



بلاغة الحجاج في دراسات (علم الاتصال) – تصور نظري

د. إبراهيم بن منصور التركي

قسم الأدب والبلاغة والنقد - كلية العلوم العربية والاجتماعية

جامعة القصيم





## بلاغة الحجاج في دراسات (علم الاتصال) – تصور نظري

د. إبراهيم بن منصور التركي

قسم الأدب والبلاغة والنقد - كلية العلوم العربية والاجتماعية  
جامعة القصيم

تاريخ تقديم البحث: ١٠ / ٦ / ١٤٤١ هـ تاريخ قبول البحث: ٢٩ / ٣ / ١٤٤٢ هـ

### ملخص الدراسة:

يتناول هذا البحث بلاغة (الحجاج) في دراسات (علم الاتصال)، مبتدئاً بالتعريف بـ (بلاغة (علم الاتصال))، ثم يعرض تعريف الحجاج وأقسامه في الدراسات المعاصرة، ثم يتناول الحجاج في (علم الاتصال)، ويخلص إلى اهتمامها الشديد بهذا المبحث، بسبب ارتباطه بالحاجة التواصلية الإنسانية الملحة أفراداً ومجتمعات، ومن أجل اتخاذ القرار الصحيح وصناعة الانسجام الاجتماعي، وبوصفه مهارة مهمة من مهارات الحياة اليومية. كما يشير البحث إلى ارتباط الحجاج بثلاثة فضاءات غالباً، الفضاء الشخصي، والتقني، والعام. ويعرض مقارنتين جديدتين للحجاج في الدراسات الاتصالية، أولاهما الحجاج بالسرد، والثانية الحجاج بالصور المرئية.

الكلمات المفتاحية: البلاغة، الحجاج، (علم الاتصال)، السرد، البلاغة المرئية



**Argumentation in  
Rhetorical Communication Studies  
Theoretical perception**

**Dr. Ibrahim ben Mansor Al – Turki**

Department of literature, Rhetoric and criticism - College of Arab and Social Sciences.

Qassim University

**Abstract:**

This research deals with Argumentation in Rhetorical Communication Studies, beginning with clarifying what (Rhetorical Communication Studies) means, then, presenting the definition of Argumentation and its divisions in contemporary studies. Communication Studies show strong interest in that topic, because of its association with the human needs of reasoning by individuals or societies. Moreover, Argumentation helps us in making our right decisions and creating social harmony.

There are three spaces for Argumentation in (Rhetorical Communication Studies): the personal, the technical, and the public. On other hand, this research presents two new approaches for Argumentation in communicative studies, the first is employing Narrative Paradigm, and the second is arguing by Visual Rhetoric.

**key words:** Rhetoric, Argumentation, Communication Studies, Narration, Visual Rhetoric



## مدخل:

تشهد الدراسات البلاغية اليوم ثورة معرفية وانفتاحاً على عدد من المجالات المختلفة، حيث "ارتادت آفاقاً لم يكن يحلم دارسوها يوماً أن يلجوها مثل بلاغة صفحات الانترنت والبلاغة الجنائية... كما استطاعت أن تقيم تحالفات معرفية مع حقول جديدة، مثل علم المعرفة والاتصال والإناسة وتحليل الخطاب"<sup>(١)</sup>.

وسوف يحاول هذا البحث تسليط الضوء على هذا التفاعل بين البلاغة و(علم الاتصال)، وذلك عبر استعراض ماورد عن بلاغة الحجاج في دراسات علم الاتصال، حيث ظهر الاهتمام جلياً في دراسات بلاغة (علم الاتصال) بدراسة (الحجاج). وهذا يعني أن هدف هذا البحث هو تقديم التصور النظري العلمي الجديد الذي تناولت فيه دراسات (علم الاتصال) بحث (الحجاج). وقد جاء ذلك عبر منهج وصفي يحاول التعرف إلى سمات الظاهرة المدروسة، وتوصيف حدودها وأبعادها.

وسوف أتناول في هذا البحث استعراض هذا الموضوع من خلال عدد من المباحث والمطالب، حيث سيبدأ البحث بتمهيد يعرف بالمقصود بـ (بلاغة "علم الاتصال")، ثم سينقسم البحث إلى مبحثين، يتناول المبحث الأول منهما (الحجاج في علم الاتصال)، وذلك من خلال أربعة مطالب،

---

(١) البلاغة والتواصل عبر الثقافات، د. عماد عبد اللطيف، ص ٣١.

وهي: (مفهوم الحجاج)، و(أنواع الحجاج)، و(وظائف الحجاج)، و(فضاءات الحجاج). أما المبحث الثاني فسوف يتناول (المقاربات الجديدة للحجاج في علم الاتصال)، وقد جاء ذلك عبر مطلبين، تناول الأول منهما (الحجاج بالسردي)، وتناول الثاني منهما (الحجاج بالصورة).

### تمهيد: التعريف ببلاغة (علم الاتصال):

يُقصد ببلاغة (علم الاتصال) هنا ارتباط البلاغة اليوم بدراسات علم الاتصال communication studies ، سواء من حيث الأعمال المدروسة، أو من حيث الجهات المعنية بالدراسة، فمن حيث الأعمال المدروسة اهتمت البلاغة المعاصرة في (علم الاتصال) بدراسة النص الاتصالي غير اللغوي مثل الفيلم والإعلان والمسرحية واللوحة والمنحوتة، بالإضافة إلى النص اللغوي مثل الخطبة والقصة والقصيدة.. الخ. ومن حيث الجهات المعنية بالدراسة فإن البلاغة تدرس في عدد من الجامعات العالمية اليوم في أقسام (الاتصال والإعلام).

وارتباط البلاغة بالاتصال قديم جداً، فقد استخدم الناس الكلمات والرموز قبل دراسة البلاغة للتواصل بينهم والتأثير في بعضهم<sup>(1)</sup>، وهذا يعني أن الاتصال اللغوي والتواصل الرمزي هو عملية إنسانية فطرية. وامتداداً لهذه النزعة الإنسانية الفطرية يشهد الدرس البلاغي المعاصر في الغرب هذه الأيام

(1)Look: The Essential Guide to Rhetoric, William Keith, p 5.

تحوّلاً لافتاً يتمثّل في اتّساع ميادين البلاغة المعاصرة حيث تجاوزت النصّ اللغويّ، وأصبح اشتغالها على دراسة النصّ الرمزيّ الاتصالي. لقد صارت البلاغة في نظر عدد كبير من الدراسات المعاصرة شكلاً من الفنّ والممارسة الاتصالية التي تسهّل فهمنا لطبيعة الرموز ووظيفتها في حياتنا، كيف نعيها؟، وكيف نعرفها؟، وكيف تؤثر هذه الرموز في أفعالنا وأفعال من حولنا؟<sup>(١)</sup>.

لقد كان عام ١٩٧٠ عام تحوّل مهمّ في مسيرة البحث البلاغيّ المعاصر، فقد نظّمت جمعية الاتّصال البلاغي في أمريكا مؤتمر البلاغة الوطنيّ، وقد قُدِّمت توصية من المشاركين في المؤتمر تدعو إلى توسيع دائرة البلاغة، لتتضمّن موضوعات لم تكن عادة داخلة في نطاق الدرس البلاغيّ، بحيث رأت التوصية دراسة الخطابيّ وغير الخطابيّ، اللغويّ وغير اللغويّ. وذهب المشاركون إلى أنّ المنظور البلاغيّ يمكن أن يتناول أيّ حدث أو عمليّة أو تعبير اتصالي إنسانيّ، في حال شكّل أو عزّز أو غير موقفاً، أو اهتماماً، أو سلوكاً، أو وعياً<sup>(٢)</sup>.

إنّ البلاغة على مدى تاريخها الطويل تُعدّ الفعل البلاغيّ نتاج اجتماع سمات مهمة، هي: (التعبير الإنسانيّ، والرغبة في التأثير، والتوجّه نحو جمهور)، ولهذا السبب اتسعت -على ما يبدو- دائرة النصّ البلاغيّ المعاصر، حيث انفتحت على ألوان وأشكال اتصالية جديدة، من مسرحية، أو فيلم، أو

(1) Look: Contemporary Perspectives on Rhetoric, Sonja Foss and others, p 1.

(2) Look: Handbook of Visual Communication, Ken Smith and Others, p 141.

أغنية، أو إعلان، أو منحوتة... الخ<sup>(١)</sup>، وذلك لوجود هذه السمات في هذه الأشكال التعبيرية، فكلّ هذه الأشكال تتحقّق عبر تعبيرٍ اتصالي يستهدف التأثير في الجمهور.

