

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
جامعة عبد الحميد بن باديس
كلية الآداب العربية والفنون
قسم الدراسات اللغوية



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماستر
تخصص لسانيات وتحليل الخطاب



تحت إشراف الأستاذة:
د. بن قبلية مختاريت

من إعداد الطالبة:
غربي أمته

السنة الجامعية: 2016/2017

شكر وعرفان

لشكر والحمد لله تعالى الذي بمقدرته جل جلاله، وعلا يلين
الصخر ويسهل المستحيل، نعمه سبحانه على منحه لنا النور
والبصيرة لطلب العلم والذي رزقنا الهداية إلى سبيل الرشاد،
ووفقنا لإتمام هذا العمل.

يشرفني أن أتقدم بجزيل الشكر، والثناء الخالص إلى نبع العون،
إلى من وجهتني نون وهن، إلى من لم تبخل علي بالنصح
والإرشاد، وبملاحظتها القيمة، وتوجيهاتها الرشيدة،
إلى أستاذتي الفاضلة: "د. مختارية بن قباية"، على هذه
المنكرة، كما لا أنسى أستاذي الفاضل "د. بن عائشة
حسين" لكما مني جزيل الشكر وخالص
الاحترام والتقدير.

والشكر الموصول إلى كل أساتذة قسم اللغة العربية،
وإلى أعضاء لجنة المناقشة.

شكر وتقدير
مختارية بن قباية

الأب

الحمد لله الذي أعلنا بالعلم، أكرمنا بالتقوى، وأجملنا بالعافية،
أهدي هذا العمل إلى أعز ما أملك في هذا الوجود، إلى أمي الغالية،
وإلى أبي الذي أنزل دربي، أقدم له وسام الاستحقاق.
وإلى سندي في هذه الدنيا أخي خالد، وأخواتي سلمية، ونوال، وسعيدة،
وآمل، وبناتهن وأولادهن، يمينة، ونهال، وربناج، ويونس، ورضا.
وإلى من منحني القوة والصبر وزاد من عزيمتي في إنجاز هذا العمل
صالح.

من نون أن تنسى صديقتي منى، وحنان، وحياء،
وليلي، وفليزة، وإلى كل من مد لي يد
المساعدة في هذا البحث.
أهدي هذا العمل إلى طلبة الألب
العربي وخاصة طلبة تخصص
لستيات وتحليل الخطاب.



مقدمة

تعددت البحوث في مجال علوم اللسان، وعظمت فوائده وتتنوعت أغراضه ومقاصده تبعا للمنهج المتبع، وتوالى النظريات الدلالية في النصوص الأدبية وغيرها، ثم طرحت الكثير من الدراسات اللسانية منها في تفسير النصوص، وبيان معانيها واتضح أنها تدرس ذلك دراسة شكلية صورية بغض النظر عن السياقات الكامنة في الكلام (علم الوضع اللغوي)، وظهر بالمقابل علم الاستعمال اللغوي المتجدد بتجدد مقاصد المتكلمين وهو ما يعرف بالتداولية. فالتداولية اليوم جاءت لدراسة اللغة حال الاستعمال مع الاهتمام بأقطاب العملية التواصلية، فتهتم بالمتكلم ومقاصده وتراعي حال السامع أثناء الخطاب كما تهتم بالظروف والأحوال الخارجية المحيطة بالعملية التواصلية، بهدف الإقناع والذي هو عملية اتصالية بالدرجة الأولى نتيجة للتفاعل الديناميكي بين عناصر التواصل.

لقد أصبح الإقناع في وقتنا الحالي يلجأ إلى استخدام خطابات إعلامية جماهيرية كونه ممارسة لغوية لها طوعية تشغيل دلائل متنوعة بغية صياغة أطروحة معينة، أو مراسلة ما، والتأثير بها على المخاطب ضمن وضعية تواصلية تقتضي فضاء التخاطب .

وبعد أن كانت الكلمة المجردة هي الرائدة التي تعتمد على عناصر التعبير اللغوي، أصبحت الآن وبتغيير المواقف والظروف تشارك في التعبير مع وسائل أخرى في الحركة والصورة لتهيمن الخطاب الإعلامي المكتوب بتداولياتها على القراءة من خلال اعتماد الصحفي للغة المناسبة قصد التأثير والإقناع.

إن التداولية علما له مبادئه واتجاهاته، ويعتمد على آليات يقوم عليها من بينها: عناصر الاستلزام الحوارية، الافتراض المسبق، القصدية وكذلك الأفعال الكلامية، وهذه الأخيرة تشكل النواة الأساسية للنظرية، لذا رأيت أن أخصص وأركز في تحليلي على المنهج التداولي وأن أطبق هذا في بعض المقالات الصحفية المكتوبة والمنشورة في الصحافة الجزائرية.

ونظرا لأهمية الأفعال الكلامية في الجانب التداولي وخاصة في الواصل الصحفي وعلاقته بالسياق ومستعملي اللغة الصحفية، ارتأيت أن يكون عنوان البحث كالاتي: تداولية الخطاب الإعلامي – أثر الأبعاد التداولية في لغة المقالات. جريدة الشروق اليومي أنموذجا.

وانطلقت في دراسة هذا الموضوع من تساؤلات عديدة من بينها، الإشكالية الرئيسية المتمثلة في:

إلى أي مدى يمكن للتداولية أن تساهم في وصف وتفسير أبعاد الخطاب الإعلامي؟
ما أثر الأفعال الكلامية في لغة الصحفي في جريدة الشروق اليومي؟
وتفرعت عن الإشكالية الأساسية إلى أسئلة فرعية منها:
ما هو الخطاب؟ ما هي مستوياته؟ وما هي إستراتيجيته؟
ما هو الخطاب الإعلامي؟ مما يتكون؟ وما مميزاته؟
ما هي التداولية؟ كيف نشأت؟ ما هي أهميتها ومرتكزاتها؟
وتتبع أهمية الموضوع من اعتبارات أهمها:

- حداثة هذا الموضوع ومواكبة كل جديد في مجال علوم اللسان العربي من حيث العرض بشكل مستقل، وإن كانت جذور هذا العلم وأصوله موجودة في تراثنا العربي.

- إظهار أهمية التحليل التداولي في الخطاب الإعلامي وخاصة في الصحافة المكتوبة للتأثير على القراء، بجذب أكبر عدد من الجماهير للجريدة.

- الاهتمام بالجانب الاستعمالي للغة وتفسيرها وربطها بالجوانب الثقافية والاجتماعية والسياسية والخروج عن الجانب الشكلي الجامد للغة.

أما عن أسباب اختيار هذا الموضوع فهي:

- خدمة التخصص الذي أدرس فيه والتعمق في بعض من مجالاته.

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث فيه معرفيا ومنهجيا.

- أهمية الموضوع والمصطلحات التي يتعامل معها؛ التي من بينها: الإقناع، والتواصل الصحفي، والتداولية، والأفعال الكلامية... والإحاطة بجميع جوانب هذا الحقل الدلالي.

ولهذه الدراسة أهداف كثيرة:

*تتبع أثر القواعد المتعارف عليها من خلال العبارات الملفوظة وتأويلها والاهتمام بتحليل الشروط التي تجعل العبارات جائزة ومقبولة في موقف معين بالنسبة للمتكلمين بلغة ما.

*البحث في كيفية تماسك ظروف نجاح العبارات كفعل إنجازي، أي إنزال الأعمال المنجزة في موقف (سياق) معين، وصوغ الشروط التي تعين أي العبارات لتكون حجة في موقف ما من خلال تحليل مقال بالصحيفة المكتوبة.

*تحويل دراسة الموضوعات التي هي ضرب من ضروب الخطاب إلى وصفها كأفعال منجزة والتي هي أفعال الكلام المنبثقة عن الاستعمال، بمعنى أن المنهج التداولي يحول مجرى الدراسات التي كانت مقتصرة على البنية المجردة لموضوع العبارات وهذا مذهب البنيوية إلى الدراسة التي تأخذ في الحسبان دراسة هذه البنية لإنجاز العبارة، أي الحث على تحويل الخطاب إلى أفعال منجزة يمكن أن ندعوها "تأويلا تداوليا للعبارة ومدى تأثيرها على المتلقي من خلال الآليات التي يختارها الصحفي وكتابته".

*أسئلة كثيرة وأهداف كانت الدافع لإنجاز هذه الدراسة وللإجابة عن هذه الأسئلة وما يتبعها من إشكاليات منبثقة من العنوان، قسمت البحث إلى مدخل وثلاثة فصول وتصدر ما سبق مقدمة، وقد قامت في المدخل بدراسة الكلمة المفتاحية للموضوع بعنوان "الرسالة الإعلامية بين التأثير والتأثر".

عنوان الفصل الأول "ماهية الخطاب الإعلامي وأساليب الإقناع" حيث تضمن ثلاث مباحث، الأول حول مفهوم الخطاب ومستوياته أما المبحث الثاني فعنون بـ استراتيجيات الخطاب وأنواعها، والمبحث الثالث "ماهية الخطاب الإعلامي ومميزاته"، في هذا الفصل حاولت التعمق في مفهوم الخطاب عند العرب وعند الغرب وما هي أنواعه والعلاقة بينها وما معايير تصنيف استراتيجيات الخطاب وما هي الأساليب الإقناعية في الخطاب الإعلامي وتأثيره على الجمهور.

أما الفصل الثاني فكان تحت عنوان عناصر المحيط التداولي في الخطاب الإعلامي، وتضمن أيضا ثلاث مباحث، الأول حول التداولية بين النظرية والمنهج وفيه تم عرض نشأتها وتطورها، والثاني نظرية أفعال الكلامية في الخطاب الإعلامي، أما الثالث فعنون بأفعال الكلام عند أوستن وسيرل في الخطاب الإعلامي، وفي هذا الفصل تم تبين أثر التداولية في الخطاب الإعلامي من خلال أفعال الكلام، وقد واكب هذا الفصل فصل ثالث معنون بأثر الأبعاد التداولية في لغة المقالات – جريدة الشروق اليومي أنموذجا. فاشتمل على جانب تطبيقي كان مدعما لما جاء في الدراسة النظرية بعنوان الدراسة التأصيلية وهذا

ما عنون به المبحث الأول وتناولت فيه التعريف بجريدة الشروق اليومي، ثم الهدف من هذه الدراسة التأصيلية، أما المبحث الثاني فكان حول الأبعاد التداولية المنجزة بجريدة الشروق اليومي، وفي الأخير جاءت خاتمة المبحث في شكل خلاصة شاملة.

وقد اتبعت في إنجاز الخطة السالفة الذكر المنهج الوصفي في الجانب النظري والمنهج التداولي في الجانب التطبيقي.

وقد أنجز البحث بعد الاطلاع على عدة مصادر ومراجع كانت موردا هاما في هذا البحث منها 'استراتيجيات الخطاب لظافر الشهري'، وتحليل الخطاب لبراون بول، ولسانية التلطف وتداولية الخطاب لذهبية حمو الحاج، وغيرها من الكتب.

بيد أنني وجدت بعض الصعوبات أثناء دراسة هذا الموضوع، وخاصة في الجانب التطبيقي من خلال مقارنة تحليل المقال بما يتلاءم والجانب النظري، ونظرا لتوسع الموضوع صعب حصره في دراسة بعض النماذج، لكن الحمد لله تجاوزت تلك الصعوبات بفضل الله عز وجل لإتمام هذه الرسالة مع أن هذا الموضوع لا زال مجالا خصبا للبحث والتقيب.

هذا وما كان من خطأ أو سهو أو نسيان فمننا ومن الشيطان، وما كان من توفيق وسداد وبيان فمن الله وحده المنان، وما توفيقنا إلا بالله عليه نتوكل، والله من وراء القصد.

من اجتهد وأصاب فله أجران ومن اجتهد ولم يصب فله أجر واحد.



المدخل:

الرسالة الإعلامية بين التأثير والتأثر:

قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾.¹

من أهم الأسس النظرية التي يقوم عليها علم الاتصال المعاصر، هي النظرية الرياضية للمعلومات التي تعتمد على التعارف بين الأفراد والمجتمعات (Mathematical theory of information) والحكومات.. ومثلما أن الاتصال يعتمد على اللغة، وهو الذي يسمى بالاتصال اللفظي، فهناك اتصال غير لفظي يؤدي هو الآخر دورا مهما، سواء كان مصاحبا ومكملا للنمط الأول أو مستقلا.

ولقد تجلّى ذلك في كثير من الآيات القرآنية، كما في قول الحق تبارك وتعالى مخاطبا نساء النبي صلى الله عليه وسلم: ((يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِّنَ النِّسَاءِ ۗ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا))²

فالخضوع هنا بمعنى إمالة الكلام وإلنائه... وهو تعبير مباشر عن نمط الاتصال غير اللفظي، الذي يستخدم خصائص ما وراء اللغة.. والنهي عن تليين الكلام مرتبط بفعالية وتأثير هذه الرسالة في اللفظية، حتى ولو تناقضت مع ظاهر الكلام، بما تنير من توقعات وأمال عند الفساق ذوي القلوب المريضة.³

فالاتصال معلومات أو أوامر تبث إلى البيئة بهدف التأثير فيها، والسيطرة عليها.. وتقوم العملية الاتصالية على مكونات أساس هي: المرسل أو المصدر، ثم الوسيلة، فالمتلقي، ورجع الصدى أو التأثير مع مراعاة أن تقسيم هذه العملية إلى مجموعة من العناصر

1- سورة الحجرات، أية رقم 13.

2- سورة الأحزاب، أية رقم 32

3- محمد كامل عبد الصمد، "الإعجاز العلمي في الإسلام"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، ط21993،

يستهدف الشرح والتبسيط، ولا ينفى مدى التركيب والتعقيد، وعدم إمكانية الفصل بين هذه العناصر في الواقع الحقيقي، مع التأكيد أن عملية الاتصال تتسم بالاستمرارية، وتعتمد على مجموعة من العناصر المتصلة والمتداخلة والمتشابكة مع ظروف نفسية واجتماعية تؤثر في النهاية على انتقال الأفكار والمعلومات بين الأفراد والجماعات.

فالرسالة هي مضمون السلوك الاتصالي، فالإنسان يرسل ويستقبل كميات ضخمة ومتنوعة من الرسائل، بعضها يتسم بالخصوصية مثل الحركة والإيماء والإشارة والابتسامة والنظر، وبعضها الآخر يتسم بالعمومية مثل الندوات والمحاضرات ورسائل الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسينما، وبعض الرسائل يتم نقلها بقصد، ورسائل أخرى يتم التعرض لها بالمصادفة، وكلما كان هناك تفاعل وفهم مشترك بين المرسل والمتلقي قاد ذلك إلى فعالية الرسالة، وكلما استطاع المتلقي أن يستوفي المرسل لمزيد من الفهم، اكتسبت الرسالة فعالية أكبر.¹

وهناك عدة أمور يجب أن نأخذها في الاعتبار بالنسبة للرسالة، منها:

1- لغة الرسالة: وهي مجموعة الحروف والكلمات التي لا تقبل التقسيم وتهدف إلى تكوين بناء متكامل، ومجموعة من العناصر (مفردات اللغة) ومجموعة من الأساليب التي تجمع تلك العناصر في تكوين له معنى.

2- مضمون الرسالة: وهو مادة الرسالة التي يختارها المصدر لتعبر عن أهدافه، فهو العبارات التي تقال والمعلومات التي تقدم، والاستنتاجات التي نخرج بها، والأحكام التي نقترحها.

3- معالجة الرسالة: تشير معالجة الرسالة إلى القرارات التي يتخذها المصدر أو المرسل بالنسبة للطريقة التي سيقدم بها المضمون، فالمصدر قد يختار معلومة معينة ويتجاهل معلومات أخرى، وقد يكرر الدليل الذي يحاول أن يثبت به رأيه، وقد يلخص ما يقوله في

1- عماد مكاي، ليلي حسين السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، الدار المصرية اللبنانية، ط02، 2001/هـ1422م، القاهرة، ط03، 2002/هـ1426م

البداية أو في النهاية، ويستطيع المصدر أن يذكر كل الحقائق في رسالته، وقد يترك للمتلقي مهمة تكملة الجوانب التي لم يذكرها في الرسالة.. ويتخذ كل فرد القرارات التي تحقق أهدافه بأفضل شكل متاح.

وتتلخص عناصر نجاح الرسالة الإعلامية، كما يرى الدكتور محي الدين عبد الحلیم في الأتي: ¹

أ- يجب أن يراعي في الرسالة أن تهتم اكبر عدد ممكن من الجماهير المستقبلية، وان تشعر هذه الجماهير بحاجتها لموضوع الرسالة، وان تعالج مشاكلهم، وان تتناول مختلف قضاياهم.
ب- يجب أن تعد الرسالة بما يتناسب والظروف الخاصة التي تحكم كل وسيلة إعلامية، لان الرسالة الإذاعية تتطلب شروط قد لا تتطلبها الرسالة الموجهة عن طريق التلفزيون، ذلك أن مستقبل الرسالة الإذاعية لا يرى الحدث بعينه كما لا يرى المذيع الذي ينقل له ذلك الحدث، وعلى العكس من ذلك فان مستقبل الرسالة الإعلامية المنقولة بواسطة التلفزيون يشاهد لقطات من الحدث كما يشاهد المذيع، وكذلك فان الرسالة المطبوعة تسمح إلى حد ما بالإفاضة في شرح تفاصيل الموضوع الذي تنقله، وكذلك فان الرسالة الشفوية تختلف عن الرسائل التي سبق ذكرها، وهذا يتطلب من المرسل أن يكون متفهماً لطبيعة كل وسيلة، دارساً لأصول استخدامها في الزمان والمكان المناسبين.

ج- يجب مراعاة المستويات المختلفة للجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية، فتوجه الرسالة باللغة التي يفهمها هذا الجمهور ويتجاوب مع معانيها، فالرسالة الموجهة لمستويات تعليمية عليا تختلف عن الرسالة الموجهة لمستويات شعبية قليلة الحظ من التعليم والثقافة، وكذلك الرسالة الموجهة للجمهور المحلي الداخلي تختلف عن الرسالة الموجهة للجمهور الخارجي العالمي.

1- محي الدين عبد الحلیم، "الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية"، الطبعة الثانية (القاهرة: مكتبة الخانجي، 1984) ص 34-35

د- يجب ألا تأتي الرسالة متناقضة مع عادات المجتمع وتقاليد، ولكن يجب أن تأخذ الرسالة في اعتبارها اهتمامات الجمهور الذي توجه إليه، ذلك أن الفرد لا يعرض نفسه إلا للموضوعات التي يرغب في التعرض إليها فعلا، وهو ما يسمى بالإدراك الانتقائي، كما انه لا يدرك هذه الموضوعات إلا بالشكل الذي يود إدراكها به، وهو ما يسمى بالإدراك الانتقائي، وان معظمنا يتذكر المواد الإعلامية التي تؤيد وجهة نظر ونحاول أن نتجاهل المعلومات المخالفة لأرائنا، وهو ما يسمى بالحفظ أو التذكر الانتقائي.

ه- يجب أن تتميز الرسالة الإعلامية بالبساطة والوضوح، وان تستبعد منها العبارات والألفاظ المعقدة والغامضة، لان الإعلام يعتمد على الكلام الواضح البسيط، أيا كان نوع الرسالة الإعلامية الموجهة، وليست الرسالة الإعلامية الناجحة هي التي تصاغ عباراتها بمهارة أو طلاقة لغوية فائقة ثم تترك عالم الواقع وتحلق في أجواء الخيال.

أساليب الإقناع المستخدمة في الرسالة الاتصالية:

تتنوع وتتعدد الأساليب في الرسالة لإقناع المتلقي بمضمونها، فأساليب عرض المحتوى تؤثر على التعليم والإقناع، وهناك العديد من الاعتبارات التي تؤدي إلى اختيار أسلوب معين لتقديم النص الإعلامي، واستخدام نوع معين من الإستمالات، بما يتوافق وطبيعة الموضوع وخصائص جمهور المتلقين.. ومن تلك الأساليب الإقناعية:

1- وضوح الأهداف مقابل استنتاجها ضمنيا:

الإقناع يكون أكثر فعالية عند ذكر أهداف الرسالة أو نتائجها بوضوح، لذلك يجب أن لا نترك للجمهور عبء استخلاص النتائج بنفسه.. وقد أسفرت نتائج الدراسات والبحوث التي أجريت على الجمهور، فيما يتعلق بتغيير الاتجاهات، عن أن الذين غيروا اتجاهاتهم بما يتوافق وأهداف الرسالة بلغت الضعف حينما قدم المتحدث نتائجها بشكل محدد، وذلك بالمقارنة إلى نسبة الذين غيروا اتجاهاتهم بعد أن تعرضوا لرسالة ترك المتحدث نتائجها يستخلصها الجمهور.

وفي الواقع فان القران جاءت آياته كلها واضحة الأهداف.

ومما يجدر ذكره أن هذه الأساليب والاعتبارات قد تذهب إلى ابعد من ذلك، حيث تتجاوز مستوى الوضوح مقابل الضمنية، فهي أيضا تتوقف على ظروف أخرى كثيرة مثل:

أ- مستوى تعليم وذكاء المتلقي.

ب- درجة أهمية الموضوع أو ارتباطه بالمتلقي.

ج- نوع القائم بالاتصال.

فالملاحظ انه كلما زاد ذكاء المتلقي وتعليمه كان من الأفضل ترك أهداف ضمنية.. وإذا كان للمتلقي فسوف تتوفر لديه معلومات كثيرة عنه، الأمر الذي يجعله يدقق ويتفحص رسائل القائم بالاتصال وأهدافه، وبالتالي يصبح تركه يستخلص النتائج بمعرفته أكثر فعالية، كذلك إذا كان القائم بالاتصال محل شكوك المتلقي فان تأثيره سوف يقل إذا قدم الرسالة بشكل محدد، ويمكن ملاحظة ذلك في قصة سيدنا موسى عليه السلام مع العبد الصالح في الآيات من (66) – (80) من سورة الكهف.

2- تقديم الأدلة والشواهد:

يقول الله تعالى: ﴿أَفَلَا يَنْظُرُونَ إِلَى الْإِبْلِ كَيْفَ خُلِقَتْ وَإِلَى السَّمَاءِ كَيْفَ رُفِعَتْ وَإِلَى الْجِبَالِ كَيْفَ نُصِبَتْ وَإِلَى الْأَرْضِ كَيْفَ سُطِحَتْ﴾¹

يسعى معظم القائمين بالاتصال إلى دعم رسائلهم الإقناعية بتقديم أدلة أو عبارات تتضمن إما معلومات واقعية أو آراء منسوبة إلى مصادر أخرى غير القائم بالاتصال... ويمكن تقديم بعض التعميمات حول تأثير تقديم الأدلة والشواهد، منها:

أ- يرتبط استخدام الأدلة والشواهد في الرسالة بادراك المتلقي لمصداقية المصدر، فكلما زادت مصداقية المصدر قلت الحاجة لمعلومات تؤيد ما يقوله.

ت- تحتاج بعض الموضوعات أدلة أكثر من غيرها، خاصة تلك الموضوعات التي لا ترتبط بالخبرات السابقة للمتلقي.

ج- يقلل التقديم الضعيف للرسالة من وقع وتأثير أي دليل.

د- تقديم الأدلة يكون وقعه اكبر على الجماهير الذكية، أي أولئك الذين يتوقعون إثباتا للأفكار المعروضة عليهم.

هـ- يتوقف تأثير الدليل على ما إذا كان المتلقون يعتبرونه صحيحا أو غير صحيح.

3- عرض جانب واحد من الموضوع مقابل عرض الجانبين، المؤيد والمعارض:

وجد بعض الباحثين أن تقديم الحجج المؤيدة والمعارضة في الموضوع الواحد أكثر فعالية واقدر على التعبير لدى الفرد المتعلم، وحين يكون الجمهور مترددا فان تقديم الجانبين يكون أقوى أثرا.

يقول الله تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ (30) وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ (31) قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ (32) قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ (33)﴾¹

ولذلك نجد أن الآية رقم (34) في سورة البقرة تؤكد أن الملائكة قد وصلوا إلى قناعة بالطرح الرباني، فحينما أمرهم بالسجود لآدم عليه السلام اقبلوا دون تردد، قال تعالى: ﴿وَإِذْ قُلْنَا لِلْمَلَائِكَةِ اسْجُدُوا لِآدَمَ فَسَجَدُوا إِلَّا إِبْلِيسَ أَبَى وَاسْتَكْبَرَ وَكَانَ مِنَ الْكَافِرِينَ (34)﴾²

وفي المقابل يكون التركيز على جانب واحد من الموضوع أكثر فعالية على تغيير آراء الأفراد الأقل تعليما، أو الأفراد المؤيدين لوجهة النظر المعروضة في الرسالة، حيث يصبح تأثير الرسالة في هذه الحالة تدعيما.

1- سورة البقرة، آية رقم 30 – 33.

2- سورة البقرة، آية رقم 34.

4-ترتيب الحجج الإقناعية داخل الرسالة:

يشار إلى الرسالة التي تحتجز أقوى واهم الحجج إلى النهاية بأنها تستخدم في ذلك ترتيب الذروة، أو تأثير النهاية، أما الرسالة التي تقدم الحجج الأقوى في البداية فهي تتبع تأثير عكس الذروة أو تأثير البداية.. ولا بد من الإشارة هنا إلى انه ليس هناك قاعدة و قانون عام لترتيب الحجج في عملية الإقناع، فقد ذهبت بعض الدراسات إلى أن الحجج التي تقدم في البداية تأثيرها أقوى من الحجج التي تقدم في النهاية، بينما أظهرت دراسات أخرى نتائج عكس ذلك.. ويرى بعض الباحثين أن تأجيل الحجج الأقوى حتى النهاية أفضل من تقديمها في البداية، ولنا أن نلاحظ ترتيب الحجج في القران الكريم، كما في قصة سيدنا إبراهيم عليه السلام مع النمرود، حيث جاءت الحجة القوية في نهاية الأمر: ((فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ جَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ)).¹

5-استخدام الاتجاهات والاحتياجات الموجودة لدى الجماهير:

يرى علماء الاجتماع أن الجمهور يكون أكثر استعدادا لتدعيم احتياجاته الموجودة عن طريق تطويره لاحتياجات جديدة عليه تماما، بمعنى أن الرسالة تكون أكثر فعالية حينما تجعل الرأي أو السلوك الذي تعرضه يبدو للجمهور على انه وسيلة لتحقيق احتياجاته الموجودة فعلا، وفي القران الكريم يقول تعالى: ﴿إِذْ قَالَ الْحَوَارِيُّونَ يَا عِيسَى ابْنَ مَرْيَمَ هَلْ يَسْتَطِيعُ رَبُّكَ أَنْ يَنْزِلَ عَلَيْنَا مَائِدَةً مِنَ السَّمَاءِ قَالَ اتَّقُوا اللَّهَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (112) قَالُوا نَرِيدُ أَنْ نَأْكُلَ مِنْهَا وَتَطْمَئِنَّ قُلُوبُنَا وَنَعْلَمَ أَنْ قَدْ صَدَقْتُنَا وَنَكُونَ عَلَيْهَا مِنَ الشَّاهِدِينَ)).²

1- سورة البقرة، أية رقم 258.

2- سورة المائدة، أية رقم 112 – 113.

الفصل الثاني

منها



المبحث الأول: مفهوم الخطاب ومستوياته.

لقد شكل الخطاب موضوعا للبحث لدى لسانيين كثيرين إلا أن "مفهوم الخطاب قد ناله التعدد والتنوع وذلك بتأثير الدراسات وذلك بتأثير الدراسات التي أجراها عليه الباحثون حسب اتجاهي الدراسات اللغوية الشكلية والدراسات التواصلية، ولهذا فهو يطلق إجمالاً على احد مفهومين يتفق احدهما مع ما ورد قديماً عند العرب! ما في المفهوم الآخر فيتسم بجذته في الدرس اللغوي الحديث وهذان المفهومان هما:

الأول: انه ذلك الملفوظ الموجه إلى الغير بإفهامه قصداً معيناً.

الأخر: الشكل اللغوي الذي يتجاوز الجملة"¹

وباتي سبب هذا التعدد من اقتران مصطلح الخطاب لمجالات استعماله المتعددة السياسة الثقافية الدينية، الاجتماعية، التاريخية،... مما ينتج عنه الخطاب السياسي، الثقافي، الاجتماعي... ولذلك ورد الخطاب بتعريفات متنوعة في هذه الميادين العديدة بوصفه فعلاً يجمع بين القول والعمل فهذا من سماته الأصلية وليس في ذلك تشتت بقدر ما فيه من سعة التصنيف.

مفهوم الخطاب عند العرب:

لقد ورد الخطاب في القرآن الكريم بصيغ مختلفة وذلك في قوله: "وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا" (63)² وقوله: " رب السماوات والأرض وما بينهما الرحمن لا يملكون منه خطاباً (37)" ³، وفي قوله تعالى أيضاً من سورة داود عليه السلام: "وشددنا ملكه وآتيناه الحكمة وفصل الخطاب"⁴.

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب"، ص: 36-37.

2- سورة الفرقان، أية رقم: 63.

3- سورة النبأ، أية رقم: 37.

4- سورة ص، أية رقم: 20.

لم يغفل العلماء العرب عن اهتمامهم بالخطاب وبتعريفه حيث أن لفظ الخطاب "قد ورد أكثر عند الأصوليين انطلاقاً من أن الخطاب هو الأرضية التي استقامت أعمالهم عليها بل كان هو محور بحثهم فقد تردد كثير من اشتقاقات مادة (خطب) في مواضع متعددة عندهم ومن بين الأدلة على ذلك إيرادهم الاسم الفاعل مخاطب ولأسم المفعول مخاطب بوصفهما طرفي الخطاب.¹

وممن اهتموا بالخطاب في التراث اللغوي العربي نجد الأمدى إذ أعطى تعريفاً للخطاب بقوله: "قد قيل فيه، هو الكلام الذي يفهم المستمع منه شيئاً"، وهو غير مانع، فإنه يدخل فيه الكلام الذي لم يقصد المتكلم به إفهام المستمع فإنه على ما ذكر منه الحد وليس خطاباً والحق عندي أنه "اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه".²

كما يعطي على ابن السبكي تعريفاً للخطاب يقول فيه: "هو ما وجب من الكلام نحو الغير لإفادته"³، وهو بهذا يشترط عنصر الإفادة في الخطاب، فإذا لم يكن الكلام مفيداً أي ذا معنى فلا يعد خطاباً ونجد كذلك الجويني الذي يعطي تعريفاً للخطاب بقوله أنه "الكلام والخطاب والتكلم والتخاطب والنطق، واحد في حقيقة اللغة، وهو ما يصير به الحي متكلماً"⁴.

ويظهر لنا من خلال هذه التعاريف أن الخطاب عند الأصوليين يشتمل على عناصر تحدد معالمه، يمكننا أن نجملها فيما يلي:

1- انظر: محمد فخر الدين الرازي، "المحصل في علم الأصوات"، تح: محمد عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية ط1420هـ/1999م- المجلد1 ص: 403-404/
2- الأمدى سيف الدين أبو الحسن علي بن محمد، "الإحكام في أصول الأحكام" تح: الشيخ إبراهيم العجوز، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان (د.ط.)، (د.بت) ج1 ص: 85
3- السبكي علي بن عبد الكافي وابنه تاج الدين، "الإبهاج في شرح المنهاج"، دار البحوث للدراسات الإسلامية وإحياء التراث، دبي-(الإمارات ع.م) ط1 1424هـ/2004م ج2 ص: 120.
4- الجويني الكافية في الجدل، تح: فوقيه حسين محمد، مطبعة عيسى البابي الحلبي القاهرة: 1399هـ/1979م/ص: 32.

1- الألفاظ المتواضع عليها بين المرسل والمتلقي وهو عنصر يتعلق بالجانب الصوري للغة.

2- القصد من الخطاب وهو ما يتعلق بالمرسل باعتباره الطرف الأول القائم بين الاتصال الذي يريد إيصال نواياه ومقاصده إلى المتلقي عن طريق الخطاب.

3- قابلية المتلقي للفهم وتعني استعداده للتلقي والفهم.

4- أن يكون الخطاب مفيدا ويعني ذلك حصول الفائدة من الكلام ووصول معناه إلى المتلقي.

وبهذا يكون الأصوليون قد توصلوا في دراستهم للنشاط اللغوي إلى الجمع بين الجانب الصوري والتداولي في تعريفهم للخطاب.

مفهوم الخطاب عند الغربيين:

أما عند الغربيين قد اختلفت الآراء حول تعريفه، وهذا الاختلاف نابع من تعدد مناهج الدراسات اللغوية التي أضفت كل واحدة منها عن تعريف خاص بالخطاب لا يخرج عن إطار ذلك المنهج.

فبالنسبة للاتجاه الشكلي فنجد يعرف الخطاب بوصفه "تلك الوحدة الأكبر من الجملة فتتجه عناية الباحث بعناصر انسجامه وترابطه وتركيبية ومعرفة علاقة وحداته بعضها ببعض، بل ومناسبة ببعضها البعض الآخر وذلك على مستوى بنيته المنجزة"¹

أما الاتجاه الوظيفي فيعرف الخطاب بوصفه "استعمال اللغة كما هو عند بعض الباحثين"² وذلك يتجاوز وصف الخطاب وصفا شكليا، وعدم الاكتفاء بالوقوف عند بيان علاقة وحدات الخطاب ببعضها البعض، وتحليلها والدعوة إلى ضرورة الاعتناء بدون عناصر السياق ومدى توظيفها في إنتاج الخطاب، وفي تأويله مثل دور العلاقة بين طرفي الخطاب، ودرجاتهم الاجتماعية وطرقهم المعتادة في إنتاج خطاباتهم فالتلفظ المتعدد لخطاب

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري، المرجع السابق، ص: 38.

2- براون بول، "تحليل الخطاب" دار الفجر للنشر والتوزيع، 1997، ص: 38.

واحد مثلاً يجسد (الأنا) المتلفظة في تباينها الواقعي والاجتماعي مع المرسل إليه" ¹

وفي التعريف يبرر الدور الوظيفي للخطاب والذي يسمح بإظهار أهداف المرسل ومقاصده من خلال تحقيقه لبعض الوظائف اللغوية.

ويعرف الخطاب كذلك بوصفه ملفوظاً، إذ يمثل هذا التعريف نقطة التقاطع بين المنهجين السابقين أي بين البنية والوظيفة، وقد يتخذ من الجملة أساساً له، ولكن ليس بمفهومها العرفي التجريدي بل بوصفها تلك السلسلة من الكلمات غفلاً عن اعتبار السياق، بل بمفهومها العرفي التجريدي، بل بوصفها التعريف بهذه الرؤية، مفهوم الخطاب وفق المنهج الشكلي أي بوصفه ما يزيد عن الجملة كما يعدل به تراكمات من الوحدات اللغوية الصغرى التي لا سياق لها لكونه مجموعة من الوحدات ذات سياقات تلفظية خاصة بها، أي أن الخطاب مكون من جمل سياقية.²

وكما أن المورفيم هو اصغر وحدة لغوية دالة، والفونيم هو اصغر وحدة لغوية غير دالة في التقطيع المزدوج (la double articulation du langage) لدى أندري مارتيني (André martinet) فان المنطوق (énoncé) بالنسبة لميشال فوكو (Michel Foucault) هو العنصر النهائي الغير قابل للقسم في الخطاب، إذ علينا الآن أن نفهم كيف طرح فوكو مسألة الخطاب، وكيف سيفرض علينا العودة إلى نواته الأولى، أو كما يسميها (ذرة الخطاب) والتي لا تعدوان تكون سوى ذلك المنطوق (énoncé) الذي يجعله فوكو (Foucault) متفرداً³، حيث يقول: "...فمن الوهلة الأولى يظهر المنطوق وكأنه عنصر نهائي غير قابل للقسم، وبالأمكان عزلة في حد ذاته، وبإمكانه أن يكون لعبة علاقات مع عناصر أخرى متشابهة له... فيظهر وكأنه بذرة فوق سطح نسيج حاكته بنفسها، إنها ذرة الخطاب".

1- براون بول، المرجع السابق نفسه، ص: 38

2- ينظر: عبد الهادي ظافر الشهري، المرجع السابق، ص: 38

3- ينظر: محمد علي الكبسي، ميشال فوكو، "تكنولوجيا الخطاب"، "تكنولوجيا السلطة"، "تكنولوجيا

السيطرة على الجسد"، دار سراس للنشر، تونس، أبريل 1993، ص: 16.

