ملخص البحث

الاعلانة في جوهرها منطق لا يهدف إلى التوجيه أو التكوين، ولكنها قصدها التحريض وبالتالي فإن منطق الإعلانة هو منطق أفقي، يتولد بكافة الأساليب والوسائل لتحقيق مقصودية الفاعل الإعلاني واهدافه و استراتيجياته، عبر حجاجية أفقيات لها تقنيات اللغة واغاثيتها المنطقية وتأثيراتها العاطفية، غالبًا ما يتداخل ماهو عفوني منطقياً بما هو شعوري عاطفي والفصل بينهما، أما حاكي لغرض إكاديمياً لتوضيح اليات أنتقال الخطاب الإعلاني في الإقناع والتقنين، ويتناوج هذا البحث ليوضح علاقة المنطق بفلسفة الإعلانة، والتي تджل كي بتحاور الفعل الإعلاني حول منطق يعي بالحصول على أكبر قد ممكن من الإقناع، وأو كان ذلك على حساب الحقيقة، سواء كان ذلك بتقدم جزء منها، أو حتى باكلافتها، ومن أجل تحقيق ذلك فإن بنية هذا المنطق هي بنية حجاجية قائمة على حجج رئيسية وحجج فرعية تنظم في سلم حجاجي يضفي بعدم التناقض بالانسجام في اساساته الإعلانية، ليمثل بنية منطقية كلية شاملة، تتبع من استراتيجيات سياسية وعسكرية واقتصادية ودينية وثقافية وواضحة تمت صياغة أهدافها عبر هذا المنطق ومن أجل تحقيق الفعل الإعلاني والتاثير على المنطق والحصول على استجابة فإن حجاجية المنطق الإعلاني تتوسل بتيقيات حجاجية متعددة وقد تداول البحث عددًا منها وهي إطلاق التسميات والتعليمات البارقة والتطبيقات الإستهلاكية والاجتماعية الكيفية، بما يسمى بسلطة الشاهد سوسيتانياً وإلقاء جمل الكيفية أو السرور أو اهتمام الناس بتحفيز الخصوصية، وقد بين البحث اليات أنتقال الخطاب الإعلاني عبر هذه التيقيات لدى تأتي أهمية هذا البحث من حيث كونه يبحث في اليات أنتقال الخطاب الإعلاني في التأثير على الجمهور بواسطة حجاجية منطقية وعاطفية ظلت طويلاً بعيدة عن التحليل في حق الدراسات الإعلامية.

Abstract

In its essence, propaganda is not meant for guidance or education; basically its logic develops from the concept of persuasion or insinuation. Thus, the logic of propaganda is logic of persuasion that tries all means to achieve the goal behind the propaganda, using arguments rich with rhetoric and emotional intensity to make the conviction it tries to sell more appealing. In propaganda, arguments based on reason often mixed with emotionally burdened language; separating these two elements can happen usually for academic purposes only to clarify the techniques of propaganda in achieving persuasion.

This paper explores the relationship between logic and the philosophy of propaganda: it usually appears clearly in the propaganda which includes the action of persuasion, even if that means distorting the truth by presenting only part of it or going far to creating it. Thus, achieving the logic of this action includes a structure of arguments, major and minor, organized in a paradoxical hierarchy, yet it is symmetrical that in the end can achieve the logic it was
created for in the first place. This structure can be used to achieve political, military, economic, religious, cultural, strategies clearly defined to influence the audience and receive their response. The means that the logic of persuasion may follow are labels, loud generalizations, rhetoric discourse, to produce sophisticated appearance. The paper clarifies the techniques of propaganda discourse through these elements.

The importance of the paper comes from the importance of the subject, as it studies propaganda and the strategies of influencing audience by all means of arguments, logical or emotional, that have not been tackled before in mass media studies.

The العقل هو موضوع المنطق ، ويفصل به من ناحية نسق المقولات الموضوعية وهو من ناحية ثانية نسق تلك المقولات الذاتية أو التصورات التي نفّذها بواستانتها ، وهم أن العقل الموضوعي والعقل الذاتي متعدد أو هما شيء واحد كما يرى هيجل (1) فأن المنطق هو في هذه الحالة علم العقل الموضوعي وعلم العقل الذاتي معاً ، فهو يوصف علماً للعقل الموضوعي، أو المنطق ، أو الواقع الإسمي انتطولوجيًا أو ميتافيزيقيًا وهو يوصف علماً للعقل الذاتي، فيبيشيمولوجيًا أو نظرية للمعرفة ، ويقع المنطق في ثلاث دوائر كبرى من المقولات هي (2):

(1) مقولات الوجود والماهية ومقولات الفكر الشاملة والتي تتملأ على الأقسام الرئيسية الثلاثة للمنطق ، فنظرية الوجود تقابل نظرية الحدود في المنطق الصوري، ونظرية الماهية تتخذ من التوسط والت نوع مبدأ لها ، أما نظرية الفكر الشاملة ، فهي تقابل نظرية القياس بمقدار ما تتخذ من مبدأ العقل وهو الاختلاف مبدأ لها).

وعادة ما ينسب إلى المنطق السعي لتحقيق هدفين ومهامين (وهذا ما يمكن توصيفه باعتباره إعادة تركيب وتحوير ، بمساعدة في تنظيم الفكر وتصحيحه ، ومن ثم يجب على قوانين الاستنتاجات المنطقية أي الانتقال من زعم أو أقوال افتراضية إلى أخرى ، ان تكون مشغلة منهما أو ان تكون قابلية لاستخلاص النتائج منها) (3) وهذا يعني أن للمنطق مجاله الخاص وطبيعته الخاصة التي تميزه عن غيره من العلوم ، فجمال الفكر الإنساني ولكن من زاوية خاصة وهي الشروط التي تجعل الفكر صحيحاً وخلاياً من التنافس في جميع العمليات الاستدلالية ، ولكن بقدر ما يبدو المنطق غير على عقلانية و (عقل منطقى) فان الكثير من الحجج المنطقية تقوم على الاستهواء والإغواء والمغالطة أكثر من اعتقادها على الإقلاع العلمي ، فضلاً ماتبدو عليه من قوة وإقلاع ظاهري ، وتراث السنطانيين حافل بهذا النوع من الإقلاع ، ولهوم من الغرابية من المنطق الدعائي ما زال يستمد قوته من الحيل والاغياليط التي وضعها السنطانيون إن لم نقل أن العمل الدعائي يدين في جوهره لهذا التثاث.

٥٣٠
أولاً- المنطق وفلسفة الدعابة:

أن الدعابة من حيث جوهرها، لاتعدو أن تكون دعوة إلى الإقناع وهي بهذا المعنى
منطق كلي ومتكامل، وهي لغة وخطاب تفترض جوهرًا معيناً يقوم على أساس التناسق و عدم
التنافس من حيث مقوماته الداخلية، وهذا المعنى فإن الخطاب الدعائي يتصف بصفات وسمات
معينة، تعبير عن وجهة نظر معينة بصورة حدث ما يرتبط أو هو جوهر مشكلة معينة، وهذا
يعني منطقًا كليًا وشاملًا خاصًا بذلك المشكلة أو ذلك الحدث أو الموقف المرتبط بهما، وقد
تعدد من حيث زمانية ومكانية خطابية محددة وبعبارة أخرى ( إن المنطق الدعائي هو الذي يسمح
بالتجارس في عنصر الاستراتيجية الدعائية فالدعاء عملية إقناع وجوهرها لا يمكن أن يكون
صحيحاً في جميع عنصره، وإلا لما كانت حاجته إليها، وكذلك لا يمكن أن المنطق كاذباً في
جميع عنصره وإلا فالدعاء مقتضي عليها بالفشل وعدم النجاح) (4) فالدعاء ( يشترط
لنجاحه ألا تعتمد التحويل وقلب الحقائق تكتيكًا لها ) مثلاً يقول ( أدولف هتلر ) (5) الذي قد
تبدو مقولاته منسقية مع ما هو شائع وعام في الأدبيات الإعلامية، ولكن ما يقوله صحيح
تماماً، لأن هذا النوع من التحويل والخداع، يمكن أن يخلف تناقضًا في عنصر الاستراتيجية
dعائية، ومن ثم فإن كل من المنطق وحدها هي التي تسمح بما هو كتبه تكتيكيًا وفي سياسة
الخطاب الدعائي كتبة متكاملة، أما في التكتيك فإن المسموع به الحبل البلاغي والإعلامي
المنطقية، وأسباب الاستهواء، اعتمادًا على حقيقة هامة. وهي أن ( الطابع السايكولوجي للتفكير
المنطقي أمر لا فقر منه ، لأن قواعد التفكير ما هي إلا قواعد الاتجاه العلمي بين الظواهر
والأحداث النفسية المؤدية إلى البقاء، كما ان العمليات المنطقية يمكن أن تترد إلى عمليات
نفسية من نوع نادر حيث تدخل العمليات المنطقية في تيار الشعور حيث يكون هناك تأثير
متزايد بين النوعين ) (6) يحكم بإصدار الحكم من قبل المثقفي في عملية تبدو اختيارية واردية
من قبله، وإن لم يكن كذلك في اغلب الأحيان، لأن منطق الخطاب الدعائي يناسب في الوعاء
اللاشعوري لهذا المثقفي، حيث تكون سايكولوجيا هذا الخطاب هي وراء احكامه واعتقاداته.

