



جامعة د. مولاي الطاهر سعيدة
كلية الآداب واللغات والفنون
معهد اللغة العربية وآدابها
قسم: اللغة العربية وآدابها



مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستير في اللغة العربية وآدابها
تخصص: لسانيات الخطاب
الموسومة بـ:

استراتيجية الحجاج في الخطاب الإشهاري "مقاربة تحاورية"

إشراف الدكتور :

♦ مجاهد ميمون

إعداد الطالبة:

♦ بوفكرون خديجة

لجنة المناقشة

♦ الدكتور:.....عباس محمد.....رئيساً

♦ الدكتور:.....مجاهد ميمون..... مشرفاً ومقرراً

♦ الأستاذ:.....مجاهد تامي..... ممتحناً

السنة الجامعية: 1436 هـ - 1437 هـ ، 2015 م - 2016 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

إلى من خلق السموات والأرض

إلى منير الإنسان عن سائر الخلق

إلى الذي أنعم عليه بالعقل جل جلاله

وعلا شأنه

يا أرحم الراحمين

وبكلامك نستقيم

مراجين مغفرتك

ومرحمتك إلى يوم الدين



إهداء

إلى كل من تهتف روحه حباً وعشقاً للغة القرآن الكريم

إلى والدي الكريمين أطل الله في عمرها

إلى إخوتي وأخواتي.

إلى كل ما ساعدني في إتمام هذا العمل المتواضع.... زميلاتي،

خاصة أختي وصديقتي "ميسوني نادية"

إلى جميع أساتذة جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة

وأخص بالشكر الدكتور "مجاهد ميسون"

الذي أشرف على رسالتي وكان لي نعم الأستاذ بنصائحه

وتوجيهاته.

خديجة





يعد الحجاج من بين المواضيع التي لقيت اهتماماً كبيراً من قبل العديد من الباحثين باختلاف منطلقاتهم سواء قديماً أو حديثاً خصوصاً لارتباطه بأهم وسيلة يختص بها الكائن البشري والمتمثلة لا في اللغة باعتبارها وسيلة اتصال مهمة في عملية التبليغ هذا ما جعل التيار التداولي يقوم بمعالجتها من خلال رصد تطورها عبر الزمن في إطار علاقتها بمستعملها وكل ما يختلجها من خصائص محاولاً الكشف الآلية التي تمكن هذه الخاصية من تحقيق أهدافها بين مستعملها ولا شك أن هذا التفاعل القائم بينهم يتطلب خطاباً، ومن بين الخطابات المتواصل بها الخطاب الإشهاري الذي أصبح متداولاً في مختلف المجالات.

وفي هذا الإطار يمكن طرح بعض الأسئلة المتمثلة فيما يلي:

- ما القيمة الحجاجية التي تتجلى في الخطاب الإشهاري؟
- ما هو دور الخطاب الإشهاري في العملية التواصلية؟
- هل يمكن أن يتجاوز الخطاب الإشهاري نظام اللغة اللساني إلى شيء آخر؟

أسباب اختياري الموضوع:

ومن أسباب اختيار هذا الموضوع الموسوم بـ "إستراتيجية الحجاج في الخطاب الإشهاري" مقارنة تداولية" ما يلي:

- ✓ حب الإطلاع والمعرفة ومحاولة الكشف عن ما تتميز به اللغة من تأثيرات على المتلقين.
- ✓ الإعجاب بموضوع الخطاب الإشهاري لذا اخترته كنموذج للتحليل.

وقد اعتمدت دراساتي لهذا الموضوع الخطة التالية:

➤ مقدمة.

➤ مدخل.

➤ الفصل الأول: الحجاج

✓ المبحث الأول: مفهوم الحجاج (لغة واصطلاحاً)

✓ المبحث الثاني: الحجاج عند القدماء.

✓ المبحث الثالث: الحجاج عند المحدثين.

✓ المبحث الرابع: علاقة الحجاج بمصطلحات أخرى.

➤ الفصل الثاني: الخطاب الإشهاري.

✓ المبحث الأول: مفهوم الخطاب (لغة واصطلاحاً)

✓ المبحث الثاني: مفهوم الإشهار (لغة واصطلاحاً).

✓ المبحث الثالث: وظائف الإشهار ومستوياته.

✓ المبحث الرابع: القيمة الحجاجية في الخطاب الإشهاري "مقاربة تداولية".

➤ الخاتمة

كما اعتمدت في الموضوع المنهج الوصفي التحليلي ذلك أن ضرورة هذا البحث تتطلب ذلك.

وقد استخدمت في عرضي لهذا البحث جملة من المصادر والمراجع أهمها:

• ابن منظور لسان العرب.

• صابر حباشة التداولية والحجاج.

إلا أنه واجهتني بعض الصعوبات المتمثلة فيما يلي:

• ضيق الوقت وصعوبة الدراسة التطبيقية.

وبالرغم من هذه الصعوبات إلا أنني حاولت قدر الإمكان تقديم ولو القليل من خلال هذا البحث المتواضع فلم يكن إعداداً مني فقط بل شراكة أنيقة مع الأستاذ الفاضل الدكتور مجاهد ميمون الذي لا بد أن أخصه بالشكر على كل ما قدمه لي من نصائح وتوجيهات.

وفي الأخير ختمت بحثي هذا بخاتمة كانت عبارة عن حوصلة تضمنت النتائج المتوصل إليها من خلاله، وأحمد الله على هذا الختام عله يكون خير ختام فإن أصبت فمن الله وحده، وإن لم أصب فمن نفسي.



تعد اللغة وسيلة اتصال مهمة في حياة الفرد وعلاقته بغيره نظراً لطبيعته الاجتماعية التي تحتّم على هذه الأخيرة وجودها الإلزامي في ثناياه ونظراً لأهميتها البالغة تعددت البحوث والاختصاصات في دراستها والاهتمام بكل ما يختلجها من خفايا، ونجد من بين هذه الاختصاصات "علم حديث" غير أن البحث فيه قديم ألا وهو ما يصطلح عليه بالتداولية الذي يقابله مصطلح Pragmaticus باللاتينية، و Pragmaticos باليونانية الذي يعني الغرض العلمي حيث استخدمها فلاسفة اليونان منذ العهود القديمة الأولى للدلالة على العلمية وترجم إلى العربية بعدة ألفاظ نظراً لتداخل حقولها بحقول أخرى مجاورة لها وبهذا نجد لها كثيراً من الترجمات في العربية من بينها، **الاتصالية والنفعية والذرائعية**، وقد تعددت تعريفاتها فربطت كذلك بالفائدة التي تحدثها فهي تعبر عن نظرية تهتم بالفائدة العلمية لفكرة كمعيار لصدقها، وبهذا اهتم الدارسون لهذا التيار بآثار تفاعل اللغة مع الظروف والمقامات في المجتمع وكيفيات استعمالها داخل النظام الاجتماعي حيث يحدث التفاعل بين المرسل والمتلقي، فهي إذن تعني بالكيفية التي تتحقق بها اللغة عند الاستعمال وعند التخاطب والبحث في أغوار معاني الكلام دون نسيان مقاصد المتكلم محاولة اكتشاف الأغراض التي يريدّها هذا الأخير من خلال رسالته، فقد تتعدى الدلالة المعنى الحرفي إلى المعنى المشير فهي فرع من علم اللغة حيث تبين كيفية اكتشاف السامع مقاصد المتكلم، أو دراسة معنى المتكلم فقول قائل أنا عطشان تعني أحضر لي كوباً من الماء وليس من الضروري، "أن يكون إخباراً له بأنه عطشان فالتكلم كثيراً ما يعني أكثر مما تقوله كلماته"¹، وبهذا نجد هذا التيار قد اهتم باللغة وعلاقتها بمستعملها بالدرجة الأولى والغرض من استعمالها محاولاً الكشف عن المعنى المقصود والمراد إيصاله من طرف الباحث إلى المتلقي وكيفية التفاعل هذا الأخير مع الخطاب.

كما نجد من بين الباحثين والمشاركين في هذا العلم "غرايس الذي أنشأ مبادئ عامة لمقاصد المتخاطبين والمشاركين في عملية التخاطب وهي بمثابة العقد والاتفاق الضمني بين المتخاطب

¹ - عبد الحكيم سحالية: مقالة حول "التداولية النشأة والتطور قسم اللغة العربية وآدابها"، المركز الجامعي، الطارف ص02.

والمخاطَب، فكلاهما يسعى إلى جعل شبكة الاتصال دائمة ومتواصلة في سيرورة منتظمة ومرتبطة وتبني هذه المبادئ على أربع حكم أساسية تتمثل فيما يلي:

أ- حكمة الكم:

وذلك بأن تجعل مساهمتك في الحديث إخبارية بالقدر الذي يقتضيه هذا الحديث لكن لا تجعلها إخبارية أكثر مما هو مطلوب.

ب- حكمة الكيف:

وذلك بأن تقدم مساهمة حقيقية للحديث ولا تجهر بشيء لا يمكنك أن تدعيه دليل دون دليل كاف.

ج- حكمة العلاقة:

بأن يقدم مساهمة لها معنى في الحديث.

د- حكمة حكم الكلام:

وذلك بأن تتكلم بوضوح وتتجنب الإهمام وأن تقدم حجتك بشكل منتظم، وهذا وجب على كل المشاركين في الكلام احترام هذه المبادئ الأربعة حتى تكون نتيجة الحديث ذات مقاصد، وذات منفعة، وخادمة لعملية التبليغ وتكون ذات قوة خطابية تسمح ببناء علاقة متينة للتواصل بين المرسل والمرسل إليه فالتداولية تعني بالكيفية التي تستعمل بها اللغة عند الحديث، وتهتم بالسياق الكلامي والموقف، وكذلك بالمتكلمين وطريقة حديثهم، وبكل ما هو من شأنه أن يزيد عملية الاتصال وضوحا ومقام الحال وكل ماله¹، "صلة بالكلام من عوامل خارجية، أو تناسب حال من الأحوال أو تنافر للحدث الكلامي، وتهتم بالسياقات اللغوية للمتكلمين حسب الواقع اللغوي وذلك لدور السياق البارز والمهم في العملية والتخاطبية فتغيره من شأنه أن يغير القول والمفهوم، ويكون بذلك

¹ - عبد الحكيم سحالية، المرجع السابق، ص 03.

موافقاً لسياق جديد فكل سياق قول وهذه الأقوال متوقفة على العوامل الخارجية الخاصة بالمتكلمين؛ والعوامل الخارجية عنهم فالسياق هو مجموع شروط إنتاج القول، وهي الشروط الخارجية عن القول ذاته والقول هو وليد قصد معين يستمد وجوده من شخصية المتكلم، ويحصل ذلك في الوسط (المكان) واللحظة (الزمان)، اللذين يحصل فيهما وتدرس العلاقة التي تحصل بين اللغة والسياق والمتكلم والسامع والظروف الزمانية والمكانية، حيث أنهما كل متداخل فهي إذن تهتم بدراسة العوامل التي تؤثر في اختيار الشخص للغة وتأثير هذا الاختيار في الآخرين فهي إذن دراسة اللغة في الإستعمال¹.

من هنا يتبين لنا بأن التداولية قد عنيت بمختلف الظروف المحيطة بالخطاب، وما يخلجه من اختيارات سواء من ناحية المتكلم وطريقة التأثير في السامع، وبهذا تكون قد جعلت شبكة الاتصال بين هاذين الأخيرين أكثر فاعلية محاولة الكشف عن المعاني المقصودة، والمتواصل بها بين الطرفين حيث جعلت اللغة أهم عامل في هذه العملية، والبحث عما تبرزه أثناء استخدامها من طرف مستخدميها.

"مما يعني أن التداولية توفر لنا الأدوات والآليات التي تمكننا من كشف الأساليب والبنى المختلفة التي يتضمنها النسيج الخطابي، والتي تعتبر دليلاً على مقدرة الفرد في استعمال لغته، وفي الوقت ذاته على غنى هذه اللغة بما تقدمه من خيارات تركيبية ودلالية لهذا الفرد، كما نجد فرع البيداغوجيا الفرنسي يعتبر التداولية مقارنة لسانية، والتي تقترح لدراسة اللغة إدماج دور مستعملي اللغة وكذلك السياقات التي تتم فيها"².

كما أن التداولية تهتم أيضاً بالدلالة فهي تدرس كل جوانب المعنى التي تحملها النظريات الدلالية؛ فإذا اقتصر علم الدلالة على دراسة الأقوال التي تنطبق عليها شروط الصدق، فإن التداولية تعني بما وراء ذلك، أو هي فرع من علم اللغة الذي يبحث في كيفية اكتشاف السامع مقاصد المتكلم أو هو دراسة معنى المتكلم، ولهذا فضل الدارسين تعريفها على أنها دراسة اللغة في الاستعمال

¹ - عبد الحكيم سحالية، المرجع نفسه، ص 03.

² - File://C:/Users/Omar/Desktop/Nouveau%20dossier/kalema-Net.Html.

أو في التواصل، لأنه يشير إلى لبس شيئاً متأصلاً في الكلمات وحدها، ولا يرتبط بالمتكلم وحده؛ ولا السامع وحده، فصناعة المعنى تتمثل في تداول اللغة بين المتكلم والسامع في سياق محدد (مادي واجتماعي ولغوي) وصولاً إلى المعنى الكامن في كلام ما.

فالكلام الإنساني ذو طبيعة اجتماعية نفسية، وخاضع لقوى خارجية تؤثر في عنصري الإلقاء والتلقي، وبالتالي في عملية الفهم والإفهام، لذلك ما لبث اللسانيون أن وجدوا أنفسهم عاجزين عن إدراك مقاصد المتكلم واستجابة المتلقي في ظل إقصاء البنيوية لملازمات السياق ومقام الكلام الذي أنتج فيه، وهذا ما أدى بهم إلى خوض غمار البحث في اللغة من خلال هذا التيار الذي أضحى الوسيلة المناسبة لفهم علاقة اللغة بمسئمتلها وذلك لاتساع مجاله وتداخله مع العلوم التي لها علاقة باللغة فهو ملتقى الأبحاث اللسانية والفلسفية والاجتماعية والدليل على ذلك التعريف التالي: "إذ تتطرق التداولية إلى اللغة، كظاهرة خطائية، وتواصلية، واجتماعية معاً".¹

وفي هذا الإطار يتبين بأن "التداولية تمكنت من كشف كل ما تختص به اللغة من مختلف جوانبها من حيث كونها خطاب منسجم متواصل به بين مستعملتيها، وفي إطار تواصلية معين باعتبارها وسيلة اتصال وبغض النظر عن دورها في جعل شبكة الاتصال متواصلة فيما بين الأفراد ونظر لطبيعتهم الاجتماعية تحتم وجودها لكونها قدرة موجودة عند جمعهم وبهذا تكون التداولية قد تداخلت مع عدة حقول في إطار الخطاب، والتواصل والاجتماع حيث أن كلها تصب في بحث واحد ألا وهو اللغة كظاهرة أساسية في فهم هذا الكائن الاجتماعي، وما يريد تبليغه لغيره بكل ما يجعله من أفكار ومعايير في إطار سياق معين للوصول إلى المعنى المراد فهمه من قبل متلقيه، وبهذا يكون هذا التيار قد عني بكل ما تختص به هذه الظاهرة حتى ما أهملته الحقول الأخرى لهذا كان المجال الأنسب لدراسة اللغة في إطار تداولها واستعمالها".²

"إن القدرة على فهم وإنتاج فعل تواصلية يطلق عليها الكفاءة التداولية والتي تتضمن معرفة المرء بالمسافة الاجتماعية والمرتبة الاجتماعية بين المشاركين في الموقف وكذلك المعرفة الثقافية، والمعرفة

¹ -File ;/c ;/Users/Omar/Desktop/Nouveau20%Dossier/Kalema.net.htm

2 - ينظر: المرجع نفسه.

اللغوية الظاهرة والضمنية، ومن بين مظاهر اللغة التي تدرسها التداولية المشيرات"، والتي تشير إلى المعنى السياقي للضمائر ومفردات المكان والزمان، والفرضيات المسبقة التي تشير إلى المعنى المنطقي لجملة ما أو تلك المعاني المقترنة منطقيا بالجملة، أفعال الكلام والأفعال الانجازية أي نظرية أفعال الكلام التي تنص على أن الحدث الكلامي يتضمن ثلاث أنواع من الأفعال: "فعل لفظ، فعل إنجاز؛ وفعل تأثير"، فضلا عن ذلك يقوم التداوليون بدراسة السبب في نجاح المشتركين في الموقف الكلامي في التخاطب والتحدث مع بعضهم¹.

" كذاك المتحدثين يتبعون مبادئ محدد في مشاركتهم وذلك من أجل استمرار المحادثة وأحد أهم هذه المبادئ هو "مبدأ التعاون" الذي يفترض أن المتحدثين يتعاونون وذلك من خلال المساهمة في الحدث الكلامي المتواصل والافتراض الثاني هو "مبدأ التأدب" الذي ينص على أن يتصرف المتحدثون بتأدب مع بعضهم، طالما أن الناس يحترمون بعضهم البعض².

ومن هنا يتضح بأن أي شخص يريد إيصال معلومة بواسطة خطاب ما إلا وله كفاءة تداولية التي تحتوي عدة معارف وحسب المتلقي ودرجة معرفته ومرتبته الاجتماعية وفي مقام معين يفرض ذلك التواصل سواء بطريقة مباشرة أو عن طريق الضمائر وغيرها من المشيرات وحسب الحدث الكلامي وما يحتويه من تلفظ وإنجاز للفعل ودرجة من التأثير في المتلقي حتى تصبح المحادثة بين المتخاطبين أكثر فاعلية وفي استمرار وحسب المبادئ المتعامل بها التي تجعل من التواصل ممكنا ومستمرًا.

إن تأثير أي خطاب في متلقيه بشكل ناجح يتطلب من المخاطب أي يكون على دراية لكفاءة ذلك المخاطب حتى يسهل عليه إيصال ما يريد تبليغه بشكل سهل، وتحقق عملية الإفهام بصورة واضحة، وذلك بإقناعه بعدة وسائل لا بد لها أن تكون منطقية، حتى تجعل من متلقيها الإصغاء لها من البداية لكونها، وحتى تنجح العملية التواصلية بين الطرفين، حتى وإن كان الخطاب

¹ - الدكتور عادل الثامري، مقال العنوان في الانترنت بعنوان التداولية، ص 04.

² - المرجع نفسه، ص 05.

قصيراً إلا أن معناه الواضح يسهم في جعله مؤثراً وقادراً على جعل شبكة التواصل مستمرة جاعلة المتلقي يسهم في إثرائها وذلك من خلال ردود أفعاله، وبهذا تكون علاقة الطرفين متلائمة في الحدث الكلامي وفي سيرورة واحدة وبذلك الوصول إلى المعنى المراد تبليغه ونجاح العملية التواصلية.

