماني، الحجج بالإيتوس في الخطاب السياسي ، ص 27.

2- أرسطو طاليس: الخطابة، ص 10.

ولا يكون ذلك بالدلائل المنطقية التي تساق جافة فقط بل يكون أيضا بما يحمله الكلام من دلائل عاطفية ووجدانية تجعل المخاطب مهياً لقبول ما يقدم له من آراء<sup>1</sup> فالباتوس يعرف بأنه «مجموعة انفعالات يرغب الخطيب في إثارتها لدى مستمعيه (رحمة، كراهية، غضب، خوف)»<sup>2</sup>. أي توظيف كل الحجج التي من شأنها تحريك مشاعر المتلقي وميوله.

إذن هذا النوع من الحجج يعتمد على ما يقوم به الخطيب من تحريك مشاعر مخاطبيه، والخطيب المتميز هو الذي يتمكن من الوصول إلى عاطفة السامع والتأثير فيه. لا يتحقق الإقناع عند (أرسطو) إلا إذا كان الخطيب عالم بأحوال المتلقين على علم باهتماماتهم ورغباتهم، فالخطيب الذي يريد أن يحقق فعل الإقناع لا بد أن يكون على علم بنفوس مخاطبيه حتى يقنعهم دون إلزام أو إفحام بل حملهم على الإذعان «ومن ثم فإن معرفة عواطف المخاطب وإثارتها هو ما يضمن انخراطه في الكلام ومثال على ذلك فإنّ المتهم الذي يثير عاطفة الشفقة لدى القاضي يكون بإمكانه الاستفادة من تخفيف العقوبة أكثر من المتهم الذي لم يثر أي عاطفة»<sup>3</sup>.

لذلك فالعواطف لديها دور مهم في تحريك النفوس وهي قادرة على تغيير أحكامنا وسلوكنا وتؤثر في قراراتنا «لهذا فإن مخاطبة العاطفة لا تقل شأننا عن مخاطبة العقل في الدفع

1- كمال الزماني: الحجج بالإيتوس في الخطاب السياسي، ص9.

2- محمد طروس: النظرية الحجاجية من خلال الدراسات البلاغية واللسانية، دار الثقافة، الدار البيضاء، ط1، 2005، ص18.

3- كمال الزماني، الحجج بالإيتوس في الخطاب السياسي، ص11.

## الفصل الأول.....التّحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

إلى الفعل وتغير السلوك»<sup>1</sup>، بمعنى أن إثارة عواطف السامع لديها منزلة إقناعيه رفيعة ودور مهم في إثارة المتلقي وتحفيزه على الفعل؛ لأنّ العنصر الحجاجي "الباتوس" لا يمكن وصفه بأنه عنصر مساعد للحجاج وإنما هو أساس الحجاج إلى جانب الإيتوس «فمعرفة المتكلم بعواطف المخاطب ونوازعه وميولاته ورغباته وحسن استثمارها وتطويرها وتوجيهها الوجهة التي تخدم مقاصده على النحو الذي يجعلها أداة إقناع وتأثير، صارت ضامنة لتحقيق الإقناع المنشود»<sup>2</sup>.

### 1-3/ اللوغوس (Logos):

الرابطة التي تجمع بين الخطيب و المخاطب هي الخطبة، والتي تؤدي إلى الإقناع بواسطة الحجج والبراهين التي تتضمنها، ويقول (أرسطو) في هذا الصدد «و أما ما يكون من التصديق من قبل الكلام نفسه، فحين نثبت حقا أن ما نرى حقا من الإقناعات في الأمور المفردة»<sup>3</sup>

فالتصديق الذي يتم الحصول عليه من الخطبة جاء نتيجة الحجج الإقناعية التي تأخذ قوتها من الأدلة والحجج، ويعني هذا أنها تعتبر العامل الرئيسي في تحقيق الإقناع. وقد حصر أرسطو هذا النوع من الحجج بالنسبة إلى الخطابة في شكلين بارزين هما المثل والضمير، اللذين يقابلان في المنطق الصوري على التوالي بالاستقراء والاستنباط<sup>4</sup>، يقول

1- المرجع السابق ، ص12.

2- نفسه، ص13.

3- أرسطو طاليس:الخطابة، ص:10

4- كمال الزماني:الحجاج الإيتوس، ص:14

(ابن رشد):«إن الأقاويل التي يكون بها الإثبات والإبطال كما أنها في صناعة الجدل

صنفان أحدهما الاستقراء، وما يظن به أنه استقراء، والصنف الثاني القياس وما يظن

به أنه قياس كذلك الأقاويل المثبتة في هذه الصناعة والمبطلّة صنفان: أحدهما شبيهه

بالاستقراء وهو المثال والآخر شبيهه بالقياس وهو الضمير»<sup>1</sup>

المقصود من هذا القول أن الإثبات في الجانب العلمي يرتبط بالاستقراء والقياس فإن

ما يقابله في الخطابة يعرف بـ المثال والقياسات المضمرة.

أ- المثل:

يشكّل المثل عند (أرسطو) عمدة الحجاج وهو استقراء خطابي؛ إذ هو حجة قائم

على علاقة المشابهة بين حالتين نصل بواسطة المقارنة بينهما إلى استنتاج يقول (محمد

العمرى):«المثل هو استقراء بلاغي والمثل حجة تقوم على المشابهة بين حالتين في

مقدمتهما، ويراد استنتاج نهاية أحدهما بالنظر إلى نهاية مماثلتها»<sup>2</sup>

وقسم (أرسطو) المثل إلى قسمين: تاريخي، ومصطنع وهو الذي يخترعه المتكلم من

تلقاء نفسه، وفي القسم الثاني يجزئه إلى نوعين آخرين المثل المبتكر، والمثل الخرافي

فيصبح لدينا ثلاثة أنواع من المثل وهي<sup>3</sup>:

1- ابن رشد: تلخيص الخطابة، تر: عبد الرحمان بدوي، وكالة المطبوعات، الكويت، ص18.

2- محمد العمرى: في بلاغة الخطاب الإقناعي، مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية، أفريقيا الشرق، المغرب، ط2، ص82.

3- كمال الزماني: الحجاج بالإيتوس في الخطاب السياسي، ص16.

## 1-المثل التاريخي:

هو استذكار حدثا تاريخيا وقع في الزمن الماضي،لنستنتج من خلاله عقد مشابهة نهاية لأحداث حالية مماثلة،فيعد بذلك حجة لدى المتكلم،ثم ذكر (أرسطو)ضمن هذا السياق مثلا تاريخيا يتمثل في غزو الملك داريوس لمصر واحتلاله لها وأن إذا أخذ العدو مصر ومضى قدما،فلا ينبغي أن يحدث ذلك.يقول «كما لو قال قائل:إنه ينبغي للملك أن يستعد ولا يخلي العدو و دخول مصر، فإن داريوس أيضا في تلك الغزاة لم يتقدم دون أن احتوى على مصر فلما حواها دلف»<sup>1</sup>

وخلاصة هذا القول أن المثل التاريخي يستند إلى حقيقة واقعة لحدث قد جرى في الواقع حتى يكون أكثر قبولا عند الناس.

## 2-المثل المبتكر:

يقوم على تخيل شبيه ممكن واقعيا مماثل للحالة المطروحة للنقاش<sup>2</sup>،ونجد هذا النوع في محاوره سقراط في تبيان وجهة نظره في اختياره للقضاة إذ يعتبر أنه لا يصلح الاقتراع في اختيار القضاة،لأننا نكون كمن يختارون المبارزين في الصراع اقتراعا وكذلك في اختيار الربان الذي يقود السفينة اقتراعا فإن القرعة تصيب أهم كان وليس الذي يعرف القيادة.<sup>3</sup> فهذا النوع من المثل يثبت الرأي بمقابلته بنظيره مبتكر بشبيهه.

1- أرسطو طاليس: الخطابة ،ص138.

2- كمال الزماني:الحجاج بالإيتوس في الخطاب السياسي، ص16.

3- ينظر: نفسه، ص16.

### 3-المثل الخرافي:

في هذا النوع من المثل يقوم الخطيب بعقد علاقة مشابهة بين الحالة المطروحة للنقاش وحكايات خرافية مثل حكايات إيزوب والحكايات المنسوبة إلى مجهول لبيوحكاية الفرس والأيل.<sup>1</sup>

يعدّ هذا النوع من المثل حجة تسهم في التأثير في المتلقي وتخدم الخطيب لتحقيق الإقناع، فالمحاجة بالحكايات الخرافية تكون أسهل و أنفع في التأثير على السامع وتعين الخطيب على إنجاح خطبته.

#### ب- الضمير:

يسمّي (أرسطو) هذا قياسا خطابيا، يتكون من ثلاثة أطراف: مقدمة كبرى تليها مقدمة صغرى بعدها نتيجة، إلا أنه يكون عادة غير مكتمل<sup>2</sup>، بمعنى أنه قياس ناقص ولهذا يعرف "بالقياس المضمّر" لإضمّاره لبعض مقدماته. فهو قياس كامل أو تام في الذهن ولكنه ناقص من الناحية العلمية، يقول (ابن رشد)(ت1198): «وأما الضمير فإنه ترتب مقدماته الترتيب الذي هو معتاد عند الجمهور أن يقبل»<sup>3</sup>

بمعنى ميزة هذا القياس أنه ينطلق مما يعتقده الجمهور فهو بالتالي قياس مقامي

إذ تختلف مقدماته باختلاف المقام "الجمهور".

1-المرجع السابق ، ص17.

2- كمال الزماني: الحجاج بالإيتوس في الخطاب السياسي، ص:17

3- ابن رشد:تلخيص الخطابة، ص20.

إن الحذف في القياس الإضماري لإحدى مقدمتيه يحدث فعالية بين المتكلم والجمهور ولذلك فإنّ "القياس الإضماري ليس قياساً مبتوراً عن طريق عجز، خلع، وإنما لأنه يجب أن تترك للمستمع لذة القيام بكل شيء في بناء الحجة"<sup>1</sup> بمعنى أن عملية الحجاج لا تكتمل إلا بمساهمة السامع في بناء القول، وملء ما يناسب محلات الاستدلال الشاغرة في القول، وبهذا يتم استدراجه إلى القياس حتى يدعن له من دون أن نكشف له عن ذلك فيكون هو من توصل بنفسه إلى العناصر الخفية في القياس وهو من أولها<sup>2</sup>.  
يفتح القياس المضمّر مجال التأويل أمام القارئ من أجل أن يكون طرفاً في بناء الحجاج أو الإقناع، هذا الأخير الذي يكون أكثر ذلك بالمقدمات القليلة الوجيزة أو بالمقدمات التي هي في غاية الظهور وحذف ما خفي منها<sup>3</sup>.

## 2- عند الغرب حديثاً:

عرف المجتمع الأوروبي منذ بداية النصف الثاني من القرن العشرين تحولات جذرية شملت مجالات مختلفة كالسياسة والاقتصاد والتكنولوجيا... وغيرها وكان من نتائج هذه التحولات سيادة ثقافة تدعو إلى اعتماد الحوار واحترام التنوع والاختلاف ونبذ كل أشكال العنف والإقصاء، ولم يكن الحجاج بمنأى عن هذه التحولات، بل أسهم بدوره في التأسيس لهذه الثقافة الجديدة، فقد ظهر تيار يدعو إلى التجديد وإحياء البلاغة

1- رولان بارت: قراءة جديدة للبلاغة القديمة، تر: عمر أوكان، إفريقيا الشرق، 192، ص 55\_56.

2- كمال الزماني: الحجاج بالإيتوس في الخطاب السياسي، ص 18.

3- ينظر: ابن رشد، تلخيص الخطابة، ص 22.

وبعثها من جديد متجاوزا بذلك النظرية الأرسطية. فكيف تناول البلاغيون الغربيون

المحدثون دراسة الحجاج؟

1-التحاجج عند (بيرلمان):

اهتم البلاغيون الغربيون المحدثون بالبلاغة خاصة ما أصبح يعرف في البحث التداولي بالبلاغة الجديدة التي أثارت إشكالية الحجاج من خلال «مصنف الحجاج أو البلاغة الجديدة»<sup>1</sup>(لبيرلمان) (ت 1984م) و(تيتيكا) (ت 1987م) الذين لا يعتبران الحجاج تلاعبا بعقل المخاطب، بل يؤكدان على أن موضوع الحجاج هو «درس تقنيات الخطاب التي من شأنها أن تؤدي بالأذهان إلى التسليم بما يعرض عليها من أطروحات، وأن تزيد في درجة ذلك التسليم»<sup>2</sup> فغاية الحجاج عندها هو محاولة جعل العقل يدعن لما يطرح عليه من أفكار، أو يزيد في درجة ذلك الإذعان إلى درجة تبعث على العمل المطلوب .

إنّ صلب الحجاج عند (بيرلمان) Perlman و(تيتيكا) Tyteca إذن هو التفاعل بين الخطيب وجمهوره. ودعا الخطيب إلى الاستفادة من صناعتي الجدل و الخطابة لكي يكون كلامه مقنعا فالحجاج عند بيرلمان أقرب إلى مجال الخطابة القائم على المحتمل. فحجته قائمة على العقل لكنها غير ملزمة فهي «تترك للمتلقي حرية رفضها و معارضتها لكن على سند عقلي أيضا حتى لا يقع في المخاطبة السفسطانية»<sup>3</sup> إن المحاج الجيد حسب (بيرلمان) هو"الذي يحرص على أن يضع في الحساب مستوى العقول التي يهدف إلى إقناعها ثم

1- محمد الوالي:مدخل إلى الحجاج أفلاطون و أرسطو وشايمبيرلمان، مجلة عالم الفكر، مج40، 2011، ص33.

2- عبد الله صولة:الحجاج أطره ومنطلقاته ضمن كتب حمادي صمود أهم نظريات الحجاج، ص299.

3- عبد العالي قادا:بلاغة الإقناع مقارنة نظرية تطبيقية، المطبعة و الوراقة الوطنية،مراكش، ط2012، ص1، ص160.

نوعيتها»<sup>1</sup> أي فهم مقتضيات المقام وإدراك أحوال السامعين، وإعدادهم لقبول الأطروحة المعروضة.

وليست البلاغة عند (بيرلمان) «معنية بشكل الخطاب من أجل الزخرف أو القيم الجمالية، بل من جهة كون ذلك وسيلة للإقناع وخاصة وسيلة للإبداع أي الحضور»<sup>2</sup> فهي بلاغة تعنى بالإقناع وليس بالأسلوب .

ومن هنا نستنتج أن بيرلمان و تيتيكا قاما بمطابقة البلاغة بنظرية الحجاج لأنهما يلتقيان ويشتركان في نقطة واحدة وهي الإقناع.

### 1-1 أنواع المنطلقات الحجاجية عند بيرلمان:

ينبني الحجاج عند (بيرلمان) (ت 1984) على جملة من المنطلقات الحجاجية التي: «تؤخذ على أنها مسلمات يقبل بها الجمهور»<sup>3</sup> فهذه المنطلقات يحاول الخطيب إقناع مخاطبيه، واستمالتهم ودفعهم إلى الفعل. فما هي هذه المنطلقات؟

1- كمال الزماني: الحجاج في البلاغة الجديدة من خلال كتاب "مصنف في الحجاج" لبيرلمان و تيتيكا، مجلة الدراسات الثقافية واللغوية والفنية، مج2، ع11، يناير 2020، ص119.

2- صابر حباشة: التداولية والحجاج مداخل و نصوص، صفحات الدراسات و النشر، دمشق الإصدار الأول 2008، ص16.

3- عبد الله صولة: الحجاج أطره و منطلقاته و تقنياته ، ضمن أهم نظريات الحجاج ، ص308.

أ-الوقائع و الحقائق (les faits et les vérités):

يرى بيرلمان أن الوقائع تمثل «ما هو مشترك بين عدة أشخاص أو بين جميع الناس... والتسليم بالواقعة من قبل الفرد ليس إلا تجاوبا منه مع ما يفرض نفسه على جميع الخلق إذ الواقع يقتضي إجماعا كونيا»<sup>1</sup>.

أما الحقائق فيعمد إليها الخطيب أو المحاج «لربط بينها وبين الوقائع ليمنح حجاجه بداية قوية نافذة»<sup>2</sup> أي أن الخطيب يقوم بالجمع والمزج بين الحقائق والوقائع ليحدث موافقة الجمهور على واقعة معينة غير معلومة.

ب-الافتراضات (les présomption) :

تحظى الافتراضات بالموافقة العامة ويحصل التسليم بها من خلال وجود عناصر تقويها ضمن المسار الحجاجي حيث تقدم مبررات كافية لدعم اعتقاد معقول ، على الرغم من كونها غير أكيدة إذ إنها ترتبط بما يحدث عادة، والمعتاد هو ما وقع، ويجري الاعتداد به ، لذا تقترن الافتراضات بالتجربة والحس المشترك، والافتراضات إنما تحدد بالقياس إلى العادي أو المحتمل ،ولكن هذا العادي وهذا المحتمل يتغيران بتغير الحالات فالعادي بالنسبة إلى سائق في حالة طبيعية يكون السير فوق المعدل الأدنى الذي للسرعة.

1- كمال الزماني: الحجاج في البلاغة الجديدة من خلال كتاب "مصنف في الحجاج" لبيرلمان وتيتيكا ، ص120.  
2- محمد سالم محمد الأمين الطلبة ، الحجاج في البلاغة المعاصرة ، دارالكتاب الجديد المتحدة ، بيروت ، ط1 ، 2008،ص111-112.

## الفصل الأول.....التحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

والعادي بالنسبة إلى السائق دهس مترجلا يكون السير فوق المعدل الأقصى الذي للسرعة، ويتغير العادي بتغير الجماعات البشرية في كل مجال من مجالات الحياة<sup>1</sup>.

### ج-القيم : les valeurs

إن القيم عليها مدار الحجاج بكل ضروبه، وهي لئن خلت منها الاستدلالات ذات البعد العلمي والعلوم الشكلية ، فإنها تمثل بالنسبة إلى مجالات القانون و السياسة والفلسفة غذاء أساسيا؛ فهي التي يعول عليها في جعل السامع يذعن لما يطرح عليه من آراء.

والقيم نوعان: ( قيم مجردة، وقيم محسوسة) فالمجردة من قبيل العدل والحق والمحسوسة من قبيل الوطن (فرنسا مثلا) والكنيسة.

### د-الهرميات: les hiérarchies

إن القيم ليست مطلقة وإنما هي خاضعة لهرمية ما ، فالجميل درجات وكذلك النافع والهرمية بعد ذلك نوعان:

أ-مجردة مثل اعتبار العدل أفضل من النافع.

ب-مادية محسوسة: كاعتبار الإنسان أعلى درجة من الحيوان وإله أعلى درجة من الإنسان...الخ<sup>2</sup>.

1- عبد الله صولة: في نظرية الحجاج ، دراسات و تطبيقات ص25.

2- ينظر: عبد الله صولة ، الحجاج اطره و منطلقاته ، ص310.

فالوعي بتراتبية القيم يكون أحيانا أهم من القيم ذاتها، لأن وإن كانت تسلم بها مجموعة من السامعين، فإن درجة تسليمهم بها تكون مختلفة من فرد إلى آخر، ولهذا فإن " ما يميز كل فرد ليست القيم التي يسلم بها ، ولكن طريقة ترتيبه لها.

#### ه-المواضع ( Les lieux ):

ما يميز المواضع عند بيرلمان هو عموميتها وقدرتها على التكيف مع كل الظروف ولذلك فهي تؤدي «دورا كبيرا في الحجاج والدفع إلى الفعل واخلخلة العقبات التصورية التي تكون أحيانا راسخة لدى المحاججين ، والتي تنسجم مع البناء الحجاجي المقدم»<sup>1</sup>.  
قسم بيرلمان المواضع إلى خمسة أنواع وهي<sup>2</sup>:

#### 1-مواضع الكم ( lieux de quantité ):وهي المواقع المشتركة التي تقرب بأن شيئا هو

أفضل من شيء آخر الأسباب كمية كقولنا مثلا بأن " الكل أفضل من الجزء " وبأن " الضرر المستمر أكبر من الضرر العابر"

#### 2-مواضع الكيف (lieux de qualité):وهي مواضع تتميز مقارنة بسابقتها بكونها تستمد

قيمتها الحجاجية من كل ما هو وحيد وفريد من نوعه فإذا كان ما هو عام وفضفاض يبدو كأنه سخييف ومبتدل و تافه فإن هذه المواضع من خلال وحدانيتها تلك ذات قيمة حجاجية عالية قادرة على اكتساب ض أكبر عدد ممكن من المخاطبين.

1- محمد سالم محمد الأمين ، الحجاج في البلاغة المعاصرة ، ص113.

2- كمال الزماني: الحجاج في البلاغة الجديدة من خلال كتاب " مصنف في الحجاج لبيرلمان و تيتيكا ، ص122-

3-مواضع الترتيب: وهي التي " تقر بأفضلية ما هو سابق كالمبادئ والقوانين على ما هو

لاحق كالوقائع التي تنتج على ما هو محتمل وممكن ومتوقع"

-مواضع الموجود (lieux de l'existant):وهي التي تقر بأفضلية ما هو موجود وكائن

وواقع على ما هو محتمل وممكن ومتوقع.