هذا اللفظ كما يبدو ، يبنِف من فهم عميق للفلسفة الدعائية في معاناه الفني بأن ( تحمل على أنها
تشمل أداة أو وسيلة تسمح بالوصول إلى إقناع شخص أو أكثر ووجهة نظر معينة ما كان ليصل
البيها إلى ترك لمنطقه الذاتي، أن يتفاعل مع الموضوع ويتعانق مع القوى المرتبطة بالموقف
كتجريد passive (3) وهذا اللفعل وهو هنا الفاعل
الخطابي، والجوهر المنفعل (active) أي المثقفي، فانه من حيث الصورة الفكرية الخالصة
(431)
فان هذه الفروق بينهما (كسبب ونتيجة) تتكرر لأن كلًا منها يسبب، وكلًا منها نتيجة، فـ:الجوهر (أ) مثلًا يوصف فاعلاً يثير في الجوهر (ب) يوصفه مفعلاً ولكن (ب) يوصف فاعلاً يثير كذلك في (أ) وهذا هو (التفاعل الاتصالي) القائم على (الفعل ورد فعل) بين المرسل والمتلقي، 
وفي استطاعتنا ان نرى هذه النتيجة في صورة متقدمة من نواة الإنسان الروحية فنحن نتحدث عن المغريات والمؤثرات التي تحدث بنا من كل جانب كما لو كنا نتحول إلى موجودات سلبية. 
متقبلة تماماً في حالة الإغراء في الإشارة أو الدعاية الأيديولوجية والسياسية، غير أن اغراةنا يتم في الواقع بسبب استمالة المؤثرات الخارجية لمشاعرنا وانفعالاتنا، أي أن هناك نشاطاً حقيقياً من الجانبين معاً، ولو كنا سلبين فحسب لكان الإغراء مستحيلًا. (8)

لذا فإن المنطق الدعائي كخطاب اصطلاحي يعني: (الحصول على أكبر قسط ممكن من الإفراز) ولو كان ذلك على حساب الحقيقة) والجزء الأولي يعني دائماً كما يتصور لأول وحده (الكتب) المطلق والصريح، بل على العكس مما أسلفنا من أسئلة الدعاية ولا تلقاها نجاحاً في الدعاية التي تلقاها للكتب، إذ أن مصيرها دائماً الفشل، وذلك عندما يكتشف الكتب وخصوصاً لو صادفتها دعاء عكسية ذكية، واستغلت ذلك الكتب في تحويل القصة في مصدر التلاعب بالحقيقة الذي لم يعد أمرًا سهلاً في عالم يعيش ثورة الاتصال الجماهيري بكل أشكاله ولكن هذا التلاعب بالحقيقة لا يعني أيضاً اكتشاف هذا التلاعب وإن كان كذباً لأن الخطاب الدعائي يتميز بالأشكال متعددة تعود على الحقيقة الإخفاء وعلى السكوت عنه في الخطاب الدعائي من خلال ثلاثة أشكال أساسية هي (9):

1- تقديم جزء من الحقيقة في صورة الحقيقة كلها، وهذا نوع من أنواع التشويه بالحقيقة الذي قد لا يصل إلى مرتبة الكتب.
2- وقد يكون الخطاب الدعائي كذباً مطلقاً بإثارة واقعة أو تقديم تصوير معين للحقيقة يخالف الواقع.
3- ولكن الخطاب الدعائي قد لا يتضمن أي نوع من أنواع الكذب المباشر في معناه المتدابى، إذ يكتفي بأن يضع الشخص الذي يخضع لعملية الدعاية في موقف معين، أو أن تكون في بعض عناصر موقفه الأصلي، فإذا بمنطقة ذاتي يقوده تدريجياً إلى تكون رأي معين أو إلى تقييم وضع معين بأسلوب ما كان يحدث لو ترك لمنطقه ذاتي الطبيعي الفني، وهنا يصلى الخبر الدعائي إلى غاية دون أي أكراه حقيقي معنوي أو مادي بحيث يجعل المثقف يعتقد بـ، ويومني بأنه ما وصل إلى ذلك إلا عن طريق منطقه الغردي ويبدو أي خداع أو تشويه، وهو ما يطلق عليه تسمية (الدعاية الإدماجية) التي تتسم بكونها (دعاية بعيدة المدى) دعاية تولد نفسها.
فتشاولاً ان توجد سلوكاً مستقرًا في الظروف الاجتماعية ذات الديمومة (10) وبعبارة أخرى هي مصممة لإنتاج الانصياع والاستمرارية، وهي تتداخل هنا كما نرى مع الدعاية الاجتماعية (11) حسب تصنيف (أول) لأنشطة الدعاية حيث تحاول (الدعاية الاجتماعية) ممارسة (الإقناع من الداخل عندما يُتقبل المرء أو يتمثل الأيديولوجيا الاجتماعية والسياسية السائدة في مجتمعه ويستعملها أساساً لما يقوم به من أحكام ملائمة وقيمية يُعدو هو نفسه عمليات تلقائية (11) .

ثانياً- بنية المنطقة الدعائي:

إن كان لكل علم منطقه، ولهة ظاهرة منطقها، بل وحتى اللامنطق، له بنيته المنطقية فان الدعاية منطقها الخاص، ولذي نحدد بنية المنطقة الدعائي في خطابه، لابد لنا من مقاربة خطابية مقارنة بين منطق (الخطاب السياسي) و (الخطاب الأيديولوجي) في خصائصهما البنوية والشكلانية والاجتماعية والسياسية.

