

الحجاج في الخطاب الصحافي الجزائري: جريدة الخبر نموذجا

The argumentation in the Algerian press discourse: Case of the daily
"El khabar"

آيت سعيد أسيا

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

p.aitassia@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2019/08/17 تاريخ القبول: 2019/09/09 تاريخ النشر: 2020/01/05



ABSTRACT:

ملخص البحث

This article presents some elements of reflection and analysis for the development of a study on the argumentation in the media discourse, thus seeking to approach the media communication from the perspective of producing meaning and not of 'influence. To this end, we will examine the argumentative strategies employed in the Algerian press discourse on the presidential elections of April 17, 2014.

Keywords: Argumentation, persuasion, political communication, public space, press discourse.

يعرض هذا المقال بعض عناصر التفكير والتحليل لتطوير دراسة حول الحجاج في الخطاب الصحافي، ساعين في ذلك إلى مقارنة الظاهرة الإعلامية من منظور إنتاج المعنى وليس التأثير. من أجل ذلك سيتم فحص آليات الاستراتيجية الحجاجية التي اتبعتها الخطاب الصحافي الجزائري في تناوله للانتخابات الرئاسية الجزائرية لعام 2014.

الكلمات المفتاحية: الحجاج، الإقناع، الاتصال السياسي، الفضاء العمومي، الخطاب الصحافي.

مقدمة

تزايد الاهتمام العلمي بموضوع الحجاج (Argumentation)، في العقود الأخيرة، خاصة في علوم اللغة والاتصال، لحضوره المكثف في حياتنا اليومية، ولأهميته في تدبير الصراع والاختلاف والإقناع والتأثير على الآخر، بدلا من اللجوء إلى كل أشكال العنف.

ورغم أن الإقناع حظي باهتمام العديد من الباحثين، خاصة في علوم الإعلام والاتصال وعلم النفس الاجتماعي، إلا أن تركيزهم كان على أثره وفحص مواقف وسلوكات المستقبل وقياس درجة إذعانه وليس على الخطاب نفسه، مثلما يفعله التحليل الحجاجي الذي يبحث في ميكانيزمات الإقناع في العمليات اللغوية والاستراتيجيات الخطابية.

وبما أن غاية الخطاب الصحافي (الإعلامي) تكمن دوماً في التأثير على الجمهور وحمله على تبني أفكار الوسيلة الإعلامية، رغم التخفي وراء فعل الإعلام والإخبار، فإن وسائل الإعلام تنخرط في عملية البناء الدلالي والاجتماعي للواقع باللّغة، وبها تثبت التصورات الذهنية عن الأحداث وقضايا الشأن العام، من خلال، حسب إدغار موران، عرضها ومناقشتها وتحليلها وتفسيرها وتسييقها.

وتتم عملية إنتاج هذا الواقع من قبل الصحافة (وسائل الإعلام)، بالتوسل بالطاقة التعبيرية والحجاجية للغة، وتوظيف عناصر المعرفة والنماذج الذهنية المشتركة¹، من أجل تمكين القارئ من أن يفهم الواقع على ضوء قناعاتها، وبالتالي تدفعه لأن يسلك سلوكاً في المجتمع يتوافق مع هذه القناعة.²

الإشكالية:

لقد أثار ترشح عبد العزيز بوتفليقة في الانتخابات الرئاسية 2014 لعهدة رابعة جدلاً سياسياً واسعاً في أوساط المجتمع. وانقسمت الآراء بين مؤيد للاستمرارية ومعارض لها، في ظل الوضع الصحي للرئيس الذي لا يسمح له بإدارة مقاليد الحكم في الجزائر.

وانخرطت العديد من الأحزاب السياسية لا سيّما تلك المنتمية إلى التحالف الرئاسي في مسار التسويق للعهدّة الرابعة والدفاع عنها بكل الوسائل المتاحة. في المقابل تعالت أصوات أخرى معارضة لهذه العهدة فنادت بمقاطعة الانتخابات والعزوف عنها، بالإضافة إلى الحركات الاحتجاجية التي خرجت إلى الشارع للتنديد بالولاية الرابعة، على غرار حركة "بركات".

ووجد هذا الغليان صدها في الصحافة الجزائرية التي كانت مواقفها متباينة من الانتخابات ومن العهدة الرابعة، ما انعكس في طريقة معالجتها للأحداث وتصويرها للموضوع بطريقة تخدم قناعاتها واستراتيجياتها لإقناع قرائها بأفكارها ووجهات نظرها.

لهذا، فإن انشغال هذه الدراسة لا يتمثل في البحث عن مدى تأثير الصحافة على الجمهور أو الرأي العام في الجزائر أو في نوع التأثير الذي يمكن أن تحدثه، لأنها - حسب بريغمان- أسئلة كلاسيكية بالنسبة لعلم السياسة وعلم الاجتماع الإعلامي، بل تبحث في الآليات التي تتسلح بها من أجل إحداث التأثير المنشود على المتلقي وإقناعه بوجهة نظرها.