-مواضع الجوهر (lieux de l' essence):وهي تتعلق بمنح قيمة عليا للفرد باعتباره

مجسدا و معبرا عن هذا الجوهر والأمر يتعلق في هذه المواقع "بعقد مقارنة بين الأفراد"

الذين يعبرون عن نفس الجوهر.

## 1-2 أشكال التحاجج عند بيرلمان:

تجاوز بيرلمان (ت1984م) وزميله تيتيكا (ت1987م) النظرية الأرسطية من خلال تأليفهم كتاب بعنوان مصنف في الحجج أو البلاغة الجديدة، وذلك بإعادة صياغة المفاهيم برؤية جديدة فأعطى تصورا جديدا للحجاج على أنه دراسة التقنيات الخطابية التي تساهم في إذعان المتلقي أو زيادة إذعانه وغايته المتمثلة في تحقيق اقتناع المتلقي عقلا وعملا عن طريق الحوار والنقاش لا الإكراه وهذه التقنيات هي مجموعة الحجج المتنوعة وزعها إلى طرائق اتصالية وطرائق انفصالية<sup>1</sup>. فالأولى تقرب بين العناصر المتباينة وفي الأصل...

ومن أشكالها: الحجج شبه المنطقية، والحجج المؤسسة على بنية الواقع<sup>2</sup>، والحجج المؤسسة لبنية الواقع. وسنقوم بشرحهم بنوع من الإيجاز فيما يلي:

### أ- الحجج شبه المنطقية Les argument quasi- logiques:

وتعتمد هذه الحجج بكسب القوة الإقناعية من «بعض البنى المنطقية مثل التناقض والتماثل التام أو الجزئي وقانون التعديّة»<sup>3</sup>

1- شعبان أمقران: تقنيات الحجج في البلاغة الجديدة عند شاييم بيرلمان، مجلة التعليمية، مج15، ع15 سبتمبر 2018، ص225.

2- عباس حساني: خطاب الحجج والتداولية، دراسة في نتاج ابن باديس الأدبي، عالم الكتب الحديث، ط1، 2014، ص85.

3- نفسه، ص85.

## الفصل الأول.....التحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

أما البنية الأولى: التناقض فيعمد هنا المتكلم في الجمع بين حكمين متعارضين في خطابه، وهنا يكون هدفه إثبات حكم وإقصاء آخر، ليقنع المتلقي بالحكم المثبت وعلاوة ما يكون إقصاء الحكم الآخر بالسخرية.

أما البنية الثانية: التماثل التام فتكون فيها الحجة بلفظ مشابه للفظ الأول كما في قولك: الجزائر هي الجزائر «وتكون حجاجية أكثر أي لا تكتسب قيمتها الحجاجية مالا في مقامات بالغة الخصوصية»<sup>1</sup>.

أما حجج التعديفة فتعتمد على توظيف قيمة عنصر ثالث يتم المرور عبره لتأكد صدق العلاقة بين العنصرين الأول والثاني<sup>2</sup>. بمعنى هذا التوظيف يؤدي إلى استنتاج علاقات أخرى مثل: عدو فرنسا صديق الجزائر، نستنتج من هذه علاقة أخرى منطقية هي حليف الجزائر عدو فرنسا.

1- المرجع السابق، ص 85

2- نفسه، ص 85

ب- الحجج المؤسسة على بنية الواقع Les fordes sur la structure du reel

:argument

لا تعتمد هذه الحجج على الواقع، وإنما تعتمد على التجربة وعلى العلاقات الحاضرة بين الأشياء المكونة للواقع، فهذه الحجج تأتي لتفسير الأحداث والوقائع، وتوضيح العلاقات الرابطة بين عناصر الواقع وأشياءه فالمحتج في استخدامه لهذا النوع من الحجج يعمد إلى تأكيد أطروحته أو خطابه من خلال اعتماد الواقع، وبذلك يكون أكثر إقناعاً وتأثيراً في المتلقي، فهذه الحجج لاتصف الواقع وإنما تبني عليه حججها وتسعى إلى إقناع المتلقي من خلال ذلك البناء ومن بين هذه الحجج نجد الحجة السببية، حجة التبرير، حجة الاتجاه، حجة التجاوز، حجة السلطة وحجة الشخص وأعماله<sup>1</sup>.

ج/ الحجج المؤسسة لبنية الواقع:

أي «تأسيس الواقع بواسطة الحالات الخاصة، كالمثل الذي يؤثر به لتأكيد الفكرة المطروحة ويلحق بالمثل الاستشهاد بالنصوص ذات القيمة السلطوية على المخاطب كالمقولات الدينية أو كلمات القواد الخالدين»<sup>2</sup>.

فإذا كانت الحجج المؤسسة على بنية الواقع تكتفي بالربط بين وقائع متعايشة أو متتابعة، فإن الحجج المبنية للواقع تستخدم إلى الجمع بين أحداث وأشياء مترابطة

1- فوزي زياد: البنية الحجاجية في شعر عز الدين مهبوبي، أطروحة الدكتوراه علوم في اللسانيات، إشراف: عبد الحليم بن عيسى، جامعة وهران، كلية الآداب والفنون، قسم اللغة والأدب العربي، 2018، ص74.

2- عباس حساني: خطاب الحجج والتداولية، دراسة في نتاج ابن باديس الأدبي، ص86.

مكانيا أو زمانيا أو رمزيا، حيث نستدل على شيء بأخر يرتبط به<sup>1</sup>. ومنها المثل والاستشهاد والنموذج والاستدلال بوساطة التمثيل والاستعارة... إلخ

1- الشاهد *illustratio*: يؤتي به من أجل «توضيح القاعدة وتكثيف حضور الأفكار في الذهن»<sup>2</sup>. ويدخل في المعنى «الاستشهاد بالنصوص ذات القيمة السلطوية على المخاطب في المقولات الدينية»<sup>3</sup>.

ومن هنا نجد أن الشاهد يدعم الحجة ويقويها.

## 2- الاستدلال بوساطة التمثيل:

يعرف بأنه طريقة حجاجية تعلق قيمتها على مفهوم قيمتها على مفهوم المشابهة المستهلك، حيث لا يرتبط التمثيل بعلاقة المشابهة، وإنما يرتبط بتشابه العلاقة بين أشياء ما كان لها أن تكون مرتبطة<sup>4</sup>، أي أن التمثيل يهتم بتشابه العلاقات حيث تكون صيغته العامة هي: يمثل العنصر (أ) بالنسبة للعنصر (ب) ما يمثله العنصر ج بالنسبة للعنصر (د). ويسمي بيرلمان العنصرين (أ) و (ب) الذين تقوم عليهما النتيجة بالموضوع. أما العنصران (ج) و (د) اللذان يهدفان إلى دعم الاستدلال فيسهما بالحامل<sup>5</sup>.

1- ينظر محمد الولي: الاستعارة في محطات يونانية عربية وغربية، دار الأمان، الرباط، 2006، ص 385.

2- صابر الحباشة: التداولية والحجاج، ص 49.

3- محمد سالم محمد الأمين الطلبة: الحجاج في البلاغة المعاصرة، ص 131.

4- عبد السلام عشير: عندما نتواصل نغير مقاربة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، دار البيضاء، المغرب، ط2، 2012، ص 97.

5- شعبان أمقران: تقنيات الحجاج في البلاغة الجديدة عند بيرلمان، ص 231.

## الفصل الأول.....التحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

ولتوضيح ما يقصده بيرلمان بهذه الصيغة، قدم عبد الله صولة مثالا من القرآن الكريم يقول فيه تعالى: «مَثَلُ الَّذِينَ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِ اللَّهِ أَوْلِيَاءَ كَمَثَلِ الْعَنْكَبُوتِ اتَّخَذَتْ بِئْتًا ۗ وَإِنَّ أَوْهَنَ الْبُيُوتِ لَبَيْتُ الْعَنْكَبُوتِ ۗ لَوْ كَانُوا يَعْلَمُونَ» سورة العنكبوت الآية 41.

فالموضوع في هذه الآية الكريمة يتمثل في علاقة المشركين الذين يمثلون العنكبوت (أ) بأوليائهم الذين يمثلون العنكبوت (ب) أما الحامل فهي علاقة العنكبوت التي تمثل العنكبوت ج ببيتها الضعيف الذي يمثل العنكبوت (د)

أي علاقة المشركين بأوليائهم تشبه علاقة العنكبوت ببيتها الذي لايجدي عنها شيئا لضعفه ووهنه

### 3- تأسيس الواقع بوساطة الاستعارةmetaphore:

الاستعارة عند (بيرلمان) هي تمثيل تكثف فهو موجز، ووجه الكثافة فيه والإيجاز، الاندماج الحامل بين أحد عناصر الموضوع واحد عناصر الحامل اندمجا لايمكن معه معرفة أي العنكبوت ينجو الموضوع وأيهما هو الحامل<sup>1</sup>. ويمكننا صياغة ذلك انطلاقا من التمثيل والانتفاء إلى الاستعارة بالتعبيرات التالية:

(أ) بالنسبة إلى (ب). ← وهي علاقة الموضوع

مثل (ج) بالنسبة إلى (د) ← وهي علاقة الحامل.

ولتقريب المعنى نمثل بما يلي الشيخوخة لحياة هي مايشكله المساء بالنسبة للنهار<sup>2</sup>.

(الشيخوخة) بالنسبة إلى (الحياة) . ← الموضوع

1عبد الله صولة: في نظرية الحجاج، ص55.

2- الحسين بنو هاشم: نظرية الحجاج عند شاييم بيرلمان، دار الكتاب الجديدة المتحدة ، 2014، ص93.

مثل (المساء) بالنسبة إلى (النهار) ← الحامل.

نستنتج أن الاستعارة هي تمثيل حذف بعض أطرافه وأن الاندماج الحاصل بين عناصرها الموضوع والحامل اندمجا يصل إلى درجة الاندماج وهذا ما يساعد الاستعارة على أداء وظيفتها الإقناعية<sup>1</sup>.

أما الثانية فالمقصود بها تلك التقنيات المستخدمة لغرض أحداث القطيعة وإفساد اللحمة الموجودة بين عناصر تشكل عادة كلا لايتجزأ<sup>2</sup>.

«كما تزودنا الطرائق الانفصالية بالمقياس أو القاعدة التي تتيح لنا أن نميز بين الحقيقي والزائف»<sup>3</sup>.

أي أن الحجاج قائم على كسر وحدة المفهوم بالفصل بين العناصر المتضامن بعضها مع بعض ويرجع إلى ثنائية الواقع والظاهر، وبعبارة أخرى أن الظواهر بمختلف أضرارها يمكن أن لاتعبر عن جوهر الأمور. فالنظرة الأولى لا يكون الظاهر لأنه محكوم بمبدأ عدم التناقض.

ومن أشكال التحاجج التقليدية غير اللغوية نذكر منها في النقاط الآتية:

أ-حجة القوة: يسعى المحاج من خلاله إلى حمل المخاطب على سلوك معين أو عمل معين ويكون المستمع أقل منزلة من المتكلم، فيطبق ماأمر به خوفا من العقاب وهدف هذه الخطابات هو الإذعان والخضوع، أما الاقتناع فيمثل المرحلة الثانية حيث يعمد

1- ينظر شعبان أمقران: تقنيات الحجاج في البلاغة الجديدة عند بيرلمان ص 232

2- عبد الله صولة: الحجاج أطره ومنطقاته وتقنياته، ص324.

3- علي الشعبان: الحجاج والحقيقة وأفاق التأويل، ص198.

## الفصل الأول.....التحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

المخاطب ويستند إلى التهديد وعلى أساسه يكون الإقناع الذي يتخذ في نهاية الأمر شكل الاستسلام. ونجده بكثرة في الخطاب التربوي، أو الديني، أو السياسي<sup>1</sup>.

حجة السلطة: ويقصد بالسلطة في نظر (وودز) وزميله (دوغلاس والتون) معنى قريب من الخبرة المعرفية أي أن تكون للشخصية المتكلمة قدم راسخة وباع طويل في المجال الذي يتحدث فيه ويمكن أن يضاف إليه الاحتجاج المستمد من المكانة السياسية أو الإقتصادية التي يتمتع بها المتكلم أي أن السلطة مرتبطة بالخبرة فلا بد للمتكلم أن يكون ذو خبرة في المجال الذي يتحدث فيه بالإضافة إلى الرتبة أن تكون له مكانة مرموقة.

ب-الحجاج بمبدأ الوجه: وهو أقدم شكل أو نوع لتحاجج، حيث يقوم على مواجهة الخصم بكلامه أو بأفعاله كحجة عليه «ومعناه إدانة المتكلم من كلامه، أي استغلال كلامه وتوظيف أسلوبه في الرد عليه إن أمكن ذلك»<sup>2</sup>. أي أن كل كلام صادر من المتكلم يستخدم هذه كحجة ودليل.

ج-المحاججة بالتجهيل: ويعتمد على قاعدة ترى «أن المخاطب إذا لم يدل بما من شأنه دحض أقوال المتكلم فحجج هذا الأخير صحيحة. لكن هذا ليس مطلقاً فإن لم يتوفر للمحاجج دليل ينفي حجة خصمه لحظة الحوار فليس معنى هذا أن الحجة صحيحة

1- محمد سالم: الحجاج في البلاغة المعاصرة، ص198.

2- نفسه: ص199.

بشكل مطلق، فقد تغيب الحجة أو الدليل على المحاجج لعدة اعتبارات منها النفسي والسياسي والمعرفي والاجتماعي بتعريفاته المتعددة<sup>1</sup>.

هذه الأنواع تقع تحت ما يسمى بالحجاج المغالط يعتمد فيه المتكلم إيقاع المخاطب في شرك أفعاله وأفعاله لتؤخذ كدليل وحجة عليه.

### 2-التحاجج عند (جان ميشال آدام)

يفرق آدام بين الوحدة الحجاجية أو "المقطع الحجاجي" والحجاج عامة ويمضي في تعريف الحجاج (التعريف العام) سواء على مستوى الخطاب أو التفاعل الاجتماعي ، أو على مستوى البنية التداولية. فهو يهدف إلى تغيير تصور المخاطب بقصد هدف خطابي معطى، أو هو سعي لإعطاء آراء أو تطورات للمخاطب تتعلق بالموضوع المعطى ، وبعبارة أخرى: إننا نتكلم لكي نحاجج ، وهذه القصيدة توضحت عن طريق وحدات أخرى إضافة إلى القيم الوصفية، الإخبارية للغة<sup>2</sup> ويعرفه أخيرا بقولها إن الخطاب الحجاجي موجه للتأثير على آراء وسلوكات المخاطب أو المستمع وذلك بجعل أي قول مدعم صالحا أو مقبولا (النتيجة) وذلك بمختلف الوسائل بالنظر لقول آخر (الحجة، المعطاة، الأسباب) وعلى سبيل التعريف نقول أن المعطاة، الحجة تهدف إلى إثبات أو نقض قضية<sup>3</sup>.

1-المرجع السابق، ص202.

2- هاجر مدقن: الخطاب الحجاجي أنواعه وخصائصه، دراسة تطبيقية في كتاب المساكين لالرافعي، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط2013، م1، ص56

3-نفسه، ص56

ويمكن التمثيل للدفاع عن أطروحة (معداة) بالحجج بهذا الشكل:

الأطروحة                      مقدمة                      النتيجة  
القديمة + (معطيات)..... الحجج .....(الأطروحة الجديدة)<sup>1</sup>

### 3-الحجاج عند (ميشال ماير)

عرفه أنه: «جهد إقناعي وبعد جوهري في اللغة لكون كل خطاب يسعى إلى إقناع من يتوجه إليه»<sup>2</sup> واهتم (ماير) Meyer بالصورة البلاغية والحجاج في نظرية المساءلة. تجاوزت البلاغة في نظر (ميشال ماير) Michel Meyer «حدود فن الإقناع أو فن التعبير فقط، بل أصبحت طرحاً إشكالياً لمختلف القضايا والتساؤلات التي عالجتها النظرية المعرفية والتواصلية والفلسفية داخل نظام اللغة وخارجه أي كل ماله علاقة بالعقل والذاكرة

والمعارف التي تشكل أساس العلاقات التخاطبية بين الناس وهي علاقة افتراضية (أسئلة وأجوبة) و (أجوبة وأسئلة) في الوقت نفسه، على اعتبار الخطاب مبني أساساً على الاستعمال اللغوي، الذي يثير باستمرار تساؤلات مفترضة، قد يتفق عليها طرفي الحوار وقد لا يتفقان لكنها تمثل نقطة الانطلاق للتواصل والتفاهم بين المخاطبين»<sup>3</sup>

1- المرجع السابق، ص56

2- محمد سالم الأمين ، الحجاج في البلاغة المعاصرة بحث في بلاغة النقد المعاصر، ص103.

3- عبد السالم عشير ، عندما نتواصل نغير. ص195.

إن (ماير) في دراسته للبلاغة و التحجاج ينطلق من جدلية اللغة و المعنى ، فالتحجاج في نظره مرتبط ارتباطا وثيقا بالكلام وخاصة منه ، الحوار وما يحويه ويثيره من تساؤلات جدلية تدفع إلى التحجاج دفعا ، «... إذ ليس دور التحجاج إلا استغلال ما في الكلام من طاقة و ثراء إن الكلام وهو يطرح الأسئلة لا تغيب عنه الأجوبة المتوقعة ، وهذا مطمئن لكنه مخادع أيضا»<sup>1</sup>

ثم يؤكد في الوقت نفسه أن التحجاج يشمل جميع ضروب الخطابات والنصوص الشفوية والمكتوبة التي يقصد منها حمل المتخاطبين على تبني مواقف معينة وتجسيد ذلك الاعتقاد على صعيد الواقع عن طريق اجتهاد المحاججين في طرح قضاياهم وتساؤلاتهم الوجودية التي لا تخصهم وحدهم. ويؤكد في هذا المجال على البعد العقلي اللغوي في التحجاج ، والذي يعرفه بكونه " بعدا جوهريا في اللغة ، لأن كل خطاب (أيا كان نوعه) يسعى إلى إقناع من يتوجه إليه»<sup>2</sup>

وهو يعالج علاقة البلاغة بالتحجاج وهما على بعد مسافة واحدة ، انطلاقا من تحليله لفكرتين أساسيتين: بنية الصور البلاغية ثم العلاقات الخطابية.

فيما يتعلق بـ "بنية الصور البلاغية" نجده يعطيها دورا كبيرا في جذب السامع وتحريك خياله حتى يستوعب الأفكار و الصور المقدمة إليه ، ومن أهم هذه الصور البلاغية عنده المجاز إذ هو "الذي يخلق المعنى ويهدم كل من لا يشاطر المتكلم وجهة نظره

1- محمد سالم الأمين: التحجاج في البلاغة المعاصرة، ص135.

2- نفسه ص136.

## الفصل الأول.....التحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

وهو إلى ذلك طريقة التعبير عن الأهواء والانفعالات والمشاعر التي هي صور من الإنسان مثلما يكون المجاز صورة من الأسلوب»<sup>1</sup>

بهذا الطرح تكون الصور البلاغية ذات طبيعة حجاجية تساؤلية، لأنها تلمح إلى المقصود وإلى الإجابة عن الإشكال المطروح ، أو بالأحرى نقول إنها تشير إلى جزء من الإجابة لأن الإجابة الكاملة والنهائية عن قضية ما تعتبر أمرا متعذرا وبالتالي فإن الأجزاء الباقية من الإجابة تتناسل منها تساؤلات عديدة بحسب المقام و الموضوع، وتفتح بدورها الخطاب على العديد من الاحتمالات التي تعد المشاركة الايجابية فيها من قبيل المخاطبين دليلا على تحقيق الرسالة التي بثها المتكلم والعكس صحيح أيضا أي أن عزوفهم عن إثارة التساؤلات المكتملة للقضية دليل على عدم نجاحها .

أمّا فيما يتعلق بالعلاقات الخطابية التي يتأسس عليها ميثاق التواصل فإن (ماير) يؤسس رؤيته على البلاغة الأرسطية، في الوقت نفسه الذي يعيد فيه قراءة ما رجع إليه منها، في ضوء تطور اللغة و علوم الاتصال.

ومن هنا نجد أن تصورات (ماير) على الفلسفة و اللغة و نظرية المعنى كانت ذات أبعاد ثلاثة: تداولية من حيث بحثها في ظروف انجاز الخطاب وآلياته وتأويله من حيث علاقة السؤال بالجواب وبلاغية من حيث ربطه إياها بالحجاج.