الخطاب السياسي في حقته المفهومي يتضمن (مجموعة من الأفكار حول قضايا محددة، تعبير عن مجموعة الأحكام السياسية وعن مواقف وتوصيات نظريات صاحب الخطاب) (12) وهو هنا السياسي وما يمثله من مؤسسات أو منظمات أو مواقف عامة وبالتالي فإنه في الاتجاه الكلي يتمثل في (مجموعة الأعمال الفكرية الصادرة عن النخبة السياسية في قمة الهرم السياسي والجهزة التابعة لها والتي من شأنها رسم خطة السياسي العام لساعة الشعب، ويمثل ظاهرة اجتماعية عامتة تتعلق بالسلطة تصبح المجتمع وتحدث تغييرات في آدائه على مستوى التنظيم أو الاعتقاد) (13) حيث يعمل الخطاب السياسي من خلال وظيفته التصوير والتمثيل الوريدي على تصوير الواقع ومثله على الصعيد العقلي بدوره يتصغير (بالنسبة ويخضع للتكرار والإعادة) (14) والإيديولوجيا ماهي إلا (المضمون التنظوري) المحور للسلوك المادي ضمن ممارسة معرفية خارج إطار (التمثيل) الذي هو المعنى الاستمطي الذي يحدد الفضاء النظري والكلاسيكي (بإنهاء الفكر والمعرفة خارج فضاء التمثال الذي لم يعد محدود داخل (الممثل) أو (الكائن) (15) وهذا الانزياح بين المفاهيم النظرية ومرجعية الخارجي هو الذي نتجت عنه الأيديولوجيا كخطاب و (نظام له منطقه ودقة خاصة من التصورات: الصور الأساطير، الأفكار، المفاهيم حسب الحالات، ذات وجود ودور تاريخيين في داخل المجتمع) كما يرى ألويس (8) وهذا النظام السيمبولي شبيه للعلاقة الأنظمة التي تركز عليها علوماً وممارسة، حيث تؤلف الدالت صنوفاً من العناصر تتبنى أي تبدوها إلى بعضها البعض نماذج من علاقات، بينما تمثل المدلولات بنية تماثلية، والنظام الدال ليس إلا.
主义思想 شبكة تغذيها على الواقع،ليكفيها شكله، وما بين (تطور الواقع) كدلود ولدولو في انينائه والواقع ذاته (كدل)، ثمة ساحة كبيرة تتداخل فيها جملة من العوامل المعرفية والاجتماعية والاقتصادية. فالز带着 برازيش المعانش بشروطه المادية والفكرية وتتحول دون التعرف على الواقع، وفي قلب سبيروه هذه العملية يقع اختلال الخطاب الدعائي، كمادة فاعلة وسيلة هامة من أدوات إصدار الخطاب السياسي وتحقيق فاعلته في (asty لام هو كائن وتروح لما ينبغي أن يكون) في أفقي اليوتوبي (السرمدي)، وبعبارة أخرى أن الخطاب الدعائي هو خطاب نقدي لما هو كان، استدلي باتجاه ما يتوجب أن يكون كسلوك محدد لتحقيق الانسجام في الواقع المتضايق، وسيسوى النقدية هذه تتواصل حتى وإن أراد تأكيده ماهو كائن بالإشارة إلى مخاطر ما سبعت، وسيكون في حالة الإخلال بالمتطلبات السلوكية المطلوبة، الخالقة لتوليد الفرد والمجتمع، وانسجمج المجتمع ذاته، بنية كلية تتصف بكونها (علامية متميزة تشير إلى معنى وستر في أن واحد لمعنى وحيد) يعتمد عدداً معيناً من الجمل والاستراتيجيات الإقناعية التي تسمح للفاعل الخاطبي بإيادآ آراء تقويمية مع البقاء في حالة تستر نسيبتي عبر تقنين الذات الفردية وراء ذات جماعية حيث يستند هذا الخطاب على قاعدتين أساسيتين في إحداث التأثير على المشارقي وهمها: (النص الدعائي)* والتي يعني مادة دلالية تقدم إمكانية القراءة أو التفسير الموحد للنص الدعائي والنظر إليه كرسالة في معناها الشامل، (تعتمد معنى واحداً وتفصيراً واحداً). (النص الدعائي) (**): أي قياس كمية المعلومات الواردة في الرسالة الاتصالية، حيث نسبة المعلومات الواردة في الرسالة الدعائية تنخفض كلما زاد احتفال ظهورها في الرسالة، وأrazil يفهم المتلقي بورودها، وأقناعية الخطاب الدعائي تقوم على أساس ممارسة الضبط والتوازن بين كثافة العلامات حيث يقل التواصل ، وقلة العلامات حيث يقل التواصل أيضاً. (النص الدعائي) وفي كل ذلك، يسعى إلى إعادة إنتاج العلاقات الاجتماعية وفي تزويدها وتصويرها على أنها أفضل علاقات ممكنة تتفق ومتضطي معتقدات العقل والطبيعة من خلال إعادة إنتاج الخطاب الرسولي كخطاب سياسى وبيدولوجى في أناس خطابية متعددة ترتبط بالملفظية المختارة وب- (المنحاز التواصل) الذي يعد اختيار صغيرًا بدل أخرى يصفه اليازاق (الخارج سيميائي) وبمجموع القدرات المعرفية التي تلزم بمجموعها (الخطاب) للتمثيل باسم أساسية تحدد مجال في الواقع التواصل الذي يكون مسموحاً أو مكتوبًا أو مشاهداً أو قد يجمع أثين

534
أو ثلاثة من هذه الخصائص على مستوى الأداة الادماجية وتتجاوز الأنواع الادمائية للخطاب الدعائي (أكثر من (25) جنساً دعائياً رئيسياً وأساسياً قابلاً للنفي والفرار إلى ضعف هذا العدد مع حرص الفاعل الخطابي إلى اللجوء للدعاية الإدمانية) (18) كالاختلافات والهجرات والمعارض الفنية وعروض الأزياء والفعاليات الرياضية والاستعراضات العسكرية والمحاضرات بل وحتى الصمت والأعمال الإرهابية، حيث يبرز جوهر الفعل الإرهابي على التمظهر بواسطة (دعاية الفعل) وعموماً يتسبب الخطاب الدعائي بسمات نبوية محددة هي: إسهام تداوله بتكييف مقاصد الخبر الدعائي مع طبيعة الرسالة الدعائية، وإمكانية الانتقال من نظام سيمباني لآخر في النصوص الدعائية بالنجز بين ما هو منفصل ومتصل منها، وبالانتقال من وظيفة جمالية إلى وظيفة تحريرية أو إستدلالية...الخ في تجسيد سياقي ساعيًا من خلال إبراز القيمة الشكليّة كجزء لا يتجزأ من المضمون إلى إثارة انتباه المتلقي، عبر سرد خطاب بخضع لصياغة استدلالية منطقية، قائمة على (النتاس) عبر نصوص لانغلق على نفسها بل تفتح على غيرها في تفاعلات نصية تمثل إنتاج وإعادة إنتاج خطابات لاحصر لها، كما يعود هذا الخطاب إلى تقديم نفسه دائماً كخطاب جماعي يخطّي الخاص فيه خلف العام وإلنا خلف نحن، سعيًا إلى أن يمثل الحضور دون الغياب، أو الغياب كحضور كما هو الحال في الخطابات التاريخية كخطابات دعائية.

وهو في كل ذلك يمثل في سيرورته (حدث تواصل لمفلق من حيث سماته الأيقونية توالدي من الناحية المعنوية) (19).

ومن ثم فان الخطاب الدعائي كمفهوم وخطاب تعريفي يعني من وجهة نظر سيمبانيات: كل رسالة دعائية سلبية أو غير سلبية حالة لمعنى خطابي، وتتمزق بقية إيقاعية وابتسارية يتم إنتاجها بقصد تحقيق الواقع وفقاً لآراء مسبق وموضوعية محددة، تتشكل في عدد من الأنظمة السيمبانيات طبقاً لمجموعة من الاختلافات التناسية، وتميز بنبيته بمنطق داعي يحكمه نظر طبيعي بدون تفتيت، يعد تحقيق الإفاعة والتأثير والاستجابة الصويرة لما يقوله عبر حجاجية أقناعية تتبذل من طبيعته وخصائصه الإستدلالية (20).

وهنا لا بد من التأكيد على أن بنية المنطقة الدعائية تتبج من تمثل الوجود المادي عبر المثلية والتعبير الجزائري والتشويه بعضاً لمشكلة الفاعل الخطابي وحقله المعرفي والاجتماعي والتاريخي والسياسي، في وجود تصوير يقوم على ثنائية الحقيقية والنزيف والتوفر والوجود والمعرفي والتشويب في صياغة الخطاب بأكمله عبر منطق دعائي يناسب في الوعي اللاشعور.

535
للمنتمي من خلال أستراعة الخطاب وطوقنسته، لنتم في النهاية عملية (تقنين الواقع) ذاته، في تمثله للوجود المادي وإبراز هذا الوجود.
ومن هنا تتأتي أهمية وخطورة (الفعل الدعائي) عبر العلاقة الاستبدالية للواقع الفعلي بواقع متصور ملتن تتم طقلسسة استطاعته عبر الاحزاب والمؤسسات وما تمثله من سياسة وايديولوجيا.
ثالثاً- حجاجية المنطق الدعائي:

بعيداً عن الأصول المعرفية (الحجاج)، واتجاهاته التاريخية، كونها خارج نطاق هذا البحث، فإن (الحجاج) كمفهوم يعني (مساع معين يحاول به فرد أو جماعة إقناع مخاطب بتبني موقف ما، وذلك بالاستعانة بمثيلات أو دعاوى- حجاج- تهدف إلى البرهنة على صحة الموقف أو شرعته، ويقوم على تدخل عدة عناصر، الذين ينجلعون والذين يستقبلونه) (20).
فهو جهد إقناعي له طبيعته التالية: التواصلية التي تستثمر كل الآليات والاستراتيجيات الإقتصادية في دفع المنتمي إلى الإقناع، وبذلك فإن موضوع الحجاج هو (درس تقنيات الخطاب التي من شأنه أن يؤدي بالاستاذ إلى التصميم بما بعرض عليها من أطرافات، أو أن تزيد في درجة ذلك التصميم) (21) وهذه التقنيات هي تقنيات بلاغية ومنطقية و استراتيجيات خطابية، تستند إلى الحجاج المنطقية والحجاج العاطفية على السواء، وما يتم في فصل بين هذين النوعين من الحجاج ليس إلا لأغراض البحث الادبي العلمي لأن أغلب الحجاج الشائع في الحياة اليومية يمزج بين النوعين في مراحلها الكبيرة والخطابات السياسية والعاطفية التي يراد بها التأثير في الرأي العام ليست إلا أملة يومية شائعة لهذا النمط الحجاجي القائم على الحجاج المنطقية والعاطفية في أن واحد، مع التأكيد أن لكل من المنطقية والعاطفية خصائصه كحجاج إقناعي.
ولكى نوضح أهم جوانب الحجاجية الإقتصادية للمنطق الدعائي، فلا بد لنا من تبيان حقيقة هامة وهي أن التحليل السيميائي للخطاب الدعائي يتم على مستوى التعبير لبحث البنية اللسانية واللسلبية، وعلى مستوى المحتوى حيث ينتمي في ثلاثة مستويات هي: (الخطابي والسردي والمنطق الفيالاني)، وترتبط جميعاً عبر مسار توليد يجري فيه الانطلاق من المستوى المنطقي إلى المستوى السردي، ومسار تحليلي يتم الانطلاق فيه من المستوى الخطي إلى المستوى السردي حيث يبرز العناصر السردية كمنظوم سردية للحاجة يدركها الممثلون (الأمكاني، الأزمة) بشكل محاوره تستند إلى المستوى المنطقي الفيالاني وتعطي هذا المسارات المتغسل الأساسي لمحوري النص (22) ولهذا المحتوى يظهر من خلال مرجعين أساسيين هما (23).