ومن هنا نجد أن فوكو (Foucault) يرى أن الوصول إلى فهم الخطاب "يجب أن يمر عبر تفكيك هذه الذرة، فالخطاب لا يتعرف على ذاته كموع من أنواع الأماكن أو بالأحرى كحقل من الخيارات الممكنة، إلا من خلال المنطوق الذي يكشف عن الموقع الخاص للخطاب أكثر مما يكشف عن إنتاجاته."

وبهذا يتوصل فوكو إلى اعتبار أن كل خطاب منظور إليه في ذاته هو ممارسة خطابية منظمة قائما على شكل من أشكال المنطوقات باعتبارها جذره الأصلي، حيث يقول أن ما اسميه خطابا هو مجموع المنطوقات التي تعود إلى نفس الصياغة الخطابية ولا تكون وحدة بلاغية أو صورية متكررة بلا نهاية حيث نستطيع إعلان... ظهورها واستعمالها داخل التاريخ، وهكذا لا يكون الخطاب شكلا عقليا ولا زمنيا ذا تاريخ إضافي".¹

ومن جهة أخرى، يرى (M. Foucault) بان هذه المنطوقات يتكامل تكوينها داخل الممارسات غير الخطابية وليس داخل الممارسات الخطابية وحدها²، حيث أن هناك إستراتيجية لا خطابية تصاحب الخطاب وتعمل فعلها، إذ تعتبر خطابات موازية وليس خارجية، كما أنها عناصر فعالة طالما أنها إستراتيجية نلجأ لفهم عالم الخطاب.³

وبالتالي فهو يعرف هذه الممارسات غير الخطابية بأنها "حقل مؤسساتي بمجموعة أحداث وممارسات وقرارات سياسية وتسلسل سياقات اقتصادية، حيث تظهر تغيرات ديموغرافية وتقنيات مساعدة واحتياجات إلى اليد العاملة وعديد مستويات البطالة"

وعليه فقد أكد فوكو (Foucault) "على وجود استغلال الممارسات غير الخطابية، ووجوب فهم كيفية خضوع الخطاب لهذه الأخيرة التي ينشئها ويوظفها في نفس الوقت".

1- ينظر: عبد الهادي ظافر الشهري، المرجع السابق، ص: 40

2- ينظر: محمد علي الكبيسي، المرجع السابق نفسه، ص: 24.

3- ينظر المرجع نفسه، ص: 24.

ويمكن القول إجمالاً بان الخطاب هو أسلوب كلام يستعمله المرسل لنقل رسالة شفوية أو كتابية للمرسل إليه، وتحمل مضمونا غرض التبليغ، حيث أن كل كلام في الأصل هو خطاب كما يتكون الخطاب من رصيد لغوي (الأصوات/ دلالة/ تركيب/ توظيف)، أي وجود سابق وهو الاصطلاح لهذا الرصيد الذي هو ظاهرة اجتماعية تحكمها قوانين المحدثين ضمن نظام من العلامات، مترابط بشكل نسقي مع الفعل التواصلية(.....) ويأخذ أحيانا الخطاب أبعادا كثيرة، حيث تفرض المقامات والسياقات عليه أن يتغير مع توظيف أسلوب آخر، ومن منهج إلى آخر، باستعمال أنظمة نحوية وخطابات متنوعة بل يقع بينهما التداخل اللغوي أو الانتقال اللغوي" الذي يفرضه المقام"¹

مستويات الخطاب:

أ- **الخطاب العادي:** ونقصد به اللغة العامية التي يستخدمها الناس للتعبير عن حاجاتهم اليومية وهذا المستوى اللغوي لا يراعي الالتزام بالقواعد النحوية والانضباط بها، حيث انه يمثل لغة بسيطة في استعمالها وتسمى باللهجة.

إلا أنه ينفي الانتباه إلى مفهوم اللهجة في العصر الحديث يختلف عن مفهومها في التراث اللغوي العربي الإسلامي،" فالمراد باللهجات العربية القديمة التنوعات المحلية أو القبلية باعتبارها مخصوصة في استعمال العربية، أي أجزاء من اللسان وليست كلا ينوب عن اللسان وذلك مثل الأعمال'ما' في لغة أهل الحجاز، أو مثل قول 'عن' في موضع 'أن' في لغة تميم"²

1- ينظر: صالح بلعيد، "اللغة العربية العالمية"، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2002م، ص:114-115.

2- ينظر: ابن الحيني، "الخصائص"، (تحقيق: محمد عبد النجار) دار الهدى للطباعة والنشر، بيروت - لبنان، ص: 11-10-02.

أما عن مفهومها المحدث فان اللهجة DIALECTE هي شكل من أشكال لسان ما لها نفس نظامه المعجمي والنحوي والصوتي لكنها مستعملة في محيط أضيق من هذا اللسان، وفي هذه الحالة تصبح اللهجة بديلا عن اللسان من حيث هي صورة كاملة عنه، وبالتالي هي كل وليست جزء منه".

وأحيانا يضم الخطاب العامي عدة لهجات محلية مختلفة، وذلك داخل نفس الحدود الجغرافية نظرا لتعدد الأعراق والأجناس لها، مثلما هو الأمر بالنسبة للاتحاد السوفيتي سابقا حيث كانت جمهورياته تضم 180 شعبا مختلفي العراق والأجناس واللهجات أو كما هو الأمر في الجزائر التي بها حوالي 05 عاميات بين أمازيغية وعربية.

كما يجب الإشارة إلى أن الخطاب العامي بما فيه اللهجات والعامية المختلفة هو جزء من الخطاب الإعلامي (اللغة الإعلامية)، حيث نجده مستعملا عبر وسائل الإعلام السمعية البصرية بهدف مخاطبة الأقليات داخل أي مجتمع، والغرض من ذلك هو إما لان هذه الأقليات لا تفهم لغة الأغلبية (وبالتالي يصبح استخدام هذه اللهجات في وسائل الإعلام ضروري من اجل توصيل وتسهيل استيعاب جميع فئات المجتمع للأخبار والمعلومات والحقائق..) وإما بغرض إثبات وجودها داخل المجتمع وفرض رأيها السياسي والثقافي أو تستعين بالأول لتحقيق الثاني.

ب- الخطاب الأدبي أو (اللغة الفنية): وتسمى كذلك اللغة الانفعالية وذلك لان الأدب يطور اللغة ويسمو بها إلى أعلى درجات الإبداع، بل وكما يقول ادونيس "فن جعل اللغة تقول ما لم تتعلم أن تقوله، ما لا تعرف اللغة العادية أن تنقله"¹ فالأدب يعيد خلق اللغة من جديد ويحررها من عاديته، لذلك صح القول بان لغة الأدب هي أسمى مستويات اللغة"².

فهي إذا لغة المشاعر والأحاسيس التي تصف الجمال المادي لعالم الأشياء من الموجودات، والتي تعبر عن الجمال المعنوي الذي يتعلق بمكونات الروح الإنسانية وكيفية السمو بها، ذلك أن اللغة "ليست مجرد شكل ظاهري للمحتوى الجمالي، إن العلاقة بين اللغة والفن قائمة في المحتوى ذاته في الجوهر ومرادفات كلمة أديب- كاتب -

1- أدونيس "زمن الشعر"، دار العودة، بيروت عام 1982، ص: 20، وقد علمنا قول الكاتب الذي خصصه للشعر/ عن: احمد حمدي "لغة الأدب ولغة الإعلام" المجلة الجزائرية للاتصال، العدد: 06 و07، 1992، ص: 162.
2- أدونيس "زمن الشعر"، المرجع السابق نفسه، ص: 162-163.

صاحب القلم – فنان الكلمة – وما شبه ذلك مليئة بالمعنى العميق وعمل الفنان في مجال اللغة هو عمل في مجال الاتصال الاجتماعي، عمل لصالح المجتمع وليس عملاً شكلياً، وبالتالي فهي لغة

إيحائية بليغة تحرص على التقيد بالقواعد النحوية والانضباط بها، كما أن المعاني التي تحملها علامات ورموز هذه اللغة تنطلق من الواقع لترجمته إلى عالم تخيلي خاص، وتضم اللغة الأدبية فنيين قوليين هما:

1- **الخطاب الشعري:** وهو الكلام الموزون المقفى الذي ينقل مشاعر المرسل وأحاسيسه ونظرته إلى العالم الذي يعيش فيه، وذلك عبر قصائد شعرية إما عمودية خاضعة للوزن والقافية أو عبر ما يسمى بالشعر الحر.

2- **الخطاب النثري:** وهو الكلام الذي ولا وزن له، ولا قافية ويعرف بالثر الفني، حيث يشتمل على أنواع مختلفة من الفنون الأدبية لكل منها أسلوبه وأغراضه التي يعبر عنها وهي: القصة والأقصوصة، والرواية والمسرحية والخطابية والمقالة، والرسالة¹.

ويندرج تحت هذين النمطين "مستويات لغوية أخرى تمتد -حسب آراء بعض الكتاب والنقاد- إلى القول بان لكل عمل أدبي لغته الخاصة، أي لكل قصيدة لغة مستقلة عن لغة القصائد الأخرى ونفس القول على القصة والرواية والمسرحية..."

وتعتبر اللغة الفنية جزء لا يتجزأ من الخطاب الإعلامي ذلك لان الأدب يحتوي على جانب إعلامي هام وكذلك له توجهات إعلامية، وهذا التوجه جعل الأدب يعترف من لغة الإعلام السهلة ويستفيد منها ويطورها لتصبح لغة أدب²، والدليل على ذلك أن اغلب البرامج التي يستهلكها المتلقي من خلال وسائل الإعلام هي إما أفلام أو مسلسلات أو مسرحيات أو أغاني وهي كلها تحمل رسائل إعلامية تحاول التأثير على سلوكه عن طريق

1- هورست ريديكر، "الانعكاس والفعل"، دار الجماهير /دمشق، دار الفارابي/ بيروت عام 1977، تعريف فؤاد مري/ عن: المرجع نفسه ص:164.
2- احمد حمدي، "لغة الأدب ولغة الإعلام"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 06-07 ص:161.162.

طرق باب المشاعر والأحاسيس سواء باستعمال اللغة الأدبية أو اللغة العامية الخاصة بأي مجتمع من المجتمعات ويمكننا أن نجمل فيما يلي بعض الخصائص التي تختلف من خلالها من خلالها لغة الأدب عن لغة الإعلام.

1- ينطلق واقع اللغة الإعلامية من كونها لغة نفعية براغماتية تهتم بمادة اللغة وبالظروف الخارجية المحيطة بها، إذا الفروقات بين اللغة والأدب والأدب واللغة- الإعلام تتجلى عندما ننظر إلى اللغة الفنية حينما يجنح إلى الجماليات والى الإبداع، في حين أننا نرى بان لغة الإعلام هي لغة جافة رغم أنها لا تهمل الجانب الدلالي والجانب البلاغي، ذلك لان "الأدب يحتوي على عنصر إبداعي، بينما يكون الإعلام انعكاس لواقع اجتماعي، ويتبع ذلك أن الأدب لا يكون بالضرورة صورة عن الواقع الاجتماعي في حين يكون الإعلام صورة لهذا الواقع حتى من جانبه المزين، وهكذا فالإعلام يتطلب لغة تقريرية مباشرة أما الأدب فيتطلب لغة فنية إيحائية"¹

2- إن مرسل الرسالة الإعلامية يختلف عن مرسل الرسالة الأدبية، ذلك أن "مصدر الإعلام جماعي، حيث أنه يصدر عن حزب أو حكومة أو أي مؤسسة أخرى تمتلك الهيئة الإعلامية الخاضعة لها وتسيرها حسب مصالحها الخاصة، وبالتالي فإنها تكيف اللغة الإعلامية لهذا المصدر الجماعي، أما مصدر الأدب فهو فردي وذاتي إلى حد بعيد، وقد يتعرض كتابه لضغط المؤسسة الناشرة أو غيرها، ولكن ذلك لا يؤثر بالتأكيد على صفاء لغة الكاتب الأولي"².

3- تلتقي لغة الإعلام مع لغة الأدب في أنها تعبير لغوي ولكنها تختلف من مستويات هذا التعبير، فإذا كان الأدب يميل إلى الإبداع في اللغة وتفجير قدراتها الإبداعية خدمة للغايات والأهداف المرسومة، فإن الإعلام يستأنس للمألوف من اللغة ويكرسه، لأنه يهدف إلى تقديم المعلومات دون مؤثرات لغوية كثيرة ويهمه بالدرجة الأولى أن تكون وسيلته التعبيرية لا تثير أية إشكاليات أو تأويلات تعتبر تشويشا على الرسالة الإعلامية³.

1- احمد حمدي، "لغة الأدب ولغة الإعلام"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 06-07، ص: 169.

2- احمد حمدي، "لغة الأدب ولغة الإعلام"، المرجع السابق نفسه، ص: 169.

3- ينظر: المرجع نفسه، ص: 165-166.

ج- الخطاب العلمي:

إن أية دراسة توصف بأنها علمية يجب عليها أن تمر عبر الملاحظة والفرضية والتجريب ثم استخلاص النتيجة، ومن هنا نخلص إلى أن العلم هو "المعيار الخاضع للتجربة والدقة والملموس والابتكار، وهذا يأتي بعد التفكير والتروي والمعرفة العلمية بذات الشيء"¹.

والخطاب العلمي هو الخطاب الذي يعبر عن نتائج هذا العلم في أي مجال من مجالاته المختلفة، إذ يجب عليه أن يحمل الخصائص والمواصفات العلمية التي تتمثل في دقة التعبير، واعتماد الوصف والشرح والبرهنة كما يعتمد على انتقاء واختيار المصطلحات الخاصة بالخطاب العلمي وتركيبها وهو لغة المتخصصين،² بالإضافة إلى أنه خطاب يستخدم الرموز والإشارات وذلك في العديد من التخصصات الرياضية، والفيزيائية والكيميائية،... كما يعتمد على الكتابة المختصرة مع الالتزام بأدنى حد ممكن من العلامات التي لا يفهمها إلا أهل الاختصاص.

وبهذا يصبح أهم ما يميز الإنشاء العلمي³ هو الموضوعية أي تجريد الكلام من كل المزلق العاطفية، والذاتية والخيالية، بحيث تكون التسمية ملتصقة بالمسمى كما هو دون زيادة أو إنقاص، وبحيث تدل الإشارات والرموز في لغة إلى أفعال أو حركات أو أمور أو دلالات محددة، والاستناد إلى الأرقام والمعادلات ومعطيات الرياضيات والمنطق في شرح المعطيات وتفسيرها⁴

1- صالح بلعيد، "اللغة العربية العلمية"، ص: 38.

2- ينظر صالح بلعيد، المرجع نفسه، ص: 39.

3- حان حبران كرم، "مدخل إلى لغة الإعلام"، ص: 22.23.

4- المرجع نفسه، ص: 22.

وبما أن الإعلام هو نشر للمعلومات والأخبار والحقائق، فإن الخطاب الإعلامي لا يخلو من اللغة العلمية التي توجهها وسائل الإعلام نحو طبقات مختلفة من المجتمع سواء بمخاطبتها للطبقة المتعلمة والمتقفة من أجل اطلاعها على آخر المستجدات والاكتشافات العلمية، أو باستخدامها للغة العلمية بهدف نشر التعليم عبر وسائل الإعلام، وذلك من خلال عرضها للحصص التربوية والأشرطة العلمية، والأفلام الوثائقية، وحتى أفلام الخيال العلمي الموجهة نحو شريحة الأطفال، والشباب، أو البرامج التعليمية والتثقيفية الخاصة بالطبقة الأمية والمتخلفة التي تشكل الغالبية في معظم دول العالم الثالث".

د- الخطاب الإعلامي:

إذا كان الخطاب الأدبي والعلمي والفلسفي وحتى العامي يشكل جزءاً من اللغة الإعلامية، فإن اللغة الإعلامية ليست خطاباً علمياً ولا أدبياً ولا فلسفياً و"إن أفاد من فنون كل واحد من أساليب ليكون فنونا وخصائص مميزة له"¹.

هو الخطاب الذي يهدف إلى الأخبار عن الحوادث بهدف التأثير في اتجاهات القراء والمستمعين والمشاهدين وتوجيههم في اتجاه خاص بكيفية الخبر والإعلام وصياغته، وليس الهدف الرئيسي للإعلام كما يجري الآن، وخاصة لدى الإعلام العربي.

ويعتبر الخطاب الإعلامي من أكثر وأشهر أشكال الخطابات لأنه الطريق الذي يؤدي القوة في السياسة والاقتصاد، وقد يتعرض هذا الخطاب إلى جملة تحولات رئيسية، فبدأ بثورة الطباعة ثم وكالات الأنباء ثم الثورة التكنولوجية في التلفزيون والحاسوب وهذا التطور قاده إلى علم مستقل هو المعلوماتية وتحول من علم إنساني تقليدي إلى تكنولوجي حديث يهدف إلى تنظيم المعلومات والاستفادة منها في كيفية صناعة القرار. ومن جهة أخرى فقد اعتبر بعض الباحثين الإعلاميين أن السيمولوجيا قادت في الستينات والسبعينات حقل تحليل النصوص حيث وفرت للباحثين أسلوباً لتحليل المعنى بينما هيمن التحليل الإيديولوجي على

هذا الحقل في السبعينات وبداية الثمانينات، كما زود الباحثين بمنهج للتفكير في العلاقة ما بين المعنى والبنية الاجتماعية و"منذ الثمانينات وحتى الآن أصبحت نظرية الخطاب هي التي تقود عمليات تحليل النصوص الإعلامية."¹

لقد دفعت نظرية الخطاب الباحثين إلى إعادة التفكير في العلاقة ما بين المعنى والبنية الاجتماعية من خلال التركيز على السلطة من داخل نظام المعنى وليس من خارجه، فنظم المعنى نفسها تعتبر سلطة وهي لا تظهر بسهولة مثل بنية اللغة بل الإيديولوجية بل إن المعنى والممارسة لا يمكن التمييز بينهما فهما مترابطتان أي أن المعنى هو الممارسة في نظرية الخطاب.

1- بسام مشاقبة، "منهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب"، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010،

المبحث الثاني: استراتيجيات الخطاب وأنواعها.

في البداية تجدر الإشارة إلى أن الإنسان يمكنه التواصل مع الناس بعدة طرق خطابية، لغوية كانت أم غير لغوية فالتواصل بين الناس لا يتوقف على اللغة الطبيعية وحدها، بالرغم أن الإنسان لا تستغني بذلك عن استعمالها في التواصل مع الآخرين، سواء أكان هذا الاستعمال مكتوبا أم شفويا.¹

والإستراتيجية في الخطاب تعني "تخطيط له من طرف المتكلم، بطريقة يستخدم فيها ذكائه من أجل الوصول إلى بلوغ الهدف بأقل تكلفة".

ولا يقتصر مفهوم الإستراتيجية على الخطاب فقط، وإنما هي طريقة مستخدمة في كل مجالات الحياة المختلفة، السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية،... الخ، حيث يأخذ مستخدمها بعين الاعتبار المعطيات المتوفرة ويراعي سياقاته المختلفة، أما عن مفهوم الخطاب فهو "مفهوم خاص بالنظر إلى مفهوم الإستراتيجية العام".²

ويمكن التعرف على نوع الإستراتيجية التي يتبناها المتكلم في خطابه، وذلك من خلال مجموعة من المعايير والمعطيات التي يتأسس عليها فعله التواصل، حيث تصنف وفقها استراتيجيات الخطاب المختلفة، فما هي هذه المعايير والمعطيات؟

معايير تصنيف استراتيجيات الخطاب:

أ- معيار العلاقة بين طرفي الخطاب: تقتضي العملية التواصلية وجود علاقة تربط بين طرفين أو أكثر للخطاب، حيث تجمع بين عنصرين مهمين هما: عنصر المتكلم (LE LOUTEUR) وعنصر السمع (L'OUUDITEUR) كما تشكل هذه العلاقة أهم العناصر السياقية في العملية التخاطبية، باعتبار السياق المؤثرة "مما يحفز عمل بعض القوالب خصوصا القالب الاجتماعي وينعكس ذلك على تشكيل الخطاب باختيار الإستراتيجية الملائمة التي تعبر عن قصد المرسل، وتعكس اعتباره هذا العنصر باعتبار نوع العلاقة من العناصر

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب"، ص: 56.
2- ينظر عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب"، ص: 52.

المؤثرة" كما تساهم معرفة طبيعة العلاقة بين المشتركين في الخطاب في اختيار إستراتيجية الاتصال المناسبة، حيث تتمثل عند هاليدي في "نوع العلاقة القائمة بينهم، هل هي رسمية أم غير رسمية، عارضة أم غير عارضة ونحو ذلك"¹.

وتبني العلاقة التخاطبية على معرفة المتكلم الجيد بالمخاطب، وعلى معرفتها المشتركة بمقام الكلام، فالمعرفة المشتركة في قسط منها، هي نتيجة تعتبر المعرفة المشتركة، والافتراضات السابقة من العناصر التي تسهم في اختيار إستراتيجية الخطاب، فعلى هذين العنصرين وعلى غيرهما، يبني مزيد من العلاقة التي تؤثر في المرسل لانتقاء استراتيجيات الخطاب.

وإذا لم تكن العلاقة بين طرفي الخطاب موجودة سلفاً، فإن المرسل يسعى إلى إيجادها بخطابه فقد تكون إقامة علاقة بين طرفي الخطاب، هي الهدف الرئيسي من الخطاب، وهذا ما يبرر إعطائه كثيراً من الاهتمام، ويتم ذلك باستعمال استراتيجيات معينة في الخطاب ليقوم بوظيفته المتوافقة مع كل ما يتطلبه السياق الذي يوفر إنتاج الخطاب، مما يسهم في إبراز دور اللغة التفاعلي².

كما يرى نايف خرما وعلي حجاج أن العلاقة التواصلية هي جزء من مكونات الحدث التواصلية، آخذين بعين الاعتبار أعمال المشاركين وأجناسهم ذكورا كانوا أم إناثا أم خليطا من الاثنين وانتماءاتهم العرقية، وأوضاعهم الاجتماعية وعلاقتهم ببعضهم البعض..."، وهو ما يسمى بمحور العلاقة الأفقية وتتبلور العلاقة الأفقية في أكثر من خاصية من ذلك خصائص الدين (مسلم، مسيحي) خصائص الجنس (ذكورة، أنوثة) خصائص السن (صغار، كبار، شيوخ) خصائص الحالة الاجتماعية ومنها الحالة المعيشية (عزاب، متزوجون، أيتام، فقراء، أغنياء) وتندرج العلاقات العاطفية تحت هذا الصنف فتكون مثلا علاقة ود أو علاقة حب أو علاقة قرب أو بعد وبهذا يكون الخطاب علامة على هذه العلاقات والمؤشرات لها، وهو احد المحاور التي تستقر عليها العلاقة المسبقة بين طرفي الخطاب.

1- يوسف نور عوض، "علم النص ونظرية الترجمة"، دار الثقة للنشر والتوزيع، مكة المكرمة، ط1، 1410هـ، ص:32/

2- ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب"، ص: 88.

ومن جهة ثانية هناك محور آخر تتأسس عليه العلاقة التخاطبية كذلك وهو محور العلاقة العمودية والذي يأخذ بعين الاعتبار أطراف المشاركة في الحدث اللغوي، "ومن حيث المستوى الاجتماعي والثقافي وعلاقة كل منهم بالمتكلم أو السامع أو بالحدث في إجماله"¹.

بالإضافة إلى ذلك فإن نوع العلاقة يفرض على المتكلم الاعتماد على قوانين وقواعد الخطاب والتي تعد عاملا من عوامل اختيار الإستراتيجية الخطابية الملائمة، إذ أن المرسل يعتمد في بناء علاقته التخاطبية على قواعد وقوانين الخطاب التي تقتضيها العلاقة نفسها وذلك بناء على مدى معرفة المتكلم بالمستمع وعلى الافتراضات المسبقة الموجودة لديه حول المستمع، فيصبح اعتماده مثلا على مبدأ التعاون² أو مبدأ التأدب أو مبدأ الوجه، إستراتيجية في حد ذاتها.

ب- **معيار شكل الخطاب:** يمكن التعرف على نوع الإستراتيجية التي يتبناها المتكلم في خطابه من خلال ملاحظة التراكيب اللغوية التي يستعملها والمصطلحات التي يوظفها بالإضافة إلى الأساليب البلاغية والدلالات الصوتية، وكذا الحركات والإيماءات الجسدية المصاحبة لخطابه، حيث يتمثل شكل الخطاب في الربط بين أمرين:³

أولاً: قصد المرسل الذي ينوي التعبير عنه في ملفوظه والذي يتضح من خلال القوة الانجازية للملفوظ في سياق معين، وبين الشكل اللغوي الذي يحمل المعنى ويدل عليه، فالمرسل يستخدم مستويات لغوية مثل "نظام التركيب (نظام الجملة، البناء للمجهول، مقابل البناء للمعلوم) نظام التصويت (نغمة التلفظ)، نظام المعجم، نظام الصرف، نظام الأساليب (الأمر المباشر لسياق الأمر، والنهي المباشر لسياق النهي) فقد ينتج المرسل خطابه بتوظيفه

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب"، المرجع السابق نفسه، ص: 89.

2- ردة الله بن ردة بن ضيف الله الطلحي، "دلالة السياق"، ص: 570.

3- ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب"، ص: 97.

لإحدى هذه الدرجات وقد يخرج عن مقتضاها بدرجة انزياح متفاوتة عن الدرجة الأصل، وذلك حسب مقتضى السياق مثل الخروج بمعنى الخطاب عن المعنى الحرفي الملفوظ ليجسد نوعاً من العلاقة بينه والمرسل إليه مثلاً¹

ولعل هذا هو المقصود بمفهوم البلاغة عندما يستطيع المتكلم أن يطابق كلامه مع الموقف الاتصالي، أين يصل في النهاية إلى فهم السامع بتوظيفه لكفاءته اللغوية والتداولية، حيث يقودنا هذا "إلى القول ببراعة النظرية البلاغية العربية حيث كانت تجعل الكلام البليغ هو الكلام المطابق لمقتضى الحال، وهي موازنة بين الموقف والنص باعتبار أحدهما يبعث على الآخر، أو يحيل عليه ويفسره، ولذلك يشيع في البلاغة وخاصة عند عبد القاهر البحث في أغراض الأساليب والتنوعات اللغوية كالتقديم والتأخير، والحذف أو حتى الفروق الأسلوبية بين قول وقول كالفرق الخبرية وفروق الاستفهام... الخ، مما يعني أن ما يقال في موقف قد لا يصلح أن يقال في غيره من الناحية اللغوية والمقامية، لعدم إفضاء أحدهما إلى الآخر، ولربما كان في هذا التوجه ما يمكننا من دراسة المواقف المختلفة وحصرها وتبويبها انطلاقاً من اللغة، لا اتكالا على المجتمع هذا من جهة، ومن جهة أخرى يفسرها أوجه التعدد الدلالي الوظيفي والمعجمي في اللغة²

ثانياً: نلاحظ من خلال هذا المعيار تدخل عامل السلطة في إستراتيجية التعبير عن قصد المرسل ففي فعل الطلب مثلاً، قد يستعمل المرسل ذو الرتبة العليا الإستراتيجية المباشرة في حين يستعمل المرسل ذو الدرجة الدنيا الإستراتيجية التلميحية، كما يتبلور هذا أيضاً في الإستراتيجية المستعملة عند رفض الطلب، فقد يصرح به الأعلى درجة بخطاب مباشر وموجز، أما ذو الدرجة الدنيا فإنه يلمح ويناور كثيراً ليعثر عن قصده من ناحية ويراعي درجة السلطة من ناحية أخرى مما يدعو إلى الإطناب واستنفاد الوقت³.

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري، المرجع السابق نفسه، ص: 68.69.
2- ردة الله بن ردة ضيف الله الطلحي، "دلالة السياق"، ص: 596.597.
3- ينظر عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب"، ص: 239.

ج- معيار هدف الخطاب: من البديهي أن تكون هناك حاجة تواصلية وراء قيام الفرد المتكلم بالاتصال حيث تتضح هذه الحاجة لدى المستمع من خلال فهمه لقصد المرسل، ومن ثم إظهار ردة فعله عليه وبالتالي يكون الهدف الذي يقصده المتكلم تحقيقه من وراء هذا الاتصال متوقف على رد فعل المستمع سواء كان ايجابيا أو سلبيا.

إلا أنه يجب التفريق بين مفهومين في الخطاب هما: "القصد والهدف لأنه قد يخلط مفهوم الهدف بمفهوم القصد فالقصد له جانبان هما":

- حصول الإرادة بالتلفظ عند المرسل فلا يكون كلامه غفلا أو سهوا.
- معنى الخطاب كما يريده المرسل، لا كما هو في الدلالة المنطقية فحسب أما الهدف فهو "ما نسعى إلي تحقيقه بأفعالنا" وما هذه الأفعال إلا الأفعال اللغوية التي يجسدها المرسل في الخطاب، وبهذا يصبح لكل خطاب هدف خاص به، وهناك من يقصد لهدف الغرض من خطاب، حيث يعرفه عبد الرحمن أيوب بأنه تلك "الأمر المتعلقة بالمتكلم أو السامع التي تحدد الغرض من كلامه كان يكون المخاطب أبا، أو خادما أو زميلا مما يجعل الحديث في صورة الرجاء والأمر أو محاولة للتعاون."¹

كما يتعلق القصد والهدف بالطرف الأول في العملية التخاطبية، وهو المتكلم أما الطرف الثاني وهو المستمع فيقع عليه الفهم والتأويل ثم إبداء رد فعل عليه، بهذا يصبح الفهم واحدا من العناصر السياقية "التي تسبق إنتاج الخطاب، وله بذلك دور التأثير على المرسل وتوجيهه في اختيار الاستراتيجيات الخطابية من حيث أدواتها وآلياتها اللغوية التي تكفل تحقيقه"²

وبهذا يصبح للهدف دور وظيفي يشكل الحدث الذي يدور حوله التواصل حيث "يشمل الغرض من الحديث بكليته والوظائف المختلفة لأجزائه من الأقوال المختلفة التي تصدر عن المتحدثين".

1- عبد الرحمن أيوب، "التحليل الدلالي للجملة العربي" مقال في المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد 10، مج:1983.03، ص:120/
2- عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب"، ص: 149.

وإذا كان الهدف هو الفعل المنجز من خلال الخطاب، فهذا لا يعني أن المرسل يستطيع أن يحققه في كل عملية اتصالية يقوم بها، إذ يمكن للمرسل أن يمارس أفعالاً لغوية دون أن ينجح في تحقيق هدفه، ذلك أن الهدف يتكون من مستويين "نفعي وكلي"، فالمستوى النفعي يقع خارج الخطاب وهو الغاية الفعلية التي يريد المرسل أن يحققها مثل تحقيق الأهداف الاجتماعية كالمصالحة بين متخاصمين أو الأهداف التعليمية مثل تنمية قدرات الطلاب أو الأهداف الاقتصادية مثل جلب رؤوس الأموال والإسهام في التنمية، أو الأهداف العسكرية مثل استسلام العدو، أو الأهداف السياسية مثل البدء في التبادل الدبلوماسي بين بلدين".

أما المستوى الكلي فيتجسد في الفعل اللغوي الذي يمارسه من خلال عملية التلفظ بالخطاب بغض النظر عما إذا نجح في تحقيق الهدف النفعي أم لا، وهو الخطوة الضرورية التي يتوصل بها المرسل إلى تحقيق الهدف الأول (...). بوصفه الهدف الكامن في صلب الخطاب اللغوي بأصواته وأبنيته ومفرداته وتراكيبه، مما يجعله معيار في تصنيف الاستراتيجيات¹

أنواع الاستراتيجيات الخطابية:

بعد اختيار الإستراتيجية الخطابية عاملاً مهماً في العلاقة بين طرفي الخطاب وفي وصول المرسل إلى تحقيق غايته وأهدافه، حيث تتوفر الاستراتيجيات التي يتبناها المرسل وذلك على حسب العلاقة التي تربطه بالمرسل إليه، والهدف الذي يريد تحقيقه من وراء التلفظ بالخطاب، وعليه يوجد عاملان مهمان يؤثران على اختيار نوع الإستراتيجية وهما:

- 1- العلاقة السابقة بينه وبين المرسل إليه التي قد تندرج من الحميمة إلى الانعدام التام، ويسعى المرسل في هذه الحالة إلى تعويضها من خلال إيجادها بالخطاب.
- 2- السلطة، فقد يمتلكها أحد طرفي الخطاب على الطرف الآخر، عندما يعلو الآخر درجة وقد يمتلكها أي منهما عندما تتساوى درجاتهما، أو عندما لا يربطهما أي علاقة².

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب"، ص: 149.
2- المرجع نفسه، ص: 256.

- الإستراتيجية التضامنية: وهي تقوم أساسا على العلاقة التي تربط بين طرفي الخطاب (المتكلم والمستمع) فهي إما علاقة تضامن موجودة من قبل، أو أن المرسل يسعى إلى إقامتها مع المتلقي، وبالتالي يمكن الحدس بمفهوم الإستراتيجية التي يحاول المرسل أن يجسدها في درجة علاقته بالمرسل إليه ونوعها، وان يعبر عن مدى احترامه لها، ورغبته في المحافظة عليها، أو تطويرها بإزالة معالم الفروق بينهما وإجمالاً هي محاولة التقرب من المرسل إليه، وتقريبه¹.

وفي هذا النوع من الاستراتيجيات قد يقبل المرسل أن يتضامن مع المرسل إليه كما قد يرفض، وذلك على حسب سلطته في الخطاب، "فقد يفضل أن يتعامل مع المرسل إليه بخطاب رسمي يؤكد على رغبته في إبقاء الفرق بينهما كما هو وبرغم هذا فان هذه الرغبة ليست على إطلاقها فقد يرغب المرسل رغم سلطته في التضامن وتتجسد الإستراتيجية التضامنية من خلال علامات لغوية معينة تشير إلى رغبة المرسل في التضامن مع المرسل إليه، مما يجعله يستنتج أن المرسل قدم تنازلات عن سلطته التي يتمتع بها"².

وتستدعي الاستراتيجيات التضامنية توفر بعض العناصر من اجل حدوث تضامن بين المرسل والمتلقي حيث يمكن أن نذكر منها ما يلي:

- 1-مدى التشابه أو الاختلاف الاجتماعي
- 2-مدى تكرار الاتصال
- 3-مدى امتداد المعرفة الشخصية
- 4-درجة التآلف أو كيفية معرفة طرفي الخطاب لكل منهم
- 5-مدى الشعور بتطابق المزاج أو الهدف أو التفكير
- 6-الأثر الايجابي أو السلبي³

1- المرجع السابق نفسه، ص: 257.

2- المرجع السابق نفسه، ص: 257.

3- ينظر عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب"، ص: 259.

ومن بين الأهداف التي يتوخاها المتكلم من خلال تبنيه الإستراتيجية التضامنية أنها تمكنه من:

- 1- تحسين صورته أمام الآخرين، خاصة إذا كان معروفا بالتشدد في آرائه أو التسلط في تعامله أو أن خطابه يتميز بالرسمية والجفاء.
- 2- إنها تكسبه ولاء الناس خاصة إذا كان المتكلم رجلا سياسيا مما يجعلهم يؤمنون بمبادئه وأفكاره ويعتقدون بصواب قراراته.¹
- 3- إنها أسهل طريقة تجعله يعزز الصداقة والحميمة مع الآخرين ويبرر استعداده لخدمة الآخرين²
- 4- كما يمكن استثمار هذه الإستراتيجية في إجراء التحقيقات مثلا، من أجل إراحة المتهم وتطمينه وزرع الثقة في نفسه مما ينعكس أثره ايجابيا على نتيجة التحقيق.
- 5- تفعيل التضامن في حياة الناس، بما ينعكس على التفاعل الخطابي وتطوير حقهم في ممارسة الحياة بحرية مع تقليص دور السلطة.

- **الإستراتيجية التوجيهية:** تقوم هذه الإستراتيجية كذلك على أساس العلاقة بين طرفي الخطاب حيث تشكل هذه العلاقة معيارا اجتماعيا فالمرسل في هذه الإستراتيجية هو الذي يتلفظ بالخطاب وبوجهه حسب ما تقتضيه سلطته والتي لا يتنازل عنها، فلا يراعي بذلك علاقته الحسنة بالمرسل إليه ويغفل اعتبار وجودها "إن وجدت فلا يكثرث بها في خطابه كما قد لا يكون همه تأسيسها، فيتلفظ وفقا لما تقتضيه إحدى الاستراتيجيات الأخرى وهي ما نسميه هنا بالإستراتيجية التوجيهية (...). ومن هذا المنطلق فان الخطاب ذا الإستراتيجية التوجيهية يعد ضغطا وتدخلا، ولو بدرجات متفاوتة على المرسل إليه، وتوجيهه لفعل مستقبلي معين، وهذا هو سبب تجاوز المرسل لتهديب الخطاب من خلال استعمال بعض الأساليب والأدوات اللغوية التي لا تتضمن بطبيعتها ذلك، فتهذيب الخطاب يأتي لديه في المقام الثاني في حين يتقدمه مرتبة تبليغ المحتوى.³

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري، "إستراتيجيات الخطاب"، المرجع السابق نفسه ص: 322-323.

