

## وظائف اللغة في الخطاب الإعلامي Language functions in the media discourse

أسماء مجيدي \*

جامعة أمحمد بوقرة بومرداس (الجزائر)

a.madjidi@univ-boumerdes.dz

رضا زلاقي

جامعة أمحمد بوقرة بومرداس (الجزائر)

r.Zellagui@univ-boumerdes.dz

تاريخ القبول: 2021/05/29

تاريخ الإرسال: 2021/04/25

### الملخص:

يُعَدُّ البَحْثُ في وِظَائِفِ اللُّغَةِ عَمَلِيَّةً مَحْفُوفَةً بِالْعُمُوضِ، وَكَانَ مِنَ المُمْكِنِ أَنْ تَبْدُو يَسِيرَةً لَوْ سَلَمْنَا بِمَحْدُودِيَّةِ وِظَائِفِهَا، لَكِنِ اللُّغَةُ مُزْدَجِمَةٌ وَظِيفِيًّا، وَهَذَا مَا تَبَيَّنَ مَعَ النِّظَرِيَّاتِ اللِّسَانِيَّةِ الَّتِي حَاوَلَتْ تَفْسِيرَ الظَّاهِرَةِ اللِّغَوِيَّةِ، وَلَعَلَّ أَهْمَهَا التِّيَّارُ التَّدَاوُلِيُّ الَّذِي ثَمَّنَ وَظِيفَةَ اللُّغَةِ حِينَ رَبطَهَا بِالِإِقْنَاعِ وَالتَّأثيرِ. وَمَهْدَفُ هَذَا البَحْثِ إِلَى تَسْلِيْطِ الضُّوءِ عَلَى الوِظَائِفِ البَارِزَةِ فِي الخِطَابِ الإِعْلَامِيِّ بِشَقِيهِ السَّمْعِيِّ البَصْرِيِّ وَالصِّحْفِيِّ، وَإِظْهَارِ قُدْرَتِهِ عَلَى الإِقْنَاعِ وَالتَّأثيرِ، وَخَلَصْنَا مِنْ خِلَالِ هَذَا البَحْثِ إِلَى أَنَّ لُغَةَ الخِطَابِ الإِعْلَامِيِّ قَادِرَةٌ عَلَى الإِقْنَاعِ وَالتَّأثيرِ فِي المِتَلَقِيِّ، إِلا أَنَّهُا قَدْ تَنَزَّلَتْ فِي مِغَالِطَاتٍ تَكُونُ مُتَعَمِّدَةً فِي أَحْيَانٍ كَثِيرَةٍ، وَوَضَحْنَا بَعْضَ المِغَالِطَاتِ المُنطِقِيَّةِ الشَّائِعَةِ فِي الخِطَابِ الإِعْلَامِيِّ؛ حَيْثُ يَعْتمَدُ عَلَى أَسَالِيْبِ التَّضْلِيلِ، عِبْرَ مِخَاطَبَتِهِ لِلعَاطِفَةِ وَتَنْزِيلِهَا مَنزِلَةَ العَقْلِ، وَهَذَا مَا يَكْثُرُ اسْتِعْمَالَهُ فِي الخِطَابَاتِ الإِشْهَارِيَّةِ وَالدَّعَائِيَّةِ، بِالإِضَافَةِ إِلَى انْتِهَاقِ مَبَادِئِ التَّعَاوُنِ مِمَّا يَنْتُجُ عَنْهُ مِغَالِطَاتٌ حِجَاجِيَّةٌ تُخَلُّ بِقُوَّةِ الخِطَابِ وَمِصْدَاقِيَّتِهِ.

### الكلمات المفتاحية:

وظائف، اللغة، الخطاب، الإعلام، الإقناع، المغالطة.

### Abstract:

The research on the functions of language is a practical and ambiguous process. It may seem easy if the limits of its functions are recognized, but language is functionally dense, and this has been shown by the linguistic theories that have attempted to explain the linguistic phenomenon, the most important of which is the deliberative current that values the function of language linking it to persuasion and influence. This research aims to highlight the primary functions in media discourse, in its audiovisual and journalistic parts, and to show its capacity to persuade and influence. We concluded through this research that the language of media discourse is able to persuade and influence the addressee, but it can commit fallacies, most often intentional. We have explained some common logical fallacies in media discourse that relies on methods of misleading, addressing emotion and bringing it to the level of reason, and this is frequently used in advertising and propaganda speeches, in addition to violating the principles of cooperation, which results in argumentative fallacies that infringe on the strength and credibility of the speech.

**Keywords:** Functions, language, speech, media, persuasion, fallacy

\*المؤلف المرسل: أسماء مجيدي

## مقدمة:

عرّف دي سوسير<sup>1</sup> F. Saussure اللغة بأنّها نظام من العلامات خاضع لشرط الاعتباطية، وفرق بينها وبين الكلام واللسان؛ "فاللغة جزء محدد من اللسان لكنه جزء أساسي ومهم، وهي نتاج اجتماعي لمملكة اللسان، ومجموعة من العقود الأساسية التي اعتمدها المجتمع من أجل تفعيل هذه المملكة."<sup>1</sup> ووظيفتها الأولى هي التواصل.

واشتهرت اللسانيات البنوية بتركيزها على إبراز أهمية الوظيفة الإبلاغية للغة. ولم تحدّ النظريات اللسانية الدائرة في فلك اللسانيات السوسيرية عن المنهج البنوي وعن المفهوم الذي اتبعه دي سوسير في دراسة اللغة وفي تناول مفهومها ووظيفتها، فجُلّ المدارس اللسانية البنوية أسست نظرياتها على فكرٍ يُمجّد الدور التواصلية والاجتماعية للغة، ويرى أنّ للغة وظيفة تواصلية وهي أهم وظيفة، وهذا تزامنا مع ظهور ما يعرف بظهور التيار البنوي (structuralisme)، والذي ظهر في أواخر القرن الماضي ويضم مجموعة من النظريات اللغوية العامة القائمة على التحليل البنوي، فهي لم تحد عن المبادئ التي جاء بها ديسوسير (النسقية، التجريد، التقطيع، الاستبدال... الخ) والتي عرفت فيما بعد بالمدارس اللغوية أو الألسنية.

وأولها مدرسة جنيف والتي كونها تلامذة دي سوسير وعلى رأسهم شارل بالي Bally وألبيرت سيشهاي A. Sechehay وهنري فراي H. Frei وروبرت كوديل R. Gödel والمدرسه الوظيفية (1926) fonctionnalisme وكانت بدايتها من خلال ما عرف باسم حلقة براغ التي أسسها ماثيسوس Mathesis ، ورومان جاكسون R. Jakobson، وتتوخى هذه المدرسة الطريقة السوسيرية بالتأكيد على وظيفة الإبلاغ للغة. بالإضافة إلى حلقة كوبنهاجن والمدرسه الروسية والمدرسه الإنجليزية. لكن على الرغم من الشهرة التي لقيها التيار الوظيفي والبنوي عموما، ودوره في تفسير الظاهرة اللغوية وشرح نظامها، إلا أنه غيَّب مظاهر عديدة للغة لعل أبرزها الكلام، ولم يلتفت إلى المعنى إلا في حرفيته، وأهمل الأنساق المضمرة للخطاب.

وهذا القصور الذي تبين مع عجز التيار البنوي والصورى في تفسير اللغة وفي فهم آلية اشتغالها ووظائفها، لم يتجلى إلا بعد ظهور تيارات فكرية معرفية عديدة لغوية واجتماعية ونفسية وفلسفية وتداولية أسهمت في بناء تعاريف جديدة للغة وتحديد واكتشاف وظائف عديدة للغة، ووظائف أكثر بعدا عن التجريد وأكثر قربا من الواقع والاستعمال.

فبعد نشوء هذه التيارات الجديدة حدثت تغييرات مست مرتكزات الدرس اللساني البنوي الذي كان سائدا إلى غاية نهاية الخمسينات من القرن العشرين؛ وأهمها مقولة "دراسة اللغة لذاتها ولأجل ذاتها"، هذا المبدأ الشهير الذي نادى به وكرسه دي سوسير خلال دراسته للغة ومفاده: أن اللغة هدف وليست أداة؛ أي دراسة اللغة لفهم بنيتها ونظامها وشكلها وقوانينها، مما يؤكد أن الفكر

السوسيري لم يكن يرى في اللغة غير دور واحد هو التواصل والتواصل لغاية واحدة هو التبليغ والتخاطب، ولا مجال للبحث في وظائف أخرى.

وإن كانت البنوية قد عجزت عن تفسير ظواهر عديدة للغة إلا أنها أسهمت بطريقة غير مباشرة في انفتاح الدرس اللساني على علوم أخرى غدت دراسة اللغة. وهذا حينما أسس دي سوسير دراسة اللغة وفق منهج علمي أساسه " الدراسة العلمية للغة" فنشأت اللسانيات الحديثة وفق منهج علمي دقيق مما أسهم في التخلي عن إشكالات عقيمة لا طائل من ورائها، كالبحث عن أصل اللغات.

ولعل أهم ما طُرح للنقاش وكان محل خلاف اللسانيين وفلاسفة اللغة هو "وظيفة اللغة": ففي حين يرى البعض أن اللغة وسيلة اتصال وتواصل، يرى آخرون أننا لا نتكلم من أجل التواصل فقط بل لأغراض أخرى تتعدد وتباين، لتظهر بذلك وظائف أخرى متباينة للغة، وقد تجلى هذا الطرح جليا حينما تبني هذا الرأي أهم أعلام الفكر اللساني والأدبي الحديث، وعلم النفس وغيرهم من التخصصات التي تهتم بقضايا اللغة.

