جامعة سيدي محمد بن عبد الله بفاس
ⵜⴰⵙⴷⴰⵡⵉⵜ ⵙⵉⴷⵉ ⵎⵓⵃⴰⵎⵎⴷ ⴱⵏ ⵄⴱⴷⵍⵍⴰⵀ ⴱⴼⴰⵙ
UNIVERSITÉ SIDI MOHAMED BEN ABDELLAH DE FÈS
كلية الآداب والعلوم الإنسانية سايس – فاس
ⵜⴰⵖⵓⵍⴰⵢⵜ ⵏ ⵜⵓⵔⵉⵔⵜ ⴷ ⵜⵎⴰⵡⴰⵙⵉⵏ ⵙⴰⵢⵙ - ⴼⴰⵙ
FACULTÉ DES LETTRES ET DES SCIENCES HUMAINES SAÏS-FÈS

مركز دراسات الدكتوراه :"اللغات والتراث والتهيئة المجالية
تكوين الدكتوراه : اللغات والآداب والتواصل
محور : التواصل
المختبر : اللغة والتواصل وتقنيات التعبير

أطروحة لنيل الدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية
في موضوع:

الآليات والتقنيات الحجاجية في التواصل
"الخطاب الإشهاري" نموذجا

إعداد الطالب الباحث
الغماري مصطفى
- الرقم الوطني: 9898751593

إشراف الأستاذ الدكتور:
عبد اللطيف نجيد

تاريخ المناقشة: 11-12-2020

لجنة المناقشة:

الدكتور: مصطفى العمراني أستاذ بكلية الآداب سايس..... رئيسا
الدكتور: محمد وهابي أستاذ بمركز التربية والتكوين فاس..... عضوا
الدكتور: عبد المالك العلمي أستاذ بكلية الشريعة سايس..... عضوا
الدكتور: عبد اللطيف نجيد أستاذ بكلية الآداب سايس... مشرفا ومقررا

السنة الجامعية: 1440-1441 هـ / 2019- 2020

تقديم: لعل البحث والكشف عن الحجاج وأساليبه في البلاغة العربية، يعد عملا صعبا يتطلب اطلاعا كبيرا على السياقات الفكرية والفلسفية ، والدينية والتاريخية ، التي أقامت البلاغة العربية ، وحولتها إلى بناء متكامل، ونص لا يمكن فهم أوله إلا بعد قراءة آخر سطر منه.

كما تعد البلاغة الأرسطية أساسا فلسفيا معرفيا لأغلبية النظريات البلاغية واللغوية التي جاءت بعدها بشكل عام، ولنظرية الحجاج بصفة خاصة، بحيث دخلت هذه البلاغة في نقاش جدلي قوي مع كل من أفلاطون **الأستاذ** والسوفسطائيين **الخصوم**.

أما مفهوم الحجاج في الدراسات الغربية الحديثة، فيعتبر من أهم عناصر التداولية؛ لأن الكلام في أغلب الأحيان يكون من أجل الحجاج، فما من خطاب، سواء كان علامـــة سيميائية، أو صـــورة، أو قولا، إلا وله فعل توجيهي حجاجي نحو قول أو نتيجة ما ؛ لأجـــل هذا صار من الضروري الخوض في هذا الحقل التداولي الذي عني بدراسة الحجاج في اللغة ، التي أطلق عليها **ديكرو وأنسكومبر(La pragmatique intégrée)**، ولقد ولد هذا التاريخ الحجاجي الحافل الرغبة في البحث والكشف عن البنى الحجاجية اللغوية، وغير اللغوية، منذ ظهور المفهوم لأول مرة عند الفلاسفة والمناطقة، إلى غاية الدراسات الحديثة مع فلاسفة اللغة، وعلماء الاتصال الأمر الذي جعل نخبة من أساتذة، وعلماء الدرس اللساني يتناولونه بنوع من التفصيل و التدقيق، نذكر منهم:

د. **عبد اللطيف نجيد** في كتابه: "**دراسات في علم الدلالة، والتواصل**".

د.**طه عبد الرحمان** في كتابه: "**قضية الاستعانة بالاستدلال الطبيعي**".

د. **محند الركيك** في كتابه: "**نظرية التواصل، وتقنيات التعبير الكتابي، والشفوي**".

الندوات العلمية التي ينظمها: **د. محمد القاسمي و د. مصطفى العمراني، حول الخطاب وبلاغة الاشهار.**

د.**محمد سالم محمد الأمين الطلبة** في كتابه: "**الحجاج في البلاغة المعاصرة**".

د.**سعيد بنكراد** من خلال مؤلفاته ومقالاته: **السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها / بلاغة الحجاج.**

الجاحظ في كتابه: "**البيان والتبين**". **ابن وهب** في كتابه: "**البرهان في وجوه البيان**".

في هذه الرسالة المعنونة **ب:الآليات والتقنيات الحجاجية في التواصل "الخطاب الإشهاري" نموذجا،** حاولت قدر المستطاع كشف الغطاء عن جانب من جوانب التداولية المتمثل في الحجاج ، وإبراز أهم المفاهيم التي يستند إليها، كالاقتضاء الحجاجي، والأفعال والمراتب الحجاجية...

يقول **أرسطو**، في هذا الصدد : "لا يكفي أن نعرف ماذا نقول بل لابد أن نعرف كيف نقول ببيان بليغ؛ حتى نؤثر في عواطف السامعين". لذا فقد وجدت فى نفسى رغبة في أن أنال شرف الدراسة

في هذا الموضوع؛ لأستفيد من علوم وأبحاث أساتذتي، وأنهل من معينهم الفياض، وأساهم ـ ولو بقطرة ـ في هذا البحر الزاخر بالفوائد الثمينة.

لقد تأرجح مصطلح **البلاغة** كما هو معلوم، بين معنيين متعارضين، يدل أولهما على الخطاب الذي يستهدف الإقناع، وتغيير الأحوال والمقامات، اعتمادا على الملكة الخطابية، ويدل ثانيهما على الخطاب الذي يتنصل من مهمة الإقناع؛ لكي يصبح في حد ذاته هدفا وغاية، وهذه الدراسة تظهر اهتماما بجانب من جوانب البلاغة، ربما يكون غائبا ـ إلى حد كبير ـ عن الدرس البلاغي، إذ كل خطاب يهدف إلى الإقناع بقضية معينة، يحاول المتحدث فيها إيصال معنى إلى مخاطبيه، مستخدما كل وسيلة ممكنة في إقناعهم، وتأتي الصياغة اللغوية البلاغية؛ لتساعد على الإقناع والإمتاع.

إذا كانت **البلاغة** القديمة ـ اليونانية والعربية ـ قد تناولت قضية الحجاج، إلا أنها لم تتناول أبعادها كلها، حيث تم الإكتفاء بالإشارة إلى مقامات السامعين، والهيئة التي على الخطيب أن يكون عليها، والمؤكدات التي دعم بها خطابه، فإن **الحجاج** في الدرس البلاغي المعاصر والحديث قد تم الاهتمام به من خلال الحقلين النقدي، واللساني خاصة، والإنساني عامة، في مجال المشافهة والكتابة. وبحصول هذا الاهتمام بعد الثورة التي عرفها الدرس اللغوي حديثا، انعكست آثارها على مجمل آليات التحليل والتأويل، وتم بموجبها التعرف من جديد على خصوصيات التراث البلاغي، وما فيه من جماليات شكلية، ومضمونية لابد من إعادة الاعتبار إليها بقراءتها في ضوء مستجدات المعرفة الإنسانية عامة، حتى إن بعض النقاد المعاصرين رأى وجوب تعريف الإنسان بأنه حيوان بلاغي.

هذا كله يجعل البلاغة المعاصرة مطالبة بالوقوف عند عمليات البناء والتعليل، والفهم والتأويل، قصد تحريك المعنيين، والتأثير عليهم، وقياس درجات تفاعلهم مع ما يوجه إليهم عبر قنوات الاتصال. ولعل البلاغة عامة، والحجاجية منها بشكل خاص تلعب دورا محركا فعالا في كل ذلك، ويعد هذا من العوامل التي فتحت الأبواب أمام عودة الخطابة، ورجوع وظيفة الإقناع، والتأثير في صيغة لم تعرفها من قبل، بحيث أصبح الخطاب يعتمد في إنجاز تلك الوظيفة على أساليب متنوعة منها مايقوم على بلاغة الصورة، ومنها مايقوم على قدرة الخطاب الفائقة على التأثير لا بمنطوقه، وإنما بمفهومه ومضمونه، بل أصبحت هذه البلاغة متحكمة في أذواق الناس.

لقد حفزتني لدراسة هذا البحث عدة أسباب منها:

- خلو المكتبة البلاغية من مثل هذه الدراسة المتخصصة، فأغلب الدراسات التي تناولت موضوع الحجاج تناولته دون تمييز بين آليات النص الخطابي، والسيميائي التداولي.

- الحاجة الماسة إلى معرفة وسائل الإقناع، فقد أضحى الحجاج مطلبا أساسيا في كل عملية اتصالية تستدعي الإفهام والإقناع، فالمجتمع يتجه يوما بعد يوم نحو علوم التحريض والدعاية، كالإشهار مثلا.
- معايشة الإرساليات الخطابية الإشهارية التي تتطلب من الباحثين جهدا جهيدا؛ للوقوف على ما فيها من مغالطات حجاجية.
- اهتمام معظم البلاغيين بالجانب الشكلي للبلاغة دون البحث عن جوهر البلاغة ، التي تعني التوصيل والإفهام، والإبانة.
- الخلط بين التحليلين السيميائي والتداولي، دون مراعاة للفروق، والخصائص النوعية لأشكال الخطاب المختلفة.
- الوقوف على حقيقة المنهج التداولي المعرفي، ومدى فهمه لمختلف أنواع الخطاب.
- التمكن من الحجاج لكونه نشاط ذهني يقوم على اللغة والتأويل؛ لبناء التصورات.

من جهة أخرى، لقد واجهتني إكراهات، وصعوبات كثيرة، وأنا أنجز هذا البحث العلمي التي يمكن إجمالها في النقاط الآتية:

- صعوبة اختيار، وانتقاء موضوع البحث.
- نقص التمويل، وذلك بعدم تخصيص الميزانيات الكافية للطالب الباحث، لإجراء البحوث بالطرق المناسبة، مما يكون له انعكاس سلبي على جودة البحوث ومصداقيتها.
- صعوبة الحصول على المعلومات، بحيث يتعذر اقتناء بعض المصادر والمراجع من المكتبات الجامعية، نظرا لقلة عددها، وكثرة الطلبة.
- عدم تسويق النشاط البحثي، خاصة البحوث الناجحة بين المستفيدين منها في المجال التطبيقي السيميائي التداولي.
- صعوبة التعامل مع الكتب المترجمة/ صعوبة قراءة، وتفكيك مكونات الصورة الإشهارية.
- صعوبة ضبط جميع الأخطاء اللغوية والنحوية.
- صعوبة الكتابة من حيث الشكل، و ضبط الفقرات
- مشكلة التنسيق بين المعلومات مع ضبط إحالاتها، واستخدام الروابط وعلامات الترقيم ، والتبويب، والفهرست.

المنهج: إن المنهج الذي اعتمدته في هذا البحث هو: **وصفي، كشفي، تحليلي، واستنباطي**، فالوصفي الكشفي التحليلي، متعلق بالظاهرة الحجاجية التواصلية البلاغية، خاصة الجانب النظري ، أما المنهج الاستنباطي فإنه متمثل في الدراسات السيميائية والتداولية للخطاب الإشهاري، وبالضبط المجال التطبيقي.

مشكلة البحث: تمحورت مشكلة البحث في أسئلة كثيرة، يمكن حصرها فيما يلي:

- ما التواصل؟ وكيف استأنف الغرب المعاصر، القول في نظريات التواصل الحجاجي؟.
- ما طبيعة الحجاج كممارسة ونظرية؟ وما علاقته بالخطابة والبلاغة؟.
- إلى أي مدى يمكن توظيف آليات الخطاب؟ بناءا على ما قدمه الغرب المعاصر، من نماذج لمقاربة النصوص والخطابات الحجاجية، وضبط اشتغالها، وحصرها في جملة من الآليات : (الآليات الإنجازية، نموذج أفعال الكلام : **سورل وأوستن**، والتداولية الحوارية: **غرايس**، والآليات اللسانية: **ديكرو، وانسكومبر**، والتلفظية: **شارل موريس...**، ثم الحجاج السيميائي: **بورس**).
- وأخيرا كيف استطاع الإشهار التعامل مع الصور والخطابات المباشرة وغير المباشرة ، قصد إقناع المتلقي، في ضوء المقاربات الحجاجية، والسيميائية، والتداولية؟.

خطة البحث: وللإجابة عن أسئلة هذه الأطروحة، اخترت الخطة التالية:

العنوان: الآليات والتقنيات الحجاجية في التواصل "**الخطاب الإشهاري**" نموذجا.

مقدمة: تتضمن تمهيدا عاما ومختصرا لموضوع الأطروحة، المشتمل على اشكاليات هادفة تعين على فهم البحث العلمي، ثم بعض الأسباب والأهداف التي دفعتني لتناوله، مع الإشارة إلى بعض الصعوبات، والمشاق التي واجهتني أثناء إنجاز هذا العمل المتواضع.

- ***الباب الأول*:** وقد اشتمل على أربعة فصول:

الفصل الأول: بينت فيه نظريات التواصل، والحجاج التواصلي، بحيث تضمن مبحثين كما يلي:

1. **المبحث الأول:** نظريات التواصل.
2. **المبحث الثاني:** التواصل الحجاجي .

الفصل الثاني: تناولت فيه الحجاج قديما وحديثا، وقد اشتمل على أربعة مباحث.

1. **المبحث الأول:** مفهوم الحجاج، نشأته، ومراحله عند الغرب.
2. **المبحث الثاني:** الحجاج السوفسطائي **الأفلاطوني الأرسطي**.

3. **المبحث الثالث:** الحجاج عند العرب.
4. **المبحث الرابع:** البلاغة الجديدة.

الفصل الثالث: أشرت فيه إلى طبيعة الحجاج ، آلياته وتقنياته، ثم نموذج الخطاب ، والخطاب الحجاجي، وقد احتوى على ثلاثة مباحث:

1. **المبحث الأول:** طبيعة الحجاج، وظائفه، أركانه، وأشكاله.
2. **المبحث الثاني:** آليات الحجاج وتقنياته.
3. **المبحث الثالث:** نموذج الخطاب، والخطاب الحجاجي .

- ***الباب الثاني:*** تناولت فيه : الحجاج التداولي ، الفعل الكلامي، القوة الإنجازية، المقويات الحجاجية الموجهة إلى المتلفظ والمتلفظ إليه ، القصدية، والتأويل الدلالي السيميائي للملفوظات، ثم قسمته إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: ويتمثل في مبحثين:

1. **المبحث الأول:** الحجاج التداولي، وأصوله الإبستيمولوجية.
2. **المبحث الثاني:** الفعل الكلامي، والنموذج الحواري، ثم نظرية الملاءمة.

الفصل الثاني: القوة الإنجازية، والمقويات الحجاجية الموجهة إلى المتلفظ والمتلفظ إليه . وجزأته إلى **ثلاثة مباحث:**

1. **المبحث الأول:** القوة الإنجازية، تعديلها، أسبابها، وسائلها، ووظائفها.
2. **المبحث الثاني:** أسباب تعديل القوة، وسائلها ووظائفها.
3. **المبحث الثالث:** المقويات الحجاجية الموجهة إلى المتلفظ، والمتلفظ إليه.

الفصل الثالث: القصدية والتأويل الدلالي، والسيميائي للملفوظات الحجاجية.

1. **المبحث الأول:** القصدية وأنواعها.
2. **المبحث الثاني:** التأويل الدلالي، والسيميائي للملفوظات الحجاجية.

- ***الباب الثالث:*** أشرت فيه إلى الفصول التالية:

أهمية الإشهار، خصائصه ومكوناته، الخطاب الإشهاري أشكاله، أنواعه، وظائفه، ونظرياته، التواصل الجسدي، سيميائيات الصورة الإشهارية، تقنيات تحليل الخطاب الحجاجي للصورة الإشهارية سيميائيا، وتداوليا، ثم نماذج تطبيقية. فقسمته إلى أربعة فصول:

1. **الفصل الأول:** الإشهار، أهميته، خصائصه، ومكوناته.
2. **الفصل الثاني:** الخطاب الإشهاري، أشكاله، أنواعه، وظائفه، ونظرياته.
3. **الفصل الثالث:** التواصل الجسدي، والسيميائيات الحجاجية للصورة الإشهارية.
4. **الفصل الرابع :** بحث ميداني محتو على نموذجين متعلقين بتقنيات تحليل الخطاب الحجاجي للصورة الإشهاريةٍ سيميائيا، وتداوليا.
5. **خاتـم ـة**
6. **استنتاجات**
7. **بيبليوغرافيا البحث**
8. **فهرس الموضوعات.**

والهدف من هذه الأطروحة، هو دراسة الخطاب في الثقافة العربية المعاصرة، وفي الخطاب الإشهاري بالتحديد، لأن "البحث في الخطاب الإشهاري، والصورة الثابتة تحديدا، يشكل فرصة معرفية ثمينة؛ لتجاوز النقص التاريخي الحاصل في الثقافة البصرية على رأي" **الدكتور عبد اللطيف نجيد، والدكتور مصطفى العمراني**؛ لذلك سيكون هذا البحث إحياء للحس التأويلي لدى القارىء العربي ؛ ليتمكن من دراسة الرسالة البصرية التي ليست وليدة مادة تضمينية ، أو تحمل معاني قارة، وإنما هي ذات أبعاد أنثروبولوجية، وإيديولوجية، واجتماعية.

وأخيرا، أجدد شكري وامتناني الخالص ، لأستاذي ومعلمي الفاضل ، **الدكتور:عبد اللطيف نجيد،** لما قدمه لي من مساعد ات، وإرشادات متمثلة في شكل البحث ، وتنظيمه، ومحتواه المعلوماتي خلال إنجاز هذا العمل، مع تزويدي بالمصادر، والمراجع الكافية، المهمة المتعلقة بموضوع البحث.

تمهيد:

يعد التواصل المحور المركزي الذي على أساسه يبنى المجتمع وينمو ويتطور، من أجل هذه الغاية أوجد الإنسان لنفسه وسائل متنوعة، في مقدمتها اللغة، التي تعد أكثر فعالية في الإبلاغ، غير أن استعمالها لم يكن جزافيا، بل ظل مرتبطا بنظام أساسه مجموعة من القواعد، والغاية من كل ذلك كما هو معلوم، نجاح الاتصال اللغوي.

مما لا شك فيه أن اكتساب اللغة، يعد أمرا أساسيا في عمليتي التفاعل، اللفظي والاجتماعي، حتى يتمكن الفرد، من أن يكون أكثر استعدادا؛ لتقبل الآخرين.

لقد أصبح التواصل يشكل ضرورة إنسانية لتماسك الأفراد والجماعات ، وحتى الشعوب، ويؤكد التاريخ الإنساني أن التواصل كان في بداية أمره يتم بواسطة الإشارة والرمز ، لكن سرعان ما اكتشف الإنسان جهازه النطقي، فاستخدمه عن طريق أصوات متمايزة للتفاهم والتواصل مع الآخرين، ثم تنبه إلى أعضائه الأخرى فاهتدى إلى الاتصال الكتابي المسموع والمقروء؛ بهدف إشراك الآخر في المشاعر والأفكار، والخبرات. كما تلعب الثقافات المختلفة للشعوب دورا في إعطاء رموز خاصة لبعض الحركات والإشارات التي تحمل معان وأفكارا، وتوجيهات مختلفة ومتباينة.

بالتالي، فالتواصل الناجح، والتفاعل الجيد يتحقق بالقدر الذي تكون عليه الرسالة واضحة تتيح فهما واضحا للمستقبل. ولقد ولد الاهتمام بالتواصل، دراسة قضاياه العلمية والفلسفية؛ لحل الإشكاليات التي تطرح في إطاره، الأمر الذي دفع معظم العلماء والباحثين المختصين في مختلف فروع المعرفة الإنسانية، إلى البحث في أركانه ومكوناته، واللغة المستعملة لنقل الرسالة الإبلاغية.

الأمر الذي جعلهم يعتبرونه ركيزة وجود المجتمع الإنساني على إطلاقه ، فلا ينشأ مجتمع إنساني إلا بتواصل أفراده، فنشأ عن هذا الكشف خصائص البنية الحجاجية للخطاب الإشهاري من منظور ثلة من الدارسين الذين عنوا بتوصيف الحجاج والإشهار بنعتهما عمليتين لسانيتين، وعقليتين تعتمدان مبدأ استمالة الآخر، وترويض مشاعره وفكره ، تمهيدا لتعديل سلوكه ومواقفه العامة من الأشياء المادية، والفكرية المشكلة لرؤية العالم عنده، مع تبيان أنواع الحجج وكيفية بنائها، وترتيبها في الخطاب الإشهاري، تحقيقا للترابط النصي وتفسير بنياتها، كما تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الفروق بين الحجاج السليم ، والمغالط في العملية الإشهارية في ضوء مقاربات تطبيقية لبعض الخطابات المتداولة، وتقوم هذه الدراسة على محورين أساسين:

أولهما يمهد بالتعريف والتحديد الاصطلاحي للحجاج بوصفه عملية استراتيجية خطابية متميزة من ناحية، وبكونه نصا منتجا لمقاصد معينة في ظروف مقامية محددة.

أما المحور **الثاني**، فيركز على خصوصيات الخطاب الإشهاري، ومكوناته اللسانية والأيقونية، والأغراض الأساسية التي يحققها المشهر، باختياره تقنيات، ومبادئ معينة تستهدف الزبون- السلعة المادية والمعنوية- فتثير عواطفه، وتستهوي فكره للإقبال على اقتناء المعروض برغبة متعالية.

في هذا السياق، يمكن تحديد خصائص الخطاب الإشهاري، من حيث هو فعل كلامي ، وقوة إنجازية، متمثلة في كونه إنتاجا معرفيا سيميائيا محركا، ومؤثرا في المجتمع، ومتأثرا به، وحدثا لغويا منجزا، هدفه التواصل مع أفراد المؤسسات الاجتماعية، وله منطق داخلي ومراجع ومفاهيم ، ومصطلحات خاصة به تبين أصالته وتفرده لسانيا، وأيقونيا وتداوليا.

الباب الأول :

- نظريات التواصل.
- التواصل الحجاجي.
- الحجاج قديما ، وحديثا.
- طبيعة الحجاج، آلياته، وتقنياته
- نموذج الخطاب.
- الحجاج الخطابي.

الفصل الأول:

- **نظريات التواصل، والتواصل الحجاجي.**

المبحث الأول:

- نـظـريات التـواصل.
- التـواصل الحجـاجي.

1. التواصل اللساني، ونظرياته:

1.1. نظريات التواصل:

"إن دراسة التواصل هي دراسة سلوك الإنسان، وكل العوامل والحوادث الداخلية ، والخارجية التي يمكن أن تؤثر على ذلك السلوك "[1]، وتعريف التواصل لا يقتصرعلى استعمال اللغة اللفظية فحسب، بل يشمل أيضا الأشكال التعبيرية الأخرى، ذلك ما يوضحه **بيرنارد بيرلسون (Bernard Berelson)، وجراي ستينر(Gray.A .Steiner)** في كتابهما **المعنون ب (Behavior Human) :**"إنه عملية نقل المعلومات والمشاعر والمعرفة، والتجارب، إما شفويا ، أو باستعمال الرموز، والكلمات والصور، والإحصائيات بقصد الإقناع، أوالتأثير على السلوك (...)"[2].

ونظرا لشساعة الموضوع، وصعوبة تحديده، ولكون المقام لا يسمح بالإلمام ببسط وجهات نظر أغلب اللسانيين، فسيتم الاقتصارعلى **دي سوسير** باعتباره المؤسس للتواصل اللساني ، وعلى **رومان جاكبسون** باعتباره أحد المنظرين لهذا المفهوم، وعلى يده حقق طفرة نوعية.

بداية فالتواصل هو: إخبار برسالة معينة تحمل معلومة أو أكثر . وغالبا ما يستعمل التواصل بغرض الإبلاغ، بل التواصل هو: "الميكانيزم الذي توجد بواسطته العلامات الإنسانية المتطورة، إنه يتضمن كل رموز الذهن مع وسائل تبليغها، وتعزيزها في الزمان، ويتضمن أيضا تعابير الوجه، هيئات الجسم، الحركات، نبرة الصوت، الكلمات، الكتابات، والمطبوعات(...)، وكل ما يشمله آخر ما ابتكر من الاكتشافات في المكان والزمان "[3]. كما يفتح المجال للاحتكاك البشري، ويتيح الفرصة للتفكير، والاطلاع، والحوار، وتبادل المعلومات في شتى المجالات والميادين، ومن ثم، فإنه لا يمكن الفصل بين التواصل اللفظي، والتواصل غير اللفظي؛ لأن الفعل التواصلي هو فعل كلي.

واللسان هو المعبرعن خفايا النفس الإنسانية؛ إذ يقابل جسدا يمتلك حركات تجانس تعبيره، فهو لا يعبر عن فكر الإنسان فحسب؛ إنما هو الأداة والوسيلة التي يتخذ هذا الفكر من خلالها شكلا ومادة. إنه: "قدرة الإنسان على التواصل عبر أداة هي اللغة **(Langue)** التي تصبح أداة للتواصل عندما تتحول إلى كلام **(Parole)**".[4] إن الوظيفة التواصلية لم تتخذ موقعها من البحث اللغوي إلا عندما فرق **دي**

---

[1] . د. عز الدين الزياتي، التواصل اللفظي والتواصل غير اللفظي، ص:11

[2]. الجردي نبيل عارف، مقدمة في علم الإتصال، الإمارات العربية المتحدة الناشر مكتبة الإمارات/1985 ص:33-34

[3]. اسليماني العربي، التواصل التربوي، مدخل لجودة التربية والتعليم،" مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء.

[4]. د. رضوان لقضماني– مدخل إلى اللسانيات، منشورات جامعة البعث، دون تاريخ، ص: 41.

سوسير بين علم اللغة، وعلم لغة الكلام في إطار الأساس المنهجي لعلم اللغة الحديث، إذ قال : "اللغة والكلام(...) يعتمد أحدهما على الآخر، مع أن اللغة هي أداة الكلام ، وحصيلته، ولكن اعتماد أحدهما على الآخر لا يمنع من كونهما شيئين متمايزين تماما"[1].

تعتبر اللغة بحسب فهمه نسق سابق في وجوده استخدام الكلمات، والممارسات العملية التي هي تلفظ فردي. في حين، إن الكلام هو : "التطبيق الفعلي لتلك القوانين ، والقواعد فلأصبح أي حديث عن اللغة من دون الاهتمام بالموقف التواصلي لا معنى له"[2].

بالتالي أصبحت الوظيفة التواصلية إطارا عاما تتحرك ضمنه بقية وظائف اللغة.

1.1.2 مرحلة التأسيس (دي سوسير):

يعتبر كتاب "**المحاضرات**" لصاحبه **دي سوسير** انطلاقة علمية، ومنهجية هامة في تاريخ العلوم الإنسانية عامة، والعلوم اللسانية خاصة.

بالرغم من هذا الإنجاز العلمي، فإن **دي سوسير** لم يتحدث بشكل صريح عن التواصل ، وإنما أشار إليه في معرض حديثه عن ثنائية: **(لغة/ كلام)**، وعما أسماه ب"**مدار الكلام**"، بحيث لم يخصص فصلا، أو مبحثا للتواصل"[3].

لذلك؛ فعملية التواصل عنده "تبدأ انطلاقا من دماغ المتكلم (A) متخذة شكل تصورات متشكلة من متواليات من الأصوات (الصورة السمعية)؛ لتنطلق في اتجاه أذن المخاطب، وهي في بادئ الأمر، عبارة عن أصوات، ورموز غير مفهومة، بيد أن تأويلها في ذهن المتلقي يحول هذه المتوالية الصوتية (الدال) إلى مفهوم مؤول ذهنيا ، ومتفق عليه اجتماعيا ، وهنا نكون إزاء مدلول دال على وظيفة تواصلية. ونجاح الدورة الكلامية عند **دي سوسير** مشروطة بانطلاق الموجات الصوتية من دماغ (A) المتكلم إلى أذن (B) المتلقي، وفي حالة تجاوب هذا الأخير مع المتكلم (A) ينبغي أن يسلك نفس الخطوات التي سلكها المرسل (A) أي الانطلاق من دماغ (B) في اتجاه أذن (A)"[4]. لتوضيح هذه الدورة الكلامية ، اقترح **دي سوسير** الخطاطة التالية[5]:

---

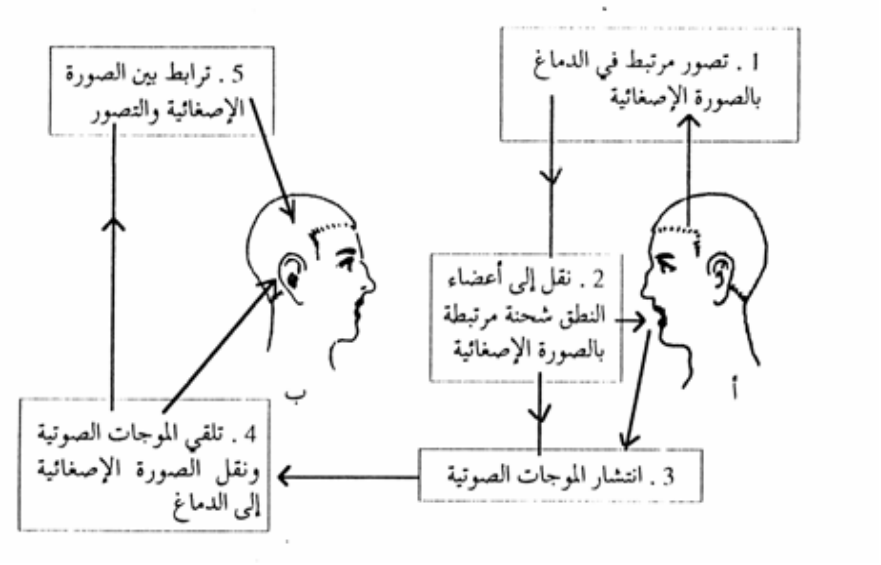
[1]. دي سوسور فردينان – علم اللغة العام، ترجمة: د. يوئيل يوسف عزيز، مراجعة النص العربي: د. مالك يوسف المطلبي، دار آفاق عربية، د.ت، ص: 38.

[2]. الدكتور محند الرلثي ، نظرية التواصل وتقنيات التعبير الكتابي والشفوي، ص:59.

[3]. ينظر إبراهيم عبد الله الغانمي، سعيد علي عواد– معرفة الآخر(مدخل إلى المناهج النقدية الحديثة)، ط2، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 1996م، ص:44.

[4]. الدكتور: محند الرلثي، نظرية التواصل، وتقنيات التعبير الكتابي والشفوي، ص: 59

[5]. رومان جاكبسون، بحوث في اللسانيات العامة/ ج1، ص99.



بالرغم من هذا السبق العلمي الهام الذي أنجزه **دي سوسير**، فإن ما قام به ليس عملا مقنعا، لذلك أضاف عناصر أساسية كالأعضاء النطقية والفيزيولوجية، والجانب النفسي. باختصار شديد، يمكن تقسيم السيرورة التواصلية، أو المدار الكلامي بتعبير **دي سوسير** إلى مايلي":

1. **عنصر خـارجي**: تمثله أعضاء نطقية، وسمعية الفم، الأذن وأعضاء أخرى داخلية كالمخ (...).

2. **المستوى النفسي**: هو بمثابة تحضير، واستعداد سيكولوجي؛ لإصدار الرسالة وتلقيها من طرف المستقبل. ومما يبرر حضور هذا المعطى السيكولو جي لدى **دي سوسير**، وتغليفه للعلامة بنز عة نفسية، هو استفادته، وتأثره بعلم النفس الذي كان موضة علمية في عهده.

3. **رسالة صادرة من دماغ الم تكلم**: (A) في اتجاه أذن ، **المرسل إليه** (B)، أومن دماغ هذا الأخير (B) في اتجاه أذن الأول (A) حيث يتم تناوب، وتبادل الرسائل بين الطرفين الأساسيين في العملية التواصلية"[1].

2.1.2. مرحلة التأصيل (رومان جاكبسون):

عن بعد تتم عملية التواصل التي بدأت مع **كلود شانون(1948م)** عالم الاتصالات الأمريكي؛ لتحسين مردودية الاتصالات البرقية، وللحصول على اتصالات مضمونة، وخالية من التشويش، والتي لم تلبث أن تطورت بشكل سريع على يد العالم اللغوي **رومان جاكبسون** في بداية الستينيات من القرن الماضي، إذ حدد جوهر التواصل اللساني، وجعله قائما على ستة عناصر؛ هي كالآتي:

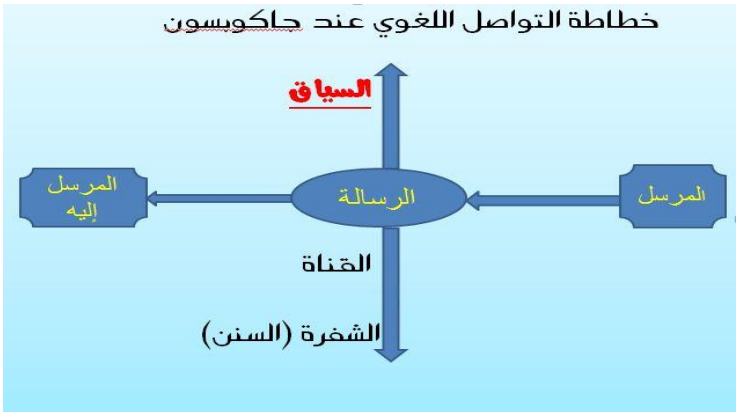
.1. المرسل (الباعث،الباث/Destinateur): هو: الطرف الأول في عملية التواصل، والمسؤول عن إرسال الرسالة، واختيار المرجع وقناة الاتصال والشفرة، وقد يكون المرسل متحدثا بطريق مباشر مثل مدير المدرسة مع زملائه، أو بطريق غير مباشر عن طريق التليفون أو الإذاعة...

[1]. المرجع نفسه، ص: 60.

2. **المرسل إليه (المتلقي/ Destinataire)**: هو"الطرف الآخر في عملية التواصل، والمستقبل لمضمون الرسالة، المسؤول عن عملية إنجاح التواصل، أو إفشاله"[1].

3. **الرسالة (الإرسالية/Message)**: إنها عبارة عن متتالية من العلاقات المنقولة بين المرسل، والمرسل إليه بواسطة قناة تستخدم لنقل الشفرة. وهي مجموعة من المعلومات المترس خة حسب قواعد، وقوانين متفق عليها، تشكل بعدا ماديا محسوسا من الأفكار التي يرسلها المرسل، وتحيل على المرجع العام المشترك بين المرسل، والمرسل إليه. و"يكمن الفرق بين رسالة، وأخرى في مدى إظهار قوة حضور كل وظيفة من الوظائف الست، وحسب نية التواصل وأهدافه، والظروف المحيطة؛ لأجل إنجاح عملية التواصل، أو إفشالها"[2].

1. **المرجع (Référent)**: يمثل البيئة التي يحيل إليها الخطاب؛ أي ما يتحدث عنه طرفا التواصل، الذي "ينشأ نتيجة تطبيق إجراءات تأسيس محد دة وفق بروتوكول مقبو ل بالإجماع ونتيجة، وجود إمكان متاح لأي كان من أجل متابعة هذا التطبيق متى بدا له"[3].
2. **قناة الاتصال:** هي متنوعة تبعا للوسائل المستعملة من قبل المرسل، والمرسل إليه. مثلا: **النور يشكل قناة التواصل البصري** ، أما الهواء فيشكل **قناة للتواصل الشفوي** وجها لوجه، بينما الكهرباء والكيمياء فهما **قناتان للتواصل الآلي**.
3. **الشفرة (Code)**: هي: الوسيط الحامل لمضمون الر سالة[4]، ويمكن التعبير عن هذه العناصر بالخطاطة[5] االتالية:



[1]. فرانك مانفرد، حدود التَّواصل (الإجماع والتَّنازع بين ها برماس وليوتار)، ترجمة وتقديم وتعليق، عز العرب لحكيم بناني، أفريقيا الشَّرق/ المغرب، 2003م، ص38.
[2]. المرجع نفسه.
[3]. نفســـه.
[4]. جاكبسون رومان، قضايا الشّعريّة، ت: محمد الولي ومازن حنون، ط1، دار توبقال، الدار البيضاء، المغرب/ 1988م، ص:27.
[5]. www.lahmidi.me/2019/02/roman-jackobson.html

3. الوظائف الست عند جاكبسون:

1.3. الوظيفة التعبيرية :

تتدخل في هذه الوظيفة ذات المرسل وذلك من خلال انفعالاته وتعابيره الذاتية ومواقفه ، وميولاته الشخصية والإيديولوجية، وتترجم أيضا ب: **الانفعالية** وهي بلختصار، "تستخدم للتعبير عن حاجات الفرد، والمجتمع المختلفة، إذ يمكن للمتكلم من خلالها التعبير عن أفكاره، وأحاسيسه ومشاعره، وما يروج في نفسه عبر الأصوات والإشارات ، والحركات الإيمائية التي تسمح بها اللغة المستخدمة . بعبارة أخرى،" إنها تحدد العلاقة بين الرسالة، والمرسل عن طريق المفردات المستعملة؛ لأنها تمثل في حقيقتها أفكارا نسبية يعبر بواسطتها الباث عن مواقفه إزاء الشيء المراد التعبير عنه"[1].

2.1.3. الوظيفة الشعرية:

ترتبط هذه الوظيفة الشعرية أو الجمالية بالرسالة، والمقصود هنا ، هو الرسالة باعتبارها حاملة للمعنى، ودلالات معينة ، وتهدف هذه الرسالة حسب **جاكوبسون** إلى "إيضاح الجانب الملموس للعلامات **(met en évidence le coté palpable des signes)** وكل ما تحتويه هذه الرسالة هو بمثابة تكملة وتتمة، وتوضيح لمضمون هذه الرسالة نفسها، ويعبر عن ذلك بواسطة أساليب وتقنيات، وتعابير اللغة الطبيعية ، مستعملة لهذا الغرض تنبير ، وتنغيم المفردات"[2]. إن توظيف الوظيفة الشعرية في الإشهار، يتجلى في الخطابات السياسية إشهار كوكا(...)، الحملة الانتخابية، البرامج السياسية، والتعبئة السياسية، دون نسيان مجالها الطبيعي الذي ترعرعت، فيه وهو الشعر. أما مصطلح **الشعرية** يدل على مدى ارتباطها بهذا الفن الذي كان مجالا خصبا لأغلب الأعمال البنيوية، وهذا يذكر بالدراسات اللغوية العربية القديمة التي كانت تعتمد بالأساس على المتن الشعري، والنص القرآني .

3.1.3. الوظيفة المرجعية:

ترتبط هذه الوظيفة بالمرجع ، أو **السياق**، لذلك سماها **جاكبسون بالمرجعية**، ويطلق عليها أيضا **الوظيفة التعينية (Dénotative)**، وهي: توظيف للعلاقة القائمة بين العلامات ، وما تحيل إليه في العالم الخارجي. إذ "غالبا ما تأتي في صيغة إخبارية، حيث تقوم بتحريات للإجابة عن أسئلة مطروحة،

---

[1]. بيار غيرو، السيمياء، ترجمة أنطوان أبي زيد، منشورات عويدات، بيروت 1981/ ص:10 للمعلومات ينظر : رومان جاكبسون، مصدر سابق، ص:90/85.

[2]. المرجع نفسه.

وتقدم معطيات، وتفاصيل عن قضية ما . إن أهم مايميز هذه الوظيفة عن الوظائف الخمس الأخرى، كونها تضطلع بالدور الأساس في نظرية الإخبار، والتواصل، واللسانيات الوظيفية"[1].

بما أن هذه الوظيفة هي القاعدة الأساسية لكل أشكال التواصل، فلا بد من وجـود مرجع تستقي منه المعلومات والأخبار التي تريد تبليغها للمتلقي، ولابد كذلك من فهم سياق التخاطب ، وفهم المعنى المقصود تفاديا للغموض، والالتباس الذي يطبع تراكيب، وأساليب اللغات الطبيعية.

4.1.3. الوظيفة الانتباهية:

يقصد بها ربط الاتصال بين المتكلم والمخاطب ؛ لاختبار مدى مرور الرسالة اللغوية جيدا بينهما، فالوظيفة اللغوية للتنبيه هي: لفت الانتباه قصد حصول التواصل، والفهم والإفهام.

و"الوظيفة الانتباهية تتمحور حول مايسميه **جاكبسون (بالقناة، أوالصلة)**، ويسميها **مالينوفسكي (بالتشارك الإنتباهي)**؛ لأنها تهدف إلى إقامة الاتصال بين المتحاورين، أو إيقافه، مستعملة لهذا الغرض تعابير، وأساليب متداولة في الحياة اليومية، ومشتركة بين أفراد المجتمع، وتتمثل في العبارات التي يتم بتوديعها بقصد الحفاظ على سيرورة التواصل بين المرسل والمستقبل، وصحة تمثل المستقبل لمضمون الرسالة. وعادة تتكون هذه الأخيرة من كلمات، ومفردات قبلية، ولها وظائف تواصلية معروفة من قبيل: عبارات المجاملة، المسامرة، الأدب، التحية، الأسئلة عن الأحوال الشخصية، وغيرها..."[2].

5.1.3. الوظيفة الإفهامية:

ترتبط هذه الوظيفة بالمرسل إليه، "إذ تقوم باستثمار قناة التواصل وما توفره اللغات الطبيعية من أسلوب النداء، والأمر، والاستفهام، والتعجب، والتمني. بغرض لفت انتباه الجمهور أو المتلقي، والتأثير فيه، بخلاف الوظيفة التعبيرية التي تستعمل ضمير الأنا ("**Le Je**," **Le Moi**")، والوظيفة المرجعية التي توظف ضميري: ال "هو" و ال "هي"[3].

6.1.3. وظيفة اللغة الواصفة:

أهم ما يميز هذه الوظيفة ارتباطها بالسنن (الشفرة)، الأمر الذي جعل منها وظيفة خاصة ، ومختلفة عن الوظائف الأخرى، فهي تملك كفاية تفسيرية قادرة على وصف اللغة نفسها ، أي أنها لغة مفسرة، وواصفة للغة ذاتها ؛ لأنها تملك جهازا مفاهيميا قادرا على وصف ، وتفسير كل الأشكال

---

[1]. المرجع السابق.

[2]. محند الركيك، نظرية التواصل في ضوء اللسانيات الحديثة، مجلة علامات، العدد 24 سنة 2005 ص:72 (بتصرف) .

[3]. نفسه.

التواصلية اللفظية، وغير اللفظية ، وبعبارة أوضح، هي لغة علمية، ودقيقة تضطلع بمهمة شرح ، وتحليل كل الظواهر العلمية. لقد "حاول **رومان جاكبسون**، من خلال صياغته للوظائف الست السالفة الذكر، أن يوسع صلاحيات اللغة، ويربط كل المجالات الحياتية، والثقافية، والاجتماعية بهذه اللغة التي اعتبرها **دي سوسير** مؤسسة اجتماعية، واعتبرها السوسيولسانيون كائنا حيا ، وظاهرة إنسانية، وباختصار شديد، إن التواصل باعتباره الوظيفة الأساسية، والأولى للغات البشرية، هو جسر يربط بين أبناء البشر، والمجتمعات، والدول"[1].

2.3. تصور كل من مارتني، وبنفنست لمفهوم التواصل:

يعتبر **مارتني** أحد أقطاب المدرسة الوظيفية، ومن أشهر المدافعين عن النزعة الوظيفية التواصلية للغة، حيث يرى أن الهدف الأساسي الذي وجدت اللغات البشرية من أجله هو التواصل، ويجزم على أن الوظيفة الطبيعية التي أوكلت إلى اللغة لا ينبغي أن تخرج عن دائرة التواصل، ونقل الأخبار بين الأفراد؛ لذلك سميت هذه المدرسة اللسانية بالوظيفية نسبة إلى الوظيفة التواصلية التي تقوم بها اللغات(...)، وقد أعطى للتواصل أبعادا اجتماعية، وثقافية، وسياسية، وجعله النواة الأساسية التي تقوم عليها الحياة الإنسانية بشكل عام.

إلا أنه "رغم استفادة **مارتني** من أعمال **جاكبسون** القيمة، فإنه اقترح جهازا مفاهيميا مختلفا إذ جعل **الوظيفة التأثيرية** في مقابل **الوظيفة الشعرية**، و**المخاطب** في مقابل **المرسل**، و**السامع** في مقابل **المرسل إليه**، كما عمل على ربط التواصل بالأدب والإبداع بصفة عامة"[2].

أما "**بنفنست**، فقد خصص الفصل الثاني من كتابه **قضايا اللسانيات العامة**، الجزء الثاني للتواصل، وبما أنه يعد أحد أكبر اللسانين الأكثر فهما **للسوسيرية**، فقد كان من البديهي أن يولي عناية خاصة لهذه القضية، حيث أشار في المبحث الثاني المعنون"[3]، **بالتواصل الحيواني، واللغة البشرية** من الفصل الثاني الوارد ضمن الكتاب المذكور سلفا ... إلى نظامي التواصل البشري والحيواني، في كون كليهما يحتوي على رسالة، ومرسل، ومرسل إليه.

إنها "عناصر أساسية كافية لقيام تواصل أفضل، بيد أن الفرق بين التواصل البشري والتواصل لدى النحل، هو أن الرسائل في النظام الأول- التواصل البشري- قابلة للتغير، ولقراءات

---

[1]. محند الركّيك، نظرية التواصل، مرجع سابق، ص: 74/75/76:(بتصرف).

[2]. المرجع السابق، ص: 74-76 (بتصرف).

[3]. نفســـه.

متعددة، في حين تكون في النظام الثاني – التواصل النحلي– ثابتة، وقارة، ولها معنى واحد، وقد ساعده على الوصول إلى كل ماذكره استفادته من **فريش** الذي قام بمبحث ميداني فيما يخص التواصل النحلي"[1].

إذا كان كل من المتكلم ، والمخاطب متعاونين على تحقيق التواصل بينهما من خلال توفير شرطي القصد والتأويل، فإن هذا التواصل لن يصل درجة التحقق المطلوبة، أو درجة الإقناع، إلا إذا كان الخطاب المرسل مدعوما بأساليب ، وتقنيات حجاجية، تجعل المخاطب يقتنع بكلام المرسل ؛ ليتحقق التواصل بشكل فعلي سواء كان الخطاب مسموعا، أو مقروءا، وسواء كان مباشرا، أو غير مباشر على الرغم مما يكتنف ظاهرة التواصل الإنساني اللساني منه، وغير اللساني، من صعوبات، إلا أنها تبقى ظاهرة بالغة الأهمية والواقعية، لها تأثيرها على السلوك الإنساني.

وعليه، فللتواصل أصبح اليوم، ضرورة حتمية، نظرا لكثرة وتعدد أشكاله وأنواعه، كالتواصل في العمل، التواصل اليومي، المناظـــرة، وأنواع الخطابـات السياسية أو الدينية، أو الفلسفية أو الإشهارية، حوار المائدة، المقابلة الشفوية، الاجتماع، وأنواع أخرى.... وذلك بفعل الطفرة العلمية، وخاصة مع الطفرة التيكنولوجية المعلوماتية، التي أدت إلى تسريع زمن التواصل وتعدد وسائطه وتسييرها لكل طبقات المجتمع. و بما أن مجال استعمال التواصل شاسع ، ومترامي الأطراف، فإن الحجاج أمر مفروغ منه في عملية توصيل الآراء ، وإحداث التغيير المنشود ، وترتكز هذه العملية أساسا على الإقناع باعتباره تقنية تهدف الى انخراط العقول فيما يطرح عليها، بشكل يدفع المتلقي إلى إنجاز العمل المطلوب منه.

2 التـواصـل الحجــاجي:

1.1. الحجاج التواصلي:

بما أن التواصل الحجاجي يعتبر خطابا إبلاغيا إفهاميا تواصليا يهدف إلى تأسيس علاقة تفاعلية معينة مع الآخر من خلال انفتاحه على شؤون الإنسان وقضاياه، فإن اللغة تروم بشكل جوهري إلى التأثير والتوجيه، خلافا لما كان مقررا في كثير من النظريات اللسانية من أن وظيفة اللغة هي الإ خبارعن وقائع العالم؛ هذا مادفع **أوليرون** إلى الوقوف على هذا البعد من خلال تعريفه للحجاج، والأهداف التي اشتقها منه حيث يقول: "البحث عن إشراك الآخر في الإقناع، والمداولة، والتسويغ"[2].

بادئ ذي بدء، **ماعلاقة التواصل اللساني بالحجاج؟** بالتأكيد، إن الإجابة الدقيقة عن هذا السؤال تبدو ضربا من العنت ، خاصة وقد تفرعت النظريات اللسانية المهتمة بدراسة التواصل، كما تنوعت المجالات العلمية التي احتضنت المفهوم توليدا، أو تشغيلا، أو تأويلا.

---

[1]. مرجع السابق، (بتصرف).

[2] .J.C. Ansconmbre et O. Ducrot, L'argumentation dans la langue. P : 44.

في هذا الصدد، يرى **طه عبد الرحمان :** أن التخاطب ينبني على ركنين أساسيين هما: التواصل والتعامل، ويضيف: "بأن لفظ التواصل يظل وروده على تداول الألسن في قطاعات معرفية مختلفة، لفظا يكتنفه العموم والإجمال، بحيث لو أعمل الفكر في استعمالاته المختلفة، لتم الوصول إلى أنه يدل على **ثلاثة** معان متمايزة فيما بينها:

1. **نقل الخبر، ويسمى بالوصل؛ نظرا لأن هذا المصطلح يفيد معنى الجمع بين الطرفين بواسطة أمر مخصوص، فالوصل لا يكون إلا بواصل، والواصل هنا هو بالذات الخبر.**
2. **نقل الخبر أو الرسالة، مع اعتبار مصدر الخبر الذي هو المتكلم، ويطلق عليه إسم الإيصال.**
3. **نقل الخبر مع اعتبار مصدر الخبر الذي هو ا لمتكلم، واعتبار مقصده الذي هو المستمع معا، و يدعى هذا النوع من النقل باسم الاتصال".**[1]

هذه الدلالات الثلاث، الوصل، والإيصال، والاتصال تظهر تلازما بين الحجاج، وعملية التواصل، الأمر الذي جعله يميل إلى القول: "بأن لفظ الحجاج لا يدور على الألسن مثل لفظ التواصل، ولو أنه لا تواصل باللسان بغير حجاج، ولا حجاج بغير تواصل باللسان"[2].

ولما كان كل حجاج تواصلا حسب **طه عبد الرحمن**، فإنه سيتم الحصول على ثلاثة نماذج تواصلية للحجة، وهي" :

- **النموذج الوصلي للحجة :** تكون فيه الوظيفة التواصلية للحجة وظيفة وصل، إذ يعامل الحجة معاملة البناء الاستدلالي المستقل الذي تكون عناصره موصلة وصلا تاما.
- **النموذج الإيصالي للحجة :** تكون فيه الوظيفة التواصلية للحجة وظيفة إيصال؛ لأنه يجعل من الحجة فعلا استدلاليا يتوجه به المتكلم إلى المستمع.
- **النموذج الاتصالي للحجة :** تكون فيه الوظيفة التواصلية للحجة وظيفة اتصال، إذ ينظر في الحجة بوصفها فعلا مشتركا بين المتكلم والمستمع، جامعا بين توجيه الأول، وتقويم الثاني"[3].

فالنموذج الوصلي هو بعبارة أخرى، تصور مجرد للحجة، يستند إلى نظرية الإعلام الحديثة، ويستعمل أساليبها ومفاهيمها المختلفة، المتعلقة بتقنيات الاتصالات، في وصف التواصل الإنساني. أما "النموذج **الإيصالي** فهو يعتمد على ما يسمى، بنظرية الأفعال اللغوية عند **أوستين، وسورل وغرايس**، وغيرهم.

---

[1]. طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، أو التكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، الطبعة الأولى، 1998 ص: 254.
[2]. المرجع نفسه ص:25.
[3]. المرجع نفسه، ص:256.

في حين، نجد النموذج الثالث يستند إلى نظرية الحوار، ويشتغل بدور المتكلم والمستمع معا، ويركز على علاقة التفاعل الخطابي، إذ في المقامات التواصلية يكون المتكلم متأثرا بالوضعية الخطابية التي يريد استغلالها بشكل أفضل؛ لتحقيق أهدافه الصالحة، فيكون الخطاب الصادر ع نه مشفرا، مما يستدعي عملية تفكيك، وتأويل من لدن المخاطب، وليس تفكيك شفرة الحجاج عملية بسيطة، إنه يتألف من مستويات عديدة:

- **تأويل المحتوى المادي للرسالة:** وهذا مايستتبع بوضوح وحدة اللغة.
- **إدراك الترابط المعنوي:**أي العلاقة بين الأطروحة، والحجاج الذي يدعمها

بحيث لا ينفصل الحجاج عن التواصل؛ لأنهما معا وجهان متضامنان في كل تخاطب إنساني، ولا ينفصل الحجاج أيضا عن الإقناع؛ لأن كل متكلم يسعى بالضرورة إلى تعديل الآراء "[1]، التى يؤمن بها مخاطبوه . فضلا عن ذلك، لا يهتم بالحجاج إلا ضمن منظور واسع بخصوص التواصل، وتنشأ العناية بالحجة عند الاهتمام بالرسائل، وأساليب نقلها، من التوزيع، والتبادل صراحة، أو ضمنيا؛ لذلك ينظر إلى الحجة دائما بوصفها محتوى، أوصورة لمحتوى لعملية التواصل. وسيكون من الممكن السعي إلى إثباته من خلال فحص الفرضية التاريخية التي **تقول:** "إن نظريات الحجاج هي الرحم الذي نشأت فيه نظريات التواصل، وتستمر الصلة بين الحجاج والتواصل؛ لتمتلك الحجة غاية إقناعية جوهرية، فهي تهدف إلى جعل مخاطب (المرسل إليه)، أو مستمع يعتقد رأيا، أو يتبنى سلوكا يقتضي الاهتمام بالحجة والإقناع، وفي الوقت الذي ينتبه إلى المسالك التي تسمح بتحصيل القبول، أوالتصديق، يقع الإلحاح على الحجج، والدواعي التي يلجأ إليها لغاية الغاية غالبا . إن "الانشغال بموضوع الإقناع يكتسب دلالة اعتبارية، وتحليل الحجج يزدهر بشكل خاص، حينما تكون شرعية المسالك الإقناعية، والإقناع نفسه موضع خلاف"[2].

بالتالي، فالصلة بين الحجاج والتواصل، والإقناع تتكشف بوضوح، فتمنح الباحث مجالا نظريا للتأمل والاستقصاء ، كما تسمح برصد الإمكانات الحجاجية للمتكلم، بالموازاة مع إمكاناته التواصلية المندمجة، و" ثمة، ثلاثة عناصر أساسية، تسمح لتحديد أفضل حقل للحجاج:

- **الحجاج يعني التواصل،** بحيث نكون في وضعية التواصل التي تستوجب ككل وضعية من هذا النوع وجود شركاء، ورسالة تستوجب حركية حقيقية.

---

[1]. Pierre Oléron: L'argumentation P:24.

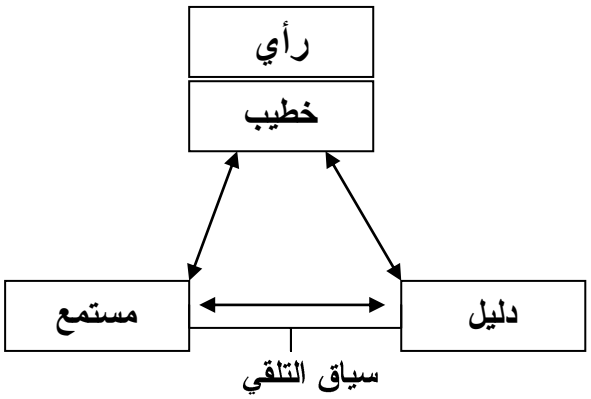
[2].الدكتور زكريا السرتي، الحجاج في الخطاب السياسي، ص:76.

- **الحجاج لا يعني تحقيق الإقناع بأي ثمن** ، وهذا يقتضي قطيعة مع التلاعب من الجهة التي لايكون فيها هذا الأخير شديد الحرص على وسائل الإقناع.
- **الحجاج أن تستدل، أن تقترح على الآخرين رأيا**، مقدما إليهم حججا كافية للالتزام به"[1].

هذا ما يسميه **فيليب بروتون المثلث الحجاجي** حيث تتآلف العناصر بعضها مع بعض؛ لتحديد الإطار التواصلي الذي تتم فيه عملية الحجاج. بناء على ماسبق، يمكن "التمييز في الحجاج بين المستويات التالية:

- **رأي الخطيب:** وهو ينتمي إلى المجال المحتمل، سواء تعلق الأمر بأطروحة ما، أو قضية، أو فكرة، أو وجهة نظر.
- **الخطيب:** الذي يحاجج لنفسه، أو لأجل الآخرين.
- **الدليل:** الذي يدافع عنه الخطيب.
- **المستمعون:** الذين يسعى الخطيب إلى إقناعهم، بالتزام رأيه الذي يقترحه عليهم، وقد يتعلق الأمر بشخص، أو جمهور...
- **سياق التلقي:** الذي يرتبط بمجموع الآراء والقيم، والأحكام التي يتقاسمها جمهور معين" [2].

وعليه، فالتواصل عند **هابرماس** يفرض أخلاقيات عقلية ينبغي توفيرها في طرفي الحوار ، أو المناقشة؛ ليصل كلا الطرفين إلى نتيجة معينة من خلال كلامه وبهذا، يمكن أن "يتحقق التواصل مع التمييز بين الفعل الغائي الاستراتجي، والفعل التواصلي"[3]. "وخطاطة **فليب بروتون** التالية، تشكل فكرة عن المثلث الحجاجي التي سبقت الإشارة إليها""[4].



[1]. philippe Breton: L'argumentation dans la communication , La Découverte; Repéres 204.Paris 2001.P: 16/17.

[2]. Ibid. P :18/198.

[3]. محمد الأشهب، الفلسفة والسياسة عند هابرماس، جدل الحداثة والمشروعية، دار النشر، منشورات دفاتر سياسية سنة 2006.

[4]. زكريا السرتي، الحجاج في الخطاب السياسي المعاصر، علم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن 2014 ص :77.

إلا أن نظرية الحجاج اللغوي، من خلال منطلقاتها الأساس، تلح على كون الحجاج ليس نوعا من أنواع الخطاب، وليس عملية يتم اللجوء إليها عند الحاجة، بل هو خاصية جوهرية للسان الطبيعي، ومؤشر له في بنيته التركيبية، وهذا المنظور ينعكس على موضع التواصل في نظرية الحجاج اللغوي. مما يؤكد أن الحجاج لا يتم بدون تواصل، كما أن التواصل لا يتم بدون حجاج، استنادا **إلى** مبدإ عام هو: **لا تواصل من غير حجاج، ولا حجاج من غير تواصل** . إنه مرتبط بكل أشكال التواصل، ومنه الخطاب البصري، والصورة الإشهارية، والأيقون بشكل عام، والتواصل قد يكون باللغة، أو بغير اللغة، والحجاج هو الآخـــر قد يكون لغويا، أوغير لغوي"[1].

[1]. حوار مع أبي بكر العزاوي، جريدة بيان اليوم المغربية، عدد 2006/12/2

الفصل الثاني:

- الحجاج قديما.
- البلاغة الحجاجية الحديثة.

المبحث الأول:

- **مفهوم الحجاج، نشأته، ومراحله**

تقـديـم:

لعل البحث في الخطاب الحجاجي، هو في حد ذاته دراسة في آليات التفكير ، وإنشاء المعرفة على خلفية، أن الحجاج نشاط ثقافي في الإنتاج والتلقي ؛ لذا يجب رصد نقاط القوة ، والضعف في المنظومات الثقافية التي تصل إلى المتلقي، خاصة تلك التي ترشح عن الوسائط الإعلامية.

الأمر الذي يدعو للتفكير ، والبحث في ما يقوي الجهاز المعرفي وينشطه؛ كي يضطلع بالمهمة النقدية التي توفر الإجابة عن جميع الأسئلة - أو أغلبها- المتعلقة بحقيقة الخطابات التواصلية، وكيفية بنائها، وآليات فهمها، وسبر أغوارها للوصول إلى أهدافها.

هي قضايا، واهتمامات فرضت نفسها أكاديميا من خلال رصد الإجابة عن الأسئلة التي تنتجها تلك الانشغالات الفكرية ضمن مختبر الخطاب الحجاجي، وأصوله، ومرجعياته، وآفاقه، كل هذا قصد البحث في مكونات الخطاب وأصوله (التواصل، الحجاج، التداول)، وكيفية ترابطها، سواء ما ارتبط منها بالباث، ومقصديته، أو ما استقر منها في ذهن المستقبل بعد الفهم والتأويل، هذا فضلا عما يرتبط بتلك المكونات التي تتعلق بالسياق ، وما يحيل إليه من أبعاد مختلفة . ولا يقف البحث هنا، بل يتجاوز ذلك إلى المناهج، وطبائعها التي تحصل بواسطتها الطريقة المثلى للتحليل حسب خصوصية ما يطرح من مواضيع كل واحد على حدة.

كل هذا يأتي استجابة للمساهمة في بناء نظرة حجاجية تساهم في ترشيد الخطاب التواصلي ، إذ لا تواصل، ولاحوار، ولا إقناع من غير حجاج.

1. مفـهــوم الحــجــاج:

1.1. الحجــاج لغــة:

يرجع مصطلح الحجاج إلى مادة "**حجج**" التي يمكن تركيب عدة كلمات مشتقة منها، مثل: **الحجة**، و**التحاج**، وبالرجوع إلى المعاجم اللغوية العربية يمكن اكتشاف بعض الفروق الدقيقة بين هذه المفردات اللغوية، وبين مقابلات أخرى، وعادة ماترد مرادفة للحجاج، مثل: الاستدلال والبرهان، ومن ذلك قول **الرازي**: "**الحجاج** في الأصل القصد، و**الحجة** البرهان، و**حاجه** فحجه من باب رد أي : غلبه بالحجة، وفي المثل: لج فحجج، فهو رجل محجاج بالكسر أي جدل ، والتحاج: التخاصم، والمحجة بفتحتين: جادة الطريق"[1].

[1]. ابن منظور، لسان العرب، المجلد الرابع، ط1، 2000، دار صادر للنشر، والتوزيع، مادة (ح،ج،ج)، ص: 38.

وفي لسان العرب يقال: **حاججته**، أحاجه حجاجا، ومحاجة، حتى حججته، أي غلبته بالحجج التي أدليت بها، والمحجة: الطريق، وقيل جادة الطريق، والحجة: البرهان، وقيل الحجة: ما فحم به الخصم. قال **الأزهري**: "**الحجة** الوجه الذي يكون به الظفر عند الخصومة، وهو رجل محجاج أي: جدل، و**التحاج**: التخاصم، وجمع الحجة حجج، وحِجاج، و**الحجة**: الدليل والبرهان يقال حاججته فأنا مِحاج وحجيج، فعيل بمعنى فاعل. إن لفظ **الحجاج** في هذا التعريف اللغوي له دلالات مستمدة مباشرة من الاستعمالات المتداولة له عند أهل العربية، حيث يعتبر السياق، ومقام تداول الحجاج مصدر هذه الدلالات: (**الخصومة / الخلاف // الجـدل / الغلبة**)، وكلها مواطن تخدم العملية التواصلية.

وكلمة الحجاج، بحكم صيغتها الصرفية فإنها تدل على معنى المشاركة في تقديم الحجج، وعلى مقابلة الحجة بالحجة"[1]. أما في **القرآن الكريم**، فقد تكررت مادة "**ح،ج،ج**" ستة عشر مرة، وقد جاءت لتفيد معان متباينة بين المخاصمة بالباطل، والمخاصمة بالحق، مصداقا لقوله تعالى: ﴿ **قل فلله الحجة البالغة فلو شاء لهداكم أجمعين**﴾[2]. و**الحجاج** في اللغة "**اللاتينية (argumentatio)** هو تنظيم استدلالي هدفه التحريض، أو زعزعة الالتحام لقضية ما، والقضية المستدل عليها مرتبطة منطقيا بمبادئ معينة، أواعتقادات مقبولة لدى المخاطب"[3].

إذا **فللحجاج** في اللغة اللاتينية هو: النسق المنظم من الحجج للتدليل على كذب الادعاءات، والتشكيك في مصداقيتها، خصوصا إذا كانت القضايا المطروحـة ذات بنى منطقية قابلة للتصديق. أما المفهوم العام للحجاج (**Argumentation**) في الموسوعة العالمية هو: "الطريقة التي تقدم، وتعرض بها الحجج، والمصطلح يحيل أيضا على مجموع الحجج التي تنشأ عن هذا التقديم "[4]، أي: هو طريقة تنظيم، واستعراض الحجج للمخاطب؛ لتكون في النهاية نسقا منظما من الحجج الموجهة.

و هذا المفهوم يقترب إلى ما ذهب إليه "**لالاند**" في قاموسه الفلسفي، حين عرف **الحجاج** أنه: "سلسلة من الحجج والبراهين تنتهي بشكل كلي إلى تأكيد نفس النتيجة، كما يرى أن **الحجاج طريقة** في تنظيم واستعراض الحجج، وبنائها، وتوجيهها نحو قصد معين يكون عادة الإقناع والتأثير، فتكون الحجة في سياق هذا العرض بمثابة الدليل على الصحة، أو الدحض"[5].

---

[1]. عبد الله صولة، الحجاج في القران من خلال أهم خصائصه الأسلوبية، دار الفارابي، لبنان ط،2 سنة: 2007، ص: 09.

[2].الأنعام الآية: 149.

[3]. Cf ; G.Leroux Argumentation ; Dictionnaire Des Notions philosophiques dirigé par Sylvain Auroux, PUF 2ème édit 1998, paris ; p 157.

[4]. Cf; Encyclopédique universalize/ 1995/ p: 937.

[5]. الحجاج في الخطاب الإشهاري، ص:3.على الموقع: faculty.ksu.edu.sa/maison/DocLib

2.1. الحجـــاج اصطلاحـــا:

المحاججة: شكل لغوي، ومضمون معرفي، تلتقي فيه أبعاد كثيرة، ومضامين متعددة للوصول إلى طرح قضية محل اختلاف ، ويبدو الصواب مطلب الطرفين ؛ لذلك جاء في تعريف **كريستيان بلانتان (Cristianne Plantene):** أن "**للمحاججة** وجه معرفي، ومعنى أن تحاجج: أن تمارس فكرا صائبا بواسطة الإجراء التحليلي، والائتلافي لبناء مادة معينة، ثم تطرح قضية للنقد، فيستخدم التفكير، والتفسير، والبرهنة بواسطة الحجج، والعلل والدلائل، كما تقدم الدوافع. بهذا تكون المحاججة اكتشافا، حيث تنتج إبداعا، أو لا شيء أقل من المعرفة"[1].

أما مفهوم **طه عبد الرحمن** للحجاج فهو: "كل منطوق به موجه إلى الغير؛ لإفهامه دعوى مخصوصة يحق له الاعتراض عليها"[2]، بل ذهب إلى أبعد من ذلك في قوله: "لا خطاب بغير حجاج، ولا مخاطب (بكسر الطاء) من غير أن تكون له وظيفة المدعي ، ولا مخاطب **(بفتح الطاء)** من غير أن تكون له وظيفة المعترض"[3]. كما بين **الدكتور عبد اللطيف نجيد:** "أن الحجاج فعالية تداولية، جدلية، يعتمد على الحركية، والحوار داخل مقام تواصلي محدد، بناء على الحجة المقنعة ، والمؤثرة في المتلقي، ويتألف عادة من مقدمة، ونتيجة، وعلاقة، فمتى تم تبني الحجة، انعكس ذلك على السلوك"[4]. أما **الدكتور محمد القاسمي**، فقد أشار إلى تعريف **بيرلمان للحجاج:** "باعتباره مجموعة من التقنيات الخطابية الموجهة إلى إقناع المتلقي، أو الرأي العام سواء كان المتلقي فردا، أو جماعة"[5].

على هذا الأساس، فإن الحجاج يرتبط بفن الخطابة عند **أرسطو**، التي تفترض كذلك طرفي التخاطب - المرسل والمرسل إليه - عن طريق اللغة بحيث "يحاول أحد الطرفين في هذا الفن أن يؤثر على الطرف المقابل تأثيرا يوجه به فعله، أو يثبت لديه اعتقادا، أويميله عنه، أو يصنعه له صنعا"[6].

---

[1] .Dictionnaire Hachette; sous la direction de Ghislaine Stora / p: 93.

[2]. طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، مرجع سابق، ص226.

[3]. المرجع نفسه، ص:226.

[4]. الدكتور عبد اللطيف نجيد، "دراسات في علم الدلالة، والتواصل "، ط الأولى:2015،الايداع القانوني2015/0002/ MO طبع IMAGERIE PUSN NEON. FES/ ص:85.

[5]. الدكتور القاسمي، البلاغة والحجاج بين الاتصال والانفصال، ص:36.

[6]. حمادي صمود، مقدمة في الخلفية النظرية للمصطلح، ص:12، ضمن أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية، من أرسطو إلى اليوم، منشورات كلية الآداب والفنون والعلوم الانسانية، تونس2.

المبحث الثاني:

- **الحجاج السوفسطائي.**
- **الحجاج الأفـلاطوني.**
- **الحجاج الأرســطي.**

2. الحجاج السوفسطائي، الأفلاطوني، الأرسطي:

1.2. الحجاج السوفسطائي:

السوفسطائيّ حركة فلسفية، وظاهرة اجتماعية برزت في القرن الخامس قبل الميلاد، تميز روادها بالكفاءة اللغوية البلاغية ، وبالخبرة الجدلية، ويتجلى ذلك من خلال تسميتهم التي كانت تعني : **(الحكيم الخبير)** بكل فن، وأسلوب.

لقد لعب وجودهم دورا كبيرا في تطوير البلاغة القولية التواصلية، والحياة الفكرية اليونانية عامة، بحيث غيروا مفهوم الفلسفة من اهتمامهم بالطبيعة إلى اهتمامهم بالإنسان، وعبروا عن هذا التغيير باهتمامهم الكبير باللغة ، والبلاغة والخطابة، ويعتبرون أول الواضعين الحقيقيين لعلم الخطابة، التي عبر عنها **جورجياس** بقوله: "الخطابة **(gorgias)** هي الفن الحقيقي، والأسلوب الصحيح في التفكير"[1]. كما أصبح الكلام عندهم فتانا، ومخادعا بعد أن كان موجدا للحقيقة ، ومقدما للمعرفة، ثم "أصبح أيضا أداة ووسيلة إقناع واقتناع ، تحمل المستمع على الاعتقاد، والظن بشتى الوسائل من دون أن تعير اهتماما للحق والباطل"[2]. إنهم لم يعلقوا النافع بالخير، بل علقوه باللذة، فحسب **أفلاطون** لذة الاستهواء بالنسبة للمقول إليه، ولذة النفع بالنسبة للقائل، وفي هذا الصدد يتنزل مذهب **"كوراكس (Corax)**، الذي هو استغلال المحتمل، وتوجيه الحجاج بحسب النفع الذي يقصد إليه المحاج"[3].

كما أضحت ممارسة السوفسطائين للبلاغة منهجا متبعا في الحجاج للحصول على سلطة المجتمع، بحيث كانوا يعلمون الشباب الخطابة، وكانوا يتقاضون مالا وفيرا على ذلك ، فالسوفسطائيون كان شغلهم التعليم، كما قال "**بروتاغوراس**": أوافق على أني سوفسطائي، ووظيفتي هي تعليم الناس"[4]. بل إن هدفهم تعليم طلبتهم البلاغة والإلقاء، والقدرة على الجدل حتى يتمكنوا من مواجهة كل مسألة تعرض عليهم، إما بفكرة صحيحة، أو عن طريق التلاعب بالألفاظ لإفحام السائل؛ لذلك كان من أهم تعاليمهم علم البلاغة. فهم يعلمون الغير كيف يخدم الفكرة، وعلى أي وجه كان يستعملها، سواء بالحق أو بالباطل، حتى روي عن أحدهم أنه قال : "ليس من الضروري أن تعلم شيئا عن الم وضوع لتجيب،

---

[1]. الزاوي بغورة: الفلسفة واللغة، نقد المنعطف اللغوي في الفلسفة المعاصرة، دار الطليعة، بيروت / ط 1.

[2]. ينظر المرجع نفسه، ص: 13.

[3]. محمد أمين الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة، المبحث الثاني: الحجاج اللساني ص: 191.

[4]. فريق البحث في البلاغة والحجاج : أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية ، من أرسطو إلى اليوم ، إشراف حمادي صمود ، منشورات كلية الآداب منوبة، 1998، عن هشام الريفي: الحجاج عند أرسطو، ص: 60.

وقال: إن في استطاعة كل سائل أن يجيب عن كل ما يسأل، ويكسب الخصم بشتى الوسائل كاللعب بالألفاظ، والاستعارات، والكنايات الجذابة بخداع المنطق ، وتمويه الحقيقة، من أجل ذلك ، سمي اللعب بالألفاظ والتهريج في الحجج (**سفسطة**)"[1].

وهذا إن دل على شيء، فإنما يدل على أن نظرتهم للحجاج ، تتجلى في التلاعب بالألفاظ مع الهروب من الحقيقة، وذلك باستعمالهم الحجج الواهية، والخداعة التي بواسطتها يقنعون المتلقي، ويؤثرون عليه، وقد "دفعهم هذا التوجه إلى القول بأن المدينة وكذا المدنية ، إنما تؤسسان في نظرهم اعتمادا على بلاغة القول، وأهل القول، وليس على أعمال أهل الصنائع، والحرف"[2].

1.1.2.الحجاج الأفلاطوني:

لقد اشتهر **أفلاطون** بمعاداته القوية للبلاغة، باعتبارها ، "تقوم على الرأي (**Doxs**)، والآراء تحيل دوما وفق منهجه على وقائع مزعومة، هي في أغلبيتها ناتجة عن الأهواء والمصالح، والرغبات والظروف. إذ كل واحد يرى الواقع كما يشتهيه، ويدعو واقعا ما ، يناسب أحواله الذاتية"[3]، كما أسس بلاغته المعادية خصوصا في محاورته **جورجياس**، على أساس مناهضته للسوفسطائين الأمر الذي "دفعه إلى فحص موضوع الخطابة في مقابلته (**علم / ظن**)، بحيث ذكر أن الإقناع نوعان: **إقناع يعتمد العلم، وإقناع يعتمد الظن.**

الإقناع الثاني في رأيه ، هو موضوع الخطابة السوفسطائية، فالعلم يقوم على مبادئ صادقة وثابتة، والإقناع من هذه الوجهة، يكون مفيد يكتسب الإنسان من خلاله معرفة، في حين نجد أن الظن يقوم على الممكن والمحتمل، فهو لا يكسب معرفة، بل ينشئ اعتقادا"[4] ظني.

وفي مقطع آخر من هذه المحـ ـاورة وضع تقييمـ ـا لوظيفة الخطابة فـ ـي ضوء المقابلة (**خير/ لذة**)، وذكر أن هناك صنائع تحقق الخير للإنسان، وهي : جسمه ونفسه، وذكر أن هناك ممارسات تجلب الإنسان وتخدعه، فهـ ـذه الممارسات جعلها تحت اسم جامع هو (**التملق**)، الذي يفيد اللذة والخداع، وفي رأيه، إن الخطابة السوفسطائية هي: "قول يتناول الظاهر لا حقيقة الأشياء، ويقصد تحقيق اللذة لا الخير"[5].

---

[1]. المرجع نفسه (بتصرف)، ص: 61.

[2]. أحمد أمين، وزكي نجيب محمود، قصة الفلسفة اليونانية، مطبعة الجنة للتأليف والترجمة والنشر، ط 5 / 1964/ ص: 99.

[3] .Chatelet françois, une histoire de la raison; p: 50

[4]. ينظر هشام الريفي، الحجاج عند أرسطو، مرجع سابق، ص: 63 .

[5]. المرجع نفسه، ص: 64 .

إضافة إلى ماسبق، فإن **أفلاطون** بنى بلاغته على المناقشة بين طرفين مفكرين غير مستعينين بأي شكل من أشكال السلطة والضغط، أوالإرغام، هذه هي البلاغة الحقيقية التي تنتج عنها المعرفة، لا التعبئة، أو التحريض الجماهيري، إنه التصور **الأفلاطوني** للبلاغة، الذي يتكون من شقين اثنين:

أولهما: يقوم على رفض حاسم للبلاغة خصوصا في المحاورة الخالدة **لجورجياس**، بحسب اعتمادها على الرأي العام الذي يسعى إلى الاعتقاد لا المعرفة . بل إن الخطيب قد يقدم نفسه باعتباره العارف، أو أعرف العلماء بأمور تعو د إليهم دون غيرهم، هذه الإدانة للبلاغة ، هي التي جعلت **أفلاطون** يقول على لسان **سقراط** في **جورجياس** "إنني أصرح بأن الخطباء ، والطغاة لا يتمتعون في حواضرهم إلا بسلطة تافهة"[1].

ثانيهما: الحوار الثنائي، الذي يكون فيه المتخاطبان ندين، ومختصمين في المجال المطروح للمناقشة، بحيث لا يحكم إلا المعرفة القابلة للتنفيذ في أي لحظة، مع استبعاد أي نوع من أنواع السلطة.

2.1.2. بلاغة الحجاج الأرسطي:

أعاد **أرسطو**، بعد أستاذه **أفلاطون**، فتح ملف البلاغة، واللافت للنظر أنه احتفظ بالتقسيم الثنائي **الجدل والخطابة**، غير أنه لم يطابق بينهما، كما فعل أستاذه، بل اعتبرها من الأدوات الأساسية التي لا يمكن لأي مجتمع أن يستغني عنها . إنها "أداة تسيير المجتمع في المؤسسات الديمقراطية **الأثينية**، أي في المحاكم حيث تلقى الخطب القضائية، وفي الجمعيات الشعبية حيث تلقى الخطب الاستشارية، وفي الأولمبيات حيث تلقى الخطب الاحتفالية"[2].

فالخطابة عند **أرسطو** صناعة مدارها إنتاج قول يبنى به الإقناع في مجال المحتمل، والمسائل الخلافية القابلة للنقاش، وصنف **أرسطو** التصديقات إلى نوعين:

- **غير صناعية:** كالشهود، والعذاب.
- **صناعية: أي** ما يعتمد على الحيل، وعلى الذات في صياغة الحجج من أجل التأثير في السامع.

فهذا الجانب هو تأثيري موجه لاستمالة الأنفس، وأما السابق فهو الجانب العقلي الذي جعله **أرسطو** في صدارة اهتمامه، فالعقل لا بد له من تصديقات**(حجج)** مقنعة، أما النفس فتجذبها الحجج المؤثرة، ثم صنف **أرسطو** حسب رأيه التصديقات الصناعية إلى ثلاثة أنواع ، يقول **أرسطو**: "فأما التصديقات التي يتم التحايل بها في الكلام فإنها أنواع ثلاثة : منها ما يكون **بكيفية المتكلم**، وسمته،

---

[1]. الدكتور محمد الوالي: مدخل إلى الحجاج، أفلاطون، وأرسطو، وشايم بيرلمان ص: 23 /عالم الفكر العدد 40.

[2]. المرجع نفسه، ص:24.

ومنها ما يكون بتهيئة السامع، واستدراجه نحو الأمـــر، ومنها ما يكون بالكلام نفسـه قبل التثبيت"[1].

و بالتالي، فعناصر بناء الخطابة عند **أرسطو** ثلاث وسائل:

1. الإقناع
2. الأسلوب
3. وترتيب أجزاء القول.

ثم دقق **أرسطو** في كل التفاصيل المتعلقة ببلاغة الخطابة وحيثياتها، وحين عمد للتنظير للبلاغة وصل إلى أنه لا يمكن تصنيفها حسب موضوعاتها؛ لأنها تتناول جميع الموضوعات، ولم يكن من الممكن أيضا تصنيفها حسب بنيتها؛ لأن البنى الخطابية عادة ما ترتبط بالسياقات الخارجية **(المقامات، وأحوال المخاطبين)**؛ لهذا صنف الخطابة وجنسها إلى ثلاثة أجناس":

1. **خطابة قضائية:** يكون المخاطب فيها قاضيا ينتظر منه أن يصدر حكما في قضايا وقعت في الماضي.
2. **خطابة استشارية:** يكون المخاطب فيها عضوا في جمعية يشاوره الخطيب في القضايا السياسية المستقبلية.
3. **خطابة محفلية:** تلقى في المحافل العامة على جمهور مختلط من الناس ينتظر منهم الاستحسان، أوالاستهجان، لما يسمعون"[2].

إن **أرسطو** "خرج عن سنة التأليف في صناعة الخطابة حيث هدم ما بنوا، واستعمل بعض المكونات التي قوضت ما أقامه على أنقاض البناء الأول . وأخذ عنهم ما ذكروه في أقسام الخطبة، والتأثير بالقول فيها، وأدرجه في مشروع أشمل، ومختلف، وبمشروعه هذا حول مركز الثقل في هذه الصناعة من التأثير إلى الإقناع، وأراد أن يقيم بين هذين الطرفين توازنا يكون التأثير بمقتضاه خادما للإقناع، وتابعا له. هذا التوازن كان المبدأ الأساسي في نظرية الحجاج الخطابي عند **أرسطو**، وعليه أقام معيار كتاب الخطابة"[3].

---

[1].أرسطو طاليس، الخطابة، الترجمة العربية القديمة، حققه وعلق عليه عبد الرحمن بدوي ، الناشر: وكالة المطبوعات الكويت، ودار القلم بيروت، ص: 9 /10.

[2]. محمد العمري، نظرية الأدب في القرن العشرين، إفريقيا الشرق، الطبعة الثانية/ 2004، ص:123.

[3]. هشام الريفي، فريق البحث في البلاغة والحجاج، أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، إشراف حمادي صمود، كلية الآداب منوبة، المجلد 1998، ص: 118.

2.2. أركان الخطابة الأرسطية:

1.2.2. الركن الأول الإقناع:

إن نظرية الحجاج **الأرسطية** تدور على محور الإقناع باعتباره ثمرة للتأثير بالقول، سواء في جنس الخطبة، أو في جنس المناقشة الجدلية؛ لأن مدار الأمر فيهما معا هو الاستدلال . ليس غريبا على مثل **أرسطو** أن يعطي القدرة على الإقناع المنزلة العظيمة في نظريته الحجاجية في بيئة ، "كان الخطباء فيها يقلبون الحجج في المحاكم، ويحاولون بالقول كسب القضايا التي يدافعون عنها، كما كانوا في الساحات العامة، والأندية يجاهرون بالدعوة إلى مذهب، أو رأي، أو طريقة في الحكم، وكانت السلطة الكبرى في تلك الساحات للقول المقنع القوي بحججه، وقدرته على التأثير"[1].

يفهم من ذلك أن الحجاج عند **أرسطو**، وسيلة تأثير بالقول، وإقناع بالحجج ، وتوجيه إلى العمل، خاصة الحجاج الخطابي، إن هذا الإقناع، أوالحمل على الاقتناع، لا يمكن أن يتحقق إلا بمقابلة الحجة بالحجة، والرأي بالرأي.

2.2.2. الركن الثاني الاستدلال:

يعتبر الاستدلال في النظرية الحجاجية **الأرسطية** عموما، وفي محور الإقناع خصوصا ، المستوى الأساسي الذي ينبني عليه الفعل الحجاجي؛ لذلك نراه لم يهتم بدور الدلالة اللغوية في الحجاج، إلا بمقدار علاقتها بالاستدلال "[2]. وفي تناول **أرسطو** للحجاج، من حيث طريقة الاستدلال، رأ ى أن "الحجاج يستعمل فيه الشكلان الاستدلاليان الجامعان لديه، أي : **القياس، والاستقراء،** ولا شيء في الحجاج يقع خارج هذين الشكلين في تصوره"[3].

بمعنى أن القياس، والاستقراء هما الصورتان اللتان تتحقق بهما الوحدات الحجاجية في النظرية الأرسطية. ففي "الجدل قياس جدلي **(dialectique syllogisme)**، وهو قياس تبكيت في الغالب **(S.Réfutatif)**، وفيه استقراء جدلي، أما في الخطابة فهناك أنواع مختلفة ، منها : قياس خطي**(oratoire syllogisme)**، أو ضمير**(Enthyméme)**، وفيها مثل **(Exemple)**، والمثل نوع من الاستقراء على حد قول أرسطو"[4].

---

[1]. هشام الريفي، الحجاج عند أرسطو، مرجع سابق، ص:157 (بتصرف).

[2]. المرجع نفسه، ص: 157(بتصرف).

[3]. نفسه ص:160.

[4]. نفسه ص:161.

خلاصة القول، إن "**التبكيت** (القياس الجدلي)، والاستقراء الجدلي، والضمير والمثال، كلها وحدات حجاجية دنيا في النظرية الأرسطية"[1]. إذ هي الأساس في بناء الحجاج عنده، الذي يقوم على بنية استدلالية منطقية جامعة تتكون من ثلاثة أركان هي : المقدمات، وعلاقة الاستنباط (**Inférence**) والنتيجة، "فالبرهان والحجاج عنده، نمطان من الاستدلال لا يختلفان في الصورة، بل يختلفان في المادة"[2]، وتجدر الإشارة هنا، إلى أن الحجاج عند **أرسطو** ذو بعد نفعي توجيهي، بمعنى أنه: "من جنس الأعمال بالقول التي يراد بها أن يكون الكون موافقا للقول . فهو: "بهذا الاعتبار، لا يسار إليه لذاته ؛ لمجرد المحاجة، بل لتحقيق أعمال عديدة بالقول منها: الإقناع، والتبكيت، وغيرهما"[3].

3.2.2.الركن الثالث الموضع (Topique): الموضع، أو المواضع وهو عبارة عن مستودعات ذهنية للحجج التي تتقاسمها الأطراف المتحاجة ، وهي حسب **أرسطـــو:** " طريقة أو جهة استكشاف الحجج اللازمة، في موقف أو مقام"[4]. لهذا يوصي **أرسطو**، بأن: "بلني الحجاج عليه أن يحاول امتلاك المواضع أحسن امتلاك؛ لأن تحتها تقع الحجج في الغالب "[5]، فما على بلني الحجاج إلا أن يحدد قضية محاجته، ثم بعد ذلك ستتوارد لديه الحجج المناسبة لها بطريقة عفويـة، بواسطة تحريك المواضع ، و" تعتبر عملية استكشاف الحجج، عملية أساسية في نشوء الخطاب الحجاجي عند **أرسطو**"[6]، وقد أفرد لها كتابخاصا هو: **المواضع (Les topiques).**

4.2.2. الركن الرابع بناء الحقيقة: لقد ذهب أرسطو إلى أن: "الإنسان يستعمل الحجاج في الأصل؛ لحل ماهو خلافي، معتمدا في ذلك الاستدلال الحقيقي، وباحثا عن أقرب الأحكام إلى الحق"[7]، وهذا البند هو الأصل في الحجاج رغم كون "المعرفة الجدلية، أو الحجاجية ظنية عند مفكري اليونان "[8] عامة، و"**أرسطو** خاصة"[9]. إلا أنها تحقق أقرب الأحكام إلى الحق، وخاصة في معرض، أو مشروع هدفه معارضة السفسطة، وأغاليطها(...). ويرى **أرسطو** في الحجاج، وسيلة لبناء الحقيقة وبيان الحق، أوعلى الأقل وسيلة للتقريب بينهما.

---

[1]. أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية، مرجع سابق/ ص:161 (بتصرف).

[2]. نفسه، ص:160.

[3]. نفسه، ص:159 (بتصرف).

[4]. ترجمة محمد الوالي، وعائشة جارير، البلاغة: المدخل لدراسة الصور البيانية، فرانسوا مورو، ص:06.

[5] . أرسطو: في المقالة الثامنة من كتابه"المواضع"Lestopiques".

[6]. أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية، من أرسطو إلى اليوم، مرجع سابق، ص:193(بتصرف) .

[7] . نفسه، (بتصرف).

[8] . الجويني، الكفاية في الجدل، تحقيق حسين محمود فوقية، نشر، مطبعة عيسى البابي الحلبي، القاهرة/1979 ص:52

[9] . د. أميرة حلمي مطر، " تاريخ الفلسفة عند اليونان": فصل"الجدل الأرسطي".