2- المرجع السابق نفسه، ص: 223.

3- المرجع السابق نفسه، ص: 223.

وإذا كان التوجيه يقتضي أن يكون المتكلم قادرا على التأثير في المخاطب، فإن ذلك يفترض أن يكون قادرا على انجاز أفعال تأثيرية تعمل على إقناع المتلقي عن طريق التقرير والتوكيد والإثبات والشرح، إذ يمكننا الاستدلال الدقيق على الأفعال الاستثنائية التأثيرية والايجابية بما يسميه "سيرل" (Searle) بأفعال التوجيه (directifs) والتي تتجسد غايتها الاستثنائية في الأمر، الطلب، والاستفهام (...). فكثيرا ما نجد المخاطب يطرح أسئلة وإستفهامات مختلفة، ثم يجيب عليها باسم المتلقي، ليعود بعد ذلك إلى ما قاله في البداية، وعليه فإن أفعال التوجيه ترتبط ببناء الخطاب قصد الإقناع.¹

يسعى المتكلم من خلال تبنيه الإستراتيجية التوجيهية إلى تحقيق إرادته بالخطاب عن طريق الأفعال اللغوية التي يأتي بها، والتي تسمى بأفعال التوجيه، حيث صنفها "باخ" (Bach) إلى عدة أصناف:

1) **الطلبات:** وتتخذ عند الانجاز أشكالا لغوية مختلفة منها، (السؤال، التوسل، التضرع، الحث، المناشدة، الإلحاح، الدعوة، الطلب، الاستدعاء، الابتهاج، الحجاج) ويتم التعبير عن صنف الطلبات إذا كان خطاب المرسل يعبر عن رغبته بأن يعمل المرسل إليه عملا ما، وان يكون قصد المرسل هو الباعث على تنفيذ ذلك العمل ولو جزئيا.

2) **الأسئلة:** وتتخذ عند الانجاز أشكالا لغوية مختلفة منها (السؤال، الاستعلام، الاستجواب، التشكك) حيث يتم التعبير بواسطة هذا الصنف عن رغبة المرسل في أن يخبره المتلقي عن القضية سواء بالإيجاب أو السلب.

3) **المتطلبات:** والتي تأخذ أشكالا لغوية مختلفة عند الانجاز منها (المنع، الخطر، التحريم، التقييد) ويتحقق فعل التحريم إذا عبر المرسل عن اعتقاده بأن خطابه بحكم سلطته يمثل سببا كافيا لمنع المرسل إليه من فعله، وان يقصد أن يكون كف المرسل إليه عن فعله نتيجة لتلفظه بذلك الخطاب.

4) **أفعال النصح:** وتأخذ أشكالاً لغوية مختلفة عند الانجاز ومنها (الحث، النصح، التحذير، الإشارة، العرض، التوجيه، الاقتراح، الإنذار) وتتحقق أفعال النصح إذا عبر المرسل في خطابه عن اعتقاده بان هناك مبررا كافيا للتأثير على المرسل إليه ليعمل بما يراه، والقصد بان يأخذ المتلقي اعتقاد المرسل سببا كافيا من اجل الفعل.¹

وإذا كان المرسل في الإستراتيجية التوجيهية هو صاحب السلطة الذي لا يراعي في خطابه العلاقة الحسنة التي تربطه بالمرسل إليه، حتى وان كانت موجودة، فان المرسل إليه في الإستراتيجية التوجيهية هو واحد من اثنين:

الأول: المرسل إليه المتخيل بما له من صورة نمطية معينة في السياق مما يؤكد عدم حضور العين عند إنتاج الخطاب.

الثاني: أما النصف الآخر فهو المرسل إليه الحاضر لحظة التلفظ بالخطاب، فيكون معروفا عند المرسل معرفة جيدة، وعليه يتراوح استعمال الأدوات والآليات اللغوية بين تلك التي توجه المرسل إليه المتخيل وبم تلك التي توجه المرسل إليه المعايين.²

- **الإستراتيجية التلميحية:** تتبنى إستراتيجية التلميح على معيار شكل الخطاب اللغوي للدلالة على قصد المتكلم حيث نجد أنها كثيرة الاستعمال خاصة في الخطاب الإعلامي - وفي الخطاب السياسي تحديدا- الذي يعتمد على التلميح بالقصد وتضمينه في ثنايا القول، وبالتالي يمكن أن نعرف الإستراتيجية التلميحية بأنها "الإستراتيجية التي يعبر بها المرسل عند القصد بما يغير معنى الخطاب الحرفي لينجز بها أكثر مما يقوله، إذ يتجاوز قصده مجرد المعنى الحرفي لخطابه، فيعبر عنه بغير ما يقف عنده اللفظ مستثمرا في ذلك عناصر السياق."³

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري، "إستراتيجيات الخطاب"، المرجع السابق نفسه ص: 337-338.

2- المرجع نفسه، ص: 338.

3- عبد الهادي بن ظافر الشهري، "إستراتيجيات الخطاب"، المرجع السابق نفسه ص: 338.

وتعتمد هذه الإستراتيجية على استخدام الأقوال المضمرة والضمنية في الخطاب والتي تحتاج إلى تأويلها من طرف المتلقي، وذلك باعتماده على السياق والافتراضات المسبقة التي يعلمها كل طرف في الخطاب، ذلك انه "للتعرف على القول المضمّر ينبغي الاعتماد على السياق وبالاستعانة بقوانين الخطاب فحسب"، 'سرفوني' فان الشيء الذي يتدخل في التأويل والإضمار ليس السؤال "ماذا يقول المتحدث؟" لكن السؤال "لماذا يقول ما يقوله في سياق معين؟" إذا التأويل يجري على السؤال الذي يطرح حول التلفظ، وليس على الملفوظ ذاته.

كما انه لا يمكن لأي خطاب الاستغناء عن الافتراض المسبق، ذلك انه باحتوائه علة معطيات يعرفها كل من المتكلم والمخاطب لا يعني إلغاء أهميته أو نفيه، ولكن يعتبر القاعدة الأساس التي يركز عليها الخطاب في تماسكه العضوي،¹ وتقتضي هذه الإستراتيجية معرفة كاملة باللغة وبأساليب إنتاج الخطاب فيها، وهي ما يسمى بالكفاءة اللغوية (la compétence linguistique) إلا أن هذه الإستراتيجية تستلزم معرفة أخرى تتجاوز الكفاءة التداولية في قوالبها المتنوعة ومن هذه الشروط:

*امتلاك مهارة العمليات الذهنية في الكفاءة التداولية لإنتاج الخطاب المناسب للسياق لما في ذلك من تمثّل العناصر السياقية وبلورتها في الخطاب اللغوي ليرتبط فيه اللفظ بقصد المرسل بشكل من أشكال الخطاب المتعددة أو بألية من الآليات الكثيرة، مما ينتج عنه عدد غير محدود من الخطابات باستعمال الآلية الواحدة من آليات التلميح المقاربة مثل الكتابة، فالكفاءة التداولية تستقر في منطقة التجريد في ذهن الإنسان.²

إن المقام التواصلية هو الذي يفرض على المتكلم اختيار الإستراتيجية المناسبة لأداء خطابه، وبالتالي فان اللجوء إلى استخدام الأقوال المضمرة قد يرجع إلى أسباب كثيرة تمنع المخاطب من التصريح، وقد تكون محددة في مقام التواصل ووظيفة العلاقة التي تربطه بالمخاطب (... كما يؤدي الضمني (*l'implicite*) إلى اجتناب الشرح لغايات معينة تخص

1- ينظر: ذهيبية حمو الحاج، "لسانيات التلفظ وتداولية الخطاب"، ص: 168-169

2- عبد الهادي بن ظافر الشهري، المرجع السابق نفسه، ص: 378

المقام أو الطبيعة التي تربط المخاطب بالمتلقي (الجمهور)، والتواصل يصبح متعذرا في حالة عدم افتراض ان المتلقي قد اكتسب عددا معيناً من الأخبار والمعلومات.¹

يكتسي كل من الافتراض المسبق والقول المضمر أهمية كبيرة في الإستراتيجية التلميحية وذلك لأنهما " يتفقان في استخدام القيم الاستنتاجية *valeur déductives* فالقول المضمر *sous-entendu* يستنتج من القول ذاته بتحويل الصيغ الكلامية إلى استفهام، ثم النفي، فهو متعلق بالبنى التركيبية بينما يتعلق الأمر أثناء الافتراض المسبق بالملكة البلاغية والذكاء لدى المشاركين في الخطاب"².

- **إستراتيجية الإقناع:** إذا كان المتكلم يسعى من خلال إقامته الاتصال إلى التأثير في المتلقي وتغيير سلوكه ومنظومة معتقداته، فإنه يعتمد في هذه الحالة على إستراتيجية الإقناع، ذلك انه يرمي إلى إقناعه بما يراه وبذلك تصبح هذه الإستراتيجية فعلا تداوليا خالصا، يقوم في أساسه على معيار هدف الخطاب حيث "تستعمل إستراتيجية الإقناع من اجل تحقيق أهداف المرسل النفعية بالرغم من تفاوتها تبعا لتفاوت مجالات الخطاب أو حقوله، فقد يستعملها التاجر لبيع بضاعته، وقد يستعملها المرشح لرئاسة الدولة أو المؤسسة لحمل الناخبين على انتخابه، وقد يمارسها الطفل مع احد والديه من اجل الحصول على قطعة من الحلوى أو السماح له باللعب وهكذا.²

إن القيام بعملية الإقناع يعتمد أساسا على الحجج (*l'augmentation*)، حيث تعدد الحجج شرطا تداوليا في انه عملية اتصالية تتبنى إستراتيجية الإقناع، وذلك يقتضي أن يكون المرسل قادرا على خوض غمار الكلام الحامل لشرط الاقناعية فهو "عندما يطالب غيره بمشاركة اعتقاداته، فان مطالبه لا تكتسي صبغة الإكراه، ولا تدرج على منهاج القمع، وإنما تتبع في تحصيل غرضها سبلا استدلالية متنوعة تجر الغير جرا إلى الاقتناع برأي المحاور،

1- عبد الهادي بن ظافر الشهري، المرجع نفسه، ص.ص: 379-380.
2- المرجع السابق نفسه، ص: 445.

وقد تزوج أساليب الامتناع، فتكون إذا ذاك اقدر على التأثير في اعتقاد المخاطب وتوجيه سلوكه لما يهبها هذا الامتناع من قوة في استحضار الأشياء ونفوذ في إشهادها للمخاطب كأنه يراها رأي العين"¹

وإذا كان الإقناع يعتمد على الحجاج، فإن المحاجة لا تقف عند حد الإقناع "لان في ذلك محاولة المخاطب في لعب دور الممثل حتى يجعل جمهوره واثقا فيه (اكتسابه)، لقد ربطت الحاجة بالعوامل الوضعية التبليغية (السياق) وبالصيغ اللغوية (التركيب)، وما دامت اللغة المحتج بها كامنة في الأذهان (مفهوم 'سوسير') فلا شك انه عملية استنتاجية متوقفة على ما يصدر من المتكلم من مقدمات وتحليلات، وربما افتراضات (من الناحية اللغوية) وكذلك من ملامح الوجه والتصرفات الناحية غير اللغوية.²

تستعمل الإستراتيجية الإقناعية في جميع الأنشطة التواصلية حيث تمارس على جميع الأصعدة فنجدها مستخدمة من طرف الحاكم والفلاح الصغير، وكبير القوم والطفل والمرأة وذلك بوعي منهم مما يجعلها تنتهي إلى الكفاءة التداولية التي يمتلكها الإنسان السوي بوصفها دليلا على مهارته الخطابية³ كما أنها تعد دليلا قويا على سلطة المرسل الذي يصل إلى إقناع الطرف الثاني في الخطاب بأفكاره، وبالتالي نستطيع القول أن الإقناع⁴ يتحقق عندما يتمكن المرسل من تحقيق هدفه في الخطاب، "فالإقناع سلطة عند المرسل في خطابه، ولكنها سلطة مقبولة إذا استطاعت أن تقنع المرسل إليه، إذ لا تحقق إستراتيجية الإقناع نجاحها إلا عند التسليم بمقتضاها، إما قولاً أو فعلاً، وما جعل الإقناع سلطة مقبولة هو كون الحجاج هو الأداة العامة من بين ما يتوصل به المرسل من أدوات أو آليات لغوية.

1- طه عبد الرحمن، "في أصول الحوار وتجديد علم الكلام"، ط2، المركز الثقافي العربي، 2000م، ص: 38/عن المرجع السابق نفسه، ص: 446.
2- ذهبية حمو الحاج، "السايات التلغظ وتداولية الخطاب"، المرجع السابق نفسه، ص: 125.
3- ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، المرجع السابق نفسه، ص: 446.
4- عماد مكاي، ليلي حسين السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، الدار المصرية اللبنانية، ط02، 2001/هـ، القاهرة، ط03، 1426/هـ، 2002م، ص: 187.

وتعد إستراتيجية الإقناع من أهم أنواع الاستراتيجيات المستخدمة في الخطاب الإعلامي، فالوصول إلى إقناع المتلقي بأفكاره أو إيديولوجيات المرسل في مجال الإعلام هو من أولى الأولويات، حيث يبذل القائم بالاتصال أقصى الجهود من أجل أن يحقق أهدافه السياسية والإيديولوجية، وتوجهاته الاقتصادية والثقافية المختلفة، حيث يسخر لذلك كل الطاقات البشرية والمادية والتكنولوجية الممكنة، خاصة في ظل التطور الهائل لوسائل الإعلام المختلفة، وما خلفه هذا التطور من روح تنافسية انعكست على نوعية المنتجات الإعلامية وعلى المضامين التي تعالجها، كما يرتبط الإقناع في مجال الإعلام بمحتوى الرسالة الموجهة إلى المتلقي، هذا المحتوى الذي يتعلق بالقرارات التي يتخذها المتكلم بخصوص متضمنات هذه الرسالة والمتمثلة في "تحديد الأدلة التي سوف يستخدمها وتلك التي سوف يستخدمها، والحجج التي يسهب في وصفها وتلك التي يجب أن يختصرها ونوعية الاستيالات التي يستخدمها ومدى قوتها... فكل رسالة اقناعية هي نتاج للعديد من القرارات بالنسبة لشكلها ومحتواها، واغلب تلك القرارات لا يميلها الهدف الاقناعي فقط، ولكن تسليمها أيضا خصائص المتلقي ومهارات القائم بالاتصال"¹

ولذلك فان المرسل في تبنيه لإستراتيجية الإقناع يتوخى إتباع الضوابط التي تتعلق بالتداول الحجاجي وان يلتزم بها في خطابه، ومنها:

- أن تكون دلالة الألفاظ محددة، والمرجع الذي يعيل عليه الخطاب محدد كذلك لكي لا ينشأ عن عدم التحديد الدقيق مشكلة في تأويل المصطلحات التي من قبيل الديمقراطية، الشفافية، الضبابية مثلا.

- ألا يقع المرسل في التناقض بقوله أو فعله، كمن يدعي مثلا انه عضو في لجنة الدفاع عن حقوق الإنسان ثم يستعمل في ادعائه حججا واهية، أو بان يسيء الأدب مع المرسل إليه، لأنه بذلك يناقض نفسه في اللحظة التي يتلفظ فيها بخطابه.

1- جيهان رشتي احمد، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام"، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص:ص: 461-462/ عن حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، ص:187.

- موافقة الحجاج لما يقبله العقل، وإلا بدا زيف الخطاب ووهن الحجة.

- توفر المعارف المشتركة بيم طرفي الخطاب، مما يسوغ قبول المرسل إليه حجج المرسل أو إمكانية مناقشتها أو تنفيذها، وإلا انقطع الحجاج بينهما، وتوقفت عملية الفهم والإفهام.

- مناسبة الخطاب الحجاجي للسياق العام، لأنه هو الكفيل بتوسيع الحجج الواردة في الخطاب من عدمها، فقد يكون الحجاج صحيحا من الناحية النظرية ولكنه غير مناسب للسياق، إذ يمثل مهرب للمرسل من المسؤولية، عندها يتحول الحجاج إلى جدال يهتم فيه المرسل بذاته دون اهتمامه بالمرسل إليه.

- امتلاك المرسل لثقافة واسعة، خاصة فيما يتعلق بالمجال الذي يدور ضمنه الحجاج مثل المجال الديني أو السياسي، لأنه بدون ذلك الرصيد المعرفي لن يستطيع إيجاد دعوى أو تبني اعتراض معين فتعوزه الحيلة للدفاع عما يراه، "كما تعوزه الحيلة في بناء خطابه واختيار حججه"¹.

بالإضافة إلى تقييد المتكلم بضوابط التداول الحجاجي عند تلفظه بخطابه، فإن هناك آليات وأساليب اقناعية يجب عليه اعتمادها في رسائله الاقناعية نذكر منها:

*الاستمالات المستخدمة في الرسالة الاقناعية وهي ثلاث أنواع:

1- **الاستمالات العاطفية:** "تستهدف الاستمالات العاطفية التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية الاجتماعية ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال"²

فهي آليات تركز على إثارة انفعالات المتلقي للتأثير على آرائه ومواقفه.

2- **الاستمالات العقلانية:** "تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي، وتقديم حجج والشواهد المنطقية وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها، وإظهار جوانبها المختلفة، وتستخدم في ذلك:

1- ينظر عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب"، ص:ص: 465-466-467-468.

2- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، ص:ص: 188.

أ- الاستشهاد بالمعلومة والأحداث الواقعية

ب- تقديم الأرقام والإحصاءات

ج- بناء النتائج على مقدمات

د- تنفيذ وجهة النظر الأخرى¹

وفيها يكون خطاب المرسل موجها لمخاطبة المتلقي باستعمال الأدلة والبراهين.

3- **استمالات التخويف:** فهذه الآلية يلجأ إليها المتكلم عند إحساسه بعدم إقناع المتلقي بأفكاره وأرائه فيلجأ إلى استمالات التخويف التي تعمل على "تنشيط الإثارة العاطفية لدى المتلقي مثل: إثارة خوف الناس من الحرب لتبرير زيادة الاعتمادات الخاصة بالتسليح، وتحذير الناس من الأمراض الخطيرة حتى يسارعوا إلى الكشف الطبي الدوري، وتؤدي استمالة التخويف إلى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في حالتين:

1- شدة الإثارة العاطفية شكل حافز لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة.

2- توقعات الفرد بإمكانه تجنب الأخطار، وبالتالي تقليل التوتر العاطفي عند

الاستجابة لمحتوى الرسالة².

1- نجلاء العمري، "الدعاية الإسرائيلية" في راديو صوت إسرائيل، دراسة تحليلية لعينة من الأخبار والبرامج الإخبارية الموجهة باللغة العربية - رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، القاهرة، 1987، ص.ص:224-241/عن المرجع نفسه، ص: 190

2- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، المرجع السابق، ص:191.

المبحث الثالث: ماهية الخطاب الإعلامي ومميزاته.

الخطاب الإعلامي:

هو عملية تقنيع، أي إقناع الواقع وتصوره وفق إدراك مسبق لما يجب أن يكون ويتم تمثله في نظام من المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي بحكمها، بغض النظر عن طبيعة هدف الإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله ويتسم بطقوس معينة وله خصائصه وأبعاده الطقوسية"¹.

إن هذا التعريف يعني مجموعة من الحقائق لا بد من الوقوف عندها لأنها تعبر عن خصائص الخطاب ومكوناته، فعملية إقناع الواقع ليست إلا عملية استبدال العلاقات الاجتماعية الحية والمعيشية بالمتخيل الوهمي الذي يعمل إلى ترتيب الوعي دون التعرف إلى ما هو حقيقي.

مكونات الخطاب:

لتحديد مكونات الخطاب الإعلامي لا بد لنا من العودة إلى الدراسات الألسنية ونستعير مفاهيمها، فقد حددت هذه الدراسات مكونات الخطاب الإعلامي على النحو التالي:

*أولاً: الفاعلية.

المقصود بالفاعلية أي الفعل الخطابي الذي يمتلك مميزاته، وله أفعال معينة، وهو هنا ليس منتج الخطاب الرسمي وإنما هو إعادة إنتاج، هذه تعد جزءاً لا يتجزأ من عملية واسعة يقوم بها الخطاب السياسي الرسمي، ويتم فيها إعادة إنتاج العلاقات الاجتماعية ذاتها والقائمة في مجتمع معين.²

1- بسام مشاقبة، "مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014 ص: 154.
2- بسام مشاقبة، المرجع نفسه، ص: 155-156.

أي أن الفاعل الخطابى قد يمارس أشكالاً عدة، فقد يكون فاعلاً منطقياً أو فاعلاً نحوياً، وقد يكون فاعلاً أسطورياً، وفي كل ذلك ينجز أدوار الفاعلين طبقاً لإرادة ومعرفة وسلطة، "ومن جهة أخرى، هناك مجموعة من الحقائق التي يجب التأكد منها بخصوص الدور الفاعل للفاعل الخطابى" وعلى هذا النحو التالي:

أولاً: إن الفاعل الخطابى سواء أكان شخصاً أو مجموعة من الأشخاص تمثل في حقيقة الأمر مبدأ تجمع الخطابات واصل ووحدة دلالتها وبؤرة تماسكها.¹

ثانياً: يتحدد دور الفاعل الخطابى بعملية إنتاج الخطاب الإعلامى فمهمته التعليق على الخطاب وليست منتج الخطاب، أي إعادة تكرار ما قيل دون ملل وكأنه يقال أو مرة.

***ثانياً: الفضائية.**

تعتبر المكون الثانى من مكونات الخطاب الإعلامى وما يهمنى فى هذا المكون باعتباره فضاء إدراكياً هو الفضاء الصغير الذى يملك إمكانات التواصل المباشر، وإدراك المكونات الخطابية عبر وحدات جزئية والسماح بتحويلات معينة (...)، يعمل الفاعل الخطابى من خلال العمل على إنتاج علاقات جديدة.²

أي أن الفاعل الخطابى هو من يحدد انتماء هذا الخطاب بالرغم من حرصه على طمس الحقيقة أو حقيقة هذا الانتماء فهو هذا المكون يستخدم الاستمالات بحيث تصبح لغة الخطاب هى التى تحدد أسس السلوك للآخرين ولموقفهم من لعالم، كما أنه يريد أن يتقدم وأن يفرض نفسه وكان ما يقوله أمر ويهيب بالآخرين الاعتراف به.

***ثالثاً: الزمنية.**

إنها عملية لا تدرج فى بناء المنطق الإعلامى لوضع مستقبل الخطاب فى موقف فكرى معين من خلال التلاعب ببعض عناصر موقفه الأصلى.³

1- المختارى الفجارى، "تأصيل الخطاب فى الثقافة العربية"، مجلة الفكر العربى، عدد 100-101، ص: 31، عن المرجع نفسه، ص: 153.
2- بسام مشاقبة، "مناهج البحث الإعلامى"، المرجع السابق، ص: 157.
3- بسام مشاقبة، "مناهج البحث الإعلامى"، المرجع السابق، ص: 158.

فهي تمارس مهمة اثر المعنى وتكثيف البعد الزمني والصورة المثالية التي يعمد إلى إنتاجها وذلك لحماية النظام الاجتماعي والسياسي والقوانين الفعالة في تطورها.

مميزات الخطاب الإعلامي:

أولاً: انه خطاب طقوسي: هي التي تحدد الفعالية المقترحة أو المفروضة للخطاب وتأثيره في مستقبل هذا الخطاب مثلما يحدد الحركات وضروب السلوك والرموز التي تصاحب الخطاب ناهيك أن شكل الطقس هو رموز بحد ذاته.

فان طقسية الخطاب الإعلامي تتشكل من " الخواص المنفردة والأدوار المناسبة".¹

1- الخواص المنفردة: تقوم هذه الخواص على مثلث بالنسبة للخطاب الإعلامي.

• قدسية الموضوع وترتيبه

• المقام

• حق الأفضلية وحق التفرد

2- الأدوار المناسبة: أي يجب أن يحتل الموضوع أو يصاغ النمط في عبارات خطاب،

ذلك أن الطقسية هي المحدد الرئيسي لفاعلين الخطاب.

ثانياً: الأسطورية: وهي " التي تعطي الفرد قوة إضافية للتحكم في الواقع الخارجي

وإعطائه الوهم بأنه يفهم العالم وانه يفهمه عقلاً"²

فهي تسعى إلى تحويل الواقع إلى حالة أسطورية وخلق تصورات تتفق وما يشعر به الفرد

انه مقدس، وتكمن خطورة الأسطورة في نقل الخطاب الإعلامي من إعلان الرغبة أو

إخفائها، إلى أن يصبح هو موضوع الرغبة وهو الأداة التي بها ومن اجلها يقع الصراع، إنها

السلطة التي تسعى للاستحواذ عليها أبداً.

1- بسام مشاقبة، "مناهج البحث الإعلامي"، المرجع السابق نفسه، ص: 159.

2- بسام مشاقبة، "مناهج البحث الإعلامي"، المرجع السابق نفسه، ص: 161-162.

ثالثاً: "تعتبر هذه الميزة في الخطاب الإعلامي من حيث أنها تنطلق من البناء المنطقي للخطاب الإعلامي من خلال تقديم رأي، وحل، مخرج، عمل واحد. ويتم تحقيق ذلك من خلال سياقين (السياقات المعرفية- السياقات العاطفية)¹

فتقوم السياقات المعرفية على أساس منظومة من الرموز ذات التمثل الافتراضي وتترجم على مستوى ترتيب الموضوعات، أما الثانية فهي تعتمد على سلسلة من الأفعال النفسية وآليات الدفاع للاستجابة لدى متلقي الرسالة الاتصالية.

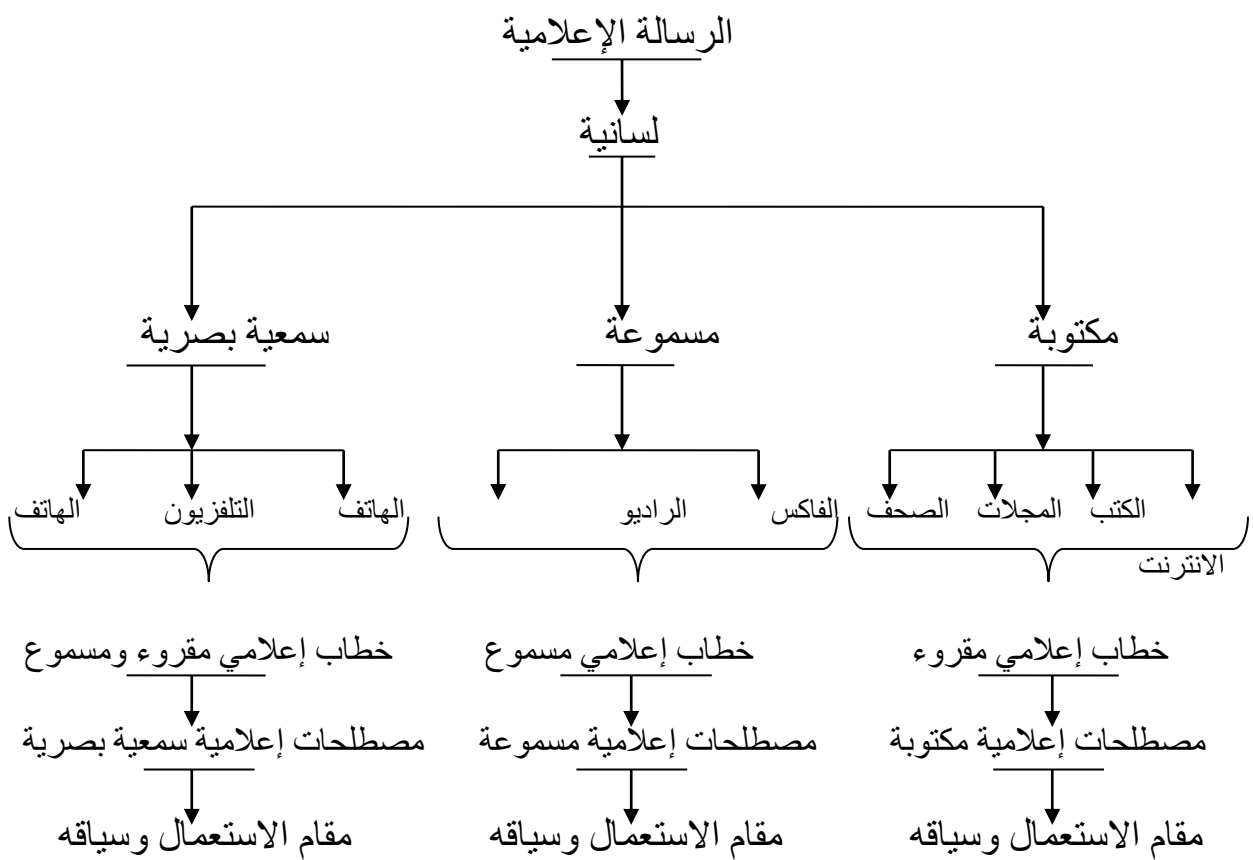
إن الحديث عن الخطاب الإعلامي هو نفسه الحديث عن الرسالة الإعلامية، فالخطاب الإعلامي هو الهدف الذي يريد الرجل أو المرسل أن يبلغه من خلال إقامته الاتصال وهو المضمون الذي تحمله وسائل الإعلام، ونجاحه مرهون "بمدى اعتماده على الحقائق والأرقام ومسايرته لروح العصر، والشكل الفني الملائم، ومناسبته لمستوى المستقبلين من الجمهور من حيث أعمارهم وحاجاتهم، ويتم نقد وسائل الإعلام وتقويمها إيجاباً وسلباً في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي إذا تحققت تجعل تأثيرها في الناس أكبر، وتحوز على ثقتهم وتفاعلهم معها".² كما يمكن أن تكون هذه المرسلات عبارة عن مجموعة من الإشارات والرموز الغير لغوية أو عبارة عن صورة، أغنية، أو حتى قصة أو رواية أو مسرحية و"التي يستمدّها المرسل من مختزن الإشارات والرموز عنده، ويصوغها طبقاً لأصول وقواعد محددة لتتوجه إلى الملتقط"³.

ولكي يصل الخطاب الإعلامي بنجاح، يجب أن تكون " الإشارات والرموز وأصول القواعد التي يستند عليها المرسل معروفة تماماً لدى الملتقط، بحيث يسهل عليه استيعاب المرسلات وفهم دلالاتها الذهنية، بمعنى آخر، يجب أن تكون للملتقط معرفة تامة مسبقة بأصول قواعد تركيب الرموز والإشارات الواصلة حتى يسهل عليه عند الالتقاط جمعها في سياقها السليم، وتركيب مجموعاتها في أشكال متناسبة مع مقاصد المرسل الأكيدة، ومن ثم إدراك دلالاتها أو مضامينها انطلاقاً من هذه الأشكال".⁴

1- بسام مشاقبة، "مناهج البحث الإعلامي"، المرجع السابق نفسه، ص: 162-163.
2- صالح ذياب هندي، "اثر وسائل الإعلام على الطفل"، دار الفكر للنشر والتوزيع، 2008، ص: 20.
3- جان جبران كرم، "مدخل إلى لغة الإعلام"، دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع، 1992، ص: 14.
4- جان جبران كرم، المرجع السابق نفسه، ص: 14.

ويجب التفريق بين الخطاب الإعلامي أو الرسالة الإعلامية اللغوية والخطاب الإعلامي الغير لغوي مع الإشارة أن معظم الرسائل الإعلامية وخاصة في وسائل الإعلام السمعية البصرية تكون مدعومة بالصورة والإشارات والرموز...الخ، وفي بعض الأحيان تكون الصورة لوحدها في وسائل الإعلام ابلغ من أي رسالة لغوية تعبر عنها.

الشكل 01: من إعداد الطالبة غربي أمينة



وإذا كانت اللغة بطبعها ظاهرة اجتماعية، فإنها تضي على الخطاب الإعلامي أبعادا نفسية واجتماعية وثقافية باعتبارها " العروة الوثقى التي جعلت الاتصال عملية اجتماعية، وهي التي تحدد الكيان الاجتماعي للاتصال الإعلامي أو إضرابه في مواجهة المعايير التي يفرضها المجتمع في المظهر والسلوك".¹

وقد وصفت لغة الصحافة والإعلام بأنها لغة الفم الصحفي والإعلامي، وذلك ليس لأنها تهدف إلى مناقشة حاسة الجمال لدى الجمهور مثلما تفعل لغة التعبير الأدبي، وإنما لأنها "تقوم على الوظيفة الهادفة والوضوح والإشراق، وتكاد تكن فنا تطبيقيا قائما بذاته، فالفن الصحفي والإعلامي تغيير اجتماعي شامل ولغته ظاهرة مركبة خاضعة لكل مظاهر النشاط الثقافي من علم وفن موسيقى وفن تشكيلي... الخ، هذا إلى جانب السياسة والتجارة والاقتصاد والموضوعات العامة، ومن ذلك يتبين أن الفن الصحفي والإعلامي بوجه عام فن تطبيقي يهدف إلى الاتصال بالناس ونقل المعاني والأفكار إليهم، فهو أداة وظيفية وليس فنا جماليا لذاته".²

ولا يعني هذا أن لغة الفن الصحفي تميل إلى الغموض والصعوبة، بل العكس من ذلك، فهي تعتبر كيانا خاصا.

سمات اللغة الإعلامية:

إذا كانت اللغة الإعلامية تختلف عن باقي الفنون القولية الخاصة باللغة الأدبية أو الفلسفية أو العلمية، فإنها لغة تشترك مع جميع هذه الخطابات في كونها لا تخرج عن قواعد اللغة ولا عن نظاما، ولكنها "تتميز بسمات خاصة تتمثل في خصائص أسلوبها كالبساطة والإيجاز والوضوح والنفوذ المباشر، والتأكيد والأصالة والجلاء والاختصار والصحة".³

1- جان جبران كرم، "مدخل إلى لغة الإعلام"، المرجع السابق نفسه، ص: 263.
2- عبد العزيز شرف، "علم الإعلام اللغوي"، مكتبة لبنان ناشرون السلسلة: لغويا، 2000، ص: 120.
3- ينظر: جان جبران كرم، "مدخل إلى لغة الإعلام"، ص: 264.

إن القوة التأثيرية في الخطاب الإعلامي تكمن في قوة المفردات التي تستخدمها هذه اللغة، فهي تميل إلى الاستغناء عن العناصر اللغوية التي لا تحقق قيمة ومنفعة بخصوص المعنى، وذلك مثل أداة التعريف التي لا لزوم لها في بعض الأحوال اللغوية، فعبارة: (سبت النار في القرية) مثلا تصبح أقوى في لغة الإعلام حيث تكون: (سبت نار في القرية) كما تستغني اللغة الإعلامية عن الأفعال التي لا قيمة لا مثل: (قام بإعداد البحث) بحيث تكون أقوى في لغة الإعلام حين نقول: (اعد بحثا).

وعن صفات وظروف الزمان والمكان وأحرف الإضافة مثل: (دمرت السيارتان تدميرا)، وتقول لغة الإعلام: (دمرت السيارتان)، ومن هنا تؤثر اللغة الإعلامية كان تقول: (عمارة من ثمانية عشر طبقا) بدلا من (عمارة عالية من ثمانية عشر طبقا)، و(كان من الذين غادروا القطار) بدلا من (كان بين الذين غادروا القطار)... الخ، كما تتجح هذه اللغة الإعلامية في الاستغناء عن أحرف ربط الكلمات، فهي تؤثر عند القول: (قال حديثه...) من: قال في حديثه¹.

جمهور الخطاب الإعلامي:

ينبني العمل الإعلامي في أساسه على وجود ما يسمى بالمتلقي، فلولا وجوده لما استطاعت العملية من انجاز مهمتها، ولما وجدت أية رسالة إعلامية وجهتها الأخيرة.

ويظهر من خلال اتجاه العملية الإعلامية والتي تظهر بأنها عبارة عن إقامة اتصال أحادي الاتجاه، يكون دور المرسل فيه دورا ايجابيا، بينما يكون موقف المتلقي فيه موقفا سلبيا باعتباره الطرف الذي تقع عليه أفعال الكلام من طرف المرسل، ومع ذلك فان المتلقي في الإعلام هو الطرف الذي أقيم من اجله الاتصال بغرض إقناعه والتأثير فيه، وبالتالي فان المتلقي متضمن في الرسالة الإعلامية وعليه فان أهمية المتلقي تكمن في كونه مشاركا في العملية الإعلامية وليس عنصرا سلبيا.