وهذا ما دفعنا إلى البحث عن وظائف اللغة في الخطاب الإعلامي استنادا إلى النظرية اللسانية التبادلية، في محاولة للإجابة عن الإشكالية الآتية؟ ماهي وظيفة اللغة في الخطاب الإعلامي؟ انطلقنا في بحثنا هذا من مجموعة من الفرضيات المتعلقة بمدى تحقق الوظائف الجوهرية للخطاب الإعلامي على أرض الواقع ومقارنته بين ما هو كائن وبين ما يفترض أن يكون. وفرضياتنا التي انطلقنا منها هي:

- يوظف الخطاب الإعلامي آليات لغوية وحجاجية مختلفة بحسب نوع الخطاب ومقصديته، وتتنوع هذه الحجج بين ما هو مبني على الاستدلال، وما بين ما هو قائم على المغالطة.
  - يمتلك الخطاب الإعلامي مهما تعددت وسائله سواء المكتوب أو المسموع أو التلفزيوني السمعي البصري، مؤثرات قوية، تستهدف المتلقي مثل الصوت والصورة، التي تعد من الوسائل المساعدة في زيادة التأثير في المتلقين. لإثارة اهتمام المتلقي وضمان استجابته لتحقيق وظيفته التأثيرية.
  - يسهم الخطاب الإعلامي من خلال خطاباته المغالطة في تقنيع الواقع وتزييفه وإلباسه صورة وهمية وحجب الصورة الحقيقية.
- ويهدف هذا البحث إلى إبراز وظائف الخطاب الإعلامي التي تطغى على باقي الوظائف الأخرى؛ حيث يمتلك الخطاب الإعلامي السمعي البصري مؤثرات قوية مثل الصوت والصورة، والتي تعد من الوسائل المساعدة في زيادة التأثير، وسنحاول معرفة أهم الآليات اللغوية وغير اللغوية التي يعتمد عليها الخطاب الإعلامي لإثارة اهتمام المتلقي وضمان استجابته لتحقيق وظائفه الإقناعية والتأثيرية؛ وذلك من خلال تحليل بعض نماذج الخطابات الإعلامية، وبحث النسق اللغوي المتشكل

من خلاله، وما يوظفه من عبارات وما يروج له من أفكار، وتبسيط الضوء على الوظيفة التأثيرية للخطاب الإعلامي والسلطة التي يتمتع بها الخطاب الإعلامي في تقنيع الواقع وتزييفه وإلباسه صورة وهمية وحجب الصورة الحقيقية بقناع. ومعرفة سمات الخطاب الإعلامي، وقدرة الخطاب الإعلامي على الإقناع والتأثير في المتلقي، حيث يمكن أن يتخذ الإقناع منحى آخر في الخطابات الإعلامية والحوارات التلفزيونية والنصوص الصحفية المكتوبة ويبرز ذلك من خلال التضليل الإعلامي الذي يمارسه الخطاب الإعلامي عبر الحجج المغالط في الحوارات والخطابات الإعلامية. ويمكننا تلخيص أهداف البحث في النقاط التالية:

- إبراز وظائف اللغة في الخطاب الإعلامي.
- تحديد وظيفة اللغة التي تغطي على باقي الوظائف الأخرى في الخطابات الإعلامية.
- معرفة أهم الآليات اللغوية التي يعتمد عليها الخطاب الإعلامي.
- تحليل الخطابات الإعلامية وبحث النسق اللغوي المتشكل من خلاله وما يوظفه من عبارات وما يروج له من أفكار.
- وتبسيط الضوء على الوظيفة التأثيرية للخطاب الإعلامي والسلطة التي يتمتع بها الخطاب الإعلامي (السمعي البصري) والمكتوب.
- ومعرفة سمات الخطاب الإعلامي، وقدرة الخطاب الإعلامي على الإقناع والتأثير في المتلقي. واعتمدنا في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي.

### 1- مفهوم الوظيفة :

الوظيفة (Functionalism) مصطلح يدل على الدور أو العمل الذي يحققه: الشخص/ الكائن/ المؤسسة/العنصر. أما في اللسانيات فمفهوم الوظيفة مقترن باللغة، وبالعناصر اللغوية، التي تحدد وظيفة اللفظ، داخل العبارة، وداخل الخطاب.

وظهر مصطلح وظائف اللغة مع المدرسة الوظيفة أو ما يعرف بحلقة براغ اللسانية Circle linguistique de Prague (1926-1939) والتي تزعمها ماثيسوس إلى غاية وفاته سنة 1945م، وضمت هذه الحلقة علماء روس على رأسهم جاكبسون Roman Jakobson وتروبباتسكوي Troubetzkoy وغيرهما... وعُرفت هذه المدرسة باسم المدرسة الوظيفية أو الفونيمية، حيث انصب اهتمامها على الطابع الوظيفي للغة؛ وذلك من خلال دراسة اللغة في مستواها النحوي والصوتي والدلالي، وركزت على ضرورة توسيع نطاق البحث في اللغة، وعدم البحث فيها كنظام ولكن دراسة كيفية قيام هذا النظام بوظيفته الأساسية وهي التواصل، وقد شكلت آراء دي سوسير المنطلق النظري لهذه المدرسة اللسانية، لكنها شقت منحى آخر في دراسة اللغة؛ حيث ابتعدت عن الوصف العلمي للغة والنظر إليها كبنية وشكل، بل اتجهت إلى التحليل الوظيفي للغة.

وساهمت حلقة براغ، في ظهور تيارات لسانية ووظيفية مختلفة في النصف الثاني من القرن العشرين حتى السبعينيات، وتأثر بها لسانيون كثير، وأهمهم وتروبباتسكوي وهو رائد الاتجاه

الوظيفي؛ حيث اعتمد على فرضيات استمد مبادئها الأساسية من الثنائية الشهيرة لدي سوسير، حيث ميز بين اللغة والكلام، قائلاً: "إن فعل الكلام دائماً ما يكون ملموساً، ويشترط التوجه إلى مخاطب، كما أنه يحدث في مكان محدد وزمان محدد، ولا بد من وجود لغة مشتركة بين المتحدثين، فاللغة، هي شيء محدد وثابت، أما الكلام؛ فهو الفعل الملموس، الذي من دونه لا وجود للغة، وكل من اللغة والكلام يرتبطان ببعضهما، فهما وجهان لعملة واحدة، لكنهما مختلفان، ولذلك يجب دراستهما بشكل منفصل.<sup>2</sup> وينتقل بعد ذلك في كتابه "مبادئ في الفونولوجيا" ليعتمد على الثنائية الشهيرة الأخرى لدي سوسير وهي ثنائية الدال والمدلول، معللاً التفريق بينهما بفصله المنهجي بين علمين أو اختصاصيين تم إرساء قواعدهما ضمن هذه الحلقة، وهما الصوتيات (phonétique) والفونولوجيا (phonologie)، وارتكزت دراسته على "الدال" باعتباره الجانب الملموس من اللغة (الصوت). حيث يعرفهما بقوله:<sup>3</sup> الصوتيات أو الفونيتيك: هو علم يدرس الأصوات اللغوية، بمعزل عن وظائفها، فهو يكتفي بدراسة أعضاء النطق، وتحليل الأصوات وتصنيفها، وطريقة النطق... أما الفونولوجيا: فهو علم يهتم بوظائف الأصوات الكلامية، عبر دراسة وحدات الأصوات الأساسية للكلام (الفونيمات)، ودراسة وظائفها، وملامحها الصوتية المميزة.

ومن خلال هذا الفصل المنهجي يقر وتروباتسكوي مبدأ ومصطلح "الوظيفة" في حقل اللسانيات، ومنه انتقل من دراسة الأصوات اللغوية إلى دراسة وظائف الأصوات اللغوية، ومنه نتج فيما بعد ما عرف باسم الوظيفة التمييزية، وهي الوظيفة التي اعتمدها أندريه مارتينييه (André Martinet 1908-1999)، في الاتجاه الوظيفي، فهو يرى أن للغة وظيفة جوهرية هي التواصل، ويتضح ذلك من خلال تعريفه للغة في كتابه مبادئ في اللسانيات العامة بقوله: "اللغة هي أداة التواصل الذي يتم بموجبه تحليل التجربة الإنسانية، بشكل مختلف في كل مجتمع."<sup>4</sup> حيث يرى مارتينييه أن الوظيفة الجوهرية للغة هي التواصل، لكنه يذهب أبعد من ذلك حينما يقوم بتحليل العناصر الصوتية وتصنيفها حسب وظائفها، حيث يقول: "يهدف التحليل الصوتي (تحليل وظائف الأصوات) إلى تحديد العناصر الصوتية للغة وتصنيفها وفقاً لوظيفتها في تلك اللغة ووظيفتها تمييزية، أو معاكسة (تقابلية)، عندما يساعد في التعرف على عنصر في نقطة ما في السلسلة المنطوقة."<sup>5</sup>

وتأثر بهذا الاتجاه الوظيفي لسانيون كثير، مما أدى إلى ظهور تيارات لسانية وظيفية مختلفة في النصف الثاني من القرن العشرين حتى السبعينيات، وأهمهم أندريه مارتينييه André Martinet (1908م-1999م) وهو رائد الاتجاه الوظيفي وقد اشتهر بمبدأ التقطيع المزدوج والاقتصاد اللغوي وإبرازه لمفاهيم مهمة في الصوتيات الوظيفية كالمونام والفونيم وغيرها، "ومفهوم تعدد الوظائف اللغوية عند مارتينييه مرتبط بالاختلافات الصوتية، أي بتعدد وظائف الأصوات وتحديد الفونيمات، فتغير فونام مكان فونام آخر يؤدي إلى تغيير معنى اللفظ كما في: قضم وهضم، ضرب وهرب، حيث يتم تحديدها على هذا النحو بواسطة الصوتيات المتتالية، كل فونام (صوت) يقوم

بدوره الذي يختلف عن جميع الأصوات الأخرى التي قد تظهر في هذا السياق. ويمكننا أن " نسعي وظيفة الدور الذي يمثله عنصر لغوي (فونام، مورفام، كلمة، عبارة) في البنية النحوية للفظ." <sup>6</sup> ويعنى الدور الذي يبرز للعنصر اللغوي في اللفظ والذي لا يبرز بوجوده منفصل عن اللفظ، كما هو الحال مع الفونيمات التي لا تبرز وظيفتها، إلا من خلال اضافتها لعنصر آخر.