لقد أصبحت البلاغة المعاصرة تنظر إلى هذه الأشكال على أنّها لون من ألوان التعبير الرمزيّ الاتصالي، ولذا يركّز تعريف البلاغة المعاصر على ارتباط البلاغة بالاتصال والتواصل الرمزي، حيث تُعرّف البلاغة بأنّها: (الاستخدام الإنسانيّ للرموز بقصد التواصل)<sup>(٢)</sup>. والمقصود بالتواصل هنا، هو قدرة الرمز على إنجاز التواصل البليغ الذي يؤدي المعنى والقصد المراد بكفاءة بالغة، وعلى هذا تصبح كلّ أشكال الاتصال الإنسانيّ الناجحة داخلة ضمن الدرس البلاغيّ، سواءً أكانت قصيدة، أو قصة، أو أغنية، أو فيلمًا، أو إعلانًا، أو منحوتة... الخ، لقد أصبح ميدان الدراسة البلاغية ليس هو النصّ اللّغويّ فحسب، وإنما هو جميع أشكال الظاهرة الفنيّة الاتصالية Artifact.

ويعدّ دخول كينيث بيرك Kenneth Burke بوصفه باحثًا في مجال البلاغة واحدًا من الأسباب التي أسهمت في بزوغ الاهتمام البلاغيّ بالتعبير الرمزيّ الاتصالي. فقد ذهب بيرك إلى أنّ الرمز لا يخصّ الكلام فقط، وإنما يتناول كلّ نُظم الاستخدام الرمزي الأخرى، ومن هنا دعا إلى تحليل الرموز في كلّ أشكالها بما في ذلك الموسيقى والنحت والرسم والرقص ونحو ذلك. وفتح

(١) ينظر: النظرية البلاغية اليوم، د. إبراهيم التركي، ص ٣٦.

(2) Look: Contemporary Perspectives on Rhetoric, Sonja Foss and others, p 1.

بذلك الباب على مصراعيه لعلماء البلاغة الآخرين للنظر إلى البلاغة بوصفها طرفاً يؤثر بها الناس في أفكار وسلوك بعضهم من خلال استخدام الرموز. واقترح عدّة موضوعات يراها ملائمة للدراسة البلاغية، مثل النحت والرقص والأزياء. ويعزّز التعريف الحالي للبلاغة هذا التوسع في دراستها بعيداً عن تصوّرها التقليديّ المقتصر على النصوص اللفظية<sup>(١)</sup>. ومن هنا جاء اهتمام دراسات بلاغة (علم الاتصال) ببلاغة التعبير المرئي، حيث "ينطوي توجّه بلاغة المرئي على تحوّل جذري في المادة التقليدية للدرس البلاغي، فقد ارتبطت البلاغة لقرون طويلة بالكلمات"<sup>(٢)</sup>.

ونظراً إلى هذا الاتّساع في ميدان الدراسة البلاغية المعاصرة فقد قام عدد كبير من الجامعات الأوروبية والأمريكية بنقل الدراسة البلاغية من أقسام اللغة والأدب إلى أقسام الإعلام والاتّصال. ولهذا يذهب بعض باحثي البلاغة اليوم إلى أنّ (البلاغة) هي مصطلح آخر مرادف لـ (الاتّصال)، فهي -أعني (البلاغة)- تُعدّ المصطلح التراثي لما نعرفه اليوم باسم (الاتّصال)<sup>(٣)</sup>. على أنّ بعض الباحثين يفرّقون بينهما، ذاهبين إلى أنّ (البلاغة) ترجع إلى التفاعل المقصود المتعمّد، بينما يغطي (الاتّصال) كلّ أشكال المعاني مقصودة كانت أم غير مقصودة. وعلى أيّة حال فهما يبدوان مترادفين عند كثير من

(1) Look: Handbook of Visual Communication, Ken Smith and Others, p 141.

(٢) البلاغة الغربية المعاصرة، د. عماد عبد اللطيف، مجلة (البلاغة وتحليل الخطاب) العدد ١٠،

٢٠١٧، ص ٦٢.

(3) Look: Handbook of Visual Communication, Ken Smith and Others, p 141.

الباحثين المعاصرين، ويبقى اختيار أحد المصطلحين (البلاغة أو الاتصال) اختياراً شخصياً يعتمد في الغالب على أعراف الدراسة التي ينتمي إليها الباحث، فالباحثون الذين ينطلقون من منظورات العلوم الاجتماعية في الاتصال يفضلون كلمة (الاتصال)، بينما أولئك الذين يدرسون الاستخدام الرمزي عند الإنسان فإنهم يميلون إلى استخدام كلمة (البلاغة)<sup>(١)</sup>.

ويُعدّ "الحجاج عملية اتصالية تعتمد الحجة المنطقية بالأساس وسيلة لإقناع الآخرين والتأثير فيهم"<sup>(٢)</sup>، وبسبب هذه الطبيعة الاتصالية في الحجاج فقد اهتمت بدراسته كتب (علم الاتصال). إن الحجاج Argumentation بوصفه ممارسة يعدّ سلوكاً إنسانياً فطرياً، فكلّ ما يفعله الإنسان يستحضر وراءه حُجّة تدفعه إلى ذلك الفعل، فمن يذهب إلى العمل على سبيل المثال يستحضر حجة لذلك وهي أنّ العمل مصدر الرزق، ومن يذهب إلى الجامعة أو المدرسة يستحضر حجة كون العلم وسيلة مهمّة لتحسين وضعه المعرفي والوظيفي. وهذا يعني أنّ الحجاج يبدو مهمّاً لأنّه يمثّل بنية أساسية في العقل والفعل الإنسانيّ، ويعدّ من أهمّ الطُرق التي نحاول بها أن نقنع بوجهات نظرنا، سواء أكان ذلك مع الآخرين أم حتى مع أنفسنا<sup>(٣)</sup>.

(1) Look: Contemporary Perspectives on Rhetoric, Sonja Foss and others, p 4.

(٢) البلاغة والاتصال، د. جميل عبد المجيد، ص ١٠٥.

(3) Look: Argumentation, David Zarefsky, p 6.

وسنحاول في الصفحات القادمة تسليط الضوء على ما تناولته دراسات (علم الاتصال) حول الحجاج. والحجاج رغم كونه آلية مهمة بارزة من آليات البلاغة وأهدافها، إلا أن البلاغة ليست الحجاج فقط، ولا هي للحجاج فحسب، بل لها أغراض وأهداف كثيرة أطال دارسو البلاغة الكلام عليها، ولكن بحكم أن عنوان هذا البحث يتناول الحجاج فسيقصر الكلام عليه هنا.

\* \* \*

## المبحث الأول: الحجاج في (علم الاتصال):

تهتم دراسات البلاغة المعاصرة بالحجاج بوصفه ممارسة لغوية خطابية تهدف إلى التأثير والإقناع، حيث يعرف الحجاج بأنه "درس تقنيات الخطاب التي من شأنها أن تؤدي بالأذهان إلى التسليم بما يُعرض عليها من أطروحات، أو أن تزيد في درجة ذلك التسليم"<sup>(١)</sup>. وسوف نحاول في السطور القادمة تسليط الضوء على "الحجاج" في دراسات (علم الاتصال). من خلال عدد من المطالب.

### المطلب الأول: مفهوم الحجاج :

سوف أتناول في هذه السطور ما تناولته دراسات البلاغة المعاصرة في حقل علوم الاتصال تحديداً، حيث أكدت دراسات الحجاج اليوم الوظيفة الاتصالية للحجاج، وذلك عبر التشديد على أن الحجاج الناجح هو الذي يؤدي وظيفته الاتصالية، بحيث ينقل الحجة من مرسلها إلى مستقبلها بشكل فعال، ومن هنا جاء التأكيد على دور الجمهور في نجاعة الحجاج، فنحن - كما يذكر بيرلمان وتيتكا- "عندما نتحدث عن فعالية الاحتجاج فإن هذا يتضمن الاهتمام بالجمهور، إذ الحجج لا تُلقى في فراغ، فالنجاح يعتمد في النهاية على تقبل الجمهور للحجاج"<sup>(٢)</sup>.

(١) الحجاج في البلاغة المعاصرة، د. محمد سالم محمد الأمين، ص ١٠٧.

(2) Argumentation, David Zarefsky, p 6.

حيث يؤكد بيرلمان وتيتكا ضرورة مراعاة الجمهور عند صوغ الخطاب الحجاجي<sup>(١)</sup>، حيث يضعان عنواناً في كتابهما عن (مطابقة المتكلم للجمهور)<sup>(٢)</sup> يؤكدان فيه أن "ليس المهم في الحجاج هو ما يعتقد المتكلم صحيحاً أو مهماً، ولكن الأهم معرفته هو رؤى من يخاطبهم"<sup>(٣)</sup>، ولهذا يقرّان أن طبيعة الجمهور الذي ستطرح عليه الحجج في نظرهما هي ما تحدد بشكل كبير الاتجاه الذي ستأخذه الحجج المعطاة، والأهمية التي ستناها عند الجمهور<sup>(٤)</sup>.

إن هذا يعني أن الجمهور يأخذ دوراً مركزياً في الرؤية التي طرحها بيرلمان وتيتكا، وهذا ما يفسر إصرارهما المتكرر على أن قوة الحجاج إنما تنبع من الجمهور، وأنها في تقييمنا الحجج يجب النظر أولاً وبشكل رئيسي إلى الجمهور<sup>(٥)</sup>.