من هنا، تأتي أهمية دراسة الحجاج كواحدة من آليات الإقناع والتأثير في الخطاب الصحافي الذي يعتبر من أهم الخطابات المؤثرة للفضاء العمومي، رغم إشكالية هذا المفهوم في السياق الجزائري، فالصحافة (وسائل الإعلام) تحتل مكانة جد هامة في تعداد القوى المنظمة في المجتمع، فهي لا تضطلع بدور الإخبار فقط، بل هي أيضاً حاضنة للنقاش حول مسائل تخص الشأن العام وتكوّن "صورها" وتنتج "معانيها" ليس كذات إعلامية فاعلة بالمطلق، بل كمعبر عن قوى ومصالح اجتماعية - اقتصادية وثقافية... الخ.³

وتتقوى هذه المهمة في فترات الانتخابات التي تعتبر ذروة الاتصال السياسي، لذا جاءت هذه الدراسة لتقارب الخطاب الصحافي الجزائري حول رئاسيات 2014 حجاجياً، وعليه، يمكن أن نلخص إشكالية البحث في السؤال التالي: هل الخطاب الصحافي الجزائري المنتج حول رئاسيات 2014 خطاب حجاجي؟ وكيف تتمظهر الوظيفة الحجاجية فيه؟ وما هي آليات الحجاج الموظفة ومساراته؟

وقد ترتب عن هذا السؤال المركزي بعض الأسئلة الفرعية، سعى هذا البحث للإجابة عليها: ما علاقة الإعلام والاتصال بالحجاج؟ وما أهمية الحجاج في الفضاء العمومي؟ وهل يقتصر الحجاج على الأنواع الصحفية الخاصة بالرأي أم أنه يمتد ليشمل حتى الأنواع الخبرية؟ وما هي الحجج التي دعمت النقاش حول رئاسيات 2014 المثيرة للجدل، في جريدة الخبر؟

واتخذت هذه الدراسة من جريدة الخبر أنموذجا، حيث تمّ التركيز في التحليل على عينة قصدية لنصوص عمود "سعد بوعقبة" الموسوم "نقطة نظام" كنموذج لمقالات الرأي، المنشورة في الفترة ما بين 1 فيفري إلى 20 أفريل، مقسمة على ثلاث مراحل وهي: قبل وأثناء (23 مارس-13 أفريل) وبعد الحملة الانتخابية، للوقوف على مدى تأثير الأحداث ومستجداتها على أسلوب الحجاج وآلياته.

من أجل ذلك، توصلت الدراسة بطائفة من المفاهيم والإجراءات التحليلية المنبثقة عن نظريات الحجاج البلاغي واللغوي ومتمكنة على منهج تحليل الخطاب الذي يعنى بالكشف عن العملية الحجاجية الضابطة لنظام الخطاب من خلال رؤية كلية تبحث في علاقات الترابط الحجاجي، في سياق تحليل وظائفه التداولية العامة.

أولا/ الحجاج: المنطلقات والمرتكزات

أ- مفهوم الحجاج:

لمفهوم الحجاج (Argumentation)، تحديدات كثيرة، لتنوع مظاهره (الصّريح والضمّني)، وتعدّد ميادين استعماله: القضاء، الفلسفة، المنطق، التعليم، لذا نجد من عرفه من منظور بلاغي، وآخر من منظور فلسفي ومنطقي وتداولي. يحدد بيرمان وتيتيكا مفهوم الحجاج بأنه: " درس تقنيات الخطاب التي من شأنها أن تؤدي بالأذهان إلى التسليم بما يعرض عليها من أطروحات أو أن تزيد في درجة ذلك التسليم."⁴

ويعرفه أوزفالد ديكر و أنسكومبر بقولهما: "إنّ الحجاج يكون بتقديم المتكلم قولاً ق1 (أو مجموعة أقوال) الذي يمثل حجة، يفضي إلى التسليم بقول آخر ق2 (أو مجموعة أقوال أخرى) الذي يمثل النتيجة التي قد تكون صريحة أو ضمنية."⁵

وينظر ميشال ماير إلى الحجاج "بأنه جهد إقناعي ويعتبر البعد الحجاجي بعدا جوهريا في اللغة يسعى كل خطاب إلى إقناع من يتوجه إليه"⁶ من جانبه، يرى طه عبد الرحمان أنّ الحجاج: "فعالية تداولية جدلية فهو تداولي، لأن طابعه الفكري مقامي واجتماعي، وهو جدلي؛ لأنّ هدفه إقناعي قائم بلوغه على التزام صور استدلالية أوسع وأغنى من البيانات البرهانية الضيقة."⁷

أمّا الحجة، فتعرف مثلا عند البعض بأنها الدعم أو السند المقدم لتأييد وتعزيز أطروحة ما، في حين يعطي الآخرون أمثال تولمين (1958) Taulmin و لوبور (2012) Lepore تعريفا أكثر اتساعا للحجة واعتبارها تركيبا بين الدعم والأطروحة.

ب- تاريخ الحجاج:

حظي الحجاج بالاهتمام والبحث منذ فجر الحضارات القديمة لدى الإغريق والرومان والمسلمين والأمم الأخرى. وكان مرتبطا بالمنطق والجدل والبلاغة بالخصوص التي أسس لها أرسطو في كتابه "فن الخطابة" واستمرت بعده مع شيشرون وكونتيليان وغيرهما، إلى أن تعرضت في القرن السادس عشر إلى نهاية القرن التاسع عشر، للاختزال في

الكفاية الأسلوبية ثم إلى الأقول بعدها لعدة أسباب يلخصها أوليفي ريبول في عاملين: هيمنة النزعة الوضعية التي رفضت البلاغة باسم الحقيقة العلمية، وظهور المذهب الرومانسي الذي رفضها باسم الصدق.⁸