3.2 بناء مراحل الحجاج عند أرسطو : لقد رفض **أرسطو** العديد من الأساليب السوفسطائية المغالطة، مثلما رفض المثالية المفرطة، وغير الموضوعية لأستاذه، ودعا إلى بلاغة يكون الحجاج مركزها، ولم ينظر إلى الحجاج نظرة اختزالية، بل تكاملية تفاعلية مع مختلف فروع المعرفة الإنسانية آنذاك، بحيث جعل نتاج القول الحجاجي، يمر من ثلاث مراحل:

ا. **مرحلة الأوريسيس (Eurésis):** أي مرحلة البحث عن مواد الحجاج، ومسالك الحجج وبنائها، وقد ترجمها **عبد الرحمان بدوي** "بمصادر الأدلة"[1]، أو التصديقات كما "يقول **الشراح** من فلاسفة العرب"[2].

ب. **مرحلة التاكسيس(Taxis):** هي مرحلة ترتيب أجزاء القول، وهي باللاتينية (**Dispositio**)

ت. **مرحلة الليكسيس(Lexis):** هي مرحلة التحسينات، واختيار الألفاظ والتعبيرات، كما سماها **ابن سينا الأسلوب**، وتسمى **باللاتينية(Elocutio)**.

هناك مرحلة أخرى أضافها من خارج القول، أو من خارج الحجج، وهي مرحلة **الإيبوكرسيس (Hypocrisis)**: التي يقابلها باللاتينية لفظة **(Actio)**، ويمكن أن نطلق عليها كذلك **المعينات الجانبية** أي: المساعدة على "إيقاع التصديق، وبلوغ الغرض المقصود"[3]، هذه المعينات تشمل كل ما من شأنه "أن يميل السامعين إلى الإصغاء، والاستماع، والإقبال على المتكلمين بالوجه، وتفريغ النفس لما يريدونه، فقد تكون طريقة الإلقـاء، أو حسن هيئة المتكلم، أو جمال صوته، أو غرابة حركاته، أو حسن توظيفه للمقام، أو غير ذلك(...)"[4].

يستنتج من هذه الوقفة القصيرة مع **الحجاج الأرسطي،** رفضه العديد من الأساليب السوفسطائية المغالطة، مثل ما رفض المثالية المفرطة، وغير الموضوعية لأستاذه، ودعا إلى بلاغة يكون الحجاج مركزها، وتكون العناية فيها بمختلف أطراف العملية التواصلية بالغة وأساسية، ذلك أنه لم ينظر إلى الحجاج نظرة اختزالية، بل تكاملية تفاعلية مع مختلف فروع المعرفة الإنسانية آنذاك.

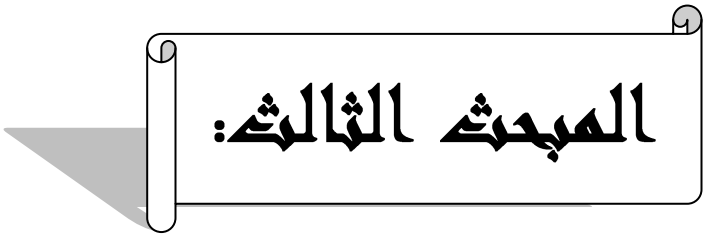
---

[1]. ترجمة بدوي، الخطابة: أرسطو/ ص:193.

[2]. الحجاج عند أرسطو/ ص:180.

[3]. الحجاج عند أرسطو/ ص:180.

[4]. عبد السلام آيت إبراهيم، بحث لنيل الدكتوراه "الحجاج في الرسائل الدوانية" ص:68.



- **الحجاج عند العرب.**

1. الحجاج عند العرب:

1.1.الحجاج في القرآن:

الحجاج القرآني: هو الحوار الذي يراد به الإبانة ، والإبلاغ والإقناع، وذلك باستخدام الدلائل العقلية والعلمية ، واللغوية والفطرية ، والواقعية والبينات القرآنية الكونية في الأنفس والآفاق، إثباتا لحقيقة الإسلام، والإيمان بالله، ولقائه ورسله وجزائه، وقضايا الآخرة بعثا وحشرا ، ونشرا وعرضا، وحسابا ومصيرا، بحيث لم يترك القر آن الكريم شاذة ، ولا فاذة من قضايا الناس، إلا وتحدث عنها مصداقا **لقوله تعالى ﴿ ونزلنا عليك الكتاب تبيانا لكل شيء وهدى ورحمة، وبشرى للمسلمين﴾**[1].

لقد ورد موضوع ، "**الحجاج** في القرآن الكريم 20 مرة" [2]، بينما ورد "بمرادفه الجدل 29 مرة"[3]، والمصطلحان معا قد استعملا على نفس الشخص، وهي شخصية النبي **إبراهيم** عليه السلام، فقال في الأول: ﴿**وحاجه قومه، قال أتحاجوني في الله وقد ه ــدان**﴾،[4] وفي استعمــال مرادفه، قال: ﴿ **فلما ذهب عن إبراهيم الروع، وجاءته البشرى يجادلنا في قوم لوط** ﴾،[5] وسواء كان استعمال الحجاج بلفظه، أو بمرادفه في القر آن الكريم، فإن المقصود بذلك هو إرساء العملية الحجاجية على دعائم أخلاقية، وإخضاعها واعتبارها وسيلة دعوية، وتبيان ذلك كالتالي:

1. **الدعائم الأخلاقية:** تتجلى في التوجيه الإلاهي إلى :

- ✓ ضرورة "المجادلة بالتي هي أحسن **(مجادلة أهل الكتاب، والكفار)** على حد سواء ؛ رجاء إرجاعهم إلى الطريق السوي، أوالمستقيم"[6].
- ✓ التوقف عن المحاجة إذا خرجت عن حد الاعتدال والحكمة، والعقل والعلمية.
- ✓ عدم تحويل كل محاجة إلى مراء.

2. **الضوابط العلميــة:** تتجلى في السماح بالحجاج والحث عليــه، وقد نطق القرآن الكريم بالمن في الجــدل بمن لا علم له، وقد ورد الأمر ب ــه لمن علم، وأتقن، **قــال تعالى: ﴿وجادلهم بالتي هي أحسن﴾**[7].

---

[1]. سورة النحل الآية: 89.

[2]. فؤاد عبد الباقي، "المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم"، الناشر: دار الكتب المصرية.

[3]. المرجع نفسه.

[4]. سورة الأنعام الآية: 81.

[5]. سورة هود الآية:73.

[6].الباجي، "المنهج في ترتيب الحجاج" دار الغرب الإسلامي، بيروت تحقيق، عبد المجيد تركي سنة الطبع: 2001، ص:73.

[7]. سورة النحل الآية: 125.

بما أن الحجاج القرآني يعود إلى طبيعة الجو والمقام الذي نزل فيه القرآن، فإنه يغلب عليه جو الخصومة، والمحادثة والعناد، والتي جاءت نتيجة للأسباب التالية:

1. **الثورة الجديدة في المفاهيم، والنظم الاجتماعية.**
2. **التحدي الصريح للعرب.**
3. **طبيعة البيئة العربية التي تتميز بالتمسك بالتقاليد.**
4. **العجز عن الطعن في مضمون، وبناء الخطاب القرآني.**

هذا ماجعل الخطاب القرآني الذي بنى لغته على مختلف أنواع الحجج والبراهين ، والأدلة العقلية يحث فيها الإنسان على إعمال عقله، وطاقاته الإدراكية والشعورية، والبلاغية. يفهم من كل هذا أن القرآن الكريم، يأذن بالحجاج في حدود العلم واليقين ، وفي المقابل، ينهى الإنسان ، "أن يتكلم على مالم يقع له العلم به"[1].

3. اعتباره وسيلة دعوية:

يعتبر **الحجاج** في القرآن وسيلة دعوية؛ لربط الإنسان بربه، ووصله بخالقه، وتعريفه بحقيقة نفسه، والكون من حوله، فكثيرا ما يحاج **القرآن** الإنسان في لطف عجيب، وأدب غريب، سالكا منهجا عقلانيا برهانيا، كما في الآية الكريمة التالية **قال تعالى:** ﴿**وهو الذي يحيي ويميت، وله اختلاف الليل، والنهار، أفلا تعقلون**﴾[2]. وقد يتخذ أحيانا أخرى، مسلكا بيانيا بصدق نبوة محمد صلى الله عليه وسلم، ومن دعوية الحجاج في القرآن، حث المسلمين على مجادلة أهل الكتاب، والكفار بالتي هي أحسن، في إطار أخلاقيات الدين وحضارته ، مما جعل آيات القرآن الكريم متميزة بأساليب حجاجية تعتمد على إعمال العقل والتفكير، والبرهان والحجة، وذلك لرد الرأي برأي أقوى منه، والحجة بحجة أبلغ منها.

2.1.الحجاج في البلاغة العربية القديمة:

تعد البلاغة العربية بناء متكاملا، ونصا لا يمكن فهم أوله إلا بعد قراءة آخر سطر منه، إلا أنها لم تهتم في بادئ الأمر بالمخاطب، مما جعل حضوره لاحقا، عاملا قويا في تغي ي الخطاب البلاغي العربي، وفي بروز بلاغة جديدة عمادها البيان والحوار، والحجـاج، والإصغـاء إلى الآخر. في هذا الجو الفكري، ظهر **الجرجاني (471 ه)** الذي رأى أن البلاغة باعتبارها علما كليا لا يمكن أن تكون كذلك، إلا إذا كانت مدعومة بالنحو والمنطق، وإلا بقيت مبحثا بسيطا، وتلاه **الجاحظ** الذي دافع

---

[1].المنهاج للباجي، تحقيق عبد المجيد تركي، دار النشر: دار الغرب الإسلامي، بيروت سنة الطبع 2001/ ص:10.
[2]. سورة المؤمنون، الآية: 81 .

عن الحوار وثقافته، محاولا وضع نظرية لبلاغة الحجاج والإقناع، يكون مركزها الخطاب اللغوي بكل ما يصاحبه من وسائل إشارية ورمزية، ودلالات لفظية ، وغير لفظية ، أساسها مراعاة أحوال المخاطبين؛ لأن أول البلاغة في نظر **الجاحظ:** هو اجتماع آلياتها،" ومدار الأمر، والغاية التي يصبو من أجلها القائل، والسامع، إنما هو الفهم، والإفهام"[1].

قديما كان للحجاج حضوره في البلاغة العربية ، التي شكلها البرهان والإقناع، أحد أهم مباحثها، ويمكن القول أن البلاغة العربية ، ظل يتجاذبها جانبان أساسيان : جانب التواصل والإبلاغ، وجانب الفن والجمال، وقد توسع د عبد **السلام المسدي** في دراسة دلالات مصطلح البلاغة عند الجاحظ، وأحصى نسبة استعمال كل مصطلح، فتوصل إلى أن مصطلح البلاغة له ستة محاور عامة، وهي":

1. استعمال لساني عام مفاده مجرد الحديث اللغوي، أو ما يسمى عند المحدثين بالبث.
2. استعمال فيزيولوجي فكري، يتمثل في الانسجام الزمني بين الدوال، والمدلولات.
3. استعمال منطقي لساني، يهدف إلى الإقناع.
4. استعمال لغوي نفسي، هدفه التأثير.
5. استعمال أسلوبي، يدور حول مضمن الكلام لخصائص تمييزية ، يتحول بها من مج رد إبلاغ رسالة لسانية إلى مادة من الخلق الفني.
6. استعمال لا لساني، يتمثل في تنويع الأداء كالسكوت، والإشارة وغيرهما"[2].

من هنا يلاحظ أن البعد الحجاجي، يتداخل مع استعمالات أخرى، وخاصة، الاستعمال اللغوي النفسي الهادف إلى التأثير، والاستعمال الأسلوبي الذي يدور حول ما يتضمنه الكلام من خصائص ، يتحول بها من مجرد إبلاغ رسالة لسانية إلى مادة فنية.

إضافة إلى ماذكر، "فقد لعبت المؤثرات الأجنبية دورا لا يستهان به في تطوير الدرس البلاغي العربي، وإثرائه، وفتحه على الكثير من المجالات ، والحقول المعرفية المجاورة، ويشهد على ذلك حضور العديد من الألوان المؤثرة كالفارسية والهندية، إلا أن حضور المؤثر اليوناني، كان بارزا ملموسا انطلاقا من القراءات التي تناولت كتب المعلم **أرسطو** بالترجمة، والاختصار والشرح، وهذا التأثر ثابت بالأدلة، والقرائن اللفظية، والمعنوية بشهادة نقاد العرب القدامى أنفسهم"[3].

---

[1]. محمد الأمين الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة، ص: 211.

[2]. لمسدي عبد السلام، المقاييس الأسلوبية في النقد العربي، من خلال البيان والتبيين للجاحظ، حوليات الجامعة التونسية، العدد 1976/13، ص:149 / 150.

[3]. محمد الأمين الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة، مرجع سابق، ص: 210 .

المبحث الرابع:

- **البلاغـة الجـديدة.**

1. تـطــور البـلاغــة الحجــاجية عنـد الغـرب:

1.1.الحجاج في البلاغة الجديدة عند بيرمان، وزميله:

لقد اتسع مجال الخطابة وآفاقها، باعتبارها فن الإقناع عبرالخطاب، ولاسيما بعد ظهور الكتاب المعنون ب : **مصنف في الحجاج** لمؤلفيه **بيرلمان، وتيتيكا،** حيث شكل ظهوره سنة 1958 منطلقا جديدا، وأساسا في علم الخطابة الجديدة، الذي مثل نظرة منطقية للحجاج، إذ يعتبر مشروعه البلاغة الجديدة، أوالخطابة الجديدة، الذي كان محل بحث، لا سيما في الكتاب السالف الذكر، **دراسة في الحجاج** ، الذي صنفه **بيرلمان** بمعية **تيتيكا،** حيث يعتبر اختراقا لمعنى البرهان، والاستدلال الديكارتي، وهو ارتباط بثنائية **أرسطو** الجدل المأخوذ من العلم والبلاغة، فبالنسبة **لبيرلمان،** "يمكن للاستدلال أن يقنع دون أن يكون حسابا، كما يمكن أن يكون دقيقا، دون أن يكون علميا"[1].

هذا وقد اهتم **بيرلمان** خصوصا بالخطاب، أو ما يسمى عند أرسطو **باللوغوس،** وفي الوقت نفسه، كان يعنى **بالإيتوس (القيم الفضلى)، والباتوس (الأهواء، والانفعالات)** على حد سواء.

الأمر الذي دفعه إلى التركيز على ثلاثة مرتكزات أساسية في الخطاب البلاغي، هي : اللغة **(اللوغوس)**، والمرسل**(الإيتوس)**، والمرسل إليه **(الباتوس)**، "هذا ما دفعهما إلى القول بأن الحجاج يطلق على العلم، وموضوعه الحجاج، أي على تقنيات الخطاب التي تؤدي بالذهن إلى التسليم بما يعرض عليه من أطروحات، أو أن تزيد في درجة التصديق"[2]،

كما أولى عناية كاملة مع **تيتيكا** في كتابه **(المختصر في الحجاج)** بتاريخ البلاغة في ضوء بعدها الحجاجي، وكل هذا، يـدل على أن **بيرلمــان** قد أسس بلاغة جديدة هي بلاغة الحجاج.

لقد "انتشرت نظريته بشكل كبير في سنوات السبعينيات من القرن العشرين، ومن ثم، فقد بنى البلاغة المعاصرة على أسس حجاجية ومنطقية، وفلسفية محضة، متأثرا في ذلك بأرسطو صاحب كتاب **(الريطوريقا/ البلاغة)**"[3]. بمعنى، أن **بيرلمان** قد تمثل المنهج الأرسطي في التعامل مع البلاغة في ضوء رؤية حجاجية إقناعية جديدة، مبتعدا عن تصورات أفلاطون الجدلية، وإن كانت "البلاغة عند **بيرلمان** تطرح أكثر ما يطرحه أرسطو في كتابه **(الريطوريقا)**"[4].

---

[1]. Philippe priton l' argumentation dans la communication 3éme édition. La découverte/ paris: 2003P:11.

[2]. الدكتور القاسمي: البلاغة والحجاج بين الاتصال والانفصال، ص: 36.

[3] .Chaïm Perelman et Lucie Olbrechts-Tyteca: Traité de l'argumentation: La nouvelle rhétorique, Presses Universitaires de France, Paris, 1958.

[4] . جميل حمدون، من البلاغة الكلاسيكية إلى البلاغة الحديثة، منشورات مجلة علامات(بتصرف).

يضاف إلى هذا، أنه قد جدد البلاغة الغربية المعاصرة في ضوء آراء **أرسطو**، مع إضافة تصورات حجاجية جديدة أي : قد انطلق من أفكار **أرسطو** حول البلاغة شرحا، وتوسيعا، ومناقشة، بحيث أوجز فكرته حول البلاغة "بأنها: برهنة استدلالية، أو فلسفة عقلانية للتمييز بين الأفكار القيمة، وغير القيمة، وفرز الحجج الصائبة من الخاطئة "[1]، علاوة على ذلك فإن أهمية نظريته تكمن في تبيان طبيعة العلاقة الكائنة بين البلاغة والمخاطب، سواء كان فردا أم جماعة، والغرض من ذلك كله ، هو كشف الزيف والوهم، والمحتمل والدفاع عن الحقيقة الصادقة ، ومن جهة أخرى، اهتم بالمرسل ، أوالخطيب الذي يستعمل **اللوغوس**؛ للتأثيرعلى المخاطب، لكنه يرى أن خضوع المخاطب لرغبات المتكلم وأهوائه وقناعاته، فيجعله يقتنع بخلاصة أفكاره ليس من الضروري، بل لابد أن يعلم بأنه إنسان حر، عليه أن يستخدم عقله وحججه ؛ لتقويم الأفكار المقدمة له، ولو كانت تعارض بشكل من الأشكال أفكار المتكلم جملة وتفصيلا، يدل ذلك على أن **بيرلمان** يؤمن بحرية الاقتناع والحجاج.

فليس هناك إكراه، أو جبر في عملية الإقناع والتأثير ، فالمخاطب حر على مستوى الاقتناع، أوعدم الاقتناع، والجديد في طرح **بيرلمان**، أن البلاغة الكلاسيكية بلاغة تعليمية ومعيارية، وخطابية ومنطقية، مطالبة بإقناع المتلقي بصحة أفكار المتكلم ترغيبا وترهيبا ، لكنه يرفض هذ ا التصور الجبري. ويرى أن البلاغة الجديدة تهدف إلى إقناع الآخريـن بصحة أفكار المحاجج، أو عدم الاقتناع بها، خصوصا إذا كانت لاتتلاءم مع تصوراته، ورغباته ورؤاه وقناعاته، الذهنية والفلسفية.

لذلك ميز بين "الإقناع، والاقتناع، فالأول يكون من قبل الغير ، والثاني يكون من المرء من تلقاء نفسه، أو بعبارة أخرى دون تدخل الغير ، ففي هذه الحالة يكون قد أقنع نفسه بأفكاره الخاصة، وفي حالة الإقناع، فإن الغير هو الذي يقنعه، هذا هو هدف الحجاج حسب ما نص عليه في نظريته الحجاجية"[2]. على العموم، فإن تصوره الحجاجي ينبني على تلك العلاقة التي تجمع بين المتكلم والمرسل إليه، إلا أن جديد **بيرلمان**، هو التركيز على المخاطب ضمن رؤية استهوائية إقناعية ، وتأثيرية. بمعنى أنه ربط الحجاج ، بالمخاطب أكثر مما ربطه بالمتكلم ، و**اللوغوس**، إذ البلاغة الحجاجية هي بلاغة غير شكلية **(بلاغة ذاتية)** مقارنة بالمنطق الصوري، **(بلاغة موضوعية)** حاضرة في المجتمعات السيميائية والديموقراطية، وأداة مهمة لبناء المعرفة، وفهم عمليات الإقناع والتأثير.

---

[1] . المرجع نفسه.

[2]. سعيد فاهيم، معاني الحجاج في القرآن الكريم ، وسياقاتها المختلفة الجمهورية الجزائرية الشعبية ، كلية الأداب والعلوم الانسانية جامعة مولود معمري، ص: 16.

فإذا كان كثير من الدارسين ، مثل: "**رولان بارت**، وجماعة **مو**، قد فشلوا حينما بحثوا عن آليات البلاغة القديمة من أجل إغناء السيميولوجيا، فإن **بيرلمان** قد نجح في ذلك كل النجاح، حينما بنى بلاغة حجاجية، تهدف إلى الحكم على الحجج ، والأفكار والقيم، في ضوء فلسفة عقلانية، بعيدا عن قواعد المنطق الجافة. هذا يدل على أن الفكر الإنساني ليس دائما برهانيا واستدلاليا؛ لذلك نجد أفكارا غير منطقية، ولكنها تحمل في طياتها ما هو حجاجي، كما هو حال الجمالي أو الفني، الذي يقوم على وظائف حجاجية بامتياز، مما يدل أن حجاجيته ، ذاتية ومتغيرة، مادام تركيزه على الذوات على عكس حجاجية **بيرس (Peirce)** فهي منطقية وفلسفية، تتعامل بموضوعية مع العلامات والرموز، والإشارات والأيقونات التي تتخذ طابعا ثابتا، الأمر الذي جعل **بيرلمان** يولي اهتماما بالعلاقات اللغوية التي تكون بين المرسل، والمتلقي من خلال مراعاة القصد، والمقام والسياق، سواء أكان سياقا داخليا أم خارجيا"[1].

إذا كانت الدراسات البلاغية السابقة **(دومارسيه، وفونتانيي، ورولان بارت، ورومان جاكبسون، وجماعة مو)**، قد تعاملت مع البلاغة من زاوية نحويـــة، أولسانية بنيوية من خلال دراسة الصور ، دراسة معيارية، أو وصفية، فإن "**بيرلمان** قد درس البلاغة في ضوء رؤية حجاجية محضة ، من خلال التركيز على مكونات بلاغية ثلاثة: **اللوغوس (اللغة)، الإيتوس (القيم)، الباتوس (الأهواء)**، كما أشار إلى أن الصور البيانية هي ذات وظيفة حجاجية"[2].

وعليه، فإنه ينظر إلى الحجاج من وجهة بلاغية مركزا على المخاطب واللغة التي يستخدمها المتكلم؛ لإقناع المتلقي نحويا ومعجميا، بغية الوصول إلى الحقيقة عبر البرهنة والاستدلال، سواء اقتنع بذلك المتلقي، أم لم يقتنع . من هنا، فإن الحجاج موجود بالقوة في التداول اللغوي بصرف النظرعن طبيعة الخطاب (شفويا كان، أم كتابيا)، حيث يبدو الحجاج من خلال "مظهرين لغويين: أحدهما مصرح به وهو السؤال، وثانيهما ضمني يتم التعبير عنه في أشكال قابلة للاستدلال"[3].

إن البلاغة الحجاجية عند **بيرلمان**، تسعى إلى استكشاف آليات الحجاج ، عبر التوقف عند الدعوى، والأفكار المعارضة، واستخدام الأدلة والبراهين والحجج، والإشارة إلى الأفكار المشتركة التي يتفق فيها المرسل والخطيب، واستحضار الخطاطات الحجاجية، واستعراض عمليات الاستنباط

---

[1]. جميل حمدون، مرجع سابق.

[2]. المرجع نفسه.

[3]. الدكتور: محمد القاسمي، البلاغة والحجاج بين الإتصال والانفصال، منشورات مختبر التواصل، وتقنيات التعبير كلية الآداب والعلوم الإنسانية، آفاق جديدة في الخطاب، ص:35.

والاستقراء، وخطوات الإقناع، والتأثير على حد سواء. إلا أنه "اختار الخطاب القضائي، أوالاستشاري نموذجا دراسيا للتطبيق، باستعراض مختلف الحجج، والحجج المضادة ، والتجارب التي تطرح بهدف ممارسة التأثير الذاتي، والإقناع الموضوعي، كما يتميز الحجاج في تصور **بيرلمان**، بخمسة ملامح رئيسية".[1] وهي كاتالي:

- أن يتوجه إلى مستمع - أن يعبر عنه بلغة طبيعية.
- أن تكون مسلماته احتمالية.
- ألا يفتقر تقدمه إلى ضرورة منطقية بمعنى الكلمة.
- ألا تكون نتائجه ملزمة.

بناء على ماذكر،" يبدو **أن بيرلمان** لم يزاوج بين البلاغة، والجدل فقط، بل إنه استطاع أن يعثر على ذلك الخيط الرفيع، الذي يمكن اعتماده لمصالحة تاريخية بين **أرسطو، وأفلاطون**".[2]

خلاصة القول ، إن النظرية الحجاجية **البيرلمانية**، ليست بديلا عن النظرية الحجاجية **الأرسطية**، بل توسع لها إلى الحدود التي لم يتصورها القدماء ، بل ربما "اتسع المجال؛ لكي يشمل ما كان **أرسطو، وأفلاطون** يدعوانه الجدل، باعتباره بلاغة شريفة، وحوارا بين المختصين "[3]. أما السفسطة فقد اعتبرها بلاغة خادعة تتدرع بغموض الكلمات والتباسها، وتعددية معانيها، واستغلال سذاجة المتلقي، وهيمنة المتكلم. يقول **بيرلمان**: "إن بلاغة القدماء لا تمثل، في هذا التصور ، إلا نوعا خاصا من هذا الجنس الذي يشمل دراسة مجموع الأدوات الحجاجية المستهدفة للإقناع"[4].

1.1.1. نظرية الحجاج عند ديكرو:

لعل الحديث عن الحجاج في اللغة ، يقتضي منا الوقوف عند مؤلفات **ديكرو (ducrot)**، ولا سيما كتابه **الحجاج في اللغة (L'Argumentation dans la langue)**، الذي كتبه بمعية **كلود انسكمبر (C.Anscombre)**، فيه تحدث عن حجاج مختلف عن الحجاج **البيرلماني**، فهو يقوم على اللغة

---

[1]. محمد سالم ولد محمد الأمين، مفهوم الحجاج عند "بيرلمان" وتطوره في البلاغة المعاصرة، ص: 61.

[2]. الدكتور محمد الوالي، "مجلة عالم الفكر" العدد40، مدخل إلى الحجاج، أفلاطون وأرسطو، وشايم بيرلمان، ص:35.

[3]. **د.** محمد الوالي، "بلاغة الإشهار" مجلة علامات، العدد، 18 ص: 64.

[4]. المرجع نفسه .

بالأساس، أي يكمن فيها، بينما عرف العالم اللغوي، **بيرلمان** الحجاج باعتباره: "مجموعة من الأساليب، والتقنيات في الخطاب التواصلي تكون شبه منطقية، أو شكلية، أو رياضية"[1].

إن **الحجاج** عند **ديكرو**، كامن من حيث بنيته في اللغة ذاتها، كما يدل على ذلك عنوان الكتاب **(الحجاج في اللغة)**، وهو: "إنجاز لعمليتين أساسيتين هما:

عمل التصريح بالحجة من جهة، وعمل الاستنتاج من جهة أخرى، سواء كانت النتيجة مصرحا بها، أم مضمنة "[2]. كما "**يرى** الحجاج فعلا لغوي، وليس بفعل خطاب؛ لأنه يقوم على بناء معنى الملفوظ"[3].

حيث بين أن الحجاج باللغة يجعل الأقوال تتابع، وتترابط على نحو دقيق، وأن المتكلم يجعل قولا ما حجة، إذا أقنع به المتلقي، على نحو صريح، أو بشكل ضمني، وحسب **ديكرو**، إن "المتكلم قد يصرح بالنتيجة، أو يخفيها، فيستلزم على المتلقي استنتاجها من بنيتها اللغوية، كما حصر الباحثان درس الحجاج في نطاق دراسة اللغة، لا في البحث عما هو واقع خارجها؛ لأ ن وظيفة الحجاج عندهما تكمن في التوجيه (**l'orientation**)"[4].

وفي المقابل، اعتبر **ديكرو** في كتابه **(السلالم الحجاجية)** هدف الخطاب الحجاجي، "متمثلا في افتراض نوع من النتائج على المخاطب، باعتبارها الوجهة الوحيدة التي يمكن للمخاطب أن يتوجه إليها"[5]. الأمر الذي دفعه إلى الإقرار بسلطة الخطاب الحجاجي، فهو في نظره يسد المنافذ على أي حجاج مضاد، فيحرص على توجيه المتلقي إلى وجهة واحدة دون غيرها.

بناء على ما سبق، يلاحظ أن المرسل يختار من الحجج ما يناسب السياق، ثم يسوغه في قالب لغوي مناسب؛ ليخاطب به عقل المرسل إليه، وهذا تأكيد على حضور وظيفة التفاعل في اللغة . هنا تكمن أهمية الحجاج فيما يولده من اقتناع لدى المرسل إليه، وذلك باستعمال اللغة، مما يؤكد أن نظرية الحجاج في اللغة تنطلق من فكرة مفادها، الكلام عامة يكون قصده التأثير، وأن الوظيفة الأساس للغة هي الحجاج، أي: ليس تبادل الأخبار بواسطة اللغة فقط، بل تبادل الأعمال الحجاجية كذلك.

---

[1]. سامية الدريدي، الحجاج في الشعر العربي القديم، ص:22.

[2]. عبد الإله صولة، الحجاج في القرآن الكريم، صحيفة الوسط البحرينية، العدد: 2813 .

[3]. الدكتور: محمد القاسمي، البلاغة والحجاج بين الاتصال والانفصال، منشورات، مختبر التواصل وتقنيات التعبير كلية الآداب والعلوم الإنسانية، سايس – فاس آفاق جديدة في الخطاب: ص35.

[4] . Anscombre et O.Ducrot, L' argumentation dans la langue 1er edition Bruxelles, Margada:P28.

[5] .O. Ducrot, les échelles argumentation edition de Minuit, Paris 1980, P: 60.

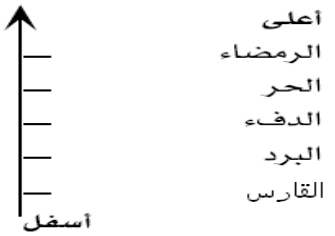
أخيرا، يمكن القول، إن أعمال هذين المؤلفين هي أعمال بنيوية تغلق النص، ولا تتعامل مع خارجه، الأمر الذي جعل الحجاج بصفة عامة عند الغرب يتمثل في مدرستين:

- **المدرسة البلجيكية** التي تم الاستئناس فيها **بآراء بيرلمان، وتلميذه مايير** في الحجـــاج .
- **المدرسة الفرنسية** التي تم الاكتفاء منها **بـآراء ديكرو** الذي أرسى الحجاج في بنية اللغة.

2.1.1. المراتب الحجاجية (les échelles argumentative):

لقد تعرض "**ديكرو** لهذه النظرية في كتابه (**السلالم الحجاجية**) قبل أن يطورها في كتاباته الأخرى، خصوصا في كتابه المشترك مع **انسكومبر: (l'argumentation dans la langue) الحجاج في اللغة** ؛ بحيث اهتم بمسألة المراتب، أوالمدارج باعتبارها ظاهرة لغوية طبيعية اتخذ ت صبغة خاصة، مع انبعاث الدراسات اللسانية، و المباحث الفلسفية اللغوية"[1]، وقد اتخذت هذه المراتب ثلاثة أشكال نوردها بإيجاز:

ا-المراتب المتضادة: مع **إدوارد سابير**، الذي أكد أن الكلمات الدالة على معان يمكن ترتيبها في طرفين متقابلين، مثال :(الرمضاء، الحر، الدفء، البرد القارس)، فهذه الجملة من الألفاظ تتضمن لفظتين: الرمضاء والقارس، اللتين هما بمنزلة طرفين متباينين أعلى وأسفل ، بينهما مراتب يمكن تمثيلهما على الشكل التالي:



ب-المراتب الموجهة توجيها كميا: مع كل من هورن، و فوكونبي، وفحوى هذا التوجه أن هذا الضرب من مراتب السلم الحجاجي، موجود في الألفاظ الدالة على معان تقبل التدرج في اتجاه واحد. أما على مقتضى التناقض، فمثال ذلك معايير الوزن التالية: (درهم، مثقال، أوقية، رطل ...)، على سبيل الزيادة في الوزن، أو على سبيل النقص منه: (رطل، أوقية، جرام مثقال، درهم...).

---

[1]. اللسان والميزان، مرجع سابق، ص 274 / 275(بتصرف).

ج-المراتب الموجهة توجيها قصديا: وهذا يتجاوز الألفاظ إلى الجمل؛ لأنه " قد يكون قصد المتكلم عاملا في تحديد اتجاه المراتب التي تنزلها هذه الجمل، ومثال ذلك: (أن يقصد المتكلم التوقف عن السياقة متى شعر بالتعب، وبالأولى متى غلب عليه النوم)، فالقولان على سبيل المثال: **شعر السائق بالتعب غلب على السائق النوم.** هما بمنزلة مرتبتين متفاوتتين بموجب قصد المتكلم في التوقف عن السياقة ، وقد اختص بهذا كل من **ديكرو، وانسكومبر**"[1].

3.1.1.مفهوم السلم الحجاجي:

هو: "عبارة عن مجموعة غير فارغة من القولات مزودة بعلاقة ترتيبية، وموفية بالشرطين التاليين:

- كل قول يقع في مرتبة ما، من السلم يلزم عنه ما يقع تحته، بحيث تلزم عن القول الموجود في الطرف الأعلى على جميع القولات التي دونه.
- كل قول كان في السلم الحجاجي، دليلا على مدلول معين، كان ما يعلوه مرتبة دليلا أقوى عليه"[2].

كما يعرف **ديكرو** معطيات السلم الحجاجي بقوله : " نقول بأن الجملتين (ا) و (ب) تنتميان إلى حقل استدلالي حجاجي متشابه، يعرف بالملفوظ (د)، عندما يعتبر المتكلم أن (ا) و (ب) حجج لمصلحة (د)"[3]، إن مفهوم الحقل الحجاجي عند **ديكرو**، يرتبط بالنتيجة ، كما يرتبط بالمتكلم ، بمعنى أنه عندما ينتمي معنى جملتين، أو أكثر إلى نفس الحقل الحجاجي ، فإنهما ينتميان إلى خدمة نفس النتيجة، وإن كانتا مختلفتين وفق القوة، والضعف. كما أنهما يمثلان أيضا اختيار المتكلم الذي اعتبرهما دليلين مناسبين يخدمان هدفه الذي يسعى إلى تحقيقه.

إلا أن نظرية السلالم الحجاجية، " تنطلق من إقرار التلازم في عمل المحاجة بين القول الحجة (ق)، ونتيجته (د)، بمعنى أن التلازم لا يتحقق إلا بإضافة الحجة إلى نتيجتها، التي قد تكون صريحة، أو مضمرة مثل: **ماذا تريد أن تفعل؟ ألا ترى أن الطقس جميل؟** فالقول بالاستفهام في (ب) يمثل حجة لنتيجة مضمرة، وهي الخروج في نزهة مثلا، و إن لم يقع التصريح بها . على هذا الأساس، فعندما تعتبر الأدلة -الأقوال- منتمية إلى الحقل الحجاجي نفسه، فإن هذه الأدلة تكون علاقة تراتبية، و هي ما يسميه **ديكرو** سلما حجاجيا يتجلى في الشكل التالي"[4]:

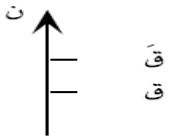
---

[1]. المرجع نفسه.

[2]. اللسان والميزان، مرجع سابق، ص:230.

[3] . Les échelles argumentatives . p : 17

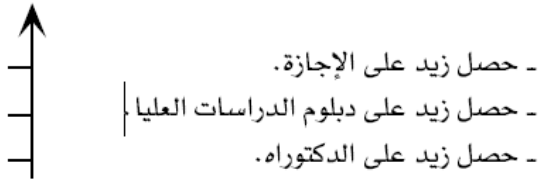
[4]. رضوان الرقبي، الاستدلال الحجاجي، وآليات اشتغاله، مجلة عالم الفكر، العدد 40 ص:94.



إن علاقة الأقوال الحجاجية بنتائجه ـــا تعتبر سمة أساسيـــة مميزة، بحيث يمكن أن تكون حججـــا، أو براهين تدعم نتيجة معينة تتفاوت في درجتها بحسب القوة، والضعف، فإذا افترضت مثلا الأقوال التالية":

1. حصل زيد على الإجازة.
2. حصل زيد على دبلوم الدراسات العليا.
3. حصل زيد على الدكتوراه.

فعند تقديم أحد هذه الأقوال حجة لنتيجة هي : تفوق زيد، تكون الجملة (3) أقوى في سلم الحجج من (2)، التي هي بدورها أقوى من (1). بمعنى أن الحجج لا تتساوى فيما بينها، بل تترتب في درجات القوة والضعف، هذا الترتيب يوضح أن الظواهر الحجاجية تتطلب دوما وجود طرف آخر تقيم معه علاقة استلزام، فمثلا القول: (حصل زيد على الدكتوراه)، موجود ضمن فئة حجاجية، بالتالي، فهو يستلزم منطقيا القول: (حصل زيد على الإجازة) وفق العرف الأكاديمي. ويمكن توضيح هذه الأقوال بالشكل التالي"[1]:



ولما كانت الفئة الحجاجية ، " قائمة على التسلسل و الترتيب المنطقي بين الحجج، التي يعتبر بمقتضاها المتكلم، أن (ق) أقوى من(ق) بالنسبة إلى (ن)، وأن استخلاص (ن) من (ق) يستلزم استخلاص (ن) من (قَ)، والعكس غير صحيح، فإن علاقة الترتيب هذه تكون السلم الحجاجي"[2].

تأسيسا على ما سبق، فإذا كان المخاطب يتوجـــه إلى مخاطبـــه قصد إقناعـــه بأمـــر معين، أو التأثير عليه، فإنه لا محالة يوظف فئة حجاجية تكون بمنزلة دعامة استدلالية؛ لغرضه الذي من أجله

[1]. ينظر المرجع نفسه (بتصرف).
[2]. المرجع نفسه .

كانت العملية التخاطبية. إلا أن هذه الحجج التي يوردها المرسل لن تكون على درجة واحدة، بل تختلف، وتتفاوت فيما بينها وفق القوة والضعف ، وذلك بالتشديد على السلم الحجاجي الذي يعنى دراسة مسار الحجاج انطلاقا من قول الحجة إلى نتيجتها، مع تبيان طريق التلازم، والتعاقد، وسلم التفاضل بين الحجج.

1.2. الروابط الحجاجية التداولية:

لقد ولدت الأعمال التداولية، وتحليل الخطاب اللساني في "العقدين الأخيرين من القرن العشرين، اهتماما بالغا بكل المجالات المتعلقة باستعمال اللغة في التواصل، والتداول والحجاج، خصوصا اللغة التي يتواصل بها الناس فيما بينهم؛ لتحقيق أغراضهم فكان من نتائج ذلك؛ أن توجهت الدراسات اللسانية، نحو بنية تداولية ترعرعت فيها مختلف المكونات والأنظمة، بين الدلالة والتركيب، والسياق التخاطبي، فنشأ عنه ما يعرف فيما بعد مع **ديكرو**، "بالتداولية المدمجة، التي اهتمت بدراسة وسائل الإقناع في الخطاب اللغوي الطبيعي، وركزت خصوصا على كيفية بناء الخطاب ؛ لحمل المخاطب على مشاطرة المخاطب رأيه، أو التصرف وفقا لما يرضاه، أو يتوخاه"[1].

إذا كان قصد الخطاب اللغوي الإقناع، "فإنه يخضع لقواعد اللغة، إذ يتمكن بذلك من تقديم الحجج، أواستنبطانها، أواستقوائها، عن طريق الروابط مثل : (ذلك، أن، حيث، لا، ثم ...)، فهذه العملية تخضع لتفكير مساير للمنطق، وتأخذ وضعية المخاطب الاجتماعية والمادية، ومؤهلاته الفكرية بعين الاعتبار، فيكون الإقناع إما واضحا يستخلص من المعطى الظاهري للخطاب "[2]، وإما أن يكون ضمنيا ، يستخرج من المعطى الاحتمالي، الاقتضائي للخطاب . وقد انكبت على هذا الجانب دراسات، وأبحاث **ديكرو**، خصوصا في كتابه **كلمات الخطاب (les mots du discours)**، الذي كرسه، وآخرون لدراسة كلمات، وروابط مثل: أجد أن، أرى أن **(je trouve que)**، لكن **(Mais)**، حتما **(Décidément)**، من جهة أخرى **(D'ailleurs)** ، التي وظيفتها الأولى وفق **ديكرو**، خدمة التوجيه الحجاجي للقولات، وبذلك يؤكد أن "الاستعمال الاقناعي للغة، ليس شيئا مضافا إلى اللغة، بل إنه موجود في نظامها الداخلي"[3].

فالروابط إذا، هي أحد المؤشرات الحجاجية ، التي تضيف معنى من المعاني إلى القولات التي يتلفظ بها المتكلم، وبها يوجه دقة الحجاج بداية ونهاية، افتتاحا واختتاما؛ "لأن العلاقات بين

---

[1]. رضوان الرقبي، الاستدلال الحجاجي التداولي، وآليات اشتغاله، ص: 101 مجلة عالم الفكر، العدد: 40.

[2]. المرجع نفسه، ص: 101.

[3] . Ducort : Dire et ne pas dire, p.277.

القضايا، والأحداث، إنما يعبر عنها على نحو خاص بواسطة مجموعة من العبارات من مخت لف أنواع التراكيب، مما يمكن أن يطلق عليه اسم الروابط"[1].إن موضوع الروابط التداولية يعتبر موضوعا أساسيا في تحديد بنية الخطاب، لكونه آلية مهمة في عملية الربط داخل النسق المقول ، فهي محط اهتمام المناطقة والسيميائيين، والفلاسفة والسوسيولوجيين ، والسيكولوجيين والبلاغيين ، وعلماء التواصل واللسانيين ... إضافة إلى ماذكر، فإنها على مستوى التحليل، لا تدرس جانبا محددا في اللغة بل تستوعبها جميعا. لقد اهتم التنظير بموضوع الروابط في اللغات الطبيعية، "انطلاقا من دورها في فهم الأبعاد الدلالية، التي تؤدي دور القرائن في ترجيحها، كما ساهمت مرجعيتها في تقسيم أطراف الكلام بين مقول منطوق، ومقتضى مسكوت عنه، وجودها في الكلام يساهم مساهمة منطقية، في ترتيب الأغراض التي تقتضيها الجمل ، ودلالتها"[2]. ويمكن تصور الربط في ثلاثة أنواع: **ربط نحوي تركيبي/ ربط دلالي/ ربط تداولي.**

فالربط النحوي: يتم فيه ربط موضوعات مثل الفاعل، والمفعول إلى محمولاتها، وتسمى في النحو العلائقي بالحدود، ويدخل في مجال هذه الروابط النحوية ، الإعراب المعمول فيه، والتطابق بين المحمول والموضوع، وكذلك الرتبة المحفوظة في البنية الشجرية في التحليل اللساني . **أما الربط الدلالي:** "هو الذي يتم فيه عادة ربط الموضوعات، بالفعل بواسطة الحرف بموجب دلالته الخاصة"[3]. في حين **الربط التداولي:** فهو الذي يركز على العلاقة التي تربط الكل الدلالي التركيبي من جهة، ومتداول اللغة من جهة ثانية، وهذه الروابط قد تكون لفظية، كالتي أشرنا إليها آنفا، وقد تكون معنوية تفهم من السياق.

2.1.2 الروابط الحجاجية التداولية، والأغراض اللغوية:

ترتكز دراسة الأغراض اللغوية، "على جانب الاستعمال اللغوي في الخطاب ؛ لاستنتاج القيم الدلالية للغة"[4]. بهذا الاعتبار نجد الروابط، تتصل بالمخاطب في علاقته بالأغراض اللغوية المختلفة. لقد حاول **سورل** في كتابه **(Les actes de langage)** الإحاطة بعدد من الأوصاف اللغوية ، المحددة للمراحل التي يتم بها فهم جملة ما، مشيرا إلى أن فهم جملة م ا، يعني اتخاذ المراحل التي تنتقل من المدرك الحرفي إلى المدرك الذهني، وهذه المراحل تعتمد على الخطوات التالية:

---

[1]. فان دايك ترجمة عبد القادر قنيني: النص والسياق، ص:82 و83.

[2]. أحمد كروم، مقاربة نظرية في مظاهر الربط الحجاجي لبنية الاقتضاء، ص:233، مجلة عالم الفكر، العدد3، المجلد 32،يناير/مارس2004.

[3]. المعجم العربي، ص:48.

[4]. رضوان الرقبي، الاستدلال الحجاجي التداولي، وآليات اشتغاله مرجع سابق ص:101، مجلة عالم الفكر، العدد 40.

- ✓ **"الفهم الدلالي للجملة.**
- ✓ **تقييد دلالة الجملة بشروط الاستعمال.**
- ✓ **إشعار المخاطب بقرائن الجملة، ووسائطها؛ قصد الفهم والإدراك.**
- ✓ **الجملة المستعملة لوسيلة تواضعية؛ لإنتاج فعل كلامي معين لدى المخاطب"[1].**

من خلال هذه المراحل، التي حددها **سورل**، فإنه لابد لفهم المعنى وإدراكه، من الاعتماد على معطيات خارجية لغوية، حيث يتحقق الاندماج الذي عبر عنه فيما بعد، "بالتداولية المدمجة، وهي ذات قيمة استدلالية عقلية تسمح بتوزيع ظواهر لسانية مشتقة من الخاصية الداخلية للغة، التي يصفها **ديكرو**، بالتعاقدية، والظواهر الخارجية التي تتعلق بالقيم التخاطبية، أو التحاورية وفق **موشلير**، وهو يعني إمكان التنبؤ بالمعنى عن طريق الاستعارة، والصور البلاغية المختلفة قبل حدوثه"[2].

على هذا الأساس، فالروابط التداولية تشارك في إنجاز الأغراض اللغوية المباشرة، وغير المباشرة، وذلك بكونها إطارا شاملا لمواصفات الربط الاستدلالي التداولي، باعتبارها قرائن تعين على فهم المعنى الظاهر والخفي، كما أنها: "تعين على تحديد المعاني التي تنجز ملفوظاتها، وعليه، فعندما يؤول المخاطب جملة ، أو قضية ما ، فإنه يسعى إلى إنجاز غرض استدلالي ، يعالجه في علاقته مع النتيجة المقصودة التي يمكن اعتبارها حديثا تحاوريا منعزلا"[3]. إن دراسة الروابط في الجانب التداولي، انطلقت من دراسة التسلسل في الأغراض اللغوية المفصلة، في أعمال **أوستين، وسورل** وغيرهما، وقد وسع مجال الروابط الحجاجية في أعمال **ديكرو** من خلال الاهتمام بكلمات الخطاب، حيث يرى ، أن "الروابط لا تنحصر في وظيفة أحادية فقط (...)، ولكنها أيضا تؤدي أغراضا استدلالية ، حجاجية، إضافية إلى وظيفتها الرابطة"[4].

3.1.2. الفلسفة الحجاجية عند مايير:

إن التساؤل، والمساءلة هما جوهر فلسفة **مايير**، لهذا نراه يبحث عن منشإ السؤال في الفلسفة الغربية بدءا من **أرسطو**، فيرى **أفلاطون** منبع فلسفة البحث عن الجواب لا التساؤل، وبالتالي، صار التساؤل عنده يلعب دورا أسلوبيا سوفسطائيا فقط، في حين جعل **أرسطو** التساؤل وجها من وجوه الجدل.

---

[1] . Searle . Les actes de langage Paris Hermann. 1972 /p89.

[2]. أحمد كروم، الاستدلال في معاني الحروف، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت، ص:202.

[3]. نفسه، ص:203.

[4] . moeschler :Argumentation et conversation.Elements pour une analyse pragmatique du discours Paris Hatier-1985.p58.

من هذا المنظور، "يقوم **مايير** في قراءته التأويلية الفلسفية البلاغية، بإعادة التفكير في مفهوم **اللوغوس (Logos)**، بوصفه ذي دلالات متعددة، من أهمها الخطاب ، والحجة والعقل المتكلم "[1]؛ لذا يمكن القول، أن منطلقه في نظريته لغوي بلاغي ، يتوازى مع خلفيته الفلسفية، والحجاج في نظره مرتبط ارتباطا وثيقا بالكلام، وخاصة منه الحوار، وما يشتمل عليه، من تساؤلات جدلية تدفع إلى الحجاج دفعا. **فالسؤال** عنده إذا، هو عبارة عن مشكلة تتطلب إجابة، والمتلقي في هذه الحالة يعتبر هو الذي يطرح الأسئلة من خلال الجواب المصرح به: وهو **الجملة**، وذلك بمساعدة معطيات الحجاج في الإمتاع، والمؤانسة المقامية، ويمكن إظهار ذلك في الخطاطة التالية:

- حجاج صريح ⟸ الحجة (وهو جواب مصرح به).
- حجاج ضمنى ⟸ سؤال (يكتشفه المتلقي بمعطيات مقامية).

كما يؤكد **مايير** في الوقت نفسه على،"أن الحجاج يشمل جميع ضروب الخطابات، والنصوص الشفوية، والمكتوبة التي يقصد بها حمل المخاطبين على تبني مواقف معينة، وتجسيد ذلك الاعتقاد على صعيد الواقع عن طريق اجتهاد المحاججين في طرح قضاياهم، وتساؤلاتهم التي لا تخصهم وحدهم "[2]. بهذا الطرح، تكون الصور البلاغية ذات طبيعة حجاجية تساؤلية ؛ لأنها تلمح إلى المقصود، وإلى الإجابة عن الإشكال المطروح.

وأخيرا، يمكن القول أن الخطاب الحجاجي عند **مايير:** هو عبارة عن إثارة الأسئلة التي تكون بموجبها هذه الثنائية (سؤال/ جواب)، حيث يرى: "أن التفكير ماهو إلا مساءلة، وكذلك استخدام الكلام الذي يؤدي بالفكر إلى المساءلة"[3].

أما **الحجة** فما هي: "إلا جواب عن وجهة نظ ــر، يجاب بها عن سؤال مقدر ، يستنتجه المتلقي ضمنيا من خلال الجواب "[4]، اعتمادا على ماسبق ، فإن الحجاج عنده ثلاثة أركان: **أولا:** المساءلة، **ثانيا:** الكلام، أواللغة، **ثالثا:** البلاغة. وهذه النظرة وليدة انفتاح تصورات **مايير** على الفلسفة، واللغة في آن واحد.

---

[1] . Michil Meyer,de la problématologie,philosophie science et langage, Bruxelles,mardaga :1986 P :103.

[2]. مرجع سابق، الحجاج في البلاغة المعاصرة، ص:135.

[3] . Michil Meyer, de la problématologie, philosophie science et langage, Bruxelles, mardaga : 1986 P :203.

[4]. عبد الله صولة، الحجاج في القرآن الكريم من أهم خصائصه الأسلوبية، ص:41.

الفصل الثالث:

- طبيعة الحجاج.
- آلياته، وتقنياته.
- نموذج الخطاب.
- الحجاج الخطابي.

المبحث الأول:

- طبيعة الحجاج.
- وظائـفه .
- أركـانـه.
- أشكـالـه.

1. الحجاج، طبيعته، وظائفه، أركانه وأشكاله:

1.1. طبيعة الحجاج اللساني :

لقد ميز **طه عبد الرحمان** بين الخطاب الحجاجي، وباقي الخطابات الأخرى ،" بكونه خطابا مبنيا، وموجها وهادفا، مبنيا بناء استدلاليا ، يتم فيه اللجوء إلى الحجة والاستدلال، والمنطق والعقل، مسبقا بظروف تداولية تدعو إليها إكراهات قولية أواجتماعية، أو ثقافية ، أوعلمية (...) تتطلب الدفاع عن الرأي ، والانتصار لفكرة ما، وتتطلب نقاشا حجاجيا يلامس الحياة الاجتماعية ، أوالمؤسساتية؛ بهدف تعديل فكرة معينة، أو نقل أطروحة ما، أو جلب اعتقاد، أو دفع انتقاد"[1].

على هذا المنوال سار **بلانتين**، حيث قال: " من الخطإ الاعتقاد أن الخطاب يكون لغاية حجاجية فقط، فهناك الكثير من الأقوال نستعملها في شكل عمليات غير حجاجية"[2].

يتبين من خلال ماذكر، أن الخطاب ليس من الضروري أن يكون خطابا حجاجيا، قد تكون نهايته ذاتية دون أن تهدف إلى إقناع، أو تأثير على المتلقي . بالتالي، فهدف الخطاب ليس حجاج ي، حتى وإن كانت هناك تعابير حجاجية تأتي بشكل عرضي، لا يكون هدفها الاستدلال أو الحجة على موقف، أو الدفاع عن أطروحة، أو حمل الآخر على الانخراط في عمل ما.

من الملاحظ، أن خصوصية الخطاب الحجاجي تكمن في كونه يخضع لمراقبة يندرج ضمنها الإطار الاجتماعي بشتى أشكاله الاعتقادية، والإيديولوجية، ومحطة المراقبة العقلية ، وحتى يمكن التفريق بين الخطابات الأخرى، والخطاب الحجاجي يلزم ذكر طبيعته التي يتميز بها المتجلية فيما يلي:

2.1.1.البناء، والدينامية:

كما هو معلوم، لا يوجد حجاج جاهز من البداية، بل لابد من عملية خطابية، يتم بناؤها تدريجيا، تتطلب تكيفا مستديما مع عناصرها؛ قصد إتمام الحجاج سواء على شكل عرض خطبة معينة، أو خطاب، أوجدال أو مناظرة.

إن عملية الحجاج، "تنطلق من أسس وقواعد ترتبط بميدان اللغة ، وعلاقتها بالإنسان والعالم، عبر التقنيات التي تبلور تلك الأفكار، وتلك العلاقات المتعلقة بمنطق الحياة ب مختلف مجالاتها وقطاعتها، أو بمنطق اللغة أوالعقل"[3].

---

[1]. سامية الدريدي، الحجاج في الشعر العربي القديم، من الجاهلية إلى القرن الثاني الهجري، بنيته وأساليبه،" ص: 26 /27.

[2]. عبد السلام، عشير عندما نتواصل نغير، ص:128.

[3]. المرجع نفسه، عندما نتواصل نغير، ص: 129 (بتصرف)

هذا ماجعل فاعلية الخطاب الحجاجي تأتي عن طريق بنائه، وتفاعل عناصره، وديناميةمكوناته، لهذا ينبغي التركيز على الأهم، والأساس في الحجج؛ لأنه الطريق الأنسب إلى الإقناع ، على العموم داصتقلاافي دلألة الحجاجية نوكي له رود مهم يف ةيلمع عانقلإا؛ لأن الدهن البشري بمراعاة اللغة، والمنطف والعقل، لا يوقي يلع معالجة يوس عدد دودحم نم رصانع القول.

3.1.1. التفاعل:

ينبني الحجاج على مبدأين رئيسيين، معرفيين هما: "مبدأ الادعاء، ومبدأ الاعتراض، إذ يؤديان إلى اختلاف في الرأي، أو في الدعوى، ويدفعان الشخص إلى الدخـول في ممارسة الدفـاع، أو الانتصار للدعوى، وهو ما يوصل إلى تحقيق نوع من التزاوج الظـاهر، أو التـزاوج المفترض **(الذات الاعتبارية)** للمتكلم والمخاطب"[1]. وينتج عن ذلك حسب طه **عبد الرحمن**، تحقيق نوع من التزاوج إذ يقول: إن " المقصود بتزاوج المتكلـم، هو الانشقاق الاعتبـاري لذات المتكلـم إلى شقين، أو أقل أو بالأحرى إلى ذاتين: إحداهما، ظاهرة تستقل بمبادرة الادعاء والذات الثانية، باطنة تشترك مع ذات المستمع في ممارسة الاعتراض؛ لأن المتكلم قد يتعاطى تصور مواطن النقد في الدعوة ، وتقدير مختلف الاسئلة"[2]، مما أدى إلى نشوء ازدواجية في مختلف أركان العملية الحجاجية، التي يقسمها **طه عبد الرحمن** إلى أقسام:

- ✓ **ازدواج في القصد:** أي حصول الوعي بالقصدين عند كل منهما.
- ✓ **ازدواج في التكلم:** كما لو كان المستمع هو الذي يتكلم، أو كما لو كان المتكلم يحمل لسان المستمع.
- ✓ **ازدواج في الاستماع :** كما لو كان المستمع يحمل المتكلم في سمعه.
- ✓ **ازدواج في السياق:** وفيه يحتوي سياق إنشاء القول على نصيب من سياق التأويل، كما يحمل سياق التأويل نصيبا من سياق الإنشاء.

4.1.1. الالتباس:

إذا كانت اللغة مجالا لكل انزياح مجازي لساني بالغا لكل غموض دلالي، فإن الالتباس يأتي من طريق المجاز الذي هو : "**الاستدلال** بعبارة الدعوى على إشارتها "[3]، ويكون "جامعا بين معنيين متقابلين هما العبارة، والإشارة"[4]. ولا تتم هذه العلاقة فقط عن طريق الصورة البلاغية التي تتيحها

---

[1]. طه عبد الرحمان، اللسان والميزان، مرجع سابق، ص: 265.

[2]. المرجع نفسه.

[3]. اللسان والميزان، مرجع سابق ص:232.

[4]. المرجع نفسه.

اللغة بواسطة المجاز، بل تتم بصفة عامة عن طريق العلاقات الرمزية التي تدخل فيها كل الدلائل(**Signes**) اللسانية، وغير اللسانية.

لذلك فالعبارة في الحجاج ، إذا اقتصرت على ظاهرها جاءت عادية، بحيث لا يعيرها المستمع أدنى اهتمام، أما إذا حملت معها إشارات رمزية ، فإنها بكل تأكيد، ستحرك آليات الفهم ، والتأويل لدى المخاطب، وتدفعه نحو اعتقاد ما، بحيث لا تدل العبارة على الإشارة المطلوبة، ففي الانتخابات المغربية تكثر عبارة : **الصوت أمانة في عنقك** . "إنه تعبير استعاري ورمزي، في نفس الوقت، فالصوت في هذا القول قد يدل على الحرية، والنزاهة في التصويت ".[1] وقد يكون الصوت مبتاعا مقابل قدر من المال، وتصبح الأمانة هنا غير دالة على الحرية في الاختيار، وإنما على المقابل المادي الذي يكره صاحبه على التصويت.

5.1.1. التأويل:

هو: عملية تقيم القول أو الملفوظ الحجاجي تقييما سلبيا، أو إيجابيا على مستويين:

- **مستوى استقبال القول:** كعلامة لغوية، تحول فيها الرسالة من السنن إلى الخطاب.
- **مستوى تعالق عنصري الفهم، والتأويل:** فهم بمعنى القول، ثم فهم لمعنى معنى القول.

يقول **موشلير** في هذا الصدد : "إن المتكلم لا يقدم قوله كما لو كان وصفا عاديا، لكنه بالأحرى، يقدم تقييما إيجابيا، أو سلبيا، وهو مقتضى وصف القول بالفعل الحجاجي"[2].

في هذا الإطار تؤكد النظرية التأويلية **(إيكو)** على اعتماد السياق في تأويل الخطاب، أما النظرية التداولية، فتضيف المقام(**سياق غير لساني إلى سيـاق لساني)**، ويضيف **موشلير قائـلا:** " قد لا تكون العلاقة الحجاجية بالضرورة علاقة بين عناصر لسانية فقط، بل تكون هذه العلاقة من طبيعة ضمنية غير لسانية"[3].

6.1.1. الاعتقاد:

لعل الاعتقادات بصفة عامة، هي ملتقى الأخلاق المقبولة في مجتمع ما، خلال حقبة معينة، حيث "تقوم بدور المسلمات، أو المبرهنات، كما في الرياضيات لا تقبل النقاش والجدال، في كثير من الأحيان، ولا تخضع للتحليل العلمي، والتمحيص الدقيق (...)، بقدر ما تقوم على أنساق فكرية، وعلل

---

[1]. عبد السلام عشير، عندما نتواصل نغير، ص:131 و 132 (بتصرف).

[2]. ابن عشير، عندما نتواصل نغير، ص: 133 (بتصرف).

[3] Théorie Pragmatique P: 50-21.

تمتزج فيها الأقوال بالأحوال، والمبادئ بالمسلمات، والأقوال الكونية بالأقوال السياقية الظرفية (...)، كلها تتفاعل لتؤسس أحكام القيمة"[1]. وقد تصبح بعض الاعتقادات داخل جماعة، أو حزب ، أو حركة قيما مشتركة تجمع بين ماهو مادي، وماهو معنوي.

يقول **بلانتين** في شأنها : "هي تعريفات اجتماعية وثقافية لأشياء العالم، أو قل هي التي يقيمها الإنسان في الأشياء اعتبارا لما له من مصالح، إلى درجة أنها تشكل في وعيه نقطة لقاء يومية، تقوم بتحديد مختلف العلاقات العملية للأشياء، والظواهر التي تحيط بالإنسان "[2]. غير أن هذه الاعتقادات الجماعية، لا تفرض نفسها فرضا، بل يكون لها معنى بالنسبة لكل فاعل ، وهذا المعنى بدوره ينشأ من نتائج وحصيلة، لعمليات تواصلية إقناعية، يلعب فيها الحجاج دورا مركزيا.

7.1.1. الانتهاض إلى العمل:

إن تأثير القول الحجاجي، غالبا ما يدفع إلى رد فعل معين، قد " يكون عمـــلا، أو كفا عن عمل، أو عدولا عنه، أو تحويلا لمساره ، هذا العمل هو الذي يؤكد بالملموس حصول تأثير واقتناع معين، لكن حصول الاقتناع لدى المستمع، لا يكون إلا بعد مطابقة القول الحجاجي لفعـل صاحبه"[3].

إنها الخاصية التي يسميها **طه عبد الرحمان (مبدأ الانتهاض إلى العمل)** هي مبدأ أساسي، ومحوري في الجانب الحجاجي، وفي كل الجوانب التواصلية، والخطابية، والتعاملية، حيث عرفها بقوله هي: "**الدليل الذي يجب اعتماده للعمل به بعد أن يكون الاعتقاد قد حصل**"[4].

1.1.2 وظائف الحجاج:

لا يمكن لأي عملية حجاجية أن تكـون اعتباطيـة، بل يجب أن ينهض الحجاج فيهـا بوظيفة، أو وظائف يتوخاها المتكلم من سماعه، فيكون غاية الاستعمال اللغوي فيها تحقيق عمل، وتغيير واقع، إما بالتحبيب، أو بالتنفير، أو بالتهدئة، أو بالاثارة، أو بغيرها من وظائف القول.

تتأكد هذه الوظائف، وتزداد قوة في القول الحـ جاجي، ذلك أن الحجاج في عمومه، يستهدف تحقيق الوظائف التالية : التأثير، الاستمالة، الإقناع، التسويغ، التوجيه، ثم التنفيذ . من هنا، حدد **بيرلمان** وظيفة الحجاج المتمثلة في: "حمل المتلقي على الإقناع بما يعرض عليه، أو الزيادة في حجم هذا الإقناع".[5]

---

[1]. مرجع سابق، عندما نتواصل نغير، ص:133 (بتصرف).

[2]. المرجع نفسه، ص: 134.

[3]. طه عبد الرحمان، اللسان والميزان، مرجع سابق، ص: 237.

[4]. المرجع نفسه، ص: 135.

[5] . ينظر سامية الدريدي،" الحجاج في الشعر العربي القديم من الجاهلية إلى القرن الثاني للهجرة، بنياته وأساليبه"، عالم الكتب الحديث، ط 1 / 2001 ، ص 21 .

انطلاقا من هذا الكلام، تظهر جليا الفا ئدة المتوخاة من الحجاج، وهي إقناع شخص بقضية معينة، أو الزيادة من شدة إقناعه عن طريق استخدام الأساليب الحجاجية.

1.2.2. الوظيفة الأولى التأثير:

التأثير: هو "جعل المتلقي يتقاسم مع المتكلم اعتقاده ، وإقناعه"[1]، أو جعل وجدانه وعقله ، وفكره ومعتقداته، ومواقفه وسلوكاته، تتغير من قضية ما إلى أخرى . بالتالي، **فما هي الوسائل التي يتحقق بها التأثير؟.**

إن التأثير كما هو معلوم، يحصل عبر استخدام وسائل متعددة، منها :

أ.الصـوت: صوت المتكلم، ونبرة كلامه ، وطلاقة لسانه من العوامل المهمة للتأثير في المتلقي، وإثارة انفعالا ته والاستحواذ على عواطفه ، فطريقة إلقاء الكلام، ونبرة الصوت، يخدمان الغرض الحجاجي.

ب.الصورة أو الهيئة: إن لاختيار شخصية الخطيب، أو المتكلم قوة تأثيرية، وإقناعية إضافية خارجة عن مثيلتها التي يمكن أن يحملها النص، إضافة إلى البنى القولية الداخلة في صميم الحجاج ثمة أمور أخرى غير لغوية، لكنها داخلة هي الأخرى في نسقه وبنيته.

أهمها ماعرف عند المنظرين القدماء ب "شكل الهيئة التي يكون عليها المتكلم، أي كل الأمور الداخلة في تحديد مظهره الخارجي، وهي أمور يسميها العالم اللغوي، **بيرلمان، بتكيف المخاطب**[2]. أي ارتباطه، بصفة غير مباشرة بفعل الشكل ، ومايلحقه من متعلقات، إذ "على الخطيب الحرص عليها، والمهارة في تشكيلها، وإعدادها على نمط مدروس ملائم للمقام "[3]، **فمثلا:** إذا كان "الخطيب أو المتكلم مشهورا بالأخلاق المحمودة مع حبه للحق، وحرصه على العدل في الحكم، وتمكنه من القضايا التي يتحدث فيها كان حظ الخطاب من الإقناع أوفر، وتأثيره في متقبله أبعد غورا"[4].

فصورة "الخطيب، وهيأته، وعلمه، وعدله إذا، تنشىء الظن الحسن لدى السامع في النص، وتقوي مصداقيته، والعواطف ، والانفعالات تعمل على تحقيق قبوله، فتوتاح إليه نفس المستمع "[5]، وتحقيق عمل التأثر بالقول، رهين بتفاعل الأبنية القولية التالية : "أخلاق الخطيب، وصورته وهيئته،

---

[1]. صمود، أهم نظريات الحجاج، مرجع سابق، ص: 37.

[2] . Le conditionnement de l'oditoire.

[3]. محمد سالم، مفهوم الحجاج عند بيرلمان، مرجع سابق ص:65 (بتصرف).

[4]. صمود، أهم نظريات الحجاج، مرجع سابق ص:12 (بتصرف).

[5]. نفسـه سابق ص: 13.

وقدرة القول على **الإثبات**"[1]، تجعل "السامع في حالة نفسية معينة، فهي أطراف ثلاثية يبنيها الخطيب"[2]، ويعد لها الإعداد اللازم.

ت. الحركة: قد يحقق الخطيب، أو المتكلم، وظيفة التأثير في محاجته من خارج رسم خطبته، وذلك عن طريق توظيف هيئته، والاستعانة بحركاته، **قال الجاحظ: "حسن الإشارة باليد، والرأس، من تمام حسن البيان باللسان "**[3]، فالخطيب قد يؤثر بحركة من يده، أو إشارة من رأسه، أكثر من تأثيره بألفاظه، وعباراته. هذا يعني، أن "كلا من الحركة والإشارة، والنظرة والانفعال، والهدوء "[4]، وتعبير "الوجه باشا ، أو عبوسا، وتقطيب الحاجب، ورفع الكتف، والتظاهر المصطنع، والدموع الكاذبة ، والمجالات المسرفة، والنبر والتنغيم، وغير ذلك من القرائن الخارجية والمقامية، وملابسات الحدث اللغوي"[5]. أما إذا تم ربط هذا الأمر بموضوع الحجاج ، فإن الخطيب يوازي بين حركات أعضاء جسمه، وبين قراءة مضمون خطبته، مستعينا بالحركة ، والإشارة على إيصال الفكرة، وإفهام العبارة، كأن يلمس بسبابته أذنه مثلا، تحذيرا من الاستمرار على فعل شيء قد يجلب له مشكلة ما.

2.2.2. جمالية الأسلوب، وبلاغة الخطاب الحجاجي:

تمثل فصاحة المتكلم أساسا مهما في الخطاب الحجاجي، فيحصل التفاعل، والتأثير المنشود بين مرسل الرسالة اللغوية، وبين متلقيها، مما يضمن للرسالة البيان، وحسن الإفهام. قد أسهمت الرؤية التراثية العربية من خلال حديث بعض العلماء عن فصاحة المتكلم في بلورة نظرية بيانية حول كيفية الأداء اللفظي الفعال والمؤثر، حيث استقر الفكر التراثي، على أن فصاحة المتكلم ملكة ، لا يتأتى تحصيلها، إلا بعد ممارسات وتداريب طويلة وأن مقتضيات تلك الفصاحة، متجلية في أمور عدة منها: طلاقة اللسان، وسلامته من عيوب النطق، ومن التشكيلات الصوتية (التنغيم، والسكت، والوقف ...)، مع الالتزام بقواعد اللغة بناء وتركيبا . في هذا الموضوع، يقول الدكتور **بن عشير**: "إن الإنسان لا يفكر، أو يتفلسف ، أو يكتب أدبا ، أو غيره، بمعزل عن العالم، إنه في تواصل فعال مع محيطه

---

[1]. أرسطو: الخطابة ترجمة بدوي، مرجع سابق، ص:29 (بتصرف).

[2]. الجاحظ، **البيان والتبيين**، تحقيق شيخ المحققين عبد السلام هارون، الطبعة السابعة 1418هـ 1998م /الناشر: مكتبة الخانجي، الجزء الأول ص79.

[3]. أحمد كروم، مقاربات نظرية في مظاهر الربط الحجاجي لبنية الاقتضاء"، مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، المجلد 32/ 2004م: ص:230:(بتصرف).

[4]. أوستن نظرية أفعال الكلام العامة، ترجمة عبد القادر قنيني، ص93 (بتصرف).

[5]. أحمد كروم، مرجع سابق، ص230 (بتصرف).

الخارجي، وما يحتو يه من مؤثرات، ومحفزات، وإكراهات . من هنا ، يدخل الجانب البلاغي كآلية رئيسية في تشكيل الخطاب ؛ لتحقيق تواصل مميز، ومثمر بين الن اس، والعصر الحديث يعيش عودة قوية للبلاغة، إنها تعرف حضورا متميزا في مشهد علوم التواصل "[1]، واجتناب عيوب الفصاحة، هي أساس نجاح و بناء العملية التواصلية. وفي إطار تداولية اللغة، يركز البحث على أداء الأنماط المختلفة للنصوص العربية، حيث يؤدى كل نص بما يميزه.

وبالتالي فأداء النصوص القرآنية، تتميز عن غيره ا من النصوص العربية بمعطيات علم التجويد، و أداء الشعر إنشادا، والمقامات... على عكس الفصاحة، فإن: "التفاصح بأشكاله المتعددة، قد يؤدي إلى أثر سلبي على العملية الاتصالية، ومثل ذلك ، يقال عندما يتم التواصل اللفظي مع العامة بأداء خطابي لا يتناسب إلا مع الخاصة ممن يستوعبون الخطاب الفصيح"[2].

3.2.2. الوظيفة الثانية الاستمالة : هي إغراء المتلقي ، باعتباره "عقلا وعاطفة؛ لكسب تأييده، وموافقته الضمنية، أو الصريحة للقضية المطروحة، والظفر بانخراطه في المشروع الحجاجي، الذي رسمه له المتكلم"[3]، وهي أيضا، "استدراج الخصم إلى الإذعان، والتسليم"[4]، و"حيازة قبول المخاطبين للطرح المقدم"[5]، سواء بعقولهم، أو بوجدانهم ، وعاطفتهم. إذ تعتمد على استراتيجية الإقناع والمعلومات الواضحة، والحقائق التي تذكر بجلاء ، والهدف الواضح في الرسالة، ووسائلها ثلاثة كما أشير إلها سابقا عند أرسطو وهي: **الايثوس (L'éthos) الباتوس (Le pathos) اللوغوس (Le logos) .**

4.2.2.الوظيفة الثالثة التسويغ : يقصد به تزيين الآراء المقدمة إلى المتلقي ، وتحسين صورة الأفكار لديه، وتحبيبه في الأطروحة المعروضة عليه، وتحسين ظنه بها.

5.2.2.الوظيفة الرابعة الإقناع (Persuasion): هو: "مجال البحث الحجاجي ، ومآله، وغايته"[6]، و هو"مطلب أساسي في كل عملية حجاجية "[7]، و"محصلة كل قول حجاجي، ترفع بسلطته

---

[1]. عبد السلام عشير (2000)، إشكالات التواصل والحجاج، مقاربة تداولية معرفية، بحث لنيل دكتوراه الدولة في اللسانيات التداولية، ص:12 (بتصرف).

[2]. المرجع نفسه.

3.احبيب أعراب، الحجاج والاستدلال الحجاجي، عالم الفكر، مجلة دورية محلمَة، الكويت، ع1 سبتمبر 2001م، ص:111 (بتصرف).

[4]. صولة، الحجاج في القرآن، دار الفارابي، بيروت الطبعة الأولى، 2001م، ص :62 .

[5]:Traité de L' argumentation :La nouvelle rhétorique :Perelman et tyteca P: 18 .

[6]. محمد سالم، مفهوم الحجاج عند بيرلمان: ص:67.

[7]. نفسه، ص:56 و57.

المسافة بين المتكلم ، والمخاطب"[1]؛ ليتقاسما نفس القناعات، ويتحدا في نفس الاعتقادات، بعد إقناعه بمشروعية، وصلاحية الموقف، والظفر بقبوله ، وموافقته على ما يعرضه عليه المتكلم . و"**الإقناع** ملكة تجعل الآخرين يشاركون آراء المتكلم، في شيء ما، "ولا يتم الإقناع إلا بتغير اعتقاد، إلى اعتقاد آخر"[2].

6.2.2.الوظيفة الخامسة الإفحام : وهو "إلجام الخصم بالحجة "[3]، وإسكات صوته عن الاعتراض، وجعله يقر بالهزيمة والاستسلام. و لكل من الإقناع، والإفحام علامات ومؤشرات، منها ماهو تعبيري أي: تصريح بالاقتناع والافحام من لدن المتلقي كأن يقول في ملفوظه مثلا : "أصبت، وأخطأت، أفحمتني"[4]. وماهو علمي أي: تحول الملتقي من مرحلة القول إلى التنفيذ والإنجاز .

7.2.2.الوظيفة السادسة التوجيه والتنفيذ:

التوجيه: هو، "وظيفة من وظائف الحجاج الإنهاضية، والإعدادية "[5]، وهو "استنفار لإرادة المتلقي"[6]، وتهيئته لأن يفعل، أي إعداده نفسانيا، وحيازة رضاه، وقبوله لأن يفعل عندما يطلب منه ذلك، فالتوجيه إذا، إعداد وتهيؤ يسبق الإنجاز.

التنفيذ: هو،" جعل المتلقي يقوم بالفعل الذي يريده منه المتكلم"[7]، أي: ينجزه، ويحققه بعد أن تهيأ له من قبل، و "هو إحدى أهم وظائف الحجاج "[8]. بعبارة أخرى هو : "ذروة المراحل التي يقطعها الخطاب الإقناعي، الذي يشكل غايته، ومرامي، وعليه مداره"[9].

يرى **أنسكمبر، وديكرو:** "أن وظيفة الحجاج تكمن بالخصوص في جعل المتلقي يقدم على عمل يستهدفه المتكلم"[10]؛ لأن" الحجاج لما كانت وجهته هي المستقبل، كانت الغاية منه أن يؤدي إلى حصول عمل"[11].

---

[1]. هشام الريفي، الحجاج عند أرسطو، مرجع سابق، ص: 79 (بتصرف).

[2]. محمد أسيداه، السوفسطائية، وسلطان القول، مجلة عالم الفكر،2005 العدد 04 ص: 92 (بتصرف).

[3]. الزركشي، البرهان في علوم القرآن، تحقيق أبو الفضل إبراهيم، الناشر، دار التراث، ج 3، ص:468.

[4]. المعجم العربي الأساسي مادة (فحم).

[5]. هشام الريفي، الحجاج عند أرسطو، مرجع سابق، ص: 143.

[6]. صولة، الحجاج في القرآن، مرجع سابق، ص: 32.

[7]. الحجاج والاستدلال الحجاجي، مرجع سابق، ص111: (بتصرف).

[8]. عبد الجليل الهنوش، التراث والمنهج، ملحق الفكر الإسلامي، لجريدة العلم، المغرب (بتصرف).

[9]. فرانسوا مورو، البلاغة مدخل لدراسة الصور البيانية ، ترجمة: محمد الولي وعائشة جرير. دار أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، المغرب، ط2، 200 ص: 6 و7.

[10]. الحجاج في القرآن صولة، ص39(بتصرف).

[11]. صولة، الحجاج: أطره، ومنطلقاته وتقنياته، من خلال مصنف في الحجاج:"الخطابة الجديدة لبيرلمان وتيتيكا، ص:304.

بالتالي، فأهمية الحجاج لا تقاس بمدى تماسك بنائه، وإنما تدرك بمدى مفعوله في المخاطبين، وقدرته على توجيههم نحو إنجاز مايراد منهم.

هكذا يمكن القول ، بأن الحجاج هو التدليل بالحجة الملائمة والمؤثرة حسب الحاجة ؛ لأن العلاقة بين هذه الحاجة والحجاج تعد السبيل الأنجع إلى الإقناع والتأثير في المتلقي.

هذا ما يدفع المتكلم إلى استعمال عدة آليات منطقية، وغير منطقية في إنتاج الكلام، وتأويله بناء على تجاربه الشخصية، وتفاعله مع المحيط الخارجي، وفي تحقيق التفاعل والتواصل مع الآخرين، الشيء الذي يترتب عنه تعديل المواقف، وتغيير السلوك، أوالدفع إلى القيام بعمل ما.

3. أركـان الحـجـاج:

1.3. الجملة (phrase): إنها، "تأليف من مجموعة فئات، أو كلمات يتعلق بعضها ببعض تعليقيا يستند إلى قواعد تركيبية خارج مقام الخطاب، وعليه فالجملة جوهر لساني **(Entité Linguistique)** يتميز بتجريديته الخالصة، وهي الوحدة الدنيا للوصف التركيبي"[1].

1.1.3 الملفـوظ: إن التواصل لا يتم بالجملة، من جهة كونها مجموعة تجريدات صرفية، وإنما يتم بملفوظاتها ، ومنطوقاتها، فالملفوظ الصوتي هو أحد استعمالات الجملة داخل مقام معين **(Situation donnée)**، أو بتعبير**(Ducrot)**: "إنه تحقيق للجملة المنطوقة، أواتفاق لها **(Occurrence de phrase)**. بيد أن، تحديد معاني الملفوظات يعزى إلى الجمل التي تنتج دلالات تتكفل بتفسير مختلف الاستعمالات الممكنة"[2].

فهي الدلالات التي ترسم الاستراتيجية التي يلزم اتباعها لفك رموز الملفوظ . نتيجة لذلك، فمعاني الملفـوظات تختلف باختلاف المقامات، حينئذ لا يقال إن الملفوظ تكررعدة مرات، وإنما هناك ملفوظات للجملة نفسها، بل قد تعددت قراءات الملفوظ الواحد، وفي ذلك إغناء للغة، وإثراء لها.

2.1.3. التلفـظ (Enonciation): يقصد به الحدث الذي يحيط بتشكيل الملفوظ، أو بتعبير أدق، إنه: "العملية التي تؤدي إلى تحقيق الجملة، وهي تتطلب توفر مجموعة من العناصر : متلفظ، ومخاطب، وزمان، ومكان خاصان(...)، إذ لا يمكن فهم معنى وتأويل الملفوظات دون المعرفة الدقيقة

---

[1]. الأستاذ عبد الإله تيدة، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا، الحجاج في اللغة العربية بين التنظير، والممارسة/ "النفي نموذجا" ص: 40 و41، جامعلة سيدي محمد بن عبد الله كلية سايس– فاس.

[2] . المرجع السابق.

بجملة هذه المكونات"[1]. في هذا يرى **طه عبد الرحمن**، أن جوهر الخطاب يقوم على العلاقة الاستدلالية، وليست ثمة علاقة استدلالية، إلا بتحصيل قصدين هما: **قصد الادعاء**، و**قصد الاعتراض**، غير أن هذين القصدين قد يردان على مقتضى التجريد، أو التفريق، أو الجمع، مما يجعل العلاقة الاستدلالية على أصناف ثلاثة، بعضها فوق بعض، وهي:

2.2.3. الحِجاج التجريدي: هو "الإتيان بالدليل على الدعوى على طريقة أهل البرهان، علما بأن البرهان هو: الاستدلال الذي يعنى بترتيب صور العبارات بعضها على بعض بصرف النظر عن مضامينها واستعمالاتها"[2]، أو "هو: الاستدلال الذي يتعاطى فيه المحتج تقليد البرهان الصناعي"[3].

2.3.3.الحِجاج التوجيهـــي: يفوق النوع الأول رتبة، وهـــو: "إقامة الدليل على الدعوى بالبناء على فعل التوجيـه الذي يختص به المستدل، علما بأن التوجيه هنا، فعل إيصال المستدل لحجته إلى غيـره. فقـد ينشغل المستدل بأقواله وأساليبه الخطابية، من حيث إلقاؤه لها ، ولا ينشغل بنفس المقدار بتلقي الم خاطب لها، الذي ورد فعله عليها، فتجده يولي أقصى عنايته إلى مقاصده، وأفعاله المصاحبة لأقواله الخاصة.

غير أن قصر اهتمامه على هذه المقاصد، والأفعال الذاتية، يفضي به إلى تناسي الجانب العلاقي من الاستدلال، هذا الجانب الذي يصله بالمخاطب، ويجعل هذا الأخير متمتعا بحق الاعتراض، أو هو الاستدلال الذي يقتصر فيه المحتج على اعتبار وجهة المدعي وحده".[4]

2.4.3 الحجاج التقويمي: هو أعلى النوعين السابقين، ويقصد به، "إثبات الدعوى بالاستناد إلى قدرة المستدل، على أن يجرد من نفسه ، ذاتا ثانية ينزلها منزلة المعترض على دعواه، فهنا، لا يكتفي المستدل بالنظر في فعل إلقاء الحجة إلى المخاطب، واقفا عند حدود ما يوجب عليه من ضوابط، وما يقتضيه من شرائط، بل يتعدى ذلك إلى النظر في فعل التلقي باعتباره هو نفسه أول متلق لما يلقي، فيبني أدلته أيضا على مقتضى ما يتعين على الم ستدل له أن يقوم به، مستبقا استفساراته واعتراضاته، ومستحضرا مختلف الأجوبة عليها، ومستكشفا إمكانات تقبلها، واقتناع المخاطب بها"[5].

---

[1]. نفسه.

[2]. اللسان والميزان، مرجع سابق، ص:226.

[3]. نفسه، ص: 226.

[4]. نفسه، ص: 227 /228.

[5]. نفسه، ص: 228.

1.4. أشـكال الحـجـاج:

1.1.4. الحجاج المغالطي: يبنى هذا النوع على المغالطة في تقديم الحجة، ويعبر عنه باللغة الفرنسية ب"مصطلح **(paralogisme)** المتكون من جزأين مختلفين هما **(para)** ونعني به خاطئ، و **(logisme)** بمعنى الحجة، وربما أضاف بعضهم صفة النية الحسنة لهذا النوع؛ ليتميز في التفكير الفلسفي عن مصطلح **(sophisme)**"[1]، وهو مقدم على المقايسة الواهمة، كما يسبب في حدوث عيوب بنيوية أثناء تأسيس المحاججة كالمصادرة على المطلوب ، أوالأخطاء الناجمة عن تعدد الأسئلة ، ففي كثير من الأحيان يصدر الخطاب عن تمويه في صورة مقدمات وهمية كاذبة، إما شبيهة بالحقيقة، لكنها غير ذلك ، أوشبيهة بالمشهور دون أن تكون كذلك أيضا ، **مثل: كل ميت يجب دفنه ،الحجر ميت . النتيجـة الحجر يجب دفنه** [2]؛ وإذا كان إجماع الدارسين على أن المغالطة مظهر يوهم بالصحة ، والسلامة فإنها في حقيقتها تقـوم على الخطإ الذي يدركه العارف، أو الخبير بالأمور. إنه إذن نمط من الحجاج، يفتقر إلى الصحة، ويوهم بذلك.

ولقد أرجع **أرسطو** ذلك إلى ما يعرض للمعاني من قبل الألفاظ من عوارض، تحدث اللبس، والغموض في الأشياء ، والألفاظ، ويبدو أن هذه القدرة على المغالطة والخداع ، والتمويه والحيلة ، والتضليل والإيهام يملكها الجنس البشري، وبعض الكائنات الحية، إما دفاعا عن النفس، أو سعيا وراء تحقيق مصلحة من المصالح، إذ هناك من المتكلمين من يرمي قصدا إلى المغالطة، وهناك من يعتقد بعدم وجودها في القول، وهو ما يفتح باب الحجاج أمام العناد، ويدخل في الادعاء، والاعتراض، وهما من بين السمات الجوهرية في الحجاج.

2.1.4. الحجاج الإشكالـي: هـو عبارة عن طرح إشكاليات تتطلب إجابـات جديدة، أو حلولا أخرى بحثا عن الحقيقة ، كما أنه يتجاوز قواعد المنطق الشكلي، ومعيار الصحة والخطإ، وينفتح على منطق آخر يعرف اليوم بالمنطق اللاشكلي، الذي "يعبر عن الوعي بقصور التناول في إطار منطقي تقليدي، على أن هذا المنطق الجديد يرتبط بجوانب مختلفة ؛ لإبعاد النفس الإنسانية وخوالجها، ونظرتها للعالم، ومحيطها المعرفي العام"[3].

---

[1].محمد النويري، الأساليب المغالطية، مدخلا في نقد الحجاج، ص:406.

[2]. حسان الباهي، الحجاج المغالطي، مجلة فكر ونقد، ص36، ينظر اللغة والمنطق، بحث في المفارقات، المركز الثقافي العربي دار الأمان، الدار البيضاء ، 2000.

[3]. بن عشير عندما نتواصل نغير، مرجع سابق، ص: 160(بتصرف).

3.1.4. الحجاج النابع من الشخص ذاته: (L'Argumentation ad homineme)

هذا النوع من الحجاج، يورد المخاطب النتائج المستقاة فيه من المبادئ الخاصة للمتكلم، أو من تنازلاته، أو إرضاءاته، أو طروحاته؛ ليدحض بها أقوال خصمه لدخولها في إطار الممكن دحضه، وهذا النوع يخرج من الحجاج المغالطي إلى الحجاج الإشكالي، وفي هذا السياق، رد صاحبا كتاب **نقد الحجاج** هذا النوع إلى خطإ منطقي له دلالاته من حيث أنه طعم يوظفه المتكلم بغية تحقيق غايته"[1].

لقد تمت الإشارة في هذا المبحث إلى ذكر التاريخ المشترك للحجاج، والبلاغة في المنظور العربي عامة، وفي المنظور الغربي خاصة، إذ تطوت مجموعة المفاهيم، والتصورات المسندة إليهما معا في حضن المنظومات الفلسفية الأفلاطونية، والسوفسطائية، والأرسطية، مع ما كان لهما من اتصال، أو انفصال عن إجراءات الجدل، والبحث عن الحقيقة، ومفاهيم المحتمل، والممكن والضروري، وما إلى ذلك.

[1] Critique de l' argumentatioon P :17

المبحث الثاني:

- آليـات الحجاج.
- تقنيـاتـــه.

1. الحــواريـة، والمنـاظــرة:

1.1. الحــوارية:

إن الظاهرة التخاطبية الحوارية ، تعتبر صميمية في كل خطاب على الإطلاق من خلال الحدود التالية: " كل تلفظ يوضع في مجتمع معين، لابد أن ينتج بطريقة ثنائية ، تتوزع بين المتلفظين الذين يتمرسون على ثنائية الإصاتة، وثنائية العرض، على حد تعبير **(فرانسيس جاك F ,gacques)**"[1]. إلا أن هذا الاتجاه الحجاجي ، الذي تأخذه هذه الظاهرة يبرز بوضوح أكثر على صعيد التواصل الفكري، هذا ما ظهر في التداولية المتعالية **لدى (كار أوتو إبل / K .O.Apel)**، والتداولية العالمية لدى **يورغن هابر ماس (J.Habermas)**. لقد شكل هذا الأساس، دافعا جعل بعض الباحثين يجرون تصنيفات ضمن الفعــل الحواري، تحت مبرر مراعاة الشروط -السوسيو لسانية- لكل صنف، ولبعده التداولي الخاص. أما الأستاذ **طه عبد الرحمان** ، فقد ذهب إلى الاعتقاد بأن : "الحوارية تنقسم إلى الحوار، والمحاورة، والتحاور، وكل منها يخضع لمنهج حجاجي استدلالي، وآلية خطابية، وبنية معرفية، وشواهد نصية"[2]. غير أن مثل هذا التصنيف، قد يسقط المستمع في نزعة تفاضلية وتعسفية، ومن ثم، فمن الصعب جدا حصر كل اتجاهات المناقشة التي جعل لها **غرايس**" أربعة مبادئ: **مبدأ الكم، ومبدأ الكيف/ مبدأ العلاقة، ومبدأ الطريقة**"[3]. والحوارية تنبني على مراعاة أنواع المخاطبين:

1. **الجمهــور:** يعتبر الجمهور أساس الحجاج، خصوصا في أنواع معينة منه كالحجاج الخطابي، وينقسم الحجاج بحسب الجمهور الموجه إليه إلى:

أ. **حجاج إقناعي : (Argumentation persuasive):** هو ما يهدف فيه الخطيب، أو المتكلم (المرسل) إلى إقناع جمهور خاص **(particulier Auditoire)** في وضعية خاصة، ومقام خاص، ويكون ذلك "بمخاطبة خياله وعاطفته، مما لا يدع مجالا لإعمال العقل ، ولحرية الاختيار"[4]. مستعملا في ذلك تقنياته، وأساليبه التأثيرية.