إن استحضار الجمهور/المستمع للحجة المطروحة يبدو ضرورياً، "ومتى جرّدت الحجة من قصدية المستمع صارت بمنزلة بنية دلالية موجهة من جانب

---

(١) اهتمت البلاغة العربية كثيراً بمطابقة الكلام لمقتضى الحال، ومن شدة اهتمامها بهذا الجانب جعلته تعريفاً للبلاغة العربية. ينظر: الإيضاح، الخطيب القزويني، ص ١٣.

(2) Look: New Rhetoric, Perelman and OlbrechtsTyteca, p 23.

(3) New Rhetoric, Perelman and OlbrechtsTyteca, p 23.

(4) Look: New Rhetoric, Perelman and OlbrechtsTyteca, p 30.

(5) Look: Examining Argumentation in Context: Fifteen Studies on Strategic Maneuvering, edited by Frans H. van Eemeren, Frans Hendrik Eemeren, p 49.

واحد، فتتعرّش أسباب صلتها بالحجة الحية التي تكون أصلاً بنية تداولية لها  
تعلّق بجانبين اثنين<sup>(١)</sup>.

من هنا جاء التأكيد على ضرورة مراعاة الجمهور عند صوغ الخطاب  
الحجاجي، وذلك "أن أي حجاج يُؤلّد لأغراض مختلفة مثل تغيير رأي، أو  
التأثير في سلوك، أو تسويغ اعتقاد أو فعل، ومع هذا فكل الحجاجات أياً  
كان غرضها يجب أن تُطوّر مع استحضار الجمهور في الذهن"<sup>(٢)</sup>. وفي هذا  
تأكيد على الطبيعة والوظيفة الاتصالية التي تنطلق منها الدراسات البلاغية  
اليوم في دراستها الحجاج.

وتدرّك كتب بلاغة (علم الاتصال) الإيحاءات السلبية التي يبعثها لفظ  
(الحجاج) عند بعض الناس، "فلسوء الحظ أن الحجاج قد أُعطي سجلاً  
سيئاً... فالناس تنظر إلى الحجاج على أنه ضارّ لا نافع بسبب سوء فهمهم  
له"<sup>(٣)</sup>.

إن هذا الإيحاء السلبي للحجاج يجعل - كما يلحظ جورج لاكوف  
ومارك جونسون- الكلمات التي تدور في حديث الناس اليومي عن

(١) الحجاج والتواصل، عبد الرحمن طه، ص ١٠.

(2) Arguments and Arguing, Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske, p ٣٥.

(3) Look: Rhetoric in Civic Life, Catherine Helen Palczewski, John Fritch, and  
Richard Ice, p ٩٥.

(الحجاج) تُستعار من سياق (الحرب)، فالناس مثلاً قد يقولون عند وصف حجاجٍ معين:

- لقد (دافع) عن وجهة نظره.
- إنه (يهاجم) رأي الطرف الآخر.
- أصابت فكرته (الهدف).
- (انتصر) في ذلك الجدل<sup>(١)</sup>.

إن الكلمات التي بين القوسين في العبارات السابقة هي ألفاظ مستعارة من سياقها الأصلي (الحرب) وهي تظهر في حديث الناس اليومي باستمرار عند الحديث عن الحجاج. وهذا يعني أن الإنسان العادي يفهم الجدل والحجاج من خلال الحرب. فهو يستعير ما يخص الحرب ليفهم به الحجاج والجدال<sup>(٢)</sup>، وهذا يدلّ على أن الإنسان العادي يفهم الحجاج على أنه نوع من الحرب والخصومة.

ولكن هذا التصوّر ليس حتمياً بالطبع، حيث يمكن تغييره عبر تصحيح هذه التصورات المغلوطة وتقديم عدد من الممارسات السليمة والصحيحة، وهذا ما تعمل عليه دراسات بلاغة (علم الاتصال) اليوم، حيث

(١) هذا المثال مأخوذ من: الاستعارات التي نخبها، جورج لاکوف ومارك جونسون، ص ٢٢، ٢٣.

(٢) ينظر: دراسات في البلاغة الإدراكية، د. إبراهيم التركي، ص ٥١

يسمح لنا طرحها الجديد بإعادة النظر إلى الحجاج على أنه نشاط نافع ممتع،  
ووسيلة للتعلم والتفاعل الإنساني الإيجابي<sup>(1)</sup>.

### المطلب الثاني: أنواع الحجاج :

تشير بلاغة (علم الاتصال) إلى نوعين من الحجاج، هما (الحجاج الأول argument 1)، و(الحجاج الثاني argument 2). فأما الحجاج الأول فيقصد به ذلك الحجاج الموجه من المرسل إلى المستقبل مدعوماً بما يؤيده من أدلة وبراهين، بحيث يكون الحجاج من طرف واحد، ويعرفه أحد الباحثين بأنه فعل الكلام المحدد الذي يقدم من خلاله طرف ما دعواه مدعومة بحجج مؤيدة لضمان تسليم المستقبل بهذه الدعوى<sup>(2)</sup>. فالمستقبل هنا مجرد مستمع لما يُطرح إليه من حجج.

وقد نجد مثل هذا الحجاج في حياتنا العامة وأحاديثنا مع الآخرين، ولكن صورته الأكثر حضوراً تتمظهر في ذلك الطرح الذي تلقيه على مسامعنا الخطابات السياسية والإيديولوجية والإعلامية والتجارية ليل نهار، إذ الناس هنا في حال استماع واستقبال، فهذه الحجاجات من النوع الأول.

---

(1) Look: Rhetoric in Civic Life, Catherine Helen Palczewski, John Fritch, and Richard Ice, p ٩٦.

(2) Look: Rhetoric in Civic Life, Catherine Helen Palczewski, John Fritch, and Richard Ice, p ٩1.

أما الحجاج الثاني فهو أسلوب تفاعلي، أو طريقة يستخدم بها الناس الحجاج للتفاعل والتفاهم فيما بينهم<sup>(١)</sup>، حيث ينهض هذا النوع من الحجاج على تبادل الرأي والحوار والنقاش بين طرفي الحجاج (المرسل والمستقبل).

وقد يحدث مثل هذا النوع من الحجاج في حياتنا العامة، وذلك عندما يطرح أحدهم رأياً في مجلس ما ثم يردّ عليه آخر بوجهة نظر مختلفة، فيعرض كل منهما حججه لتأييد وجهة نظره. كما أنه يحدث أيضاً في المناقشات والمناظرات السياسية والإعلامية والعلمية.

ويذكر أحد الباحثين شرحاً للنوعين، فيقول إن الحجاج الأول هو مجرد دعوى يعرضها مقدّم الحجاج، مثل القول إن العناية الصحية حق يجب أن يناله كل الناس بغض النظر عن دخلهم أو قدرتهم على الدفع لما يحتاجون من خدمات<sup>(٢)</sup>. فمجرد طرح هذه الدعوى مع الاحتجاج لها، يعدّ من الحجاج الأول.

أما الحجاج الثاني فينظر إلى حدوث التفاعل بين وجهات نظر مختلفة، وكيف تُقدّم فيه الدعاوى المعروضة من الطرفين<sup>(٣)</sup>، حيث يتم هنا التركيز على كيفية التفاعل الذي يقع عند اختلاف الطرفين. وهذا يبدو مهماً لأن

---

(1) Look: Rhetoric in Civic Life, Catherine Helen Palczewski, John Fritch, and Richard Ice, p ٩1.

(2) Look: Arguments and Arguing, Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske, p ٦.

(3) Look: Arguments and Arguing, Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske, p ٦.

"القدرة على إجراء حجاج متحضر لبق مع شخص ما، والقدرة على أن نطرح ونختلف مع الآخرين في الوقت الذي نعمل على حماية علاقتنا بهم، هو أحد أهم الأمور التي يجب أن يتعلمها الناس"<sup>(1)</sup>.

إن الحجاج الثاني يهتمّ بأشكال التفاعل التي ينخرط فيها الناس عند اختلافهم، فعلى سبيل المثال، عندما يأتي شخص ما ليختلف مع الدعوى المطروحة أعلاه، بأن يرى أن العناية الصحية هي ميزة وليست حقاً، محتجاً لذلك بأن أمر العناية بالصحة يدخل ضمن المسؤولية الشخصية وليس الحكومية، فمن لا يعتن بصحته فسيمرض، وبأن تقديم الخدمة المجانية سيؤدي إلى إساءة استخدام الخدمات الصحية ومرافقها، وهو ما يُضعف قدرتها على القيام بواجبها نحو المرضى الحقيقيين. عندما يُطرح هذان الرأيان المختلفان حول وجهة النظر نفسها مؤيدين بحجج كل وجهة نظر فإن هذا هو الحجاج الثاني.