وأعيد تأسيس الدراسات الحجاجية مع ظهور كتاب شايم بيرلمان (C. Perelman) وأولبرايت تيتيكا (Lucie Olbrecht-Tyteca) "مصنف في الحجاج: البلاغة الجديدة" الذي ظهر عام 1958. وفي العام ذاته، ظهر كتاب آخر حول نفس الموضوع لا يقل أهمية عن الأول، "استخدامات الحجاج (Les usages de l'argumentation) لفيلسوف القانون الإنجليزي ستيفن تولمين.⁹

ويكمن الاختلاف بينهما في أنّ بيرلمان كان يهدف إلى تطوير نظرية بلاغية جديدة مستقاة من النمط الأرسطي ومضادة للعقلانية الديكارتية. أمّا تولمين، فقد كانت أعماله مضادة للمنطقية، فالحجاج عنده شكل من التفكير أشمل وأعقد من القياس الأرسطي.

ت-نظريات الحجاج:

إن تعدد الحقول والمجالات المهتمة بالحجاج ونشوته ضمن مسارات فكرية وإيديولوجية متباينة، سمح بتعدد نظرياته ومقارباته واستراتيجياته، وفي الوقت ذاته، ازدادت أشكال التداخل والتفاعل بين تلك الأطر النظرية.

ويصنف جيل غوتي وفليب بروتون النظريات الحجاجية إلى قطبين: الأعمال الأنجلوساكسونية والدراسات الفرنكفونية التي تتميز بطابعها الفلسفي أكثر من كونها تجريبية، وتتألف من أربع مقاربات: الأخلاقية، الاجتماعية التلفظية (socio-énonciative)، الاستيمولوجية (épistémologique) أو الفكرية (intellective) و البلاغية.¹⁰

وثمة تصنيف آخر لتلك النظريات الحجاجية بحسب مباحث البلاغة والمنطق الطبيعي واللسانيات، من أهمها نذكر:

11

النظرية البلاغية (البلاغة الجديدة): يؤكد أصحاب هذه النظرية شايم بيرلمان وزميلته أولبريخت تيتيكا أن نظرية الحجاج بوصفها بلاغة جديدة تغطي كل حقل الخطاب المستهدف للإقناع، كيفما كان المستمع الذي تتوجه إليه، ومهما كانت المادة المطروحة.

و "تمفصل البلاغة الجديدة بشكل أساسي حول تحليل "التقنيات الحجاجية" التي تظهر على محورين هامين: من جهة، محور الخطاب نفسه وبالأخص البنيات الحجاجية التي يستخدمها؛ ومن جهة أخرى، محور أثر هذا الخطاب على الجمهور، في ارتباط مع قصد صاحبه. في الحالة الأولى، تدرس الحجج وكيفية تصنيفها؛ وفي الحالة الثانية، تدرس وضعية التواصل التي تنشئ فعل الحجاج".

2- الحجاج المنطقي: اشتهرت نظرية ستيفان تولمين في الحجاج بنفس درجة اشتهار نظرية بيرلمان بسبب النمط الواضح الذي وضعه للحجاج. ولم تكن غايته القضاء على المنطق ذاته، بل كان يسعى إلى وضع حدّ لصورية المنطق "الأرسطي" والمنطق الرياضي وجعله علما تطبيقيا يمكن أن يشمل الخطابات العادية والمناقشات اليومية، وهو ما يعرف بالمنطق الطبيعي الذي اشتهر به أيضا جان بليز غرايز J.B Grize.

3- الحجاج في اللغة (التداولية المدمجة): وضع اللغوي الفرنسي أوسفالد ديكر و زميله جان كلود أنسكومبر عام (1973) أسس نظرية الحجاج في اللغة أو "التداولية المدمجة" التي تدرس الحجاج انطلاقا من ثلاثة مبادئ أساسية، وهي: الحجاج هو الوظيفة الأساسية للغة، المكوّن الحجاجي في المعنى أساسي والمكوّن الإخباري ثانوي، وعدم الفصل

بين الدلائل والتداوليات. وترتكز في ذلك على مجموعة من المفاهيم الإجرائية، مثل: الروابط الحجاجية، والعوامل الحجاجية، والمبادئ والعلاقات الحجاجية، والسلم الحجاجي.. والاستعارة الحجاجية.

ث-الاتصال الحجاجي والإقناعي:

يؤكد فيليب بروتون (Philippe Breton)، وجيل غوتي (Gilles Gautier)، أن الاهتمام بالحجاج لا يتطور إلا في إطار أشمل هو الاتصال، حيث ينبثق الاهتمام بالحجة من الاهتمام بما يتعلق بالرسالة، وطريقة نقلها، وتوصيلها وتبادلها. فالحجة كانت، ولا تزال، تعتبر محتوى، أو شكلا من المحتوى الاتصالي، سواء تم التصريح بذلك أم لا. توجد فرضية تاريخية تقول إن نظريات الحجاج هي الرحم الذي حمل نظريات الاتصال. ويبدو واضحا، أن السمة الأساسية في الحجة، التي تميزها تماما عن التفكير المنطقي، هي أنها تظهر في لحظة تشكل علاقة بين أكثر من طرف، وهذا ما يبرر الدفاع عن الحجاج كأساس لعلوم الإعلام والاتصال.¹²

وتتم عملية الاتصال الحجاجي الذي يعرف بأنه ذاك الاتصال الذي يهدف إلى إقناع المتلقي بأهمية أو صحة رسالة المرسل باستعمال حجج تضمن هذا الغرض، وفق مخطط خاص، بعيد عن الإطار الضيق لمخطط الاتصال الخطي لشانون (Shannon)، أسماء فليب بروتون ب"المثلث الحجاجي".