ونجد "من مهام علم استعمال اللغة (أو التخاطبية) أن يدرس اللغة في حيز الاستعمال متجاوزاً حدود الوضع الأصلي، وإن كان ينبغي عليه، وذلك لأن مقاصد المتخاطبين لا يمثلها الوضع اللغوي المجرد فقط ولا يمكن الوصول إليها إلا من خلال فهم اللغة في سياق الاستعمال المتجدد، تجدد مقاصد المتكلمين من حيث يستند فيه المتخاطبون إلى الوضع اللغوي ويتجاوزونه لتلبية مقاصدهم وأغراضهم الدلالية لذا ينبغي عدم خلطها بالنفعية Pragmatisme لأن التداولية في رأي موريس Morris تعنى بالعلاقات بين العلامات ومستخدميها، وبهذا تبلورت هذه النظرية اللسانية، ورسمت منهجها الخاص وحدودها المميزة لها كنظرية مستقلة لها وجودها المستقل عن أسسها الفلسفية والقانونية، فقام هذا المنهج على العديد من المقولات والنظريات التي تطوف حول المعنى التداولية"¹، وبهذا تنقسم التداولية إلى قسمين هامين والمتمثلين في:

- التداولية العامة:

وهي التي تعني بدراسة المبادئ الضابطة للاستعمال اللغوي أثناء المحادثات.

- التداولية التطبيقية:

وهي التي تهتم بدراسة الفعل الكلامي في العديد من المجالات نحو طلب التأشيرة في القنصلية أو المرافعات القضائية ونجد الإشهار من بين هذه الخطابات التي لقيت في عصرنا هذا صناعة إعلامية وثقافية ونجد الإشهار بشكل لا مراء فيه، ولذلك فهو يحظى باهتمام كبير في مختلف المجتمعات خصوصاً المتطورة منها لما يميزه من قدرة عالية على بلورة الرأي العام وتشكيل الوعي الفردي والجماعي²، ففي التأثير على الثقافة في أبعادها الأخلاقية والفلسفية ولا شك أن هذا النوع

¹ - Abdelkader Sellami، المرجع السابق، ص 51.

² - نفس المرجع، ونفس الصفحة.

من الخطاب يعد من الخطابات التي تدرج في إطار الممارسة الثقافية كالخطاب السينمائي أو الأدبي أو البصري، فهو يؤثّر فضاءات اليومي ويستهلك إلى جانب الخطابات الأخرى كما يكتسي طابعاً ثقافياً يتمثل في مكوناته اللغوية والسينمائية، والتداولية بالإضافة إلى بعدية الاقتصادي والاجتماعي المرتبطين بالدعاية التجارية.

كما أن هذه الدراسة الموالية تهدف إلى استنطاق نموذج الإشهار الذي يسير على الألسنة والذي يعكس ممارسة مجتمعية بينما هو دلالي ومتداول في محاولة البحث عن جملة العناصر التي تجعل من الإشهار خطاباً سيميائياً وتداولياً بالنظر إلى صورته الثانية والمتحركة بما يجعله من كفاءة على التبليغ وقوة التوصيل والوقوف على مكان التأثير على المتلقي، ذلك أن الإشهار فن إعلامي يستند إلى مؤشرات منطوقة ومكتوبة أو مرئية ذات بنية لغوية ومضمون وطباعة وصورة يؤسس لعلاقة وتعارف بين المخاطب والمتلقي أو المنتج والمستهلك، لذا يتوخى منه أن تكون أفكاره واصفة ودلالته هادفة ومتداولة¹.

وهذا ما جعل من الإشهار من اهتمامات التداولية كونه يحتوي شبكة اتصال بين طرفي العملية التخاطبية في إطار سياق معين وبواسطة خطاب ذو صبغة اجتماعية يعكس أفكار المتخاطبين سواء بصورة أو إعلان أو كلام أو إشارات يحتوي في ثناياه خصوصية اللغة سواء المنطوقة أو المكتوبة حاملة في طياتها معاني محددة تستلزم من المتلقي في شفراتها وفهمها وبهذا لعب الإشهار دوراً هاماً لما يجعله من مميزات قادرة على لفت انتباه المتلقي بشكل أو بآخر، وأكثر من أهميته المتداولة بين الأفراد في مختلف مناحي الحياة الاجتماعية والثقافية وغيرها من أجل إكساب السامع أو المستهلك معارف مختلفة باعتباره المقصود الأول لكونه الكائن الوحيد الحامل لخصوصية اللغة التي تجعل منه مؤثراً ومتأثراً بغيره باختلاف تواصلاته الاجتماعية وبهذا انفتاحه على العالم بواسطة التواصل، وكان الإشهار أحد هذه الوسائل في اتصاله بغيره ومعرفته لما يجري من حوله وبهذا كان لابد من هذا التيار أن يعنى بدراسة اللغة بالتطرق إليه كونه متداولاً في بناء الأفكار والمعاني في إطار سياق معين، يهدف إلى جعل هذا الكائن الاجتماعي يتميز بخصوصية الفهم وتحديد اختياراته في إطار تفاعله مع الخطاب لما يميزه

¹ - Abdelkader Sellami، المرجع السابق، ص 51

الإشهار من معنى جديدة يريد المتكلم إيصالها للمتلقى بمختلف صوره وبلاغة أي شيء تكمن في التأثير في المتلقى سواء بالإقناع أو الامتناع ومما كانت الوسيلة أو الأداة.

وهذه البلاغة دالة على القوة التي لها سلطة يمكن أن تلقي بظلمها على المتلقى المخاطب باللغة أو غيرها التي يروج بها في العصر الحديث، أمّا ترويج وطبعا لا يمكن لأي رسالة أو خطاب أن يفهم أو يؤثر في متلقيه إلاّ وكانت تلازمه أدلة وحجج على صدقه حتى تجعل من المتكلم حتى تستطيع استمالة فكر المتلقى لتكون لديه فكرة متوقعة مع ما يصله من معلومة ومطابقة لما يريد أن يفهمه وفي هذا الإطار فإن أي إشهار إلاّ ويحتوي على حجج تجعل المتلقى يصل إلى معنى ويصدق ما يرى أو يسمع حتى الوصول لإقناعه و بالتالي نجاح العملية التواصلية.

المفصل الأول

ما هي حقيقة الحجاج

المبحث الأول: مفهوم الحجاج لغة واصطلاحاً

المبحث الثاني: الحجاج عند القدماء.

المبحث الثالث: الحجاج عند العرب القدماء

المبحث الأول: مفهوم الحجاج لغة واصطلاحاً

إذا اعتبرنا الحجاج عملية فكرية ذات هدف إقناعي انطلاقاً من تقديم مجموعة من الحجج والبراهين، فإنه يتجسد في أنماط مختلفة من القول بدءاً بالسفسطة إلى الخطابة فالجدل أو ما عرف لدى المسلمين بالمناظرة ل يتمخض عن هذه المناظرات والمجادلات زخم كبير من النصوص والخطابات التي يتطلب فهمها دراسة بنيتها الداخلية، مستعينين في ذلك بأدوات المنهج اللساني، أما طبيعتها الاجتماعية فتقتضي مقاربتها من الناحية التداولية.

وللوقوف على قيمتها وفعاليتها الحجاجية لابد لنا من إدراك ملابسات السياق وذلك من خلال تفاعل المعاني في مقام التواصل وهذا الفصل بين العلاقات الدلالية والتداولية عالجتها الدراسات الحديثة في إطار ما يعرف بالتداولية، وقبل على مفهوم الحجاج وآلياته في هذا الحقل إلا الجديد لا بد من جر أصوله اللغوية والفلسفية أولاً في التراث العربي والغربي لرصد التغيرات التي لحقت بهذا المنهج الحيوي في السيرورة الإقناعية¹.

1/- الحجاج لغة:

وفي هذا الصدد نجد المعاجم اللغوية قد عرفت الحجاج على النحو التالي حيث عرفه ابن منظور في سياق مادة (حَجَجَ): "يَقَالُ حَاجَجْتُهُ أُحَاجُّهُ حِجَاجًا وَمُحَاجَّةً حَتَّى حَجَجْتُهُ أَي غَلَبْتُهُ بِالْحُجَجِ الَّتِي أَدْلَيْتُ بِهَا (...)", وَالْحُجَّةُ الْبَرَهَانُ: وَقِيلَ الْحُجَّةُ مَا دُفِعَ بِهِ الْخَصْمُ، وَهُوَ رَجُلٌ مُحَجَّجٌ: أَي جَدِلَ وَالتَّحَاجُّ: التَّخَاصُمُ: وَالْحُجَّةُ الدَّلِيلُ وَالْبَرَهَانُ"².

أمّا ابن فارس في كتابه مقاييس اللغة فيعرف الحجاج على النحو التالي: "يَقَالُ حَاجَجْتُ فَلَانٍ فَحَجَجْتُهُ أَي غَلَبْتُهُ بِالْحُجَّةِ، وَذَلِكَ الظُّفَرُ يَكُونُ عِنْدَ الْخُصُومَةِ، وَالْجَمْعُ حَجَجٌ، وَالْمَصْدَرُ الْحِجَاجُ"³.

¹ - مقال بعنوان: "الحجاج في اللسانيات التداولية"، دراسة لنماذج من القرآن الكريم، جامعة مستغانم، الجزائر.

² - ابن منظور 1410هـ، 1990م، "لسان العرب"، ط1، مج2، دار صادر، بيروت، ص228.

³ - أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء 1411هـ-1991م، "مقاييس اللغة"، ط1، مج2، دار الجيل بيروت ص30.

أما الزمخشري فقد وردت لديه كلمة حجاج في كتابه أساس البلاغة حيث يقول: حجج، احتج على خصمه بحجة شهباء وحاج خصمه فحجّه وفلان خصمه محجوج وكانت بينهما محاجة وملاحة¹.

ومعنى محجوج أي مغلوب والشخص المتكلم الغالب المحاجج، والسامع المحاجج المغلوب، أي أنه اقتنع بحجة المتكلم.

وورد في مختار الصحاح أن: "الحجة هي البرهان، وحاجه فحجه من باب رد، أي غلبه بالحجة؛ وفي مثل لج فحج فهو رجل محجاج بالكسر أي جدل والتجاج، التخاصم، والمحنة بفتحيتين جادة الطريق"².

ومن خلال التعاريف التي وردت لدى اللغويين العرب فإن كلمة حجاج قد اتخذت المعاني التالية، المخاصمة والمنازعة عن طريق مقابلة الحجة بالحجة أو بتقديم دليل أو برهان في إطار المحاوراة أو المجادلة بين الأشخاص حيث نجد ابن منظور قد جعل من الحجاج بمعنى التخاصم، أما ابن فارس فقد وردت لديه كلمة حجاج عن طريق الغلبة بالحجة، أما الزمخشري فقد جعل من الشخص المحجوج المغلوب بالحجة المقتنع بها، أما في مختار الصحاح فقد اعتبرت الحجة برهانا وكل هذه الآراء تدور حول جعل الحجاج عبارة عن إثبات رأي من أجل دحض الرأي الثاني وبتقديم حجة أو برهان من أجل استمالة عقل المخاطب والتأثير فيه وبالتالي إقناعه.

ونجد لكلمة حجاج مقابلات أخرى في اللغات الأخرى حيث تقابلها في اللغة الفرنسية لفظة "Argumentation" التي تدل على معاني متقاربة أهمها حسب قاموس روبير "Petit Rebert"؛ "القيام باستعمال مجموعة من الحجج التي تستهدف تحقيق نتيجة واحدة"³.

¹ - أبو القاسم بن عمرو بن أحمد الزمخشري جاز لله، 1412هـ - 1992م، "أساس البلاغة دار صادرة"، بيروت، ص113.

² - الرازي: "مختار الصحاح"، دار الكتاب العربي، بيروت، لبنان ط1967، مادة حجج ص122-123.

³ - Petit Rebert, Dictionnaire de la langue Française, 1^{er}edefectionK paris, 1990, P 99

أمّا في الإنجليزية فتشير لفظ "Argue" إلى وجود اختلاف بين طرفين ومحاولة كل منهما إقناع الآخر بوجهة نظر بتقديم الأسباب والعلل "Resans" التي تكون الحجة "Argument" مع أو ضد فكرة أو رأي أو أسلوب ما¹.

ومن خلال هذه التعاريف المعجمية الأجنبية نجد أن لفظ الحجاج يتضمن معنى التخاصم والتنازع والغلبة باستخدام الحجة من أجل إقناع الطرف الآخر في إطار المحاورة بين المتكلم ومتلّق.

2/- الحجاج اصطلاحاً:

لا يبرز الجهاز الاصطلاحي في الدراسات العربية من داء الخلط وعدم الدقة والاشتراك، فالمصطلحات المعتمدة في هذا السياق تخضع لإجتهادات الباحثين وحدود إطلاعهم ومحاولاتهم ترجمة ما إطلعوا عليه في اللغة أو اللغات الأجنبية، التي تيسر لبعضها الإمام بها وهنا نجد البرهان والاستدلال والحجاج والجدال...، وغيرها من المصطلحات الأساسية في النظريات الحجاجية غير مستقرة، ولم يغلب عليها في السياق العربي العام توجه واضح يحفي الباحث الجديد من تلمس الطريق الشائكة نحو المزيد من تدقيق الجهاز الاصطلاحي².

وهذا ما يجعل لفظ الحجاج يحمل اختلافات في إصطلاحه وتعريفه "هذا فضلاً على الاختلاف الجزئي في الجذر (ح.ج.ج) فمنهم من يستعمل "الحجاج"، ومنهم من يفضل "التحاج"، ومنهم من يفك الإدغام فيقول "التحاجج"، ومنهم من يستعمل "المحاجة"، ومنهم من يفكها فيقول "المحججة..."، وغير ذلك من التصريفات الاشتقاقية"³.

وبهذا يصعب حسم الأمر في شبكة لهذه البدائل الإصلاحية، وذلك بسبب البحوث الشاسعة بين الاختيارات الإصلاحية التي يعتمدها الباحثون العرب من حيث التفاوت في نقل هذه المعرفة

Longmen, Dictionary of contemporary English -1

2 - صابر حيشة، "التداولية الحجاج (مداخل ونصوص)"، صفحات للدراسة والنشر، ط1، 2008، دمشق، سوريا، ص 46.

3 - نفس المرجع، ص 46.

النظرية من اللغات الأجنبية، فمنهم من يترجم مباشرة من الأصل الأجنبي، ومنهم من يأخذ عن الترجمة دون التمكن من الإطلاع على الأصل، هذا ما أدى الاختلاف في الإصطلاح¹.

أما تعريفه فنجد يأتي كالتالي:

"الحاج أو الحاجة: المجادلة: وهو أيضاً طريقة عرض الحجج وتنظيمها".

وتدل كلمة حجة في معناها السائر على أنها إما تمسّ ذهني بقصد إثبات قضية أو دحضها؛ وإما دليل يقدم لصالح أطروحة أو ضدها.

بهذا المعنى تقابل بين الحجة (Argument)، والبرهان (Preuve)، وبين الحجج (Argumentation)، والبرهنة (Demenstration)، في هذه الحالة فحسب يمثل الحجج خصوصية تستحق دراسة مخصوصة².

"ويمكن دراسة الحجج من تحليل التقنيات الخطابية التي تسمح بإحداث ميل السامع إلى الأطروحات التي نعرضها على مسامعة أو تسمح بتعزيز ذلك الميل، هذا التعريف يجعل الحجج يختلف عن البرهنة فهو يقدم أدلة لصالح أطروحة وبواسطته يطلب الإثبات والإقناع"³.

وفي هذا الصدد يمكن اعتبار الحجج آلية هامة في العملية التواصلية التي يحملها الخطاب الموجه من المتكلم إلى المتلقي، هذا ما جعل الاهتمام به من مختلف التوجيهات وبإختلاف الباحثين يتعدد إصطلاحاته.

1- صابر حاشة، مرجع سابق، ص 46.

2 - ينظر: صابر حاشة، نفس المرجع، ص 68

3 - المرجع نفسه، ص 69

المبحث الثاني: الحجاج عند القدامى

1/ الحجاج عند الغرب

لقد اهتم الفلاسفة اليونان بالخطابة منذ القدم، حيث أن جذورها الأولى تعود إليهم؛ بل وجدت في تربتهم منبتا خصيا فنشأت وابتعت وتطورت تطورا ملحوظا يمكن رصده من خلال مراحل مع السفسطائيين و أفلاطون وأرسطو مما أدى إلى قيام جدل بينهم حيث يبرز كل منهم بلاغته أو فلسفته ويعتبر أرسطو أهم تلك الأعمال وأبلغها تأثيرا إذ تعتبر بلاغته أساسا فلسفيا؛ معرفيا لأغلبية النظريات البلاغية واللغوية التي جاءت بعدها، وقد دخلت هذه البلاغة في نقاش جدلي حاد مع تيار المذهبين الفلسفيين (السفسطائي والأفلاطوني) ومن خلال هذا المبحث سنبرز أهم ما جاءت به هذه التيارات حول الحجاج.

أ/- الحجاج بين فلسفة أفلاطون وبلاغة السفسطائيين:

يعد السفسطائيون حركة فلسفية برزت في القرن الخامس قبل الميلاد وقد تميز روادها بالكفاءة اللغوية البلاغية والخبرة الجدلية¹.

حيث كان لهم دور كبير في تطوير البلاغة والحياة الفكرية في اليونان عامة، وقد نبعت شهرتهم البلاغية الخطابية من الخاصية المغالطة في القول حيث إنهم كانوا "يستعملون في الغالب سلطة القول في فضاءات السلطة في المدينة"² وقد وقف ضدهم كل من أرسطو وأفلاطون حتى صار اسم السفسطائيين مرادفا للنقاش الفارغ الذي لا فائدة منه

كما أن اهتمام السفسطائيين كان "بنية كل من الكلمة والجملة وبحثوا في السبل الممكنة التي يتحقق الإقناع وتغيير مواقف الآخرين".

¹ - سالم محمد الأمين طلبة: "الحجاج في البلاغة المعصرة"، ط1، دار الكتاب بتحديد المتحدة، بيروت لبنان 2008م ص244.

² - هشام الريفي: "الحجاج عند أرسطو ضمن كتاب أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية"، إشراف حمادي صمودي، منوية، جامعة تونس، كلية الآداب: دت ص51.

وهذا ما يعني بأن السفسطائيين قد اهتموا بكل ماله علاقة بالحجاج من وسائل وأساليب في سبيل الوصول إلى الإقناع بشتى الطرق.

إلا أفلاطون قد عارضهم ونهتهم بأدعية العلم والمعرفة وأن كل من يقدمونه نتائج ظنية قوامها اللذة والهوى، وهذه الأمور مضرة بالقيم والأخلاق والإيمان واليقين تلك القضايا الأربع التي احتلت مكانة كبيرة في البلاغة والفلسفة الأفلاطونيتين¹.

وفي هذا الإطار فإنه مهما يكن من أحكام موجهة للسفسطائيين إلا بلاغتهم قد أثرت في تاريخ الحجاج تشكل كبير وذلك بما أضافوه حول النظر إلى الخطاب ودوره في تحقيق الوجود، إلا أن أفلاطون قد واجه ممارستهم الحجاجية بمحاورتين المتمثلتين في "جورجياس وفيدر" ناقدا فيهما بلاغتهم معتمداً في ذلك إستراتيجية واحدة سماها هشام الريفى "إستراتيجية الكشف"²، وهذه المواجهة رأى فيها أفلاطون بأنها عبارة عن كشف للقناع عن أغلاطهم و مراوغاتهم اللغوية وكان نقده في المحاورتين لديه يدور حول "منطق الحجاج ومقصده في ضوء قيمتي الحق والخير"³.

ومن خلال ماقدنه أفلاطون يتضح لنا بان هدفها الاول والاخير هو تحقيق المنفعة للفرد والمجتمع والتعبير عن عالم المثل فقد أهتم بالحجاج الأخلاقي ويمكن أن نسميه مثالي وبهذا فان فلسفته كانت مثالية بعيدة عن كل ماهومادي الذي يعتبره عالم زائف ولا فائدة منه هذا ما أدى إلى نقده من طرف تلميذه أرسطو.