536
1- حيز البنية الأظهارية ممثلاً بالمستوى الصرفي لنظام النص و المختلف مقطوعات و حداثته،
المباشرة في النص، والذي يتميز في الخطاب الدعائي من خلال مسوبين هما:
( الفعل التصميم) و ( الفعل المعيار) في الأول يبقى نظام
الظواهر والوحدات ذات المغزى هو أو دون تأثير وفي الثاني يتم اختيار الكلمات التي تعبر عن
انتماء أيديولوجي محدد، وعن طريقها فإن الفعال الخطابي لا يبحث عن إخفاء أو طمس
مضمون تفكيره.
2- حيز البنية المعتمدة وهو حيز اضماري تتمس فيه كثافة الأبنية وأشكالها المجسدة للنص،
ممثلاً بالاتصال المستمر، المصمم، من خلال العلاقة بين المفهوم،
و التعبير عنه وبين الدلال والمدلول، وبدون هذه المطابقة فإن الفعال والمنطقي لايكمهما التفاهم.
لكن العلاقة بين الدلال والمدلول تظل مطبوعة نوعًا ما وحسب السياق الإغريزي (24)
حيث العلاقة اللغوية هنا لتعكس المفهوم بقدر ما تجلب، رد فعل وسلوك مقول في أغلب الأحيان،
ويسمى الخبر الدعائي إلى إعطاء معان غير المعاني المألوفة أو بإعطاء التراكيب الدلالية
معاني إيمانية تتجاوز المعنى التقريبي ممثلة لنسب من المعاني المحتملة خلف الفاعل الحركي
كنص دعائي، فالاستعراض العسكري ليس قصدته أظهار ما تمثله الدولة من قوّة، ولكنه
رسالة للأطراف بإمكانيتها القوة والقدرة ويعني نوعًا من ممارسة الردع الاستراتيجي.
وهذان المستويان يشكلان ( حيز النصية ) أي ( مجال نظم الأشكال المطردة في الدينية
العالمية ونسبها المبتوثة ) (25) ويتزامن به - ( انجاز العلل ) بوصفها ( نظاماً من القواعد يحكم انتاج معان مناسبة وارسالها واستقبالها بواسطة استعمالات
مناسبة بشكل مناسبة في أنساق اجتماعية معينة ) (حيث كل نص دعائي يحمل وضعًا خطابياً
والجستة الفعل أن كل نص يحتوي على رسالة، وان كل نص هو نص إنشائي ) (26) إذا
يقتضي الأوضاع التواصلية أشكالًا للحقبات المناسبة، وبعبارة أخرى أن الإنجاز الخطابية
dعائية تتمثل بالخصائص الملفوظية المختارة في الخطاب والتي تلزمه بسمة أساسية تحدد مجاله
في الفعل النصائي، إذا فإن الكلمة بالإيماءة والشعر والبراءات والتع ليات والاستعراضات
العسكرية والهجرات الدينية الخطابية والأعمال السينمائية والتلفزيونية والمسحورات...الخ، ليست
إلا أجناس خطابية دعائية حيث يمثل كلًا منها نسماً دعائياً له قواعده الخاصة، والقواعد
الأساسية لحجاجية الخطاب الدعائي تضع بطياعها بنية الخطاب بمختلف تركيباته وأشكاله
وبالتالي على المستوى الجزئي الذي ينظم في مختلف أشكاله تحت بنية المنطقي الكلي
ومرجماته. 
رابعاً: السلم الحجاجي في المنطقة الداعية:

السلام الحجاجي هو عبارة عن مجموعة غير فارغة من الأقوال مزودة بعلاقة تراثية وموقوفة بالشروطتين الآتيتين:

1. كل قول يقع في مرتبتة ما من السلم يلزم عنه ما يقع تحته بحيث تلزم عن القول في الطرف الأعلى جميع الأقوال التي دونه.

2. كل قول كان في السلم دليلاً على مدول معين، كان مابيعله مرتبتة أقوى عليه (27) وهذا ما يستدعى نوعاً من التناقض، الذي لا يمكن بالتناقض بين الحجاج أو أحد عناصرها، حيث (يتمثل صلب فعل الحاجاج في تدافع الحجاج وترتيبها حسب قوته، إذ لا يثبت غالبًا إلا الحجاج التي تفرض ذاتها على أنها أقوى الحجاج في السياق، ولذلك يرتتب المرسل الحاجاج التي يرى أنها تتمتع بالقوة اللازمة التي تدعم دعوته، وهذا الترتيب هو السلم الحجاجي (28).

وحجاجية المنطقة الداعية في ضوء ذلك تقوم على (3):

1- مجموعة من (المقولات الكلية) التي تمثل (الحجاج الأساسية) التي تؤيد وجهة النظر بلغة لسانية أو غير لسانية تبرز وجود مستويين لتمثيل ما (المستوى المنطقي والمستوى النفي) أي الحاجاج المنطقي والعاطفي، حيث تقوم هذه الحاجاج على ثنائية المفاهيم القائمة على التعارض والتفقي إيجابياً وسلبيةً، ويعبر هذا التعارض عن نفسه من خلال الطابع الاستعابي لكل مصطلح يقع في بعد واحد، فمثلًا منطق الدعابة الأميركية القائم على مقوله كلية وهي أن (أميركا بلد الديمقراطية وبلد الحرية) يعني أن هناك بلدان غير ديمقراطية ولا يتمتع أفراد شعوبها بالحرية، وتستعيد في نفس الوقت (الديكتاتورية والاستعباد) عن النظام السياسي الأميركى، أو أن (إسرائيل واحة الديمقراطية) في الشرق الأوسط، يعني ان جميع الدول العربية المحيدة بها لاتتمتع بهذه الصفة في المنطقة الداعية الإسرائيلى أو ان (إسرائيل تمثل حقيقة حضارية) حيث تتمثل هذه المقوله (المنطق الكلي) أو المقوله الكلية التي يستدلي بها بناء هذا المنطق وهو ما سئل ضيفه فيما بعد.

2- حجة أو حجاج فرعية تقع في المرتبة الأولى من الحاجاج الأساسية (المقولات) تقع تحت الزام هذه المقولات من جانب، وتعرض عن مدول فرعي معين، ويكون ما يعلوه في السلم الحجاجي دليلاً أقوى عليه، وتتتم بكونها حجة إيجابية تمثل منطق الفاعل الداعي وسلبية تمثل المنطق التشبيهي للفاعل الخطابي المضاد، وهي جميعًا تتوافر في نصية معينة، لخلق التناقض والانسجام النصي في المنطقة الداخلية لكل حجة أولاً ثم لمجموعة الحاجاج، أي للعلاقة 538
فيما بينها ثانياً، ثم في العلاقات المتضاربة والمتعارضة بين مختلف أنواع المواقع الدعائية الثالثة، وعلاقة التناسق هذه هي أهم قاعدة تسمح للدعاية بالنجاح.
وإذا ما نظرنا إلى سبيل المثال إلى منطقة الدعاية الإسرائيلية (4) خلال عقود الخمسينات والستينات وحتى أوائل الثمانينات نجد أن هذا المنطقة يقوم في ترتيبه الحجاجي على المقولة الأساسية الآتي:

<table>
<thead>
<tr>
<th>ج 1</th>
<th>الإسرائيلية تاريخية</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ج 2</td>
<td>ترتبط بالوجود العربي</td>
</tr>
<tr>
<td>ج 3</td>
<td>تعبير عن العقائد السياسية المعاصرة</td>
</tr>
<tr>
<td>ج 4</td>
<td>العالمية</td>
</tr>
<tr>
<td>ج 5</td>
<td>المسؤولية التاريخية</td>
</tr>
<tr>
<td>ج 6</td>
<td>دولة عصرية</td>
</tr>
<tr>
<td>ج 7</td>
<td>تنتمي إلى منطقة الشرق الأوسط</td>
</tr>
<tr>
<td>ج 8</td>
<td>حيث لا يوجد سوى عقائد ونظم تعبير عن أقصى مراحل التخلف</td>
</tr>
</tbody>
</table>