وبخصوص علاقة الحجاج بالإقناع، يرى بروتون وغوتيه أن: "الترابط بين الحجاج والاتصال يتوسع ليشمل ذلك الذي يقوم بين الحجاج والإقناع، فالحجة لها غاية إقناعية أصيلة، لأنها تبحث عن إقناع المتلقي بفكرة ما، أو جعله يتخذ سلوكا معيناً، أي أن الاهتمام بالحجة يقتضي ضمناً الاهتمام بالإقناع".¹³

غير أن الحجاج عند فليب بروتون، ما هو إلا أحد الأساليب الخمسة التي يتم بواسطتها إحداث الإقناع، إلى جانب التلاعب بالعقول أو التضليل (Manipulation)، الدعاية (Propagande)، البرهنة (Démonstration)، والإغواء (Séduction).¹⁴ الموقف نفسه نجده عند باتريك شارودو الذي يرى أن: "الحجاج يعني حاصل نصي عن توليف بين مكونات مختلفة تتعلق بمقام ذي هدف إقناعي".¹⁵

ثانيا/ الصحافة والنقاش الحجاجي في الفضاء العام

يكتسي تحليل الحجاج أهمية كبيرة في الدراسات الاتصالية والسياسية لأنه يساهم في إعادة إدراج دراسة المضمون في الاتصال السياسي الذي ينحو إلى التمشيد أو الاستعراض أكثر في وقتنا الحالي. وهو ما أكدته روث أموسي التي ترى أن مفاهيم وأدوات الحجاج في الخطاب تسمح بتنوير اشتغال الاتصال السياسي في وسائل الإعلام.¹⁶

فالفضاء العام أصبح اليوم الرئة التي يتنفس منها كل تفكير في الاتصال السياسي وعلاقة وسائل الإعلام بالسلطة والمواطنين، رغم تعرض هذا المفهوم الهابرماسي إلى مساءلة وجوده وتوصيفه في السياق الثقافي والاتصالي والسياسي العربي عموماً والجزائري بالخصوص، لغياب عناصر تأسيسه (الديمقراطية، حرية التعبير، مجتمع مدني قوي، التداول على السلطة.. الخ). إضافة إلى تعرضه للعديد من المراجعات والانتقادات في الغرب، أهمها تضخيمه للاستعمال العمومي للعقل والإعلاء من شأن الحجاج في التداول والنقاش وعقلنة الممارسة السياسية، خاصة وأن الفضاء العام في عصرنا الراهن اتجه نحو الاعتماد أكثر على الوساطة الإعلامية في الديمقراطيات الجماهيرية.¹⁷

إن دراسة علاقة الصحافة ووسائل الإعلام عموماً بالنقاش السياسي تقودنا إلى مساءلة دورها، هل يتمثل في إيجاد ودعم فضاء عام لمناقشة الأفكار والآراء والأطروحات وتبادل الحجج العقلانية لخدمة الصالح العام أم أنها تقوم، كما يرى هابرماس، بتدوير القيم الديمقراطية والقضاء عليها؟

لا خلاف على أنّ أحد أهم الوظائف التي يقوم بها الإعلام حاليا هي إتاحة فرص التعبير وتداول المعلومات وإدارة النقاش العام وتشكيل الرأي العام والمساهمة في تأسيس وتنشيط الفضاء العام لأنه الفضاء الفعلي للممارسة الديمقراطية. فالإعلام لا ينتعش إلا في جو ديمقراطي يضمن حرية التعبير، ولا تستقيم الديمقراطية إلا بممارسة إعلامية جديّة ومسؤولة تحميها وتذكّمها.

وعن العلاقة الجدلية بين الإعلام بالديمقراطية، كتب فليب بروتون " يوجد نوع من الدوكسا (جملة القيم والمعتقدات) مرتبطة بجزء هام بإيديولوجية الاتصال وفي جزء آخر بفكرة أن وسائل الإعلام الحرّة تشكّل ضمنا ضد الديكتاتورية وتدمج بسداجة بين وسائل الإعلام والديمقراطية... فالمكانة الكبيرة التي تحتلها وسائل الإعلام اليوم، على حساب سيرورات أخرى للوساطة، تفضي إلى خلق مشكل ربما أكثر خطورة من ذلك الذي كان من المفروض أن تحلّه".¹⁸

من جانبه، يرى باتريك شارودو أن "الهيئة الإعلامية تقوم بدور الباعث ومنشط ومحرك النقاش... غير أن لرهان الإغراء والاستمالة تأثيره، فيعمل الصحفي على تهبيح وإثارة المتنافسين والخصوم بطريقة تؤدي لإشعال الجدل الذي يبدو كمشهد للملاكمة أكثر منه مسرحا لمناقشة الآراء".¹⁹

وأشار مارك أنجينو Marc Angenot (2008) أن النقاشات العمومية المعاصرة "تتحول في أغلب الأحيان إلى حوار الصم ويرجع ذلك إلى إفلاس البلاغة في وقتنا الحالي".²⁰ في حين يؤكد جيل غوتي أن سبب ذلك لا يعود إلى إفلاس البلاغة أو فشلها أو قصورها في بلوغ هدفها في الإقناع بل يعود إلى الخضوع الجزئي للنقاش العام لإكراهات الخصام والنزاع، وهو ما يؤدي إلى إضعاف الحجاج لصالح أو لفائدة التعبير عن القناعات والاعتقادات.²¹