ب/- الحجاج عند أرسطو:

لقد أهتم اليونانيون القدماء بفنون الكلام، بشكل كبير خاصة الخطابة والشعر منها وهذا ما أدى إلى التنظير لهما، وإرساء قواعدهما الفنية والعقلية التي أصبحت فيما بعد منهجا اتبعه من جاء من بعدهم من العلماء سواء اليونانيين أم العرب.

¹ - سالم محمد الأمين طلبة، مرجع سابق، ص26.

² - ينظر: هشام الريف: "الحجاج عند أرسطو ضمن كتاب أهم نظريا الحجاج في التقاليد الغربية"، ص 62.

³ - ينظر هشام الريف: المرجع نفسه، ص72

ونجد أرسطو ممن نظر للفنيين معا، منطلقا في تنظيره للخطابة مما وضعه "سقراط" حيث جعل لهما خطتين، جدلية ونفسية، ورأى أنه لابد للخطابة الجدلية من أمرين التركيب الذي يجمع به الخطيب نواحي الفكرة المتفرقة ليتمكن من تحديداً الكلام، والتحليل الذي يرد الفكرة إلى أراء جزئية، وسمى أصحاب القدرة على التركيب والتحليل (جدليين)، والخطابة عنده نوع من الجدل؛ أو هي الجدل بعينه¹.

وهذا ما يبين لنا بأن أرسطو قد اهتم بالخطابة في اطار علاقتها بالجدل بشكل كبير وقدرة الفرد على تركيب وتحليل أجزاء الكلام من أجل إعطاء مفهوم منطقي وفكرة واضحة بحجج منطقية حتى تكون مفهومة بالنسبة للسامع.

وقد ربط هذا الباحث تفكير الإنسان خلال تغييره بواقعه الذي يستمد منه حججه من أجل إقناع الآخرين بمختلف الوسائل "فالإنسان لأنه متكلم معير يبحث بطبعه عن الإقناع، ويحاول أن يصل بكلامه إقناع أكبر عدد ممكن من الناس بوسائل مستمدة من التفكير الذي حوي به من الطبيعة"².

كما أن فلسفة أرسطو قد تركزت بالإنفتاح على كل حقول المعرفة فهو يبحث في الطبيعة والميتافيزيقا والنفوس وعلم السياسة والشعر فن والخطابة حيث أنه وضع المنطق الصوري الذي كان له صبت كبير على الفلاسفة الذين أتوا من بعده، خاصة بحثه في الجدل وما يتصل به من أقوال حجاجية؛ حيث يعد كتابة "الخطابة" أقدم كتاب أهتم بالإقناع وأدواته وقد أثر بشكل كبير في دراسته الجدل وعلاقته بالخطابة حيث يقول عبد الله صولة: "إن الجدل والخطابة قوتان لانتاج الحجج"³، وهذا ما يجعل من الخطابة والجدل آليتان مهمتان في إنتاج الحجج وجعل المحاوره بين أطراف العلمية التواصلية

¹ - أرسطو طاليس: "كتاب الخطابة، ترجمة إبراهيم سلامة"، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر ط2، 1953، ص22، ص23

² - أرسطو طاليس: المرجع نفسه، ص24

³ - عبد الله صولة، "الحجاج في القرآن الكريم من خلال أهم خصائصه الأسلوبية"، ج1، جامعة منوبة تونس 2001 ص21.

مستمرة بالأخذ والعطاء وقد وضع أرسطو الصلة القوية بين هاتين الآيتين من خلال قوله: "إن الخطابة فرع من الجدل وأيضاً فرع من علم الأخلاق يمكن أن يدعى بحق علم السياسة"¹.

وهذا ما يجعل الوعي الفكري لأرسطو لمن لا قائما على انتفاخ الخطاب البلاغي الجدلي على مختلف الميادين المعرفية الأخرى بالاستفادة منها وهذا ما يجعله مخالفاً لأستاذه أفلاطون: "ولا يخفي ما في هذا التصور من خلاف مع الطرح الأفلاطوني الذي يعتبر هذا النوع من البلاغة فاسداً"².

لأن أفلاطون قد اهتم في خطابه التي جعلها صناعة أساسها الحجاج بينما أرسطو من خلال انتقاده للسفسطائيين قد ركز على إنتاج الحجاج عنده وما يتعلق به من آليات مؤكداً أن العالم الحقيقي هو العالم الواقعي المادي، أما العالم المثالي فلا وجود له ولا وجود للحقيقة إلا في العالم الذي تعيشه وفي الجواهر خاصة المدركة بالعقل ولا توجد في الأعراض التي تتغير الأشكال أي الحقيقي هو الثابت المادي، أما غير الحقيقي فهو متغير متبدل وهذا ما يجعل تصوره مخالفاً لتصوير أفلاطون وهذا ما ذهب إليه أحد الباحثين العرب المحدثين قائلاً:

"إنه إذا كان أفلاطون قد رفع بتجريده ومثاليته الفلسفة من الأرض إلى السماء، فإن أرسطو بدراسته الإنشائية التواصلية قد أعادها إلى الأرض"³.

ومن خلال ما قدمه أرسطو نجد أنه يقيم فهمه للحجاج على منطلقات منطقية استدلالية خاضعة للواقع المعاش المستمدة من أعماق الاعتبار الاجتماعية النفسية والاجتماعية عامة، وهذا ما جعل لتصوره الصدى الكبير في آفاق العلوم الإنسانية العامة.

كما قدم أرسطو في درسه للخطابة اهتمامه البالغ للجانب العقلي والنفسي لها في إطار تمييزه بين وسائل الاقناع ووسائل التأثير فالأولى بمثابة الركيزة لتحقيق الثانية، كما ميز بين نوعين

¹ - أرسطو طاليس: "الخطابة حقه وعلق عليه عبد الرحمن بدوي"، وكالة المطبوعات الكويت، 1979، ص 30.

² - سالم محمد الأمين طلبة: المرجع السابق، ص 33.

³ - المرجع نفسه، ص 32.

من الحجاج (الأدلة) الأدلة غير مصنوعة : " التي لا دخل لنا فيها لأنها سابقة على تصرفاتنا مثل الشهود في القضية والتعذيب، والاتفاقات المكتوبة، وغير ذلك"¹.

والأدلة المصنوعة: "وهي كل ما يمكننا جمعه بأنفسنا على هدى المنهج الموضوع"، وتمثل هذه الأخيرة التي يطلق عليها أرسطو - بالتصديقات- فهي جوهر الخطابة بالنسبة له، وتكون على ثلاثة أنواع: "...ما يتصل بأخلاق الخطيب نفسه، وما يتصل باستعداد السامعين، وما يتصل بالخطبة نفسها إذا كانت استدلالية في حقيقتها وفي ظاهرها"².

ومن خلال ما قدمه أرسطو حول دور كل أطراف العملية التواصلية في إطار الحجاج من خلال دور المتكلم ودوره في عرض الحجاج، والسامع وقدرته على استيعاب والاستعداد وفي الحجة أو الخطبة ذاتها ودورها وفعاليتها على التأثير في السامع من ناحية استدلالها وتنوعها سواء كانت مصنوعة أم غير مصنوعة فإن الهدف من كل هذا هو شيء واحد ألا وهو الاقناع.

لقد أثر أرسطو في الخطابة من خلال ما قدمه حول الحجاج بتصور الشامل في إطار ربطها بالمجالات الأخرى وهذا كان له الدور الفعال في إحياء الدرس الحجاجي وإيصاله إلى أرقى المكنات.

¹ - أرسطو طاليس: المرجع السابق، ص 84

² - نفس مرجع ، ص ص 84-85.

2- الحجاج عند العرب:

لقد اهتم العرب القدامى بالكلام والتخاطب بشكل كبير خاصة البلاغيون منهم حيث قاموا بتقسيم وجوه الكلام، ومناسباته وصفاته ثلاثاً مع متلقيه أياً كان، ومهما كانت طبقتهم، "فإذا كان موضوع الكلام على الإفهام (...). فالواجب أن تقسم طبقات الكلام على طبقات الناس فيخاطب السوقي بكلام السوقه والبدوي بكلام البدو (...). ولا يتجاوز به عما يعرفه إلى ما لا يعرفه، فتذهب فائدة الكلام، وتعدم منفعة الخطاب"¹.

وقد صنف هذا ضمن البلاغة أو بلاغة الخطاب التي تضم الشعر والنثر معاً، وهذا ما يوضح أن غاية البلاغة العربية لم تكن مجرد تزيين وزخرفة للكلام بل الهدف منها هو الإقناع والتأثير وغايتها السياسية هي غاية حجاجية بالدرجة الأولى وهذا ما أوضحته تعاريف أهم البلاغيين القدامى، حيث قام أبو الهلال العسكري بصياغة مفهوم خاص للبلاغة من خلال قوله "البلاغة كل من تُبْلَغُ به المعنى قلب السامع فُتْمَكِنَتْهُ في نفسك مع صورة مقبولة ومعرض حسن"².

ويتضح من خلال هذا المفهوم أن البلاغة تهدف إلى إيصال معنى واضح مع ترك أثر حسن وصورة واضحة حول هذا المعنى والهدف من كل هذا الوصول إلى إقناع المتلقي وإفهامه والتأثير فيه.

وقد اختلفت تسميات الحجاج بمعناه الحديث بتسميات حسب اختلاف توجهات الباحثين ومن بين علماء العرب نجد الجاحظ الذي اهتم ببلاغة الكلام والمخاطبات باسم "البيان" الذي يدرجه في قوله: "مدار الأمر والغاية التي إليها يجري القائل والسامع إنما هو الفهم والإفهام، فبأي شيء بلغت الإفهام وأوضحت من المعنى، فذلك هو البيان في ذلك الموضع"³.

ومن خلال هذا القول نجد أن الجاحظ يدرج أن الغاية من "البيان" أو الحجاج بالمعنى الحديث هو الإفهام والإقناع بواسطة إيضاح المعنى فالإفهام هو إيضاح للمعنى القائم في النفس الذي يدركه السامع، والإقناع ناتج عن مجموع مؤهلات وصفات التي يمتلكها المتكلم حتى يقنع بها الآخر.

¹ - أبو الهلال العسكري، "كتاب الصنائع الكتابية والشعر"، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط2، 1989، ص39.

² - المرجع نفسه: "تحقيق علي محمد تجاوي ومحمد أبو الفضل"، منشورات المكتبة العصرية، بيروت، ص10.

³ - الجاحظ: "البيان والتبيين"، دار مكتبة الهلال، بيروت، لبنان، ط2، 1992م ص82.

ونجد أيضاً أن الجاحظ قد أورد عن ابن المقفع حول البلاغة من خلال قوله: "البلاغة اسم جامع لمعان تجري في وجوه كثيرة فمنها ما يكون في السكوت، ومنها ما يكون في الاستماع، ومنها ما يكون في الإشارة، ومنها ما يكون في الاحتجاج، ومنها ما يكون جواباً، ومنها ما يكون رسائل"¹؛ وبهذا يتضح أن البلاغة العربية كانت تهدف إلى الوظيفة الإقناعية، باختلاف أنواع الخطابات سواء في الاستماع أو الاحتجاج أو الرسائل، إلا ونجد فيها لمسات بلاغية تسهم في استمالة القارئ والتأثير فيه.

أمّا ابن وهب فنجد أنه يجعل الاحتجاج نوعاً من أنواع النثر على سبيل التصنيف: "فأما المنثور فليس يخلو أن يكون خطابة أو ترسلاً أو احتجاجاً أو حديثاً، ولكل واحد من هذه الوجوه موضع يستعمل فيه"².

ومن خلال هذا القول نجد أنه يجعل أي منثور إلا ويحتوي خطابة أو احتجاجاً يستعمل حسب الموقف الذي يكون فيه.

ثم يضع الاحتجاج تحت اسم الجدل من خلال تعريفه: "وأما الجدل والمجادلة فهما قول يقصد به إقامة الحجة فيما اختلفت"³.

فيه من عقائد المتجادلين، ويستعمل في المذاهب، والديانات، وفي الحقوق، والخصومات، والتسول في الاعتذارات، ويدخل في الشعر والنثر"⁴.

وفي هذا الإطار نجد ابن وهب يعتبر الاحتجاج جدلاً يستخدم في مختلف المذاهب من أجل إقامة الحجة للدفاع عن الرأي القائم لدحض رأي الخصم في إطار المجادلة ومن هذا بيان قيمة الاحتجاج في بيان وإيضاح المعنى المراد إيصاله للسامع.

¹ - الجاحظ: البيان والتبيين، المرجع السابق، ص 115-116

² - أبو الحسن إسحاق ابن وهب، "البرهان في وجوه البيان"، تقديم وتحقيق، جفني محمد شرف، مطبعة الرسالة، عابدين، مصر، دط، دت، ص 150.

³ - أبو الحسن إسحاق، المرجع نفسه، ص 176.

⁴ - نفس المرجع، ونفس الصفحة.

كما نجد السكاكي في كتابه "مفتاح العلوم" قد ربط البيان بالدليل من خلال قوله: "من أتقن أصلاً واحد من علم البيان كأصل التشبيه أو الكناية أو الاستعارة ووقف على كيفية مساقه لتحصيل المطلوب به، أطلعه ذلك على كيفية نظم الدليل"¹، وبهذا يرى بأن البيان وفروعه كالاستعارة... بمثابة الحجة أو الدليل لاستمالة وإقناع المتلقي ووسيلة نجعل المتكلم يعرف كيف يبني حجته مما يجعلها قوية ومقنعة بفضل إحدى فروع البيان.

وفي هذا الصدد يمكن القول بأن البيان قد لعب دوراً هاماً في مجال الخطابة باعتبارها ذات شأن عظيم في المجتمع العربي القديم فكل خطيب كان يحاول أن يبرز أفضل ما لديه في مختلف الميادين الدينية، السياسية والأدبية وهذا ما جعل الخطباء يقومون بجمع الصور البيانية واستعمالها كحجج لردع الخصم واستمالة المستمعين وإقناعهم إذ أنه "في الوقت الذي كان فيه الجاحظ مشغولاً بتجميع الأمثال والحكم والخطب الجيدة المتضمنة للأفكار والملاحظات العميقة، وأشعار المذاكرة أي التي تحتوي على"²، معان وحجج من أجل تكوين الخطيب المقتدر في معركة الحجاج التي يخوضها مع المعتزلة، "كان الشعراء والنقاد يجمعون الصور البيانية وينتخبون الأمثال من القديم والحديث، للاحتجاج بها في معركتهم الأدبية كما فعل أبو تمام"³.

ومن خلال هذا يمكن القول بأن البلاغة القديمة كان لها أثر كبير بما أضفته على الخطابة أو الحجاج من وسائل ساهمت في عملية الإقناع بشكل مباشر وذلك أن الهدف الأساسي من علم البيان لم يكن مجرد تزوين للخطاب، وإنما هو البحث عن الطرق الممكنة لتحقيق قوة التأثير في نفوس المستمعين أثناء العملية التواصلية "وقوة التأثير نقصد بها أن يترك الأسلوب أثره في نفوس القارئ والسامعين، وأن يدفع من يقرؤه أو يسمعه إلى الإيمان بما آمن به البليغ فكرة أو رأي أو عقيدة"⁴؛ وبهذا يكون التأثير عاملاً مهماً في تحقيق التبليغ وإذا تحقق هذا الأخير فإنه حدث تكامل بين المرسل والمتلقي وبالتالي نجاح العملية التواصلية بين الطرفين.

¹ - السكاكي، أبو يعقوب (دت) "مفتاح العلوم"، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ص182.

² - محمد العمري 1999، "البلاغة العربية أصولها وامتداداتها"، إفريقيا الشرق، المغرب، ص205.

³ - محمد العمري، المرجع السابق، ص205

⁴ - محمد عبد المنعم خفاجي، "عبد العزيز شرف الدين"، نحو بلاغة جديدة مكتبة غريب، القاهرة، ص139.

المبحث الثالث: الحجاج عند المحدثين

1/- عند الغرب:

أ/- الحجاج عند بيرلمان وتتكاه (البلاغة الجديدة):

تعرف البلاغة الجديدة بأنها نظرية الحجاج التي تهدف إلى دراسة التقنيات الخطابية، وتسعى إلى النفوس، وكسب العقول عبر عرض الحجج، كما تهتم البلاغة الجديدة أيضا بالشروط التي تسمح للحجاج بأن ينشأ في الخطاب، ثم يتطور، كما تفحص الآثار الناجمة عن هذا التطور.

هذا التعريف يبين لنا إلى أي مدى تمثل البلاغة الجديدة استمرارا للبلاغة الكلاسيكية؛ وإلى أي مدى تختلف عنها في التقاليد الغربية طبعاً ولا ربما انسحب ذلك عن مسار البلاغة الغربية بوجه من الوجوه.

إن البلاغة الجديدة تواصل بلاغة أرسطو من حيث توجيهها إلى جميع أنواع السامعين باختلاف مستوياتهم طبقاً حيث أن هدفها الأساسي هو الإقناع وليس مجرد زخرفة للخطاب بل وسيلة لإنجاح للعملية التواصلية بين المتخاطبين¹.

وقد ظهر مصطلح البلاغة الجديدة عام 1958 في عنوان أحد الكتب الشهيرة التي وضعها المفكر البلوني المولد البلجيكي المقام "بيرلمان PERELMAN" تحت اسم مقال في البرهان: البلاغة الجديدة "يعتد هذا الكتاب على محاولة إعادة تأسيس البرهان، أو الحاجة الاستدلالية باعتباره تحديد منطقياً بالمفهوم الواسع كتقنية خاصة ومتميزة لدراسة المنطق التشريعي القضائي على التحديد؛ وامتداداته إلى بقية مجالات الخطاب المعاصر².

¹ - صابر حباشة: "التداولية والحجاج (مداخل ونصوص)"، صفحات للدراسة والنشر، دمشق سوريا ط1، 2008، ص15.

² - حاكم عمارة: "الخطاب الإقناعي في ضوء التواصل اللغوي" دراسة اللسانية التداولية في الخطابة العربية"، دار العصماء ط12004 سوريا ص 75، نقلاً عن صلاح فضل: "بلاغة الخطاب"، عالم المعرفة سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني والفنون والآداب الكويت العدد 164-1992، ص73.

ومن خلال ما قدمه بيرلمان يمكن القول بأنه قد أدى البلاغة على صهوة نوعية بقيام علم جديد لما سمي "البلاغة الجديدة" قائم على دراسة الخطابات بأنواعها لاتساع مجاله، حيث شمل مختلف جوانب حياة الإنسان الاجتماعية، فهو محاولة لوصف الخصائص الإقناعية للنصوص وهذا الانفتاح من ناحية البلاغة الجديدة أدى جعلها دراسة مميزة ذات طابع خاص ميزها عن البلاغة القديمة.