ب. **حجاج اقتناعي (Argumentation convaincante):** وهو الموجه إلى الجمهور العام **(Auditoire, Général)**، وغايته أن يسلم به كل ذي عقل.

---

[1]. أرمنكو(فرانسواز): المقاربة التداولية، ترجمة سعيد علوش، مركز الإنماء القومي(د .ت) ص:11.

[2]. طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، المؤسسة الحديثة للنشروالتوزيع، الطبعة الأولى، الدار البيضاء ص51.

[3]. احبيب أعراب، الحجاج والاستدلال الحجاجي، مجلة عالم الفكر، مرجع سابق، ص:103.

[4]. صولة، الحجاج أطره، ومنطلقاته وتقنياته/ مرجع سابق، ص:301.

2. المقام: "إنه البؤرة التي تلتقي فيها جميع العناصر الحجاجية : من مقدورات برهانية، وحقائق فعلية، وقرائن بلاغية، وقيم بشتى أقسامها، وعلاقة هذه القيم بمراتب الأشخاص المخاطبين في ذلك المقام"[1]. والمهم عند **بيرلمان** في المقام الحجاجي ليس قناعات المتكلم، وإنما قناعات المحاورين ورؤاهم، إذ هي التي عليها مدار النقاش، و" قد نال المقام هذه الأهمية الكبيرة لدى الباحثين، لأن حسن استغلال إمكاناته يمنح المسار الحجاجي قوة ذات تأثير دامغ"[2].

3. أنواع المخاطبين : تتجلى الحوارية في تصور الباحثين للحجاج، ضرورة مراعاة الخطيب، أو المتكلم لطبيعة المتلقي، وأنواع المخاطبين، ليخاطب كل فئة، وكل صنف بما يناسب.

4. مناسبة المقول لمقامه: هنا "يتحتم على المتكلم التركيز على معايير الأولوية في ما يتصل بالمقام، والموضوع معا"[3]، مع تقديم تصوره في المساحة الملائمة له، ثم منحه القدر المناسب من الحجج دون الزيادة على هذا القدر.

2.1. المناظرة، أنواعها، وآلياتها:

ترجع "لفظة **مناظرة**، في أصلها الاشتقاقي إلى فعل **ناظر**، على صيغة **فاعل**، التي تعني في علم الصرف العربي اشتراك شخصين في أداء عمل واحد. وبالعودة إلى المادة اللغوية التي اشتق منها هذا الفعل، وهي مادة **نظر**، نجد أنها أصل لمجموعة من المعاني المختلفة، و**المناظرة:** أن تناظر الغير في أمر إذا **نظرتما** فيه معا كيف تأتيانه، و**تناظرت** الداران إذا تقابلتا، ويبدو من خلال التعريف اللغوي أن المناظرة نظر من جانبين في أمر ما، كما تدل على المقابلة ، وفي المعجم نفسه ورد ما يلي : **التناظر**: التراوض في الأمر و**النظير**: المثل، وقيل المثل في كل شيء، وفلان نظيرك؛ أي مثلك وحكى أبو عبيدة: النظر، والنظير، بمعنى الند، والنديد والنظائر جمع نظيرة، وهي المثل، والشبه في الأشكال، والأخلاق، والأفعال، والأقوال، ويقال: ناظرت فلانا: أي صرت له نظيرا في المخاطبية"[4].

أما في **لسان العرب** فإن مادة **نظر** غنية بالعديد من الدلالات المختلفة، منها : التماثل، والتشابه، والتقابل، والصراع"[5]. مهما اختلفت هذه المعاني، فإنها كلها ترتبط ارتباطا مباشرا بالمناظرة

---

[1]. محمد سالم الأمين الطلبة، مفهوم الحجاج عند بيرلمان، مرجع سابق، ص: 83.

[2]. نفسه، ص: 87 (بتصرف).

[3]. نفسه، ص: 83 (بتصرف).

[4]. عبد العزيز الحويذق، الحجاج في المناظرة: مقاربة حجاجية لمناظرة أبي حنيفة للملحدين، ضمن كتاب الحجاج مفهومه، ومجالاته، إشراف حافظ إسماعيلي علوي/ ط1، الجزء الرابع، عالم الكتب الحديث، الأردن/ 2010/ ص:316.

[5]. ابن منظور: لسان العرب، مرجع سابق (مادة: نظر).

في مفهومها الاصطلاحي، ولعل ما يجمع تلك المعاني – بالرغم من اختلافها– كونها توحي بوجود جانبين إما متماثلين، أو متكافئين، أو متقابلين، أو متصارعين... هذا هو جوهر المناظرة، " فهي في جوهرها تتصف بالمواجهة الخطابية بين طرفين حول قضية معينة، مما جعلها خطابا حجاجيا، فارتبط لفظها بالمنازعة الفكرية ، والمحاججة، والمناقشة والإقناع ...؛ قصد إظهار الحق والصواب، وليس الجدل، والخصومة"[1].

فالمناظرة بهذا المفهوم، نقاش منظم بين فردين، يتبنيان قناعات فكرية، ومعتقدات مختلفة، أساسه التعاون في التواصل بينهما مهما اختلفا، قصد الابتعاد عن العشوائية في الحوار ؛ لذلك تعتبر "لونا من الجدال، **بالتي هي أحسن**، بين فريقين متناظرين، وصولا إلى الحق أو إلى إظهار الصواب، يحاول فيها كل فريق إثبات وجهة نظره مع تخل مسبق عن التحيز، ورغبة صادقة في الوصول "[2]، ويوضح **الدكتور طه عبد الرحمن** مفهومها قائلا: "المناظرة هي النظر من جانبين في مسألة من المسائل قصد إظهار الصواب فيها "[3].

من خلال التعريفين السابقين **المناظرة** هي حوار جدلي؛ والمقصود من كونه جدليا أنه قائم بين طرفين متصارعين، يمثلان موقفين مختلفين من قضية معينة ، لم يكن الهدف من ها المنازعة المقصودة لذاتها، بل هي: "وسيلة من وسائل تنمية المعرفة الصحيحة، وممارسة العقل السليم"[4].

انطلاقا مما سبق، يمكن تلخيص بنية المناظرة في المقومات التالية:

- ✓ **الدعوى:** وهي القضية التي يدور حولها الخلاف ، قصد إظهار الصواب فيها أي : موضوع المناظرة، وترتبط بمجال معرفي معين، كعلم الكلام ، أوعلم أصول الفقه، أو الفلسفة والأدب...، ويعرفها **د علي جريشة** باعتبارها: "ما يشتمل على الحكم المطلوب إثباته أي: الدليل، وإثباته بالتنبيه"[5].
- ✓ **أطراف المناظرة**: "غالبا ما يكون في المناظرة طرفان يمثلان جانبين مختلفين من الدعوى، ويختص كل منهما بدور محدد، ويكون لما يختص به أثر هادف في اعتقادات من يحاوره سعيا إلى الإقناع أو الاقتناع برأي، سواء ظهر صوابه على يد هذا، أم على يد محاوريه."[6]

---

[1]. المرجع نفسه.

[2]. علي جريشة، أدب الحوار والمناظرة، دار الوفاء للطباعة، والنشر، والتوزيع/ ط.1، المنصورة، ص:59.

[3]. طه عبد الرحمان، في أصول الحوار، وتجديد علم الكلام، ط2، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء/ 2000/ ص:46.

[4]. المرجع السابق ص:21 .

[5]. علي جريشة، أدب الحوار والمناظرة، مرجع سابق، ص:73.

[6]. طه عبد الرحمان، مرجع سابق، ص:47.

العارض: وله ثلاثة وظائف:

1. "أن يكون مدعيا فتكون مهمته عرض الدعوى، ويشترط فيه أن يعتقد صدق ما يدعي، وأن يطالب المخاطب المرسل بأن يصدق بدوره هذه الدعوى، وأن تكون له بينة على صدق ما يدعي.
2. أن يكون مجيبا، فتكون وظيفته الإجابة على استفسارات المتلقي.
3. أن يكون معللا حين يقدم الحجج، والأدلة؛ لإثبات صحة دعواه"[1].

المعترض: يتبنى رأيا مخالفا للدعوى، وله وظائف منها: إما أن يكون سائلا، كأن يستفسر عما قد تحتوي عليه الدعوى من الألفاظ الغريبة ، أو المجملة، أو أن يكون معترضا بكل الطرق المشروعة على مضمون الدعوى، ويحاول نفيه، ودحضه باعتماد مجموعة من الشواهد، والأدلة التي تثبت بطلان الدعوى. آنذاك يكون معللا، وقد تتغير الأدوار أثناء المناظرة فينقلب السائل معللا ، والمعلل سائلا، والمانع سائلا، والمستدل مانعا. غير أن ما تجدر الإشارة إليه هنا، "إن التكافؤ بين المتناظرين شرط رئيسي وأساسي من شروط المناظرة أي: لا بد من أن يكونا متساويين من حيث المكانة العلمية، حتى لا يؤدي استعظام أحدهما الآخر، أو استحقاره له إلى أن يضعف عن القيام بحجته"[2].

المآل: هو، "النتيجة التي تنتهي إليها المناظرة في حالة إذا ما تم انقطاع؛ إذ لا بد أن تؤول إلى إلزام المانع أو إفحام المدعي"[3].

لقد "قسم الدكتور علي جريشة مراحل **المناظرة** إلى أربع هي:

1.مرحلة المبادئ: يتم فيها تعيين محل النزاع، حتى ينحصر موضوع المناظرة، ولا يكون هناك تشتت في

2.مرحلة الأواسط: " يقدم فيها كل خصم الحجج، والدلائل التي تثبت دعواه، وتنفي دعوى الطرف الآخر"[4].

3.مرحلة المقاطع: سميت بهذا الإسم؛ لأن البحث ينتهي إليها وينقطع، وهو ينقطع إذا انتهى إلى الضروري ، وورد عند طه عبد الرحمن: "أن الانقطاع سببه الإخلال بالقواعد سواء كان قولا ، أم فعلا، ويمنح الخصم الامتناع عن الجواب، والانسحاب من البحث"[5].

4. مرحلة النتيجة: "ما تؤول إليه المناظرة، وتكون بعجز واحد من الطرفين، فإذا عجز العارض كان المآل هو الإفحام، وإذا عجز المعترض كان المآل هو الإلزام"[6].

---

[1]. المرجع نفسه.

[2]. طه عبد الرحمان، مرجع سابق، ص:74.

[3] علي جريشة، مرجع سابق، ص:131.

[4]. طه عبد الرحمان، في "أصول الحوار وتجديد علم الكلام" عادل عبد اللطيف، بلاغة الإقناع في المناظرة، ص: 78

[5]. طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي ط: 2 / 2000 / ص:78.

[6]. المرجع السابق؛ ص:78.

3.1.الآليات الإقناعية:

يسعى كل واحد من الطرفين المتناظرين إلى إثبات وجهة نظره، ودحض الرأي المخالف باعتماد مجموعة من الآليات اللغوية والمنطقية، قصد التأثير في الطرف الآخر ، وفي الجمهور على السواء، ودفعهم جميعا إلى تبني موقف معين . وعند الحديث عن المناظرة المكتوبة، فإننا لا نتحدث سوى عن نوع واحد من الآليات الإقناعية، وهو ما يرتبط باللغة والحجاج.

أما ما يرتبط بحركات المتناظرين ، وإيماءاتهم، وهيئاتهم، فإنها تؤدي دورا أثناء أداء المناظرة في الواقع، وقد لا توجد إشارات لها داخل نص المناظرة ، ومن ثم، يمكن تقسيم الآليات الإقناعية في المناظرة إلى صنفين رئيسيين هما:

أ. آليات بلاغية : تتمثل في استعمال أساليب اللغة الأدبية ، وصورها الشعرية من تشبيه ، واستعارة ومجاز، بطريقة تثير مشاعر المخاطب وأحاسيسه، وتؤثر على انفعاله ونفسيته ، كما تتمثل في الأساليب الخبرية، والإنشائية من: استفهام، ونفي، وأمر... سواء في معانيها الحقيقية، أو المجازية.

ب.آليات منطقية : تتمثل في أنماط البرهان المستعملة **(استنباطي، واستقرائي، وإضرابي)**، والاستشهاد بأقوال تزكي الرأي المعروض، بالإضافة إلى آليات أخرى تتمثل في الشرح ، والتفسير بوسائلهما المختلفة: التعريف، والمقارنة، الوصف، والسرد[1].

2. الحجاج الصوري: الاستدلال، البرهان، والقياس.

1.2. الحجاج الاستدلالي:

الاستدلال مفهوم عام يشمل كل عمليات البرهان على قضية ما ، انطلاقا من قضايا أخرى، بما في ذلك : الاستقراء، والقياس التمثيلي . الحجاج يقوم أساسا بكونه استدلالا حواريا ، تعطى فيه الفرصة، لكل طرف من أطراف الممارسة الحجاجية، قصد تبرير دعاويه وإثبات قضاياه الحجاجية، " فالانتقال **مثلا:** من كون النحاس، والحديد، والقصدير، أجساما موصلة للحرارة، إلا أن كل معدن موصل للحرارة، يعتبر استدلالا بالاستقراء "[2]. أما في **المنطق الصوري**، فيفهم بالاستدلال، استخراج قضية من قضية ، أو أكثر، بسبب معنى القضايا ، أو مبناها، ويقسم المنطق التقليدي الاستدلالي الصوري إلى استدلال مباشر، واستدلال قياسي. أما في "القياس، فيتم الاستدلال من قضيتين، أو أكثر"[3]،

---

[1]. المرجع نفسه.

[2].د. زكريا السرتي، الحجاج في الخطاب السياسي، مرجع سابق، ص: 24.

[3]. الموسوعة الفلسفية العربية، معهد الإنماء العربي، رئيس التحرير: د معن زيادة، المجلد الأول، الطبعة الأولى/ 1986 ص: 56

إذ يقول **طه عبد الرحمن** في تعريفه للحجاج بكونه : **"فعالية تداولية جدلية"**[1]، مما يجعل جهد المحاج قائما على إدراك جانبين اثنين:

← **جانب تداولي**؛ لأن الطابع الفكري للحجاج مقامي واجتماعي، إ ذ يأخذ بعين الاعتبار مقتضيات الحال من معارف مشتركة، ومطالب إخبارية وتوجهات ظرفية، لإنشاء معرفة عملية، إنشاء موجها بقدر الحاجة"[2].

← **جانب جدلي**؛ لأن "تحقيق الهدف الإقناعي، يقوم على التزام صور استدلالية أوسع، وأغنى من البنيات البرهانية الضيقة"[3].

فإدراك المشارك ، في العملية الحجاجية للجانب الجدلي، يحتم عليه القيام بسلسلة من الاستدلالات المباينة لما هو معروف، ومتداول في البرهنة العلمية. هكذا، "تبنى الانتقالات فيه، لا على صور القضايا وحدها كما هو شأن البرهان، بل على هذه الصور مجتمعة إلى مضامينها أيما اجتماع، وأن تطوى في هذه الانتقالات الكثير من المقدمات ، والكثير من النتائج، وأن يفهم المتكلم **(المرسل)** المخاطب معاني غير تلك التي نطق بها، اعتمادا على قدرة المخاطب عند استحضارها إثباتا، أو إنكارا كلما انتسب إلى مجال تداولي مشترك مع المتكلم، وكان يعتمد فيها على صور استدلالية تأخذ بمبد إ التفاضل والتراتب . كما تجنح أحيانا إلى التناقض الذي لا تحس فيه خروجا عن حدود المعقول"[4]؛ لذلك فالاستدلال في المناقشات والحوار، يمكن تقسيمه إلى أجناس عديدة نذكر منها:

- **الاستدلال التعليمي:** هو:"التماس الدليل، واستحضاره؛ لبيان صحة المعلومات، للإقناع بها"[5].
- **الاستدلال الجدلي:** هو: "احتجاج كل من طرفي المجادلة بما يرا ه مناسبا من الأدلة والحجج، وكفيلا لمناصرة رأيه، وتقوية موقفه، مقابل تقويض رأي الطرف الأخر، وإضعاف موقفه.
- "**الاستدلال النقدي:** هو: بيان خطإ، أو عيب، وذلك بواسطة الأدلة العلمية، والبراهين الساطعة؛ لأن النقد الحقيقي قرين الدليل العلمي، إذ كل من له مقالة في مسألة طولب بالدليل فيها.
- **الاستدلال المشاغب:** مقصده بيان الاقتدارعلى الحجاج ومجرد الغلبة. وهو أحد مجالات الدراسة في علم النفس التي تتداخل مع الأخلاقيات.

---

[1]. طه عبد الرحمن في أصول الحوار، وتجديد علم الكلام المركز الثقافي العربي ط:2 ،2000 ص:65.

[2]. زكريا السرتي، مرجع سابق، ص:25.

[3]. المرجع نفسه.

[4]. طه عبد الرحمان، أصول الحوار، مرجع سابق، ص:65

[5]. ينظر مجالات الحجاج: "المجال التعليمي في الدراسة، ص:190

- **الاستدلال الذهني:** هو: المحاكمات العقلية التي تستهدف استنباط الأحكام، أو تصحيحها عن طريق القياس، أو العلة، أو ما يشبههما من طرائق الاستدلال "[1]، كما أنه يعتمد على القياس العقلي، وإعمال عملية المقارنة ؛ لأن "أول وظائف القياس هو أن يكون وسيلة ذهنية لاستنباط القاعدة"[2].
- **الاستدلال البرهاني:** هو: حشد الأدلة، والبراهين لإثبات نظرية، أو بيان حقيقة معينة بواسطة مقدمات يقينية بغض النظر عن المتلقي، وغايته إظهار الحقيقة لإقناع المتلقي.
- **الاستدلال الحجاجي:** هو: حشد البراهين لإثبات الحق فحسب، ولحمل المتلقي على الاقتناع به ، والإذعان له، أو الزيادة في نسبة ذلك الإذعان على حد تعبير **برليمان**، وتكون حججه ذات مفهوم واسع لا ينحصر في مجرد كونها يقينية، أو صادقة، وإنما هي حجج مرنة.

يقول الأستاذ **طه عبد الرحمان:** "فكل إثبات هو حجة للقائل"[3]، وللاستدلال الحجاجي أربعة أركان هي:

1. **المستدل:** (بكسر الدال)، وهو الطالب للدليل، أي: الملتمس إياه قصد توظيفه، والاستدلال به .
2. **الدليل:** هو: كل، "ماصح أن يرشد إلى المطلوب ، وهو الحجة، والبرهان، والسلطان"[4]. وأحسن دليل هو "ماسبق إلى فهم سامعيه معناه من لفظه، ولم يمنعه من الفهم مانع"[5].
3. " **المستدل له**"[6]: هو: السائل، أو المحتج عليه، وهو الطرف الثاني في المحاجة.
4. " **المستدل عليه**: هو:الحكم"[7]، أو القضية، أو المسألة التي يطلب فيها الدليل.

كما تجدر الإشارة إلى أن هناك من يعتبر الاستدلال ، والحجاج شيئا واحدا، وهذا صحيح، لكنه ليس على الإطلاق، فكل استدلال حجا ج، وليس كل حجاج استدلال؛ لأن الاستدلال ماهو إلا طريق من طرق الحجاج، ووسيلة من وسائله.

أما الحجاج، "فقد يكتفي فيه الإشارة أحيانا، أو الهيئة، أو الحركة أو الصوت، ويتسم الاستدلال أيضا بمزايا التعدد والتنوع، والتباين التي تسمح بانتقاء ما يشاكل الخطاب الطبيعي، وتحديد ما ينتسب بشكل صميمي إلى المنطق، ومن ثم معرفة العلاقة بين الحجاج والاستدلال، خصوصا إذا علم أن الاستدلال أنواع منه: الاستدلال المباشر، الاستدلال غير المباشر، الاستدلال الحجاجي، الاستدلال البرهاني،

---

[1]. محمد خير الحلواني، أصول النحو العربي، الناشر: الأطلسي، الرباط، ص: 89 /90 .

[2]. ينظر مجالات الحجاج: "المجال التعليمي " في الدراسة، مرجع سابق، ص:190

[3]. طه عبد الرحمن، التواصل والحجاج، مرجع سابق، ص:5

[4]. الباجي، المنهاج في ترتيب الحجاج، تحقيق عبد المجيد تركي، دار النشر، دار الغرب الإسلامي بيروت/2001 الطبعة الثانية، ص: 11

[5]. نفسه، ص:11

[6]. نفسـه.

[7]. نفسه، ص:12.

الاستدلال الصوري، الاستدلال الطبيعي الاستدلال الاستنتاجي، الاستدلال غير الاستنتاجي، والاستدلال الاستقرائي، أو الاستنباطي، أو التمثيلي..."[1].

خلاصة ما تقدم ، إن الاستدلال الحجاجي هو خاصية باطنية للخطاب الطبيعي،لا للغات الاصطناعية، والرمزية مثل المنطق.

2.2.القياس، ووظيفتـه:

1.2.2 مفهوم القياس:

يعد القياس أحد أساليب البرهنة العقلية، أو هو واحد من الطرق الموصلة إلى المعرفة، وهو صورة من صور الاستدلال غير المباشر، مثله في ذلك مثل الاستقراء والتمثيل إذ يلعب دورا مهما في العلم والمعرفة، خاصة القائمة على الملاحظة والاستنتاج.

لقد "أرجع **أرسطو** العمليتين الأساسيتين في العلوم الاستقراء ، والاستنباط إلى الخطوات القياسية التي أنتجت البرهان، وأنتجت بطريقة معكوسة الاستقراء"[2].

من هنا، كان اليونانيون في الحقل العلمي يتحدثون عن البرهان لا عن القياس؛ لأن البرهان هو قياس الضرورة والاستقراء، عكس ذلك، ومالبث أن تم الاعتراف بالقياس، لكن خارج الميدان العلمي، أي في الاستدلال الجدلي والاستكشافي، حيث استعيرت صورة القياس من البرهان لكي تكو ن أداة استدلال بواسطة عناصر اللغة الطبيعية، نظرا لكون القواسم المشتركة بينها واضحة، وهو مايعرف بالقياس الشمولي، أو الضرورة، بحيث يفيد شيئا لا يتصور غيره؛ لأن طبيعة البرهنة القياسية تقوم على الكلي، والكلي هو نقطة البدء الذي يتم الانتقال منه في عملية الاستدلال القياسي إلى الجزئي، وهو: "ما يعطي للبرهنة القياسية السهولة والقوة"[3].

بهذا حصر المنطق اليوناني الاستدلال في القياس الحملي، ما جعل العلاقة المنطقية تقوم فيه على مبدإ التداخل الذي يقضي باندراج أجزائه بعضها في بعض. الشيء الذي يجعل النتيجة في القياس ترجع إلى ما وضع في المقدمتين، وقد تنبه **أرسطو** في هذا الإطار ، إلى أن هناك ضرورة منطقية تربط المقدمات بالنتائج، فترغم السامع أو المتلقي إذا ما اعترف بمقدمات معينة على قبول النتيجة إلى درجة لا يكون في حاجة إلى طلبها.

---

[1]. حوار مع الدكتور أبي بكر العزاوي، من المنطق إلى الحجاج، مجلة فكر ونقد61، ص:39.

[2]. عبد السلام عشير، عندما نتواصل نغير، ص:89.

[3]. ابن عشير المنطق الطبيعي، ص:349.

2.2.2 وظيفة القياس:

من الواضح أن بنية الاستدلال ، التي يستعملها متكلموا اللغة ، ليست تماما هي بنية القياس الصوري، ذلك أن : "مستعملي اللغة لا يستدلون بالمعنى الشكلي، بل يستدلون بمقدمات يختارون إظهارها حسب ما تقتضيه مقامات القول، أوعدم إظهارها، اعتمادا على ذكاء الق ارئ، أو لاعتبارات تداولية أخرى، فقد يسخرون من بعض المقدم ات، أو النتائج فيستدلون بصفة سليمة في كثير من الأحيان، دون أن يستعملوا لهذه الغاية قواعد المنطق الشكلي؛ لانطلاقهم من مقدمات احتمالية مقبولة كما هي"[1]. من هنا نتأكد بأن آلية القياس ، تمتلك تقريبا نفس الوظائف التي أسندت النظرية المعرفية لآلية الاستنباط، كما نصل إلى أن الآلية الاستنباطية وحدها دون آلية القياس، لا يمكن أن تقوم بوظيفتها في تحليل الخطاب، وتأويله وفق مقتضياته، وأبعاده المختلفة بأحسن وجه.

3. الحجج، وأنواعها:

1.3. الحجة: تتعدد معاني الحجة، بحسب الحل النظري الذي يحتضن التعريف، وكذلك وفقا للتصور الحجاجي المعتمد . فالحجـة لدى **تولمين** هـي: "تنسيق بين قضيـة، ودليل **(Raison)**، أو أدلة تسعى لإثباتها أوالبرهنة عليها، ولهذا تمارس الحجة **(L'argument)**، وظيفة تسويغية أساسية، وتبقى وظائفها الأخرى الممكنة ثانوية، و ربما هامشية طفيلية **(Parasitaires)**، بالنسبة لتلك الوظيفة المسوغة **(Justificatrice)** وتتنوع الحجج داخل القول الحجاجي، بينما هو موضوعي، وماهو ذاتي، وبين ماهو صائب، وما ليس بصائب، وماهو مقنع، وماهو غير مقنع[2]".

2.3 أنواعها: هي حجج تختلف منطلقاتها وأهدافها، منها ما ينطلق من التجربة ، وما يختزنه الفرد، أو الجماعة من معارف، وإقناعات وثقافات، ومسلمات وثوابت، ومنها ما ينطلق من العلم أي: "الحقائق التجريبية، والظواهر المبرهن عليها، وتكون هذه الحجج دعامة لعمليات الإقناع والإفحام، حيث يسعى الإنسان من خلالها، إلى تمرير مواقفه، لتغيير اعتقادات وسلوك الآخرين(...)"[3]. منها كذلك الحجج بالسلطة، التي تكون مقبولة عند المتلقي؛ لأن سلطة ما تدعمها، بيد أنه عند الالتحاق، بالعالم الذي يستعمل فيه القهر والعنف، فإن المتلفظ يسعى إلى إقناع الآخر، وذلك بإرغامه على الإيمان

---

[1] . Essais sur L'argumentation 172.

[2]. الدكتور زكريا السرتي، الحجاج في الخطاب السياسي، ص: 58 (بتصرف) .

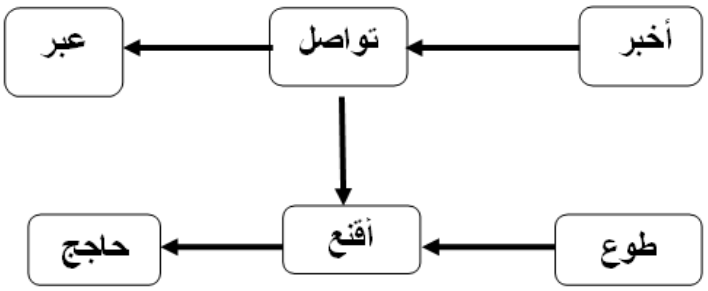
[3]. عبد السلام عشير، عندما نتواصل نغير، مقاربة تداولية معرفية، لآليات التواصل، ص:164.

بما يقال - أو على الأقل أن يتظاهر بذلك - وفي النهاية، ليست السلطة في الحجاج سوى اقتراح يقدم للآخر الذي يمتلك حرية تقبله.

فإذا ما اختار الناخبون مرشحا ، فإنهم يفوضون إليه بالضبط مهمة ممارسة السياسة بدلا عنهم، " فهو ليس ممثلهم ولكن رئيسهم: فهم يؤمنون بما يقول؛ لأنه هو الذي يقول ذلك ، إنهم ينطقون بما يفكر فيه"[1].

1.2.3. الإقناع:(Persuasion):

يرى **الدكتور عبد اللطيف نجيد:** "إن **الإقناع** نتيجة طبيعية للحجاج، وانعكاس له، فإذا كانت الحجج المقدمة مدروسة فعالة ستعدل السلوك ، وتغير المواقف في غالب الأحيان فإن الإقناع هو تعديل سلوك المتلقي اتجاه شيء ، أو فكرة"[2]. فهو يعد من إحدى جهات القول الأساس للتواصل الذي يكون القصد منه، إما التعبير عن إحساس، أو عن حالة، أو نظرة فريدة إلى العالم، أو إلى الذات، أو يكون القصد منه الإخبار، أي وصف موقف معين على نحو أكثر موضوعية، أو "يكون القصد منه أيضا الإقناع بواسطة أدلة تحمل المتلقي على الانخراط في رأي ما"[3]. والخطاطة الآتية، كتوضيح لما ذكر:



2.2.3. الفرق بين الإقناع، والحجاج:

لقد حاول العديد من الدارسين وضع الفروق بينهما : أي بين الإقناع والحجاج، وذلك" أن الإقناع، هو ما يحاول به الإنسان إقناع نفسه، في حين أن الحجاج، هو ما يحاول به إقناع الآخر، وذلك بوسائط متنافرة منها مايعود للغة، وما توفره من بنى، وأساليب، ومفردات، وتراكيب، وروابط مؤثرة حجاجية"[4]. بهذا يطغى الحجاج الذي صورته الإقناع في كل موضع، ويمكن ال فصل بين الحجاج ،

---

[1]. ترجمة محمد مشبال، الحجاج في التواصل، ص:83.

[2]. الدكتور عبد اللطيف نجيد، دراسات في علم الدلالة، والتواصل، ص: 87.

[3]. ترجمة محمد مشبال، كتاب الحجاج في التواصل، ص: 19.

[4]. عز الدين الناجح،المفهوم من خلال الملفوظ الإشهاري، مجلة الخطاب،دورية أكاديمية، جامعة تيزي وزو ، العدد2 ماي2007 ص271.

والإقناع بالنظر إلى الحجج المعتمدة ؛ لأن "الحجاج عملية اتصالية تعتمد الحجة المنطقية بالأساس، ووسيلة لإقناع الآخرين، والتأثير عليهم"[1]، إضافة إلى وظيفة التأثير في هذه الحجج.

فإذا كان المتلقي رافضا، أو منكرا للكلام فيصير الخطاب حجاجيا ، بدل أن يكون إقناعيا ؛ لأن المتلقي متى سلم بالمقدمات التي قدمها المتكلم، فهو مقتنع من طرفه، ومتى ردها فهو محاجج . ويتوقف الإقناع على التأثيرات التي يحدثها الكلام بفعل المتكلم سواء تعلق الأمر بالفتنة أوالانفعال، وفي ذلك إشارة إلى ذكاء صاحبه، ومعرفته الدقيقة بنفسية المتلقي، وقدراته وآفاقه؛ لذلك نراه قد يأتي بالفكرة الواحدة على أنحاء مختلفة، أو يعلن أمرا ، ويذكر آخر، ويختزل فكرة، ويسهب في تحليل آخر، مما يعطي الكلام سحرا بيانيا . ولإحداث أثر ما، في المتلقي أي: إقناعه بفكرة معينة، وهو ما يعبر عنه اللسانيون بالوظيفة الإيحائية **(Connotative)** للكلام وهـــو: وضع لإقناع المتلقي لفكرة ما، أو بحقيقة معينة عن طريق تقنيات مخصوصة، ويظهر ذلك أكثر في الخطاب الإشهاري.

على العموم، فإن الاستدلال، والبرهان، والإقناع هي مصطلحات تمثل وجوه الحجاج من جهة، وتعرف سمـــات الخطاب الحجاجي من جهة أخرى، مع النظر إلى قصد المتكلم هل هو يستدل، أو يبرهن، أو يقنع؟

بالتالي، **فالإقناع** هو عمليات فكرية، وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثيرعلى الآخر ، وإخضاعه لفكرة، أو رأي ما.

أما **الحِجاج** فهو: " كل منطوق به، موجه إلى الغير؛ لإفهامه دعوى مخصوصة، يحق له الاعتراض عليها"[2]. كما هو معلوم، أن الجنس البشري يشترك فطريا في استعمال عدة آليات منطقية، وغير منطوقية في إنشاء الكلام، وتأويله، انطلاقا من تجارب الأفراد، وتفاعلاتهم مع محيطهم الخارجي، ولولا امتلاك الجنس البشري لآليات الحجاج ، والاستدلال، والبرهان، والقياس ماكان ليحصل بينهم تفاعل، وما كان ليتم بينهم تواصل لساني.

إذ كلما أفلح الفرد في اختيار ما يناسب من هذه الآليات، كان لخطابه وقع على مخاطبيه، إما استمالة، أو إقناعا، أو إمتاعا، إذ تعمل جميعها- إذا أحسن استعمالها- على تسريع عملية تعديل موقف، و تغير سلوك، مع الدفع إلى عمل، أو تغيير نظرة اتجاه موضوع، أو حدث، أو شخص، أو فكرة.

---

[1]. المرجع نفسه، ص: 275.

[2] طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، مرجع سابق، ص:226.

المبحث الثالث:

- **نموذج الخطـاب.**
- **الحجاج الخطـابي.**

1. نموذج الخطاب:

1.1. الخطاب، وتطوره عبر التاريخ:

تاريخيا انبثقت نظرية تحليل الخطاب من علوم اللغة في بعدها البنيوي، الاجتماعي، التداولي، التواصلي، والسياسي لكن الإشكاليات التي واجهتها نظرية تحليل الخطاب ، في بدايتها تكاد تتشابه مع تلك التي عرفتها اللسانيات في مرحلة تأسيسها، ويأتي في مقدمة هذه الإشكاليات ما يرتبط في عمقها بتداخل المفاهيم في كثير من الأبحاث المهتمة بتحليل الخطاب، حتى أصبحت هذه المفاهيم مترادفات وهي:

النص---- الحديث / القول---- والخطاب.

لقد توصل **كانغيليم** عند بحثه في هذه المفاهيم، وتحولاتها إلى: "تبيان أن تاريخ مفهوم ما، لا ينحصر في إرهاصاته التاريخية، وتقدمه في اتجاه الدقة والضبط، وسعيه المتزايد نحو المعقولية، وارتقائه نحو التجريد، بل هو تاريخ مختلف في حقول تكوينه، وصلاحيته، وتاريخ قواعد استخداماته المتتالية، وميادينه النظرية المتعددة التي تواصل فيها بناؤه، واكتماله"[1].

لعل المتتبع لتطور هذه المفاهيم ، سيلاحظ كيف قد طرح كل مفهوم من هذه المفاهيم السابقة الذكر موضوعا حقيقيا لنظرية تحليل الخطاب، وذلك حسب تطور المراحل التاريخية، وا لاتجاهات اللغوية والمعرفية، وهو مايجعل تداول مفاهيم "الخطاب، والنص، والقول تتداخل في الكثير من الأعمال والأبحاث، حتى أصبح هذا التداول من قبيل المشترك في أدبيات اللسانيات الأمر الذي دفع **ج.م.ماراندان** (**M.MARANDIN**) إلى أن يتساءل حتى التمانينيات عن موضوع تحليل الخطاب؟"[2].

إن لهذا السؤال مشروعيته المنهجية، إذ يرتبط بتحديد موضوع نظرية تحليل الخطاب، وهذا التحديد يفرض علينا تعريف كل من مفهوم: النص، الحديث، الخطاب، حسب ما تدعو إليه الضرورة المنهجية بهدف التمييز بين دلالة، ووظيفة كل مفهوم في كثير من الاتجاهات، والأبحاث اللغوية.

لكن لابد من الإشارة - هنا- في هذا المبحث، بنوع من التفصيل إلى كل التراكمات، والإرهاصات الأولية التي اهتمت بهذه المفاهيم ، في المرحلة الأولى التى سبقت مرحلة تأسيس نظرية

---

[1]. م.فوكو: حفريات المعرفة، ترجمة سالم يفوت.ط.2، المركز الثقافي العربي، بيروت 1987 ص:6.

[2] . J .M.Marandin: Quel est L'objet de l'analyse du discours ? in materialites discursives presses universitaire de lille.1981.

تحليل الخطاب: كأعمال الشكلانيين الروس، أو أعمال بعض الاتجاهات التى اهتمت بتحليل النص في معناه العام في الميدانين الأدبي، والنقدي.

في هذا السياق، يتم التأكيد على أن موضوع نظرية تحليل الخطاب هو الخطاب، وهو ماجسدته الأبحاث النظرية، والتطبيقية للمدرسة الفرنسية. لكن رغم هذا الإجماع، فمازال شغف الباحثين متجها نحو إيجاد نظرية كلية، وشاملة، تحدد موقع الخطاب في المجال الإعلامي، والسياسي، والديني ... من هنا نتساءل ماهو موقع مفهوم الخطاب :**(DISCOURS)**، والنص : **(TEXTE)**، والكلام: **(PAROLE)**، والحديث: **(ENONCE)** في الاتجاهات اللغوية ؟

قبل الإجابة، لابد من تقديم ملاحظة أساسية، وهي أن تحليل الخطاب ظل لمدة طويلة خارج الأبحاث اللغوية، حيث أن مؤسس اللسانيات **فيردناند ديسوسير** في كتابه الذي جمعه طلبته بعد وفاته: **محاضرات في اللسانيات العامة (cours de linguistique générale)** لم يول أي اهتمام للخطاب، إذ ركز كل اهتماماته على" اللسان"**(Langue)** بوصفه موضوعا رئيسيا للتحليل اللغوي، وظاهرة اجتماعية معيارية قابلة للضبط، والتقعيد.

كان هذا من بين الأسباب التي عملت على تأخير ظهور نظرية تحليل الخطاب، هذه النظرية التى أعادت الاعتبار الى مفهوم الخطاب، متخذة منه موضوعها الرئيسي، ومتجاوزة بذلك **لسانيات اللسان** بالمفهوم **الدوسيري**؛ لتدشن مرحلة جديدة يحلل فيها الخطاب في كل أبعاده.

2.1. تحديد قوانين الخطاب:

"إن المجموعة اللسانية التي يتم داخلها الإجراء التواصلي تفرض على فعل التلفظ بعض المعايير، يمكن تسميتها ب" قوانين الخطاب**(Lois du discours)**"، وهي قوانين ثلاثة:

- **قانون الإخبار (Loi d′ informativité):** والهدف منه إخبار المخاطب ويحكمه شرطان:
  - يجب ألا يكون المخاطب على علم بالخبر.
  - على المخاطب أن يكون على علم، بلغة وثقافة المجتمع.
  - على المتكلم أن يحتمل أن المخاطب ينتظر عكس الخبر.
- **قانون الشمولية (loi d′exhaustivité):** بموجب هذا القانون، يتحتم على المتكلم أن يقدم للمخاطب أكثر المعلومات أهمية، وألا يغفل أية معلومة يعتقد أنها تفيد المخاطب، إلا إذا كان قانون آخر يمنع ذلك.

- **قانون التلطيف (Loi de Litote):** ينص هذا القانون على أن الملفوظ يشتمل على معنى أقوى مما يستفاد منه، إلا أن المقام الذي ارتبط فيه التلفظ بالملفوظ لا يجيز أكثر مما قيل"[1].

3.1. تحليل الخطاب، ودراسته عند اللسانيين:

بعد توسيع دائرة اللسانيات ظهر اتجاهان لتحليل الخطاب: **اتجاه لغوي أمريكي:** تجسده أعمال الاتجاه التوزيعي بقيادة **ز. هاريس (z.harris)**، الذي بدأ يحلل ما فوق الجملة، وهو ما أطلق عليه أحيانا " **الخطاب**" [2]، كما ورد ذلك في بعض أقواله.

"**اتجاه لغوي أروبي بنيوي:** بزعامة عالم اللغة، **جاكبسون**، واضع نظرية **التواصل (théorie de communication)**، التي فتحت آفاقا جديدة أمام البحث اللغوي عموما، ونظرية تحليل الخطاب خصوصا إلى جانب **بنفنست (E.benveneste)**، الذي نص على ضرورة تحليل علاقة منتج النص بالجهاز التشكيلي الخطابي، أو بالخطاب في أبعاده اللغوية، وغير اللغوية، والهدف من هذا كله، بناء لسانيات خاصة بالخطاب، تكون أكثر قدرة على تفكيك مكوناته، وميكانيزماته؛ بهدف تجاوز لسانيات اللسان المنغلقة على دراسة اللسان كنظام قائم بذاته، كما أكدت ذلك ك.**كيرباط (C.kerbat)**".[3]

وقبل التعرض بنوع من التفصيل لنظرية تحليل الخطاب، يشير **بنفست** إلى أنه قبل ظهورها هيمن منهج **تحليل المضمون (Analyse du contenu)**، على عدد من الدراسات، والأبحاث، وهو أحد المناهج العلمية التي وظفهـــا، علماء الاجتماع الأمريكيين في الخمسينيات، خصوصا، **ب. برلصون (B. Berloson 1952)** الذي عرفه بأنه :" أسلوب للبحث، الهادف إلى الوصف الموضوعي المنظم، والكمي للمحتوى الظاهر للاتصال ، فكان الغرض الأساسي من توظيف مناهج تحليل المضامين، هو تحليل النصوص انطلاقا من وضع شبكات من **الفئات (Catégories)"**[4]، و"فئات أخرى متفرعة تعبر عن فرضيات الباحث التي ينطلق منها.

لكن رغم انتشار منهج تحليل المضمون، والنتائج التي أفرزها أثناء تطبيقه على عدد من النصوص، والخطابات انطلاقا من اعتماده نظام الشبكات.

---

[1].الدكتور: عبد الإله نيدة، رسالة لنيل دبلـوم الدراسات العليـا، الحجـاج في اللغة العربية بين التنظيـر، والممارسة، النفي نموذجا، ص: 45.

2. J .M.Marandin : Quel est L'objet de l' analyse du discours ? in materialites discursives presses universitaire de lille.1981.

3 .Z.S. Harris 1958/ P : 78

[4].C.kerbrat-Orecchiomi : l'énonciation de la subjestivité dans le langage.Armand colin .Paris.1980.P.9.

فإن أهم ما يؤخذ عليه، هو أن منهجه"[1]، يحصر آليات التحليل في الفئة التي يحددها الباحث مسبقا، فلا يبحث في النص إلا على ما يجيب عن الأسئلة المطروحة أي: **(ما يلائم الفئات المحددة من قبل الباحث)**، وهو مايفسح المجال لذاتية الباحث؛ للتدخل في منطلقات البحث، إضافة إلى أن منهج تحليل المضمون لم يتمكن من الغوص في جوهر كيفية بناء النص.

يفهم من ذلك، أنه لا يوجد منهج واحد، أو نظرة أحادية في تحليل الخطاب؛ لأن كل خطاب هو عبارة عن نسق مركب من عناصر مختلفة، وا لمقاربة الخصبة، والفعالة له، هي تلك التي تجدد المعرفة بالخطاب، ولا يمكنها ذلك، إلا إذا كانت تمتلك آليات، وأدوات قادرة على تحليل الخطاب في كل أبعاده، وأشكاله المتنوعة، وهذا ماسيتم تبيانه في المرحلة اللاحقة.

نعود مرة أخرى، للقول بأن المهتم بتحليل الخطاب يدر ك كيف تداخلت مفاهيم **الخطاب** مع **النص**، و**الحديث**، و**القول**، في كثير من الأعمال قبل ظهور نظرية تحليل الخطاب، التي حسمت الفصل في هذه المفاهيم . لكن الأسئلة المطروحة هي:

1. كيف تداخلت هذه المفاهيم؟
2. ماهي طبيعة هذا التداخل؟
3. ما طبيعة العلاقات بينها؟ هــل هي علاقة تنافـر، أو تكامل؟ أم هي علاقة ترابط، أو تعارض؟.

إن الإجابة عن هذه الأسئلة ، تقود إلى صلب هذه الإشكالية الاصطلاحية ، التي تهدف إلى تحديد دلالات مفهوم كل من **الخطاب، والنص، والحديث**، وتقديم تعريفات لكل مفهوم كما طرحت عند أهم الباحثين المهتمين.

1.3.1 مفهوم النص(TEXTE):

يعتبر النص من المفاهيم التي تتعدد دلالاتها، وقد هيمن هذا المفهوم ، في الاتجاه البنيوي، خصوصا مع الاتجاهات البنيوية التي انطلقت من مبادئ **دي سوسير**، وطورتها بعد ملإ بعض الثغراث المعرفية، والمنهجية، والمفاهيمية، التى أهملت في النظريات اللغوية السوسورية، ويعد **لويس . ل . يالملسف (L.helmslev)**، ركيزة أساسية لبناء المتن الذي يشتغل عليه الباحث لمعرفة نظام النص،

[1]. الدكتور: ميلود بلقاضي الخطاب السياسي بين خطاب السلطة، وسلطة الخطاب،ص: 48 الطبعة الأولى 2011 نشر، وتوزيع مكتبة دار السلام الرباط.

وعناصره، ووظائفه، ونظرا للصرامة المنهجية التي تعامل بها **لويس يالملسف** مع الظاهرة اللغوية، فإنه اعتبر النص معطى مباشرا يجب أن يحلل علميا على أساس أنه "سلسلة غير متناهية تتكون من كل مايمكن إنتاجه فعلا وقوة، وبواسطة لسان معين"[1].

مادام النص سلسلة، فيمكن اعتباره نظاما من العلاقات تتحدد بمجموعة من المحاور المرتبطة في عمقها بدلائل مكونات النص، هذه المكونات التي يصنفها الباحث، ويحددها بواسطة علاقات التبادل، وهي علاقات تكون أجزاء النص، وتحدد خصوصية علاقات هذه الأجزاء داخل النصوص.

الخلاصة، إن تصور **لويس يالمسلف** لمفهوم النص لا يخرج عن مشروعه اللغوي، وطموحه نحو بناء لسانيات علمية صرفة، تدرس الظاهرة اللغوية دراسة علمية. لكن مايؤخذ على أفكار **لويس** حول النص، هو أنه ركز على مفهومه، وأهمل كيفية تحليل بنائه، وإن كان يرجع إليه الفضل في تطوير نظرية تحليل الخطاب، لأنه استطاع كما يقول **د . محمد البكري:** "السيطرة على المبادئ، والقواعد الأولى، فهو عندما يقدم تصورا للتحليل الشمولي للنص، يعطيه شكل **مسطرة** تتكون من تقسيم متوال، ومستمر".[2]

2.3.1 النص عند ج. ديبوا (J .Dubois):

يحتل مفهوم النص عند **(J .Dubois)**، مكانة مرموقة، وإن كان هذا المفهوم يتداخل عنده مع مفهوم الحديث **(Enoncé)**، على الأقل في المرحلة الأولى ، نتيجة لهذا التداخل يصعب تحديد دلالة مفهوم النص في أعمال هذا الباحث، وإن كان **(J .Dubois)**، يعد من الأوائل الذين ساهموا بشكل كبير في إنشاء وتطوير، وتحليل الخطاب . لما لعبه من أدوار في مسار تطوير نظرية تحليل الخطاب كما يقول في تعريفه **للنص:** "إن التعارض بين(**الحديث / النص)** المحقق هو فعل إنتاج النص"[3].

يفهم من هذا أن **النص** حسب رأيه، هو أداة تفسير لكل عملية تحدث، بل إن النص يتداخل أحيانا عنده مع مفهوم الخطاب ، والوقـوف على دلالة مفهوم النص عنده، أو تأويله لن يتأت إلا من خلال مستويين:

– **النص باعتباره مصدرا فرديا:** أي ذلك النظام الذي ينتجه فـرد مـا، قبل أن يتحول إلى موضوع لعميلة التحليل، وهو مايطلق عليه (**J .Dubois)**، مرة **الحديث** (**Enoncé**)، ومرة أخرى **الخطاب.**

---

[1].المرجع نفسه، ص: 49.

[2]. l.Helmslev :1968/ P21.

[3]. محمد البكري، التحليل اللساني للخطاب السياسي: خطاب الحركة الوطنية المغربية نموذجا، جامعة محمد الخامس كلية الأداب، والعلوم الانسانية الرباط السنة الجامعية: 1993/1992.

- **النص باعتباره متنـا (Corpus)**: أي مجموعـة من النصوص، أو مجموع ـة من الأحـاديث، أو مجموعة من الخطابات التى تكون موضوع التحليل، وتخضع هذه النصوص لعملية تصنيفية معينة حسب افتراضات الباحث.

3.3.1 مفهوم الحديث(ENONCE): إن مفهوم الحديث لم يثر انتباه الباحثين اللسانين كما أثاره مفهوما النص، والخطاب ويعتبر المنهج التوزيعي **الهاريسي** الأمريكي من المناهج الأولى التي وظفت مفهوم الحديث معتبرة إياه : "كمية من سلسلة كلامية، تشكل المعطى الذي يخضعه اللساني لعملية التجزؤ، والتحليل، والوصف إلى وحدات صوتية، وصرفية، وتركيبية"[1].

"أما في أروبا، فقد برز هذا المفهوم بعد الستينات داخل ثنائية : (**الحديث /التحدث**) (**Enoncé/Enonciation**)، في أعمال **ج . ديبوا** من جهة، وأعمال **بنفنست**"[2]، من جهة أخرى، حيث خصص فقرات لهذه المفاهيم، ويعتقد بعض الباحثين أن المفهوم الأول هو أكثر وضوحا من المفهوم الثاني، الذي يشوبه نوع من الغموض، والضبابية في حين ، ذهب **فوكو**، إلى اعتباره: "كلاما مؤلفا من أدلة لا يمكن تعريفها في انفرادها إلا داخل نظام لساني".[3]

4.1. مفهوم الخطاب (PAROLE) لغة، واصطلاحا:

يأخذ لفظ **الخطاب** لغويا معنى المشاركة بين طرفين أحدهما مخاطب والآخر مخاطب إليه، أي متكلم ومستمع، تكون بينهما عملية تواصل، ورسالة يقصد من ورائها التبليغ، والإ فهام. و جاء في لسان العرب أن **الخطاب:** "مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة، وخطابا، وهما يتخاطبان "[4]،إنه أيضا: "توجيه الكلام نحو الغير للإفهام، وقد يعبرعنه بما يقع به التخاطب . وقال في الأحكام :[5] "**الخطاب** اللفظ المتواضع عليه، والمقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه"[6].

ويعرف في موضع آخر بأنه: "**الكلام** الذي يقصد به الإفهام، إفهام من هو أصل للفهم، والكلام الذي يقصد به إفهام المستمع، فإنه لا يسمى خطابا"[7].

---

[1] .E.benvinisste /P.80.
[2] .D.Maingueneau :1991. Ibidem/P :18 et 19.
[3] . M.Foucaault : /p213.

4. ب. شارودو، د. منغونو، المرجع نفسه، ص: 15202.

5. ابن منظور جمال الدين: لسان العرب، ط1، دار صادر ، بيروت، ص:36.

6. محمد علي التهانوي: كشاف ا صطلاحات الفنون والعلوم، تقديم وإشراف ومراجعة د . رفيق العجم، تحقيق د . علي دحروج، ج1، مكتبة لبنان ناشرون، ط1، 1996، ص449.

[7]. P. Charaudeau, D. Maingueneau: Dictionnaire d'analyse du discours.

يظهر من هذه المعاني اللغوية للخطاب اقتصار مفهومه على اللغة المنطوقة في حالة المحاورة، ويضاف إلى ذلك اللغة المكتوبة في حالة المراسلة.

لعل هذه التحديدات ذات الطابع المعجمي، تتوافق إلى حد ما مع أحد التعاريف الاصطلاحية الحديثة، في كون الخطاب هو : "الصيغة التي يتم اختيارها؛ لإيصال الأفكار إلى الآخرين، والصيغة التي بها استقبال أفكارهم. إن الخطاب يتجاوز هذا المفهوم الضيق؛ ليدل على ما يصدر من كلام أو إشارة، أو إبداع فني"[1]، وهو ما يشكل صيغة التفاعل بين طرفين، أو أكثر في عملية التلفظ، أحدهما يرسل الكلام، والآخر يتلقاه . إذ يقوم على "**التلفظ**، أو **القول** بين طرفين: أحدهما مخاطب وثانيها مخاطِب"[2]، أو هو: ذاك الذي "يرتبط باللغة من حيث هي أداة للتواصل بين طرفين، تتم بواسطتهما الدورة الكلامية، وهما المرسل، والمرسل إليه . كما يمكن تعريفه من حيث محاولة تحديد مكوناته ووحداته الدالة عليه، بأنه: **ملفوظ** طويل، أو هو: "متتالية من الكامات و الجمل، تكون مجموعة منغلقة يمكن من خلالها تلمس بنية سلسلة من العناصر و الوحدات.

1.4.1.مفهوم الخطاب اللساني عند هاريس، بنفست، تدروف:

رسم **هاريس** الملامح العامة للخطاب ، وهو أول لساني حاول توسع حدود موضوع البحث اللساني، بجعله يتعدى الجملة إلى الخطاب . إذ عرفه بقوله: "إن **الخطاب** منهج في البحث في أي مادة مشكلة من عناصر متميزة، ومترابطة في امتداد طولي، سواء كانت لغة، أم شيئا شبيها باللغة، ومشتمل على أكثر من جملة أولية . إنها بنية شاملة تشخص الخطاب في جملته (...) أو أجزاء كبيرة منه "[4]، ويعرفه **بنفنست (Benvenist)**، بأنه: "كل **تلفظ** يفترض متكلما ومستمعا، بحيث يحاول المتكلم التأثير على المستمع بطريقة ما. أما **تودروف (Todrouf)** فيعرفه بقوله: إنه" منطوق، أو فعل كلامي، يفترض وجود راو، ومستمع، وفي نية الراوي التأثيرعلى المستمع بطريقة ما"، وأشار فوكو**(Fouco Mechal)**، إلى الخطاب بأنه "النصوص، والأقوال، التي تحدد نظام البنية، والبنية المنطقية، أوالتنظيم البنائي"، وفي نفس السياق أشار إليه كل من **هارتمان وستورك (Stork et Hartman)** أنه: "نص

---

[1]. نعمان بوقرة: المصطلح اللساني النصي، عدد خاص، أعمال ملتقى اللغة العربية ، وآدابها، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة باجي مختار، عنابة، ص: 243.

[2] . G.P.Chauveau : Analysedu discours politicque langages ; n52 Année 1978.

[3]. المرجع نفسه، ص: 202.

[4].P. Charaudeau, D. Maingueneau: Dictionnaire d’analyse du discours.

محكوم بوحدة كلية واضحة ، يتألف من صيغ تعبيرية متوالية ، تصدر عن متحدث فرد ، يبلغ رسالة ما"، ثم عرفه الفرنسي **أوليفي روبول** ب:

- ✓ **المعنى الشائع:** أي أن الخطاب مجموعة منسجمة من الجمل المنطوقة.
- ✓ **المعنى اللساني المختزل:** بمعنى أن الخـطاب عبارة عن متواليـة من الجمل
- ✓ المشكلة للرسالة.
- ✓ **اللساني الموسع :** مفاده أن الخطاب عبارة عن مجموعة من الرسائل بين أطراف مختلفة تعرض طبائع لسانية مشتركة (...)[1].

2.4.1. تطور مفهوم الخطاب في المدرسة الفرنسية:

ظهر هذا التوجه اللساني، بفرنسا على يد مجموعة من اللسانيين ، والنقاد والفلاسفة، أمثال **ألتوسير(Althusser)، وج. لاكان(J.Lacan)، وميشال بيشو (M.Pêcheux) وديبوا** في الستينيات ، والسبعينيات، بعد صدور العدد الثالث عشر من مجلة **(Langages)**، الفرنسية الخاصة بتحليل الخطاب، وصدور كتاب **ميشال بيشو** "**التحليل الآلي للخطاب**" سنة 1969، إن دراسة **الخطاب السياسي** "تشكل نواة هذه المدرسة، وهي دراسات أقامها لسانيون ومؤرخون، وفق منهجية جمعت بين اللسانيات البنوية، و"نظرية الإيديولوجيا المستوحاة من إعادة قراءة الفيلسوف الفرنسي **ألتوسير لكارل ماركس** ، ومن أعمال الناقد النفساني **لاكان**.

حيث تمحورت هذه المنهجية في التفكير في العلاقة حول ما هو إيديولوجي، وما هو لساني، مع تجنب حصر الخطاب في التحليل اللغوي البحت، أو ذوبان الخطاب في الإيديولوجيا"[2]. ولقد تفرع عن هذه المدرسة توجهان:

الأول: تحليل للخطاب، يمثله **د. منغونو**، وهو متأثر بالتيار النفساني، حيث يفكك مكونات اللغة للوصول إلى المعنى، إذ يولي الأهمية للمدونة التي تنم على قيمة تاريخية، ثم الحرص على ألا ينصب الاهتمام فقط على الوظيفة الخطابية للوحدات اللغوية، بل ينظر إليها كذلك باعتبارها وحدات لغوية بحتة، ثم إقامة علاقات هامة مع نظريات التلفظ اللسانية، والاهتمام بما هو خطابي متعدد.

وأخيرا، التفكير في الأنماط المتعددة التي يثبت فيها المتكلم في الخطاب ، ويدعى هذا التوجه بالتوجه التحليلي ، وهـو الذي يتعارض مع التوجه **الثـاني:** المسمى **بالمقاربة الإدماجيـة،**

1/Tannen, D (1982 P: xi) Analyzing Discourse: Text and Talk (ed). Georgetown University Press, Washington D.C.

[2]/G.P.Chauveau : Analyse du discours politicque langages ; n 52 Année1978.

(**intégrative Approche**) التي تسعى إلى تفصيل "**الخطاب** على شكل شبكة من السلاسل ما بين النصية، كمشاركة في تنظيم الكلام المندرج ضمن مكان محدد"[1].

من المعروف أن ما يميز مدرسة تحليل الخطاب الفرنسية باختلاف نظرياتها ، وتوجهاتها، هو عكوفها على دراسة الخطابات الاجتماعية، خاصة الخطاب السياسي . فقد شكل خطاب رجل السياسة محور الدراسة السوسيولوجية لقنواته، وشفراته، **فمنغونو** مثلا، اختص بدراسة الجانب اللفظي لهذا الخطاب، لاعتقاده بوجود علاقة وطيدة بين اللفظ ، والإيديولوجيا. كما تكفل **ميشال بيشو** بتحليل هذا الخطاب تحليلا آليا، مستخدما في ذلك برامج وتقنيات الحاسوب؛ لمعرفة العلاقة بين درجة اطراد الكلمات، وورودها، وعلاقة ذلك بالإيديولوجيا.

3.4.1. الخطاب، ولسانيات الجملة:

إذا كانت دلالة الخطاب تتضمن في المعجم اللاتيني الحوار، وكذا معاني الخطابة، فإن اللسانيات المعاصرة حددت جغرافية الخطاب عند حدود الجملة ؛ ولذلك تسمى بقواعد الجملة باعتبارها الوحدة الأساسية في التحليل اللساني التي توقفت عندها اللسانيات البنوية ولم تتجاوزها إلى وحدات لغوية أكثر منها، حيث حظيت بالاهتمام والدرس، بوصفها وحدة تتوافر على شرط ا لنظام، وهي غير قابلة للتجزئة. وإذا أمعنا النظر في ماهية الخطاب على أنه ملفوظ يشكل وحدة جوهرية خاضعة للتأمل، ففي حقيقة الأمر، فإن الخطاب ما هو إلا تسلسل من الجمل المتتابعة التي تصوغ ماهيته في النهاية.

4.4.1. تداخل الخطاب مع شروط إنتاجه:

منذ ظهور نظرية تحليل الخطاب، أصبح هناك شبه إجماع ، حول مدى تأثير شروط الإنتاج في الخطاب، مما عمل على تطوير البحث في إشكالية علاقات النسق اللغوي للخطاب، أي بنياته مع نسقه غير اللغوي، من بينها شروط الإنتاج.

قد عرفت هذه الإشكالية في الأبحاث المعجمية بزعامة **ج. ديبوا** قفزة نوعية، وذلك من خلال مبدإ أساسي، هو أن كل عملية لضبط، وتداخل ماهو لغوي داخل الخطاب، وماهو غير لغوي يتم أثناء تكوين المتن **(Corpus)**. بمعنى اقتراح مجموعة من الخطابات تكون المتن، والقيام بتحليلها، لإجراء مقارنات بين بنياتها، انطلاقا من تحليل بنياتها التي بواسطتها يلمس الباحث اختلاف السياق العام لكل خطاب من هذه الخطابات.

[1].24 Tannen, D (1982 P: xi) Analyzing Discourse: Text and Talk (ed). Georgetown University Press, Washington D.C.

إضافة، إلى أن عملية تكوين المتن حسب **جون ديبوا**، ليست عملية اعتباطية، بل تبقى خاضعة لشروط معينة قد يحددها الباحث، **ويرى ديبوا**، أن كل متن خطابي يبنى على فكرتين هما

- **الاعتماد على ثوابت (Invariants):** كاختيار مجموعة من المفاهيم؛ للتحليل كما تجلى ذلك في أعمال فرنسية كثيرة من أهمها عمل **ج. شوفو** الذي حلل فيها مفهومي الاشتراكية، والاشتراكي في خطاب **ج . جوريس**[1].
- **الاعتماد على المتغيرات (Variables):** وهي في الغالب ترتبط بمنهج الخطاب وبطبيعته، وشروط إنتاجه، وطوله، أو قصره، وعدد كلماته، وهي كلها عناصر تخرج عن النسق اللغوي لتنفتح على حقول معرفية أخرى.

بالتالي، فإن النتيجة التي يتوصل إليها الباحث اللساني على نحو جمالي، من خلال دراسته لنص معين، تعد في طبيعتها اكتشافا للمبادئ المتجانسة، والمتماسكة التي تؤسس ذلك النص المدروس. إن دراسة الخطاب هي كشف لهذا التجانس، والجمال المتجسد في السلسلة المتعاقبة من الكلمات، وهي كشف للقوة السحرية الغامضة التي تتغلغل بين هذه الكلمات، وتشع بالأفكار، والصور والعواطف ، بحيث يسعى كل الباحثين المهت ين بتحليل الخطاب على اختلاف اختصاصاتهم في اللساني ات، أوغيرها...، إلى تحقيق هدف واحد هو كشف الأبنية، والصيغ، والعلاقات القائمة في لغة من اللغات . وطبقا لرأي اللسانية الأمريكية **تانن**، إن هذه المهنة - تحليل الخطاب- هي مهنة إنسانية مناسبة وأنيقة، وهي مهنة نظرية، وتجريبية، بل وحتى جمالية[2].

وأكثر من ذلك، فإن أغلب اتجاهات تحليل الخطاب السائدة في الغرب- كما هو واضح- تميل إلى دراسة المرامي البعيدة للكلام، أو النص من خلال وسائل متعددة؛ مما جعل الخطاب الإنساني يأخذ حيزا هاما في الحقل المعرفي اللساني، بحيث قرر **ميشال فوكو بقوله:** إن "**الخطاب** شبكة معقدة من النظم الاجتماعية، والسياسية، والثقافية التي تبرز الكيفية التي ينتج بها الكلام كخطاب"[3].

ويعد في البحث النقدي، "كتلة نطقية لها طابع الفوضى، وحرارة النفس، ورغبة النطق بشيء ليس هو تماما الجملة، ولا هو تماما النص، بل هو فعل يريد أن يقول"[4].

---

1. Tannen, D (1982 P: xi) Analyzing Discourse: Text and Talk (ed). Georgetown University Press, Washington D.C .

2. 24 Tannen, D (1982 P: xi) Analyzing Discourse: Text and Talk (ed). Georgetown University Press, Washington D.C.

3. نعمان بوقرة: المصطلح اللساني، جامعة باجي مختار، عنابة كلية الأدب، ص:24

4. يمنى العيد، في "القول الشعري"، دار توبقال، الدار البيضاء 1987، ص: 26/12.

فالخطاب إذن، كيان خاص بنفسه يختلف اختلافا كليا عن الجملة ، وعن النص، وعن القول، أو إنه كيان، وكينونة متميزة عنهم جميعا.

بالتالي، فإن مفهوم الخطاب اللساني له علاقة بمفاهيم أخرى، وهي اللغة والكلام، والنص والتلفظ، كما تمت الإشارة إلى الفروق القائمة بينها، وفقا لنظرية الحجاج التي تعتمد بوصفها إطارا نظريا، ومنهجيا للدراسة، والتحليل الخطابي ، الذي اهتمت به الدراسات اللسانية والتداولية الحديثة، حيث ظهرت عدّة نظريات، وإن اختلفت منطقاتها المنهجية أو الأصولية ، فإنها تكشف لنا بوضوح قيمة الموقف من الحجاج، باعتباره عنوان بلاغتنا الجديدة الذي يجعل من الحجاج نمطا للخطاب ونوعا يتعالى على مقولات الجنس لأنه قادر على ابتلاع سائر الأجناس.

2. الحـــجـــاج الخـــطـــابي:

1.2. الحجاج في الخطاب:

يعتبر **طه عبد الرحمن** من بين أبرز المفكرين العرب الذين عالجوا مسألة الحجاج، بوصفه "أبرز آلية لغوية يستخدمها المرسل للإقناع، وباعتباره منطوقا به موجها إلى الغير ؛ لإفهامه دعوى مخصوصة يحق له الاعتراض عليها "[1]. ولما كانت اللغة التي يستعملها الحجاج أساسا هي اللغة الطبيعية، فقد عد الحجاج من وظائف اللغة الأربع، فضلا على الوظيفة الوصفية، و الإشارية، والوظيفة التعبيرية. فالمرسل يستخدم اللغة لغاية الحجاج بالبراهين والتفسيرات، فمن هذا المنطلق ، يؤسس **طه عبد الرحمن** لمفهوم الحجاج استراتيجية إقناعية، وعملية خطابية يهدف من خلالها الخطيب تسخير المخاطب لفعل أو ترك.

لقد ركز الباحثون اللسانيون المعاصرون على دراسة الخطاب اللساني المنطوق، والمكتوب على حد سواء، نظرا للعلاقات القائمة بينهما من جهة، وبين أنظمة العلوم المعرفية الأخرى من جهة ثانية ، وقد قادهم البحث في هذه الظواهر إلى محاولة تأسيس نظرية شمولية قادرة على تحليل الخطاب اللساني، المنبني على أسس علمية معروفة، إضافة لما لها من أبعاد علمية، وجمالية في الوقت نفسه؛ لكي تستطيع أن تمس جوهر الطبيعة الإنسانية القابعة في أعماق الخطاب اللساني.

2.2. مميزات الخطاب الحجاجي:

1. الترتيب (التسلسل) في الأفكار، والملفوظات.
2. خضوعه لقواعد الأجناس الأدبية، وهي: أنواع من القواعد المحددة من التشفير، وتميزه كذلك بأسلوبه الخاص، إذ هو عمل فني، ذو طابع فردي مميز لماهيته.

---

[1]. التكوثر العقلي، مرجع سابق، ص:226.

3. الخطاب أساسه موضوع محدد، وهذا الموضوع لابد أن يكون واضحا، ويؤدي إلى الفهم.

4. الخطاب نشاط تواصلي يتأسس على اللغة المنطوقة.[1]

3.2. أنواع الخطاب:

هناك أشكال كثيرة من الخطاب، وتعددها يكون بتعدد المعارف الإنسانية في العلوم، والآداب، والفنون، ونجملها فيما يلي:

- نصوص يستحوذ عليها السرد (تحقيقات، روايات، تاريخ).
- نصوص يهيمن عليها الوصف (أجزاء من روايات، أو قصص).
- نصوص تحليلية (مداخلات علمية، دروس، رسائل عمل ..).
- نصوص تعبيرية (أشعار، روايات، مسرحيات، رسائل خاصة..).
- نصوص يسيطر عليها الأمر (وثائق إدارية، تقارير، محاضر، تعليمات...).

يمكن اختصارها، واختزالها في: الخطاب الإعلامي، والعلمي، الخطاب الأدبي، و السياسي.

4.2. مناهج تحليل الخطاب الحجاجي:

1.4.2. التحليل البنيوي: يمكن تحليل النص تحليلا بنيويا، بغض النظر عن الظروف، والمؤثرات الخارجية، وحياة المؤلف، محاولين بذلك الكشف عن أدبيته[2].

2.4.2.التحليل السيميائي: إن تحليل الخطاب تحليلا سيميائيا، "مرتبط بمنبعين هما : العالم اللغوي السوسيري، **دي سوسير**، الذي هو الأصل في تسمية العلم بالسيميولوجيا، والفيلسوف الأمريكي **تشارلز ساندرس بيرس**، الذي هو الأصل في تسميته بالسيميوطيقا.

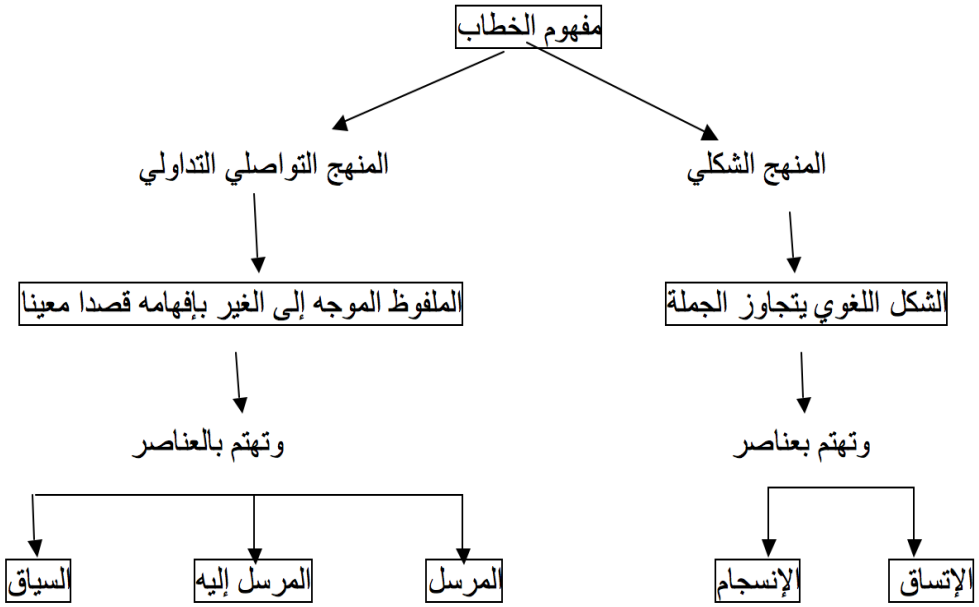
3.4.2.التحليل الانزياحي اللغوي: يتمثل في الأسلوب الذي يعتبر ملكة اللسان، والقالب الذي تصب فيه التراكيب ، إذ يتحتم على كل شخص أن يعد قالبا وفقا لقوانين اللغة، وبهذا تكون الأسلوبية، علما يهتم بدراسة الخصائص التي تخرج الخطاب عن وظيفته الإخبارية الإبلاغية ، إلى وظيفته التأثيرية ، والجمالية، وبعبارة أخرى ، فإن الأسلوبية بحث في الوسائل اللغوية التي تجعل الخطاب مزدوج الوظيفة، والغاية.

---

[1]. الأستاذة دندوقة، محاضرات تحليل الخطاب، مجلة كلية الآداب واللغات جامعة بسكرة، الجزائر، ص 43.

[2] . المرجع نفسه، ص:105.

خلاصة القول، فإن الدراسات الأدبية مرت بثلاث لحظات: لحظة الكاتب، ثم لحظة النص، ثم لحظة القارئ أو المتلقي، وفي ضوء هذه الأخيرة توسعت نظرة الباحثين أكثر في حقل تحليل الخطاب والتداولية، فتغيرت جملة من المفاهيم مثل: الخطاب، القراءة، عملية الفهم القرائي، وقد تركزت دراسة هذا المبحث، حول تطور مفهوم القراءة كونها مهارة من المهارات الأساسية، حيث أصبح فهم النص وتلقيه من أهم قضايا النظريات الحديثة ولتحقق عملية الفهم تتفاعل عدة عوامل غير الرموز اللغوية وهي المعرفة المشتركة، الخلفية المعرفية، سياق النص . وقد اهتم علماء الخطابات التعليمية، واللسانيات بهذا الموضوع، نذكر على سبيل المثال مقاربة **فان ديك، مقاربة براون ويول**



1

.

[1]https://aleph-alger2.edinum.org/831

الباب الثاني:

- الحجاج التداولي.
- الفعل الكلامـي.
- القوة الإنجـازية.
- المقويات الحجاجية الموجهة إلى المتلفظ، والمتلفظ إليه.
- الـقـصـدية.
- التأويل الدلالي والسيميائي للملفوظات.

الفصل الأول:

- الحجاج التداولي، وأصوله الإبستمولوجية.
- الفعل الكلامي، مكوناته، خصائصه، وأصنافه

المبحث الأول:

- **الحجاج التداولي.**
- **أصوله الإبستمولوجية.**

1.الحجاج التداولي، وأصوله الإبستمولوجية:

1.1. الحجاج التداولي:

يجنح معظم المهتمين بشأن التداولية إلى الإحجام عن تعيين موضوع التداولية، وتحديد مجال تخصصها؛ نظرا لتعدد توجهات اللسانيات التداولية، وتشعب مواضيعها وكثرة اهتماماتها، الأمر الذي صعب على الباحثين الاهتداء إلى رؤية موحدة، أو مقاربة حول موضوعها. ومن جانب آخر، يعتقدون أن تحديد موضوع التداولية لا فائدة منه، بل فيه زج للمبحث والباحث في ركن ضيق يحول دون التعمق، والتحري السديد في اللغة الطبيعية، إلا أنه بالرغم من الإكراهات المعيقة لتعيين مفهوم التداولية، فقد اقترح بعض الباحثين عدة تعريفات، على غرار ما فعل **ش. موريس**، حينما عد التداولية العلم الذي يعالج العلاقة بين الأدلة، ومؤوليها، كما حصر كل من **ريكاناتي، وديلر** وظيفة التداولية في أنها: "دراسة استخدام اللغة داخل الخطابات، والسمات المميزة التي تؤسس الوجهة الخطابية في صلب اللغة"[1]، أما "**فان جاك**، فيعتبرها ظاهرة خطابية، تبليغية، واجتماعية في نفس الوقت".[2]

بما أن التداولية تهتم بدراسة الكيفية التي يسلكها الناس لفهم الفعل الكلامي، وكيفية إنتاجهم له، ستتم الإشارة أيضا، إلى أسباب نجاح المتخاطبين، والمشاركين في الموقف الكلامي أثناء عملية التخاطب والتحاور الذي يدور فيما بينهم؛ لأن التحادث بين طرفين، أوعدة أطراف، يحملهم على استمرار المحادثة، ونجاحها مع اتباع معايير محددة، ومتعارف عليها بين المتشاركين في الكلام، وأكثر ما تهتم به التداولية **مبدأ التعاون**؛ نظرا لأهميته في إنجاح المحادثة أي: أن المتحادثين يتعاونون من أجل استمرار الحديث من خلال المشاركة في الحدث الكلامي المتواصل، كما تهتم التداولية **بمبدإ التأدب**، الذي يفرض على المتحدثين أن يحترم بعضهم بعضا في الكلام.

بالتالي، فقد "أخذت التداولية على عاتقها، كيفية البحث في صياغة شروط إنجاز النصوص، أو العبارة، من لدن الباث **(المرسل)** من جهة، ومن جهة أخرى، توضيح أي جهة بإمكانها أن تكون عنصرا رئيسيا، فعالا، مثل هذا الإنجاز في مجرى الفعل المتداخل الإنجازي، الذي يصبح بدوره مقبولا، أو مرفوضا عند فاعل آخر"[3].

---

[1]. مجلة "La pragmatique"، العدد 42، مايو (1970) ، دار لاروس .

[2]. فان . ف . جاك، "La pragmatique"، ضمن الموسوعة العالمية، المدونة رقم 15 / 1985 .

[3]. قنيني عبد القادر، النص والسياق، استقصاء البحث في الخطاب الدلالي والتداولي، نشر أفريقيا الشرق الطبعة الاولى.

ويمكن "حصر مرامي التداولية الرئيسية، في تتبع أثر القواعد المتعارف عليها من خلال العبارات الملفوظة وتأويلها، وفي تحليل الشروط التي تجعل العبارات جائزة، ومقبولة في موقف معين بالنسبة للمتكلمين بتلك اللغة"[1]. إضافة إلى ذلك، تسعى التداولية لإيجاد مبادئ، تشتمل على اتجاهات مجاري فعل الكلام متشابك الإنجاز، الذي يجب أن يكون عند إنجاز العبارة حتى تصير ناجحة، ومفهومة. كما تحاول التداولية البحث في كيفية تماسك ظروف نجاح العبارة، كفعل إنجازي، وكفعل مشترك الإنجاز مع الخطاب، أو تأويله، وذلك بصياغة الشروط التي تعين العبارات الناجحة في موقف ما، والذي يدعى **السياق**. كما أن اهتمام التداولية الأساس يتجه نحو تحويل مجرى الدراسات التي كانت مقتصرة على البنية المجردة لموضوع العبارة، إلى أفعال منجزة يمكن تسميتها **بالتأويل التداولي للعبارة**، فهي: "تسعى لتتجاوز النظرة الصورية للغة التي كانت محل اهتمام المدارس اللسانية السابقة، التي أولت العناية الكافية بالظروف المواتية، والمناسبة عند استعمال اللغة، منطلقة في ذلك من اقتناعها بأن اللغات الطبيعية بنيات تحدد وظيفة التواصل"[2].

لقد سعى أعلام هذا المنهج إلى التأكيد على أهمية البحث التداولي؛ لبيان الكيفية التي يتم بها توصيل معنى اللغة من خلال الإبلاغ، "**كأوستين، وسورل، وراسل، وفريجة**، الذين ألحوا كثيرا على حتمية دراسة اللغة أثناء الاستعمال، والنأي عن تجريدها من تداولها العادي"[3]، فبالغوا حينما حصروا المعنى في الاستعمال؛ لاقتناعهم الشديد بأنه لا فائدة مرجوة من اللغة إذا لم تكن حاملة للمعنى، وشارحة لأحوال الناس، ومفصحة عن حاجاتهم.

لهذا اتجهت الدراسات الحديثة ـ بإيحاء من الدرس التداولي ـ إلى الاهتمام بالتواصل، والاستعمال الفعلي للغة؛ لأن التواصل هو الذي يحدد ظروف بنية اللغة التركيبية، فالمتكلم حينما يلقي كلامه إنما يفعل ذلك وفق ظروف التواصل، وطبيعة المتلقي، وليس وفق ظروف النظام اللغوي في حد ذاته، بحيث ترتب عن هذه البحوث آثارا ـتنظيرية كانت أم إجرائية ـ تتفق على أن التداولية باعتبارها فرعا حديثا من فروع العلوم اللغوية التي تعتني بدراسة، وتحليل عمليات الكلام والكتابة؛ لتوصيف وظائف الأقوال اللغوية، وبيان خصائصها من خلال إجراءات عملية التواصل بشكل عام.

---

[1]. المرجع نفسه.

[2] . أحمد المتوكل، الوظائف التداولية في اللغة العربية، المغرب، ط1 /1985 ص:08

3. مصطفى غلفان، اللسانيات العربية الحديثة، جامعة الحسن الثاني، عين الشق كلية الآداب والعلوم الإنسانية، سلسلة رسائل وأطروحات، رقم 4/ 56، المغرب/ ص: 246.

الأمر الذي جعل دراستها تكون ذات صبغة تنفيذية إجرائية، إلا أنه بالمقارنة مع هذه الوسمة التطبيقية، تسعى التداولية إلى إرساء قواعد نظرية لأفعال الكلام وتطويرها، انطلاقا من إمعان النظر في الأنماط المجردة، أوالأصناف التي تمثل الأفعال المحسوسة، والشخصية التي تنجز أثناء الكلام، واضعة بذلك موضع السؤال **التقابل السوسيري** بين **اللغة، والكلام**، رافضة اعتبار**الكلام** موضوعا غير قابل للدراسة المنهجية. وفي المجال الأدبي، فإن هدف التداولية يوجب على الشعرية **نظرية الأدب** عدم تقييدها بوصف مجموعة محتملة من الأشكال (**لغة/ كلام**)، بل عليها أن تشتمل على نظرية **للأفعال** الأدبية أيضا. إن دعوة التداولية هي لدراسة اللغة لا لذاتها كما فعلت البنيوية، إلا أن ما يلاحظ أن أهم حقل له الأثر البالغ في ظهور التداولية، هو حقل **الفلسفة التحليلية**، هذا ما أكده **د. مسعود صحراوي** حين قال: "الفلسفة التحليلية لا تعنينا لذاتها، ولكن ما يهمنا منها هو لحظة انبثاق ظاهرة **الأفعال الكلامية** من قلب التحليل الفلسفي، ثم ولادة التيار التداولي في البحث اللغوي؛ لأن الفلسفة التحليلية هي السبب في نشوء اللسانيات التداولية"[1].

بالتالي، فإن التداولية تنبني على دعامتين أساسيتين، وتؤدي دورها بهما، إنهما: الشق المعرفي، والشق التواصلي.

- **فالجانب المعرفي:** مستمد أساسا من علم النفس المعرفي، **الاستدلالات، الاعتقـــادات، والنوايا(...).**
- **أما الجانب التواصلي:** فإن مهمته البحث في ما يصدر عن المتكلمين، وأغراضهم، واهتماماتهم، ورغباتهم، وتسعى التداولية في النهاية إلى معالجة الكثير من المفاهيم التي ركز عليها الباحثون في ميدان التداولية منها:
  - أفعال الكلام- السيـــاق- متضمنات القول- نظرية الملاءمة.
  - الاستلزام الحواري- القصدية...

لعل أبرز ما يظهر في هذه العملية التخاطبية هو قيمة الخطاب المرسَل، أو مدى نجاح المُخاطب في إرسال خطابه ، وتبيان معناه، وتقنياته الحجاجية . ويعد مقياس **غرايس** لمبادئ المحادثة معيارا هاما قدمه التداوليون ، في محاولة ضمان حد أدنى ، لضمان نجاح الخطاب ، على اعتبار أن **غرايس** يعتبر المحادثة عملية مشاركة، ومعاونة بين المتكلمين.

---

[1]. المرجع نفسه،(بتصرف).

2.1. الأصول الإبستمولوجية لعلم التداولية:

التداوليـة علم نشأ في أحضان الفلسفة التجريبية، "**موضوعه** دراسة اللغات الإنسانية في أبعادها التواصلية الفعلية المؤثرة في العالم الخارجي، والمتجاوزة للضوابط الإجرائية، والصوري ـة. من هنا ، يقـدم لنا ه ـذا العلم مقاربة مخالفـة للمستويات الأخرى للدرس اللساني، مقاربة تعيد الاعتبار للاستعمال، وقدرتـه التأثيرية على سلوك الإنسان؛ ليتحول هذا الأخير من مستوعب للقواعد، ومطبق لها، إلى مؤثر، وفاعل حقيقي في الواقع الخارجي، وفق ضوابط جديدة تقارب المعطيات اللغوية من زاوية نظر مغايرة"[1].

من الثابث، "أن لكل علم ما يسوغ وجوده، ومن ثم يساهم الإلمام بالمنطلقات الفلسفية في بناء المعرفة وتطوريها، خاصة أن العلوم عبارة عن سلسلة مكونة من حلقات مرتبطة ومتداخلة، أساسها التكامل والاختلاف"[2]. في هذا الصدد، لابد من التطرق إلى محوريين أساسيين، ساهما بفعالية في بناء علم التداولية، **(La pragmatique)** : **أولهما:** "التطور الذي عرفه الدرس اللساني المؤدي إلى اعتبار علم التداولية، كامتداد ضروري لعلم الدلالة. **ثانيهما:** القفزة النوعية التي أحدثتها فلسفة اللغة في الفكر الغربي"[3]. إن المهتم بتطور قضايا اللسانيات، يلاحظ تأخر ظهورعلم الدلالة ، بالمقارنة مع المستويات اللغوية الأخرى، وذلك بالرغم من عراقة المفاهيم الدلالية، وارتباطها بحقول معرفية مختلفة، كالبلاغة، والمنطق، والفلسفة...، ومرد ذلك ارتباط المعنى بالعالم الخارجي، والاستعمال.

وبعد أن اجتاز علم الدلالة، مرحلة تأسيس المفاهيم واجهته إشكالية أخرى ترتبط بالموضوع، علما أن المعنى له علاقة بكل العلوم ، كما اندمج في نظريات قائمة الذات كالبنيوية، والتوليدية، والوظيفية. من "المؤكد أن المعنى لا يوجد في الفضاء التصويري، نظرا لعلاقته الوطيدة بالاستعمال، حتى أنه أصبح من الشائع ترديد قولة **فتجنشتاين (wittgenstein)**، المأثورة **لا تسألوا عن المعنى، اسألوا عن الاستعمال** ، ولعل هذا التصور يعتبر كرافد معرفي أولي ساهم في ظهورعلم التداولية كامتداد ضروري لعلم الدلالة اللساني "[4]. في حين نجد الرافد المعرفي الثاني، قد تبلور مع الوضعية المنطقية التي نشأت، لإنهاء الصراع بين التيارات الفلسفية انطلاقا من الفهم العلمي للعالم.

---

[1]. الدكتور: عبد اللطيف نجيد، دراسات في علم الدلالة والتواصل ص:37/ جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس– سايس

[2]. المرجع نفسه، ص:37 .

[3]. مشيل بريك، علم الدلالة، ص:77.

[4]. د. عبد اللطيف نجيد، مرجع سابق، ص:36 .

في هذا الإطار، "نشأت حلقة **فيينا** سنة 1929، بريادة **شليك (chleck)**، **وفريجه (frege)**، **وكارناب (carnap)**، **وفتجنشتاين (wittgenstein)**، ووضعت مبادئ المنطــق الرمزي الذي ساهم في صياغة لغة فلسفية علمية دقيقة، وخالية من الثغرات.

و بناء عليه، اعتبرت اللغات الطبيعية قاصرة من حيث إنها تحجب البنيات المنطقية الأساسية للفكر، وتم التأكيد على أن قوانين المنطق هي القوانين الأصلية للفكر "[1]. موازاة مع هذا التيار، "كان **راسل (russell)**، رائد الفلسفة التحليلية ينتقد منطق اللغة غير الدقيق، وكذلك النحاة الذين يجمعون عناصر غير متكافئة في مقولة واحدة، كالإسم : **زيد، إنسان، لاشعور، جبل ، كرسي (...)**، غير القابل للاستبدال في نفس القضية.

من خلال عرض هذه النماذج المختلفة، يظهر بجلاء وجود ضوابط، وآليات مشتركة؛ لتطوير الفكر الإنساني المشكل من حلقات متصلة، تطورت عبر مراحل مختلفة، مع العلم أن لكل حلقة قيمتها، مادامت تساهم في بناء المعرفة . وعليه، "فإن العلوم لا يمكن أن تستوعب بعمق إلا باستيعاب خلفياتها، ومنطلقاتها وأخطائها، أيضا؛ لأن تاريخ العلم إنما هو تاريخ للأخطاء، والهفوات التي يمكن أن نعتبرها بمثابة عوامل إيجابية تساهم في تطور وبناء الفكر العلمي السليم. على هذا الأساس، سيكون للمعرفة زمنها الخاص المختلف تماما عن الزمن الذي نعرفه، ونؤرخ به؛ لأن الفكر يراجع ذاته باستمرار؛ من أجل التطور، والإبداع"[2].

إذا كانت التداولية عند **سوسير**، تقوم على رفض ثنائية **(اللغة/ الكلام)** فهي في العصر الحديث علم يه تم بكل أشكال التفاعل الاجتماعي، والتفاعل الخطابي، ودراسة المعطيات اللغوية والخطابية المتعلقة بالتلفظ ، إنها تهتم بالعملية التواصلية في كل أبعادها النفسية والاجتماعية والايديولوجية...، وبدراسة العلاقة بين اللغة والسياق ، وبذلك أمكننا القول إن التداوليات هي علم الاستعمال اللغوي. إنها بحق علم جديد في التواصل الحجاجي، هذا ما سيتم التركيز عليه في هذا الفصل، على دراسة نظرية الحدث الكلامي، أو نظرية أفعال الكلام، باعتبارها أهم الجوانب الأربعة التي يقوم عليها البحث التداولي.

