



(8 نقاط)

الإجابة على السؤال الأول:

-- مغالطة رجل القش :

وهي نوع من المغالطات التي تهدف إلى إدخال الخوف في الشخص المقابل من خلال تنفيذ حجته بحجة أخرى مشابهة تجعله يحس بأنه على خطأ رغم صحة حجته ، ومن منظور إعلامي اتصالي السياسة الإعلامية والاتصالية المنتهجة من قبل البعض من المؤسسات ، كرؤساء التحرير ومدراء البعض من الوسائل الإعلامية من خلال تخويف صحفييها من خطر التطرق للأخبار والمواضيع الحساسة التي يرونها ويراه الجمهور جديرة بالاهتمام، و التي يمكن أن تستغل من قبل جهات للضغط على الوسيلة الإعلامية ماديا ومعنويا ، مما يجعل الصحفي يعمل تحت الضغط ما يجعله يمارس رقابة على نفسه جراء الضغط الممارس عليه سواء من الوسيلة أو من جهات ضاغطة

أخرى 1 بمثال تطبيقي.....1

-- البلاغة السفسطائية : مبنية على المغالطات والتشكيك وهي غير حقيقية وكثيرا ما تستخدم من قبل العديد من الوسائل الإعلامية على اختلافها التقليدية والحديثة خاصة عبر المواقع وشبكات التواصل الاجتماعي أين تكثر مظاهر البلاغة الحديثة (من خلال نشر الصور ،

الفيديوهات في شتى المجالات بنية التأثير والإقناع بحجج مزيفة غير دائمة.....1

1.....1 بمثال تطبيقي.....1

-- البلاغة الرقمية : من منظور اتصالي هي التوفيق في إيصال المعلومة أو الخبر من قبل مختلف الوسائل الإعلامية الرقمية (باللغز نصا ، بالصور، بالفيديو ، الرسوم ، الأيموجي،،،،، الخ) بغية إيصال المعنى والفكرة الواضحة الدالة الملائمة لواقع الحال سواء أكانت مكتوبة منطوقة أو سمعية بصرية / بنية التأثير على الجماهير واستمالتهم1

1.....1 بمثال تطبيقي.....1

-- مغالطة التماس الأعدار : وهي نوع من المغالطات المستخدمة كثيرا إعلاميا واتصاليا من قبل العديد من الأفراد داخل المؤسسات

وخارجها على اختلافها بما في ذلك الوسائل الإعلامية، والقائمة على تقديم الأعدار في حالات التقصير في أداء المهام والواجبات أو تلبية

الحاجات لطرف آخر بالرغم من عدم صحة أعدارهم في البعض من الأحيان1

1.....1 بمثال تطبيقي.....1

ملاحظة : الشرح والمثال يكون من منظور إعلامي اتصالي كما جاء في السؤال غير ذلك لا يحسب

الإجابة على السؤال الثاني:

(10 نقاط)

اتجهت البعض من المؤسسات إلى اعتماد أساليب قائمة على البلاغة الحجاجية و الإقناعية في بناء سياسات اتصالية حديثة تعتمد على أسس علمية و مقاربات نظرية في محتوى وسائلها الاتصالية بغاية الإقناع والتأثير ، لتعديل السلوك الاتصالي وجعله يتماشى و المتطلبات الراهنة ، وذلك وفقا لشروط ومعايير حجاجية ادت الى بروز نماذج اقناعية متنوعة ، بعضها قائم على المنهج المغالطي القائم على التشكيك .

ملاحظة : - قراءة السؤال جيدا ، - تفكير السؤال - (كما هو مبين أعلاه بالسطور)

1.....1 مقدمة:.....1

1.....1 - ذكر المثال أو النموذج التطبيقي (المؤسسة المعنية بتجسيد محاور الإجابة على السؤال) (7.5 نقاط)

العرض:.....1

أولا - الأساليب القائمة على البلاغة الحجاجية : الاعتماد على الأدوات الصرفية والنحوية، والبعض من الآليات البلاغية بغية التأثير

والإقناع ، وكذلك الآليات الشبيهة منطوية (ابتعاد القائمين على المؤسسة (ذكر نوع المؤسسة ...) على أي تعقيدات لفظية خلال الاتصال

الداخلي أو الخارجي ، مع انتقاء الجمل وحسن اختيار المفردات ذات المعاني المستقطبة وليست المنفرة1

ثانيا- كما تعتمد تلك المؤسسة (ذكر نوع المؤسسة وهدفها،،،، الخ) على أسس ومقاربات نظرية في محتوى وسائلها الاتصالية نذكر

منها: 1- نظرية ارسطو : والتي تقوم على وظيفتي التأثير والإقناع0.5 والتي اشترط فيها : المعرفة بطبائع