1- محمد سالم الأمين: الحجاج في البلاغة المعاصرة، ص135

#### 4- التحاجج عند ديكرود:

كان ميدان الحجاج يعتمد أساسا قبل (ديكرو) Ducrot على البلاغة الكلاسيكية (أرسطو) أو البلاغة الحديثة (بيرلمان) أو يعتمد على المنطق الطبيعي (غرايس).  
وضع اللغوي الفرنسي ديكرود Ducrot نظرية الحجاج في اللغة منذ 1973، وهي نظرية لسانية تهتم بالوسائل اللغوية وبإمكانات اللغات الطبيعية التي يتوفر عليها المتكلم، وذلك بقصد توجيه خطابه وجهة ما تمكنه من تحقيق بعض الأهداف الحجاجية، ثم إنها تنطلق من الفكرة الشائعة التي مؤداها أننا نتكلم عامة بقصد التأثير<sup>1</sup>  
أي إنّ الهدف من كلامنا هو إقناع الطرف الثاني وهي نية مضمرة للمرسل، ولتحقيق هذه الغاية لا بد أن تكون الحجج قوية وليست ضعيفة، وبعبارة أخرى فإن دراسة الحجاج أخذت تهتم باستراتيجية الخطاب الهادف بالوسائل اللسانية والمقومات السياقية التي تجتمع لدى المتكلم أثناء القول من أجل توجيه خطابه والوصول إلى بعض الأهداف الحجاجية<sup>2</sup>.

تريد نظرية الحجاج أن تثبت أن اللغة تحمل بصفة ذاتية وجوهريّة وظيفة حجاجية وبعبارة أخرى هناك مؤشرات عديدة لهذه الوظيفة في بنية الأقوال نفسها ومن هذه الزاوية يصبح الحجاج بعدا جوهريا في اللغة ذاتها، مما ينتج عن ذلك أنه حديثا وجد

1- نور الدين بوزناشة: الحجاج بين الدرس البلاغي العربي والدرس اللساني الغربي، أطروحة دكتوراه في تعليمية اللغة العربية، إشراف خليفة بوجادي، جامعة سطيف، كلية الآداب واللغات، 2016م، ص 157.

2- ينظر عبد السلام عشير: عندما نتواصل نغير، ص 87.

## الفصل الأول.....التحاجج: مفهومه ونشأته وأشكاله

خطاب العقل واللغة، فإن ثمة استراتيجية معينة تعتمد إليها لغويا وعقليا إما لإقناع أنفسنا أو لإقناع غيرنا، وهذه الاستراتيجية في الحجج ذاتها<sup>1</sup>.

يشير (ديكرو) Ducrot إلى أن الحجج بمختلف أنواعها تعرف تراتبا معيننا يكون متسلسلا في الدرجة بحيث يكون الحكم أو الإختبار من قبل المعني مؤسسين على درجة القوة أو الضعف وليس الهدف أو الكذب<sup>2</sup>، ولعل تراتب هذه الحجج وتدرجها من الأعلى إلى الأسفل ومن القوة إلى الضعف هو الذي يمنحها تلك الطبيعة السليمة، التي نجد الوعي بها بيننا من خلال عنوان كتاب "السلام الحجاجية".

ومن هنا نجد أن اتجاه (ديكرو) Ducrot الحجاجي يختلف عن مسار بيرلمان الذي اصطبغ الحجج عنده بصيغة بلاغية منطقية في حين كان منطلق ديكرو لسانيا تداوليا. والحجة عنده تتصف بالنسبية والمرونة كما أن لها طابعا تدرجيا وسياقيا بالإضافة إلى قابليتها للإبطال وترتب هذه الحجج بحسب قوتها وضعفها في سلم يسمى السلم الحجاجي<sup>3</sup>.

1- حبيب أعراب: الحجج والاستدلال الحجاجي ، مجلة عالم الفكر، مج 30، ع 1 ، ، ص 67.

2- محمد سالم محمد الأمين: الحجج في البلاغة المعاصرة، ص 194.

3- ينظر أبوبكر العزاوي: الحجج والمعنى الحجاجي، ضمن كتاب التحاجج طبيعته ومجالاته ووظائفه ، ص 60.

## الفصل الثاني: آليات الإقناع بالتحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

- مفهوم وسائل الخطاب الافتراضي
- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
- مفهوم الفيسبوك (أسباب انتشاره وخصائصه)
- آليات التحاجج الافتراضي

### تمهيد

من المعلوم أن اللغة ظاهرة اجتماعية يستعملها أفراد المجتمع من أجل التواصل

فيما بينهم لتحقيق أغراض معينة.

وبناء على ذلك فإن « اللغة عُرف مكتسب ونتاج اجتماعي لملكة اللسان، وحين يخضعنا

المجتمع لقواعد اللغة، فإنه ييسر لنا المجال للتفاهم المشترك إذ نفهم ما يقوله غيرنا

وفهمون ما نقوله»<sup>1</sup>. وهذا ما يفسر الفعالية الحجاجية بأنها صفة لكل لغة طبيعية ذات

نظام تتحول بالممارسة إلى خطاب.

ومما لا شك فيه أن العملية التخاطبية تتكون من المرسل وهو الطرف الأول للعملية

التخاطبية الذي يقوم بتوجيه الخطاب إلى المرسل إليه وهو المتلقي الذي يقوم باستقبال

الرسالة قصد إقناعه .

يستند المرسل إلى مجموعة من الآليات لإقناع الطرف الآخر برأيه والتي تعدّ اللغة الجزء

الأساسي فيها، لكن مع ظهور التقنيات الحديثة وعصر التكنولوجيا ظهر ما يعرف باللغة

الرقمية فنحن نتواصل مع غيرنا ونتبادل الآراء عن طريق الدردشة والمحادثة في فضاء

افتراضي بإرسال منشورات وتعليقات وصور وما إلى ذلك التي تتيحها لنا مواقع التواصل

الاجتماعي أي غياب الجسد والحضور المباشر والتواجد عبر الفضاء الافتراضي وتعويض

الكتابة التقليدية بالكتابة الإلكترونية الرقمية، ومع تطور الدراسات الحديثة

1- عباس حشاني: خطاب الحجج والتداولية، ص 132.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

ظهرت رموز تعوض الإشارات والإماءات وتعابير الوجه والجسد بما يعرف بالرموز التعبيرية "الإموجي" (الذي ظهر أول مرة عام 1999 في اليابان من قبل شاجيتا اكاكورتا).

وفي عام 2015م حدثت طفرة عندما أقامت شركة "آبل بادكال" الرموز التعبيرية على لوحات المفاتيح الخاصة بها وبهذا بدأت الرموز التعبيرية تأخذ منحى دوليا فقد تم الاستغناء عن الكثير من الكلمات التقليدية وتعويضها برموز رقمية صغيرة<sup>1</sup>. حيث يتفاعلون فيما بينهم بتبادل المعلومات والمحادثات والآراء باستخدام رموز رقمية صغيرة. يعبر عن حالاتهم ومشاعرهم التي تعتبر أبلغ من الكلمات.

### 1- وسائل الخطاب الافتراضي:

تعد الوسيلة الرابط المستخدم لنقل الرسالة الإلكترونية من المرسل إلى المرسل إليه وهي عديدة نظراً لتعدد وسائل الإعلام والاتصال الحديثة ويمكن تمثيلها في ما يلي:

#### 1-1- مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مجموعة من المواقع التي توجد على شبكة الأنترنت لتسهيل عملية التواصل والتفاعل وسمحت له بتبادل المعلومات والأفكار والبيانات المختلفة... والتي تُعرّف أيضا بأنها: «عبارة عن مواقع على شبكة الأنترنت توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل الأفكار

---

1- خديجة زيتوني، فاطمة الزهراء حدباوي: أثر استخدام الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي على اللغة-الفايسبوك "أنموذجا"، رسالة ماستر في علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، إشراف حمديني ابتسام، جامعة المسيلة، 2017، ص32.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وغرف الدردشة والصور وغير ذلك، ومن الأمثلة على هذه الشبكات الفيسبوك، التويتر، السناب شات... والشبكة الاجتماعية الرقمية، هي هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي ويمثلها شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة<sup>1</sup> بمعنى هي منصات على الأنترنت أو الهاتف المحمول تتيح لمستخدميها التفاعل مع المعلومات ومع مصدرها.

وتصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي الفيسبوك، اليوتيوب، الانستغرام وغيرها... التي استطاعت ان تستقطب أعداد كبيرة من متصفحى الأنترنت.

### أ- الفيسبوك:

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم. وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004 م في جامعة هارفارد في الو.م.أ من قبل طالب يدعى "مارك زوكربيرج" ثم تخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة وظلت مقتصرة على عدد من الزوار حتى عام 2007 م حيث أتاح الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع

1- عبد الكريم علي وزهير ياسين الطاهات: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة في الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، عمان، مج40، ع1، 2013، ص68.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

الفايسبوك بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة إلى كافة دول العالم وتجاوز عدد المسجلين في 2010 م النصف مليار شخص يزورونها باستمرار يتبادلون فيما بينهم الصور والآراء ومقاطع الفيديو وأفكار موضوعات متنوعة وجديدة<sup>1</sup>.  
يتبين من خلال متابعة الإحصاءات التي يشير إليها التقرير الدولي لمستخدمي الأنترنت وشبكات التواصل بالجزائر 2022 وصل عددهم إلى 25,43 مليون مستخدم وأغلب مستخدمي الأنترنت يستخدمون الهاتف النقال بنسبة 58,95٪ فيما يستخدم حوالي 38,97٪ الأنترنت على الحواسيب<sup>2</sup>.  
أي أن هناك علاقة طردية فكلما زاد تطور "الفايسبوك" تدريجياً ارتفع عدد المستخدمين.

انتشر "الفايسبوك" في العالم العربي في مختلف الدول نذكر منها:  
مصر، السعودية، المغرب، الجزائر، لبنان، تونس، العراق، فلسطين، اليمن، البحرين.... إلخ  
وذلك لقدراته على التعبئة.

---

1- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء ، ط1، 2015م، ص63.

2-نادية شريف:تقرير رقمي يكشف عدد مستخدمي شبكات التواصل والأنترنت في الجزائر 20/ 02/ 2022.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

يستطيع المستخدم من خلال "الفايسبوك" أن يستثمر جيداً قدرته على تعبئة الجمهور من خلال المميزات التي يتنوع بها<sup>1</sup>. التي تميزه على غيره بعدة خصائص وسمات ومن بينها :  
-التعليقات: هذه الخاصية تسمح لمستخدمي "الفايسبوك" بإضافة الصور والعلامات التي يمكن تضمينها بحيث يمكن أن نكتب أي تعليق في مساحة التعليقات أو إضافة تعليق مع إمكانية إضافة رابط أو صورة .

-الإعجاب:يمكن "الفايسبوك" مستخدميه بالقيام بعمل معجب لأي نص أو صورة أو فيديو لأحد الأصدقاء وهي عملية متاحة بين الأصدقاء.

-النكز: وهي عبارة عن إشهار ينيه المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به. ومن مميزات "الفايسبوك" أيضاً:

-التفاعلية:إن الفرد في "الفايسبوك" يرسل، يكتب، يستقبل، ويقراً ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات فهي عملية أخذ ورد مستمرة.

-العالمية:استطاع "الفايسبوك" بحركته إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية حيث يمكن للأفراد في الشرق التواصل مع أفراد الغرب بكل بساطة وسهولة.

---

1-عبد الغني وآخرون: الانتفاضات العربية-مقاربة سوسيولوجية ومقارنات جغرافية، دار الفارابي، بيروت-لبنان، ط1، 2014، ص 45.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

فقد أحدثت وسائل التفاعلية ومنها "الفايسبوك" ثورة عالمية ببساطة هي لغة التكنولوجيا بعدما كانت خطية مباشرة بين المرسل والمتلقي<sup>1</sup>.

وأغلب المستخدمين شباب فهو تقنية شبابية بامتياز يتراوح أعمارهم ما بين (16)و(44)سنة وذلك لتلبية حاجاتهم ورغباتهم منها الإحساس بالسعادة من خلال الراحة النفسية، تكوين أصدقاء تربطهم اهتمامات مشتركة، نشر أفكاره ومشاركتها مع الآخرين، التعبير عن رأيه فيحس بوجوده وذاته بالإضافة إلى خدمة مصالحهم الشخصية فهونفعي بالدرجة الأولى يجعله قناة تسويقية.

إذا كل هذه المميزات استفاد منها الشباب لمواكبة التطورات والعصر وتبادل الآراء مع الآخرين بإبداء وجهة نظرهم، دعم قضية ما أو معارضتها باستخدام أدواته كالصور والتعليقات الفيديو لإيصال صوته مما خلق نوعاً من التضامن والشعور بالتوحد على أنهم شخص واحد في الفضاء العالمي. خاصة في التظاهرات أو القضايا الاجتماعية أو القضايا القومية والوطنية<sup>2</sup>.

من خلال طلب توحيد الصورة التعريفية للمشارك (profile) مثل تفعيل (الهاشتاغ) لتدعم القضية الفلسطينية من أجل زيادة الشعور بالتوحد، كذلك نشر

---

1-عبد السلام الأشهب: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" أنموذجاً" وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، إشراف الأزهر ضيف، جامعة لخضر بالوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2017، م، ص 35-36.

2-ينظر.عبد الغني وآخرون، الانتفاضات العربية، ص68.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاج في وسائط التواصل الاجتماعي

الصور والفيديوهات والتعليقات ورفع الشعارات كالاحتجاج على ما يحدث في وطنه الأم أو كشف الجرائم بحق المواطنين. مما عزز روح التضامن بين المواطنين على أشكالهم كافة (مقيمين، مغتربين، افتراضيين).

كما لم تخلُ الروح الشبابية من توجيه الرسائل من خلال تأليف النكت اللاذعة للحكام أو الرسم الصور الكاريكاتورية، كذلك اللافتات التي كانت تكتب على صفحات "الفايسبوك" وعلى لافتات الميادين والساحات في آن معاً، كل ذلك ساهم في تعبئة الجمهور واستفاد مستخدمو "الفايسبوك" من هذه الوسيلة والاتصالية لتكون أداة ثورية تخدم قضيتهم<sup>1</sup>.

حيث أسهمت ثورة المعلومات في جعل العالم قرية صغيرة "فمواقع التواصل الاجتماعي زادت من تقليص وإلغاء الحدود الجغرافية والزمانية بين العالم من خلال التقاء الأفراد وحتى المؤسسات في العالم الافتراضي وهي بذلك أعطت دفعاً جديداً للعوامة وعوامة العالم أكثر فأكثر"<sup>2</sup>.

لأن "الفايسبوك" يسمح للحوارات والنقاشات أن تحدث في لحظات مشتركة بين المستخدمين على الرغم من اختلاف الأزمنة والأمكنة.

1-المرجع السابق ، ص 69.

2-عايلي ريمة: مواقع التواصل الاجتماعي والدفع الجديد للعوامة، دراسة حالة أثر مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي في ظل العوامة، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية. مج8، ع2، ص 20.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

ومن أهم مميزات "الفايسبوك" أيضا الآنية وسرعة نقل الأخبار، إمكانية التفاعل مع الخبر والتعليق عليه بتبادل الرسائل والأفكار والآراء ونقل الصور والفيديوهات والتعليق عليها.

وكل هذه المميزات وغيرها جعلت من "الفايسبوك" وسيط تفاعلي بامتياز وأداة أساسية في إسقاط الأنظمة<sup>1</sup>.

لأنه يساعد على تحقيق الأهداف المرغوبة والتعبير بكل حرية.

من خلال رصدنا لظاهرة التّحاجج في "الفايسبوك" وجدنا أن المخاطب يستند إلى مجموعة من الآليات التقليدية والآليات الحديثة في خطابه للتأثير في المتلقي وحمله على الإذعان والتي نلخصها فيما يأتي:

### I. الآليات التقليدية:

تقوم العملية الإقناعية على مبدأ إرادة المتكلم التأثير في المتلقي قصد الإتيان بفعل أو تركه ولتحقيق ذلك يعتمد المرسل على تقنيات وآليات حجاجية تقليدية بهدف التأثير وسنقوم بتلخيصها فيما يأتي:

#### 1-الآليات اللّغوية :

تعد اللّغة أداة تواصل بين أفراد المجتمع، يستعملها الإنسان لتجسيد قصده وتحقيق هدفه، أي لتحقيق الإفهام والفهم بين أطراف التواصل .

1-عبدالغني عماد وآخرون: الانتفاضات العربية، ص43.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحجج في وسائط التواصل الاجتماعي

واللغة ليست مقتصرة «على نقل الأخبار والتبليغ فقط وإنما تحمل وظيفة حجاجية في

بنية الأقوال اللغوية»<sup>1</sup>. فاللغة حجاجية بالقوة لأنها تهدف إلى التأثير في عقول المتلقين.

يعتمد المرسل على مجموعة من الآليات اللغوية في عملية الإقناع لتحقيق هدفه نذكر

منها:

### أ- ألفاظ التعليل:

تعدّ ألفاظ التعليل من الأدوات اللغوية التي يستعملها المرسل لتركيب خطابه

الحجاجي وبناء حججه فيه، ومنها «المفعول لأجله»، «وكلمة السبب»، و«لأن». إذا لا

يستعمل المرسل أي أداة من هذه الأدوات، إلا تبريراً أو تعليلاً لفعله، بناء على سؤال

ملفوظ به أو مفترض<sup>2</sup>. أي أن هذه الأدوات يستعملها المرسل في نسق معين لتبرير

وشرح، وذكر الأسباب والحجج التي دفعته إلى القيام بفعل ما، وسنأخذ مثال على ذلك:

فإن قال قائل: ما الدليل على إثبات إمامة علي وأنه أهل لما قام به وأسند إليه

ومستحق لإمامة الأمة؟.

1- ينظر أبوبكر العزاوي: اللغة والحجاج، ص 133.

2- عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص 478.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

قيل له:الدليل على ذلك لأنه من الرواد الأوائل من كثرة ما عاناه وجهاده في سبيل

الله وعظمة وغنائه في الإسلام<sup>1</sup>.

وما روي فيه من الفضائل المشهورة عن النبي صلى الله عليه وسلم نحو قوله: «أقضاكم

علي الفضائل وأقرضكم زيد» مع العلم بأن القضاء يشتمل على معرفة أبواب الحلال

والحرام وأحكام الشرع و ما يحتاج إلى علمه إمام الأمة<sup>2</sup>. أي الإحاطة والدراية الشاملة

في مجال الدين والشريعة الإسلامية.

من خلال تصفح موقع facebook سنأخذ نموذجاً لذلك:

- فمن أوجه التعليل بـ "لأن" قول أحدهم: "لهوى لا يعرف ولا يميز بين عالم

وجاهل، بل قد يكون العالم. أشد أسراً وإتباعاً للهوى!

ما الدليل على ذلك؟.قيل: لأنّ العالم يعلم بالحق لكنه يتعامى ويتغافل عنه لأنه يخالف

هواه. خذ مثلاً: مالك بن أنس إمام المذهب المالكي ومفتي الملك العباسي أبي جعفر

الدوانيقي! ذكر مالك في كتابه الموطأ حديثاً اختلقه ولفقه ليعارض به الحديث الصحيح

المتواتر وهو قول رسول الله صلى الله عليه وسلم: ((إني تارك فيكم الثقلين كتاب الله

وعترتي أهل بيتي ما إن تمسكتم بهما لن تضلوا بعدي أبداً وإن اللطيف الخبير أخبرني

أنهما لن يفترقا حتى يردا عليّ الحوض))، لكنّ مالكاً لم يرُقْ له هذا الحديث ولم يوافق

1- ينظر أبوبكر الباقلاني (القاضي أبوبكر محمد بن الطيب): تمهيد الأوائل وتلخيص الدلائل، تح. الشيخ عماد الدين

أحمد حيدر، مؤسسة الكتب الثقافية. لبنان، ط1، 1987م، ص 543.

2- نفسه، ص 543.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

هواه فجاء من عنده بحديث: أنه بلغه أن رسول الله قال: تركت فيكم أمرين لن تضلوا ما تمسكتن بهما: كتاب الله وسنة نبيه؟!!!

تكنّا استعمل المتكلم ألفاظ التعليل «لأن» ليحاجج بها وليبرر كلامه ودَعَمَهُ بأمثله من الحديث الشريف الذي يعتبر ثاني مصدر من مصادر التشريع ولكونه كلام الرسول صلى الله عليه وسلم الذي لا ينطق عن الهوى.

الأمر الذي جعل المتلقي يدعن لما طرح عليه وجعله يؤمن بذلك فكيف لإمام عالم مثله يفقه في الدين يفعل مثل هذه الأشياء الذي قد يوقعه في الضلالة

لقول الرسول صلى الله عليه وسلم: «من كذب عليّ متعمداً فليتبوأ مقعده من النار»<sup>1</sup>.

فالشحنة التوكيدية التي تكتنزها أدوات التوكيد تضيف إلى الكلام «الحكم» زيادة

في الدلالة على المقصود منها.

وإنّكان في هذا الادعاء ضعف من حيث جعل صاحبه بعلوم الحديث وصناعتها

التي لا يمكن لأي محدث تجاوزها، فلا تزيد في الألفاظ المروية إلا بسند متصل

أو موثوق، أو مرفوع.