"ويعتبر أن اللغة في المقام الأول أداة لتوصيل المعلومات، وبالتالي فإن وظيفتها المركزية هي وظيفة الاتصال (وتسمى أيضا مرجعية أو معرفية) إنها ضرورية لأنها تحدد تنظيم اللغة، وخصائص الوحدات اللغوية، والعديد من الحقائق المؤثرة. ومع ذلك، قد يكون من المفيد التمييز، اعتمادًا على خصائص الاتصال، على أنواع مختلفة من الرسائل، وبالتالي وظائف مختلفة للغة." <sup>7</sup> ومن أهم الوظائف اللغوية التي اهتمت بها حلقة براغ بعد التواصل، الوظيفة الجمالية والشعرية للغة في الأدب والفن .

« إن نمطيات الوظائف هي بصفة عامة موهلة جدا في التجريد <sup>8</sup>، فوصف وظائف اللغة بأنها ذات طابع تجريدي يعني كذلك أن سمة التجريد في الوظيفة هي سمة طبيعية مصاحبة لسمة التجريد في مفهوم اللغة في حد ذاتها، فإذا كانت اللغة عبارة عن ملكة موجودة في الذهن وعبارة عن قوانين وأنظمة، تتألف من خلالها التراكيب والأصوات الدالة دون أن يكون لها هيكل ملموس على أرض الواقع، أي انتفاء وجود هيكل ملموس للغة على أرض الواقع، فاللغة تتجسد في الواقع وتتخذ طابعا محسوسا فيه من خلال أهم ظواهر اللغة وأبرز وجوهها وهو الكلام، فمن غير الطبيعي أن تكون الوظيفة على غير ذلك. وإن كان الكلام يعبر عن الجانب الملموس من اللغة ويعرف على أنه "حدث" خاضع لزمان ومكان وسياق، ومحسوس ومدرك بالسمع نطقا وبالبحر كتابة. إلا أن دور اللغة هو دور مجرد لا يمكننا ايجاده كمادة، لكن يمكننا ادراكه وفهمه وبحثه من خلال أثره المتحقق على أرض الواقع. فاللغة نظام مجرد متحقق من خلال أهم مظهر للغة وهو الكلام، والوظيفة ذات طابع تجريدي ونتائجها متحققة يمكن معاينتها على أرض الواقع.

ويرى أحمد المتوكل أن مفهوم الوظيفة لا يجدر أن نطلقه لتعداد وظائف اللغة؛ فاللغة لها وظيفة واحدة هي التواصل وهي الوظيفة الأساسية للغة وكل ما هو غير التواصل يعده وظائف ثانوية متفرعة عن الوظيفة الأساسية وهي التواصل، ومسألة تعدد الوظائف اللغوية مرتبط بأنماط الخطابات وتنوعها؛ حيث نجد، خطاب حجاجي، خطاب شعري... إلى غير ذلك من الأنماط <sup>9</sup>." في حين يرى بارتيك شارودو Patrick Charaudeau أن: «مفهوم وظائف اللغة يمكن أن يُتناول في مستوى اللسان كما في مستوى الخطاب وفعلا فهو عند بعض اللسانيين (مرتينييه Martinai)، هاليداي Halliday). مرتبط بمصادره في فلسفة اللغة مفادها أن بنية النسق اللغوي تُفسرُ بوظائفه باعتبارها غاياته وأهدافه: نقل المعلومات، التأثير في الغير، التعبير عن الانفعالات، المحافظة على الرابطة الاجتماعي... الخ، لكن لسانيين آخرين لا يتحدثون عن الوظائف إلا على مستوى الخطاب وحده ودون أن يدعوا بذلك تفسير بنية النسق اللغوي." <sup>10</sup> معنى هذا أن وظيفة اللغة تتحقق في أثناء

عملية التواصل أي عند الاستعمال، أي بالرجوع إلى الخطاب ومقصدته وسياقه والأطراف الفاعلة فيه. دون الحاجة إلى بحث بنية اللغة ونظامها.

إلا أن كلا الرأيين يفتقد حلقة مهمة لمعرفة وظيفة اللغة، فإذا كان مجال البحث في اللغة قد تطور وأخذ مراحل عدة بدءا بالبحث في اللغة كبنية ونظام وانتقل من نحو الجملة إلى نحو النص أو ما يعرف بلسانيات النص أين أصبح من الضروري ومن المهم دراسة اتساق وانسجام النصوص لتتمكن من تحليلها وتفسيرها والانتقال بها من بنية داخلية ومعنى محكوم بنسيج نصي ذو معنى أحادي إلى عالم أرحب؛ من خلال دراستها دراسة تداولية، فإننا لا يمكننا دراسة وظائف اللغة من خلال تحليل الخطابات من خلال التواصل دون تفكيك البنية اللغوية للخطاب، مثلما لا يمكننا دراسة وظائف اللغة بمعزل عن الاستعمال.

## 2- وظائف اللغة:

لا يختلف اثنان على أن اللغة وظيفة تؤديها، وإن حاول أحدهما نفي ذلك سيكون مضطرا لإثبات قدرتنا على العيش دون لغة. لكن ما يُختلف فيه هو امكانية تعددية الوظائف.

وفي هذا الطرح نجد ثلاثة آراء مختلفة:

الرأي الأول:

يرى أن اللغة وظيفة واحدة وهي التواصل وكل ما يعدو ذلك من وظائف ليست سوى وظائف ثانوية ترجع في الأساس إلى الوظيفة التواصلية التي لا يمكن أن تقوم عليها أية وظيفة.

والرأي الثاني:

يرى أن اللغة وظائف أخرى تتعدى الوظيفة التواصلية.

والرأي الثالث:

يرى أن اللغة وظائف عديدة لكن هذه الوظائف لا تتسم بطابع العموم ولكن تتسم بالخصوصية فكل عنصر لغوي له وظيفة مختلفة يؤديها ويحقق بها هدفا معينا.

ولعل أبرز تعريف نستدل وننتقل من خلاله للبحث في وظائف اللغة هو تعريف عربي قديم ومتداول لابن جني حيث يقول: "اللغة أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم" مما يؤكد تنوع وظائف اللغة وتعدد الاستعمالات، فالإنسان لا يتحدث فقط من أجل التبليغ أو التعبير أو التواصل، فمادامت اللغة ترافق الإنسان عبر تطور أزمته وعالمه وحاجياته، وتخضع هي الأخرى لتغيرات فهي كائن حي تحيا بحياة مستعملها وتندثر باندثارهم وتستخدم فيما يخدم الإنسان وهذا التعريف يبرز وظيفة تعد الأهم والأبرز فهي الأداة الوحيدة للتواصل مع العالم.

## 2-1 وظيفة اللغة ضمن نظريات اللسانيات التداولية :

### أ. تعريف التداولية:

تُعرف التداولية بأنها علم استعمال اللغة وهي اتجاه لغوي غربي جديد يهتم بالتواصل، وينظر إلى اللغة في الاستعمال، ويستلهم مفاهيمه وأطره النظرية من قضايا فلسفية ولسانية مهدت لظهوره

ورسمت معالمه الأولى، فانطلق من حقل فلسفة اللغة جاعلا من اللغة العادية موضعا للدراسة، وموجها منظاره حول القضايا التي أبعدت عمدا عن ساحة الدراسات اللسانية، فشكلت الثغرات البائنة في البنية موضع تساؤلات جوهرية انطلقت منها التداولية: أهمها: "من هو المتكلم؟ ما هي خلفيته؟ ما هي قصديته؟ وما هو هدفه؟ متى تكلم؟ أين تكلم؟ وإلى من وجه كلامه؟" ماذا يفعل باللغة؟

و"يبدو مصطلح التداولية Pragmatique على درجة كبيرة من الغموض إذ يقترن به في اللغة الفرنسية المعنيين التاليين: "محسوس" و"ملائم للحقيقة". أما في الإنجليزية وهي اللغة التي كتبت بها أغلب النصوص المؤسسة للتداولية فإن كلمة Pragmatic تدل في الغالب على ما له علاقة بالأعمال والوقائع الحقيقية.<sup>11</sup> " ففي هذه الكلمة نجد الكلمة اليونانية Pragma ومعناها العمل أو الشيء الموجود في الواقع، وفي كلمة الاستعمال التي جاءت في مقابل الوضع أو وضع اللغة معنى العمل بالشيء واستخدامه."<sup>12</sup>

وولدت البراغماتية في إطار علم اللغة وتحديدًا مع الفيلسوف والمنطقي الأمريكي ch. Murrin موريس وهو أول من استعمل مصطلح البراغماتية، حين ميز في عام 1938م بين ثلاثة مجالات في فهم أي لغة:<sup>13</sup>

- la syntaxe (بناء الجملة): علاقة العلامة بالعلامات الأخرى.