اما الحجج الثانوية أو الفرعية فأنها تتنظم في سلم سداسي في الحجج (1، 2، 6، 7، 8، 3) وثلاثي في الحجج (4، 5، 6) وحجة واحدة هي (التحدث إلى كن مذهب سياسي بلغته) في الحجة الثالثة، وعندما من الاطالة ستتوقف عند سلم الحجة الخامسة:

| ج 5 | المسؤولية التاريخية |

| ج 1 | الحكم على الوضع الغربي |
| ج 2 | مسؤولية المجتمع الألماني |
| ج 3 | عقدة الذنب |

539
خامساً: تقنيات الحجاجية الدعائية:

بعد الإقناط (مجال البحث الحجاجي نظرًا إلى كونه محدد المقام والمتلقى والإطار القولي، وأهم وظيفة حجاجية في هذا المجال بعد الإعداد لقبول الأطروحة أو الفرضية فهي الدفع إلى العمل ) (٢٩) وتشمل هذه التقنيات بكونها التدابير أكثر قوة في المتلقى ونتائجها أثبتت وديموتها أبقى لأنها تنتج من حصول الإقناط عند المتلقى دون أن يشوبها فرض أو قوة، بالرغم من أن الإقناط هذه سلطة عند الفاعل الخطابي (المرسل) في خطابه، وهي سلطة مقبولة إذا استطاعت إقناع المتلقى، الذي يحقق للتقنيات الإقناطية نجاحًا تمثيله بمتضاعفًا، حيث يعاجل الحاجج هنا اداعة عامة من بين الرسائل التي يتوسل الفاعل بها من أدوات أو آليات لغوية وغير لغوية لتحويل عملية الإقناط، والتي تعد الهدف الأول والأهم للخطاب الدعائي (٣٠) وستتناول هنا أهم التقنيات الحجاجية الدعائية وأكثرها شيوعاً وهي (٣١):

١- التقنيات البراقة:

التعريفات البراقة (هي كلمات ترتبط بقيم ومعتقدات ذات قيمة علياً بحيث أنها تحمل قوة الإقناع دون الحاجة إلى معلومات إضافية، وهذه العوامل تنشأ حسب الوضع والبيئة والرغبة في السلام والحرية والمجد، الخ)، حسبما جاء في (معجم مصطلحات العلوم النفسية في الدين الإسلامي) (٣٢) وإذا كانت عملية إقناع التقنية تتطلب تكوين قرار أو الحكم بالرفض - منطقي سلبي - وإن تبين بدون برهان أو فحص للدليل، فإن التعميمات البراقة ماهي إلا إمكانية التأثير بعضهم البعض، ولكن النتائج لم تمتثل عندنا أثرًا عميقة ثابتًا، كنها تكافح من أجلها (٣٣) فكلمات مثل (الحريه، الديمقراطية، الاشتراكية، الليبرالية، الجهاد، المقدسات المسيحية، ارض الميعاد، القيم الإمبريكة، الكفر، المنافقون، الحرب الصلبية، الخ) ماهي إلا تعميمات براقة دارت باسمها حروب وصراعات عبر تأريخ البشرية، ومع ذلك فإنه تحمل بفاحات انفجارية قائمة على المشاركة الفردية لملفوف قيم يتحرك حول تشريع دلالي لتصوغه اللغة في مجتمع معين وغالبًا ما تتمي هذه التعميمات إلى (لغة مقدسة) - لغة القرآن الكريم أو الأنجيل - أو إلى خطابات إيديولوجية بحتة، مثلما تتم بالغخصوص المقصود والبساطة في تقديم أجودة سهلة لمشاكل صعبة ومعقدة، عبر عملية (تبرير منطقياً) يتيح للأفراد والجماعات تبرير آرائهم وسلوكياتهم ومعتقداتهم التي قد تكون مثيرة للجدل.

٥٤٠
أطلق التسميات (Calling words)

بعد (أطلق التسميات) من أهم تقنيات الإقناع وأكثرها خطورة في حجاجية الخطاب الدعائي، سواء في المنطق الدعائي الإيجابي أو السلبي، عندما يعمد الفاعل الدعائي وهو هنا الخبر الدعائي (ربما مفهوم معين بكلمة أو عبارة تعكس أنموذجاً للتوفيق، مثيرة شحنًا لفعاليته تبود من التحيز ضد من يوصف بها سواء أكان شخصاً أو بلداً أو حادثة ما) (32)

وأنا يتم الاشتغال بأيديولوجية الدال عبر تثمين هذا الدال، وخلق تمثيل تأويلي للمدلول يندرج ضمن نسق محدد يستجيب لوظيفة محددة، وقد حفل الصراع الدبلوماسي بقائمة طويلة من التسميات: (العالم الحر، الحر، الإرهاب، الإرهاب الإسلامي، الجدار الحديدي، الخطر الأصغر، محور الشر، الحد الوحيد، الحد الغربي، السلم) (1) وبلاحظ أن الفعل الاستعاري والكتاني هو المهيمن في عملية إطلاق التسميات، سواء أكانوا يستناداً على الرموز التاريخية أو المتواضعة حيث تقوم آلية اشتعال إطلاق التسميات على القانون الآتي: (34)

مدلول رمزي

الدليل

كتابة موقفائي

الملحق الأول

المملوكة الثاني

شخصية محددة

واقعة أو خيالية

منصب محددة

دال

تأريخ على الموقف

حكم نهائي

الذي يتبعه

منصب محددة

الموجود للشر

خليفة أمر

زعم ألماني

هنر

المسلم

الأمم المتحدة

إحدى اللغات

اللهجة

أصل الشعب الأندلسي

الليمة

فريد - شعب

مملكة صرارية

أن كل هذه الروموز تمتلك أسرورتها الخاصة، المتمثلة في بنية إسطورية تتدرج في

بنية الخطاب الدعائي الذي هو في الأساس بنية إسطورية، تسعى من خلال هذه الروموز إلى

استغلال الخطاب الدعائي النابع أساساً من خطابات تاريخية ودينية وسياسية وأيديولوجية، وهذا ما

يضفي على إطلاق التسميات أبعاداً أخرى أكثر خطورة في التأثير على المتلقين.
3. التلطف البلاغي : (Euphemism)

يتدرّج الخطاب الاستظلالي للتلطف البلاغي في (كلما قال بكلام أخر) وما يطلق عليه البلاياغيين العرب باب (التلطف) اللغوي، وتعريف الموسوعة البريطانية (35) التلطف البلاغي بأنه : (استبدال عبارة أو شيء غير لطيف أو مكبر، وقد يؤدي، بديل معقول غير مؤز لأحد) وتوضح أن لغة الدعاء تتسم بالتلطفية في التعبير عن الكلمات غير المقبولة بآخر أكثر تقبلًا (36) وما يتم دعائيًا في هذا التعبير التسمية بوضع الموضوع في إطار مرجعي جديد وتغيير الأفكار غير المستحيلة التي يثيرها موضوع أو مفروض مـا، فـعـنـدـا

تقسم القرى الأمنة ويرصد سكانها وتصرم النار في بيوتها بواسطة الرصاص الحارق، فـذـان العملية تثير من خلال التدخل لتهيئة الأوضاع، وقد يجهل الفلاحون من أراضيهم وبطرد من حقولهم يطلق على العملية نقل السكان، أو عملية تعيد الحدود أو عندما يودع الناس في السجون أو يعانون دون محاكمة فإن العملية تسمى عملية فصل عناصر غير مرغوب فيها أو تصنيفها (37) وتحول عملية احتلال البلدان إلى (انتـدـاب وتـشرـيد آلاف الفلسطينيين بـ (الافق أدآي مـحلود) واصبح المهمة (نكسة) والمشردين والمهجرين (فرق المهاني والإعتقال (فرق البحث والتفتيش)، وتقدير مستشفى أو مدرسة بـ (تدمر هذـف مـعـاـيـر) والكذب (معلومات غير دقيقة).

وـما يجري هنا سيميائيًا هو استبدال دال عامة صالحة، حقيقي ، صادقة يصعب الإدعاء بها في الخطاب الدعائي بدلًا عمامة أو عمليات أهل دعوة وقائمة مع الحفاظ على المدلول نفسه من خلال قواعد بلاغية محددة (دلالات بلاغية) تحجب النيات التواصلية للفاعل الدعائي. باستبعاد الصياغة البينة المباشرة، لصالح الصياغة المضمرة التي تصلح على نحو أفضل للتلاعب الدعائي الذي يوظف في خدمة الاستراتيجيات الإقناعية للمنطق الدعائي.