ب- الوصف:

يشمل الوصف عدداً من الأدوات اللغوية منها: «الصفة»، «واسم الفاعل»، «واسم

المفعول» وفيما يلي بيان ذلك بالتفصيل:

1- ذكره دون تخريج

1-الصفة:

هي وصف الشيء بذكر محاسنه أو مساوئه باستعمال ألفاظ مناسبة تحمل المعنى المراد إيصاله، حيث تعد «الصفة من الأدوات التي تمثل حجة للمرسل في خطابه، وذلك بإطلاقه لنتع معين في سبيل إقناع المرسل إليه»<sup>1</sup>.

أي أن الصفة حجة في ذاتها لأنها تزيل الغموض.

وسنأخذ نموذجاً على ذلك، حيث شاهدتُ منشوراً في "الفايسبوك" قام شخص بنشره يقول فيه: دار نقاش بين بعض المسلمين حول الجنة والنار هل هما موجودان الآن أم سيوجدان بعد قيام الساعة.

فتدخل أحدهم بقوله ماذا أعددتُم لهما؟

من أبرز تعليقات الجمهور على المنشور قول أحدهم:

«حرم على النار كل هين لين سهل قريب من الناس»<sup>2</sup>.

لفظة هين صفة تدل على طيبة الإنسان، سهل المعاملة مع الناس وهي من الخصال الحسنة التي تجعل صاحبها من المؤمنين الصالحين.

فالصفة هنا تحمل شحنة حجاجية إيجابية التي تزيد من قوة الإقناع.

وقال أحدهم: «البخيل بعيد من الله بعيد من الجنة بعيد من الناس قريب من النار»<sup>3</sup>.

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص486.

2- الترمذي محمد بن عيسى بن سورة: سنن الترمذي (الجامع الكبير)، مركز البحوث وتقنية المعلومات دار التأصيل، القاهرة-الرياض، مج1، ط1، 2014م، ص2488

3- نفسه، ص1961.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

فصفة بخيل على وزن فعيل دليل على نقص الإيمان وسوء الظن بالله وهي من الصفات المذمومة التي تبعد صاحبها عن الجنة.

فالصفة هنا تحمل شحنة حجاجية في النفي المطلق وتحريم الجنة على البخيل.

### 2- اسم الفاعل:

يستعمل المرسل الوصف في كلامه من خلال توظيف اسم الفاعل لإقناع المتلقي حيث يُعد « اسم الفاعل من نماذج الوصف التي يستعملها المرسل في خطابه، بوصفها حجة ليسوغ لنفسه إصدار الحكم الذي يريد لتنبني عليه النتيجة التي يرومها وذلك انطلاقاً من تعريفه بأنه: اسم مشتق، يدل على معنى مجرد حادث، وعلى فاعله ولا بد أن يشمل على أمرين معاً هما: المعنى المجرد الحادث، وفاعله ودلالة اسم الفاعل على المعنى المجرد الحادث أغلبية...»<sup>1</sup>.

فغاية اسم الفاعل هنا ليس الوصف فقط، وإنما يكون حجة لتحقيق النتيجة المرغوبة فيها. وقد قمنا بأخذ نموذج من "الفايسبوك" بخصوص اغتيال

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص 488.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

الصحافية(شيرين أبو عاقلة<sup>1</sup>) التي أثارَت ضجة كبيرة وجدال حول الترحم عليها بين مؤيد ومعارض. ومن أبرز التعليقات قول أحدهم:

الله المستعان حال تخبط وجهل عظيم في العقيدة يعاني منه المسلمون، قتلت صحافية كافرة تدعو مع الله إلهاً غيره وتعتقد أن لله ولدا سبحانه عما يصفون وما رأينا إلى أن تراحم المسلمين على الترحم عليها ورفعها مكانة الشهداء والعياذ بالله. قال النووي رحمه الله: ((الصلاة على الكافر والدعاء له بالمغفرة حرام بنص القرآن والإجماع))<sup>2</sup>.

← نجد هنا لفظة كافر: اسم فاعل جاءت على وزن فاعل والكفر هو الشرك بالله سبحانه وتعالى الذي هو من أعظم الكبائر والذنوب . فاسم الفاعل أقوى حجة وإقناعاً لدلالته على الثبوت والدوام. وقال أحدهم:

نكران الذات وإنسانة عصبامية، فالإنسان الذي يبلغ الجهد لأجل الآخرين وينسى نفسه هو إنسان صالح لن يضيعه الله سواء كان مسيحياً أو مسلماً فالإنسان يبقى إنسان والتفاضل يكون في العمل فقط اللهم ارحمها وأسكنها فسيح جناتك أمين.

1- شيرين نصري أنطون أبو عاقلة، ولدت في 3 أبريل 1971 في القدس، قتلت في 11 ماي 2022 في جنين، صحافية فلسطينية، عملت مراسلة اخبارية لشبكة جنين الإعلامية، قتلت من طرف الاحتلال الصهيوني. شيرين أبو عاقلة، ويكيبيديا [/https://ar.m.wikipedia.org/wiki/شيرين\\_أبو\\_عاقلة](https://ar.m.wikipedia.org/wiki/شيرين_أبو_عاقلة)

2- ذكره دون تخريج

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

فلفظة صالح : اسم فاعل على وزن فاعل وظفه المتحدث ليدل به على أنّ "شيرين أبو عاقلة" امرأة صالحة تتصف بالخير والإنسانية، أدت واجبها العملي الإعلامي بإخلاص وعلى أكمل وجه لدعم القضية الفلسطينية وهو عمل لا يمكن إنكاره.

فاسم الفاعل يحمل قوة حجائية من أجل الإقناع.

### 3-اسم المفعول:

يستعمل المتكلم أسلوب الوصف متجسداً في صورة اسم لإيصال الأفكار حيث يضيف اسم المفعول على أنه الأوصاف الحجائية المستعملة، وهو «اسم مشتق يدل على معنى مجرد، غير دائم وعلى الذي وقع عليه هذا المعنى، فلا بد أن يدل على الأمرين معاً»<sup>1</sup> أي أن اسم المفعول يدل على الحدث والذات التي وقع عليها المعنى على وجه التجدد والحدوث.

وسنأخذ نموذج على ذلك من خلال ما هو متداول عبر صفحات "الفايسبوك".

حيث كثر النقاش حول موضوع (النقاب) بين مؤيد ومعارض.

ومن أبرز التعليقات.

قول أحدهم :

يعتقدن أن النقاب حرية شخصية ويكونون مصدقين أنفسهم، ومصدومين من رفض المجتمع لحريةهم المزعومة.

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص 489.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتأجج في وسائط التواصل الاجتماعي

لفلظة مصدومين اسم مفعول على وزن مفعول تدل على أنهم مندهشين ومستغربين من اعتقادات وأفكار المجتمع وأفكار التي تكسر توقعاتهم.

ولفظة مزعومة :اسم مفعول على وزن مفعول وظفه المتحدث في كلامه حجة ليدل بها على أن دليلهم غير موثوق وباطل.  
وقال أحدهم:

النقاب فريضة لقوله تعالى :{ يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ۚ ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا }«سورة الأحزاب، الآية 59

دليل على وجوب الحجاب من أجل الستر وتجنب الفتنة فلا يتعرض لهن بمكروه أو أذى.  
وقال الآخر: أن تتحول العادات الحسنة إلى عبادات هذا جميل جداً لكن أن تتحول العبادات إلى عادات شيء مؤسف.»

فمما يدل على أن اسم المفعول من أبرز الروابط الحجاجية التي تدخل في توجيه الحجاج والذي يعمل على اتساق النص وانسجامه لأنه يعمل عمل الفعل.  
ج-تحصيل الحاصل:

يستند المرسل في كلامه على بعض الآليات لإقناع المتلقي ومن بين هذه الآليات ما يعرف بتحصيل الحاصل الذي سنقوم بتوضيحه كالآتي:

هناك من يعد بعض الخطابات مجرد حشواً وتحصيل الحاصل لا تقدم شيئاً في الخطاب يضطلع بدلالته الحجاجية، ومن التنوعات الحجاجية التي تمثل هذا الضرب

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

الخطابي ما يسمى بالتمثيل ويتجسد من خلال تعدد التعاريف رغم وحدة المعرف وينقسم حد التعريف إلى الحد اللفظي وهو شرح لفظة واحد رسميا وهو أن يطلب تعريف جامع مانع، وحد حقيقيا أن يطلب ماهية الشيء ومن مظاهره أيضا لتكرار لفظة والإحالة<sup>1</sup>.

إذ إنّ الهدف من التعاريف بالترادف والتكرار والإحالة هو التأكيد والتنويع والإيقاع، لتقريب المعنى وترسيخه في ذهن المتلقي:  
وسنقوم بتوضيحه من خلال هذا المثال:

- فإن قال قائل خبّرونا ما الإيمان عندكم ؟
- قلنا: الإيمان هو التصديق بالله تعالى وهو العلم والتصديق يوجد بالقلب<sup>2</sup>.
- فإن قال: وما الدليل على ما قلتم؟
- قيل له: إجماع أهل اللغة قاطبة على أن الإيمان في اللغة قبل نزول القرآن وبعثه النبي صلى الله عليه وسلم هو التصديق لا يعرفون في ذلك لغتهم إيمانًا.
- ويدل على ذلك قوله تعالى: { وَمَا أَنْتَ بِمُؤْمِنٍ لَّنَا وَلَوْ كُنَّا صَادِقِينَ } .سورة يوسف:
- الآية.17 أي ما أنت بمصدّق لنا.<sup>3</sup>
- ومنه نجد أن الإيمان هوالتصديق الجازم بالله وملائكته وكتبه ورسله والإيمان يكون بالقلب والجوارح، والإيمان الذي هو ضد التكذيب يفصل بين المؤمن والكافر.

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص 488.

2- الباقلاني: تمهيد الأوائل وتلخيص الدلائل، ص 388.

3- نفسه، ص 388.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

وسنأخذ نموذجاً عن تحصيل الحاصل من المنشورات على صفحات "الفايسبوك".

-شرحلفظة:

احذروا من التناجي:

ف قيل : ما هوالتناجي؟

قال: التناجي هو: ثلاثة أشخاص واقفين مع بعض واثنين منهم يهمسون لبعضهم والثالث يراهم هذا اسمه التناجي.

إذا استخدم المتحدث أوالمرسل عن طريق الكتابة تعريفا لهذه اللفظة والتي تُعد حجة في ذاتها لأنها تعمل على التوضيح وإزالة الإبهام وتقريب المعنى لذهن المتلقي الأمر الذي يؤدي به إلى الاقتناع.

كما بيّن حكمه: التناجي حرام في الإسلام، لأنه يجعل الشخص الثالث يحس بالحزن أو الخوف أو الاحتقار ويحس أنهم يتحدثون عنه.

قال الرسول صلى الله عليه وسلم: " إذا كنتم ثلاثة فلا يتناجى \* اثنان دون الآخر حتى تختلطوا بالناس، من أجل أن ذلك يحزنه ". متفق عليه.<sup>2</sup> الأمر الذي جعل المتلقي

الغائب جسدياً والحاضر في مواقع التواصل الاجتماعي على التفاعل الإيجابي وحمد الله على نعمة الإسلام الذي يراعي مشاعر الإنسان وكذلك باستعمال الكفاية اللسانية عن

---

\*-الأصوب، لا يتناجى، لأنه مجزوم بلا الناهية، وقد أوردناها كما كتبها صاحبها، لأنها شكل من أشكال التحاجج نفسه؛ إذ تحيل على درجة المرسل، ومكانته العلميّة وغيرها من المفترضات السابقة.  
2- ذكره دون تخريج.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

طريق تفاعل آلاف الأشخاص باستعمال الرموز التعبيرية مثل: لايكوجادور، التي تعبر على القبول والموافقة على الفكرة الإقناع التام بها .

### 2-الآليات البلاغية:

من بين الأدوات والآليات اللغوية التي قد تؤدي الوظيفة الحجاجية نذكر:

#### أ- تقسيم الكل إلى أجزائه (التفرع):

قد يذكر المرسل حجته كلياً في أول الأمر، ثم يعود إلى تفنيدها وتعداد أجزائها، إن كانت ذات أجزاء، وذلك ليحافظ على قوتها الحجاجية، فكل جزء منها بمثابة دليل على دعواه.<sup>1</sup>

#### ب- الاستعارة:

تعدّ الاستعارة من أحسن وسائل التبليغ، وهذا للطاقة الحجاجية التي توفرها للمتكلم ليقنع المتلقي، بتركيب استعاري حجاجي ومنه نشير إلى جمالية الإرسال من أجل التأثير في المتلقي وأسرا انتباهه فيتلذذ باستقبال الرسالة الكلامية المبتوثة إليه في أحسن صورة<sup>2</sup>، أي أننا نتحدث عن استعارة حجاجية وهي: " التي تدخل ضمن الوسائل اللغوية التي يستغلها المتكلم بقصد توجيه المتلقي إلى وجهة للخطاب محددة ومن ثمة تحقيق أهداف الحجاجية"<sup>3</sup>، ولهذا يشترط أن تكون الاستعارة مفيدة وذلك بمعرفة المحاجج لمواطن الإثارة في الكلام على نفسية المتلقي لتحصيل الإقناع.

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص 494.

2- عباس حشاني: خطاب الحجاج التداولية، دراية في نتاج ابن باديس الأدبي، ص 283.

3- نفسه، ص 284.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

وبالمقابل لهذه الاستعارة الحجاجية نجد الاستعارة الجمالية وهذا معناه " أن التركيب

الاستعاري الجميل لا يقصد به الإقناع وإنما يقصد به الإمتاع"<sup>1</sup>.

فالاستعارة بنوعها الحجاجية والجمالية، فالأولى توفر الحجاج والثانية تُعد رافدًا له.

وتحدد الاستعارة بكونها مجازًا قائمًا على التشبيه، "استعملت فيه الألفاظ في غير ما

وضعت له في أصل اللغة" فعلاقتها المشابهة وهي قسمان استعارة مكنية واستعارة

تصريحية تعتمد على التفاعل التام بين طرفيها بحيث يخيل المتلقي أن المشبه هونفسه

المشبه به، وذلك بإسقاط المشبه من الصورة، فيتحقق بذلك الابتكار والتشخيص ومن

ثم تأكيد المعنى نفسه<sup>2</sup>.

### ج- التشبيه:

وهو شكل من أشكال التعبير البلاغي الذي يؤدي وظيفة جمالية لا تخلو من فائدة

حجاجية، ويعرف التشبيه على أنه "صورة تقوم على تمثيل شيء (حسي أو مجرد) بشيء

آخر (حسي أو مجرد) لاشتراكهما في صفة أو أكثر"<sup>3</sup>. أي مقارنة شيء بشيء آخر

لاشتراكهما في صفة على أن يزيد أحدهما عن الآخر في صفة أو أكثر مثال: هي كالبدري في

الحسن .

1- المرجع السابق، ص 284

2- عبد الجليل العشاوي: الحجاج في الخطابة النبوية، ص 155.

3- الأزهر الزناد: دروس في البلاغة العربية، نحو رؤية جديدة، دار البيضاء، بيروت، ط1، سبتمبر 1992، ص 15.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

يتجاوز التشبيه غاية الإفهام والتوضيح إلى الوظيفة الحجاجية، "حيث نكشف

عن غرضه وهو تقريب صورة الموصوف إلى ذهن المتلقي".<sup>1</sup>

يعد التشبيه حجة ودليلاً لأنه وسيلة إقناعية لأنه قائم على التبسيط والتمثيل

والتخيل فهو قادر على التأثير في عقل وقلب المتلقي، ذلك التأثير الذي يرفع درجة الإقناع

ومن ثمة يقود المتلقي إلى التسليم بالغاية المضمرّة خلف الخطاب لأنه يقرب الصورة إلى

المتلقي بأحسن وصف الأمر الذي يدفعه إلى التأمل وبالتالي التأثير فيه، فالتشبيه يحمل

شحنة حجاجية يزيد من قوة الإذعان والتسليم.

أثناء تصفح facebook، صادفت منشوراً يتحدث عن مناظرة دارت بين شعراء العصر

الأموي ومن بينهم الفرزدق (ت 732م) وجريير (ت 728م)، والأخطل (ت 710م)، أنموذج:

اشتد التنافس بين الفرزدق وجريير، وزاد حينما استدعى الخليفة الأموي (عبد الله

بن مروان) شعراء النقائض الثلاثة (جريير، الفرزدق والأخطل)، وقال لهم: هذا

كيس ب (1500) درهم ومن يقول بيتا من الشعر يغلب فيه الآخرين فهوله وبدأ الفرزدق

---

1- عباس حشاني: خطاب الحجاج والتداولية، ص 291.

الذي قال :

أنا القطران والشعراء جربي \*\*\* وفي القطران للجربي شفاء<sup>1</sup>.

ثم أنشد الأخطل يقول: (بحر الوافر)

فأن تكُ زقّ زاملةٍ فإني \*\*\* أنا الطاعون ليس له دواء<sup>2</sup>.

فقال جرير: (بحر الوافر)

أنا الموت الذي أتى عليكم \*\*\* فليس لهارب مني نجاء<sup>3</sup>.

فقال الخليفة: قد غلبكما جرير وله الكيس.

تحتاج الشعراء فيما بينهم بتوظيف لون بلاغي وهوتشبيهه بليغ، حيث شبه الفرزدق

نفسه بالقطران (مشبه به) الذي يحمل معنى الدواء الذي هوشفاء للأمراض .

وشبه الأخطل نفسه بالطاعون (مشبه به) الذي يحمل دلالة المرض الخطير الذي يهتك

الأبدان فهوداء ليس له دواء.

وشبه جرير نفسه بالموت (مشبه به) ليدل بذلك على الفناء والتمكن من الشخص فلا

ينفع داء ولا دواء.

إذا فالتشبيهه البليغ يقوم بوظيفة حجاجية وهي الإقناع والتأثير في ذهن المتلقي يستعمله

المخاطب وسيلة للاستدلال والمحااجة في كلامه.

1- لويسوشيوخواليسوعي: مجاني الأدب في حدائق العرب، مكتبة لسان العرب، بيروت، ج3، ص162  
2- الأخطل(غياث بن غوث بن طرفة أبو مالك الأخطل): ديوان الأخطل، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، ط2،  
1994، ص19  
3- جرير عطية (بن حذيفة الخطفي بن بدر الكلي اليربوعي): ديوان الجرير، دار بيروت، 2008، ص14

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

وانتصر جرير على الشاعران لأنه أحسن انتقاء ألفاظه التي تعبر عن المعنى المطلوب واستطاع تقريب الصورة للمتلقى بشكل بليغ والتأثير فيه .

### د-البديع

يُعرف البديع بأنه تزيين الكلام وتجميله، حيث يسود رأي مُفاده أن الأشكال اللغوية التي تنتهي إلى المستوى البديعي يقف دورها عند الوظيفة الشكلية التي تستهدف التحسين والزخرفة، لكن هذا الرأي غير صحيح إذ إن لها دورا حجاجيا لا على سبيل زخرفة الخطاب، وإنما بهدف الإقناع والبلوغ بالأثر مبلغه الأبعد، والبلاغة العربية تثري بهذه الصور والإمكانات التي هدفها الإفهام، فأساليب البيان مثل المقابلة والجناس والطباق وغيرها، ليست اصطناعا للتحسين والبديع وإنما هي أصلا أساليب الإبلاغ والتبليغ"<sup>1</sup>.

فالمحسن البديعي لا يقتصر على الناحية الجمالية فقط وإنما يتجاوز ذلك إلى الوظيفة الحجاجية بهدف الإقناع.

وتكمن حجاجية البديع في أمرين هما:

#### 1- الحجاج بالتحسين اللفظي:

وهو الذي يحمل معنى مزيينا به وبهذا يكون مؤثرا في المتلقي، كما يعتمد المحاجج إلى إرسال هذا المعنى كذا يراه في ذهن المتلقي بشيء من الجمال<sup>2</sup>، ومن آلياته الجناس والاقْتباس.

1- عبد الجليل العشاوي: الحجاج في الخطابة التبوية، ص156.

2- عباس حشاني: خطاب الحجاج والتداولية، ص296.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

وتكمن الجمالية الحجاجية للجناس في كونه (حلية لفظية تكسب الكلام جرسا لذيذا وإيقاعا لطيفا يجعل فيه الموسيقى والنغم، ما يحمل الأذن على الإصغاء والارتياح)<sup>1</sup>.

أما الاقتباس فيكون من القرآن والحديث الشريف فيزيد من قوة القول الحجاجي لأنه من كلام مقدس<sup>2</sup> ما يعطيه سلطة ومكانة فهو شيء مسلم به لا يرب فيه

### 2- الحجاج بالتحسين المعنوي:

يقصد بها تلك المحسنات التي تقوم بتحسين المعنى لأن «المعنى يكون مقنعا عندما يقع الموقع الحسن من نفسية المتلقي ولزيادة هذا الإقناع يحتاج إلى لفظ يزدده جمالا فتزيد قدرته التأثيرية على المتلقي»<sup>3</sup>.

ومن آلياته الطباق، والمقابلة والتورية كلها وسائل تقرب المعنى من ذهن المتلقي تقوم «بالحجاج الي يرافقه جمال وبديع يزيد من إقناع المتلقي والاستمالة والتأثير لحسن موضعه في النفس»<sup>4</sup>، إذ لا بد أن تتظافر المحسنات البديعية اللفظية والمعنوية لتحقيق قصد المتكلم وإقناع المتلقي .