- la sémantique (الدلالات): التي تتناول معنى العلامة وعلاقتها مع الواقع.

- la pragmatique (البراغماتية): علاقات العلامات مع مستخدميها وأثار استخدامها.

لكن التأثير والتأثر الحاصل بين فلسفة اللغة والسيماوية وعلم اللغة بالإضافة إلى بعض العلوم الإنسانية والاجتماعية وجميع العلوم المهمة بالاتصال والتواصل كانت سببا في ثراء حقل البراغماتية، حيث "أسهم في تشكل التداولية انصهار مجموعة من النظريات، والأطروحات اللغوية التي تتجانس كلها في نفس الأهداف والإشكالات نذكر أهمها:<sup>14</sup>

- نظرية أفعال اللغة La théorie des actes de langage، المستمدة من بحث الفيلسوف الإنجليزي جون أوستن، التي طال أمدها مع سيرل J. Searle.

- دراسة استنتاجات المشاركين من التفاعل مع كل من: D. Wilson و D. Sperber / H.P. Grice.

- العمل على نظرية التلفظ اللغوية (énonciation) التي وضعت في أوروبا مع:

E Benveniste. A. Culioli. / CH. Bally/ R. Jakobson

-بحوث في الحجج (l'argumentation).

-دراسة التفاعل اللفظي (l'interaction verbale)، لا سيما في العمل العرقي المنهجي المستوحاة من أن يعطي دورا مركزيا لتبادل بين غير مستحقة في الحياة اليومية

1- بعض نظريات التواصل (théories de la communication)، مثل تلك الخاصة بمدرسة بالو أتو G. Bateson، P. Watzlavick الذين يدرسون رموز السلوك، والقواعد اللاواعية التي تحكم التبادلات بين أعضاء المجتمع.

لهذا تعد "التداولية درس جديد، وغزير إلا أنه لا يمتلك حدودا واضحة؛ حيث تقع التداولية كأكثر الدروس حيوية في مفترق طرق الأبحاث الفلسفية واللسانية".<sup>15</sup> وقد تزامنت نشأة التداولية مع ميلاد علوم معرفية عديدة، تتقاطع معها وتثري مفاهيمها، وأهمها علم النفس اللغوي والسيماثيات. وملخص القول: " أن التداولية ولدت تحت علامة التعددية".<sup>16</sup> حيث لها خاصية التداخل مع عدة تخصصات أخرى، وقد حفزتها علوم الفلسفة واللغة والأنثروبولوجيا وعلم النفس والاجتماع.<sup>17</sup> فالتداولية علم يهتم باستعمال اللغة، والاستعمال مرتبط بالواقع، واقتران اللغة بكل ما هو محسوس وملائم للحقيقة والواقع صحيح من جهة ما لكنه لا يصدق على وصف اللغة ككل، فاللغة ليست تمثيلية ومحسوسة دائما، فهي نظام مجرد، ولكنها تبرز وتتجلى على أرض الواقع من خلال الكلام وهو أهم مظاهر اللغة. وهو الأثر الملموس للغة والمتحقق على أرض الواقع. ويمكننا القول إن التداولية مجال خصب ما يزال قابلا لاستقطاب العديد من الروافد الفكرية والمعرفية التي تسعى لمعرفة اللغة، والخروج بها من دائرة الإشكالات الفلسفية الميتافيزيقية الواهمة، والفلسفة المنطقية الصارمة، إن التداولية استطاعت أن تحرر اللغة من قوانينها الجامدة، وأن تطلق المعنى من سجن الأحادية، واستطاعت أن تجعل من اللغة واقعا حيا ملموسا، واستطاعت أن تبعث المؤلف إلى الحياة من الجديد.

ولتحديد موقع التداولية ضمن النظريات اللسانية الحديثة لابد من توصيف الانقسام المركزي في العمارة المفاهيمية لسوسير وخصوصا بين ثنائية اللغة والكلام، ففي القرن العشرين تم تشكيل التيار الرئيسي لعلم اللغة من خلال محاضرات فيرديناند دي سوسير من خلال محاضرات في علم اللغة cours de linguistique générale. حيث كان دي سوسير يهدف إلى إعطاء مكانة علمية لدراسة اللغة البشرية، وميز دي سوسير أثناء دراسته للظاهرة اللغوية بين وجهين متلازمي الظهور للغة وهما:

- الشق النظامي والمجرد للغة.

- الكلام فهو الجزء الملموس والفردى من اللغة.

وكرس دي سوسير دراسته مقتصرًا على اللغة وتأسيس نظامها وان كان يقربا احتياج اللغة إلى أفعال الكلام فإنه يعتبرها ظواهر عرضية، خاضعة لمنطق الاتصال المشفر. والحقيقة أن دي سوسير أدرك أهمية المعنى وصوبة اخضاعه للدراسة العلمية كونه لا يمتاز بالثبات الذي يمتاز به النظام اللغوي هو ما جعله يعزله عن دائرة اهتمامه. مكرسا مفهوم القيمة la valeur عوضا عن المعنى. غير أنه بالمرجع الذي يربطنا بالمعنى وغير آبه بالكلام الذي من خلاله يمكننا فقط تحديد المعنى وفهمه.

وتعد نظرية أفعال الكلام قطب الرحى ضمن حقل التداولية، فهذه النظرية كانت سببا في ولادة نظرية الحجاج مع ديكرو، ومن خلال نظرية أفعال الكلام، يمكننا فهم وظيفة اللغة ضمن لسانيات الكلام، فاللغة أداة لتغيير العالم لا لوصفه.

## 2-1-1- وظيفة اللغة في الخطاب الإعلامي:

يعد الإعلام الوسيلة الأولى لنقل المعلومات والأخبار والأحداث نقلا موضوعيا ومطابقا للحقيقة، لكن الإعلام الجديد يختلف عن الإعلام التقليدي، وخطاباته اليوم أصبحت توظف لأغراض عديدة، "الخطاب الإعلامي ممارسة اجتماعية متغيرة، ويتعرض دائما للتغير والتطور."<sup>18</sup> فلم يعد يسعى لنقل المعلومة بموضوعية، بقدر ما أصبح وسيلة للتأثير وتمير ما يريده من أهداف تصب في أغراض محددة، فنجد الخطابات الدعائية والإشهارية أصبحت تنصدر وسائل الإعلام، وهذا بالاعتماد على وسائل وآليات ووسائط لغوية وبصرية عديدة. فالإعلام اليوم يغزو العالم، ويعتبر مصدرا للتعليم والمعرفة وتبادل المعلومات، ويكتسب أهمية بالغة في حياة الفرد والجماعة والمؤسسات والدول، وتزداد أهميته يوما بعد يوم، فهو لا يمثل الناقل والباث الفعلي للأحداث والسلوكاته، وتغيير مدلولات الأشياء واعطائها معاني جديدة صادقة أو كاذبة، إنه لا يعطي الصورة الحقيقية دائما، ولكنه يعطي في أحيان كثيرة الصورة التي يرغب في تمريرها، فلم تعد وظيفته تتجلى في نقل المعلومة بموضوعية، ولكنه أصبح يمتلك وسائل وآليات أكثر فعالية للتأثير على الرأي العام، فأصبح المعنى هو ما نراه بعيون الإعلام، وإن كنا نرى عكس ذلك في الواقع، إن الإعلام يقوم أساسا على التأثير لا على الإقناع، فهو لا يخاطب عقولنا بقدر ما يغييها، إنه يخاطب فينا " اللاوعي أكثر من مخاطبته للوعي.

## 2-1-1-2- وظيفة التبليغ:

يعد التبليغ الوظيفة الأساسية للغة، فالتبليغ عن الأفكار والمشاعر ونقلها من متكلم إلى مخاطب يجعل اللغة وسيلة جوهرية لا يمكن الاستغناء عنها بين البشر. ومفهوم التبليغ في الخطاب الإعلامي لا يختلف عن مفهوم وظيفة اللغة، فلا شك أن وظيفة اللغة في الخطاب الإعلامي تهدف أساسا إلى التبليغ، والتواصل ونقل محتوى معين إلى المتلقي، مع اختلاف المضمون. ولخدمة الغرض التبليغي للغة ينبغي أن تكون لغة الخطاب الإعلامي واضحة وميسرة وبعيدة عن الغموض والتضليل واستخدام العبارات والتراكيب المعقدة. لكن ما نراه في لغة الخطاب الإعلامي اليوم هو تضليل أكثر من اخبار وتعمية أكثر من موضوعية، فأصبحت أهم خاصيات لغة الخطاب الإعلامي ثنائية التناقض بين التبليغ والإقناع والتضليل والمغالطة. فأصبح الخطاب يتأرجح بين الوضوح والبساطة تارة وبين التعقيد والتعميم والتعقيد تارة أخرى.

## 2-1-1-2- وظيفة الإقناع:

الإقناع هو السعي إلى تغيير آراء الآخرين أو زيادة التسليم بفكرة ما "فعندما يطالب المحاور غيره بمشاركته اعتقاداته، فإن مطالبته لا تكتسي صبغة الإكراه، ولا تدرج على منهج القمع، وإنما تتبع في تحصيل غرضها سبلا استدلالية، تجر الغير جرا إلى الإقناع.<sup>19</sup> وهو مهمة المخاطب وتَحَقُّقُ الإقناع لدى المستمع مرهون بوضوح الدلالة، وقوة الحجج المقدمة. لذلك قد يستحيل بناء خطاب موجه نحو جماعة بهدف إقناعهم والتأثير فيهم بالاعتماد على حجة واحدة. لهذا فإن أي خطاب يهدف إلى التأثير والإقناع ينطلق من وسائل الاستمالة (التأثير) الثلاث، إما بها مجتمعة أو اعتمادا على واحدة. فإما أن يعتمد المتكلم على سطوة الحجاج عبر أدلة وبراهين عقلية وإما أن يلجأ إلى آليات التأثير النفسي والعاطفي، أو أن يعتمد في تحقيق هذه الاستمالة على التأثير الأسلوبي وجمالية الخطاب (المكتوب).