إن هذا يعني أنه من الممكن وجود الحجاج الأول بدون الدخول في نزاع أو خلاف، ولكن الخلاف يبدو أساسياً في النوع الثاني، ودراسة هذا النوع لا تقل أهمية عن النوع الأول، لأن تعلّم مهارات النوع الثاني وتعليمها "يوضّح أن الحجاج ليس مجرد وسيلة لحلّ المشكلات. وإنما الحجاج هو

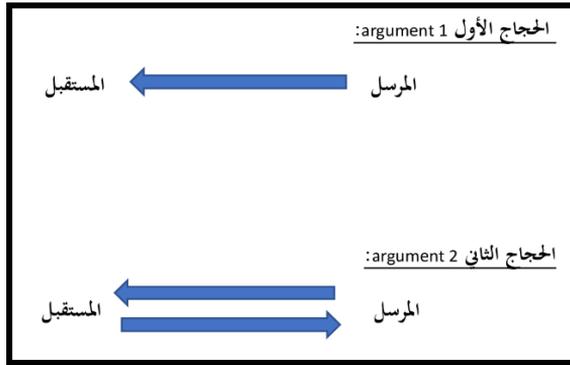
---

(1) Arguments and Arguing, Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske, p ٦.

مهارة أساسية في التواصل المجتمعي، كما أن له أهمية عميقة في نوعية وطبيعة التفاعل مع الآخرين"<sup>(١)</sup>.

وبهذا يبدو أن الحجاج الأول يسير في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، فهو موجّه من طرفٍ إلى آخر، في حين أن الثاني يسير في الاتجاهين، من المرسل إلى المستقبل وبالعكس، فهو حجاج تبادلي يقوم به طرفا الحجاج معاً.

كما أن الحجاج الأول قد لا يملك فيه المستقبل وجهة نظر خاصة حيال ما يُطرح إليه، في حين أن الحجاج الثاني يقوم على اختلاف وجهات النظر بين طرفي الحجاج. (ينظر الشكل الآتي):



(1)Arguments and Arguing, Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske, p٦.

## المطلب الثالث: وظائف الحجاج:

ظهرت دراسات الحجاج في الثقافة الغربية استجابة لحاجة حضارية ملحّة في تلك المجتمعات، وذلك أنّ تلك المجتمعات تقوم على التعددية وحرية الفرد. ويبدو الحجاج في ثقافة كهذه أمرًا مهمًا وأساسيًا في صناعة الانسجام والتفاهم الاجتماعي. إنّ هذه المجتمعات تنهض على قيم الحرية الفردية ولا توجد لديها أي مرجعيّات مُلزِمة (لا دينيًا ولا سياسيًا ولا اجتماعيًا... الخ). فكلّ من يريد أن يدفع الناس لفعل شيء معيّن أو تركه فعليه أن يستخدم الحجاج، حتى السلطة السياسيّة لا تستطيع أن تجبر الناس على أمرٍ دون أن تستخدم الحجاج لتدفع الجماهير إلى تقبّل القرار، وإلا خسرت موقعها في أوّل انتخابات قادمة. في هذه البيئة الغربيّة ظهرت دراسات الحجاج بوصفها حاجة حضارية ملحّة. ثم انتشرت بعد ذلك في أنحاء العالم لتصبح واحدة من أهمّ الدراسات اللسانيّة والبلاغيّة المعاصرة.

وفي هذا السياق "ينتمي الحجاج في الحقيقة إلى مجموع الأفعال الإنسانية التي تسعى إلى الإقناع، فعدد من مقامات التواصل تسعى في الواقع إلى حمل الفرد أو المتلقي أو الجمهور على تبني سلوك ما أو مشاطرة رأي معيّن"<sup>(١)</sup>.

ويمكن القول إنّ الحجاج في تلك الثقافة الغربيّة يسعى إلى الإقناع بالفكرة أوّلًا، فإنّ لم يستطع الإقناع بالفكرة فهدفه هو الإقناع بالموقف.

(١) الحجاج في التواصل، فيليب بروطون، ترجمة: محمد مشبال، ص ١٨.

والفرق بينهما هو أنّ الإقناع بالفكرة يعني أنّ متلقي الحجج بعد سماعه الحجج يؤمن بفكرة قائل الحجج ويتبنّاها ويقتنع بصحتها وجدواها. أمّا الإقناع بالموقف فيعني أنّ طرفيّ الحجج (قائل الحجج ومتلقيه) يبقى كلّ منهما محتفظاً بفكرته وقناعته، فالمتلقي لم يقتنع بفكرة قائل الحجج، ولكنه اقتنع بأنّ قائل الحجج لا ينطلق في تبني هذه الفكرة عن تعصّب أو هوى، وإتّما من موقف حضاريّ وحجج مقنعة له شخصياً. ومن ثمّ فإنّ المتلقي يقتنع بسلامة موقف الطرف الآخر، دون أن يلزم من ذلك اقتناعه بفكرته. وهذا النوع من الإقناع بالموقف يبدو مهمّاً في مثل تلك المجتمعات الغربيّة التي تقوم في الأصل على الاختلاف والتعدديّة الدينيّة والسياسيّة والعرقية والاجتماعيّة، بحيث يسهم الحجج في احترام الناس مواقف بعضهم، ويصبح وسيلة لصناعة الانسجام والتفاهم المجتمعيّ.

لقد أكّدت دراسات (علم الاتصال) على الدور الوظيفي للحجج في حياتنا المعاصرة، وتُعدّ "أكبر وأهمّ وظيفتين لاستخدام الحجج، هما: الفعالية في اتخاذ القرار، والرغبة في صناعة الانسجام الاجتماعي"<sup>(1)</sup>.

فأما صناعة القرار فيدل على أهميته حضوره شارحاً ومفسّراً في عناوين كتب الحجج أحياناً<sup>(1)</sup>. إن الحجج يمكن أن يسهم في اتخاذ القرار

---

(1) Arguments and Arguing, Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske, p٥.

الصحيح، وذلك أن "الناس عندما تواجه المشاكل فإنهم يبحثون عن حلول... ونعرف أن الناس يستجيبون للمشاكل بطرق متعددة وفقاً لاختلاف تجاربهم أو ثقافتهم أو تعليمهم أو قيمهم أو أهدافهم أو ظروفهم المادية... وسيقترحون بسبب ذلك حلولاً مختلفة... وما يطرحونه من آراء ودعاوى وحجج تتنافس على نيل اهتمامنا وقبولنا... ونحن نمنح بعض الآراء وبعض الحجج قبولاً أكثر من غيرها... وهذا ما يجعلنا نحدد ونشكل رأينا"<sup>(٢)</sup>. إن هذا يعني أن القرار والرأي الذي اتخذناه قد انبنى على ما طرحه أصحاب تلك الآراء من حجج، وبحسب اقتناعنا اخترنا القرار والخيار الذي نراه أكثر مقبولة ومعقولة.

وأما عن أهمية الحجاج في صناعة الانسجام الاجتماعي فتظهر في تعريف الحجاج عند بعض الباحثين بأنه "عملية تحدث لمعالجة اختلاف الآراء بالتواصل"<sup>(٣)</sup>. إن هذا يعني أن الحجاج لا يهدف فقط إلى معرفة كيفية بناء الدعاوى والحجج المطلوبة، وإنما يهتم كذلك بالشكل والطريقة التي تتفاعل وتتجاوز بها تلك الدعاوى والحجج. وهذا الأمر يُعدّ من أهم الأهداف

---

(١) كما في هذا الكتاب: Arguments and Arguing. The Products and Process of Human Decision Making وهو ما يمكن ترجمته بـ (الحجاج والحاجة، عملية وإنتاج صناعة القرار الإنساني)،

(2)Arguments and Arguing, Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske, p٥.

(3)Arguments and Arguing, Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske, p4.

المرجوة من دراسة الحجّاج في الدراسات البلاغية اليوم خصوصاً في المجتمعات الديمقراطية.

إننا عندما نتحدّث حول رأي ما فإن هذا يعني وجود خلاف ونزاع حول هذا الرأي، ولكن أهمية الحجّاج تكمن كذلك في تعليمنا القدرة على إجراء حجّاج متحصّر ومهدّب مع الطرف الضدّ، أي أن دراسة الحجّاج تعلّمنا طرق الاختلاف المتحصّر الذي يسهم في تعزيز انسجامنا الاجتماعي وحماية علاقاتنا من التصدّع حتى لو بقينا مختلفين في الرأي ولم نصل من الحجّاج إلى اتفاق<sup>(١)</sup>.

إن هذا يعني "أن الحجّاج ليس مجرد وسيلة لحلّ المشاكل، وإنما يعدّ مهارة اجتماعية اتصالية أساسية تأخذ أهمية كبرى في نوعية وطبيعة تفاعلنا مع الآخرين"<sup>(٢)</sup>.

يمكن أن نضيف إلى هاتين الوظيفتين وظيفة ثالثة تتمثل في كون الحجّاج مهارة حياتية يحتاجها الإنسان للإقناع والتقييم، حيث يحتاج الإنسان الحجّاج لإقناع الناس بأفكاره وآرائه بل حتى إقناع نفسه ذاتها، حيث "إن الحجّاج هو إحدى الطرق التي نحاول بها الإقناع، ومن الممكن كذلك أن نجري الحجّاج مع أنفسنا"<sup>(٣)</sup>. ولهذا تعمد بعض كتب الحجّاج إلى تعليم

(1) Look: Arguments and Arguing, Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske, p ٦.

(2) Arguments and Arguing, Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske, p٧.

(3) Argumentation, David Zarefsky, p 6.