لقد اتسع مجال الخطابة ذلك باعتبارها فن الإقناع عبر الخطاب خاصة بعد ظهور كتاب "مصنف في الحجاج" للمؤلف بيرلمان وتيتيكاه الذي شكل ظهوره منطلقا جديدا أو أساسا في علم الخطابة الجديدة البلاغة الجديدة حيث حاول هذين الباحثين من خلال هذا الكتاب إعادة صياغة مفهوم الحجاج بعكس المفهوم الذي كن شائعا عند أرسطو بعدما كان مرتبطا عده بالخطابة والجدل وبصرامة المنطق عند الباحثين منحني جديد حيث ربط بالعقل والحرية والحوار في إطار التوافق بين أطراف العملية التواصلية لذلك "الحجاج عندهما معقولية وحرية، وهو حوار من أجل حصول الوفاة بين الأطراف المتحاوره ومن أجل حصول التسليم بالرأي آخر بعيدا عن الاعتبارية اللامعقولية اللذان يطبعان الخطابة عادة وبعيدا عن الإلزام والاضطرار اللذين يطبعان الجدل، ومعنى ذلك كله أن الحجاج عكس العنف بكل مظاهره¹.

وبهذا يكون الحجاج عند بيرلمان وتيتيكاه بعيدا عن السلطة والتملق في الكلام الذين كانا موجودين في الحجاج لدى السفسطائيين وأرسطو وأفلاطون فهذه البلاغة الجديدة قد حاولت إخراج الحجاج من سيطرة من اللامعقول المثل لدى أفلاطون والمنطق لدى أرسطو وكذلك المغالطة لدى السفسطائيين وبذلك جعلت للملتقى حرية التسليم بالرأي بعيدا عن قيد الاستدلال وبالتالي حصول توافق بين الطرفين دون منازعة وهذا ما جعل من هذه البلاغة خصوصية ذات ملمح كان له تأثير كبير في مجال الخطابة عامة وفي مختلف الميادين.

¹ - عبد الله صولة، "الحجاج أثره ومنطلقاته وتقنياته من خلال مصنف في الحجاج الخطابة الجديدة لبيرلمان وتيتيكاه ضمن كتاب أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم"، إشراف حمادي صعود جامعة الآداب والفنون والعلوم الإنسانية تونس كلية الآداب منوبة، ص 298.

كما قدم بيرلمان "PERLMAN" وتيتكا "TYTECA" تعريفا للحجاج على أنه "طائفة من تقنيات الخطابة التي تقصد إلى استمالة الملتقيين إلى القضايا التي تفرض عليهم وإلى زيادة درجة تلك الاستمالة"¹.

ومن خلال هذا التعريف نجد أن الباحثان قد جعلوا الحجاج وسيلة تهدف إلى التأثير في الملتقى باعتباره تقنية موجودة في الخطاب من أجل تحقيق الإقناع وطابعا فيه ووظيفة له وهذا الشيء الذي أدى بالبلاغة الجديدة الاهتمام بالحجاج.

كما نرصد تعريفا آخر للحجاج بالنظر إليه على أنه "وسيلة المتكلم في جعل الملتقى يتقبل آراءه واتجاهاته، وانتقاده وتوجيهاته"².

وبهذا تكمن أهمية الحجاج التي تلزم تواجده في الخطاب حيث يستعين به المتكلم لجعل الملتقى يتقبل آراءه مؤثرا فيه بواسطة الحجج المعروضة من قبله وبالتالي الوصول إلى إقناعه و نجد الحجاج عند بيرلمان يتميز بخمسة ملامح رئيسية هي:

- أن يتوجه إلى مستمع
- أن يعبر عنه بلغة طبيعية.
- مسلامته لا تعد وأن تكون احتمالية.
- لا يفتقر تقدمه - تنامي - إلى ضرورة منطقية. بمعنى الكلمة.
- ليست نتائجه ملزمة.

¹ - حاكم عمارية، المرجع السابق نقلا عن: tranté de l'argumentation Perlman, ch-tyteca, olbrechts presse universitaire de lyon, 1981, p 92.

² - عباس حشاني: "مقال بعنوان مصطلح الحجاج بواعثه وتقنياته"، مجلة المخبر أبحاث في اللغة العربية والأدب الجزائري جامعة بسكرة الجزائر العدد 9-2013 ص270، نقلا عن بمينة تايبي، الحجاج في الرسائل ابن عباد الرندي دورية أكاديمية محكمة في الدراسات والبحوث العلمية منشور مخبر تحليل الخطابة تيزي وزو عدد 2-2007 ص 284.

دون إغفال السامع حيث يمثل لديه السبب الفعلي الذي لولاه لما كان الحجاج أصلاً؛ وهذا يكون الحجاج عبارة عن تصور معين لقراءة الواقع اعتماداً على بعض المعطيات الخاصة بكل من المحاجج و المقام الذي يوجب هذا الخطاب¹.

من خلال ما قدمه بيرلمان نجده قد أعطى اهتماماً لكل أطراف العملية التواصلية في إطار الحجاج حتى المقام الذي يعتبر أساسياً في إنجاز الخطاب وبالتالي يكون تأسيسه للحجاج مبنياً على مراعاة مختلف الجوانب التي تجعل من الخطاب مؤثراً في ملتقيه ومناسباً لتصوراتهم والظروف المحيطة بهم.

كما نجد أن نظرية بلاغة البرهان لديه كانت عبارة عن توضيح لنظرية المحاجة حيث يرى أنها لا يمكن أن تنمو إذا تصورنا أن الدليل البرهاني².

إنما هو مجرد صفة مبسطة بديهية، ولذلك فإن هدف النظرية "البرهان Argumentation" لديه في دراسة تقنيات الخطاب التي تسمح بإثارة تأييد الأشخاص للفروض التي تقدم لهم، أو تعزيز هذا التأييد على تنوع كثافته³، ونجد هذه النظرية ذات علاقة بتقاليد البلاغة الكلاسيكية كون الخطاب البرهاني يهتم بدوره بالأشكال البلاغية كأدوات أسلوبية ووسائل الإقناع والبرهان ولهذا كان هدف مجال البحث الحجاجي هو الإقناع وهذا ما أدى بهذه النظرية البحث في آليات وتقنيات الخطاب التي من شأنها تحريك المتلقي بالكلام صوب الفعل والتغيير في سلوكه بما ينسجم مع المقام حتى تكون العملية التواصلية ناجحة.

ومن خلال ما قدمه بيرلمان وتيتكاه يمكن القول بأن البلاغة الجديدة كان لها أثر في إحياء البلاغة القديمة بحيث لم يكتفوا بالقديم حيث "ركزوا على صناعة الجدل من ناحية صناعة الخطابة أخرى

¹ - محمد سالم ولد أمين: "مفهوم الحجاج عند بيرلمان و تطوره في البلاغة المعاصرة"، عالم الفكر، الكويت، ع2، 2000م، ص 61.

² - صلاح فضل، "بلاغة الخطاب وعلم النص"، عالم المعرفة، ع 164، أغسطس/اب 1992، ص 74.

³ - صلاح فضل، نفس المرجع، ونفس الصفحة.

فإنما حرصا كل الحرص على جعل الحجاج أمراً ثالثاً مفارقاً لهما رغم اتصاله بهما¹، وهذا يعني بأن لهذه البلاغة صبغتها الخاصة لما تميزت به من تفاعل بين المتكلم والمتلقي في إطار الحرية والتوافق وبهذا ظل هدف هذه الأخيرة هو الإقناع بمراعاة بجوانب العملية التواصلية في سبيل إنجاحها.

ب/- الحجاج عند ديكرود وأسكومبر:

لقد أشار ديكرود إلى الحجاج داخل اللغة وذلك من خلال كتابه "الحجاج في اللغة" الذي شاركه في تأليفه "جون كلود أسكومبر" Anscabre, Jean, c. 1900، إذ تركزت الدراسة في هذا الكتاب على أن الحجاج يقوم على اللغة بالأساس بل يمكن فيها²، ويتزل الحجاج عند ديكرود وأتباعه في صميم المدرسة البراغماتية، فمقتضى انشغالها بوظائف الخطاب يصبح مفهوم التفاعل مؤسس في أبحاث أصحابها، إذ في وضع معين يحدث الباث جملة من الأعمال الإقناعية ذات طبيعة بلاغية معقدة تفعل في المتلقي الذي يحدث بدوره جملة من الأعمال على هذا النحو أقر "ديكرود" بسلطة الخطاب الحجاجي فهو في نظره خطاب سيد المنافذ على أي حجاج مضاد فيحرص على توجيه المتلقي إلى وجهة واحدة دون سواها، وبذلك نصل إلى ميزتين أساسيتين هما:

1. التأكيد على الوظيفة الحجاجية للبنى اللغوي

2. إبراز السمة التوجيهية للخطاب³.

وبهذا نجد ديكرود وأتباعه قد ركزوا على اللغة كأساس لأي حجاج ووظيفة الخطاب في تغيير سلوك المتلقي وتوجيهه، واعتبار الخطاب الحجاجي كأقوى دليل موجه للمتلقي وكعامل أساسي لإحداث تفاعل بين طرفي العملية التواصلية.

¹ - سامية الدريدي: "الحجاج في الشعر العربي القديم من الجاهلية إلى القرن الثاني للهجرة بنيت وأساليبه"، عالم الكتب الحديث، إريد الأردن ط 1، 2008، ص 22.

² - نفس المرجع، ص ص 21، 22، 23.

³ - المرجع نفسه، ص ص 23، 24.

وبانفتاح الحجاج، يعد حلقة ضرورية تمر عبرها كل العلوم وقد يكون التوجه الحجاجي فلسفياً، نصياً أو توجيهياً لفظياً بحسب زوايا التناول فالتركيز على المتكلم مثلاً بكونه زاوية للتفاعل وبإمكاننا دراسة الحجاج "من خلال علاقة المتكلم بالمتلقي في إطار الحالة التي تفرض (أ) أن يحدث (ب) تأثيراً باستعمال آليات الإرسال، كما تفرض على (ب) أن يفهم بطريقة معينة ما يقول (أ)؛ وبالمفهوم القديم يسند الحال إلى بلاغة معينة (كلام معين، تصرف ما)، ومن هذه الزاوية يراعى الإطار الحالي للمتكلمين، أما الزاوية الثانية فتتمثل في رؤية الحجاج على أساس أنه بنية نصية، وهنا يكون التركيز على الجوانب اللغوية فقط، وذلك بالحديث على الأدوات اللغوية التي تلعب في النص دوراً حجاجياً وهي المفردات، الأفعال، الظروف، الأسماء... الخ"¹.

وفي إطار هذا التفاعل بين المتكلم والمتلقي نجد ديكرو وقد ركز على الجوانب اللغوية التي تلعب دوراً هاماً في الخطاب الحجاجي باعتباره بنية نصية، وما له من تأثير على المتلقي بواسطة الأدوات اللغوية واستمالته من أجل إقناعه كما نجد ديكرو يفرق بين معنيين للفظ الحجاج بمعنى العادي والمعنى الفني أو الاصطلاحي:

* **الحجاج بالمعنى العادي:** يعني طريقة عرض الحجج وتقديمها، ويستهدف التأثير في السامع فيكون بذلك الخطاب ناجحاً فعالاً غير أنه ليس معياراً كافياً، إذ يجب أن لا تهمل طبيعة السامع أو المستقبل المستهدف من هذا الحجاج، فنجاح الخطاب يكمن في مدى مناسبه للسامع ومدى قدرة التقنيات الحجاجية المستخدمة في إقناعه.

* **الحجاج بالمعنى الفني:** يدل على صنف مخصوص من العلاقات المودعة في الخطاب والمدرجة في اللسان ضمن المحتويات الدلالية².

¹ - حسان حشاي، مرجع سبق ذكره، نقلاً عن بحينة تايي، المرجع السابق، ص 270.

² - صابر حباشة، نفس المرجع، ص 21.

ومن خلال هذين التعريفين نجد أن الحجاج عند ديكو وقد ارتكز على الخطاب في ذاته وطريقة عرضه بواسطة الحجج ومدى تأثيره على المتلقي كما أعطى أهمية لهذا الأخير ومدى ملائمة الخطاب له، دون نسيان ما يحتويه الخطاب من محتويات دلالية قادرة على إقناع المتلقي وجعله يسلم بما يسمع.

لقد تبلور المنظور اللغوي للحجاج في أبحاث أوزفالدديكرو الحالية وذلك باعتبار البنى الحجاجية ليست ذات طبيعة منطقية، ولكنها لغوية بالأساس داخلية في اللغة التي تحتوي في بنيتها على معلومات تتعلق بالحجاج هذه المعلومات يمكن تشبيهها وظيفيا لتحديد مسبق للتسلسلات الخطابية الملفوظات تختص إذن بقطبية حجاجية، أي بكفاءة للدخول إلى محمل لغوي موجه نحو استنتاج دقيق (وعدم قدرتها بالتوازي على الدخول في محمل موجه نحو استنتاج مضاد) أن أعمال "أوزفالدديكرو؛ وجون كلود انسكومير" تتميز عن النظريات التداولية الأخرى بمصادرة مخصوصة أنهما يعتبران أن هذه القطبيات الحجاجية ليست مضافة إلى الملفوظ، ولكنها مسجلة في اللغة بوصفها أساسا لكل دلالة، أن الحجاج في نظر هذين اللسانين لم يعد نشاطا لسانيا من بين الأنشطة الأخرى، ولكنه أساس المعنى نفسه وأساس تأويله في الخطاب.¹

ومن خلال ما قدمه هذين الباحثين في مجال الحجاج حيث نجد بأنهما قد أثرا بأعمالهما في البلاغة الجديدة خاصة من منظور لغوي، وذلك يجعل اللغة في إطار استعمالها على أن هدفها الأول والأخير حجاجي حيث تكمن قيمتها الحجاجية في البنى التي تحتويها، فهي موجودة أصلاً فيها وعلى أساس أي معنى حجج تختلجه وتوضحه، وبهذا يمكن القول بأن البلاغة الجديدة لم تخلق من عدم وإنما كان لها ولا زال أبحاث تزاوها وتسعى لترقيتها باختلاف المنظرين، والباحثين وديكرو وانسكومير من بين الذين وضعوا بصفة في هذا المجال بما قدماه حول الحجاج، وذلك باهتمامهما بالجانب الإستعمالي للغة من المنظور التداولي دون إغفال البات والمتلقي بخلاف بيرلمان وتتكاه الذين اهتموا بالتفاعل القائم بين المتكلم والمتلقي، وبهذا تكون البلاغة الجديدة قد ارتكزت على مفاهيم جعلتها ذات ملمح خاص ميزها عن غيرها.

¹ - صابر حباشة: التداولية والحجاج، مرجع سابق، ص18

2/- الحجاج عند العرب المحدثين:

يحتاج الناظر إلى منزلة نظريات الحجاج في الدراسات العربية الحديثة إلى وقفة تأمل تضبط الحدود الزمانية لبداية الاهتمام بهذه النظريات وتطبيقاتها على النصوص العربية المختلفة، ولعل الإقناع هو مقصد أساسي في الخطب والنصوص ذات المترع التأثيري، قد شكل نواة البحث الحجاجي والقلب الرابط بين البلاغة القديمة (الأرسطية وفي صيغتها العربية القديمة) البلاغة الجديدة (نظريات الحجاج والتداولية ونظرية الأعمال اللغوية)، فالإقناع هدف لتحقيق عبر توسل أدوات وأساليب بلاغية (أي لغوية، تركيبية، بيانية).

أ/- عند محمد العمري:

"يعد محمد العمري من الباحثين الأوائل الذين تطرقوا للحجاج وذلك من خلال كتابه (فن الإقناع) سنة 1985" حيث طرح فيه الحجاج شكل فني دقيق كما اقترح خطاطات ونماذج عملية لتحليل الخطبة تحليلاً حجاجياً، كما يستعين العمري في عملياته البحثية بجهاز مفاهيمي يجمع إلى القديم وعياجيدا بالبلاغة المعاصرة وإحساساً مبكراً ببلاغة الحجاج، ويعبر عن ذلك الوعي كتابه في بلاغة الخطاب الإقناعي (1986)، فضلاً عن ترجماته المختلفة وإدارته للعديد من المجالات المتخصصة، ونجد من أهم كتبه في البلاغة المعاصرة "البلاغة العربية أصولها وامتدادها"¹، و"الموازنات الصوتية في الرؤية البلاغية"²، "كما يركز العمري في قراءاته على الأبعاد التداولية في البلاغة العربية القديمة وعلاقتها بالنحو والمنطق والنقد، وقيل ذلك بنجده يتتبع"³.

"مسيرة البلاغة العربية في اهتمامها بالحجاج من جهة وفي علاقتها بالنصوص الأرسطية من جهة ثانية".

¹ - صابر حباشة: التداولية والحجاج، المرجع السابق، ص 45.

² - محمد سالم محمد الأمين، "طلبة الحجاج في البلاغة المعاصرة بحث في بلاغة النقد المعاصر"، ص 255.

³ - المرجع نفسه، ص 261.

ويشير إلى أن الحجاج قد زاد الاهتمام به وكثرت الحاجة إليه في فترة الاهتمامات الكلامية؛ حين صار التسليح بالوسائل الحجاجية البلاغية اللغوية أمراً ضرورياً للدفاع عن مزاعم المشبهين والمتناولين للمتشابه من القرآن الكريم من جهة ولمقارعة الفرضيات التي يقدمها الخصوم من جهة ثانية.

وبهذا نجد العمري قد اهتم بالبلاغة القديمة الأرسطية من جهة و الحجاج من جهة أخرى خاصة الوسائل الحجاجية وجورها في دحض الرأي الآخر وهذا يعني بأنه قد ركز على القديم في بعث خصائص جديدة حول الحجاج بصفة عامة.

لقد أشار العمري إلى أن البيان العربي قد أفاد من البلاغة الأرسطية إذ درس أرسطو علاقة الخطابة بالفنون المجاورة كالجدل والسياسة كما اعتنى بالأحوال النفسية المؤثرة في المخاطبين والأقيسة الخطابية وكذا بترتب أجزاء الخطاب وطبيعة الأسلوب، وبما يحتاجه المحاجج في كل نوع خطابي؛ وأيضا الآليات النفسية والثقافية والاجتماعية الكفيلة في التأثير في المخاطبين¹.

ومن خلال هذا نجد أن العمري قد ركز على الخطابة لدى أرسطو وما قدمه حول علاقاتها بالعلوم الأخرى والآليات التي يقوم عليها الحجاج من أجل إقناع المتلقي والتأثير فيه.

ويرى العمري أنه "فضلا عن عوامل نشأة البلاغة وتطورها وروافدها، فإن ثمة مستويات ثلاثة أساسية (تتمثل في البدايات التداولية، ثم البلاغة المدعومة بالنحو والمنطق، وأخيرا البلاغة النقدية) لأنها تمثل النضج البلاغي النقدي والتداولي من جهة وتوضح سعي البلاغيين العرب من أجل وضع نظرية بلاغية تستجيب للمتطلبات الفنية والاجتماعية من جهة أخرى"².

¹ - محمد سالم محمد أمين طلبة، المرجع السابق، ص ص 261، 263.

² - المرجع نفسه، ص 264.

ومن خلال ما قدمه العمري حول الحجاج نجد أنه "قد وظف العديد من الدراسات البلاغية المعاصرة وليس بهدف إعادة صياغتها وإنما ليتخذ منها آليات لقراءة البلاغة العربية والوقوف على مواطن الإبداع والوهن فيها ن وليصنف الاتجاهات ويقف على روافدها"¹.

وفي هذا الإطار يمكن القول بأن جهود محمد العمري في البلاغة المعاصرة قد كان لها أثر كبير على ما قدمه وذلك لاهتمامه بالبلاغة القديمة ومحاولة إعطائها ثوب جديد بما يسمى الحجاج وتركيزه على بناء بلاغة عربية ذات خصوصية تحتمل في طياتها معالم مميزة بإحيائه للقديم وربطه بالحديث وهذا يعني أن أي علم إلا ويحمل في طياته جذور وأصول تميزه عن العلوم الأخرى.