---

[1]. ينظر د.حسان باهي، في اللغة والمنطق، دار الأمان للنشر، الدار البيضاء المغرب الطبعة الأولى 2000م، ص: 4

[2]. د. عبد اللطيف نجيد مرجع سابق ص: 37 / 38 .

المبحث الثاني:

- **الفعل الكلامي، مكوناته، خصائصه، وأصنافه**
- **النموذج الحواري عند غرايس.**
- **نظرية الملاءمة عند ويلسون، وسابر.**

1. الفعل الكلامي، مكوناته، خصائصه، وأصنافه.

1.1. الفعل الكلامي:

لقد شاع استخدام مصطلح الفعل الكلامي بين الدارسين، واختلفت تعريفاته تبعا لاختلاف المرجعيات الإبستيمولوجية التي ينطلقون منها ، و"حسب المتفق عليه، فإن فعل الكلام هو : التحدث بما يعني: تحقيق أفعال لغوية"[1]، أو هو : "كل ملفوظ يقضي التلفظ به في شروط معينة إلى حدث، أو فعل، وينتج عن هذا الفعل أثارا قد تكون لغوية، وقد تكون غير لغوية"[2].

يعتبر **أوستن** "أول من قال : إن اللغة نشاط، وعمل ينجز أي : أن المتكلم لا يخبر ويبلغ فحسب، بل إنه يفعل، أي: يقوم بنشاط مدعم بنية، وقصد يريد المتكلم تحقيقه من جراء تلفظه بقول من الأقوال. إن اللغة ليست بنى، ودلالات فقط، بل هي أيضا فعل كلامي ينجزه المتكلم؛ ليؤدي به أغراضا، فهو عمل يطمح من خلاله أن يحدث "[3]، فالكلام بهذا الاعتبار مثلما تقول **كتريين كربرارت** هو:"عملية تبادل للأخبار دون شك، ولكنه أيضا يعتبر فعلا مضبوطا بقواعد دقيقة، يزعم تغير حال المخاطب، وتحويل نظام معتقداته، أو موافقه السلوكية، وبالمقابل، فهم الكلام وإدراكه، يعني: تشخيص مضمونه الإخباري، وتحديد غرضه التداولي، أي : قيمته، وقوته الإنجازية "[4]، فعندما يقول قاضي المحكمة: **(رفعت الجلسة الآن)**، فقوله هذا لا يخبر فقط، بل هو بالفعل يرفع الجلسة، وكذلك عندما نقول : **(أعدك بأن آتي)**، فإنني أعد فعلا بالإتيان.

وعليه، "فإن كل فعل لغوي يندرج في إطار مؤسساتي، يحدد مجموعة من الحقوق، والواجبات بالنسبة للمشاركين في عملية التخاطب أو التحاور، بل يحقق عددا من شروط الاستعمال، التي هي عبارة عن **شروط النجاح**، التي تجعله مطابقا للسياق . بحيث اقترح **سورل نموذجا** لهذه الشروط التي تعتني بالظروف، ومنزلة المشاركين في الفعل اللغوي، ومقاصدهم، والآثار التي من شأنها إحداثها"[5]. كما اهتدى **سورل** إلى أنواع أخرى من الأفعال الكلامية، ميزتها أن دلالتها الفعلية لا تظهر صريحة في عبارة المتكلم، بل تتضح في تأويل هذه الدلالة وفهمها مع العودة إلى عوامل السياق

---

[1]. حكيمة بوقرومة، دراسة الأفعال الكلامية في القرآن الكريم (مقاربة تداولية) منشورات، مختبر تحليل الخطاب، دار الأمـــل العدد الثالث ماي 2008 جامعة تيزي وزو، ص: 11.

[2]. رحيمة شيتر، تداولية النص الشعري، جمهرة أشعار العرب نموذجا، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه في علوم الأدب، جامعة باتنة، ص149

[3]. خولة طالب إبراهيمي، مبادئ في اللسانيات،ص161.

[4]. المرجع نفسه، ص:161 .

[5]. المرجع نفسه، ص: 47 /48 .

المحيطة بالمتخاطبين. **فمثلا** أن يقول شخص لآخر: **هل لديك الملح؟** إن هذه العبارة، في ظاهرها، تدل على الاستفهام عن امتلاك المخاطَب للملح، إلا أن مضمونها يدل على فعل كلامي مخالف، هو **فعل الطلب** الذي يظهر في ما يلي: ناولي الملح، أو أطلب منك أن تناولني الملح.

وبناءا على ماذكر، فـأن لنظرية أفعال الكلام قيمة كبيرة خاصة فى تركيزها على السياق العرفى والمحيط، وعلاقات الأشخاص، الأمر الذى حد من سلطة وأحادية المنظور التقليدى المرتكز على الجملة الخبرية فى دراسة المعنى.

2.1. مكونات الفعل الكلامي، وخصائصه عند أوستن:

ترجع هذه النظرية إلى (**Austin**)، وتلميذه **سورل**، اللذان بينا أن اللغة ليست بنى ودلالات فقط، بل هي أيضا أفعال كلامية ينجزها المتكلم ليؤدي بها أغراضا، فهو عمل يطمح المتكلم من خلاله إلى إحداث تغيير معين في سلوك المخاطب بالفعل، أو بالكلام.

تقول **أوركيوني** في هذا الإطار : "إن الكلام هو بدون شك، تبادل للمعلومات، ولكنه أيضا إنجاز لأفعال تسير وفق مجموعة من القواعد سواء كانت بعضية، أو كلية حسب **هابرماس** (**Habermas**)، من شأنها تغيير وضعية المتلقي، وتغيير منظومة معتقداته، أو وضعه السلوكي، وينتج عن ذلك أن فهم الكلام ، وإدراكه يعني تشخيص مضمونه الإخباري، وتحديد غرضه التداولي، أي قيمته، وقوته الإنجازية"[1]. و يتكون الفعل الكلامي، حسب **أوستين** من:

← فعل القول، أوالفعل اللغوي **(acte locutoire)**.

← الفعل الإنجازي**(acte illocutoire)**.

← الفعل التأثيري**(acte perlocutoire)**.

1. **فعل القول أو (الفعل اللغوي)** : يراد به: "إطلاق الألفاظ في الجمل المفيدة ذات بناء نحوي سليم، وذات دلالة"[2].

ففعل القول يشتمل بالضرورة على أفعال لغوية فرعية، وهي المستويات اللسانية المعهودة : المستوى الصوتي، المستوى التركيبي، والمستوى الدلالي، لكن **أوستين** يسميها أفعالا:

- **الفعل الصواتي:** هو التلفظ بسلسلة من الأصوات المنتمية إلى لغة معينة.

---

1. Orecchioni, C. K : Enonciation de la subjectivité dans le language.- Paris, Armand Colin, 1980.-p. 185.
2. Austin quand dire c' est faire ; p109.

- **الفعل التركيبي:** فيؤلف مفردات طبقا لقواعد لغة معينة.
- **الفعل الدلالـي:** هو توظيف هذه الأفعال حسب معان، وحالات محددة.

فإن قيل مثلا: **إنها ستمطر**، يمكن أن يفهم معنى الجملة، ومع ذلك لا يتضح أهي إخبار **بأنها ستمطر**، أم تحذير من عواقب الخروج إلى الرحلة، أم أمر بحمل مظلة، أو غير ذلك إلا أن تحديد قصد المتكلم، أو غرضه من الكلام، لا يتم إلا بالرجوع إلى قرائن السياق.

2. الفعل الإنجازي : "إنه عمل ينجز بقول ما "[1]. هذا الصنف من الأفعال الكلامية هو المقصود من النظرية برمتها؛ لذلك اقترح **أوستين** تسمية الوظائف اللسانية الثاوية خلف هذه الأفعال، بـ**القوى الإنجازية**، من **أمثلة ذلك:** السؤال، وإجابة السؤال، إصدار تأكيد، أو تحذير، أو وعد، أو أمر بشهادة في محكمة ... ، فالفرق بين الفعل الأول، والفعل الثاني، هو أن الثاني : قيام بفعل ضمن قول شيء، في مقابل الأول الذي هو مجرد قول شيء.

3. الفعل التأثيري: يرى **أوستن** أنه مع القيام بفعل القول، وما يصبحه من فعل متضمن في القول **(القوة)** قد يكون الفاعل، وهو: **(الشخص المتكلم)** قائما بفعل ثالث هو : "التسبب في نشوء آثار في المشاعر والفكر، ومن أمثلة تلك الآثار : الإقناع، التضليل، الإرشاد (...)"[2]، ويسميه **أوستين: (الفعل الناتج عن القول)**، وسماه بعضهم: **الفعل التأثيري.**

1. 3. خصائص الفعل الكلامي عند أوستن:

يلاحظ **أوستن** أنه توجد ثلاث خصائص للفعل الكلامي الكامل:

- "**إنه فعـل دال.**
- **إنه فعـل إنجازي**، أي: **(**ينجز الأشياء، والأفعال الاجتماعية بالكلمات**)**.
- **إنه فعل تأثيري**، أي:**(**يترك آثارا معينة في الواقع خصوصا إذا كان فعلا ناجحا **)**.

يقوم كل فعل كلامي على مفهوم القصدية، وتقوم مسلمة القصدية على أسس تداولية درسها فلاسفة التحليل، ثم طورها التداوليون حتى غدت شبكة من المفاهيم المترابطة"[3].

---

[1]. Austin quand dire c' est faire; p:109.

[2]. مسعود صحراوي، في الجهاز المفاهمي للدرس التداولي المعاصر، كتاب التداوليات علم استعمال اللغة، إعداد وتقديم الدكتور حافظ اسماعيل. ص: 55 .

[3]. باتريك شارودو لسانيات الخطاب، ترجمة محمد يحياتن، في: اللغة العربية، مجلة يصدرها المجلس الأعلى للغة العربية، دار هومة، الجزائر العدد، 2 ص:229.

لقد غدت قيمة تداولية نصية حوارية تعد بمفهومها العام، وشبكتها المفاهيمية، من أبرز المفاتيح المنهجية في الدراسات اللسانية النصية. ويتأكد الربط بين العبارة اللغوية، ومرامي مقاصد المتكلمين من خلال أعمال الفيلسوف **سورل**، الذي عمل على متابعة المشروع الفلسفي، الذي بدأه أستاذه **أوستين**، "فقد عد الغرض المتضمن في القول (**But illocutoire**)، عنصرا، ومكونا أساسيا من مكونات القوة المتضمنة في القول (**Force illocutoire**)"[1]. وقد ختم **أوستين** نظريته؛ لتصنيف جميع الأفعال اللغوية في خمسة أنواع كبرى وهي":

1. **الحكميـات (Les verdictifs)**: أي الأفعال الدالة على الحكم، مثل: حكم، برأ (...).
2. **المراسيات (Les exercitifs):** هي الأفعال الدالة على الممارسة مثل نصح أعلن سمى(...).
3. **الوعديات (Les commissifs)**: يقصد بها الأفعال التي يتعهد فيها المتكلم بسلوك معين كأن يتعهد، أو يعد، أو يلتزم بشيء (...).
4. **السلوكيات (Les conductifs):** بمعنى الأفعال التي يعبر بها المتخاطبون عن مواقفهم اتجاه سلوك الآخرين، كأفعال الاعتذار، والشكر، والتعزية (...).
5. **العرضيات (Les expositifs):** وتشمل الأفعال التي يستعملها المتخاطبون في عرض تصوراتهم، وتقديم حججهم أثناء الحديث، أو الحوار، مثل أثبت، استنبط، أنكر"[2].

لقد تبنى **سورل** نظرية أستاذه **أوستين**، بعد أن أدخل عليها بعض التعديلات التي ساهمت في تطويرها، حيث أضاف إليها بعض الاقتراحات، والأفكار الجديدة التي مست شروط إنجاز الفعل اللغوي وتحليله، وتصنيف أفعال اللغة. ويمكن إجمال هذه الأفكار، والاقتراحات في أربعة أفعال وهي:

1. **فعل التلفظ، أو النطق (Acte d'énonciation):** إن فعل التلفظ يضم كلا من الفعلين الصوتي، والتركيبي عند **أوستين**.
2. "**الفعل القضوي (Acte propositionnel) :** هو يعادل الفعل الدلالي، الذي كان جزءا من فعل القول في تصور **أوستين**، إلا أنه عند **سورل**، يشكل فعلا مستقلا عنه.
3. **فعل الإنجاز (Acte illcutionnaire):** هو الذي يحقق القصد الدال المعبر عنه في القول، وهو هنـا، لا يختلف كثيرا عن تصور **أوستن**، فقـد يكون نصيحة، أو تحذيرا، أو نهيا أو تهديدا، أو وعدا أو أمرا (...).

---

[1]. مسعود صحراوي، في الجهاز المفاهمي للدرس التداولي المعاصر، كتاب التداوليات علم استعمال اللغة، ل د . حافظ إسماعيل ص:55.

[2].أوستن، عندما يعني القول الفعل طبعة 1970، ص:28 .

4. **فعل التأثير (Acte perlocutionnaire):** هو تماما مثل ما طرحه **أوستين**، يهتم بالنتائج، والتأثيرات التي يحدثها الفعل الإنجازي بالنسبة إلى المخاطب، فإذا حقق المتحدث قصده، فهو قد يثير لدى سامع إحساسا بالرضى، أو الغضب، أوالخوف"[1].

كما استطاع **سورل** أن يطور تصور **أوستين** لشروط الملاءمة، أو الاستخدام، التي إذا تحققت كان الفعل الكلامي موافقا، فجعلها في أربعة شروط أساسية وهي كالتالي :

1. **شرط المحتوى القضوي:**

← ينبغي أن يتوفر فعل التلفظ على قضية.

← أن تسند القضية إلى المتكلم فعلا مستقبليا.

2. **الشـــرط التمهـــيدي** :

- أن "يفترض المتكلم أن المستمع يريد أن يقوم بالفعل.
- أن يصدق افتراض المتكلم، بحيث يكون المستمع راغبا فعلا في ذلك "[2]، "لكن لا يكون من الواضح عند كل من المتكلم، والمخاطب أن الفعل المطلوب سينجز في المجرى المعتاد"[3].

3. **شـــرط الإخـــلاص:** يتحقق شرط الإخلاص حين يكون "المتكلم مخلصا في أداء الفعل، فلا يقول غير ما يعتقد، ولا يزعم أنه قادر على فعل ما لا يستطيع"[4]، فالوعد لا يكون خالصا، إلا حين يكون لدى المتكلم القصد حقيقة لعمل الموعود به.

4. **الشرط الأساسي:** هو "**الشرط الجوهري**، كما يطلق عليه **سورل**، ويتحقق من خلال محاولة المتكلم التأثير في السامع للقيام بالفعل، أو إنجازه حقا"[5].

وعليه قام **سورل** بتطبيق هذه الشروط على أنماط من الأفعال الإنجازية مثل "أفعال الرجاء، الإخبار، الاستفهام، الشكر، النصح، التحذير، التحية والتهنئة، وبين ما قد يحتاجه كل منها إلى بعض الشروط الإضافية، وما يستغنى منها عن بعض الشروط".[6]

---

[1]. المرجع نفسه، ص: 28 .

[2].عرض وترجمة منصور العجالي: أفعال الكلام... كيف ننجز الأشياء بالكلمات، العرب اونلاين 2003/30.07.

[3]. محمو د أحمد نحلة، أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، دار المعرفة الجديدة مصر2002م، ص:78 .

[4]. المرجع السابق، ص:58 .

[5]. عبد الحكيم ساحلية، التداولية امتداد شرعي للسميائية، الملتقى الدولي5، السمياء والنص الأدبي، م الجامعي الطارف، ص:428

[6].محمود أحمد نحلة، أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر مرجع سابق، ص: 78 (بتصرف).

1.1. أفعال الكلام، وأصنافها عند سورل:

- **أفعال تمثيلية (assertive):** هي الأفعال التي تلزم المتكلم بصدق القضية المعبر عنها، وهذا النمط من القضايا ، يعكس واقع الأشياء في العالم . ومن أمثلتها : أفعال التقرير والاستنتاج ، والتوضيح، والتصنيف، والترشيد والتوجيه...، وتكون جهة مطابقتها من الكلمة إلى العالم **(word to world)**، بمعنى: أن المتكلم يريد الإخبار عن واقعة معينة وتقريرها، وشرط صدقها، وإيمانه بمحتواها، كأن يقول أحدهم: (يهطل المطر)، فهو يعبر عن حالة نفسية في داخله، وتتمثل في إيمانه بهطول المطر.

- **أفعال توجيهية (directives) :** هي الأفعال التي تمثل محاولات المتكلم ؛ لتوجيه المستمع ليمتثل لمحتوى كلامه، كأفعال الطلب، والسؤال، والأوامر...، فتكون وجهة المطابقة في هذه القضايا هي من العالم إلى الكلمة **(world to word)**، هذا يعني: أنها إيجابية؛ لأن المتكلم يطلب من مستمعه أن ينجز محتوى كلامه في الخارج، وتتجسد الحالة النفسية للمتكلم في هذه القضايا في رغبته المبنية على وجوب إنجاز المستمع للفعل المطلوب.

ولهذه الرغبة درجات ، ومراتب مختلفة، تتأرجح بين الدعوة إلى إنجاز الفعل والاقتراح، وبين الإلزام، والإصرار على إنجازه، وحتى العبارات الاستفهامية لها موقع في هذه الطبقة، ولا يلحق هذا النوع من القضايا الصدق ، والكذب، بل إنها تدخل في مجال الالتزام ، والوفاء بالعمل، أو النكوص عنه[1].

- **أفعال التزامية (commisives):** هي الأفعال التي تلزم المتكلم بالنهوض بسلسلة من الأفعال المستقبلية **(بدرجات متباينة)**، من أمثلتها: أفعال العرض، والوعد، والوعيد، والقسم، والنذر(...)، في اتجاه مطابقة العالم للكلمة **(world to Word)**، والحالة النفسية التي يبرزها المتكلم عند توضيحه لهذا النوع من القضايا هي القصد.

يتضح مما تقدم، أن جهة المطابقة في الأفعال الالتزامية ، والأفعال التوجيهية واحدة، والسؤال المثير هنا هو: **ألا تشكل هذه الوحدة حافزا لدمجهما في طبقة واحدة؟** ، يجيب **سورل** عن هذا السؤال بقوله: لا يمكن دمجهما في طبقة واحدة، فعلى الرغ ـم من أن جهة المطابقة

[1]. محمد علي عبد الله بين الفلسفة التحليلية، وعلم أُصول الفقه (بتصرف)، ينظر الرابط (www.nosos.net).

على سبيل المثال في الكلام (**الوعد**)، وفعل الكلام (الطلب) هو واحد، إلا أن الهدف ، والقصد الرئيسي من فعل الكلام (**الوعد**)، تعهد المتكلم بإنجاز الفعل، وليس بالضرورة تفعيل أو تحقيق هذا الإنجاز عمليا"[1].

في حين، إن القصد المكنون في فعل الكلام (الطلب) هو حمل المستمع على إنجاز الفعل، ولا حديث هنا عن التعهد ، أو الالتزام بإنجاز الفعل، ولو تم إدراج فعل (الوعد)، وفعل (الطلب) في طبقة واحدة، مما يستدعي البرهنة على أن فعل (الوعد) هو: من نسخ فعل (الطلب)، أو أن يخضع فعل(الطلب) المستمع تحت وطأة الإلزام والتعهد، وبما أن القدرة على إثبات هذين الخيارين متعذرة، فالنتيجة هي أن يكون كل منهما في طبقة مستقلة عن الآخر.

- **أفعال تعبيرية (expressives) :** هي الأفعال التي تعبر عن حالة نفسية للمتكلم، ومن أمثلتها : الشكر، والاعتذار، والترحيب، والتهنئة، والتعزية، وأمثال هذه الأفعال (...)، ويشار إلى أنه ، لا توجد جهة مطابقة في هذه الطبقة، فعندما يقول المتكلم **مثلا: أشكرك على تسديدك المبلغ** ، فهو لا يريد مطابقة العالم مع الكلمات، أوالكلمات مع العالم، سوى أنه يسلم بصدق القضية المعبر عنها، وهو تسديد المبلغ، فهو يحاول فقط قدر المستطاع، التعبير عن حالة نفسية خاصة ، حيال محتوى القضية المحددة، والمسلم بها.
- **أفعال إعلانية (déclaratives):** هي الأفعال التي تحدث تغيرات فورية في نمط الأحداث العرفية، التي غالبا ما تعتمد على طقوس اجتماعية تتسم بالإطالة ك: "أفعال الحرمان الكنسي ، وإعلان الحرب، وطقوس التنصير، والزواج، وأفعال الطرد، والإقالة من العمل"[2].

إن أفعال الإعلان تمتاز بالانفرادية عن أفعال الكلام الأخرى؛ لأن الأداء الناجح لفعل الإعلان الكلامي هو في حد ذاته يعني التغيير ، وخلق حالة الأمر، فعلى سبيل المثال : إذا قال المتكلم: **بعت كتابي** فقد ظهرت حالة أمر لم تكن موجودة، بيد أن هذه الطبقة من أفعال الكلام _ كما **نبّه سورل** _ تتطلب سياقات غير لسانية ، إلى جانب السياق اللساني الذي يعتبر شرطا ضروريا لفعل الكلام الإعلاني، ويصطلح **سورل** على هذا السياق غير اللساني ، السياق العرفي المؤسساتي، حتى يمكن لعبارة **بعت كتابي** أن تكتسب الواقعية، والاعتبار.

---

[1]. المرجع السابق،(بتصرف).

[2] . المرجع نفسه،(بتصرف).

يلاحظ مما تقدم أن هناك تشابها كبيرا بين **أوستين، وسورل** بشأن الفعلين الإنجازي، والتأثيري، والاختلاف بينهما يرجع إلى أن **أوستين** اكتفى بالإشارة إلى الفعل الدلالي معرفا إياه إنه : "عملية إعطاء دلالات للكلمات المستعملة في الجملة"، في حين وقف **سورل** عند الدلالة.

ختاما، إن نظرية **سورل** اللغوية، في أفعال الكلام، قد اعتراها خلل، أوجزه النقاد فيما يلي":

- ← غموض مبدأ اتجاهات المطابقة، لا سيما في الإيقاعيات، والبوحيات.
- ← تشكيك في القول بانحصار الأفعال الكلامية في عدد معين.
- ← ما يترك ذلك من أثر على تصنيف أفعال الكلام التداولي المعاصر"[1].

بناء على ماذكر ، فإن نظرية الحدث الكلامي– التي تعد أهم ما في الدرس التداولي الحجاجي– لم تعرف كنظرية لها أسسها الفلسفية، وضوابطها المنهجية، إلا على يد **أوستين، وسورل،** فهما اللذان أعطيا هذه النظرية بعدها الفلسفي والعلمي، حين درسا فلسفة اللغة العادية، أواللغة المستعملة محللين الظواهر اللغوية، والصيغ الكلامية التي ينشأ عنها الفعل الكلامي.

بالتالي، فإن تناول البنية الاستدلالية الحجاجية الإقناعية، هو في حد ذاته رصد لأفعال كلامية لها سياق ومقام مشترك بين المتكلم والمتلقي ، وتؤدي وظيفة حجاجية. وفي هذا السياق ، يقول **ديكرو (Ducrot)**: "انطلاقا من ملاحظة عامة ، إن كثيرا من الأفعال الكلامية له ـا وظيفة حجاجية، توجه المتلقي إلى نتيجة محددة، أو تصرفه عنها"[2]. لهذا السبب، أدمج الباحث، **فان إيمرين (Frans Van Eemren)**، نظرية الحجاج مع نظرية الأفعال الكلامية ، وتحليل المحادثة والخطاب، والجدل الصوري ، داخل نموذج نظري أطلق عليه اسم **نظرية الحجاج الجدلي،** وحدده بكونه: "نموذجا مثاليا للمحادثة الخلافية، فهذه وظيفة توجيهية لسيرورة الحوار الجدلي بين المخاطِب والمخاطَب، حيث ينتج قيمة حجاجية بما يحققه من إلزام بالطريقة التي يجب أن يكون عليها الخطاب ، كبنية لغوية تنمو وتستمر، وفق ما تحققه من قيم دالة"[3]. كما تحمل الوظيفة الحجاجية علامات داخل الجملة نفسها قيمة حجاجية لملفوظ ما، فهي ليست فقط نتيجة المحمولات الخبرية، ولكن يمكنها أن تحمل عدة دلالات، وصيغ أسلوبية انطلاقا من الجملة، إضافة إلى المحتوى الإخباري، يمكنها أن تدلي بتوجيهات حجاجية للملفوظ، حيث تعمل على ترشيد المتلقي لوجهة دون أخرى.

---

[1]. مسعود صحراوي، التداوليات علم استعمال اللغة، مرجع سابق، ص: 58.

[2]. ابن أحمد عالم فايزة، مقال الحجاج في اللسانيات التداولية، مجلة فيصلية العدد 75/ سنة 2012/ ص: 45.

[3]. المرجع نفسه، ص: 45.

2. نظرية الملاءمة، والنموذج الحواري عند غرايس.

1.2. النمودج الحواري عند غرايس:

يتأسس النموذج **الحواري** على البعد التفاعلي للخطاب الطبيعي، فالتواصل هو قبل كل شيء تفاعل، "لغوي ينتشر من خلال مسلسل غير متوقع، وينتج عن تعاون متبادل بين متحاورين اثنين على الأقل، يتفاعلان من خلال تحريك نماذج انعكاسية للحوارات "[1]. يرتكز هذا النموذج على أسبقية العلاقة الحوارية في تحديد القيمة الدلالية للخطاب، فمضمون الحوار لا ينبني بالاعتماد فقط على كفاية المتخاطبين **(في التبليغ، أو التأويل)**، إلا أنه يتأسس انطلاقا من التفاعل الحاصل في العلاقة الحوارية، الذي يفترض التعاون في تحصيل المعارف حول هوية موضوع معين، هذا مادفع **غرايس (Grice)** في نظرية المحادثة إلى اعتبارها "تطويرا لنظرية **الأفعال اللغوية** التي أسسها **أوستن**، اعتمادا على المضامين القضوية، والقوة الإنجازية للفعل اللغوي، وبلورها **سورل (Searle)**، بدراسته للأفعال اللغوية غير المباشرة. لكن مع **غرايس**، سيضاف بعد آخر يتعلق بأصول الحوار، والشروط المناسبة؛ لاستعمال الألفاظ والعبارات، و"مسوغ ذلك كون تنوع الأفعال اللغوية، وتعددها لا يمثل حلا نموذجيا لمشاكل المعنى، مادام هناك غياب تام للمبادئ العامة للحوار، وأهم ها **مبدأ التعاون**، الذي يفرض على ك ل الأطراف المتحاورة أن تتعاون دون قيد، أو شرط.

يعتبر هذا المبدأ بمثابة الإطار العام لفعل التواصل الحواري، وهو: "ما يفرض على المتكلم مثلا، أن يراعي حالات المخاطب (المتلقي، أوالسامع) لغويا، واجتماعيا، ونفسيا، وثقافيا. ومن ثم يطلب من المتكلم أن يسخر لإنجاح عملية حجاجية ما قد توظف فيها وسائل التبليغ، كالإشارة، والملامح، والحركة، وذلك بحثا عن تعاون من الطرف المستقبل بالإصغاء، والانتباه، والتركيز، والاهتمام بالفهم، وغيرها من العوامل المسهلة في تلق ناجح، وجيد"[2].

بناء على ذلك ، فإن الممارسة اللغوية عند **غرايس**، تقوم باعتبارها نشاطا إنسانيا على مبد إ التعاون بين الأطراف؛ لتحقيق العملية التخاطبية التامة.

---

[1]. يوسف السيساوي، المقاربة التداولية للاحالة، كتاب التداوليات علم استعمال اللغة، إعداد وتقديم د.حافظ إبراهيم ص:484.

2. المرجع السابق،(بتصرف).

إن **مبدأ التعاون :(cooperative principle)**، كما حدده **غرايس**، يمكن اختصاره فيما يلي : "لتكن مساهمتك في التخاطب مطابقة لما يقتضيه الغرض منه حين تشارك فيه ، أو بتعبير **فرانسواز ارمينيكو:** "قم بمساهمتك في التواصل بالطريقة التي يتخذه ا الهدف التواصلي المخوض في الفترة اللازمة"[1]. على غرار هذا المبدإ العام، صاغ **غرايس** قواعد فرعية متعلقة **بمبدإ التعاون**، هي كالآتي":

- ← **قاعدة الكم:** تمثل الحد الأدنى للمقاصد، والفوائد المطلوبة في الحوار، غايتها تجنب الإطناب، ومراعاة أدبيات التواصل.
- ← **قاعــدة الكيف:** عمادها الصدق في القول، والقدرة على الإثبات.
- ← **قاعــدة الورود:** أساسها الملائمة بين المقال، والمقام.
- ← **قاعدة الجهة:** تعتمد على الاختصار، والتنظيم مع تجنب اللبس، والغموض في التعبير "[2].

لعل الهدف من وضع هذه القواعد، هو ضبط مسار الحوار لبلوغ المقاصد، علما أن خرقها، أو خرق أحد عناصرها قد يؤدي إلى خلل في العملية التواصلية، ما لم يكن هناك استلزام حواري. وبناء عليه، ستكون الآليات التأويلية التي يوظفها المتلفظ إليه؛ لإدراك معنى ملفوظ ما، أساسها تحديد المقاصد، وغايتها التأويل الملائم للمقام التداولي.

2.2. نظرية الملاءمة (Théorie de la pertinence):

لقد "أسس العالمان: **ديدر ويلسون (D.Wilson)** و**دان سبربر(D.Sperber)** نظرية الملاءمة، التي تقوم على مبدإ المناسبة، ضمن نظريتهما التداولية المتصلة بعلم النفس المعرفي، بمنظومية **فودور**"[3]، و"قوام هذه النظرية، نزعتان متناقضتان، فهي تجمع بين نظرية تفسير الملفوظات، وظواهرها البنيوية في الطبقات المقامية المختلفة، وفي الآن نفسه تعتبر نظرية إدراكية، بحيث أخذت من مجالين معرفيين هما:

- ← **الأول: مستمد من مجال علم النفس المعرفي، خاصة النظرية القالبية لفدور**
- ← **الثاني: من حقل فلسفة اللغة، وتحديدانظرية الاستلزام التخاطبي لغرايس.**

---

[1]. نفسه.

[2]. See H. P. Grice, "Logic and Conversation", in Steven Davis (ed.), Pragmatics: A Reader (New York: Oxford University Press, 1991) pp. 305-315, pp307-9. See also "Logic and Conversation", in Peter Cole and Jerry L. Morgan (eds.), Syntax and Semantics, 3: Speech acts (New York: Academic Press, 1975). P: 41-68.

[3]. د.عبد اللطيف نجيد، مرجع سابق، ص:45

إذ قام **فودور** من خلال نظريته **القالبية**، بمعالجة عمليات الذهن من منطق معرفي، فجعل الذهن متكونا من ثلاثة أنماط من القدرات، أوالملكات هي:

1. **مرحلة اللواقط (transducteurs)** : تعتمد على الطريقة التي يدرك بواسطتها الذهن المعرفة عبر نقل الإدراكات المباشرة كيفما كان مصدرها إلى الدماغ قصد المعالجة، وتتم هذه العملية اعتمادا على الأنظمة المكونة من: الحس، والإدراك، والسمع، والبصر، واللمس، والشم.
2. **أنظمة الدخل (Imput)**: تعالج المعلومات المستمدة من اللواقط، وتضعها في قوالب تناسب الطريقة التي ينظم بها الفكر العالم الخارجي على المستويين المقولي، والدلالي. في هذا السياق يقول **فودور:** "إن دورالأنظمة القالبية هو تمثيل العالم بطريقة يكون فيها قابلا للتلاؤم مع الفكر، خاصة فيما يتعلق برصد وقائع الحياة الذهنية وتفسير طرق جريان المعالجة الإخبارية.
3. **الأنظمة المركزية (Systémes Centraux)** : إنها بمثابة مستودع مؤقت لتخزين المعلومات التي يتم استقبالها من الذاكرة الحسية بل هي عبارة عن شبكة متنوعة من العلاقات يتم فيها دمج المعلومات، بناء على المستويين السابقين؛ لإنتاج استدلالات غير برهانيه، انطلاقا من السياق التأويلي المركب من مكونات: منطقية، ومعجمية، وموسوعية(....).وفي المقابل تقوم الأنظمة المركزية في الدماغ بمعالجة المعلومات في إطار ما يعرف بالذاكرة متوسطة المدي، ذلك اعتمادا على الكفاية الموسوعية"[1]. إذ تتفرع عن هذه الأخيرة، مجموعة من الأنظمة هي:
   - ← النظام المداري.
   - ← النظام المركزي المتخصص.
   - ← النظام المركزي غير المتخصص.

كما يرى **فدور** أن اشتغال الذهن البشري هو اشتغال تراتبي، وتجري فيه معالجة المعلومة عبر مراحل متلاحقة، وكل مرحلة على حدى، تقابل مكونا من مكونات الذهن، وهي:

- **المحولة:** تتلقف معطيات الإدراك الحسي، ما يقع من صوت، أو ظهور شيء على مستوى الرؤية، أو القول فتوجم هذا إلى نسق يقرأه النظام الذي سيشتغل في المرحلة التالية.
- **النظام الطرفي:** يقوم هذا النظام بمعالجة الترجمة التي قامت بها المحولة بواسطة النظام الطرفي، ويتمثل في منظومة مختصة بمعالجة المعطيات التي تدركها هذه الحاسة، أو تلك.

[1]. المرجع السابق، ص:60 .

- **النظام المركزي:** يصل إليه التأويل الذي يوفره النظام الطرفي المتخصص إلى النظام المركزي، فيقوم بإتمامه[1]، فإذا كان **فودور** يميز بين النظام المركزي، والمنظومات الطرفية التي مدخلها معطيات الإدراك، ومخرجها معطيات تصورية تمثل مدخل النظام المركزي فإن **سبربر، وولسن** يتفقان على أنه لا يوجد نظام مركزي، بل هناك إضافة إلى المنظومة المتخصصة بمعالجة معطيات الإدراك، منظومات أخرى، ومخارجها معطيات تصورية.

بناء على ما سبق ذكره، لقد عرفت مواقف **سبربر، وولسون** تطورا منذ نشر كتابهما **(المنظومة المعممة)** مستفيدين في ذلك من إسهامات **فدور**، ومن نظرية **غرايس** في المحادثة، وإن افترقا عنه في بعض المسائل المهمة.

يشكل "**مبدأ الملاءمة**، في نظرهما محور العملية التواصلية، وأساسها، وهو ما قادهما إلى التركيز على المقاربة النفسية عوض المقاربة المنطقية في التأويل "[2]."فللملاءمة التي حددها غرايس مقيدة وغامضة، وهو الأمر الذي دفع **سبربر، وولسون** إلى إعادة تحديدها بالكف عن النظر إليها باعتبارها قاعدة، فهي مبدأ يشكل أصل العملية التواصلية، وتكون الملائمة وفقا لذلك، متعلقة بالسياق، وغير مرتبطة بصدق القضايا المضمرة، بل تقتضي أن تكون هذه القضايا صادقة، وتتوفر على قوة معينة"[3]، ويقتضي تحديد الملاءمة عاملين يتمثلان في المفعولات السياقية للملفوظ والمجهود المعرفي، بهذا التحديد فإن الملاءمة عند **سبربر، وولسون** هي بمثابة متغير تتحدد قيمته بحسب السياق المحدد سلفا، وقد أضافا مفهوم الاستنتاج في تحديدهما للملاءمة، وجعلاه ينبني على مفهومين هما:

1. **الاستنتاج غير البرهاني:** ينطلق المؤول فيها إلى صيغة فرضية ما، انطلاقا من المؤشرات المقدمة، وهي فرضية يمكن تأكيدها دون البرهنة عليها.
2. **النسـق الصوري:** قوامه مجموعة من الرموز التي تتألف فيما بينها؛ لتنتج قضايا معينة[4].

ويختلف **مبدأ الملاءمة** عن **مبدإ التعاون**، من حيث ، "إنه متأصل في الذهن، ولا يمكن خرقه، وهذا ما يعطي النظرية صفة التأويلية بامتياز. علاوة على ذلك، أنه يعتمد النظام اللساني، كمعطى أولي لفعل القول الذي يناسب التحليل المنطقي، باعتباره متوالية من المفاهيم، وكل مفهوم

---

[1]. المرجع نفسه.

[2]. Sper, D, Wilson, D: Relevance communation, Basil black well, oxford 1986, p: 13.

[3]. حسان الباهي، الحوار ومنهجية التفكير النقدي نشر إفريقيا الشرق، المغرب سنة 2004، ص:146

[4].المرجع نفسه، ص:147.

يمثل عنوانا في ذاكرة النظام المركزي للذهن، ويرتبط بشبكة منظمة من المعلومات المنطقية، والمعجمية، والموسوعية"[1].

من خلال هذا العرض ، تعد نظرية الملائمة ، نظرية تداولية معرفية أرسى معالمها كل من اللساني البريطاني **ديردر ولسن (D.Wlson)** والفرنسي **سبربر(D.Sperper)**، وتأتي أهميتها التداولة؛ لانتمائها إلى العلوم المعرفية الإدراكية؛ لكونها مستمدة من مجال علم النفس المعرفي، وخاصة النظرية القالبية **(Modularity) لفودور(Fodor)**، التي تنطلق من تصور خاص للمعالجة الإخبارية، ومن مجال فلسفة اللغة، وخاصة النظرية الحوارية **لغرايس (grice)** التي تنص على أن التواصل الكلامي محكوم بمبدإ التعاون، وبمسلمات حوارية، ولعل أهم ميزة في نظرية الملاءمة ، تصورها للسياق، إذ لم يعد شيئا معطى بشكل نهائي، أو محددا قبل عملية التلفظ، وإنما يبنى تبعا لتوالي الأقوال، وهنا تتجلى أهمية المفاهيم القائمة في الصيغة المنطوقة.

[1]. الدكتور عبد اللطيف نجيد، مرجع سابق، ص: 49 .

الفصل الثاني:

- **القوة الإنجازية :**

تعديلها، أسبابها، وسائلها، ووظائفها.

- **المقويات الحجاجية:**

الموجهة إلى المتلفظ، والمتلفظ إليه

المبحث الأول:

- **القوة الإنجازية:**
- **تعديلها.**
- **أسبابها.**
- **وسائلها.**
- **وظائفها.**

1. القوة لإنجازية، وتعديلها:

1.1. القوة الإنجازية:

تعد القوة الإنجازية للغة هي أحد هذه المفاهيم الفاعلة في حقل الدراسات الأدبية واللسانية، و"قد أشار إليها الفيلسوف اللغوي البريطاني **جون أوستن (1911-1960)**، عندما حدد أنواع الفعل الكلامي، وقسمه إلى ثلاث أقسام هي:

- **الفعل اللفظي (Locution aryact): يعني به فعل التلفظ بمفردات تنتمي إلى معجم بعينه.**
- **الفعل الإنجازي (Illocutionary Act): يعني به ماهية الفعـل ذاته سواء كان أمرا أو نصحا، ....**
- **الفعل التأثيري (Perlocutionary Act) : هو ما نتج عن الفعل الإنجازي من تنفيذ لماهية الفعل ذاته"[1].**

ويعتني علماء اللغة، وخاصة كل من **جـون سورل (John Searle)، ودانيال فاندر فيكن (Danial Vander Veken)**، بالفعل الإنجازي للغة. إذ يوضحان أن: "الفعل الإنجازي هو وحدة الاتصال الإنساني باللغة، أو هو الوحدة الأولية للاتصال"[2].

ترتبط القوة الإنجازية بتداولية أفعال الكلام عند **سورل**، من حيث عرض الموضوع الواحد بأكثر من صيغة تداولية، كالأمر، والالتماس، والعرض، والتمني، وغيرها، أي : أنه من الممكن أن نعرض غرضا إنجازيا واحدا بأكثر من سياق، لكن ذلك يخضع للشدة، والضعف وفق سياق الصيغة التداو لية للكلام، والمعنى في هذه الحالة يخضع للسياق، والمقصد، لا سيما مقصد المتكلم، "غير أن **ساكس (Sacks)**، رأى أن قوة المنطوق الإنجازيـة تخضع لما يعمد إليه المستمع، لا ما يقصد إليه المتكلم، ذلك أن أحدا من المستمعين، أو محللي الخطاب، لا يمكنه أبدا أن يتأكد من مقصد المتكلم؛ لأنه لا يقبل الفحص، أما تفسير المستمع، فإنه يتجلى في استجابته، وهذا ما يحدد تقدم التفاعل اللغوي، أو نجاحه"[3].

لعل هذه من الإرشادات المبكرة التي أشارت إلى ارتباط القوة الإنجازية الاتصالية للغة بنظرية التلقي، حيث أولت عناية كبيرة بدور المتلقي، وعملي ة التواصل بين المرسل، والمستقبل، فقد انتهى **سورل** في تحليله لأفعال الكلام غير المباشر إلى بعض النتائج المهمة التي أصبح لها صدى واسعا في أدبيات نظرية التأويل، ومنها : "إن أفعال الكلام غير المباشرة يبلغ المتكلم المستمع أكثر مما

---

[1]. د. محمد العبد، النص والخطاب والاتصال، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، 2005م، ص:283 /235.

[2]. المرجع نفسه، ص: 36.

[3]. المرجع نفسه، ص: 288 .

يقوله عن طريق الاعتماد على خلفية المعلومات المشتركة المتبادلة بينهما لغوية، وغير لغوية، بالإضافة إلى اعتماده على قوى الإدراك، والاستدلال العامة عند المستمع"[1].

ويتطور مفهوم القوة الإنجازية تطورا تصاعديا حيث يقترن باستراتيجية الاتصال عند ز . **سالزمان** (Z. Salzman)، **ورومان ياكيسون** (Roman Jacbson) من حيث ضرورة مطابقة الوسائل المستخدمة للأثر المستهدف. بمعنى آخر، ارتباط الصيغة بالمقصد؛ لأن المتكلم حينما يعدل من القوة المنطوقة الإنجازية، فإنه يدل بذلك على وعيه بالمقصد، وتقديره مقتضيات السياق ، ولا يقف الأمرعند القوة الإنجازية، وعلاقتها بعملية الاتصال بين المرسل والمتكلم، بل يوجد من يربط تعديل القوة الإنجازية بعملية الاتصال ، فقد بينت **جانيت**- على سبيل التمثيل - "العلاقة الممكنة بين استراتيجيات التعديل أي: تعديل القوة الإنجازية، والمعنى التأثيري، وهي استراتيجيات يعبرعنها في حدود تأثيرها في علاقة المتكلم بالمستمع"[2].

2.1.1. تعديل القوة الإنجازية:

1.2.1.1. مبدأ التعديل:

يعدل المتكلم منطوقه، أو يكيفه لمقصده في سياق اتصالي بعينه، بحيث يمحض مبدأ تعديل القوة الإنجازية من البداية، وهو ماعبر عنه **غرايس ب:** (كن مقتصدا)، و"ذلك أن المتكلمين كما يقول **ميخائيل ستوبيس**، لا يستعملون كلمات زائدة دون سبب"[3].

يعد مبحث التعديل، أو التكيف من أثرى حقول البحث، وأكثرها فائدة في تداولية أفعال الكلام في النظرية اللسانية المعاصرة العامة.

من هنا، صرار مبحث التعديل دعامة لسانية، تداولية، أساسية في نظرية النص، ونظرية تحليل الخطاب، وصرار تبعا لذلك من الدعامات اللسانية التداولية الأساسية في النظرية الأدبية المعاصرة بأسرها، إذ تنصرف غايتنا هنا، إلى البحث في التأثرات الاستراتيجية التي توظف في تعديل القوة في المنطوقات المؤثرة تأثرا إيجابيا، والمنطوقات المؤثرة تأثيرا سلبيا، مركزين على ما تزود به النصوص، لا سيما النصوص الأدبية من معطيات. والاستفادة من أحدث الدراسات في مجال تعديل القوة الإ نجازية، تستلزم بيان الدوافع ، والأسباب التي تدفع المتكلمين إلى توظيف مثل تلك

---

[1]. نفسه، ص: 291 .

[2]. المرجع السابق، ص:300 .

[3] . Stubbs Michil , Discourse Analysis , P 157 .

الاستراتيجيات، أما "الهدف الأكبر، فهو وصف الوسائل اللغوية المختلفة، التي يكيف بها المتكلمون قوة المنطوقات الإنجازية على نحو، أو آخر"[1].

2.2.1.1. استراتيجيات التعديل:

من المسلم به ، أن تعديل قوة المنطوق (الملفوظ) الإنجازية يرتبط باستراتجيات الإتصال عامة، وإذا تأملنا دوافع السلوك الاتصالي، فسوف يتبين منها أنها تتنوع من حالة إلى أخرى وبديهي، أن: "غرض المتكلم هو الذي يحدد الطريقة التي يتكلم به ـــا، فالشخص الهجومي يستطيع كما يقـــول **ز. سالزمان** أن يتكلم في نعومة، واحترام عندما يوقفه شرطي عند عجلته، أملا أن يترك هذا السلوك الكلامي الاعتذاري، أثره في ذلك الشرطي، بلْ يكتفي مثلا، بتحذيره، وإن كان مستحقا للغرامة.

إن كل سلوك اتصالي موجه إلى هدف، والأهداف المختلفة، والقضية التي تشغل دائما بال الباحثين في شتى أنواع الإتصال اللغوي هي: كما يقول **رومان جاكبسون:** مطابقة الوسائل المستخدمة لوسائل الأثر المتسهدف"[2]. فمن الحقائق الجوهرية في الاستعمال اللغوي ، هو ارتباط الصيغة بالقصد، ومن المسلم به، أن الكيفية التي يقال بها الشيء تعد جزءا مما يقال، إذ حينما يعدل المتكلم قوة منطوقه الإنجازية، فإنه يدل بذلك على وعيه بالمقصد، وتقديره مقتضيات السياق.

ففي السبعينات من القرن الماضي ، عرض **فريزر** في بحث له منفرد مفهوما تداوليا مهما أطلق عليه إسم **(تلطيف الخطاب)**، كما بين أن التلطيف: استراتيجية يعتمدها المتكلم لتخفيف قوة الفعل الكلامي أو إضعافها، وفي عام 1984 ظهر أثر بحث "**فريزر** في محاولة جديدة قدمتها **جانيت هولمز**؛ لدراسة تعديل القوة الإ نجازية على نحو أشد عمقـــا، وإحاطة"[3]. إذا كان التلطيف يعني تخفيف قوة المنطوق، أو إضعافها، فإن المنطوقات تعبر عن أغراض عدة، ويمكن للغرض الإنجازي الواحد أن يقدم في درجات مختلفة من القوة.

وعند المقارنة مثلا بين المنطوقات التالية : **أنت عنيد، ويا إلاهي أنت هكذا عنيد، ولديك شيء من العناد(...)**. إن هذه المنطوقات جميعها تعبرعن غرض إنجازي واحد، هو الانتقاد، ولكن هذا الغرض الواحد قد قدم بدرجات متفاوتة من القوة ، وهذا نوع من التلطيف لقوة المنطوق ؛ لأن

---

[1]. محمد العبد، تعديل القوة الإنجازية دراسة في التحليل التداولي للخطاب، مرجع سابق/ ص :322 .

[2]. المرجع السابق، ص: 323 (بتصرف) .

[3]. المرجع نفسه، ص:324 (بتصرف).

الانتقاد فعل كلامي سلبي التأثير، وفي حالات أخرى، يبدو الفعل الكلامي فعلا إيجابي التأثير، نحو: **أنت ظريف، وحقا أنت ظريف، وأنت ظريف نوعا ما.**

في هذه المنطوقات يستخدم العنصر المعجمي حقا لزيادة القوة الإنجازية التي قدم بها غرض المدح، أما العنصر المعجمي نوعا ما، فقد استخدم لتخفيف هذه القوة، ولما كان التأثير المتوقع لمثل هذا الفعل الكلامي تأثيرا غير مرفوض ، فإن استراتيجيتي من تلك الاستراتيجيات لا يمكن أن تعدل إلى شروط الصدق، التي تحكم أنواعا مختلفة من أفعال الكلام حتى تصبح تلطيفا، ومن الوسائل الأخرى التي تعتمدها استراتيجيات التعديل بزيادة شدة الغرض الإنجازي، أو إنقاصها ما يسمى بالقسم: (**الإشارة الصريحة**). من هذه الأفعال الكلامية ما سماه **جون سورل** بأفعال الكلام العرضية"، هذا النوع الذي يمكن تقويته، أو إضعافه إلى درجة اعتقاد المتكلم، أو مدى التزامه بالقضية التي يعبر عنها المنطوق، كقول قائل: (**أظن** أنه يوم دراسي) في مقابل (أنا **متأكد** تماما أنه يوم دراسي).

المبحث الثاني:

- **أسباب تعديل القوة الإنجازية.**
- **وسائلـها .**
- **وظـائـفها .**

1. القوة الإنجازية: أسباب تعديلها، وسائلها، ووظائفها.

1.1. أسباب تعديلها: إن الكلام عن تعديل القوة الإ نجازية، يستدعي الحديث أيضا عن أسباب تعديل هذه القوة ؛ لذلك فالسؤال المطروح ، لماذا يعدل المتكلم قوة المنطوق الإ نجازية؟ وما انعكاسات هذا التعديل على العلاقات بين المتكلم ، والمخاطب، أو بين المتكلم، ومحتوى القضية التي يعبر عنها؟ فمجموع هذه التساؤلات تمس جوهر إجرائية التعديل، في علاقتها باستراتيجيات الاتصال، وفي هذا الصدد، ترى "**جانيت هولمز** سببين رئيسيين، يدفعان المتكلم إلى تعديل القوة المعتمدة ، في التعبيرعن الفعل الكلامي بعينه : **أولاهما:** التعديل من أجل نقل المعنى ، المرتبط بسلوك المتكلم ، وتصرفاته اتجاه القضية التي يعبر عنها . **ثانيهما:** التعديل من أجل التعبيرعن معنى التأثر، أوعن سلوك المتكلم إزاء المخاطب في سياق المنطوق"[1].

ويمكن إدراج هذين المعنيين، اللذين ذكرتهما **جانيت** فيما يسمى ب: **(موداليتي)**، بحيث يجمع هذا المصطلح طائفة من الوسائل التي تدل على سلوكيات المتكلمين، وتصرفاتهم اتجاه ما يعبرعنه من قضايا، اتجاه مخاطبيهم إلى حد ما، بحيث تتوزع هذه السلوكيات، والتصرفات إلى ميادين الصلاحية[2]. يشار إلى ما سبق، بطائفة من الصيغ اللغوية أهمها، الأفعال "المساعدة، نحو: (يمكن، ويجب، وغيرهما). ويرمز إلى ذلك أيضا، بأشباه الجمل مثل: (من المحتمل، وضمن المؤكد، ونحوها)، أو بالصفات نحو: (أكيد، و ضروري، بسرعة...)"[3].

ويرتبط أيضا بما ذكر آنفا، ما يسمى في علوم اللسانيات الحديثة الاجتماعية **ب:** (**Modalité de déférence**)، فالمرؤوس يخاطب رئيسه بتراكيب تشير إلى المراعاة، والتكريم، ويستخدم الملطفات مثل : **نوعا ما ، أو أنت تدري**، كما يستخدم الأسئلة التذييلية مثل : **يفتح المعرض أبوابه الساعة العاشرة، أليس كذالك؟**، إضافة إلى توظيف أنماط التنغيم الصاعد، التي تؤيل التوكيد عن فعل الإخبار. هذه التنوعات جميعا لها أهمية عظمى للإفصاح عن القوة، فهناك مثلا صيغ مميزة تؤكد دقة عمل الالتماس، وتتدرج وفقا لمراتب التأدب، فالمعنى الأول، مما ذكرته **جانيت هولمز** يزيد بدرجة صدق وقوة المتكلم، كما يزيد بصلاحية القضية التي يعبر عنها المنطوق، أو بالملفوظ عند المناطقة . ويمكن للمتكلم المخاطب مثلا، أن يشك ويدقق بإمعان في صلاحية المعلومة، أو سلامتها (**validant l'information / validity of the information**).

---

[1]. Holmes, Janet, Modifying / p:384

[2]. Fowler, Roger, Power, In Teum A.van Dik(ed) :handbook of discourse Analysis P :72-73.

[3]. محمد العبد، تعديل القوة الإنجازية، دراسة في التحليل التداولي للخطاب، مرجع سابق، ص: 326(بتصرف).

مما يدفعه إلى التعبير عن عدم الصدق، أو عن عدم رغبته في اتخاذ رد فعل على صلاحية تلك القضية، كأن يقول: **لا علم لي أبـــدا بها**، أو **لست متأكدا على الإطلاق من صدق كلامـــه**[1]، ينبه مثل هذا المنطوق إلى تفاوت درجات قوة الإضعاف، إن صح القول بين تعبير وآخر، وقد يطلق النفي؛ لزيادة إضعاف قوة المنطوق.

الأمر الذي جعل "**ساكس (Sacks)، يرى** أن قوة المنطوق الإنجازية ، تخضع لما يعمد إليه المستمع، لا ما يقصد إليه المتكلم، ذلك أن أحدا من المستمعين، أو محللي الخطاب، لا يملكنه أبدا أن يتأكد من مقصد المتكلم؛ لأنه لا يقبل الفحص ، أما تفسير المستمع، فإنه يتجلى في استجابته، وهذا ما يحدد تقدم التفاعل اللغوي، أو نجاحه"[2].

لعل هذه من الإرشادات المبكرة، التي دلت على ارتباط القوة الإنجازية الاتصالية للغة بنظرية التلقي، قد أولت عناية كبيرة بدور المتلقي، وعمليةِ التواصل بين المرسل، والمستقبل بمعنى آخر، "ارتباط الصيغة بالهدف المحدد؛ لأن المتكلم حينما يعدل من القوة المنطوقة الإنجازية ، فإنه يشير بذلك إلى وعيه بالمقصد، وتقديره مقتضيات السياق"[3].

2. وسائل القوة الإنجازية، ووظائفها:

1.2. وسائلهـــا:

لقد اتخذ المتكلمون من وسائل القوة الإنجازية ما يمكن أن نصنفه في نوعين، رئيسيين: "**أولهما :** ما يمكن تسميته بالوسائل الخارجة عن نطاق اللغة، كالسلوكيات الحركية، والأوضاع الجسمية، وتعبيرات الوجه، والعينين ونحوهما.

إذ يمكن لهذه الوسائل الحركية أن تصنع بمفردها موقفا اتصاليا خاطفا، ولكن وظائفها الخطابية تظهر فعاليتها مصاحبة لأفعال الكلام، ومن أجل ذلك، كان **جون أوستين** يسميهـــا: مصاحبات المنطوق، (**Accompagnements DE Utterance**). في حين قد يصحب ملفوظ المتكلم، حركات جسمية كغمزات العين، وإشارات الأصابع، وهزات الأكتاف، وتقطيب الوجه ، وللحركات طبقات تحدد العرف الاجتماعي الذي يناسب كل طبقة منها، ودورها في تقوية القوة الإنجازية للمنطوق الذي تصاحبه، أو إضعافها.

---

[1]. المرجع نفسه،(بتصرف).

[2]. د. محمد العبد، النص والخطاب والاتصال، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، 2005 م، ص:300.

[3]. المرجع نفسه.

ثانيهما: الوسائل اللغوية التركيبية، وغير التركيبية، كاللجلجة، أو التردد في الكلام، والوقفات، ونغمة الصوت، ونحوها "[1]، ويؤيد هذا الرأي **الدكتور محمد الوادي بقوله:** "إن التنغيم من الناحية الصواتية يقوي الملفوظات"[2]، ويزيد من تعديل قوته الإنجازية.

1.1.2. وسائلها المعجمية: إن الوسائل المعجمية هي ما يستخدمه الباث **(المتكلم)** من عناصر معجمية في بعض السياقات الاتصالية التي تقوي المنطوق الإنجازي، وصور التقوية تتعدد تبعا لمن توجه إليه هذه العناصر، فقد توجه إلى المتكلم، أو إلى المستمع، أو إلى المحتوى القضوي ، ولهذا الأمر، "قرائن مساعدة في فهم المعنى . منها ما هو لفظي، ومنها ماهو مقامي، وعليه يتنوع السياق إلى قسمين رئيسين، هما: اللفظي، والمقامي"[3].

السياق اللفظي : يقصد به النظم اللفظي للكلمة، وموقعها منه، ويشمل الكلماتِ ، والجمل الحقيقية السابقة، واللاحقة للكلمة، والنص الذي توجد فيه؛ فهو السياق الذي تستعمل فيه اللفظة في الجملة، فتكتسب من السياق توجيها دلاليا. وقد تأتي في سياق آخر، فتكتسب دلالة أخرى.

أما **القرائن** المكونة لهذا السياق، فإن "أفضل قرينة تقوم على حقيقة معنى اللفظ، موافقته لما سبق من القول، واتفاقه مع جملة المعنى، وائتلافه مع القصد"[4].

السياق المقامي: ويسمى أيضا بسياق الموقف، أو سياق الحال، أو السياق الخارج عن النص، ويقصد به السياق الخارجي الذي يمكن أن تقع فيه الكلمة، ويشمل كل ما يحيط باللفظة من عناصر غير لغوية تتصل بالعصر، أو نوع القول، أو جنسه، أو المتكلم، أو المخاطب، أو الإيماءات التي تعطي للفظة دلالتها. فكلمة سياق، تشمل هذا النوع من القرائن أيضا، ويمكن أن يتسع المعنى المألوف لكلمة **سياق**، ليشمل الظروف التي تحيط بالكتابة ، أو القول... وقد يتسع المعنى أخيرا؛ ليشمل أي شيء يعود إلى ذلك العصر، ويرى مناسبا لتفسيره؛ وذلك أن المعنى المعجمي ليس كل شيء في إدراك معنى الكلام، فثمة عناصر غير لغوية ذات دخل كبير في تحديد المعنى [5]. و"ينبغي لفهم النص فهما صحيحا ، معرفة الحدث المقول فيه، والظرف المحيط؛ قصد الوصول بسياق الحال إلى الدلالة المحددة"[6].

---

[1] . محاضرات د. الوادي في " الصوتيات" ماستر الخطاب اللساني كلية الآداب والعلوم الإنسانية، سايس- فاس، سنة 2012/ 2013

[2]. محاضرات الدكتور الوادي، المرجع السابق.

[3]. علم الدلالة؛ أحمد مختار عمر، عالم الكتب، القاهرة/ الطبعة السابعة/ 1430ه/ ص:69

[4]. الجامع لأحكام القرآن، للقرطبي (274/11)، وفتح الباري، لابن حجر (566/6).

[5] . محمود السعران، علم اللغة، الناشر، دار الفكر العربي الطبعة الثانية القاهرة سنة:1997/ ص288 .

[6]. محمود مصطفى أحمد القويدر، البحث الدلالي عند الراغب الأصفهاني، دار الكتب والوثائق العراقية/ 1999 ص: 190 .

فمن القرائن ما يكون دوره الأساسي متجاوزا دلالة الألفاظ المعجمية في تحديد المعنى المراد، إذ ما دام المتكلم يملك من الحرية ما يكفل له الانتقال باللفظ الخاص إلى العام، وباللفظ العام إلى الخاص. وما دامت دلالة الألفاظ ليست كلها قطعية، فإن الدلالة المعجمية للألفاظ تبقى قاصرة عن تحديد المعنى المراد[1].

2.1.2. وسائلها التركيبية : إن المتتبع لمعنى التركيب عند كثير من العلماء على اختلاف تخصصاتهم، وتوجهاتهم، وحتى عند الفلاسفة، والمناطقة، يجد له مفهوما خاصا، لكن اللغويين القدامى يدرجون هذا المعنى في باب المسند، والمسند إليه. **فسيبويه** يرى أن المسند، والمسند إليه، هما ما لا يستغني أحدهما عن الآخر"[2]، بهذا يصبحان لفظا واحدا .

أما البلاغيون فقد أدركوا أن النحو هو المنطلق الأساسي لفهم التراكيب اللغوية، **فعبد القاهر الجرجاني** يعطي نظرية في النظم (النحو)، هي لحد الآن قائمة على أصولها، وهي التي "توخت معاني النحو، وترتيب الكلام وفـق قواعد تراعي الصواب النحوي، والمعنوي[3]". مما جعلها "شاملة لا تفصل بين النحو والبلاغة، والنظم يعني: التأليف، تقول: **نظمت الخرز نظما... والنظام الخيط الذي يجمع الخرز**"[4].

هذا بالنسبة للدرس التقليدي، أما الدرس الحديث، فإنه يختلف نوعا ما، ونجده في البداية عند **دي سوسير** الذي يرى أن عنصر الدلالة له أهمية كبرى في التركيب، فإذا تم إدخال عنصرين اثنين، أو أكثر في بعضها البعض، لزم أن تكون بين هذه العناصر علاقات نحوية، وصرفية، وحتى دلالية. كما يقول أيضا: "إن التركيب، يتشكل من وحدتين متعاقبتين، أو أكثر"[5]، وتتميز اللفظة في داخل التركيب بالخطية أي: " تكتسب كل لفظة قيمها المختلفـة، بالنظر إلى ما يحيط بهـا من مكونات، و عناصر سابقة"[6]. أما **تشومسكي**، فإنه يدرج ما يسميه بالبنى التركيبية في الجمل؛ لأن الجملة عنده" تتكون من عدة بنى تركيبية مختلفة[7]. وفي كل الحالات، فإن الجملة عنده عبارة عن مقولة ذهنية مجردة لها حضور بالقوة في مستوى العرفان أي: مايسمى عنده **بالقدرة، أو الكفاية (compétence).**

---

[1]. إدريس حمادي، الخطاب الشرعي، الناشر المركز الثقافي العربي، ص: 148 .

[2]. محاضرات الدكتور محمد بوطاهر في " التركيب" ماستر الخطاب اللساني سنة 2013/ كلية الآداب والعلوم الإنسانية سايس- فاس

[3]. محاضرات الدكتور العبدلاوي، "بلاغة الخطاب عند الجرجاني" ماستر الخطاب اللساني سنة 2013/ كلية الآداب والعلوم الإنسانية سايس– فاس.

[4] . ابن فارس، معجم مقايس اللغة، عبد السلام هارون، دار الجيل، بيروث 1411 ه 1991 م/ الطبعة الأولى 442/5 .

[5] . دي سوسير، محاضرات في الألسنية العامة، يوسف غازي وآخرون المؤسسة الجزائرية للطباعة 1986 ص: 149 .

[6]. المرجع نفسه، ص: 149

[7] . جون سيرل، تشومسكي والثورة اللغوية، مجلة الفكر العربي، عدد 9/8، ص:126

وقد أعطى للتركيب المكانة الأساسية، ورأى أن مهمته تتمثل في: "النيابة عن البنية الداخلية للجمل، فالكلمات، والمورفيمات تتألف في مجموعات وظيفية، كموضوع الجملة، والمحمول، والمفعول"[1]. كما يرى باستقلالية التركيب حيث يقول: "إن **التركيب** مستقل عن الدلالة، ولا علاقة له بها"[2]. أما **جون ديبوا**، فإنه يعرفه بقولـه: "**التركيب** هو ذلك الجزء من النحو، والذي يهتم بالعلاقات، أو العناصر المكونة الدالة في الجملة، وهو يستنبط تقليديا من الدراسات الشكلية للخطاب، أو من دراسة الكلمات، وكيفية تشكيلها، وقد يصبح **التركيب** هو النحو ذاته"[3]. فالتركيب عند المحدثين يتلخص في كونه الطريق إلى معرفة العناصر المكونة للكلام، ودلالة هذه العناصر؛ لأنه كلما كانت هذه العناصر مركبة تركيبا صحيحا، كلما كانت دلالته أكبر، وهو: "عبارة عن جسر يربط بين المعنى، والصوت"[4].

تتألف قواعد **البنية العميقة** من ثلاثة مكونات هي: **المكون التركيبي، والمكون الدلالي، والمكون الصوتي (الفونولوجي)**، إلا أن هذين المكونين الأخيرين لا يساهمان في إنشاء الجمل. ويعتبر **تشومسكي** أن المكون التركيبي هو: "المكون المركزي الذي يصف بنية الجمل العميقة، ويحدد عناصرها المؤلفة، وهو يتوسط المكونين الدلالي، والصوتي إلا أن المكون الدلالي يرتبط بالبنية العميقة، والمكون الصوتي مرتبط بالبنية السطحية"[5].

بالتالي، فالقضية المدروسة ليست قضية وظيفة معنى اللفظ في التركيب، بل المقصد هو دلالة التركيب، أو الجملة، وعلاقتها المتماسكة، وأثرها في المعنى، مما يجعل المتلقي يدرك بوعيه اللغوي مقاصد اللغة، ومعاني الألفاظ التي ترتبط بالسياق النصي العام، الذي جاءت فيه، وتعد دراسة النص من خلال تركيبه، هي الأساس في فهم دلالته؛ لأن التركيب متى افتقد لدلالة، افتقد قيمته، وقيمة المفردات في وظائفها الدلالية[6]. بحيث يعبر عن مدى التزام المتكلم للقضية المخبر عنها، أي : أنه وسيلة محضة؛ لإضافة قوة إلى قوة فعل الإخبار، والتأثير الحجاجي.

---

[1]. المرجع نفسه: ص:128.

[2]. J acque moeschler, et antoine auchelin: Introduction a la linguistique contemporaine. Armand colin 2éme édition , paris 2000. Page: 78.(بتصرف)

[3]. Jean Dubois et autres, dictionnaire de linguistique, librairie Larousse. 1974 / Page: 480 (بتصرف).

[4]. ميشال زكريا، الألسنية التوليدية والتحويلية، وقواعد اللغة العربية، المؤسسة الجامعية للدراسات والتوزيع، بيروت1403ه 1983م، ص: 17.

[5]. د. صلاح الدين صالح حسنين، في لسانيات العربية، دار الفكر العربي، ساسلة، المكتبة اللسانية، ص: 101.

[6]. د. مصطفى غلفان وآخرون، اللسانيات التوليدية، الناشر اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب الدار البيضاء ص: 123-124

3.1.2. وسائل التلفظ الخطابي في القوة الإنجازية:

يقصد بالوسائل الخطابية للتلفظ في القوة الإنجازية، تلك الوسائل الخارجة عن النص الخطابي **(Intra-Textual devices)**، أو ما يسمى، **بوسائل ماوراء العلمية التداولية (méta pragmatic devices)**، وما يتفرع عن ذلك من وسائل لغوية فرعية، تضيف قوة إلى قوة المنطوقات الإنجازية.

لقد أولى علم اللغة النصي عناية بالغة بموقفية النص، من خلال مستواه في السياق التواصلي ، ومقصدية النص كما هو معلوم تفهم في إطار تداولية نصية، اهتمت بها نظرية التعامل اللغوي، ونظرية أفعال الكلام"[1]، ومن أهم الوسائل الخطابية التي تتظافر داخل النص، أو الخطابات؛ تحقيقا لوظيفة تقوية الفعل الأدائي- القول- والتكرار، والعلامات الرابطة، ووسائل ما وراء الخطاب.

- **الفعل الأدائي:** حينما يتم استعمال الأفعال الأدائية بشكل طبيعي ، واعتيادي للتواصل مع الآخرين . فإن محتوى التواصل يكون متوافقا، أو قريبا من التوافق مع المعنى الذي يقصده المتلفظ، ويمكن اعتبارها وسيلة صريحة دالة على غرض المنطوق الإنجازي، نحو : **أسألك أخبرك، أحذرك أنصحك(...)**، إلا أن المنطوق يخلو غالبا من الفعل الأدائي اعتمادا على دور السياق، مثل: **(زواجا موفقا إن شاء الله)** أي أرجو.

مضمن الكلام إن مشكلة اللغة "الأدائية"، تضع قضايا مهمة تتعلق بمعنى اللغة وتأثيراتها، في مركز الاهتمام، وتفضي إلى أسئلة عن الهوية، وطبيعة الذات . فعندما يعين المتكلم غرض المنطوق الإنجازي بفعل أدائي صريح، إنه يريد بذلك أن يجعله نوعا من التوكيد، أو تقريرا للقوة الإنجازية، حيث كان "**أوسيتين** يرى التصريح بالأفعال الأدائية، مما يجعل قوة المنطوقات أوضح "[2]. أما "**ليتش** فيوى أن المتكلم يستخدم مثل تلك الأفعال عندما يريد أن يحدث نبرا خاصا على قوة المنطوق الإنجازية"[3].

⇐ **التكرار:** وسيلة بلاغية مهمة ، يقصد إليها المتكلم؛ لتقوية قوة المنطوق الإنجازية، كما يقال: **(الشيء إذا تكرر تقرر)**، والتكرار تعرفه الشفرتان:

- الشفرة المنطوقة.
- الشفرة المكتوبة، وإن كان تأثيره في بنية الشفرة المنطوقة التلقائية أقوى.

---

[1]. Sowinsk, Bernbard, Textlinguisitik Eine Einfuebrung, Verlag W. Koblbammer Stittgart .Berlin kouln Mainz (1983) S.64.

[2].Austin Jobn, Howw to do Tbings words, P76.

[3] .Leecb, G. N ; Explorations in Semantics and Pragmatics.jobn Benjamins.Amsterdam (1980),P :69.

علاوة على ذلك، هناك تكرار المنطوق بتركيبه، إذ قد يكرر بتغير طفيف في هذا التركيب،[1] ويضرب المثل للحالة الأخيرة بالمنطوق التالي:

- أتحب النجاح؟ (النجاح النجاح أحب).
- أتريد السفر؟ (السفر السفر أريد).

1.3.1.2. العلامات الرابطة والقوة الإنجازية : إن العلامات الرابطة، تعد من الوسائل الخطابية الأساسية التي تعزز قوة المنطوق الإنجازية، وتعرف العربية كثيرا من تلك العلامات نحو: **إلى جانب ذلك، فضلا عن ذلك، علاوة على ذلك، أكثر من ذلك** ...، إن هذه العلامات حشو خطابي تستخدمه العربية فيما يثبته البحث اللغوي التقابلي، أقل مما تستخدمه لغات أخرى كالأنجليزية . إذ تدخل تلك العلامات "فيما يسميه **هاليداي، ورقية حسن** بإسم روابط الإضافة من النوع الأول، الذي يؤدي هذه الوظيفة العامة ذاتها، وهي وظيفة الإضافة، أي: إضافة معلومة، أو تكملة كلام سابق"[2]، كما تستخدم روابط من نوع آخر، لوظيفة التقوية، نحو: مع هذا، مع أن، على رغم كذا، ونحوها...

2.3.1.2. وسائل التشكيل الصوتي للقوة الإنجازية : تسمى أيضا بـإسم "**(الوسائل التطريزية)**، ويقصد بها نوع النغمة، والنبرة، وجهارة الصوت "[3]، والنغمات التقابلية وهي: النغمات الأدنى، أو الأعلى من نغمة المتكلم العادية، **وجهارة الصوت التقابلية (Volume Contrastive)**، هذه الوسائل كلها فونولوجية توظف في تقوية المنطوق عند جهارة الصوت الأقصى، كأن تقول : **ممتاز، جيد جدا، رائع...** ، وقد تستخدم جهارة الصوت الأدنى مع النغمة الأشد انخفاضا؛ لتعزيز القوة الإنجازية للمنطوقات، التي يكون تأثيرها سلبيا، **كمغرور**، وقد تستخدم النغمة الأشد انخفاضا؛ لتعزيز قوة المنطوق المؤثرة إيجابيا كقولك: **ظريف، أو عظيم ونحو ذلك.**

ويبقى المقام في كل حال، هو سيد الموقف الذي يعين كنه المعنى التأثيري ، للنموذج التشكيلي وبيان ذلك، أن المنطوق الأخير مثلا: **عظيم**، يمكن أن يدل على معنى تأثيري يضاد الحقيقة، وهو عند ذلك، تعبير عن المعنى على سبيل المفارقة . في مثل هذا الحال، سيدل المنطوق على ضد معناه الحقيقي أو الحرفي، مما يلزم المنطوق نغمة هابطة ساخرة، وجهارة الصوت منخفضة.

---

[1]. محمد العبد، تعديل القوة الانجازية، مرجع سابق، ص:338(بتصرف).

[2]. Halliday-Hassan Cobesion/ pp 242/243.

[3]. محاضرات الدكتور الوادي، مرجع سابق.

والنبر التعبيري يعد من النماذج الفونولوجية التشكيلية الدائرة في خطاب المواجهة، ويستخدم النبر القوي لتعزيز قوة المنطوق الإنجازية.

انطلاقا مما سبق، فإن الاهتمام بالأداء والنطق، من أهم الجوانب التي أكد عليها علوم علم اللسانيات، فدراسة الأصوات، ومعرفة أقسامها وصفاتها، وما تتعرض له من تغيرات، تعتبر البداية الأولى لمعرفة، وإتقان أي لغة من لغات البشر، والأساس الذي تنطلق منه أي دراسة لسانية.

بالتالي، فإن هذا **المبحث**، يعتبر محاولة لدراسة مستويات، ووظائف التنغيم في أصناف الخطاب؛ لأن قضية التنغيم، لا تنحصر في اختلاف درجات الصوت، التي ينشأ عنهـا ارتفاع النغمة، أو هبوطها، لكن التنغيم يحدث في كل ما يحيط بالنطق من: وقف، وسكت، وعلو صوت، ونبر...

2.2. وظـائفهـا:

1.2.2. التنغيـم: هو موسيقى الكلمة، أو الجملة التي تتغير بتغير الحالة النفسية والشعورية، وجاء في تعريف **تمام حسان**، "**التنغيم** هو: ارتفاع الصوت، وانخفاضه أثناء الكلام"[1]، إذ هو أحد سمات الأداء الذي لا بد من وجوده في أي لغة بشرية.

لذلك فإن كل كلمة، وكل جملة ينطق بهما، لا بد أن تشتملا على درجات مختلفة من درجات الصوت المتناسقة والمتناغمة، سواء كانت عالية، أومنخفضة، أومستوية، أومنحدرة؛ لتؤدي الكلمة صوتا معينا، وتصير الجملة تركيبا مقبولا، والقاعدة العامة التي تخضع لها جميع اللغات لها ارتباط وثيق باختلاف درجة الصوت في الكلمة، وتغيرها من مقطع إلى آخر.

خلاصة القول، إن **التنغيم** أوسع مما يسمى بهبوط النغة، أوصعودها، فهو كل ما يحيط بالنطق من طرق الأداء كالوقف، والسكت، وعلو الصوت، وطوله، ونبرة المقاطع، إذ يكشف عن نوايا المتكلم وعن حالته النفسية من خلال انفعالاته التي تنفلت منه بطريقة لا واعية في صورة نطاقات تنغيمية تشكل ما يسمى بلحن الكلام في اصطلاح الصواتيين.

هنا، يصح القول بأن قضية التنغيم تقتصر على التراكيب المسموعة دون المقروءة، فالتنغيم عموما، هو عنصر مهم من عناصر الأداء، وعدم إتقانه يؤدي إلى عدم وضوح معنى الكلمة والجملة. قد يتحدث إليك من لا يتقن اللغة، ولا يجيد أداءها فلا تعرف ما يريد قوله، والسبب في ذلك راجع

[1]. تمام حسان: مناهج البحث في اللغة الناشر، مكتبة الأنجلو المصرية، سنة النشر: 1990 ص: 164

للنطق غير السليم بما هو متعارف عليه من التنغيم، و حسن الأداء لا يتأتى إلا باتباع سنن أهل اللغة في النطق، والاهتمام بالجانب التطبيقي، والتعود على مجاورة الفصحاء، والسماع للقراءة، وما يتضمنها من وقف، ومد، وسكت، ومدود مختلفة، كما له ووظائف في التحليل اللغوي، وفي عملية الاتصال الاجتماعي بين المتكلمين، وأهمها الوظيفة النحوية

2.2.2. وظيفة التنغيم الانفعالية التعبيرية: يقصد بهذه **الوظيفة** ، "التعبير عن الأحاسيس، والانفعالات، التي تختلج نفس المتكلم من قبيل : الخوف والشجاعة، والحزن والفرح، والتعجب والتعظيم، والحسرة والرضى، والغضب واليأس، والأمل والشك، واليقين(...)، وهي ما يطلق عليها **مالمبر جوبر زنهان**، الأهداف الأسلوبية"[1].

إن التنغيم يكشف عن نوايا المتكلم، وعن حالته النفسية من خ لال انفعالاته التي تصدر منه بطريقة لا واعية في صورة نطاقات تنغيمية تشكل ما يسمى ب : **لحن الكلام**. فعلى سبيل المثال: **جاء المسؤول الكبير**، فإن النطاقات التنغيمية التي ينطق بها المتكلم في هذه الجملة تكشف عن حالته النفسية التي قد تكون فرحا بهذا المسؤول الكبير . وقد تكون حزنا وأسفا، أو مجرد إخبار بخبر عاد، فتصاغ في قالب تنغيمي تقريري فتصير الجملة على المستوى التركيبي واحدة، ولكن التنغيم متعدد.

لقد استعمل بعض اللسانيين اصطلاح **لحن الكلام** للدلالة على التنغيم، بحيث أسندوا إليه وظائف عديدة، وقد انتبه إلى لحن الكلام النص القرآني، وجعله وسيلة لمعرفة السرائر، وذلك في قوله تعالى:"**و لتعرفنهم في لحن القول**".[2] يقول ابن كثير مفسرا هذه الآية : "أي فيما يبدو من كلامهم الدال على مقاصدهم، يفهم المتكلم من أي الحزبين هو، بمعاني كلامه وفحواه، وهو المراد من لحن القول، كما قال عثمان بن عفان رضي الله عنه : **ما أسر أحد سريرة، إلا أبداها الله على صفحات وجهه، وفلتات لسانه**".[3] والحاصل، إن التنغيم الذي يشكل جزءا من لحن الكلام، يكشف عن نوايا المتكلمين وذلك من خلال انفعالاتهم النفسية، أو نطاقاتهم التنغيمية باصطلاح الصواتيين.

3.2.2. وظيفة التنغيم التركيبية: يقصد بها التفريق بين أنواع الجمل، وتبيان وظائفها النحوية من خلال التمييز بين أسلوب تركيبي، وغير تركبي، ولكل جملة قالب تركيبي خاص بها تنفرد

---

[1]. Brosnahan, L.F, Malmberg.B(1970): Intoroduction to Phonetics, P.154

[2] . سورة محمد/ الآية: 30

[3]. ابن كثير، القرشي الدمشقي(1994): تفسير ابن كثير/ج.4 ص.219.

به، ولا تقاسم فيه جملة، أو جملا أخرى. وهذا النمط يجب اتباعه، ومراعاته في النطق بكل جملة من هذه الجمل، وإلا عد المتكلم لاحنا، وكان شأنه، شأن رفع المفعول، ونصب الفاعل"[1].

بهذا تتنوع القوالب التنغيمية بتعدد الجمل، وتتنوع الأساليب ما بين الخبر، والاستفهام، والتأكيد، والأمر، والنهي، والإثبات، والنفي، والقسم، والنداء... إلا أن المنحنيات التنغيمية الموظفة في الخبر تختلف عن المنحنيات التنغيمية المستعملة في الاستخبار.

بناء على ذلك، **فالتنغيم**: "حَكم في دلالات التراكيب والجمل، إذ يغير الجملة من تركيب إلى آخر، ومن باب إلى باب (...)"[2]، والتنغيم في الجمل، يكتسي خطورة تؤثر على التواصل الفعال، ولتوضيح ذلك نأخذ الجملة التالية:

- "**فاز الفريق العلمي؟** "يمكن أن تدل هذه الجملة على الاستفهام، إذا كان التنغيم يدل على ذلك، وهو ما تعكسها -على مستوى اللغة المكتوبة-علامة الترقيم الدالة على الاستفهام.
- **فاز الفريق العلمي:** يمكن أن تدل على الإخبار فقط، إذا كان التنغيم تقريريا فحسب.
- **فاز الفريق العملي !** كما يمكن أن تدل على التعجب، إذا كان المتكلم متعجبا.

يمكن أن ندرج في هذا الصدد، بعض المقولات النحوية ذات الصبغة المزدوجة، التي تشترك في صورتها، ولها أكثر من إحالة دلالية، والتي إذا تكررت في جملة واحدة حدث اللبس التركيبي . لكن، "**التنغيم** سيتدخل بوصفه مصفاة، ومراقبا للتركيب قصد الحسم، ومعلوم أن تكرار الصورة نفسها، أو المقولة نفسها في الموقع ذاته، يعتبر عند النحاة العرب تكرارا مر فوضا؛ لذلك فإن جهاز الحاسوب الذي نكتب عليه هذا العمل، يسطر برنامجه النحوي على كل كلمة مكررة ظنا من واضعه، أن الأمر يتعلق بلحن تركيبي. بيد أن مصفاة التنغيم تستبعد هذا اللحن[3]،

ومثال هذه الظاهرة، ما أورده **الفراء** بقولـه:" فإذا قال القائل : **مـا ما قلت بحسن** جاز ذلك؛ لأنه يجعل **مـا** الأولى للجحود، والثانيـة بمعنى **(الذي)**، وكذلك لو قال **من من عندك؟**: جاز، لأنه جعل **من** الأولى استفهامية، والثانية على مذهب بمعنى **(الذي)**، فإذا اختلف معنى الحرفين، جاز الجمع بينهما"[4].

---

[1]. الفيومي أحمد عبد التواب (1991): أبحاث في علم الاصوات اللغة العربية، الناشر مكتبة وهبة للطباعة، والنشر، ص187 .

[2]. الجورنة يوسف عبد الله(2002): التنغيم ودلالته في اللغة العربية، ص38 .

[3].البابيي أحمد، القضايا التطريزية في القراءات القرآنية/ ج .1/ ص391/ 2006 .

[4].الفراء أبو زكرياء يحيي ابن زيا د(د.ت): معاني القرآن، ج1/ ص 176 و177/ (بتصرف)

خلاصة الكلام، إن **التنغيم** يسهم في رفع اللبس التركيبي، والصرفي من خلال نطاقاته التنغيمية المتنوعة، وهذا يدعم فرضية إسهامه في اشتقاق البنية العميقة، والعمل بدور المراقبة للتركيب، بل إن "تلك المصفاة، قد تخرق التركيب، وغيره من مراحل اشتقاق الجملة المفترضة"[1].

4.2.2 وظيفة التنغيم الدلالية: يقصد بهذه الوظيفة دورالتنغيم الفاصل ، في التفريق بين دلالات السلسلة الكلامية الواحدة، وهذا ملحوظ في لغات متعددة ، من قبيل اللغة الأنجليزية، حيث إن الكلمة الواحدة، تتمايز معانيها بحسب ما يرافقها من نطاقات التنغيم، "فالكلمة الأنجليزية **(yes)** على سبيل المثال، التي يمكن أن تنطق بالأشكال التنغيمية الآتية فيتغير معناها:

1. **yes هابـط ..... جملة تقريرية تعنـي:"أوافـق".**
2. **yes عـــال ..... سؤال:"هل قلـــت نعـــم؟"**
3. **yes منخفـض..... طلب استمرار:"أنامنصت،استمر".**
4. **yes صاعد/هابط..... احتمال:"من الممكن أن يكـون".**
5. **yes هابط/ صـاعد..... تـوكـيد: "أنا مـــتـأكـد"[2].**

كما أن التنغيم في الجملة العربية يوازي من حيث الدلالة، عبارات بأكملها من قبيل استمهال المتكلم للسامع، وإعلامه باستمرار الكلام، وذلك من باب التذكر والانتباه، أو من قبيل إعلام السامع، وإيقافه على مدى التفجع، والتحسر على المندوب، في باب الندبة.

فالأساليب تحافظ على بنياتها التركيبية، ولكن دلالتها تتغير بتغير النطاقات التنغيمية "التي تكون النغمة، إذ هي العنصر الوحيد الذي يتسبب عنـه تباين هذه المعاني؛ لأن "هذه الجمل لـــم تتعرض لتغيـر في بنيتها، ولـم يضف إليها، أو يستخرج منها شيء، ولم يتغير فيها إلا التنغيم، وما قد يصاحبه من تعبيرات الملامح، وأعضاء الجسم، مما يعتبر من القرائن الحالية "[3]، وبهذا تصبح المعاني تتلاعب بالألفاظ، بينما يقوم التنغيم خاصة، والأداء عامة، بالتعبير عن الدلالات، والمقاصد . من هنا، يمكن القول أن التنغيم يقوم برفع اللبس الدلالي بين الجمل، مما ييسر عملية التواصل بين المتكلم، والمستمع.

---

[1].البابيي أحمد قضايا التطريزية في القراءات القرآنية، ج. 1 ص: 396 /2006 .

[2]. Ladefoged, P.(1975) :a Course of Phonetics, P.103.

[3]. حسان تمام، اللغة العربية معناها ومبناها، نشر دار الثقافة، الدار البيضاء المغرب، ص.228.

وأخيرا، فإن و**ظائف التنغيم**:(**الانفعالية التعبيرية، والتركيبية، والدلالية**)، تلعب دورا مؤثرا في العملية التواصلية اللسانية، ويمكن حصره في النتائج التالية:

- التنغيم ركن أساسي في الأداء، لا تخلو منه لغة من لغات البشر.
- إتقان التنغيم ، أمر بالغ الأهمية على جميع المستويات اللسانية؛ لما له من صلة بالمعنى.
- أهمية التنغيم في تفسير، وتوضيح المعاني، والإعراب.
- التنغيم لا ينحصر فقط في درجة الصوت، وإنما هو مجموعة معقدة من الأداء الصوتي، بما يحمل من نبرات وتواصل، وتتابع مطرد للسكنات، والحركات التي يتم بها الكلام..
- التنغيم يقتصر على التراكيب المسموعة، أما التراكيب المقروءة فقد عوضت برموز، وعلامات الترقيم؛ لتدل على الاستفهام، والتعجب، والاستغاثة، والدهشة.

المبحث الثالث:

• المقوِّمات الحجاجيـة الموجهة إلى المتلفظ والمتلفظ إليه.

1. المقويات الحجاجية الموجه إلى المتلفظ، والمتلفظ إليه.

1.1.المقويات الحجاجية لدى المتلفظ:

يقصد بالمقويات الحجاجية الموجهة إلى المتلفظ : العناصر المعجمية التي تشير إلى صدق المتكلم، أو ثقته بما يعلم "[1]. إن هذه العناصر المعجمية المقوية الموجهة إلى المتكلم تشير إلى القوة الإنجازية؛ لقيام الموقف الاتصالي على التفاعل المباشر، ومن ثم ة، يكثر أن يدور في المحاورات، ما يسمى بالقواطع الأسلوبية ، نحو: بأمانة، بصراحة، بصدق، وغيرها "[2]. ويقصد بها أيضا، العناصر المعجمية التي تشير إشارة ضمنية، أو صريحة إلى معرفة المستمع، أو إلى المعلومة التي تصنع خلفية مشتركة بينه، وبين المتكلم،"فحين يتكلم المتكلم أو يكتب، أو يرسم، فإنه لا يعبر عن مشاعره، وأفكاره، ومشكلاته فقط، بل أيضا يترتب على كلامه، أو كتاباته أو رسمه، أثر معين يصدر ممن يتحدث إليهم، أو يكتب لهم، على هذا الأساس، فاللغة ليست وسيلة للتعبير عما بنفس المتكلم، أو الكاتب فقط، بل هي أيضا وسيلة لإثارة المستمع، أو القارئ، وتحريك وجدانه، ودفعها إلى الحركة والعمل"[3].

واستجابة لأثر الكلام المستمع إليه والمقروء، " فاللغة هي عملية اتصالية، تبدأ بمتكلم لديه قدرة، ونية على تبليغ رسالة أو فكرة، ثم يقوم بتحويل الرسالة إلى نظام رمزي لغوي. كما يقوم بعملية النطق، أو الكتابة، وهي تحمل في طياتها الرسالة التي يريد أن يوصلها، فيحدث التعرف السمعي، أو البصري من خلال المستمع أو القارئ، وتحول الرسالة إلى نظام رمزي لغوي، أو نسق معجمي، يترتب عنه فهم المستمع للرسالة، وتحليلها، وتفسيرها، ونقدها، وتقويمها"[4]. فإذا لم تحدِث الرسالة، أوالفكرة المعبرعنها عن طريق الكلمات، والتراكيب استجابة من المستمع، أو القارئ، فإنها تفقد وظيفتها في تحقيق القوة الإنجازية.

من هنا، فاللغة هي: "عملية معقدة، قد تشمل الصورة الذهنية، أو الفكرة، عند كل من المتكلم أو الكاتب، والرموز أي: المعجم، والتراكيب التي يستخدمها كل منهما، والترتيب الخاص، والمحدد الذي توضع به هذه الرموز بجوار بعضها، والآثار المعرفية الانفعالية، والحركية التي تثيرها الرموز لدى المستمع أو القارئ، التي تتوقف على قدرة الآخرين على التحليل والتفسير، والنقد، والتقويم"[5].