1- ينظر محمد بركات حمدي أبو علي : البلاغة العربية في ضوء منهج متكامل ، دار البشير عمان-الأردن ، ط1، 1999، ص69.

2- ينظر عباس حشاني: خطاب الحجاج والتداولية ، ص304.

3- نفسه، ص296

4- نفسه، ص302

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

تعدّ البلاغة إحدى تقنيات التحاجج التي تسعى إلى التأثير في المتلقي وإقناعه باستعمال صورة البيانية ومحسنات بديعية لتتجاوز بذلك الزخرفة اللفظية إلى بعد ذي وظيفة حجاجية هي الإقناع.

وسنأخذ نماذج على ذلك من خلال موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" فأثناء تصفحي "الفايسبوك" وقعت على منشور يناقش موضوع (عمل المرأة) يطرح فيه صاحبه سؤالاً عن أحسن مهنة للمرأة بين مؤيد ومعارض فحدث جدال كبير حول ذلك ومن ابرز التعليقات:

1-قول أحدهم:

إن أحسن مهنة للمرأة تليق بأنوثتها وخصوصياتها

نقول:مربية، أستاذة، طبيبة ولا نقول:شرطية، أو عسكرية، أو دركية.

فقد استعمل كلاماً مسجوعاً «ليكون قريباً من العقل والقلب لإثارة العواطف واستمالة المخاطب ودفعه إلى القيام بالفعل، وحنة للإقناع»<sup>1</sup>. ودليل على أن المرأة لها الحق في العمل في مهنة محترمة لتكون بذلك امرأة مثقفة وواعية تساهم في تطوير المجتمع من تربية أجيال، وإنقاذ أرواح وما إلى ذلك....•

2-فقالت له:

أن كل المهن تليق بمن هي قادرة على تحمل كل المشاقات الحياة فتليق بها حتى الشرطة والدرك والتفتيش في المحطات والمطارات.

1- ينظر: كمال الزماني: حجاجية السجع والجناس في الخطاب المقدماتي، «مقدمة المقدمة لابن خلدون» أنموذجاً مجلة الدراسات، كلية الآداب واللغات مراكش -المغرب، مج07، ع:03، 03/09/2018، ص71.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

دليل على أن المرأة قادرة على تحمل المسؤوليات وتولي المناصب والمشاركة في كل المجالات والميادين المختلفة.

3- فقال لها: هذا شأنك! اعلمي حتى سائق شاحنة.

وقال أحدهم: إن أحسن مهنة للمرأة تربية الأبناء والمكوث في البيت لقوله تعالى: {وقرن في بيوتكم ولا تبرجن تبرج الجاهلية الأولى} سورة الأحزاب، الآية 33 حيث دعم قوله بالاقتباس من القرآن الكريم بهدف تحصيل الإقناع.

لأنّ كل خطاب يحمل في ذاته قيمة معينة والنص القرآني تتحدد قيمته بنظمه وإعجاز لفظه ومعانيه فهو قادر على التأثير في السلوك وتغييره ولأنه نص مقدس فلا ريب فيه والقرآن الكريم: احتوى على جميع البراهين والأدلة «فما من براهن ودلالة وتقسيم وتحضير تبني من كليات المعلومات العقلية والسمعية إلا وكتاب الله قد نطق به»<sup>1</sup> فهو كتاب بيان إعجاز يزيل الغموض ويجيب عن كل التساؤلات المثيرة للجدل فهو حجة قاطعة.

ومن بين التساؤلات كذلك التي أثارت جدلاً كبيراً هي مسألة:

هل الإنسان مسير أم مخير؟.

أثناء تصفحي على الفايسبوك، شاهدت مقطع فيديو يناقش هذه المشكلة .

---

1- حياة دحمان: تجليات الحجاجي القرآن الكريم سورة يوسف «أنموذجاً»: رسالة الماجستير شعبة علوم اللسان، إشراف عز الدين صحراوي، كلية الآداب واللغات، جامعة باتنة 2013، ص 106.

أجاب عليه وسيم يوسف<sup>1</sup>.

فقال: إن الإنسان مسير في حالات ومخير في حالات أخرى.

مثال: أنت لم تختار والديك أولون بشرتك، أو حالتك المادية إذأ فأنت مسير.

ومخير مثلاً: في اختيار دينك لقوله تعالى: {فمن شاء فليؤمن ومن شاء فليكفر}سورة

الكهف، الآية 29.

نجد طباق الإيجاب بين فعلين هما: يؤمن#يكفر.

وظفه المتحدث حجة أثبت بها أن الدين طوعي أي لا إكراه في الدين الأمر الذي جعل

المتلقي أكثر امتثالاً لما طرح عليه والمؤدي إلى تحقيق الغاية المراد الوصول إليها وهي

تصديق الكلام والاعتناع به.

ويظهر ذلك من خلال التعليقات والتفاعلات الايجابية التي وصل عددها إلى ألف وخمس

مئة وستة عشر متابعاً ومتفاعلاً.

بالإضافة إلى بعض الانتقادات التي تعد خارج الموضوع وغايتها السخرية والاستهزاء وذلك

لحرية التعبير التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن ذلك استعمال هوية مجهولة أو افتراضية.

---

1- وسيم يوسف أحمد شحادة: ولد في 29 يونيو 1981 داعية إسلامي أردني إمارتي بدأ مشواره الدعوي عبر العمل

في تفسير الأحلام، وألف عناصر كتاباً ومنذ عام 2014 بدأ يقدم عدة برامج إسلامية على قنوات فضائية ومنها

قناة أبوظبي.

3- الآليات شبه المنطقية:

تتميز الحجج شبه منطقية بالنسبة وتقع في منزلة وسطى بين الحجج المنطقية والحجج غير المنطقية فهي «تشبه البنى الرياضية في قيام علاقاتها الداخلية، حيث تعتمد هذه الحجج في واقع الأمر على قواعد رياضية تشكل خلفيتها العميقة ونسيجها الداخلي، بل تؤسس طاقتها الحجاجية وتعد معينها الإقناعي»<sup>1</sup>. بمعنى أن الحجج تعتمد على البنى الرياضية في تأسيس علاقاتها الداخلية وهو ما يدعم قوتها الحجاجية بغرض الإقناع وهي مجسدة في السلم الحجاجي وآلياته.

1- السلم الحجاجي:

نظرية السلالم الحجاجية من أهم المفاهيم الحجاجية التي جاءت بها الدراسات اللسانية التداولية في حقل الحجج، والتي من خلالها يحرص المتكلم في العملية الإقناعية على التأثير في المتلقي ليتفاعل مع الخطاب ويقتنع به والذي يعرف بأنه «كل علاقة ترتيبية لحجج معينة»<sup>2</sup> أي بترتيب حججه ترتيباً منطقياً بحسب القوة والضعف في فئة حجاجية واحدة وفي ترتيب خاضع لشروط وقوانين.

السلم الحجاجي مجموعة غير فارغة من الأقوال مزودة بعلاقة ترتيبية ومستوفية للشروطين التاليين:

1- سامية الدريدي: الحجج في الشعر العربي بنيته وأساليبه، عالم الكتب الحديثة، الأردن، ط2، 2011، ص 202.

2- كمال الزماني: حجاجية الصورة في الخطابة السياسية لدى الإمام علي رضي الله عنه، عالم الكتب الحديثة، الأردن، ط1، 2012، ص 140.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

\*كل قول يقع في مرتبة ما من السلم يلزم عنه مايقع تحته، بحيث تلزم عن القول الموجود في الطرف الأعلى جميع الأقوال الأخرى.

\*كل قول في السلم كان دليلا على مدلول معين، كان ما يعلوه مرتبة دليلا أقوى<sup>1</sup>.

بمعنى ان السلم بنية منظمة نظام حججه قائم على التفاوت في درجة القوة والضعف وفي دلالتها ومدى تأثيرها.

إنّ السلم الحجاجي مبني على تدرج الحجج «من الحجة الضعيفة إلى الحجة القوية وصولاً إلى النتيجة المتوخاة من المرسل، وأن هذه الحجج تدعم هذه النتيجة التي ينقاد إليها المتلقي من خلال متابعة هذه الحجج»<sup>2</sup>

بمعنى أنه يتكئ على جودة التدرج في ترتيب الحجج تصاعدياً أي من الأسفل إلى الأعلى وغالبا ماتكون الحجة الأولى المطروحة في الخطاب مهياًة للمتلقي ومحفزة لذهنه على التواصل والمتابعة، لما سيأتي بصورة تصاعدية على وفق قوتها لاستمالة المتلقي وإذعانه<sup>3</sup>. بمعنى أن الحجة الأولى تعمل دائماً على تحضير ذهن المتلقي من أجل متابعة قراءة باقي الحجج، والتي تكون مرتبطة من الأضعف إلى الأقوى من أجل تحقيق الإقناع. ومن نماذج السلم الحجاجي التي أخذناها من "الفايسبوك"، النموذج التالي الذي يذكر فيه المرسل مجموعة من الحجج مرتبة ترتيباً عمودياً ويوضح ذلك الشكل التالي:

1- طه عبد الرحمن: في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، ص 105.

2- مثنى كاظم صادق: أسلوبية الحجج التداولي والبلاغي، مكتبة عدنان، بغداد، ط1، 2015، ص117.

3- نفسه، ص121

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

النتيجة	السبيل الوحيد للعمل وكسب المال، هو العمل دون الطمع في كسب المال
ح4	التعب الكبير يجلب الرزق الوفير، ووفرة الرزق مصدرها العمل دون طمع
ح3	صناعة غيرك يحكمها تفكيره، وصناعتك مصدرها تعبك
ح2	تلذذ التعب سببه جمال ما تصنعه، وصنيع يديك لا يصنعه غيرك
ح1	العمل دون الطمع في كسب المال يسمى موهبة، والموهبة تجعلك تتلذذ التعب

بالنظر إلى الشكل، يظهر ترتيب الحجج تصاعديا، وتعددت الحجج مقابل نتيجة واحدة في أعلى السلم، ويلاحظ أن كل قول يقع في مرتبة من السلم قد ذكر قبله، بمعنى أن بما تنتهي به الحجة الأولى تكون بداية الحجة التي بعدها وهكذا، الأمر الذي يحفز ذهن المتلقي وتخلق له رغبة في قراءة المزيد من الحجج حتى يصل إلى النتيجة.

أي أن كل حجة تؤيد الحجة التي قبلها وما بعدها من أجل تحقيق قوة حجاجية تؤدي إلى تقوية النتيجة وإقناع المتلقي.

إذن هذا النموذج تصور لنا عملية حجاجية، بينت لنا الحجج أن، بعد التعب يأتي الفرج وكيف هي دورة حياة المال في حياة الإنسان وأنه لا يجب أن يعمل الإنسان من أجل المال فقط بل أن يجعل المال يعمل من أجله.

ووجدنا أثناء تتبعنا لمنشورات "الفايسبوك" مثال آخر يجسد لنا نظرية السلم الحجاجي:

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

النتيجة	صنع قرار سليم
4ح	القرار يصنع دون مشاورة، فإن دخلت عليه المشاورة، أصبح قرار غيرك وليس قرارك.
3ح	القرار يعلم المسؤولية لذا من الواجب أن تتحملوا مسؤولية أفعالكم قبل الخوض في تجربة اتخاذ قرار.
2ح	القرار السليم في لحظات الهدوء وليس في لحظات الغضب.
1ح	لا تربطوا القرار بأهدافكم، وبمجرد تحقيقها تعدموه، بل اربطوه بحياتكم واجعلوه ينتهي بموتكم.

نلاحظ من خلال هذا المثال مجموعة من الحجج مرتبة ترتيباً عمودياً، متفاوتة في درجة القوة والضعف، فهي ليست في مستوى واحد متدرجة من الأضعف إلى الأقوى مقابل نتيجة واحدة. «اصنع قرار سليم»، نكشف أن الحجة الأولى: «لا تربطوا القرار بأهدافكم، وبمجرد تحقيقها تعدموه، بل اربطوه بحياتكم واجعلوه ينتهي بموتكم» غير كافية لإقناع المتلقي، فتأتي الحجة الثانية: «القرار السليم يأتي في لحظات الهدوء وليس في لحظات الغضب»، لتكون حجة أقوى من السابقة ثم تتدرج الحجج لتأتي الحجة الأقوى في أعلى السلم الحجاجي «القرار يصنع دون مشاورة فإن دخلت عليه المشاورة أصبح قرار غيرك

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

وليس قرارك». التي كانت دليلاً قوياً أدى إلى تقوية النتيجة، مما زاد من درجة إقناع المتلقي.

من خلال ما سبق يتبين لنا أهمية السلم الحجاجي في عملية الإقناع لدى المتلقي من خلال ترتيب الحجج الواردة في بحسب درجات القوة والضعف في بنية متدرجة من الحجة الضعيفة في أسفل السلم إلى الحجة الأقوى في أعلى السلم وصولاً إلى النتيجة وبهذا يتحقق هدف المرسل وهو الإقناع والتأثير في المتلقي.

1-1 آليات السلم الحجاجي: وتمثلت في ما وجدناه في "الفايسبوك" في آليتين هما: حجة التعديّة وحجة الدليل.

أ- حجة التعديّة: أساس هذه الحجة وجوهرها المعاملة الرياضية التالية:

$$أ \times ب، ب \times ج - «أ \times ج»^1$$

هي من الحجج التي تقوم على أساس استنتاج العلاقات بين مجموعة من الأطراف. فإذا كانت هناك علاقة بين (أ) و(ب) من ناحية و(ب) و(ج) من ناحية أخرى، بالتالي هناك علاقة تجمع (أ) و(ج). ومن أمثلة حجة التعديّة التي وجدناها في "الفايسبوك" نذكر:

- قراءة القرآن الكريم والصلاة هما سرّاطمئنان المؤمن.

- أي واحد منا لو قرأ القرآن وأقام صلّاته، سيكون قلبه مطمئناً

- القرآن والصلاة يطمئن قلب أي إنسان ويسكنه.

وسيقت في شكل معادلة رياضية كالتالي:

1- سامية الدريدي: الحجج في الشعر العربي بنيته وأساليبه، ص 203.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

-القرآن والصلاة سر الاطمئنان القرآن والصلاة

-أي واحد من لوقراً القرآن وأقام نتيجة ← يجعل من أي شخص

صلاته سيكون مطمئنا مطمئناً

العلاقة الأساسية هي العلاقة التعديّة، حيث يسعى المرسل إلى بيان أهمية محافظة الإنسان على قراءة القرآن والصلاة ليصل إلى نتيجة وهي أن القرآن والصلاة يطمئنان قلب أي إنسان.

وعلى سبيل التوضيح لحجة التعديّة نأخذ مثال آخر:

يتيم المشاعر، يفعل أشياء كثيرة تؤذي الناس، والذي يؤذي الناس، هو إنسان سيء ضميره ميت، لا يشعر بالندم عند إيدائه سليط اللسان، حقود حسود.

فإذا اختزلنا ما جاء في هذا الخطاب في شكل معادلة رياضية حصلنا على التالي:

-يتيم المشاعر، يفعل أشياء كثيرة يتيم المشاعر، هو شخص سيء ضميره

تؤذي الناس نتيجة ← ميت، لا يشعر بالندم، سليط اللسان

-يؤذي الناس كل شخص سيء ضميره ميت حقود، حسود.

لا يشعر بالندم، سليط اللسان، حقود، حسود

نلاحظ في هذا المثال أن المرسل استنتج العلاقة انطلاقاً من توظيف الطرف

الثالث «يؤذي الناس كل شخص سيء ضميره ميت، لا يشعر بالندم، سليط

اللسان، حقود، حسود» ومن خلاله تم التأكيد من صدق العلاقة بين الطرف الأول والثاني

ومنه استخدم حجة التعديّة من أجل استمالة المتلقي والتأثير فيه.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

من خلال ما سبق يتضح دور حجة التعديّة والتي يستخدمها مستخدم "الفايسبوك" في خطابهم مما يضيف له من قوة حجائية وتأثيرية مضاعفة في عملية الإقناع .

ب-حجة الدليل : هذا النوع من الحجج يسعى إلى إثبات المتكلم لخطابه وتعد الشواهد إحدى أسس الحجج القوية لتحقيق الوطنية الإقناعية ومن الشواهد، القرآن الكريم والحديث الشريف، والشعر وأقوال السلف والحكم والأمثال فهي ليست من إنتاج المرسل بقدر ما هي منقولة على لسانه وبهذا فهي تعلو الكلام العادي درجة وهنا تكمن قوتها الحجائية، إذا تسهم هذه الآلية في رفع ذات المرسل إلى درجة أعلى وبالتالي منحها قوة سلطوية بالخطاب عند التلفظ بخطاب ذي بعد سلطوي في أصله، وبالتالي تصبح السلطة هي سلطة الخطاب الذي يتوارى المرسل خلفها<sup>1</sup>.

بمعنى أن الشواهد لها قوة إقناعية وسلطة على المتلقي، وعند توظيف المرسل لهذه الشواهد في خطابه يرفع من سلطته مما يمنح خطابه قوة إقناعية .

في أثناء تتبعنا لمنشورات "الفايسبوك" وجدنا موضوع أراد فيه المرسل أن يقنع غيره من المتلقين وتذكيرهم بصلة أرحامهم وأن أداؤه واجب فيقول:

- صلة الرحم هي بر الوالدين أداؤه واجب، والتقشير عقوق ومن وصل رحمه فقد عمر دنياه وبورك له في رزقه وعمره، علموا أولادكم أن الحياة ليس لها معنى بلاعائلة وأن البركة في صلة الرحم.

1- ينظر عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص 537.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

- قطع الرحم ... من الكبائر قال تعالى:«فَهَلْ عَسَيْتُمْ إِنْ تَوَلَّيْتُمْ أَنْ تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ

وَتَقَطِّعُوا أَرْحَامَكُمْ 23 أُولَئِكَ الَّذِينَ لَعَنَهُمُ اللَّهُ فَأَصَمَّهُمْ وَأَعَمَّى أَبْصَارَهُمْ2-»سورة

محمد:الآية24

قال رسول الله«لا يدخل الجنة قاطع الرحم»رواه مسلم<sup>1</sup>

استخدم المرسل مجموعة من الحجج، ثم ختم حججه بما هو أعلى سلطة:شاهد من

القرآن والسنة، لإقناع المتلقي بما يقوله باعتبارهما أقوى حجج الدليل والتي يجب على

المتلقي طاعة أوامرهما، والتصديق الكامل بنصهما، وهذا ما يدفع المتلقي للإذعان

والخضوع لما تم طرحه داخل الخطاب، الأمر الذي منح الخطاب قوة حجاجية بارزة.

وفي مثال أخري يسعى المرسل إلى إثبات أطروحته، ووجهها إلى الذين ينكرون عذاب القبر،

فاتاهم بحجة من القرآن والحديث، بغرض إقناعهم حيث يقول:

« إلى هؤلاء الذين ينكرون عذاب القبر اقرؤوا وتدبروا، عذاب القبر ثابت في القرآن

والسنة «، قال الله عزل وجل : « وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنْ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أَوْ قَالَ أُوحِيَ إِلَيَّ وَلَمْ

يُوحَ إِلَيْهِ شَيْءٌ وَمَنْ قَالَ سَأُنزِلُ مِثْلَ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَوْ تَرَى إِذِ الظَّالِمُونَ فِي غَمَرَاتِ الْمَوْتِ

وَالْمَلَائِكَةُ بَاسِطُوا أَيْدِيَهُمْ أَخْرِجُوا أَنْفُسَكُمُ الْيَوْمَ تُجْزَوْنَ عَذَابَ الْهُونِ بِمَا كُنْتُمْ تَقُولُونَ

عَلَى اللَّهِ غَيْرَ الْحَقِّ وَكُنْتُمْ عَنْ آيَاتِهِ تَسْتَكْبِرُونَ » سورة الأنعام، الآية94

الآية تدل على أن عذاب القبر على من كتب الله عليهم الشقاء في الآخرة ويبدأ حين

خروج الروح من الإنسان وفراقه الدنيا.

1- ذكره دون تخريج.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

وفي صحيح مسلم<sup>1</sup> [7] أن النبي صلى الله عليه وسلم « إذا فرغ أحدكم من التشهد الأكبر فليتعوّد بالله من أربع: من عذاب جهنم، ومن عذاب القبر، ومن فتنة المحيا والممات ومن شرفتنه المسيح الدجال ». »

نلاحظ أن المرسل استعان بالشاهد من القرآن والحديث لإثبات أطرحته باعتبارهما أقوى الحجج ولهما سلطة على المتلقي وهما أعلى قدسية من الكلام العادي فالشاهد يضيف القبول على الخطاب مما يؤدي إلى استمالة المتلقي وحمله على الإذعان ومن خلال ما سبق نستنتج أن الشواهد سواء كانت من القرآن أو الحديث الشريف أم الشعر أم أقوال السلف، فإنها توظف في خطاب على أنها حججا أقوى ذات سلطة على المتلقي والتي تُعد من الحجج التي تثري خطاب المرسل بقوة حجاجية وطاقاة تأثيرية وإقناعية تساهم في استمالة المتلقي وخضوعه.