ب/- عند طه عبد الرحمان:

وقد تمثلت "دراسات طه عبد الرحمان في سياق ربط النظريات الحجاجية بالمنطق ومحاولة استثمار ذلك في تبيان منهج التراث عبر نماذج كثيرة (ابن رشد، ابن خلدون، الشاطبي، الغزالي...)"؛ ويعد كتاب "تجديد المنهج في تقويم التراث (1994)" كتاب غني في هذا السياق التأصيلي، حيث لا يبقى الحجاج نبتة غريبة، بل يجد له أصولاً وامتدادات في المتن التراثي الفكري والفقهية والفلسفي والنحوي"²، وبهذا امتازت دراسات الحجاج بالطابع الفلسفي وذلك لارتكازه على الفلسفة والمنطق منها المؤلفات العربية والغربية القديمة والحديثة، ولارتباط الحجاج بالخطاب أدى به إلى أن يكون في إطار فلسفي ما دام متعلقاً بالكلام والخطاب عامة، كما وضع هذا الباحث في كتابه "اللسان والميزان أو التكوثر العقلي" نظرية الحجاج من خلال جعله صفة للخطابة واعتبار الحجاج موجود أصلاً في الخطاب فهو يلزمه "إن الأصل في تكوثر الخطاب هو صفة الحجاجية، بناء على أنه لا خطاب بغير حجاج"³.

وفي هذا الإطار نجد طه عبد الرحمان قد عرف الخطاب بتركيزه على قصدين معرفيين هما: قصد الإدعاء وقصد الاعتراض، أما قصد الإدعاء فيتمثل في الاعتقاد الصريح للخطاب لما يقوله من نفسه

¹ - محمد سالم محمد أمين طلبة، مرجع سابق، ص 270.

² - صابر حياشة: المرجع السابق، ص 45، 46.

³ - طه عبد الرحمان، "اللسان والميزان أو التكوثر العقل"، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، بيروت ط1، 1998، ص 213.

وتتمام الاستعداد لإقامة الدليل عليه عند الضرورة، إذن فالمدعي هو عبارة عن المخاطب الذي ينهض بواجب الاستدلال على قوله: "أما قصد الاعتراض فيكون المخاطب أو المتلقي"¹.

هو عبارة عن المخاطب الذي ينهض بواجب المطالبة بالدليل على قول المدعي²، وبهذا يمكن القول بأن الخطاب يتضمن الحجاج حقا لأنه على إدعاء واعتراض على الدليل أو الحجة المقدمة.

وفي هذا الصدد عرف طه عبد الرحمان الحجاج بقوله "إذ حد الحجاج أنه كل منطوق به موجه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحق الاعتراض عليها"³، ومن خلال هذا التعريف يمكن اعتباراي منطوق حجاجا موجهها إلى المتلقي من أجل إفهامه واستمالاته كما له الحق في الاعتراض ومن هنا يصح أن يكون المنطوق خطابا لأنه مؤسس على المحاورة بين المتكلم ومتلقي، كما صنف طه عبد الرحمان الحجاج إلى أنواع هي :

* **الحجاج التجريدي:** الذي يسمى على اعتبار الصورة و إلغاء المضمون والمقام وهو من المراتب الدنيا للحجاج.

* **الحجاج التوجيهي:** وهو إقامة الدليل على الدعوى بالبناء وعلى فعل التوجيه الذي يختص به المستدل؛ والتوجيه هنا هو إيصال المستدل حجته إلى غيره وهذا النوع الحجاجي تدعمه النظرية اللسانية المعروفة باسم نظرية أفعال الكلام التي ترد أفعال إلى القصد والفعل، وهما عماد التوجيه.

* **الحجاج التقويمي:** هو إثبات الدعوى بالاستناد إلى قدرة المستدل على أن يجرد من نفسه ذات ثابتة يتزلفا متزلة المعترض على دعواه أو ما يسمى بالتشخيص في النظرية اللسانية، أي أنه يبنني أصلا على رد فعل الإلقاء وفعل التلقي معا على سبيل الجمع والاستلزام⁴.

¹ - طه عبد الرحمان، المرجع السابق، ص 225.

² - المرجع نفسه، ص 226.

³ - نفس المرجع، ص 226.

⁴ - نفس المرجع، ص 227، 228.

ومن خلال هذا التصنيف يمكن معرفة أي نوع من الحجاج القايـم بين الطرفين، وذلك حسب الأساس الذي بني عليه، فالحجاج التجريدي يركز على الصورة مغفلا المقام، أما التوجيهي فقائم على فعل التوجيه في حين نجد الحجاج التقويـمي يضع المتكلم مكان المتلقي، وبهذا نجد أن طه عبد الرحمان قد اهتم بالحجاج بمختلف جوانبه وأسسـه باختلاف تـمظهراته.

ويفرق طه عبد الرحمان بين الحجاج والبرهان حيث يقول "...الحجاج يجتمع فيه اعتباران اثنان لا يجتمعان البتة في البرهان، وهذان الاعتباران هما: اعتبار الواقع واعتبار القيمة، فإذا كان البرهان يـبني على مبدأ الاستدلال على حقائق الأشياء للعلم بها، فإن الحجاج يـبني على مبدأ حقائق الأشياء المجتمعة إلى مقاصدها للعلم بالحقائق والعمل بالمقاصد¹.

وفي هذا الإطار يمكن القول بأن البرهان أساسه الاستدلال حول حقائق الأشياء بينما الحجاج فأساسه البحث حول حقائق الأشياء لمعرفة مقصدها والعمل بما يناسبها وبهذا فهما يختلفان.

كما نجد لهذا الباحث كتاب بعنوان "في أصول الحوار وتحديد علم الكلام" إذ أقامه على ضرورة الاستفادة مما تركه السلف من التراث ومعالجته، وفق آليات حديثة، حيث أختص هذا الكتاب بالتنظيم للحوارية، فجعل لها مراتب ثلاثا "الحوار" والمحاورة والتحاور"، تتناسب مع تصنيف ثلاثي².

¹ - طه عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 226.

² - طه عبد الرحمان، "في أصول الحوار وتحديد علم الكلام"، المركز الثقافي، الدار البيضاء المغرب، الطبعة الثانية، 2000، ص31.

النظريات الحوارية المتداولة في مجال البحث الخطابي "النظرية العرضية"، و"النظرية الاعتراضية"؛ و"النظرية التعارضية"، وجعل لكل واحدة منها آلية خطابية معينة مع تحديد نموذجها النظري؛ ومنهجها الاستدلالي وشاهدها النصي، وتقويم الجوانب الإيجابية والسلبية فيها وهذا ما يوضحه الجدول التالي¹:

الشاهد النصي	النموذج النظري	البنية المعرفية	الآلية الخطابية	المنهج الاستدلالي	مكونات البنية الحوارية مراتب الحوارية
الحوار الحقيقي (العلمي) الحوار الشبيهي (الفلسفي)	نموذج البلاغ نموذج الصدق	النظر	العرض	البرهان	الحوار
المحاورة القريبة (المناظرة) المحاورة البعيدة (التناص)	نموذج الإبلان نموذج القصد	المناظرة	الاعتراض	الحجاج	المحاورة
التناظر الرأسي التناظر الأفقي	نموذج التبليغ نموذج التفاعل	التناظر	التعارض	التحاج	التحاور

وبهذا نجده قد اهتم بخصائص الحجاج وهي الحوارية أو المحاورة تحديداً بالوقوف على نقاط الاختلاف بين هذه المصطلحات من حيث المناهج الاستدلالية الخاضعة لها².

¹ - طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، مرجع سابق، ص 31.

² - المرجع نفسه، ص 57.

المبحث الرابع: علاقة الحجاج بمصطلحات أخرى

1- الاستدلال:

"يرتبط الاستدلال بالحجاج من حيث أنه يمثل ساقه العقلي أي تطوره المنطقي ذلك أن النص الحجاجي نص قائم على البرهنة فيكون بناؤه على نظام معين تترايط فيه العناصر وفق نسق تفاعلي وتهدف إلى غاية مشتركة، ومفتاح هذا النظام اللساني بالأساس، فإذا أعدنا النص الحجاجي إلى أبسط صورة وجدناه ترتيباً عقلياً للعناصر اللغوية ترتيباً يستجيب لنية الإقناع¹.

وفي هذا الإطار نجد أن الاستدلال يرتبط بالبرهنة من جهة وبالإقناع من جهة أخرى؛ حيث أن أي محاجج إلا ويستدل بحجة لفائدة حجة أخرى ليثبت صحة قوله، تكون هذه الحجج تسير نحو هدف واحد إما البرهنة فتكون بتقديم حجج منطقية تنتهي إلى مفهوم واضح وغاية هذا كله هو الإقناع وبهذا يكون الاستدلال وجهاً من وجوه الحجاج من خلال ما يحتويه.

2- البرهنة:

"ويعتمد فيها على الأمثلة الحجاج وكل تقنيات الإقناع مروراً بابلغ إحصاء وأوضح استدلال وصولاً إلى الطف فكرة وأنفذها"².

وتكمن علاقة الحجاج بالبرهنة على طبيعة الأمثلة والحجج المقدمة، وترتبط بالإقناع باكتشاف طريقة عرضها وتقنياتها بالإقناع، ولطبيعة العملية الحجاجية دور في تحديد نوع النص أو الخطاب؛ وذلك راجع لطبيعة العملية البرهانية "إنما تتحد بالنظر والبرهنة" أي محاجة في مقابل، وبرهنة.

"في مقابل "Démonstration" وفي هذا الصدد يرى بيرلمان أن البرهان لا ينقل من مقدمات إلى النتيجة خاصة موضوعية كالحقيقة مثلاً كما هو الحال في البرهنة الرياضية، لكنه يسعى من أجل أن ينقل الموافقة التي تحظى بها المقدمات إلى النتيجة (خاصية هذه الموافقة مرتبطة دائماً بجمهور معين؛

¹ - سامية الدريدي: الحجاج في الشعر العربي القديم، مرجع سبق ذكره، ص 27.

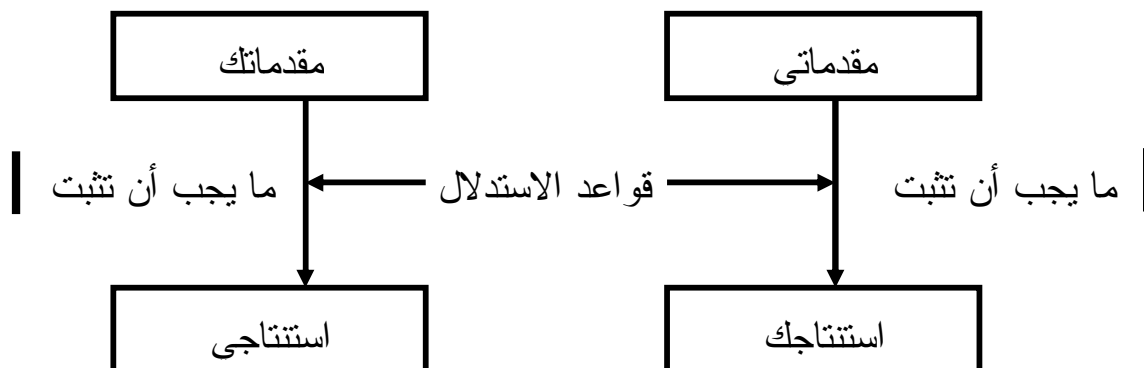
² - نفس المرجع ونفس الصفحة.

وهي تختلف من جمهور لآخر، إن أي واحد يجب أن يصل إلى نفس النتائج في نظام شكلي منسجم؛ لكن المسألة ليست بهذه الصورة في العملية البرهانية الحجاجية، حيث مواجهة عقول حية متوقدة ميالة إلى فحص الأمور عن كثب، ومن هنا تكمن أهمية المرسل إليه في توجيه العملية البرهانية واختيار المعطيات والمقدمات¹.

ومن خلال هذا نجد بأنه يوجد فرق بين البرهنة والبرهان فالأولى تعتمد على حقائق موضوعية دقيقة حاملة في طياتها تقنيات الإقناع، أما البرهان فهو يسعى لجعل توافق بين المقدمة والنتيجة إلا أنهما يغدوان هدفا واحدا والوصول إلى الإقناع باعتبارهما آليتين من آليات الحجاج.

وهذا يدل على أن مصطلح الحجاج "يحيل على الحاجة ويوحي بان هناك طرفين حاضرين ينتزعان الرأي، وليس المقصود من المصطلح، بل إن المتكلم الحاضر واحد أغلب الأحيان، يسعى إلى إقناع مخاطب متخيل بموقف أو فكرة والتأثير عليه، لكن النموذج الشكلي هو واحد في العمليتين؛ الفرق بينهما يتمثل في صحة ومصداقية العناصر المكونة لهما.

وفي هذه الحالة يمكن ترجيح مصطلح الحجاج لأن هناك طرفين حاضرين فعلا ويتنازعان من أجل أن تتم الغلبة لأحدهما من خلال عملية جدلية تقدم فيها، معطيات ترجح كفة طرح معطيات أخرى ترجح الطرح الثاني معطيات ترجح كفة طرح معطيات أخرى ترجح كفة الطرح الثاني، والشكل الآتي يوضح ذلك²:



¹ - عباس حشاني، "مصطلح الحجاج بواعثه وتقنياته"، نقلا عن عبد القادر بوزيدي، نموذج من القطع البرهاني، ص 317، 318

² - نفس المرجع، ص 326 - 327.

والدور الأكبر للخطاب البرهاني يتجسد في تطعيم الحجاج بالأساليب الأدبية البلاغية؛ هذا من جهة فنية وإغناؤه من جهة ثانية بالوسائل والتقنيات التي تهدف إلى الإقناع.

3- الإقناع:

غاية المتكلم الحجاج "والإبداع يأتي في درجة ثانية [...]"، والإقناع بما هو PERSUATION؛ وإنما هو الوجه الغائم للحجاج ومرادفه الآخر، عبر مقولة المواضع المنطقية، وقد حاول العديد من الدارسين وضع الفروق بينهما، أي بين الإقناع والحجاج، وذلك أن الإقناع هو ما به يحاول الإنسان إقناع نفسه، في حين أن الحجاج هو ما به يحاول إقناع الآخر، وذلك بوسائل متنافرة؛ منها ما يعود للغة، وما توفره من بنى وأساليب ومفردات وتركيب، وروابط مؤثرة حجاجياً¹؛ لهذا يفصل بين الحجاج والإقناع النص الخطابي إقناعي، ولكنه ليس نصاً حجاجياً.

ومن هنا يطغى الحجاج الذي صورته الإقناع في كل موضع، ويكمن فصل الحجاج والإقناع بالنظر إلى الحجج المعتمدة ذلك، "لأن الحجاج عملية اتصالية تعتمد الحجة المنطقية بالأساس وسيلة لإقناع الآخرين والتأثير فيهم"²، إضافة إلى وظيفة التأثير بهذه الحجج، وبالنظر إلى طبيعة المتلقي "فإن المتكلم يخبره بكلام جيد فهو يقنع أما إذا كان المتلقي رافضاً أو منكراً للكلام، فسيتحول الخطاب من إقناعي إلى حجاجي، لأن المتلقي متى سلم بالمقدمات التي قدمها فهو مقتنع من طرفه ومتى ردها أو رفضها فهو محاجج، ويتمثل رد ورفض المتلقي في استخدامه لحجج قد تعيق حجج المتكلم في بلوغ هدفه، ويتوقف الإقناع على التأثيرات التي يحدثها الكلام بفعل المتكلم سواء تعلق الأمر بالفتنة أو الانفعال، أو إحداث مجرد تقدم، وهو ينم من هذا الوجه عن ذكاء صاحبه ويشي بمعرفته الدقيقة وبنفسية المتلقي وقدراته وآفاقه، لذلك نراه يعلن أمراً ويذكر آخر، يحتزل فكرة

1- عباس حشاني، نقلاً عن عز الدين الناجح، "المفهوم من خلال الملفوظ الإشهاري"، مجلة دورية أكاديمية، جامعة تيزي وزو العدد 02، ماي 2007، ص 271.

2- عباس حشاني: "مصطلح الحجاج بواعثه وتقنياته"، نقلاً عن جميل عبد المجيد، البلاغة والاتصال، ص 105.

ويسهب في تحليل أخرى، يسأل ويجب بل قد يأتي بالفكرة الواحدة على أنحاء مختلفة فيتجلى في خطابه سحر البيان وتؤكد فتنة الكلام"¹.

"لإحداث أثر ما في المتلقي أي إقناعه بفكرة معينة، وهو يعبر عنه اللسانيون بالوظيفة الإيحائية CONNOTATIVE للكلام، وهو وضع لإقناع المتلقي بفكرة ما أو بحقيقة معينة عن طريق تقنيات مخصوصة ويظهر ذلك أكثر في الخطاب الإشهاري حيث يحاول الإشهار. بمنتوج معين إقناع المتفرج واستمالته كزبون"².

ويشترط في الإقناع البيئة التي تكون فيه بمرتلة الدليل الذي بلغ درجة الوضوح يصير معها المتوسل قادر على الظهور خصمه، كما لو كان هذا الدليل الظاهر مستغنيا بظهوره عن جانب الاستدلال فيه، وهنا يتداخل الاستدلال والإقناع، لا عن الدليل الذي هو جزء من عملية الاستدلال بوصف بأنه مقنع أو غير مقنع أو غير ذلك"³.

وفي الإطار يمكن القول بأن الاستدلال، والبرهان والإقناع عبارة عن مصطلحات تمثل وجوه الحجاج من جهة وتعرف سمات الخطاب الحجاجي بهم من جهة أخرى بالنظر إلى المتكلم أهو يستدل؟ أو يبرهن؟ أم أنه يقنع؟

ومهما اختلفت هذه الوجوه في بعض النقاط إلى أنها تمثل الحجاج بصفة عامة باعتبارها تقنيات تبرزه بشكل أو بآخر.

¹ - عباس حشاني: المرجع السابق، ص 275.

² - بنظر سامية الدريدي: الحجاج في الشعر العربي القديم، ص ص 26، 27.

³ - طه عبد الرحمن، "اللسان والميزان أو التكوثر العقلي"، مرجع سبق ذكره، ص 136 .

الفصل الثاني

الخطابة الإشهارية

المبحث الأول: مفهوم الخطاب لغة وإصطلاحاً

المبحث الثاني: وظائف الخطاب الإشهاري ومستوياته

المبحث الثالث: أنواع الرسائل الإشهارية

المبحث الرابع: القيمة المحجاجة في الخطاب الإشهاري -مقاربة

تداولية-

المبحث الأول: مفهوم الخطاب لغة وإصطلاحاً

يعد الخطاب الإشهاري من بين الخطابات التي لقيت اهتماماً كبيراً من ناحية الدراسات التي اهتمت بموضوع اللغة، وذلك لاعتباره آلية من آليات التخاطب الحاملة لها في إطار التواصل البشري، ولكونه يحمل معنى الإفصاح والإعلان خاصة في جانبه التأثيري على المتلقي بما يميزه من خصائص من شأنها لفت الانتباه واستمالة العقول قادرة على إقناع هذا الأخير، هذا ما أدى بالتالي التداولي الذي يهتم بدراسة اللغة في علاقتها بمسئولياتها من معالجة هذا النوع من الخطابات.