وتتنوع سبل الحجاج وآلياته حيث تتحكم فيها مقاصد المحاجج وأهدافه، فمنها وسائل لغوية منطقية ومنها وعناصر نفسية واجتماعية تتمثل في قدرة المحاجج على تهيئة المتلقين لما يعرض عليهم من حجج تخدم قضيته وتضمن استجابة المتلقين لما يعرض عليهم. وفي النموذج التالي<sup>20</sup> يمكننا استخراج الآليات الحجاجية الموظفة في الخطاب الإعلامي الديني، حيث وظف فيه الخطيب مجموعة من الحجج التي تدعم موضوعه والمتمثل في نبذ العنف، وتسهم الحجج المقدمة في زيادة تسليم المخاطب لصحة ما يقوله الخطيب. وتتراوح الحجج المقدمة بين أدلة خارجية وأدلة داخلية كالتالي:

### 1-أدلة خارجية:

نقصد بالأدلة الخارجية العوامل التي تربط الخطاب بالعالم الخارجي وأحداثه ووقائعه وخلفية شخوصه، وهي العوامل المسهمة في تحقق الاستراتيجية الإقناعية.

1-1- الحجاج بالسلطة:

وإذا كان المتكلم في هذا الخطاب هو "إمام" أي رجل دين، فهو بالضرورة يحمل هذه الصفات الثلاث وغيرها من الصفات التي تجعل من خطابه موضع قبول وتصديق، ويمتلك الصلاحيات التي تخوله أن ينهى ويأمر ويوجه ويصدر الأحكام، في أي موضوع يطرحه، فهو يحض باحترام الناس وتصديقهم. فأقوال رجال الدين غالبا - إن لم نقل دائما - مصدقة. لهذا فقد كان أرسطو يعتبر أن الخطاب الذي يصدر عن رجل دين قادر على التأثير في الآخرين، بقوله: "... والصالحون هم المصدقون سريعا بالأكثر في جميع الأمور الظاهرة."<sup>21</sup> إذن فالمتكلم هو موضع قبول من طرف متلقيه، بل وأكثر من ذلك فهو يمتلك سلطة ضمنية تجعل من خطابه ذو قوة حجاجية عالية، وهذا لارتباط خطابه بقدسية يهبها له الدين، كونه الناطق باسمه.

وبناء عليه فإن سلطة الخطيب ومكانته تمثل بحد ذاتها حجة قوية، تجعل متلقي الخطاب يصدق كل ما يقوله الخطيب قبل تقديم الحجج أو قبل أن يتلفظ بخطابه، فكأن المتلقي يأتي وهو مستعد للاقتناع.

"لهذا يعتبر هذا النمط من الحجج معقول و مشروع مستند إلى نموذج في الاحتجاج بالسلطة وهو:<sup>22</sup>

كل ما يقوله ش صحيح

ش يقول: ق

إذن ق صحيح.

## 2- أدلة داخلية :

استثمر الخطيب وسائل الحجج المتاحة له في المقام التواصلي الذي هو بصده، فقد أورد عددا من الحجج التي يحاول بها إقناع المستمعين بأن العنف المتفشي في المجتمع والمؤدي إلى القتل يحرمه الدين ويعاقب عليه أشد العقوبات كونه من الكبائر، واستغل لذلك ما أمكنه من الحجج الداخلية وهي الحجج الجاهزة ونقصد بها الحجج التي لم يبتكرها الخطيب كآيات القرآنية والأحاديث النبوية، والشواهد الشعرية والأمثال، وغيرها، "فهي حجج تكتسب قوتها من مصدرها ومن مصادقة الناس عليها وتواترها، وتدخل الخطيب ينحصر في اختيارها إلى الغرض المرصود للاستدلال عليه".<sup>23</sup> والحجج الجاهزة الموظفة في هذا الخطاب هي الآيات القرآنية والأحاديث النبوية والأقوال والشواهد، وتوظيفها جاء بنسب متباينة، فقد غطت الآيات والأحاديث معظم الخطاب، وهذا هو المعتمد -غالبا- والمطلوب في الخطاب الديني. وسنحاول عرض بعض من الحجج فيما يلي:

### أ- الآيات القرآنية:

وهي حجج قطعية وأدلة شرعية، تمثل أهم الوسائل والحجج الإقناعية في الخطاب الديني، وتمثل دائما برهانا قاطعا وغير قابل للرفض، وقد غطت معظم هذه الخطبة، ومن الآيات الموظفة نجد:

﴿ وَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ آمِنَةً مُطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِنْ كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَاقَهَا اللَّهُ لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ(112) ﴾ [النحل 112/113]، إن السياق الأصلي الذي جاءت فيه هذه الآية ليس لتحريم القتل، لكن الخطيب اعتمد هذه الآية كحجة لنهي الناس وإقناعهم بالنتيجة كفران النعم، وارتكاب جريمة القتل تعد كفرانا بنعم الله والتعدي على حرمانه.

﴿ وَلَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَ إِنْ كَفَرْتُمْ فَإِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ ﴾ [سورة إبراهيم الآية 7]، (جملة لئن شكرتم) موطئة للقسم والقسم مستعمل في التأكيد، والشكر مؤذن بالنعمة، والكفر مراد به كفر النعمة وهو مقابلة المنعم بالعصيان.<sup>24</sup>

﴿ وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴾ [ النحل 78 ] " وفي هذه الآية عود إلى إكثار الدلائل على انفراد الله بالتصرف وإلى تعداد النعم على البشر عطفًا على جملة (وجعل لكم من أنفسكم أزواجًا)، بعدما فصل بين تعداد النعم بما اقتضاه الحال من التذكير والإنذار، والمعنى أنه كما أخرجكم من عدم وجعل فيكم الإدراك وما يتوقف عليه الإدراك من الحياة فكذلك ينشئكم يوم البعث بعد العدم."<sup>25</sup>

﴿ وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ أَنْ يَقْتُلَ مُؤْمِنًا إِلَّا خَطَأً وَمَنْ قَتَلَ مُؤْمِنًا خَطَأً فَتَحْرِيرُ رَقَبَةٍ مُؤْمِنَةٌ وَدِيَةٌ مُسَلَّمَةٌ إِلَىٰ أَهْلِهِ إِلَّا أَنْ يَصَدَّقُوا فَإِنْ كَانَ مِنْ قَوْمٍ عَدُوٍّ لَكُمْ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَتَحْرِيرُ رَقَبَةٍ مُؤْمِنَةٌ وَإِنْ كَانَ مِنْ قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ مِيثَاقٌ فِدْيَةٌ مُسَلَّمَةٌ إِلَىٰ أَهْلِهِ وَتَحْرِيرُ رَقَبَةٍ مُؤْمِنَةٌ فَمَنْ لَمْ يَجِدْ فَصِيَامٌ شَهْرَيْنِ مُتَتَابِعَيْنِ تَوْبَةً مِّنَ اللَّهِ وَكَانَ اللَّهُ عَلِيمًا حَكِيمًا (92) ﴾ [النساء: الآية 92] هُوَلَّ اللَّهُ تَعَالَىٰ أَمْرَ قَتْلِ الْمُسْلِمِ أَخَاهُ الْمُسْلِمَ وَجَعَلَهُ فِي حِزْمَا لَا يَكُونُ فَقَالَ [ وما كان لمؤمن أن يقتل مؤمنا إلا خطأ ] فجاء بصيغة المبالغة في النفي، وهي صيغة الجحود؛ أي ما وجد لمؤمن أن يقتل مؤمنا في حال من الأحوال إلا في حال الخطأ، أو أن يقتل قتلا من القتل إلا القتل الخطأ، فكان الكلام حصرا؛ وهو حصر ادعائي مراد به المبالغة، كأن صفة الإيمان في القتل والمقتول تنافي الاجتماع مع القتل.<sup>26</sup>

﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا (1) ﴾ [النساء:1]

وترتيب الحجج في الآية الأخيرة وفق السلم الحجاجي جاء مرتبا ترتيبا من الكل إلى الجزء:

- ونساء (جزء) حجة 4
- بث منهما رجالا كثيرا (جزء) حجة 3
- خلق منها زوجها (جزء) حجة 2
- خلقكم من نفس واحدة (كل) حجة 1

ب- الأحاديث نبوية:

وهذه الحجج تمثل المرجعية الثانية بعد القرآن في الخطاب الديني، وهي موظفة في هذا الخطاب، وقد اعتمد الخطيب الأحاديث النبوية من أجل إقناع المستمعين بصحة ما يطرحه، ولا يوجد أعلى من كلام الرسول ليحاجج به الخطيب، وقام بتوظيف الأحاديث النبوية التي تخدم موضوع الخطاب، فذكر الأحاديث التالية:

" تركت فيكم ما إن تمسكتم به لن تضلوا كتاب الله وسنتي."

"لقد تركتكم على المحجة البيضاء ليلها كنهارها لا يزيغ عنها بعدي إلا هالك."