4- سلطة الشاهد * (Appeal to Authority)

وتعني بالشاهد هنا هو استخدام شهادات آخرين، بدعو أنهم يمثلون الخبرة أو يمتلكون حقًا، وإن لهم شهارة أو تذيع صدراً، أو استخدام عبارات وأقوال، وأمثال إنسان حجة مادة تأيداً لوجهة Argumentum العقلك، أو دلالةً للوجهة، نظر الآخرين، وهو ما يسمى في اللائتيتية بـ (حوز معياني الاحترام، والهيئة والتي (verecundia) حيث تدور دائرة لفظة (سلطة الشاهد) بـ(سلطة الشاهد) لـ (Appeal to Authority) ترتبط بـ (سلطة الشاهد) لـ (Appeal to Authority) طريقة ترجمة المعنى، وقد اختارت ترجمة المقصود في هذا المصطلح سلطة المنزلة العلمية والفكرية والسياسية للمراجع الذي نسوق الكلام مسواً عليه، أو يكون اسمه أو يظهر وهو يندد به فحيحه استنادًا إليه، ينتمي هذا الشخص بالمجال الذي يدور حوله الحديث، وهذه السلمصة تتدرج ضمن مملك حجاجي عام يسمى بـ (استعفاء والصورة العامة لهذه الحجة السيفسطائية هي):

542
الإدعاء بأن زيد خبيراً في الموضوع (ج)
- زيد يدافع عن الفكرة (ف) بخصوص الموضوع (ن)
- الفكرة (ف) صادقة.

وذلك لتمثالل الفكرتين جزئياً أو كلياً وتميمة هذا التمثال، لدعم وجهة النظر والتحدي المقدم للإقناع المتلقى الذي غالباً ما يتم في الطبيعة مشاهدة ومتممة والذي لا يدق، في مسألة الشخص، بل يميل إلى التسليم بمجرد معرفته أن فلاناً كما يقدم إليه للتأمل به، على أنه من أهل الخبرة في أي مجال كان، وهذا ما نشأده في البرامج التلفازية حيث يتم تذيل أسمائهم بالإشارة إلى اختصاصاتهم (خبراء في الشؤون العراقية)، (خصائص في الحركات الإسلامية)، (خبراء في قضايا حقوق الإنسان)، (كابن وملخص استراتيجي) (باحث في شؤون الشرق الأوسط)، وقد يكون - وهو ما حاكاه - مؤلف العلمي ليعود الابتعادية ويطير على أنه الدكتور والخبرام الشخصي في حين أن نتاجه العلمي ليتجاوز مقالته أو مقالتين صحفيتين والأكذب أن ذلك يقدم على أنه (الشخصية والخبراء الأول في هذا المجال نس كله منافذ التشكيل أو اية مراجعة لنا يقوله، وهنا يتم تحقيق نوع من (الأعمال الكيفي) القائم على قابلية التصديق بالاستنتاج إلى ذي صلاحية معينة، يتم تقديمهم كمجمعين على موضوع ما، أو رأي ما، وإن كانت الخطابات السياسية تشهد بأقوال وشخصيات غير محددة، فـ فإن الإعلان التجاري يتجاوز ذلك ليقدم نجوم السينما والتلفزيون والرياضيين كشهد على جودة المنتج وحجب المستهلك لشراءه.

إن سينمائي الاستشهاد بالخبراء ورجال العلم والدين والسياسة، أو الاعتماد على الاقتراحات والاستشهادات الفكرية والدينية والاجتماعية والفلسفية، تنتسب إلى (استراتيجية الإقناع) التي تعني تحويل الحجة الثابتة في النص الإصلاحي إلى الخطاب المتقدم، عبر الخبراء والاستشهادات والاقتراحات، وكما توضح الترجمة الآتية:

نـص (حجة رئيسية + حجة فرعية)

- فاعل خطاب

منطق دعائي
- الشاهد (خبراء، رجل علم، دين، نجم سينما... الخ)
- نص مقتبلي

دعم وإسناد لحجة

حجة رئيسية (مهمة)

الهيئة - المصادقة - القدية

- 543
5 - عرفة الجوقة ( الاجتماعي الكمي ) : ( Appeal to Belief )

ان التعدد الإصلاحي لتمثيلات هذه التقنية الاقتصادية ما بين ( التعميم ، اللحاق بالركب ،
عرفة السيرك ، عرفه الديموقراطية ... الخ )، ربما يعود لقدم هذه التقنية من جانب ولكثرة
المصادر والدارسين لها ، لكنها تعود جميعاً إلى سفسطة أساسية هي سفسطة ( ما يراه الناس ) ;
( Appeal to Belief ) التي تستند إلى مغالطة منطقية قائمة على موضوع ما ، إذا حظي
بعد كبير من المعتقدين به ، فإن ذلك ناجح من صدق هذا الموضوع أو وجهة النظر ( لانه من
المحال اجتماع الكثيرون على الخطأ وغالباً ما ترد هذه السفسطة في تعبير لغوية متعهدة
ومتنوعة : جميع الناس برون هذا - الناس مجمعون على هذا الأمر ، هذا أمر مفروغ منه عند
جميع الناس ، لا أحد يشك في ذلك ) (36) وأحياناً تداخل هذه السفسطة مع سفسطة ( الخبر
المجهول ) ( Appeal an unnamed authority ) مختصون في الشؤون العراقية - اجمع المحلفون الاستراتيجيون - أكد المواطنون في بغداد -
نحن العراقيون نرفض .... )

كما أن الخبرد الدعائي بعد لإيحاء المطلقي من خلال ما يسمى في علم المنطق
بـ ( التعميم الفاسد ) المؤدي إلى التضليل ، وهذا التعميم يقوم على أساس مقاربة مفهوم
( الاستقراء الناصح ) التي يتم من خلالها ( انتقال الفكر من الحكم على بعض الجزيئات إلى حكم
كلي يتناول كل النوع أو الجنس الذي يشمل على هذه الجزيئات لتصبح بعض المواقف السياسية
الفردية أو الجزئية تأثراً لإطلاق أحكام سياسية عامة ، تبني على الشعور العاطفي جذاباً أم
طرداً مع الظاهرية السياسية والاجتماعية (39).

وتحت نتائج الكثير مما يدعى بدراسات استطلاع الرأي ، أمنوجاً ( للتعقيمات المطردة،
اذ أن النتائج التي تطرأ لا تعلم مدى دقة إجراءاتها من حيث العينة وطبيعة الأسئلة المطروحة
والظروف السياسية والاقتصادية والدينية التي تحيط بها ، ولكن الملفت ينتهي في ( السحر الذي
تنسبه الأرقام وضبطه علناً ما يزداد بيننا وبين رؤية الأخطاء التي تتراوهي عليها
هذا الاستطلاعات ) ، وهي أخطاء كانت تندوة في غاية الوضوح ويفضح أمرها إذا لم تستريل
بالردع الحسابي ) (40) فعندما تطرح أحد الفضائيات نتائج استطلاع أجرته ويقول ان ( أكثر من
80 بالمئة من العراقيين يؤيدون بقاء قوات الاحتلال الأمريكي في العراق !) أو (70 بالمئة
يساندون القائمة في رفض موقف ص ! ) ولعل هذا النوع الهزيل من الاستطلاعات هو ما
دفع ( لينين روبي ) إلى القول عن ظاهرة الاستطلاعات (41) : أن هناك ثلاثة أنواع من الكذب
الكتب العادي ، الكذب الفاحش والاستطلاعات ) ! ، التي تطرح على انها حقية وصحية
}
وقابلة للتعميم، وفي الحقيقة أن هذه الاستنتاجات لا تمثل إلا عينة جزئية لا نعلم عنها شيئاً أو عدة عينات ولكنها لا يمكن في أي حال من الأحوال أن تمثل شعباً بأسره، لاسيما (لا يمكنك أن تسأل مواطنا عن رأيه في قضية معينة، ثم تستنتج من رأيه رأيه الشعب بأكمله) (٤٢)؟ وفي الخطاب الحركي فإن تظاهرة ما تضم بضعة آلاف من المتظاهرين، تزدهم باللافتات والرموز والرايات والإلزام، يعد الخبراء الدعائي من خلالها إلى خلق روابط مع الجمهور بخطابه مشاعره الدينية والوطنية، والطائفية والعرقية، ليس عبر هذه الحشود، كوسائل ضاغطة للالتحاق بالركب والتوافق في (عربية الجوقة)، لآن هؤلاء المشاركون كل منهم يقوم بواجبه! أنت بجب أن تقوم بذلك وعندما لا تشارك ستترك خلفنا (٤٣) ومكننا أن نحدد آلية اشتغال

الاجتماع الكيفي من خلال الترسيمة الآتية:

- الافتراض
  - لغوي
    - اننا نحن بعض جميع
  - جزئي
    - حركي
      - أفراد رأي عام
  - التخصيص
    - إحصاءات
      - عينة الشعب بأسره
      - عدد عينات
    - عينة
      - جزئية
    - علمية
      - الخبر المجهول

- التعميم
- إقناع 멜تي
- المشاركة جماعية

ومن خلال كل ذلك يتضح أن حاجية المنطق الدعائي، تستند إلى نسق بيئي يرتبط بإستراتيجية الفعل الدعائي من جانب، وقصدية الفاعل الدعائي تبعاً للموقف أو الحدث الذي يتعامل معه وهذا يتداخل ما هو آني بالتأريخي، والفكري بالأيديولوجي، والمنطقي بالشعوري.
في امتصاص يصعب فكه ، الا عبر تحليل للإنساق التي يرد فيها الخطاب الدعائي وهو أمر ليس بالهين حتى للمختصين بالتحليل الدعائي ، كيف بالجمهور والمواطن البسيط ، ومن هنا تظهر خطورة العمل الدعائي في تسريبه لمنطقة الخاص في لا وعي المتلقي الذي يشعر ان ما سرب إليه دعائياً ليس إلا أفكاره الخاصة ورأيه الخاص في فهم العالم المحيط به الذي يعج بالمتغيرات 
في كل آن .
الهوامش والمراجع

1- نقلاً عن ولتر سنتس ، فلسفة هبلغ (المنطق وفلسفة الطبيعة) ، ج1 ، ترجمة : إمام عبد الفتاح ، دار الترويل للطباعة والنشر ، بيروت ، 1982 ، ص 131 و 132.