1- مفهوم الخطاب:

أ- المعنى اللغوي:

عرف مصطلح الخطاب (Discours) مفاهيم عديدة منها خطب "الخطب الشأن أو الأمر الذي تقع فيه المخاطبة سواء صغر الأمر أو عظم، فيقال: خَطَبُ، وخطوبُ، (....) ويقال: ما خطبك؟ أي ما أمرك؟ ونقول: هذا خطب جليل، وخطب يسير"¹.

ويقال: "خطب فلان إلى فلان فخطبه وأخطبه، أي أجابه، والخطاب والمخاطبة، مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة، وخطاباً، وهما يتخاطبان"².

"ورجل خطيب، حسن الخطبة وجمع الخطيب خطباء، وخطب بالضم، خطابة بالفتح خطيباً"³.

وفي هذا الصدد نجد أن معظم هذه التعاريف المعجمية تذهب إلى جعل الخطاب يعني الكلام المتبادل بين المتخاطبين وهو المشاركة في الحديث شريطة وجود طرفين متكلم ومتلق يتبادلان الخطاب.

¹ - حاكم عمارية: "الخطاب الإقناعي في ضوء التواصل اللغوي"، نقلها عن القاموس والأساس واللسان مادة (خطب)

² - ابن منظور: لسان العرب، مادة خطب

³ - ابن منظور: المرجع نفسه، ص 361.

كما نجد ابن وهب يقول في هذا الشأن: "إن الخطابة مأخوذة من خَطَبْتُ أَخْطُبُ، خَطَابَةٌ... واشتق ذلك من الخطْب وهو الأمر الجليل، لأنه إنما يقام بالخطب في الأمر التي تُحَلِّ، والاسم منها خاطب مثل راحم، فإذا جعل وصفا لازما قيل خطيب والخطبة الواحدة من المصدر... والخطبة الواحدة من المصدر... والخطبة الكلام المخطوب به"¹.

ومن الخطب والمخاطبة اشتقا الخطاب والخطابة لأنهما مسموعان لذا عرفت الخطابة بأنها مشاركة في فعل ذي شأن، إذ المفاعلة تفيد الاشتراك².

ومن خلال ما تقدم يمكن القول بأن هذا التعريف قد ربط الخطاب بالأمر الذي له شأن والمراد تبليغه وهو عبارة عن كلام يستلزم وجود طرفين للتشارك فيه وبلوغ هدفه من خلال تفاعلتهما.

ب/- المعنى الاصطلاحي:

لقد تعددت تعريفات الخطاب الاصطلاحية باختلاف الدراسات والتوجهات التي تطرقت إليه سواء عند العرب أو الغرب.

نجد هذا اللفظ قد ورد عند علماء الأصول العرب بكثرة ومن بينهم الآمدي الذي عرفه بقوله: "اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهى لفهمه"³.

ومن خلال هذا التعريف يمكن القول بأن الآمدي قد جعل من الخطاب عبارة لفظ غايته إفهام المتلقي حيث يكون هذا الأخير على استعداد لفهم ما يتلقاه وبهذا جعل للخطاب خاصية أساسية تتمثل في الإفهام التي يتحقق بواسطتها الإقناع.

أما من ناحية الغربيين فقد اختلفت التعريفات عندهم لهذا المصطلح، وذلك للاختلاف مناهج الدراسات اللسانية فمن الباحثين من نظر إليه من الناحية الشكلية، أي بمقارنته بالجملة التي يتجاوزها

¹ - حاكم عمارية: "المرجع السابق نقلا عن إسحاق إبراهيم ابن وهب"، تحقيق، خفي محمد شرف البرهن في وجود البيان، مطبعة الرسالة، 1969، ص151-153.

² - حاكم عمارية: "الخطاب الإقناعي في ضوء التواصل اللغوي"، المرجع نفسه ص20.

³ - إبراهيم مصطفى وآخرون، "المعجم الوسيط"، مجمع اللغة العربية، القاهرة، ط3 (د.ت) ص251.

في الشكل والحجم، ومنهم من وصفه من خلال استعمال أي: وحدة لغوية، وآخرون ذهبوا إلى وصفه بالملفوظ¹.

كما نجد الخطاب يأتي على أشكال عديدة، حيث "منها ما يرتبط بغرض الخطاب كالخطاب الحجاجي والسردى، والوصفين وغيرها، ومنها ما يتعلق بنوع المشاركة كأن يكون حواراً، (...)" وأخرى تتعلق بطريقة المشاركة مباشرة (Direct)، أو غير مباشرة (Indirect)، إلى جانب نوع آخر للخطاب يتعلق بنوع قناة تمريره، كأن يكون خطاباً لسانياً، شفويّاً أو مكتوباً، أو غير ذلك من الأنماط².

وفي هذا الإطار نجد أن الخطاب قد عرف انطلاقاً من الأساس الذي يقوم عليه إما من ناحية نوعه أو استعماله أو غير ذلك.

حيث يعرفه بنفنيست (Benveniste) كالتالي: "كل منطوق أو فعل كلامي يفترض وجود راوٍ ومستمع، وفي نية الراوي التأثير على المستمع بطريقة ما"³.

ومن خلال تعريف بنفنيست نجده يجعل من الخطاب عبارة عن منطوق يستلزم وجود طرفين في عملية التبليغ متكلم ومستمع حيث تكون غاية الأول إقناع الثاني بما يقدمه له من وسائل الإقناع؛ "وهذا الإقناع لا يتم إلا إذا كانت حافظة المستمع مخزنة لما في حافظة المتكلم، (...) دون أن تنسى أن كل خطاب يعتمد اللغة التي هي وسيلة للاتصال والتواصل، وأن كل لغة تمتلك عدداً من العناصر التي تهتم بإخبارنا عن موضوع الفعل الكلامي، وعناصره الأخرى التي تتسبب في تحويل اللغة إلى خطاب"⁴.

وفي هذا الإطار يمكن اعتبار أن اللغة هي مادة كل فن وفقاً لمستوى المنطوق، أو الفعل الكلامي الذي يظهر، لأن الخطاب يرتبط أساساً بقرائن لغوية معينة، وبهذا يأتي مفهوم الخطاب كأداة تحليل

¹ - عبد الهادي، ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب" مقارنة لغوية تداولية"، دار الكتاب، الجديد، بيروت ط1، 2004، ص35، ص36.

² - أحمد المتوكل، "قضايا اللغة العربية في اللسانيات الوظيفية"، بنية الخطاب من الجملة إلى النص، دار الأمان، الرباط (د.ت) ص ص 21، 22.

³ - حاكم عمارية: المرجع السابق، نقلاً عن الغانمي، "اللغة والخطاب الأدبي"، المركز الثقافي العربي، ط1، 1992 ص48.

⁴ - حاكم عمارية: "الخطاب الإقناعي في ضوء التواصل اللغوي"، مرجع سبق ذكره ص24.

بنوي وعلامي ودلالي للأثر الأدبي، باعتباره بناءً مستقلاً من جهة، وفي علاقته بقائله وبالخطابات السابقة، وكذلك السائدة من جهة أخرى¹.

ومن خلال هذا نجد أن الخطاب قد انفتح على عدة مجالات نظراً لارتباطه باللغة كوسيلة لترسيخه وغايته من خلال اعتماده كأداة التبليغ بين المتخاطبين ولا يتحقق هذا إلا بتطابق ما في ذهن المتكلم مع ما يتوقعه المتلقي للوصول إلى الإقناع.

2/- مفهوم الإشهار:

أ/- المعنى اللغوي:

من مادة "شهر"، حيث ورد في مختار الصحاح للرازي: "والشهرة وضوح الأمر، تقول شهرته الأمر من باب قطع... واشتهرته أيضاً فاشتهر، وشهرته أيضاً تشهيراً"².

والإشهار من أشهر الشيء: بمعنى أعلنه وأفصح عنه وصار معلومة لدى عامة الناس"³.

كما ورد في لسان العرب مادة شهر بمعنى "الشهرة" ظهور الشيء في شنة حتى يشهره الناس⁴.

أما في قاموس المصباح المنبر، فقد ورد كالتالي "وشهرت الحديث شهراً أو شهرة، افشيه فاشتهر"⁵.

وفي هذا الإطار نجد أن هذه التعاريف المعجمية تجعل من الإشهار يحمل معنى الإفصاح والإعلان وذيوع الأمر ووضوحه المراد التبليغ عنه.

¹ - حاكم عمارية: "المرجع السابق، نقلاً عن عبد الحميد بورايو"، مقال السيميائية والنص الأدبي، أعمال ملتقى معهد اللغة العربية وآدابها، جامعة عنابة 1995، ص 82.

² - الرازي مختار، "الصحاح"، دار الحديث القاهرة، 2003، ص 197، مادة شهر.

³ - ينظر الفيروز أبادي، قاموس المحيط 68/2 مادة الشهرة، وابن فارس معجم مقاييس اللغة 222/3 مادة شهر.

⁴ - ابن منظور لسان العرب، ص 487.

⁵ - أحمد بن عمر بن علي المقرئ الفيومي، "المصباح المنير"، دار الكتب العلمية، بيروت، ط 1، د.ت، ص 326.

ويقابل مصطلح "الإشهار" بالفرنسية مصطلح "Publicité" وهي مشتقة من كلمة شهر شهرة؛ شهر الشيء حتى ذكره وعرف به¹.

ومن خلال هذا نجد أن الإشهار قد حمل معاني جديدة منها: الإفصاح، الإعلان الوضوح؛ الظهور و المراد به التعريف بالشيء.

ب/- المعنى الاصطلاحي للإشهار:

لقد عرف المصطلح العديد من التعريفات خاصة من الإشهار بين الرواد في عالم التسويق والدعاية، نذكر من بينهم الإشهاري الفرنسي الكبير أرماند سلاكرو (Slakro.A) والذي أجمل تعريف الإشهار بقوله: إنه يعد بمثابة تقنية تسهل عملية نشر الأفكار من جهة جملة العلاقات التي يمكن أن ترم بين أشخاص على الصعيد الاقتصادي في الترويج لسلعهم وخدماتهم من جهة أخرى².

كما يعد شكلا تواصليا حديثا ونوعا من أنواع الإعلان وهو وليد ظروف اقتصادية تزدهر فيها التجارة، وتجعل المنتج في حاجة إلى البحث عن الطرق والوسائل والأساليب التي تمكنه من بيع منتجاته وإقناع المتلقي على اقتنائها وهذا ما يتطلب منه وعيا بالاحتياج القوي التي لها القدرة على استمالة هذا المتلقي.

ويعرفه معجم موسوعة "Encarta" 2008 بأنه: "رسالة مخصصة للإعلان وبيع منتج أو هيئة وجدت لتحريض الجماهير لاقتناء منتج أو استعماله"³.

وفي هذا الإطار يمكن القول بأن هدف الإشهار هو التحريض على شراء أو اقتناء المنتج؛ مع تنامي هذا الاستهلاك والإقبال عليه، في ظل توقع استجابة من قبل المتلقي بالحرص على إشباع

¹ - قاموس المنجد في اللغة والإعلام والإعلان، دار الشروق، بيروت، لبنان، ط1، د.ت، ص406.

² - AbdelKader Selami : Discourse of odvertising between Semantics and pragmatism p49

³ - Dictionnaire Encarta 2008 France .

رغباته إلى تذوق لذة الجيد التي يصورها له الإشهار، وكلما كان الإشهار يحتوي جديدا كلما كان الإقبال على المنتج.

كما يشكل الإشهار نمطا من أنماط الاتصال غير الشخصي هدفه إيصال الأفكار التي ترتبط بالمنتجات المراد تسويقها وهذا ما أشار إليه عبد السلام أبوقحف من خلال تعريفه للإشهار على أنه: "شكل من أشكال الاتصال غير الشخصي مدفوع القيمة لإرسال فكرة أو معلومة ترتبط بسلعة أو خدمة، وذلك بواسطة شخص محدد أو منظمة"¹.

ورغم اتصال الإشهار بالميدان التجاري، خاصة عمليات البيع والترويج للإنتاج إلا أن أثره الخاص في عصرنا الحالي أصبح مثله مثل الأعمال الأدبية الفنية حيث لقي أثره استحالة من طرف المتلقين لما يحتويه من خصوصيات لعرض السلع والمنتجات خاصة عبر وسائل الاتصال سواء المكتوبة أو الشفوية أو السمعية البصرية باستخدام وسائل الإغراء والإقناع لاستمالته وتحريضه على اقتناء المنتج.

وفي هذا الصدد يعرفه "محمد الصافي" على أنه: "عملية تواصلية تتحرك ضمن محيط إنساني؛ إنه يشير بدوره إلى إستراتيجية إبلاغية قائمة على الإقناع، وتستعمل لذلك كل وسائل الاتصال الإنساني من كلمة وصورة ورمز في أفق التأثير على المتلقي (المستهلك) والدفع به إلى اقتناء منتج ما والتسليم بأهميته وتفضيله على باقي المنتجات"².

من خلال ما تقدم يمكن جعل الإشهار من أهم الوسائل الإقناعية لاستمالة المتلقي باختلاف أشكاله سواء بصورة أو رمز أو حركة وهذا ما ميزه عن سائر الخطابات حيث أصبح نشاطا ملازما للإنسان في حياته بأبعادها الثقافية والاقتصادية وإجمالية والفنية.

¹ - عبد السلام أبو قحف، "محاضرات في هندسة إعلان"، ديوان المطبوعات الجامعية، بيروت، لبنان د.ط، 1995، ص55.

² - محمد الصافي، "الخطاب افشهارى والدعاية السياسية"، ترجمة سعيد نيكرد وآخرون استراتيجيات التواصل الإشهاري، دار الحوار للنشر والتوزيع، سورية، ط1، 2010 ص6، ص7

وفي هذا الإطار نجد من المستحيل العثور على تعريف موحد للإشهار أو الخطاب الإشهاري بصفة عامة وذلك لزخم عظيم من التعريفات التي لها منطلقاتها وغاياتها من خلال إنفتاحه على العديد من الأشكال سواء في الساحة المرئية أو المسموعة أو المكتوبة، مما يستوجب تفاعله مع كل مجال وخصوصياته وبهذا الغرض يعتبر الباحث داستو "Desto" الخطاب الإشهاري "علامة أو مجموعة من العلامات ذات بنية إيجابية، كونها تحمل قيمة معرفية حول حاجة أو حول فكرة ما"¹.

وفي النظر إلى هذا التعريف يمكن القول أن الخطاب الإشهاري يحمل في طياته مجموعة من الإيحاءات التي لها غرض معين تستلزم من المتلقي فك شفراتها وتأويلها باعتبار هذا الخطاب علامة لها دلالتها.

وهذا ما جعل ميشال آدم "Adam michel" وغيره يعتبرون الخطاب الإشهاري خطابا غير مباشر ومركب وهذه الخاصة غير المباشرة من شأنها فتح المجال أمام المتلقي ليكون فاعلا ومؤثر بالبنية الإيحائية التي تدفعه لترتيب الرموز وفكها وهذا ما جعل من الخطاب "تقنية اتصال يتجلى هدفها في الترويج للمنتوج والأفكار ومراعاة الجوانب الإبداعية من لغة ومؤثرات عامة"².

وكخلاصة حول الخطاب الإشهاري يمكن القول بأنه نوع من أنواع الإعلان الذي يهدف إلى التأثير في المتلقي باستخدام وسائل الإقناع حيث تكون هذه العملية وفق مرسل الذي يقوم بتمرير رسالته عبر قناة اتصال إلى مرسل إليه بواسطة الخطاب وتفاعل هذه العناصر، وحتى تنجح العملية التواصلية ينبغي توفير الحجاج المقنعة والمؤثرات القوية سواء بواسطة الملفوظ اللغوي أو الإيحاءات التي ترمي إلى استمالة وبهذا جعل المتلقي خاضعا لهذا الخطاب واقتناعه باقتناء المنتوج ونجاح العملية التواصلية.

¹ - خشاب جلال: مراعاة بعنوان "تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي"، مقارنة السيميائية المركز الجامعي سوق أهراس نقلا عن:

- La Publicité Principes Méthodes ed manabout, Paris 1973 P14. Jean Claude Dasto:

² - خشاب جلال: المرجع نفسه، نقلا عن:

- Adam Jean Michel et Bonhomme mareM L'argumentation Publicitaire, rhétorique de l'étage et de la persuasion édition nattan 1997K ,P25.

"إن غاية الخطاب الإشهاري هي إقناع الجمهور الذي يخاطبه، وتقدم هذه العملية في شكل تمجيد للبضاعة وامتداح لها فتكتسي لباساً أنيقاً من المعاني ويتم ذلك بواسطة الآليات التالية:

1- شحن الرسالة بموجبات دالة تثير أحلام المستهلك.

2- خلخلة نماذج المستهلك وقيمة الثقافية وتهيئته لتقبل التمثيلات الثقافية الجديدة.

3- تعزيز الصورة على حساب الواقع وتحويلها إلى واقع متعال"¹.

إنَّ الهدف من هذه الآليات هي مواكبة توقعات المتلقي مع ما يريده بحيث يكون الإشهار متناسقاً ومنسجماً مع إحتياجاته فيركب حسب ما يؤثر فيه لكن يجعله يقتنع بما يقدم له حيث يسعى الإشهار إلى تغيير عاداته الإستهلاكية مبيناً له حسنات السلوك الجديدة الذي يقترحه عليه وجذبه لشراء المنتج.

¹ - مقال الأنترنت: بعنوان ما هو الخطاب الإشهاري؟

المبحث الثاني: مفهوم الإشهار لغة وإصطلاحاً

يعتبر الخطاب الإشهاري من بين الخطابات التي لقيت حظها في عصرنا الحديث والذي أصبح متداولاً في مختلف مناجي الحياة اليومية فإلى جانب بعده الإقتصادي والاجتماعي المرتبط بالدعاية التجارية، إلا أنه يكتسي طابعاً ثقافياً يتمثل في مكوناته اللغوية والأيقونية.

ومن خلال هذا يمكن الحديث عن "الخطاب الإشهاري يمكن التمييز بين قطبين أساسيين متباينين ومتكاملين في الآن نفسه وتتمثلان في البعد السوسيواقتصادي الذي يوجد خارج الخطاب؛ والبعد الخطابي بصفته نسيجاً تشابك فيه مجموعة من العلامات وفق قواعد تركيبية ودلالية، فالمسار السوسيواقتصادي يتمثل الإطار العام الذي تمارس داخله عملية الإشهار ويعطي الخطاب الإشهاري لنفسه كمهمة الإخبار عن خصائص ومميزات هذا المنتج أو ذاك بهدف الدفع بالمتلقي إلى القيام بفعل الشراء، هذه "الوظيفة الموضوعية" تبقى "المبدئية"¹.

وفي هذا الإطار يمكن القول بأن البعد السوسيواقتصادي للخطاب الإشهاري بعد بمثابة الصمام المحفز لاستمالة المتلقي بما يميزه من خصوصيات ووسائل الإقناع وتتحكم في تكوين المسار السوسيواقتصادي ثلاثة عناصر:

1- الإشهار Le Publicité:

يكون المنتج عنده بمثابة نقطة انطلاق لصياغة الإرسالية الإشهارية، ويتمثل المتلقي إزاءها فاعلاً إجرائياً محتملاً.

¹ - منتديات ستار تايمز: مقال بعنوان الخطاب الإشهاري وخصائصه:

2- المستهلك Le Consommateur:

الفاعل الإجرائي المحتمل الذي " يتحول إلى فاعل إجرائي حقيقي في إقدامه على اقتناء المادة موضوع الإعلان"¹.