الإنسان كيفية إنشاء حجاج صحيح وناجح ليستفيد منه في حياته اليومية والعملية والاجتماعية.

### المطلب الرابع: فضاءات الحجاج:

تتحدث دراسات بلاغة (علم الاتصال) عن فضاءات الحجاج، ويقسمونها إلى ثلاثة فضاءات: الفضاء الشخصي، والفضاء التقني، والفضاء العام<sup>(١)</sup>.

ويشارك في الفضاء الشخصي أولئك الذين يملكون علاقة شخصية محددة، حيث يُصدر المشاركون فيه أحكامهم بناء على تجربتهم الشخصية في قضاياهم الشخصية كما في شؤون الزوجين أو الأبناء، أو الأصدقاء في شؤونهم المشتركة<sup>(٢)</sup>. ويشارك في الفضاء التقني المتخصصون أو الخبراء، ويتطلب هذا الحجاج المعرفة التقنية المتخصصة<sup>(٣)</sup>. كما في حججات أساتذة الجامعات أو المهندسين أو الأطباء في شؤون تخصصهم.

(1) Look: Argumentation, David Zarefsky, p ٨٧, and: Rhetoric in Civic Life, Catherine Helen Palczewski, John Fritch, and Richard Ice, p 108 - 111.

(2) Look: Handbook of Argumentation Theory, Frans H. van Eemersen and others, p ٤٥١.

(3) Look: Handbook of Argumentation Theory, Frans H. van Eemersen and others, p ٤٥١.

ويشارك في الفضاء العام كل المعنيين بقضايا الحياة العامة التي يشترك فيها الناس جميعاً، مثل القضايا الاجتماعية والوطنية والدينية والسياسية بغض النظر عن التخصص المعرفي أو التقني<sup>(١)</sup>.

\* \* \*

---

(1)Look: Handbook of Argumentation Theory, Frans H. van Eemersen and others, p ٤٥١.

## المبحث الثاني: المقاربات الجديدة للحجاج في (علم الاتصال)

سأركز هنا على المقاربات الجديدة للحجاج، ويمكن تلخيصها في مقاربتين أساسيتين، هما: الحجاج بالسرد، والحجاج بالصورة. وسأحاول أن أسلط الضوء على كل مقارنة على حدة في السطور الآتية:

### المطلب الأول: الحجاج بالسرد :

يذهب بيرلمان وتيتكا إلى أن هدف نظرية الحجاج هو دراسة التقنيات الخطابية التي تسمح لنا بحفز التسليم الذهني أو زيادته للطروحات المعروضة علينا لقبولها<sup>(١)</sup>.

لقد مالت عدد من دراسات الحجاج الأولى إلى التركيز على الكيفية التي يُقنع بها الحجاج العقل والمنطق ويحمّله على الإذعان والقبول<sup>(٢)</sup>. في حين تميل توجهات بعض الباحثين الجدد مؤخراً إلى أن القبول والتسليم الطوعي يبدو هو الهدف المنشود سواء تحقق ذلك عبر الوعي أو اللاوعي.

في هذا السياق يذهب فيشر Fisher إلى أن الحجاج البلاغي قد يتحقق دون جهد تحليلي أو عقلائي، بحيث يقع التسليم بالحكم بشكل غير مدركٍ كلياً<sup>(٣)</sup>، وهو ما يعني أن القبول والتسليم لا يعتمد على الحجاج العقلي والمنطقي فقط، بل إن "الحجج المنطقية الجيدة قد لا تكون بالضرورة أسباباً

(1) Look: New Rhetoric, Perelman and Olbrechts Tyteca , p 4.

(٢) ينظر: البلاغة والاتصال، د. جميل عبد المجيد، ص ١٠٥.

(3) Look: Human Communication as Narration, Walter Fisher, p 105.

مقنعة مؤثرة"<sup>(١)</sup>. إن فيشر ينتقد كما هو واضح الرؤية التقليدية التي تربط القرار الإنساني بالتفكير المنطقي العقلاني، ذاهباً إلى أن المنطق السردى هو الذي يحكم الفعل الإنساني<sup>(٢)</sup>.

من هنا جاء البحث عن تلك الوسائل التي يمكنها أن تُنجِز الحجاج بشكلٍ واعٍ أو غيرٍ واعٍ، ومن ذلك النظر إلى الدور الحجاجي الذي يلعبه السرد والقصة في حياتنا.

لقد اتخذ النموذج السردى Narrative Paradigm الذي طرحه والتر فيشر Walter Fisher أهمية كبرى في دراسات (علم الاتصال)، فلا تكاد توجد دراسة في بلاغة (علم الاتصال) دون أن تشير إليه.

والسرد حسب هذا التصور ليس مجرد قصص مكتوب أو مسموع، وإنما هو بنية ذهنية تحكم التفكير الإنساني. إن السرد بهذا المفهوم الجديد يبدو سمة من سمات الهوية الإنسانية، فمثلما أن الإنسان حيوان ناطق، فهو كذلك حيوان سارد كما ترى بلاغة (علم الاتصال). أي أنه مثلما أن اللغة تُعدّ من أهم السمات التي يكون بها الإنسان إنساناً، فكذلك هو السرد يعدّ سرّ كينونة الوجود الإنساني، فالإنسان لا يسمّى إنساناً دون ذاكرته السردية.

إن لدى الإنسان قدرة على أن يتمثّل في ذاكرته السردية تجارب أجداده وقصص أسلافه، كما أن بإمكان الإنسان الاستفادة من ذلك

---

(1) Human Communication as Narration, Walter Fisher, p 107.

(2) Look: Walter Fisher. Toward a Logic of Good Reasons. The Quarterly Journal of Speech. 64, 1978. P 376 – 384.

المخزون السردي في تطوير حياته وصناعة واقعه اليومي، ولذلك يُعدّ الإنسان كائناً سردياً بامتياز، لأن مخزونه السردى وتجارب آبائه وأجداده تُسهم في تحقيق إنسانيته وتطوير حياته علمياً وتقنياً واجتماعياً وروحياً وصحياً... الخ.

كما أن الذاكرة السردية هي التي تحكم العلاقات الإنسانية أيضاً، فما نسترجعه من أحداث مع الأشخاص الذين نقابلهم يحدّد لنا استمرار العلاقة أو انقطاعها، بل ما هو أهمّ من ذلك أنه يبيّن لنا المنظور الذي يحكم علاقاتنا مع الناس جميعاً، سواء أكنّا نعرفهم أم كانوا غرباء.

ومن الواضح أنه لا يُقصد بـ (السرد) هنا كما يقول فيشر ذلك التأليف الخيالي المعروف، وإنما يُعنى به أي حدث رمزي يملك التسلسل والمعنى<sup>(١)</sup>، ويمكن شرح ذلك بالقول إن أبسط تعريف للسرد هو أنه: تقديم حدثين على الأقل -واقعيين كانا أو متخيلين- في تتابع زمني بحيث يستلزم أحدهما الآخر أو يرتبط به<sup>(٢)</sup>، ووفقاً لهذا التعريف يستند تصور فيشر إلى قناعة ترى أن الناس بشكل فطري وأساسي هم رواة للقصص، وهو ما يدفعهم لخلق منظورات سردية (سيناريوهات) بسيطة أو معقدة لتكون مصدراً لصناعة الفعل وإنتاج القرار، وذلك إما وفق مرجعيات تاريخية أو ثقافية أو شخصية.

(1) (Narration as a Human Communication Paradigm, the Case of Public Moral Argument), Walter Fisher, Communication Monographs, Volume 51, March 1984, p2.

(2) Look: Narratology. Gerald Prince, The Form and Functioning of Narrative. p 4.

هذا الأمر يجعل العقل الإنساني ممثلاً بشكل آلي لهذه السيناريوهات القصصية التي يحملها<sup>(١)</sup>.

إن القصة كما هو واضح تفرض نفسها في حياتنا بشكل يومي، وهذه القصص تؤثر في قناعاتنا وأفكارنا ورؤانا في كثير من الأحيان، وتحفزنا إلى التسليم والقبول، أو الرفض والرد، وهذا يعني أنها تُعدّ بمثابة أدوات حجاجية غير مباشرة توجّهنا إلى اتخاذ قراراتنا وتحديد مسارات حياتنا. ولكن "ما الذي يحدّد لنا المقبول الذي يُفترض به توجيه حياتنا من غير المقبول الذي يجب أن يُطرح؟"<sup>(٢)</sup>، وكيف يتحقق ذلك؟

يلخّص فيشر الكيفية التي يتحقق عبرها الحجاج بالسرّد من خلال الخطوات الآتية:

١. الإنسان بطبيعته كائن سردي وراوٍ للقصص.
٢. القرار والاتصال الإنساني يُبنى على وجود حجج وأسباب جيدة.
٣. إنتاجنا للحجج الجيدة محكوم بتاريخنا وتراثنا وتجاربنا الشخصية.
٤. تتخلق الحجج عبر منظورات سردية تتسم بسمتين، هما: الإمكانية والمصادقية<sup>(٣)</sup>.