## II. الآليات الحديثة:

يعد الواب (web2,0) نظاما معلوماتيا ضخماً على الأنترنت، يعمل على تزويد المستخدم بالمعلومات دون أن يكون له القدرة على التفاعل مع تلك المواقع.

1- ذكره دون تخريج

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

بعد ذلك شهد تطورات تقنية كثيرة أدت لإظهور أجيال مختلفة للوابع أهمها "الويب 2,0 أو الجيل الثاني أو ما يعرف أيضا بالويب التفاعلي" <sup>1</sup> لأن دور المستخدم في الجيل الأول سلبيا باعتباره متلقيا لتلك المعلومات فقط.

حدث بعدها قفزة غيرت في طريقة التعامل مع الخدمات المتاحة عبر الأنترنت "والتي تتيح مشاركة نشطة لعدد متنوع من المستخدمين يتشاركون في خلق معرفة جديدة باستخدام مجموعة أدوات تسمح بإضافة المعلومات أو حذفها والتعديل فيها أو التعليق عليها" <sup>2</sup>.

يعني تغير دور المستخدم من متلقي إلى مشارك، أي أصبح الوابع (2,0) مبني على المستخدم ومشاركته وتفاعله، مما أعطاه بعداً إنسانيا تشاركيا، والذي أصبح يعرف فيما بعد بالمجتمع الافتراضي.

ظهرت فيما بعد نتائج هذه المقاربة التواصلية الجديدة، والذي يعرف "بالفايسبوك والذي يعد موقعاً تفاعليا يضم أنماطا تواصلية حديثة: "الخطاب في مواقع التواصل الاجتماعي يقوم على مجموعة من العلامات اللغوية وغير اللغوية" <sup>3</sup>.

أي أن التواصل في الفضاء الأزرق أخذ أشكالاً مختلفة ومتميزة، بدءاً من استخدام اللغة إلى توظيف الصوت والصورة والرسومات المعبرة.

- 1- سماح قداري: كفايات وأدوار اختصاصي المعلومات للعمل في الجيل الثاني من المكتبات العامة، مجلة تدوين، مج 6، ع 6، خاص، ديسمبر 2019، ص 188
- 2- منال عبد العال مبارز: التعليم الإلكتروني (مفهومه-بيناته- مقرراته -إدارته-تفويمه-تطبيقاته المتقدمة) دار الزهراء، الرياض، ط1، 2013م، ص 198.
- 3- بسمة سيليني: آليات الحجاج ومواقع التواصل الاجتماعي، قراءة في مضامين القيم الوطنية، اليوتيوب أنموذجاً، مجلة مدارات في اللغة والأدب، مج 01، ع 2019، 3، ص 167.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

لم يتوقف الأمر هنا بل شهد الواقع الافتراضي تطوراً كبيراً لظهور تقنية الهولوجرام (التجسيم ثلاثي الأبعاد) وهي عبارة "عن تقنية تنفرد بخاصية ما تمنحها القدرة على إعادة إنشاء صورة للأجسام بصورة ثلاثية الأبعاد في الفضاء بالاعتماد على الليزر".<sup>1</sup> أي إمكانية إعادة تكوين صورة ثلاثية الأبعاد للأجسام حتى في حالة غياب الجسم الأصلي.

يدل هذا على التحديث المستمر في أشكال التواصل في الفضاء الافتراضي، من أجل تسهيل عملية التواصل والتفاعل بين المرسل والمتلقي وتوفير الجهد والوقت ومن أدوات التفاعل التي يوفرها "الفايسبوك" لمستخدميه من أجل الأخذ والرد والتفاعل مع المعلومات إضافة تعليق واستخدام الرموز، وإدراج منشور: ومن خلال رصدنا هذه الظاهرة في "الفايسبوك"، سنحاول تحديد مكانم التواصل اللفظي وغير اللفظي، من خلال استحضار أمثلة تظهر تقنيات التواصل الحديثة التفاعلية:

### 1. التواصل اللفظي:

التعبير عن الأفكار من خلال العلامات اللغوية (الحروف) ويدخل ضمن هذا التواصل "كل أنواع الاتصال التي يستخدم فيها اللفظ كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المتلقي".<sup>2</sup> بمعنى استخدام اللغة بين أطراف الاتصال للوصول إلى فهم المعنى المقصود والذي يتم التعبير عنه بالألفاظ.

1- الهولوجرام (مفهومه، وخصائصه واستخداماته وتطبيقاته) <https://elgendy.14.blogspot.com/2020/06>

blog-pos-16.html?m= يوم 14/05/2022 الساعة 10:15

2- حسن عماد مكاوي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1998م، ص 26

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

يوفر "الفايسبوك" خاصية "إضافة تعليق" والتي تدخل ضمن ما يعرف بالتواصل

اللفظي، أي التفاعل مع المحتوى بواسطة اللغة:

### 1.1 إضافة تعليق

لا يقدم "الفايسبوك" المعلومات فقط بل يعطي لمستخدميه فرصة التفاعل مع المحتوى الذي يقدمه غيره، والأخبار وتبادل المعلومات والآراء وخلق حوار بين طرفين بشكل فوري من خلال ميزة "إضافة تعليق" والتي تعد شكلاً من أشكال التفاعل باللغة المكتوبة.

ومن أمثلة التعليقات المضافة للتفاعل مع المحتوى الذي ينشر على "الفايسبوك":

\*شرب الخمر حرام، وإذا كان فعلاً حراماً لماذا لم يحرم بنص صريح كما في المحرمات الأخرى، وإذا كان شرهها حرام هل هو من الكبائر، وإذا كان من الكبائر لماذا لم يذكر الله في القرآن حد لمن يشربها.

استخدم المرسل "الفايسبوك"، لإقناع غيره أن الخمر لم يذكر تحريمه في القرآن، لاقى

هذا المنشور تفاعلاً واسعاً من قبل المستخدمين.

ومن أمثلة التعليقات المضافة التي سعى المتلقي من خلالها إلى دحض حجج صاحب

المنشور قول أحدهم:

"لو كان الخمر حرام لأدرجه الله مع المحرمات، الذي هو محرم الإثم الذي هو في الخمر".



ويقول آخر:

المتلقي: "أنا برأبي أنه ليس حرام وليس حلال يعني إذشربت قليل منه بالسنة مرة عادي، أنا إذا كل يوم أشربه وأضل سكران هنا حرام"<sup>1</sup>.

المرسل: هذا رأبي أيضا، أنت تقصد مكروه.

المتلقي: تماما أخي الله أمرنا بالاجتناب وأن الميتة والدم ولحم الخنزير حرموا نهائيا.

ويقول آخر أيضا :

"الاجتناب أشد من التحريم، فالتحريم قد يسمح لك بالجلوس على مائدة يسقى فيها الخمر ولكن بدون شرب، أما الاجتناب فأشد، فينهاك عن الجلوس مع المسكرين لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم "من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فلا يجلس على مائدة يدار عليها الخمر"<sup>2</sup>.

1- هذا أصل التعليق دون تصويب منا، وغرضنا من إيراده كما هو، الاستدلال بالأسلوب على مستوى الناشر

الفكري والعلمي...

2- ذكره دون تخريج

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

المتلقي: برأيي تعمل دورة تقوية في اللغة العربية لأنّ واضح أنك ضعيف جدا في اللغة العربية.

المرسل: أنا أشير إلى القمر والأحمق ينظر إلى إصبعي.

المتلقي: للأسف أنت من ضحايا التسرب المدرسي، راجع أستاذ متمكنا في اللغة العربية.

المرسل: والله ما أتيت بهذا من عقلي سمعت أحد البلغاء ينطق بهذا.

يفتقد الخطاب الافتراضي جملة من الآليات التقليدية التي استوفت في الدرس

الحجاجي، كاعتبار سلطة المرسل ودرجته والاعتداء بمكانته الاجتماعية أو العلمية التي

تحيل إليها عادة الألقاب، وما تضيفه من قوة حجاجية في الخطاب.

تحيلنا مجموعة التعليقات السابقة بوصفها خطابا تفاعليا إلى استنتاج جملة من

الآليات الحديثة.

### 1.1.1 إضافة تعليق وتغيب السلطة:

ألغى "الفايسبوك" جميع الاعتبارات التي قد تزيد من قوة وقدرة المخاطب دحض

رأي الآخر « إذا يمكن للمرء أن يسيطر على المحادثة وعلى استراتيجيات التقديم الذاتي

والسيطرة أيضا على أي مستوى من مستويات الحديث العفوي أو الحوار الرسمي»<sup>1</sup>.

بمعنى أن الشخص إذا قام بتفعيل سلطته ونفوذه في الخطاب فإنه سيكون المسيطر

على خطاب الآخرين فالمعرفة الاجتماعية والخبرات السابقة وأصحاب النخب الرمزية

1- توين فان دايك، الخطاب والسلطة، تر: غيداء العلي، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2014، ص99.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

والذين يعدون أصحاب سلطة لهم القدرة على السيطرة على الخطاب وبالتالي التأثير والتحكم في عقول الناس

نجد في قراءتنا للتعليقات السابقة أن الخطاب المرسل مجرد من أي سلطة أو لقب أو رتبة وهذا ما يجعل من الخطاب يفتقد لقوته وتأثيره على المتلقي، ذلك أن في الدرس الحجاجي القديم الإيتوس (الخطيب) يهدف إلى إثبات قدرته وكفاءته ونقل الصورة المثالية عنه للمتلقي كحجة تأثير فيه واستمالته وحمله على الإذعان فلا يعتمد الخطيب على الحجج اللغوية بل هو نفسه حجة وعنصر إقناع ولسلطته دور في إثبات رأيه ودحض رأي الآخر<sup>1</sup>، فالمخاطب الذي يكون ذا سلطة عليا يكسر خطاب من لا سلطة له. يجمع التحجاج التقليدي بين ( الخطيب والسامع والخطبة ) عكس التحجاج الافتراضي في "الفايسبوك" والذي نلاحظ فيه غياب عنصر الخطيب الذي كان يعد أقوى عناصر الإقناع وله سلطة حججانية أكبر من اللغة، أي أن التواصل في الفضاء الافتراضي ألغى سلطة الخطيب ورتبته ولم تبق سوى لغته كحجة للتعبير عن رأيه دون أي فرض لسلطة الذات.

نلاحظ في الآليات الحديثة أن الطابع الذي يطغى عليها هو إخفاء الأصول والمرجعيات وغياب هوية المخاطب، مما يلغي الحدود الفاصلة بين المرسل والمتلقي وتسقط الذات المتعالية التي تظهر بوجود السلطة ومنه تختفي المقامات أيضا فيكون هناك تواصل دون الاعتداد بأي سلطة كانت .

1- كمال الزماني: الحجاج بالإيتوس في الخطاب السياسي، ص26.

2.1.1 إضافة تعليق مع صورة:

أصبحت الصورة في المجتمع الافتراضي ذات قوة تعبيرية وتأثيرية ولغة تخاطب المتلقي بأشكالها ورموزها وألوانها، فيلجأ إليها المخاطب لما تحمله من بلاغة وقوة حجاجية من أجل إقناع المتلقي.

يلاحظ في التعليقات السابقة أن أحدهم جعل من الصورة مصاحبة للغة وذلك مامنع خطابه قوة تعبيرية وإقناعية، ومن هنا لابد أن نتحدث عن قوة الصورة وأنها تُعتمدُ كحجة عقلية لها قوة فكرية على المتلقي فعندما تقدم مثلا صورة ما للمحكمة فهي تقدم كدليل لا جدال فيه، مما يدل على سلطتها الإقناعية على المتلقي .

تُقدم الصورة معرفة عالمية لجميع الناس فهي "لغة عالمية" تستطيع إيصال مضمونها بكل سهولة وتؤثر في متلقيها «فالإنسان في أي مكان يستطيع أن يشاهد صورة غيره المنشورة على صفحات الصحف المعروضة على الشاشات وأن يفهم منها مايتلاءم مع مستواه الفكري والثقافي متى أتيح له ذلك وليس شرط دائما أن يكون من العالمين بلغة كتابتها»<sup>1</sup>، بمعنى أن الصورة استطاعت أن تسقط حاجز اللغة بين البشر، بحيث يمكن لأي شخص أن يفهم محتواها دون أن يكون عالم بلغة مرسلها، فهي تؤدي دورا فعالا ومؤثر كوسيلة تعبيرية واتصالية بين الناس، ويصل تأثيرها إلى قاعدة كبيرة من الجمهور الافتراضي وهذا نتيجة ماتملكه من سمات وهي سرعة لفت الانتباه وقدرة استيعابها بدون شرط المستوى العلمي والثقافي.

1-قدور عبد الله ثاني: سيمائية الصورة، مغامرة سيمائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، دار الغرب، ط1، 2005، ص193.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

يصنف خطاب الصورة في العصر الرقمي كخطاب بديل عن الخطاب اللغوي ووسيلة اتصال تتفوق على الكلمة في بعض الأحيان،

فالصورة «تحمل دلالات مختلفة وتنقل لنا رسائل متعددة ذات رموز محددة يصعب فهمها وتحليلها إلا إذا عرفنا فك رموزها»<sup>1</sup> وبالتالي يمكن القول أن تأثير الصورة لا يتوقف عند جذب الانتباه فقط بل يتجاوزه إلى الوصول بفكر المتلقي بما تحمله الصورة من مضامين إلى فهمها واستيعابها وإدراك موضوعها بفك رموزها، بمعنى الاستقبال الصحيح لرسالة الصورة، يفرض على المتلقي التخلي عن السطحية التي نتعامل بها مع الصورة من أجل فهم ماتوجي إليه.

تمارس الصورة عملية تأثير نفسي على ذهن المتلقي من خلال بعدها الجمالي وما تحمله من رسوم معبرة، مما يدعو المبصر للتأمل في أدق عناصرها ثم إنشاء رأي ينطلق من ما هو جمالي إلى ما هو فكري علمي ويكون ذلك حسب مكتسباته المعرفية.

تعدّ الصورة أداة فاعلة ومؤثرة في صناعة الرأي وذلك من خلال ماتحملة من دلالات رمزية جعلتها ذات سلطة تأثيرية على وعي الجمهور وإدراكهم لأنها الراوية للأحداث "على اعتبار أن الرؤية أقوى الحواس البشرية التي يتمتع بها البشر، فهي تزود الفرد بما يصل إلى 80% من المعارف التي يتحصل عليها"<sup>2</sup>. لأن الرؤية البصرية هي أساس التصديق، فالجمهور الافتراضي يصدق ويتأثر بالصور بشكل خاص فهي تبهره، وتقنعه

1- نوال وسار: بلاغة الصورة في الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية (داعش)، دراسة تحليلية لعينة من الرسائل البصرية، مجلة فتوحات، ع4 جانفي 2017، ص13.

2- فاطمة مرداسي، قوة الصورة وسلطانها ما بين الواقع وإعادة إنتاجه، مجلة آفاق للعلوم، ع10، جانفي، 2018، ص 218.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

وأنه من الصعب أن تثير في مخيلته قضية ما باستخدام الكلمات إن لم تكن هناك صورة .

### 3.1.1 إضافة تعليق وصرف الحجة:

تحويل النظر عن القضايا الرئيسية إلى قضايا فرعية، ليست لها علاقة بالموضوع الأساسي، كما لاحظنا في التعليق السابق "عند نقد لغته" فهي حيلة يسعى من خلالها الشخص لتغليب الخصم، مما يدل على ضعف الطرف الآخر ولجوئه إلى الهروب بتصيد الأخطاء الإملائية، وصرفه عن الفكرة الرئيسية مما يعطيه فرصة لتحضير حجة أقوى. وهنا تكمن القوة الحجاجية لصرف الحجة إذا تمكن لصاحبها أن يكتسب بعض الوقت عند انشغال الآخر بالفكرة الفرعية، حتى يأتي بما هو أقوى من الحجج ويتمكن من دحض رأيه.

يبين لنا هذا المثال أن المتلقي اختار الهرب من خلاص البحث عن حجج واهية محاولاً من خلالها مراوغة المرسل والنفاز من الموقف الذي هوفيه، لعدم قدرته على مواجهة المرسل لحجج دامغة، وهذا ما ينتجه التواصل في الفضاء الافتراضي إذا يستطيع المتلقي إخفاء عجزه في تقديم أدلة تثبت صحة ما يقوله ويختفي وراء حجة الضعيفة التي تكسبه بعض الوقت لتحضير حجج أقوى.

ووجدنا أثناء تتبعنا لمنشورات "الفايسبوك" مثال آخر يتحدث عن موضوع من أحب

للشيعة والسنة آل البيت أم عمرو أبو بكر.

الشيعة تحب آل البيت لأنهم من نسل النبي:

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

ولكن السنة يفضلون أبوبكر وعمر، السؤال لمن ينتمون أبوبكر وعمر لأي نسل هل

جدهم نبي أو وصي، وهم كانوا يعبدون الأصنام كما ذكر التاريخ.

هذا المحتوى تفاعل معه الكثير من المستخدمين، ومن أمثلة التعليقات المضافة نذكر

منها :

- هذا الكلام لا فائدة منه، وعندما بعث النبي صلى الله عليه وسلم لم يكن هناك شيعة

أوسنة .

- الإسلام ينظر إلى أعمال المؤمن ليس الأنساب.

- في الإسلام لا يوجد تقديس للأنساب والمفاضلة عند الله في التقوى فقط .

- الإسلام لا يقدر النسب وآل البيت .

- لو يحبون الله ويمشون على كتابه أفضل « تِلْكَ أُمَّةٌ قَدْ خَلَتْ لَهَا مَا

كَسَبَتْ وَلَكُمْ مَا كَسَبْتُمْ وَلَا تَسْأَلُونَ عَمَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ». سورة البقرة، الآية 133

- لو يحبون الله ويمشون على كتابه أفضل « تِلْكَ أُمَّةٌ قَدْ خَلَتْ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَلَكُمْ مَا

كَسَبْتُمْ وَلَا تَسْأَلُونَ عَمَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ». سورة البقرة، الآية 133

- لو يحبون الله ويمشون على كتابه أفضل « تِلْكَ أُمَّةٌ قَدْ خَلَتْ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَلَكُمْ مَا

كَسَبْتُمْ وَلَا تَسْأَلُونَ عَمَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ». سورة البقرة، الآية 133

نلاحظ من خلال هاته التعليقات جملة من الآليات الحديثة :

4.1.1 إضافة تعليق والحيدة:

الشخص المحايد «لا يتحيز إلى طرف على حساب طرف آخر»<sup>1</sup> بمعنى عدم تفضيل وجهة نظر على أخرى ولا يرغب في أن يكون شريكاً إيجابياً أو سلبياً في صناعة الآراء، فيتموضع في منتصف المحور ولا يجد نفسه ملزماً لتعطيل فكرة ما أو التمرد عليها أو نشر الحقيقة والدخول في نقاش أكبر من مستواه العلمي والفكري وليس له من الحجج التي تستطيع دحض رأي الآخر، فيلجأ إلى الحيدة لإبطال فاعلية حجج الخصم .

نلاحظ في تعليق السابق، أنّ المتلقي أجاب بغير ما سأل عنه السائل، عند إدراكه أنه وقع في حرج، ووقوعه في مسألة لا يملك حججها الدامغة، فحاد عن ذكر الجواب وأبى أن يرد، وتملص من السؤال بتقديم جواب لغير ما سأل عنه، فهو بذلك يعطل حجج الخصم أو يوجب فاعليتها في الخطاب وهنا تكمن القوة الحجاجية في الخطاب الحيادي "فضمانة الحيادية جزء من ضمانات الدفاع"<sup>2</sup> أي يلجأ إليها المحاجج للدفاع عن حججه وليضمن عدم دحض رأيه.

يتموقع الخطاب الحيادي في كل مرة بحسب حاجة صاحبه إلى الحياد من خلال التلاعب بالكلمات لخلق فراغ بين الحجج مما يؤدي إلى تعطيل قوتها الإقناعية.

1- أحمد مختار عمر: معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، القاهرة، ط 2007، م 1، ص 592  
1- محمد حيدر علي الغالي: الحيادية بوصفها ضمانات للموظف العام في مواجهة سلطة التأديب، دراسة مقارنة، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية القانون، إشراف فاضل جبير لفته، جامعة القادسية، العراق، 2017، م، ص 9.

### 5.1.1 إضافة تعليق وتنميط الفكرة:

وجدت مواقع التواصل، لتجعل من الشخص قادراً على بناء رأيه الشخصي، والتعبير عنه بكل حرية واستقلالية، إلا أن ما لاحظناه في التعليقات السابقة، يوحى بعكس ذلك "إذ أصبح الإعلام يساهم في تكوين اتجاهات الرأي العام للمجتمعات اتجاه القضايا المختلفة"<sup>1</sup>. أي لا يوجد تجديد في الأفكار والآراء، ويحدث ما يعرف بتحفيظ المستخدمين على تغيير سلوكهم وتنفيذ فعل محدد.