3- المنتج Le produit:

"هو موضوع التبادل بين المنتج والمستهلك".

إن هذه الأقطاب الثلاثة المكونة للبعد السوسيواقتصادي لها دور كبير في تكوين الخطاب الإشهاري وبناءه فهي تمثل عناصر العملية التواصلية التي في إطارها يحدث التفاعل بين هذه العناصر.

أما البعد الثاني فيتمثل في البعد الخطابي الذي يفرض وجود قائل ينجز مجموعة أقوال، ومتلق (...). يستقبل أساسا خطابا له مجموعة من المكونات والخصائص التي تجعل منه قارئا ومؤولا لهذا الخطاب"²، وفي هذا الشأن يمكن القول بأن البعد الخطابي يركز على العناصر الثلاثة المكونة للعملية التواصلية بحيث ينجز المخاطب خطابه على أساس بوجهه إلى متلق الذي تبقى مهمته التأويل والفهم من أجل الوصول إلى معنى معين³.

"ويتكون الخطاب الإشهاري من نسقين دلاليين أساسيين وهما: النسق اللساني والنسق الأيقوني البصري، أما النسق اللساني فتكمن أهميته بالنسبة للنسق الأيقوني من حيث كونه يوجه القارئ نحو قراءة محددة، ويربط بين مختلف مقاطع النسق الأيقوني، لا سيما فيما يتعلق بالصورة الثانية؛ فالنسق اللساني تكون العلامة اللسانية أدواته الرئيسية في التواصل أما النسق الأيقوني فتكون العلامة⁴

¹ - متديات ستارتايمز: مقال بعنوان الخطاب الإشهاري وخصائصه

² - متديات ستارتايمز: المرجع نفسه

³ - المرجع نفسه

⁴ - المرجع نفسه .

البصرية أداته المهيمنة عليه في الواقع، وحضور النسقين معا بهيمنة نسق على آخر مبني على هدف معين، يتوافق والمقام الإشهاري"¹.

وهذا ما يجعل "أهمية النسق اللساني قاصرة، أمام بلاغة الصورة وأولوياتها المتفاعلة والمؤثرة؛ فهي ذات التأثير في نفس المتلقي، كما تستوقف المشاهد لتثير فيه الرغبة والاستجابة"²؛ وهذا فإن هيمنة النسق الأيقوني بواسطة الصورة سواء الثابتة أو المتحركة قد يعود إلى الوظائف التالية:

* الوظيفة الإيجابية:

تعتمد هذه الوظيفة على الصورة التخيلية، والصورة هنا تعبير ينازل الوجدان ويغزى الخيال والأحلام، لأنها عالم مفتوح على مصراعيه لكل التأويلات والتصورات وهي تحاور اللاوعي وتوحي بمشاعر تختلف في طبيعتها من مشاهد لآخر.

* الوظيفة التوجيهية للدلالة:

حيث تحيل الصورة على قراءة الخطاب الإشهاري وتأويله، فتكون حينئذ القراءة مؤولة (Herméneutique) وفق ما يظهر من أفكار وبهذا تأتي الصورة مرفقة في الأغلب الأعم بتعليق لغوي، يطلق عليه الشعار قد يطول نصه أو يقصر، وفي هذا الإطار تحليلنا الصورة على قراءات النص الذي يثبت فيه الإشهاري أفكاره وحججه"³.

* الوظيفة الدلالية:

"هذه لدلالة تأتي نتيجة التفكير والتأمل الذي أسسته الصورة لدى المشاهد، والدلالة تحصل حين تؤثر الصورة في المتلقي.

¹ - متديات ستارتايمز: المرجع السابق

² - المرجع نفسه

³ - سعيد بنكراد وآخرون: استراتيجيات التواصل الإشهاري، مرجع سبق ذكره ص56.

* الوظيفة الجمالية للصورة:

تهدف إلى إثارة الذوق قصد اقتراح السلعة على المستهلك.

* الوظيفة التشخيصية (التمثيلية):

تتحول الموجودات الذهنية بفعل تجسيد الصورة للفكرة إلى موجودات عينية ملامسة للوجود الإنساني، فيكون أكثر قربا واحتكاكا منها فتتولد لديه الرغبة في اقتنائها والإفادة منها¹.

* الوظيفة المرجعية:

"هي أساس كل تواصل، إذ تتحدد العلاقات بين الرسالة (Le Message) والشيء أو الغرض الذي ترجع إليه، وهي أكثر وظائف اللغة أهمية في عملية التواصل نفسها، في حين لا تلعب الوظائف الأخرى سوى دور ثانوي"².

وفي هذا الشأن نجد بأن الخطاب الإشهاري يلعب دورا هاما في تأثيره على المتلقي من خلال ما يتركه في نفسيته وهذا ما يتضح من خلال هذه الوظائف الست التي تمثل أساسا مهما في محفزات ومؤثرات تجعله يبني أفكار جديدة تدفعه لمعرفة خاصة في تجسيد هذه الأفكار وتمثيلها وهي تعتبر من خدع الخطاب الإشهاري التي تساهم في إيهام المتلقي بما يشاهد وتمييز المنتج عن غيره ودفعه لاقتنائه.

* وظيفة الخطاب اللغوي في الصورة: "ينهض الخطاب اللغوي الموازي للصورة بوظيفتين أساسيتين هما:

➤ وظيفة الدعم:

تنصهر الدلالة اللغوية مع دلالة الصورة في دلالة كلية مثلما يلحظ في الصورة المتحركة كالأشرطة والأفلام والتحقيقات التجارية.

¹ - سعيد بنكراد وآخرون: المرجع السابق، ص56.

² - نفس المرجع، ص57.

➤ وظيفة الترسيع:

يتحدد بعد ترسيخ الصورة وتثبيتها بعدم تجاوز حدود معينة في تأويل الصورة، فالوظيفة اللغوية؛ في هذا المجال توجه المتلقي إلى دلالة محددة، وترسيخها في ذمته، على أنها الدلالة المركزية مما تبدو من جمل وتراكيب مرافقة للصور الفوتوغرافيا والملصقات الإشهارية"¹.

ومن خلال ما تقدم نجد بأن الخطاب اللغوي مهم جدا للدلالة على ما تحتويه الصورة فأى خطاب إلا وله دلالة يعبر عنها وذلك من أجل توجيه المتلقي لما يقدم له حيث يسهل عليه الفهم وهذا ما يتضمنه الخطاب الإشهاري عادة فأى ترويج لسلعة إلا وله صورة تعبر عنه وشعار يوازيها ويدعمها حتى يتمكن هذا الإشهار من جذب المتلقي بما يتضمنه من إيجاعات وصور جذابة للفت الانتباه وبهذا يمكن القول أن كل من الخطاب اللغوي والصورة يعتبران دعامتين أساسيتين لقيام الخطاب الإشهاري

وبلوغ هدفه.

➤ مستويات الخطاب الإشهاري:

يشمل التحليل التداولي نماذج إشهارية مختلفة، حيث تكون هذه الإعلانات التجارية موضوعا مهما لاستكشاف العملية الإشهارية في بعدها الحجاجي، كما يمكن أن تكون الحجة اللسانية؛ والأيقونية المحققة للفعل اللغوي في ضوء مبدأ الترويج للبضاعة شفوي وسمعي وبصري سواء بالصورة الثابتة أو المتحركة، وبهذا نجد أن مختلف الأنماط الإشهارية قائمة على مجموعة من القواعد اللسانية والسميائية التي تتمثل فيما يلي:

✓ المستوى اللساني:

يمكن للمتلقي أن يحدد البنية اللسانية للخطاب الإشهاري في ضوء المنجز الراهن، انطلاقا من البنية العميقة، مما يؤكد تميزه بما يأتي:

¹ - سعيد بنكراد وآخرون: المرجع سابق، ص190.

أ- بساطة الجملة وكثافة الدلالة.

ب- تداخل المستويات اللغوية (فحصى/عامية) والملاحظ أن هذا النمط من الإشهار هو أكثر استخداماً باللغة العربية في العصر الحديث وذلك أن الإشهاريين في العالم العربي يرون أنه يمس شريحة أوسع دائرة.

ج- براعة الانتقال من أسلوب الوصف إلى السرد أو التفسير أو التعليل أو الدمج بين هذه الأساليب.

د- الإغراق في الوهم والخيال¹ وهذا من شيم الخطاب الإشهاري عن طريق تجسيد الأشياء المقدمة بأشياء، واقعية حتى تتمكن من نشر ولفت الانتباه المتلقي وتكون أقرب إليه إلى الفهم في استمالة.

هـ- السجع والتكرار، وهذا ما يختص به كثير الباعة المتجولين، حيث يظهر فن السجع كتقنية حجاجية مؤثرة، ناهيك عن دلالة الصورة وترديد الإشهار بطرق غنائية فنية تبرز مهارة الإشهار².

و- هيمنة الفعل الطلبي المباشر.

ز- توظيف ضمير المتكلمين الدال على المشاركة الجماعية قصد إشعار المتلقي بالأمان نحو إشهار "شركة رونو" للسيارات في إحدى القنوات الفضائية الخليجية: "من شيمنا كرم الضيافة، فلنتشبت بكرمنا، مع رونو نشعر بالأمان".

فلا شك أن المتلقي سيشعر بالاطمئنان والأمان فور تلقي الإشهار، وبخاصة العبارة الأخيرة منه، وهذه غاية الإشهار، فالإشهار يستشعر العبارات المؤثرة التي تحت المستهلك وتدفعه للقيام بفعل الشراء.

ح- اعتماد الأسلوب الإيجابي، ذلك أن الأسلوب التقريري قاصر عن استمالة المتلقي وترسيخ الخطاب الإشهاري في ذهنه³.

¹ - سعيد بنكراد وآخرون: استراتيجيات التواصل الإشهاري، مرجع سبق ذكره، ص190.

² - ينظر: سعيد بن كراد وآخرون، المرجع السابق ص190.

³ - سعيد بنكراد وآخرون: المرجع نفسه ص190.

وفي هذا الشأن يمكن القول بأن هذا المستوى يوضح أهم الآليات المتبعة لقيام وخطاب إشهاري مميز من شأنه تحضير المتلقي على اقتناء المنتج المروج له عن طريق التأثير فيه واستمالته للوصول إلى المعنى الكامن من وراء هذا الخطاب بما يتضمنه من شعار يحمل دلالة معينة وموحية إلى معف محدد يستلزم فهمه من طرف المتلقي أما المستوى الثاني فيتمثل في المستوى الأيقوني.

✓ المستوى الأيقوني:

"من العناصر التي تسهم في تكوين العلامة الإشهارية الدالة في الخطاب الإشهاري الصورة والصوت والحركة واللون والموسيقى والديكور، وترمي هذه العلامات السيميائية إلى إعادة صياغة الدلالة اللسانية الظاهرة من خلال البنية العميقة، وإضفاء الحيوية والدينامية عليها، فتصبح حينئذ مزودة بحركة مشهدية متنامية".¹

وتلعب الصورة دورها في الخطاب الإشهاري حيث أنه "من أهم وظائف التوصل التي تحققها أنها تخرج القيم المحررة من حيز الكمون إلى حيز التجلي، فتصير واقعا محسوسا في ضوء ما ينتج من مشاهد إشهارية توازي الخطاب اللساني، ولعلها تحول الصورة العالم المثالية إلى عوالم ممكنة الحدوث"²، مثلا كإشهار حول القفز من مسافات شاسعة بفصل بدلة رياضية أو حذاء من ماركة عالمية، وبهذا نجد أن هذا الخطاب الإشهاري يحاول أن يصور للمشاهد مدى جودة هذا المنتج بما يقدمه من إيجاءات تجذب هذا المتلقي وتوقه لمعرفة وإيمانه بأداء خيالية حتى استمالته والسيطرة على عواطفه بالتأثير فيه وبالتالي إقتناعه باقتناء هذا المنتج ذو الجودة الرفيعة الذي لم يسبق له أن رآه بما قدم له من حجج وأدلة على جودته.

كما نجد أن من بين المؤثرات الأكثر قوة في جذب المتلقي نحو منتج ما لصورة المتحركة "المتعلقة بالإشارات والحركة الجسدية وهذا ما يجعل علاقة الإشهاري بالمتلقي أكثر توطيدا حيث تجعل هذا المتلقي أشد رغبة فيما يعرض عليه أمام بصره، وبخاصة إذا دعمت الصورة بصوت شجي

¹ - سعيد بنكراد وآخرون: المرجع السابق، ص 190.

² - ينظر سعيد بنكراد وآخرون: المرجع نفسه، ص 190.

ونعمة موسيقية ولون مختار باهتمام خائف يتمشى وموضوع الإشهار، وهذا يستلزم معرفة متخصصة بسماء الألوان في نسق حضاري محدد¹، وبهذا يمكن للصورة أن تعطي دلالة واضحة للإشهار المقدم حول المنتج بما تتضمنه من خصائص مؤثرة وهذا ما يجعل عمل الإشهاري أكثر صعوبة حيث يستلزم منه مراعاة أذواق المستهلكين وما يؤثر على نفسيتهم حتى يتلاءم مع توقعاتهم ويجفهم على شراء المنتج.

ومن خلال ما تقدم يمكن القول بأن نجاح الخطاب الإشهاري لا يتحقق إلا إطار توازي بين الخطاب مع الصورة بحيث أن العلاقة اللغوية تقدم للصورة دلالة وذلك في مستوى كفاءتها التفسيرية وفي نفس الوقت يمكن للصورة أن تعبر عما تحمله هذه العلاقة اللغوية وتضفي عليها طابع التمثيل والتجسيد وبهذا نجد أن كل من الشعار والصورة لهما دور فعال في إيصال المعنى إلى المتلقي والتأثير فيه وإقناعه غرض هذا كله هو إنجاح العملية التواصلية.

¹ - سعيد بنكراد وآخرون: استراتيجيات التواصل الإشهاري ص 190.

المبحث الثالث: أنواع الرسائل الإشهاري

لقد أشارت الدراسات الإعلامية إلى إمكانية التمييز بين عدة أنواع للفعل الإشهاري، وذلك في ضوء تعدد أغراضه موضوعاته فكل نوع إلا وله خصائصه ومعيّراته التي ينفرد بها عن غيره وهذا ما يتضح من خلال ما يلي:

1- الإشهار الإعلامي:

يتمثل الهدف الأساس لهذا النوع في إقامة علاقة ثقة بين الشركة أو المؤسسة المنتجة والمستهلك من خلال تصحيح خطأ شائع عن بضاعة أو سلعة يتم تداولها في السوق.

2- الإشهار الإرشادي:

يسعى هذا النوع إلى تزويد المتلقي (المستهلك) معلومات مفصلة عن مكان اقتناء البضاعة؛ وكيفية استعمالها، وإفادة من مزاياها، وقد يتجه هذا النوع وجهة تعليمية تقوم بوظيفة تلقين الفائدة العلمية البضاعة"¹.

وفي هذا الشأن نجد أن هذا النوع من الإشهار له تأثير كبير على المتلقي وهذا من خلال ما يقدمه هذا النوع من معلومات ونصائح حول المنتج مما يجعله يكتسب ثقة المستهلك وإغوائه بما يثيره ويحرك عواطفه وبالتالي خلق رابطة قوية معه ومتابعة كل ما يقدم له من خلاله واقتناء المنتج المناسب.

3- إشهار الأعمال:

"يتوجه بصفة خاصة إلى فئة معينة من الناس، هم الوسطاء من التجار"².

¹ - سعيد بنكراد وآخرون: استراتيجيات التواصل الإشهاري ص 163.

² - نفس المرجع، ص 163.

4/- إشهار التجزئة:

ونجد هذا النوع يهدف إلى ترغيب المتلقي واستمالته، لكي يتقني البضاعة المتغيرة من نقطة بيع معينة، على الرغم من وجودها في نقاط بيع أخرى قد تخضع لنفس الرقابة الصحية والإدارية، غير التنافس بين الشركات والمؤسسات التجارية يستلزم استخدام هذه الطريقة في استمالة وإغواء المستهلك¹

وفي إطار الحديث عن هذا النوع نجده يستخدم وسائل مختلفة لإقناع المتلقي باقتناء سلعة ما فالتنافس بين المؤسسات يدفعها إلى تمييز منتوجها عن غيره بخصائص معينة وتحمله علامة مميزة تختص به على المنتوجات الأخرى بهدف جذب عدد من المستهلكين.

5/- الإشهار الدولي:

" هدف هذا النوع ترويج البضاعة خارج الوطن الأصلي لها، ويتخذ هذا النوع من وسائل كثيرة أكثر اتساقا وانسجاما مع طبيعة المستهلك الثقافية والدينية والأيدولوجية والنفسية، والمختصون القائمون على تصميم لنصوص الإشهار الدولي يتوافرون على معرفة مفصلة تتعلق بأفق انتظار مخالف لأفق انتظار موطن العلامة.²

ومن خلال ما تقدم يمكن القول بأن هذه الأشكال الإشهارية رغم اختلاف أغراضها وخصائصها إلا أن هدفها واحد ألا وهو إقناع المستهلك باقتناء المنتج بمختلف لطرق والوسائل المستخدمة وجعل العملية التواصلية ناجحة ومستمرة.

¹ - سعيد بنكراد وآخرون: المرجع السابق ص163.

² - نفس المرجع نفسه، نفس الصفحة.

المبحث الرابع: القيمة الحجاجية في الخطاب الإشهاري " مقارنة تداولية "

إن الإستراتيجية التي يقوم عليها الخطاب الإشهاري ذات أهمية بالغة في مجال التواصل؛ ذلك أن الآلية التي يتضمنها ذات مبدأ تداولي محض لا وهي اللغة التي لقيت حظها في عدة اختصاصات في إطار الدراسة إلا أن المجال التداولي كان الأنسب وذلك لما حققه من تطورات حول وظيفتها التواصلية وهذا ما أدى بالخوض في غمار الخطاب الإشهاري كأمر جاد وضروري لتوضيح القيمة الحجاجية التي يسير في ظلها.

وقبل تناول القيمة الحجاجية في الخطاب الإشهاري، لابد من تقديم المدونة، وهي تتضمن إشهار جن البقرة الضاحكة " Lavache quirrit " والذي يحتوي النص كآتي:

➤ لينمو كذلك في عقله.

➤ وصفة جديدة

➤ مزودة بالزنك

حيث ندرس هذا النص من خلال العناصر التالية:

1/- مقام الخطاب (Situation dis coure):

قدم هذا الخطاب على اللوحات الإشهارية المثبتة على أرصفة الطرق عبر معظم المدن الجزائرية خلال سنتي 2013-2014، ولعل السبب في نشر هذا الخطاب بواسطة اللوحات الإشهارية يعود إلى نجاح هذه المنشورات في إيصال المعلومة إلى المتلقين بشكل مباشر ومهمتها البالغة التأثير عليهم بما تحتويه من خطاب لساني وصورة جذابة وما لهما من تأثير على نفسية المتلقي ويعد هذا النص نسيجا لغويا مترابطا من الملفوظات، وقد تم عرضه بناءً على إستراتيجية خطابية معينة قائمة على الإشهار والافناع والسرد في آن واحد وهذا التداخل المقطعي بإمكانه تحديد تميزه الجمالي (Fonction poétique) وكفاءته التبليغية (competence communicative).