ثالثا/ في حاجة الخطاب الصحافي:

إن الخطاب الإعلامي باعتباره ممارسة خطابية أو نظاما من "الاختيارات اللغوية والإيديولوجية"، مفهوم معقد، تتداخل فيه خصائص اللغة مع الواقع السياسي وترتبط به خصوصيات المجتمع والثقافة. لذلك نجد أن الدراسات الإعلامية تقارب الخطاب الإعلامي على أنه "إنتاج اجتماعي للمعاني".²²

أ- الإنتاج الصحافي: نص أم خطاب؟

إنّ أول ما يمكن أن يواجهه البحث هو إشكالية مقارنة الإنتاج الصحافي (الإعلامي)، فهل يجب التعامل معه كنص، كما تفعله السيميائيات أم كخطاب؟

قد تبدو الإجابة مسألة سهلة لكن في الواقع الأمر مختلف تماما خاصة مع تشابك مفهومي النص الذي يعرفه جون ميشال آدم بأنه "وحدة التبليغ والتبادل، ويكتسب انسجامه وحصافته (pertinence) من خلال هذا التبادل والتفاعل" والخطاب باعتباره "مجموعة من الملفوظات مأخوذة في بعدها التفاعلي وقدرتها على التأثير في الآخر وانخراطها في وضعية تلفظية خاصة".²³

البعض من الدارسين يستعملهما كمرادفين، أمثال: جينيت، وتودوروف وفاينريش، لارتباطهما بحقل الدراسات اللغوية، واهتمامهما بالبحث في البناء والوظيفة لوحدة اللغة، والبعض الآخر يشدد على ضرورة التمييز بينهما، لاختلاف مرجعتهما، فالأول داخلي مقالي، والثاني خارجي مقامي.²⁴

ولربط المفهومين، يتفق الكثير من الباحثين على غرار هودج وكريس وسارة ميلز وروبرت دي بوجراند وفان دايك على أنه "يمكن لمجموعة من النصوص ذات العلاقات المشتركة أن تعدّ خطاباً"،²⁵ باعتبار أن "النص وحدة مجردة لا تتجسد إلا من خلال الخطاب كفعل تواصلية".²⁶

ويجيب نصر الدين لعياضي، على هذا السؤال بقوله أن مفهوم النص الذي ينتهي إلى المجال اللغوي، "لا يستوعب خصوصية المادة الإعلامية لأنها أقرب إلى الخطاب الذي ينتهي إلى المجال الاجتماعي. فمفهوم الخطاب الصحافي أو الإعلامي يتعدى النص، كمنتج مفرد مكتفي بذاته، بل يدل على حزمة من النصوص التي تلتقي في الرؤية والتوجهات وتستند إلى القصدية ذاتها، وتشارك في طريقة التلفظ.

ب- تعريف الخطاب الصحافي:

يعرّف الخطاب الصحافي بأنه خطاب إبلاغي-تداولي يهدف إلى الإبلاغ والإقناع والمتعة، وهي من أهم الوظائف التي اشتغلت عليها البلاغة القديمة وتشتغل عليها البلاغة الجديدة.

وتعرفه روزيلين رينغوت (Roselyne Ringoot) بأنه نظام تتعايش فيه مختلف الخطابات أي أنّه ميتا خطاب لخطابات أخرى يضمن لها الظهور بوضوح ويتأسس على الإشهار (...). فإذا كانت الجريدة تخبر عن الواقع، فالخطاب الصحافي يرسي الواقع على حد سواء كمادة أولية ومنتج محوّل".²⁷

وفي العموم، ينظر إلى الخطاب الصحافي على أنّه اتصال وسائلي (يتم عن طريق وسيط) على خلاف الاتصال بينداتي).²⁸ وبأنه نتاج لسيرورة مركبة ومعقدة لتحويل الوقائع (faits) الاجتماعية إلى خطاب يخضع إلى إكراهات خارجية (الظروف الاجتماعية، والمادية لإنتاج الخطابات الإعلامية)، وداخلية (ظروف التلفظ، والاتصال لإخراج أو تمظهر الخبر).²⁹

ت- تمظهر الحجاج في الخطاب الصحافي:

يختلف الباحثون في الحكم على حجاجية الخطاب الصحافي وفي تحديد الأنواع الصحفية التي تتضمن محتوى حجاجيا والصفة التي يتجسد بها الحجاج، بسبب اختلاف منطلقاتهم وخلفياتهم النظرية. فالبعض يؤكد أن الخطاب الصحافي هو حجاجي وان تخفى وراء الإخبار لأن الإعلام اليوم لا يعكس الواقع بل هو بناء للواقع، في حين يرى البعض الآخر أن الخطاب الصحافي لا يكون حجاجيا إلا إذا استهدف الإقناع.