2- م.ن. ص 131 - 132.

3- بيرت باري (التاريخ المختصر للمنطق) في فلسفة حضارات العالم نظريات الحقيقة وتأويلها للأطواج غراي هايدر ، ترجمة جورج كدور ، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم ، مؤسسة شرق غرب للنشر بلا مكان ، 2010 ، ص 396.

4- د. حامد ربيع ، منطق السياسة ، بحث غير منشور ، بغداد ، 1984 ، ص 8.

5- كفاحي ، ترجمة لويس الحاج ، ط 2 ، بيسان للنشر والتوزيع والاعلام ، بيروت ، 1989 ، ص 22 ، وهذا لابد من الإشارة إلى خطأ ماهو شائع شان العبارة الشهيرة (ألكنبي - اكتب حتى لاحظت ذلك) حيث يسهم الكثير من المختصين تارة إلى (هتلر) وأخرى إلى (غوبير). ووزير دعاية ، ولكن الدراسات المتخصصة أظهرت أن الذين لم يقرأوا بهذه العبارة في كل الأدبات التي تسبب فيها سواء في مذكراتهم أو خطاباتهم وقد أثبتت هذه الدراسات عبر دراسة آلاف الوثائق النازية أنه لا يوجد لها ، وإنما كانت صناعة إمبراطورية ألمانية أطلقت خلال الحرب العالمية الثانية ، للإطالة بصفة إمبراطورية الألمانية ، وما قاله هتلر في (كفاحي) وخطاباته الأخيرة كانت بشأن (نظرية الكتب) التي أسندها (هتلر) لليهود ليست مبدأً من مبادئ الدعاية النازية ، وهي من الأساليب التي جعلت (هتلر) يدين بها اليهود وصفهم بالذابحين الأشريين ، انتظر باستمرار ذلك أدولف هتلر ، م.ن. ص 123. وما بعدها وأيضاً احمد طاهر الإذاعة والسياسة الدولية ، الهيئة المصرية العامة لللكتاب ، القاهرة ، 1980 ، ص 20 ، وهذا الكتاب في حقيقة ماهو إلا ترجمة لفصوص متعددة لكتب أجانب ، منهم : childs and whitton , propagand by short waves.

- Rigby , the war on the short wave.

وما قام به (أمين عام) اتحاد الإذاعة والتلفزيون سابقاً في جمهورية مصر العربية عمل ل얼بيق (الأمين العام) على أن يكون منهجية الدعابة البريطانية عن (مصنف ألكنبي غوبلر). وعبارة أكتب الشهيرة ، الكاتبان الإمبراطوريان ، ولتن رايز مورنين لنفلد ، ألكنبي الحرب ، ترجمة مركز البحوث في مجلس قيادة الثورة ، بغداد ، 1987 ، ص 2 - 4. حيث درسنا آلاف الوثائق الألمانية وناقشنا أن هذه العبارة كانت صناعة إمبراطورية ألمانية.

مجلة الأستاذ

العدد 24 المجلد الأول 1443 هـ


8- تتبعة فكرة (العلاقة الفاعلية ،) في الفكر الفلسفى الهيغلي في كونها توجد في مراكب على مدى مراتب تقبل على منطقى، فكل جزء من أجزاء الكلن يؤثر على نحو مباشر في كل جزء آخر للمزيد.

11- د. أبو فوليس ، المخطط الدعائي في الاستراتيجية الصهيونية ، مس. ذ. ص. 43-40.

10- نقلاً من فوليس ، الأدب والدعاية ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، 1986 ، ص. 21.

11- أبي فوليس ، م. ذ. ص. 21.

12- هاشم صالح ، (تطبيقات الخطابات البشرية ) ، مجلة الفكر العربي المعاصر، العدد (44-45) ، ربيع 1987 ، ص. 55-45 ، وفظرت أيضاً أمينة رشيد ، الأب الأسبق ودراسات المعاصرة (نظرية الأدب) ، مجلة الفقهية ، العدد (3) ، ممن ولد - حزيران ، المجلة الثقافية العامة ، بغداد ، 1987 ، ص. 43-44 ، وفظرت أيضأً جمال الشهابى ، (مفهوم الديمقراطية في الخطاب الناصري) ، ضمن بحث المؤسس العلمي الثالث لجامعة فيلادلفيا عن "تحليل الخطاب العربي" ، كلية الآداب - عمان ، 1997 ، ص. 6.


14- يعترف بارث بصعوبة دراسة الخطاب بقوله (لا أظن في فرنسا حتى الآن شخصاً قام به وربما كونه صعباً جداً - بالرغم من أنه موضوع مفهوم جداً) أنظر حوار مع ممديدة تفعن في حوارات مع مفكري الغرب، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، 1980 ، ص. 10-11.

15- انظر بشأن فوكي ، الكلمات والأشياء ، ترجمة مصطفى وأخرون مركز الإنسان القومي ، بيروت ، 1990 ، ص. 98.

6- انظر بشأن فوكي ، مادة التاريخ والخطاب الإنساني لدى التويسر ، على سبيل المثال ، قراءات في رأس المال ، ج. 1 ، وزارة الثقافة السورية ، دمشق ، 1974 ، ص. 12 وما بعدها.


548
التحليل السيميويتي للنصوص ، مجلة دراسات أدبية ولسانيات المغربية العدد (2) ، شتناء ، 1986.

5) المصطلح فزيائي وكيميائي استعاره (Isotopie) من أجل حل مشكلة التعدين المعنى في النص بجدلية السياق وإرادة المعنى الذي تعرفه تجربته عند تغيير مفهوم (الإيزوتوبيا) عند غريمس وإستخدامها في الكتلة كجزء من اختصاص الخطاب الدعائي ، حيث أن المقارنة وهي التي تؤدي إلى الضحك تعود في غالب الأحيان للمفهوم غير المحدود للصدى تعود في غالب الأحيان للمفهوم غير المحدود للصدى ، إستراتيجية النص الإدبي ، سيمائيات النص الإدبي ، إفريقيا الشرق ، الدار البيضاء ، 1987.

6) الأنتروبيا هي عاملي رياضي يعد مقياساً لطبيعة غير المستفادة في نظام حزري ديناميك وحسب نظرية الملايين تزداد الأنتروبيا كلما ازداد عدد الاختلافات وتختلف كلمة كانت الاحتمالات غير متوازية وتصبح مساوية للصفر عندما يتواجد أحد الاشكال الاحتمالية مساوية لـ (1) أي عندما يصبح الاحتمال أكيداً حيث يقدم النتائج لتطبيق هناك أية معلومة. للمزيد انظر فيكتور بيكيتس ، الموضوعة الصغيرة في علم السيريديكا ، ترجمة أبو بكر يوسف ، دار ميجر للطباعة والمشر ، موسوك ، 1974، ص 234-240 أيضاً غائبة العمر، نظرية المعلومات ، دار أميرة، دمشق ، 1986، ص 68-71.

18- انظر: رجاء آل بهيش ، سيمياء الخطاب الدعائي ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة بغداد ، كلية الآداب ، بغداد ، 1998، ص 318.

19- انظر بخصوص ميكانيزم الخطاب ، محمد مفتاح ، تحليل الخطابات الشعرية ( استراتيجيات النص)، دار التدوير للطباعة والنشر ، بردو ، 1985، ص 119-120.


21- انظر: عبد الله صولة (الحجاج أطره ومناطقاته وتقاليده من خلال مصنفات في الجماع - الخطايا الجديدة للبرغمان وتيكيكا ) في كتاب (أهم نظريات الحجاج في التقاليد العربية من ارسطو إلى اليوم ) ، جامعة الآداب والفنون والإنسانية ، تونس ، ص 316.