" أول ما يحاسب عليه الناس يوم القيامة الدماء" وهو حديث ابن مسعود رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم «أول ما يقضى بين الناس يوم القيامة في الدماء" وأول ما بينك وبين ربك الصلاة"

### ج- الشواهد والأمثلة:

تعد الأقوال حجج ضعيفة في الخطاب الديني، وقدرتها على الإقناع نسبية، خاصة إن لم تكن منسوبة إلى أشخاص معروفين، وقد تم توظيف الأقوال في هذه الخطبة لكن بنسبة قليلة، فهي تدعم الحجج القرآنية والأحاديث، والأقوال التي وظفها الخطيب هي:

"ثلاثة ليس لها نهاية الأمن والصحة والكفاية "

" إن الله يزع بالسلطان ما لا يزع بالقرآن."

كما يمكن أن يتخذ الإقناع منحى آخر في الخطابات الإعلامية والحوارات التلفزيونية والنصوص الصحفية المكتوبة ويبرز ذلك من خلال التضليل الإعلامي الذي يمارسه عبر الحجاج المغالط في الحوارات والخطابات الإعلامية. ويكون ذلك وفق أشكال عديدة وتحت مسميات متعددة تندرج كلها في حقل السفسطة أو ما يسمى بالمغالطات الحجاجية.

وغالبا ما يكون المتحاجان في تواصلهما الحجاجي إما متعاونين وإما متغالبين، ويكونان متعاونين إذا كان لهما هدف مشترك يتعاونان فيما بينهما لبلوغه وهذا من المشاورة. ويكونان متغالبين ومتنافسين حين يكون هناك تعارض في المقصد بينهما وتضاد في الهدف، فيعمل كل واحد منهما على الوصول إلى هدفه الخاص من جهة ومنع خصمه من جهة أخرى.<sup>27</sup> ومن أجل ضبط الحوار وضمان نجاح عملية التواصل يقترح بول غرايس من خلال مقاله المعنون بـ: " المنطق والمحادثة"<sup>28</sup>، مفهومين مهمين في عملية التخاطب عموما وفي مفهوم الدلالة على وجه الخصوص، فالمفهوم الأول مرتبط بما أسماه غرايس بمبدأ التعاون، والثاني مرتبط بالاستلزام الخطابي، في محاولة منه لوضع أسس تضمن نجاح الخطاب ووضوحه، من خلال تطبيق مبدأ التعاون، حيث يفترض غرايس أن المتخاطبين المساهمين في محادثة مشتركة يحترمون مبدأ التعاون، فالمشاركون يتوقعون أن يساهم كل واحد منهم في المحادثة بكيفية عقلانية ومتعاونة لتيسير تأويل أقواله. ويشرح غرايس هذا المبدأ مقترحا أربع قواعد متفرعة منه، من المفترض ان يستغلوها وهي:<sup>29</sup>

- الكمية: وتتعلق بكمية المعلومات، حيث يشترط ألا تكون مساهمتك أقل من المطلوب أو تزيد عنه.

- الجودة: لتكن مساهماتك حقيقية وليست كاذبة. ويمثل غرايس لذلك أنه إذا كنت بحاجة إلى سكر لصنع الكعكة فأنت تساعدني في صنعها، فلا أتوقع منك أن تسلمني الملح، وإذا كنت بحاجة إلى ملعقة، فلا أتوقع ملعقة خدعة مصنوعة من المطاط.

- العلاقة: وتنص على ضرورة أن تكون مساهمة الشريك مناسبة للاحتياجات الفورية في كل مرحلة من مراحل المعاملة (التخاطب)، فإذا إذا قمت بخلط مكونات كعكة لا أعتبرها مساهمة مناسبة في مرحلة لاحقة.

-الطريقة : والتي ينبغي أن تكون واضحة وصريحة وبعيدة على الغموض.  
 قد يفشل مبدأ التعاون في حال انتهاك مبدأ من المبادئ ويكون المتلقي بذلك عرضة للتضليل.  
 ويمكننا رصد بعض الانتهاكات والمغالطات في المحاور التلفزيونية التالية:<sup>12</sup>  
 المذيع: أنت تقول إن أصل الانسان قرد ..هل يمكن أن تحدثنا عن بداية الجين الأولى من أين جاء، وهل هناك دليل على مصدره؟ فيجيبه المحاور قائلاً: "لا، ليس هناك أدلة على هذا!!!  
 " بسبب حدوثها قبل فترة طويلة وفي ظروف مختلفة."  
 المذيع: هل لديك دليل أو إحصائيات على صحة كلامك أو أنها صدفة؟  
 المحاور: نعم !!! من المحتمل ...نعم.. قد يكون حدث غير متوقع... ولا أحد يعلم شيئاً عن هذا....  
 كيميائيون وعلماء أحياء يعملون على هذا ويحاولون اثبات ذلك.. لكن أشك في قدرتهم على أن يصلوا إلى دليل مطلق لأنها حدثت قبل مدة طويلة.  
 المذيع: ماهي احتمالية وجود حياة على كواكب أخرى؟  
 المحاور: هناك حوالي 10 إلى 22 نجم... وهناك فرصة عالية.. هنالك مليار كوكب تتوفر فيه شروط الحياة..... مليار رقم ضئيل مقارنة مع 10 الى 22 نجم!!!  
 المذيع: هل إيمانك بوجود حياة أخرى وانه هنالك العديد من الكواكب التي يمكننا العيش فيها يعتمد على أساس إحصائية؟

لا، ليس لدينا أدلة من الصعوبة إثباتها إنما هي معادلات إحصائية.  
 هذا الحوار ينتهك فيه معيار العلاقة أو ما يسمى بالملائمة، وهي قاعدة تنص على ضرورة التزام المتحاورين بأن يكون كلامهم وحججهم لها صلة مباشرة بالموضوع، حيث يتطلب معيار الملائمة أن يقدم المتكلم حججا تعزز موقفه تجاه الموضوع. ويظهر ذلك من خلال إعطائه إجابات ليس لها علاقة بالموضوع المطروح للنقاش ولا تمثل إجابة عن سؤال المذيع عن احتمالية وجود حياة على كواكب أخرى، مجيباً بقوله: هناك حوالي 10 إلى 22 نجم... إذن هناك فرصة عالية.. هنالك مليار كوكب تتوفر فيه شروط الحياة..... مليار رقم ضئيل مقارنة مع 10 الى 22 نجم!!! وخرق هذا المبدأ أدى إلى مغالطة واضحة فمقدمة الكلام والمعلومة المقدمة فيه لم تؤدي إلى نتيجته. وهذا من أساسيات صحة الحجة، ولتوضيح ذلك نستند إلى المثال الآتي:  
 المقدمة المنطقية: "العمال الذين قدموا الوثائق المطلوبة في الوقت المحدد هم الذين لهم الحق في الترقية، وأنت لم تقدم الوثائق المطلوبة في الوقت المحدد إذن ليس لديك الحق في الترقية."  
 النتيجة: كل من لم يقدم الوثائق المطلوبة ليس لديه الحق في الترقية.

إن المثال المقدم في المحاور التلفزيونية لا يمثل خرقاً لمبدأ المناسبة فقط بل يمثل خرقاً لجميع مبادئ الحوار، الكم والكيف والطريقة والمناسبة. حيث تم خرق الأولى بتجاوز القدر المطلوب من المعلومات، حيث كان السؤال واضح ومحدد بخصوص إمكانية العيش في كوكب آخر فكانت الإجابة تتضمن معلومات أخرى تخص عدد النجوم مع انتفاء وجود أي مبرر. وتم خرق قاعدة

الكيف او الجودة والمتعلقة بصحة المعلومات المقدمة ومطابقتها للواقع أو استنادها إلى بحوث علمية واختبارات أو أدلة مقنعة. وانتهاك المبدأ الذي ينص على وضوح الكلام وذلك من خلال استعماله لعبارات من قبيل: "من المحتمل" "ممكناً" ... الخ

يرصد الحوار المقدم مثالا لمجموعة من المغالطات التي تنتهك بخرق مبادئ التعاون، وبإمكاننا أن نستنتج أن القضية المعروضة لا تمتلك سوى حجج زائفة وتتميز بمجموعة من السمات:

-تفتقر إلى الموضوعية

-غير قابلة للاختبار.

- غير قابلة للتحقق.

-لا تمثل الواقع.

وقد يستند الخطاب الإعلامي في معارفه ومعلوماته إلى تعميم نتائج دراسة حالات عشوائية لظاهرة ما وتستنتج منها خلاصة تقوم بتعميمها على الكل. وهذا ما يسمى بمغالطة التعميم المتسرع، والتعميم المتسرع هو بناء نتيجة انطلاقاً من حوار أو استبيان أو استقراء مُقام على عينة ضئيلة جداً والقيام بتعميم نتائجها واعتبارها حجة قوية والخطاب الإعلامي يمارس هذا النوع من المغالطات بشكل دائم خصوصاً فيما يتعلق بالإعلانات الترويجية للمنتوجات والمقالات الصحفية.

ومن أمثلة ذلك:

#### مغالطة التعميم المتسرع:

يقول صحفي غربي بخصوص قرار حظر النقاب في بعض الدول الأوروبية في محاولة منه لتبرير هذا القرار: "النقاب المستعمل في البلدان العربية هو رمز يدافع عنه المتشددون الذين يحكمون هناك حيث يتزعم التطرف." فالنقاب هو فرض أقامه الحاكم العربي المعروف بتعصبه وتطرفه فأصبح النقاب بذلك علامة التطرف الديني.