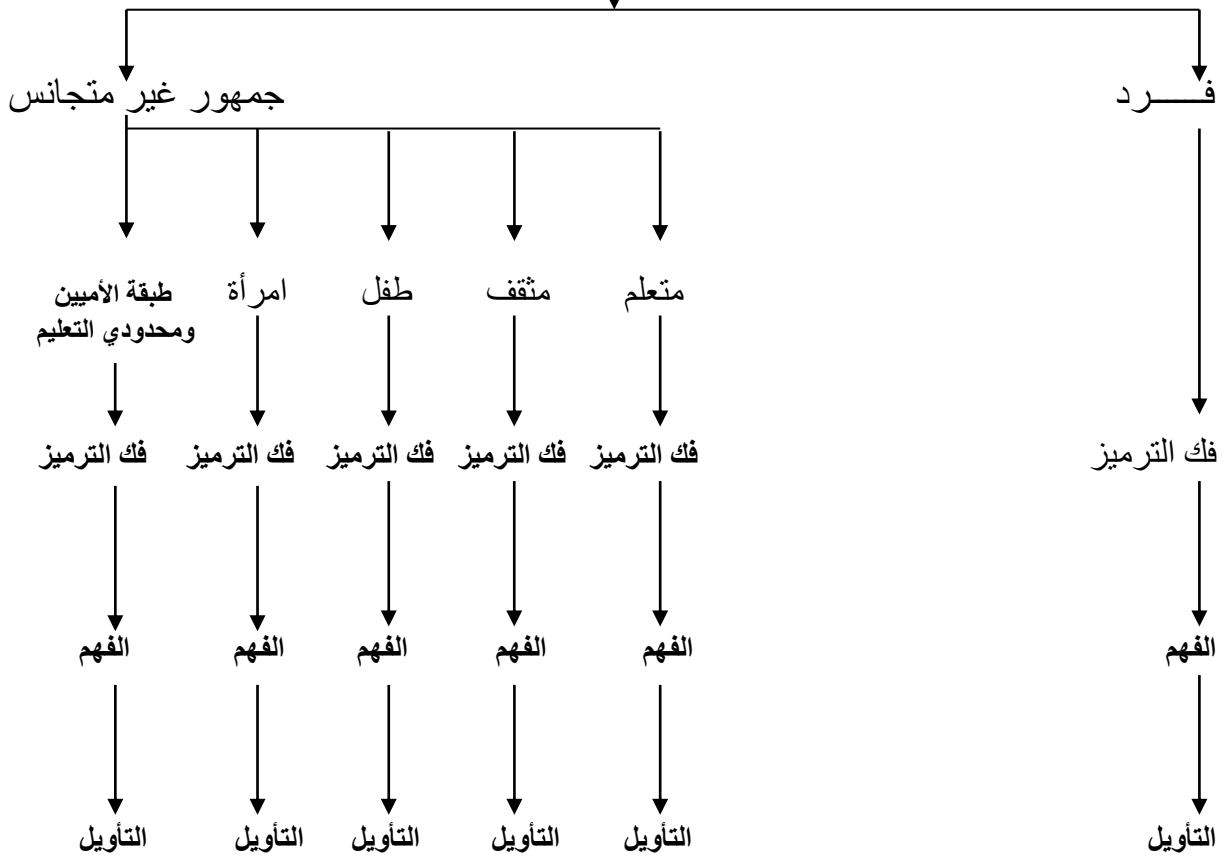
1- محمد المبارك، "استقبال النص عند العرب"، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط01، 1999،

وإذا كان المرسل هو من يقوم بعملية الترميز، فإن دور المتلقي هو فك هذه الرموز وفهمها ثم تأويلها في محاولة منه للوصول إلى غرض المرسل من إقامته الاتصال، والألفاظ المستعملة في الرسالة الإعلامية هي وسيلة المتلقي للقيام بعملية التأويل، وذلك من خلال الدلالة أو المعنى الذي يحمله كل لفظ داخل السياق الذي ورد فيه، وبالتالي فإن "الأساليب البلاغية العربية تجعل المخاطب والمتلقي بينهم في إنتاج المعنى المقصود بواسطة عملية استدلالية، هنا لا يعطي المعنى، بل هو دليل عليه، وهذا لا يقلل من شأنه كما يتوهم، بل العكس، فالألفاظ هنا ليست أداة اتصال فحسب، ليست مطية أو وعاء للأفكار وحسب، بل إنها إمارة عليها ودليل إليها."¹

إن التأويل يولد مع ميلاد الرسالة الإعلامية مكتوبة كانت أو منطوقة، ولكن السؤال الذي يطرح هو: هل يتفق جمهور المتلقين على نفس التفسير والتأويل للرسالة الإعلامية الواحدة، أم أن التأويل لدى المتلقي يختلف ويتعدد حسب ثقافة ومستوى وإيديولوجية هذا المتلقي؟

إن أية مؤسسة إعلامية تدرك بان جمهورها المستهدف عبارة عن أفراد من طبقات ومستويات تختلف بينها داخل المجتمع الواحد، حيث نجد فيه النخبة المتعلمة والمتقنة، بالإضافة إلى عامة المجتمع الذي تمثله كل من الطبقة المحدودة التعليم وطبقة الأميين، مع الإشارة إلى المستوى الاجتماعي لجمهور المتلقين على اختلافه، ولعل هذا هو السبب الذي يجعل اللغة الإعلامية تتنوع بين عامية وفصيحة ولغات أجنبية، وذلك لوصول تأثيرها إلى هذه الطبقات والمستويات، ويمكننا تلخيص عملية التلقي في المخطط التالي:

المتلقي





الفصل الثاني

المبحث الأول: التداولية بين النظرية والمنهج.

أولاً: مفهوم التداولية.

إن التداولية (pragmatique linguistique) من أحدث الاتجاهات اللغوية التي ظهرت وازدهرت على ساحة الدرس اللساني الحديث والمعاصر، وهي مصطلح عرف مدلولات عديدة تقلب بينها منذ ظهوره لأول مرة، فقد ظهر مصطلح (pragmatique) انطلاقاً من الأصل اليوناني (pragma) الذي يعني العمل ومنه اشتقت الصفة اليونانية (pragmatiko) الذي تحيل على كل ما يتعلق بمعاني العمل¹.

أما المصطلح في أصله العربي فيرجع إلى الجذر اللغوي (دول) أو له معانٍ مختلفة لكنها لا تخرج عن معاني التحول والتبدل، فقد ورد في لسان العرب "لاين منظور" تداولنا الأمر أخذناه بالدول وقالوا دواليك أي مداولة على الأمر... ودالت الأيام أي دارت، والله يداولها بين الناس، وتداولته الأيدي، أي أخذته هذه مرة وهذه مرة وتداولنا العمل والأمر بيننا، بمعنى تعاوناه فعمل هذا مرة وهذا مرة².

وجاء في معجم أساس البلاغة "للزمخشري": دول: "دالت له الدولة، ودالت الأيام بكذا، وأدال الله بني فلان من عدوهم، جعل الكثرة هم عليه... وأدبل المؤمنون على المشركين يوم بدر، وأدبل المشركين على المسلمين يوم أحد... والله يداول الأيام بيم الناس مرة لهم ومرة عليهم... وتداولوا الشيء بينهم والماشي يداول بين قدميه، يراوح بينها"³ أما في قاموس المحيط "لفيروز أبادي" فهي "أية من الدول يتداول تداولاً، ويقال تداولنا الأمر أخذناه بالدول، وقالوا دواليك: أي مداولة على الأمر وتداولته الأيدي أخذته هذه مرة وهذه مرة، وتداولنا العمل بيننا بمعنى تعاوناه"⁴ فالملاحظ على معاجم العربية أنها لا تكاد تخرج من

1- اللغة والأدب، "ملتقى علم النص"، العدد 17، الجزائر العاصمة، 2006، ص: 06

2- ابن منظور (أبو فضل جمال الدين بن مكرم): "لسان العرب"، دار صادر، بيروت، ج11 (د.ت) ص: 252، مادة الدول.

3- الزمخشري جار الله بن احمد، "أساس البلاغة"، تح: محمد باسل عيون سود، دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، ج01، ط01، 1998م.

4- فيروز الأبادي محمد بن يعقوب، "القاموس المحيط"، يوسف الشيخ البقاعي، دار الفكر، بيروت- لبنان، ط01، 2003م، ص: 900، مادة الدول.

دلالاتها للجذر "دول" على معاني التحول والتبدل والانتقال سواء من كان إلى آخر أم من حال إلى آخر، مما يقتضي وجود أكثر من طرف واحد يشترك في فعل التحول والتغيير والتبدل والتناقل وتلك حال اللغة متحولة من حال لدى المتكلم إلى حال أخرى لدى السامع، ومتنقلة بين الناس يداولونها بينهم، لذلك كان مصطلح تداولية أكثر ثبوت بهذه الدلالة من غيرها من المصطلحات الأخرى التي ترجمت لها في العربية مثل التبادلية، الاتصالية، النفعية، الذرائعية السياقية.

اهتم الدارسون بآثار تفاعل اللغة مع الظروف والمقامات في المجتمع، وكيفيات استعمالها داخل النظام الاجتماعي، حيث تدرس اللغة أثناء الاستعمال في المقامات المختلفة وبحسب أغراض المتكلمين وأقوال المخاطبين، كما تعنى بأقطاب العملية التواصلية فتهم بالمتكلم ومقاصده بعده محركا العملية التواصلية وتراعي حال السامع أثناء الخطاب، كما تهتم بالظروف والأصول الخارجية المحيطة بالعملية التواصلية ضمنا لتحقيق التواصل من جهة ولتستغلها في الوصول إلى غرض المتكلم وقصده من كلامه من جهة أخرى.

تندرج هذه القضايا بأكملها في إطار تيار من الدراسات والنظريات تسمى عند أهل الاختصاص بالتداولية، وقد تعددت تعاريف التداولية نذكر منها:

هي علم اللغة التي تبحث كيفية اكتشاف السامع مقاصد المتكلم أو دراسته معنى المتكلم، فهي إذا تبحث في غرار معاني الكلام والمتكلم ومحاولة اكتشاف الأغراض التي يريد المرسل من خلال رسالته، فقد تتعدى الدلالة المعنى الحرفي المستتر مما يجعل من المتكلم كثيرا ما يعني أكثر مما تقوله كلماته.

لهذا أنشأ غرايس مبادئ تؤسس لمقاصد المخاطبين والمشاركين في عملية التخاطب، فكلاهما يسعى إلى جعل شبكة الاتصال دائمة ومتواصلة، وفي سيرورة منتظمة و مترابطة.

تبنى هذه المبادئ على أربعة حكم أساسية هي:

حكمة الكم: تجعل مساهمتك في الحديث إخبارية بالقدر الذي يقتضيه هدف هذا الحديث لكن لا تجعلها إخبارية أكثر مما هو مطلوب.

حكمة الكيف: أن تقدم مساهمة حقيقية للحديث ولا تجهر بشيء لا يمكنك أن تدعيه دون دليل كاف.

حكمة العلاقة: أن تقدم مساهمة دالة لها معنى في الحديث.

حكمة حكم الكلام: أن يتكلم بوضوح ويتجنب الإبهام وان تقدم حجتك في شكل منتظم¹، لهذا وجب على كل المشاركين في الكلام احترام هذه المبادئ الأربعة حتى تكون نتيجة الحديث ذات مقاصد، وذات منفعة وخدمة لعملية التبليغ، وتكون ذات قوة خطابية تسمح ببناء علاقة متينة للتواصل بين المرسل والمرسل، فالتداولية إذن تعني بالكيفية التي تستعمل بها اللغة عند الحديث، وتهتم بالسياق الكلامي والموقف، وتعني بالمتكلمين وطرائق حديثهم وبكل ما من شأنه أن يزيد عملية الاتصال وضوحا.

ثانيا: نشأة التداولية وتطورها.

التداولية وهي تبحث عن حيثيات المعنى ستكون ملتقى الدراسات المختلفة، وطبيعة المعنى وتحصيله تتداخل فيه مختلف الدراسات من فلسفة ومنطق وقانون وغيرها.

تبلورت هذه النظرية اللسانية ورسمت منهجها الخاص وحدودها المميزة لها كنظرية مستقلة لها وجودها المستقل عن أسسها الفلسفية والقانونية، فقد قام هذا المنهج على العديد من المقولات والنظريات التي تطوف حول المعنى التداولي.

وتسعى النظريات التداولية من خلال الأهداف المسطرة لها إلى الإجابة عن تساؤلات من النمط الآتي:

*من يتكلم؟ من يقع عليه الكلام؟

*ماذا نفعل عندما نتكلم؟

*ما هي قيود الحديث؟

1- دلاش الجيلالي، "مدخل إلى اللسانيات التداولية"، تر: محمد يحياتين، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1986م، ص:33.

*أين يكمن الغموض في الكلام؟

*لماذا نقول أشياء ثم نصرح بعدم قولها مباشرة؟

*لماذا التلميح أبلغ من التصريح؟

*متى يكون الكلام إقناعاً؟¹

وجاءت التداولية للإجابة عن هذه التساؤلات تستعين بالعلوم الإنسانية والاجتماعية وأخرى وبالتالي فإن نشأتها ستكون نتاج هذه الحقول المختلفة سواء بشكل مباشر أو غير ذلك.

ثالثاً: إرهاصات الدراسات التداولية.

1. عند علماء الغرب:

أ. عند شارل ساندس بيرس:

يعتبر الفيلسوف السيميائي تشارلز "ساندرس بيرس" من الأوائل الذين أحدثوا تطوراً في المجال اللساني والفلسفي، حيث ارتبطت عنده التداولية بالمنطق ثم بالسيموطيقا. وارتبطت كذلك بميدان المعرفة والمنهج العلمي، فقد ظهرت ملامح التداولية الأولى مع ظهور مقالة "كيف نجعل أفكارنا واضحة" عام 1878 وقد تساءل بيرس متى يكون للفكرة معنى؟

ودرس الدليل وعلل إدراكه بواسطة التفاعل الذي يحدث بين الذات والنشاط السيميائي وقد حاول تطوير التجربة الإنسانية من خلال الأدلة، وربطها بالواقع الاجتماعي ورأى أن الواقع المدلول عليه يفترض تجربة إنسانية مبنية لا على ما هو فردي بل على ما هو اجتماعي².

1- بلخير عمر، "تحليل الخطاب المسرحي في ضوء النظرية التداولية"، منشورات الاختلاف، ط01، 2003م، ص:8.

2- بوقرة نعمان، "المدارس اللسانية المعاصرة"، مكتبة الآداب، القاهرة، مصر، ط01، 2004، ص:198.

وقد اختلف مفهوم بيرس للتداولية بتطور مراحل فكره، إذ انطلق أولاً بالتساؤل والبحث عن كيفية جعل أفكارنا أكثر وضوحاً إلى أن تصورنا لموضوع ما يقاس بالنتائج العلمية المترتبة عند "بيرس" من حيث أنها منهج متصل بالمنهج العلمي.

كما وقد اهتم بالإشارة اهتماماً بالغاً، وبحث عن الطرق التي بواسطتها يتم الاتصال بين الأفراد وجعلها نظرية ليعتبر من خلال ذلك فرعاً من السيميائيات، وذلك فيما كتبه وعبر عنه في تلخيصه لإطارها العام وذلك أن اللسانيات المتداولة تفترض كلا من الدراسة التركيبية والدالية.

فالتداولية بهذا المنظور هي نقل للواقع ووسيلة من وسائل المعرفة والاتصال، ومنهج لجميع ميادين المعرفة، ولذلك رأى بيرس أن بالتحديد التداولي تتحدد العلامة اللسانية بحكم استعمالها في تنسيق مع علامات أخرى من طرف أفراد جماعة معينة¹.

فالعلامة اللسانية علاقة بظروف استعمالها ومحيطها.

ب. عند تشارل موريس:

يعتبر من مؤسسي ومطوري التداولية، فقد اعتبر التداولية جزءاً من السيميائية عند تمييزه لثلاثة فروع لهذه الأخيرة "السيميائية" وهي على التوالي علم التراكيب علم الدلالة علم التداولية².

كما وقد نبه موريس إلى علاقة العلامة بمستعملها وطريقة توظيفها وأثرها في المتلقين ونبه كذلك إلى علاقة الرموز بمؤوليهها، وكل هذه الفروع مرتبطة ببعضها ارتباطاً وثيقاً. فالتداولية تدرس كيفية تفسير المتلقي للعلامة، وهذا التفسير لا يتم بمعزل عن كل البنى التركيبية والنحوية للغة المستخدمة، لأن النظام اللغوي يتركز على الأشياء والعلامات كذلك بمراجع تحيل إليها في العالم الخارجي، وفهمها يستوجب الإحالة إلى مراجعها، وهذا مبحث دلالي والتداولية تعتمد على علمي التركيب والدلالة في محاولتها للكشف عن مقاصد المتكلم ولقد نظر موريس إلى الأدلة وبحث كيفية تأثيرها على المرسل إليه، وقد نظر إليها نظرة سلوكية حين اعتبرها طاغية على الموقف فهي التي تهئ المخاطب إلى اتخاذ رد فعل معين،

1- نحلة محمود أحمد، "أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر"، دار المعرفة الجديدة، مصر، 2002، ص:09.

2- دلاش الجليلي، "مدخل إلى اللسانيات التداولية"، ص:18-19.

فكل قول في وضع معين يؤدي إلى نفس الإجابة، أو رد الفعل في كل مرة يستوجب دليلاً ما اتخاذ موقف لدى المتلقي سواء أكان إيجابياً أم سلبياً إزاء حدث ما أو شيء ما أو مقام ما.

فتشارلز موريس لم يبتعد كثيراً عن تصور "بيرس" إلا من حيث البعد السلوكي، فمفهومه كان محفزاً وسبباً للنهوض بمجموعة من الدراسات، تضمنت دراسة الظواهر النفسية الاجتماعية الموجودة داخل أنظمة العلامات بشكل عام وداخل اللغة بشكل خاص إضافة إلى دراسة التصورات.

ج. فينيجشتاين:

هذا العالم ينحو منحى فلسفياً، لكنه سرعان ما عدل عن ذلك واتجه إلى دراسة اللغة العادية، وتعتمد هذه الفلسفة على ثلاثة مفاهيم أساسية هي: الدلالة، القاعدة، العاب اللغة.

1. **الدلالة:** فرق بين الجملة والقول وجعل الجملة أقل اتساعاً من القول.

2. **القاعدة:** هي مجموعة المثل الصالحة لعدد كبير من الأحوال والمتكلمين والتي تسمح بتنويع النشاط اللغوي، وهي القاعدة النحوية الصحيحة في الترتيب والاستعمال.

3. **ألعاب اللغة:** هذا المفهوم لا ينفصل عن مفهومي الدلالة والقاعدة، فقد تنوع النشاط اللغوي وتعددت الطرائق في استخدام الجملة الواحدة كالشكر والتحية!

فاللغة حسب "ليست حساباً منطقياً، بل كل لفظة لها معنى معين، وكل جملة معنى في سياق محدد فالكلمة والجملة تكتسب معنا باستخدامها"².

مع العلم أن هذا الفيلسوف قد ساهم مساهمة فعالة في مجال التداولية حيث جعل الاستعمال هو الذي يبيث الحياة والحركة في اللغة، وجعل التواصل هدفاً.

1- بوقرة نعمان، "المدارس اللسانية المعاصرة"، مكتبة الآداب، القاهرة، مصر ط1، 2004م، ص:198.

2- نحلة محمود أحمد، "أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر"، المرجع السابق نفسه، ص:9.

د. عند جون أوستن:

وبالرغم من الجهود الفلسفية في مجال اللغة، والتداولية على وجه الخصوص، إلا أن البحث فيها لم يتضح وإجراءاتها التحليلية لم ترق إلى العلمية والموضوعية إلا بمجيء الفيلسوف "جون أوستن" وكانت مرحلة الإكمال والنضج عند أوستن. وهو فيلسوف تأثر بمن سبقه كالفيلسوف فنجشتاين الذي اعتبر اللغة تستخدم لتصف العالم، وما هي إلا أداة رمزية تشير إلى الواقع والوقائع الخارجية وقد تصدى الفيلسوف أوستن إلى هذه الفكرة ونقدها وأنكر أن تكون الوظيفة الأساسية للغة هي الإخبار ووصفه حال الوقائع وصفا إما يكون صادقا أو كاذبا.

وأطلق عليه "المغالطة الوصفية" لتمييز بعدها بنوعين من العبارات التي تكون أفعالا منجزة، فالأولى تخبر عن وقائع العالم الخارجي ويمكن الحكم عليها بالصدق أو الكذب، والثانية تنجز بها أفعالا فهي لا تحتمل صدقا أو كذبا¹.

ومما سبق يمكن القول أن أوستن وضع نظرية الأفعال الكلامية، وقد ميز بين نوعين من الأفعال اللغوية:

1- أفعال إخبارية: تتمثل في جملة الوقائع الخارجية التي يحكم عليها بمعيار الصدق والكذب ويخلص أوستن إلى وجود جملة وصفية إثباتية أو تقريرية يمكن أن تكون كاذبة أو صادقة، فقولنا مثلا أن الأرض تدور حول نفسها فهذا فعل إخباري يتأكد صدقه من خلال مطابقة للوقائع.

2- أفعال أدائية: إنشائية تتمثل في الأفعال التي لاتصف الواقع ويحكم عليها بمعيار ثاني وهي النجاح والتوفيق أو الإخفاق، ويسمي أوستن هذه الأقوال بالأفعال الإنشائية على عكس الزمرة الأولى وقد نفى وصفها بالصدق أو الكذب، وأكد أن هذه الأقوال قد تنجح أو تخفق، أو أنها تستجيب لمقتضى الحال أو لا، وصفة التوفيق لن تتحقق إلا بتحقيق شرط معينة وهي نوعان².

1- أن روبل جاك موشلار، "التداولية اليوم علم جديد في التواصل"، تر: سيف الدين دغفوس ن محمد الشيباني، المنظمة العربية، دار الطليعة، بيروت، لبنان، ط 1، يوليو 2003 م، ص: 30-31، 99.
2- نحلة محمود أحمد، "أفاق جديدة في البحث الغوي المعاصر"، المرجع السابق نفسه، ص: 9.

أ- **تكوينية:** وهي ضرورية لتحقيق الفعل الأدائي وتتمثل في:

* وجود إجراء عرفي مقبول، أو تأثير عرفي مقبول.

* أن يتضمن الإجراء نطق كلمات محددة من طرف أناس معينين في ظروف معينة.

* أن يكون الناس مؤهلين لتنفيذ هذا الإجراء.

* أن يكون التنفيذ صحيحا، أي الابتعاد عن استعمال الكلمات الغامضة.

* أن يكون التنفيذ كاملا، مع ذكر الاستعمالات اللغوية المناسبة.

ب- **الشروط القياسية:** وحضور هذه الشروط لازم للحكم على الفعل بالتوفيق أو عدمه

ويمكن تلخيصها فيما يلي: ¹

* ضرورة كون المشارك في الإجراء صادقا في أفكاره ومشاعره ونواياه.

ومن بين كل الأفعال لأنه منها ولا تأثير له على السامع، وقد عد أوستن الفعل الإنجازي جوهر أفعال الكلام حتى أصبحت تدعى نظريته بنظرية الأفعال الإنجازية أو النظرية الإنجازية ².

وذلك لأن الفعل الإخباري يرتبط بمقصد المتكلم وعلى المتلقين بذل جهد للوصول إلى مفهومه، وبناء على الأفعال الإنجازية، قام أوستن بتصنيف الأفعال الكلامية إلى خمس أصناف:

الأفعال اللغوية الدالة على الحكم أو أفعال الأحكام: وهي أفعال تعبر عن حكم يصدر من حكم وقد يكون نهائيا أو مرحليا، وقد تكون نافذة أو غير نافذة وقد تكون تقديرية أو ظنية مثل: عين، نصح، حذر...

الأفعال اللغوية الدالة على الممارسة أو أفعال القرارات: وهي أفعال تعبر عن اتخاذ قرار لصالح أو ضد شخص مثل: عين، نصح، حذر...

الأفعال اللغوية الدالة على الوعد أفعال التعهد: وهي الأفعال التي يتعهد فيها المرسل بفعل شيء فيلزم نفسه به مثل: أعد، أتعاقد على، أقسم...

1- دلاش الجبلاي، "مدخل إلى اللسانيات التداولية"، المرجع السابق نفسه، ص: 25-26.

2- دلاش الجبلاي، المرجع السابق نفسه، ص: 24.

الأفعال اللغوية الدالة على السيرة أو أفعال السلوك: وهي الأفعال التي تعمل رد فعل سلوك الآخرين كالاعتذار والشكر، التهنة والرجاء...

الأفعال اللغوية الدالة على الغرض أو أفعال الإيضاح: وهي أفعال تستعمل لتوضيح وجهة نظر أو تبين رأي، وتأتي بالحجج والبراهين مثل: الإثبات والإنكار المطابقة والاعتراف، الاستفهام وتقوم الأفعال بضبط مكان أقالنا داخل الحديث - أ- الحوار.

*أن يلتزم القائل بما يقول فعلا.

ولما اتضح لأوستن أن كثيرا من الأفعال الإخبارية تقوم بوظيفة الأفعال الأدائية برغم ما بذله من جهد في التمييز بين هذين النوعين من الأفعال أي الأدائية والإخبارية طرح سؤالا كيف ننجز أفعالا حين ننطق أقوالا؟

وفي محاولته للإجابة على التساؤل المطروح رأى أن الفعل الكلامي مركب من ثلاثة أفعال، وهي تشكل كيانا واحدا، ويقع حدوثها في وقت واحد علما أن هذه الأفعال لا ينفصل جانب من جوانبها عن الآخر إلا في الدراسة وهي.¹

1- **الفعل اللفظي:** وله عدة جوانب:

2- **الفعل الصوتي:** ويتمثل في التلفظ أي إنتاج أصوات، وهو ما يتألف من أصوات لغوية مفهومة في تركيب إسنادي صحيح له معنى.

3- **الفعل التبليغي:** الكلمة لها صورة صوتية وتنتمي إلى لغة محددة وتخضع لقواعد نحوية.

4- **الفعل الخطابي:** وهو الذي يجعل لتلك الكلمات دلالات معينة.

5- **الفعل الإنجازي الغرض:** وهو ما يؤديه الفعل اللفظي من معنى إضافي، ويصطلح عليه في الاستعمال كالوعد والتحذير، الأمر والنصح، فهذا الأمر يتعلق بتحقيق قصد المتكلم.

6- **الفعل التأثيري:** وهو الأثر ورد الفعل الذي يصدر من المتلقي أو السامع، ويقصد به الأثر الذي يحدثه الفعل الإنجازي في السامع أو المخاطب سواء أكان تأثير جسديا أم فكريا أم شعوريا، فالمتكلم يحدث في السامع تأثيرا على كل المستويات.

هـ. الفيلسوف سيرل:

فقد كانت له جهود كذلك في هذا المجال اللساني فقد أكمل مساعي أوستن كما وقد أحكم الأسس المنهجية التي تقوم عليها هذه النظرية، وقد كان ما قدمه من أعمال حول الفعل الإنجازي كافيا لأن ينطلق "سيرل" من هذه الأرضية، فبعد ما استفاد من أستاذه "أوستن".

اقترح بعض التعديلات وطور نظرية الأفعال اللغوية: ويمكن أن نلخص جهوده في ما يلي:

*نص على أن الفعل الإنجازي هو الوحدة الصغرى للاتصال اللغوي وان للقوة الإنجازية دليلا يسمى "دليل القوة الإنجازية" وقد بين أن الفعل الإنجازي الذي يؤديه المتكلم بنطقه لجملة معينة يكون باستعماله لصيغة معينة تدل على دلالة معينة كذلك، كالأمر أو النهي أو التنغيم.

*الفعل الكلامي عنده مرتبط بالعرف اللغوي والاجتماعي وهو أوسع من أن يقتصر على مراد المتكلم.

*طور كذلك شروط الملائمة وجعلها أربعة وهي على التوالي: ¹

شروط المحتوى القصوي: وهو الذي يقتضي فعلا في المستقبل ويطلب من المخاطب كفعل الوعد.

الشرط التمهيدي: يتحقق هذا الشرط إذا كان المخاطب قادرا على إنجاز الفعل، والمتكلم على يقين القدرة.

شروط الإخلاص: ويتحقق حيث يكون المتكلم مخلصا في أداء الفعل، فلا يقول غير ما يقصد، ولا يزعم أنه قادر على فعل ما لا يستطيع.

الشرط الأساسي: ويتحقق من خلال محاولة المتكلم التأثير في السامع للقيام بالفعل وإنجازه حقا.

إضافة إلى ذلك فقد قسم الأفعال الكلامية إلى أفعال مباشرة وأخرى غير مباشرة¹.

أما الأفعال المباشرة فقد انطلق "سيرل" من مبدأ فلاسفة اللغة العادية القائل بأن القول هو العمل، لأن القول باعتباره شكلا من السلوك الاجتماعي، وهذا يعني إنجاز أربعة أفعال في الوقت نفسه وهي: فعل القول، فعل الإسناد، فعل الإنشاء فعل التأثير فأما فعل القول فهو الذي يتمثل في التلفظ بكلمات وجمل ذات بنى تركيبية وصرفية ونحوية، أما فعل الإسناد فهو الفعل الذي يقوم بربط صلة بين الرسل والمرسل إليه، وأما فعل الإنشاء فهو القصد المعبر عنه في القول الذي قد يكون تحذيرا أو تهديدا، أو وعدا أو وعيدا أو أمرا وأما الفعل التأثري فيمكن في محاولة المتكلم التأثير على السامع ولكن دون أن ننسى دور المستمع الذي يريد الوصول إلى مقاصد المتكلم باعتماده على جميع العناصر المفضية للتواصل، و الفعل المباشر عنده هي الأقوال التي تتوفر على تطابق تام بين معنى الجملة ومعنى القول أو تطابق المعنى والقصد.

الأفعال الغير مباشرة فيها ينتقل المعنى الحقيقي إلى معنى مجازي، وهي أفعال تحتاج إلى تأويل لإظهار قصدها الإنجازي كالاستعارة والكناية.

كما وقد عمل "سيرل" على تطوير نظرية الأفعال الكلامية وأضاف إلى ما جاء به "أوستن" أفكارا هامة، وقدم لهذه الأفعال تصنيفا جديدا وبديلا يقوم على أسس منهجية وهي: الغرض الإنجازي، اتجاه المطابقة، شرط الإخلاص.

وقد جعل نظرية الأفعال مقسمة إلى خمسة كما قسمها أوستن ويمكن إيجازها فيما يلي:²

1.الإخباريات: الغرض الإنجازي فيها وصف المتكلم واقعة معينة من خلال قضية، والأفعال في هذا الصنف تحتمل الصدق والكذب، أما اتجاه المطابقة فيكون من الكلمات إلى العالم الخارجي.

1- دلاش الجيلالي، "مدخل إلى اللسانيات التداولية"، المرجع السابق نفسه، ص:24.

2- نحلة محمود أحمد، "أفاق جديدة في البحث الغوي المعاصر"، المرجع السابق نفسه، ص:49.

2. التوجيهات: ويتمثل الغرض الإنجازي فيها في محاولة المتكلم توجيه المخاطب إلى فعل شيء أو إصدار رد فعل معين، والأساس الثاني يكمن في الانتقال من العالم إلى الكلمات وشرط الإخلاص يتمثل في الرغبة الصادقة والإرادة ومن أمثلة، النصح والأمر والاستعطاف....

3. الالتزامات: غرضها الإنجازي فيها يتمثل في التعبير عن التزام المتكلم بفعل شيء في المستقبل وأما اتجاه المطابقة فيها فهو الانتقال إلى ذلك من العالم إلى الكلمات.

4. التعبيرات: وغرضها الإنجازي كذلك يتمثل في التعبير عن الموقف النفسي تعبيراً يتوافر فيه شرط الإخلاص ويدخل فيه التهئة والشكر والاعتذار والمواساة، فالمرسل لا يجعل كلماته مطابقة للعالم الخارجي، وإنما المطلوب فيه النية والإخلاص.

5. الاعلانيات: وأهم ما يميزها أن أداءها يتمثل في مطابقة محتواها القصوي للعالم الخارجي، فمثلاً تأييد فعل إعلان الحرب أداء ناجحاً، أو من الكلمات إلى العالم ولا تحتاج إلى شروط الإخلاص هنا.

فالبحت والتحليل التداولي يتضمن عدداً من العناصر:

*إشارات

*افتراض مسبق واستلزام للحوار إضافة إلى نظرية أفعال الكلام.

*إرهاصات التداولية عند علماء العرب.

1. عند علماء العرب:

المنهج التداولي هو مستوى تصنيف إجرائي في الدراسات اللغوية ويتجاوزها دراسة المستوى الدلالي، ويبحث في العلامات اللغوية بمؤوليتها، مم يبرز أهمية دراسة اللغة عند استعمالها، كما يعني بدراسة مقاصد المرسل، وكيف يمكن للمرسل أن يبلغها في مستوى يتجاوز دلالة القول الحرفية، كما يعني هذا المنهج بكيفية توظيف المرسل للمستويات اللغوية المختلفة في سياق معين حتى يجعله ملائماً لذلك السياق، ويكون ذلك بربط إنجازه اللغوي بعناصر السياق الذي حدث فيه، ومنها ما هو مكون ذاتي متضمن لمقاصد المتكلم ومعتقداته، وكذلك اهتماماته ورغباته ومنها كذلك المكونات الموضوعية أي الوقائع الخارجية مثل: زمن القول ومكنته، وكذلك العلاقة بين طرفي الخطاب.

وهذا ما تناوله العرب القدامى والمحدثون رغم ندرة الدراسات المختصة والموصلة للمنهج التداولي، بيد أن هذا لا يعني غيابها تماما في الدراسات القديمة بصورة عامة، إذ نجدها وردت بصورة ماثورة ومعالجات متفرقة بقصد أو بغيره من خلال طرق العرض ونجد ذلك في كثير من الدراسات البلاغية ويتضح هذا في بعض الأعمال منها دراسات **السكاكي** في مفتاح العلوم، و**الجرجاني** في أسرار البلاغة ودلائل الإعجاز، و**الجاحظ** في البيان والتبيين إضافة إلى ابن **سنان الخفاجي** في سر الفصاحة¹.

فدراسة عملية التواصل أو الاتصال قديمة، قد تعود جذورها إلى الدراسات النظرية الأولى عند **الجاحظ** وأبي **هلال العسكري**، وابن **قتيبة**، وغيرهم من العلماء العرب، فقد اهتموا بالأثر الناتج مباشرة عن الرسالة، والشروط التي تجعل الخطاب ناجحا كما ركزوا على المرسل والمتلقي والرسالة وعملية التأثير مع القصد ونوايا المتكلم، إضافة إلى الفائدة من الكلام والإفهام.

ويذهب الكاتب محمد العمري في كتابه "البلاغة العربية" إلى أن التداولية الحديثة هي بعد جاحظي في أصله لاهتمام الجاحظ وتركيزه على عملية التأثير في المتلقي، والإقناع، وقد سميت عنده بنظرية التأثير والمقام².

*الجاحظ من خلال تقسيمه للبيان إلى ثلاث جوانب واهتمامه أكثر بالجانب التأثيري والذي يمثل جانبا مهما في التداوليات الحديثة.

فيقول في كتابه "البيان والتبيين" أما بعد، يمكن إرجاع وظائف البيان اعتمادا على كل ما سبق إلى ثلاثة وظائف أساسية هي:

*الجانب الإخباري المعرفي التعليمي(حالة حياد) إظهار الأمر على وجه الإخبار قصد الإفهام.

1- صحراوي مسعود، "التداولية عند علماء العرب"، دار التنوير للنشر، 2008، ص:171.
2- العمري محمد، "البلاغة عند العرب أصولها وامتداداتها إفريقيا الشرق"، المغرب، 1999م، ص:293.

*الجانب التأثيري (حالة الاختلاف) تقديم الأمر على وجه الاستمالة وجلب القلوب.

*الجانب الحجائي (حالة الخصام) إظهار الأمر على وجه الاحتجاج والاضطرار¹.

فهذه الجوانب يمكن عدّها جوهر النظرية التداولية في الدراسات المعاصرة فهي تهتم بالتواصل، الإقناع والتأثير، إيصال المعنى وتقديم الفائدة، وضرورة استعمال المعاني والأخبار عن المعنى هو الذي يضمن تقريبه إلى الفهم من حيث تركيزه على ضرورة إفهام المخاطب وإبلاغه محتوى الرسالة الأدبية.