---

(1) Look: Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action. Walter Fisher. in Contemporary Rhetorical Theory, A reader. Edited by: John Louis, Celeste Michelle, Sally Caudill. p 272.

(2) Arguments and Arguing. Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske. p25.

(3) Look: Human Communication as Narration, Walter Fisher, p 5.

إنه "وانطلاقاً من هذا التصور يُفترض أن تُفهم كل الحجاجات وتُقيّم بوصفها قصصاً"<sup>(1)</sup>، سواء شعرنا بذلك أو لم نشعر. إننا حينما نسمع (الحجة السردية) فإننا نقيّمها قبولاً أو رفضاً بناءً على الإمكانية والمصدقية، فالإمكانية probability يُنظر فيها إلى تماسك أجزاء القصة منطقياً وواقعياً، وأما المصدقية fidelity فيُنظر فيها إلى مدى مصداقية القصة حسب منظوراتنا وتصوراتنا القيمية.

إن قبولنا أو رفضنا دعوى القصة يتم من خلال هذين الأمرين، فأما الإمكانية فيمكن أن ننظر فيها إلى احتمالية وقوع الحكاية واقعياً ومنطقياً، وأما المصدقية فإننا نقيّم القصة من خلال تصوّراتنا القيمية، فهل يبدو لنا هذا القول المطروح (صادقاً) أم لا؟ وهل نرى قائله إنساناً (موثوقاً)؟ وهذا التقييم في الجانبين كليهما (الإمكانية والمصدقية) نعتمد فيه على معرفتنا بأطراف القصة وتجاربها وتاريخها وثقافتها.

إن هذا الحجاج السردية يحدث بشكل يومي في كل صغيرة وكبيرة من حياتنا سواء وعينا بذلك أو لم نَع. ويمكن الإشارة إلى أهم الأدوار التي يحققها الحجاج السردية في تشكيل الواقع الإنساني من خلال النقاط الآتية:

١- صناعة القرار الشخصي:

إن القص -وبحكم كونه واحداً من أهم وأقدم أشكال التواصل الإنساني على مر التاريخ- يدفع الإنسان إلى مقارنة الواقع المحيط به وفق

(1) Arguments and Arguing. Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske. p25.

منظور قصصي يفلتر من خلاله الأشياء، ويعيد تنظيمها من جديد، فيكون هذا المنظور السردى هو الموجّه له (أو الحجة) في اتخاذ قراراته وإنتاج سلوكياته وصناعة واقعه.

فمثلاً الطالب الجامعي الذي يقرّر دخول كلية ما يحمل في رأسه قصة أو (منظوراً سردياً) لما سيكون عليه حاله بعد التخرج من الكلية، وهذا المنظور هو الحجة التي دفعته إلى تحديد هذه الكلية بالذات، وكذلك الأمر في كل فعل يأتيه الإنسان أو يتركه فإن الحجة التي تدفعه إلى الفعل أو الترك هي ذلك المنظور السردى الذي يستدعيه ذهنه ليكون الحجة الدافعة له نحو اتخاذ القرار. إن ما سبق يدل على أن "الناس يحاولون فهم عالمهم وقيمهم في شكل قصص... وأن هذه القصص ليست انعكاسات لما نؤمن به فحسب، بل إنها تصنع واقعنا الذي نعيشه"<sup>(1)</sup>. وهذه القصص ليس بالضرورة أن تكون مكتوبة أو منطوقة بل قد تكون ثابتة داخل العقل الإنساني، ولكنها تحدّد لنا خياراتنا الحياتية.

## ٢- تشكيل الهوية:

يلعب المنظور السردى دوراً حجاجياً مهماً في صناعة الهويات المختلفة، فيكون سبباً في تكوّن التكتلات، وإنشاء التجمعات التي تنصاع في كثير من الأحيان لخيطةٍ يجتمع حوله كل المتكتّلين.

---

(1) Arguments and Arguing. Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske. p20.

وهو ما يؤكده أحد الباحثين بأن الناس الذين ينتسبون إلى دين محدد يحملون قصة معينة تجمع معتنقي هذا الدين، فالمسيحيون مثلاً يؤمنون بقصة خاصة حول بعثة المسيح ﷺ<sup>(١)</sup>. والمسلمون يحملون سرداً خاصاً حول مبعث النبي محمد ﷺ، وهذا المنظور السردى عن بعثة محمد ﷺ لا يصدقه اليهودي أو النصراني مثلاً، ولذلك فإن كون المسلم مسلماً إنما جاء من خلال هذا التصور السردى الخاص.

ويلعب المنظور السردى دوراً في تشكيل الهويات السياسية أيضاً، ولهذا السبب تُروى في كثير من الدول قصص الاستقلال أو توحيد البلاد، أو قصص بعض الزعماء الأوائل، وذلك بقصد صناعة ذاكرة سردية شعبية توحد أبناء الوطن حول هوية واحدة<sup>(٢)</sup>. إن هذه المنظورات السردية هي الحجج التي نستند إليها في صناعة هويتنا الدينية والسياسية والتراثية.

### ٣- تغيير الأفكار والقناعات:

إن القصة تبدو ذات قوة إقناعية هائلة، إذ يمكن بها إقناع الناس وكسب تأييدهم، ولهذا السبب نجد أن ثلث القرآن الكريم قد جاء على أسلوب القصص. كما في قوله تعالى: ﴿أَمْ حَسِبْتُمْ أَنْ تَدْخُلُوا الْجَنَّةَ وَلَمَّا يَأْتِكُمْ مَثَلُ الَّذِينَ خَلَوْا مِنْ قَبْلِكُمْ مَسَّتْهُمُ الْبَأْسَاءُ وَالضَّرَاءُ وَزُلْزِلُوا حَتَّى يَقُولَ الرَّسُولُ وَالَّذِينَ ءَامَنُوا مَعَهُ مَتَى نَصُرُ اللَّهُ أَلَا إِنَّ نَصْرَ اللَّهِ قَرِيبٌ﴾ [سورة البقرة: ٢١٤].

(1) Look; Rhetoric in Civic Life, Catherine Helen Palczewski, John Fritch, and Richard Ice, p: 118.

(2) Look; Rhetoric in Civic Life, Catherine Helen Palczewski, John Fritch, and Richard Ice, p: 122.

فالأية تشير إلى أن حكاية ما حدث للأنبياء السابقين وأتباعهم يأتي للإقناع والتأكيد على أن النصر قادم ومتحقق مهما وقع من معاناة وآلام. هذه القدرة الإقناعية والتأثيرية للقصة تستحضرها بلاغة (علم الاتصال) اليوم في دراستها الحجاج بالسرد.

#### ٤- صناعة المواقف:

إن الإنسان عندما يستحضر أو يروي قصة ما فإنه لا يعيد سردها كما لو كانت تسجيلاً مرئياً لما وقع، وإنما يقوم باختيار بعض الأحداث والمعلومات التي تؤدي المعنى الذي يريد إيصاله. وهو بهذا يقوم بإعطاء معنى لأحداث من الحياة، عبر وضعها في ارتباط مع بعضها البعض، ليصنع منها الدلالة المرادة<sup>(١)</sup>. وتعتمد كفاءتنا في الحياة بشكل كبير على المنظور السردى الذي نستحضره لإعطاء معنى لما يحدث حولنا<sup>(٢)</sup>.

إن كل سارد يروي نسخته أو قصته الخاصة لما وقع. ويشرح أحد الباحثين ذلك من خلال مثال توضيحي يتمثل في النظر إلى أحاديث مشجعي فريقين رياضيين متنافسين بعد انتهاء مباراة بينهما، فعلى الرغم من الاتفاق على الحقيقة التي آلت إليها نتيجة المباراة، إلا أن جمهور كل فريق يروي نسخة أو قصة خاصة لما وقع، فالخاسرون قد يحملون الحكام أو اتحاد اللعبة مسؤولية الخسارة ودورهم في سرقة البطولة أو المباراة، في حين يعزو

(1) Rhetoric in Civic Life, Catherine Helen Palczewski, John Fritch, and Richard Ice, p: 120.

(2) Introduction to Rhetorical Theory, Gerard Hauser, p 187.

الفائزون النتيجة إلى الخطة الفنية وتألق اللاعبين ودعم الجمهور.. الخ زاعمين  
أنها كانت وراء تحقيق الفوز<sup>(١)</sup>.

إن هذه الأهمية التي يتخذها (المنظور السردى) دفعت مجموعة من  
الدراسات - كما يذكر أحد الباحثين - إلى تناوله في مجالات معرفية مختلفة،  
مثل العلاقات الشخصية، والتراث والثقافة، والفولكلور. بل إن دراسته  
امتدت إلى بعض العلوم الإنسانية مثل الأنثروبولوجي وعلم النفس  
والتاريخ<sup>(٢)</sup>.

### المطلب الثاني: الحجاج بالصورة :

أجّهت دراسات (علم الاتصال) إلى الاهتمام ببلاغة الصور المرئية،  
ويهمّنا هنا الإشارة إلى بروز الاهتمام بحجاجية التعبير المرئي، وذلك بسبب  
"أن القوة التأثيرية لوسائل الاتصال المرئية، وخاصة التلفزيون والأفلام والصور  
والمجلات والملصقات واللوحات هي التي أوصت باقتراح المرئي ليكون أداة  
حجاجية"<sup>(٣)</sup>.