---

[1]. العقاد عباس محمود في بيتي، دار المعارف بمصر، سلسلة اقرأ د.ت/15 .

[2]. عبد اللطيف دربالة، عاشق فوق العادة، سلسلة المسرح العربي، الهيئة المصرية العامة للكتاب ص:48 .

[3] . سمر روحي الفيصل، ومحمد جهاد جمل، مهارات الاتصال في اللغة العربية، دار الكتاب الجامعي، العين/ 2004م.

[4] . المرجع نفسه. بتصرف.

[5]. سمر روحي الفيصل، ومحمد جهاد جمل، مرجع سابق.

بالرغم من عدم توافق الأفكار التي في ذهن المتكلم، أوالكاتب، فثمة ولا شك تشابه معجمي كبير بينهما، وما يحدث من اختلاف في الصورتين راجع إلى الاختلاف في خبرات كل منهما، وذكائه، وخياله، ودقة استعماله للمفردات المعجمية وثقافته بصفة عامة.

في حين، إن الموقف اللغوي إما أن يكون بين متكلم، ومستمع، أو يكون بين كاتب، وقارئ، ولا يمكن تصور موقف من مواقف اللغة، أو اتصال لغوي بدون هذه الأركان الأربعة: **المتكلم، المستمع، الكاتب، القارئ**، و لكي يتم فهم كيفية حدوث الاتصال بين المتكلم والمستمع، أو بين الكاتب والقارئ ينبغي التوصل إلى أن اللغة سواء كانت شفهية، أو كتابية ليست إلا رموزا، فالمتكلم لا يتكلم عن معان، والكاتب لا يكتب معان، والمستمع لا يسمع معان، والقارئ لا يقرأ معان، وإنما يتكلم المتكلم رموزا، وكذلك الكاتب، أو المستمع، أو القارئ"[1]. فالكلمة التي يتكلمها المتكلم، أو العبارة، التي يستخدمها ليست معنى، وإنما هي رمز لمعان في عقل المتكلم، فهي وسيلة يستخدمها المرسل؛ ليعبر بها عن المعاني التي لديه، وأي خلل في استخدام هذه الرموز، ينجم عنه توقف الاتصال بين المرسل والمرسل إليه، أو الانحراف عنه.

2.1. المقويات الحجاجية الموجهة إلى المتلفظ إليه:

"إن المعاني لا تنتقل من المتكلم إلى المستمع، أو من الكاتب إلى القارئ، وإنما الذي يحدث في عملية التواصل، أن المتكلم أو الكاتب يمد السامع، أو القارئ بجملة من الرموز تساعده على استحضار المعاني التي يرى أنها قريبة، أومماثلة للمعاني التي عنده، فالمتكلم، أو الكاتب يزود المخاطَب بمجموعة من الرموز؛ ليترجمها إلى معانيها في إطار خبراته، فكأن الكلمات والجمل، ما هي إلا رموز، أو شفرة"[2]. على هذا فالمستمع، أو القارئ ليس مجرد مستقبل، وإنما هو شخص ناشط إيجابي، يقوم بتلقي هذه الرموز، أو الشفرة، وترجمتها إلى مدلولات معينة، قد تكون متفقة، أو مختلفة عن مدلولها عند المتكلم، أو الكاتب، ويختلف المتحدثون، والكتاب في درجة الدقة، والوضوح التي يعرضون بها أفكارهم، ومشاعرهم، ومشكلاتهم، وكذلك يختلف المستمعون، والقراء بدرجة إدراكهم للمعاني التي يستمعون إليها، ويدركونها، ويمكن أن نفسر ذلك، في ضوء الفروق الفردية، واختلاف حياة الناس، باختلاف بيئاتهم، وثقافاتهم.

يستخلص مما سبق، إن للغة فنونا أربعة مترابطة لايمكن الفصل بينها وهي: الاستماع، التحدث، القراءة، والكتابة.

---

[1] ..عبد الفتاح حسن البجة، أصول تدريس العربية بين النظرية والممارسة، ص:97 دار الفكر/ الأردن .

[2] . المرجع نفسه .

الفصل الثالث:

- **القصدية، و أنواعها.**
- **التأويل الدلالي، والسيميائي للملفوظات الحجاجية .**

المبحث الأول:

- القصيدة .
- أنواعها .

1. القصدية، وأنواعها.

1.1. القصدية: هي ما يدور في خلد المتكلم باستمرار أثناء إصدار الملفوظات، حيث يرتبط هذا المفهوم بكل ما من شأنه أن يحفز المتكلم على تحريك العملية التبليغية، سواء ارتبط ذلك بما تم التصريح به من ملفوظات، أو لم يرتبط بوظيفة المتلقي الأساسية، المساعدة في تأويل الملفوظات، أو في التبليغ عموما.

فمن الناحية المنهجية، يلعب القصد دورا محوريا في تأويل النصوص الملفوظة، باعتبارها صادرة عن شخص قد لا يصرح عن مقاصده إلا قليلا، وعلى المحلل، في هذا الصدد، أن يبحث عن هذه المقاصد، في كل جانب من جوانب ملفوظات المتكلم، هذا من جهة، وفي مختلف الظروف التي أسهمت في صدور الملفوظات من جهة أخرى، بحيث لا يمكن الحديث عن انسجام الخطاب، إلا بالتحرر من الخطابات ذاتها، والركون إلى معرفة القصد المسبب في إصدار هذه الخطابات.

تقول **آن روبول:** "إنه لمن باب تحصيل الحاصل، القول بأن مفهوم الحالة الذهنية، أو القصد، يشكل محور إنتاج، وتأويل الملفوظات، والخطابات"[1]، وتذهب إلى أبعد من ذلك بتصريحها: إن تأويل الخطابات يتوقف نهائيا على تأويل الملفوظات الناتجة عن معرفة القصد، "وبهذا، ترفض اللجوء إلى المكونات الداخلية للملفوظات، في تتابعها، أو تباعدها؛ للوصول إلى وضع تفسير منطقي، ووجيه للخطاب، كما تشطب بجرة قلم النظريات الشكلية"[2]، المنطلقة في تأويلها للخطاب من إعادة الصياغة، والسرد، والشرح، والتفسير...

2.1. أنواعها: قد انطلقت **آن روبول،** في منهجيتها؛ لبناء نظرية تعتمد على القصدية؛ المقسمة حسب **ويلسون، وسبربر** إلى نوعين:

1. **القصد الإخباري:** الذي يكمن في رغبة المتكلم في إظهار ما يضطلع عليه المخاطب.
2. **القصد التبليغي:** وهو أن يعلن المتكلم صدقه بحقيقة قصده الإخباري"[3].

---

[1]. مقدمة الدكتور عمر عروة، "استراتيجيات التخاطب ومقاصد الكلام" دار الكتاب الجديد المتحدة، ص 186، طبعة 2000.

[2] . عبد الهادي بن ظافر الشهري (2004)، استراتيجيات الخطاب، ط1، دار الكتاب الجديد المتحدة، ص:180 .

[3]. رشيد بن مالك (2006)، قراءة سيميائية في كليلة ودمنة، لعبد الله ابن المقفع، مجلة "بحوث سيميائية" مخبر عادات وأشكال التعبير الشعبي بالجزائر، جامعة أبو بكر بلقايد – تلمسان– ومركز البحث العلمي والتقني لتطوير اللغة العربية الجزائر.

يمكن القول، انطلاقا من هذا التحديد: إن إستراتيجية المؤول تكمن في التنبؤ بسلوكات الأشخاص، وذلك بالوقوف على مقدمتين اثنتين:

الأولى: تشير إلى أن الأشخاص هم عوامل، أو ذوات عقلانية، و**الثانية:** تشير إلى أن هؤلاء الأشخاص، هم نتاج معتقداتهم ورغباتهم، وأحوالهم الذهنية، وبهذا التمييز بين المقاصد الإخبارية والتبليغية، تفرق **روبول** بين **القصد المحلي (intention locale)**، الذي نجده على مستوى الملفوظات، **والقصد التبليغي (intention communicative)**، المتواجد على المستوى التبليغي. وفي نطاق آخر، جعل **طه عبد الرحمن** ما أسماه **بقاعدة الصدق**، المتمثلة في قوله: إن "لقصدك في كل قول تلقي به إلى الغير أمران أساسيان:

1. **وصل المستوى التبليغي بالمستوى التهذيبي عند الخطاب.**
2. **إمكان الخروج عن الدلالة الظاهرة للقول"[1].**

الأمر الأول: هو على حد تعبيره، الوصل بين المستويين، فالمتكلم متى تبين حقيقة قصده من قوله، أثمر عنده هذا التبيين نتيجتين، تتجلى إحداهما في تعيين وظيفته العملية، التي تحدد مسؤوليته الأخلاقية، وتقوم النتيجة الثانية بصيانة قوله عن اللغو، الذي يحمله على العمل في إفادة المخاطب.

الأمر الثاني: هو إمكان الخروج عن الدلالة الظاهرة، فإذا كان الاعتماد على القصد، جاز أن يتفاوت مقصود القول عن مضمونه، فلا يتسارع إلى فهم المخاطب، بل يحتاج المخاطب إلى الدخول في العمل، وتحمل مسؤولية المراد من القول، كما تحمله المتكلم في تفقده لقصده؛ لأن المتكلم يكون قد بلغه إليه بطريق التلميح، لا التصريح، فيطالب المخاطب عندئذ، بتعقبه بمعونة القرائن المقامية والمقالية، المتعلقة بهذا القول من غير أن يحصل له اليقين بمقصود المتكلم".[2]

[1].عبد الهادي بن ظافر الشهري، المرجع السابق، ص 187.

[2].بلخير عمر(2003)، تحليل الخطاب المسرحي في منظور النّظرية التّداولية، منشورات الاختلاف، الجزائر.

المبحث الثاني:

- **التأويل الدلالي والسيميائي للملفوظات الحجاجية.**

1. التأويل الدلالي، والسيميائي للملفوظات الحجاجية.

1.1. التأويل الدلالي للملفوظات الحجاجية:

لقد ميز **ابن الجوزي**، بين التفسير، والتأويل بقوله: إن "التفسير هو إخراج الشيء من معلوم الخفاء إلى مقام التجلي، والتأويل هو نقل الكلام عـن موضعه إلى ما يحتاج في إثباته إلى دليل لولاه ما ترك ظاهر اللفظ"[1]. فما يميز التأويل عن ذات المؤول، هو أن الأول مجرد إظهار لمعنى خفي وفق قواعد، وضوابط صرفية، ونحوية، ومعجمية موجودة بالكامل خارج ذات المفسر مع إبقاء الكلام على أصله. بينما تلعب ذات المؤول، وآراؤه الشخصية، وكفاياته دورا هاما في عملية التأويل حتى ولو استندت في بداية التأويل، وأثناءه على بعض القرائن، والأدلة المرجعية، وأهمية الدور الذي تلعبه هذه الذات في عملية التأويل، هو ما جعله في نظر **ابن الجوزي** نقلا للكلام عن موضعه. ولما كانت ذات المفسر في التفسير خفية، وفي التأويل ظاهـرة، فقد عرف أبو **منصور الماتريدي** التفسير بأنه: "القطع بالمراد، بينما عرف التأويل بأنه مجرد ترجيح، بدون قطع "[2]. يقول **الغزالي**: "التأويل هو عبارة عن احتمال يعضده دليل يصير به أغلب على الظن من المعنى الذي يدل عليه الظاهر"[3].

هذا ما يجعله على علاقة قوية بحسن الفهم لدى المؤول أي السامع، ويقظة قريحته من جهة، وبمقاصده، وونواياه من جهة ثانية. كما أن للتأويل علاقة بقصد المتكلم، أو صاحب النص وغايته في الغالب هي إدراك القصد الحقيقي م ن الخطاب يقول **موشلر(Moeschler)**: "عند التحدث عن التأويل فإنه تتم الإشارة إلى العملية التي تعين قيمة محددة لملفوظ معين، وتلك هي القيمة المقصودة "[4]، ولها "كانت غاية التأويل هي إدراك القصد الحقيقي من الخطاب، وليس الاكتفاء فقط بحل شفرته، أو سننه، فإن التأويل يختلف عن التفسير في إصابته أعماق النص، والكشف عن طاقاته ، وبصفة عامة، فإن ما يميز التفسير عن التأويل يمكن إرجاعه إلى عدة أمور منها:

1. تباين طبيعة النصوص، أو الأقوال التي يمكن أن تكون موضوعا للتفسير، أو التأويل.

2. تباين درجة عمق كل من العمليتين حتى عندما يكون موضوعهما نصا واحدا مشتركا أحيانا.

---

[1]. عبد الغفار، ظاهرة التأويل وصلتها باللغة/ الناشر: دار المعرفة الجامعية تاريخ النشر: 2012، ص: 38 .

[2]. المرجع نفسه ص:39.

[3] . المرجع نفسه.

[4] . Moescber, Dictonnaire /P:26 .

3. تفاوت درجات اليقين في نتائج بحث كل من المفسر والمؤول، كل على حدة"[1].

إلا أن شخصية المتكلم أولا، تسهم في بناء ما يتلفظ به شكلا ومعنى، سواء تعلق الأمر بشخصيته اللغوية، أو المعرفية الخاصة، أو الموسوعية العامة، أو تعلق الأ مر بشخصيته، ووضعيته الاجتماعية. وإسهام شخصية المتكلم في بناء معنى الملفوظ (المنطوق) يبدو جليا، سواء تعلق الأمر بمعانيه المباشرة الصريحة، أو بمعانيه الضمنية الاقتضائية، أو الاستلزامية، أو الإنجازية، " فالمتكلم هو الذي يحمل بعض الكلام على بعض، ويقيد بعضه ببعض، أو يفصل بعضه عن بعض، بذلك فإنه هو الذي يوجه المخاطب فيما يبنيه هذا الأخير من فرضيات لتفسير، وتأويل المعنى "[2]. غير أن المتكلم لا يبني كلامه في عزلة تامة عن العالم من حوله بصفة عامة، وعن مخاطبه بصفة خاصة.

بل يفعل ذلك في ضوء الفرضيات التي يكون قد تبناها مسبقا عن شخصية هذا المخاطب الاجتماعية، وملكاته اللغوية، واستعداداته التأويلية والاستدلالية؛ لأن "العبارة تتأثر بما وعاه المتكلم من حال المخاطب، والمخاطب حينئذ يتحول إلى مثير من المثيرات التي تعمل في نفس مبدع ال كلام، وبمقدار تأثره بهذا المثير ، ويظهر ذلك على عباراته، وأحوال صياغته "[3]، كما أن لشخصية المتكلم المعرفية، والاجتماعية في بناء الفرضيات التأويلية التي يقوم بها المخاطب مسبقا، كعدة يوظفها في عملية التأويل. فإذا تم الاقتصار على الجانب المتعلق بالقدرات الفكرية، والاستدلالية لكل من المتكلم، والمخاطب أمكن القول بإن المتكلم يبني معانيه، ويسوقها إلى مخاطب يفترض فيه مسبقا امتلاك آليات منطقية طبيعية، واستدلالية، وقواعد خطابية بلاغية تمكنه من إدراك ما يتضمنه الكلام من معاني مباشرة. تقول **أوركيوني**: إن دور المتلقي لا يقبل الاختزال، بل هو مخالف لذلك تماما؛ لأن تفكيك الملفوظ معناه القيام بحساب تأويلي معقد بدرجة، أو بأخرى، ثم النجاح في ذلك، كما أن معناه أيضا القيام باحتساب، أو تقدير الدوافع التي حملت المتكلم على إنتاج ذلك الملفوظ.

بالتالي، فإن عملية بناء الملفوظ **الكلام**، وتأويله نشاط متعدد الأطراف، إذ يستلزم قيام علاقة تواصلية بين طرفين على الأقل أحدهما متكلم، والآخر مخاطب، وفي هذا الشأن، يقول الأستاذ **طه عبد الرحمان** عن علاقة الاشتراك بين طرفي الحوار : "ما تكلم أحد إلا وأشرك معه المخاطب في إنشاء

---

[1].د إدريس سرحان: التأويل الدلالي، التداولي للملفوظات، وأنواع الكفايات المطلوبة في المؤول، كتاب التداوليات علم الاستعمال إعداد د. حافظ اسماعيل علوي، ص: 131.

[2]. المرجع نفسه، ص:133 (بتصرف).

[3]. المرجع نفسه ص:134 (بتصرف).

كلامه، كما لو كان يسمع كلامه بأذن غيره، وكان الغير ينطق بلسانه . فيكون بذلك إنشاء الكلام من لدن المتكلم، وفهمه من لدن المخاطب، عمليتين لا انفصال لأحدهما عن الأخرى"[1].

إن لجوء المخاطب، في غالب الأحيان إلى تأويل ما يوجه إليه من ملفوظات طبيعية يرجع إلى عدة أسباب، وغايات عملية تفرضها تقنيات، وضرورات التواصل، ويمكن أن نقسم تلك الأسباب، والغايات إلى ثلاثة أنواع:

1. **الأسباب الراجعة إلى طبيعة الألسنة الطبيعية ذاتها.**
2. **الأسباب الراجعة إلى تصرف المتكلم في كلامه.**
3. **الأسباب الراجعة إلى رغبة المخاطب في إدراك القصد الحقيقي من الخطاب، وعدم اكتفائه بالمعنى الظاهر.**

وعند العودة إلى التأمل في الأسباب الحاملة على التأويل، توجد صعوبات تعترض المخاطب يمكن إجمالها فيما يلي:

- ✓ **" صعوبة تحديد معنى الملفوظات الطبيعية بما لا يقبل الخلاف"[2].**
- ✓ **" كون المعنى ليس شيئا قارا مطلقا، وثابتا على امتداد الأزمنة، والعصور"[3].**
- ✓ **"تبعيته لعدة مؤثرات من بينها السياق، وقصد المتكلم"[4]،"صعوبة تحديد مَكمَن المعنى"[5].**
- ✓ **احتمال "الأسلوب (Le mode) الواحد، كأسلوب الاستفهام، أو أسلوب طلب الفعل، أو طلب الكف عن الفعل (L'imperatif)"[6]. "اختزالية الخطاب الطبيعي"[7].**
- ✓ **صعبوبة قراءة الأيقونات، والعلامات.**

أما الأسباب الراجعة إلى تصرف المتكلم في كلامه إلى حد يصبح معه قبول المعنى الظاهر شيئا مستحيلا، تتجلى في: "لجوء المتكلم (المرسل) مرة بعد أخرى إلى حذف ماحقه الذكر، أو إضمار ما حقه إلا الإظهار، أو تقديم ماحقه التأخير، أو تأخير ماحقه التقديم (...)"[8]. ثم ركوبه طريق المجاز بمختلف أنواعه في الكثير من الأحيان . يقول دي **سبيربر (Sperber)**: "في غالب الأحيان عندما لا يتمكن

---

[1]. ينظر المرجع السابق، ص:134 و135 (بتصرف).

[2]. طاهر سليمان حمودة، دراسة المعنى عند الاصوليين، ص127.

[3]. Berrendonner, A ,éléments de pragmatique /P:231.

[4]. Lyon .J, Sémantque Linguistique / P217.

[5]. Oreccbioni , L' implicte , P308.

[6]. أحمد المتوكل، قضايا اللغة العربية في اللسانيات الوظيفية، ص129 و 155 .

[7]. Sperber.D, Rudiments des rbétorque cogntive, (Poétique 23 /P395 et 398).

[8]. فخر الرازي، ظاهرة التأويل، ص:18. .

المخاطب من بناء تصور ما، ملائم لمفهوم الخطاب على ضوء المعارف المشتركة بينه وبين المتكلم، فإن المسألة لا تك ون راجعة إلى عدم كفاءة المتكلم، أو عدوانيته اتجاه (المرسل إليه)؛ لكنها تكون بالأحرى، بمثابة دعوة إلى-ا لمخاطب المرسل إليه- للبحث عن تأويل مجازي"[1].

أما السبب الراجع إلى المخاطب نفسه ، فيمكن حصره في رغبته في إدراك قصد المتكلم بهدف التعرف على المعنى الحقيقي، خاصة عند من يعتبرون المعنى الحقيقي هو مراد المتكلـم"[2]. فيما يخص ضوابط، وحدود التأويل يرى الأستاذ **طه عبد الرحمن** في هذه المسألة، إنه على المؤول مراعاة بعض المعالم البارزة في طريقه، منها:

- **"ينبغي للمؤول أن يتجنب تعيين أي معنى مضمر بطريقة تحكيمية.**
- **على المؤول أن يدرك قصد المتكلم من الخطاب.**
- **ارتكاز الاجتهاد على التأمل في القرائن المقامية، والمقالية .**
- **عمل المؤول في سبيل البحث عن معنى الخطاب الذي يمر بمرحلتين:**

ا . عليه أن يعلم بالمعنى الذي يتبادر من الألفاظ المستعملة في الخطاب.

ب. عليه أن يبحث عن المعنى الذي قصد المستدل سَوق دليله"[3].

لذلك يجد الباحث، في كتب أصول الفقه، بعض القواعد المنظمة للتأويل الصحيح، ويمكن توسيع مجال صلاحيتها، حتى لا تبقى محصورة في المجال الديني وحده، بل تنسحب صلاحيتها على الخطاب اللساني برمته. ومن تلك القواعد الموجهة، نذكر ما جاء في كتاب **(الأحكام للآمدي)** مايلي":

- **يجب أن يكون المؤول أهلا للقيام بمهمة التأويل، أن يكون اللفظ قابلا للأقاويل.**
- **يجب أن يكون الدليل الصارف للفظ عن مدلوله الظاهر راجحا على ظهور اللفظ في مدلوله؛ ليتحقق صرفه عنه إلى غيره"[4].**

وللتأويل قرائن يمكن أن نصنفها إلى مجموعتين كبيرتين:

1. **قرائن خارجية عن الكلام موضوع التأويل.**
2. **قرائن داخلية ملازمة للكلام موضوع التأويل.**

---

[1]. فخر الرازي، ظاهرة التأويل، مرجع سابق، ص: 182.

[2] . طه عبد الرحمان، اللسان والميزان، مرجع سابق، ص:165.

[3] .Sperber .D /Ibid /P: 404.

[4] . طاهر سليمان حمودة، دراسة المعنى عند الأصولين، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص130 .

هكذا "فإنه لما يتوقف دور المعنى المباشر في التواصل، ولا يعود مقبولا، فعندها تنطلق العملية التأويلية للبحث عن معنى آخر غير المعنى المباشر".[1]

فالمجموعة الأولى، تضم العديد من القرائن الموضوعية، والذاتية الخارجة عن النص المؤول، وتشمل القرائن الراجعة إلى مقام التخاطب بكل مكوناته العديدة، وغير المتجانسة، وكذا القرائن الراجعة إلى ذاتية المتخاطبين، ومقاصدهم، وما يعرفه كل من المتكلم، والمخاطب عن الآخر من طبائع، وعادات، ومعتقدات، وثقافات...، وما يرافق الكلام من إيماءات، و حركات، وتغيرات في تقاسيم الوجه من تعبير إلى آخر ... أما **المجموعة الثانية**، فتضم شبكة القرائن اللسانية ، "صوتية وصرفية، وتركيبية ومعجمية ، وكذا **شبه اللسانية (Paralinguistique)** وتشتمل على ظواهر متعدد ، مثل النبر، والتنغيم، والضحك"[2].

2.1. التأويل السيميائي للملفوظات،الحجاجية ودلالاتها:

1.2.1.التأويل السيميائي:

نقصد به الخطاب النظري حول الظواهر التأويلية، وهو مجموعة من المفاهيم المنظمة التي تمكن من وصف آليات إنتاج الدلالة السيمائية داخل موضوع ثقافي معين، ولفهم ما تدل عليه هذه السيرورة في أبعادها النظرية والعملية، لا بد من تحديد المستويات الدلالية التي تحتضنها.

بحيث لا وجود لمعنى إلا من خلال سيرورة تنقله من حدوده المفهومية المجردة، والمتصلة، والمعزولة عن أي سياق، إلى كيانات، أو مستويات معلومة وملموسة. إن هذا الانتقال لا يتم بصورة اعتباطية، بل بواسطة أشكال توسطية ثقافية، ورمزية تربط بين المجرد، والمحسوس . هذه البنيات لصيقة بالفعل التأويلي عند **بورس**، وهو فعل محكوم باستراتيجية تسعى إلى تحديد الطرق التي يتم بها تشكيل المعنى، وتنظيمه داخل وقائع مادية، قصد تداوله، وتصريفه في سلوكات مخصوصة.

كما يعرفها **بالسيميوطيقا** التي تعني النظرية العامة للعلامات ، وتمفصلاتها في الفكر الإنساني، كما أنها صفة للنظرية العامة للعلامات، والأنساق الدلالية في كافة أشكالها هذا ما يجعل **سيميائية بورس** مطابقة لعلم المنطق.

---

[1]. ينظر مقال د.عبد السلام اسماعلي علوي " تداوليات التأويل"، ص: 209.

[2]. Baltar .M , Les valeurs non-marquées dans L'interprétation des énoncés, P179/180.

يقول **أمبرطو إيكو (Umberto Eco)** في هذا الصدد عن **بورس** محددا مضمون علمه بكل دقة، ووضوح، وعلاقته بعلم المنطق: إذ يقول **بورس:** " إنني حسب علمي الرائد، أو بالأحرى أول من ارتاد هذا الموضوع المتمثل في تفسير ، وكشف ماسميته بـ**السيميوطيقا (SEMIOTIC)** أي: النظرية الطبيعة الجوهرية، والأصناف الأساسية لأي **سيميوزيس** محتمل.

فالسيميوطيقا التي يطلق عليها في موضع آخر **(المنطق)** تعرض نفسها كنظرية للدلائل، وهذا ما يربطها بمفهوم **السيميوزيس** الذي يعد على نحو دقيق عنصرا هاما بالنسبة للخاصيات المكونة للدلائل"[1]. إن هذه الخاصية تجعل من السيميائيات عنده نشاطا لا يقتصر على ممارسة محدودة دون غيرها، بل يتم إقحام نموذج تأويلي تحليلي داخل هذا النشاط. الأمر الذي جعل السيميائيات عند **بورس** لا تنفرد بموضوع محدد، بل تهتم بكل الظواهر الثقافية، وكل ما ينتمي إلى التجربة الإنسانية.

بالتالي، فإن الكون من المنظور **البورسي**، علامة كبرى تشمل عددا لا نهائيا من العلامات، ولا يمكن للإنسان أن يدرك الأشياء من حوله، أو أن يتعامل معها، إلا على أساس أنها علامات، ولفهم هذا العالم، لابد من فهم العلامات في حد ذاتها.

هذا الصنف من التأويل يؤكد حقيقة واحدة ، مفادها أن النشاط الإنساني قادر على إنتاج ، وتداول سلسلة من القواعد، والضرورات التي تسمح بالتواصل، وخلق حوار بين الذوات الإنسانية، هذا الإنتاج يتم وفق وجود مناطق متعددة تعكس ثراء التجربة الإنسانية، وتنوع هذه المناطق هو الذي يفسر تعدد التأويلات وغناها. بمعنى آخر، إن السلوك الإنساني من حيث أبعاده، وتجلياته المباشرة لا يمكن أن يحدد، أو ينتج أي شيء ، ولا يمكن أن يدل من تلقاء ذاته . فعندما تحتضنه الثقافة، وتثريه بزخم هائل من الإيحاءات، والقيم المضافة، عندها يمكن الحديث عن سلوك سيميائي، أو سلوك تأويلي أي: عن فعل يستوعب داخل عوالم رمزية .

خلاصة القول، إن "كل تفكير ينبغي أن يكون بالضرورة، بواسطة العلامات "حيث لا علامة بدون فكر، ولا فكر بدون علامة أيضا" [2]. وما دام تصور **بورس** للكون، باعتباره شبكة غير محدودة من العلامات، فإن كل شيء يشتغل كعلامة، ويدل باعتباره علامة ، ويدرك بصفته علامة أيضا ؛

---

[1]. نقلا عن ترجمة إ دريس بلمليح، الرؤية البيانية عند الجاحظ، ط1/ 1984، دار الثقافة، البيضاء، ص: 111.

[2] .Marcelo (Dascal): LA SEMIOLOGIE DE LEIBNIZ, ED, Aubier Montaigne 1978; Pari Page:30.

لإدراك هذا الترابط الوثيق بين فعل الإدراك كما تصفه المقولات، وبين الشكل الوجودي للعلامة، لا بد من تحديد مفهوم العلامة، وتبيان عناصرها، والكشف عن أشكال وجودها.

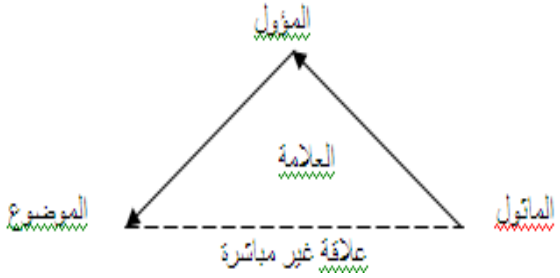
2.2.1. العلامة: "إن الحديث عن العلامة في تصور **بورس**، وعن طرق صياغتها، وأشكال تداولها، هو الحديث عن النشاط الإنساني، باعتباره بؤرة مركزية منتجة للعلامات، ومستهلكة لها في الوقت نفسه . هذا النشاط لا يقف فقط عند حدود إنتاج موضوعات ثقافية يلقي بها للتداول والاستهلاك، بل إنه يدرجها أيضا ضمن أنساق تعطيها أبعادها ا لمستقلة؛ لذلك فالعلامة من حيث الوجود، والاشتغال ليست وحدة تهتم بتعيين الأشياء، والوقوف عند حدودها التقريرية فحسب، بل إنها بالإضافة إلى ذلك، تهتم بتأويلها، إذ هي في الأول والأخير نمط في بناء التجربة الإنسانية(...)[1].

كما أن الكون في تصور **بورس**، يمثل شبكة غير محدودة من العلامات ، فكل شيء يشتغل كعلامة، ويدل باعتباره علامة ، ويدرك بصفته علامة أيضا . وبما أن سيميوطيقية **بورس** هي: نتاج سياق فلسفي ارتبط بالرياضيات والمنطق، فإن موضوع العلامة عنده كان متشعبا ومتفرعا إلى الحد الذي قد تعسر فيه الإحاطة بكل جزئياته.

حيث عرف العلامة، أو الدليل- حسب رأيه- بأنها: "عبارة عن شيء ما، يعوض شيئا معينا بالنسبة لشخص معين وفق علاقة معينة ، أو صفة معينة".[2] من ثم، فهي من طبيعة ثلاثية تتكون من "**الماثول** (Representame)، و**الموضوع** (Objet)، و**المؤول** (Interprétant)، ولا يمكنها أن تكون دالة إلا عبر سلسلة من الإحالات بين عناصرها الثلاث.

1. **الماثول**: هو الذي يحيل على الموضوع عبر فعل التوسط الإلزامي الذي يقوم به المؤول.

وتعرف سلسلة الإحالات التي تؤدي إلى إنتاج الدلالة **بالسيميوز** (**Sémiose**). ويمكن أن نمثل للعلامة بالمفهوم البورسي بالرسم التالي[3]:



[1]. عبد الله بريمي، ص: 120، مجلة البلاغة، والنقد الادبي، مجلة فصلية، العدد الأول.(بتصرف).
[2] . حنون مبارك، دروس في السيميائيات، دار توبقال للنشر/ الدار البيضاء/ المغرب، ط1(1987)، ص45.
[3] . المرجع نفسه، (بتصرف).

إن **الماثول** حسب تعريف **بورس:** " هو: شيء يعوض بالنسبة لشخص ما، شيئا ما، بأية صفة، وبأية طريقة، إنه يخلق بالنسبة إليه علامة موازية، أو علامة أكثر تطورا. و العلامة التي يخلقها أطلق عليها مؤولا للعلامة الأولى، بالتالي فهي تحل محل شيء موضوعها "[1]، و من خلال هذا التعريف يمكن ضبط خصائص الماثول في نظر بورس بما يلي:

- **يقوم الماثول بوظيفة التمثيل لشيء دون أن يعرف به.**
- **التعرف على الماثول من خلال المؤول، باعتباره علامة أكثر تطورا.**
- **لا يمكن للماثول أن يحيل على موضوعه إلا من خلال المؤول.**

إنه يقوم بنفس وظيفة **الدال السوسيري** - رغم اختلافهما - فكلاهما يمثل لشيء ما، فالماثول يمثل للمؤول، والدال يمثل للمدلول.

2. الموضوع: هو ما يقوم الماثول بتمثيله مرورا بالمؤول، ولتحديد معنى الموضوع، لابد من مراعاة السياق الخاص الذي أدرج ضمنه؛ لذلك لابد من التمييز بين معرفتين:

- ✓ **المعرفة المباشرة، والمعرفة غير المباشرة.**

الموضوع المباشر: هو المعطى من خلال العلامة بشكل مباشر، في مثل:

<u>الشمس مشرقة</u>، الموضوع المباشر هنا، لا يتعدى ما تبينه الجملة من معرفة مباشرة لا تحتاج إلى كبير جهد لفهمها، وهي إسناد صفة الإشراق للشمس.

الموضوع الديناميكي: هو المعنى البعيد الضمني المتعلق بالمعرفة الثقافية، والدينية للمؤول، كما في المثال السابق حيث توجد جملة الإحالات الدلالية التي تشير إليها لفظة الشمس ، كأن تكون دالة على النور، أو الجمال، والهداية أو المكانة، أو إسم علم ويمكن استثمار الموضوع الديناميكي في قراءة النص الأدبي بتجاوز بنيته السطحية إلى البنية العميقة ، والبحث في طبقاتها للوصول إلى المعنى الضمني المستتر.

3.المـــؤول: هو الوسيط الإلزامي الذي يمثل حلقة وصل بين الماثول والموضوع، إنه بمثابة القانون الذي يميز الأشياء عن بعضها البعض ، ويمنع تمازجها من خلال تحديد السمات الدلالية الضابطة لمفهوم شيء ما، وهي شبيهة بالمدلول السوسيري.

---

[1]. سعيد بنكراد: السيميائيات مفاهيمها، وتطبيقاتهـــا، د ط، منشـــورات الـــزمـــن، الربـــاط، 2003، ص 64، نقـــلا عن Peirce (cs) : Ecrits sur le signe. p 121

فكلاهما فكرة، أو مفهوم بموجبه تتم الإحالة من الماثول إلى الموضوع ؛ لأنه لا يمكن إدراك واقعة ما، دفعة واحدة، بل يتم ذلك من خلال مستويات، إذ يتم تجاوز المعنى المباشر إلى دلالات أعمق عبر سيرورة تدليلية، لا منتهية.

لقد صنف **بورس** المؤولات إلى ثلاث[1]:

أ- **المؤول المباشر**: هو المنوط بتحديد المعطيات الدلالية الأولية للعلامة، و بصيغة أخرى هو المعنى المباشر الذي يفهم من العلامة.

ب- **المؤول الديناميكي**: يتجاوز تقريرية المؤول المباشر إلى التأويل، فهو يدخل العلا مة في سيرورة تدليلية غير منتهية . فالعلامة الواحدة تقبل أكثر من قراءة ، وأكثر من تأويل، للوصول إلى سيرورة **سيميوزية** لا متناهية، وهي التي يحتاجها المحلل الس يميائي للنصوص الأدبية في تأويله للعلامات النصية.

ج- **المؤول النهائي**: هو المنوط بإيقاف سيرورة المؤول الديناميكي عند دلالة ما ، داخل نسق معين، "فداخل سيرورة تأويلية معينة يجنح الفعل التأويلي إلى تثبيت هذه السيرورة داخل نقطة معينة، تعد أفقا نهائيا داخل مسار تأويلي، يؤدي إلى تحديد معطيات دلالية أولية"[2].

و المؤول **النهائي** ليس من طبيعة واحدة بالمنظور **البورسي**؛ لأن المؤول ينتج دلالات تختلف من غاية إلى أخرى، لذا قسمه إلى ثلاثة أنماط:

1. **المؤول النهائي**: الشامل للعرف، والتقاليد والعادات، وهو مؤول لا يخضع للمراقبة، أو المناقشة العلمية المنطقية، بل يندرج ضمن المسلمات الاجتماعية غير القابلة للجدال.
2. **المؤول النهائي**: الخاضع للمراقبة، ويمكن التأكد من صحته ، أو عدمها، إنه يشكل المعرفة التي يستند إليها شخص ما، في تخصص ما، من أجل إصدار حكم، أو إجراء تجربة.
3. **المؤول النهائي**: المرتبط بالأحكام الفلسفية، والنظريات المنطقية الكبرى.

بالتالي، فإن **العلامة** بالمفهوم **البورسي** ليست تشابها، ولا تطابقا، فالموضوع ليس شيئا ، بل هو علامة يمكنها أن تحيل على علامات أخرى . "فالعلامة هي شيء من خلال التعرف عليه نعرف

---

[1]. المرجع السابق(بتصرف).

[2]. سعيد بنكراد، السيميائيات والتأويل(مدخل لسيميائيات ش.س بورس)، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط1/ 2005، ص: 100 (بتصرف)

شيئا إضافيا[1]. إن كل عنصر داخل العلامة قادرعلى الاشتغال كعلامة، أي قابل للتحول إلى ماثول يحيل على موضوع عبر مؤول، والمؤول هو علامة أكثر تطورا من الماثول، سرعان ما تحيل بدورها على موضوع آخر، عبر مؤول آخر، وهكذا دواليك. إلا أن **تشارلز موريس** طور ما قدمه **(بيرس)**، إذ قسم علم العلامات إلى ثلاثة أقسام:

1. **الخصائص التركيبية: (النحو، والصرف).**
2. **الخصائص السيمانطيقية (الدلالية): طبيعة اللغة من حيث الدلالة، والمعنى.**
3. **الخصائص البراجماطيقية (التداولية)[2].**

3.2.1. السيميائيات، وعلم الدلالة.

يشعب ويتسع موضوع الدلالة ومجاله، إلى درجة لا يمكن الفرق أحيانا بين دراسة المعنى في حد ذاته، وبين دراسة المعنى في ضوء علاقاته السيكولوجية، والسوسيوثقافية.

يقول **الدكتور: عبد اللطيف نجيد** معرفا علم الدلالة بأنه: "علم المعنى الذي يختلف تماما عن علم الأصوات، وهو الدراسة التاريخية، والسيكولوجية للتغير في معاني الكلمات، وتصنيفها"[2].

أما في معجم **(Webster)** هو: "عبارة عن علاقة تزامن ذهني بين شيئين اثنين متى وجد الأول، فهم منه الآخر بالفعل، أو القوة ". بعبارة أخرى هو "العلم الذي يدرس المعنى، سواء على مستوى الكلمة المفردة، أم على مستوى التركيب ، وما يتعلق بهذا المعنى من قضايا لغوية، إذ يدرس اللغة من حيث دلالتها، أو من حيث إنها أداة للتعبير عما يجول في الخاطر "[3]. كما توجد له تعاريف أخرى قد تخرجه من حدود اللغة، إلى مجالات دلالية تستخدم وسائل غير لغوية . إنه العلم الذي يدرس الشروط الواجب توفرها في الرمز حتى يصبح قادرا على حمل المعنى، ويدور علم الدلالة حول العلامات، والرموز"[4]. هكذا يتسع مجال البحث الدلالي؛ ليشمل أنواع العلامات التي تنقل المعنى.

نستخلص مما سبق، أن **علم الدلالة** يهتم بدراسة المعنى، وتحليله في تجلياته المختلفة؛ بحيث لم يبق – مع تطور العلوم- حبيس الدلالة المعجمية السكونية. إلا أن العرب قسموا هذا العلم إلى:

---

[1]. أمبرتوإيكو، السيميائية وفلسفة اللغة، ت: أحمد الصمعي/ ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005/ ص 69، نقلا عن: Charles S Peirce : To lady, edited by I Roin.c.Lieb 18

[2]. موريس (تشارلس)، أسس علم العلامات مترجمة جمال العميدي مخطوط، لم ينشر ص: 15 (بتصرف).

[3].رجب عبد الجواد إبراهيم. دراسات في الدلالة والمعجم، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر، والتوزيع.

[4].الدكتور: الأطرش يوسف، المكونات السيميائية والدلالية للمعنى المركز الجامعي خنشلة، أنظرالرابط:
http://maamri-ilm2010.yoo7.com/t242-topic

أ. **دلالة عقلية:** هي دلالة يستنتجها العقل من علاقة الدال بالمدلول، وقد تكون لفظية، أوغير لفظية، كما تعتبر دلالة استنتاجية استنباطية، مصدرها العلاقة التي ينجزها العقل بين الدال، والمدلول[1].

ب. **دلالة طبيعية :** "سببها الطبع، والطبيعة، ومصدرها علاقة طبيعية بين الدال، والمدلول تحدد خصوصيات حصول الشيء في الذهن إذ تقوم، على مصدر الفطرة، والسجية".

فما المعنى إذا، وما هي أنواعه؟

4.2.1. المعنى: هو من: "عنيت بالكلام كذا، أي: قصدت، وعمدت"، وبذلك تكون الدلالة الأولى هي القصد، وقد يكون **المعنى** من: عنت القربة إذا لم تحفظ الماء، بل أظهرته، فتصبح الدلالة الثانية هي الإظهار، وقد يكون اشتقاق لفظ **المعنى** من عنت: الأرض بنبات حسن(...). فتكون الدلالة الثالثة هي الإفادة، وهو عند أهل العلم عشرة : خبر، واستخبار، وأمر، ونهي، ودعاء، وطلب، وعرض، وتخصيص، وتمني، وتعجب"[2].

قد قسم علماء الدلالة المعنى إلى عدة أقسام، أشهرها:

- "**المعنى الأساسي**: وقد عرفه **نيدا (Nida)**، بأنه "المعنى المتصل بالوحدة المعجمية حينما ترد في أقل سياق، أي حينما ترد منفردة، ويسمى أيضا المعنى الأولي، المركزي، أو التصوري، أو المفهومي، أو الإدراكي.
- **المعنى الإضافي**: و يسمى أيضا بالعرضي، أو الثانوي، أوالتضمني، وهو زائد على المعنى الأساسي من حيث التغير، إذ يتغير بتغير الثقافات، أوالمجتمع أو الزمن، أو الخبرة .
- **المعنى الأسلوبي :** هو المعنى الذي تحملة قطعة من اللغة بالنسبة للظروف الاجتماعية لمستعمليها، والمنطقة الجغرافية التي تنتمي إليها.
- **المعنى النفسي:** يشير إلى ما يتضمنه اللفظ من دلالة عند الفرد.
- **المعنى الإيحائي: هو: المعنى الذي يتعلق بكلمات لها قدرة خاصة على الإيحاء نظرا لشفافيتها"[3].**

مضمن ماسبق، إن "**علم الدلالة** نوعان مختلفان: الأول تداولي استعمالي يكون بين اللفظ والمعنى باعتبار القصد، والثاني منطقي صوري، عماده التلازم الذهني بين الدال، والمدلول"[4].

---

[1]. د: عبد اللطيف نجيد، مرجع سابق، ص:6 /7.

[2] . مرجع سابق، الدكتور، الأطرش يوسف.

[3]. إبراهيم حمزة ينظر الموقع التالي: http://www.startimes.com/?t=18762328 (بتصرف).

[4]. الدكتور: عبد اللطيف نجيد، مرجع سابق ص:6.

ولعلم الدلالة حقول استعملت فيها التقنية السيميوطيقية للتفكيك، والتركيب يمكن إجمالها فيما يلي:

- **الشعر**: ومن رواده: مولينو، رومان جاكبسون، جوليا كريستيفا، (...).
- **الرواية، والقصة:** (ڤريماس، كلود بريموند، بارت...)
- **الأسطورة، والخرافة:** فلاديمير بروب(...).
- **السينيما:** كريستيان ميتز، يوري لوتمان(...).
- **الصورة** الفوتوغرافية: رولان بارت(...).
- القصة **المصورة La bande dessinée** : بيير فريزنولد
- **الموسيقى:** مجلة **Musique en jeu** في سنوات 70-1971 (...).
- **الإشهار**: رولان بلوت، جورج بنينو**G. Penino**، جان دوران.

وعليه، فإن السيميائيات تبحث عن الدلالة، أو المقصدية التواصلية الحجاجية في الخطابات اللغوية، والأنظمة البصرية غير اللفظية، عبر المرور بمجموعة من الأنظمة الشكلية المجردة ، التي تتحكم في بناء هذه الدلالة وتوليدها. بل إنها تنشغل بمجالات العلامة في مستوياتها الصوتية والصرفية، والدلالية والتركيبية، والتداولية مع تجاوز الجملة إلى تحليل الخطاب الحجاجي.

الباب الثالث:

- الإشهار: أهميته، خصائصه، ومكوناته.
- الخطاب الإشهاري: (أشكاله، أنواعه، ظائفه، ونظرياته).
- التواصل الجسدي الإشهاري.
- السيميائيات الحجاجية في الصورة الإشهارية.
- نماذج تطبيقية:
- نموذجين لتقنيات تحليل الخطاب الحجاجي للصورة الإشهارية، سيميائيا وتداوليا.

الفصـــل الأول:

- مفهـوم الإشهـار:
- أهميتـه.
- خصائصه.
- مكوناته.

تمهيد:

يحظى الخطاب الإشهاري في العصر الحديث باهتمام كبير في مختلف المجتمعات العربية وغيرها، وخصوصا المتطورة منها، لما يتميز به من قدرة عالية على بلورة الرأي، وتشكيل الوعي ، وتغير السلوك، إذ هو صناعة إعلامية، وثقافية بأتم معنى الكلمة، كما يكتسي طابعا ثقافيا ، يتمثل في مكوناته المختلفة، من حيث أساليبه اللغوية والحجاجية، والسيميائية والتداولية، بالإضافة إلى بعده الاقتصادي، والسياسي والاجتماعي المرتبط بالدعاية التجارية، لذلك يلزم أن تكون أفكاره واصفة، وهادفة.

إن الإشهار متنوع الأشكال والأهداف، فقد يتم توجيهـــه في قالب ما إلى فرد، أو جماعة معينة، أو حزب، أو أمة، وقد يكون الإشهار علميا، أو ثقافيا، أو سياسيا، أو اقتصاديا، أو اجتماعيا، كما يمكن أن يكون مسموعا، أو مكتوبا، أو مرئيا، وبعبارة شاملة إنه: "فن مركب يضع العالـم بين يديك"[1].



[2]

من خلاله، يمكن تأسيس تعارف، وعلاقة بين المخاطب والمتلقي، أو بين المنتج والمستهلك باستعمال وسائل تبليغ متنوعة ومتناسقة، يسخرها قصد تحقيق الهدف المحدد. وعليه، فالإشهار فن إلى جانب كونه علما، يرتكز على الإبتكار، والتجديد، والتطوير، والحركة المستمرة، وامتلاك القدرة الدائمة على توفير وسائل الإثارة والإهتمام، ومحاولة ملامسة رغبات الناس، وهمومهم، ومآسيهم، والإغراء بالحصول على المعلن، واختياره مع الجري وراء السعادات الموهومة.

من هنا، فإن دخول الإشهار في الحياة المعاصرة، وتفاعله، مع كل مظاهرها ومستوياتها، قد أثار ومازال يثير العديد من التساؤلات، ويطرح مجموعة من القضايا النظرية، والإشكالات التطبيقية، التي ترجع بالأساس إلى اختلاف مضامين الإشهار، وتصوراته، ومصطلحاته.

[1] عصام نور الدين، الإعلان وتأثيره في اللغة العربية، مجلة الفكر العربي، العدد 92/ سنة 1998 ص: 23.

[2] www.driouchcity.net

1. الإشهار تعريف وتحديد:

أ - **لغــة:** جاء في لسان العرب لابن منظور في مادة (**شهر**) ما يلي: شهره يشهره شهرا، وشهرة، فاشتهر، وشهّر تشهيرا، ورجل شهير، ومشهور أي معروف المكان المذكور، إنه إظهار شيءٍ ما أو أمرٍ ما، و إعلانه؛ ليصير معروفا [1]. أما في معجم الصحاح، نجد أن كلمة (الشهرة) تحيل على وضوح الأمر، "شهرت الأمـــر أشهره شهرا، وشهرة، فاشتهر أي وضح وكذلك شهّرت تشهيرا . ولفلان فضيلة اشتهرها الناس" [2]. بناء على ما ذكر، فالتعريف اللغوي للخطاب الإشهاري هو الجهر بالشيء، والمجاهرة به.

ب- **إصطلاحا:** "الإشهار اصطلاحا هو: فن إقناعي يعمل على تنشيط الرغبات؛ للتحفيز على الاستهلاك، إذ يدفع المستهلك إلى اقتناء السلع، أو تبني المواقف بالاعتماد على الوسائط السمعية البصرية، أو الملصقات الإشهارية، أو الجرائد والمجلات، والمنشورات، ولابد من توفره على ثلاثة عناصر هي: الإشهاري، والمنتوج، ثم المستهلك، كما يعتبر ممارسة عملية نفسية علـــى الجمهور. بغية تحقيق أهداف تجارية، وهو خطاب يعتمد على تقنيات جمالية لاستمالة ذوق المتلقي وحثه على استهلاك سلعة معينة، أو تبني رأي، أو سلوك، أو تصور في إطار منظومة سوسيوثقافية معينة"[3].

ومادام الإشهار، يتلون بالإيديولوجيات التي ينطلق منها، سواء كانت أهداف اقتصادية، أو ثقافية أو نفسية، أو سياسية...، فإنه يحتمل تعاريف متعددة، غير أن أهم وأقدم تعريف له هو ما وضعته جمعية التسويق الأمريكية باعتباره "وسيلة غير شخصية؛ لتقديـم الأفكار، أو السلع، أو الخدمات، بواسطة جهة معلومة، مقابل أجر مدفوع"[4].

2. أهمية الإشهار:

للإشهار تأثير كبير على حياة الناس، حيث يشجعهم على تناول أنواع من الطعام، أو ارتداء ملابس معينة، أو اقتناء سيارات متميزة، أو استعمال أنواع محددة من السلع، على هذا النحو، فإن الإشهار يساهم في تشكيل الذوق العام، والعادات، والأمزجة، والثقافات السائِدة في البلد، كما يساهم فـي

---

[1]. ابن منظور، لسان العرب، المجلد الرابع، مادة شهر ط1، 2000، دار صادر للنشر، والتوزيع.

[2].الإمام اسماعيل (بن حماد الجوهري): معجم الصحاح قاموس عربي اعتنى به خليل مأمون شيحا/ ط: 146/1هـــ 2005م / دار المعرفة / بيروت لبنان. ص:567.

3. د عبد اللطيف نجيد ، " دراسات في علم الدلالة والتواصل" ، ص71/72.

4. أحمد عادل راشد، "الإعلان" لناشر: دار النهضة العربية / بيروت / ص9 .

رفع المستوى المعيشي عن طريق الترويج؛ لبيع عدة أنواع من السلع. إضافة إلى ذلك فإنه يستخدم في كافة الدول الغربية تقريبا مما جعله ضرورة لا مناص منها في الحياة اليومية.

بناء عليه، فقد غدا الإشهار من المفاهيم ذات الأهمية البالغة، لا من حيث كونه موضوعا لدراسات، وبحوث في مختلف التخصصات فقط، بل من حيث الممارسة كذلك، من خلال الأدوار الاقتصادية، والتجارية الفعالة التي تضطلع بها الإرسالية الإشهارية، خصوصا في تحقيق الدعاية الكافية لمنتوج استهلاكي معين. بحيث لم يعد الإشهار مجرد إخراج لرسائل إعلامية إبداعية ، باستخدام بعض المؤثرات الصوتية، أو المرئية، بل هو وسيلة اتصال لها أهمية بالغة بالنسبة لكل الأطراف التي تتشكل منها أي عملية اتصالية مكتملة العناصر.

كما زادت أهميته بظهور التسويق بمفهومه الحديث الذي يركز على احتياجات المستهلكين ، ورغباتهم من أجل الاستجابة لها ، ومحاولة إشباعها من خلال منتجات ، وخدمات تسعى إلى إرضاء الجمهور الذي يتطلب إقناعه بصحة وجودة ما يدعيه المنتج أو يشهره عن طريق معلومات صادقة ، وكافية عن كل ما يقدمه من سلع وخدمات لصالح المجتمع أو الفرد.

3. خصائص الإشهار:

يتميز الإشهاري بعدة خصائص نذكر منها[1]:

- الإشهار عملية اتصال جماهيرية.
- انتقاء العنصر الشخصي في الإشهار.
- المادة الإشهارية المنشورة، والمعروضة، أو المذاعة مدفوعة الأجر.
- الإشهار نشاط يستخدم بواسطة كافة المنظمات الهادفة، وغير الهادفة لأجل الربح.
- استخدام الإشهار لكافة الوسائل الإشهارية قصد نقل الرسالة الإشهارية.
- وضوح و ظهور شخصية المعلن، وإسمه في الرسالة الإشهارية .
- توجيه الإشهار إلى جماعات محددة من المستهلكين من المفترض أنه قد تمت دراستهم من النواحي الديموغرافية، والاجتماعية، والنفسية، والمعرفية، وغيرها .
- توجيه الإشهار إلى جمهور واسع، وغير محدد، أو إلى جماعة، معينة و جمهور محدد

[1] Jean Claude Dastot , La publicité Principes et méthodes , Marabout , Paris , 1973, p : 14

- بث المعلن رسائل إشهارية ، عبر الوسائل المختارة ؛ لهذا الجمهور، بطريقة تضمن إحداث الأثر الإشهاري المرغوب .

- **هدف الإشهار إعطاء معلومات للفئات المختلفة للجمهور.**
- **هدف الإشهار إقناع المستهلكين بشراء السلعة، أو طلب الخدمة المعلن عنها.**

بالتالي إحداث تأثير معين على سلوك المستهلكين ، من خلال كونه نشاطا اتصاليا إقناعيا."[1] فيجعله لا يرى شيئا غيره، فهو المناسب وهو الأجمل والأحلى والأبهى وهو الجديد الذي لم يصنع من قبل بل صنع لأجل المتلقي دون غيره...

4. مكونات الإشهار:

يعتبر الإشهار من الأنشطة الاتصالية التي تهتم بالسلع، والخدمات المساهمة في الع رض بالأسواق، من هنا أصبح من الضروري التعرف على حاجات ورغبات المستهلك المتحولة إلى طلبات، بمجرد حصول الزبون على الموارد الكافية لتحصيلها . كما أن دور الإشهار يختلف حسب عدة متغيرات، فهو مرتبط أساسا بالخطة التسويقية بصفة عامة، والاستراتيجية الاتصالية المسطرة من طرف المؤسسة بصفة خاصة، من هذا المنطلق، فإن الخطاب الإشهاري ينبني على نسقين أساسيين: نسق سوسيو اقتصادي، ونسق خطابي.

1.4.النسق السوسيو اقتصادي:

بما أن للاشهار أهمية قصوى في التنمية الاقتصادية، والاجتماعية، والمستويات المعيشية، وميول المستهلكين، فإنه يتألف، من ثلاثة عناصر أساسية" :

أولها: الإشهاري (Le publiciste): هو الذي يعمل على تصميم الإشهار، ومتطلبات السوق، وخصوصيات الهدف عن طريق تكوين فريق متجانس، ومتعدد التخصصات مع مراعات التفاصيل السيكولوجية، والاقتصادية للمستهلك، مما يترتب عن ذلك اختلاف الرسائل الإشهارية من حيث البناء، وطبيعة العلامات الموظفة سواء كانت لغوية، أوغير لغوية.

ثانيها المنتوج (Le produit): الذي يشكل حلقة وصل بين الإشهاري والهدف، ويدمج في الرسالة الإشهارية عناصر مختلفة هدفها اختراق ذاكرة المستهلك، للتأثير على سلوكياته اليومية، كما

[1]. محمود منصور هيبة، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهيرية، مركز الأسكندرية للكتابة، مصر، 2004، ص: 8/7.

يجب أن يقدم في أبهى ، وأجمل حلة ممكنة، وفي نسق غالبا ما يتميز بأساليب متعددة، المتعة، واللذة، والانتشاء، والإغراء..."[1].

ثالثهاا المستهلك : هو" كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات الإشهارية؛ لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية انطلاقا من خصوصياته السيكولوجية، والسوسيولوجية، مع اعتبار قدرته الشرائية؛ لأنها المحرك الأساس للدورة الاقتصادية".[2]

2.4.النسق الخطابي:

تتميز لغة الإشهار بصفة عامة بجمل بسيطة قصيرة موجزة مكثفة، ومن حيث الدلالة ، فإنها تحمل فكرة رئيسية واحدة، وتعمل على تبليغها للمتلقي في أحسن الظروف وأنسبها، فما يهم الإشهاري من اللغة هو أن يبلغ خطابه، ويحقق الهدف منه مهما يكن المستوى اللغوي المستعمل.

إن الإشهاري قد يكون فصيحا، أو تتداخل فيه الفصحى بالعامية، أو يكون خليطا بينهما وبين اللغة الأجنبية. وقد يكون منطقيا يعتمد الاختزال، والوضوح، والمباشرة، مع الابتعاد عن الحشو "[3]. باستعمال مكونات يمكن حصرها في مايلي: مكون منطقي، مكون دلالي، مكون تداولي.

1.2.4. مكون منطقي:

ا. الاستدلال (Syllogisme) : هو عبارة عن علاقة بين مقدمة ونتيجة في أي خطاب إشهاري، بمعنى متى تم الانطلاق من مقدمات كبرى، وجب الالتزام بالنتائج المترتبة عنها، بناء على علاقات معينة، فإذا قيل مثلا: **زيد أطول من عمرو وعمرو أطول من خالد،** فالنتيجة هي: **زيد أطول من خالد.** إنه استنتاج مبني على العلاقة بين المقدمتين، وقد يكون الاستدلال بالتدرج من المقدمات إلى النتائج، أو بالتقهقر من النتائج إلى المقدمات، وبالاستقراء من الجزء إلى الكل، وبالاستنباط من الكل إلى الجزء، والهدف منه في الاشهار هو إقناع المستهلك بالحجة القوية"[4].

ب. الاقتضاء (Presupposition): الاقتضاء مفهوم منطقي، إذ يمتاز بكونه لا يتغير بتغير ظروف استعمال العبارة، فهو ملازم لها في جميع الحالات والأحوال، عند القيام بإشهار منتوج معين، وبمفهوم آخر هو مجموعة من الحيثيات المنطقية المساهمة في صدق، أو كذب قضية معينة فلو قيل مثلا:

---

[1].د.عبد اللطيف نجيد "دراسات في علم الدلالة والتواصل" ص: 80/79، بتصرف.
[2]. المرجع السابق.
[3]. سعيد بن كراد استراتيجية التواصل وبناء الهوية، مجلة علامات، عدد 18، سنة 2002، المغرب/ ص: 46.
[4]. د عبد اللطيف نجيد، مرجع سابق/ ص: 81 بتصرف.

عادت فاطمة من السفر ، فهذا يعني أنها كانت مسافرة، ويعني أيضا أن المرسل، والمتلقي يعرفان فاطمة. ويمكن تصنيفه إلى":

- **اقتضاء الوجود:** وهو موضع اهتمام المناطقة؛ لارتباطه بمفهوم الإحالة.
- **اقتضاء معجمي:** ويعني مجموع الشروط (قيود الانتقاء) التي تقتضيها المحمولات في الوحدات التي تواردها نفس السياق، مثال ذلك. **تنبه عمرو إلى أن زيدا يقدره:** فالمحمول (تنبه) يقتضي صدق مفعوله، فيكون اقتضاء الجملة هو: **زيد يقدر عمرا.**
- **اقتضاء خاص، واقتضاء عام:** يراد بالاقتضاء الخاص أي يخص وحدة لغوية دون سواها، أما العام فهو يخص المجموعات الكبرى التي تنتمي إليها الوحدات اللغوية.[1]

ت. الروابط المنطقية (Connecteurs logiques): يعد موضوع الروابط التداولية موضوعا أساسيا في "تحديد بنية الخطاب الإشهاري ؛ لكونه آلية مهمة في عملية الربط داخل النسق المق ــول. وقد اهتم التنظير ، بموضوع الروابط في اللغات الطبيعية انطلاقا ، من دورها في فهم الأبعاد الدلالية....[2]". ويمكن تصور الربط في ثلاثة أنواع:

- **الربط النحــوي:** يتم فيه ربط الموضوعات بمحمولاتها، وذلك باستعمال أدوات مثل:
- لكن: للاستدراك/ إن: للتأكيد.
- لعل: للترجي/ وربما: للاحتمال. إذن: للاستنتا**ج...**
- **الربط الـدلالي:** "هو الذي يتم فيه عادة ربط الموضوعات، بالفعل بواسطة الحــرف بموجب دلالته الخاصة".[3]
- **الربط التـداولي:** "يركز على العلاقة التي تربط الكل، الدلالي التركيبي، ومتداول اللغة"[4].

فهذه الروابط عندما تستعمل في معانيها الأصلية: "تسمى بالروابط المنطقية؛ لأنها تساهم في بناء الخطاب الإشهاري، بل يمكن القول إن الفهم لا يستقيم إلا بها ؛ لكونها تعتبر من أهم الموجهات العامة للدلالة"[5].

---

[1] محمد السيدي "إشكال المعنى من الاستعارة إلى الاستلزام الحواري" الرابط http://www.aljabriabed.net/n25_07sayidi.htm

[2]. أحمد كروم، مقاربة نظرية في مظاهر الربط الحجاجي لبنية الاقتضاء، ص102، مجلة عالم الفكر العدد: 3 المجلد 32 يناير/ مارس 2004.

[3]. المعجم العربي ص:48.

[4]. د. رضوان الرقبي الاستدلال الحجاجي التداولي وآليات اشتغاله، مجلة عالم الفكر المجلد 40/ ص102

[5] د. عبد اللطيف نجيد، دراسات في علم الدلالة والتواصل ص82.

2.2.4. مكون دلالي: علم الدلالة، أو علم المعنى هو : "الذي يبحث في معنى اللغة من خلال البحث في البنية ، والعلاقة الدلالية للمفردات اللغوية ، وينبني على عدة ركائز ؛ للوصول إلى المعنى الإجمالي للنص المكتوب ، أو النص المسموع"[1]. إذ يشمل: المعنى الدليلي/ المعنى الإيحائي التضمين أو الاستلزام.

1.2.2.4. المعنى الدليلي، والمعنى الإيحائي:

1. **المعنى الدليلي (Denotation):** المعنى الدليلي هو: "صورة ذهنية تتشكل من ثنائية **دي سوسير** (دال ومدلول)، حيث إن **الدال** صورة صوتية متمثلة في ملفوظات منطوقة، أما **المدلول**، فهو صورة ذهنية أي : ما يتصوره العقل ، والمدلول هو : المفهوم لدى الإنسان لذلك الشيء الخارجي ، وهذا التخيل يخرج فيه كل الأشياء المادية ، والمعنوية، ويسمى المرجع، أو المدلول عليه ."[2] وهو المعنى الأصلي ، الذي وجد من أجله الدليل اللساني المحيل بشكل مباشر إلى المرجع الخارجي.
2. **المعنى الإيحائي (connotation):** يقصد بالمعنى الإيحائي : "مجموع الخصائص التي تستخدم في تحديد المفهوم "[3]. إذ، "تفرض مسألة الإيحاء نفسها، بحيث إن الحديث عن البلاغة الإشهارية هو إلى حد ما بعيد عن الإيحاء : الذي يعني حضور ، وإدماج الذاكرة السياقية في سيرورة الدلالة "[4]. فنجاح إرسالية معينة رهين بكثافة الشحنات التي تحملها، وصورها الشاعرية الإيحائية، بحيث "تكتسي لباسا أنيقا من المعاني، وتنتقل من طبيعة مادية إلى عالم من القيم ، والدلالات بفضل تلك الهالة التي يضفيها عليها الإشهاري ؛ لأنه يعرف مواطن الإغراء، والاغترار لدى الزبناء"[5].

ويستعمل لذلك الاستعارة، والتشبيه المناسب، والكناية الموفقة، والأسلوب الغنائي الذي يلتزم السهولة والعذوبة، علاوة على مكونات بلاغية أخرى ، (بلاغة الصورة الحية، بلاغة الجسد، بلاغة الحركة، بلاغة الصوت، الموسيقى، بلاغة الفضاء...).

---

[1]. السامرائي ابراهيم، التطور اللغوي التاريخي، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة 1966.
[2]. صلاح فضل، نظرية البنائية في النقد الأدبي، منشورات دار الآفاق الجديدة بيروت، ط3 ،1405/19885، ص: 42-43.
[3] . J .N .Keynes : Studies and exercises in formal logic, 18884, cf J. Maritain , p. 35 / 36
[4] . د. مصطفى لعمراني، الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، مجلة فكر ونقد، مجلة ثقافية فكرية، المغرب، ع 34/ ص27.
[5] . محمد خلاق، المرجع السابق، ص39.

إذ لكل مقوم من هذه المقومات الإيحائية ببنيته الداخلية، أو في علاقته بالمقومات الأخرى ، يلعب دورا مهما في تكوين ، وخلق صور اصطناعية، تتراءى للمتلقي باعتبارها أشياء طبيعية ، بحيث يتجاوز الخطاب الإشهاري عبر آلياته المعتمدة "فعل الشراء إلى احتضان ، وتمثل اجتماعي لمقولات، وتصورات تتم صياغته في أشكال بلاغية سحرية، ويقدم على أنه الواقع، والحقيقة"[1].

تستخدم "المعاني الإيحائية في الخطاب الإشهاري الإسقاطي ، كقيمة مضافة للمنتوج المراد تسويقه، فترتبط الجبنة بالبطل الرياضي العالمي، والسيارة بالمرأة الجميلة، والمشروبات الغازية بالحيوية، والشباب لعل الهدف من ذلك هو انتقال سمات دالة إيجابية إلى السلعة؛ لتشجيع الاستهلاك، وإقناع المتلقي بالجودة بطريقة غير واعية تحيد العقل، وتغيب المنطق"[2].

2.2.2.4. التضمين، أو الاستلزام (Implicite ou implicature):

يعتبر التضمين أحد المفاهيم الأساسية في المنطق ، إذ يعبر عن العلاقة بين افتراضات تكون صحيحة عندما تلي كل خطوة التالية بتسلسل منطقي ، وهو من أهم المبادئ التداولية؛ لأنه حلقة وصل بين المعنى الحرفي الصريح. والمعنى المتضمن، فهو" ما يريد المتكلم أن يبلغه للسامع على نحو غير مباشر، اعتمادا على أن السامع قادر على أن يصل إلى مراد المتكلم ، بما يتاح له من أعراف الاستعمال، ووسائل الاستدلال"[3].

أما **ديكرو** فعرف الإشهار ب:" قول الأشياء دون تحمل مسؤلية قولها، للاستفادة من قوة الكلام وبراءة الصمت "[4]. إنه "تغير دائما بتغير السياقات التي يرد فيها "[5]، و"المقصود بالتغير، أن التعبير الواحد يمكن أن يؤدي إلى استلزامات مختلفة في سياقات مختلفة "[6]. فلو افترض على سبيل المثال خطابا إشهاريا ينص على مايلي: **البنك (س) يرحب بالعمال القاطنين بالخارج.**

"يفهم تلقائيا أن البنك المعني يرحب بالأموال لا بالعمال، ومع ذلك لا يمكننا البرهنة على ذلك وباختصار شديد، إن الاستلزام هو ما يفهم ناقص مايقال"[7].

---

[1] . جريدة أنوال، مرجع سابق.
[2] . د. نجيد، مرجع سابق، ص: 84/83.
[3] . نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، 33 وليش، جيفري و توماس، جيني، اللغة والمعنى والسياق: البراغماتية المعنى في السياق، ص: 179.
[4].H.E Brekle sémantique p.20/5
[5] .نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر/ ص: 33.
[6] . نفسه ص:39.
[7] . د.عبد اللطيف نجيد، دراسات في علم الدلالة والتواصل/ ص: 84.

3.2.4. مكون تداولي: التداولية هي: "دراسة المعنى التواصلي، أو معنى المرسل، في كيفية قدرته على إفهام المرسل إليه، بدرجة تتجاوز معنى ما قاله "[1]، أو "دراسة استعمال اللغة في الخطاب، شاهدة في ذلك على مقدرتها الخطابية"[2]. كما تعرف من وجهة نظر المرسل بأنها : " كيفية إدراك المعايير والمبادئ التي توجه المرسل عند إنتاج الخطاب، بما في ذلك استعمال مختلف الجوانب اللغوية، في ضوء عناصر السياق، بما يكفل ضمان التوفيق من لدن المرسل إليه عند تأويل قصده، وتحقيق هدفه المبتغى"[3]. إذن، **فالتداولية:** " فرع من علم اللغة يبحث في كيفية اكتشاف السامع مقاصد المتكلم أو هو دراسة معنى المتكلم"[4]. و يتضمن الحجاج، والإقناع، والمغالطة، والقوة الإنجازية.

1.3.2.4 الحجاج (Argumentation): "تشير **موسوعة لالاند الفلسفية** إلى أن الحجاج سلسلة من الحجج تنتهي بشكل كلي إلى تأكيد نفس النتيجة، وهو طريقة تنظيمية في عرض الحجج، وبنائها، وتوجيهها نحو قصد معين يكون عادة الإقناع، والتأثير"[5].

يذهب **شارل بريلمان** (**Ch.Prelman**) إلى أن الحجاج: "سمة تصف كل الخطابات، واللغات الاجتماعية، غايتها الاستمالة، والإقناع ضمن العلاقة بين الأنساق الصريحة والضمنية، هذا بالضبط ما قرره **ديكرو** من وجود مؤشر حجاجي في كل معنى حرفي جملي يستدعي مضمر السياق؛ للإيحاء بنتيجة ما، مقنعة أو غير مقنعة"[6]، وهو "**فعالية تداولية جدلية**"[7].

إذ "يمثل كل عرض منتوج معين حجة قوية بالنسبة للفئة المستهدفة، رغم أن الواقع قد يثبت عكس ذلك على مستوى الجودة والجدوى، فالمشروبات الغازية مضرة بالصحة، ومع ذلك يتم تقديمها في حلل تبدو أكثر جاذبية، وإقناعا من منتوجات ضرورية، كالحليب مثلا؛ لأن الغلبة في عالم الإشهار تكون لسلطة المال، والمصالح الإقتصادية على حساب صحة، ومصلحة المستهلك"[8].

2.3.2.4. الإقناع (Persuasion): هو "اعتماد الحجج، والبراهين الإثباتية عبر وسائط طبيعية، أو صناعية، كما يعتبر جهدا اتصاليا لسانيا، بالدرجة الأولى، مؤسسا على قصد مخطط له سلفا، وفق أهداف معينة؛ لاستمالة المتلقي وتعديل سلوكـــه، ومواقفه الشخصية في ظروف مقامي ـــة معينة،

---

[1] . الشهري، عبد الهادي، إستراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية /بيروت، دار الكتاب الجديد، ط1/ 2004ص:22.
[2] . أرمينكو، فرانسواز، المقاربة التداولية، ص:8.
[3] . الشهري، عبد الهادي، استراتيجيات الخطاب،22.
[4] . نحلة محمود أحمد، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر/ ص:6.
[5] . لالاند، القاموس الفلسفي، تأليف أندريه لالاند، ترجمة وتحقيق، خليل أحمد خليل الناشر عويدات للنشر والطباعة ط2002/1
[6] . حميد اعبيدة ، الحجاج في الفلسفة، مجلة فكر ونقد، ص: 42
[7] .سعيد بنكراد، الإشهار والمجتمع، منشورات علامات 2012/ ص:6 .
[8] . الدكتور عبد اللطيف نجيد مرجع سابق ص:85.

يتجه من خلالها إلى وجهة إقناعية عقلية بحتة تعتمد الحجج المنطقية، وأساليب الاستدلال بمهمة توجيه فكر المتلقي"[1]. لكن تبدأ المشكلة عندما يستخدم البائع وسائل، وأساليب مُصطنعة؛ لإقناع شخص بشراء شيء ما لا يريد شراءه، لذلك يشترط في التوعية حتى تكون فعالة الموضوعية شروطا لابد من تحقيقها:

المرحلة الأولى: وهي التوعية، وتتضمن آليات الإقناع اللساني، والجسدي؛ لتوضيح وتعزيز كل ذلك بالبراهين المقنعة التي تنساب إلى عقول المتلقين، بختلاف قدراتهم الفكرية والجسدية.

المرحلة الثانية: هي التشريع، وتظهر أهمية هذه المرحلة في الحملات الإعلامية العمومية، فهي تبين مخاطر الموضوع وفوائده، لكن التشريع يلعب دورا إيجابيا في ممارسة نوع من الضغط على المتلقي؛ من أجل مسايرة المرسل فيما يدعوا إليه.

المرحلة الثالثة: هي مرحلة التتبع، إذ لابد للمرسل أن يعرف أين وصل من أهدافه، فحسب **ميشال لوني** فإن نجاح عملية الإقناع والتأثير مرتبط بالمتابعة والمراقبة للعملية ككل .

إلا أن دور الإقناع لا يحصل إلا بحسب قدرات الناس العقلية والعاطفية، فمنهم من يق تنع بالفكرة عن طريق استهواء العاطفة، وإيقاظ الشعور فيهتدي إلى المعرفة، وإلى الحكم عن طريق تأمل باطني في الحجج، ومنهم من لا يذعن لغير البرهان المباشر ، ويستخدم الاستدلال المنطقي كالقياس، والتمثيل، والاستقراء. و"الحقيقة أن الهدف الرئيسي للإشهار يتج ـــه أساسا نحو بيع المنتوج بواسطة رؤية تواصلية نحو المستقبل"[2]. كما هو بارز في المشهد الآتي[3]:



[1]. نعمان بوقرة، "فاعلية الصورة الأدبية وقيمتها الحجاجية، آليات الخطاب الإشهاري ورهاناته"/ج 2، دار التوحيدي للنشر والتوزيع الطبعة الأولى 2011 ص: 37.

[2]. الدكتور محمد نظيف،"ماهية السيميولوجيا؟"، مكتبة أفريقيا الشرق، الطبعة الأولى 1994، ص:64.

3 www.fb.com/Stahlak.bla.mathlak

و بلستقراء الصورة **أعلاه،** يتبين **للمرسل إليه** أن **إدريس العراقي** صاحب برنامج **(استهلك بلا ماتهلك)** - الذي تقدمه القناة المغربية الأولى- ينهج من خلاله تقديم المشورة، والنصائح للمستهلكين، فهو يسايرهم في جميع مشترياتهم اليومية المختلفة، مستخدما لغة الجسد المتنوعة ؛ لكي يكون أكثر فاعلية، وهو ما يسمى حاليا بلغة العصر المتمثلة في الإشارة ، والعلامة، والمرجع، والرسالة، وهي أمور شغلت الخطاب النقدي الجديد . ومن الملفت للنظر أيضا أن إدريس العراقي، يستعمل أحيانا في خطابه لغة الصم والبكم، والهدف الرئيسي هو توسيع قاعدة الجمهور، و توجيهه إلى فهم أفضل، مع تقديم الخدمات، بصور بلاغية، وحركات جسدية تلميحية مؤثرة.

وعلى الرغم من كون الخطاب اللفظي يظل الوسيلة الأكثر نجاعة في التواصل ، فإن هذا لا ينفي هيمنة الخطاب الجسدي على نفسية المتلقي، وهو ما لمسه العالم من خلال شخصية **شارلي شابلين** الممثل العالمي **1889– 1977.** الذي يستخدم الايماءات الجسدية كوسيلة للتواصل[1].



وذلك لإدراكه بأن ايماءاته الجسدية ستكون مفهومة دلاليا من قبل جميع المتفرجين في العالم. لقد كانت له شخصية مميزة وهيأة غريبة **(الحذاء الضخم، القبعة، العصا، الشارب، السترة الضيقة، و السروال الفضفاض)** انطبعت في أذهان الناس عالميا حتى الآن، الأمر الذي جعل **(شابلن)** مرتبطا بقضايا عصره، وقدرته الدائمة على توجيه النقد، لكل من يستحق.

إن الإشارة بحمل المطرقة تدل على القوة والانتصار، و وضع الأصابع على الخد، وتحت الذقن تدل على التفكير، وحملقة العينين تدل على التعجب والدهشة. وليس من الغريب أن يعتبر بعض

[1]https://www.?q=charlie+chaplin&tbm=isch&tbs=rimg:CV20q8Q6im2BIjg5tZ4Riydtjpp3abeJvNXPE

الدارسين الشخص الأخرس ما هو إلا ممثل إيمائي ؛ لأنه لا يتعامل إلا بالحركة والإشارة وتعابير الوجه، وهكذا فإن لغة الجسد ترتبط بعلم الدلالة (**السيميولوجيا**).

بناء على ذلك، فإن" التواصل الذي لا يستطيع جذب انتباه الجمهور، عند عرضه يعتبر فاشلا بمعايير تحقيق الأهداف ضمن البرنامج الإعلاني الذي يستهدف زيادة المبيعات من السلع، والخدمات المعلن عنها، وجذب الانتباه هو الخطوة الأولى؛ لجعل المستهلك يتخذ قرار شراء السلعة "[1]؛ و"لكي يكون الخطاب الإشهاري مقنعا لابد من مراعاة عدة شروط، وضوابط أهمها:

- **الإلمام بالمستوى الاجتماعي، والاقتصادي، والثقافي للهدف.**
- **احترام القيم السائدة في المجتمع. خلق الرغبة في اقتناء المنتوج.**
- **تحديد القيمة المضافة للمنتوج بالنسبة للمنتوجات المنافسة.**
- **تقديم المنتوج في حلة جمالية تغري بالاستهلاك.**

بالتالي، فهذه المعايير كفيلة بضمان تسويق جيد للمنتوج داخل الدورة الاقتصادية شريطة مراعات الخصوصيات الثقافية، والقيم السائدة في المجتمع"[2].

3.3.2.4.المغالطة (Paralogie): إن **الغلط** هو: "القدرة على فعل مواز للمنطق ، لكن دون أن يكون متفقا مع القواعد السليمة للتفكير، ودون أن تكون النتائج مستخلصة من المقدمات بطريقة علمية، ويمكن أن نشبه **الغلط** بأنه اختيار مسار عشوائي للتفكير، أو التفكير عن طريق الصدفة والحظ، والخروج عن قواعد المنطق نتيجة الغفلة، أو الجهل أو السهو.

في حين تعد المغالطة هي التفكير باستعمال المكر والغدر ، والاحتيال مع دراية بالقوانين المنطقية، والتفنن في استعمالها من أجل إنتاج الكذب، وإيقاع الآخر في الزيف، وقلب الحقيقة إلى وهم، وتتعمد إيجاد الإقناع عن طريق الإبهار، والدهشة، واستخراج الحقيقة من الإحراج، والمعضلة التي يقع فيها المحاور "[3]. و"**المغالطة** كذلك هي الاستدلال المختل الذي يتعمد منتجه إخفاء عيوبه ، وإظهار تماسكه حتى يتمكن من التأثير في المصغين، وإسقاطهم في مصيدة الغلط"[4].

---

[1]. طاهر محسن الغالبي، أحمد شاكر العسكري، "الإعلان: مدخل تطبيقي"، دار وائل للنشر الطبعة الثانية/ 2006/ ص:157.

[2]. د. عبد اللطيف نجيد مرجع سابق" ص:87.

[3]Aristote, Réfutations sophistiques, traduction Louis-André Dorion, Paris, Vrin, 1995/146a- 164b

[4] . أرسطو طاليس، فن الشعر، ترجمة عبد الرحمان بدوي، دار الثقافة بيروت، لبنان، الطبعة الثانية 1973/ ص.21.

كما أنها، "نمط من الحجاج يفتقر إلى الصحة"[1]. "إذن فهي باطل يراد به حق، تستغل حاجة المتلقي لدفعه للاستهلاك، فعندما نسمع مثلا:

⇐ **الكراء بثمن الشراء.**

⇐ **العجلة هي كوديور**(الاقتضاء هنا هو: مادون كوديور ليس بعجلة) خطأ.

⇐ **المربى هو عائشة** (الاقتضاء هنا هو: مادون عائشة ليس بالمربى) خطأ.

⇐ **3=1+1**

فبالرغم أن المعادلات غير صحيحة، فإنه ناذرا ما ينتبه لجانب المغالطة فيها بحكم التكرار المعتمد، والحاجة الماسة للمنتوج في بعض الأحيان"[2].

4.3.2.4. القوة الإنجازية (Modality) : "يرادف مصطلح (القوة الإنجازية) في كتابات **سورل** ما اتفق على تسميته في نظرية الأفعال اللغوية بالفعل اللغوي، وهو فعل ينجزه المتكلم داخل طبقة مقامية معينة، كفعل السؤال، والأمر، والنهي، والوعد، وغيرها "[3]، إن "المقصود من الإنجاز هو: إنجاز الأفعال في السياق قصد تحقيق القدرات اللسانية، أو التواصلية بين المتكلمين"[4].

أما الفعل الإنجازي فيظهر في وقوع القول، أو في الآثار التي يحدثها القول على المستهلك، أو المتلقي في الخطاب الإشهاري، وذلك باعتماد أساليب فنية ذات طابع إقناعي**فمثلا: عليكم بجبن البقرة الضاحكة،** فالخطاب الإشهاري هنا يتضمن قوة إنجازية فعالة، تؤثر على ذهن المستهلك؛ حتى يقدم على شراء جبن البقرة الضاحكة في حياته اليومية، وهذه القوة تتجلى في فعل الأمر المحدوف تقديره: **إلزموا** شراء جبن البقرة الضاحكة، إضافة إلى وسائل التشكيل الصوتية، والوسائل المعجمية، والخطابية

على هذا الأساس، "يتماثل الفعل مع التلفظ كما يتماثل المدلول، مع الإحالة الشيء الذي يميز التلفظات الإنشائية عن التلفظات الوصفية"[5].

---

[1]. ابن رشد، تلخيص منطق أرسطو، دار الفكر اللبناني/ 1992 ص: 670.

[2] .د. عبد اللطيف نجيد مرجع سابق/ ص:89 .

[3]. نعيمة الزهري مقال: "الإنشاء وأساليبه بين ألفية ابن مالك والنحو الوظيفي"، "كتاب تداوليات علم استعمال اللغة"مرجع سابق ص 526.

[4]. محمود أحمد نحلة آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر،دار المعرفة الجامعة الإسكندرية 2002 ص46.

[5] .Tome 1 ed :Gallimard, 1966 /p27

الفصـــل الثانـــي:

- **الخطـاب الإشهـاري:**
  - **أشكـالـه.**
  - **أنـواعـه.**
  - **وظـائفـه.**
  - **نظـرياتـه.**

1. أشكال الخطاب الإشهاري:

1.1. الإشهار المسموع: يعد من أقدم الوسائل التي استعملها الإنسان في الإشهار، وفيه يلعب الصوت دورا بالغ الأهمية في التأثير على المتلقي وذلك عن طريق التنغيم، أو النبر، أو الجهر، أو الهمس، ويتم من خلال الكلمة المسموعة في المحاضرات، والندوات، والخطب، المصحوبة أحيانا بالموسيقى التي تزيدها طاقة كبرى على الإيحاء، والوهم، والتخيل، واستثارة الحلم، وإيقاظ الراقد.

1. 2. الإشهار المكتوب : وسيلته، "الصحف والمجلات، والكتب والنشرات والتقارير ، والملصقات على جدران المدن ، أو في ساحاتها العامة ، حيث يكثر الناس ، وكذلك الإشهار على اللوحات الإعلانية الثابتة، أو المتحركة في ملاعب كرة القدم مثلا ، وكل ذلك، يجعل الإشهار المكتوب يذيع ويتسع مداه، ويصل إلى أكبر قدر ممكن من المتلقين... "[1].

3.1. الإشهار المسموع، والمكتوب (السمعي ـ البصري): هو فيلم صغير يتعاون على إنتاجه، وإنجازه فريق متخصص في "الإخراج، والديكور، ووضع الأثاث، والحلاقة، والتجميل، والإضاءة، والتسجيل، وضبط الصوت، والتركيب، والتمثيل(...) ووسيلته الأساسية التلفزة، ويتم بالصورة، واللون، والموسيقى، وطريقة الأداء، والحركة، والموضوع، وهنا تتجلى أهمية الإشهار، وخصوصياته، وأبعاده، والدور الذي يلعبه كوسيلة إعلامية في المجتمع"[2].

2. أنواع الخطاب الإشهاري:

1.2. حسب موضوعه: تنقسم أنواع الخطاب الإشهاري حسب موضوعه إلى قسمين:

1. **إشهار الخدمة :** الذي يعرف بالخدمة وخصائصها، ويعيد بعث وتحسين صورتها اتجاه العملاء الحاليين، والمرتقبين؛ قصد إثارتهم وتشجيعهم على شرائها.
2. **إشهار المؤسسة:** ويرتبط هذا النوع من الإشهار بوظيفة العلاقات العامة في المؤسسة؛ لأنه يهدف إلى تكوين انطباع حسن، وبناء صورة جيدة للمؤسسة، وسمعة طيبة لها أمام مختلف عملائها"،[3]وزبنائها.

---

[1]. عصام نور الدين، الإعلان وتأثيره في اللغة العربية، مجلة الفكر العربي، العدد 92/ 1998 ص: 2 ، بتصرف.
[2]. المرجع نفسه.
[3]. محمود أحمد نخلة آفاق جديدة في البحث اللغوي دار المعرفة الجامعية الاستكندرية 2002 ص:46.

2. 2. حسب أهدافه: يصنف **(Colly)** الإشهار حسب أه دافه إلى ثلاثة أنواع هي:

1. **الإشهار الإعلامي (الإبلاغي):** يستفاد من هذا النوع بشكل خاص في المرحلة التمهيدية للخدمة، ويستخدم لإبلاغ، أو تعريف المستهلكين بالخدمة، بهدف خلق طلب أولي عليها.
2. **الإشهار الإقناعي:** هذا النوع من الإشهار مفيد جدا في المرحلة التنافسية للخدمة، بحيث يهدف إلى إقناع المستهلكين، وحثهم على شراء الخدمة التي تسوقها المؤسسة . في هذه الحالة، "تقوم الصورة بعملية الإبلاغ المتفاعلة والمؤثرة، فهي ذات التأثير في نفس المتلقي، كما تستوقف المشاهد لتثير فيه الرغبة والاستجابة"[1].
3. **الإشهار التذكيري :** و"يتعلق بخدمات معروفة بطبيعتها، وخصائصها للجمهور؛ بغية تذكيره بها، والتغلب على عادة النسيان لديه، وخصوصا في حالة الأسواق التنافسية، ويتبوأ هذا النوع من الإشهار أهمية خاصة في مرحلة النضج من دورة حياة المنتج (الخدمة)"[2].

3.2.أنواع الإشهار حسب آليات الإقناع: تصنف الخطابات الإشهاريّ، من حيث آليات الإقناع الحجاجي، إلى أربعة أنواع هي":

أ-الخطاب الإشهاري الإخباري (Publicité informative): وفيه يتم إقناع المستهلك بالحجة المنطقية التي تبرهن على جودة المنتوج، بالمقارنة مع السلع المتوفرة في السوق ، والإخبار هنا يكون من أجل التحفيز على الشراء بطريقة غير مباشرة.

ب-الخطاب الإشهاري المعتمد على الإسقاط (Publicité projective): يعتمد هذا النمط الإشهاري على إسقاط دلالة إيجابية، كالجمال أو السرعة، أو القوة على منتوج معين اعتمادا على مبدإ الاقتران، فقد تقترن السيارة الجميلة بالفتاة الرشيقة، والجبنة بالبطل الرياضي، والمشروبات بالشباب.

في هذا السياق، تجدر الإشارة إلى أنه غالبا ماتتم الاستعانة ببعض النجوم، أو الخبراء؛ لتقديم المنتوجات في حلة قد توحي بالمصداقية، فيتم بذلك انتقال سمات دالة من الموضوع إلى المنتوج؛ بغية التأثير على الهدف(المستهلك)، وعلى سلوكه الاستهلاكي اليومي.

ج-الخطاب الإشهاري الآلي (Publicité mécaniste): يعتمد هذا النمط أساسا على التكرار؛ لتثبيت العلامة التجارية في ذاكرة المستهلك بطريقة غير واعية، وينقسم إلى:

---

[1]. د . مصطفى لعمراني، مرجع سابق ، ص: 28.

[2] . محمود سليمان ياقوت منهج البحث اللغوي دار المعرفة الجامعية ط،2000، ص 182.

1. **ضغط مباشر (Matraquage direct):** يرتكز هذا الضغط على التكرار الفعلي لا سم منتوج معين داخل نسق الخطاب الإشهاري؛ قصد التأثير على ذاكرة المستهلك المفترض . مثال على ذلك: **نسكافي بداية جديدة ليوم جديد / نسكافي قهوة غنية بمذاقها الفريد/ نسكافي قهوة منعشة.** يعتمد الضغط شبه المباشر على إعادة الوصلة الإشهارية في فترات زمنية متقاربة، فتستقر في الذاكرة بطريقة لا واعية؛ لتؤثر لاحقا على سلوك المستهلك"[1].