البشر والمقصود بهم الجمهور الداخلي وكذا الخارجي للمؤسسة بغية الإقناع والتأثير، كذلك معرفة مختلف الانفعالات وأرائهم ومقترحاتهم

وأخذها بعين الاعتبار من قبل المؤسسة ، ومعرفة الجوانب الأخلاقية لديهم واستغلالها لصالح المؤسسة لتحقيق أهدافها (ذكر هدف

المؤسسة المعنية في المثال)0.5

2 - نظرية بيرلمان للحجاج

1-2- عناصر ومحاور الحجاج وفقا لمخطط تصور بيرلمان للحجاج :

اعتمد بيرلمان في تصوره لعناصر ومعايير الحجاج وشروطه على المنظور الاتصالي القائم على أسس ومبادئ بناء عناصر العملية وذلك وفقا لما يلي :

المرسل أو الباعث	طبيعة الموضوع	العلاقة بين الطرفين أثناء الحجة	الحجج : دورها، طبيعتها وشروطها	المحور	الغاية	الغاية الأسمى
الاختلاف	الاحتمال والإمكان	التفاهم والتعاون والتقارب	الترجيح ، المعقولة، المقامية	المتلقي	الاستمالة والتأثير العملي (الإقناع)	الحرية
جدول يبين: تصور برلمان للحجاج 0.25						

شرح المخطط وتبيان علاقته بالمؤسسات : من خلال الجدول يتضح أن تصور برلمان للحجاج تصور اتصالي قائم على أسس ومبادئ بناء عناصر العملية الاتصالية (المرسل ، الرسالة، المتلقي، الهدف والغاية، الوسيلة) و من أهم العناصر التي ركز عليها هي الحجة وتحقيق الغاية وهي التأثير في المتلقي وإقناعه واستمالاته لتقبل ما تم نقله من المرسل وهو ما تسعى إليه اغلب المؤسسات إعلامية كانت أو إدارية 0.25

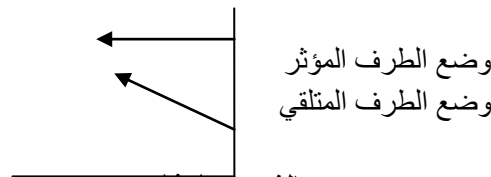
2-2 شروط ومعايير الحجاج حسب تصور بيرلمان (تبيان طرق تجسيدها من قبل المؤسسات) :

- 1- الاختلاف : 0.25 بالشرح ومثال تطبيقي 0.25
- 2- موضوع المحاجة (عناصر الاحتمال والإمكان) : 0.25 بالشرح ومثال تطبيقي 0.25
- 3- التفهم وتقبل الرأي الأخر والابتعاد عن التعصب : 0.25 بالشرح و بمثال تطبيقي 0.25
- 4- الغاية (الحرية) : 0.25 بالشرح و مثال تطبيقي 0.25

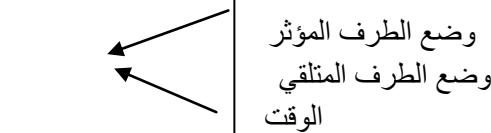
ثالثا - النماذج الإقناعية :

وبالاعتماد على تلك المعايير والشروط أدى الى بروز عدة نماذج اقناعية تختلف من مؤسسة إلى أخرى حددها الباحث ماجريسون كالآتي: (ضرورة إسقاط و توضيح أساليب توظيف تلك النماذج من قبل المؤسسات والقائمين عليها ضروري)

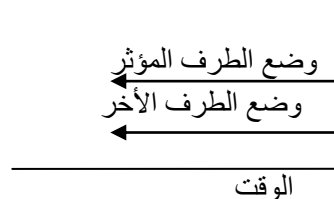
- 1 - نموذج الإقناع : 0.25 بالشرح والمثال 0.25



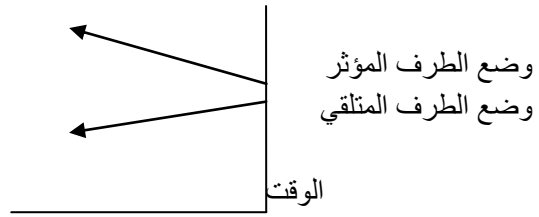
- 2- نموذج التفاوض 0.25 بالشرح والمثال 0.25 وهو ما يوضحه الشكل الآتي:



- 3- نموذج التعصب : 0.25 بالشرح والمثال 0.25



4- نموذج الاستقطاب : 0.25 بالشرح والمثال 0.25



رابعا : المنهج المغالطي القائم على التشكيك : بالشرح والمثال التطبيقي 1 نقطة

..... 0.5 نقطة خلاصة :

..... ملاحظة : نقطتين للإجابة المنظمة والممنهجة بالتوفيق والسداد