ويستند أصحاب الرأي الأول إلى أطروحة ديكر و أنسكومبر في نظريتهما الحجاج في اللغة (التداولية المندمجة) وكذا أفكار ميشال مايير (نظرية المساءلة)، التي تشير إلى أن الحجاج خاصية مباطنة لكل تخاطب لغوي، أي أن النصوص والخطابات التي تنجز بواسطة اللغة الطبيعية هي نصوص وخطابات حجاجية بالضرورة"، فحسبهما نحن نتكلم عامة، حتى لو كان كلامنا مجرد تبليغ لأخبار، بقصد التأثير.³⁰

كما يتكئ مناصرو هذا الرأي على أطروحات النظرية البنائية، التي تعتبر الإعلام ممارسة وخطاب في آن واحد لا يظهر الحقائق الإمبريقية بشكل محايد، بل يتدخل في البناء الاجتماعي للواقع. فتشبت الخطاب الصحافي بمسألة الحياد والموضوعية وتوسله بلغة تقريرية لوصف الأحداث، لا يسقط عنه خاصية الحجاج، لأنّ وصف الأحداث وعرض الصور و سرد الوقائع هي بالنسبة لبيير أوليرون (Pierre Oléron)، "حجج ضمنية لدعم أطروحات يستعين المدافعون عنها بتركها رهينة الخفاء"³¹ و"مجرد مطية لنية أكثر عمقا وهي التأثير في آراء الآخر"، برأي أوركيوني³²

و"وسيلة لبناء الرأي وإعطاء تصوّر للعالم لأنّ السرد الصحافي يضطلع بقيمة حجاجية" في نظر M. و J.F.Têtu و Mouillaud.³³

بالمقابل، يعارض البعض اعتبار كل خطاب حجاجي بالضرورة، حيث يرون أن اللغة ليست بكل وحدتها المعجمية ذات طاقة حجاجية في ذاتها، وإنما لطبيعة النص والخطابات دور أساسي في إكساب لغته بعدا حجاجيا أو العكس. ومن بين هؤلاء المعارضين، نذكر الباحث الكندي جيل غوتيي المختص في دراسات الحجاج في وسائل الإعلام والباحث الفرنسي باتريك شارودو. فغوتيي يرى أن الخطاب الصحافي بصرف النظر عن جنسه: افتتاحية أو مقال رأي أو غيره، لا يكون متضمنا لمحتوى حجاجي، إلا إذا استهدف الإقناع، عدا ذلك يكون خاليا من أي سمة حجاجية.

وفي سياق تعريفه للحجاج، يميز غوتيي داخل الخطاب بين الحجاج (l'argumentation) وبين الرأي (l'opinion)، فإن جاءت القضية (الدعوى) (proposition) مسنودة بمبرر أو مبررات (justification (s)) تدعمها سميت حجة، وإن جاءت يتيمة (orpheline) سميت رأيا (opinion).³⁴

وهذا التمييز بين الحجة والرأي، يتعارض مع أطروحة التداولية المدمجة القائلة بأن كل "النصوص والخطابات التي تنجز بواسطة اللغة الطبيعية هي نصوص وخطابات حجاجية بالضرورة". ويجعل تضمن الخطاب للمحتوى الحجاجي رهينا بالعثور داخل القضايا على مبررات تسندها، والتي دونها لا يمكن الحديث إلا عن آراء فقط.³⁵

الموقف نفسه نجده عند باتريك شارودو، الذي يرى أن الحجاج ليس خاصية ملازمة لكل أنواع الخطابات، فالخطاب عنده لا يمتلك بعدا حجاجيا إلا انطلاقا من قصدية المرسل والهدف الذي يرسمه له. وبهذا المعنى يكون نمط صياغة الخطاب هو المتحكم في ما سيؤول إليه الخطاب في النهاية: خطاب حجاجي أو خطاب إخباري محض.³⁶ لذلك يؤكد شارودو على أهمية العقد الإعلامي (Contrat médiatique) الذي تساهم الأنواع الصحفية في إنتاجه، في التعاطي مع النمط التلفظي والحجاجي والسردية للنصوص الإعلامية. فالمتلقي، حسب، يأخذ حذره منذ البداية، في الأنواع الصحفية الفكرية التي تحاول أن تفرض عليه نمطا من التحليل، وتصورا، وعدة للتفكير، وله أن يقبلها أو يرفضها، على خلاف الأنواع الصحفية السردية أو التعبيرية التي يعتبرها أكثر "مكرا" في تضليل القارئ والتلاعب به مستفيدة من تعاطيه معها، بدون آليات الدفاع التي يستخدمها عندما يتعامل مع الأنواع الفكرية، مستغلة الاعتقاد المكتسب بأنها لا تقوم سوى بحكاية الواقع أو نقله وإعطاء الإحساس بمعايشته. فحكاية الواقع ليست أبدا محايدة، بل تعبر عن الجهة التي ينظر منها الحاكي (الصحافي) للحدث.³⁷

أما روث أموسي صاحبة نظرية "تحليل الخطاب الحجاجي"، فترى أنّ "كل خطاب هو حجاجي بالضرورة، غير أنّها تقترح ضرورة التمييز بين الخطابات التي تملك قصدا حجاجيا صريحا (visée argumentative) والخطابات الأخرى التي تحمل بعدا حجاجيا (Dimension argumentative).³⁸

فهذا الموقف يسمح لمحلل الخطاب اعتبار العديد من الحالات التي تتضمن حقيقة نية التأثير على معتقدات وتمثلات الآخر دون أن يتحمل القائم بالاتصال مسؤولية القصدية الحجاجية للخطاب. وهو ما ينطبق فعلا على الخطاب الصحافي، حيث يمكن أن يرد الحجاج ظاهرا بجلاء في أنواع الرأي (كالافتتاحية، العمود، المقال التحليلي، الخ) التي تملك قصدا حجاجيا صريحا، وقد يكون مستترا متخفيا وراء الحياد والموضوعية في الأنواع الإخبارية، التي تحمل بعدا حجاجيا، حيث يقوم الصحافي بتوظيف العديد من الاستراتيجيات لتضمين موقفه في النصوص الإخبارية التي تبدو موضوعية في الظاهر لكنها تحمل في الكثير من الأحيان بعدا حجاجيا، أهمها: استراتيجيات التأطير، التلميحي

التلفظي وتعددية الأصوات والتوجيه الحجاجي عن طريق الروابط اللغوية التي تبدو علامات بسيطة للربط لكنها تؤدي غرضاً حجاجياً مستتراً.