2. ضغط غير مباشر: (Matraquage indirect): "فيه يتم شحن ذاكرة المستهلك السمعية، والبصرية عن طريق الوسائط المختلفة في الصحافة، والإذاعة، والتلفيزيون، والمواقع الالكترونية ...،التي تعج بها الطرقات، بحيث تؤثر على الاختيارات الاستهلاكية زمانا، ومكانا.

د-الخطاب الإشهاري الاقتراحي (Publicité suggestive): إن التقنية المعتمدة في هذا النمط الإشهاري، ترتكز أساسا على الثقة التامة في جودة المنتوج، ومزاياه، ومن ثم، يتم اقتراحه على المتلقي؛ ليجربه، ويقارنه بمنتوجات منافسة؛ لتنتهي برسائل في صالح المستهلك مثلا: **إن لم تكن راضيا عوضناك / إن وجدت منتوجا مماثلا بثمن أقل سنعوضك/ جرب هذا المنتوج فليس لديك ما تخسره.**

من الملاحظ في هذه الرسائل، أن هناك تقاطع بين الخطاب الإشهاري الإخباري، والخطاب الإشهاري الإقتراحي بحكم اعتبارهما المستهلك واعيا، ومسؤولا عن اختياره، وسلوكه"[2].

4.2. تقسيم الإشهار حسب نوع الجمهور

: يمثل المستهلك العنصر الرئيسي الذي تقوم عليه عملية التسويق ، "حيث يعتبره البعض المسيطر الرئيسي ، والمحرك لأنشطته، وسياسته بما فيها الجانب الترويجي، والإشهاري، ووفقا لهذا النوع يوجد:

- **إشهار استهلاكي جماعي:** يوجه إلى المستهلكين النهائيين، أوفئات كبيرة جماعية منهم"[3].
- "**إشهار استهلاكي فئوي:** يوجه إلى فئة معينة، أو فئة محددة من المستهلكين مثل: إشهار عن أدوية موجهة إلى فئة الأطباء، أوالصيادلة أو الإعلان عن آلات التصوير للمحترفين ويعمد الخطاب الإشهاري، في هذه الحالة إلى شخصنة الشيء، بأن يضفي عليه طابعا إنسانيا ، وتشخيص الفئات، "مفهوم إيديولوجي أساسي لمجتمع محدد يهدف من وراء ذلك إدماج الفرد في نمط اجتماعي معين"[4].

---

[1] . د.عبد اللطيف نجيد، مرجع سابق.
[2] . نفسه، ص: 72- 73- 74-75/ بتصرف .
[3] . د. عايد فضل الشعراوي"الإعلان والعلاقات العامة " دراسة مقارنة- كلية إدارة الأعمال السياسية،ص23.
[4] . د. لعمراني المصطفى، الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، مجلة فكر ونقد، العدد 34 / 2000، ص 28.

← **الإشهـــار الصناعـــي:** يوجـــه إلى وحدات الإنتـاج، أو المستعمليـن الصناعيين، حيـث يعلن عن السلـــع، أو المنتجات التامة الصنع، والخدمات، والتجهيزات، وما إلى ذالك، والتي تتم بها عملية التصنيع؛ بغية الخروج بمنتج جديد.

5.2. تقسيم الإشهار على أساس مسالك التوزيع:

1. **الإشهار الأهلي، أو العام:** يقصد به: "الإشهار الذي يتم بثه من خلال وسائل الإ علام المختلفة للمستهلكين المتواجدين على نطاق الدولة؛ بهدف الإغراء والتأثير عليهم.
2. **الإشهار المحلي :** يتعلق بالسلع التي توزع في منطقة جغرافية محددة ، حيث توجه الرسالة الإشهارية إلى السكان الذين يقطنون فيها ، وفيه يتم استخدام الوسائل الإ شهارية التي تغطي تلك المنطقة مثل: لوحات الطرق، والسينما، والإذاعة المحلية.
3. **الإشهار الدولي:** حيث يغطي أكثر من دولة واحدة ، ويوجه للمستهلكين في دول مختلفة ، وهو الذي يرمي من وراء المعلن إلى التعريف بالسلع، والخدمات المقدمة داخل دولة ما، للزبائن المقيمين خارج نطاق الدولة؛ لخلق صورة لائقة للسلع ، والخدمات المراد تسويقها"[1]، بهدف تحقيق غرض تفاعلي في مختلف المجالات السياسية و الاقتصادية، والصناعية و التجارية، على مستويات عدة منها الأنساق اللغوية، واللسانية، والتواصلية.

3. وظائف الخطاب الإشهاري، ونظرياته:

1. وظائف الخطاب الإشهاري:

يمثل الخطاب الإشهاري نوعا من أنواع الخطاب عامة ؛ لاتصاله بالحياة الإ نسانية بشكل مباشر، إذ يعد مؤسسا للقيمة الاجتماعية، والأخلاقية، والحضارية، ناهيك عن القيمة التجارية، فهو وإن ارتبط بالدعاية، إلا أنه يبطن ممارسات لغوية ، وأيقونية ذات قيمة ثقافية مرتكزة على وظائف شتى يمكن اختزالها في النقاط الآتية:

1.1. الوظيفة الجمالية: وترمي هذه الوظيفة إلى إثارة الذوق، قصد اقتراح البضاعة ، ويمكن تسميتها ، "بأم الوظائف"[2]؛ لأنها تدفع بالمتلقي إلى عالم سحري مبني على سلطة الجمال ؛ لاستمالة ذوق المستهلك، والتأثير عليه بطريقة غير مباشرة.

---

[1] . الدكتور لعمراني المصطفى، الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، مجلة فكر ونقد، العدد 34/ 2000 ، ص: 28 .
[2] . د. عبد اللطيف نجيد دراسات في علم الدلالة والتواصل/ ص: 76

2.1. الوظيفة الإحالية: لابد "لكل خطاب إشهاري أن يحيل على منتوج معين يمثل شيئا ما بالنسبة للمتسهلك، ويرتبط بحياته اليومية، فلو تمت مشاهدة وصلة إشهارية، في قناة أجنبية تروج سلعا محددة لا نعرفها، أو غير موجودة، فإن هذا الإشهار يكون ناقص الأركان؛ لأنه يحيل على شيء مجهول يتعذر تسويقه"[1].

3.1. الوظيفة التشخيصية : بحيث، "تتحول الموجودات الذهنية بفعل تجسيد الخطاب الإشهاري، للفكرة إلى موجودات عينية ملامسة للوجود الإنساني، فتتولد لدى المستهلك الرغبة في اقتنائها، والإفادة منها.

4.1. الوظيفة المرجعيـــة: هي أساس كل تواص ل ناجح، إذ تح دد العلاقـــات بين الرسالـة **(Le message)** والشيء، أو الغرض الذي ترجع إليه، وهي أكثر وظائف اللغة أهمية في عملية التواصل نفسها، في حين لاتلعب الوظائف الأخرى سوى دور ثانوي"[2].

5.1. الوظيفة الدلالية: هذه الدلالة تحصل نتيجة التأمل، والتفكير الذي رسخته الصورة لدى المشاهد. "في هذا السياق يلاحظ نذرة أساليب النفي، أو الاستفها م، أو الأمر، أو التعجب؛ لكي ينسجم الخطاب الإشهاري مع الخصوصيات التقافية، والقناعات الفكرية للمتلقي"[3].

لعل أهم ما يميز المجتمعات المعاصرة هو انتشار الإشهار بشكل كبير فحسب بعض الدراسات، فإن الفرنسين يواجهون في المتوسط ما يفوق خمس مائة وصلة إشهارية كل أسبوع، مما يعني أن الإشهار هو وسيلة مهمة ، في التواصل سواء كان مكتوبا، أو مسموعا، فطبيعة اللغة الإشهارية تمتاز بالتعدد الدلالي، وبما أن الهدف من الخطاب الإشهاري هو التأثير على المستهلكين المح تملين، فهو ينتقي قاموسه حسب طبيعة الفئة المستهدفة، فيجعل استهلاك المنتوج بمثابة انتماء لفئة محددة كالشباب، أو انتماء طبقي، كالبرجوازية، وغيرها من الرغبات، فالإشهار له القدرة على إعادة صياغة الواقع، وتشكيل صور نمطية، وتحديد طريقة اللباس"[4].

6.1.الوظيفة التداولية: يلعب اللاشعور دورا حاسما، ومؤثرا في هذه الوظيفة على سلوك المتلقي الذي ينخرط في استراتيجية الإشهاري المعتمدة أساسا على خلق الحاجة للمنتوج، مع تقديمه في حلة مثيرة، ومغرية، وإلى هذا يشير **الدكتور سعيد بنكراد** بقوله: "لا يستطيع الإشهاري الوصول إلى

---

[1]. نفسه.
[2]. الدكتورسعيد بنكراد، استراتيجيات التواصل الإشهاري، ص: 57.
[3] . د نجيد عبد اللطيف، مرجع سابق، بتصرف ص: 76.
[4] Pierre Brouland; Rhétorique de la publicité dans le français contemporain p82

الزبون، والدفع به إلى الشراء إلا إذا كان عارفا بتفاصيل حياته منها: نفسيته، ووضعه الاجتماعي، وسنه، وجنسه، وانتمائه المهني، وكذلك تاريخه، وتقافته العامة، والثقافة الفرعية التي تبلورها الانتماءات المهنية، والثقافية"[1].



2

وتتمثل هذه الوظيفة التداولية في كون الخطاب الإ شهاري المقدم لمنتوج مشروب **أولماس** يهدف إلى تحقيق منفعة، أو ربح، أو فائدة، ولا يكتفي بتبليغ الخطاب فقط، وإنما يحرص على أن يلبس خطابه أجمل حلة، ويتزين بأحلى الأزياء، ويتألق من أجل تحقيق المبتغى. ويبرز ذلك في لغته المكثفة، وجمله المختصرة، وكلماته المشعة، البراقة، المتمثلة في: **لماذا هي صحية ؟** مع تقديم أجوبة مقنعة محصورة في نقاط أربع:

1. تسهل عملية الهضم
2. بدون سعرات حرارية أو إضافات كميائية
3. غنية بالكالسيوم والأكسيجين
4. مريحة للقاولون والمسالك البولية

التي تتوجه نحو المستقبل ، فهو الذي يعنيها أكثر من غيره ، ولا تتوجه نحو الماضي إلا بما يخدم مصلحة الإشهاري، ويتعلق بمستقبل المتلقي.

4. نظريات الخطاب الإشهاري:

يستند الخطاب الإشهار في صياغته، وإخراجه إلى نظريات متعددة تهدف إلى تحقيق غاية أساسية، وهي اقتناء المنتوج أو قبوله عن طواعية من طرف المستهلك. وعرض هذه النظريات كالتالي:

[1] . الدكتور سعيد بنكراد، الإشهار والمجتمع، منشورات علامات، 2012 ، ص:5

[2] https://olmasfizzywater.wordpress.com

1.4.نظرية القيمة : "يتم التركيز في هذه النظرية على قيمة المنتوج في حد ذاته، مع التعريف به، وبمزاياه عن طريق استخدام العناصر الجمالية، والفني ـــة؛ قصد إقناع المستهلك بالقيمة الحقيقيـة للمنتوج، أو الخدمة، أو الأفكار المعروضة للبيع"[1].

2.4.النظرية السلوكية: الخطاب الإشهاري في هذه الحالة، "يقوم باختزال واقع بالغ الغنى، والتنوع داخل كيان واحد ؛ لأنه يدعو إلى اختزال معنى الحياة في الاستهلاك، والبضاعة، فلا وجود للإنسان، ولا خلاص له خارجهما"[2]. وهذا النوع من الإشهار ، ينظر إلى المستهلك شخص سلبي، ليس له القدرة على اختيار منتوج بإرادته، هذا ما يستدعي خلق منبهات ومحفزات؛ لإرشاده إلى المنتوج المناسب.

3.4. النظرية السيكولوجية: إن صاحب الإشهار في هذه النظرية يستخدم الحيلة؛ لضبط مواطن الإغراء، والاغترار لدى الزبناء، مع التأثير عليهم نفسيا، ووجدانيا على العموم ، فإن "التأثير الخطابي الإشهاري في هذا النوع، يحتل مكانه في البنية الذهنية للمستهلك"[3].

ولا شك أن النموذج الموالي[4] يمثل جانبا سيكولوجيا ، إذ من الناحية البصرية: يتم الاعتماد على استعمال الألوان المثيرة، خاصة اللون الأحمر؛ لأنه أكثر جذبا للنظر وإظهارا للسلعة .



أما من الناحية اللغوية فيتم التركيز غالبا على بعض المعايير الاجتماعية، كاختيار الكلمات المتداولة بشكل ملفت ، وبالتحديد ما يتصل بالسياق التواصلي العامي، إضافة إلى اعتماد اللهجات والأيقونات التعبيرية في تأليفها العفوي من حيث الإجماع العام ، على أنها وسيلة إقناعية ، سيكولوجية، لغوية مميزة. وكل هذه العوامل تؤثر على فكر وقلب المستهلك فيندفع للإقتناء مباشرة.

[1] . ينظر حميد الحمداني، مجلة علامات العدد 18، 2002، ص 76.
[2] . محمد الساقي، الخطاب الإشهاري والدعاية السياسية مجلة علامات، خاص بمحور الصورة الإشهارية البناء، والدلالة العدد 7 /1997 ص75
[3]. المرجع السابق نفسه ص:39.
[4]https://www.google.com/search?rlz

4.4.النظرية الاجتماعية : يتخذ الإشهار في هذه الحالة الصورة، كعلامة على سلوك اجتماعي، أوهيئة، أو نمط فكري معين، بحيث يكون الهدف من هذه النظرية، هو تمجيد السلعة باعتبارها مرتبطة بعادات، وتقاليد أصيلة لفئة اجتماعية، أو مجتمع بكامله، ويضيف الدكتور **سعيد بنكراد** في هذا الصدد قائلا : "الإشهار لا يبيع منتجات فحسب، وهو ليس واجهة لتواصل محايد، وهو أيضا ليس مجرد واسطة بين البائع وزبونه بل هو ظاهرة اجتماعية في المقام الأول"[1].

5.4. النظرية الجمالية: يكون المظهر الجمالي عادة في هذا النوع من الإشهار وسيلة؛ لتمرير السلعة إلى أذواق الناس وإكساب المنتوج ملمحا جماليا، مع تغييب الجانب المادي.

6.4.النظرية الاقتصادية : "تعتمد على المنافسة في الأثمنة، ويلحق بهذا الجانب كل الوسائل المقترحة للتسهيلات في الأداء بما فيها القروض، والأقساط الشهرية وغيرها، كما تركز على إيهام الزبناء بأن السلعة، أو الخدمة ممتازة وأن سعرها لا يمكن مضاهاته"[2].

والصورة نموذج لما قيل، إذ من خلالها تتجلى الحقول الدلالية الثلاثة:



[3]

- ✓ **لحقل المعجمي السيكولوجي:** اللاوعي / الرغبات / الإغراء / العواطف / التأثير النفسي الوجداني...
- ✓ **الحقل المعجمي الإجتماعي :** العادات/ التقاليد / السلوك الإجتماعي / الإنتماء الإجتماعي / المجتمع...
- ✓ **الحقل المعجمي الإقتصادي :** الأسعار /الأثمان / النفقات / التسيير/ التسهيلات في الأداء/...

ترجع سيطرة هذه الحقول الدلالية، إلى نوعية الموضوع ، وهو الخطاب الإشهاري ، والنظريات التي يعتمد عليها.

[1] . الدكتور سعيد بنكراد، الإشهار والمجتمع، ط1/ 2012 دار الحوار للنشر، والتوزيع.
[2] . حميد الحمداني، مرجع سابق، ص 76- 79.
[3] http://www.igli5.com/2015/09/blog-post_47.html

لعل هذا ما أكد عليه **عبد العالي بوطيب** : "إن الخطاب الإشهاري دوناً عن غيره من الخطابات الأخرى يتميز ببناء خاص تتضافر مختلف مكوناته التعبيرية ، بقصد تبليغ رسالة وحيدة محددة، ولا يمكن ، ولا ينبغي أبدا، أن يخطئها **المرسل، أو القارئ المستهدف (Le lecteur cible)** ، و**الزبون المحتمل (Le client éventuel)** وإلا اعتبر ذلك دليلا على فشله الذريع"[1].

انطلاقا من هذه الاعتبارات المشار إليها، تكمن خطورة الخطاب الإشهاري ، كحقل غني بإيحاءاته، وأساليبه، وانزياحاته في استحواذه على اهتمام معظم الفئات الاجتماعية في عصرنا الراهن، إذ يشكل مهد علم الأساطير الحديثة، وبؤرة ثقافية للحياة اليومية، وهو الشيء الذي أكده **روبير كيران** بقوله: "إن الهواء الذي نستنشقه مكون من الأوكسيجين، والنيتروجين، والإشهار"[2].

[1] .عبد العالي بو طيب، آليات الخطاب الإشهاري، مجلة علامات في النقد، المجلد 13 الجزء 49، نادي جدة الأدبي، المملكة العربية السعودية، 2003 ،ص: 312.

[2]. محمد خلاق: (الخطاب الإقناعي، الإشهار نموذجا)، مجلة دراسات أدبية لسانية، عدد 5-6/ 1986، ص32.

الفصـــل الثالث:

- التواصل الجسدي الإشهاري.
- السيميائيات الحجاجية في الصورة الإشهارية

1. التواصل الجسدي الإشهاري:

لقد احتلت المرأة جانبا مهما في الموروث الثقافي العربي، إلا أن ها حين تقون بالإشهار، فإنه يمكن التقرب منها جسديا، إذا تم التركيز بشكل مفرط على الجسد، باعتباره أداة للمتعة، واللذة دون إغفال بعض الجوانب التكميلية مثل : الدلال، والإغواء الصوتي، واللاحياء؛ لذلك، "يعتبر الجسد في بعض مكونات الثقافة الحالية عنصرا فاعلا ومحوريا، بواسطة التركيز عليه واستغلاله، بشكل كبير لتحقيق أغراض تجارية محضة في مجتمع المال والأعمال ، فلا نجاح للأعمال التالية : إشهار، أفلام سينمائية، أغاني، مجلات، صحف، أزياء، بدون جسد يليق بالعرض "[1]. وقد "أثبتت الدراسات السيكولوجية الحديثة أننا نتواصل بالكلام بنسبة **7%** فقط، وبنبرة الصوت بنسبة **38 %**، في حين يمثل التواصل بالجسد **55%**.

من هذا المنطلق يكتسي الاهتمام بلغة الجسد، وكلماته أهمية بالغة تزداد قيمتها إذا ماعلمنا قلة الأبحاث في هذا الموضوع في الثقافة العربية الإسلامية عام ـــة، والمغربيـــة على الخصوص "[2].

إن المتأمل في هذه الإرساليات الإشهارية، وفي استراتيجيات التواصل الإشهاري لا تخطئ عينه مسألة **جنسنة الإشهار**، من حيث الاعتماد المفضوح على الجسد الأ نثوي الذي أضحى مادة أولية لكل حبكة إشهارية، سواء كان موضوع الإعلان يتعلق بالمرأة، أو الرجل.

لقد "أضحى الجنس وسيطا لمؤسسات الدعاية والإ شهار، كما **يقول بارت:** "إن جسد الأنثى غدا من أكثر ، وأقوى الوسائل الاستقطابية على الإ طلاق، فالعاملات، والبائعات الجميلات الفاتنات اللائي يثرن الشهوات، ويوقظن الإيروس بكل وسائل الإغراء أصبحن سلعا رائجة، ومربحة"[3].



4

[1] . يحيى اليحياوي، واقع المرأة في الإعلام المغربي،الصحراء المغربية، تاريخ - الجمعة 15 ماي 2009/ ع 7421.
[2]. د عبد اللطيف نجيد، دراسات في علم الدلالة والتواصل، مرجع سابق، ص 99.
[3]. مرجع سابق بارت، ص 9.
[4] https://www.couscousdari.com

هذا ما دفع مهندسي الإشهار، أو بالأحرى مهندسي التضليل الإعلامي، يوظفون الجسد الأنثوي بكل الطرق، والأساليب المتاحة بغية غواية المتلقي ، واستغلاله الناجح والذكي لوعيه اللاشعوري ؛ قصد إنهاكه. ومن ثمة، تنويمه عبر عمليات تدليك هائلة للدماغ في ما يشبه التنويم المغناطيسي.

بل إن المرأة أصبحت بدورها سلعة تعمل على ترويج سلعة أخرى، إذ أصبحت تستغل بطريقة رخيصة في الوصلات الإ علانية، والإشهارية لمختلف السلع والبضائع التي تعرض على المحطات التلفزيونية، أو المجلات المكتوبة ... فالمرأة في عصرنا الحالي ، مجرد جسد مغري استخدم من أجل المشاهدة والفرجة، الهدف منه تحقيق البيع ، والانتقاء للمنتوج. كما تحول هذا الجسد إلى طعم جنسي ؛ لترصيع جميع الإشهارات، فلا إشهار من دون امرأة، والإشهار امرأة بلا منازع.

فوجد منتجو الإرساليات الإشهارية، المرأة كأداة مناسبة يتكئون عليها ؛ لترويج منتوجاتهم وسلعهم، وتكريس أنماط ثقافية محددة في مجتمع ذكوري استهلاكي لا يحلل ولا يناقش الإرساليات، أكثر مما يستهلك ويلتهم ؛ لأنه لا يتعامل مع الإشهار "كنسق سيميولوجي، ولكن كنسق استقرائي، ولقد أدى هذا إلى تفكك منظومة القيم، وإلى تآكل ما يسميه علماء الاجتماع "الرأسمال الاجتماعي".

"إن ما يشاهد اليوم من تشييء، واستغلال مشين للجسد من خلال توظيفه السيء في المصالح الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية أدى إلى القضاء عليه كجوهر محتضن لقيمة الإنسان، والبرهان الساطع على ذلك ما يلاحظ يوميا في القنوات الفضائية، وبعض المواقع الإلكترونية التي تقدم الجسد كسلعة استهلاكية قد تنتهي صلاحيتها في أي لحظة، وحين"[1].

"تكشف دراسات أمريكية في هذا المجال ، نشرها المعهد الوطني حول الميديا ، والعائلة بالولايات المتحدة الأمريكية أن نسبة الفتيات غير الراضيات على أجسادهن قد بلغت 53 % عند سن الثالثة عشرة، وترتفع هذه النسبة إلى 78 % عند السابعة عشرة، كما أكدت العديد من الفتيات بأنهن أقل ثقة بأنفسهن، ويشعرن بالغضب، وغير راضيات على وزنهن ، ومظهرهن الخارجي مقارنة بالجسد الإشهاري الجميل، الذي سربه الإشهار إلى وعيهم الجمعي"[2].

من هنا، صار الإشهار يغلب ماكرا يعرف من خلاله القائم على أمره الهشاشة السيكولوجية التي يعانيها الإ نسان العربي تجاه الأ نثى، خصوصا الأنثى الإشهارية التي تكون عناصر ها الجمالية متكاملة، تلك التي تجعله يستسلم لمقولة ما، فنظرة واحدة منها، هي كافية؛ ليصدق ويستهلك.

---

[1]. د عبد اللطيف نجيد، دراسات في علم الدلالة والتواصل، مرجع سابق، ص 106.

[2]. حسن الخطـيبـي- سلك الدكتوراه- نيابة الخميسات مقال الاشهار امرأة، تسليع الانثى وتأنيث السلعة، تاريخ النشر الأربعاء 22 ماي 2013 / الرابط: http://www.alkhabar.ma.

مع العلم أن الإشهار خطاب غير موجه إلى العقل بالدرجة الأولى بقدرما يستهدف لاوعي المتلقي، ومكبوتاته. من ناحية أخرى ، فإن الإنسان المعاصر أصبح عبدا لجسده ، بفعل ما تقدمه الإرساليات الإشهارية من أجساد جميلة ، وجذابة نموذجية ، وغير راض عن جسده الذي يقارنه بالأجساد الإشهارية، مما يخلق لديه مشاكل نفسية عميقة.

فبما أن هناك هوة عميقة بين جسد الفرد العادي، والجسد النموذجي الذي يسوقه الإشهار، فإن كثيرا من الأفراد أصبحوا يستثمرون في أجسادهم، باعتبارها واجهتهم الوجودية، وهو يتهم في علاقتهم بالعالم الخارجي. خصوصا وأن بعض فرص سوق الشغل ، كالإعلام مثـلا: أصبحت تضع شرط الجسد النموذجي في أول شروط قبول الملف ، وهذا إن دل على شيء، فإنما يدل على أن جسد المرأة هو السلاح الذي يؤثر به المنتج على المستهلك، بحيث يعتبره " الشيء الأكثر جمالا، والأكثر تقديسا، والأكثر لمعانا من كل شيء "[1]. وقد دفع هذا التوظيف السيئ لجسد المرأة العاري، والمفضوح كثيرا من الأخلاقيين، وقادة الرأي في المجتمعات الغربية ، الى استنكاره، لما في ذلك من انحلال خلقي، وفقدان للقيم النبيلة المعارضة للعبث بالمشاعر، والغرائز[2].

بناء على ماذكر، "فالجسد حاضر في الرسوم ، وفي الكلمات، وفي الصور ، وفي الأحلام، وفي السياسة، والأخلاق والسلطة. كل شئ يدور حول الجسد "[3]، بل هو مجرد "مثير فيزيقي يوقد الشهوة في نفوس الآخرين -الرجال طبعا -"[4]. وأسوأ المجتمعات هي المجتمعات التي يفهمها مهندسو الإشهار ولا يفهمها المستهلكون.

2. السيميائيات الحجاجية في الصورة الإشهارية:

"لا يكاد ينفصل التواصل اللساني في نظر اللسانيات المعاصرة عن الحدث الاجتماعي؛ لأنه مهما كانت المجتمعات على اختلاف محمولاتها الثقافية، وتفاوت أنماط عيشها، ودرجة تكوين مؤسساتها، وتباين أنظمتها السياسية، فإنها تشترك في حاجاتها إلى الاتصال، والتواصل، والحوار "[5]. هذا ما جعل سيميائيات **دي سوسير**، تشتغل على مجالات عدة يصعب حصرها، بحيث لم تعمق البحث في بعضها، كما هو الشأن مع الصورة، وهذا راجع إلى قصور الإجراءات التحليلية لدى الباحث، وعدم

---

[1]. jeam Boudrillard: La société de consommation, Ed GALLIMARD, 1970, p: 206.

[2]. عبد القادر حاتم، الإعلام والدعاية، مكتبة الانجلو مصرية، ط 1/ 1978، ص 240 بتصرف.

[3]. سعيد بنكراد : النص السردي، ص : 111.

[4]. المرجع نفسه، ص : 128.

[5]. أحمد يوسف، السيميائيات والتواصل، مجلة علامات عدد 2005/24 ص:36

اكتمال جهازه المفاهيمي، والمصطلحي لمثل هذه المقاربات. فكان هذا الموضوع دافعا لبعض الباحثين في الشأن السيميائي إلى أن يوسعوا البحث في مجال البصريات ؛ قصد الإجابة على أسئلتها المهمة : كيف نتواصل بصريا؟ وكيف نقرأ رسالة بصرية؟، وكيف نكون ثقافة بصرية؟ كل هذه الأسئلة، وأسئلة أخرى تصدى لها **رولان بارث** بالإجابة في بحثه عن عناصر السيميولوجيا.[1] التي طبق بعضا منها على الصورة، باستعادته للموضوعات والمقولات اللسانية، لرائد اللسانيات دي سوسير : (اللسان– الكلام /الدال– المدلول/الاعتباطية...) وما جاء به يالمسلاف (Hjelmslev) في سيميائيته حول مصطلحي:(التعيين/التضمين ، أوالإيحاء)[2]. وما جاء به **بيرس** في مفهومه للأيقون بتفريعاته اللامتناهية، وفي هذا المجال يرى **الدكتور قدور عبد الله** "إننا نعيش اليوم في عصر ثقافة ما بعد المكتوب، وهـــو عصر الصورة، والمجتمع بمختلف أشكالها، ومعانيها، بدءا بالصورة التليفزيونية والصورة السينمائية، وصولا إلى الصورة في مجالات الإعلانات، وكتب الأطفال، وهـــي جميعا ليست محايدة، بل تحمل أهدافا، ورسائل"[3].

1.2 علم الدلالة في السيميائيات:

لقد عرفها **الدكتوران الرويلي والبازعي** في كتابيهما دليل الناقد الأدبي بقولهما :" السيميولوجيا (السيميوطيقا) لدى دارسيها تعني علم أو دراسة العلام ـــات (الإشارات) **دراسة** منظمة منتظمة"[4]. كما أشار إليها **الدكتور محمد سعد** بقوله: "العلم الذي يدرس المعنى بوجه عـــام، سواء على مستوى الكلمة المفردة أو الجملة، ثم ينتهي من هذه الدراسة بوضع نظريات علمية من شأنها أن تطبق على كل اللغات"[5]. و"تعتبر السيميائية حقلا من الحقول المعرفية التي وسمت الدراسات الحديثة (...) ومنذ ظهورها وهي تهتم بتفسير معاني الإشارات، و الدلالات والرموز (...) التي واكبت تطور العصر في مختلف مجالاته ، فمثلا في مجال الإعلاميات، وخصوصا منها شبكات التواصل الاجتماعي، نجد الأيقونات التالية التي يطلق عليها لغة العالم الجديد. والتي أصبحت رموزا عالمية، يتداولها الجميع.



6

[1] - aventure sémiologique,ed. Seuil,paris,1985,'Roland Barthes, l p.17/85

[2]- L.Hjelmlew, prolégomènes à une théorie du langage, ed.madison, 1966, p.66.

[3]. الدكتور قدور عبد الله، سيميولوجية الصورة، (عمان مؤسسة الورق للنشر والتوزيع،2008) ص23.

[4]. الرويلي والبازعي، دليل النقد الأدبي ط 3 ص:177.

[5]. محمد سعد، في علم الدلالة، القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، 2007، ص:14.

[6]- ar.pngtree.com

أكدت عدة دراسات حديثة، أن 95% من مستعملي الأنترنيت يوظفون هاته الأيوقونات للتواصل فيما بينهم، إذ يرسلون منها يوميا 10 ملايير رسالة تقريبا عبر **شبكة تويتر**، وخمسة ملايير على تطبيق المراسلة الخاصة بـــ**(الفايسبوك)**. ولا تقتصر هاته الأيقونات على كونها ظاهرة رقمية فحسب؛ بل أصبحت لغـــة عالمية بديلة عن الكلمات ومكملـــة للنص، فهي بإمكانهـــا أن تعبر عن مشاعـــر الفرح، أو الحزن ، أو الدهشة، أو الغضب ... بإيجاز. كالرموز التعبيرية الموجودة بالفايسبوك.



ورغم تعدد مصطلحاتها ودلالاتها فقد قدمت خدمات جليلة للدرس الحديث (...) وهي تعترف بأن الكون كله نظام قائم على رموز وإشارات ذات دلالة (...) ومن ثمة تدرس السيميائية بنية الإشارات وعلاقاتها في هذا الكون وتوزعها ووظائفها الداخلية والخارجية..."[1].

إذن فالسيميولوجيا علم جاء في الأساس ليهتم بالدلائل اللغوية ، وغير اللغوية حيث اقتصر في البداية على الدلائل اللغوية لارتكازه على علم أقدم هو علم اللسانيات، ثم بعد ذلك خصوصا مع صدور مؤلف بارث **(Eléments de la sémiologie)**، نشأت السيميولوجيا غير اللغوية "[2]، التي عبر عنها بقوله: "اليوم الاتجاه يكون نحو السيميولوجيا، علما منفصلا عن اللسانيات بدراسة جميع الدلائل والشفرات **Codes** ماعدا اللغة"[3]. كما يرى الأستاذ **سمير الزغبي**، "إنه عند دراسة الصورة الإشهارية لابد من التركيز على العلامات البصرية التشكيلية، والعلامات الأيقونية، والعلامات اللسانية، بالإضافة إلى الانتباه لثنائية التعيين والتضمين، وثنائية الاستبدال والتأليف، وثنائية الدال والمدلول، وثنائية التزامن والتعاقب، والبحث في معمار الصورة الإشهارية: الاستهلال، والعرض، والخرجة"[4].

2.2 مفهوم الصورة الإشهارية ووظائفها:

أ- **مفهوم الصورة:** الصورة في اللغة مأخوذة من مادة **(ص. و. ر)**، وكلمة صورة: تعني هيئة الفعل، أو الأمر، وصفته، ومن معانيها أيضا، كما جاء في **لسان العرب**،"الصورة هي: الشكل، والجمع

---

[1] . مازن الوعر في تقديمه لكتاب علم الإشارة- السيميولوجيا لبيير جيرو ص:5.

[2]. Bernard Toussaint, qu'est-ce-que la sémiologie, (Toulouse, Edouard, priva Editeur, 1978) p12

[3]. Marie-Claude Vettraine-Soulard, Lire une Image, Analyse de contenu iconique, (Paris, Armand colin Editeur, 1993),p 16.

[4]. سمير الزغبي، الحوار المتمدن-العدد: 3617 - 2012 / 1 / 24 المحور: العولمة وتطورات العالم المعاصر.

صُور، وصِوَر، وقد تصورته فتصور، وتصورت الشيء : توهمت صورته، فتصور لي، والتصاوير: التماثيل". وللصورة تعريفات عديدة نذكر منها ما ورد في **قاموس روبير**، وذلك على الشكل التالي:

- "هي: كل ما نشاهده على شاشة التيلفزيون، والسينما، وجهاز الحاسوب، وما يقدمه من صور إشهارية تحمل دلالات متعددة. هي أيضا: تمثيل شيء بواسطة الرسم، أو التصوير الضوئي.
- هي : كل مايظهر على مرآة، أو سطح عاكس./ هي: رؤية كبيرة، أو صغيرة لحقيقة لدينا عن شخص، أو شيء ما"[1].

كما "تعرف الصورة على أنها شكل لأشخاص، أو أشياء، أو مناظر موضحة على الورق، أو الشاشة، أو ماشابه ذلك، بالتصوير، أو الرسم "[2]. وهي كذلك "دعامة من دعائم الاتصال، إذ تتميز بقدرة اتصالية فائقة ووفقا لسميولوجيا الأيقونة، الصورة هي : نظام يحمل في الوقت نفسه المعنى، والاتصال، ويمكن أن تعتبر إشارة، أو أداة، وظيفتها نقل الرسائل"[3].

في حين تذهب **جولي**، إلى أن "الصورة وسيلة تعبيرية، واتصالية تربطنا بتقاليدنا القديمة، الغنية بثقافتنا"[4]. إذ يرى **(G.Graugnard et J. Hugo)** أن: "الصورة ظهور مرئي لشخص، أو شيء بواسطة بعض الظواهر البصرية، أو هي مجموعة من العلامات البصرية المنظمة كليا، أو جزئيا بالقصد" [4].

خلاصة القول، إن الصورة أصبحت موجودة في كل زمان، ومكان، وفي جميع المجالات خاصة في هذا القرن، بحيث نراها في الكتاب المدرسي، والموسوعة العلمية، والصحف، والمجلات، والطب، والهاتف المحمول، والحاسوب ناهيك عن القنوات الفضائية، والسينما، وغيرها.

ب- وظائف الصورة الإشهارية: للصورة الإشهارية وظائف عديدة منها : "الوظيفة الجمالية، الوظيفة التوجيهية، الوظيفة التمثيلية، الوظيفة الدلالية، الوظيفة الإعلامية، الوظيفة الإخبارية، الوظيفة الإيديولوجية التأثيرية، الوظيفة الاقتصادية، الوظيفة التربوية التعليمية، والوظيفة السياسية"[5].

3.2. الصورة الإشهارية، وعلاقتها باللغة:

"إن التعايش بين الصورة الإشهارية، واللغة قديم وضارب بجذوره في عمق التاريخ، فمنذ ظهور الكتابة ، والكتاب وقع تلازم بين الصورة والنص، وقد تعززت ، وتقوت هذه العلاقة بتطور

---

[1]. J.Ray-Debove Le Robert et Cle international, P.512

[2]. يونس فوار، كيف نتذوق اللوحة، مجلة العربي 2001/511 ص: 155/146.

[3].عبد الحميد شاكر "التفضيل الجمالي": دراسة في سيكولوجية التذوق الفني مجلة عالم المعرفة العدد 267 /2001 ص247-286 .

[4]. M. Joly, l'image et les signess,paris, Armand colin, 2011, P26

[5]. G.Graugnard et J. Hugo. L' audio-visuel pour tous, Lyon, Chronique Sociale, 1983, p 9.

أشكال التواصل الجماهيري، بحيث أصبح من الناذر مصادفة صورة ثابتة، أو متحركة غير مصحوبة بالتعليق اللغوي، سواء أكان مكتوبا أم شفهيا"[1].

فمادامت الصورة الإشهارية على غناها التواصلي هي مجرد رسالة بصرية قاصرة عن أداء بعض المهام التعبيرية، فإنها تستعين باللغة لتكم لتها. وفي إطار النسق اللغوي نفسه تحدد **جولي** وظيفتين للغة: **أولها** يتعلق بالمضمون اللساني في إطار الحديث عن الترسيخ ، والربط، وهي وظيفة مباشرة. أما **الوظيفة الثانية**، فهي غير مباشرة، وتتعلق بالطابع التشكيلي للغة، أي صورة الكلمات (الخطوط، الأشكال، الألوان...)[2]. "إذ لا يوجد إشهار من دون لغة منطوقة ، أو مكتوبة بحسب ما تقتضيه الصورة الإشهارية في ثباتها، وسكونها، أو في حركاتها، ونموها، وتغيرها"[3].

هذا ما يجعل الصورة الإشهارية تساهم بكل دوالها، ومدلولاتها الإيحائية في استلاب الإنسان المتلقي، وتحويله إلى آلة استهلاكية مستقبلة"[4]. إنها نسق دلالي قائم بذاته، لها وظيفة أساسة في التواصل، بالنسبة إلى العلامة اللسانية الطبيعية، بل إن اللغة في كثير من الأحيان تحتاج إلى مثل هذه النظم السيميولوجية؛ لتحقق وظيفتها التبليغية ، فهي وإن كانت دالة دلالة رئيسة ؛ إلا أنها لا تستطيع احتكار الدلالة . في هذا الصدد، "يؤكد **بارت** أن كل نظام للعلامات، أو الدلالات الاتصالية امتزجت مع اللغة المكتوبة، وبأنه من الصعب أن تجد صورا بدون تعبير لغوي، سواء إن كان مكتوبـا، أو شفهيا، كما يرى بأن كل الصور، في السينما، والتليفزيون، والإعلانات الإشهارية، والملصقات المتنوعة، والقصص المصورة، والصور الصحافية، وغيرها تكون علاقة تركيبية مع اللغة، وبإيجاز، يمكن القول بأن التعبير المكتوب، أو الشفهي للغة يصاحب غالبا الصورة"[5].

بينما، يرى **بارت** أن السيميائيات تتطلب وجود اللغة ، التي تقوم عليها دلالات الأشياء ...، وفي ذلك يقول : "مما لا مراء فيه، إن الأشياء والصور، والسلوكيات قد تحمل دلالت عدة ، بل تدل بغزارة على مكانة وقيمة الأشخاص، لكن لا يمكنها أن تفعل ذلك بكيفية مستقلة، إذ إن كل نظام دلائلي يمتزج باللغة"[6].

---

[1]. سمير الزغبي، مرجع سابق.

[2] . ساعد ساعد، وعبيدة صبطي، الصورة الصحفية دراسة سيميولوجية ، (القاهرة : المكتب الجامعي الحديث، 2011 م) ص 80.

[3]Paris, Dunod/ 1995, P75.

[4].د. عمراني المصطفى، الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، مجلة فكر ونقد، عدد 34/ 2000، ص: 28.

[5]. أمينة الدهري: الحجاج وبناء الخطاب في ضوء البلاغة الجديدة، شركة النشر والتوزيع المدارس، الدار البيضاء، المغرب، الطبعة الأولى سنة 2010 م، ص: 139 بتصرف.

[6] M. Joly,l image et les signes, Paris, Armand colin, 2011, p: 26 .

بما أن الصورة خطاب متعدد المعاني، "فإنه يتم اللجوء في الصورة الإعلانية (الإشهارية) إلى نص لغوي يرافقها من أجل توضيح المعنى المراد تبليغه، وذلك بإبعاد كل المعاني المحتملة التي من شأنها إحداث لبس لدى المتلقي في فهم مقصدية الصورة، ومعناها"[1].

هذا ما أكده **الدكتور شفيق** حينما قال: "إن الصورة سواء كانت إشهارية، أم فوتوغرافية لا تستطيع أن تؤدي وظيفتها الصحفية على أكمل وجه ما لم يصاحبها تعليق، سواء كان قصيرا أو طويلا. فالقارئ يحتاج إلى تعليق بسيط يشير إلى محتواها، ويشرح مضمونها، وييسر فهمها"[2].

من هنا، فإن علم اللغة هو فرع من السيميائية هذا العلم الذي استعار عددا من مبادئ علم اللغة الحديث، منها: العلامة اللغوية، والدال، والمدلول، واعتباطية الدليل...

3.الصورة، والرموز:

"تمثل الصورة سواء في العصور القديمة، أو الحديثة، والمعاصرة أحد أهم العلامات غيراللغوية، أوغير اللسانية، ابتداء من الرمز، وانتهاء بالصورة الحقيقية"[3]. بحيث تحمل دلالات مختلفة، وتنقل رسائل متعددة ذات رموز محددة يصعب فهمها، وتحليلها، إلا إذا عرفنا فك رموزها . وفي هذا الإطار، تتحدث **باتيكل** عن الرموز الأساسية للصورة، ويمكن إجمالها كالتالي:

3-1. رمز النقل (Transmission): وهو مختص بالتكوين الفيزيائي للصورة مثل : الخطوط الإلكترونية في الصورة التلفزيونية، حُبيبات الفضة بالنسبة للصورة الضوئية.

3-2. الرموز التشكيلية (Morphologiques): هي التي تختص بالتكوين التشكيلي للصورة من حيث توزيع الكتل، والخطوط، والظلال.

3-3. الرمز اللوني (Chromatique): وهو المختص في معرفة الدلالات التي تفرزها الألوان، والتي تحيل إلى علاقة الإنسان بالطبيعة، وما تفرزه من تأثيرات فالإنسان، يتمثل الحقيقة في لون السماء، ويرى معنى التضحية، والعنف في اللون الأحمر، وغيرها.

3-4. رمز التصوير الضوئي: وهو المتعلق بأحجام اللقطات وزواياها، فالتحول مثلا: من زاوية لقطة إلى أخرى ، يؤدي إلى تغيير المعنى، فالزاوية من أسفل تختلف عن الزاوية من أعلى في معانيها، واختيار الأبيض، والأسود، أو الألوان إلى غير ذلك من المعاني.

3-5.الرمز اللغوي: وهو مختص باللغة، والكلمات المستعملة في العمل المقدم.

---

[1] . ساعد ساعد، و عبيدة صبطي، مصدر سابق، ص: 83.
[2]. حسنين شفيق، التصوير الصحفي، (القاهرة: دار فكر وفن، 2009 م) ص: 88.
[3]. مرجع سابق ساعد ساعد، ص:16.

3-6. الرمز الاجتماعي الثقافي (Socio-culture): وهذا الرمز يساعد على التعرف على ثقافة ما، فصورة عامة تتوسطها المآذن والقباب، تحيل إلى إطار مرجعي، يوحي بنبض الثقافة العربية الإسلامية العريقة .

3-7. الرمز الهندسي (Topologique): كمواقع الأشياء الهندسية في المواقع المختلفة مثل: **قوس النصر** في فرنسا، **وانطحات** السحاب في نيويورك، أو **سور الصين** العظيم، وغيرها، فهذه المواقع الهندسية، تشير بكل وضوح إلى أماكنها في العالم.

3-8. الرموز الدلالية: هناك العديد من الرموز الدلالية نذكر منها الآتي:

- **الورد يرمز لحسن الجمال، والإبداع.**
- **الحمامة ترمز للسلام / بندقية (الكلاشنكوف) تدل على تحرر الشعب**
- **سنبلة الشعير ترمز إلى الغداء/ رمز المصاحفة يوحي للسلام، والتحالف وغيرها كثير**[1].

4. الصورة الإشهارية، والأيقونات: "الأيقون من خلال تعريف **بيرس**، علامة تدل على موضوعها فترسمه، وتحاكيه، وتشاركه بعض الخصائص المتشابهة بينهما... والأيقونة - حسب **بيرس** - إما أيقونة أصلية **Genuine**، أو فاسدة منحدرة.**Degenerate** "[2].

و"الرموز الأيقونية هي مثل الصور الضوئية، والخرائط الجغرافية ...، وتشير إلى وجود علاقة تشابه، أو تماثل بين الشيء الذي قدم، والشيء الذي يمثله، ولها العديد من العناصر الهامة التي تسهم في إثراء الصورة، نذكر منها:

- اختيار الموضوع، وما يمثله من أهمية في فهم الصورة، وتحليلها.
- التكوين: وهو ذات أهمية كبيرة أيضا في فهم بعض دلالات الصورة.

ويرى **سند**، بأن "التكوين هو: فن تنظيم عناصر الصورة بطريقة تجعل المشاهد يتجه نحو مركز الاهتمام، ويتبع ذلك حتما جمال الصورة"[3].

- **أحجام اللقطات وزواياها :** تعتبر ذات أهمية في فهم مدلول اللقطات ، لأن كل لقطة لها مبرراتها، ودواعي استخدامها. و"اللقطة في أبسط تعريف لها [4]: عبارة عن وصف للصورة، والحركة

---

[1]. Yveline Baticle, clés et codes du cinéma, Paris, Magnard Université, 1973, p 37.

[2]. مبارك حنون، دروس في السيميائيات، دار توبقال للنشر، الدارالبيضاء، ط 7 / 7812 ، ص: 28 .

[3]. عبدالباسط سند، فن التصوير التلفزيوني القاهرة ، 2009 م ص: 13

[4]. المرجع نفسه، ص51 .

التي تلتقطها آلة التصوير المتحركة . إلا أن أحجام اللقطات تتنوع في التصوير مثل : اللقطة العامة، واللقطة المتوسطة، واللفطة القريبة".

في هذا الصدد، يرى **الدكتور سعيد بنكراد**، "أن الآلية الموصلة إلى تحديد طبيعة الصورة، هي معرفة الطريقة التي تأتي من خلالها هذه الصورة إلى العين معتبرا أن الإحالة الصافية على موضوع يتم تمثيله من خلال سند أيقوني يوحي بأن العلاقة القائمة بين دال الصورة، ومدلولها علاقة قائمة مع تشابه يجعل الأول يحيل على الثاني دون وسائط."[1]

1.4. العلامات التشكيلية للصورة الإشهارية:

" تعتمد الصورة الإشهارية **التشكيلية** على الأشكال، والألوان، والحروف، ورمزية الخطوط التعبيرية والإيحائية، المتجلية في:

- **الخطوط العمودية** : تشير إلى تسامي الروح، والحياة، والهدوء، والراحة، والنشاط.
- **الخطوط الأفقيـة:** تشير إلى الثبات، والاستقرار، والأمن، والهدوء، والتوازن، والسلام.
- **الخطوط المائلة:** فتدل على الحركة والنشاط، وترمز كذلك إلى السقوط ، والانزلاق، وعدم الاستقرار، والخطر الداهم.
- **الخطوط المنحنية**، فترمز إلى الحركة ، وعدم الاستقرار، كما تدل على الاضطراب ، والهيجان، والعنف"[2]. فإذا اجتمعت الخطوط العمودية مع الأفقية دلت على النشاط والعمل، وإذا اجتمعت الخطوط الأفقية مع المائلة دلت على الحياة، والحركة، والتنوع.

أما **العلامات التشكيلية** للصورة تتمثل أساسا في مجموعة من العناصر يمكن حصرها فيما يلي:

2.4. الإطار: هو: "عنصر رئيسي من العناصر المكونة للصورة الإ شهارية، ويأتي في أحجام مختلفة، إضافة إلى كونه يؤثر بشكل كبير في فهم ، واستيعاب الرسالة البصرية، كما أنه في حالة إلغائه مثلا "تبدو الصورة كما لو كانت مقطوعة، وغير تامة" .

3.4. التأطير: التأطير هو غير الإطار طبعا، لأن هذا الأخير هو : "حد المعروض البصري بينما التأطير، يواجه و يقابل حجم الصورة، كنتيجة مفترضة للمسافة الفاصلة بين الموضوع المصور، والعدسة اللاقطة" [3].

---

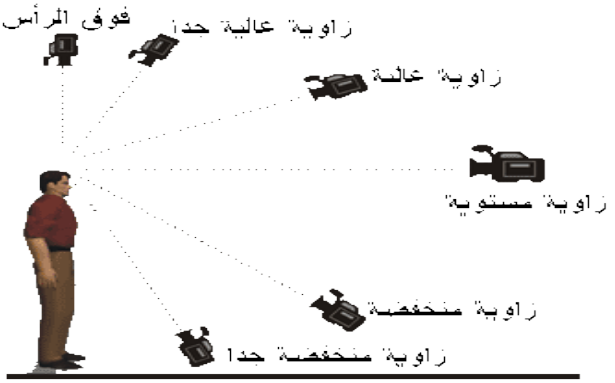
[1]. سعيد بنكراد، السيميائيات، مفاهيمها وتطبيقاتها، سلسلة شرفات 77، منشورات الزمن، الرباط، 7333، ص 28 .
[2].عبد العالي بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري، ص 119.
[3]. M .Joly. introduction a l'analyse de l'image , éd .Nathan université. 1993.p.82

4.4. زاويـة التقاط الصورة، واختيار العدســة: إن اختيارهما، أمر حاسم في تقويـة، أو إضعاف الإيهام الواقع للصورة المرتبطة بالأداة الحاملة لها، فعلى مستوى زاوية التقاط الصورة مثلا: هناك ثلاثة إمكانيات مختلفة (كبيرة، صغيرة، متوسطة)"[1].

أما بالنسبة لكيفية التقاط الصور فهناك "زوايا يجب أخذها بعين الاعتبار أثناء التصوير نجملها فيما يلي"[2]:

- **زاوية عين الطائر:** الهدف منها التقليل من أهمية التفاصيل، والتركيز على المشهد الكلي، والحركة.
- **الزاوية العادية:** الهدف منها التعبير عن الواقع دون دلالات.
- **الزاوية المنخفظة:** الهدف منها التعظيم، والترهيب.
- **الزاوية المرتفعة:** الهدف منها نزع القوة، والتحجيم.
- **الزاوية المائلة** : الهدف منها إبراز عدم التوازن، وعدم الاستقرار، أو التحول.

والصورة التالية نموذج لبعض ما ذكر من الزوايا.



5.4. التأليف وإعداد الصفحة: أو مايسميه البعض "بتنظيم الفضاء"، يهتم بالتوزيع الهندسي لمجال الرسالة البصرية الداخلي، لا بالنظر لأبعاده الإيحائية القوية فقط : فقد "يحدث أن يكون التعارض الملائم في لوحة يتعلق بتأليف الصورة،لا الموضوعات التي تعيد إنتاجها"[2].

6.4. الأشكال: ما من شك أن "للأشكال كباقي الآليات التشكيلية الأخرى أبعادا أنتروبولوجية وثقافية، على صلة وثيقة بمعارف القارئ المستهدف، ومقوماته الحضارية والثقافية، رغم ما قد توحي به ظاهريا من براءة زائفة، غالبا ما تجعل: "صورة الواقع هي غير الواقع في الصورة"[3].

---

[1].الدكتور عبد العالي بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري الصورة الثابتة نموذجا، مجلة علامات عدد18. 2002 ص119-120.

[2]. B Cocula et C peyroutet.Semantique de l'image. Pour une approche méthodique des messages visuels.librairie Delagrave.coll.G Belloc.1986/ P.89

[3].الدكتور عبد العالي بطيب، مرجع سابق مجلة علامات، ص: 120 .

7.4. الألوان، والإنارة: إن "تأويل الألوان والإنارة، كتأويل الأشكال ذو بعد أنتروبولوجي، يحيل في العمق على خلفية سوسيوثقافية محددة، رغم ماقد تكتسيه أحيانا من مظاهر طبيعية يخفي أبعادها التعبيرية المعروفة، ويطمسها مثلا: الأسود لون الحزن، والأبيض لون الصفاء، والأحمر لون العنف..."[1].

8.4. بلاغة الصورة الإشهارية: "إن البلاغـة لاتقف عند حـدود النص اللغوي المكتوب، أو المنطوق، بل إن الصورة أيضا تتضمن أحداثا بلاغية على عكس ما هو سائد من أن البلاغة حكر على اللغة، وأن الصورة نسق بدائي ، مما جعل الصورة الإشهارية تستعمل مجموعة من الآليات البلاغية والبصرية، وذلك قصد التأثير، والإمتاع، والإقناع، وتمويه المتلقي كالتكرار، والتشبيه، والكن اية، والمجاز المرسل، والاستبدال، والتقابل، والتضاد، والجناس، والاستعارة، والمبالغة، والمفارقة، والسخرية، والحدف، والإضمار، والإيجاز، والتوكيد، والالتفات، والتورية، والتعليق، والتكتم، والقلب، والتماثل، والتشكيل البصري(...)"[2].

وبما أن تحليل الصورة بنيويا، فإن الدراسة تهتم بثلاث رسائل هي : الرسالة اللسانية، والصورة التقريرية، والصورة الإيحائية : ففيما يتعلق بالرسالة اللسانية، يشير **بارت** إلى الصورة في علاقتها بالنص من حيث كونها مؤكدة له، وشارحة لمضمونه : "فكل صورة هي مشتركة لفظيا ... وبالتالي، فهي تقتضي إلى جانب د والها، سلسلة عائمة من المدلولات، حيث يمكن للقارئ أن يختار البعض، ويهمل البعض الآخر"[3].

لقد عبر عن بلاغة الصورة قديما **القديس أوغسطين**، ورأى أنها:" عبارة عن شيء، زيادة على كونه حاملا للمعاني، يثير بذاته في الفكر أشياء أخرى"[4].

هذا التعريف يشير إلى أمور عدة منها : أن المعنى قد يوجد خارج الدلالة التي تتحدد باللفظ، أو الإشارة. إضافة إلى أن الدلالة، وما يحال إليها من ألفاظ، وإشارات تتحدد كذلك "بمقولتي الزمان، والمكان اللتين تتحدد معهما خواص عالم الإمكان"[5]. و"بلاغة الصورة المرئية بصفة عامة، والإشهارية بصفة خاصة(...)، تعتمد على مفاهيم الدلالة، والا نزياح، والمفاجأة، أما الانزياح: فهو في عدول دلالة الصورة عن المألوف من علاقة الدال بالمدلول.

---

[1]. نفسره.
[2]. سمير الزغبي، مرجع سابق(بتصرف).
[3]. رولان بارت قراءة جديدة للبلاغة القديمة، ترجمة عمرأوكان، المغرب: إفريقيا الشرق، ط1994 / ص96.
[4]. تودوروف وآخرون. المرجع والدلالة في الفكر اللساني الحديث، ترجمة وتعليق، عبد القادر قنيني، الدار البيضاء: دار إفريقيا الشرق، ط 1/ 2000، ص 23-24 .
[5]. فان دايك النص والسياق، ترجمة، عبد القادر قنيني المغرب، دار إفريقيا الشرق ط، 2000 ص 58/57.

في حين أن المفاجأة : هي أهم عنصر حجاجي في بلاغة الصورة تقوم على تخييب توقع المشاهد حينما يكشف له عن الدلالة الجديدة التي لا تعد العلاقة فيها بين الدلالة، والمرجع حتمية "[1].

ويؤكد هذه الفكرة أيضا **جاك ديوران(Jacques Durand)**، في مقاله المعنون : "**بالبلاغة، والصورة الإشهارية**، حيث يرى أن الوجوه البلاغية يمكن أن تحلل في إطار الخرق المتصنع للمعايير، والمعايير المقصودة هنا هي : **(مقاييس اللغة، الأخلاق، المجتمع، المنطق، العالم المرئي، الحقيقة ...)** من هنا، يفهم أن التجاوزات الواسعة، التي يتيحها الإشهار لنفسه في مجالات الإملاء، والنحو، والصرف، إضافة إلى الاستخدام المكثف للسخرية، والمواضيع الجنسية، والعجائبية، وكذلك التقدير المتواضع الذي يوليه الإشهار لتجاوزاته مثل : إباحيته التي تصدم العديد من العقول السليمة، لكن ذلك كله ليس في الحقيقة تدليسا، أو عجزا ذهنيا، وإنما عبارة عن تنويعات بلاغية صارمة، تساهم كلها في تشكيل البناء الحجاجي، ودفع المشاهد إلى الفعل الملائم لمضمون الخطاب"[2].

بهذا، يتضافر في الصورة الإشهارية كل من الشكل، والمضمون في أسلوب حجاجي بديع يوظف فيه الكثير من القيم الاجتماعية، والحضارية، والثقافية، ف يتبين من خلال سيميائيات الصورة الإشهارية - على المستويين التقريري والإيحائي- أن "ضبط آليات التدليل داخل عالم الصورة (...) هو خطوة جبارة نحو ضبط آليات التناسل الإيديولوجي في رحم الصورة، تناسل يقود إلى التطبيع ، وإلى التكريس، وإلى التبرير"[3].

---

1. الدكتور محمد سالم محمد الأمين الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة، دار الكتاب الجديد المتحدة الطبعة الأولى 2008 ص153-154.

2. Jacques Durand.Rhétorique et image publicitaire , in : Communications,N :15,1970,P71

3 . سعيد بنكراد، "الإرسالية الإشهارية : التوليد والدلالة"، مجلة علامات، بلاغة اللفظ والصورة، ع5، 1996، ص96.

الفصـــل الرابع

- **نماذج تطبيقية.**

- **تقنيات تحليل الخطاب الحجاجي للصورة الإشهارية سيميائيا و تداوليا.**

  - **النموذج الأول: منتوج ماء ليبانزا الإسباني.**
  - **النموذج الثاني: مشروع السكن الاقتصادي لمجموعة شيماء بفاس.**

النموذج الأول:

منتوج ماء ليبانزا الإسباني.



[1] www.cobone.com/ar/deals/jeddah/lebanza-31mar-water/35175

1. التحليل السيميائي:

يمثل الخطاب الإشهاري ظاهرة لغوية ثقافية تواصلية تداولية، تتفاعل فيه أنظمة العلامات اللسانية، وغير اللسانية ؛ لهذا، تعد السيميائيات مدخلا منهجيا ثريا خصبا ؛ لتحليل هذا النوع من الخطابات؛ لأنها تجمع بين ما هو لساني، وما هو أيقوني.

إن الصورة الإشهارية من الناحية السيميولوجية نظام محرك وناقل للمعنى، والاتصال في آن واحد، يقول **رولان بارت: (Roland Barthes)**"تهدف الصورة الإشهارية إلى إيصال رسالة معينة ، فهي إذن، اتصالية بالدرجة الأولى، وموجهة إلى القراءة العامة**(destinée la lecture publique)**، فبهذا المنظور تعد حقلا مناسبلملاحظة ميكانيزمات إنتاج المعاني**(production des sens)** ، عن طريق الصورة"[1]. أما طريقة تحليل الصورة الإشهارية ، فتكون بتجزئة بنيته إلى مكوناتها الرئيسية، ثم إعادة بنائها لأهداف تخدم التحليل. لقد بينت الباحثة **كريستيفا جوليا (Kristiva Julia)**، الغرض من التحليل السيميائي قائلة:

"هو مجموعة من التقنيات والخطوات المستخدمة ؛ للبحث في صيغ اكتمال حلقة الدلالة في نسق معين، وهو الأسلوب العلمي الذي يكشف، يحلل ، ويرقد المعنى في نظام ما ، كما يرقد أيضا العناصر المكونة لهذا المعنى ، وقوانينه"[2]. و بتعبير **إيكو** فتحليل الصورة ينبني على ثلاث مراحل مركزة : **طبيعة الصورة/ تحليل مكونات الصورة/ المنظور التأويلي: تأويل الصورة.**

إلا أن المرحلة الثالثة من قراءة الصورة مستقلة بنفسها؛ لكونها قراءة تأويلية، تتجاوز القراءة الوصفية. بالتالي، فإن القاعدة الأساسية التي يتبعها السيميائي تكمن في تركيب الصورة بدءا بشكلها، وتنظيمها الداخلي، والجمالي، ثم انتهاءا باستخدام الألوان، وعمق الصورة.

أ-المستوى البصري:

إن أول ما يثير انتباه المشاهد في هذه الصورة ، وجود شركة إسبانية تروج منتوجا مائيا طبيعيا، منبعه الجبال، تتوجه به إلى الجمهور، باستخدام الأساليب الحجاجية، والوسائل، والآليات التعبيرية المختلفة؛ قصد تبليغ رسالة محددة تستميل قلوبهم ومشاعرهم، فيقدمون على شراء المنتوج ، إلى ذلك أشار **الدكتور عبد العالي بوطيب** في مقاله المعنون **بآليات الخطاب الإشهاري الصورة الثابتة نموذجا**"، الإشهار يطمح لتعريف الجمهور بمنتوج ما، والعمل على دفعه لاقتنائه"[3].

---

[1]Julia Kristina, recherches pour un sémanalyse, PARIS, seuil, 1969, p19

[2] Martline Joly: introduction a l'analyse de l'image, PARIS, Edition Nathan, 1994/p61

[3] الدكتور عبد العالي بوطيب، مجلة علامات، العدد 18 / 2002 مقال: (آليات الخطاب الإشهاري الصورة الثابتة نموذجا) ص117.

كما يتضح من خلال ها، فتاة شابة واقفة، تحتل مساحة صغيرة داخل الصورة في الجانب الأيمن، ترمز إلى العفاف والخصوبة، والجمال والحياة، والشهوة، والإغراء والهدوء، نظرا لما تتميز به من بشرة بيضاء فاتنة، وشعر أشقر، وعيون عسلية جميلة.

بحيث ترتدي ملابس شفافة بيضاء تشد انتباه المستهلك ، متأملة بخيالها قارورتين من ماء **ليبانزا** إذ تمسك بيدها اليمنى كأسا مملوءا بماء يوحي بالانتعاش والحيوية، ومن ورائها يوجد نوع من العشب الطبيعي **إكليل الجبل** الذي يرمز إلى جودة مياه **ليبانزا** الطبيعية، وتتوسط الصورة قارورتين إحداهما من الحجم المتوسط، والأخرى من الحجم الكبير ، والغرض من ذلك، الإقدام على شراء **ماء ليبانزا** للوصل إلى الراحة التي تعيشها المرأة المقدمة للسلعة المراد إشهارها، كيفما كانت القدرة الشرائية. إضافة إلى ذلك، فإن الإرسالية تحتوي على رسائل خطابية، تارة باللغة العربية، وتارة بالأنجليزية، مع إحالة المستهلك على موقعين بأسفل الصورة يسارا يمكنانه من الاتصال بالشركة التي تروج هذا المنتوج عالميا . كذلك في أعلى الصورة شمالا، عبارة مكتوبة بلون أبيض، داخل إطار أخضر تدل على أن **ماء ليبانزا** صحي؛ بحيث يحتوي على نسبة قليلة من الصوديوم، واستخدام الخليط من الألوان (الأزرق، الأخضر، الأبيض) يجعل الصورة أكثر جمالية.

ب-المستوى اللساني اللغوي:

بما أن الإشهار هو : "خطاب إقناعي يتأسس على إطار نظري ، وجهاز مفاهيمي يستثمر مواقف معينة؛ لدعم وجهة نظر محددة، والعمل على الإقناع بها بشتى الوسائل بما يحمل من دلالات لغوية، تبليغية للأشخاص ومشاعرهم، وأحاسيسهم، وأفكارهم، فإن "موقف الإشهاري يظهر من خلال أسلوب إخراجه للكلمة، ونبرة الصوت وطريقة أدائه ، وما تحتاجه من حركات وإيماءات، مما يعطي دلالة توكيدية للكلمات المتلفظ بها"[1].

لعل الهدف المبتغى من هذه الصورة ، يكمن في فك إرساليتها اللسانية الأولى المتجلية في لفظة **ليبانزا**، التي تسعى الشركة إلى تبليغها للمستهلك، وقد كتبت هذه الإرسالية بحروف بارزة باللون الأخضر، والأبيض في أسفل الصورة ، وعلى ظهر القارورتين موحية للمشاهد، وخاصة المرأة بأن شرب هذا الماء المعدني سيمنح المستهلك الشعور بالراحة، والهدوء، والسعادة، بحيث يمكنه من التمييز بينه، وبين باقي المشروبات المعدنية الطبيعية عند تذوقها.

[1] ينظر أحمد بكالي / سيميولوجيا النص المسرحي /مجلة اللغة والأدب، معهد اللغة العربيــة وآدابها، جامعة الجزائر، العدد 14 سنة 1999. ص 228

كما يثير انتباه المشتري– المرسل إليه– إرسالية لسانية ثانية في أعلى الصورة يمينا باللغة العربية الفصحى عبارتها : هل سبق أن سألت نفسك ما المياه التي تشربينها؟ مترجمة كذلك باللغة الأنجليزية: **(Are you drinking what you think you Are Drinking ?)** تبين قيمة، وأهمية هذا المشروب الطبيعي، وفي ذلك دعوة إلى تجريب، وتذوق "ليبانزا"، و يؤكد هذا الأمر صورة الفتاة التي تستسيغ هذا الماء في كوب زجاجي شفاف، يشير إلى الحالة المادية، والاجتماعية والثقافية.

أما في الجانب الأعلى من الصورة يسارا هناك إرسالية ثالثة تدفع، وتحث المتلقي إلى اقتناء المنتج، وتذوقه؛ حتى يتجلى الفرق، والبون الشاسع بين ليبانزا ، وغيرها من المشروبات المعدنية الأخرى، وهي: "جربي مياه "ليبانزا" الإسبانية، وستشعرين بالفرق".

ففي هذا المستوى إذن "تقوم اللغة بوظيفة تحديد المعنى الأيقوني الصريح، لتفادي أخطاء التعيين"[1]، "لما لها من القدرات التواصلية الخاصة الكفيلة بسد الخصاص التعبيري الملحوظ، وتحصين القراءة من كل انزلاق تأويلي محتمل من شأنه الإخلال بالهدف الأساسي للصورة "[2]. من جهة أخرى تحتوي الصورة على مزيج وخليط من الألوان في أسفلها وأعلاها (الأزرق، الأبيض، والأخضر) .

الأزرق: دال على الغموض والأسرار، والاتساع اللامحدود ، وهو لون السكينة والهدوء والراحة النفسية لكل من يستهلك الماء الطبيعي ليبانزا الإسباني.

الأبيض: كما هو معلوم لون الطهارة والصفاء، والتقوى والفرح، والسلم والعفاف، والجمال، إذ يوحي في هذه الصورة التي إلى طهارة هذا الماء المعدني، وطبيعة منبعه.

اللون الأخضر: يرمز إلى الانشراح والهدوء، و العطاء والنماء ، والحياة والصحة. وهذا إن دل على شيء، فإنما يدل على مكانة، ومنزلة ليبانزا في حياة المشترين. وخلط هذه الألوان، أو جمعها في صورة واحدة، هو تعبير عن التنوع والتكامل، والجمال، والطبيعة المتوفرة في هذا المنتوج.

بناء على ماذكر، فإن الغاية من عرض الألوان هو حمل دلالات متعددة على مر العصور، حيث قرنت بمشاعر ومعتقدات مختلفة، كما حملت ألوان الأشياء ، والملابس دلالات، وجعلت الألوان شعارات ورموزا دينية، واجتماعية وثقافية. بالمقابل أيضا، يظهر من خلال هذه الصورة الإشهارية، الإطار، والتأطير الذي تقول فيه الباحثة جولي : "الإطار حد المعروض البصري، بينما التأطير يقابل حجم الصورة كنتيجة مفترضة للمسافة الفاصلة بين الموضوع المصور، والعدسة اللاقطة"[3].

---

[1] Louis Porcher.introduction a une sémiotique des images.éd.Créd if.1987.P.193

[2] عبد العالي بوطيب، مجلة علامات مرجع سابق ص123

[3] M. Joly.1993 . P.82.

انطلاقا من هذا التعريف، يتضح أن لكل صورة حدودا مادية تضبط بإطـــار، إذ بدونه تبدو الصورة وكأنها مقطوعة وغير تامة، ويتجلى هنا في الشكل المستطيل المحاط من جميع الجوانب الأربعة، الذي يدل على الاتساع والامتداد الأفقي، والقصد من ذلك، سجن المشهد والمشاهد، وجذبهما نحو بعضعهما البعض في اتجاه المركز، والدخول في عالم التخييل . لعل هذه الصورة الثابتة التقطت بعدسة أقل من 35 مم، لها تبئير قصير قادر على التقاط مجال بصري أوسع، مع ما يترتب عن ذلك من تصغير، وإبعاد للموضوعات المصورة، "بحيث يكون التركيز على زاوية النظر الوجهية التي تقابل المتلقي وجها لوجه"[1] .

تأويل الصورة : إن "الدال البصري في حالة الإشهار يجنح أثناء صياغة ميكانيزمات التواصل الإشهاري إلى التخلص من مرجعه المباشر ، ليسرب المعنى ضمن إحالات رمزية ، تخلق العلم والسعادة، والجنس واللذة"[2].

في هذا المقام، يمكن الحديث عن الإحالات الرمزية للماء الطبيعي، وهي رمزية كونية، تحيل في كل الثقافات إلى الحياة والخصوبة، والطهر والنقاء.

من هنا، فإن الخطاب الإشهاري الذي يتم تحليله يستثمر عوالم رمزية، وإيحاءات مضمرة ومبهمة، وغامضة تستهوي الذات المستهلكة، وهذا أمر بالغ الدلالة، فماء **ليبانزا** لم يصل إلينا مفصولا عن غطائه القيمي، فالقيمة التي يسعى إلى ايصالها هي الأساس ، وليس وظيفته، باعتبار أن عالم الوظيفة لا يساعد على بيع منتوج **ليبانزا .**

من هذه الزاوية، إن ماء "**ليبانزا**"، الطبيعي المعدني يمنح الاستم تع الذاتي، واللذة المنفردة بعيدا عن الآخر، المتجلي في عيون المرأة، وهذه اللذة التي تغرق فيها تصل إلى حد الذوبان من جهة، وتنأى بها من عالم الآخر، وإغراءاته من جهة أخرى.

مما جعل هذه الصورة تربط بين لذة، ومتعة **ليبانزا الإسبانية** في عالم بارد يقود المرسل إليه إلى استحضارهما، "فالربط بين الذوبان، واللذة له ما يبرره في اللاشعور الإنساني، الجماعي والفردي على حد سواء. إن اللذة تمثل إحدى التيمات الرئيسية المؤثثة للمِخيال الإنساني، فهي تحيل على فكرة التلاشي والاندثار، والاسترخاء وفقدان السيطرة على الذات"[3].

---

[1] Dominique Serre-Floersheim,quand les images vous prennent au mot,p28

[2] سعيد بنكراد "سيميائيات الصورة الإشهارية: الإشهار والتمثلات الثقافية، ص:181.

[3] المرجع نفسه، ص: 182.

بما أن ماء **ليبانزا** هو ماء كباقي المياه، لا شيء يثير فيه، ولا فائدة غذائية ترجى من تناوله، لكنه مصدر من مصادر اللذة لا غير، فلذة **ليبانزا** خارج طقوس المشاركة مع الآخر، دعوة إلى لذة ذاتية. إنها بالخصوص من طبيعة جنسية، تظهر في لباس المرأة من جهة، وطريقة استرخائها من جهة أخرى،علاوة على أنه بشرب ماء **ليبانزا** تستطيع الفتاة الجميلة الحسناء التخلص من فوضى وضوضاء المدنية، إلى عالم يرمز إلى الحنين للعودة إلى أحضان الطبيعة الممتدة.

من هنا يمكن القول بدون تردد، أن ماء **ليبانزا** يعطي الرشاقة، الجمال، الخفة، الحرية، والإحساس، بمعنى أنه، المشروب الأنسب لهرأة اليوم، المهتمة بالمظهر المتألق ، وهو الماء الأفضل للمرأة العصرية التي توازن بين المحافظة على جمالها من زاوية، ومن زاوية أخرى الاستمتاع برشاقتها، كما تركز الصورة الإ شهارية على شعر الم رأة الجذاب الأشقر المحاكي لجمال الطبيعة وبهائها، وعلى جسد ها الصامت الذي لا يتكلم إلا بلغة الإغراء والمناورة، "فالمرأة في هذا السياق رمز للحداثة، والعصرنة عبر أيقونات اللباس والشعر الأشقر، وما يوحي به فضاء الطبيعة".[1]

يؤكد كل ما قيل، الألوان المشكلة للصورة، فالأزرق هو اللون الطاغي، ماد ام التحدث عن الماء، إذ هو الأساس في تشكيل الصورة، بحيث يذكر بالمساحات اللامتناهية، مما يجعل منه لون الراحة، والاسترخاء والحركة.

أما ا **لأبيض** فيذكر بالحليب الصافي، وعليه ، فهذان اللونان يحاولان نزع صفة المنتوج المصنع عن **ليبانزا** في مقابل مدى طبيعيته من منبعه.

أيضا عند استقراء هذا الإشهار نستشعر نغمتين لونيتين: الأولى **نغمة صافية**، والمقصود بها: أصالة اللون بدون إضافة، ويتجلى ذلك في اللون الأزرق في حين، نجد **النغمة المتواترة** المقصود بها زيادة إضافية على اللون الأصلي . وتظهر في عنوان الصورة في الأسفل من الجهة اليمنى ، وكثرة الألوان تسهم في راحة العين، وتعطيها تأثيرا سارا، بحيث تساعد على جمال التصميم، وروعة المشهد

أما **إضاءة الصورة**، الموجودة بالجانب الأيمن فإنها تعد من العناصر التي تثير الا نتباه، فالهالـة الضوئية تعمل على تقريب ، أو تبعيد الموضوع، أو الشخصية، كمـا تمنحهما قيمـة، بحيث إن **التيباين (contrast)** يأخذ نجاعته الدرامية سواء أمام صورة فنية، أوصورة إشهارية.

بالتالي، فالمنتوج مرتبط بالماضي أي بالأصول والتقاليد، وكذلك المعرفة بالفعل.

---

[1]- C. R. Haas, Politique de la publicité, Bordas, 1988, p. 178

من هذا المنطلق ، توسعت المباحث والدراسات السيميائية، وشملت مختلف جوانب الحياة السياسية والاقتصادية ، والاجتماعية والثقافية ، بل وحتى النفسية، ودخلت بشكل كبير ، ومباشر إلى المعطيات النقدية لما بعد البنيوية، حتى غدت ركنا مهما من أركان التحليل النقدي لما بعد البنيوية.

وقد اتسمت المسيرة السيميائية بالتطور المتنامي المتسارع ؛ لأنها شكلت الأداة والمنهجية الدقيقة في تفسير سلوك العلامات ، وبيان وظائف علاقاتها ، بحيث ابتدأت من تحليل العلامة فقدمت تفسيرا للموجودات، وفهما لحركة العالم، وشرحا لأنظمة الكون وبالتالي ، فإن المسيرة السيميائية هي: مسيرة التسلسل المعرفي، والنقدي الذي يقابل التأمل بالتحليل، والنسق بالتأويل

2. التحليل التداولي :

إن التداولية ليست تخصصا منغلقا على ذاته، بل اقتحمت العديد من الموضوعات الفلسفية التقليدية مثل: الاقتضاء والاستلزام الحواري، والأفعال اللغوية، إضافة إلى اهتمامها بموضوع الحجاج الذي يشكل أحد مقوماتها الرئيسة، بحيث استطاعت أن تقدم الإطار النظري الملائم الذي يسمح بمعالجة العديد من القضايا، كالأفعال الكلامية والحجاج، والاستدلال، والمبادئ التخاطبية، أو الحوارية.

زيادة على ماذكر، فقد جددت البحث، وبطريقة مبتكرة في العديد من المعضلات التي كانت تنتمي إلى المجال المرتبط بالدلالة ، إذ بواسطتها تم التنبيه على ضرورة أخذ الاستعمال اللغوي بعين الاعتبار، كما تجاوزت القدرة على الإنجاز، أي: تجاوز البنية الصورية إلى الكلام في كل حيويته وعفويته، وإلى المتكلم بكل ما له من اعتقادات ، ونوايا معرفية، وإلى المخاطب بكل ما له من فهم ، وقدرة على التأويل وفق مجموعة من القواعد "بعضها كلية من شأنها تغيير وضعية المتلقي ، وتغيير منظومة معتقداته، أو وضعه السلوكي.

يترتب على ذلك أن فهم الكلام وإدراكه، يعني تشخيص مضمونه الإخباري، وتحديد غرضه التداولي، أي قيمته، وقوته الإنجازية"[1].

وتأتي أهمية التداولية من خلال كونها تهتم بمختلف الأسئلة الهامة، والإشكاليات الجوهرية في الخطاب المعاصر؛ لأنها تحاول الإحاطة بعديد من الأسئلة من قبيل:

- من يتكلم، وإلى من يتكلم؟.
- ماذا نقول بالضبط حين نتكلم؟.
- ما هو مصدر التشويش والإيضاح؟.

[1] Orecchioni, C. K : Enonciation de la subjectivité dans le language.- Paris, Armand Colin, 1980.-p. 185.

ـ كيف نتكلم بشيء، ونريد قول شيء أخر؟.

بذلك فالمتكلم يحقق، أو ينجز عبر العملية التواصلية فعلا، أو عملا، وهذا الفعل إما أن يكون دالا، أو إنجازيا، أو تأثيريا.

- أفعال الكلام:

إن **الفعل الدال** الذي يراد به إطلاق الألفاظ في جمل مفيدة ذات بناء نحوي سليم وذات دلالـة يتجلى في هذه الإرسالية، خصوصا في العبارة التالية: **جربي مياة ليبانزا**، ففعل **جربي** فعل أمر، وهو دال على دفع المستهلك لاقتناء المنتج، إذ يفيد الوجوب في نفس الوقت.

أما **الفعل الإنجازي (المتضمن في القول)** هو الأهم بالنسبة لنظرية أفعال الكلام لأنه يحدد الغرض المقصود بالقول ، ويحقق القصد الذي يعبر عنه المرسل، فيتمثل في الدعوة إلى شراء، واستخدام ماء **ليبانزا**، وذلك عبر صورة الفتاة التي تشرب كوبا منه، وهي مركزة نظرها في القارورتين. في حين، نجد **الفعل التأثيري، أو(الفعل الناتج عن القول)** يترك آثارا لدى المخاطب إثر القول(إقناع المخاطب، أو تضليله، أو إرشاده، أو تشجيعه...) ويتجلى ذلك واضحا، في ترك بصمات قوية في قلب وذهن المستهلك ومخيلته؛ بدليل **ستشعرين بالفرق**، فهذه الجملة تجعل المشتري متشوقا لتذوق ويكتشف أسرار، **ماء ليبانزا** الطبيعي .

يستنتج مما ذكر أن هذه الأفعال الثلاثة (فعل القول، والفعل المتضمن في القول، والفعل الناتج عن القول) تمثل مختلف الوظائف التي يضطلع بها كل فعل كلامي ، إلا أن الفعل المتضمن في القول قد لا يدل على دلالته الحرفية (المباشرة)، بل يفيد معنى آخر غير مباشر يحدده سياق القول.

إن كل قول يحتوي بالضرورة على ثلاثة مستويات المستوى الصوتي، والتركيبي، والدلالي: ففي القول الإخباري التالي: **ستشعرين بالفرق** الذي يحتمل عند ربطه بالواقع الخارجي ، الصدق والكذب: يتبين للمتلقي أن هذا الكلام مشتمل على التلفظ بأصوات، وتركيب هذه الاصوات في جملة (فعل وفاعل= ستشعرين) + (شبه جملة من الجار والمجرور = بالفرق)، ثم لا بد أن يكون لهذا التركيب دلالة ، وهي الشعور الذي يختلج باطن المستهلك.

كما يمكن أن تظهر هذه المستويات الثلاث في الأسلوب الإنشائي (الأمر) الدال على الوجوب، الذي لا يقبل صدقا ولا كذبا، المتمثل في: **جربي مياه ليبانزا.**

بالمقابل، تضم الصورة **مبدأ الملاءمة**، المنبني على قاعدة الكم، وقاعدة الكيف، وقاعدة الورود، وقاعدة الجهة، الذي يظهر في تمثل الحد الأدنى للمقاصد.

إنه "مفهوم جديد للسياق، ويرتبط بالعوامل الخارجية التي تتحكم في عمليات التخاطب، كما له دور مهم في إبراز دلالة، ومعنى، واتجاهية الأقوال في فهمها، وتأويلها وفق المعطيات الخارجية، بحيث أعطى مفهوما جديدا للمعنى الضمنى، والمعنى الحرفي، ولمعنى التأويل والفهم، وعالج إشكالات المقامات، أو السياقات التي كانت تقف في وجه التحليل المنطقي التقليدي معالجة فتحت الباب أمام توظيف العلوم المعرفية"[1].

إذ يتضح في عبارة **جربيى مياه ليبانزا .... وستشعرين بالفرق،** فمقصد الإشهاري هنا واضح، وهو التأثير على سلوك المستهلكين بما تتضمنه هذه الج ملة، من قوة تعبيرية، فيسارعون إلى شراء مياه **ليبانزا** الإسبانية، إضافة إلى اعتماده الصدق في القول، والقدرة على الإثبات: **الأقل صديوم،** والاختصار، والتنظيم، مع تجنب اللبس، والغموض في التعبير الظاهر في متن الصورة، ثم الملاءمة بين المقام، والمقال أي: بين الصورة، والمتون الإشهارية.

- المستوى الصوتي:

لو تم إمعان النظر في هذ ا الملفوظ: **هل سبق أن سألت نفسك ما المياه التي تشربينها ؟،** وقرأه القارئ على الغير لوجده يتضمن من خلال سياق الجملة **الاستفهامية،** وما يرافقها **تنغيما خاصا،** وهو في الأصل صورة من صور التعبير عن الظرف النفسي، الذي تشتمل عليه الجملة.

ولاشك أن تنغيم هذه الجملة بنغمة الاستفهام، قد حولها من استفهام إلى تأكيد على جودة **ماء ليبانزا،** بل إلى حصول انفعال في نفسية المستهلك، كما يثير انتباه القارئ، و المحلل لهذا الإشهار جملة: **جربي مياه ليبانزا الإسبانية، وستشعرين بالفرق** المشتملة على نغمة **التقرير، والإخبار،** وكل هذا، سيقرب مقصود الخطاب إلى الأذهان، ويكشف عن مضمونه. ومعنى هذه الملفوظات متوقف على الإيقاع والتنغيم، كقرينة لفظية في التعبير عن المعاني النفسية ، من هنا، تبرز أهمية اللغة المنطوقة المؤثرة في نفس، ووجدان المتلقي.

في هذا الصدد، يرى **الدكتور عبد السلام المسدي:** "إن التنغيم في العربية له وظائف نحوية؛ لأنه يفرق بين أسلوب، وآخر من أساليب التركيب"[2]. كما يقول العالم اللغوي **وتنغشيتن** الغربي الذي له أبحاث في علم الدلالة: "لا نفتش عن معنى الكلمة، إنما عن الطريقة التي تستعمل فيها"[3].

---

[1] د عبد السلام عشير مرجع، سابق ص 25 بتصرف.

[2]. د. المسّدي عبد السلام، التفكير اللساني في الحضارة العربية، الدار العربية للكتاب/ 1981، ص226

[3] أبو ناصر موريس، مدخل إلى علم اللغة الألسني، مجلة الفكر العربي المعاصر، ع.ج رقم 19/18 بيروت/ 1982، ص: 33.

إضافة إلى ذلك، ففي الجملة الأولى الاستفهامية نجد درجة الصوت عالية، أما في الجملة الثانية الطلبية ، نلحظ مستوى التنغيم الصوتي بين منحدر ومنخفض؛ لأن الأمر المثبت يدل على الالتماس فقط؛ "لذلك فإن كل كلمة ، وكل جملة ينطق بهما لا بد أن تشتملا على درجات مختلفة من درجة الصوت، ما بين عالية ، ومنخفضة ومستوية، ومنحدرة، تتناسق وتتناغم؛ لتؤدي الكلمة صوتا معينا، والجملة تركيبا معقولا. لذلك، فاختلاف درجة الصوت في الكلمة، وتغيرها من مقطع إلى آخر ، قاعدة عامة تخضع لها جميع اللغات"[1].

بالتالي، فإن نظرية أفعال الكلام تقوم على أساس دراسة الأبعاد الاجتماعية والتواصلية للخطاب من خلال التركيز على مايمكن إنجازه بالأفعال ، وما يرتبط بعملية الإنجاز من شروط مقامية لها علاقة بالمتكلم والمتلقي ؛ لأن المهم ليس دراسة الجملة ، وإنما دراسة فعل القول في مقام الخطاب . إن إنجاز الفعل الكلامي يظل محاطا بمجموعة من الشروط ، والمميزات التي تميزه عن غيره من الأفعال، والتي يؤدي غيابها إلى عدم تحققه ، وبالتالي استحالة إنجازه ، وتبعا لهذا يمكن تحديد الفرق وفق هذه الشروط بين أفعال يسميها أوستين أفعالا ناجحة، وأخرى خائبة، وهذه الشروط تتجلى في إحداث مطابقة بين الكلام ، والعالم الخاجي مع التعبير عن الحالة النفسية للمتكلم ، والقدرة على الإنجاز التي تختلف باختلاف منزلة المتكلم من المتلقي، وكذلك الإختلاف في أسلوب الإنجاز والقوة الإنجازية.

كل ذلك يتضح من خلال صورة الإشهار ، والخطابات التي تحملها بحيث يلاحظ التطابق بين الكلام والعالم الخاجي ، وكذلك التعبير عن الحالة النفسية التي تغمر ا لمستهلك فتجعله مقبلا ، أو مدبرا عن اقتناء، أو شراء المنتوج **(ماء ليبانزا)**، إضافة إلى القدرة على إنجاز الفعل من طرف الإشهاري ، والمرسل إليه المترتبة على حسب نوعية العلاقة بينهما.

- **المستوى التركيبي:**

ويتعلق بائتلاف الكلمات فيما بينها، بحيث يقوم المتكلم بعد تكوين للمفردات، مع وضعها في **(جمل)** لتحمل المعاني الكلية للفكرة المراد التعبير عنها التي تتخذ أشكالا وقوالب تركيبية مثل: (فعل+ اسم + اسم) (اسم+ صفة) ، (اسم+ فعل) وهكذا...

وعليه فقد استخدم المرسل الإشهاري، أو المنتج من خلال الخطابات الواردة في الصورة أساليب تركيبية تكمن في:

↵ أسلوب الإستفهام: **هل سبق لك، ما المياه؟**

[1] تمام حسان، مناهج البحث في اللغة ص 164.

- جمل فعلية تارة إخبارية تدل على المضارع: **وستشعرين بالفرق**، وتارة أخرى جمل فعلية إنشائية تشتمل على الماضي، المضارع، والأمر: **جربي، سبق، تشربينها، ستشعرين.**
- مركب إضافي: **مياه ليبانزا**، فمياه مضاف، وليبانزا مضاف إليه.
- شبه جملة من الجاروالمجرور: **بالفرق**، فالباء حرف جر، والفرق إسم مجرور.
- مركب وصفي مكون من نعت: **الإسبانية**، ومنعوت: **ليبانزا.**

وبناء على إدراك المتلقي هذه العلاقات يمكنه بسهولة إدراك المعنى الكلي للتركيب والعكس صحيح، إذ يستطيع إدراك العلاقات النحوية للتركيب من خلال إدراك المعنى الكلي للجملة (التركيب).