ويذكر أحد الباحثين في فصلٍ خاص وجود اعتراضات على حجاجية  
الصورة المرئية، حيث يطرح رؤى المعارضين ويناقشها، ويقرّر في ختام ذلك  
الفصل أن الحجاج بالصورة لا يختلف عن الحجاج باللفظ، وذلك أن

(1) Rhetoric in Civic Life, Catherine Helen Palczewski, John Fritch, and Richard Ice, p: 135.

(2) Look: Rhetorical Criticism. Sonja K. Foss. p 39.

(3) Defining Visual Rhetorics, Charles A. Hill, Marguerite Helmers. p55.

"الحجاج بالمعنى التقليدي يتكون من أسس داعمة لاعتقادات أو مواقف أو أحداث، وقد رأينا أن الصور يمكن أن تكون وسيلة مماثلة لاتصال كهذا"<sup>(١)</sup>. إن هذا لا يعني "أن الحججة المرئية هي مجرد بديل للحجة اللفظية"<sup>(٢)</sup>. بل إن الحجاج بالصورة أكثر قدرة على التأثير والإقناع من الحجاج اللفظي. لقد أكد بيرلمان وتيتكا اقتصارهما على دراسة الحجاج في الخطاب اللغوي دون أن يتجاوزاه إلى غيره، وقد أشار الباحثان إلى ذلك مصرّحين بأنهما سيقترنان على دراسة الوسائل اللغوية والخطابية في مقارنة الحجاج<sup>(٣)</sup>. بيد أن دراسات الحجاج البلاغية اليوم بحكم انطلاقها من منظور علوم الاتصال لم تعد تقتصر على دراسة الخطاب اللغوي، وفي هذا يقول فيشر إن "الحججة قد تظهر في كل أشكال الفعل الرمزي، اللغوية وغير اللغوية على حد سواء"<sup>(٤)</sup>. وبناء على ذلك توجه عدد من الدراسات الاتصالية المعاصرة إلى النظر في حجاجية الصور المرئية. حيث "أظهر عدد من الدراسات الحديثة أن الحجج يمكن أن تُدرج عبر الطروحات المرئية والخطابية على حد سواء"<sup>(٥)</sup>.

(1) Defining Visual Rhetorics، Charles A. Hill, Marguerite Helmers, p59.

(2) Defining Visual Rhetorics، Charles A. Hill, Marguerite Helmers. p59.

(3) Look: New Rhetoric, Perelman and OlbrechtsTyteca, p 8.

(4) (Narration as a Human Communication Paradigm, the Case of Public Moral Argument), Walter Fisher, Communication Monographs, Volume 51, March 1984, p1.

(5) Visual Rhetoric, Lester C. Olson, Cara A. Finnegan, Diane S. Hope, p 227.

وتؤكد إحدى الدراسات التي ظهرت طبعها الأولى عام ٢٠١٩ حادثة هذا النوع من المقاربة الحجاجية، حيث يذهب مؤلفها إلى أن "دراسة الحجاج المرئي تبدو جديدة نسبياً، ولا تزال في طور التنظير"<sup>(١)</sup>.

وربما يُقال إن النظر في الدور التأثيري الذي تضيفه الصور المرئية قد ورد في دراسات متقدمة، وهذا قد يبدو صحيحاً، لكن الفرق لا يكمن في وقوع الدراسة ولكن في كیفيتها، ففي الدراسات السابقة "كان يُعتقد أن الأدوات البصرية مثل الصور والأشكال ومقاطع الفيديو تسهم في دعم الحجج، ولكن اليوم يذهب بعض النقاد والمنظرين إلى أن العناصر المرئية يمكنها في الحقيقة بناء الحجج"<sup>(٢)</sup>. أي أنها قد تصبح هي الحجة، وليست مجرد داعم أو معزز للحجج كما كان يُعتقد، أو كما كان يُنظر إليها في بعض دراسات الخطاب الإشهاري.

إن ثمة إجماعاً على قدرة الصورة الهائلة على التأثير، حتى قيل إن (الصورة تعادل ألف كلمة)، ولذلك تحضر الصورة بشكل كبير في حياتنا بما يمكن معه تسمية عصرنا الحاضر (عصر اجتياح الصورة). إننا "نعيش في عالم مرئي تُقَدَّف فيه إلينا كل يوم ومن كل مكان صور من مختلف الأصقاع قادرة على عبور التقسيمات الجغرافية والعرقية"<sup>(٣)</sup>، فالصورة موجودة في التلفزيون والجريدة والمجلة وإعلانات الشوارع وأجهزة الكمبيوتر وألعاب الأطفال

(1)The Practice of Argumentation, David Zarefsky, p 229 .

(2)The Practice of Argumentation, David Zarefsky, p 229 .

(3)Reading Images, Julia Thomas, p 1.

(المجسمة والالكترونية) والأجهزة الرقمية والهواتف الجواله ومواقع الانترنت... الخ. وهذه الأهمية والشيوع اللذين تأخذهما الصور المرئية في حياتنا اليوم لم تغفل الدراسات البلاغية الاتصالية المعاصرة عن تأمل أبعادها الحجاجية. إن أبرز ما تتميز به الصورة البصرية هو قدرتها على كسر الحواجز واجتياز الحدود، فهي عملية اللغة، ذات طبيعة شمولية في التأثير، حيث يفهمها الصغير، والكبير، والأمي، والمتعلم.. الخ. إذ إن "الإعلان البصري عادة يستهدفنا جميعاً، صغاراً وكباراً على حد سواء"<sup>(١)</sup>. وليس سراً أن الإنسان يتعلم الكلام والمشى والقراءة بعد فترة من ولادته، ولكنه يولد مبصراً، ولهذا تذهب بعض الدراسات إلى أن ٩٠٪ من المعرفة الإنسانية تتحقق عن طريق البصر، و١٠٪ لباقي المصادر.

وتأثر الإنسان بالصورة قديم قدم الإنسان نفسه، حيث يظهر ارتباط الصورة بالممارسات التعبديّة الوثنيّة، فقد قص القرآن الكريم علينا شيئاً من ذلك، كما في قصة إبراهيم عَلَيْهِ السَّلَام الذي كسّر الأصنام وعلّق الفأس فوق كبيرهم فجعلهم جذاذاً إلا كبيراً لهم، وموسى عَلَيْهِ السَّلَام الذي عاقب السامري عندما صنع لليهود عجلاً وطلب منهم عبادته، إذ أخرج لهم عجلاً جسداً له خوار فقال هذا إلهكم وإله موسى، وكفار قريش كذلك كانوا يعبدون الأصنام والتمثيل ﴿أَفَرَأَيْتُمُ اللَّاتَ وَالْعُزَّىٰ ۝ وَمَنْوَةَ الثَّالِثَةَ الْأُخْرَىٰ ۝﴾ [سورة النجم: ١٩-٢٠].

(1) Visual Persuasion, Paul Messaris, p v.

إن هذا كله يدلّ على ارتباط الصورة بالفطري والديني المقدس وهو ما يؤكد قوتها الحجاجية وعمق تأثيرها في النفس. ولهذا يحرص العظماء والزعماء والسياسيون على تجسيد صورهم وتعليقها ووضع التماثيل والمجسمات لشخصهم بسبب قدرتها على الإقناع والتأثير، وبسبب هذه القوة الحجاجية في الصور المرئية استخدمتها وسائل التواصل الحديثة والأجهزة الرقمية والتقنية الجديدة في نشر الرؤى وتسويق الأفكار.

ولهذا فإن الحجاج المرئي يصبح في كثير من السياقات أكثر فاعلية في إبلاغ الرسالة<sup>(1)</sup> وخصوصاً في تلك الصور المطابقة للواقع، "فخلافاً للصور المعمولة يدوياً مثل الرسومات واللوحات فإن الصور الفوتوغرافية والمتحركة (الفيديو) عادة ما يُنظر إليها على أنها نسخة من الواقع، وهذا ما يعزّز وهم المشاهد بأنه يتفاعل مع أشخاص وأماكن في العالم الواقعي، وفي كثير من الإعلانات يأتي استخدام الصور الفوتوغرافية والمتحركة دليلاً على أن ما يُعرض في الإعلان قد وقع بالفعل"<sup>(2)</sup>، وهذا يعني أن الصورة المرئية تُعدّ الدليل الحجاجي (المادي) الذي قد يستند إليه العقل الإنساني بوعي أو بدون في تحديد خياراته الحياتية.

ولا تخلو الصور التمثيلية الدرامية في المسرح أو السينما أو التلفزيون من أثر حجاجي، وذلك أنها تقوم بتكرار صور معينة تدفعنا إلى الاعتقاد بكونها

(1) Visual Rhetoric, Lester C. Olson, Cara A. Finnegan, Diane S. Hope, p 227.

(2) The Practice of Argumentation, David Zarefsky, p 229 .