فالتعليقات الأولى دائماً تكون ذات طاقة إيجابية أو سلبية تتبع في آرائها ما جاء به المحتوى، كنوع من التأثير على فكر ومواقف الأشخاص وكقوة محرّكة للسلوك، وحافز من أجل إتباع تلك الآراء بالطريقة نفسها حتى وإن اختلفت بعض العبارات أحيانا فالسياق هو نفسه، مجرد تكرار، وهو ما يعرف بالإقناع المبطن والسيطرة على الجماهير من خلال تعزيز الآراء، المواقف والمشاعر اتجاه موضوع معين فيتأثر المتلقي ويسير على نفس منوال الآراء التي قبله مما يجعل منه شخص نمطي محكوم بآراء الآخرين ويزعم بأنها آرائه وهذا يدل على غياب العقل الفاحص الناقد إذا نجد تشابه وتطابق بين المستخدمين في الفكرة والعواطف، فإذا وجه أحدهم طاقة الكره يتبعه الآخرون دون تفكير أو تحكيم للعقل والمنطق.

1- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، الأردن، ط1، 2014م، ص16.

### 6.1.1 إضافة تعليق وإستراتيجية التراكم:

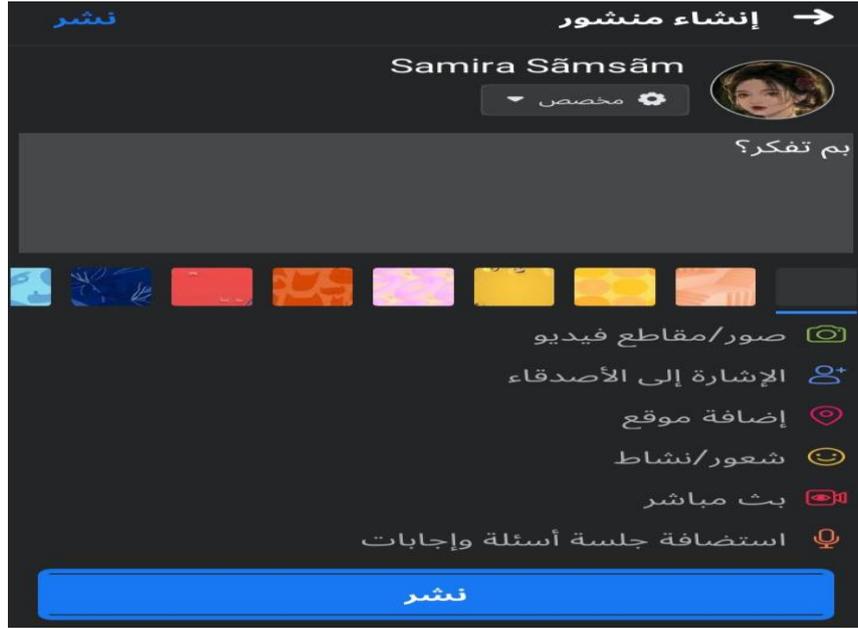
اللجوء إلى إستراتيجية التراكم في التعليقات من خلال تقديم عديد الحجج لخدمة نتيجة واحدة، من أجل إقناع الآخرين والتأثير عليهم. لأن تكرار معلومة سيجعل الفرد يتذكرها وسيعتبرها حقيقة، بغض النظر عن صدقها<sup>1</sup>. وبالتالي يمكن القول أن التكرار الحرفي للتعليقات بعينها دون تغيير يضيف قوة للخطاب. فيلجأ المحاجج إلى إستراتيجية التراكم من أجل عرض أفكاره وتثبيتها في الأذهان وإعطائها قوة تأثيرية على المتلقي، فيرتقي بحجته لتحقيق القبول في نفس المتلقي، ومن أجل التأكيد على أهمية الفكرة المطروحة وبالتالي تأخذ قيمة حجاجية ذات طابع إقناعي، حيث إن المتلفظ استخدمها ليبين للمتلقي أن الهدف واحد ولتثبيت الحجة في نفسه.

#### 1-2 إدراج منشور:

يمكن من خلال "الفايسبوك" التعبير عن الرأي حول أي موضوع سواء كان أخباراً وأحداث موجودة في العالم أو في الأمور الثقافية أو التعليمية أو الترفيهية أو في أي من مجالات الحياة المختلفة، حيث يوفر للمستخدم خاصية "بم تفكر" أو "اكتب شيئاً" عند النقر عليها تظهر مجموعة من الخيارات كما هو موضح في الصورة:

1- Hyghbrooks, RaviGupta: وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، تر: عاصم سيد عبد الفتاح

المجموعة العربية، مصر، ط1، 2017، ص403.



تضم الصورة أهم الخيارات غير التقليدية التي يستعين بها المرسل للتعبير عن رأيه أو أي موضوع، إذ يحرص المستخدم دائما على توظيفها في خطابة مما يزيد قوة تعبيرية وتأثيرية، ويصل إلى الهدف منها وهو إقناع المتلقي.

ومن خلال تتبعنا لمنشورات "الفايسبوك" وجدنا محتوى يتحدث عن مقتل الصحافية "شيرين أبو عاقلة"، هذا الخبر الذي ينقل لنا حجة ضمنية على وحشية الصهاينة في قتل الأطفال والأبرياء يوميا حيث استخدم صانع هذا المحتوى بعض من الخيارات الحديثة كإضافة صورة، الإشارة إلى الأصدقاء من أجل التأثير في المتلقي وإقناعه بحجته.



يعرض لنا هذا المنشور لحظة اغتيال الصحافية "شيرين أبو عاقلة" وعلى بعد سنتيمترات منها تحتمي زميلتها خلف جذع شجرة خوفاً من أن تصيها إحدى الطلقات في مشهد يعجز الكلام عن التعبير عنه، فلجأ صاحب المنشور إلى جانب اللغة إلى توظيف مجموعة من العلامات غير اللسانية تدعيماً للغة اللفظية، لينقل للناس كافة مشهد مقتل الصحافية "شيرين أبو عاقلة" وليبين بشاعة جرائم المستعمر الصهيوني من خلال:

#### 1.2.1 إضافة شعور وأنشاط:

تعتمد قدرة الفرد على التواصل بشكل كبير على فهم الذات وعواطف الآخرين وتحليل تعبيرات وجوههم، فتعبيرات الوجه «من أهم الوسائل المعينة على رفع كفاءة

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

التفاعل، حيث يعتبر الوجه هو المرآة التي تعكس ما يشعر به الفرد في داخله»<sup>1</sup> بمعنى أن انفعالات الإنسان تظهر في ملامح الوجه فإذا فرح الشخص أو غضب ظهر ذلك في وجهه، فلا حاجة للغة للتعبير عن ما يشعر به في داخله، لغة الجسد وما تضمه من تعبيرات الوجه، تعدّ شكلاً من أشكال التواصل غير اللفظي، التي يستخدمها الناس أثناء التواصل في الواقع والتي أصبح لها بديلاً في الفضاء الافتراضي يعرف بالرموز التعبيرية. وتعتمد للتعبير عن عواطف الإنسان من حزن وفرح وغضب والتي عرفت انتشاراً واسعاً على مواقع التواصل الاجتماعي.

نلاحظ من خلال المثال السابق أن المرسل استخدم هذه الخاصية ليشارك حالته وعواطفه وانفعالاته عند قتل الصحافية "شيرين أبو عاقلة" مع غيره من الأصدقاء، فكانت اللغة مصاحبة للرمز التعبيري، كما لا حظنا في المثال (يشعر بالغضب مع 99 من الأشخاص الآخرين إضافة إلى الرمز التعبيري للوجه الغاضب).

علماً أن هذه الخاصية أضافت بعد تأثيري وإقناعي إلى المنشور وإنتاج معنى أن هذا الحدث قد أثر على جميع الناس وأنه فعل شنيع والكل غاضب وغير راضي من وحشية المستعمر، مما أدى إلى تعبئة الرأي العام اتجاه هذه القضية وحثه على رد الفعل من خلال التفاعل مع الموضوع.

1- هدى برهان سيف الدين: قراءة الانفعالات المعقدة عن طريق الوجه، الخصائص السيكومترية لبطارية كامبر دج، مجلة العلوم التربوية والنفسية، مج3، ع7، أبريل، 2019م، ص170.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

إنّ هذه الخاصية بمثابة رسالة تجمع بين اللغة والرمز يعتمد عليها المرسل في السياق التواصلي ليؤثر على المتلقي ويحفزه ليتفاعل مع المحتوى وهذا يدل على قدرة الرمز التعبيري الإقناعية غير المتناهية.

### 2.2.1 الإشارة إلى الأصدقاء:

يعدّ "الفايسبوك" من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في نشر ثقافة التواصل بين جميع الناس "إن الهدف الأول والأخير من إنشاء مدونة أو صفحة اجتماعية هو التواصل والتفاعل مع بقية أفراد المجتمع الإلكتروني"<sup>1</sup>.

فالهدف الأساسي من هذه الشبكة هو التواصل مع الأصدقاء ونشر محتوى سواء أكان شخصي أو عبارة عن نشر حقائق ومعلومات، أو الأخبار عن أحداث وإيصالها إلى كافة الناس وذلك من خلال ميزة الإشارة إلى الأصدقاء ومشاركة محتواه مع الآخرين، إذ يسمح له "الفايسبوك" الإشارة إلى ما يصل خمسين شخصا في منشور واحد.

نلاحظ في المثال أن المرسل استخدم هذه الميزة لإخبار الجمهور الافتراضي عن حدث مقتل الصحافية "شيرين أبو عاقلة"، إذ ساهمت هذه العملية من إضافة قوة إقناعية للمحتوى لأن الكثير من الأشخاص يتشاركون في الرأي نفسه، وتجميع أكبر عدد ممكن من المستخدمين حول محتوى واحد يضيف سلطة تأثيرية أكبر من أن يكون المحتوى لشخص واحد وهو ما يعرف بالتأييد الجماعي.

---

1- خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس، الأردن، ط1، 2013م، ص 247.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتأجج في وسائط التواصل الاجتماعي

أدت هذه الميزة إلى إيصال القضية إلى الجمهور الافتراضي، ليتفاعل معها ويحكم بنفسه من خلال طرح آرائه والتعبير عن عواطفه وانفعالاته حول مقتل الصحافية "شيرين أبو عاقلة" وتوصيل صوته للعالم أن المستعمر الصهيوني مجرم.

### 3.2.1 إضافة صورة:

نلاحظ أن المرسل استعان بصورة تحمل معانٍ كثيرة من الخوف والرعب والقسوة، وهي صورة خبرية "تمثل حدث وقع في مكان معين وزمن معين. يعطي هذا النوع من الصور القارئ متممات للخبر ولا يجعله يستفسر عن صحة ما ورد من معلومات في الخبر"<sup>1</sup>. بمعنى تقدم للمتلقي حقيقة حدث قد وقع بالفعل مثل الصورة التي أخبرتنا كيف قتلت

الصحافية شيرين أبو عاقلة، فهي لا تحتل التأكيد ولا البحث عن مدى صحتها فهي كانت الراوية للحدث كما هودون تغيير.

لجأ المرسل إلى توظيف الصورة في منشورة كحجة على بشاعة المستعمر، فهي تغني عن عدد كثير من الكلمات يفهما الكبير والصغير، الأمي والجاهل، فمارست بدورها وحثت على رد الفعل إذا أثرت في المتلقي الافتراضي ذهنيا ووجدانيا "لما تتمتع به من إمكانيات تخاطب به الجانب النفسي في الإنسان"<sup>2</sup>. مما أدى إلى التفاعل معها بشكل كبير سواء بالتعليقات أو الرموز التعبيرية، ليعبر عن رأيه وعواطفه ليبدل هذا على استجابته وأن

1- قدور عبد الله ثاني: سيميائية الصورة، مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم، ص 215.

2- نفسه، ص 197

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

الصورة أدت وظيفتها الإقناعية، بتحفيز الذهن لينطلق منها إلى إنشاء رأي ويصدر حكم حول هذه القضية ويصل صوته إلى العالم.

أصبحت الصورة من العلامات الأساسية للتواصل بين الناس، فهي تساهم في تقديم الخبر أو الانطباع فهي المعبرة والراوية للأحداث وهنا تمكن قوتها الإقناعية وقدرتها على السيطرة على المتلقي والتأثير فيه.

ومن بين الآليات الحديثة التي يوفرها "الفايسبوك" عند إدراج منشورة والتي يلجأ إليها المحاجج عندما تعجز اللغة والصورة أن تنقل الحقيقة كما هي نذكر:

### 4.2.1 البث المباشر:

يتيح "الفايسبوك" للمستخدم إمكانية نقل الأخبار والأحداث في حال حدوثها من خلال خاصية "البث المباشر" مما يسهل على الشخص المتابع لإخبار، الاطلاع عليها من مصدرها الرئيسي: "يستطيع معرفة ما يدور في هذا العالم المترامي الأطراف دون عائق من حدود أو بعد مسافة أو اختلاف لغة، حيث مكن التطور الكبير لوسائل الإعلام الشخص المتابع لها من أن يبقى على اطلاع مستمر ومباشر لما يجري في العالم من أحداث سياسية واقتصادية واجتماعية أولاً بأول"<sup>1</sup>.

وبالتالي يمكن القول أن بفضل وسائل التواصل الاجتماعي التي وفرت لمستخدميها آليات من شأنها أن تسهل عملية التواصل، وينتج لهم إمكانية التفاعل بشكل مباشر مع ما يشاهده، ليكسر بذلك حاجز الزمان والمكان في الاطلاع على الأحداث المباشرة.

1- على خليل شقرة:الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ص 14.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

يلجأ المحاجج عندما يستشعر ضيق الصورة على نقل حقيقة ما يحيطه إلى استخدام خاصية "البث المباشر"، الذي يضيق للخبر مصداقية أكبر وله قدرة لامحدودة وحمولة دلالية وإيحائية من شأنها أن تؤدي وظيفة التأثير على المتلقي.

### 2-التواصل غير اللفظي:

التواصل غير الكلامي، أو غير الملفوظ وهو عملية تواصل تحدث من خلال إرسال واستقبال رسائل بدون كلمات بين الأشخاص "ويعتمد على اللغة غير اللفظية، ويطلق عليه أحيانا اللغة الصامتة"<sup>1</sup> بمعنى استخدام العلامة غير اللسانية كالرسوم والأشكال والألوان والمشاركة، هذه الميزة التي يوفرها "الفايسبوك" من أجل التفاعل مع المحتوى والمعلومات والأخبار وهو ما يعرف بالتفاعل الرمزي.

1- حسن عماد مكاوي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص 27

### 1-التفاعل الرمزي

يتجلى في استخدام المتلقي لمجموعة من الرموز والتي تعد شكلا من أشكال التفاعل غير اللفظي، وشهدت استعمالا واسعاً من طرف مستخدمي "الفايسبوك"، بسبب تميزه بالسرعة وتوفير الوقت والجهد والتكثيف الدلالي، وملاءمته للمواقف التي يتم التعبير فيها عن العواطف والانفعالات<sup>1</sup>. ومن العلامات غير اللسانية التي يوفرها "الفايسبوك"

ما توضحه هذه الصورة:

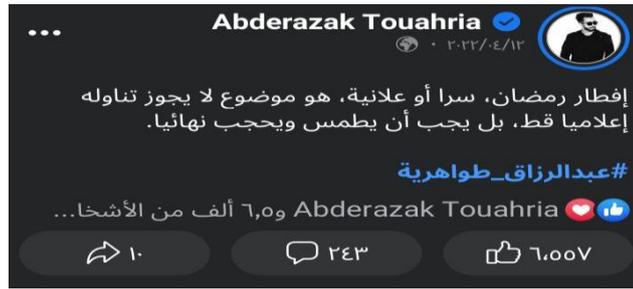


### العلامات غير اللسانية في "الفايسبوك"

ما يقوم به المستخدم من تفاعل رمزي على المعلومات والمحتوى الذي ينشر يدل على استجابة المتلقي أي قام بردة فعل، هذا الرد يتيح للمرسل معرفة مدى تحقيق الرسالة لهدفها بمعنى أنه وصل إلى غايته وهي إثارة انتباه المتلقي

1- يوسف ولد النبية: خصائص التواصل اللفظي وغير اللفظي بين الشباب العربي في وسائل التواصل الاجتماعي، الفايسبوك أنموذجاً، مجلة اللسانيات، مج24، ع2، معسكر، 2017، ص281

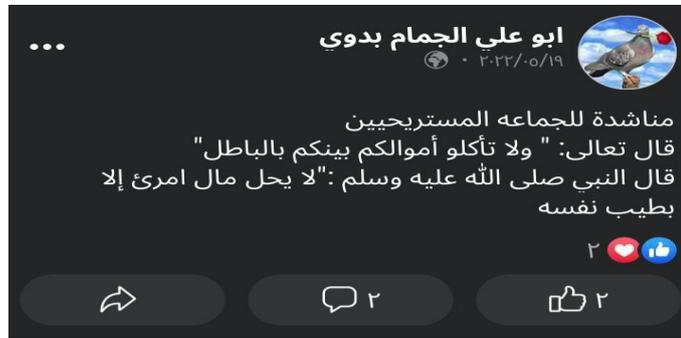
01



02



03



يستخدم الناس أثناء التواصل اللغة اللفظية وكذلك غير اللفظية كلغة الجسد ومايضمه من تعبيرات الوجه والتي تكون أكثر تعبيراً من اللغة كالخوف والغضب والفرح تعدّ هذه التغيرات والتعبيرات بمثابة رسائل غير لفظية يمكن استغلالها في السياق التواصلية فقد يكون بعضها بمثابة إنذار وإخطار لحالة غضب يمكن تفاديه قبل حدوثها

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

وقد يكون بعضها الآخر بمثابة إشعار بحالة رضا يمكن الإفادة منها<sup>1</sup>. بمعنى أن الوجه له قدرة على التعبير عن الانفعالات والعواطف التي بداخله وفي بعض المواقف لا تستطيع اللغة أن تعبر بصدق عن حالة صاحبها، فهي بمثابة رسائل لفظية يدركها المتلقي بسرعة. اختيار الرمز نابع من طريقة الإنسان المعاصر الذي صار رهين وقته فإنسان الدور الرقمي، إنسان تحفه المشاغل، والأعباء والالتزامات لذلك يميل إلى توظيف مايساعده على مسابقة الزمن فوجد في الرموز التعبيرية في الفضاء الافتراضي السبيل لذلك لأنها تتميز بسرعة الإرسال والاستقبال وتوفير الجهد والوقت وحمولتها الدلالية الكثيفة لان الرموز ليست مجرد شكل أوصورة فقط لوجه غاضب أو حزين لكنها إشارة إلى حالة الشخص الذي تتحدث معه ولا تراه، فتعطي معلومات للشخص المتلقي أكثر من اللغة فبدل القول "أنا حزين"،، "أنا غاضب" بمجرد النقر على زر الوجه الحزين أو الغاضب، المتلقي يفهم ويدرك حالة الشخص بدون جهد عند كتابة جملة وبالتالي الرموز التعبيرية توفر الجهد والوقت تكون أكثر تعبيراً من اللغة ولا تحتاج شرح وتفسير، فما يدل عليه رمز الحزن مثلاً متفق عليه بين جميع الناس.

نلاحظ من خلال تتبعنا لكيفية التفاعل على "الفايسبوك"، أن الجمهور الافتراضي أصبح يتحدث لغة رمزية بالضغط على زر "لايك"، رمز "رمز الحزن"، "الغضب" والضحك" والتفاعل مع المنشورات من خلالها، هذه الرموز التي أصبحت تمثل علامة نجاح

---

1- ولد النبية يوسف: دلالة الحركات الجسدية في خطاب القرآني، بحث مقدم لنيل شهادة الدكتوراه في اللغة العربية وآدابها، جامعة وهران، 2010-2011م، ص 109.

## الفصل الثاني..... آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي

لصاحب المنشور ودليل على إبداع العمل والمضمون ونجاحه ومدى ملامسته لرغبات المستخدمين، وإذا ما قلت كمية التفاعل بالرموز فهذا دليل على فشل المنشور في التأثير على المتلقي وأنه لا يتوافق مع اهتماماته وبذلك عدم القدرة على استمالته، أي عنصر النجاح في "الفايسبوك" مرتبط بكمية التفاعل.

لجأ المرسل في الفضاء الأزرق إلى التواصل غير اللفظي، تدعيماً للغة اللفظية لأنها في كثير من الأحيان قد لا تعبر عن العواطف والانفعالات بشكل دقيق فوجد في التعبيرات الوجهية الاصطناعية السبيل للتعبير عن ما يشعر به بشكل أدق وما تضيفه من قوة وقدرة تأثيرية وإقناعية.

الخاتمة

من خلال دراستنا للتّحاجج وآليات الإقناع في وسائل التواصل الاجتماعي، توصلنا الى أن هناك فرق بين التّحاجج التقليدي والتّحاجج في الفضاء الافتراضي الذي بات يقوم على التفاعل، إذ أصبح الخطاب الحجاجي في "الفايسبوك" خطابا تفاعليا بين طرفين ويكون غير مباشر بين المرسل والمتلقي عبر وسيط الكتروني ويوفر جملة من الآليات الحديثة التي يلجأ اليها المخاطب من أجل التأثير وإقناع الطرف الآخر.