- المستوى الدلالي:

كل المستويات اللغوية السابقة، من أصوات، وأبنية صرفية، وأنساق تركيبية، لا بد أن تكون حاملة للمعاني أي "**الدلالات**"، وقضية الدلالة هي أقدم ما شغلت به الحضارات ، من قضايا ساهم في دراستها الفلاسفة واللغويون، والبلاغيون وعلماء الأصول، من العرب وغيرهم، فالتغير الدلالي ظاهرة طبيعية نجده ـا في مباحث المجاز، إذ تنتقل الع لامة اللغوية من مجال دلالي معين إلى مجال دلالي آخر، وبذلك تغدو الكلمة ذات مفهوم أساسي جديد، ومنه:

- **مبدأ القصدية: وهو** عبارة عن "حالة ذهنية، تشكل محور إنتاج، وتأويل الملفوظات، والخطابات"[1]. ويبدو في القارورتين، إحداهما ذات حجم كبير، والأخرى ذات حجم صغير، والقصد من هذا ، دعوة المشتري إلى اقتناء **ليبانزا** كيفما كانت قدرته الشرائية ، كما يرى كذلك في اسم المنتوج المراد إشهاره، **Lebonza** الموجود بأسفل الصورة يمينا، والملون بالأزرق والأخضر، والهدف منه أن **ليبانزا** ماء طبيعي صافي صحي، مستخرج من جبال إسبانيا.
- **أسلوب التضمين، أو الاستلزام الحواري**: وهو قول الأشياء دون تحمل مسؤولية قولها؛ لأنها تتضمن أشياء لا تدرك إلا باللجوء إلى التخمين، بحيث "لا يقبل الانفصال عن المحتوى الدلالي، أي: إن **الاستلزام الحواري**، متصل بالمعنى الدلالي، لما يقال لا بالصيغة اللغوية التي قيل فيها بها، فلا ينقطع مع استبدال مفردات، أو عبارات بأخرى ترادفها"[2].

ففي الأيقونات التي استخدمها الإشهاري ، في هذه الصورة **(f) فايسبوك، و (T) تويتر**، ثم البرنامج الحواري**(insta)** تضمين لما يلي:

---

[1] – A.Reboul, J.Moeschler (1998) ; la pragmatique de discours, Paris, Armand Colin, P 156

[2] .نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، ص: 38

- **إذا أردت أن تتصل بنا، أو تتواصل معنا، فعليك بهــذه المواقــع البريدية الإليكترونيــة الثــلاث: (insta -T– f) الموجودة بالرياض، والمعبرعنها ب (LEBANZAKSA).**
- **إذا أرادت إحدى الشركات العالمية أن تشتري المنتوج عن طريق الإعلاميات ، فالتدخل إلى المواقع التالية المشار إليها في أسفل الصورة.**
- **إذارغبت في التعرف على كل ما يتعلق بليبانزا، أو ترسل تعليقاتك، فحاورنا عن طريق (insta -T– f).**

- **مبدأ التعاون:** لقد أكد غرايس على أن الحوار لا تقوم له قائمة إلا إذا احترم المتخاطبان مبدأ أوليا وأساسا قائلا :" ليكن إسهامك في الحوار مطابقا لما يفرضه عليك هدف ، واتجاه التبادل الكلامي الذي التزمت به"[1]. كما قام غرايس بتقعيد التخاطب، على أساس تحديد المبادئ الرئيسة في عمليات التخاطب، وأشكال التواصل عموما، وهذه المبادئ أسهمت في إغناء الدرس التواصلي إلى حد كبير في إبراز القيمة التداولية للكلام . مشيرا إلى قواعد فرعية متعلقة بمبدأ التعاون وهي : قاعدة الكم، قاعدة الكيف، قاعدة العلاقة أو (الورود)، قاعدة الجهة . إلا أن الذي يهمنا في هذه الخطابات المتنوعة هو:

  - **قاعدة الكم:** التي تهدف إلى تجنب الإطناب ، ومراعاة أدبيات التواصل كعبارتي : **الأقل صديوم، و"ليبانزا"**، ثم قاعدة الورود: التي أساسها الملاءمة بين المقام والمقال، الواضحة في الملفوظ التالي: جربي مياه ليبانزا وستشعرين بالفرق ، وفي صورة الفتاة التي تشرب كأسا من ليبانزا ، فالملفوظ يعبر عن المقال، وهو ملائم للصورة التي توحي إلى المقــام. "ولعل الهدف من وضع هذه القواعد هو ضبط مسار الحوار لبلوغ المقاصد"[2].

- **نظرية الاقتضاء :** فهي تعد عند كثير من اللغويين واحدا من المفاهيم الأساسية في التداولية ، "فالاقتضاء مثال حي، ونابض للأكثر الذي يتم إيصاله دون قول "[3]، الذي يمكن الاستدلال عليه بقرائن الأحوال، والعلاقة بين القول والسياق . وتتجلى في الخطاب التالي: **جربي مياه "ليبانزا"، وستشعرين بالفرق،** ومعنى ذلك: إن لم يتم تجربة ما ء **"ليبانزا"**، فلن يشعر المستهلك بالفرق الشاسع بين المنتوج المعروض، والمياه الطبيعية الأخرى. حيث تقتضي هذه القضية دعوة المستهلك الى التجربة، لكن لو افترضنا أن المستهلك لم يخضع إليها أي شرب مياه **"ليبانزا"** فسينتفي الحكم، بذلك يكون الاقتضاء هو مجموعة من الحيثيــات المنطقية المساهمة في صدق أو كذب قضية معينة.

---

[1] د. رضوان الرقبي ينظر الرابط: http://almothaqaf.com/index.php/idea2015/894407.html

[2] الدكتور نجيد مرجع سابق، ص46

[3] عبد السلام اسماعيلي علوي "ما التداوليات" ، (بحث ضمن كتاب) التداوليات، ص21.

- **الروابط التداولية:**

لعل **الروابط التداولية** المستعملة في هذا الخطاب الإشهاري هي : "روابط طبيعية تشارك في إنجاز الأغراض المباشرة، وغير المباشرة، وذلك بكونها إطارا شاملا لمواصفات الربط الاستدلالي التداولي، باعتبارها قرائن تعين على المعنى الظاهر والخفي، كما أنها تعين على تحديد المعاني التي تنجزها ملفوظاتها"[1]. **ك (أن)** التي تشكل مع ما بعدها هيئة مصدر **هل سبق (أن سألت) نفسك**، وكذالك الضمائر التي ترمز إلى أشخاص معروفين معينين، **ك (التاء المتحركة، وياء المخاطبة، والهاء الدالة على الغائب، سألت.... تشربينها).**

فالتاء والياء يعودان على الفتاة المشترية للمنتوج، والهاء تعود على المياه المراد ترويجها، إضافة إلى **واو العطف** التي تفيد الاشتراك في الحكم بين المعطوف عليه، والمعطوف بترتيب، أو بغير ترتيب **جربي(....) وستشعرين بالفرق**، فهذه الروابط التي سبق ذكرها يلاحظ أنها "تربط بين قولين، أو بين حجتين، أو أكثر، حيث كل قول، أو ملفوظ له دور واضح جلي، ومشار إليه ضمن استراتيجية حجاجية شاملة، وعامة"[2].

يعتمد الباث في هذا الخطاب على **أسلوب الإستفهام** الذي هو طلب معرفة شيء مجهول غالبا لدى السائل، بواسطة أدوات تسمى أدوات الاستفهام . مثل **(هل)** التي يستفهم بها عن مضمون الجملة، ويكون جوابها بنعم في حالة الإثبات لا في حالة النفي، المذكورة في العبارة الآتية:

هل سبق لك أن سألت نفسك ما المياه التي تشربينها؟.

- **السلم الحجاجي:**

لقد وظف الإشهاري **السلم الحجاجي**: "المعبر عن مجموعة غير فارغة من القولات، مزودة بعلاقة ترتيبية، وموفية بالشرطين التاليين:

1- كل قول يقع في مرتبة ما من السلم يلزم عنه ما يقع تحته، بحيث تلزم عن القول الموجود في الطرف الأعلى على جميع القولات التي دونه.

2- كل قول كان في السلم دليلا على مدلول معين كان ما يعلوه مرتبة دالا أقوى عليه "[3]، ويتمثل هذا بالضبط، في مواقع التواصل الإجتماعي الثلاثة، الموجودة في يسار الصورة الإشهارية، بالجانب الأسفل.

---

[1]. الاستدلال في معاني الحروف ص: 203.
[2]. أبو عثمان عمرو بن بحر الجاحظ ، كتاب البخلاء ، ص:89.
[3]. طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، أو التكوثر العقلي ص 230 المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء الطبعة الأولى 1998.



فالموقع الأول الفيسبوك **(F)**: هو موقع بريدي إليكتروني، اجتماعي، لساني، تواصلي، وكذلك الموقعان التاليان **(insta-T)**، إلا أن الأول **(F)** أكثر اجتماعية، وتداولية بين الناس، كما يسهل المحادثات الفورية والاتصال السريع، زيادة على ذلك، إقبال أكثر من **مليار مستخدم** له تقريبا. بالتالي فهو الموقع الأكثر قوة؛ لذلك ساقه المرسل في المقدمة.

يمكن القول :"إن استراتيجية الإقناع ، هي السلطة التي يستخدمها المرسل في خطابه دون الاستراتيجيات الأخرى، كالاستراتيجيات الإكراهية، أو الترغيمية ولا تتحقق قولا أو فعلا ، إلا عند تسليم المرسل إليه بالخطاب الملقى . ولتحقيق المراد المقصود يعتمد المرسل أو (المتكم)، الحجاج باستخدام أساليب، أو آليات لغوية تقنية، أو فعاليات استدلالية خطابية مشيدة على عرض رأي، أو الاعتراض عليه؛ ومرماها إقناع الغير بصواب الرأي المعروض ، أو ببطلان الرأي المعترض عليه "[1]. على هذا المنوال، صار"الإقناع هو: مجال البحث الحجاجي، نظرا لكونه محدد المقام والمخاطب، والإطار القولي".[2]

- **أساليب وأشكال الحجاج:**

إن **البلاغة الحجاجية** هي: "تداولية في صميمها، تدعو إلى ممارسة الاتصال بين المتكلم والسامع، بحيث يحلان إشكالية علاقتهما، مستخدمين وسائل محددة؛ للتأثير على بعضهما"[3].

من أبرز الأشكال الاستدلالية المستعملة في آليات الحجاج هناك: **القياس الاستنباطي** ويتم فيه الانطلاق من الفرضية الكلية، لتأتي بعد ذلك المقدمات لتأكيد الفرضية، أو دحضها.

فالفرضية هنا هي : **تبيان الإشهاري للمستهلك أن ماء ليبانزا هو الصالح للشرب** ، وهو الأفضل على الإطلاق، وتأكيد هذه الفرضية في هذا الإشهار يحصل عبر المقدمات التالية:

⇐ مقدمة (1): سوق صورة الفتاة، وهي تشرب كوبا من ماء ليبانزا.

⇐ مقدمة (2): تشكيك المستهلك في المياه التي يشربها، وذلك بطرح السؤال التالي: **هل سبق أن سألت نفسك ما المياه التي تشربينها؟**

---

[1] ينظر عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، مقاربة لغوية تداولية، ط1/ دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، 2004، ص444.

[2] محمد سالم ولد محمد الأمين، مفهوم الحجاج عند بيرلمان وتطوره في البلاغة المعاصرة، عالم الفكر،الكويت، مج28/ ع3، يناير/مارس، 2000، ص67.

[3] د محمد الأمين الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة، بحث في بلاغة النقد المعاصر، دار الكتاب الجديد المتحدة الطبعة الأولى يونيو 2008 ص175-176

⇐ مقدمة(3): دعوة المتلقي إلى تجريب **مياه ليبانزا الطبيعية**، قصد الوصول إلى الفرق بين **ليبانزا**، وغيرها من المياه بواسطة الخطاب التالي : **جربي مياه ليبانزا الإسبانية ، وستشعرين بالفرق.**

⇐ مقدمة (4): نسبة الصديوم قليلة في **ماء ليبانزا**، ويبين ذلك الملفوظ الآتي: **الأقل صديوم.**

⇐ مقدمة (5): سهولة التواصل مع الشركة عبر المواقع التالية (f- t)

أما **القياس الاستقرائي**، فيتم الانطلاق فيه من مقدمات جزئية؛ للبرهنة على صحة النتيجة، وتبيان ذلك يكون بتطبيق عكس ماذكر.

بالتالي، فإن الحجاج يعتمد في الاستقراء والاستنباط على علاقة لزومية بين المقدمات والنتائج. والمتتبع لدراسة هذا الخطاب يجد بشكل آخر **القياس الطبيعي**، و"هو الأكثر ملاءمة للاستدلال اللغوي، إذ به يتماسك الخطاب، وتتركب القضايا فيما بينها؛ لتنشئ قطعا خطابية موحدة"[1].

والقياس السليم هو ماكان عليه السابق وليس اللاحق، وهذا مانبه إليه **بن جني** حين قال: و"اعلم أنك إذا أداك القياس إلى شيء ما، ثم سمعت العرب قد نطقت فيه بشيء آخر على قياس غيره، فدع ماكنت عليه إلى ماهم فيه"[2]. هذا ما يشاهد في الجملة التالية : **جربي مياه ليبانزا الإسبانية** التي تدعو المستهلكين إلى وضع مقارنة بين **ليبانزا**، وباقي المياه الطبيعية الأخرى؛ حتى يلمسوا الفرق بينهما ، ويستكشفوا خصائصها المميزة. لعل ما يميز هذا الخطاب الإشهاري، وجود أساليب وتقنات حجاجية متنوعة منها:

1- مبدإ الا فتراض : بحيث يوجه من خلاله المتكلم حديثه إلى المخاطب على أساس ، مما يفترض سلفا أنه معلوم له، فإذا قال شخص لآخر : **أغلق النافذة**. فالمفترض سلفا أن النافذة مفتوحة، وأن هناك مبررا يدعو إلى إغلاقها، وأن المخاطب قادر على الحركة، وكل هذا موصول بسياق الحال، وعلاقة المتكلم بالمخاطب"[3].

إنه مؤسس على الجواب، والسؤال المتمثل في: **هل سبق لك أن سألت نفسك ما المياه التي تشترينها؟**، وفي الجملة التالية **جربيى مياه ليبانزا الإسبانية، وستشعرين بالفرق.**

2- التضـاد: هو البرهنة على صحة القضية من خلال فساد نقيضها حيث نجد الإشهاري يكشف عن العلاقات الضدية بين الأزواج التالية:

---

[1] اللسان والميزان ص: 290 .

[2] الدكتور محمد الوادي، ينظر مقال "اكتساب الصوتيات العربية وتعلمها"، سلسلة تعليم اللغات الندوة رقم 16، ص13 جامعة مولاي اسماعيل كلية الآداب والعلوم الإنسانية مكناس.

[3] نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر/ ص 26.

- جملة خبرية: **ستشعرين بالفرق**≠ جملة إنشائية: **جربي مياه ليبانزا الإسبانية.**

- الفعل الماضي: هل **سبق** أن **سألت** نفسك≠ الفعل المضارع: **ما المياه التي تشربينها.**

3- **التضمـــن:** ومعناه أن تتضمن المقدمات نتيجة مسكوتا عنها كما هو واضح في العبارة التالية: "**جربي مياه ليبانزا الإسبانية وستشعرين بالفرق**"، التي تتضمن نتيجة مسكوتا عنها وهي: **ماء ليبانزا معدني صحي.**

4- **التكـــرار:** المتمثل في لفظة **ليبانزا** التي ذكرت ثلاث مرات باللغة الإسبانية، ومرة واحدة باللغة العربية، وهذا إن دل على شيء، فإنما يدل على تقرير منتج مياه **ليبانزا** في أذهان المستهلكين المعبر عن جبل بإسبانيا.

5- الحجاج بالقوة: الذي "يكشف معاني النص لإظهار إعجازه، وبيان سلطانه، وتأثيره على الجمهور من خلال اللعب بإمكانات الكلام، فيحصل الإذعان، وتأتي الطاعة تلذذا بعنف محبذ، إذ تحمل ريح المتعة للجمهور، فيلبي النداء، ويستقبل الأمر والنهي"[1].

بحيث تكون مقدماته ذات طبيعة إنشائية **(إفعل)** مشحونة بالترغيب، أوالترهيب، وهو واضح في عبارة **جربي مياه ليبانزا، وستشعرين بالفرق.** قد يرتكز الخطاب الحجاجي على استعمال **الشاهد** "الهادف إلى تقوية، وتأكيد المنتج الذي هو موضوع القول"[2]. المتجسد في الفتاة التي تشرب ماء **ليبانزا،** المعجبة به بحيث يكسبها جمال البشرة، ويجنبها تشققها ؛ لهذا فإن "اختيار **الشاهـــد،** يخضع لمعايير تقتضيها الشروط المقامية، التي تجد لها صدى شعوريا، وعاطفيا لدى المخاطب، فتقوم بدور المحرك لخياله، وتفرض عليه الانتباه والحفيز، وتسهل عليه عملية الفهم"[3].

- **مغالطات الأسئلة والنتيجة:**

إن مغالطة الأسئلة الموجودة في هذا الخطاب، " تكمن في إيقاع المجيب في مغالطة (...) متى كان جاهلا بموضوع السؤال، أو أجاب عن سؤال بسؤال آخر تهربا من الاعتراف بعدم علمه بالجواب؛ ليقع في نفس الوقت في المغالطة بالجهل"[4]، والغرض من ذلك، وضع فخ للمستهلك حتى يسلم بقضية غير معقولة في سياق محدد، مثل: **هل سبق أن سألت نفسك ماهي المياه التي تشتريها؟**

هذا السؤال حتما سيجعل المستهلك يتساءل عن المياه الطبيعية الأخرى التي يقتنيها، فيلجأ تلقائيا إلى استخدام **ليبانزا الإسبانية.**

---

[1] علي الشبعان الحجاج والحقيقة وآفاق التأويل، دار الكتاب الجديد المتحدة ، الطبعة الأولى مارس 2010 ص: 180

[2] Element de Rhétorique et d'argumentation.P.48

[3] د عبد السلام عشير "عندما نتواصل نغير" ، مرجع سابق ص 97 .

[4] د محمد العبد، التداوليات علم استعمال اللغة، مرجع سابق ص 386.

زيادة على ماذكر، تحتوي الصورة على **مغالطة النتيجة** التي يتم فيها " تقديم حجة يمكن أن تكون صحيحة، لكنها تدافع، أو تهاجم قضية تختلف عن تلك التي يتبناها المرسل "[1]، وتوضيح ذلك متمثل خاصة في عبارة **الأقل صديوم** الموجودة في أعلى الصورة يسارا، فهذه الإرسالية فيها مغالطة تتعلق بالنتيجة؛ لأن المرسل هنا لا يقصد قلة الصوديوم في ماء **ليبانزا**، ولكن يقصد المياه الطبيعية المعدنية الأخرى الكثيرة الصوديوم، وبالتالي يجب على المستهلك الابتعاد عنها، وعدم شرائها.

ختاما، يعد الخطاب الإشهاري خطابا ترويجيا يحمل خصائص تأثيرية لفكرة معينة، أو لسلعة ما يسعى من خلالها إلى سرقة، وتصيد اهتمام المستهلك ، وكل الحشود المارة . الأمر الذي يعطي النشاط الإشهاري بعدا اقتصاديا، وتجاريا يسعى وفق لغة تسويقية إلى الإقناع، والغواية غايته في ذلك التحريض، والإخبار على اقتناء المنتوج ، والإعلام بمزاياه التي يسعى إلى تصويرها تصويرا متميزا تتمازج فيه الوسائل الا تصالية الشعبية ، والفلكلورية، والأكاديمية، والثقافية المحلية ، والأجنبية بغية استمالة أكبر عدد ممكن من البشر.

الشيء الذي يجعل الخطاب الإشهاري وسيلة استدراج للإنسان المعاصر ؛ كي يقع في شَرك الاستهلاك، ويستسلم لمضامين المادة الإشهارية التي تتقنع بحيل استقطابية متنوعة بتنوع أهداف المستقطب وثقافته. كما يحمل الخطاب الإشهاري إلى جانب قدرته على الإقناع أداء عاليا في التفنن ؛ لرسم الوعي، وإعادة تشكيل الميل بالاستفادة من معارف ، وثقافات من النوع التاريخي ، والاقتصادي والسياسي، والاجتماعي، والنفسي، واللغوي.

من هذا المنطلق إن الإشهار يعكس شيئا من الحوار بين الثقافات ، ويسهم في التلاقح الحضاري. الشيء الذي يجعل وظيفته لا تتوقف عند الإعلان، والإخبار، والتحريض؛ قصد الاستهلاك، بل تتعدى ذلك إلى الإسهام في تصوير الاحتكاك بين الثقافات المعينة و مميزاتها.

فللصورة الإشهارية تسعى دائما إلى منح المتلقي بعدا بسيطا، وجميلا عن الحياة اليومية، فهي تهدف بتساؤلها الجمالي عن اليومي والمعيش إلى تغيير نمطية المجتمع، وهي تخاطب كيانا كاملا وفترات عمرية متعددة، إذ تسعى بوسائلها الجمالية ، والنصية الخطابية الدلالية إلى تقديم بديل حياتي يمكن المتذوق من الرقي الاستهلاكي، مما يولد المتعة، وهذا الخطاب الاستهلاكي ينشأ على مبادئ ومقومات التجهيز، ويكون ذلك بملامسة الإحساس ، والوجدان والعقل ، وبذلك تمارس الصورة الإشهارية سطوتها على كيان بسيكولجي كامل وعقلي وثقافي متحدين.

---

[1] د حافظ اسماعيلي علوي التداوليات علم استعمال اللغة مرجع سابق ص 392.

إلا أنه من المعروف عند دراسة الصورة الإشهارية لابد من التركيز على العلامات البصرية التشكيلية، والعلامات الأيقونية، والعلامات اللسانية، بالإضافة إلى الانتباه لثنائية التعيين والتضمين، وثنائية الدال والمدلول، والبحث في معمار الصورة الإشهارية ، ورصد وظائف هذه الصورة (الوظيفة الجمالية، والوظيفة التوجيهية، والوظيفة التمثيلية، والوظيفة الدلالية، والوظيفة الإعلامية، والوظيفة الإخبارية،والوظيفة الإيديولوجية والوظيفة التأثيرية، والوظيفة الاقتصادية، والوظيفة التربوية التعليمية، والوظيفة السياسية.

هذا، وتستعمل الصورة الإشهارية مجموعة من الآليات البلاغية والبصرية ؛ قصد التأثير، والإمتاع، والإقناع ، وتمويه المتلقي ، والإضمار، والإيجاز، والتوكيد...

لكن، حينما نريد تحليل الصورة الإشهارية، فلابد من وصف الرسالة على مستوى الإطار والمنظور والعتبات، ومقاربتها إيكو نولوجيا **(Iconologie)**، ودراستها سيميولوجيا تحليلا وتأويلا، والتركيز على العلامات التشكيلية البصرية، دون نسيان البحث في المقاصد المباشرة وغير المباشرة، وتشغيل آليات التأويل، والانتهاء بالمستوى التداولي الذي يهتم بدراسة المقاصد للرسال ــة الإشهارية التي تعيد النظر في مجموعة من القضايا المرتكز عليها في البحث اللساني، وهي من بين هذه المناهج التي نبهت على ضرورة أخذ الاستعمال اللغوي بعين الاعتبار.

بعبارة أخرى أرادت تجاوز القدرة على الإنجاز، أي تجاوز البنية الصورية إلى الكلام في كل حيويته وعفويته، كما اس‌تطاعت التداوليــة اليوم، أن تقــدم الإطار النظري الملائم الذي يسمح بمعالجــة العديد من القضايا ، أو الموضوعات الإ شهارية الخطابية، في مقدمته ــا الأفعال اللغوية ، والحجاج والاستدلال ، والمبادئ التخاطبية أو الحوارية ، ومغالطات الاسئلة والنتيجة ، والتضمين والحجاج بالقو ة، والتضاد ومبدأ الاقتراض ، والقياس الا ستقرائي، والروابط التداولية ، والاستلزام الحواري، ومبدأ القصدية... إضافة إلى أنها استطاعت أن تجدد البحث، وبطريقة مبتكرة في العديد من القضايا المنتمية إلى المجال المرتبط بالدلالة.

النموذج الثاني:

السكن الاقتصادي.



بما أن عملية تحليل الصور ة الثابتة سيميولوجيا تتطلب تحليلا تفكيكيا للبنية من حيث الأشكال، الألوان، الظلال، الرموز، الذوات، الأشياء، والوضعيات... والبحث في دلالاتها وتداخلاتها، والعلاقات بينها، وأبعادها الاجتماعية والثقافية، فإن الخطاب الإشهاري يحاول استدراج المتلقي بكل السبل الممكنة؛ ليثير رغباته فيقدم على الشراء.

أما "في بعدها التواصلي، فتعتني بطرائق التواصل، ووسائل التأثير الاصطلاحية، ووصف العلامات، وتدخل في الاعتبار مفهومي التخاطب، والقصد من التواصل في تقويم الأدلة اللغوية"[1].

لكن البعد التداولي يشمل نظريات يمكن حصرها فيما يلي:

1- النظرية التلفظية **(Enonciation)**.

2- النظرية الحجاجية **(Argumentatiion)**.

3- نظرية الأفعال الكلامية **(Actes du langage)**.

إلى جانب اعتبار الصورة التي يتم تحليلها نسقا أيقونيا، فإنها تحتوي كذلك على الأنساق اللسانية المتعددة، والمتمثلة في:

↵ **النسق الأول:**

(شري دارك ابتداءا من 19 مليون بمشروع المدينة) مكتوب باللون الأبيض، داخل إطار أحمر، استغل حيزا كبيرا في أعلى الصورة، مصحوبا بتحديد مدة العرض إلى **(غاية 29 فبراير)**، وهو عبارة عن عنوان لهذه الصورة الإشهارية المتعلقة **بالسكن الاقتصادي**، والصورة قد التقطت من جهة واحدة يتجلى من خلالها أسرة، مكونة من أب، وأم، وبنت صغيرة، بجانبها مجموعة من المغريات، والمثيرات المتجلية في المشاركة في قرعة العمرة، والتسبيق المبتدأ به هو **0 درهم**، وبعض الهدايا المنزلية.

↵ **النسق الثـاني:**

على يمين هذه الإرسالية، يشير إلى مصاريف التسجيل والتحفيظ بدون مقابل **(مصاريف التسجيل، والتحفيظ بالمجان)**، والهدف من ذلك طمأنة المستهلك من الناحية المادية، ويصاحبه على اليمين نسق مكتوب بخط صغير عبارته: **عرض خاص بمجموعة محدودة من الشقق.**

[1] يرظر أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة ص: 134

في المقابل ، يوجد نسق ثا لث، يتضمن رقما هاتفيا، وعنوانا بريديا : **(0535748000)**، **(www.groupchaimaa.com)** يسهلان التواصل مع المتلفظ بطريقة غير معقدة في حالة طلب المزيد من المعلومات. بالإضافة إلى احتوائها على رمزين في الأسفل يمينا وشمالا: فالأول دال على **مشروع المدينة فاس**، والثاني دال على الشركة المقدمة لهذا المنتج **مجموعة شيماء للعقار**، وهذا ما يصطلح عليه ب**(logo)**.

والعنوان في هذا الخطاب الإشهاري: **شري دارك ابتداءا من 19 مليون بمشروع المدينة عرض محدود إلى غاية 29 فبراير**، مكتوب بالخط الكبير الأبيض المحاط باللون الأحمر، الذي يرمز للخطورة، ويلفت الانتباه، متموضع بالضبط في الجزء الأعلى من الصورة.

هو عبارة عن جملة صحيحة كاملة، تعبرعن المضمون العام للمنتج، إذ يعتبر من أهم عناصر الجاذبية في الإشهار، التي تكون غالبا بارزة ومميزة، كما له طبيعة إخبارية، بحيث يثير اهتمام القارىء؛ كي يرجع إلى تفاصيل الإشهار التي تتضمن أهم المعلومات المتعلقة به، مع ترك الباقي للرسالة الإشهارية.

أما **الإطـــار**، فإنه تقرير للتناسب، والانسجام بين الموضوع المقدم **(السكن الاقتصادي)**، وإطار الصورة. إنه من نوع الإطار العرضي، الذي يقدم الديكور، بحيث يمكـن الفصل بين الشخصيات أو الموضوعات، وكذلك من نوع الإطار المتوسط، الذي يقدم صورة نصفية، متمثلة في الأسرة الصغيرة البارزة على يسار الإرسالية.

إن "مهمة الإطار في حالة استخدامه ، هو خلق إحساس بالوحدة الإشهارية ، وضم أجزائه بعضها إلى بعض، وزيادة قوة لفت النظر"[1]. لكن زاويـة النظر، ليس بالضـرورة أن تكون مركزة من طرف المتلقي،- القارئ، أو المشاهد- على نفس زاوية النظر، والموقع الذي ينطلق منه المصور أو ا لفنان، في حالة تصويره، أو رسمه.

من جانب آخر، تشتمل الصورة على **الإضاءة**، المتجسدة في كل الأيقونات الموجودة بهذا الإشهار، بحيث تعتبر من العناصر التي تثير الانتباه، إذ الهالة الضوئية تعمل على تقريب، أو تبعيد الموضوع أو الشخصية، كما تمنحهما قيمة، وتشمل هنا ثلاثة أرباع الصورة، متجسدة بالخصوص في رقم الهاتف، وفي العنوان والأسرة.

[1] عبيدة صبطي ونجيب بخوش، الدلالة والمعنى في الصورة، ص 171.

إلا أن نمط هذه الإضاءة الآتية من العمق بحيث يكون الموضوع والشخصية أمام الناظر إليها، مع استخدام **التيباين (contrast)** الذي يأخذ قوتـه ونجاعته الدرامية سواء أمام صورة فنيـة أو إشهارية، أو إعلان.

إذا كان الفيزيائيون ، والكيميائيون درسوا اللون كضوء ، أو كمادة للصباغة، فـإن الفلاسفة، والفنانين حاولوا الكشف عن دلالاته؛ لأنه كلما تم استحضار كلمة لون إلا ووقعت الإشارة إلى الفنون التشكيلية، باعتبار أن الفنانين هم الذين يشتغلون به، ليشكلوا عالمهم الخاص، الذي يريدون التعبير عنه بحس خاص، ومصمم الإشهار من جملة هؤلاء المشتغلين بالألوان، وعليه الإحاطة بكل ما من شأنه أن يعينه على توظيفها أحسن توظيف.

"إن أي صورة لا تصبح كاملة، وفاعلة، ومؤثرة إلا إذا كانت ملونة، وهذا بدون شك ينطبق على الصورة الإشهارية، التي يحتل فيها اللون الصدارة ببعديه الجمالي والإيحائي"[1].

في هذا الموضوع نجد **مجموعة شيماء للعقار**، قد تجنبت توظيف الألوان الغامقة، لأنها تثير الكآبة، والانقباض، بل فضلت استخدام الألوان الفاتحة التي تبهج النفس، وتعطي الإحساس بالراحة والهدوء، كاللون الأزرق المستخدم في جل خطابات الصورة، الذي يعبر عن التمعن والتأمل، والفكر، وهو لون الروحانيات، ورمز للصفاء والهدوء، والسكون والراحة بالنسبة للمستهلك.

كما استعمل الإشهاري اللون الأحمر الذي يجعل الأشياء تبدو أكبر ، وأقرب من الحقيقة ، ويرمز إلى الانفعال أي: انفعال المشتري مع السكن الاقتصادي في زمن محدد **إلى غاية 29 فبراير**، وبمبلغ مناسب لحالته المادية.

إضافة الى ذلك، فقد تم توظيف ألوان أخرى بنسبة ضئيلة، كاللون الأخضر الرامز إلى الخير، والأمل والمستقبل، والبعث من جديد، والتفاؤل وتجديد الآمال العظيمة للمستقبل، واستعادة القوى والطاقة في **مشروع المدينة فاس**، والمساحة الخضراء، والشجرة الموجودتان بجانب البناية العظيمة، التي ترمز إلى **مجموعة شيماء للعقار**.

أما اللون الأبيض، فقد احتل من الصورة ثلاثة أرباع، بحيث يدل على ا لنقاء والضوء، والصدق والإخلاص، وعدم التحيز، وكل هذه الصفات يتقمصها الإشهاري هنا؛ ليثير رغبة الزبون في الإقبال على الشراء، كما استعمله ممزوجا ، ومختلطا باللون الأسود، وفي ذلك إشارة إلى التنقل قصد

[1] أمينة رقيق، الخطاب المكتوب، دراسات لتقنيات الحرف واللون والصورة، في خطاب الدعاية التجارية ص: 223 سنة 2014

أداء العمرة. في حين، يلاحظ أن اللون الأصفر شبه منعدم في الصورة، إذ يرمز إلى الفرح، والتفاؤل والحيوية، خصوصا عند الحصول على الهدايا المقترحة لجميع الزبناء.

في ما يخص **سيميولجيا الأشكال**، فإن **مجموعة شيماء للعقار** قد ركزت على أشكال هندسية مكونة من خطوط عمودية، وأفقية متنوعة تحمل دلالات متعددة (المكعب، المستطيل، المربع، الدائرة)، حيث وظفت منذ القديم في الأساطير ، والمعتقدات الدينية والاجتماعية ، وفي الفنون والمعمار، وغير ذلك.

فللمكعب يتمثل في **الكعبة المشرفة**، وهو يوحي إلى الاستقرار والثبات، والاتزان والقوة، وهو شكل مريح لنفسية المتلقي وطمأنينة له، ولا يدعو للرهبة ؛ ولهذا نجد أغلب المساكن، والغرف تأخذ هذا الشكل. **أما المربع**، المتجلي في **مشروع المدينة فاس**، فيومز كما يقال إلى الاحتواء والحدود المضبوطة، والبساطة، والتوازن والثبات، كما قد يرمز إلى الفصول الأربعة.

هذا إن دل على شيء، فإنما يدل على تحقيق القدرة الشرائية طوال السنة، ومن الناحية الهندسية فإنه يوحي إلى التكرار الممل، وإلى التقييد. لكن الحركة الهندسية المعاصرة اختارت الابتعاد عن المربعات، واقتربت من الأشكال الحرة، وكذا المخططات المفتوحة ؛ لتجنب الملل الذي قد يكون سببا في تنفير المشتري.

إضافة إلى ما سبق، فإن الصورة تتضمن الشكل الهندسي **الدائري** الظاهر في **0 درهم**، الدال على الديمومة والدوران، والحيرة والاتساع بالنسبة للمستهلك.

إلى جانب ذلك ، يظهرالشكل **المستطيل** المتمثل في **الهدايا الأربعة، وفي رقم الهاتف، والبريد الإليكتروني، والعنوان المتصدر للصورة الإشهارية**، المعبر عن النمو والاتساع، وهو شكل العمارات الحديثة، إذ يشمل القسط الأكبر من الإشهار، بحيث استخدمه المرسل تارة منتصبا أفقيا، وأخرى عموديا، وكلاهما يدل على امتداد السكن الاقتصادي **لمجموعة شيماء للعقار** بمدينة فاس.

مما لا شك فيه "إن للأشكال كباقي الآليات التشكيلية الأخر ى، أبعادا أنثروبولوجية وثقافية، على صلة وثيقة بمعارف القارىء المستهدف ، ومقوماته الحضارية، رغم ما قد توحي به من براءة زائفة، غالبا ما تنسي المرسل إليه أن صورة الواقع هي غير الواقع في الصورة"[1].

من ناحية أخرى، استعمل الإشهاري **خط الرقعة** الذي يعد من أفضل وأسرع ، وأجمل الخطوط العربية، حيث يتميز بسهولة كتابته، وسرعة قراءته إضافة إلى أنه يجمع ما بين القوة ،

[1] . Louis Porcher,Introduction a une sémiotique des images , p115

والعملية والجمال، وهو من الخطوط الدارجة بين الناس لما وجدوا فيه من راحة وسرعة ، وسهولة قل نظيرها بالنسبة للخطوط العربية الأخرى، كما نجد معظم الدول العربية يعتمدون عليه في الكتابة، ومن هنا، لاقى كل هذا الانتشار، والاستخدام الواسع.

كما له القدرة الفعالة على استغلال المساحة المتاحة للسطور بشكل مميز ، وقد اختياره المرسل لسهولة وسرعة فهمه بالنسبة للمتلقي، وهذا ما تصبو إليه **مجموعة شيماء للعقار** .

في هذا السياق، يمكن استحضار قول العلامة، ابن خلدون:" الخط صناعة شريفة، إذ الكتابة من خواص الإنسان"[1].

على هذا، فالألوان والأشكال، والخطوط تتسرب إلى الصورة محملة بدلالتها السابقة، فالأشكال الهندسية مثل (المربع، أوالمثلث، أو المستطيل، أو الزوايا)، لها دلالات أخرى غير التشكيل الهندسي لفضاءات مقتطعة من كون لا حد له، فالمخاطب المثقف هو الذي يحول الوجه ، والإيماءة والعضو إلى بؤرة لإنتاج الدلالات، وتحديد أنماط استهلاكها.

أما **سيميولوجيا الأشخاص** الواردة في هذا الخطاب الإشهاري ، فهي عبارة عن علامات تحمل إيحاءات وأفكارا محددة، ومعان معينة.

- **الأم:** توحي إلى الحنان والعطف، والعطاء والتضحية.
- **الطفل** : يرمز إلى البراءة والفرح، والحياة والمستقبل، والعفوية والنمو.
- **الأب:** يدل على العمل والعطاء، والرعاية والشقاء، والبذل والتضحية، والمسؤولية.

في حين، يتجسد في الصورة بشكل واضح **التواصل غير اللفظي**، وهو كل عامل يدخل في الظاهرة التواصلية، ولا يهم بشكل مباشر الشفوي والكتابي، ويتمثل هذا النوع من التواصل في وجه الأسرة المكونة من ثلاثة أفراد، القادرة على التعبير عن عدد لا يحصى من المشاعر والأحاسيس، دون أن يتلفظوا بكلمة واحدة، كالسعادة الظاهرة على وجوههم نتيجة حصولهم على السكن الاقتصادي، وقد استخدمهم المرسل بشكل ضمني كطعم لصيد المستهلك وإجباره على تحبيذ فكرة المشروع.

هذا ما يعبر عنه **بالرمز الاجتماعي**، المرتبط بالحياة الاجتماعية التي هي عبارة عن عمليات تواصل، وتبادل للمواقف التي تتم من خلال قيم معينة، ولأجل قيم معينة، وهذا إن دل على شيء فإنما

[1] ذ عبد الناصر لقاح، كلية الآداب مكناس المقال، "عن البعد التصويري في الخط العربي". "الدور التربوي والتعليمي للصورة الحكاية المصورة نموذجا" سلسلة الندوات /3 ص:45

يدل على أن "النظم الاجتماعية وما فيها من علاقات، إنما هي قائمة على أساس عمليات التفاعل، لكن التفاعل لا يمكن أن يقوم بدون اتصال"[1].

هناك أيضا **الرمزية الدينية** التي تفصل في نسيج المجتمع ذاته ؛ من أجل أن تنشئ فيه التجمعات، وترسم الحدود وتقيم التراتبيات، سواء من حيث اللباس، أو الطقوس أوالعادات، والدين كما هو معلوم، غني بالرموز التي تتداخل بشكل أفضل؛ ليكتمل المشهد الديني.

ويتجلى الرمز الديني في هذه الإرسالية التي يتم تحليلها في **الكعبة المشرفة**، التي تعد من أقدس رموز المسلمين، وهي أيضا بيت الله المقدس الذي دعا إليه ضيوفه، لا سيما عند موسم الحج، حيث تكون الكعبة محور طقوسه وعباداته، كما تعد الكعبة قبلة المسلمين في صلاتهم أينما كانوا.

في هذا الصدد، يقول **رايت ميلز**: "يحاول الذين في السلطة تبرير سيطرتهم على النظم، بربط سلطتهم برموز أخلاقية تكون محل الاعتقاد من الجميع، مثل الشعارات المقدسة، والقواعد القانونية المستمدة شرعيا من الدين"[2].

يمكن الإشارة هنا، إلى أهمية **المدخل التواصلي التفاعلي** في دراسة هذا النوع من الخطابات، المنبني على جملة من العناصر التي تتولد عنها جملة من الوظائف، كما بين ذلك **جاكبسون** ونفصلها كما يلي: **فعلى مستوى المرسل**، فالإرسالية الإشهارية مبعوثة من طرف شركة **مجموعة شيماء للعقار** المرموز لها ببناية شاهقة ضخمة **(Logo)**. التي تعتبر الفاعل الأساس؛ لأنها المسؤولة عن رسم خطة التأثير، ثم توجيهها الوجهة الإقناعية المناسبة مستدرجا المتلقي إلى الهدف المتمثل في اقتناء المرغوب، والانتفاع به، وما يبتغيه المرسل من المتلقي دائما كما هو معلوم أن يفهمه عن وضعية اجتماعية تستدعي اهتمام الرأي العام.

إن الهدف من ذكر المرسل هنا، هو الإقبال عليه والتعامل معه، والاتصال به في حالة العزم على الشراء، هذه المهمة قد تحققت بواسطة الصورة التي تضمنت أشياء، وأماكن وشخصيات، وحركات تشكيلية دالة . **أما المرسل إليه** (المستهلك)، فهو الهدف المنشود بالنسبة لهذه الشركة، أوالزبون بالاصطلاح الحديث، الذي يسعى بكل طاقته للحصول على موضوع القيمة.

وإذا كان المرسل هو الذي يسن الخطاب، ويضع شفراته، وينتجه ويرسله، فإن المتلقي يفك سنن الخطاب، وشفراته ومواضعاته؛ بغية إدراكه وفهمه. و من زاوية أخرى، يتولد عن المتلقي:

---

[1] محمد سعيد فرح، الشخصية القومية، دار المعارف، الإسكندرية، 1981/ ص102/ 104.

[2] . حافظ الأسود، المدخل الرمزي لدراسات المجتمع، حولية كلية الانسانيات والعلوم الاجتماعية، جامعة قطر، الدوحة، العدد الرابع عشر/ 1991 / 326.

الوظيفة الإفهامية (Fonction Conative)، وفيها يبذل المرسل قصارى جهده في إفهام المتلقي فحوى الخطاب، الأمر الذي دفعه هنا إلى التفعيل بين الخطاب، وبين الصورة المصاحبة له؛ ليقنع المتلقي ، ويستدرجه شيئا فشيئا، فيدخله إلى عالم الموضوع، وهو الإقبال على اقتناء السكن في أقرب وقت ممكن، عن طريق استخدام أسلوب الأمر المتجلي **في شري دارك ابتداءا من 19 مليون.**

كما يتفرع عن هذا العنصر:

الوظيفة الانتباهية (F.Phatique)، سواء تعلق الأمر بالجانب المعرفي، أو بالجانب التقني، وتعد من أهم الوظائف في الخطاب الإعلامي بصفة عام ة، وفي هذا الإشهار بصفة خاصة، إذ يوجد هدف من ورائه يتمظهر في لفت انتباه الرأي العام لهذه الظاهرة الاجتماعية، وذلك عن طريق "استعمال أساليب متداولة في الحياة اليومية، ومشتركة بين أفراد المج تمع، وهي عادة ما تتكون من كلمات، ومفردات قبلية وجاهزة، لها وظائف تواصلية معروفة"[1].

قد يتضافر مع هذا، عبارة وردت في الصورة الخاضعة للتحليل على اليمين تحت العنوان، وهي **مصاريف التسجيل، والتحفيظ بالمجان،** هذه الوظيفة تدخل ضمن **مستوى قناة التبليغ والتواصل .** والتي تعتبر بمثابة الوسيط المستخدم في الربط بين المرسل والمرسل إليه؛ لضمان التواصل، وتتجلى هنا في جميع الخطابات الموجودة بالإرسالية المدروسة، بالإضافة إلى صورة الأسرة الصغيرة.

في حين يظهر **مستوى الرسالة** بشكل واضح في الصورة، المتمثلة في محتويات الموضوع، وما به من معلومات، وأخبار يود المرسل تبليغها للمتلقي، وإفادته بها، خاصة المعلومات الجديدة التى لا يعرفها من خلال الأخبار المثيرة. قد انطلقت شركة **مجموعة شيماء للعقار** هنا من رهان، وهو أن تفيد المتلقي بما لا يعرفه **ك: شري دارك ابتداءا من 19 مليون بمشروع المدينة/ ومصاريف التسجيل والتحفيظ بالمجان.**

الوظيفة التفاعلية (F.Interactive)، الكامنة في جلب انتباه الرأي العام ، كما هو الحال في الصيغة الواردة في هذه الإرسالية **عرض محدود إلى غاية 29 فبراير.**

إن تعليقا كهذا من شأنه أن يعطي للقارئ أبعادا ورؤى، ومتسعا لخياله ؛ لكي يكون صورا متنوعة في عملية إدراكه للمعنى، ويترك أثرا عميقا فيه بما يزيد من "تحريك المعرفة المختزنة في الذاكرة، وضبط تماسكها"[2].

---

[1] محند الرقيق، مرجع سابق نظرية التواصل وتقنيات التعبير ص 72.

[2] أحمد العاقد، مرجع سابق، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة ص 152

و فيما يخص **مستوى المواضعة**، الذي يعني انطلاق المتواصلين من وضع مشترك واحد في النظام اللغوي، والنظام الثقافي، بحيث يوجد قدر من المعلومات كاف بأن يجعل حبل التواصل مستمرا بينهما على مستوى:

وحدة اللغة: إذ نجد الإشهاري استعمل الكلمات، والجمل التى يعبر بها عن أغراضه المختلفة مثل: **تسبيق ابتداءا من 0 درهم/ وهدية لجميع الزبناء.**

وحدة الثقافة: بمعنى أن هناك تراثا ثقافيا ، وعقيدة فكرية عامة تجمعهما مثل : **المشاركة في سحب قرعة العمرة لشخصين.**

كما ينتج عن مستوى **المواضعة وظيفة اللغة الواصفة (F.Métalinguistique)**، وهي التي تكون خطابا على خطاب، أو لغة تصف لغة كما هو الشأن في اللغة المستعملة في هذا الإشهار **19 مليون بمشروع المدينــة.** بحيث "خصص العالـم **رولان بارث** فصلا خاصـا ضمن كتابه الشهير **(élément de sémiologie)** للأنظمة السيميائية الثلاثة التي تتمتع بها اللغات، وقد عنون هذا الفصل **بالتعيين والإيحاء**، وبين خصائص كل نظام سيميائي.

إن أهم ما أشار إليه في هذا الفصل هو حصر **التعيين** في مجال اللغات المألوفة والعادية، حيث تكون العلاقة بين العبارة، والمحتوى علاقة مباشرة"[1].

أما مستوى المقام ، الذي يعبر عنه بجملة من الظروف والأحوال ، والسياقات الاجتماعية والسياسية، المحيطة بإنتاج هذا المشروع، يظهر ذلك من خلال الملفوظات اللغوية، وتفاصيل الصورة، وكل ما" يتعلق بالعوامل التواصلية التي توسع دائرة الإحالة؛ لتشمل أو ضاع التخاطب ضمن محيط مجتمعي تتفاعل فيه المميزات النفسية للمتخاطبين، ومواقفهم وسلوكاتهم"[2].

كما يتفرع عن المقام **الوظيفة المرجعية** وهي: "أهم وظيفة في الخطابات الإعلاميـة"[2]، تتمثل في كونها خطابا نقديا ، إذ تكشف عن كثير من الحقائق المسكوت عنها في ال مجتمع سياسيا ونفسيا، وأخلاقيا، تتجلى في هذه الصورة في إقحام المستهلك، أو المشتري في دائرة البيع بالتسقيط المقسم على دفعات عبر فترات زمنية طويلة معينة.

إذا كانت الجملة الواحدة يمكن أن تستعمل استعمالات متعددة ، بحسب الأزمنة، والأمكنة والأشخاص، وكان لكل استعم ال خرج **(output)** يتمثل في الملفوظ، فإن هذا يثبت تعدد الملفوظات

---

[1]. ينظر نسيمة البطريق، الدلالة والسينما والتلفزيون في عصر العولمة، دار غريب للطباعة والنشر القاهرة 2004 ص232.
[2]. ينظر محمد شكري سلام، ثورة الإعلام والاتصال من الإديولوجيا إلى الميديولـوجيا(نحو رؤية نقدية) مجلة عالم الفكر المجلد 32 العدد 1 يوليوز-سبتمبر 2003 ص 115

للجملة الواحدة، ويترتب عن ذلك ثبوت تعدد المعاني للدلالة اللسانية الواحدة، الذي يظهر من خلال هذه الصورة الإشهارية في العبارات التالية :

- ✓ شري دارك مع مصاريف التسجيل، والتحفيظ بالمجان.
- ✓ شري دارك مع تسبيق ابتداءا من 0 درهم.
- ✓ شري دارك مع المشاركة في سحب قرعة العمرة لشخصين.
- ✓ شري دارك مع هدية لجميع الزبناء.

بالتالي، فالجملة واحدة، وهي **شري دارك**، وملفوظاتها متعددة.

وعليه، فإن التلفظ هو المجال الذي من خلاله يتحدد النشاط الاستعمالي، ومستعمل اللسان ووضعه، ويجسد صورته، وخصائصه الفردية بالكلام.[1] "قد يتجسد الفرق بين القول والمقول ، أو بين التلفظ والملفوظ ، بواسطة المزدوجتين في الكتابة، (...)، فالمقول ، أو الملفوظ هو ما يكتب داخل المزدوجتين(...)، أما القول، أوالتلفظ فإنه يتجسد بوضوح في القراءات "[2].

كل هذا، مجسد في الجملة التالية: **مصاريف التسجيل، والتحفيظ "بالمجان"**.

فمصاريف التسجيل، والتحفيظ هو القول، أوالتلفظ.

أما بالمجان، فإنه المقول، أوالملفوظ.

مصاريف: مبتدأ، وهو مضاف.

التسجيل: مضاف إليه/ الواو: حرف عطف.

التحفيظ: معطوف على التسجيل.

بالمجان: جار ومجرور، وهو مقول القول في محل رفع خبرللمبتدأ (مصاريف).

بهذا يمكن للنظرية اللغوية أن تشكل جزءمن النظرية العامة للفعل، والسبب في ذلك، يقوم على افتراض مفاده: "أن التكلم في حد ذاته يمثل شكلا من أشكال السلوك الإنساني المنظم"[3]

ومن تقسيمات **نظرية أفعال** الكلام **عند سورل:**

أفعال توجيهية (directives): وهي الأفعال التي تمثل محاولات المتكلم لتوجيه المستمع ليمتثل لمحتوى كلامه، ومن أمثلتها : أفعال الطلب، والسؤال، والأوامر، وهكذا، فإن وجهة المطابقة في هذه القضايا هي من العالم إلى الكلمة**(world to word)**.

---

[1] P. Charaudeau : Langage et discours, éléments de sémiolinguistique. éd Hachette, Paris P 59.

[2]. ينظر، أوليفي روبول: "من الذي يتكلم؟" من كتابه "Langage et idéologie"، ص 81-88. ترجمه "مبارك حنون" في مقال لمجلة علامات ع12، / 1999، ص 43،37.

[3] J.Searle : les actes de langage. P 59

وهذا يعني أنها إيجادية؛ وذلك لأن المتكلم يطلب من مستمعه أن ينجز محتوى كلامه في الخارج، وتتجسد الحالة النفسية للمتكلم في هذه القضايا في رغبته المبنية على وجوب إنجاز المستمع للفعل المطلوب. إن لهذه الرغبة درجات، ومراتب مختلفة تتأرجح بين الدعوة إلى إنجاز الفعل والاقتراح وبين الإلزام والإصرار على إنجازه، وحتى العبارات الاستفهامية لها موقع في هذه الطبقة، ويعتري هذا النوع من القضايا الصدق والكذب، بل إنها تدخل في مجال الالتزام والوفاء بالعمل أو النكوص عنه"[1].

بحيث تظهر جلية في هذا الخطاب الإشهاري، وخصوصا في الملفوظات الإنجازية التالية: **شري دارك/ و لمزيد من المعلومات اتصلوا بنا**، وهي جمل طلبية تدل على رغبة **مجموعة شركة شيماء** في التأثير على أفعال المتلقي حتى يقدم على الاقتناء وتستخدم للطلبات وإصدار الأوامر، والاقتراحات..

كما تحتوي هذه الإرسالية على **جمل خبرية (declarative sentences)**، تستعمل للإعلانات، والتصريحات، وتحتمل الصدق أو الكذب، وتتمثل في عبارات متعددة نذكر منها على سبيل الحصر : **عرض خاص بمجموعة محددة من الشقق**، والغرض من كل ذلك النصح، والتوجيه. إن هذه "الصيغة الخبرية تتميز عن صيغ التمني والأمر، وغيرها، بانحصارها في الصيغ الخبرية، وهي التعبير اللفظي عن القضية..."[2].

أما باقي المستويات الحجاجية الأخرى فإن الصورة تحتوي على **سلم حجاجي** يرتكز على مبدأ التدرج في توجيه الحجج، ويبين أن المحاجة اللغوية لا ترتبط بالمحتوى، وإحالته على مرجع محدد، بل هي رهينة القوة والضعف اللذان ينفلت عنها الخضوع لمنطق الصدق والكذب، ومثال ذلك:

- **تسبيق ابتداء من 0 درهم.**
- **مصاريف التسجيل، والتحفيظ بالمجان.**
- **المشاركة في سحب قرعة العمرة لشخصين.**
- **هدية لجميع الزبناء.**

في هذا الصدد، لا يجب أن ينظر إلى اللغة على أنها طبقة نهائية من الإنتاج الخبري، بل إن كل منطوق يحمل في ثناياه طبقة دنيا وطبقة عليا.

بالتالي، فالطبقة العليا، تنحصر في **تسبيق ابتداءا من 0 درهم**، والباقي يندرج ضمن الطبقة الدنيا؛ لأن الأمر الذي يهم المستهلك بداية ونهاية اطمئنانه على الجانب المادي، المتمثل هنا في **0 درهم.**

---

[1] Searle, John, Expression and Meaning, Canbridge University Press. 1979 / p14.

[2]. محمد أديوان، مجلة الوصل، معهد اللغة والأدب العربي، جامعة تلمسان، العدد الأول، جانفي 1994، نظرية المقاصد بين حازم ونظرية الأفعال اللغوية المعاصرة، جامعة الرباط ، كلية الآداب، ص38.

إلى جانب **السلم الحجاجي**، يوجد بالصورة **المستوى الصوتي**، الذي يقوم بدراسة أصوات اللغة وحروفها من حيث طريقة النطق بها، وأسس تصنيفها وبيان مخارجها، وطبيعة تكونها وتآلفها، الذي لا يقل أهمية عما سبقه، بحيث تتغير نبرته حسب الغاية والمقام إما دلالة عن الفرح: **تسبيق ابتداءا من 0 درهم**، أو الانبهار: **مصاريف التسجيل، والتحفيظ بالمجان**، أو الترغيب: **شري دارك ابتداءا من 19 مليون بمشروع المدينة**

هنا يرغب الإشهاري في اقتناء المنتج باعتباره حلا ناجعا بالنسبة للمشتري، الذي يكون دخله المادي ضعيفا أو متوسطا،وهذا هو الطريق المتناسب مع جيل العصر الحديث والهدف من هذا، هو خلق جو من الألفة والثقة بين المرسل، والمرسل إليه

من جهة أخرى، يلعب **الصوت** دورا بالغ الأهمية في التأثير على المتلقي ، بما يحمل من خصوصيات في التنغيم والنبر، والجهر والهمس، وتصحب الكلمة المسموعة أحيانا الموسيقى، فتزيدها طاقة كبرى على الإيحاء والوهم والتخيل، وعملا على استثارة الحالم، وإيقاظ الراقد في الأعماق. "لذلك، فإن القواعد الصواتية هي قواعد اختيارية لا إجبارية، أي: أنها تندرج في إطار السماع لا القياس، أو في إطار الإنجاز لا القدرة، شأنها في ذلك، شأن باقي الظواهر الصوتية الأخر"[1]ى

يتضح ذلك بشكل جلي في استعمال الإشهاري للنبر الصوتي في الجملة المعتمدة على الضغط على كلمة معينة فيها، فيحصل ا لتضعيف، الذي يفيد التأكيد على الملفوظ التالي في عبارة : **مصاريف التسجيل، والتحفيظ بالمجان**

وإلى ذلك أشار عبد **الكريم الرديني** بقوله: "نبر الجمل يقوم على الضغط على كلمة معينة في الجملة، لتكون أوضح وأفصح من غيرها، وذلك للاهتمام بهذه الكلمة، والتأكيد عليها، ونفي الشك عنها من المتكلم، والسامع"[2].

أما "**الروابط الحجاجية** التي تدخل في إطار كيفية تجاوز مضمون الخطاب الثابت، حيث لا تكتفي بنظام اللغة في الخطاب والتواصل فقط، وإنما تفرض قيودا دلالية على التأويل"[3]، فنجدها متوفرة في هذه الإرسالية، ففي ما يخص حروف العطف التي "تربط بين وحدتين، أو مقولتين، أو أكثر في إطار استراتيجية قولية واحدة"[4].

---

[1] الدكتور محمد الوادي، مقال"اكتساب الصوتيات العربية وتعلمها"، سلسلة تعليم اللغات الندوة رقم 16، ص17 جامعة مولاي اسماعيل كلية الآداب والعلوم الإنسانية مكناس.

[2]. عبد الكريم الرديني، ينظر: فصول في فقه اللغة العام ، دار الهدى عين مليلة، الجزائر/ دط 2009، ص: 187

[3]. إميل بديع يعوب، معجم الإعراب والإملاء، دار شريفة للنشر، الجزائر/ ط2 / د ، ت ، ص384

[4]. مر بالخير، معالم لدراسة تداولية وحجاجية للخطات الصحافي الجزائري ، رسالة دكتوراه ، جامعة الجزائر ، 2005 - 2006.

إنها "تلعب دورا هاما في اتساق النص، وربط أجزائه، وتساهم في بناء الأقوال غير المصرح بها، بفضل مختلف الاستنتاجات التي يقوم بها المتخاطبون أثناء الخطاب "[1]، **فالواو** في عبارة **مصاريف التسجيل، والتحفيظ بالمجان** قد جمعت بين جملتين الأولى **مصاريف التسجيل** والثانية **التحفيظ بالمجان**، وهذا يدل على أن التسجيل سيكون بالمجان والتحفيظ كذلك، والهدف من هذا **الفعل**، هو استدراج المستهلك حتى يستجيب لشراء السكن الاقتصادي بسهولة وبدون تراجع.

أما **حروف الجر** التي تجر معنى الفعل إلى الإسم، حيث يقع بينهما التحام معنوي، وبذلك تصير كأنها جسر يربط بين الإسم والفعل، فنجدها في هذه الصورة متنوعة

فالباء في هذا الملفوظ: **لمزيد من المعلومات اتصلو "بنا"** تعني: الإلصاق والإستعانة، وفي ذلك دعوة المشتري إلى الاقتصار على **مجموعة شيماء للعقار** لا غيرها، كما تفيد المصاحبة أيضا في عبارة **مصاريف التسجيل، والتحفيظ بالمجان** التي تدل دلالة واضحة على تخفيف العبء على المتلقي.

في حين نجد **من** في عبارتي: **تسبيق ابتداءا من 0 درهم/ شري دارك ابتداءا من 19 مليون** فإنها تعني الابتداء والتبعيض، وفي ذلك مراعاة لحال المستهلك

كما أن **حرف إلى:** في الملفوظ الآتي: **عرض محدود إلى غاية 29 فبراير**، فإنه يفيد انتهاء الغاية الزمنية مع الدعوة إلى اغتنام الفرصة قبل فواتها

إلى جانب ذلك، يلاحظ حرف **اللام** الدال على التقوية للتأكيد في الخطابين التاليين **هدية لجميع الزبناء / المشاركة في سحب قرعة العمـــرة لشخصين**، الذي يرمز إلى أن الزبناء كلهم سواسية بالنسبة **لمجموعة شيماء للعقار**. كذلك حرف **(في)** الذي جاء بمعنى **(مع)** في القول التالي: **المشاركة في سحب قرعة العمرة**، إذ في استعماله دلالة على التشويق والإثارة

على مستوى آخر يلفت انتباه القارئ لهذه الإرسالية، وبالضبط عند تصفحها، **مغالطات حجاجية منطقية**، يتم من خلالها استخدام الدلائل -سواء أكانت بسيطة، أم مركبة-، بطريقة قد تبدو منطقية، لكن الحقيقة عكس ذلك، وتبدو بشكل واضح في ابتسامة أفراد الأسرة المتموقعة في يسار الصورة، وفيها نوع من الاستدراج للمستهلك حتى يقع في الفخ وهو: **اقتناء السكن الاقتصادي**، بل هذه الابتسامة مصطنعة، وليست حقيقية؛ لأن الأسرة قد تكون جزءا من **مجموعة شيماء للعقار**، وقد يكون توظيفها مقابل الحصول على مبلغ مادي؛ ولكي تحقق العملية الإقناعية نجاحها لابد من توافر جملة من القواعد الضابطة أثناء

[1]. عبد اللطيف شريفي وزبير دراقي ، الإطاحة في علوم البلاغة ، د ، م ، الجامعية ، الجزائر ، ط ، 2004.

ممارسة الفعل الإقناعي ذاته ناهيك عن الصفات الشخصية المساعدة للمرسل الذي يمارس بشخصيته نوعا من التأثير السلطوي، أو الإغوائي في كثير من المناسبات الإش هارية التي تستدعي صورة المرأة في وضعيات مختلفة ويمكن إجمال هذه القيود في العناصر التالية:

1. خلو الرسالة الإقناعية من المغالطات الوصفية
2. بناء الحجج على سلمية متدرجة، تراعي سياق التخاطب
3. إحالة الرسالة الإقناعية على مرجع ثقافي سائد ومشترك، (عدم التعارض مع القيم الإنسانية والعادات، والمعتقدات السائدة).
4. وضوح الأهداف، وإمكان الوصول إليها
5. الجمع بين الرأي والرأي المضاد
6. تنويع عرض الرسالة الإقناعية مع مراعاة التباعد الزمني في عملية العرض

خاتمة:

من خلال ما تقدم ذكره، يتبين أن هناك مجموعة من العناصر اللسانية ، وغير اللسانية، وبدونها لا يمكن أن تقوم التعابير الحجاجية، أو يختلف تركيبها من سياق إلى آخر، فالمقام التداولي ، هو الذي يوجه البنية ، ويعطيها تركيبا دون آخر، حيث يعتبر بؤرة مهمة في دراسة مجموعة من التقنيات الحجاجية، والآليات الخطابية المختلفة الخاصة ببعض التعابير دون أخرى، ويعطي المنهجية الأساس في تحليل عناصر العملية التواصلية، التي لقيت اهتماما كبيرا من لدن مجموعة من الدارسين في حقول معرفية مختلفة.

إن الخطاب الإشهاري في نهاية الأمر، هو عبارة عن: "خطاب إقناعي حجاجي، حيث يسعى بكل الوسائل الإعلامية المتاحة، وبالاستعانة بجميع الأساليب الإغرائية ، والإقناعية إلى الترويج لأفكاره، أو منتوجاته بطريقة مغرية، وجذابة وحديثة ، خاصة؛ لأن الجمهور يميل دائم ا إلى الجديد، وذلك بغرض تحقيق هدفه البرغماتي "[1]، والمتمثل في تغيير عقلية الجمه ور، و التأثير على نفسيتهم، انطلاقا من استعماله للغة سواء برموز لفظية، أم غير لفظية في سياقات دلالية متنوعة، من أجل الانفتاح على العديد من الأفعال الكلامية ذات مسارات إقناعية مختلفة: (كالتوجيهية، الإخبارية، التأكيدية، الإيضاحية، والتعريفية...)، التي تدعو كلها إلى فعل الشراء.

[1] http://www.univ-soukahras.dz/fr/publication/article/1186

خلاصة:

التواصل في العصر الراهن، يعد تقنية إجرائية، وأساسية في فهم التفاعلات البشرية، وتفسير النصوص والخبرات الإعلامية، والتحكم في كل طرق الإرسال والتبادل.

وتعتبر اللغة من آليات التواصل، ومن أهم تقنيات التبليغ، ونقل الخبرات، والمعارف والتعلمات من الأنا إلى الغير، أو من المرسل إلى المخاطب . وهذه اللغة على مستوى التخاطب، والتواصل ترتكز على مستويين سلوكيين: لفظي وغير لفظي.

لعل الغاية الأساسية والوظيفة الرئيسة التي يستعمل من أجلها الإنسان اللغة ، تكمن في تحقيق عنصر التواصل والإبلاغ، أي نقل معلومات وتبادل آراء، وتعزيز أدوار، وتحقيق منافع اجتماعية، ذلك أن كل عملية تواصلية، تصدر عن تعاون، أو تعاون وهمي بين متكلمين ومتلقيين، يفترض فيهما الاشتراك في مفهوم، ومصداقية العبارات التي يستعملانها[1]، ويكمن نجاح العملية التواصلية الحجاجية بضبط ميكانزمات اللغة، ومراعاة طبيعة المتلقي والتحكم في طبيعة المعلومات التي يتم بثها أثناء الحدث التواصلي.

وتكاد تتفق النظريات اللسانية على اختلاف أس سرها المعرفية على أن كل سيرورة تواصلية تستلزم عناصر محددة يجب توافرها؛ لإن جاح الحدث التواصلي، مثل المرسل والمرسل إليه، والشفرة، لكنها تختلف في مدى مراعاة طبيعة التفاعلات التي تحدث أثناء عملية التواصل، وأشكال الاستجابة للرسالة، والسياق الذي يحدث فيه التواصل.

بيد أن التواصل له ارتباط وطيد برواد المدارس اللسانية، وعلى رأسها **دي سوسير** الذي اهتم بمعالجة دورة الكلام، ولم يقصد بالتواصل هنا المنهج الذي يتكأ عليه لدراسة اللغة وفحصها، من خلال الانفتاح على الأمور التي تحف بالخطاب، على نحو ما استقر في الأبحاث التواصلية الحديثة، وهو أمر يتفق وأصول المقاربة ا لبنيوية التي آمن بها؛ لذلك لم يشر في أثناء كلامه إلى عناصر التواصل– المرسل، والمرسل إليه، والقناة، والشفرة– إلى المرجع، إذ لم ينفتح نموذجه التواصلي الذي قدمه على المرجع، وإنما كان نموذجا مغلقا لم يتجاوز حدود المتخاطبين فقط، فتأكيده على سايكولوجية العلامة اللغوية بجانبيها(**الدال والمدلول**) فيه نفي لعلاقة الإشارة اللغوية بالمرجع، والواقع الخارجي المادي.

ومع تطور العصر، شهد الدرس اللساني الحديث تطورا هاما على مستوى المناهج المتبعة في دراسة اللغة، و تولد عن هذا التطور مفاهيم مختلفة على مستوى وظيفة اللغة، سواء من الناحية اللغوية الخالصة، أو من الناحية الاجتماعية، مما أدى إلى اختلاف في تفسير الظاهرة اللغوية في حد ذاتها

[1]. محمد الولي ومبارك حنون، ترجمة، قضايا الشعرية، رومان ياكبسون، ط1، دار توبقال، الدار البيضاء، 1988م. بتصرف

وكذا الأدوات الإجرائية الجادة، التي تساعد على تفسير الن ص، أو الخطاب اللذين تنتجهما الل غة. ونظرية **رومان جاكبسون (Roman Jakobson)** ماهي إلا إسهام علمي يبرز في سياق هذه التحاليل للظاهرة اللغوية، إذ يعد المنظر الحقيقي لها؛ لأنها تنسب إليه على الإطلاق رغم أن إرهاصاتها الأولى ظهرت عند **دي سوسير**؛ حيث بينت هذه النظرية أن الل غة تقوم على وظائف أساسية في العملية التواصلية المحددة في ستة عناصر : المرسل ووظيفته تعبيرية، والمرسل إليه ووظيفته إفهامية، والمرسلة ووظيفتها شعرية، والقناة ووظيفتها انتباهية، والسياق ووظيفته مرجعية، والقانون ووظيفته ماوراء اللغة. في حين وسع **جاكبسون** عناصر التواصل الثلاثة الواردة في نموذج **بوهلر(المرسل، والمرسل إليه، والمرجع)** إلى ستة عناصر هي : (المرسل، والمرسل اليه، والرسالة، والمرجع، والشفرة ، نظام الرموز، والقناة)، كما وضع إزاء كل عنصر من العناصر الستة التي صاغها وظيفة محد دة تقابله ا، فأصبحت للغة بحسب **جاكبسون** ست وظائف هي:

1./الوظيفة التعبيرية /2. الوظيفة المرجعية أوالإحالية/3. الوظيفة التأثيرية أو الإفهامية /4. الوظيفة الميتالغوية/5. الوظيفة الانتباهية/ 6. الوظيفة الشعرية.

بما أن البلاغة تعد السابق التاريخي لعلم النص المبني على التواصل، فقد امتازت البلاغة القديمة بطابعها التعليمي المعياري والبياني، بحيث كان هدفها الأساس، هو تزويد المبدع ، أو الكاتب المنشئ بمجموعة من الأدوات التي يحتاجها في مجال الكتابة الفنية والجمالية؛ بغية اكتساب ملكة الفصاحة والبلاغة. كما اهتمت بدراسة الصور البيانية . وهذا يعني أن البلاغة الكلاسيكية كانت تعليمية بامتياز، مادامت وظيفتها تلقين الكاتب أو الخطيب فنون الكلام الجميل؛ لكي يكون كلامه ساميا، ويصبح آية في الفصاحة والبيان والبلاغة.

إذ اعتبرها السوفسطائيون اليونانيون فنا للجدل والسفسطة، وتضليل الخصوم، فاعتمدوا على الشك منهاجا؛ للبلوغ إلى أهدافهم، فاتخذوا البلاغة وسيلة؛ للاكتساب والا رتزاق، مقابل تعليم الناس فنون الخطابة والجدل السياسي، و فن الحوار، والسخرية والتهكم.

لقد وقف **سقراط** موقفا انتقاديا لاذعا من هؤلاء الشكاكين الذين تمثلوا منهج المغالطين، الذي كان ينطلق من مقدمات خاطئة؛ ليصل إلى نتائج خاطئة . فكرس **سقراط** فلسفته الأخلاقية لفضح ألاعيبهم اللعينة، وتبيان مكائدهم الخطيرة، والتعريض بجدلهم التضليلي . ومن جهة أخرى، فقد رفض **أفلاطون** تصورات **السوفسطائيين** الجدلية؛ لأنها مبنية على الخداع والتشكيك وتضليل الناس . حيث ميز بين **بلاغتين:** بلاغة **سوفسطائية** واهمة ونسبية، وخادعة وغير حقيقية. وبلاغة **فلسفية** حقيقية موضوعها

إثبات الحق، وتفنيد الخطأ. وفي الوقت نفسه، كانت البلاغة عند بعض المنظرين اليونانيين **كأرسطو** خطابا حجاجيا يقوم على وظيفتي التأثير والإقناع ، ويتوجه إلى الجمهـور السامع؛ قصد إقناعه إيجابا أو سلبا، قصد غاية ما.

تأسيسا على ما سبق، يعد **أرسطو** المؤسس الحقيقي للبلاغة ، ومنطق القيم. وقد سبق عصره بآرائه البلاغية الرائدة في مجال الحجاج والإقناع.

وقد ألف ثلاثة كتب في البلاغة هي : **فن الشعر: (Poétique)**، **وفن الخطابة: (Rhétorique)**، **والحجج المشتركة (Topiques)** وبعد ذلك، تطورت البلاغة في الثقافة العربية بآلياتها البيانية، فارتبطت بالقرآن الكريم، وسؤال الإعجاز فصاحة وصورة، ومعنى وبديعا، ومقاما.

وعليه، فقد كانت البلاغة التقليدية بمثابة عدة منهجية يتزود بها الخطيب ، أو الكاتب في الحوارات الجدلية والسياسية، والقضائية والمناظرات الفلسفية، والأدبية والنحوية . وكانت في عمومها تطرح أسئلة جوهرية مؤرقة تتعلق – أولا– بتحديد مظاهر الإعجاز القرآني في الثقافة العربية . وتتناول – ثانيا – الحقيقة والمجاز، والمحتمل، وتعنى – ثالثا– بثنائية الصدق والكذب.

إلا أن البلاغة الجديدة عند **بيرلمان وزميله تيكتكا** اقتصرت على إعادة النظر في موقف **أرسطو** من البلاغة ، وخاصة التمييز بين الحجج المنطقية الخالصة الخاصة بالوقائع اللغوية، والحجج المرتبطة بالباث، أو المتكلم، أو الخطيب، والحجج المرتبطة بالمتلقي، وبين تلك الحجج كلها ، وبين الأساليب الخطابية. وهذا التمييز بين الحجج المختلفة مكنه من إعادة النظر في الدور الذي تنهض بها المقومات الأسلوبية في البلاغة التقليدية، حيث يؤكد في هذا السياق، على أن المقومات الأسلوبية لا تقتصر وظيفتها على التحسين والتزيين، بل تؤدي وظيفة حجاجية[1].

ومع ذلك فإن البلاغة "عند **جماعة مو البلجيكية** قد أقصت من اهتمامها مجموعة من المباحث الأساسية في البلاغة التقليدية، واقتصرت على دراسة جانب من الصور البلاغية، و يتعلق الأمر بالمجاز في بعده الأسلوبي. كما أنها انفصلت عن جذورها الفلسفية، وانحصر اهتمامها على المجال الشعري، ولهذا وصفت بلاغتهم **– بلاغة جماعة مو –** بالبلاغة المختزلة، نظرا لتضييق مجال اهتمام البلاغة بعدما كانت توصف بالإمبراطورية لتجاوزها مجال الشعر إلى النثر خاصة في بعده السردي[2].

---

[1] خديجة بوخشة " الوظيفة الحجاجية للشعر" مجلة النص العدد 15 جوان 2014

[2] محمد القاسمي، البلاغة الجديدة وتحليل الخِطاب ـ جامعة سيدي محمد بن عبد الله ـ فاس ـ المغرب مقال نشر في مجلة جيل الدراسات الادبية والفكرية العدد 50 الصفحة 35.

في هذا الاتجاه، يعمد **ديكرو** إلى استخلاص الوظيفة الحجاجية بالاستناد إلى التسلسلات الخطابية التي تتأسس انطلاقا من ثلاثة أبعاد رئيسة :

- **الوقائع التي تحيل عليها الأقوال.**
- **بنية الأقوال.**
- **المواد التي يتم تشغيلها .**

انطلاقا من هذه الأبعاد الثلاثة، حدد **ديكرو** موضوع الحجاج، في بيان ما يتضمنه القول من قوة حجاجية غير منفصلة عن معناه، ولا عن روابطه الحجاجية المتضمنة فيه ، وبعبارة أخرى، غير منفصلة عن البنية الداخلية للخطاب الموجه إلى المرسل ، والمرسل إليه، إذ يسعى كل واحد منهما إلى إثبات وجهة نظره، ودحض الرأي المخالف، باعتماد مجموعة من الآليات اللغوية والمنطقية، كالحجاج **الصوري: (الاستدلال، البرهان، والقياس)**؛ قصد التأثير في الطرف الآخر، وفي الجمهور على السواء، ودفعهم جميعا إلى تبني موقف معين.

فإذا كانت هيكلة البلاغة القديمة، وبناء البلاغة الجديدة منهجا وموضوعا قد تم بشكل تدريجي، ومع تطور مناهج العلوم الإنسانية، فإن النظريات التداولية التي ارتبطت بدراسات كل من **أوستن (Austin) وسيورل، وكرايس (Grice)** وغيرهم من التداوليين، اهتمت بالتحليل الشكلي للغة . وبدأ الاهتمام منصبا على تحليل الأقوال باعتبارها أفعالا مرتبطة بالوقائع الخارجية.

إن المنهج التداولي، هو مستوى تصنيف إجرائي في الدراسات اللغوية يتجاوز دراسة المستوى الدلالي، ويبحث عن الآليات، والتقنيات الحجاجية، وكذلك علاقة العلامات اللغوية بمؤوليها، مما يبرز أهمية دراسة اللغة عند استعمالها . ومن ثم، فإنه يعنى بدراسة مقاصد المتكلم؛ وكيف يستطيع المرسل أن يبلغها في مستوى يتجاوز مستوى دلالة المقولة الحرفية، كما يعنى المنهج التداولي بكيفية توظيف المرسل للمستويات اللغوية المختلفة في سياق معين، حتى يجعل إنجازه ملائما لذلك السياق، وذلك بربط إنجازه اللغوي بعناصر السياق الذي حدث فيه، فمنها ما هو ذاتي مثل مقاصد المتكلم ومعتقداته، وكذلك اهتماماته ورغباته، ومنها أيضا المكونات الموضوعية أي : الوقائع الخارجية، مثل زمن القول ومكانه، وكذلك العلاقة بين طرفي الخطاب . وتساهم هذه العناصر في جملتها بتحديد الدلالة عند المتلقي، إذ يعتمد عليها في تأويل الخطاب في سياق معين، كما تعين على معرفة أثر السياق في لغة الخطاب عند إنتاجه.

على العموم، هناك نوع من التفاعل ، بين التداولية واللسانيات الاجتماعية ، في حقول اهتمام مشترك، فقد أسهمت هذه الأخيرة في مجالات معينة ، من **التداولية** وخصوصا في تحليل المحادثات، والخطاب والأدوار الاجتماعية، في تحديد صيغ المخاطبة، المتمثلة في القوة الإنجازية والتضمينات، والمقويات الحجاجية، الموجهة إلى المتلفظ وال متلفظ إليه، – الفعل الكلامي– فضلا عن ذلك تمتلك التداولية، علاقات مهمة وحيوية، مع اللسانيات النفسية، فهناك علاقة بينها وبين علم النفس الإدراكي، وخصوصا نظريات معالجة وإنتاج اللغة.

ولكي تحقق اللسانيات استكشافات جديدة في مجال علم "**تحليل الخطاب**" ينبغي أن تفك عزلتها بالتفاعل مع حقول العلوم الانسانية . ولا تبقى حبيسة زاوية ضيقة ومحدودة، وهذا الطموح، يسمح بإبراز قضايا كثيرة تتعلق بالإ شكالية اللسانية وموقع تحليل الخطاب، وهكذا فإن اللغة بالمفهوم **السيميولوجي** أضحت مجموعة من العلامات، وأن الظاهرة اللغوية هي ظاهرة سيميائية ستكون مادة خصبة للمنهج السيميائي في تحليله للخطاب، مع تجاوز **الثنائية السوسيرية** (اللغة/ الكلام)، مع التركيز على اهتمام ا لسيميائي بالاجتماعي. وحينئذ سيصير الكلام بوصفه انجازا فرديا غير ذي أهمية في مجال البحوث السيميائية.

إن **التحليل السيميائي** هو ذاته تحليل للخطاب، وهو "يميز بين "السيميوتيقا النصية"، وبين اللسانيات البنيوية "الجملية. ذلك أن هذه الأخيرة حين تهتم بالجملة تركيبا وانتاجا _ وهو ما يسمى بالقدرة الجملية فإن السيميوتيقا تهتم ببناء نظام؛ لإ نتاج الأقوال والنصوص . وهو ما يسمى بالقدرة الخطابية ؛ لذلك من المناسب الآن وضع القواعد والقوانين التي تتحكم في بناء هذه الأقوال، وتلك النصوص".[1]

بل، إن التحليل السيميائي للخطاب، ينطلق مما انتهت إليه جهود اللسانيين حول النظرية العامة للغة، و بمسائل التصورات التي أحيطت بالخطاب، الذي يكون متجانسا مع الثنائيات الأساسية : (اللغة / الكلام) (النسق / العملية) _ (الكفاية /الأداء الكلامي)، كما أنه لا يغفل العلاقة التي تربطه بمقوله التلفظ.

علاوة على ذلك، لقد ارتبطت السيميولوجيا، في نشأتها مع علوم اللسانيات والفلسفة، وعلم النفس، والسوسيولوجيا والمنطق، والفينومولوجيا، أو فلسفة الظواهر، إضافة إلى ارتباطها بدراسة الأنتروبولوجيا، كتحليل الأساطير، والأنساق الثقافية غير اللفظية. كما ترتبط السيميولوجيا منهجيا بدراسة الأدب والفنون اللفظية والبصرية، كالموسيقى والتشكيل، والمسرح والسينما. وترتبط كذلك بدراسة الكتب الدينية المقدسة، والشعرية والنحو والبلاغة، وباقي المعارف الأخرى.

[1] جماعة انتروفيرن: التحليل السيميوطيقي للنصوص – ترجمة: محمد السرغيني – مجلة دراسات أدبية ولسانية- ع2 –1986 – ص 26.

وإذا كانت اللسانيات جزء من السيميولوجيا كما عند **دي سوسير**، فإن **رولان بارت** يعتبر هذه الأخيرة أخص من اللسانيات، أي : إنها فرع من اللسانيات، وأن كثيرا من العلامات البصرية ، والأنساق غير اللفظية تستعين بالأنظمة اللغوية.

إضافة إلى ذلك، أصبح التحليل السيميوطيقي تصورا نظريا، ومنهجا تطبيقيا في شتى المعارف والدراسات الإنسانية، والفكرية والعلمية، وأداة في مقاربة الأنساق اللغوية، وغير اللغوية ، وأصبح هذا التحليل مفتاحا حداثيا، وموضة لابد من الالتجاء إليها؛ قصد عصرنة الفهم ، وآليات التأويل والقراءة. ويمكن الآن أن نذكر مجموعة من الحقول التي استعملت فيها التقنية السيميوطيقية للتفكيك والتركيب ، وفي مقدمتها: التواصل، و الإشهار...

من المعلوم، أن **الصورة الإشهارية** خطاب استهوائي، وإيحائي، وإقناعي يتألف من ثلاثة خطابات أساسية: الخطاب اللغوي اللساني، والخطاب البصري الأيقوني، والخطاب الموسيقي الإيقاعي. ويتضمن أيضا ثنائية : **الدال والمدلول**، ويتكون كذلك من ثلاثة عناصر تواصلية: العنصر الأول: هو **المرسل**، والعنصر الثاني: هو **الرسالة** الإشهارية، التي تتكون بدورها من الدال والمدلول، والعنصر الثالث: هو **المتلقي**، الذي يتمثل في الجمهور ، تاركا فيه أثرا حاسما ، اجتماعيا ونفسيا، "بل منشطا للرغبات قصد التحفيز على الاستهلاك"[1] .

زيادة على ذلك، تتضمن الرسالة الإشهارية ثنائية التعيين والتضمين، أو ثنائية التقرير والإيحاء أي: إن هناك رسالتين متداخلتين ومتقاطعتين: رسالة تقريرية حرفية إخبارية في مقابل رسالة تضمينية وإيحائية، و هذا يعني أن هناك رسالة مدركة سطحيا، ورسالة مقصدية باطنية.

إن الصورة الإشهارية لا يمكن أن تحقق النجاح إلا بتجويد الصورة، والتوفيق بين الدلالة التقريرية التصريحية، والدلالة المقصدية الإيحائية.

تأسيسا على ما سبق، تستوجب المقاربة السيميوطيقية التعامل مع الصورة الإشهارية، وذلك من خلال التركيز على م ستويات معينة كالمستوى اللساني، الذي يتمثل في دراسة مجموعة من البني ات: البنية الصوتية والإيقاعية، البنية الصرفية والتركيبية، والبنية البلاغية.

ثم الانتقال إلى المستوى السيميائي، الذي يتمثل في دراسة العلامات البصرية والأيقونية، والانتهاء بالمستوى التداولي الذي يهتم بدراسة المقاصد المباشرة، وغير المباشرة للرسالة الإشهارية.

[1] نجيد، دراسات في علم الدلالة والتواصل، ص 72 ، بتصرف

الاستنتاجات:

بعد انتهاء هذه الرحلة البحثية، التي حاولت من خلالها مناقشة **آليات وتقنيات الحجاج، "الخطاب الإشهاري" نموذجا،** وذلك بالكشف عن مكونات الحجاج الدلالية، وطرق إنتاجه للمعنى، توصلت إلى مجموعة من الاستنتاجات التي تخص الجانبين، النظري والتطبيقي على السواء، أهمها:

أبان الباب الأول، بفصوله، ومباحثه على الاستنتاجات التالية

- اعتبار سياسة التواصل عاملا هاما من عوامل التسويق ، والنجاح لدى المؤسسة، وإن لم يكن موقعها من قبل، ولكن أخذت هذه الأهمية وفق علاقة مطردة مع المنافسة، واشتدادها خاصة مع ظهور اقتصاد السوق. إن سياسة التواصل ضرورة ملحة لأي مؤسسة تعيش في محيط يتميز بالمنافسة الشديدة
- التواصل الناجح، والتفاعل الجيد، يتحقق بالقدر الذي تكون عليه الرسالة، واضحة تتيح فهما واضحا.
- حضور**دي سوسير** بقوة في كل الدراسات اللسانيـة، فهـو أول منظر، لنظرية التواصـل و هي الدال و المدلول، إلا أن نظريته لم تكتمل فيها عناصر الاتصال.
- اعتبلو **جاكبسون** أن للغة وظيفـة أساسية هي التواصل، و أن للغة ستة عناصر وهي :المرسل والرسالة، والمرسل إليه، والقناة، والمرجع، واللغة. ولكل عنصر وظيفة خاصة : فالمرسل وظيفته انفعالية تعبيرية، والرسالة وظيفتها جمالية، والمرسل إليه وظيفته ، تأثيرية وانتباهية، والقناة وظيفتها حفاظية، والمرجع وظيفته مرجعية أو موضوعية، واللغة أو السنن وظيفتهالغوية، أو وصفية.
- ارتباط الحجاج منذ القدم بالخ طابة، أو ببلاغة الإقناع خاصة عند اليونان ب اعتبارها وسيلة حجاجية توظف للدفاع عن الحقوق المسلوبة ، ولهذا اشتهر **السوفسطائيون** وغيرهم ببراعتهم الحجاجية حتى عدوا معلمي الحجاج أو البلاغة ، فالخطيب يقوم في المجالس القضائية يدافع عن حقوقه متسلحا بفصاحته وبلاغته التي تمكنه من الوصول إلى أهدافه. لهذا لقيت الخطابة اهماما كبيرا عند اليونان.
- اهتمام **الفلاسفة اليونانيين**، بدور الخطابة في المجتمع اليوناني ، وفي مقدمتهم **أفلاطون**، من خلال كتابيه **جورجياس وفيدر**، وعلى الرغم من حملته العشوائية على الخطابة، إلا أنه كان يقر بصناعتها للإقناع.
- إسهام **أرسطو** بتأليف **كتابه الخطابة**، في وضع معالم الدرس الحجاج ي الغربي، حيث تحدث عن بلاغة الإقناع وأسسها، بدءا من مرحلة الإيجاد، أي البحث عن الحجج، ثم الأسلوب، وأخيرا ترتيب بناء الخطبة.
- إذا كان **أرسطو** منظرا للحجاج الخطابي عند الغرب، فإن **الجاحظ** منظر للحجاج الخطابي عند العرب.
- التفكير في الخطاب الحجاجي ، مع الأخذ بعين الاعتبار عناصره وأطرافه الضرورية، وما بينها من العلاقات المعقدة: المتكلم، النص، المخاطب، المقام.

- استحضار الشروط، والكفاءات التي ينبغي أن تتوفر في متكلم يمارس الإقناع ، بواسطة الخطاب، مع استلزام النظر في التفاعلات، التي تحصل بين المتكلم، ومخاطبه في مرحلة، إنتاج الخطاب الحجاجي.
- تحديد هوية النص اللفظي اللغوي ، التي تكسب الخطاب الحجاجي ، فعالية خاصة في التواصل، والإبلاغ، والإقناع باعتباره ألفاظا وأصواتا، ونظما وتركيبا، و مجازا، واستعارة، وتخييلا.
- الانطلاق من أن النص الحجاجي، ببنياته وأشكاله، لا ينفصل عن مخاطبه ومقامه، ذلك أن مراعاة المقام، تعتبر من الشروط الجوهرية ، في إنتاج الخطاب الإ قناعي، وهي تقوم على مبدأين أساسين : مراعاة حال المخاطب، ولكل مقام مقال.
- ارتباط قوة البلاغة الحجاجية بالإقناع، وأن فهم البلاغة في معناها النسقي ، العام يفتح آفاقا جديدة ، وخصبة أمام البحث العلمـــي، وخاصة عندمـــا يركز على جانب التفاعـــل، الذي يحصل بين أطراف و ثنائيات عديدة: **المتكلم/المخاطب، النص/ المقام، الحجة/ الصورة، الشكل/المضمون...** الخ.
- تنوع وتعدد أنماط الخطابات: حسب مضامينها(الخطاب السياسي القانوني...).
- حسب شكلها(خطاب سردي، وصفي، حواري، حجاجي...).