*كما لا يفوتنا أن نشير إلى "ابن سنان الخفاجي" الذي تطرق إلى التداولية الحديثة ضمناً، وذلك حثه عن الفائدة التي نرجوها من الكلام، فهو يشترط في الكلام الصحيح الانتظام والفائدة، وإلا فلا يمكن عده كلاماً، إلا إذا حقق الفائدة المرجوة منه، فهذا يعني أن الكلام عنده له وظيفة نفعية، كما تحدث عن المواضع والقصد، إضافة إلى استعمال المتكلم له القصد معين².

* أما إذا تطرقنا إلى "حازم القرطاجني" فإننا نجد لا يعتبر الكلام الذي لا يدل على معنى كلاماً، فقد أشار إلى فكرة القصد هنا، فهو يقول: "لما كان الكلام أولى الأشياء، بأن يجعل دليلاً عن المعاني التي احتاج الناس إلى تفاهمها...."³.

فالكلام الذي يكون دليلاً على المعنى يمكن أن يشكل أساساً للدراسات اللسانية الحديثة، مع تحقيق التفاهم وتحقيق التواصل، فأى كلام مرسل من شخص إلى شخص آخر يحمل قصداً ومعنى وفائدة معينة يريد المرسل إبلاغها وإيصالها إلى المتلقي.

إضافة إلى كل من عناصر العملية التواصلية من قصد ومنفعة وإفهام هناك قضية التأثير بين كل من المتكلم والمتلقي، فالمتكلم يبتغي من هذه العملية التواصلية إما إفادة المخاطب أو الاستفادة منه.

ومبدأ القصد وربطه بمفهوم التلطف والاهتمام بهذا المبدأ يبدو واضحاً عند ابن جني في تعريفه للغة فيقول: "أما حدها فإنها أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم".

1- أبو عثمان عمرو بن بحر الجاحظ، "البيان والتبيين"، تح: عبد السلام محمد هارون، مكتبة الجاحظ، مصر، ج1، ط4، 1975 م، ص: 75.

2- الخفاجي أبي محمد عبد الله بن سعيد بن سنان، "سر الفصاحة ن دار الكتاب العلمية"، بيروت، ط1، 1976 م، ص: 33.

3- محمد أدبوان، "نظرية المقاصد بين حازم ونظرية الأفعال اللغوية المعاصرة"، جامعة الرباط، كلية الآداب، ص: 25.

فاللغة عنده مجموعة من الأصوات والألفاظ المجردة، كلما أردنا التعبير عن غرض ما وقصد معين عمدنا إلى سبك واختيار هذه الملفوظات، وهذا ما تقاطع فيه ابن جني مع ما أقرته التداولية المعاصرة، فمجال هذه التداولية هو الملفوظات داخل السياق أي أثناء الاستعمال والتلفظ¹.

كما تعد البلاغة والدراسات البلاغية من أهم وأبرز الدراسات التي تربط بين دراسة اللغة واستعمالها في السياق، فالمتتبع والمتمعن في موضوعات البلاغة العربية، يجد أن لها علاقة شراكة بينها وبين اللسانيات التداولية وذلك في اعتمادها أو عدهما اللغة أداة لممارسة الفعل في سياق متعددة.

وعلى حد تعبير جيفري ليتش (*j.leitch*) فالبلاغة تداولية في صميمها، إذ أنها ممارسة الاتصال بين المتكلم والسامع².

وفي البلاغة العربية والمتتبع لموضوعاتها يجد فيها عناصر المقاربة التداولية في الخطابات البلاغية، ويجد من السمات البارزة فيها عنصري السياق والمقام إضافة إلى المقاصد التي تستهدف من الخطاب انطلاقاً من مبدأ لكل مقام مقال.

فالبلاغيون العرب اهتموا بفكرة المقام ومقتضى الحال كذلك وأدرجوها ضمن ملاحظاتهم فيما ينبغي للخطيب أن يكون عليه أو يراعيه من أحوال المستمعين³.

وهي فكرة وثيقة الصلة بالتداولية فأبو هلال العسكري يقول: " إذا كان موضوع الكلام على الإفهام، فالواجب أن تقسم طبقات الكلام على طبقات الناس، فيخاطب السوقي بكلام السوق، والبدوي بكلام البدو، ولا يتجاوز به عما يعرفه إلى ما لا يعرفه فتذهب فائدة الكلام، وتندعم منفعة الخطاب"⁴.

1- ينظر عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية"، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت- لبنان، ط1، 2004م، ص:29.

2- فضل صلاح، "بلاغة الخطاب وعلم النص"، دار الكتاب المصري- القاهرة، ط1، 2004م، ص:31.

3- رزقي حورية، "الأحاديث القدسية منظور اللسانيات التداولية"، ماجستير في علوم اللسان العربي، جامعة بسكرة، الجزائر، 2006م، ص:42.

4- وشن دلال، "الإفادات والمقاصد التبليغية في النحو العربي من منظور اللسانيات التداولية"، ماجستير في علوم اللسان العربي، جامعة بسكرة، الجزائر، 2009/2008م، ص:61.

* فقد ربط أبو هلال العسكري إفادة الخطاب بتحديد الغاية من الفكرة والسياق الذي وردت فيه وبيان حال المتكلم والسامع، قم مراعاة الحالة الاجتماعية للمتلقين، كما أنه جعل من المتلقي شريكا في العملية التواصلية.

ونجد كذلك السكاكي قد لفت الانتباه إلى عناصر المقام المختلفة فيقول في هذا: "لا يخفى عليك أن مقامات الكلام متفاوتة، فمقام الشكر يباين مقام الشكائية، ومقام التهئة يباين مقام التعزية ومقام المدح يباين مقام الذم... ومقام الجد يغاير مقام الهزل...، ومقام البناء على السؤال غير مقام البناء على الإنكار"¹.

وقد كان لعبد القاهر الجرجاني رأي كذلك، هذا الذي جمع بين البلاغة والنحو فقد ثبت قواعد ودعائم اللغة العربية وكشف عن أسرارها ضمن ما سماه بنظرية النظم إذ جعل النظم دليلا على الكفاءة الذهنية التي يعتمد عليها المرسل في إنجاز الخطاب بناء على الملائمة بين الكفاءة اللغوية الكامنة في الذهن وعناصر السياق الخارجي².

وقد تكلم عن آلية التقديم والتأخير التي لا تكون إلا لقصد أو غاية وكل ذلك استجابة لعناصر السياق، كالأخبار والشرط والجزاء، وكذلك في الحال، إضافة إلى الفصل والوصل والإضمار، والتكرار كذلك، فهي تكون طبقا للمعاني التي ترومها والأغراض التي تؤمها. فترتيب هذه العناصر لم يأتي جزافا، بل كان نتيجة واستجابة تداولية لبعض عناصر السياق، فكل ترتيب يكون ملائما لغرض وقصد معين، يستدعيه سياق الخطاب³.

وقد اقتضت الحاجة في بعض دراسات الأصوليين إلى الإلمام بأدوات المنهج التداولي وآلياته ومتطلباته السياقية، فالدراسات الأصولية قائمة على البحث في الخطاب ذي السياقات المختلفة، ومن هذه الدراسات ما يتعلق بإنتاج المعنى وتأويله، وشروط ترجيح معنى على معنى آخر، وهذا ما نجده جليا في دراسات الشاطبي في الموافقات والغزالي في المستصفي، وهناك بعض التي لامست جانبا من جوانب المنهج التداولي ونجد منها الفتاوى "لابن تيمية" و"إعلام الموقعين" "لابن قيم الجوزية".

1- السكاكي أبو يعقوب يوسف بن أبي بكر بن محمد، "مفتاح العلوم"، تح: حمدي محمدي قابيل، المكتبة التوفيقية، القاهرة- مصر، (د، ت)، ص:158.

2- فضل صلاح، "بلاغة الخطاب وعلم النص"، دار الكتاب المصري، القاهرة، ط1، 2004م، ص:31.

3- عمران إدريس، "نظريات في البلاغة العربية والنماذج اللسانية الحديثة نظرية النحو الوظيفي

أنموذجا"، ص:1.

فكانت هذه شذرات متناثرة يؤدي القصد فيها دورا في معرفة المعنى، وقد انقسم العلماء الأصوليون في ذلك إلى فريقين: فريق حنفي وآخر شافعي ويضبط هذا التقسيم بمبدأ القصدية، فلا كلام إلا مع وجود القصد، فالقصد من القول هو الذي يورث عنه استلزاماته الصبغة السياقية أو المقامية.

فقد درسوا ثنائية الخبر والإنشاء وقرنوها بمبدأ القصد، فالمتقدمون منهم في تمييزهم بينهما أي (الخبر والإنشاء) لم يكونوا مختلفين عما ذهب إليه البلاغيون والنحاة أما المتأخرون منهم فقد ميزوا بين نوعين من الإنشاء¹، نوع يختص ألفاظه بالإنشاء سواء كان طلبيا (الأمر، التمني، النهي، الاستفهام...) أو غير طلبيا (القسم، المدح، الذم...).

ونوع آخر تشترك ألفاظه بين الخبر والإنشاء وهي ألفاظ العقود.

فإن استخدمت ألفاظ الاستثناء الدالة عليه كان إنشاء محضا، وإن استخدمت لدلالة أخرى خرج الإنشاء المباشر المحض إلى إنشاء العقود، كاستخدام أفعال الاستفهام مثل استفهم مثلا عوضا عن هل أو همزة، فالقصد هنا يتدخل للتمييز بين الخبر والإنشاء.

أشار الأصوليون إشارات بسيطة في أهمية السياق ودوره في تفسير النص وفهمه فابن القيم يرى في هذا أن السياق يرشد إلى تبين المجمل، وتعيين المحتمل، والقطع بعدم احتمال غير المراد، وتخصيص العام، وتقييد المطلق، وتنوع الدلالة، وهذا من أعظم القرائن الدالة على مراد المتكلم، فمن أهمله غلط في نظره وغالط في مناظرته².

والفهم عندهم يختلف باعتبارات مختلفة وعدة منها: الفهم بحسب مقصود المتكلم الذي يمثل غاية البحث الأصولي وغرض التشريع بل هو الحكم الذي يسعون للوصول إليه، وعلى السامع أن يعول على السياق اللغوي للنصوص بمساعدة دلائل عقلية وحالية حتى يكشف عن مراد المتكلم ومقصوده³.

1- ميلاد خالد، "الإنشاء في العربية بين التركيب والدلالة"، دراسة نحوية تداولية، جامعة منوبة، المؤسسة العربية للتوزيع، تونس، ط1، 2000م، ص: 356.
2- ينظر: الطلحي ردة الله بن ردة بن ضيف الله، "دلالة السياق"، رسالة دكتوراه، كلية اللغة العربية، جامعة أم القرى، 1424هـ، ص: 138.
3- ينظر: الطلحي ردة الله بن ردة بن ضيف الله، "دلالة السياق"، ص: 140.

ويبدو الجهد العربي في البحث التداولي في التمييز بين الخبر والإنشاء كبيراً فكان هذا التمييز يعتمد معايير مختلفة باختلاف المراحل، فكان أن أعتمد العلماء العرب في مرحلة أولى معيار قبول الصدق والكذب، وفي مرحلة لاحقة معيار مطابقة النسبة الخارجية، واعتمدوا في مرحلة ثالثة معيار إيجاد النسبة الخارجية.

وهناك من علمائنا من ركز على معيار القصد كالسبكي في شرحه لتلخيص الخطيب القزويني، والشيرازي في شرح المعاني

وقد كان علماء أصول الفقه من أحسن المستثمرين لظاهرة الخبر والإنشاء في إطارها التداولي.¹ كما سبق القول معتمدين مبادئ يمكن تلخيصها في: سياق الحال ووضع المتكلم، موقعه من العملية التواصلية... إضافة إلى غرضه من الخطاب.

وقد طبقوها على النص القرآني، ونصوص السنة النبوية الشريفة بغرض دراسة المعاني الوظيفية، فهذه المعاني تتغير بتغير المقام، وقد خاضوا إلى استنباط أفعال كلامية جديدة ضمن بحثهم لمعاني الخبر والإنشاء من مثل: الأذن، الوجوب، التحريم والإباحة.

كما نجد أن البعد التداولي في النحو العربي واضح وذلك في تطبيقهم لظواهر الخبر والإنشاء ولا سيما ما جاء به النحويون مثل عبد القاهر الجرجاني والرضي الاستربادي ما أظهره من عناية كبيرة بالارتباط التداولي بين الأسلوب من خبر أو إنشاء وبين معناه الإبلاغي ووظيفته التواصلية، "كما حرصا على الاهتمام بالمعاني والأغراض المتوخاة من الخطاب، مع إصرارهما على أن البنى التركيبية تابعة للوظيفة التواصلية، كذلك فقد سلكا منهاجاً تداولياً في تحليل ظواهر البنى التركيبية، كالتقديم والتأخير، والتعيين والإثبات والنفي".²

فهي لا تعدو أن تكون أغراضاً وغايات تواصلية يسعى المتكلم من خلالها إلى تحقيق مراده مع حرصه على تضمين الخطاب فائدة تواصلية معينة أو تنبيه المخاطب أو تأكيد رسالة إبلاغية أو نداءه، إغراءه، أو تحذيره أو توبيخه...

1- صحراوي مسعود، "التداولية عند علماء العرب"، دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي، دار الطليعة، بيروت، ط1، 2005م، ص:172.

2- بوجادي خليفة، "في اللسانيات التداولية، محاولة للتأصيل للدرس العربي القديم"، بيت الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2009م، ص:216.

كما أن كلا من الجرجاني والرضي لم يغفلا عن الاهتمام بالعلاقة القائمة بين المتكلم والمخاطب، فالمتكلم له غرض وقصد من الكلام، أما المخاطب فالفائدة التي يجنيها من الخطاب، وقد كان اهتمام النحاة بالبعد التداولي للظواهر اللغوية كتطبيق معاني الخبر والإنشاء على بعض الظواهر النحوية، كما ناقشوا كثير من المعاني المتعلقة بإنجازيه الأساليب العربية بخلفية تداولية، فتطرقوا إلى فعل الإغراء، وفعل التحذير، وفعل النداء وغيرها من الأفعال الكلامية، مع العلم أن النحو العربي لم يكن تناولا للبنية اللغوية دون النظر إلى أحوال الاستعمال المختلفة فقد اهتم بمسائل مرتبطة بالمتكلم بعده منتج الخطاب، وكذلك السامع ونص الخطاب⁽¹⁾.

فللمتكلم مكانة بارزة كما للسامع في النحو العربي، والمتكلم يعتد به في التفريق بين الكلام والتكليم حيث أن التكليم هو تعليق الكلام بالمخاطب أما المتكلم فهو فاعل الكلام والمراد به القول الذي يحسن السكوت عنه، والمفيد بالقصد، فشروط الكلام مرتبطة بالمتكلم.

أما السامع فهو مرتبط بالفائدة المبتغاة من الكلام، وقد تتضح أهمية السامع والاهتمام به في باب الحذف حيث تميل أغلب اللغات إلى حذف ما يمكن للسامع فهمه اعتمادا على القرائن المصاحبة، فالحذف يكون بدليل يعرفه المخاطب أو السامع².

وللخطاب كذلك قيمة لدى النحاة ويتضح ذلك من خلال دراساتهم عن الأغراض المبتغاة من الأساليب وخروج الأسلوب من معناه الحقيقي إلى معنى آخر³، ومن المباحث النحوية التي له تمت بتداولية الخطاب نجد التقديم والتأخير، وكذلك التعبير بالجملة الفعلية خلافا عن الجمل الاسمية، كما نجد أن هناك مجموعة من الموضوعات التي تناولها النحاة العرب قديما يشترك فيها اللسانيون التداوليون حديثا من وحدات لغوية نحو الضمائر، وأسماء الإشارة، والظروف بنوعيهما، وكذلك المعنى وعلاقته بالبنية، وغيرها من الموضوعات الأخرى التي تهتم بالمتكلم والسامع على حد سواء إضافة إلى الخطاب.

1- بوجادي خليفة، المرجع السابق نفسه، ص: 217.

2- بوجادي خليفة، المرجع السابق نفسه، ص: 223-224.

3- القزويني الخطيب، "الإيضاح في علوم البلاغة"، شرح وتعليق: محمد عبد المنعم الخفاجي، دار الكتاب

اللبناني، بيروت - لبنان، ط5، 1980، ص: 135.

كما أن كلا من الجرجاني والرضي لم يغفلا عن الاهتمام بالعلاقة القائمة بين المتكلم والمخاطب، فالتكلم له غرض وقصد من الكلام أما المخاطب فباحثائه والفائدة التي يجنيها من الخطاب وقد اهتم النحاة بالبعد التداولي للظواهر اللغوية كتطبيق معاني الخبر والإنشاء على بعض الظواهر النحوية، كما ناقشوا كثيرا من المعاني المتعلقة بإنجازية الأساليب العربية بخلفية تداولية، فتطرقوا إلى فعل التأكيد، وفعل الإغراء، وفعل التحذير، وفعل الاستغاثة والندبة وغيرها من الأفعال الكلامية.

وإذا ما نظرنا وتتبعنا علوم تراثنا من نحو وبلاغة، وفقه أصول، وتفسير وقراءات بعدها وحدة متكاملة في دراسة اللغة يتضح لنا أن هناك اتجاها يهتم باستعمال اللغة وما يتصل بها من قرائن غير لفظية نحو: منزلة المتكلم وعلاقته بالسامع، حالة كل منهما النفسية وغيرها من القرائن فتراثنا ضخم فيه الكثير من المفاهيم والتصورات التي يمكن استقراؤها والتي تشبه ما جاء به التداوليون المعاصرون.

المبحث الثاني: نظرية أفعال الكلام في الخطاب الإعلامي.

قامت نظرية أفعال الكلام على فرضية أساس مفادها أن الكلام لا يكمن في تبادل المعلومات فقط، بل هو تحقيق تحكمه القواعد وتوجهه الأهداف، إننا نتلفظ لأجل غايات وأهداف محددة كأن نخبر أو نسأل أو نعد، حيث انبثقت هذه النظرية من أهم مبدأ في الفلسفة اللغوية الحديثة، باعتبارها إنجاز حدث اجتماعي معين.

التداولية وأفعال الكلام:

يسعى التداوليون دائما إلى البحث عن آليات تحليل وفهم لضمها أي آليات اشتغالهم، وتطويرها وفقا لنظرتهم في التعامل مع الكلام، فالقواعد التي وضعها غرايس وهيرماس لم تكن لترضي قناعاتهم، لأنها نوع من التعلق الإجرائي، أي يجري التصرف بالكلام وفقا لإجراءات عامة، في حين مقاصد المتكلمين تؤدي أحيانا إلى انتهاك هذه المبادئ إذا دعت حاجتهم إلى ذلك، ويدل هذا الوصف على النظر إلى الكلام من جهة استقامة لا يقدم وصفا كافيا لأحداث الخطاب.

إن التركيز على الحدث بوصفه عملا قصديا يغير موقفا ما في ظرف معين على نحو لم يكن ليقع في ظروف أخرى يجعل منه شيئا قابلا للتحليل بدلالة التغيرات التي يحدثها في الموقف وعلى المشاركين، بحيث أن كل مشارك يؤكد على الحالة التي هي أقرب إلى هدفه، وهذا هو الحل الأمثل لمعالجة ما يحصل من فجوة بين الحدث ومقاصده.

رأى التداوليون على هذا الأساس الحل في معالجة هذه الحالة نو ربط الخطاب ببعده التداولي، وبرز ما يتجلى فيه البعد التداولي هو المستوى الحوارية، وقد اقتضى هذا التوسع استحضار جملة من الآليات واتخاذها خلفية لتوجيه الحدود والمفاهيم بوصفها انساقا فاعلة في التحليل التداولي، وهذا ما دفعهم إلى النظر في جملة من المفاهيم التي عدوها مكونات التواصل في الكلام، وهي على النحو التالي¹:

1- لطيف حاتم عبد الصاحب الزامل، "الكلام عملا- مقاربة تداولية"، مجلة القادسية للعلوم الإنسانية، المجلد السادس عشر، العدد 1، ص: 56.

أ- المتكلم والمخاطب:

إن المتكلم والمخاطب عنصران متجزران في التواصل، وطرفان أساسيان في كل عملية تخاطبية¹، لذا عد احمد المتوكل "كل عملية اتصال تتم بين متكلم ومخاطب في مقام معين"². فلا يمكن إغفال أثرهما في أي تحليل ينطلق من نظرة تداولية اجتماعية انطلاقاً من مسألتين: إحداهما النظرة إلى الكلام بوصفه فعلاً اجتماعياً تواصلياً، وهذه مقدمة أساسية لكل نظرة وظيفية يستند إجراؤها إلى التداول، والأخرى دور المخاطب في التواصل، وهو دور موجه لشكل الخطاب ولنوع الفعل الكلامي، لذلك انه معني بالخطاب، وعليه تقع وظيفية تحليلية وإظهار استجابة معينة قد تكون قبولاً لما يلقي عليه، أو رفضاً بحسب نوع الفعل والعلاقة والمرسل³.

ب- العلاقة بين المتخاطبين:

إن المعرفة المشتركة بين طرفي الخطاب أمر لازم لتحقيق التواصل على مستوى تشكيل البنية وفهمها، بحيث يجب أن تكون العلاقة بينهما إما ضعيفة فاترة خاصة إذا كانت تعبر عن موجود في الخارج أو في الزمن فيريد المتكلم إثبات نسبة، فينتج هذه العلاقة أعمال خبرية من نحو الإثبات أو النفي أو التوكيد.

وتخضع هذه إلى اختيارات المخاطب وعمله واعتقاده بالشيء، فقد يقبله ويصدق، وقد يرفضه ويحكم عليه بالكذب.

1- ينظر: لطيف حاتم عبد الصاحب الزامل، "الكلام عملاً"، ص: 56-57.

2- منصف دقاشي، "علم التخاطب في مناظرات ابن تيمية"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، مولود معمري،

تيزي وزو، 2014، ص: 21.

3- ينظر: لطيف حاتم عبد الصاحب الزامل، "الكلام عملاً"، ص: 57.

أما إذا كانت العلاقة قوية ومتوترة بين المتخاطبين بسبب من حالة الالتزام المتضمنة في بنيتها، فنتج عنه أعمال إنشائية¹ من نحو "الأمر والنهي، والإغراء والتحذير والاستفهام"، وهذا التصور هو الذي دفع المتداوليين إلى وضع قواعد تأسيسية لأفعال الكلام وهذه القواعد هي:

- 1- أن يتحمل المتكلم مخاطبه على أداء فعل معين، ويحصل ذلك مع أفعال الطلب مثل: خذ بيدي، وأرفق بالغير.
- 2- تأكيد المتكلم لمخاطبه بان فعلا مستقبليا سيكون لفائدته، ويتجسد ذلك بأفعال تناصح مثل: أنصحك بمراجعة الطبيب.
- 3- التزام المتكلم أمام مخاطبه بتنفيذ ما وعد به، كأفعال الوعد مثلا: أعدك بانني سأرافك إلى المكتبة غدا.
- 4- تأكيد المتكلم لمخاطبه بان منطوق كلامه يمثل حقيقة وذلك نحو أفعال الزعم مثل: ازرع أن هذا الرأي حقيقة.
- 5- محاولة المتكلم انتزاع معلومة معينة من مخاطبه، وهذا يحصل مع الاستفهام، نحو: هل نجحت في الامتحان؟²

حاجية أفعال الكلام وتأويلها:

يبقى فعل الكلام منفتحا على التأويل والقراءة، لانفتاحه على أكثر من اتجاه، وتعلقه بأكثر من بعد، مما دعا التداوليين إلى البحث عن آليات تفسير متعددة تنفتح على كل الاحتمالات والتأويلات منها أهمية السياق التخاطبي، وطريقة إنجاز الفعل الكلامي، والغرض من إنجازه وأثره في المخاطب، فضلا عن مواضع اللغة والمقام، وبسبب ذلك عالجوا الحجاج باعتباره فعلا تداوليا لا يمكن تفسيره من دون إبراز مراتب المتكلمين

1- خالد ميلاد، "الإنشاء في العربية بين التركيب والدلالة"، المؤسسة العربية للتوزيع، تونس، ط1، 2001، ص: 187.

2- ينظر: لطيف حاتم عبد الصاحب الزاملي، "الكلام عملا"، ص: 57.

وأدوارهم في أفعال الكلام، وأهمية السياق التخاطبي، وعدوا نظرية الحجاج في اللغة امتداداً وتطويراً لنظرية الأفعال اللغوية،¹ بل أن ديكر و يعتبر "الحجاج لغويًا خالصًا"².

إن اعتبارهم الحجاج فعلاً لغويًا لشروط البناء والدلالة والتفسير والتلقي، أي بمعنى انتماء القول أو النص الحجاجي إلى مجال التداوليات التي تحاول الإجابة عن عدد من الأسئلة من قبيل: من يتكلم؟ وإلى من يتكلم؟ ما مصدر التشويش والإيضاح؟ كيف نتكلم بشيء ونريد شيئاً آخر؟. وتستدعي الإجابة عن هذه الأسئلة استحضار مقاصد التخاطب وأفعال اللغة بعديها المقالي والمقامي والتداولي.

نجد الارتباط بالبعد التداولي على عدة مستويات، ذلك أن الحجاج يعتبر ظاهرة متجسدة في الخطاب وبه يتحقق، فهو ملتبس بألبسة لسانية وأسلوبية، وعلى هذا الأساس إذا أردنا رصد الصور الأسلوبية في الخطاب الحجاجي، أو الصور البنائية الاستدلالية فإننا سنكون بصدد أفعال كلامية لها مرجعية مقالية ومقامية مشتركة بين المتكلم والمستمع، أو بين المخاطب والمخاطب.

وعليه فإن السمة التداولية للتحليل والقيمة الحجاجية للخطاب لا يحصلان لمجرد النظر في الألفاظ المرتبة على خط أفقي، بل هو التجذر في عمق البنية عمودياً ودراسة محيطها الخارجي، وهذا يعني النظر في الصيغ والأدوات وكل التعبيرات التي توجه الكلام توجيهها حجاجياً، وتوجه السامع في هذا الاتجاه مثلما يرى "ديكرو" فضلاً عن القصد والمقام بوصفها أساسين مهمين لكل حجاج خطابي بحسب "بيرلمان"، وقد حدد هذا الأخير وظائف الحجاج بثلاث وظائف:

1- ينظر لطيف حاتم عبد الصاحب الزامل، "الكلام عملاً"، ص: 58.
2- رضوان الراقي، "الاستدلال الحجاجي التداولي واليات انشغاله"، مجلة عالم الفكر، مجلد 40، عدد 2، الكويت، 2011، ص: 87.

- الإقناع - الإعداد لقبول موضوع معين - التأثير والدفع إلى العمل¹.

لذلك بحث التداوليون في مقومات الحجاج الناجح بملاحظة أمور منها:

- وضوح القول الملقى بناء ودلالة.
- الابتعاد عن الحدس والتخمين والغموض والتناقض.
- تلاحم القول والحجة الملقاة.
- احترام قناعات الآخر وظروفه وموقعه.
- أن يكون الكلام مبنياً على الحقيقة والاحترام بعيداً عن القسر والاحتيال.
- على هذا الأساس رأى التداوليون أن الحوار المؤسس على هذه الشروط يمنح الفعل الكلامي نفاذاً وصدقا، وإن الحوار مستوى آخر يربط الكلام بالبعد التداولي².

مفهوم الأفعال الكلامية:

إن نظرية الأفعال الكلامية هي مفهوم أساسي من مفاهيم النظرية التداولية، إذ لا يمكن تجاهله في تحليل الخطاب، خاصة وإن بعض التعريفات المعاصرة المقدمة للنص تستند إلى هذا الحقل المعرفي.

وتعد نظرية الفعل الكلامي في رأي الكثير من الباحثين جزءاً من اللسانيات التداولية، فالتخاطب يتأسس على تأدية المتخاطبين لأفعال الكلام، لذلك أحاط العرب بظاهرة الأعراض أو الأساليب الإنشائية إحاطة شاملة ونظامية، حيث يرى البلاغيون "إن ثنائية الخبر والإنشاء هي الأصل في اللغة، أما ما يتفرع عنها من أساليب قد تبدو خبرية ولكنها إنشائية في المضمون"³.

1- محمد سالم محمد الأمين، "الحجاج في البلاغة المعاصرة"، دار الكتب الجديدة المتحدة، بيروت، ط1، 2008، ص: 192.

2- ينظر لطيف حاتم عبد الصاحب الزامل، "الكلام عملاً"، ص: 60.

3- محمد مدور، "الأفعال الكلامية في القرآن الكريم"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم اللسان، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014، ص: 38.

إن أفعال الكلام ترجمة للمقابل الانجليزي speechacts، فهو تعبير على سبيل التجاوز وإن كان النسق العربي لا يسمح بإسناد الفعل إلى الكلام، ولا يمكن فهم معنى الفعل كما يقدمه أوستن في نظريته، إلا إذا ربطناه بالدراسات القانونية، وخاصة القانون الإداري الذي استفاد منه كثيرا، وأثر عليه في أبحاثه، وعليه ينبغي استحضار باب إنجاز الفعل الإداري المعروف تحت مصطلح القرار الإداري، ومعيار تمييزه وكيفية اتخاذه ككيفية اتخاذ قرار الحرب مثلا، كما يتعين التنبيه إلى أن الفعل في اللغة العربية يدخل ضمن باب المشترك اللفظي الصرفي والنحوي، كما نقصد به الحدوث والوقوع، وفي اللغة الانجليزية والفرنسية مثلا: هناك الفعل بوصفه صيغة verbe، وهناك الفعل باعتباره حدثا Act- Action¹.

قد صنف علوم الأصول الفعل إلى خمسة أقسام وهي: الواجب، والمحذور، والمندوب، والمكروه، والمباح، وهو تقسيم يوضح بجلاء الأفعال الإنشائية التي يحصل مدلولها في الخارج بالكلام، وهذا المعنى للإنشاء هو الذي يقدمه أوستن، فنحن ننجز الأشياء بالكلام، أي نخرجها من حيز الوجود إلى الوجود حسب الأوضاع والمواقف².

كما يرى البعض الآخر أن الفعل الكلامي "هو كلام ملفوظ يفرضي التلفظ به في شروط معينة إلى حدث أو فعل، ينتج هذا الفعل أثارا قد تكون لغوية، وقد تكون غير لغوية، وقد فرق أوستن بين ثلاثة أنواع أساسية يمكن من خلالها إنجاز شيء ما من خلال التلفظ³.

فالفعل الكلامي هو نواة مركزية في الكثير من الأعمال التداولية، وفحواه انه كل ملفوظ ينهض على نظام شكلي دلالي إنجازي تأثيري، فضلا عن ذلك "يعد نشاطا ماديا نحويا يتوسل أفعالا قولية لتحقيق أغراض إنجازية كالطلب والأمر والوعد والوعيد،... الخ، وغايات تأثيرية تخص ردود فعل المتلقي كالرفض والقبول، ومن ثمة فهو فعل يطمح إلى

1- ينظر: أدوار العياشي، "الاستلزام الحوارية في التداول اللساني"، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2011، ص: 73.

2- ينظر: أدوار العياشي المرجع نفسه، ص: 73.

3- شيتير رحيمة، "تداولية النص الشعري- جمهرة أشعار العرب أنموذجا"، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009، ص: 149.

أن يكون فعلا تأثيريا،¹ أي أن يكون ذا تأثير في المخاطب اجتماعيا أو مؤسستيا، ومن ثمة إنجاز شيء ما.

تعد نظرية الأفعال الكلامية من أهم جوانب اللسانيات التداولية لما تحويه من أفكار ورؤى لسانية مهمة، وما تضمنه من آليات تشترك فيها مع بقية جوانب اللسانيات التداولية من قصد وإفادة، إضافة إلى الحجاج وغيرها، لذلك لقيت اهتماما بالغا أمره في اللسانيات الحديثة.

تقوم نظرية الأفعال الكلامية على فرضية أساسية مفادها: "إنه يقصد بالكلام تبادل المعلومات والقيام بفعل خاضع لقواعد مضبوطة في الوقت نفسه، ويهدف هذا الفعل إلى تفسير وضعية المتلقي ونظام معتقداته ومواقفه السلوكية"².

نجد لهذه النظرية أثرا طيبا، وذلك ضمن مباحث علم المعاني، فهي تقابل ما يصطلح عليه مبحثي الخبر والإنشاء، فالباحث الجزائري مسعود صحراوي يقول: "تندرج ظاهرة الأفعال الكلامية تحديدا ضمن الظاهرة الأسلوبية المعنوية بالخبر والإنشاء، وما يتعلق بها من قضايا وفروع وتطبيقات ولذلك تعتبر نظرية الخبر والإنشاء عند العرب من الجانب المعرفي العام مكافئة لمفهوم الأفعال الكلامية"³.

وهذا ما اصطلح عليه السكاكي "بقانون الخبر والطلب" وربط كل منهما بعلاقته بالخارج من عدمها، فالخبر ما إذا ارتبط بالخارج فيكون صادقا ويكون كاذبا إذا خالفه، وهو كذلك إذا ما احتمل الصدق أو الكذب، أما الإنشاء فلا يرتبط مفهومه بالصدق أو الكذب ويتميز مدلوله ويتحقق بمجرد النطق به، والطلبية منه ما يستدعي مطلوبا غير حاصل وقت الطلب لامتناع طلب الحاصل، وقد قسم الجملة إلى خبرية وأخرى طلبية،

1- مسعود صحراوي، "التداولية عند العلماء العرب"، دار الطليعة للطباعة والنشر، ط1، مج2005، ص: 41.

2- نعمان بوقرة، "نحو نظرية لسانية عربية للأفعال الكلامية"، ملة اللغة والأدب، جامعة الجزائر، عدد 17، 2002، ص: 169.

3- وهيبه غضابي، "الأمثال في صحيح البخار"، دراسة تداولية لأفعال الكلام، ص: 59.

والقصد من الخبرية هو حكم شيء على شيء آخر في الخارج، أما الطلبية فهي طلب شيء غير حاصل في الخارج"¹.

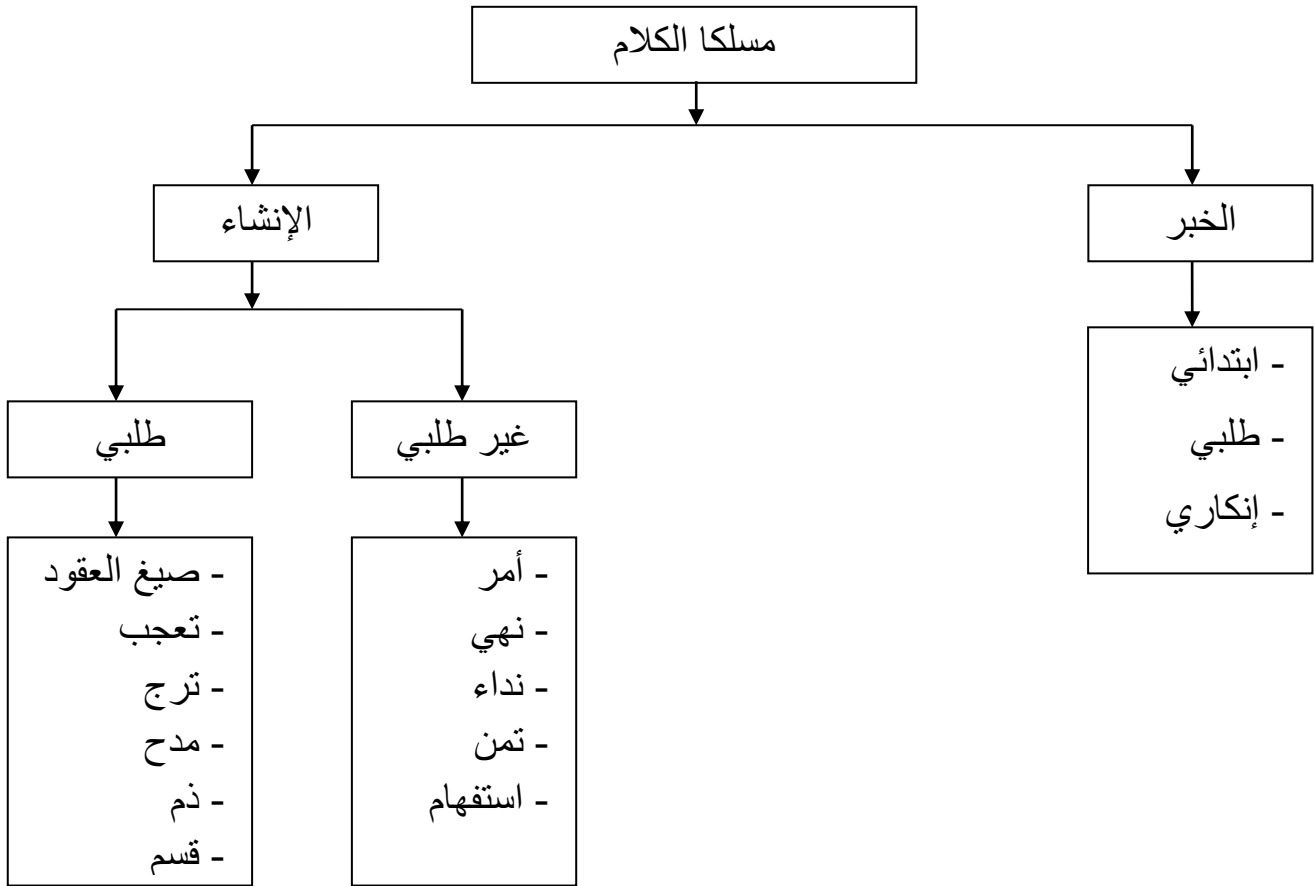
يقول احمد المتوكل في ذلك "من المعلوم أن الفكر اللغوي العربي القديم يتضمن ثنائية (الخبر والإنشاء) التي تشبه إلى حد بعيد الثنائية والأوستينية (الوصف والإنجاز) كما يدل على تعريف القدماء للخبر والإنشاء"².