جزءاً أساسياً من حياة الإنسان، إن الدراما تقدّم لنا الحياة الإنسانية على شكل نماذج مكرّرة، وهو ما يجعل المتلقي يقبل أو يرفض فعلاً أو سلوكاً ما بناءً على ما قرّره هذا النموذج، كما في طبيعة العلاقات العاطفية أو العلاقات بين الجنسين مثلاً<sup>(١)</sup>.

إن الشكل الدرامي يستحضر الشخصيات فنراها أمامنا كما لو أننا نراها في الحياة الواقعية، حيث يحنّنا هذا الشكل الدرامي لأن نحكم بالصواب أو الخطأ من خلال ما تفعله الشخصيات<sup>(٢)</sup>، إننا نستخدم الرؤية والمشاهدة بوصفهما طريقة لمفاوضة العلاقة بين الذات والأشياء المحيطة، ومن خلال هذه العلاقة تنشأ تصوّراتنا عن ذاتنا<sup>(٣)</sup>، وعمّا هو مقبول أو مرفوض، وهذا يعني أن ما نراه من صور يغدو هو الحجج التي تدفعنا وتحفزنا بوعي أو بدون إلى فعل شيء أو تركه.

ويذهب أحد الباحثين إلى أن التفاصيل الدقيقة التي يتضمّنها المشهد البصري (مثل مكان تصوير الحدث) لا تخلو من وظائف حجاجية كذلك، حيث تقوم بإيصال فكرة معينة للجمهور مدعومة بحجج تشكّل الوعي وتعزّز الفكرة<sup>(٤)</sup>، فعندما تبتّ مثلاً إحدى القنوات الإخبارية الاعتراض على قرار أو سلوكٍ سياسي معين من الشارع، فإن هذا المشهد قد يعدّ حجة تدّعي بها

---

(1) Look: Introduction to Rhetorical Theory, Gerard Hauser, p 227.

(2) Look: Introduction to Rhetorical Theory, Gerard Hauser, p 227.

(3) Reading Images, Julia Thomas, p 1.

(4) Look: Introduction to Rhetorical Theory, Gerard Hauser, p 282.

تلك القناة كون الاعتراض سلوكاً شعبياً عاماً وليس خاصاً بفئة محدودة، وقد ظهر مثل هذا في تغطية بعض القنوات لثورات الربيع العربي، أو مظاهرات الاحتجاج على الرسوم المسيئة للرسول ﷺ .

إن دراسات بلاغة الصورة المرئية تعدّ مجالاً جديداً وحديثاً، ولهذا يعدّ الكلام عن حجائية الصور المرئية أحد التوجّهات الجديدة في بلاغة (علم الاتصال)، ويحتاج بلا شك إلى دراسات موسّعة تجلّي أثر الصور ودورها الحجاجي، وأرجو أن تكون هذه السطور القليلة قد استطاعت إعطاء فكرة يسيرة عن ذلك.

\* \* \*

## الخاتمة :

يكشف البحث السابق عن اختلاف النظرة إلى (الحجاج) في (علم الاتصال) عن المنظور المعروف لـ (الحجاج) في الدراسات اللغوية والبلاغية، ويمكن في الختام الإشارة إلى أهم النتائج التي اختص بها بحث (الحجاج) في دراسات (علم الاتصال)، وهي:

- لم يعد الحجاج حكراً على الخطاب اللغوي، بل دخلت ضمنه كل أشكال التعبير والاتصال الإنساني كالصور الثابتة أو المتحركة، ويتضح ذلك من خلال المبحث الثاني كاملاً.
  - لم يعد الحجاج يهتم بإقناع المنطق ومخاطبة العقل الإنساني فحسب، وإنما تركز اهتمامه على التأثير في الفعل الإنساني إن بشكل واع أو غير واع، وقد اتضح ذلك من خلال الحديث عن الحجاج بالسرود.
  - لم يعد الحجاج مجرد عملية إقناع تهدف فقط إلى حمل المستقبل على التسليم، وإنما نظرت إليه بلاغة (علم الاتصال) بوصفه مجموعة من العمليات والوظائف المرتبطة بالوجود والكيونة الإنسانية، وقد ظهر ذلك في الحديث عن مفهوم الحجاج.
  - أصبح الحجاج وسيلة اتصالية تهدف إلى صناعة القرار وخلق الانسجام الاجتماعي، وليس من أجل غلبة رأي على آخر، ومن هنا جاءت فكرة الحجاج من أجل الإقناع بالموقف الذي يكفل التفاهم والتعايش رغم الاختلاف، وقد ظهر ذلك من خلال الحديث عن وظائف الحجاج.
- هذه هي أبرز النتائج التي يمكن الإشارة إليها هنا، ولا أجد في الختام إلا أن أسأل الله أن يجعل ما كتبته هنا نافعاً ومفيداً للدارس والباحث العربي، وصلى الله وسلم على نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم،

## المصادر والمراجع أولاً: الكتب العربية:

١. الاستعارات التي نخبها، جورج لأكوف ومارك جونسون، ت: عبد المجيد جحفة، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، ط١، ١٩٩٦.
٢. الإيضاح، الخطيب القزويني، دار إحياء العلوم، بيروت، ١٤٠٨ هـ.
٣. البلاغة والاتصال، جميل عبد المجيد، دار غريب للطباعة، مصر، ٢٠٠٢.
٤. البلاغة والتواصل بين الثقافات، د. عماد عبد اللطيف، الهيئة العامة لقصور الثقافة، القاهرة، ٢٠١٢.
٥. الحجاج في البلاغة المعاصرة، د. محمد سالم محمد الأمين، دار الكتاب الجديد المتحدة، لبنان، ٢٠٠٨ م.
٦. الحجاج في التواصل، فيليب بروتون، ترجمة: د. محمد مشبال، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ٢٠١٣.
٧. الحجاج والتواصل، عبد الرحمن طه، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، د.ت.
٨. دراسات في البلاغة الإدراكية، د. إبراهيم التركي، نادي القصيم الأدبي، ٢٠١٩ م.
٩. النظرية البلاغية اليوم، د. إبراهيم التركي، دار الإسلام للطباعة، المنصورة، ٢٠٢٠.

## ثانياً: الدوريات العربية:

١٠. البلاغة الغربية المعاصرة، د. عماد عبد اللطيف، مجلة (البلاغة وتحليل الخطاب) العدد ١٠، ٢٠١٧.

\* \* \*

## ثالثاً: الكتب الإنجليزية:

11. Argumentation, David Zarefsky, The Great Courses Publishments,2005.
12. Argumentation: Critical Thinking in Action, David Lapakko.
13. Arguments and Arguing. Thomas A. Hollihan, Kevin T. Baaske. Weavland Press. Inc. USA. 2005.
14. Contemporary Perspectives on Rhetoric, Sonja Foss and others, Waveland Press, Inc. 2014 USA.
15. Contemporary Rhetorical Theory, A Reader, edited by John Louis Lucaites, Celeste Michelle Condit, Sally Caudill, The Guilford Press, New York, 1999.
16. Defining Visual Rhetorics, Charles A. Hill, Marguerite Helmers, Lawrence Erlbaum Associates, Inc, New Jersey, 2004.
17. Examining Argumentation in Context: Fifteen Studies on Strategic Maneuvering, edited by Frans H. van Eemeren, John BenJamins Press. 2009, Amsterdam.
18. Handbook of Argumentation Theory, Frans H. van Eemersen and others, Springer Science Business Media Dordrech, 2014, New York.
19. Handbook of Visual Communication, Ken Smith and Others, Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 2005, New Jersey.
20. Human Communication as Narration, Walter Fisher, University of South Carolina, 1987, USA.
21. Introduction to Rhetorical Theory, Gerard A. Hauser, Waveland Press, 2002, Second Edition.
22. Narratology; The Form and Functioning of Narrative. Gerald Prince, New York; Mouton. 1982.
23. Reading Images, Julia Thomas, Palgrave Publishing, New York, 2001.
24. Rhetoric in Civic Life. Catherine Helen, Richard Ice, John Fritch. Starta Publishing Inc. 2012.
25. Rhetorical Criticism , Sonja K. Foss.. Weavland Press. Inc. USA. 2009.
26. The Essential Guide to Rhetoric, Christian O. Lundberg and William M. Keith, Bedford St Martins, USA, 2008.
27. The New Rhetoric, Chaim Perelman and Olbrechts Tyteca, University of Notre Dam Press, 2013, USA.
28. The Practice of Argumentation, David Zarefsky, Cambridge University Press, UK, 2019.
29. Thinking Points: Communicating Our American Values and Vision, George Lakoff, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2006.
30. Visual Persuasion, Paul Messaris, Sage Publications, Inc 1997, UK.
31. Visual Rhetoric, Lester C. Olson, Cara A. Finnegan, Diane S. Hope, SAGE Publications. Inc, 2008, USA.

## رابعاً: الدوريات الإنجليزية :

32. Narration as a Human Communication Paradigm, the Case of Public Moral Argument), Walter Fisher, Communication Monographs, Volume 51, March 1984.
33. Toward a Logic of Good Reasons. Walter Fisher. The Quarterly Journal of Speech. 64, 1978.

\* \* \*