فهذه مغالطة واضحة تصف العرب بالمتطرفين والمتشددين وأن النقاب أو الحجاب مفروض عليهم من طرف الحكام العرب المتطرفين. فهذه محاولة لتوسيع حكم لا يتطبق على العموم.

#### مغالطة السبب الكاذب:

مغالطة السبب الكاذب أو ما يعرف أيضاً باسم السبب الزائف أو المغالطة السببية، السبب الخاطئ، العلة الزائفة... وغيرها من التسميات التي تفيد في جوهرها معنى واحد. وهو "أن يحاول المغالط تزيف الحجة عبر ربط القضية بعلة غير صحيحة ليصل إلى نتيجة خاطئة.."<sup>30</sup>

وهذا الربط يأخذ اشكالا عديدة. ومن هذه الأشكال المغالطة البعدية وهي أن يأتي حدث بعد حدث فيرتبطان في السبب.

ومثال ذلك:

" قام الرئيس بإصدار قانون عفو يشمل المساجين، فارتفع معدل العنف والجرائم، الرئيس مسؤول عن ارتفاع نسبة العنف والجريمة."

وفي مثال آخر: " رفع الرئيس الضرائب فارتفع معدل الفقر، الرئيس مسؤول عن ارتفاع معدل الفقر."

وفي كلا المثالين مغالطة تقر بأن:

نظرا لأن "ب" تأتي بعد "أ" و "أ" تتسبب في "ب" بمعنى حدث يتسبب في حدث آخر يأتي بعده وهذا صحيح في أحيان كثيرة لكن ليس في جميع الحالات، حيث هنالك أحداث تتزامن وترتبط بالوقت نفسه ولا ترتبط بنفس الحدث.

### 2-1-3-التأثير:

هذه الكلمة التي يشير معناها الجاري إلى العملية التي يتوصل بها الشخص إلى تحويل تفكير شخص آخر أو تعديل إرادته أو سلوكه؛ بواسطة نفوذه أو صيته أو قوته فأصبحت مفهوما مركزيا في علم النفس الاجتماعي، ويسعى هذا التخصص فعلا إلى أن يحدد " كيف ولماذا تحاول جماعة أن تفرض رؤاها على شخص أو جماعة فرعية. كيف ولماذا يتبنى شخص أو جماعة فرعية آراء أمثاله أو جماعته.

وفي تحليل الخطاب استعاد باتريك شارودو استعمال هذا المصطلح في العبارة مبدأ التأثير (1955) ليشير إلى أحد المبادئ الأربعة المؤسسة لعمل اللغة ( مع مبادئ الغيرية والتعديل والإفادة) يحدد هذا المبدأ عمل اللغة بأنه عمل متبادل بين طرفين ويقر بأن " ما يحفز قصدية الذات المتكلمة يندرج في غائية عملية أو نفسية تحمل أطراف التواصل على إنتاج خطابات تهدف أن يكون لها مفعول على الطرف الآخر، ونجد هذا المبدأ عند المختصين في علم النفس الاجتماعي للغة، فالأمر عند ر. غيغليون، يتعلق بالسيطرة على الرهانات" وهو عند ك شبرول يستلزم أن تُدفع الذات إلى القيام ب فعل خطابي إزاء شخص آخر معني (مرسل إليه مُؤَوَّل) يمكن له دائما أن يرد الفعل قصد التفاعل، بهذا يبرر هذا المبدأ كون التواصل الاجتماعي متصورا باعتباره توخيا من قبل الذات المتكلمة لاستراتيجيات موجهة نحو الآخر.<sup>31</sup> فالخطاب يوظف أيضا لأهداف أخرى تتجاوز التبليغ إلى التأثير في الآخرين واستمالتهم وإقناعهم وذلك اعتمادا على وسائل خطابية تتباين حسب المواقف ، " فالإنسان لا يتكلم ليصوغ أفكارا فحسب، بل يتكلم أيضا ليؤثر في أمثاله وليعبر عن حساسيته".<sup>32</sup> وقد اعتبر بنفنيست التأثير هو الهدف الأساسي من كل خطاب حيث عرف الخطاب في عمومته بقوله: " هو كل قول يفترض مخاطب ومخاطب وعند الأول نية التأثير في الثاني بأي شكل"<sup>33</sup>. والتأثير حسب قول ميشال فوكو هو " مفهوم سحري، إلى حد يصعب معه تحليله وهو بمثابة السند والأساس لظواهر الإيصال والتواصل".<sup>34</sup> فمن الصعب إيجاد طرق واضحة ومحددة، للتأثير، فالتأثير في الآخر يتم بطرق غير مباشرة لكنه عملية مقصودة، فالتأثير لا يعتمد على الحجج العقلية والبرهنة المنطقية ومطابقة الواقع، حيث نجد أن المتكلم لا يوظف معاني مباشرة ولا يصح فيه بالهدف ولا يستهدف العقل، ولكنه يستهدف العاطفة والنفس.

ومن المغالطات الممثلة لذلك:

- مغالطة التعميمات البراقة:

مغالطة التعميمات البراقة هي مغالطة تستعمل سحر الألفاظ وتختبر قدرة اللغة على استمالة المتلقي وإقناعه وضمان استجابته لما يُعرض عليه من قضايا، وتستند التعميمات البراقة إلى ملفوظات فضفاضة تأخذ تأويلات عديدة. مما يدفع المتلقي إلى الإقتناع والتسليم بصحة ما يعرض له دون أي محاولة منه لكشف مقصدية المتلقي.

وتبرز التعميمات البراقة في الخطابات الإعلامية بشكل واضح في مجال الدعاية والتسويق للمنتوجات كإحدى أساليب الإقناع والتأثير إلا أنها في الحقيقة تقوم على مغالطة واضحة لا تستند إلى حجج منطقية أو أسباب واضحة بل تعتمد على الغموض والمبالغة والتعميم والإعتماد على ألفاظ براقة وصيغ مبالغة ليس لها تحليل موضوعي أو منطقي.

ويتم توظيفها عبر استعمال عبارات شاملة لوصف فئة من الأشخاص أو مجموعة من الأشياء. وإذا بحثنا عن أمثلة لهذا النوع من المغالطات في الخطاب الإعلامي فسنجده في العناوين الصحفية وعناوين البرامج والمحتويات المتوفرة على شبكة الأنترنت والإشهارات والدعايات بشتى أنواعها.

وكمثال على ذلك:

الخطاب الأشهاري المروج لمعجون الأساس:

"معجون الاسنان الفلاني.... هو الاسم الأول الذي ينصح به الأطباء حول العالم"

وغالبا ما تكون للعناوين البراقة قوالب لغوية تتحقق من خلالها وظيفة التأثير في المتلقي عبر

الاستمالات العاطفية ومن أبرز آليات الاستمالة العاطفية:

- مخاطبة الحواس.
- إثارة الحاجات النفسية والاجتماعية.
- استخدام صيغ وأفعال التفضيل.
- استخدام غريزة القطيع.
- استخدام عبارات التأكيد وصيغ التفضيل.
- التعميم.
- عرض الرأي على أنه حقيقة.

**خاتمة:**

عَمَدْنَا في هذا البحث إلى تسليط الضوء على الوظائف البارزة في الخطاب الإعلامي، وإظهار القوة التي يمتلكها في إقناع المتلقي والتأثير فيه، فنجد أن لغة الخطاب الإعلامي قادرة على الإقناع والتأثير في المتلقي، إلا أنها قد تنزلق لتقع في مغالطات تكون مُتَعَمَدَةً في أحيان كثيرة، وقد بينا بعض أوجه المغالطات المنطقية الشائعة في الخطاب الإعلامي، من خلال تحليل بعض الأمثلة، وخلصنا من خلال هذا البحث إلى جملة من النتائج، أهمها:

- يوظف الخطاب الإعلامي آليات حجاجية متنوعة أثناء نقل الأحداث والمعلومات، فيعتمد على الدقة والموضوعية وصحة المصادر وصدق الأدلة ومطابقتها للواقع.
- تعتبر المناقشات التلفزيونية منبرا حيا للحوار الجاد والهادف، باعتباره عقدا يتحاور فيه الفاعلون المختلفون وفقاً لألية تبادل يحكمها عدد معين من القواعد التي تؤطر الخطاب وتضمن عدم انزلاق الفاعلين فيه نحو العنف اللفظي والمغالطات الحجاجية. لكن المحاورات التلفزيونية تنزلق في أحيان كثيرة نحو اللاحوار وذلك بانسياق الأطراف نحو التعصب للرأي ومهاجمة الطرف الآخر وذلك اعتمادا على الحجج الزائفة والعنف اللفظي.
- أن الخطاب الإعلامي يعتمد على أساليب التضليل، وهذا من خلال اعتماده على مخاطبة العاطفة وتنزيلها منزلة العقل، وهذا ما يكثر استعماله في الخطابات الاشهارية والدعائية والتي أصبحت اليوم تشغل الحيز الأكبر، بالإضافة إلى انتهاك مبادئ التعاون مما ينتج عنه مغالطات حجاجية تخل بقوة الخطاب ومصداقيته.
- ويتضح مما سبق ذكره، أن هناك اتفاق حول تعدد وظائف اللغة في الخطاب الإعلامي، وإن كانت في جوهرها تبعث من وظيفة أساسية هي التواصلية، والقول بأهمية الوظيفة التواصلية لا يلغي الوظائف الأخرى، ولا يقلل من أهميتها، فالوظائف اللغوية تتعدد نظرا لتعدد المقاربات التي ساهمت في تحديدها، وابرازها، هذا وتتعدد الوظائف نظرا لحاجة مستعمل اللغة، وهدفه من الخطاب، والغاية المرجوة منه؛ فنجد خطابا واحدا يضم وظائف مختلفة للغة، وهذا ما يفرضه السياق التخاطبي، فالبحث في وظائف اللغة يحتم علينا ربط اللغة بالاستعمال، ودراسة اللغة تداوليا بدلا من دراستها شكليا. وعليه تبين لنا من خلال تحليلنا للمدونات الإعلامية السابقة صحة القول بتعدد وظائف اللغة في الخطاب الإعلامي وفق مقاصد المتكلم وغاياته، فنجده يؤدي وظيفة التبليغ بموضوعية وحيادية عبر حجج صادقة مطابقة للواقع، وينحرف تارة نحو التزييف والمبالغة والتحايل، واستخدام العنف اللفظي بدل الحوار المتعاون.
- لهذا يبقى موضوع وظائف اللغة في الخطاب الإعلامي موضوعا ثريا للبحث والتحليل والنقد، ولاتزال هنالك قضايا لغوية تمس الحقل الإعلامي تحتاج إلى الدراسة والبحث. والتي نأمل أن تأخذ نصيبها من البحث.
- الإحالات:

<sup>1</sup> -Saussure Ferdinand, 2004, cours de linguistique générale, El Anis, Alger, 3 éme Edition, p23.