أما القيم التداولية التي يحملها الخبر والإنشاء، فلأن البلاغيين فرقوا بينهما انطلاقاً من علاقة كل منهما بالواقع، إضافة إلى مقياس الصدق والكذب الذي يبحث في مدى مطابقة الكلام ومدلوله للواقع الخارجي من عدمه، "فالباحث في البلاغة العربية يكاد يجزم بحصر معاني الكلام في الخبر والإنشاء لو لا وجود من تجاوز هاذين المعنيين إلى معان أخرى، فمنهم من حصر معاني الكلام في عشرة (خبر واستخبار، أمر ونهي، دعاء وطلب، عرض وتحضيض، تمن وتعجب)"³.

واقترح آخرون معاني أخرى تتمثل في "نداء ومسألة، أمر، تشفع، تعجب، قسم، شرط، وضع، شكر واستفهام"⁴، ونجد أن هذا التقسيم للكلام قائم على الأحوال المختلفة للكلام بحسب المتكلم ومقصوده، والسامع وتأويله، والمقام وسياقه.

إذا اعتمدنا على تقسيم كل من الخبر والإنشاء من منظور تداولي معاصر سنجد "الخبر يندرج ضمن التقريريات، والإنشاء ضمن الأمريات والإيقاعيات والبوحيات"، كما أن العلماء العرب قد قسموا كلا من الخبر والإنشاء تقسيماً تفصيلياً يتضح من خلال المخطط التالي:

1- وهيبة غصابي، "الأمثال في صحيح البخاري، دراسة تداولية لأفعال الكلام"، رسالة ماجستير، علوم اللسان العربي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2013، ص: 59.
2- احمد المتوكل، "الوظائف التداولية في اللغة العربية"، دار الثقافة، الدار البيضاء، ط1، 1985، ص: 37.
3- وهيبة غصابي، المرجع السابق نفسه، ص: 60.
4- وهيبة غصابي، المرجع السابق نفسه، ص: 60.



نلاحظ من خلال المخطط بان العلماء العرب منذ العصور القديمة عرفوا فكرة التداولية، وناقشوها في كثير من موضوعاتهم ودراساتهم، واهتموا بكل ما تهتم به التداولية من مظاهر لغوية، انبثقت من سياق الاستعمال اللغوي، كما ترجموا مباحث كثيرة متصلة بها وتجلى ذلك في باب الخبر والإنشاء.

نشأة الأفعال الكلامية:

ترتبط البدايات الأولى لنظرية الأفعال الكلامية بفلاسفة اللغة الذين أسهموا بشكل مباشر في نشأتها وتطورها، وينطلق روادها من أساس أن اللغة الطبيعية هي الوسيط الأمثل الذي اعتمده الإنسان في نقل أفكاره، وتجسيد قصده، وتحقيق الفهم والإفهام مع غيره، بيد أن هذه النظرية لم تتوقف عند هذا الصنف من العبارات، فركزت على ما يسمى بالعبارات الإنجازية، ويعود الفضل في ذلك إلى أوستن "الذي قدم مفاهيم دقيقة حول الفعل الكلامي Speech/Act وطبيعته وشروطه وأصنافه.

وقد طرحها انطلاقاً من عدم رضاه عما آل إليه الخطاب الفلسفي الحديث على وجه الخصوص، فقدم ملاحظات لاذعة تصف أعمال الفلاسفة بأنها واهية مبتذلة، ثم إنهم ينطلقون في بحوثهم من أحكام جاهزة، مما جعل دراساتهم غير جاهزة،¹ وهذا ما جسده في كتابه المعنون بـ "كيف ننجز الأشياء بالكلمات".

فانطلق من الوهم الذي وقع الفلاسفة حينما افترضوا أن شأن الحكم في القضية يصف حالة شيء ما، وإما أن يثبت واقعة عينيه مما يعني أن حكم القضية إما أن يكون صادقاً أو كاذباً.²

أراد أوستن أن يتجاوز ما كان سائداً في الفكر الفلسفي واللساني الشائع في ذلك الوقت "الذي أعطيت فيه المكانة الأولى للجمل التي تصف الواقع على حساب الجمل التي تنتسئ أو تهدف إلى ذلك على الأقل باعتبارها مجرد أشباه إثباتات أو مجرد تعبيرات انفعالية قد تصلح في ميدان الشعر أو التعبير الخيالي بصفة عامة، ولكنها لا تصلح لصياغة قضايا المنطق، فاقترح طرحاً جديداً بين فيه انه من غير الممكن اعتبار الوظيفة الوحيدة للغة هي الوصف.³

1- بشرى البستاني، "التداولية في البحث اللغوي والنقدي"، مؤسسة السياب للنشر والتوزيع، لندن، ط1، 2012، ص: 324.

2- ينظر أوستن، "نظرية أفعال الكلام العامة، كيف ننجز الأشياء بالكلمات"، تر: عبد القادر قينيني، إفريقيا الشرق، 1991، ص: 13.

3- بشرى البستاني، المرجع السابق نفسه، ص: 324.

لذلك أطلق شعاره المشهور في معارضة هذه الوظيفة، وهو "الوهم الوصفي L'illusion Descriptive"، ليثبت أن القول هو بدون شك نقل لمعلومات معينة للآخرين حول موضوع ما نتكلم عنه، ولكنه أيضا "فعل"¹.

مؤكد أن القول ليس نقلا للمعلومات فقط، وإنما يتعدى ذلك ليصبح القول هو الفعل، لذا حاول إبراز الوجه الإنجازي من القول والذي تمثله استعمالات معينة من اللغة، بعد أن كان الوجه الإخباري هو المسيطر في الدراسات اللسانية والفلسفية، فأراد أن يجسد ذلك ابتداء من عنوان كتابه "كيف ننجز الأشياء بالكلمات".

اعتمد أوستين في التحليل اللغوي لاكتشاف الأفعال الكلامية وتصنيفها على دعامتين أساسيتين هما: القصدية والسياق العام.

أ- **القصدية**: "شكلت الأساس الذي انبثت عليه نظرية الأفعال الكلامية، وتتجلى انطلاقا من الربط بين العبارات اللغوية وغرض المتكلم أو مقصده من الفعل الكلامي، إذ يجب أن ينظر إلى الإنجاز بوصفه جانبا قصديا لفعل كلامي في سياق الموقف الكلي البرجماتي التواصلي"² أي أن كل فعل كلامي له قصد معين وتأثير معين في القوة الإنجازية المقصودة.

ب- **السياق العام بأنواعه**: أي السياق الذي يجري فيه القول بكل معطياته الثقافية والاجتماعية والنفسية، "فهو ليس أمر معطى دفعة واحدة، إنما يتشكل قولا اثر قول"³، وقد قرر أوستين أن "الأقوال تنتج ضمن سياقات محددة، فتحض دلالاتها جزءا لا يتجزأ من هذه السياقات، فنظرية الأفعال الكلامية لا تعتبر أن الوحدة الأساسية للتواصل الإنساني هي "الجملة"، ولا أي تغيير آخر بل هي "إنجاز" بعض أنماط الأفعال، وذلك انطلاقا من موقف معين"، فالسياق له دور مهم في إنجاز الفعال الناتجة عن الأقوال في مواقف معينة.

1- بشرى البستاني، "التداولية في البحث اللغوي والنقدي"، المرجع السابق نفسه، ص: 325.

2- بشرى البستاني، المرجع السابق نفسه، ص: 325.

3- أن روبول وجاك موشلار، "التداولية اليوم علم جديد في التواصل"، تر: سيف الدين دغفوس ومحمد

الشيبياني، دار الطليعة، بيروت، لبنان، ط1، 2003، ص: 77.

لكن حتى وان تبلور هذا الطرح مع أوستين يجب أن ننبه إلى أمرين ضروريين: الأمر مرتبط بالجهود السابقة التي ساهمت في إرساء الأرضية الخصبة التي دعمت هذه النظرية، ومنها ما قدمه "فنجشتاين" الذي بين بان "اللغة تستخدم لوصف وقائع العالم، ولغير وصف وقائع العالم أيضا، كالأمر والاستفهام، الشكر، التحية، الدعاء، وغيرها من الاستعمالات التي أطلق عليها "العاب اللغة"، وبين أن العاب اللغة شبه باللعبة لذلك أكد أن نماذج الألعاب اللغوية تتنوع، غير أن تمظهراتها لا تتم إلا من استعمالاتها المختلفة حيث تتضمن مقاصدها"¹.

أما الأمر الثاني "يرتبط بما قدمه تلاميذته من بعده لهذه النظرية، والذين كان لهم الفضل في توضيحها وإرساء معالمها"²، منهم سيرل، ريكاتي، غوفمان، اوركيوني، فوندرليش،... وغيرهم.

خصائص الأفعال الكلامية: تعددت خصائص الأفعال الكلامية بتعدد المقاصد والمجالات ومن بين هذه الخصائص ما يلي:

1- "يختص الفعل الكلامي بكونه يحقق فعلا معينا، أي نشاط يهدف إلى تحويل الواقع".

إنه فعل قانوني: كما يذهب إلى ذلك اللغوي الفرنسي "أوسوالد ديكرو" ونتكلم عن الفعل القانوني عندما يتم تحديد نشاط ما باعتباره تحويلا للعلاقات الشرعية والقانونية الموجودة بين الأشخاص المعنيين"، وعلى هذا الأساس يخلق الفعل القانوني مجموعة من الحقوق والواجبات بين الأشخاص المتحاورين، وعليه يهدف هذا الأخير فعلا إلى "خلق مجموعة من الحقوق والواجبات المتعلقة بالمتحاورين"، ومن هنا تظهر القيمة القانونية المسندة إليه، وهكذا فإننا سنعتبر نشاطا ما قانونيا، عندما نصفه بأنه نشاط إجرامي أو محل تقدير واعتبار، أو اعتراف بالالتزام، فالقول الذي يتلفظ به القاضي مثلا يمكن اعتباره فعلا قانونيا

1- نعمان بوقرة، "المدارس اللسانية المعاصرة"، مكتبة الآداب للطباعة والنشر والتوزيع، 2004، ص:

184-185.

2- بشرى البستاني، "التداولية في البحث اللغوي والنقدي"، المرجع السابق نفسه، ص: 326.

لأنه لا يكون هناك أي اثر يفصل بين كلام القاضي وتحويل المتهم إلى محكوم عليه، لأن الكلام هو الذي يصدر الحكم"¹، فالكلام الذي يصدره القاضي يعتبر فعلاً قانونياً لان عن طريق الأقوال الصادرة عنه يتم صدور الأحكام سواء كانت في صالح المتهم أو ضده.

2- أنه فعل مؤسساتي: فكثير من الأفعال الكلامية ترتبط بإنجازها وتحقيقها بالعديد من المؤسسات الاجتماعية، لكن هذه الأفعال تنجز داخل اللغة وبواسطتها ومن هنا نسميها بالأفعال الكلامية أو اللغوية، إنها أقوال يصيب طبيعتها اللغوية، وهي أفعال لا تهدف إلى تحويل الواقع أو تغيير العلاقة مع العالم، وهي كذلك لطبيعتها القانونية والشرعية والمؤسساتية والاجتماعية"².

فالفعل المؤسساتي يكون مرتبطاً بالمؤسسات الاجتماعية التي تنجز داخل اللغة وتهدف إلى تغيير الواقع وتحويله.

يستحضر المخاطب مبدأ التأدب من خلال الأدوات اللغوية، فيجسده في أفعال التنافس لتلطيف ما تقتضيه طبيعتها من غلطة، وللتوفيق في تحقيق هدفه النفعي وأنتج السلوك الحسن، كما يجسده في أفعال المناسبات باعتباره أساس إنجازها، وما يقتضيه استعمال التأدب فيها من خروج القصد في التهكم مثلاً³.

أثر الهدف في اختيار إستراتيجية معينة في الأفعال الكلامية:

إذا كان الهدف النفعي للخطاب هو الحصول على الدفاء، فإنه يمكن للمرسل أن يستعمل إحدى الإستراتيجيتين لإشعار المرسل إليه بحاجته، وهما:

- أشعل المدفأة - أريدك أن تشعل المدفأة

1- نادية رمضان النجار، "الاتجاه التداولي والوسيط في الدرس اللغوي"، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2013، ص: 57.

2- نادية رمضان النجار، المرجع السابق نفسه، ص: 57.

3- ينظر عبد الهادي بن ظافر الشهري، "إستراتيجيات الخطاب (مقاربة لغوية تداولية)"، دار الكتاب الجديدة المتحدة، لبنان، ط1، 2014، ص: 111.

أما الإستراتيجية الأخرى، فهي بخطاب تلمحي مثل، الأخبار بالبرد إذ يستلزم طلبا غير مباشر، مثل:

- "الجو شديد البرودة، ولم ارتد ما يكفي من الملابس".

على هذا الأساس نستنتج بان للحصول على الهدف النفعي للخطاب يجب على المرسل أن يستعمل إحدى الاستراتيجيتين بخطاب قوته الإنجازية أو الخطاب التلمحي.

مما يذكر لسيرل انه فرق بين الأفعال الكلامية المباشرة وغير المباشرة، فوضح أن المتحدث قد ينقل إلى المستمع أكثر مما تحمله الكلمات، اعتمادا على الخلفية المعرفية المشتركة بينهما، سواء كانت لغوية أو غير لغوية، إضافة إلى قدرة المستمع على الاستنتاج والتفكير، كما انه يثير مفهوم الأفعال الكلامية غير المباشرة مسألة إمكانية قول شيء من جانب المتحدث يحمل ما يقول من معنى كما يحمل معنى إضافيا آخر، فمثلا لو أنني مدعو على غداء وقلت لرفيقي: هل تناولني الملح؟ فالغرض ليس استفهاما هنا، وإنما طلب متأدب، لذلك ثبت أن القوة الإنجازية في جمل اللغات الطبيعية فعلا:

فعل إنجازي حرفي: وهو المعنى المتحقق من التركيب بتأثير عوامل أخرى، من تنعيم أو أداة (أداة الاستفهام مثلا)، وفعل إنجازي مستلزم، وهو الدلالة الإنجازي التي يستلزمها الجملة في مقامات سياقية معينة فالجملة السابقة تجمل معنى آخر وهو "الالتماس" بدلا من معناها الأصلي (الاستفهام).

حاول سيرل أيضا حل إشكالية: (كيف يقول المتكلم شيئا ويعني شيئا آخر؟)، وكيف يسمع المخاطب شيئا له معنى، ويفهم منه معنى آخر؟، لذا حاول حل هذه الإشكالية طريق الاستعانة بمبدأ التعاون الحوارى بين المتكلم والسامع عند "غرايس"، وما عند المخاطب من علم من الاستلزام الحوارى والتعهد وتحمل المسؤولية والواجبات¹.

1- نادية رمضان النجار، "الاتجاه التداولي والوسيط في الدرس اللغوي"، المرجع السابق نفسه، ص: 56.

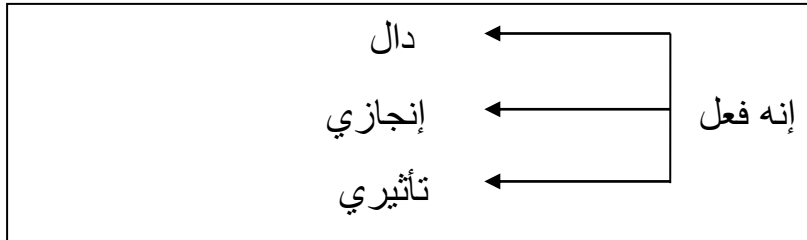
فيما يتعلق بالفعل الكلامي دائماً، لدينا خصائص أخرى تميزه منها:

1- إنه فعل قصدي: ومن خلال التعرف على قصد المتكلم نتعرف على الفعل الكلامي المنجز، فلو قال متكلم لآخر: "هناك خطر يحرق بك"، فقد يكون القصد من كلامه هذا الإخبار أو التشبيه أو السخرية.

2- إنه فعل سياقي: بحيث لا يمكن النظر إليه بمعزل عن السياق، فإذا أخذنا جملة من قبيل "سأحضر غداً"، فإننا نجد أنها تفيد معاني عديدة، وذلك طبقاً للسياق، فهي تفيد الإخبار في سياق ما، وفي سياق آخر تفيد الوعد.

3- فعل عرفي: فلكي يكون الفعل الكلامي ناجحاً لا بد أن يستجيب لمجموعة من الشروط المتعلقة باستعماله، وهذه الشروط تحدد الإطار الذي يكون فيه الفعل الكلامي ملائماً للسياق الذي يظهر فيه¹.

من خلال ما توصلنا إليه نلاحظ بان الفعل الكلامي لديه مجموعة من الخصائص التي يميزه، وقد ارتبطت هذه الخصائص بالسياق والقصد والعرف إلى جانب ذلك تتعلق بالعلاقات القانونية والمؤسسات، كما انه يهدف إلى تغيير الواقع من خلال قوته التأثيرية والإنجازية، ونمثل ذلك بالمخطط الآتي²:



تلك كانت لمحة وجيزة حول نظرية أفعال الكلام إلا أن ما جاء به أوستن لم يكن جديداً بالنسبة للباحث العربي، حيث بينت الدراسات أن علماء النحو العربي والبلاغة العربية أدركوا منذ قرون شيئاً عن نظرية الحدث الكلامي.

1- نادية رمضان النجار، المرجع السابق نفسه، ص: 60.

2- ياسين سرايحية، "تداولية الخطاب الشعري المعاصر"، قراءة في عناصر السياق لدى الشاعر احمد عبد المعطي حجازي، قسم اللغة العربية وآدابها، جامعة سوق أهراس، عدد 33، مارس 2013، ص: 87.

المبحث الثالث: الأفعال الكلامية عند أوستن وسيرل في الخطاب الإعلامي.

تعد الأفعال الكلامية بأنها نظرية ذات خلفية فلسفية ومنطقية، ظهرت بجهود "فيتنشتاين" ثم تبناها "جون أوستن" وعمقها "جون سيرل"، وتوصف بأنها أحد أهم محاور الدرس التداولي الحديث، كما أنها مجال أساسي لدراسة مقاصد الكلام ونواياه.

الأفعال اللغوية وأقسامها:

يعد الفعل الكلامي المفهوم الأساسي الذي ركز عليه "أوستن" في كتابه (كيف ننجز الأشياء بالكلمات)، ويعود إليه الفضل في البحث في ماهيته وطبيعته، وعليه تذهب "نظرية أفعال الكلام" إلى التأكيد على أن "العبارات اللغوية لا تنقل مضامين مجردة ونمطية وإنما تختلف حسب عدة عوامل منها السياق، بالإضافة إلى ظروف وعوامل أخرى تتدخل في تحديد دلالة اللفظ وقوته. وعليه تحول الاهتمام من الجملة في ذاتها (نمط) إلى البحث في مختلف مظهراتها (موقع)، ومن ثمة تم الانتقال من الإحالة اللسانية إلى إحالة المتكلم"¹.

لذلك كانت عناية "أوستن" وانطلاقه من الأقوال التي اتخذت شكلا "خبريا إثباتيا في حين أن دلالتها الحقيقية إيقاع أعمال لا تنجز إلا بتلك الألفاظ، وليست دلالتها وصف الوقائع في العالم الخارجي كما يتوهم في الأوساط الفلسفية، ومن ذلك قولهم: أمرك بالصمت، فهي جملة تغير الواقع أو تحاول ذلك دون أن تكون واصفة له، فالأمر بالصمت يحاول نقل حالة الكون من الضجيج إلى الهدوء"². على هذا الأساس نلاحظ أن "أوستن كانت له عناية فائقة في الأقوال الإخبارية التي تنجز أعمالا وتغير الواقع.

1- أدراوي العياشي، "الاستلزام الحواري في التداول اللساني"، منشورات دارا لامن، الرباط، المغرب، 2011، ص:79.
2- معاذ بن سليمان الدخيل، "منزلة معاني الكلام في النظرية النحوية العربية"، ص:38.

اقترح "أوستن" أن يسمى هذه الأقوال بالأقوال الإنشائية، وراح يميز بينها وبين الأقوال الوصفية، فالوصفية عنده هي: "الأخبار المحضة التي يمكن أن تكون صادقة أو كاذبة، أما الأقوال الإنجازية فهي تلك التي تنجز أعمالا في الكون، إذا توفرت الشروط المناسبة التي تجعل العمل ناجحا". ولتوضيح ذلك نستدل بالأمثلة التالية:

- "نعم أقبل بها، يطابق القول (اتخذ هذه المرأة زوجة شرعية).¹

- اسمي هذه الباخرة الملكة إليزابيث، تقال عند فض قارورة خمر تلقاء هيكل تلك الباخة بمناسبة تدشينها.

- أهب وأوصي بساعتي لأخي، كما يمكن أن نقرأها في وصية.

هذه الأقوال الإنشائية تعود إلى فعل شيء ما فقط بمجرد التلفظ بها، فهي لا تصف أعمالا، بل هي في حد ذاتها أعمالا، من هنا راح "يفرق بين الملفوظات الإنجازية الابتدائية والملفوظات الإنجازية التصريحية، على اعتبار أن الأولى يمثلها ذلكم النوع من العبارات التي لا يتم التصريح فيها بالفعل المنجز مثل قولنا: السعادة مطلب، وأما التصريحية، فهي تلك الملفوظات التي يصرح فيها بالفعل المنجز من قبيل: ازعم، أقرر، ادعي..."².
فالملفوظات الإنجازية التصريحية تتحدد إذن في الأفعال التي هي مفاتيح الإنشاء.

ويظهر ذلك من خلال الأمثلة التالية:

- أراهن بألف درهم على أن العملية ستنجح.

- أعدك بأنني سأزورك³.

يعد الفعلان (أراهن، أعد) فعلا إنشائيان تصريحيان.

أما الملفوظات الإنجازية الابتدائية فتتحدد في تلك "العبارات المختزلة التي تضم أفعالا إنشائية مثل: سأسافر (وعد أو تأكيد).

- أعدك بأنني سأسافر، أوكد على أنني سأسافر"⁴.

1- فليب بلانشيه، "التداولية مع أوستن إلى غوفمان"، تر: صابر الحباشة، دار الحوار نسورية، ط1،

2007، ص:54.

2- أدراوي العياشي، "الاستلزام الحوارية في التداول اللساني"، المرجع السابق نفسه، ص:79.

3- أدراوي العياشي، المرجع السابق نفسه، ص:80.

4- أدراوي العياشي، المرجع السابق نفسه، ص:80.

بالرغم من وجود تقارب وتشابه بين العبارات التصريحية الابتدائية فإن هناك فرق كبير بين مجرد (الوعد) كما في (سأسافر)، والوعد نفسه كما في (أعدك بأني سأسافر)، وما تلزم الإشارة إليه في هذا النطاق، هو أن "أوستن" ميز بين الجمل الإنجازية والاستعمالات الإنجازية.

أقام "أوستن" تميزات متنوعة بين "الفشل أو الخيبات أو بين التي من شأنها التأثير على الإنجازات، ثم راح يتساءل عما إذا كان للتعارض بين الملفوظيات الإنجازية والملفوظات الوصفية علاقة وثيقة بذلك التعارض القائم بين الملفوظيات الصحيحة أو الخاطئة من جهة، والملفوظات الناجحة أو الفاشلة من جهة أخرى، لكن معاينة الوقائع أجبرته على التخلي عن فكرة معيار كهذا"¹، فتكون الملفوظات صادقة إذا كانت المطابقة حاصلة بينها وبين ما تصفه، و كاذبة إن عكس ذلك.

مثل: "الشمس طالعة، إذا كانت في الواقع والخارج طالعة، وإن لن تكن طالعة فنسمي الكلام كذبا"².

أما الجمل الإنجازية فتخضع لمعيار (النجاح – الفشل) وفي المعيار نميز بين نوعين:
- الجمل الإنجازية ذات القيد القوي.
- الجمل الإنجازية ذات القيد الضعيف.

فالأولى تلك التي تخضع في إنجازها لعادات ثقافية محددة، مثل: قول أحد ما (أنت طالق)، لكي تكون الجملة ناجحة يجب أن يكون ذلك أمام عدلين، ويكون المتلفظ بها الزوج، أما النوع الثاني فهي لا تخضع لقيود ثقافية مثل: أوصي بما أملك من مال لابني الأكبر. فلكي تكون الجملة ناجحة يكفي أن يكون مفهوم الوصية متعارف عليه داخل الجماعة اللغوية³.

توصل أوستن في آخر مرحلة من مراحل بحثه إلى تقسيم " الفعل الكلامي الكامل إلى ثلاثة أفعال فرعية، وهي على النحو التالي:

1- جان سيرفوني، "الملفوظية"، تر: قاسم المقداد، اتحاد الكتاب العرب، 1998، ص: 91.
2- أدراوي العياشي، "الاستلزام الحوارية في التداول اللساني"، المرجع السابق نفسه، ص: 82.
3- ينظر: أدراوي العياشي، المرجع السابق نفسه، ص: 83-84.

أ- **فعل القول (الفعل الغوي) acte locutoire**: ويراد به "إطلاق الألفاظ في جمل مفيدة ذات بناء نحوي سليم وذات دلالة"¹. ففعل القول يشتمل بالضرورة على أفعال لغوية فرعية، وهي المستويات اللسانية المعهودة: المستوى الصوتي، المستوى التركيبي، المستوى الدلالي. لكن "أوستين" يسميها أفعالاً: الفعل الصوتي، وهو التلفظ بسلسلة من الأصوات المنتمة إلى لغة معينة، أما الفعل الدلالي فهو توظيف هذه الأفعال حسب معان وإحالات محددة. كقولنا مثلاً:
- إنها ستمطر.

يمكن أن يفهم معنى الجملة، ومع ذلك لا ندري أهي: إخبار بأنها "ستمطر"، أم تحذير من "عواقب الخروج في الرحلة"، أم "أمر بحمل مضلة"، أم غير ذلك... إلا بالرجوع إلى قرائن السياق لتحديد قصد المتكلم أو غرضه من الكلام"².

ب - **الفعل المتضمن في القول Acte illocutoire**: وهو الفعل الإنجازي الحقيقي، إذ "إنه عمل ينجز بقول ما، وهذا الصنف من الأفعال الكلامية هو المقصود من النظرية برمتها، لذل اقترح "أوستين" تسمية الوظائف اللسانية الثانوية خلف هذه الأفعال: القوى الإنجازية، ومن أمثلة ذلك: السؤال، إجابة السؤال، إصدار تأكيد أو تحذير، وعد أمر، شهادة في محكمة... الخ"³.

فالفرق بين الفعل الأول والفعل الثاني هو أن الثاني قيام بفعل ضمن قول شيء في مقابل الأول الذي هو مجرد قول.

1- طالب سيد هاشم الطبطبائي، "نظرية الأفعال الكلامية"، الكويت، منشورات جامعة الكويت، 1994، ص:122.
2- مسعود صحراوي، "التداولية عند العلماء العرب"، المرجع السابق نفسه، ص:41.
3- مسعود صحراوي، المرجع السابق نفسه، ص:42.

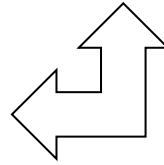
ث - **الفعل الناتج عن القول Acte perlocutoire**: يرى "أوستن" أنه مع القيام بفعل القول، وما يصحبه من فعل متضمن في القول، يأتي فعل آخر وهو الفعل الناتج عن القول، و هنا يكون الشخص المتكلم هو "المتسبب في نشوء أثار في المشاعر والفكر، ومن أمثلة تلك الأثار: الإقناع، التضليل، الإرشاد، التثبيط..."¹. في حين سماه بعضهم بالفعل التأثيري. كمثال على هذه المكونات نورد العبارة التالية و"المتمثلة في قول المعلم للتلميذ (الكذب يدخل صاحبه النار)، فالعبارة التي نطق بها المعلم تمثل الفعل القول، وهي تمثل في نفس الوقت فعلا إنجازيا وهو التحذير، ويمثل التزام التلميذ بالصدق، وابتعاده عن الكذب، الفعل التأثيري لهذه العبارة ونتيجة للفعل الإنجازي"². ومن خلال هذا المثال نكون قد ألمنا بالأفعال الثلاثة.

للتوضيح أكثر نمثل البنية العامة للأفعال الكلامية عند "أوستن" في الشكل الآتي³:

الفعل الأول: فعل القول، وبنيته كالآتي:

- عل صوتي (إنتاج الأصوات).
- فعل تركيبى (إخضاع الأصوات لنظام نحوي معين).
- فعل دلالي (ربط الأصوات بالدلالة).

فعل القول ACTE



1- مسعود صحراوي، "التداولية عند العلماء العرب"، المرجع السابق نفسه، ص:42.
2- يومبي جميل، تداولية المجاز من خلال سورة الكهف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014-2015، ص:40.
3- مسعود صحراوي، "التداولية عند العلماء العرب"، المرجع السابق نفسه، ص:43.

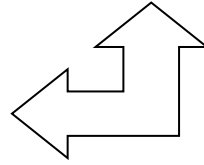
الفعل الثاني والثالث: الفعل المتضمن في القول والفعل الناتج عن القول:

- الفعل المتضمن في القول: القيام بفعل ما ضمن قول شيء.
- الفعل الناتج عن القول: مجموع الآثار المترتبة عن الفعل السابق.

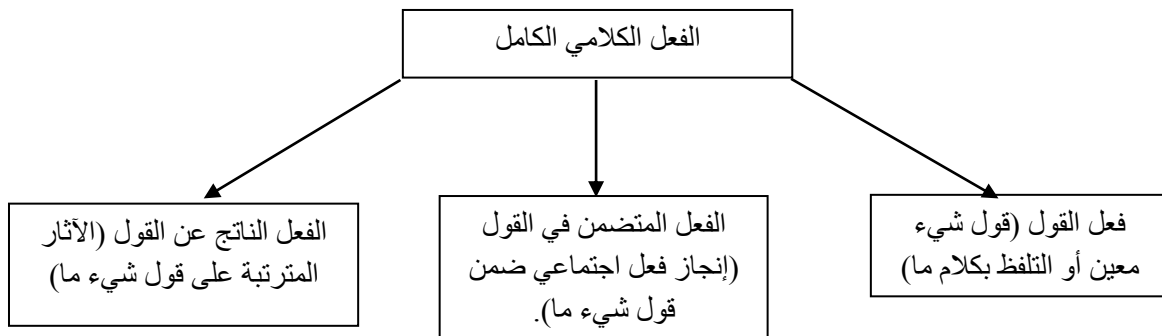
تكون بنية الفعل الكلامي الكامل كالآتي 1:

- فعل القول (قول الشيء معين).
- الفعل المتضمن في القول (القيام بفعل ماضن قول شيء ما).
- الفعل الناتج عن القول (الآثار المترتبة عن الفعل الإنجازي).

الفعل الكلامي الكامل Acte de dicoura

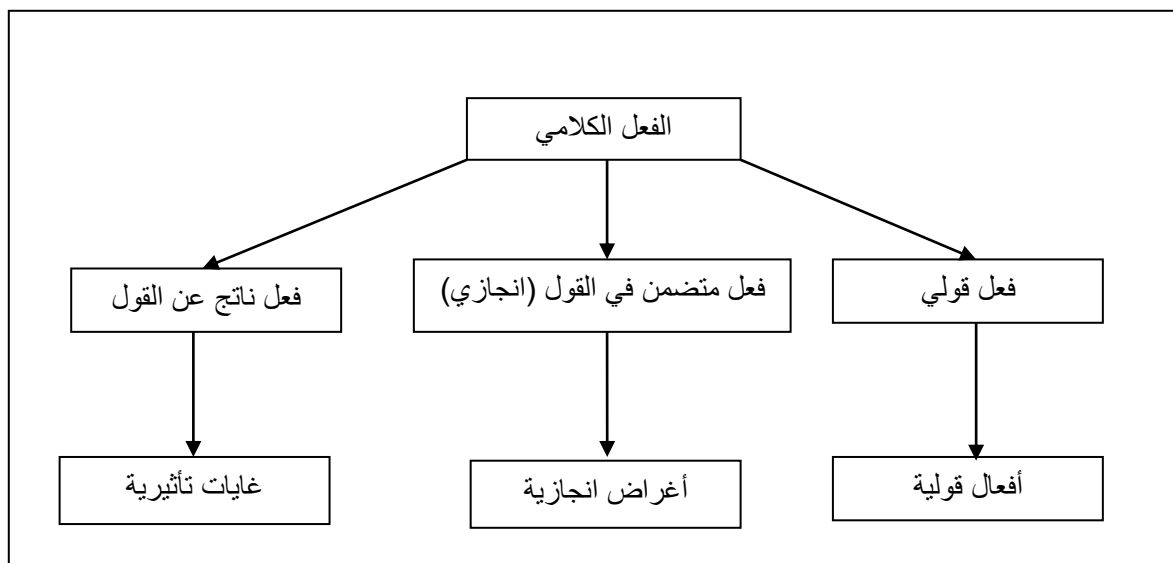


للتوضيح أكثر نمثل البنية في الخطاطة التالية 2:



يتضح من خلال ما بيناه لنا أنه بالإمكان ربط كل فعل من الأفعال بما تحيل عليه، ففعل القول يرتبط بصميم اللغة، لأنه حدث لغوي خالص. أما الفعل التأثيري في تعلق بالسلوكات الاجتماعية في إطار جماعة لغوية متجانسة، ومن ثمة فهو فعل اجتماعي في حين يشكل فعل الإنجاز الفعل الذي تقوم عليه العبارة الغوية.

نوجز في الأخير مخطط الأفعال الكلامية الكاملة لأوستن في الرسم الموالي¹:



نلخص من هذا التقسيم إلى أن وظيفة اللغة عند "أوستن" هي استعمال وإنجاز لمجموعة من الأفعال اللغوية وبذلك تصير الوحدة اللغوية الصغرى المعتمدة هي الفعل بدل الجملة.

كانت جهود "أوستن" مركز انطلاق لتأسيس نظرية أفعال الكلام، حيث أكمل الباحث "سيرل" مساعي وأفكار "أوستن" حينما حدد مفهوم الفعل الإنجازي الذي غدا مفهوما محوريا في نظرية أفعال الكلام، وأحكم الأسس المنهجية التي تقوم عليها، لكن الفضل يرجع لأوستن "بالرغم من أنه لم يستطع أن يحقق ما سعى إليه من وضع نظرية متكاملة للأفعال الكلامية"². وقد كان ما قدمه من أعمال حول الفعل الإنجازي كافيا لأن ينطلق "سيرل" من هذه الأرضية، فتكون هناك مراحل تكميلية للجهود السابقة، فسيرل "بعد استفادته من دروس أستاذه أوستن اقترح بعض التعديلات وطور نظرية الأفعال اللغوية"³. ويمكن أن نلخص جهود سيرل في النقاط التالية:

1- ياسة ظريفة، "الوظائف التداولية في المسرح"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، الدراسات اللغوية، جامعة قسنطينة، 2010، ص:21.
2- الجيلالي دلاش، "مدخل إلى اللسانيات التداولية"، ت:محمد يحياتين، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1986، ص:25.

"نص على أن الفعل الإنجازي هو الوحدة الصغرى للاتصال اللغوي، وأن للقوة الإنجازية دليلاً يسمى "دليل القوة الإنجازية"، ويبين أن الفعل الإنجازي الذي يؤديه المتكلم بنطقه الجملة معينة يكون باستعماله لصيغة معينة، تدل على دلالة معينة، كالأمر، أو النهي، أو التنعيم"¹.