في هذا السياق، كشفت إحدى الدراسات الرائدة في هذا المجال للباحث الأمريكي تراكينا نيلسون الحجاج المستتر في البرقيات الإخبارية للوكالات العالمية الغربية بمجرد تحليل الرابط اللغوي الاستدراكي "لكن"، لتدحض بذلك ما يشاع عن أن برقيات الوكالات هي أخبار خالصة لا تحمل أي تعليق أو رأي، مثلما تشير إليه أبحاث ممارسات وتدرّس صحافة الوكالة (journalisme d'agence).³⁹

الحجاج في الخطاب الصحفي للخبر:

توصلت الدراسة إلى تحديد الآليات الحجاجية البلاغية واللغوية واللسانية الموظفة في المدونة المختارة، رغم صعوبة هذه المهمة لانفتاح الحجاج على التأويل، ومن أهمها السخرية كاستراتيجية حجاجية بارزة والتي تنم عن البعد التنازعي للخطاب الصحفي للخبر المتميز بحضور الأصوات المتصارعة بشكل بارز، فضلاً عن استعماله معجماً متناقضاً ومنظومة من القيم السلبية المرتبطة بالسلطة والمعارضة الحزبية معاً (غير أخلاقية، تزوير، أرايب ..)، ما يعكس تمثّل الجريدة للواقع السياسي، حيث نحتت صورة سلبية عن الرئاسيات والسلطة الحاكمة وحتى المعارضة، فكان خطابها نقدياً معارضاً للعهد الرابع وللمترشحين في سباق الرئاسيات.

وعرفت حجة السلطة حضوراً مكثفاً في الخطاب وهي واحدة من السمات الأساسية، حسب جيل غوتي (Gilles Gauthier)، للنصوص الصحفية، بالإضافة إلى الاعتماد على التهويل وإثارة التخويف في نفوس القراء مما سينجر عن انتخاب عبد العزيز بوتفليقة لعهداً رابعة وتجسد ذلك من خلال الاستعارات التمثيلية والاستفهامات الحجاجية التي كانت أفعالاً كلامية إنجازية تعبر عن هذا المعنى خاصة قبل موعد الانتخابات الرئاسية، لكن بعد الانتخابات تمّ استعمال الحجج المنطقية وشبه المنطقية والحجج المؤسسة على بنية الواقع كإثبات لتلك المخاوف.

وتميز هذا الخطاب بورود بعض الأطروحات دون تدعيمها بمبررات ما يجعلها تندرج في خانة الآراء وليس الحجج بتعبير غوتي، إضافة إلى اعتماده على الحجج التوجيهية والتقويبي معاً، لذلك تباينت مسارات الحجاج، فتارة يعتمد الكاتب استراتيجية الدحض والتفنيد وتارة أخرى يعرض القضية من جانب واحد فقط. كما جاء سرد الحجج أحياناً بشكل تصاعدي (عرض الحجج ثم النتيجة) وأحياناً أخرى بشكل تنازلي (عرض النتيجة ثم الحجج).

وبخصوص بنية الاستدلال فقد كان الأسلوب المعتمد على الاستقراء (المثال) الغالب في الخطاب مقارنة بالاستنباط لأن الاستقراء له قوة دامغة في إنتاج الإقناع اللين والسلس على خلاف القياس الذي هو أكثر قوة وشدة وهذا ما يتلاءم مع طبيعة الخطاب الصحفي الذي يتوجه إلى جمهور متميز من حيث المستوى التعليمي والفكري، زيادة على غلبة الحجج بالقيم المجردة مثل العدالة والحرية والأخلاق على القيم المتجسدة مثل الوطن والجزائر، لأنها تعتبر من مميزات النقد وتبرير فعل التغيير والروح الثورية، في حين تعبر القيم المتجسدة على المحافظة على الأوضاع القائمة.

أما لسانياً، فقد كانت الأفضلية للروابط الحجاجية المدرجة للأسباب مقارنة بتلك المدرجة للنتائج، ما يدل على غلبة الشرح والتفسير في طرح القضايا والأطروحات المدافع عنها.