وخلال تتبعنا لمنشورات "الفايسبوك" حاولنا استخلاص بعض آليات الإقناع الحديثة، وقد أفضت دراستنا عن جملة من النتائج يمكن تلخيصها فيما يلي:

✓ الفارق الدقيق بين الحجاج والتّحاجج هو أن الحجاج يسعى فيه المحاجج إلى

إقناع الطرف الآخر بحجته والذي يكون متلقيا فقط، أما التّحاجج فيكون بين

طرفين وهو عملية تقوم على التفاعل ويكون القصد منه الإقناع.

✓ التواصل في الفضاء الافتراضي على شكلين، التواصل اللفظي ويدخل ضمن هذا

الشكل استخدام اللغة (إضافة تعليق وإدراج منشور) أما شكل الثاني

ما يعرف بالتواصل غير اللفظي كاستخدام اللغة الرمزية والصور.

✓ دائما ما يلجأ المخاطب الى توظيف جملة من الآليات، بكل خصائصها ووظائفها،

من أجل إضافة قوة تأثيرية وحجاجية لخطابه من أجل إقناع المتلقي.

✓ يوفر "الفايسبوك" جملة من الآليات الحديثة التي تساهم في إضافة قوة إقناعيه

للخطاب:

\_إضافة تعليق وتغيب السلطة

\_إضافة تعليق مع صورة

\_إضافة تعليق و صرف الحجة

\_إضافة تعليق و الحيدّة

\_إضافة تعليق و تنمية الفكرّة

\_إضافة تعليق وإستراتيجية التراكم

\_إدراج منشور

\_التفاعل الرمزي

✓ تغير دور المتلقي في مواقع التواصل الاجتماعي من متلقي فحسب إلى مشارك ومتفاعل، له الحق في بناء الرأي العام، وصوته يُسمع في العالم كله ،دون قيد الحدود الجغرافية.

✓ ألغى "الفايسبوك" جميع الاعتبارات السلطوية، فالمخاطب الافتراضي تجرد من أي سلطة أو رتبة أو مكانة اجتماعية، فلا يظهر منه سوى لغته التي تعبر عن رأيه دون فرض لأي سلطة.

✓ أصبح الإنسان يلجأ إلى التواصل غير اللفظي عندما يستشعر ضيق اللغة وأنها غير قادرة على التعبير عن عواطفه وانفعالاته،

✓ أصبح الإنسان المعاصر يميل إلى السرعة، فوجد في الرموز التعبيرية التي يوفرها "الفايسبوك" السبيل لتوفير الجهد و الوقت ولأنها تملك قدرة تعبيرية أكبر من اللغة.

إن الإنسان اجتماعي بطبعه، لا يمكنه العيش دون تواصل، فهو يسعى دائما إلى كسر الحدود المكانية و الزمانية والتسهيل من عملية التواصل مع الغير. والتطوير في تقنيات التواصل والآليات التي تساهم في إيصال رأيه و تضيف لخطابه قوة يستطيع من خلالها التأثير في الغير، الأمر الذي يفتح لنا مجال البحث المستمر ومواكبة التطور، وأن لا نتوقف عند حدود هذا البحث فقط خاصة وأن هذا الموضوع الذي عالجنه بقدر ما كان شيقا كان واسعا جدا، وأن كل ما بذلناه من جهد وكل مساهمتنا فيه بدت ضئيلة وتحتاج الى بحث مستفيض. ونرجو أن تكون هذه الخاتمة بمثابة مقدمة لدراسات أخرى مستقبلية.

وأخيرا فإن أصبنا في هذا البحث فهو من توفيق الله عز وجل شأنه، ومن نور بصيرتنا بنور علمه أستاذنا المشرف "عمار بعداش"، وإن لم نصب فنحن بشر نخطئ ونصيب.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

مكتبة البحث

## قائمة المصادر والمراجع

-القران الكريم رواية ورش بن نافع.

2-الترمذي محمد بن عيسى بن سورة: سنن الترمذي (الجامع الكبير)، مركز

البحوث وتقنية المعلومات دارالتأصيل، القاهرة-الرياض، مج1، ط1، 2014م

1-المصادر:

1- Oxygeen : أوكسجين oxygen.blogspot.com

2-همسات سلفي 7 http://t.me/h-sasalfy

3-Zemora : http://www.face book.com

4-لا سني ولا شيوعي "مسلم"

http://www.facebook.com/groups/655266268945651/

2-المراجع:

2-1- الكتب باللغة العربية

1. الأخطل: (غياث بن غوث بن طرفة أبو مالك الأخطل)، ديوان الأخطل، دار الكتب

العلمية بيروت، لبنان، ط2، 1994م.

2. الأزهر الزناد: دروس في البلاغة العربية، نحو رؤية جديدة، دار البيضاء، بيروت،

ط1، سبتمبر 1992م.

3. أمال يوسف المغامسي: الحجاج في الحديث النبوي، دراسة تداولية، الدار

المتوسطة للنشر، تونس، ط1، 2016.

## قائمة المصادر والمراجع

4. أبو بكر الباقلائي(القاضي أبوبكر محمد بن الطيب)، تمهيد الأوائل وتلخيص الدلائل، تح: الشيخ عماد الدين أحمد حيدر، مؤسسة الكتب الثقافية، لبنان ط1، 1987م.
5. أبو بكر العزاوي: اللغة والحجاج، دار البيضاء، ط1، 2006.
6. جابر حباشة: التداولية والحجاج، مداخل ونصوص، صفحات الدراسات والنشر دمشق، الإصدار الأول، 2008م.
7. جرير بن عطية(بن حذيفة الخطفي بن بدر الكلي اليربوعي)، ديوان الجرير، دار بيروت، 2008م.
8. حسن عماد مكاوي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، ط1، 1998م.
9. الحسين بنو هاشم: نظرية الحجاج عند شاييمبرلمان، دار الكتاب الجديدة المتحدة 2014م.
10. خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية والاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس، الأردن، ط1، 2013م.
11. سامية الدريدي: الحجاج في الشعر العربي بنيته وأساليبه، عالم الكتب الحديثة، الأردن، ط2، 2011م.

## قائمة المصادر والمراجع

12. طه عبد الرحمن: اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط1، 1998م.
13. طه عبد الرحمن: في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي، ط1، 2003م.
14. عامر مصباح: الإقناع الاجتماعي خليفته النظرية وآلياته العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2006م.
15. عباس حساني: خطاب الحجاج والتداولية، دراسة في نتاج ابن باديس الأدبي، عالم الكتب الحديثة، ط1، 2014م.
16. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء، ط1، 2015م.
17. عبد السلام عشير: عندما نتواصل نغير مقارنة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، إفريقيا الشرق، المغرب، 2006م.
18. عبد العالي قادا: بلاغة الإقناع مقارنة نظرية تطبيقية، المطبعة والوراقة الوطنية-مراكش، ط1، 2012م.
19. عبد الغني وآخرون: الانتفاضات العربية، مقارنة سوسولوجية ومقارنة جغرافية، دار الفارابي، بيروت، لبنان، ط1، 2014م.
20. عبد الله المهلول: الحجاج الجدلي خصائصه النقدية وتشكلاته الأجنبية في التراث ليوناني العربي، ط1، 2013م.

## قائمة المصادر والمراجع

21. عبد الله بن حسين الموجان: الحوار في الإسلام، مركز الكون، مكة المكرمة-  
السعودية، ط1، 1427هـ، 2006م.
22. عبد الله صولة: الحجاج في القرآن من خلال خصائصه الأسلوبية، دار الفرابي  
بيروت، لبنان، ط1، 2001.
23. عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب –مقاربة لغوية تداولية، دار  
الكتاب الجديدة المتحدة، ط1، 2004م.
24. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعية، دار أسامة،  
الأردن، ط1، 2014م.
25. فيصل بن سعد: وسائل التواصل الإلكتروني ودورها في إحداث الاغتراب، 2017 .
26. قدور عبد الله ثاني: سيمائية الصورة، مغامرة سيمائية في أشهر الإرساليات  
البصرية في العالم، دار الغرب، ط1، 2005م.
27. كمال الزماني: الحجاج بالإيتوس في الخطاب السياسي، عالم الكتب الحديثة  
الأردن، ط1، 2019م.
28. كمال الزماني: حجاجية الصورة في الخطابة السياسية لدى الإمام علي رضي الله  
عنه، عالم الكتب الحديثة الأردن، ط1، 2012م.
29. لويسو شيخو اليسوعي: مجاني الأدبي حدائق العرب، مكتبة لسان العرب،  
بيروت، ج3

## قائمة المصادر والمراجع

30. مثنى كاضم صادق: أسلوبية الحجاج التداولي والبلاغي- مكتبة عدنان، بغداد، ط1، 2015م.
31. محمد الطاهر بن عاشور: تفسير التحرير والتنوير، الدار التونسية للنشر، ج3.
32. محمد العمري: في بلاغة الخطاب الإقناعي مقارنة نظرية تطبيقية، المطبعة والوراقة إفريقيا الشرق، المغرب، ط2.
33. محمد الولي: الاستعارة في محطات يونانية عربية وغربية، دار الأمان، الرباط، 2006م.
34. محمد سالم محمد الأمين الطلبة: الحجاج في البلاغة المعاصرة، دار الكتاب الجديدة، بيروت، ط1، 2008م.
35. محمد طروس: النظرية الحجاجية من خلال الدراسات البلاغية واللسانية، دار الثقافة، الدار البيضاء، ط1، 2005م.
36. منال عبد العال مبارز: التعليم الإلكتروني مفهومه، بنيته- مقرراته- إدارته تقويمه- تطبيقاته المتقدمة، دار الزهراء، الرياض، ط1، 2013م.
37. هاجر مدقن: الخطاب الحجاجي أنواعه وخصائصه، دراسة تطبيقية في كتاب المساكين لالرافعي، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط1، 2013م
- 2-2-الكتب المترجمة:
1. - HyjhrrooksRaviguptا وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع تر:عاصم سيد عبد الفتاح المجموعة العربية، مصر، ط1، 2017م.

## قائمة المصادر والمراجع

2. أرسططاليس كتاب الخطابة، تر: إبراهيم سلامة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط2، 1372هـ، 1953م.

3. أرسطوطاليس، الخطابة الترجمة العربية القديمة، تح: عبد الرحمن بدوي، وكالة المطبوعات، الكويت، 1997م.

4. توين فان دايك: الخطاب والسلطة، تر: غيداء العلي، المركز القومي للترجمة القاهرة، ط1، 2014م.

5. ابن رشد(أبو الوليد بن أحمد بن محمد بن أحمد بن أحمد بن رشد) : تلخيص الخطابة، تر: عبد الرحمن بدوي، وكالة المطبوعات، الكويت

### 3-المذكرات والأطروحات:

1. حياة دحمان: تجليات الحجاجي القرآن الكريم سورة يوسف أنموذجا، رسالة الماجستير شعبة علوم اللسان، إشراف عز الدين صحراوي، كلية الآداب واللغات، جامعة باتنة 2013م.

2. خديجة زيتوني، فاطمة الزهراء حدباوي: أثر استخدام الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي -الفايسبوك- أنموذجا، رسالة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، إشراف حمديني ابتسام، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة المسيلة، 2017م.

## قائمة المصادر والمراجع

3. عبد السلام الأشهب: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك أنموذجا" وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، إشراف الأزهر ضيف، جامعة لخضر بالوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2017م.
4. فوزي زياد: البنية الحجاجية في شعر عز الدين مهبوبي، أطروحة الدكتوراه علوم في اللسانيات، إشراف: عبد الحليم بن عيسى، جامعة وهران، كلية الآداب والفنون، قسم اللغة والأدب العربي، 2018
5. محمد حيدر علي الغالبي: الحيادية بوصفها ضمانا للموظف العام في مواجهة سلطة التأديب، دراسة مقارنة: بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية القانون، إشراف فاضل جبير لفته، جامعة القادسية، العراق 2017م.
6. نور الدين بوزناشة: الحجاج بين الدرس البلاغي العربي والدرس اللساني الغربي، أطروحة دكتوراه في تعليمية اللغة العربية، إشراف خليفة بوجادي، جامعة سطيف، كلية الآداب واللغات 2016م.
7. ولد النبوية يوسف: دلالة الحركات الجسدية في خطاب القرآني، بحث مقدم لنيل شهادة الدكتوراه في اللغة العربية وآدابها، إشراف عشراتي سليمان، جامعة وهران، 2010م، 2011م.

4-المعجمات:

1. إبراهيم مدكور: المعجم الفلسفي، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية القاهرة، 1402هـ، 1983م.
2. الزمخشري (جار الله أبو القاسم محمد بن عمر أساس) البلاغة، تح: عبد الرحيم محمود، دار المعرفة، بيروت، لبنان، ط1، 1998م.
3. ابن منظور (جمال الدين محمد بن مكرم أبو الفضل بن منظور الإفريقي المصري) لسان العرب، مادة (ح ج ج)، ج2، دار صادر ببيروت، ط1، 2000م.

5-مقالات ضمن كتب:

1. أبو بكر العزاوي: الحجاج والمعنى الحجاجي، مقال ضمن كتاب التحاجج طبيعته ومجالاته ووظائفه.

6- مقالات ضمن مجلات

1. بسمة سيليني: آليات الحجاج ومواقع التواصل الاجتماعي، قراءة في مضامين القيم الوطنية، اليوتيوب أنموذجا، مجلة مدارات في اللغة والأدب، مج01، ع3 2019.
2. سماح قداري: كفايات وأدوار المعلومات للعمل في الجيل الثاني من المكتبات العامة، مجلة تدوين، مج6، ع خاص، ديسمبر 2019.
3. شعبان أمقران: تقنيات الحجاج في البلاغة الجديدة عند شاييمبيرلمان، مجلة التعليمية، مج15، ع15.

## قائمة المصادر والمراجع

4. كايلي ريمة: مواقع التواصل الاجتماعي والدفع الجديد للعمولة، دراسة حالة أثر مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي في ظل العوامة، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، مج8، ع2.
5. عماد عبد اللطيف: الحجاج والبذاءة، مقارنة تداولية بلاغية لتعليقات الجمهور على اليوتيوب، مجلة فصل الخطاب، قطر، مج4، قطر، ع17، مارس 2017م.
6. عمار بعداش: الإستراتيجية الإقناعية بين العاقلية والمعاقلة، مجلة حوليات جامعة قلمة للغات والآداب، ع11، ديسمبر 2015
7. فاطمة مرداسي: قوة الصورة وسلطتها ما بين الواقع وإعادة إنتاجه، مجلة أفاق للعلوم، ع10، جانفي 2018.
8. كمال الزماني: الحجاج في البلاغة الجديدة من خلال كتاب "مصنف في الحجاج" لبييرمان و تيتيكا، مجلة الدراسات الثقافية و اللغوية والفنية، مج2، ع11، يناير 2020،
9. كمال الزماني: حجابية السجع والجناس في الخطاب المقدماتي «مقدمة المقدمة لابن خلدون» أنموذجا، مجلة الدراسات، كلية الآداب واللغات مراكش- المغرب، مج7، ع03.
10. محمد العبد: النص الحجاجي العربي، دراسة في وسائل الإقناع، مجلة فصول مصر ع11، 2022م.

## قائمة المصادر والمراجع

11. محمد الوالي: مدخل إلى الحجاج أفلاطون وأرسطو وشاييم بيرلمان، مجلة عالم الفكر مج40، 2011م.
12. محمد مشيال: تحليل الخطاب الحجاجي وفق إستراتيجية الإيتوس في المشروع البلاغي، مجلة إشكالات في اللغة والأدب، مج2، ع5، 2019م.
13. نوال وسار: بلاغة الصورة في الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية (داعش)، دراسة تحليلية لعينة من الرسائل البصرية، مجلة فتوحات، ع4، جانفي 2017م.
14. هدى برهان سيف الدين: قراءة الانفعالات المعقدة عن طريق الوجه، الخصائص السيكومترية لبطارية كامبردج، مجلة العلوم التربوية والنفسية، مج3، ع7، أبريل 2019م.
15. يوسف ولد النبوية: خصائص التواصل اللفظي وغير اللفظي بين الشباب العربي في وسائل التواصل الاجتماعي، الفايسبوكأنموذجا، مجلة اللسانيات، مج24، ع2، معسكر، 2017م.
- 7-المواقع الإلكترونية:
1. -نادية شريف:تقرير رقمي يكشف عدد مستخدمي شبكات التواصل والأنترنات في الجزائر 20/ 02/ 2022.
- <https://www.echoroukonline.com01/04/2022 10,00>
2. شيرين أبو عاقلة، ويكيبيديا [/https://ar.m.wikipedia.org/wiki](https://ar.m.wikipedia.org/wiki)

## قائمة المصادر والمراجع

---

3. الهولوجرام (مفهومه، وخصائصه واستخداماته

وتطبيقاته) <https://elgendy.14.blogspot.com/2020/06/blog-pos->

16.html?m=10:15 الساعة 2022/05/14 يوم

المخلص

### أولاً: الملخص باللغة العربية

نسعى من خلال هذا البحث انطلاقاً من أهمية "التّحاجج" قديماً و حديثاً و طبيعته التي تؤدي إلى تقريب الآراء المتباينة و نتيجة للتطورات التي يشهدها العالم في تقنيات التواصل ، من أجل تسهيل عملية تبادل الآراء و الأفكار وإقناع الآخرين. هذا التطور الذي ولد مصطلح جديد يعرف بـ "التّحاجج الافتراضي"، لتتولد لدينا رغبة بتبغّي البحث في هذا الموضوع و تسعى لتبيان الفرق الجوهرى بين التّحاجج التقليدي و التّحاجج الافتراضي هذا الأخير الذي ألغى الدور السلبي للمتلقى الذي كان مجرد متلقى ليصبح مشارك يتفاعل مع كل ما يراه.

إنّ الخطاب الافتراضي يفتقد جملة من الآليات التقليدية التي استوفت في الدرس الحجاجي ، و أصبح يعتمد على مجموعة من الآليات الحديثة (إضافة تعليق و تغييب السلطة ، التفاعل الرمزي إضافة صورة...الخ)، تعددت آليات الإقناع في "الفايسبوك" و التي وجد فيها المحاجج السبيل لإقناع الغير و استمالته

### الكلمات المفتاحية:

التّحاجج الافتراضي، الإقناع، التفاعلية، التواصل، الخطاب، الآليات التقليدية، الآليات الحديثة ،

ثانياً : الملخص باللغة الإنجليزية

Weseekthroughthisresearch and based on the importance of "argument" in the past and modern and its nature that leads to the approximation of divergent

opinions and as a result of developments in the world in communication technologies, in order to facilitate the process of exchanging opinions and ideas and persuading others. This development, which gave birth to a new term known as "virtual argumentation", generated a desire to research this subject and seek to show the essential difference between traditional argumentation and the latter's hypothetical argument, which eliminated the negative role of the recipient who was just a recipient to become a participant interacting with everything he sees. The virtual discourse lacks a number of traditional mechanisms that were satisfied in the argumentative lesson, and it has become dependent on a group of modern mechanisms (adding a comment and absenting authority, symbolic interaction and adding an image...etc), there are many mechanisms of persuasion in "Facebook" in which the arguments found the way.

Keywords: Virtual argument, persuasion, interactivity,

communication discourse, traditional mechanisms,, modern mechanisms

# فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
أ	المقدمة
	الفصل الأول: التّحاجج، مفهومه ونشأته وأشكاله
07	المبحث الأول: ضبط مفاهيم التّحاجج وعلاقته بمجاله المفهومي
07	مفهوم التّحاجج
07	أ- وضعًا
08	ب- اصطلاحًا
11	1- مفهوم التّحاجج الافتراضي
12	أ. التّحاجج والجدل والبرهان والإقناع
12	1- التّحاجج والجدل
14	2- التّحاجج والبرهان
16	3- التّحاجج والإقناع
18	المبحث الثاني:
18	أ. أشكال التّحاجج
18	1- عند الغرب قديما(أرسطو)
27	2- عند الغرب حديثًا
28	1- التّحاجج عند بيرلمان
29	1-1- أنواع المنطلقات الحجاجية عند بيرلمان

## فهرس المحتويات

34	2-1- أشكال التّحاجج عند بيرلمان
41	2- الحجاج عند جان ميشال أدام
42	3- الحجاج عند ميشال ماير
44	4- الحجاج عند ديكرود
<b>الفصل الثاني: آليات الإقناع بالتّحاجج في وسائط التواصل الاجتماعي</b>	
49	المبحث الأول: ضبط المفاهيم والمصطلحات
49	1- وسائل الخطاب الافتراضي
49	1-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
50	2- مفهوم الفايسبوك (أسباب انتشاره وخصائصه)
55	المبحث الثاني: آليات التّحاجج الافتراضي
55	I. الآليات التقليدية
55	1- الآليات اللغوية
55	2- الآليات البلاغية
75	3- الآليات شها المنطقية
83	II. الآليات الحديثة
109	الخاتمة
113	مكتبة البحث
123	الملخص
126	فهرس المحتويات