الفعل الكلامي عنده مرتبط بالعرف والاجتماعي، وهو أوسع من أ يقتصر على مراد المتكلم.

قسم الأفعال الكلامية إلى مباشرة وغير مباشرة.

إضافة إلى هذا التصنيف الجديد، فقد قام بالتعميق في مكونات الفعل الكلامي "إلى جانب أنه قدم شروط تحول فعل من حال إلى حال أخرى وآليات ذلك التحول وتوضيح خطوات استنتاج الفعل المقصود"². وذلك بالاستناد إلى مكونات الفعل الأصلية التي عدها بنظرة أربعة مكونات وهي:

- **الفعل التلفي: (Acte d'énonciation)** والمقصود عملية أداء الكلام والتأليف بين مكوناته.

- **الفعل القضوي: (Acte propositionnel)** وهو معادل للفعل الدلالي عند "أستين" على اعتبار أن ما كان يعرف بالفعل الدلالي، وكان يشمل عنصري المعنى والإحالة، أصبح عند "سيرل" يشكل فعلاً مستقلاً يسمى الفعل القضوي، ويتضمن فعل "الإحالة" و"الحمل"³. أي أنه هو ذلك الحمولة الدلالية المباشرة التي تحملها العبارة، فهي مأخوذة في العادة من المعجم.

- **الفعل التأثيري: (Acte perlocutionnaire)** يتعلق بالنتائج التي يحدثها الفعل الإنجازي بالنسبة للمخاطب، فإذا سقت حجة يمكن إقناع المخاطب، وإذا أذرتة يمكن أن أخفيه.

2- يومبي جميلة، تداولية المجاز من خلال سورة الكهف، رسالة ماجستير، تخ: البلاغة والأسلوبية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015، ص:43.

3- أدرابي العياشي، "الاستلزام الحوارى فى التداول اللسانى"، المرجع السابق نفسه، ص:92.

- **الفعل الإنجازى: (Acte illocutionnaire)** كالأستفهام، والأمر، والنهى، والوعد... الخ¹. وما يمكن الإشارة إليه هنا، هو أن هذين الفعلين (التأثيرى والإنجازى) لا يختلف بين "أوستين وسيرل" بشأنهما.

يتحلى إسهام سيرل الرئيس فى "فصله بين القوة المقصودة بالقول والمضمون القضى داخل الجملة، وهذا الفصل والتميز ناتج عن تساؤله عن عدد من الأقوال التى لها معان مختلفة رغم أن القضية هى نفسها كل الجمل نحو:

- يدخل زيد كثيرا.

- هل يدخل زيد كثيرا

- زيد، دخن كثيرا.

الجمل جمها واحد (تدخين زيد)، لكن المعانى مختلفة، فالأولى إخبار، والثانية استفهام، والثالثة أمر، والرابعة تعجب.

واصل "سيرل" اهتمامه للأفعال الكلامية، وراح يقترح تمييزا بين نوعين من القواعد:

- يا الهى، ما أكثر ما دخن زيد².

1- قواعد تكوينية: "تتمثل فى:

- وجود إجراء عرفى مقبول، أو اثر عرفى مقبول كالزواج والطلاق.

- أن يتضمن الإجراء نطق كلمات محددة من طرف أناس معينين فى ظروف

معينة، مثلا الزواج يشترط التلفظ بكلمات من مثل قول زوجنى ابنتك، والرد زوجتك ابنتى على ما كان بيننا من مهر.

- أن يكون الناس مؤهلين لتنفيذ الإجراء مثل الشروط الواجب توفرها فى الزوجين

كالبلوغ³.

1- أدرابي العياشي، "الاستلزام الحوارى فى التداول اللسانى"، المرجع السابق نفسه، ص:92.

2- معاذ بن سليمان الدخيل، "منزلة معانى الكلام فى النظرية النحوية العربية"، دار محمد علي للنشر، ط1، 2014، ص:45.

3- محمود أحمد نخلة، "آفاق جديدة فى البحث اللغوى المعاصر"، المرجع السابق نفسه، ص:45.

فهي إذن تلك التي تخلف الأنشطة التي لا يكون لها وجود مستقل على هذا الأساس واصل في تعد شروطه التكوينية، وأصر بأن يكون التنفيذ صحيحا، وفي الطلاق مثلا لا يقع إلا بنطق كلمة الطلاق، وإلا لما كان الطلاق، لأنه لم يؤد أداء صحيحا... أن يكون التنفيذ كاملا، فعقد البيع لا يتم إلا من خلال تأكيد كل من البائع والمشتري على المسألة بذكر الاستعمالات اللغوية المناسبة¹. لذلك يجب الابتعاد عن استعمال الكلمات الغامضة.

2- قواعد قياسية: "موضوعها السلوكيات التي توجد مستقلة منها، مثل قواعد الأدب واللياقة التي تحكم علاقات الأفراد"². فهي ليست ضرورية مثلا الشروط الملائمة، لأن الفعل يتم حتى وإن لم يوفر القول.

الشروط الملائمة للفعل الكلامي:

أطلق "أوستن" على الشروط التي تتحقق بها الأفعال الأدائية الصريحة: شروط الملائمة، وحصره في ثلاثة أنماط أساسية كل نمط منها يحتوي على شرطين وهي " كالاتي:

1- وجود إجراء عرفي مقبول، وله اثر عرفي محدد كالزواج مثلا، فهو يتطلب كلمات محددة، ينطق بها أشخاص محددون في ظروف محددة، فإذا اختلف شرط من هذه الشروط أو كان الشخص الذي يتولى الإجراء فاقد الأهلية، فإن الفعل لا يؤدي. ينبغي أن يكون أولئك الأشخاص مناسبين، وكذلك تكون الظروف مناسبة³.

وبصيغة أخرى يمكننا القول بأنه فعل مؤدي وفقا لعرف معين. فقد عدت "قوة الفعل الرضي مرتبطة بالعرف في كثير من الحالات، لأن أنواعا كثيرة من المعاملة الإنسانية، تتضمن كلاما محكوما ومكونا عن طريق ما يمكن إدراكه ببسر على أنه أعراف رسمية.... فإذا قال رجل مسلم لزوجته(أنت طالق)، فإن الملفوظ سيعيد ناجحا بداهة"⁴.

1- سحالية عبد الكريم، "التداولية"، مداخلة في مجلة المخبر- أبحاث في اللغة والأدب الجزائري، جامعة بسكرة، ص:13.

2- معاذ بن سليمان الدخيل، "منزلة معاني الكلام في النظرية النحوية العربية"، دار محمد علي للنشر - نادي القصيم الأدبي - دار التنوير، تونس، 2014، ص:47.

3- محمد دور، "الأفعال الكلامية في القرآن الكريم"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم اللسان العربي، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014، ص:40.

4- نادية رمضان النجار، "الاتجاه التداولي الوظيفي في الدرس اللغوي"، المرجع السابق نفسه، ص:45.

2- جميع المشاركين يؤدون هذا الإجراء أداء صحيحا، ويتجنبون العبارات الغامضة.

ينبغي أن يكون الأداء كاملا، ففي فعل البيع مثلا، يجب أن يتحقق الإيجاب والقبول¹. أي أن تكون ذات إجراء مألوف وله تأثير محدد.

3- "أن يتمتع الأشخاص بإخلاص وصدق المشاعر، فإذا قلت لشخص: أهنتك بهذه المناسبة السعيدة، وأنت في قرارة نفسك لا تشعر بذلك، بل بنقيضه، أو إذا قلت لرجل: أنصحك بكذا وأنت تقصد تضليله، فقد أساءت أداء الفعل.

وعلى المشارك في الإجراء أن يتحلى بالسلوك ويجسده، فإذا قلت لشخص: أرحب بك ثم سلكت سلوك غير المرحب، فقد أسأت أداء الفعل"². وعلى هذا الأساس فإن الشرطين (أوب) من 1 و2 لازمة لأداء الفعل، فإذا لم يتحقق واحد منها فإن الفعل لا يؤدي، أما إذا لم

يتحقق شرط من الشرطين الأخيرين، فإن الفعل يؤدي لكنه يؤدي أداء سيئا.

استطاع "سيرل" أن يطور تصور "أوستن" لشروط الملائمة، التي إذا تحققت في الفعل الكلامي كان موفقا، "فجعلها أربعة شروط، وطبقها تطبيقا موجزا ومحكما على أنماط من الأفعال الإنجازية، فطبقها على أفعال الرجاء، والإخبار، والاستفهام، والشكر، والنصح، والتحذير، والتحية، والتهنئة"³. ومن بين هذه الشروط لدينا:

1- محمد مدور، "الأفعال الكلامية في القرآن الكريم"، المرجع السابق نفسه، ص:40.
2- محمد مدور، "الأفعال الكلامية في القرآن الكريم"، المرجع السابق نفسه، ص:40.
3- محمود أحمد نخلة، "أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر"، المرجع السابق نفسه، ص:74.

1- "شرط المحتوى القضوي **propositionnel**: فعل في المستقبل مطلوب من المخاطب.

2- الشرط التمهيدي **proparatory**:

أ- المخاطب قادر على إنجاز الفعل، والمتكلم على يقين من قدرة المخاطب على إنجاز الفعل.

ب- ليس من الواضح عند المتكلم والمخاطب أن المخاطب سينجز الفعل المطلوب في المجرى المعتاد للأحداث"¹.

إضافة إلى:

3- "شرط الإخلاص (**Sincérité** (الصدق): ويتحقق حين يكون المتكلم مخلصاً في أداء

الفعل، فلا يقول غير مل يعتقد"². أي أن المتكلم يريد حقا من المخاطب أن ينجز هذا الفعل.

4- " الشرط الأساسي **Essentiel**: محاولة المتكلم التأثير في المخاطب لينجز الفعل"³.

أي أنه يتحقق من خلال تأثير المتكلم في السامع لإنجاز الفعل.

خصائص القوة الإنجازية:

حاول سيرل أن يحصر خصائص القوة الإنجازية في النقاط التالية:

1- "نسبية القوة: لما كانت القوة الإنجازية لفعل كلامي تعني الشدة أو الضعف اللذين

يعبر بهما عن غرض إنجازي بعينه، في موقف اجتماعي بعينه، ولما كان لكل من

ومن ثم قيل أن(الأمر مثلا) غالبا ما يكون من أقوى أنماط الغرض الإنجازي التوجيهي،

فاستعمال (يجب وينبغي مثلا) تكون أكثر ملائمة للمتكلم إذا كان في موضع الأمر الشدة

والضعف درجات متفاوتة، فغن القوة الإنجازية ينبغي لها أن توصف بأنها نسبية للمخاطب"⁴.

1- محمود أحمد نخلة، "أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر"، المرجع السابق نفسه، ص:75.

2- معاذ بن سليمان الدخيل، "منزلة معاني الكلام في النظرية النحوية العربية"، المرجع السابق نفسه،

ص:49.

3- محمود أحمد نخلة، "أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر"، المرجع السابق نفسه، ص:75.

4- نادية رمضان النجار، "الاتجاه التداولي الوظيفي في الدرس اللغوي"، المرجع السابق نفسه، ص:43.

تحدد نسبية القوة طبقاً لقصد المتكلم والقرائن المحيطة بالخطاب، فقولنا (ادخل) رداً على طرق الباب تكون إذناً بالدخول وليس أمراً.

2- **تعديل القوة:** المراد بذلك هو "تكيف المخاطب المنطوقة مع مقصده في سياق اتصالي بعينه، ويدحض مبدأ تعديل القوة الإنجازية من البداية مبدأً معروفاً عند "غرايس" هو (كن مقتصدًا)، وذلك لأن المتكلمين لا يستعملون كلمات زائدة دون سبب، ومن الطبيعي أن غرض المتكلم هو الذي يحدد إستراتيجية القوة الإنجازية، المؤدي بها التعبير من حيث كونه عرضاً أو التماساً، تهديداً أو احتجاجاً، مدحاً أو قدحاً... إعلان شيء أو إبطاله¹. فكل سلوك اتصالي موجه إلى هدف معين، وأن القوة الإنجازية خاصة المنطوقات لا الجمل. فالمنطوق الواحد يمكن أن يمتلك قوى إنجازية مختلفة، ومن ثم يكون "الغرض الإنجازي في فعل ما هو جزء قوته الإنجازية، لذا فالمعنى يشمل القوة الإنجازية، والغرض والمحتوى القضوي"². ومن هنا رأى "سيرل" أن القوة الإنجازية حصيلة عناصر عدة.

أنصاف الأفعال الكلامية:

لاحظ "أوستن" أن موضوع البحث الأساسي في نظرية الأفعال الكلامية هو الفعل الإنجازي، فبحث فيه وقام بدراسته، وبيان طبيعته، وشروطه، ثم قدم تصنيفاً للأفعال الإنجازية بصفة عامة، وهي:

1- **الحكميات verdictives:** "وهي بجوهرها إطلاق أحكام على واقع، أو قيمة مما يصعب القطع به. ومن أمثلتها برأ، قيم، حكم، حسب، وصف، حل، صنف، أرخ، قسر"³. أي أنها عبارة إطلاق كان أو قرارات قضائية على واقع معين، وأمثلتها عديدة نحو: قوم، رتب، وعد، اثبت... الخ.

1- نادية رمضان النجار، "الاتجاه التداولي الوظيفي في الدرس اللغوي"، المرجع السابق نفسه، ص: 43.
2- محمود أحمد نخلة، "أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر"، المرجع السابق نفسه، ص: 75.
3- طالب سيد هاشم الطبطبائي، "نظرية الأفعال الكلامية"، جامعة الكويت، 1994، ص: 10.

2- **الإنفاذيات أو الأمرات Exercitives**: تتمثل في "اتخاذ قرارات كالتعيين والعزل والطرْد"¹. وتقوم على استعمال الحق والسلطة، مثل: عين، أمر، استقال، نهى، حرم، نصب، أغلق، نبه، طالب، أعلن.

3- **الوعديات commissives**: "أن الوعديات تلزم المتكلم بالقيام بتصرف بطريقة ما مثل: الوعد والموافقة، والتعاقد والعزم والنية والقسم والإذن والتفصيل... إذا وجدت فروق في الدرجة بين (التعاقد) و(النية)، فالأمر يتعلق بأعمال من طبيعة واحدة، التي تحمل على القول الإنشائي الأولي (سأفعل)"². وبصيغة أخرى هي إما إلزام بأداء فعل ما، أو إفصاح عن نية ما، أو ما يقطعه المتكلم من وعود وعهود.

4- **السلوكيات Comportatives**: تتمثل في "ما يكون رد فعل لحدث ما"³. أي أنها إظهار مشاعر نفسية إزاء ما يحدث للآخرين، وتندرج ضمن باب السلوك والأعراف الاجتماعية، ومثل، شكر، أسف، هنا، عزي، رحم، أعتذر، انتقد، بارك، عاتب.

5- **الغرضيات Expositives**: وهي "أعمال تختص بالعرض مثل: التأكيد والنفي، الوصف والإصلاح، والذكر، والمحاجة، والقول، والتأويل، والشهادة، والنقل، والتوضيح، والتفسير، والتدليل، والإحالة"⁴. وتعبير آخر فإنها عبارة عن ألفاظ تستعمل لشرح الحالة التي يضع المتكلم نفسه فيها من أجل إيضاح شيء ما في محاوراته بغرض المفاهيم وبسط المواضيع وعرض المراجع.

تأمل سيرل تصنيف أستاذه أوستن للأفعال الإنجازية، ولاحظ أنه يحتاج إلى أسس منهجية في ذلك، مدركاً ما وقع فيه أستاذه من أغلاط، وعلى هذا الأساس وضع عدداً من المقاييس لتصنيف الأعمال اللغوية:

-
- 1- ملاوي صلاح الدين، "نظرية الأفعال الكلامية في البلاغة العربية"، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الرابع، 2009، ص: 05.
 - 2- فيليب بلانشيه، "التداولية من أوستن إلى غوفمان"، المرجع السابق نفسه، ص: 62.
 - 3- ملاوي صلاح الدين، "نظرية الأفعال الكلامية في البلاغة العربية"، المرجع السابق نفسه، ص: 05.
 - 4- فيليب بلانشيه، "التداولية من أوستن إلى غوفمان"، المرجع السابق نفسه، ص: 62.

- أ- الهدف من العمل اللغوي.
- ب- اتجاه علاقة المطابقة بين الكلمات والعلم.
- ت- الحالات النفسية المعبر عنها.
- ث- القوة التي يعرض بها الهدف المقصود بالقول.
- ج- منزلة المتكلم والمخاطب وأثرهما في القوة المقصودة بالقول.
- ح- علاقات القول بمصالح المتكلم والمخاطب.
- خ- العلاقات مع بقية الخطاب.
- د- الاختلاف في المضمون القضوي الذي يحدد آليات مرتبطة بالقوة المقصود والقول.
- ذ- الاختلافات بين الأعمال التي لا تتحقق إلا بواسطة أعمال لغوية، والأعمال التي قد تتحقق بطرق أخرى.
- ر- الاختلافات التي تتطلب مؤسسات غير لغوية لتحقيقها، والأعمال التي لا تتطلب ذلك.
- ز- الاختلافات بين الأعمال التي يوافق الفعل فيها استعمالاً إنشائياً، والأفعال التي لا يستعمل فيها الفعل هذا الاستعمال.
- س - أسلوب تحقق العمل¹.
- من هذا المنطلق جعل سيرل الأعمال اللغوي في خمسة أصناف، عي:
- أ - التمثيليات أو الإخباريات **Assertives**: الغرض الإنجازي فيها هو "نقل المتكلم واقعة ما (بدرجات متفاوتة)، من خلال قضية يعبر بها عن هذه الواقعة، وأفعال هذا الصنف كلها تحتل الصدق والكذب، واتجاه المطابقة فيها من الكلمات الى العالم، ويتضمن هذا الصنف معظم أفعال الإيضاح عند أوستن وكثيراً من أفعال الأحكام"². تشترط حيازة المتكلم على شواهد أو مبررات، تؤكد صدق المحتوى القضوي، ويصنف القوة الإنجازية على أساس العبارة وليس على أساس الدلالة.

1- ينظر جاك موشر، أن ريبول، "القاموس الموسوعي للتداولية"، دار سيانتر للنشر، ط2، 2010، ص:74-75.

2- محمود أحمد نخلة، "أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر"، المرجع السابق نفسه، ص:87-88.

ب – التوجيهيات **Direvtives**: "هدفها جعل المرسل إليه يفعل شيئاً ما، ويحاول المرسل تحقيق هذا الهدف بدرجات مختلفة، تتراوح بين اللين، وذلك بالإغراء أو الاقتراح أو النصح، وبين العنف والشدة، وذلك بالإصرار على فعل الشيء"¹.

أي هي محاولة توجيه المخاطب إلى فعل شيء ما، واتجاه المطابقة يكون فيها من العالم إلى الكلمات، والفعل القضوي فيها هو فعل السامع شيئاً في المستقبل.

ت – الإلتزاميات **Commissives**: وهي "الأفعال التي تلزم المتكلم بالنهوض بسلسلة من الأفعال المستقبلية، ومن أن ثلتها أفعال العرض والوعد والوعيد"². هدفها إجبار المتكلم على تبني تصرف ما في المستقبل، يكون اتجاه المطابقة فيها من العالم إلى الكلمات.

ث – التعبيريات **Expressives**: "حيث يكون الهدف هو التعبير عن الحالة النفسية بشرط أن يكون ثمة نية صادقة، ولا توجد مطابقة الكون للكلمات، حيث يسند لمحتوى خاصة أما إلى المتكلم أو إلى المخاطب"³. أي أنها تعبير عن الحالة النفسية المخصوصة ضمن شرط الإخلاص.

ج – الإعلانيات **Déclaration**: السمة المميزة لهذا الصنف من الأفعال "أن أداءها الناجح يتمثل في مطابقة محتواها القضوي للعالم الخرجي، فإذا أدت أنا فعل تعيينك رئيساً للوفد أداء ناجحاً فأنت رئيس للوفد، وإذا أدت فعل إعلان الحرب أداء ناجحاً فالحرب معلنة، وأهم ما يميز هذا الصنف من الأفعال عن الأصناف الأخرى، أنها تحدث تغييراً في الوضع القائم، فضلاً عن أنها تقتضي عرفاً غير لغوي، واتجاه المطابقة يكون من الكلمات إلى العالم، ومن العالم إلى الكلمات، ولا يحتاج إلى شرط الإخلاص"⁴.

1- عبد الهادي بن ظافر، "استراتيجيات الخطاب"، المرجع السابق نفسه، ص:158.
2- موسى جمال، "تجليات مفاهيم التداولية في التراث العربي"، ماجستير: علوم اللسان، جامعة الجزائر2، كلية الآداب واللغات، 2009، ص:41.
3- فيليب بلانشيه، "التداولية من أوستن إلى غوفمان"، المرجع السابق نفسه، ص:66.
4- محمود أحمد نخلة، "أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر"، المرجع السابق نفسه، ص:80.

نلاحظ التقارب في رؤيتي كل من أوستن وسييرل لأفعال الكلام وفي تصنيفاتها مما جعل
جل المهتمين بهذا المبحث يتخذون أعمالهما مصدرا يبنون عليه أفكارهم وتحليلاتهم
للنصوص.

باختصار شديد، هذه لمحة إلى الأفعال الكلامية كما تمثلها منظروها الأوائل في الفكر
الفلسفي الغربي، وهي عبارة عن نظرية في اللغة، تصدر عن منزع وظيفي تداولي يعالج
القوة الكلامية للوحدات اللغوية، ويعنى بجميع أشكال تعامل القول، وحتى ما كان منها مبتذلا
صار معتمدا، على خلاف ما ترسخ في التقاليد القديمة من تعلق بالأقوال الجازمة دون
سواها.

الفصل الثالث

في بيان



المبحث الأول: أثر الأبعاد التداولية في لغة المقالات بجريدة الشروق اليومي.

تعددت مجالات التداولية من بينها الاستلزام الحوارية، التحوار، التفاعل ومتضمنات القول وكذلك الأفعال الكلامية، وهي محل تركيزنا في هذا البحث كونها أول الأسس التي انطلقت منها التداولية واهم المرتكزات في التحليل التداولي.

فما مدى تأثير هذه الأفعال في لغة جريدة الشروق اليومي؟

1- الدراسة التأصيلية: التعريف بجريدة الشروق اليومي.

في فترة وجيزة تم اختيار جريدة الشروق اليومي أنموذجاً قصد استنباط الأبعاد التداولية وخاصة الأفعال الكلامية بلغة الجريدة ومدى تأثيرها في القراء، وقع اختيار البحث على هذه الجريدة كونها أكثر الجرائد شهرة ومقروئية.

تعتبر جريدة الشروق اليومي صحيفة يومية جزائرية خاصة ناطقة باللغة العربية، تأسست سنة 1990، كما تعتبر من أقدم الجرائد الخاصة وكانت تسمى آنذاك بجريدة الشروق العربي، تصدر لها نسخة الكترونية بثلاث لغات: العربية، الفرنسية والانجليزية.

شعارها "رأينا صواب يحتمل الخطأ ورأيكم خطأ يحتمل الصواب".

ولها أكبر موقع إخباري في الجزائر يوفر تغطية شاملة ومستمرة للأحداث عبر كامل التراب الجزائري، وفي كل البلدان العربية بثلاث لغات، المدير العام لجريدة الشروق هو علي فضيل ومقرها الرئيسي بدار الصحافة عبد القادر سفير، القبة، تصدر جريدة الشروق اليومي عن مؤسسة الشروق للإعلام والنشر.

وللجريدة موقع على الشبكة هو: www.echorokontime.com ويعد الموقع الأول مغاربيا والثالث عربيا من حيث التصفح، ومن حيث كونه مصدر لمختلف الأخبار ووسائل الإعلام الدولية ولها بريد الكتروني وضعته الجريدة لتسهيل مهمة الاتصال بها باسم الشروق أون لاين المتوفر بثلاث لغات!

- الإطار التطبيقي:

تحتوي صحيفة الشروق اليومي على افتتاحية دائمة يكتبها نصر الدين قاسم في أغلب الأحيان، بالإضافة إلى عرض مقدمات لأهم المواضيع التي جاءت في الجريدة وعناوين مكتوبة بالخط العريض وصور عن هذه المواضيع للفت انتباه القارئ، أما فيما يخص أقسامها فهي كالتالي:

1- **القسم الوطني:** يعد أهم قسم في الصحيفة يناول الأخبار والمواضيع السياسية في الساحة الجزائرية، وهو أكبر قسم من حيث عدد الأعضاء، حيث يضم عشرة صحفيين بالإضافة إلى رئيس القسم.

2- **القسم الاقتصادي:** يهتم بالشؤون الاقتصادية المحلية بالدرجة الأولى، ويجلب الإشهار وربط علاقات مع المؤسسات الاقتصادية.

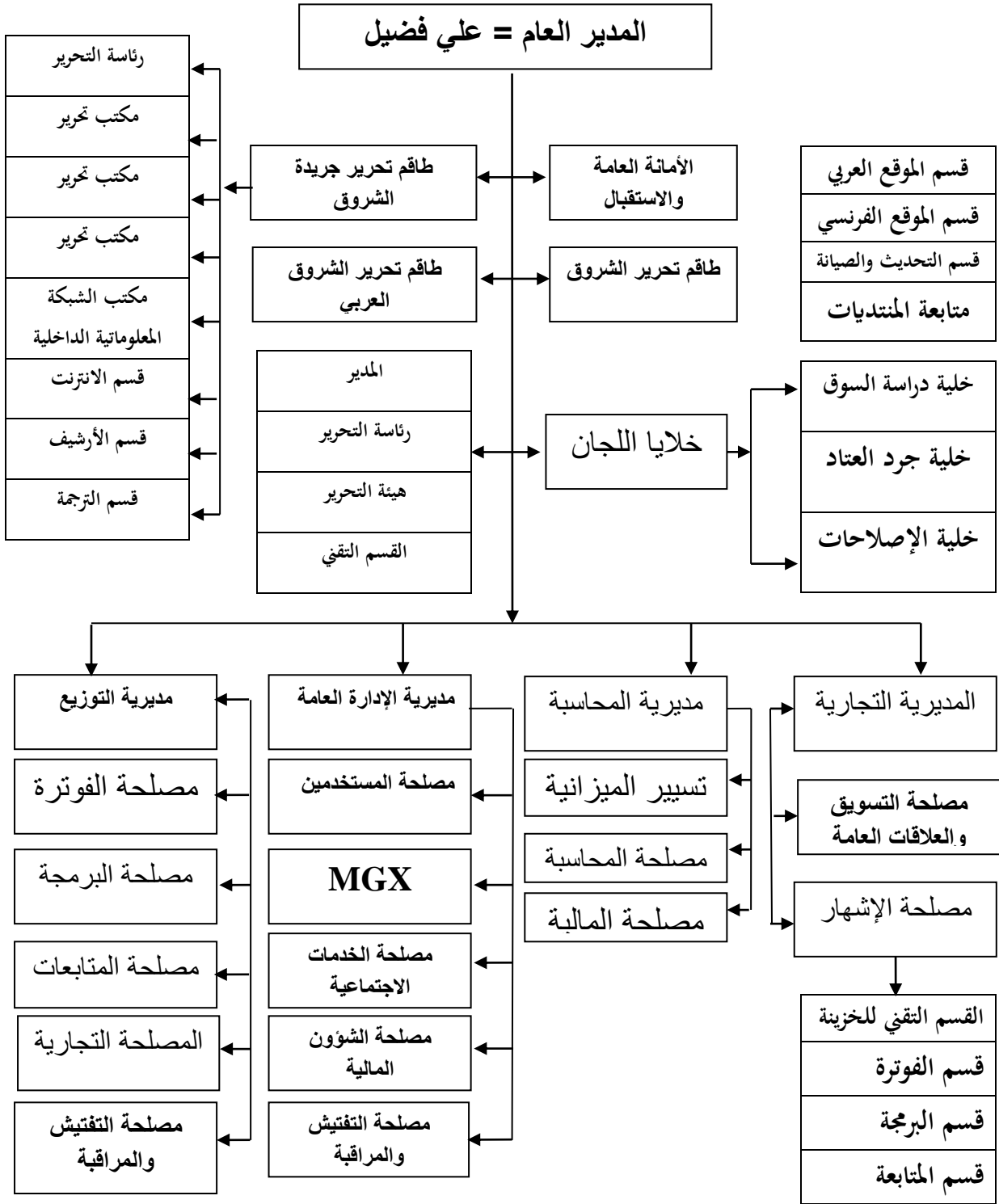
3- **القسم الرياضي:** يهتم بالأخبار والتغطيات الرياضية الوطنية والدولية ويستضيف كل مرة شخصيات رياضية معروفة، حيث يضم القسم ثلاثة صحفيين ومناوبين اثنين.

4- **القسم الثقافي:** الذي يعنى بالشؤون الثقافية والفنية الإبداعية، حيث يضم ثلاثة صحفيين ورئيس قسم.

5- **قسم المجتمع:** يهتم برصد ودراسة مختلف الظواهر الاجتماعية والحوادث والقضايا المطروحة على العدالة، ويضم صحفيين اثنين ورئيس للقسم.

6- **القسم الدولي:** يهتم بالشؤون الدولية، ويجري حوارات مع شخصيات دولية، وله مراسلون في باريس وجنيف وفلسطين ويضم صحفيا ورئيسا للقسم.

7- **القسم المحلي:** والذي يحوي ثلاثة أقسام رئيسية: القسم المحلي للوسط، ويهتم بدراسة القضايا المحلية على مستوى الوسط الجزائري، ويضم رئيسا للقسم وثلاثة صحفيين ومراسلين للولايات الوسطى، والقسم المحلي للغرب الذي يهتم بشؤون المناطق الغربية ويضم رئيس المكتب الجهوي بوهران ومراسلي منطقة الغرب، أما القسم المحلي للشرق فيهتم بقضايا الولايات الشرقية ويضم رئيس المكتب الجهوي بقسنطينة ومراسلي مناطق الشرق الجزائري، وتجدر الإشارة إلى أن الصفحة الأولى للصحفيين في الشرق تختلف عن الصفحة نفسها في الغرب أو الوسط، ذلك أن الصحيفة تسعى إلى استقطاب الرأي العام بأكثر المواضيع المهمة في تلك المنطقة.



الهيكل التنظيمي لمؤسسة الشروق للإعلام والشركة 2015

منهج تحليل المدونة:

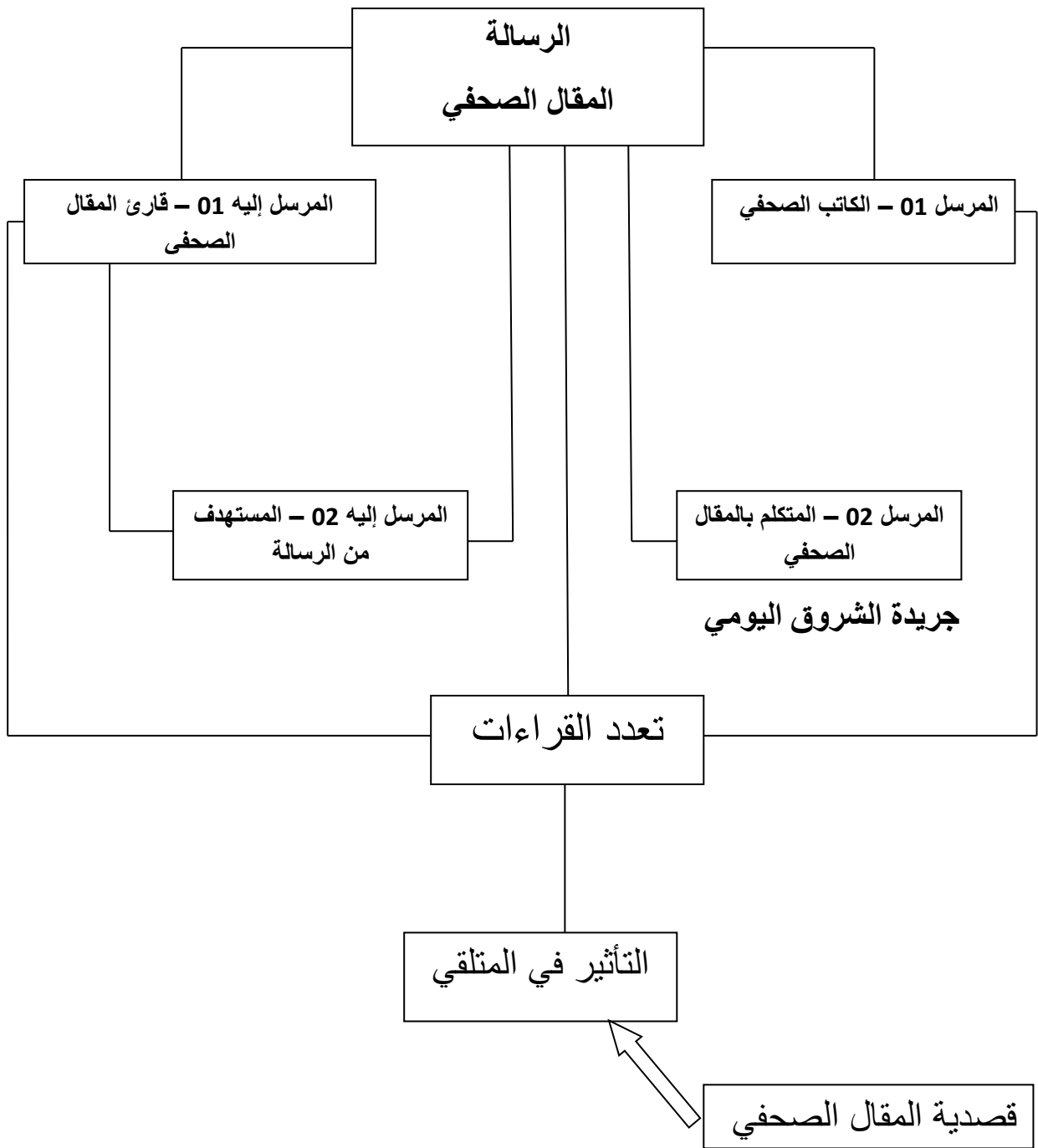
اعتمد البحث المنهج التداولي في تحليل المدونة (جريدة الشروق) ليوم الخميس 13 أفريل

2017 الموافق ل 16 رجب 1438هـ العدد 5427 قسم أقلام الخميس ص: 19.

هذا المنهج يفرق بين وضع اللغة وبين استعمالها، ذلك أن دلالة الوضع هي دلالة الألفاظ والجمل، فاستعمال اللغة من قبل الصحفي هو جوهر الدرس التداولي باختلاف السياقات التي يترتب عنها اختلاف المعاني، لذلك جاز المجاز اللغوي، وقد حاول البحث الاعتماد على السياق اللغوي آخذاً بعين الاعتبار السياق المقامي وظروف وأحوال المتلقين والكفاءة التواصلية للصحفي والآليات اللغوية وغير اللغوية التي استخدمها الصحفي في المقال لإقناع القارئ بالتركيز على الأفعال الكلامية، حيث اعتمد أوستن وتلميذه سيرل على الأفعال الكلامية بدءاً بالعنوان بصفة أساسية واختيار الفعل الكلامي الخاص به ثم ما يندرج تحته من وظائف ثانوية تتضمن أفعال كلامية ثانوية بالنص. وقد حاول البحث إلقاء الضوء على دلالات الأفعال بالمقال المختار ومدى تأثيرها في لغة الصحفي، كما قابلت الدراسة التطبيقية لما احتواه النظري، بخصوص شروط أوستن وسيرل في مدى مطابقتها للمقال المختار في أفعاله اللغوية المستعملة.

فعلى مستوى الدراسات النصية فإن الفعل اللغوي يمثل التأكيد على أشياء، وإعطاء أوامر أو إشارة أسئلة أو القيام بالوعود أو غير ذلك من الأفعال التداولية، وهذا ما تصبو إليه الدراسة الميدانية من خلال دراسة عبارات الصحفي عن قصده، والمرسل الذي يكتب عنه الصحفي مقالته، وتمري الأفعال الإنجازية إلى صناعة مواقف الكلمات مع الميل إلى التأثير في المخاطب بحمله على فعل أو ترك أو تقرير حكم أو إبرام عقد أو إيضاح حالة نفسية¹.

1- يراجع: محمد مدور، "نظرية الأفعال الكلامية بين التراث والمناهج الحديثة"، دراسة تداولية، قسم اللغة العربية وآدابها، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 16، المركز الجامعي، غرداية، 2012، ص: 50.



الشكل 01: عناصر التواصل المكتوب للأفعال الكلامية بجريدة الشروق
اليومي
* إعداد الطالبة: غربي آمنة

المبحث الثاني: آليات تطبيق المنهج التداولي في مقالة محمد سليم قلالة بجريدة الشروق.