<sup>2</sup> - voire Troubetzkoy, 1949, Principes de phonologie, traduit par J. Cantineau, 'nouveau tirage corrigé par Luis. Prieto, éditions Klincksieck, Paris, p30.

<sup>3</sup> - Ibid, p38.

<sup>4</sup> - Martinet André, 1980, Eléments De linguistique Générale, N'ouvelle édition, Armand Colin, Paris, p20/21.

<sup>5</sup> - Ibid p61.

- <sup>6</sup>- Dubois Jean et autres, 1994, Dictionnaire-de-Linguistique Larousse, première edition, P205.
- <sup>7</sup> - Ibid, p205.
- <sup>8</sup> - شارودو باتريك ومانغونو ودومينيك، 2008، معجم تحليل الخطاب، تر عبد القادر المهيري وحمادي صمودي، سيناترا للنشر، تونس، ص 257.
- <sup>9</sup>- المتوكل أحمد، 2005، التركيبات الوظيفية، قضايا ومقاربات، دار الأمان، المغرب، ط 1، ص 21.
- <sup>10</sup> - شارودو باتريك ومانغونو ودومينيك: معجم تحليل الخطاب، 257.
- <sup>11</sup> - بلانشيه فيليب، 2007، التداولية من أوستن إلى غوفمان، تر صابر الحباشة، دار الحوار للنشر، ط 1 ص 17.
- <sup>12</sup> - حاج صالح عبد الرحمن، 2012، الخطاب والتخاطب: في نظرية الوضع والاستعمال العربية: سلسلة علوم اللسان عند العرب 3، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، ص 211.
- <sup>13</sup> -Voire- : mangonneau Dominique، 2009، Aborder là l'linguistique, édition du seuil، p130/131.
- <sup>14</sup> -Ipid,p131.
- <sup>15</sup> - فرانسواز ارمينكو، د ت، المقاربة التداولية، تر سعيد علوش، مركز الانماء القومي، دط، ص 3.
- <sup>16</sup> - نفس المرجع، ص 50.
- <sup>17</sup> - فاين دايك، 2001، علم النص: مدخل متداخل الاختصاصات، تر سعيد حسن بحيري، دار القاهرة للكتاب، مصر، ط 1، ص 114.
- <sup>7</sup>- الدليبي عبد الرزاق، 2018، الخطاب الإعلامي والخطاب الدعائي، دار الابتكار للنشر، عمان، الأردن، ص 32.
- <sup>19</sup> - طه عبد الرحمن، 2000، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي، ط 2، ص 38.
- <sup>20</sup> - <https://www.youtube.com/watch?v=Mj3qyGG8OCg> اطلع عليه بتاريخ:
- <sup>21</sup> - طاليس أرسطو، الخطابة، تحقيق عبد الرحمن بدوي، دار القلم بيروت، لبنان، 1979، ص 10.
- <sup>22</sup> - النويري محمد: الأساليب المغالطية: مدخلا في نقد الحجج، فريق البحث في البلاغة والحجاج، أهم نظريات الحجج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، كلية الآداب للنشر، منوية، تونس، مجلد XXIX، ص 423.
- <sup>23</sup> - العمري محمد، في بلاغة الخطاب الإقناعي: مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية: الخطاب في القرن الأول نموذجا، افريقيا الشرق للنشر، المغرب، ط 2، 2002م، ص 90.
- <sup>24</sup> - ينظر بن عاشور الطاهر، تفسير التحرير والتنوير، الدار التونسية للنشر، 30 ج، 1984 ج 13، ص 193/194.
- <sup>25</sup> - المرجع نفسه، ج 14، ص 231.
- <sup>26</sup> - المرجع السابق، ج 5، ص 156.
- <sup>9</sup>- العمري محمد، 2002، دائرة العنف ومزالق الحوار: كشف أساليب الإعانات والمغالطة مساهمة في تخليق الخطاب، افريقيا الشرق للنشر، المغرب، ط 1، ص 62.
- <sup>28</sup>-Grice H. P, logic and conversation, 1989, Reprinted by permission of Harvard University Press from Studies in the Way of Words, By Paul Grice, by The Président and Fellows of Harvard Collège.
- <sup>29</sup> -ibid, p28.
- <sup>12</sup> - <https://www.youtube.com/watch?v=IABCRefk1Kc2020/11/01> اطلع عليه بتاريخ:
- <sup>30</sup> - دعدوش أحمد، 2014، المغالطات المنطقية في وسائل الإعلام، دار السبيل، ط 1، ص 41.
- <sup>31</sup> - شارودو باتريك ومانغونو ودومينيك: معجم تحليل الخطاب، ص 305/304.
- <sup>32</sup> - فريش بليث، 2014، اللغة: تاريخ ونقد، ترجمة عبد الحميد الدواخلي وآخرون، القاهرة، ص 186.
- <sup>33</sup> - Benveniste Emile, 1966, problèmes de linguistique générale، Gallimard, p242.
- <sup>34</sup> - فوكو ميشال، 1987، حفريات المعرفة، تر سالم يفوت، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط 2، ص 21.

## المراجع:

- بن عاشور الطاهر، تفسير التحرير والتنوير، الدار التونسية للنشر، 30 ج، 1984.
- بلانشيه فيليب، التداولية من أوستن إلى غوفمان، ترصابر الحباشة، دار الحوار للنشر، ط1، 2007.
- حاج صالح عبد الرحمن، الخطاب والتخاطب: في نظرية الوضع والاستعمال العربية: سلسلة علوم اللسان عند العرب 3، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 2012.
- الدليبي عبد الرزاق، الخطاب الإعلامي والخطاب الدعائي، دار الابتكار للنشر، عمان، الأردن، 2018.
- دايك فان، علم النص: مدخل متداخل الاختصاصات، تر سعيد حسن بحيري، دار القاهرة للكتاب، مصر، ط1، 2001م.
- دعدوش أحمد، المغالطات المنطقية في وسائل الإعلام، دار السبيل، ط1، 2014.
- شارودو باتريك ومانغونو ودومينيك: معجم تحليل الخطاب، تر عبد القادر المهيبي وحمادي صمودي، سيناترا للنشر، تونس، 2008.
- العمري محمد، دائرة العنف ومزالق الحوار: كشف أساليب الإغتنات والمغالطة مساهمة في تخليق الخطاب، افريقيا الشرق للنشر، المغرب، ط1، 2002.
- العمري محمد، في بلاغة الخطاب الإقناعي: مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية: الخطاب في القرن الأول نموذجاً، افريقيا الشرق للنشر، المغرب، ط2، 2002.
- المتوكل أحمد، التركيبات الوظيفية، قضايا ومقاربات، دار الأمان، المغرب، ط1، 2005.
- النويري محمد: الأساليب المغالطية: مدخلا في نقد الحجاج، فريق البحث في البلاغة والحجاج، أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، كلية الآداب للنشر، منوبة، تونس، مجلد XXIX.
- طاليس أرسطو، الخطابة، تحقيق عبد الرحمن بدوي، دار القلم بيروت، لبنان، 1979.
- طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي، ط2، 2000.
- فنريش بليث، اللغة: تاريخ ونقد، ترجمة عبد الحميد الدواخلي وآخرون، القاهرة، 2014.
- فوكو ميشال، حفريات المعرفة، تر سالم يفوت، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط2، 1987، ص21.
- Benveniste Emile, problèmes de linguistique générale, Gallimard, 1966.
- Dubois Jean et autres, Dictionnaire-de-Linguistique Larousse, première édition, 1994.
- Grice H. P, logic and conversation, 1989, Reprinted by permission of Harvard University Press from Studies in the Way of Words, By Paul Grice, by The Président and Fellows of Harvard Collège.
- Mangonneau Dominique , Aborder là l'linguistique, édition du seuil 2009,
- Martinet André, Eléments De linguistique Générale, N'ouvelle édition, Armand Colin, Paris, 1980.
- Saussure Ferdinand, cours de linguistique générale, El Anis, Alger, 3 éme Edition, 2004.
- Troubetzkoy, Principes de phonologie, traduit par J. Cantineau ,nouveau tirage corrigé par Luis. Prieto, éditions klincksiek, paris, 1949.
- <https://www.youtube.com/watch?v=lABCRefk1Kc>
- <https://www.youtube.com/watch?v=Mj3qyGG8OC>.