22- جان كلود جيرو ، لوبي بانييه ، (السيميائية نظرية تحليل الخطاب) ، ترجمة رشيد بن مالك ، مجلة تجليات الحداثة الجزائرية ، عدد (4) ، تموز 1992، ص 110.

23- حول حيوز البنية الإظهارية والعقيبة وآليات إنشائها تواصلها بين الفاعل الخطابي ( المرسل) والمرتقى النظر على سبيل المثال .

وملزمة نفسها علم النص ، ترجمة فريد الزاهي ، دار توبقال للنشر ، الدار البيضاء ، 1991، ص10.

24- krippendorff.k, content Analysis, sage, Beverly Hills, 1980,p.69.


27- قرر بشأن السلم الحجاجي ، طه عبد الرحمن ، في اصول الحوار وتجديد علم الكلام ،
المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء ، 2000، ص 101 وما بعدا وايضا د. رضوان الرقيب ( الاستدلال الحجاجي التداولي وأدواته التشغيلية ) ، مجلة عالم الفكر التكنولوجي ، العدد (2) ، المجلد (40) ، أكتوبر - ديسمبر ، 2011، ص 85 وما بعدها.


(3) الحقل المفاهيمي والتعريفي لدلالة (الحجة ) (Argumentation ) ، في معجمها يذهب الى
تحديدها بـ ( مادله به على صحة الدعوى، وقيل الحجة والدليل واحد ) ، كما يقول أبو الحسن
الجراني في تعريفاته اما تذهيب موسوعة لالك ردائه الفلسفي إلى أنها (الاستدلال برمي إلى بركان
 قضية معينة أو دحضها ) ، اما المعجم الفلسفي لجمل صلبا فيعرف الحجة بأنها (الاستدلال على
صدق الدعوى أو كنبها وهي مرايدة للدليل ) وهو لايرجح عن تعريف الجراني . ولكنه يورد
تعريفا للحجة في معانا الطفلك يكون ( البيئة ومنها قولهم البيئة على المدعى
وعملي هذا القول ان عبء التنهايات يقع على المدعى ) . أما الحجاج
فينيع ( جملة من الحجة التي يرتدي بها للبرهان على رأي أو أبطاله ) أو (Argumentation )
هي طريقة تقديم الحجة والاستفادة منها ) وهو ما يتقن به مع موسوعة لالك ردائي تعريف
الحجة بأنه ( مسرد حجة تتزع كلها إلى الخلاءصة ذاتها ) وذلك هو ( طريقة ازعج الحجة
وترتيبها ويعيد الحقل المفاهيمي والتعريفي هذا الجواب العاطفية والنفسية في الحجاج من خلال
التأكد على عقلانية الحجاج وتجاوز الحجاج العاطفية ، التي وقف ارسلتو عندها في الخطاية ،
يتأكد أهمية العواطف (الباحش) في تحقيق الإقناع واهتمامه مشاعر الجمهور ، حيث تعد نظرية
من أقدم النظرات الحجاجية ، ثم جاءت الاعتقادات الحديثة لتؤكد على ذلك ومن أهمها ما يعرف
بنظرية الحجاج المعبرية التي نزلت بالحجاج إلى ساحة الحياة اليومية ونظرت في الطرق التي
يحتبح بها الناس عن أفكاره واستدلال العواطف في ذلك ثم نظرية الحجاج التدابية - الجذابة

550
ومقاربات (دوغلاس والفن) عن (منزلة العواطف في الحجاج) والمقارنة الحجاجية الوصيفية للعواطف، حيث قامت هذه النظريات والمقاربات على الاكتفاء بتحليل البنية الحجاجية المستعملة بالوصف والتحليل دون الاكتشاف بميولية الحجاج والاستدلال إلى مسلك آخر في الحجاج يقوم على بناء العواطف داخل الخطاب ببناء حجاجياً يعتمد على تبريمر ما يشعر به المنكمل من عواطف، وحمل المتلقي على الاعتقاد بصحة ذلك ومن ثم تبنيه. للمزيد انظر حول ذلك إAUDREY، موسوعة لاند الفيلسوفية، ج 1، تعريب خليل أحمد خليل ، دار عويدات للنشر ، بيروت ، 2008، مادة (محاججة) ، وлёو الحسن الجرجاني، التعريفات ، الدار التونسية للنشر ، تونس ، 1971، مادة (الحجة) ، وجيل صلبيا، المعجم الفلسفى، ج 1، الشركة العالمية للكتاب - دار الكتب اللبناني ، بيروت ، 1982، مادة (الحجة) ، وحول الاتجاهات الحجاجية الجديدة عبد الرزاق بنور ، جدل حول الخطاب والحجاج، الدار العربية للكتاب ، تونس ، 2008، ص 1 وما بعدها. وحاتم عبد ( منزلة العواطف في نظريات الحجاج) مجلة عالم الفكر ، العدد (2) ، المجلد (40) الكويت أكتوبر -ديسمبر 2011، ص 39 وما بعدها .

(4) انظر بشأن منطق الدعاية الإسرائيلية. د. حامد ربيع ، (الخطاب الدعائي في الاستراتيجية الصهيونية) م. ذ ص 42 وما بعدها، ومؤلف نفسه، فلسفة الدعاية الإسرائيلية، مركز الأبحاث-منظمة التحرير الفلسطينية، سلسلة الدراسات الفلسطينية رقم (72)، بيروت، 1970، ص 37 وما بعدها.

29- محمد سالم ، (مفهوم الحجاج عند بيرلماين وتطوره في البلاغة المعاصرة) ، مجلة عالم الفكر ، العدد (3) ، المجلد (28) ، الكويت ، يناير - مارس 2000، ص 37.

30- انظر حول الاستراتيجيات الإقناعية وأنواع استراتيجيات الخطاب الأخرى (التضمنية، التوجهية، التلقينية) ، عبد الهادي الشهري ، استراتيجيات الخطاب، م. ص 44-47.

(5) لقد اعتمدا في تناول أكثر التقيمات الدعائية الحجاجية شيوخًا على ما توصل إليه (معهد تحليل الدعاء الإمبريكي) وعالم السياسة الشهير (براون وهنيتي)، مع ملاحظة أن اغلب هذه التقيمات تعود بجدورها إلى القواعد الإقناعية التي وصفها السوفيتيون اقتصر المزيد:


31- كراسة العمليات النفسية للجيش الإمبريكي ، ترجمة مديرية الاستخبارات العسكرية العامة ، شعبة الاستخبارات النفسية ، سلسلة الجيوش الأجنبية رقم (20) ، المطباب العسكرية ، بغداد 1984، ص 272.
34- لقد قمنا من خلال إستقراء آليات إشغال خطاب التسمية بوضع ترسيمة هذا القانون في رسالتنا للماجستير أنز: راجع أحمد آل بيش، الدعاية الإيرانية في حرب الخليج، معهد البحوث والدراسات العربية، بغداد، 1988، ص. 48.49.

35- Encyclopedia Britannica، Chieago، USA، 1985، Euphemism

36- ibd

37- جورج أوريل (السياسة واللغة الأنكليزية)، نقلاً عن ليونيل روبي، في الأفكار، ترجمة محمد العريان، مكتبة الأجنحة المصرية، القاهرة، 1967، ص. 97.

(4) تمثل سلطة الشاهد في التراكيس التسليطية مساحة عرضية وقد اائهم تسميتها بسلطة الشاهد لأن الشاهد هنا يتميز في شخصية الخبر في الافتراضات والاستشهادات القوبلة والنصية، وقد اعتادت الأدباء الإعلامية على تسميتها هذه التقنية بـ (التمايل الكيميائي) للمزيد انظر: رشيد الراضي، الحجاج المغاضطة (من الحوارية في العقل إلى العقل في الحوار)، دار الكتب الجديدة المتحدة، بيروت، 2010، ص. 26-27، ولمؤلف نفسه (التصنيفات في المنطق الإحصائية التوجه التدالي الجنوبي نموذجيا)، مجلة عالم الفكر، العدد (4) مجلد (36) الكويت، إبريل-يونيو 2008، ص. 145-156. وكلود بوتان، التضليل الكلامي، واليات السيطرة على المجاميع، دار النهضة العربية، بيروت 2011، ص. 26 و38 وما بعدها، وأيضاً جابر عبد الحميد وعيساء الدين سلطان، الفرد وسياكولوجية الجماعات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1962، ص 158-159.

38- رشيد الراضي، الحجاج والمغاطسة، م. س. د. ص. 57.

39- كلود بوتان، طرق التضليل السياسي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 2009، ص. 87.

40- ليونيل روبي، م. س. د. ص. 396.

41- م. ن.


43- كلود بوتان، طرق التضليل السياسي، م. س. د. ص. 388.