أولاً: العناصر السياقية في عالم الخطاب.

من أجل قراءة تداولية تأويلية للخطاب الإعلامي بات من الضروري أن تتوفر مجموعة من المعطيات السياقية لرفع اللثام عن شفرات الخطاب التي تبقى كونا مغلقا ما لم ترتبط بالفضاء الخارجي الممثل للواقع بكل حيثياته، أي الوقوف على الظروف والملابسات العامة التي قيل فيها المقال "نموذج النمو... الثقة قبل التنمية" من خلال عناصر السياق الآتية¹:

(1) **المرسل émetteur:** وهو الذي تركز عليه عملية التواصل، فهو ينقل الذات المحورية في إنتاج الخطاب من أجل التعبير عن مقاصد معينة، ويفرض تحقيق هدف فيه¹، فالمرسل في هذا المقال هو الدكتور محمد "سليم قلالة" الناطق بلسان كل جزائري، وهو في الوقت نفسه المؤول لهذا الخطاب لدواعي سيتم الإفصاح عنها فيما بعد.

(2) **المرسل إليه récepteur:** وهو مؤول الخطاب والركن الثاني في العملية التواصلية، ومن أجله ينسج الخطاب، فهذا المتلقي هو الذي يبذل جهدا معتبرا في الفهم والتأويل والقراءة، فالمرسل إليه الأول في هذا الخطاب هو "المسؤولون"، والمرسل إليه الثاني هو القراء.

(3) **الرسالة message:** وهي المضمون أو الفكرة التي يرسلها المرسل إلى المتلقي، وتتم من خلال الكلمة المكتوبة تتضمن المعنى المقصود من الرسالة الاتصالية، فهذه الرسالة كما أرادها صاحبها أن تكون مقالا مكتوبا في الجريدة.

(4) **موضوع الرسالة:** يتعلق بالواقع الذي حل بالجزائر في الجانب الاقتصادي: عالج الكاتب في هذا المقال قضية اقتصادية حول النمو ومن يقوم بهذه التنمية، ومن يستفيد منها واعتبر هذا المقال رؤية إستشرافية من أجل الجزائر.

5) **سياق الموقف:** في هذا النوع من السياق يعبر المرسل عن مكونات العالم الحقيقي بتعبيرات لغوية، فإن السياق المقامي يوفر جزئياً بعض العوامل التي من شأنها أن تفرز الخطاب وتحدد معاني تعبيراته¹، فسياق الموقف هنا يمثل جميع الظروف الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية التي تعيشها الجزائر بعد ظاهرة التقشف كما ورد في بعض الفقرات: (الاختلالات الواقعة، صرف الاقتصاد، الهيمنة)، فهذه الملفوظات في الواقع تحمل كل معان الأسي، في الوقت الذي يتم فيه تكريس الهيمنة على معظم ثروات البلد.

ثانياً: المؤشرات.

يحمل الخطاب ألواناً من مظاهر التعبير ذات الخصوصية البارزة، ولا يمكن فهمه دون تجديد مواضعها والوقوف على دلالاتها، فهذه المؤشرات كانت ملفوظات مركزية في الخطاب، أو مضمرات، أو إشارات زمنية ومكانية، وبهذه المحددات اللفظية يمكن معرفة مقاصد المؤلف ومدى تأثيره على المخاطب وبالتالي تحقيق البعد التداولي والنفعي الذي ينسج من أجله الخطاب ومن هذه المؤشرات:

1) من الإشارات الشخصية البارزة في خطاب المدونة (نحن-هم-أنتم) إذ يعتبرها "جاكسون" محركات مفصلية في عالم الخطاب، فالضميران (نحن-أنتم) هما قطب العملية التواصلية ومن خلالها يمكن للمرسل أن يؤثر على المستقبل.

لكن عن أي (نحن، هم، وأنتم) نتكلم في هذا المقام؟ إنها الإشارات وإن بدت ضرباً من التجريد في عالم الخطاب فإنها صورة حية عن واقع مؤلم ف(نحن) انطلقت من ذات الكاتب إلى تفعيل الصراع، و(هم) عن طبقة معينة، وهي التي تسببت في هذا الواقع الاقتصادي المؤلم أما (أنتم) رسالة إلى القارئ والمسؤولين لمكافحة هذا الأخير نحو ما أورده الكاتب.

أننا لا يمكن أن نبني اقتصاداً

**فقط نحن في حاجة إلى
يفرض عليهم ذلك**

2) الإشارات الزمنية: يتشكل المقال بنائياً من عشر فقرات يجمعها خيط زمني يدل على الحركية والتجديد بما يناسب طموح الكاتب الذي يصبوا إلى تجاوز الواقع، ويمكننا توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

الفقرة	الزمن	دلالاته حسب السياق
رقم 02	اليوم	الأمل والوعيد والتمني
رقم 02	سنوات	الاضطهاد والمعاناة
رقم 09	تاريخنا المعاصر	التأكيد والإثبات
رقم 09	عشية وضحاها	التنبيه والتحدي والوعيد

*-الزمن المضارع ودلالاته:

الفقرة	الفعل المضارع وعدد تكراره	دلالاته حسب السياق
01	سيعيد - سيجسد - سيكرس - سيحدث	دلت هذه الأفعال حسب السياق على غرض الوعيد كما دلت على المستقبل الملون بالفرح والرغبة من الفاعل
10/09/05/04	أن نبني- أن يقوم- أن نمكن- أن نصر- أن تجعلنا	تدل هذه الأفعال على المستقبل المتجدد المطلق مؤدية دلالة حسب السياق التهديد والوعيد
08/07/06	لن يكرس-لن ينفع-لن تنفع-لن يدخلنا-لن يزيد	تحقق هذه الأفعال غرض التحدي والتهديد والوعيد
06	لا يزيد- لا نكرس	دلت الفعل في هذا المقام على الصمود والتحدي

الزمن الماضي ودلالاته:

الفقرة	الزمن الماضي	دلالاته حسب السياق
04/02/02	كرست- بدت - بينت	وظف الكاتب أفعال الماضي في مقالته دلالة على التنبيه بغرض التحدي

*- التعليق:

نلاحظ من خلال الجدولين: إن هذه الأفعال أدت إلى تماسك الخطاب وقد توزعت بين دلالات الماضي والأمر والمستقبل ليؤكد على الحركية والتغيير والتجديد.

- ملاحظة:

نلاحظ أيضا: إن الكاتب "سليم قلالة" وظف الأفعال المضارعة بكثرة في مقالته وهذا راجع إلى القضية التي عالجها بغية تحقيق التنمية والتطور في المستقبل القريب.

(3) الإشارات المكانية:

- أسماء الإشارة: هي الأكثر الإشارات المكانية وضوحا، ولكن يصعب فهم دلالاتها دون وضعها في السياق المباشر الذي قيلت فيه، وسيتم بعد رصدها في ثنايا الخطاب، معرفة استعمالها ودلالاتها من حيث موافقتها للمشار إليه بعدا أو قريبا تماشيا مع السياق الفعلي.

- أوردها "سليم قلالة" في مقالته بشكل مختصر، فبدلا من توظيفها نجده يكرر الألفاظ بعد ذكرها لغاية أرادها.

في الفقرة 01: ← تريد تكريس هذه الهيمنة

في الفقرة 03: ← تبين أن هناك تجاهلا

في الفقرة 03: ← من يقود هذا النمو

في الفقرة 06: ← والأمر هنا لا يزيد

المبحث الثالث: أفعال الكلام ووظائف اللغة في المقال.

1- الأفعال الدالة على الإثبات (الإخباريات assertives):

يتمثل هذا الصنف في قيام الكاتب بتبيان مجموعة من حقائق وصفا وتقريراً وتأكيداً، بحيث يقوم بنقل طائفة من التجارب التي عاشتها الجزائر.

"لدى بلادنا قدرات اقتصادية هائلة، والأهم من ذلك لديها موارد بشرية..."

فالبنية الخطابية في هذا السطر نشأت في أحضانها العملية التواصلية، لأنّ الكاتب يرمي من خلال هذا الأسلوب إلى زيادة التقرير، وإلى حمل المتلقي على التصديق، فقد ابتدأ "سليم قلالة" في الفقرة الأخيرة بقوله: "لدى بلادنا قدرات اقتصادية هائلة"، ثم ليشفع التقرير بالتعليل وهو وسيلة المنشئ لإقناع السامع بقوله: "والأهم من ذلك لديها موارد بشرية..."

وما يلاحظ في المدونة إكثار الكاتب من استعمال التكرار قصد تقوية المعنى التكريسي من خلال تكراره لصيغة المضارع يكرس بشكل ملفت للنظر في الفقرات (01 تكررت مرتين، وفي الفقرة 02 مرة واحدة، وفي الفقرة 05-06-07-09)؛ نحو قوله على سبيل المثال من الفقرة 06: لن يكرس القديم كما كان يحدث من قبل.

ف فعل القول (يكرس) في كل من السطرين؛ يتضمن قوة متضمنة في القول وهي الإصرار والتحدي، أما الفعل التأثيري الذي يعد فرصة للوقوف على سلامة وصول الرسالة أو سلامة الفعل الإنجازي فكانت غايته أن يجعل المتلقي (المسؤولين) لا يتمكن يوماً من تكريس القديم، وأن أي نسبة من التحقيق يستفيد منها الجميع.

2- أفعال التوجيه (التوجيهات directives):

استخدم الكاتب "محمد سليم قلالة" الأفعال التوجيهية في خطابه، وارتبطت ضمناً بالتقرير والإثبات وعملت كلها على إقناع المستقبل بما يجب أن يقتنع به، ولتوضيح هذا الطرح نأخذ هذه الجملة (الفقرة 04): لا نكرس الرداة التي تميزت بها.

فالجملة تحمل قوة إنجازية عرضت بقوة "النهي" غير المباشرة، وتتحدد في ظروف سياقية معينة بالفعل اللفظي بمعناه الحرفي الذي يقر أن هناك تكريس في ظل الاختلالات

والفعل العرفي أو الإنجازي لهذا الملفوظ هو الوعيد والتحذير، أما الفعل التأثيري أو ما يخلقه القول من أثر في المتلقي قد يكون الخوف أو إقناعهم بان التجديد لم يتحقق.

3- أفعال الوعد (الإلتزاميات (comminissives):

في هذا الصنف من الأفعال الكلامية يلتزم المتكلم بدرجات متفاوتة بأفعال ما في المستقبل عن قصد وإخلاص، إلا أن السمة المميزة لهذا النوع عن سابقه هو أنه لا يبتغي التأثير في السامع¹.

وما هو ملاحظ أن الأفعال الإنجازية عرضت بقوة (النفى) الذي تحقق بالحرف (لن) للدلالة على التحدي والصمود.

- لن يساهم في تكريس.

- لن يكرس القديم.

- لن ينفع النموذج.

فالكاتب "سليم قلالة" يتحدى بلسان كل جزائري المسؤولين بأن يقضوا على هذه الوضعية، ثم ليحقق النفي بـ لن غرض التعهد.

اعتمد الكاتب "سليم قلالة" في وعيده على بنية المضارع المقترنة بحرف الاستقبال (السين) لإنشاء غرض الوعيد من خلال قوله:

- سيعيد إنتاج طبقة.

- سيكرس هذه الاختلالات.

- سيجسد مشروع النمو.

1- بوقرة نعمان، "مدخل إلى التحليل اللساني للخطاب الشفوي"، عالم الكتب الحديثة اربد الأردن، ط1،

خلقت الوظائف اللسانية الثانوية هذه الأفعال الدالة على التهديد والوعيد، فالزمن يجني لهم الهلاك بفعل فاعل، وهم طبقة معينة التي تمكنت من الهيمنة على معظم ثروات البلاد، والتي تريد تكريس هذه الهيمنة بطريقة أخرى.

4- التعبيرات (expressives): هذا النوع من الأفعال الكلامية غرضه التعبير عن موقف نفسي تعبيراً يتوافر فيه شروط الإخلاص وتندرج ضمن كل أفعال الشكر، والتهنئة، والتعزية، والحسرة، والتمني، والندم، والشكوى، والحب، والكره، وإظهار الإساءة وغيرها من الإيحاءات النفسية المصاحبة للمنطوقات.

إن محاولة الكشف عن البنى الدلالية غير المفصح عنها في عالم الخطاب، لا يمكن أن تتم دون الرجوع إلى النظرية العامة لأفعال الكلام، خاصة التي تشير إليها الأفعال اللغوية غير المباشرة عند خروجها عن دلالاتها الحرفية، التي تبدو كأنها أفعال تقريرية إخبارية، إلى دلالات أكثر رحابة، وأشد إيحاء بما يختلج في نفس المتكلم من أحاسيس ومشاعر، بصرف النظر عن مدى مصداقيتها في مطابقة العالم أو عدم مطابقتها له، وإنما يلفظ بها المتكلم "سليم قلالة" في الوقت الذي يريد الإفصاح عن الشعور المصاحب للقول وهو ما يعطيه صفة الفعل الإنجازي، ومن خلال المدونة نجد: "يبدو لي أن المسألة لا تحتاج إلى الكثير من النقاش عندما نقول..."

لو نظرنا إلى هذا المثال نجد أن المتكلم "سليم قلالة" يطرح وجهة نظر أكثر جدية تتعلق بإمكانية كونها إفصاحات عن حالة نفسية تساوي من حيث الدلالة مقابلاتها اللسانية الحرفية.

4-الإعلانات declarations: في هذا الصنف من الأفعال الكلامية يؤدي الإنجاز الناجح إلى توافق بين المضمون الأقصى والواقع، والإعلانات تشغل مكانة خاصة ومحددة باعتبار أنها تنجز في العادة استعمالات محكمة صارت لها قدسية في إطار المؤسسات¹، ومن الأفعال اللغوية التي لها وظيفة الإعلان، على سبيل المثال مستند التعيين والوصية،

1- كلاوس برينكر، "التحليل اللغوي للنص-مدخل إلى المفاهيم الأساسية والمناهج"، تر: سعيد حسن بحيري، مؤسسة المختار للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2005، ص: 134.

والشهادة والتوكيل... وهي كلها أفعال مرتبطة بمؤسسات اجتماعية معينة، ويتميز الفعل

الإدائي بهذا الصنف بأنه يستخدم معه -غالبا- ضمير المتكلم مسند إليه، والفعل في صيغة الفعل المضارع مبني للمعلوم موجه للمخاطب.¹

ومن الأمثلة في المدونة ما أورده "سليم قلالة" في الفقرة الأخيرة:

"نحن في حاجة إلى أن نمكنها من زمام المبادرة".

لو تأملنا العبارة لوجدنا أن الكاتب يرمي إلى تحقيق واقع جديد وأفضل مغاير-تماما- لما تحييه بلادنا، فهو يعلن بلسان كل جزائري تجديد النمو والتقدم والثقافة وإعادة النظر إليها، لأننا نحن من لنا حرية التصرف فيها، وأخذ زمام المبادرة بعيدا عن كل نظرة لميكانيكية الاقتصاد والتنمية.

تحقق هذا الإعلان بواسطة الفعل المضارع المبني للمعلوم (تمكن) مسندا إلى ضمير المتكلم (نحن)، بحيث لا يخلو من النبرة الخطابية، فهي موجهة إلى المخاطب.

من خلال هذا العرض البسيط للأفعال اللغوية في المدونة تبين لنا صعوبة تطبيق هذه التصنيفات على المقالة، لأن الكاتب تطرق إلى ظاهرة اقتصادية سياسية خالية من المصطلحات والعبارات التي بها يتم تحقيق أفعال الكلام.

تقنيات الحجاج وأدلة الإقناع:

يرمي الحجاج إلى إقناع الآخر بصدق دعواه، ومن ثم فإنّ التأثير في موقفه وسلوكه هو الذي يعطيه سمة الفعل الكلامي، وعملية الإقناع في الخطابات الأدبية لا تأتي إلا بتوظيف مجموعة من الوسائل الإقناعية أهمها:

1- كلاوس برينكر، "التحليل اللغوي للنص-مدخل إلى المفاهيم الأساسية والمناهج"، المرجع السابق نفسه، ص: 157.

*الوسائل البلاغية:

تجدر الإشارة إلى أنّ هذا المقال شهد نقصا ملحوظا في استخدام الصور البيانية والمحسنات البديعية، وهذا راجع إلى أن الكاتب قد تطرق في مقاله هذا إلى ظاهرة اقتصادية وليست ظاهرة أدبية محضة، ولهذا التمسنا نقصا في استخدام هذه الجماليات، ولكن على الرغم من هذا كله، إلا أننا صادفنا بعضا منها، وهي تتمثل فيما يلي:

السجع وغرضه: سياسية وثقافية ونفسية، السجع هنا يكمن في اشتراك حرف في نهاية الكلمات. وكان غرضه إحداث نغما موسيقيا يثير النفس وترطب له الأذن، مما أدى إلى تقوية المعنى وجذب القارئ والتأثير عليه.

الطباق نوعه وغرضه: سلبية/إيجابية، الإجابة/السؤال، الجديد/القديم، الأقلية/الأغلبية، نهزم/ننتصر، نلاحظ أن الكاتب وظف الكلمات المتضادة فأعطى للجملة معناها ووضح المقصود منها بحيث وفر للمتلقي صدى مشابه لصدى الحروف وساعد في ربط الكلمات مع بعضها البعض.

*الجمال الاستفهامية:

هي الجمل التي تبدأ بأداة استفهام وهو منقسم إلى:

أ- **الاستفهام الحقيقي:** هو سؤال يراد به جواب.

ب- **الاستفهام التصديقي:** ويجاب عنه ب (نعم أو لا) وأدواته (أ، هل) حرفان مبنيان لا محل لهما من الإعراب.

ج- **الاستفهام التصوري:** هو الذي يطلب به تعيين أحد الشئيين وفي هذه الحالة يأتي أحد هذين الشئيين بعد همزة الاستفهام مباشرة ثم يأتي بعده حرف العطف (أم) وتسمى أم المعادلة، لأن ما بعدها يعادل ما قبلها في ذهن السائل.

وأدواته همزة، هل، من، ما، ماذا، متى، أين، كيف، أنى التي بمعنى كيف، كم، أي.

وفي تداوليات الخطاب يخرج الاستفهام عن طبيعته الاستخبارية، ليصير فعلا لغويا (كلاميا)، فتتولد عنه معان تتحدد تبعا للسياق الذي ورد فيه، وللغرض الإنجازي الذي يقصده المتكلم.

1- من يقوم بالتنمية؟ من يستفيد منها؟

2- هل ستعتمد نظرة اقتصادية للنمو تخص بطريقة أو بأخرى غاياتها السياسية والثقافية؟

حرف الاستفهام	القصدية
هل	لقد أتت مقترنة بزمن الاستقبال، إذ لا بد من أن تخصص الفعل المضارع بالاستقبال، ومرد هذا التخصيص يكمن في أن الأغراض البلاغية لـ'هل' هي الإثبات أو النفي، فكان المطلب التداولي للكاتب في المقال إثبات أو نفي الوقائع التي استفهم الخوارج حولها.
من	تختص 'من' في هذا السؤال طلب حصول التصور، أي يصل دورها في الإسناد فضلا عن حصول التصور إلى اكتمال وظائف العملية التواصلية في بعدها التداولي.

الروابط الحجاجية والوسائل اللغوية:

إن اللغة ذات طبيعة حجاجية وعليه فهي تتضمن الروابط الحجاجية التي لا يمكن أن تفرق قيمتها إلا بالعودة إلى سياقاتها، لذلك يعد الحجاج فعلا لغويا مؤشرا له بالروابط والأدوات والعبارات، وهذه الروابط تساهم في عملية تأويل الخطاب، ومثال هذه الروابط في نص المدونة:

- **التأكيدات الذاتية:** ويقصد بها تأكيد المتكلم كلامه بواسطة أداة أو أكثر بهدف التأثير في السامع، ومن ثم إقناعه بصحة ما يرمي إليه، منها:

(أن) ← يتواتر 11 مرة في الفقرات (3-4-5-6-7-8-9)

(إن) ← يتواتر 5 مرات في الفقرات (3-6-7-8-9)

1- روابط لغوية متنوعة للربط بين الجمل والفقرات:

حروف العطف، حرف 'الواو' مثل: لها علاقة بالإطار الاجتماعي والسياسي.

حرف 'أو' مثل: ترتفع نسبة النمو يزداد الناتج الوطني أو تتعدد المشاريع الاقتصادية.

حرف 'الفاء' مثل: فمسألة

الفقرة	حروف العطف	دلالاتها في الجملة حسب السياق
01	أو	دلالة أو في الجملة تفيد الفصل، استخدم الكاتب حرف "أو" بغية التفصيل بين الجمل وذلك من خلال قوله: 'ترتفع نسبة النمو أو يزداد الناتج الوطني!'
02	الواو	استخدم الكاتب الواو للمشاركة بين المعطوف والمعطوف عليه حكما وإعرابا ومثال ذلك قوله: 'لها علاقة بالإطار الاجتماعي والسياسي'، لا تفيد وجود ترتيب بينهما ولا تشير إلى تعقيب.
03	الفاء	استخدم الكاتب حرف الفاء للعطف مع الترتيب، والتعقيب مثل قوله: 'فمسألة'، هنا الفاء رتب بين الجملة ومعانيها.

خاتمه

پایان

الحمد لله رب العالمين، الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله وبمئته تزداد الحسنات، تقبل الله هذه الصفحات، والصلاة والسلام على سيدنا محمد أشرف المخلوقات، وسيد السادات، وعلى آله وصحبه أجمعين ومن دعى بهديه وسنته إلى يوم الدين وبعد:

فبعد رحلة البحث المتواضعة هذه، وجولتنا مع تداولية الخطاب الإعلامي، نرسو على مجموعة من النتائج منها:

في المدخل قمنا بدراسة عنوان "الرسالة الإعلامية بين التأثير والتأثر"، وتوصلنا إلى أنها المادة أو الموضوع الذي يود صاحب الرسالة أن يوصله إلى المتلقي، كبيرا كان أم صغيرا، بكل ما يحمل من معلومات وأفكار وقيم، وتعد الرسالة العنصر الرابط بين المرسل والمستقبل، والتي من دونها لا يحدث التواصل، وهذا يتطلب إعدادها بدقة واهتمام لكي تؤدي المهمة المناطة بها. فعملية التواصل أو الإقناع لا يمكن أن تتم دون توسط الرسالة الإعلامية.

وفي الفصل الأول درسنا "الخطاب الإعلامي وأساليب الإقناع"، ويمكن القول إجمالا أن:

- الخطاب هو نص كلامي يحمل معلومات ورسائل يريد المتكلم (المرسل) أن يرسلها إلى المستمع (المتلقي)، ويحمل مضمونا غرض التبليغ، حيث أن كل كلام في الأصل هو خطاب، ويأخذ الخطاب أحيانا أبعادا كثيرة، حيث تفرض المقامات والسياقات عليه أن يتغير مع توظيف أسلوب آخر، ومن منهج إلى آخر، باستعمال أنظمة نحوية وخطابات متنوعة.

- الخطاب الإعلامي هو الخطاب السائد والشاسع الذي يهدف إلى الإخبار والتأثير على السامعين والقراء.

- إن الخطاب الإعلامي صنف من الخطابات المتغلغلة في أعماق الحياة الاجتماعية المؤثرة فيها والمتأثرة بها، مقامه من المقامات التي لها السيادة في سلم الخطابات المعرفية الأخرى.

أما الفصل الثاني "عناصر المحيط التداولي في الخطاب الإعلامي" فنستنتج من خلاله:

- أن التداولية تُعنى بدراسة حال اللغة حال الاستعمال، وتهتم بأقطاب العملية التواصلية، فتهتم بالمتكلم ومقاصده، وتراعي حال السامع أثناء الخطاب، كما تهتم بالظروف والأحوال الخارجية المحيطة بالعملية التواصلية.

- تكاد تعد نظرية الفعل الكلامي أهم ما في الدرس اللساني التداولي، بعدما تعرض لها كل من أوستن وتلميذه سيرل كنظرية لها أسسها الفلسفية وضوابطها المنهجية، ودرسا كل من اللغة العادية والمستعملة مع كل ما يحيط بها من ظروف وكل الظواهر اللغوية والصيغ الكلامية التي ينشأ عنها الفعل الكلامي.

- نجاح الفعل اللغوي لا يتحقق إلا بحضور عوامل لها دور هام هي: المتكلم، والسامع، والقصد، والسياق، والظروف (من زمان ومكان) وكل الظروف المحيطة بالفعل.

- الأفعال المنجزة من الدكتور "محمد سليم قلالة" في المقالة المختارة هي أفعال أنجزت أقوالاً، مثل الوعد والتأكيد والترغيب والترهيب، وهذا ما ترتب عنه تغيير في المشاعر، من إقناع وإرشاد ونصح وتوجيه.

- الأصناف التي تضمنت الفعل الإنجازي الكلامي من خلال مقالة "محمد سليم قلالة" هي مطابقة لشرط الصراحة، وهذا واضح في تصنيفات الفعل الكلامي من (تعبيريات، وتوجيهيات، وإعلانيات، والتزاميات، وإخباريات).

لم يبقَ لنا بعد نهاية البحث إلا أن نحمد الله تعالى أن وفقنا في إتمامه، والله نسأل التوفيق والسداد في جميع أعمالنا الدينية والدنيوية والله الموفق.

فائز المصاحف

والقرآن

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية:

القران الكريم برواية حفص عن عاصم.

الكتب:

- 01- ابن جني، "الخصائص"، (تحقيق: محمد عبد النجار) دار الهدى للطباعة والنشر، بيروت - لبنان.
- 02- ابن منظور (أبو فضل جمال الدين بن مكرم): "لسان العرب"، دار صادر، بيروت، ج11 (د. ت).
- 03- أبو عثمان عمرو بن بحر الجاحظ، "البيان والتبيين"، تح: عبد السلام محمد هارون، مكتبة الجاحظ، مصر، ج1، ط4، 1975م.
- 04- احمد المتوكل، "الوظائف التداولية في اللغة العربية"، دار الثقافة، الدار البيضاء، ط1، 1985.
- 05- أدونيس "زمن الشعر"، دار الساقى للطباعة والنشر، بيروت، ط6، 2005.
- 06- أمدي سيف الدين أبو الحسن علي بن محمد، "الإحكام في أصول الأحكام" تح: الشيخ إبراهيم العجوز، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان (د. ط)، (د. ت) ج01 .
- 07- آن روبل جاك موشلار، "التداولية اليوم علم جديد في التواصل"، تر: سيف الدين دغفوس ن محمد الشيباني، المنظمة العربية، دار الطليعة، بيروت، لبنان، ط1، يوليو 2003 م.
- 08- أوستن، "نظرية أفعال الكلام العامة، كيف ننجز الأشياء بالكلمات"، تر: عبد القادر قينيني، إفريقيا الشرق، 1991.
- 09- براون بول، "تحليل الخطاب" دار الفجر للنشر والتوزيع، 1997.
- 10- بسام مشاقبة، "مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 11- بشرى البستاني، "التداولية في البحث اللغوي والنقدي"، مؤسسة السياب للنشر والتوزيع، لندن، ط1، 2012.
- 12- بوجادي خليفة، "في اللسانيات التداولية، محاولة للتأصيل للدرس العربي القديم"، بيت الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2009م.

- 13- بوقرة نعمان، "المدارس اللسانية المعاصرة"، مكتبة الآداب، القاهرة، مصر ط1، 2004م.
- 14- بوقرة نعمان، "مدخل إلى التحليل اللساني للخطاب الشفوي"، عالم الكتب الحديثة اربد الأردن، ط1، 2008.
- 15- جاك موشر، آن ريبول، "القاموس الموسوعي للتداولية"، دار سيانتر للنشر، ط2، 2010.
- 16- جان جبران كرم، "مدخل إلى لغة الإعلام"، دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع، 1992.
- 17- جان سيرفوني، "الملفوظية"، تر: قاسم المقداد، اتحاد الكتاب العرب، 1998.
- 18- جيهان رشتي احمد، "الأسس العلمية لنظريات الإعلام"، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978.
- 19- خفاجي أبي محمد عبد الله بن سعيد بن سنان، "سر الفصاحة"، دار الكتاب العلمية، بيروت، ط1، 1976م.
- 20- دلاش الجيلالي، "مدخل إلى اللسانيات التداولية"، تر: محمد يحياتين، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1986م.
- 21- زمخشري جار الله بن احمد، "أساس البلاغة"، تح: محمد باسل عيون سود، دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، ج01، ط01، 1998م.
- 22- سبكي علي بن عبد الكافي وابنه تاج الدين، "الإبهاج في شرح المنهاج"، دار البحوث للدراسات الإسلامية وإحياء التراث، دبي-(الإمارات ع.م) ط1 1424هـ/2004م ج2.
- 23- سكاكي أبو يعقوب يوسف بن أبي بكر بن محمد، "مفتاح العلوم"، تح: حمدي محمدي قابيل، المكتبة التوفيقية، القاهرة- مصر، (د، ت).
- 24- صالح بلعيد، "اللغة العربية العالمية"، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2002م.
- 25- صالح زياب هندي، "اثر وسائل الإعلام على الطفل"، دار الفكر للنشر والتوزيع، 2008.

- 26- صحراوي مسعود، "التداولية عند علماء العرب"، دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي، دار الطليعة، بيروت، ط1، 2005م.
- 27- طلحي ردة الله بن ردة بن ضيف الله، "دلالة السياق"، رسالة دكتوراه، كلية اللغة العربية، جامعة أم القرى، 1424هـ.
- 28- طه عبد الرحمن، "في أصول الحوار وتجديد علم الكلام"، ط2، المركز الثقافي العربي، 2000م.
- 29- عبد العزيز شرف، "علم الإعلام اللغوي"، مكتبة لبنان ناشرون السلسلة: لغويا، 2000.
- 30- عبد الهادي بن ظافر الشهري، "استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية"، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت- لبنان، ط1، 2004م.
- 31- عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، الدار المصرية اللبنانية، ط02، 1422هـ/2001م، القاهرة، ط03، 1426هـ/2002م.
- 32- عمري محمد، "البلاغة عند العرب أصولها وامتداداتها إفريقيا الشرق"، أفريقيا الشرق للنشر - المغرب - لبنان، 1999م
- 33- فضل صلاح، "بلاغة الخطاب وعلم النص"، دار الكتاب المصري- القاهرة، ط1، 2004م.
- 34- فليب بلانشيه، "التداولية مع أوستن إلى غوفمان"، تر: صابر الحباشة، دار الحوار نسورية، ط1، 2007.
- 35- فيروز الأبادي محمد بن يعقوب، "القاموس المحيط"، يوسف الشيخ البقاعي، دار الفكر، بيروت- لبنان، ط01، 2003م.
- 36- قزويني الخطيب، "الإيضاح في علوم البلاغة"، شرح وتعليق: محمد عبد المنعم الخفاجي، دار الكتاب اللبناني، بيروت - لبنان، ط5، 1980.
- 37- كلاوس برينكر، "التحليل اللغوي للنص-مدخل إلى المفاهيم الأساسية والمناهج"، تر: سعيد حسن بحيري، مؤسسة المختار للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2005.
- 38- محمد المبارك، "استقبال النص عند العرب"، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط01، 1999.

- 39- محمد سالم محمد الأمين، "الحجاج في البلاغة المعاصرة"، دار الكتب الجديدة المتحدة، بيروت، ط1، 2008.
- 40- محمد علي الكبسي، ميشال فوكو، "تكنولوجيا الخطاب"، "تكنولوجيا السلطة"، "تكنولوجيا السيطرة على الجسد"، دار سراس للنشر، تونس، أفريل 1993.
- 41- محمد فخر الدين الرازي، "المحصل في علم الأصوات"، تح: محمد عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية ط01 1420هـ/1999م- المجلد 01 .
- 42- محمد كامل عبد الصمد، "الإعجاز العلمي في الإسلام"، (القاهرة)، الدار المصرية اللبنانية)، ط2، 1993.
- 43- محمود أحمد نخلة، "آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر"، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط1، 2002.
- 44- محي الدين عبد الحليم، "الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية"، الطبعة الثانية، القاهرة، مكتبة الخانجي، 1984.
- 45- معاذ بن سليمان الدخيل، "منزلة معاني الكلام في النظرية النحوية العربية"، دار محمد علي للنشر - نادي القصيم الأدبي - دار التنوير، تونس، 2014.
- 46- نادية رمضان النجار، "الاتجاه التداولي والوسيط في الدرس اللغوي"، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2013.
- 47- هورست ريديكر، "الانعكاس والفعل"، دار الجماهير /دمشق، دار الفارابي/ بيروت عام 1977.
- 48- يوسف نور عوض، "علم النص ونظرية الترجمة"، دار الثقة للنشر والتوزيع، مكة المكرمة، ط1، 1410هـ.

رسائل الماجستير والدكتوراه والمدخلات الجامعية:

- 49- رزقي حورية، "الأحاديث القدسية منظور اللسانيات التداولية"، ماجستير في علوم اللسان العربي، جامعة بسكرة، الجزائر، 2006م.
- 50- سحالية عبد الكريم، "التداولية"، مداخلة في مجلة المخبر- أبحاث في اللغة والأدب الجزائري، جامعة بسكرة.
- 51- شيتير رحيمة، "تداولية النص الشعري- جمهرة أشعار العرب أنموذجاً"، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009.

52- طالب سيد هاشم الطبطبائي، "نظرية الأفعال الكلامية"، الكويت، منشورات جامعة الكويت، 1994.

المجلات:

- 53- احمد حمدي، "لغة الأدب ولغة الإعلام"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 06-07.
54- رضوان الراقي، "الاستدلال الحجاجي التداولي واليات انشغاله"، مجلة عالم الفكر، مجلد 40، عدد 2، الكويت، 2011.
55- عبد الرحمن أيوب، "التحليل الدلالي للجملة العربي" مقال في المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد 10، مج: 03.1983.
56- لطيف حاتم عبد الصاحب الزامل، "الكلام عملا- مقارنة تداولية"، مجلة القادسية للعلوم الإنسانية، المجلد السادس عشر، العدد 1.

المنشورات:

- 57- أدراوي العياشي، "الاستلزام الحوارية في التداول اللساني"، منشورات دارا لامان، الرباط، المغرب، 2011.
58- بلخير عمر، "تحليل الخطاب المسرحي في ضوء النظرية التداولية"، منشورات الاختلاف، ط01، 2003م.

المواقع الالكترونية:

www.dz.modern.com 21-04-2017 à 13 :19

اللهم





الفهرس

كلمة شكر

إهداء

أ.....مقدمة

2.....مدخل

الفصل الأول

10.....المبحث الأول: مفهوم الخطاب ومستوياته

10.....مفهوم الخطاب عند العرب

15.....مستويات الخطاب

22.....المبحث الثاني: استراتيجيات الخطاب وأنواعها

22.....معايير تصنيف استراتيجيات الخطاب

27.....أنواع الاستراتيجيات الخطابية

38.....المبحث الثالث: ماهية الخطاب الإعلامي ومميزاته

38.....الخطاب الإعلامي

40.....مميزات الخطاب الإعلامي

44.....جمهور الخطاب الإعلامي

الفصل الثاني

48.....المبحث الأول: التداولية بين النظرية والمنهج

48.....مفهوم التداولية

50.....نشأة التداولية وتطورها

51.....	إرهاصات الدراسات التداولية.....
68.....	المبحث الثاني: نظرية أفعال الكلام في الخطاب الإعلامي.
68.....	التداولية وأفعال الكلام.....
70.....	حجاجية أفعال الكلام وتأويلها.....
77.....	نشأة الأفعال الكلامية.....
79.....	خصائص الأفعال الكلامية.....
80.....	أثر الهدف في اختيار إستراتيجية معينة في الأفعال الكلامية.....
83.....	المبحث الثالث: الأفعال الكلامية عند أوستن وسيرل في الخطاب الإعلامي.
83.....	الأفعال اللغوية وأقسامها.....
92.....	الشروط الملائمة للفعل الكلامي.....
95.....	أصناف الأفعال الكلامية.....

الفصل الثالث

101.....	المبحث الأول: أثر الأبعاد التداولية في لغة المقالات بجريدة الشروق اليومي.
101.....	الدراسة التأصيلية.....
104.....	منهج تحليل المدونة.....
106.....	المبحث الثاني: آليات تطبيق المنهج التداولي.
106.....	العناصر السياقية في عالم الخطاب.....
107.....	المؤشرات.....
110.....	المبحث الثالث: أفعال الكلام ووظائف اللغة في المقال.
110.....	الأفعال الدالة على الإثبات.....
113.....	تقنيات الحجاج وأدلة الإقناع.....

115.....الروابط الحجاجية والوسائل اللغوية

118خاتمة

الملحق

قائمة المصادر والمراجع