- ¹ أرمان وميشال ماتلار، ترجمة: نصر الدين لعياضي والصادق رايح، المنظمة العربية للترجمة. توزيع: مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الثالثة، بيروت لبنان 85.
- ² أديب خضور: أدبيات الصحافة، مطبعة داودي، دمشق، 1986، ص73.
- ³ أديب خضور: صورة المرأة في الإعلام العربي، الطبعة الأولى، الجزائر، 1999، ص23.
- ⁴ Chaïm Perelman et Lucie Olbrecht-Tyteca: Traité de l'argumentation: La nouvelle rhétorique, Presses Universitaires de France, Paris, 1995,p5.
- ⁵ O.Ducrot, J.C.Anscombre, l'argumentation dans la langue, Pierre Margada, Editeur, Paris 1983, p8 et 11.
- ⁶ Michel Mayer, logique, langage et argumentation, Paris, Hachette, 1982, p136
- ⁷ طه عبد الرحمان: في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي 2007، ص65.
- ⁸ فليب بروتون: الحجاج في التواصل ترجمة محمد مشبال وعبد الواحد التهامي العلمي، الطبعة الأولى 2013، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ص ص 11-12.
- ⁹ Philippe Breton, Gilles Gautier: Histoire des théories de l'argumentation, La découverte, Paris 2000, p9.
- ¹⁰ IBID, p 95-96.
- ¹¹ IBID, p40.
- ¹² IBID, p13.
- ¹³ IBID, P14.
- ¹⁴ Philippe Breton, L'argumentation dans la communication, Alger, édition Casbah, 1998, p:12.
- ¹⁵ باتريك شارودو: الحجاج بين النظرية والأسلوب، عن كتاب نحو المعنى والمبنى، ترجمة أحمد الوديني، ط1، دارالكتاب الجديد المتحدة، طرابلس، 2009، ص16.
- ¹⁶ Amossy Ruth, "L'argumentation dans le discours", in p217.
- ¹⁷ Eric Dacheux, (2008): "Présentation générale, L'espace public: un concept clef de la démocratie", sous la dir, d'Eric Dacheux, p7-29, Paris: CNRS Edition, coll. Les Essentiels d'Hermès, p8-9.
- ¹⁸ Philippe Breton (1995): Médias, médiatisation, démocratie: pour une épistémologie critique des sciences de la communication, in Hermès, n17-18, p:326.
- ¹⁹ Patrick Charaudeau, "Une éthique du discours médiatique est-elle possible?", communication [en ligne], vol 27/2/2010, mis en ligne le 31 mars 2010, consulté le 25 aout 2014, URL: <http://communication.revues.org/3066>, DOI: 10.4000/communication.3066.
- ²⁰ Angenot, Marc (2008), Dialogues de sourds: traité de rhétorique antilogique, Paris, Milles et une nuits.
- ²¹ Gilles Gauthier, "Le cadre éristique du débat argumentatif", Communication, [en ligne], Vol 30/2/2012, mis en ligne le 15 novembre 2012, consulté le 25 aout 2014. URL: <http://communication.revues.org/3570>, DOI: 10.4000/communication.3570
- ²² عبد القادر بن الشيخ: مدخل ملف الخطاب الإعلامي العربي ومحاوره الآخرين أو كيف نخاطب؟ مجلة الإذاعات العربية، العدد 04، سنة 2006، ص35.
- ²³ خولة طالب الإبراهيمي: "قراءة في اللسانيات النصية لجان ميشال آدم"، اللغة والأدب، الجزائر، ع12، ديسمبر 1997، ص:116.
- ²⁴ عبد الواسع الحميري: الخطاب والنص-المفهوم، العلاقة، السلطة، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ط1، 2008، ص175.
- ²⁵ روبرت دي بوجراند: النص والخطاب والإجراء، ترجمة: تمام حسام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط1، 1998، ص: 72.

- ²⁶ سعيد يقطين: انفتاح النص الروائي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، د ط، 1988، ص:16.
- ²⁷ Roselyne Ringoot: Analyser le discours de presse, Armand Colin, 2014, Paris, p22 et 35.
- ²⁸ Lamizet, Bernard (1995), "Médiation, Culture et société", dans Denis Benix (dir), Introduction aux sciences de l'information et de la communication, Paris, 2ditions d'organisation:129-186
- ²⁹ Patrick Charaudeau, Le discours d'information médiatique la construction du miroir social, Paris, Nathan,1997, p35.
- ³⁰ أبو بكر العزاوي: اللغة والحجاج، دار الأحمديّة، الدار البيضاء، 2006، ص8.
- ³¹ Pierre Oléron, L'argumentation, PUF, Paris, 1983, p3.
- ³² عبد العزيز الحويدق: الأسس النظرية لبناء شبكة قرائية للنصوص الحجاجية، ضمن: الحجاج مفهومه ومجالاته، الجزء الثالث، إعداد وتقديم حافظ إسماعيلي علوي، عالم الكتب الحديث، 2010، ص349.
- ³³ M. Mouillaud, J. F. Têtu : Op. Cit. p. 173.
- ³⁴ Gilles Gauthier (2005): Argumentation et opinion dans la prise de position éditoriale, in Argumentation et communication dans les médias, sous la direction de Marcel Burger et Guylaine Martel, Editions Nota Bene, p132
- ³⁵ IBID, p133
- ³⁶ Patrick Charaudeau: L'argumentation dans une problématique de l'influence, Argumentation et Analyse du discours (en ligne), 1/2008, mis en ligne le 01 octobre 2008, Consulté leURL:<http://aad.revues.org>.
- ³⁷ Annick Dubied: rencontre avec Patrick Charaudeau, revue médiatique: récit et société, n20, juin 2000.
- ³⁸ Ruth amossy, (2000): L'argumentation dans le discours (Discours politique, Littérature d'idées, Fonction), Nathan/Her, Paris, 2000, p26.
- ³⁹ صالح بن بورزة، مناهج بحوث الإعلام: التصنيفات المختلفة وبعض القضايا خلافية، المجلة الجزائرية للاتصال العددان 11 و12 ربيع-صيف 1995، ص66-67.