كما يمكن رصد مجموعة من العناصر الأساسية التي استخدمت كوسيلة لإغراء المتلقي واستمالته، حيث نجد منها: انتقاء الملفوظات الموحية والتراكيب البسيطة، إضافة إلى صورة المنتج؛ تمثل في علبة جبن البقرة الضاحكة المشهر له على اللوحات الإشهارية بصورة جذابة ملفتة للانتباه.

2/- قناة الخطاب:

وقد تضمن هذا الخطاب وسائل التواصل المتمثلة في المكتوبة والبصرية حيث جاء على شكل إشهار لساني مكتوب، وبصري تمثل في علبة جبن البقرة الضاحكة، وصورة لطفل يحمل بيده اليمنى شطيرة وقد وضع إصبع سبابة اليد اليسرى على خده، وعيناه تحدقان، وكأنه يفكر، دلالة على أن ها الجبن يجعل عقل الطفل ينمو.

وهذه الرموز الإشارات عبر الصورة تعد تلخيصا للخطاب المكتوب وتفسيرا له وفي هذا الشأن نجد بأن هذا الإشهار قد تميز بالتكامل والتوافق بين النص اللغوي والصورة، حيث عملية عناصر القول المكتوبة تركيبيا ومعجما، إضافة إلى مكونات الصورة الجمالية، والمقولات الإيحائية الموضوع على تحديد وإيضاحه.

و من لأدوات المستخدمة في هذا الخطاب التراكيب البسيطة الواضحة إضافة إلى الصورة الملونة الجذابة والمغرية وهذا ما يدل على أن المشهر قد يركز على استخدام وسائل عصرية والجيل المتلقي بهدف استمالته والتأثير فيه للوصول إلى غاية واحدة وهي اقتناعه.

وقد كان للوسائل المستعملة في هذا الخطاب الإشهاري دور فعال في التأثير على المتلقي (المستهلك) لتحقيق الوظيفة التأثيرية، وقد تأسس هذا الخطاب على نظام ترميزي بصري وكذا اتخذ الخطاب الإيحائي كأداة لجعل المنتج المتمثل في جبن البقرة الضاحكة يمتاز بجودة وخصوصية لا يساويه فيها منتج آخر نظر لما يحتويه من فائدة صحية باحتوائه على مادة الزنك التي تعبر عن فائدهما في نمو عقل الطفل بهدف التأثير على في المتلقي ودفعه نحو اقتناء هذا المنتج ذو الخصوصية المميزة.

3- لغة الخطاب وخصائصه:

من خلال هذا الخطاب الإشهاري المقدم نجد بأنه يقوم على نظام لغوي مخصوص تركيبيا ومعجميا، اتفق عليه من حيث اللغة بين الإشهاري والمتلقي فقد ألقى بلغة عربية فصحي واضحة ضمانا لفاعلية التواصل ونجاحه من حيث هو فعل كلامي، هدفه إقناع المتلقي للوصول إلا الغاية المنشودة وهي اقتناء منتج جبن البقرة الضاحكة، ولم يقتصر على المستهلك الجزائري فقط بل في العربي كونه جاء بلغة عربية يفهمها كل عربي وقادرة على التأثير فيه من خلال ما يحتويه الخطاب وما تحتويه الصورة من معاني وإيحاءات.

وقد تميز هذا الخطاب بالتركيب البسيطة المنسقة والمنسجمة وما تحمله الملفوظات من معاني ودلالات من شأنها التأثير على المتلقي وجذبه نحو فك محتواها وإيحاءاتها.

ومن سمات هذا الخطاب: التراكيب الإيحائية المؤثرة والمنتقاة بعناية ومالها من قوة تأثيرية على نفسية المتلقي بالإضافة إلى اللغة المستخدمة العربية الواضحة.

وما يمكن الحديث عنه كذلك تضمن الخطاب للمقدرة التواصلية المتمثلة في المعرفة الاتصالية كالأدوات اللسانية لخلق نوع من التواصل واستمراره وجعل الخطاب مؤثرا وفعالا ذو هدف إقناعي بتقديم المبررات والحجج لإنجاح العملية التواصلية وما يمكن ملاحظته في هذا الخطاب:

ورود الفعل المضارع ينمو الذي يحمل دلالة معجمية، وقد اقترنت به لام التعليل، الدالة على السببية: أي جبن البقرة الضاحكة المزود بالزئك يجعل العقل ينمو.

والجملة التعليلية "لينمو....." تحمل حجة تبريرية ابتغاء إنجاز المتلقي فعل الشراء للمنتوج.

كما أن الجملة الفعلية "لينمو كذلك في عقله" لم تكن وفق نظام اللغة العربية الفصحى؛ فقد جاءت وفق لهجة عامية، لأن المسند إليه (الفاعل) ورد مجرورا بفي، وهذا يعد خرقا لقواعد اللغة فيما لا يجوز، والصواب أن يقال: لينمو عقله، لينمو عقل الطفل، والمعنى لينمو جسم الطفل؛ وكذلك لينمو عقله.

كما وردت الجملة الاسمية: وصفة جديدة مزودة بالزنك الدالة على الثبوت والدوام وهي توحى بأن الوصفة مغذية للعقل وكائن هذا الجبن لا يضاهيه أي جبن آخر في الفائدة الصحية لاحتوائه على مادة الزنك، كما هو واضح لفظاً من النص الإشهاري المكتوب وكذلك ممن إشارة الأصبع التي تحمل إماعة سيميائية دالة ولو أن الطفل المستهلك الموجه إليه، لا يدرك تلك القيمة الغذائية المشار إليها لكنه يقبل على فعل الشراء بدافع الغريزة.

ولا شك أن المتلقي بصفة عامة سيأثر بما يحتويه هذا الجبن من خصوصيات لها فائدة صحية تجعله يقبل على اقتناء المنتج.

وما يمكن ملاحظته أن كلمة عقله التي وردت مسندا إليه، تمثل النواة التي نسج حولها النص؛ فهي نواة دالة على إسهام هذا العنصر اللغوي في توليد طاقة حجاجية فعالة ذات مدى بعيد في توصيل مقاصد القول.

ولعل محاجة الكلمة المفردة لا تفهم بمعزل عن ورودها في التركيب ولكن جيء بها للدلالة على أن هذا المنتج "جبن البقرة الضاحكة" يساهم في نمو عقل الطفل كأفها مادة ضرورة يستلزم وجودها حتى يكتمل نموه بالإضافة إلى الاختصار الموجود في هذا الخطاب من خلال التركيب الجملة لينمو كذلك في عقله" التي أصلها لينمو عقل الطفل وهذا لاختصار في التركيب اللغوي، يعد تطبيقاً لقاعدة الكم (Quantité) والكيف (Qualité) التي تحرص عليها التداولية.



ومن خلال هذا البحث في هذا الموضوع تمكنت من رصد مجموعة من النتائج والاستنتاجات حول ما تقدم فيه والمتمثلة فيما يلي:

❖ تعد التداولية تياراً مهماً في معالجة اللغة وكشف خصائصها التبليغية الهادفة لتحقيق التواصل بين مستعمليها.

❖ أثرت الدراسات القديمة في الحجاج بشكل كبير بما قدمه الباحثون حوله بداية من السفسطائيين وأفلاطون وأرسطو، فلا شك أن هذه الجذور الأولى ستبقى المبنى الأساسي للتعبير عنه.

❖ لم يكن للحجاج أن يعرف النور من جديد لولا مساهمة الدارسين المعاصرين خصوصاً بعد ظهور البلاغة الجديدة التي كانت بمثابة منعطف جديد لإحياء القديم.

❖ لقد تداخل مفهوم الحجاج بمصطلحات أخرى وذلك حسب كل ما تقدم من اصطلاحات حوله ولارتباطه بموضوع المنازعة والخصومة رغم ذلك تبقى هذه المفاهيم الأخرى تلتقي معه في شيء واحد ألا وهو الوصول الاقتناع.

❖ الإشهار فن إعلامي، ووسيلة اتصالية غير شخصية لتقديم الخدمات والأفكار بغية تحقيق التفاعل بين الأفراد.

❖ الخطاب الإشهاري صناعة إعلامية وثقافية معاصرة مرتبط أشد الارتباط بالدعاية ويعد من الخطابات التي لقيت خطتها في المجال التواصلية.

❖ غاية الخطاب الإشهاري لفت الانتباه الملتقين بالتأثير فيهم سواء بالملفوظ اللغوي أو الصورة أوهما معا باختلاف وسائل الإقناع للوصول إلى هدف واحد هو تحريض المستهلك على اقتناء المنتج.

❖ إن القيمة الحجاجية للخطاب الإشهاري يمكن أن تتجسد في كلمة واحدة لكن لا يمكن أن تحقق هذه القيمة بمعزل عن التركيب حيث يمكن لهذه الكلمة أن تؤثر في المتلقي خاصة باتساقها وانسجامها مع الملفوظات الأخرى.

❖ تساهم الصورة في تلخيص ما يحتويه الملفوظ اللساني ضمن الخطاب الإشهاري مما يكسب هذا الأخير فعاليته القصوى لتحقيق وإنجاح العملية التواصلية.

❖ يعد دور اللوحات الإشهارية مهما في التأثير على المتلقي لما تحتويه من جماليات من شأنها استمالة هذا الأخير وبعثه على الفهم والاقتناع بما يقدم له.

❖ لعب الخطاب الإشهاري دورا هاما في تحقيق التواصل بما يحتويه من خصائص حيث يمكنه تعدي نظام اللغة اللساني إلى المستوى الإيحائي عبر الصور المعبرة ولا بد أن دوره هذا من شأنه خلق تفاعل في العملية التواصلية وتقديم حجج مقنعة أكثر لجعل المتلقي يقتنع باقتناع المتزوج .



أولاً: المصادر

1- مصادر عربية:

1. ابن منظور 1410هـ، 1990م، "لسان العرب"، ط1، مج2، دار صادر، بيروت.
2. أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكرياء 1411هـ-1991م، "مقاييس اللغة"، ط1، مج2، دار الجيل بيروت.
3. أبو القاسم بن عمرو بن أحمد الزمخشري جاز لله، 1412هـ-1992م، "أساس البلاغة دار صادرة"؛ بيروت..
4. الفيروز آبادي، قاموس المحيط، 68/2 مادة الشهرة، وابن فارس معجم مقاييس اللغة 222/3 مادة شهر.
5. قاموس المنجد في اللغة والإعلام والإعلان، دار الشروق، بيروت، لبنان، ط1، د.ت.

2- مصادر أجنبية:

1. -Dictionnaire Encarta 2008 France .
2. -Longmen, Dictionary of contemporary English
3. -Petit Rebert, Dictionnaire de la langue Française, 1^{er} fedectionK paris, 1990

ثانياً: المراجع

1- الكتب:

1. أحمد المتوكل، "قضايا اللغة العربية في اللسانيات الوظيفية"، بنية الخطاب من الجملة إلى النص، دار الأمان، الرباط (د.ت).
1. إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، القاهرة، ط3 (د.ت).
2. أبو الحسن إسحاق ابن وهب، "البرهان في وجوه البيان"، تقديم وتحقيق، جفني محمد شرف، مطبعة الرسالة، عابدين، مصر، دط، دت.
3. أبو الهلال العسكري، "كتاب الصنائع الكتابة والشعر"، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط2، 1989.
2. أحمد بن عمر بن علي المقرئ الفبومي، "المصباح المنير"، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، د.ت.
3. أرسطو طاليس: "الخطابة حقيقه وعلق عليه عبد الرحمن بدوي"، وكالة المطبوعات الكويت، 1979.
- أرسطو طاليس: "كتاب الخطابة، ترجمة إبراهيم سلامة"، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر ط2، 1953
4. إسحاق إبراهيم ابن وهب، تحقيق، خفني محمد شرف البرهن في وجود البيان، مطبعة الرسالة، 1969.
5. الجاحظ: "البيان والتبيين"، دار مكتبة الهلال، بيروت، لبنان، ط2، 1992م .
6. حاكم عمارية: "الخطاب الإقناعي في ضوء التواصل اللغوي" دراسة اللسانية التداولية في الخطابة العربية"، دار العصماء ط1، 2004.
7. الرازي مختار، "الصحاح"، دار الحديث القاهرة، 2003، ص197، مادة شهر.

8. الغانمي، "اللغة والخطاب الأدبي"، المركز الثقافي العربي، ط1، 1992..
9. الرازي: "مختار الصحاح"، دار الكتاب العربي، بيروت، لبنان ط1، 1967 مادة حجج .
10. سالم محمد الأمين طلبة: "الحجاج في البلاغة المعصرة"، ط1، دار الكتاب تجديد المتحدة، بيروت لبنان 2008م.
11. سامية الدريدي: "الحجاج في الشعر العربي القديم من الجاهلية إلى القرن الثاني للهجرة بنيته وأساليبه"، عالم الكتب الحديث، إريد الأردن ط 1، 2008.
12. السكاكي، أبو يعقوب (دت) "مفتاح العلوم"، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان.
13. صابر حباشة: "التداولية ولحجاج (مداخل ونصوص)"، صفحات للدراسة والنشر، دمشق سوريا ط1، 2008.
14. طه عبد الرحمان، "في أصول الحوار وتجديد علم الكلام"، المركز الثقافي، الدار البيضاء المغرب، الطبعة الثانية، 2000.
15. طه عبد الرحمان، "اللسان والميزان أو التكوثر العقل"، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، بيروت ط1، 1998.
16. عبد السلام أبو قحف، "محاضرات في هندسة إعلان"، ديوان المطبوعات الجامعية، بيروت، لبنان د.ط، 1995.
17. عبد الله صولة، "الحجاج في القرآن الكريم من خلال أهم خصائصه الأسلوبية"، ج1، جامعة منوبة تونس 2001.
18. عبد الهادي، ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب" مقارنة لغوية تداولية"، دار الكتاب، الجديد، بيروت ط1، 2004 .
19. محمد الصافي، "الخطاب افشعاري والدعاية السياسية"، ترجمة سعيد نيكرد وآخرون استراتيجيات التواصل الإشعاري، دار الحوار للنشر والتوزيع، سورية، ط1، 2010 .
20. محمد العمري 1999، "البلاغة العربية أصولها وامتداداتها"، إفريقيا الشرق، المغرب.
21. محمد عبد المنعم خفاجي، "عبد العزيز شرف الدين"، نحو بلاغة جديدة مكتبة غريب، القاهرة.
22. هشام الريفي: "الحجاج عند أرسطو ضمن كتاب أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية"، إشراف حمادي صمودي، منوبة، جامعة تونس، كلية الآداب: دت .

2/- مذكرات ورسائل:

1. عبد الله صولة، "الحجاج أثره ومنطلقاته وتقنياته من خلال مصنف في الحجاج الخطابة الجديدة لبرلمان وتيتكاه ضمن كتاب أهم نظريات - الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم"، إشراف حمادي صعود جامعة الآداب والفنون والعلوم الإنسانية تونس كلية الآداب منوبة.

3/- المجلات والمنشورات

1. خشاب جلال: مراعاة بعنوان "تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي"، مقارنة السيميائية المركز الجامعي سوق أهراس نقلا عن: La Publicité Principes Méthodes ed manabout, Paris Jean Clande Dasto: 1973
2. صلاح فضل: "بلاغة الخطاب"، عالم المعرفة سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني والفنون والآداب الكويت العدد 164-1992.
3. صلاح فضل، "بلاغة الخطاب وعلم النص"، عالم المعرفة، ع 164، أغسطس/اب 1992.
4. عادل الثامري، مقال العنوان في الانترنت بعنوان التداولية.
5. عباس حشاني: "مصطلح الحجاج بواعثه وتقنياته"، نقلا عن جميل عبد المجيد، البلاغة والاتصال.
6. عباس حشاني: "مقال بعنوان مصطلح الحجاج بواعثه وتقنياته"، مجلة المخبر أبحاث في اللغة العربية والأدب الجزائري جامعة بسكرة الجزائر العدد 9-2013.
7. عبد الحكيم سحالية: مقالة حول "التداولية النشأة والتطور قسم اللغة العربية وآدابها"، المركز الجامعي، الطارف، من الموقع:
- File ;//c ;/Users/Omar/Desktop/Nouveau20%Dossier/Kalema.net.htm
8. عبد الحميد بورايو، مقال السيميائية والنص الأدبي، أعمال ملتقى معهد اللغة العربية وآدابها، جامعة عنابة 1995.
9. عز الدين الناجح، "المفهوم من خلال الملفوظ الإشهاري"، مجلة دورية أكاديمية، جامعة تيزي وزو العدد 02، ماي 2007.
10. اللغة والآداب: "مجلة أكاديمية علمية يصدرها معهد اللغة العربية وآدابها" جامعة الجزائر، عدد خاص لعبد الحميد بن هدوقة، العدد 13، ديسمبر 1998.
11. محمد سالم ولد أمين: "مفهوم الحجاج عند برلمان و تطوره في البلاغة المعاصرة"، عالم الفكر، الكويت، ع2، 2000م.
12. مقال الانترنت: بعنوان ما هو الخطاب الإشهاري؟: من الموقع : File ;//c ;/User /oma/Desktop/Nouveau dossier 20%/ntml

13. مقال بعنوان: "الحجاج في اللسانيات التداولية"، دراسة لنماذج من القرآن الكريم، جامعة مستغانم، الجزائر.

14. يمينة تابني، الحجاج في الرسائل ابن عباد الرندي دورية أكاديمية محكمة في الدراسات والبحوث العلمية منشور مخبر تحليل الخطابة تيزي وزو عدد 2-2007 .

15. AbdelKader Selami : Discourse of odvertising beween Semantics and pragmatism .

4/-المواقع الالكترونية

1. منتديات ستارتا يمز: مقال بعنوان الخطاب الإشهاري وخصائصه من الموقع: File ;/c ;/User /oma/Desktop/Nouveau dossier 20%/ntml

البسمة

إهداء

شكر وعرفان

أ	مقدمة:
5	مدخل

الفصل الأول: ماهية الحجاج

15	المبحث الأول: مفهوم الحجاج لغة واصطلاحاً
15	1- الحجاج لغة
17	2- الحجاج اصطلاحاً
19	المبحث الثاني: الحجاج عند القدماء
19	1/ الحجاج عند الغرب
24	2- الحجاج عند العرب
27	المبحث الثالث: الحجاج عند المحدثين
27	1- عند الغرب
34	2- الحجاج عند العرب المحدثين
40	المبحث الرابع: علاقة الحجاج بمصطلحات أخرى
40	1- الاستدلال
40	2- البرهنة
42	3- الإقناع

الفصل الثاني: الخطاب الإشهاري

46.....	المبحث الأول: مفهوم الخطاب لغة وإصطلاحاً
46.....	1- مفهوم الخطاب
49.....	2- مفهوم الإشهار
54.....	المبحث الثاني: مفهوم الإشهار لغة وإصطلاحاً
54.....	1- الإشهار Le Publicité
55.....	2- المستهلك Le Consommateur
55.....	3- المنتج Le produit
62.....	المبحث الثالث: أنواع الرسائل الإشهاري
62.....	1- الإشهار الإعلامي
62.....	2- الإشهار الإرشادي
62.....	3- إشهار الأعمال
63.....	4- إشهار التجزئة
63.....	5- الإشهار الدولي
64.....	المبحث الرابع: القيمة الحجاجية في الخطاب الإشهاري " مقارنة تداولية "
64.....	1- مقام الخطاب (Situation dis coure)
65.....	2- قناة الخطاب
66.....	3- لغة الخطاب وخصائصه
69.....	خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

فهرس المحتويات