أما الباب الثاني بفصوله ومباحثه فقد استنتجت النقاط التالية

- اهتمام كل من **بيرلمان، وزميله** بمجهودات أرسطو، وبالتطورات التاريخية، لمفاهيم الخطابة والجدل، والحجاج، إذ كانت غايتهما في النهاية، إخراج حجاج قائم بذاته، له ممي‍زاته وأهدافه، من خلال كتاب: (Traité de l'argumentation: La nouvelle rhétorique).
- الحجاج في اللغة حسب **(ديكرو وانسكومبر)**، بحث لغوي محض؛ لأنه يقع على اللغة أساسا ، فهو يجعل الأقوال تتتابع وتترابط بشكل دقيق. ولعل أبرز ما يمي‍ز نظرية **ديكرو** ، مفهوم السلالم الحجاجية والوجهة الحجاجية، ويمكن لحظ سمتين أساسي‍تين في نظرية **ديكرو** تتلخصان في: **1/التأكيد على الوظيفة الحجاجية للبنى اللغوية./ التأكيد على السمة التوجيهية للخطاب.**
- اعتبار الروابط أحد المؤشرات الحجاجية، التي تضيف معنى من المعاني، إلى الأقوال التي يتلفظ بها المتكلم، مما يزيدها دقة بداية ونهاية، افتتاحا واختتاما.
- إبراز الفروق بين الحجاج السليم، والمغالط، في العملية الإشهارية في ضوء مقاربات تطبيقية لبعض الخطابات المتداولة.
- إن الآلية الاستنباطية وحدها دون آلية القياس، لا يمكن أن تقوم بوظيفتها، في تحليل الخطاب وتأويله، وفق مقتضياته، وأبعاده المختلفة على أحسن وجه.

- بقدر ما مايختار الفرد ماينا سب من الآليات الحجاجية، يكون لخطابه وقع على مخاطبيه، إمـا استمالة أو إقناعا ، أو إمتاعا ، وذلك بهدف تسريع عملية تعديل موقف ، أو تغيير سلوك ، أو نظرة اتجاه موضوع، أو حدث أو فكرة.
- إن العملية الحجاجية، لا يمكن أن تكون اعتباطية، بل يجب أن ينهض الحجاج فيها، بوظائف يتوخاها المتكلم، من سماعه، كوظيفة التأثير، والاستمالة، والإقناع، والإفحام، والتوجيه، والتنفيذ.
- الخطاب اللساني، له علاقة بمفاهيم أخرى، كاللغة والكلام، والنص والتلفظ، إذ يختلف اختلافا كليا عن الجملة، وكيانه، متميز عنهم جميعا.
- توسيع دائرة اللسانيات، بظهور اتجاهين لتحليل الخطاب: اتجاه لغوي أمريكي، بقيادة **هاريس**، الذي بدأ يحلل ما فوق الجملة، واتجاه لغوي أروبي، بنيوي بزعامة عالم اللغة **جاكبسون**، واضع نظرية التواصل، التي فتحت آفاقا، جديدة أمام البحث اللغوي عموما.
- تركيز اللسانيين المعاصرين، على دراسة الخطاب المنطوق والمكتوب، والمقروء والمسموع نظرا للعلاقات القائمة بينهم، من جهة ، وبين أنظمة العلوم المعرفية الأخرى، من جهة ثانية، وفي مقدمتهم، **دي سوسير، كانغليم، ومارندان، و هاريس، وجاكبسون، وبرلصون، ولويس يالمسلف، جون ديبوا، وبنفست...**
- استطاعة التداوليـة، تقديـم الإطار النظري الملائـم، الذي يسمـح بمعالجـة العديد مـن القضايا، أو الموضوعات في مقدمتها الأفعال اللغوية، والحجاج والاستدلال، والمبادئ التخاطبية أو الحوارية، ثم الحجاج المغالط...، إضافة إلى تمكنها من تجديد البحث بطريقة مبتكرة في العديد من القضايا التي كانت تنتمي إلى المجال المرتبط بالدلالة.
- انبثاق نظرية الحجاج، في اللغة من داخل نظرية الأفعال اللغوية، التي أسسها **أوستن، وسورل**.
- شرح كيفية جريان العمليات الاستدلالية، في معالجة الملفوظات.
- دراسة استعمال اللغة بألفاظ محددة، في مقام تواصلي محدد؛ لتحقيق غرض تواصلي محدد.
- ارتباط التداولية، بكثير من العلوم كالفلسفة، واللسانيات والتواصل، وعلم الاجتماع وعلم النفس.
- تحويل نظرية أفعال الكلام، من النظرية التقليدية (كلام معرفي وصفي)، إلى بعد اللغة الدينامي ، باعتبارها قوة فاعلة في الواقع، ومؤثرة فيه.
- تعدد طرائق تأويـل الملفوظـات، والعلامات في السيميائيات، بتشعب السيرورة الدلالية التي تتولـد، و تتنامى بفعل الإحالات، اللانهائية التي تحيل عليها.
- دور السيميائيات، في الكشف عن فكرة المرسل، التي لا يمكن الوصول إليها إلا بوساطة التأويل.

- الحديث عن العلامة في تصور **بورس**، وعن طرق صياغتها، وأشكال تداولها، هو الحديث عن النشاط الإنساني، باعتباره بؤرة مركزية منتجة للعلامات.

- في حين استخلصت من الباب الثالث بفصوله ومباحثه مايلي:

- للخطاب الإشهاري: مكونات، وخصائص، كما له أشكال وأنواع، ووظائف ونظريات.
- الخطاب الإشهاري صناعة إعلامية، وثقافية بأتم معنى الكلمة، إذ يكتسي طابعا ثقافيا ، يتمثل في مكوناته المختلفة، من حيث أساليبه اللغوية والحجاجية، والسيميائية والتداولية، بالإضافة إلى بعده الاقتصادي، والسياسي والاجتماعي، المرتبط بالدعاية التجارية.
- استنطاق الأيقونة، عن طريق التسنين الثقافي، وتحويلها إلى علامة، وهذا ماأكد عليه **إيكو**، إذ اعتبرها علامة عرفية ثقافية.
- ضرورة اللجوء إلى المقارنة السميولوجية ، من أجل الكشف عن القيم الدلالية ، والعلامات المسننة للصورة الإ شهارية.
- تعليم الباحث القراءة الفاحصة ، لمكونات الخطاب الحجاجي ، الداخلية والخارجية، و دفعه إلى الاشتغال التطبيقي التفصيلي ، سيميائيا وتداوليا، على علاقة المكونات النصية بالأغراض والمقاصد، والانتباه إلى ما في الألفاظ والأصوات، والتراكيب والصور من تعدد دلالي ، وثراء إيحائي، و قابلية للاستعمال في مقامات، وسياقات مختلفة.
- توظيف البلاغة الحجاجية – بتقنياتها المتعددة–؛ من أجل محاولة تقديم إجابات مقنعة عن أهم القضايا الفكرية المعاصرة الم تمثلة في تغيير مفهوم الزمان والمكان، وحدود ما يبث ويقدم إلى المتلقي ، يوميا من معلومات، ومعارف سواء كانت خطابا مقروءا، أو مكتوبا، أو مسموعا.
- الصورة الإشهارية، تركيبية لا تقبل التقطيع، إلى عناصر صغرى مستقلة ؛ لأنها ترابطية تختزن في بنائها دلالات لا تتجزأ.
- لغة الجسد، غالبا ما تكون أكثر تأثيرا من لغة الكلام، فالناس يصدقون عادة حركات الجسد، أكثر مما يصدقون كلمات المرسل؛ لأنها تعكس مشاعر ومواقف، وقناعات أكثر من العبارات.
- الإشهاري مسؤول أمام المستهلك، كما أنه مسؤول أمام القيم الحضارية، التي يجب أن لا تخلط بوضعيات تافهة، أو ظرفيات مبتذلة، لا قيمة لها.
- تجاوز مرحلة التنظير ، والمفاهيم إلى مرحلة الممارسة التطبيقية ، على النصوص والخطابات القديمة ، والحديثة، مع الاستعانة بمفاتيح المنهج البلاغي، الحجاجي المعاصر بصفة عامة.

- اعتماد الخطاب الإشهاري على تراكيب ، وقواعد معينة؛ لتحقيق الهدف، وفي مقدمتها آليات وتقنيات "**الحجاج**"، الذي يعتمد تلقائيا في أي خطاب إشهاري بهدف الاستمالة والإقناع.
- اشتهار اللغة المعتمدة، بعدم الاهتمام بالنواحي، البلاغية والجمالية، وإن وجد بعضها، فإن الغرض منها ترويج المنتوج، الأمر الذي يفسر ارتفاع نسبة الإشهار، باللهجة العامية مقارنة باللغة العربية.
- تركيز الصور الإشهارية التي تناولها البحث، على نظام ترميزي شفوي، يقوم على الخطاب المباشر، دون إهمال بلاغة الصورة.
- تميز الخطاب الإشهاري ، بالتطابق بين ما هو لغوي ، وما هو أيقوني ، وهي عملية مقصودة ، تحقق وظيفة الترسيخ والمناوبة.
- تقديم النسق، الصوتي بشكل جيد، الأمر الذي ساعد في تحقيق فعل المحاججة.
- الاهتمام بموضوع بناء الحجة وترتيبها في الخطاب الإشهاري ، مع مراعاة الاتساق ، بين الجانب اللساني، والجانب الأيقوني للإرسالية الإشهارية.

التوصيات:

إن قراءة الصورة الإشهارية، أو الصورة الثابتة، لا تعد القراءة الوحيدة، والشاملة، فعلى كل قارئ أن يضع شبكة حجاجية ممنهجة لدراستها، معتمدا على كفاءته التأويلية، وقدرته الإنجازية؛ لفهم علاماتها التشكيلية، والبصرية عامة، وقد ترتكز أساسا على المعرفة والثقافة واللذة ، إضافة إلى تسلحه بترسانة من الأدوات الإجرائية؛ لإن الصورة الأيقونيـة هي المرآة التي تنعكس عليها عقلية المبـدع، و مجتمعه، والجو الثقافي الذي يسود عصره، والتيار الإيديولوجي الذي يوجه فكره، بل إنها مرآة لكل معاناته النفسية والجسدية، والعاطفية والفكرية، والحضارية، لهذا كانت "الصورة الأيقونية بمثابة بوتقة تتقاطع فيها علاقات الفرد بنفسه، وبمحيطه، إذ تنصهر فيها مواقف الآخر".[1]

وبالتالي، فإن كل القراءات التي تتناول الأعمال الفنية، والصور الإشهارية هي عبارة عن تأويلات يستحيل معها تطابق الصورة مع المرجع، فالصورة في العود والبدء، دائما في إبداع قرائي حجاجي، وتأويل جديد.

[1]. ذ فاطمة شبشوب كلية الآداب مكناس، مقال: "الصورة الأيقونية بوتقة علاقات ومواقف" سلسلة الندوات 3 ص: 37 الدور التربوي والتعليمي للصورة الحكاية المصورة نموذجا.

لائحة المصادر والمراجع العربية:

1. ابن منظور، لسان العرب، جمال الدين محمد بن مكروم: ط1، دار صادر، بيروت 1997.
2. ابن منظور،لسان العرب المجلد الرابع، ط1، 2000، دار صادر للنشر، والتوزيع، مادة (ح،ج،ج).
3. أبو زكرياء يحيي ابن زيا د (د.ت)، معاني القرآن،ج.1، الفراء، تحقيق محمد علي النجار أحمد يوسف نجاتي الناشر، دار عالم الكتب، ط 3، سنة النشر1983م.
4. أحمد الصمعي، السيميائية وفلسفة اللغة، أمبرتوإيكو، ت: ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005، نقلا عن:Charles S Peirce : To lady, edited by I Roin.c.Lieb 18
5. أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي، من اللغة الى السلطة الناشر : دار الثقافة المغربية، ط1الدار البيضاء 2002م.
6. أحمد المتوكل، الوظائف التداولية في اللغة العربية، دار الثقافة، الدار البيضاء، المغرب، ط1/ 1985.
7. أحمد المتوكل، قضايا اللغة العربية في اللسانيات الوظيفية، الناشر: دار الإيمان، مطبعة الكرامة.
8. أحمد أمين وزكي نجيب محمود ، قصة الفلسفة اليونانية، مطبعة الجنة للتأليف ، والترجمة والنشر، ط 1964/5.
9. أحمد كروم، الاستدلال في معاني الحروف، الناشر دار الكتب العلمية، بيروت سنة النشر 2009 م.
10. أحمد كروم، الاستدلال في معاني الحروف، دراسة في اللغة والاصول، المطبعة الوراقية الوطنية الطبعة الأولى1991.
11. أحمد مختار عمر، علم الدلالة، عالم الكتب، القاهرة، الطبعة السابعة،1430ه.
12. إدريس بلمليح، ترجمة الرؤية البيانية عند الجاحظ، ط1/ 1984، دار الثقافة، الدار البيضاء.
13. إدريس سرحان، التأويل الدلالي، التداولي للملفوظات، وأنواع الكفايات المطلوبة في المؤول، كتاب التداوليات علم الاستعمال إعداد: د.حافظ اسماعيل علوي. .
14. أرسطو طاليس، الخطابة، الترجمة العربية ا لقديمة، حققه، وعلق عليه عبد الرحمن بدوي ، الناشر: وكالة المطبوعات الكويت، ودار القلم بيروت.
15. أرسطو في المقالة الثامنة من كتابه" المواضع "Lestopiques".
16. أرسطو، الخطابة، ترجمة بدوي، دار الشؤون الثقافية العامة، وزارة الثقافية والإعلام، بغداد ط 1986.
17. أرمنكو فوانسواز، المقاربة التداولية، ترجمة سعيد علوش، مركز الإنماء القومي، ط 1 تاريخ النشر 1987(د .ت).
18. اسليماني العربي، التواصل التربوي، مدخل لجودة التربية، والتعليم مطبعة النجاح ط، 2005، الجديدة، الدار البيضاء.

19. أميرة حلمي مطر، تاريخ الفلسفة عند اليونان، فصل "الجدل الأرسطي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة الطبعة الثانية،1998
20. إميـــل بديع يعقوب، معجم الإعراب والإمـــلاء، دار شريفة للنشر، الجزائر، ط2/ د، ت.
21. أمينة الدهري، الحجاج وبناء الخطاب في ضوء البلاغة الجديدة، شركة النشر والتوزيع المدارس، الدار البيضاء المغرب، الطبعة الأولى سنة 2010م.
22. أندريه لالاند، القاموس الفلسفي، ترجمة وتحقيق، خليل أحمد خليل، الناشر عويدات للنشر والطباعة ط/1،2002.
23. أوستن ترجمة عبد القادر قنيني، نظرية أفعال الكلام العامة، الناشر : دار إفريقيا الشرق 1991م الدار البيضاء.
24. أوستن، عندما يعني القول الفعل، الترجمة الفرنسية، طبعة 1970.
25. الباجي المنهاج في ترتيب الحجاج ، تحقيق عبد المجيد تركي، دار النشر، دار الغرب الإسلامي بيروت،2001 الطبعة الثانية.
26. الباجي، المنهج في ترتيب الحجاج ، دار الغرب الإسلامي، بيروت تحقيق، عبدالمجيد تركي سنة الطبع: 2001.
27. البايبي أحمد (2006)،القضايا التطريزية في القراءات القرآنية، ج 1.
28. بلخير عمر(2003)، تحليل الخطاب المسرحي في منظور النظرية التداولية، منشورات الاختلاف، الجزائر.
29. بنكراد النص السردي: نحو سميائيات للإيديولوجيا، دار الأمان، الرباط: 1996.
30. بيار غيرو، السيمياء، ترجمة انطوان ابي زيد، منشورات عويدات، بيروت 1981.
31. تمام حسان، مناهج البحث في اللغة، الناشر، مكتبة الأنجلو المصرية ، سنة النشر : 1990. القرشي الدمشقي(1994)، تفسير ابن كثير،ج4، ابن كثير.
32. الجردي نبيل عـــارف ، مقدمة في علم الإتصال : الإمارات العـــربية المتحـــدة الناشر مكتبة الإمارات:1985.
33. الجويني، الكفاية في الجدل، تحقيق حسين محمود فوقية، نشر مطبعة عيسى البابي الحلبي القاهرة،1979.
34. حافظ الأسود، المدخل الرمزي لدراسات المجتمع، حولية كلية الانسانيات والعلوم الاجتماعية، جامعة قطر، الدوحة، العدد الرابع عشر، 1991.
35. حسان الباهي، الحوار ومنهجية التفكير النقدي، نشر أفريقيا الشرق، المغرب سنة 2004.
36. حسان باهي، اللغة والمنطق، دار الأمان للنشر الدار البيضاء المغرب الطبعة الأولى 2000م.
37. حسان تمام، اللغة العربية معناها، ومبناها، نشر دار الثقافة، الدار البيضاء المغرب.

38. حسنين شفيق، التصوير الصحفي، (القاهرة: دار فكر وفن، 2009 م).

39. حكيمة بوقرومة، دراسة الأفعال الكلامية في القرآن الكريم (مقاربة تداولية) منشورات، مختبر تحليل الخطاب، دار الأمـــل العدد الثالث ماي 2008 جامعة تيزي وزو.

40. حمادي صمود، مقدمة في الخلفية النظرية للمصطلح، ضمن أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو الى اليوم، منشورات كلية الآداب والفنون والعلوم الانسانية، تونس.

41. خولة طالب إبراهيمي، مبادئ في اللسانيات، الطبعة الثانية، دار القصبة للنشر 2006 الجزائر. مسعود صحراوي، في الجهاز المفاهمي للدرس التداولي المعا صر، كتاب التداوليات علم استعمال اللغة، إعداد وتقديم الدكتور حافظ اسماعيل .

42. دي سوسير، محاضرات في الألسنية العامة، يوسف غازي وآخرون المؤسسة الجزائرية للطباعة1986 .

43. محمد بوطاهر، محاضرات في التركيب، ماستر الخطاب اللساني سنة 2013 كليـــة الآداب والعـــلوم الإنسانية سايس– فاس

44. رجب عبد الجواد إبراهيم، دراسات في الدلالة والمعجم، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر، والتوزيع 2001.

45. رجب عبد الجواد إبراهيم، دراسات في الدلالة والمعجم، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر، والتوزيع،2001م.

46. رضوان، مدخل إلى اللسانيات القضماني، منشورات جامعة البعث سوريا، دون تاريخ.

47. رومان جاكبسون، قضايا الشعرية، ترجمة محمد الولي، ومازن حنون، ط1، دار توبقال، الدار البيضاء، المغرب، 1988م.

48. الرويلي والبازعي، المركز دليل النقد الأدبي، الثقافي العربي الطبعة الثالثة 2002م.

49. الزاوي بغورة، الفلسفة واللغة نقد المنعطف اللغوي في الفلسفة المعاصرة، دار الطليعة، بيروت، ط 2 2005.

50. زكريا السرتي، الحجاج في الخطاب السياسي، ط 1 الناشر، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع،2014.

51. ساعد ساعد، وعبيدة صبطي، الصورة الصحفية دراسة سيميولوجية، القاهرة : المكتب الجامعي الحديث، 2011 م .

52. سامية الدريدي، الحجاج في الشعر العربي القديم من الجاهلية إلى القرن الثاني للهجرة، بنياته وأساليبه، عالم الكتب الحديث، ط 1، 2001.

53. سعيـــد بنكراد، السيميائيات مفاهيمها، وتطبيقاتهـــا، د ط، منشـــورات الـــزمـــن، الربـــاط، 2003 نقـــلا عنPeirce (cs) : Ecrits sur le signe. p 121

54. سعيد بنكراد، السيميائيات والتأويل(مدخل لسيميائيات ش.س بورس)، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط1/ 2005.

55. سعيد بنكراد، السيميائيات، مفاهيمها وتطبيقاتها، سلسلة شرفات 77، منشورات الزمن، الرباط، 7333.

56. سعيد بنكراد، سميائيات الصورة الإشهارية :الإشهار والتمثلات الثقافية، إفريقيا الشرق 2006

57. سمير الزغبي، الحوار المتمدن، العدد : 3617–2012 / 1 / 24 المحور: العولمة وتطورات العالم المعاصر.

58. شارودو، د. منغونو، معجم تحليل الخطاب، ترجمة عبد القادر المهيري و حمادي صمود . الناشر: المركز الوطني للترجمة، تونس 2008.

59. صلاح الدين صالح حسنين، السانيات العربية، دار الفكر العربي، ساسلة، المكتبة اللسانية . اللسانيات التوليدية، د. مصطفى غلفان، الناشر اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب الدار البيضاء.

60. صولة، الحجاج في القرآن، دار الفارابي، بيروت الطبعة الأولى، 2001. ط2 سنة 2007.

61. طاهر سليمان حمودة، دراسة المعنى عند الاصولين، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية 1983م.

62. طه عبد الرحمان ، في أصول الحوار ، وتجديد علم الكلام، ط 2، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2000.

63. طه عبد الرحمن، اللسان والميزان ، أو التكوثر العقلي ، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، الطبعة الأولى، 1998 .

64. طه عبد الرحمن، في أصول الحوار، وتجديد علم الكلام، المؤسسة الحديثة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1987 الدار البيضاء.

65. عبد الحكيم ساحلية، التداولية امتداد شرعي للسميائية، الملتقى الدولي الخامس، الس يمياء والنص الأدبي، المركز الجامعي الطارف.

66. عبد السلام اسماعلي علوي، تداوليات التأويل التداوليات علم استعمال اللغة"، إشراف وتقديم حافظ إسماعيلي علوي، منشورات عالم الكتب الحديثة، إربد–الأردن 2011.

67. عبد السلام إسماعيلي علوي، "ما التداوليات".

68. عبد السلام المسدي، التفكير اللساني في الحضارة العربية، الدار العربية للكتاب، 1981.

69. عبد السلام عشير، عندما نتواصل نغير ، مقاربة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج الناشر أفريقيا الشرق2006 المغرب.

70. عبد السلام هارون ، البيان والتبيين، للجاحظ، تحقيق شيخ المحققين الطبعة السابعة 1418هـ 1998م – الناشر: مكتبة الخانجي، الجزء الأول.

71. عبد السلام هارون، معجم مقايس اللغة، ابن فارس، دار الجيل، بيروت 1411 ه 1991 م، الطبعة الأولى 442/5 .

72. عبد العزيز الحويذق، الحجاج في المناظرة : مقاربة حجاجية لمناظرة أبي حنيفة للملحدين، ضمن كتاب الحجاج مفهومه ، ومجالاته، إشراف حافظ إسماعيلي علوي، ط 1، الجزء الرابع، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2010.

73. عبد الغفار، ظاهرة التأويل وصلتها باللغة، الناشر: دار المعرفة الجامعية تاريخ النشر: 2012.

74. عبد الفتاح حسن البجة، أصول تدريس العربية بين النظرية والممارسة، دار الفكر، الأردن مقدمة الدكتور عمر عروة، استراتيجيات التخاطب ومقاصد الكلام دار الكتاب الجديد المتحدة، طبعة 2000.

75. عبد القادر حاتم، الإعلام والدعاية، مكتبة الأنجلو مصرية، ط 1/ 1978.

76. عبد القادر قنيني، ترجمة، النص والسياق، فان دايك المغرب، دار إفريقيا الشرق ط،2000 .

77. عبد القادر قنيني،المرجع والدلالة في الفكر اللساني الحديث، تودوروف وآخرون/ ترجمة وتعليق، الدار البيضاء: دار إفريقيا الشرق، ط 1: 2000.

78. عبد الكريم الرديني، فصول في فقه اللغة العام ، دار الهدى عين مليلة، الجزائر، دط 2009.

79. عبد اللطيف دربالة، عاشق فوق العادة، سلسلة المسرح العربي، الهيئة المصرية العامة للكتاب1987 .

80. عبد اللطيف شريفي وزبير دراقي، الإطاحة في علوم البلاغة، د، م، الجامعية، الجزائر ط 2004.

81. عبد اللطيف نجيد دراسات في علم الدلالة، والتواصل، ط الأولى :2015،الايداع القانوني MO/2015 /0002 طبع IMAGERIE PUSN NEON. FES

82. عبد الله إبراهيم، الغانمي سعيد، معرفة الآخر (مدخل إلى المناهج النقدية الحديثة) علي عواد ، ط2، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 1996م.

83. عبد الله صولة، الحجاج في القرآن من خلال أهم خصائصه الأسلوبية، دار الفرابي، لبنان

84. عبد الله صولة، الحجاج: أطره، ومنطلقاته وتقنياته، من خلال مصنف في الحجاج: الخطابة الجديدة لبيرلمان وتيتيكا، منشورات كلية الآداب، منوبة، تونس ضمن أهم نظريات الحجاج.

85. عبد الناصر، الدور التربوي والتعليمي للصورة الحكاية المصورة نموذجا" سلسلة الندوات 3 عن البعد التصويري في الخط العربي، لقاح كلية الآداب مكناس.

86. عبد الهادي بن ظافر الشهري (2004)، استراتيجيات الخطاب، ط1، دار الكتاب الجديد المتحدة.

87. عبد الهادي بن ظافر الشهري استراتيجيات الخطاب، مقاربة لغوية تداولية، ط1/ دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت 2004.

88. العبدلاوي، محاضرات في بلاغة الخطاب عند الجرجـــاني ماستر الخطاب اللساني سنة 2013 كليـــة الآداب والعـــلوم الإنسانية سايس– فاس.

89. عبيدة صبطي ونجيب بخوش، الدلالة والمعنى في الصورة، دار الخلدونية الجزائر،2009.

90. عز الدين الزياتي،التواصل اللفظي والتواصل غير اللفظي : مهارات تناول الكلمة تقديم العروض المقابلة الاستماع / الناشر: الرباط، دار القلم للطباعة والنشر،2008.
91. العقاد عباس محمود، في بيتي، دار المعارف بمصر، سلسلة اقرأ د.ت، 15 .
92. علي الشبعان، الحجاج والحقيقة وآفاق التأويل، دار الكتاب الجديد المتحدة الطبعة الأولى مارس 2010 .
93. علي جريشة، أدب الحوار والمناظرة، دار الوفاء للطباعة والنشر، والتوزيع، ط.1، المنصورة.
94. العماري التهامي محمد 2005، المعين في تقنيات التعبير والتواصل، مطبعة أنفوبرانت فاس.
95. عمر أوكان، رومان جاكبسون: أبحاث في اللسانيات العامة، ج1.
96. عمر أوكان، قراءة جديدة للبلاغة القديمة، رولان بارت، المغرب: إفريقيا الشرق، ط:1994
97. فؤاد عبد الباقي، المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم، الناشر: دار الكتب المصرية سنة النشر 1364هـ.
98. فاطمة شبشوب الصورة الأيقونية بوتقة علاقات ومواقف، كلية الآداب مكناس سلسلة الندوات 3 الدور التربوي والتعليمي للصورة الحكاية المصورة نموذجا.
99. فاطمة شبشوب الصورة الأيقونية بوتقة علاقات ومواقف، كلية الآداب مكناس سلسلة الندوات 3 الدور التربوي والتعليمي للصورة الحكاية المصورة نموذجا.
100. فان. ف. جـاك، La pragmatique، " ضمـن الموسوعـة العالمية، المدونة رقم 15 / 1985
101. فخر الرازي، ظاهرة التأويل نقلا عن عبد الغفار أحمد، ظاهرة التأويل وصلتها باللغة، طبعة دار المعارف الجامعية، الاسكندرية.
102. فرانسوا مورو، البلاغة مدخل لدراسة الصور البيانية، ترجمة: محمد الولي وعائشة جرير . دار أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، المغرب، ط2، 2000.
103. فرانسوا مورو، المدخل لدراسة الصور البيانية، ترجمة محمد الوالي، وعائشة جارير . دار أفريقيا الشرق الدارالبيضاء، المغرب، الطبعة الثانية، 2003.
104. فرانك، مانفرد ، حدود التواصل (الإجماع والتنازع بين هابرماس وليوتار)، ترجمة وتقديم وتعليق، عز العرب لحكيم بناني، أفريقيا الشرق، المغرب، 2003م.
105. فردينان دي سوسير، علم اللغة العام ترجمة: د. يوئيل يوسف عزيز، مراجعة النص العربي، د. مالك يوسف المطلبي، ط،1985، دار آفاق عربية للصحافة والنشر، العراق.
106. الفيومي أحمد عبد التواب (1991)،أبحاث في علم الاصوات اللغة العربية، الناشر مكتبة وهبة للطباعة، والنشر .
107. قدور عبد الله، سيميائية الصورة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى سنة 2007م.
108. قدور عبد الله، سيميولوجية الصورة، عمان مؤسسة الورق للنشر والتوزيع 2008.

109. قنيني عبد القادر، النص والسياق، استقصاء البحث في الخطاب الدلالي والتداولي، نشر أفريقيا الشرق الطبعة الأولى سنة النشر 2000.
110. للقرطبي (274/11) الجامع لأحكام القرآن، وفتح الباري، لابن حجر (566/6).
111. م.فوكو، حفريات المعرفة ترجمة سالم يفوت.ط.2، المركز الثقافي العربي، بيروت 1987 .
112. مازن الوعر، تقديم كتاب علم الإشارة، السيميولوجيا لبيير جيرو، ترجمة منذر عياش، دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر دمشق 1998.
113. مبارك حنون، دروس في السيميائيات، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، ط 7 / 7812 ص 28 عبد الباسط سند، فن التصوير التلفزيوني القاهرة: 2009 م
114. محمد الأشهب، الفلسفة والسياسة عند هابرماس، جدل الحداثة والمشروعية ، دار النشر، منشورات دفاتر سياسية سنة 2006.
115. محمد الأمين الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة بحث في بلاغة النقد المعاصر، دار الكتاب الجديد المتحدة الطبعة الأولى يونيو 2008 .
116. محمد البكري، التحليل اللساني للخطاب السياسي : خطاب الحركة الوطنية المغربية نموذجا، جامعة محمد الخامس كلية الأداب، والعلوم الانسانية الرباط السنة الجامعية 1993/1992
117. محمد البكري، مبادئ علم الأدلة، رولان بارت، دار الحوار اللاذقية، سوريا ط 7/ 7812.
118. محمد العبد، النص والخطاب والاتصال، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، 2005م.
119. محمد العبد، تعديل القوة الإنجازية، دراسة في التحليل التداولي للخطاب، إشراف وتقديم حافظ إسماعيلي علوي، منشورات عالم الكتب الحديثة، إربد–الأردن 2011.
120. محمد العمري، نظرية الأدب في القرن العشرين، إفريقيا الشرق، الطبعة الثانية 2004.
121. محمد القاسمي، البلاغة والحجاج بين الإتصال، والانفصال، منشورات مختبر التواصل، وتقنيات التعبير كلية الآداب والعلوم الإنسانية، آفاق جديدة في الخطاب، الإصدار الأول: 2009.
122. محمد النويري، الأساليب المغالطية مدخلا في نقد الحجاج ضمن كتاب أهم نظريات الحجاج، حمادي صمود.
123. محمد الوادي، اكتساب الصوتيات العربية وتعلمها، سلسلة تعليم اللغات الندوة رقم 16، جامعة مولاي اسماعيل كلية الآداب والعلوم الإنسانية مكناس
124. محمد الوادي، اكتساب الصوتيات العربية وتعلمها، سلسلة تعليم اللغات الندوة رقم 16، جامعة مولاي اسماعيل كلية الآداب والعلوم الإنسانية مكناس.
125. محمد جهاد جمل، و سمر روحي الفيصل، مهارات الاتصال في اللغة العربية، دار الكتاب الجامعي، العين، 2004م.

126. محمد خير الحلواني، أصول النحو العربي الناشر: الأطلسي، الرباط 1981.
127. محمد سالم محمد الأمين الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة، بحث في بلاغة النقد، ط 1 نشر دار الكتاب الجديدة المتحدة 2008، ليبيا.
128. محمد سالم ولد محمد الأمين، مفهوم الحجاج عند"بيرلمان" وتطوره في البلاغة المعاصرة.
129. محمد سعد، علم الدلالة، القاهرة: مكتبة زهراء الشرق،2007
130. محمد سعيد فرح، الشخصية القومية، دار المعارف، الأسكندرية، 1981.
131. محمد علي التهانوي، كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، تقديم وإشراف ومراجعة د. رفيق العجم، تحقيق د. علي دحروج، ج1، مكتبة لبنان ناشرون، ط1، 1996.
132. محمد مشبال، الحجاج في التواصل، ترجمة الناشر المركز القومي للترجمة بالقاهرة ط2013/1.
133. محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، دار المعرفة الجديدة، مصر2002 م.
134. محمود أحمد نحلة، جديدة في البحث اللغوي المعاصر، أفاق دار المعرفة الجديدة مصر2002م.
135. محند الركّيك، نظرية التواصل وتقنيات التعبير الكتابي، والشفوي، طبع وتصميم : مطبعة آنفو–فاس رقم الإيداع القانوني:2143/2006.
136. المسدي عبد السلام، المقاييس الأسلوبية في النقد العربي من خلال البيان، والتبيين للجاحظ، حوليات الجامعة التونسية، العدد 1976/13.
137. مشيل بريك، علم الدلالة.
138. مصطفى غلفان، اللسانيات العربية الحديثة، جامعة الحسن الثاني، عين الشق كلية الآداب والعلوم الإنسانية. سلسلة رسائل وأطروحات، رقم 4: 56، المغرب.
139. المعجم العربي الاساسي مادة فحم، أصدرته المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم – طبعة لاروس، عام 1989.
140. منصور العجالي، أفعال الكلام ... كيف ننجز الأشياء بالكلمات، عرض، وترجمة : العرب اونلاين30.07.2003.
141. الموسوعة الفلسفية العربية، معهد الإنماء العربي، رئيس التحرير : د معن زيادة، المجلد الأول، الطبعة الأولى 1986.
142. ميشال زكـــريا، الألسنية التوليدية والتحويلية، وقواعد اللغة العربية، المؤسسة الجامعية للدراسات و التوزيع، بيروت1403ه 1983م.
143. ميلود بلقاضي، الخطاب السياسي بين خطاب السلطة، وسلطة الخطاب، الطبعة الاولى 2011 نشر، وتوزيع مكتبة دار السلام الرباط.
144. نسيمة البطريق، الدلالة والسينما والتلفزيون في عصر العولمة، دار غريب للطباعة والنشر القاهرة 2004 .

145. نعمان بوقرة، المصطلح اللساني النصي، عدد خاص، أعمال ملتقى اللغة العربية ، وآدابها، كلية الآداب، والعلوم الإنسانية، جامعة باجي مختار، عنابة.

146. هشام الريفي، الحجاج عند أرسطو، منشورات كلية الاداب، منوبة، تونس، (ضمن أهم نظريات الحجاج).

147. هشام الريفي، فريق البحث في البلاغة و الحجاج، أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، إشراف حمادي صمود، كلية الآداب منوبة، المجلد 1998.

148. الوادي محاضرات في الصواتة، ماستر الخطاب اللساني، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، سايس– فاس، سنة 2012– 2013

149. يحيى اليحياوي، واقع المرأة في الإعلام المغربي ، الصحراء المغربية، تاريخ – الجمعة 15 ماي 2009 ع 7421.

150. يسري عبد الغني البشري، كتاب البخلاء أبو عثمان عمرو بن بحر الجاحظ، مكتبة ابن سينا للنشر والتوزيع، القاهرة 1989.

151. يمنى العيد، في "القول الشعري"، دار توبقال، الدار البيضاء 1987.

152. يوسف السيساوي، المقاربة التداولية للإحالة، كتاب التداوليات علم استعمال اللغة، إعداد وتقديم د.حافظ إبراهيم.

- **المصادر القرآنية**

153. الأنعام الآية: 149/ سورة النحل الآية: 89.

154. سورة الأنعام الآية: 81/ سورة هود الآية:73.

155. سورة النحل الآية: 125/ سورة المؤمنون الآية 81

156. سورة محمد، الآية: 30.

- **الرسائل والأطروحات الجامعية**

157. أمينة رقيق، الخطاب المكتوب دراسات لتقنيات الحرف واللون والصورة في خطاب الدعاية التجارية رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم اللسان العربي إشراف د محمد خان جامعة محمد خضير بسكرة سنة 2014.

158. رحيمة شيتر، تداولية النص الشعري، جمهرة أشعار العرب نموذجا، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه علوم الأدب، جامعة باتنة2011 م.

159. سعيد فاهيم، معاني الحجاج في القرآن الكريم وسياقاتها المختلفة، مذكرة لنيل درجة الماستر الجمهورية الجزائرية الشعبية كلية الأداب والعلوم الانسانية جامعة مولود معمري2011.

160. عبد الإله تيدة، الحجاج في اللغة العربية بين التنظير، والممارسة/ النفي نموذجا، رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا جامعلة سيدي محمد بن عبد الله كلية سايس– فاس.

161. عبد السلام آيت إبراهيم، الحجاج في الرسائل الدوانية بحث لنيل الدكتوراه، جامعة القرويين كلية اللغة العربية مراكش، إشراف الدكتور مولاي عيسى الغسري 2009.

162. عبد السلام عشير (2000)، إشكالات التواصل، والحجاج مقاربة تداولية معرفية، بحث لنيل دكتوراه الدولة في اللسانيات التداولية.

163. مر بالخير، معالم لدراسة تداولية وحجاجية للخطاب الصحافي الجزائري رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر.

- **الروابط الالكترونية:**

164. الحِجَاج في الخطاب الإشهاري، على الموقع: ./faculty.ksu.edu.sa/maison/DocLib

165. بين الفلسفة التحليلية، وعلم أُصول الفقه محمد علي عبد الله الرابط www.nosos.net

166. أسس علم العلامات موريس (تشارلس) مترجمة، جمال العميدي مخطوط لم ينشر أنظر الرابط: http://annabaa.org/nbahome/nba79/029.htm

167. المكونات السيميائية والدلالية للمعنى، الدكتور الأطرش يوسف، المركز الجامعي خنشلة، أنظرالرابط: http://maamri-ilm2010.yoo7.com/t242-topic.

168. حسن الخطيبي– سلك الدكتوراه– نيابة الخميسات مقال الاشهار امرأة، تسليع الانثى وتأنيث السلعة تاريخ النشر الاربعاء 22 ماي 2013 ، الرابط: http://www.alkhabar.ma

169. www.fb.com/Stahlak.bla.mathlak

170. https://www.?q=charlie+chaplin&tbm=isch&tbs=rimg:CV20q8Q6im2BI

171. https://olmasfizzywater.wordpress.com

172. https://www.google.com/search?rlz

173. http://www.igli5.com/2015/09/blog-post_47.html

174. https://www.couscousdari.com

175. ar.pngtree.com

176. www.cobone.com/ar/deals/jeddah/lebanza-31mar-water/35175

177. www.univ-soukahras.dz/fr/publication/article/1186

- **المجلات:**

178. ابن أحمد عالم فايزة، الحجاج في اللسانيات التداولية، مجلة فيصلية العدد 75، سنة 2012.

179. أبو بكر العزاوي، حوار في جريدة بيان اليوم المغربية عدد2006/12/2.

180. أبو ناصر، مدخل إلى علم اللغة الألسني، موريس، مجلة الفكر العربي المعاصر، ع .ج رقم 19/18 بيروت، 1982.

181. أبي بكر العزاوي، من المنطق الى الحجاج، مجلة فكر، ونقد:61.

182. أحمد بكالي ، سيميولوجيا النص المسرحي، مجلة اللغة والأدب، معهد اللغة العربيـــــة وآدابها، جامعة الجزائر، العدد 14 سنة 1999.

183. أحمد كروم، مقاربة نظرية في مظاهر الربط الحجاجي لبنية الاقتضاء، مجلة عالم الفكر، العدد3 المجلد 32، يناير/مارس2004.

184. أحمد يوسف، السيميائيات والتواصل، مجلة علامات، عدد/ 2005/24.

185. جميل حمدون، من البلاغة الكلاسيكية الى البلاغة الحديثة، منشورات مجلة علامات.

186. جون سيرل، تشومسكي والثورة اللغوية، مجلة الفكر العربي، عدد 8–9 ص:126.

187. حبيب أعراب، الحجاج والاستدلال الحجاجي، عالم الفكر، مجلة دورية محكّمة، الكويت، ع 1 سبتمبر 2001م.

188. حسان الباهي، الحجاج المغالطي، مجلة فكر ونقد، بحث في المفارقات، المركز الثقافي العربي دار الأمان، الدار البيضاء، 2000.

189. خديجة بوخشة " الوظيفة الحجاجية للشعر" مجلة النص العدد 15 جوان 2014

190. رشيد بن مالك (2006)، قراءة سيميائية في كليلة ودمنة، لعبد الله ابن المقفع، مجلة "بحوث سيميائية"، مختبر عادات وأشكال التعبير الشعبي بالجزائر، جامعة أبو بكر بلقايد – تلمسان– ومركز البحث العلمي والتقني لتطوير اللغة العربية الجزائر.

191. رضوان الرقبي، الاستدلال الحجاجي التداولي، وآليات اشتغاله، ص : 101 مجلة عالم الفكر، العدد: 40.

192. سعيد بنكراد ، الإرسالية الإشهارية، التوليد والدلالة، مجلة علامات، بلاغة اللفظ والصورة، ع 5، 1996.

193. عبد الجليل الهنوش، التراث والمنهـــج، ملحق الفكر الإسلامي، لجريدة العلم، المغرب، رقم140/18 20 يناير1995.

194. عبد الحميد شاكر كيف التفضيل الجمالي دراسة في سيكولوجية التذوق الفني ، مجلة عالم المعرفة العدد 267 /2001 .

195. عبد العالي بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري، الصورة الثابتة، نموذجا مجلة علامات العدد 18 / 2002.

196. عبد الله بريمي، مجلة البلاغة، والنقد الادبي، مجلة فصلية، العدد الأول (بتصرف).

197. عز الدين الناجح، المفهوم من خلال الملفوظ الإشهاري، مجلة الخطاب، دورية، أكاديمية، جامعة تيزي وزو، العدد2 ماي2007.

198. عصام نور الدين ، الإعلان وتأثيره في اللغة العربية، مجلة الفكر العربي،العدد 92 سنة 1998. ص 23.

199. عمراني المصطفى، الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، مجلة فكر ونقد، عدد 34، 2000.

200. مبارك حنون، من الذي يتكلم؟ من كتابه "Langage et idéologie"، أوليفي روبول، ترجمة، " في مقال لمجلة علامات ع12، س 1999.

201. مجالات الحجاج: "المجال التعليمي في الدراسة.

202. مجلة "La pragmatique"، العدد 42، مايو (1970) ، دار لاروس .

203. محمد أديوان، نظرية المقاصد، بين حازم ونظرية الأفعال اللغوية المعاصرة، مجلة الوصل، معهد اللغة والأدب العربي، جامعة تلمسان، العدد الأول، جانفي 1994.

204. محمد السرغيني جماعة انتروفيرن: التحليل السيميوطيقي للنصوص مجلة دراسات أدبية ولسانية– ع2 –1986 – ص 26.

205. محمد القاسمي، البلاغة الجديدة وتحليل الخِطَاب ــ جامعة سيدي محمد بن عبد الله ــ فاس ــ المغرب مقال نشر في مجلة جيل الدراسات الادبية والفكرية العدد 50 الصفحة 35.

206. محمد الوالي، "بلاغة الإشهار" مجلة علامات، العدد، 18.

207. محمد الوالي، مدخل إلى الحجـــاج، أفلاطون وأرسطو، وشايم بيرلمان عالم الفكر العدد 40.

208. محمد الوالي، مدخل إلى الحجاج، أفلاطون وأرسطو، وشايم بيرلمان، مجلة عالم الفكر العدد40.

209. محمد سالم ولد محمد الأمين، مفهوم الحجاج عند بيرلمان وتطوره في البلاغة المعاصرة، عالم الفكر، الكويت، مج 28، ع3، يناير/مارس، 2000، ص67.

210. محمد سالم ولد محمد الأمين، مفهوم الحجاج عند بيرلمان وتطوره في البلاغة المعاصرة، عالم الفكر، الكويت، مج28، ع3، يناير/مارس، 2000.

211. محمد شكري، سلام ثورة الإعلام والاتصال من الإديولوجيا إلى الميديولوجيا (نحو رؤية نقدية)، مجلة عالم الفكر المجلد 32 العدد 1 يوليوز–سبتمبر 2003 .

212. محمد يحياتن، لسانيات الخطاب، باتريك شارودو ترجمة في : اللغة العربية، مجلة يصدرها المجلس الأعلى للغة العربية، دار هومة، الجزائر العدد. عبد الإله صولة، الحجاج في القرآن الكريم، صحيفة الوسط البحرينية، العدد: 2813 .

213. يوسف عبد الله الجوارنة التنغيم ودلالته في العربية– مجلة الموقف الأدبي، مجلة أدبية شهرية تصدر عن اتحاد الكتاب العرب بدمشق – العدد 369 كانون الثاني 2002م.

214. يونس فوار، كيف نتذوق اللوحة، مجلة العربي 511،2001 .

لائحة المصادر والمراجع الأجنبية

1. A.Reboul, J.Moeschler (1998); la pragmatique de discours, Paris, Armand Colin.
2. Anscombre et O.Ducrot, L'argumentation dans la langue 1er edition Bruxelles , Margada.
3. Austin quand dire c' est faire .

4. Austin, Jobn, Howw to do Tbings words.
5. B Cocula et C peyroutet.Semantique de l'image. Pour une approche méthodique des messages visuels.librairie Delagrave.coll.G Belloc.1986/ P.89
6. B Cocula et C peyroutet.Semantique de l'image. Pour une approche méthodique des messages visuels.librairie Delagrave.coll.G Belloc.1986/
7. Baltar .M , Les valeurs non-marquées dans L'interprétation des énoncés.
8. Bernard Toussaint, qu'est-ce-que la sémiologie, (Toulouse, Edouard, priva Editeur, 1978.
9. Berrendonner, A , éléments de pragmatique.
10. Brosnahan, L.F,Malmberg.B(1970) :Intoroduction to Phonetics.
11. C. R. Haas, Politique de la publicité, Bordas, 1988.
12. C.kerbrat-Orecchiomi: l'énonciation de la subjestivité dans le langage.Armand colin .Paris.1980.
13. Cf. ; Encyclopédique universalise .
14. Cf. ; G.Leroux Argumentation; Dictionnaire Des Notions philosophiques dirigé par Sylvain Auroux, PUF 2ème édit 1998.
15. Chaïm Perelman et Lucie Olbrechts-Tyteca : Traité de l'argumentation : La nouvelle rhétorique, Presses Universitaires de France, Paris, 1958.
16. Chatelet, françois, une histoire de la raison .
17. Critique de l' argumentation .
18. D.Maingueneau :1991.
19. dictionnaire Hachette ; sous la direction de Ghislaine Stora .
20. Dominique Serre-Floersheim,quand les images vous prennent au mot .
21. Ducort :Dire et ne pas dire.
22. Dunod, Paris, 1995, P75.
23. E.benvinisste.
24. Element de Rhétorique et d'argumentation.
25. Essais sur L'argumentation.
26. G.Graugnard et J. Hugo. L' audio-visuel pour tous, Lyon, Chronique Sociale,1983.
27. G.P.Chauveau :Analyse du discours politicque langages ; n52 Année1978
28. Halliday-Hassan Cobesion/ p: 242-243.
29. Holmes, Janet, Modifying.
30. In Teum A.van Dik(ed) :Fowler, Roger, Power, handbook of discourse Analysis .
31. J .M.Marandin : Quel est L'objet de l'analyse du discours ? in materialites discursives presses universitaire de lille.1981.
32. J.Ray-Debove Le Robert et Cle international.
33. J.Searle : les actes de langage.
34. J'acque moeschler, et antoine auchelin: Introduction a la linguistique contemporaine. Armand colin 2éme édition, paris 2000.

35. Jacques Durand.Rhétorique et image publicitaire, in Communications,N :15/1970
36. jeam Boudrillard: La société de consommation, Ed GALLIMARD, 1970.

37. Jean dubois et autres, dictionnaire de linguistique, librairie Larousse.
38. Julia Kristina, recherches pour un sémanalyse, PARIS, seuil, 1969, p19.
39. l.Helmslev :1968.
40. L.Hjelmlew, prolégomènes à une théorie du langage,ed.madison, 1966.

41. Ladefoged, P.(1975) :a Course of Phonetics.
42. Le conditionnement de l'oditoire.
43. Leecb, G. N ; Explorations in Semantics and Pragmatics.jobn Benjamins.Amsterdam (1980).
44. Louis Porcher, Introduction a une sémiotique des images .
45. Louis Porcher.introduction a une sémiotique des images.éd.Créd if.1987.

46. Lyon . J,Sémantque Linguistique , P217.
47. M .Joly. introduction a l'analyse de l'image , éd .Nathan université. 1993.

48. M. Joly ,l'image et les signess,paris, Armand colin, 2011, P26
49. M.Foucaault.
50. Marcelo (Dascal): LA SEMIOLOGIE DE LEIBNIZ,ED, Aubier Montaigne 1978.
51. Marie-Claude Vettraine-Soulard, Lire une Image, Analyse de contenu iconique, (Paris, Armand colin Editeur, 1993).
52. Michil Meyer,de la problématologie, philosophie science et langage, Bruxelles,mardaga :1986

53. moeschler :Argumentation et conversation .Elements pour une analyse pragmatique du discours Paris Hatier-1985.
54. O. Ducrot, les échelles argumentation edition de minuit, paris1980.
55. Oreccbioni, L' implicte.
56. Orecchioni, C. K : Enonciation de la subjectivité dans le language.- Paris, Armand Colin, 1980.
57. P. Charaudeau : Langage et discours, éléments de sémiolinguistique. éd Hachette, Paris P : 59.
58. P. Charaudeau, D. Maingueneau: Dictionnaire d'analyse du discours.
59. Perelman et tyteca :Traité de L' argumentation :La nouvelle rhétorique
60. philippe Breton : L'argumentation dans la communication, La Découverte Repéres 204.Paris 2001.
61. Philippe priton l' argumentation dans la communication 3éme édition. La découverte/ paris:2003

62. Pierre Oléron : L'argumentation.
63. Roland Barthes, Aventure sémiologique,ed. Seuil,paris,1985.
64. Searle, John, Expression and Meaning, Canbridge University Press. 1979

65. Searle. Les actes de langage Paris Hermann.1972.

66. See H. P. Grice, “Logic and Conversation”, in Steven Davis (ed.), Pragmatics: A Reader (New York: Oxford University Press, 1991) pp. 305-315, pp307-9. See also “Logic and Conversation”, in Peter Cole and Jerry L. Morgan (eds.), Syntax and Semantics, 3: Speech acts (New York: Academic Press, 1975.
67. Sowinski, Bernbard,Textlinguisitik Eine Einfuebrung, Verlag W.Koblbammer Stittgart.Berlin kouln Mainz (1983) S.64.
68. Sper, D,Wilson,D :Relevance communication, Basil black well, oxford 1986 .
69. Sperber .
70. Sperber.D, Rudiments des rbétorque cogntive, (Poétique 23 ,P395 et 398).
71. Stubbs, Michil , Discourse Analysis .
72. Tannen, D (1982 P: xi) Analyzing Discourse: Text and Talk (ed). Georgetown University Press, Washington D.C.
73. Théorie Pragmatique .
74. Yveline Baticle, clés et codes du cinéma, Paris, Magnard Université,1973.
75. Z.S. Harris :1958

الفهـــرست

تقديم: 1

تمهيد: 7

الباب الأول : 9

نظريـــات التـــواصـــل. .....

التواصـــل الحجـــاجي. .....

الحجـــاج قـــديـــما، وحديثـــا. .....

طبيعة الحجاج، آلياته، وتقنياته. .....

نـــمـــوذج الخطـــاب. .....

الحجـــاج الخطـــابـــي. .....

الفصل الأول: 10

نظريات التواصل، والتواصل الحجاجي 14

المبحث الأول: 11

نـــظـــريات التـــواصل. .....

التـــواصل الحجـــاجي. .....

1. التواصل اللساني، ونظرياته: 12

1.2. نظريات التواصل: 12

1.1.2 مرحلة التأسيس (دي سوسير): 13

1. عنصر خارجي:.. 14

2. المستوى النفسي: 14

3. رسالة صادرة من دماغ المتكلم: 14

2.1.2. مرحلة التأصيل (رومان جاكبسون): 14

.1.المرسل (الباعث، الباث Destinateur) : 14

.2. المرسل إليه (المتلقي Destinataire): 15

3. الرسالة (الإرسالية Message): 15

1. المرجع (Référent): 15
2. قناة الاتصال:..... 15
3. الشفرة (Code).: 15
3. الوظائف الست عند جاكبسون: 16
1.3. الوظيفة التعبيرية : 16
2.1.3. الوظيفة الشعرية: 16
3.1.3. الوظيفة المرجعية: 16
4.1.3. الوظيفة الانتباهية: 17
5.1.3. الوظيفة الإفهامية: 17
6.1.3. وظيفة اللغة الواصفة: 17
2.3. تصور كل من مارتني، وبنفنست لمفهوم التواصل: 18
2. التــواصــل الحجــاجي: 19
1.1. الحجاج التواصلي: 19
• النموذج الوصلي للحجة: 20
•النموذج الإيصالي للحجة 20
•النموذج الاتصالي للحجة 20
الفصل الثاني: 24
الحجــاج قــديما. .....
البلاغة الحجاجية الحديثة. .....
المبحث الأول: 25
مفهوم الحجاج، نشأته، ومراحله. 25
تقــديــم: 26
1. مفــهــوم الحــجــاج: 26
1.1. الحجاج لغة: 26
2.1. الحجاج اصطلاحا:.... 28
المبحث الثاني: 29

الحجاج السوفسطائي. .....
الحجاج الأفلاطوني. .....
الحجاج الأرسـطي. .....
2. الحجاج السوفسطائي، الأفلاطوني، الأرسطي: .....30.....
1.2. الحجاج السوفسطائي: .....30.....
1.1.2.الحجاج الأفلاطوني: .....31.....
2.1.2. بلاغة الحجاج الأرسطي: .....32.....
1. خطابـة قضائيـة:..... .....33.....
2. خطابة استشارية:..... .....33.....
3. خطابة محفلية:..... .....33.....
2.2. أركان الخطـــابـــة الأرســـطيـــة : .....34.....
1.2.2. الركن الأول الإقناع: .....34.....
2.2.2. الركن الثاني الاستدلال: .....34.....
3.2.2.الركن الثالث الموضع (Topique): .....35.....
4.2.2. الركن الرابع بناء الحقيقة: .....35.....
3.2.بناء مراحل الحجاج عند أرسطو: .....36.....
ا. مرحلة الأوريسيس (Eurésis): .....36.....
ب. مرحلة التاكسيس (Taxis): .....36.....
ت. مرحلة الليكسيس (Lexis): .....36.....
المبحث الثالث: .....37.....
الحجاج عند العرب. .....37.....
1. الحـــجـــاج عـــنـــد العـــرب: .....38.....
1.1.الحجاج في القرآن: .....38.....
1 الدعائم الأخلاقية:..... .....38.....
2 الضوابط العلمية:..... .....38.....
3 اعتباره وسيلة دعوية: .....39.....
2.1.الحجاج في البلاغة العربية القديمة: .....39.....
المبحث الرابع: .....41.....

البلاغـة الجـديدة. .....41.....

1. تــطور البــلاغــة الحجاجية عند الغــرب: .....42.....

1.1.الحجاج في البلاغة الجديدة عند بيرمان، وزميله: .....42.....

1.1.1. نظرية الحجاج عند ديكرو: .....45.....

2.1.1. المراتب الحجاجية (les échelles argumentative): .....47.....

ا- المراتب المتضادة:..... .....47.....

ب-المراتب الموجهة توجيها كميا: .....47.....

ج- المراتب الموجهة توجيها قصديا: .....48.....

3.1.1.مفهوم السلم الحجاجي: .....48.....

1.2. الروابط الحجاجية التداولية: .....50.....

2.1.2 الروابط الحجاجية التداولية، والأغراض اللغوية: .....51.....

3.1.2. الفلسفة الحجاجية عند مايير: .....52.....

الفصل الثالث: .....54.....

طبيعة الحجــاج. .....

آليــاته، وتقنياتــه. .....

نموذج الخــطــاب. .....

الحجاج الخطــابي. .....

المبحــث الأول: .....55.....

طبيعة الحجاج. .....

وظائــفه. .....

أركــانـه. .....

أشكــاله. .....

1. الحجاج، طبيعته، وظائفه، أركانه، وأشكاله: .....56.....

1.1. طبيعة الحجاج اللساني : .....56.....

2.1.1.البناء، والدينامية: .....56.....

3.1.1. التفاعل: .....57.....

4.1.1. الالتباس: .....57.....

5.1.1. التأويل: 58
6.1.1. الاعتقاد: 58
7.1.1. الانتهاض إلى العمل: 59
1.1.2 وظائف الحجاج: 59
1.2.2. الوظيفة الأولى التأثير: 60
أ.الصوت :..... 60
ب.الصورة، أو الهيئة :... 60
ت. الحركة:..... 61
2.2.2. جمالية الأسلوب، وبلاغة الخطاب الحجاجي: 61
3.2.2. الوظيفة الثانية الاستمالة: 62
4.2.2.الوظيفة الثالثة التسويغ: 62
5.2.2.الوظيفة الرابعةالإقناع(Persuasion): 62
6.2.2.الوظيفة الخامسة الإفحام: 63
7.2.2.الوظيفة السادسة التوجيه، والتنفيذ: 63
3. أركـــان الحـــجـــاج: 64
1.3. الجملة (phrase): 64
1.1.3 الملفوظ: 64
2.1.3. التلـفـظ (Enonciation): 64
2.2.3. الحِجاج التجريدي: 65
2.3.3.الحِجاج التوجيهي: 65
2.4.3.الحجاج التقويمي: 65
1.4. أشـــكال الحـــجـــاج: 66
1.1.4. الحجاج المغالطي: 66
2.1.4. الحجاج الإشكالي: 66
3.1.4. الحجاج النابع من الشخص ذاته: 67
المبحث الثاني: 68
آليـات الحجاج . .....
تقنـياتـــه. .....

1. الحـــواريـــة، والمناظـــرة: .....69.....
1.1. الحـوارية: .....69.....
1. الجمهـور:..... .....69.....
2. المـقـام:,..... .....70.....
3. أنواع المخاطبين:..... .....70.....
4. مناسبة المقول لمقامه: .....70.....
2.1. المناظرة، أنواعها، وآلياتها: .....70.....
- الدعوى:..... .....71.....
- أطـراف المناظـرة:..... .....71.....
- العارض:..... .....72.....
- المعترض:.....,,..... 72.....
- المآل:..... .....72.....
1.مرحلة المبادئ:..... .....72.....
2.مرحلة الأواسط:..... .....72.....
3.مرحلة المقاطع:..... .....72.....
4. مرحلة النتيجة:..... .....72.....
3.1.الآليات الإقناعية: .....73.....
أ. آليات بلاغية:..... .....73.....
ب.آليات منطقية:..... .....73.....
2. الحجاج الصوري: الاستدلال، البرهان، والقياس. .....73.....
1.2. الحجاج الاستدلالي: .....73.....
- جانب تداولي..... .....74.....
- جانب جدلي..... .....74.....
- الاستدلال التعليمي:..... .....74.....
- الاستدلال الجدلي:..... .....74.....
- الاستدلال النقدي/ الاستدلال المشاغب: .....74.....
- الاستدلال الذهني..... .....75.....

- الاستدلال البرهاني..... 75
- الاستدلال الحجاجي:.... 75
2.2.القياس، ووظيفـــتـــه: 76
1.2.2 مفهوم القياس: 76
2.2.2 وظيفة القياس: 77
3. الحجج، وأنواعها: 77
1.3. الحجة: 77
2.3 أنواعها: 77
1.2.3. الإقناع: 78
2.2.3. الفرق بين الإقناع، والحجاج: 78
المبحث الثالث: 80
نموذج الخطـــاب.
الحجاج الخطـــابي.
1. نموذج الخطاب: 81
1.1. الخطاب، وتطوره عبر التاريخ: 81
2.1. تحديد قوانين الخطاب: 82
- قانون الإخبار (Loi d′ informativité): 82
- قانون الشمولية (loi d′exhaustivité): 82
- قانـون التلطـيف (Loi de Litote): 83
3.1. تحليل الخطاب، ودراسته عند اللسانيين: 83
1.3.1 مفهوم النص(TEXTE): 84
2.3.1 النص عند ج. ديبوا (J .Dubois): 85
3.3.1 مفهوم الحديث (ENONCE): 86
4.1. مفهوم الخطاب (PAROLE) لغة، واصطلاحا: 86
1.4.1.مفهوم الخطاب اللساني عند هاريس، بنفست، تدروف: 87
2.4.1. تطور مفهوم الخطاب في المدرسة الفرنسية: 88
3.4.1. الخطاب، ولسانيات الجملة: 89

4.4.1. تداخل الخطاب مع شروط إنتاجه: 89
- الاعتماد على ثوابت (Invariants): 89
- الاعتماد على المتغيرات (Variables): 89
2. الحـــجـــاج الخـــطـــابي: 91
1.2. الحجاج في الخطاب: 91
2.2. مميزات الخطاب الحجاجي: 91
3.2. أنواع الخطاب: 92
4.2. مناهج تحليل الخطاب الحجاجي: 92
1.4.2. التحليل البنيوي: 92
2.4.2.التحليل السيميائي: 92
3.4.2.التحليل الانزياحي اللغوي: 92
الباب الثاني: 94
الحجاج التداولي .....
الفعل الكلامـــي .....
القوة الإنجـــازية .....
المقويات الحجاجية الموجهة إلى المتلفظ، والمتلفظ إليه. .....
الـــقصدية. .....
التأويل الدلالي، والسيميائي للملفوظات. .....
الفصل الأول: 95
الحجاج التداولي، وأصوله الإبستمولوجية. .....
الفعل الكلامي، مكوناته، خصائصه، وأصنافه. .....
المبحث الأول: 96
الحجـاج التـداولي. .....
أصوله الإبستمولوجية . .....
1.الحجاج التداولي، وأصوله الإبستمولوجية: 97
1.1. الحجاج التداولي: 97

2.1. الأصول الإبستمولوجية لعلم التداولية: .....100.....
المبحث الثاني: .....102.....
الفعل الكلامي، مكوناته، خصائصه، وأصنافه. .....
النموذج الحواري عند غرايس. .....
نظرية الملاءمة عند ويلسون، وسابر. .....
1. الفعل الكلامي، مكوناته، خصائصه، وأصنافه. .....103.....
1.1. الفعل الكلامي: .....103.....
2.1. مكونات الفعل الكلامي، وخصائصه عند أوستن: .....104.....
1. فعل القول، أو(الفعل اللغوي). .....104.....
2. الفعل الإنجازي:..... .....105.....
3. الفعل التأثيري:.... .....105.....
1. 3. خصائص الفعل الكلامي عند أوستن: .....105.....
.1 الحكميات :(Les verdictif) .....106.....
.2 المراسيات: (Les exercitifs) .....106.....
.3 الوعديات: (Les commissifs) .....106.....
.4 السلوكيات: (Les conductifs) .....106.....
.5 العرضيات: (Les expositif) .....106.....
- تعديلات سورل..... .....106.....
1. شرط المحتوى القضوي: .....107.....
2. الشرط التمهيدي : .....107.....
3. شرط الإخلاص: .....107.....
4. الشرط الأساسي: .....107.....
4.1. أفعال الكلام، وأصنافها عند سورل: .....108.....
- أفعال تمثيلية: (assertive) .....108.....
- أفعال توجيهية: (directives) .....108.....
- أفعال التزامية: (commisives) .....108.....
- أفعال تعبيرية: (expressives) .....109.....
- أفعال إعلانية: (déclaratives) .....109.....

2. نظرية الملاءمة، والنموذج الحواري عند غرايس .....111.....

1.2. النموذج الحواري عند غرايس: .....111.....

- قاعدة الكم..... .....112.....
- قاعدة الكيف.....112
- قاعدة الورود..... .....112.....
- قاعدة الجهة:..... .....112.....

2.2. نظرية الملاءمة (Théorie de la pertinence): .....112.....

- مرحلة اللواقط (transducteurs) :. .....113.....
- أنظمة الدخل (Imput): .....113.....
- الأنظمة المركزية (Systémes Centraux) : .....113.....
- المحولة:..... .....113.....
- النظام الطرفي:...., ...113.....
- النظام المركزي:..., ...114.....

1 الاستنتاج غير البرهاني: .....114.....

2 النسق الصوري: 114

الفصل الثاني: .....116.....

القوة الإنجازية، تعديلها، أسبابها، وسائلها، ووظائفها. .....

المقويات الحجاجية الموجهة إلى المتلفظ، والمتلفظ إليه. .....

المبحث الأول : .....117.....

القوة الإنجازية:. .....117.....

تعديلها. .....

أسبابها. .....

وسائلها. .....

وظائفها. .....

1. القوة الإنجازية، وتعديلها: .....118.....

1.1. القوة الإنجازية: .....118.....

2.1.1. تعديل القوة الإنجازية: .....119.....

1.2.1.1. مبدأ التعديل: .....119.....

2.2.1.1. استراتيجيات التعديل: 120

المبحث الثـانـي: .....122.....

أسباب تعديل القوة الإنجازية. .....

وسائلـهـــا. .....

وظـــائـفـهـا. .....

1. القوة الإنجازية: أسباب تعديلها، وسائلها، ووظائفها. .....123.....

1.1. أسباب تعديلها: .....123.....

2. وسائل القوة الإنجازية، ووظائفها: .....124.....

1.2. وسائلـهـا: .....124.....

1.1.2. وسائلها المعجمية: .....125.....

- السياق اللفظي..... .....125.....

- السياق المقامي:..... .....125.....

2.1.2. وسائلها التركيبية: .....126.....

3.1.2. وسائل التلفظ الخطابي في القوة الإنجازية: .....128.....

- الفعل الأدائـي:..... .....128.....
- التكـرار:..... .....128.....

1.3.1.2. العلامات الرابطة والقوة الإنجازية: .....129.....

2.3.1.2. وسائل التشكيل الصوتي للقوة الإنجازية : .....129.....

2.2. وظائفـــها: .....130.....

1.2.2. التنغيم: .....130.....

2.2.2. وظيفة التنغيم الانفعالية التعبيـرية: .....131.....

3.2.2. وظيفة التنغيم التركيبية: .....131.....

4.2.2. وظيفة التنغيم الدلالية:... .....133.....

المبحث الثالث: .....135.....

المقويات الحجاجية الموجهة إلى المتلفظ، والمتلفظ إليه. .....135.....

1. المقويات الحجاجية الموجه إلى المتلفظ، والمتلفظ إليه. .....136.....

1.1.المقويات الحجاجية لدى المتلفظ: .....136.....

2.1. المقويات الحجاجية الموجهة إلى المتلفظ إليه:.....137

الفصل الثالث: .....138.....

القصدية، وأنواعها. .....

التأويـــل الدلالي، والسيميائي للملفـــوظات الحجاجية .....

المبحث الأول: .....139.....

القصـديـة. .....

أنـواعـهـا. .....

1. القصدية، وأنواعها. .....140.....

1.1. القصـدية: .....140.....

2.1. أنواعها: .....140.....

1. القصـد الإخباري:..... .....140.....

2. القصد التبليغي:..... .....140.....

المبحث الثانـي: .....142.....

التأويل الدلالي، والسيميائي للملفوظات الحجاجية. .....

1. التأويل الدلالي، والسيميائي للملفوظات الحجاجية. .....143.....

1.1. التأويل الدلالي للملفوظات الحجاجية: .....143.....

2.1. التأويل السيميائي للملفوظات،الحجاجية ودلالاتها: .....147.....

1.2.1.التأويل السيميائي: .....147.....

2.2.1. العـلامـة: .....149.....

1. الماثـول:..... .....149.....

2. الموضوع:.....150

أ. الموضوع المباشر:..... .....150.....

ب. الموضوع الديناميكي: .....150.....

3. المؤول:..... .....150.....

أ- المؤول المباشر:.....,,,

ج- المؤول النهائي:..... 151
1. المؤول النهائي:..... 151
2. المؤول النهائي:..... 151
3. المؤول النهائي:..... 151
3.2.1. السيميائيات، وعلم الدلالة. 152
أ- دلالـة عقليـة:..... 153
ب- دلالـة طبيعيـة:..... 153
4.2.1. المـعنـــى: 153
- المعنى الأساسي:..... 153
- المعنى الإضافي:..... 153
- المعنى الأسلوبي:..... 153
- المعنى النفسي:..... 153
- المعنى الإيحائي:..... 153

الباب الثالث: 155

الإشـهـار: أهميته، خصائصه، ومكوناته. .....
الخطاب الإشهاري: أشكاله، أنواعه، وظائفه، ونظرياته. .....
التواصـــل الجسدي الإشهاري. .....
السيميائيات الحجاجية في الصورة الإشهارية
نمـاذج تطـبـيقـية:.. .....
تقنيات تحليل الخطاب الحجاجي للصورة الإشهارية سيميائيا وتداوليا. .....

الفصل الأول: 156

تمهيد.....
مفهـوم الإشهـار: .....
أهميتـه. .....
خصائصه. .....
مكونـاتـه.....

تمهيد 157

1. الإشهار تعريف وتحديد: 158

أ- لـغـة: 158
ب- إصطلاحا: 158
2. أهمية الإشهار: 158
3. خصائص الإشهار: 159
4. مكونات الإشهار: 160
1.4.النسق السوسيو اقتصادي: 160
2.4.النسق الخطابي: 161
1.2.4. مكون منطقي: 161
ا. الاستدلال (Syllogisme): 161
ب. الاقتضاء (Presupposition): 161
ج. الروابط المنطقية (Connecteurs logiques): 162
2.2.4. مكون دلالي: 163
1.2.2.4. المعنى الدليلي، والمعنى الإيحائي: 163
المعنى الدليلي Denotation: 163
المعنى الإيحائي connotation: 163
2.2.2.4. التضمين، أو الاستلزام(Implicite ou implicature): 164
3.2.4. مكون تداولي: 165
1.3.2.4 الحجاج (Argumentation): 165
2.3.2.4. الإقناع (Persuasion): 165
3.3.2.4.المغالطة (Paralogie): 168
4.3.2.4. القوة الإنجازية (Modality) : 169
الفصل الثاني: 170
الخطاب الإشهـاري: .....
أشكـالـه. .....

أنـواعـه. .....
وظـائفـه. .....
نظـريـاتـه. .....
1. أشكال الخطاب الإشهاري: .....171.....
1.1. الإشهار المسموع: .....171.....
1. 2. الإشهار المكتوب: .....171.....
3.1. الإشهار المسموع، والمكتوب (السمعي ــ البصري): .....171.....
2. أنواع الخطاب الإشهاري: .....171.....
1.2. حسب موضوعه: .....171.....
2.2. حسب أهدافه: .....172.....
3.2.أنواع الإشهار حسب آليات الإقناع: .....172.....
ا- الخطاب الإشهاري الإخباري(Publicité informative) .....172.....
ب- الخطاب الإشهاري المعتمد على الإسقاط (Publicité projective) .....172.
ج- الخطاب الإشهاري الآلي (Publicité mécaniste) .....172.....
د- الخطاب الإشهاري الاقتراحي(Publicité suggestive) .....173.....
4.2. تقسيم الإشهار حسب نوع الجمهور: .....173.....
5.2. تقسيم الإشهار على أساس مسالك التوزيع: .....174.....
الإشهار الأهلي، أوالعام: .....174.....
الإشهار المحلي: .....174.....
الإشهار الدولي: .....174.....
3. وظائف الخطاب الإشهاري، ونظرياته: .....174.....
1. وظائف الخطاب الإشهاري: .....174.....
1.1. الوظيفة الجمالية: .....174.....

2.1. الوظيفة الإحالية: .....175.....

3.1. الوظيفة التشخيصية: .....175.....

4.1. الوظيفة المرجعية: .....175.....

5.1. الوظيفة الدلالية: .....175.....

6.1.الوظيفة التداولية: .....175.....

4. نظريات الخطاب الإشهاري: .....176.....

1.4.نظرية القيمة: .....177.....

2.4.النظرية السلوكية: .....177.....

3.4. النظرية السيكولوجية: .....177.....

4.4.النظرية الاجتماعية: .....178.....

5.4. النظرية الجمالية: .....178.....

6.4.النظرية الاقتصادية: .....178.....

الفصل الثالث: .....180.....

التواصل الجسدي الإشهاري. .....

السيميائيات الحجاجية في الصورة الإشهارية. .....

1.التواصل الجسدي الإشهاري: .....181.....

2.السيميائيات الحجاجية في الصورة الإشهارية: .....183.....

1.2 علم الدلالة في السيميائيات: .....184.....

2.2 مفهوم الصورة الإشهارية ووظائفها: .....185.....

أ. مفهوم الصورة.,,,

1.3 . رمز النقل (Transmission): .....188.....

2.3. الرموز التشكيلية (Morphologiques): .....188.....

3.3. الرمز اللوني (Chromatique): .....188.....

4.3 رمز التصوير الضوئي: .....188.....

5.3 .الرمز اللغوي (Linguistique): .....188.....

6.3. الرمز الاجتماعي الثقافي (Socio-culture): .....189.....

7.3. الرمز الهندسي (Topologique): .....189.....

8.3. الرموز الدلالية: .....189.....

4. الصورة الإشهارية، والأيقونات: .....189.....

1.4. العلامات التشكيلية للصورة الإشهارية: .....190.....

2.4. الإطـــار: .....190.....

3.4. التأطـــير: .....190.....

4.4. زاوية التقاط الصورة واختيار العدسة .....191.....

5.4.التأليف، وإعداد الصفحة: .....191.....

6.4. الأشكال: .....191.....

7.4. الألوان، والإنارة: .....192.....

8.4 بلاغة الصورة الإشهارية: .....192.....

الفصل الرابع: .....194.....

نماذج تطبيقية: .....

تقنيات تحليل الخطاب الحجاجي، للصورة الإشهارية، سيميائيا و تداوليا. .....

النموذج الأول: منتوج ماء ليبانزا الإسباني. .....195.....

1. **التحليل السيميائي:** .....196.....

أ–المستوى البصري: 196
ب–المستوى اللساني اللغوي: 197
تأويل الصورة: 199
2. **التحليل التداولي :** 201
أفعال الكلام: 202
المستوى الصوتي: 203
المستوى التركيبي: 204
المستوى الدلالي: 205
الروابط التداولية: 207
السلم الحجاجي: 207
أساليب وأشكال الحجاج: 208
مغالطات الأسئلة والنتيجة: 210
النموذج الثاني: السكن الاقتصادي لمجموعة شيماء 213
خاتمة: 226
خلاصة 227
استنتاجات:..... 233
التوصيات 237
لائحة المصادر والمراجع العربية: 238
المصادر القرآنية: 246
الرسائل والأطروحات الجامعية: 246
الروابط الاكترونية 247
المجلات: 247
المصادر والمراجع الأجنبية: 249
الفهرست..... 253

تقديم: لعل البحث والكشف عن الحجاج وأساليبه في البلاغة العربية، يعد عملا صعبا يتطلب اطلاعا كبيرا على السياقات الفكرية والفلسفية، والدينية والتاريخية، التي أقامت البلاغة العربية، وحولتها إلىونص لا يمكن فهم أوله إلا بعد قراءة آخر سطر منه ، بحيث دخلت هذه البلاغة في نقاش جدلي قوي مع كل من أفلاطون **الأستاذ** والسوفسطائيين **الخصوم**.

أما مفهوم الحجاج في الدراسات الغربية الحديثة، فيعتبر من أهم عناصر التداولية؛ لأن الكلام في أغلب الأحيان يكون من أجل الحجاج، فما من خطاب، سواء كان علامـــة سيميائية، أو صـــورة، أو قولا، إلا وله فعل توجيهي حجاجي نحو قول أو نتيجة ما؛ لأجل هذا صار من الضروري الخوض في هذا الحقل التداولي الـــذي عني بدراسة الحجاج في اللغـــة التي أطلق عليهـــا "**ديكرو و أنسكومبر**"، **(La pragmatique intégrée)**،

في هذه الرسالة المعنونة **ب: الآليات والتقنيات الحجاجية في التواصل "الخطاب الإشهاري" نموذجا**، حاولت قدر المستطاع كشف الغطاء عن جانب من جوانب التداولية المتمثل في الحجاج، وإبراز أهم المفاهيم التي يستند إليها . لقد تأرجح مصطلح **البلاغة** كما هو معلوم، بين معنيين متعارضين، يدل أولهما على الخطاب الذي يستهدف الإقناع، وتغيير الأحوال والمقامات، اعتمادا على الملكة الخطابية، ويدل ثانيهما على الخطاب الذي يتنصل من مهمة الإقناع؛ لكي يصبح في حـــد ذاته هدفا وغاية.

إذا كانت **البلاغة** القديمة – اليونانية والعربية – قد تناولت قضية الحجاج، إلا أنها لم تتناول أبعادها كلها، حيث تم الإكتفاء بالإشارة إلى مقامات السامعين، والهيئة التي على الخطيب أن يكون عليها، والمؤكدات التي دعم بها خطابه، فإن **الحجاج** في الدرس البلاغي المعاصر والحديث قد تم الاهتمام به من خلال الحقلين النقدي، واللساني خاصة، والإنساني عامة، في مجال المشافهة والكتابـــة.

هذا كله يجعل البلاغة المعاصرة مطالبة بالوقوف عند عمليات البناء والتعليل، والفهم والتأويل، قصد تحريك المستمعين والتأثير عليهم، ويعد هذا التأثير من العوامل التي فتحت الأبواب أمام عودة الخطابة، ورجوع وظيفة الإقناع.

اسباب اختيار البحث:

ومن الأسباب التي حفزتني لتناول هذا البحث:

- خلو المكتبة البلاغية من مثل هذه الدراسة المتخصصة ، فأغلب الدراسات التي تناولت موضوع الحجاج تناولته دون تمييز بين آليات النص الخطابي، والسيميائي التداولي.
- الحاجة الماسة إلى معرفة وسائل الإقناع، فقد أضحى الحجاج مطلبا أساسيا في كل عملية اتصالية تستدعي الإفهام والإقناع، فالمجتمع يتجه يوما بعد يوم نحو علوم التحريض والدعاية، كالإشهار مثلا.
- معايشة الإرساليات الخطابية الإشهارية التي تتطلب من الباحثين جهدا جهيدا؛ للوقوف على ما فيها من مغالطات حجاجية.
- اهتمام معظم البلاغيين بالجانب الشكلي للبلاغة دون البحث عن جوهر البلاغة ، التي تعني التوصيل والإفهام، والإبانة.
- الخلط بين التحليلين السيميائي والتداولي، دون مراعاة للفروق ، والخصائص النوعية لأشكال الخطاب المختلفة.
- الوقوف على حقيقة المنهج التداولي المعرفي، ومدى فهمه لمختلف أنواع الخطاب.

من جهة أخرى، لقد واجهتني **إكراهات**، و**صعوبات** كثيرة، وأنا أنجز هذا البحث العلمي التي يمكن إجمالها في النقاط الآتية:

- صعوبة اختيار، وانتقاء موضوع البحث.
- صعوبة الحصول على المعلومات، بحيث يتعذر اقتناء بعض المصادر والمراجع من المكتبات الجامعية، نظرا لقلة عددها، وكثرة الطلبة.
- صعوبة التعامل مع الكتب المترجمة/ صعوبة قراءة، وتفكيك مكونات الصورة الإشهارية.
- صعوبة ضبط جميع الأخطاء اللغوية والنحوية.
- صعوبة الكتابة من حيث الشكل، و ضبط الفقرات.
- مشكلة التنسيق بين المعلومات مع ضبط إحالاتها، واستخدام الروابط وعلامات الترقيم، والتبويب، والفهرست.

إن الهدف من هذ ه الأطروحة هو دراسة الخطاب في الثقافة العربية المعاصرة، وفي الخطاب الإشهاري بالتحديد، لأن البحث في الصورة الثابتة تحديدا، يشكل فرصة معرفية ثمينة؛ لتجاوز النقص التاريخي الحاصل في الثقافة البصرية على رأي " **الدكتور عبد اللطيف نجيد، والدكتور مصطفى العمراني**؛" لذلك سيكون هذا البحث إحياء للحس التأويلي لدى القارىء العربي ؛ ليتمكن من دراسة الرسالة البصرية التي ليست وليدة مادة تضمينية ، أو تحمل معاني قارة، وإنما هي ذات أبعاد أنثروبولوجية، وإيديولوجية، واجتماعية.

1. مشكلة البحث:

تمحورت مشكلة البحث في أسئلة كثيرة، يمكن حصرها فيما يلي:

- ما التواصل؟ وكيف استأنف الغرب المعاصر، القول في نظريات التواصل الحجاجي؟.
- ما طبيعة الحجاج كممارسة ونظرية؟ وما علاقته بالخطابة والبلاغة؟.
- إلى أي مدى يمكن توظيف آليات الخطاب؟ بناءا على ما قدمه الغرب المعاصر، من نماذج لمقاربة النصوص والخطابات الحجاجية، وضبط اشتغالها، وحصرها في جملة من الآليات : (الآليات الإنجازية، نموذج أفعال الكلام : **سورل وأوستن**، والتداولية الحوارية: **غرايس**، والآليات اللسانية: **ديكرو، وانسكومبر**، والتلفظية: **شارل موريس...**، ثم الحجاج السيميائي: **بورس**).
- وأخيرا كيف استطاع الإشهار التعامل مع الصور والخطابات المباشرة وغير المباشرة ، قصد إقناع المتلقي، في ضوء المقاربات الحجاجية، والسيميائية، والتداولية؟.

1. خطة البحث:

للإجابة عن أسئلة هذه الأطروحة، اخترت الخطة التالية:

العنوان: الآليات والتقنيات الحجاجية في التواصل الخطاب، "الإشهاري" نموذجا.

مقدمـــة: تتضمن تمهيدا عاما ومختصرا لموضوع الأطروحة، ثم بعض الأسباب والأهداف التي دفعتني لتناوله، مع الإشارة إلى بعض الصعوبـات، والمشـاق التي واجهتني أثناء إنجــازه، و قسمتها – الأطروحة– إلى **ثلاثة أبواب**.

- **الباب الأول:** وقد اشتمل على أربعة فصول:
  - **<u>الفصل الأول</u>:** بينت فيه نظريات التواصل، والحجاج التواصلي.

نظرا لشساعة الموضوع، وصعوبة تحديده، ولكون المقام لا يسمح بالإلمام ببسط وجهات نظر أغلب اللسانيين، فقد اقتصرت على **دي سوسير** باعتباره المؤسس للتواصل اللساني، وعلى **رومـــان جاكبسون** باعتباره المنظر لهذا المفهوم.

في حين كانت **مرحلة التأصيل** مع(**رومان جاكبسون**): التي حدد فيها جوهر التواصل اللساني، وجعله قائما على ثلاثة عناصر، وهي: المرسل، المرسل إليه، الرسالة (الإرسالية /Message).

كما أشرت إلى تصور كل من **مارتني، وبنفنست** لمفهوم التواصل، فرغم استفادة **مارتني** من أعمال **جاكبسون** القيمة، فإنه اقترح جهازا مفاهيميا مختلفا، إذ جعل الوظيفة **التأثيرية** في مقابل الوظيفة **الشعرية**، و**المخاطب** في مقابل **المرسل**، و**السامع** في مقابل **المرسل** إليه، كما عمل على ربط التواصل بالأدب والإبداع بصفة عامة. أما **بنفنست**، فقد خصص الفصل الثاني من كتابه **قضايا اللسانيات العامة** ، الجزء الثاني للتواصل الحيواني، واللغة البشرية في كون كليهما يحتوي على رسالة، ومرسل، ومرسل إليه، وهي عناصر أساسية كافية لقيام تواصل أفضل.

- **الفصل الثاني:** تناولت فيه الحجاج قديما وحديثا.

1. الحجاج قديما: يعتبر الحجاج قديما دراسة في آليات التفكير، وإنشاء المعرفة على خلفية أنه نشاط ثقافي في الإنتاج والتلقي ؛ الأمر الذي يدعو للتفكير، والبحث في ما يقوي الجهاز المعرفي وينشطه؛ كي يضطلع بالمهمة النقدية التي توفر الإجابة عن جميع الأسئلة – أو أغلبها– المتعلقة بحقيقة الخطابات التواصلية، وكيفية بنائها، وآليات فهمها، وسبر أغوارها للوصول إلى أهدافها.

لقد اقتصرت في هذه المرحلة على كل من الحجاج **السوفسطائي، والأفلاطوني، ثم الأرسطي.**

2 . البلاغة الحجاجية الحديثة: وفيها تحدثت عن بلاغة بيرلمان وتيتيكا، ثم بلاغة ديكرو، وماييير.

<u>الفصـل الثـالث</u>: أشرت فيـه إلى طبيعة الحجاج، آلياته ، تقنياته، نموذج الخطاب، والخطاب الحجاجي.

- **الباب الثاني:** فقد اشتمل على على ثلاثة فصول:

- **الفصل الأول: ذكرت فيه الحجاج التداولي الذي ينبني على دعامتين أساسيتين : الشق المعرفي، والشق التواصلي.**

الجانب المعرفي: مستمد أساسا من علم النفس المعرفي، السلوك، الاستدلالات، الاعتقادات، والنوايا(...). **الجانب التواصلي:** إن مهمته البحث في ما يصدر عن المتكلمين، وأغراضهم، واهتماماتهم، ورغباتهم المتمثلة في: أفعال الكلام، السيـــاق ، متضمنات القول ، نظرية الملاءمة ، الاستلزام الحواري والقصدية...

- **الفصل الثاني:**

ذكرت فيه **القوة الإنجازية:** تعديلها، أسبابها، وسائلها، ووظائفها. تلك القوة التي ترتبط بتداولية أفعال الكلام عند **سورل**، من حيث عرض الموضوع الواحد بأكثر من صيغة تداولية: كالأمر، والالتماس، والعرض، والتمني، وغيرها، في حين رأى **ساكس (Sacks)** أن قوة المنطوق الإنجازية تخضع لما يعمد إليه المستمع، لا ما يقصد إليه المتكلم، ذلك أن أحدا من المستمعين، أو محللي الخطاب، لا يمكنه أبدا أن يتأكد من مقصد المتكلم؛ لأنه لا يقبل الفحص، أما تفسير المستمع، فإنه يتجلى في استجابته، وهذا ما يحدد تقدم التفاعل اللغوي، أو نجاحه. كما تناولت **المقويات الحجاجية الموجهة إلى المتلفظ والمتلفظ إليه.**

- **الفصل الثالث:** ركزت من خلاله على ما يلي:

-**القصدية:** التي تكشف عما يدور في خلد المتكلم باستمرار أثناء إصدار الملفوظات، حيث يرتبط هذا المفهوم بكل ما من شأنه أن يحفز المتكلم على تحريك العملية التبليغية، سواء ارتبط ذلك بما تم التصريح به من ملفوظات، أو لم يرتبط بوظيفة المتلقي الأساسية في التأويل والتبليغ.

-**التأويل الدلالي السيميائي للملفوظات الحجاجية:** الذي يهتم بدراسة المعنى، وتحليله في تجلياته المختلفة؛ بحيث لم يبق – مع تطور العلوم- حبيس الدلالة المعجمية السكونية"[1].

الباب الثالث: فقد قسمته إلى فصول أربعة:

- **الفصـل الأول:**

بينت فيه معنى الإشهار لغة، واصطلاحا مع ذكر أهميته، إذ هو صناعة إعلامية، وثقافية بأتم معنى الكلمة، كما يكتسي طابعا ثقافيا يتمثل في مكوناته المختلفة، من حيث أساليبه اللغوية، والحجاجية، والسيميائية، والتداولية، بالإضافة إلى بعده الاقتصادي، والسياسي والاجتماعي المرتبط بالدعاية التجارية.

➢ **الفصل الثـاني:**

عالجت من خلاله أشكال الخطاب الإشهاري المتجلية في : الإشهار المسموع، الإشهار المكتوب، الإشهار المسموع، والمكتوب **(السمعي ــ البصري)**. كما أشرت إلى أنواعه من حيث موضوعه، وأهدافه، وآليات الإقناع، ونوع الجمهور، حسب مسالك التوزيع، مبينا وظائفه المتمثلة في:

- الوظيفة الجمالية، الوظيفة الإحالية. الوظيفة التشخيصية.
- الوظيفة المرجعية. الوظيفة الدلالية، الوظيفة التداولية.

وفي نهاية هذا الفصل كشفت عن بعض نظريات الخطاب الإشهاري على الشكل التالي:

- نظرية القيمة، النظرية السلوكية.
- النظرية السيكولوجية.
- النظرية الاجتماعية، النظرية الجمالية، النظرية الاقتصادية.

➢ **الفصل الثـالث:**

ركزت فيه على التواصل الجسدي الإشهاري، والسيميائيات الحجاجية للصورة الإشهارية.

أما **السيميائيات** الحجاجية في الصورة الإشهارية: فقد ضمنتها **(علم الدلالة في السيميائيات، ومفهوم الصورة الإشهارية ووظائفها، وعلاقتها باللغة والرموز، والأيقونات والعلامات التشكيلية)** المتمثلة في:

✓ الإطار، التأطير، زاوية التقاط الصورة واختيار العدسة، التأليف، إعداد الصفحة.
✓ الأشكال، الألوان، والإنارة و بلاغة الصورة الإشهارية

➢ **الفصل الرابع:** اقتصرت فيه على بحث ميداني، يشتمل على نموذجين تطبيقيين:

النموذج الأول: صورة إشهارية معنونة **بمنتوج ماء ليبانزا الإسباني**، موظفا فيها تحليل الخطاب الحجاجي للصورة، بطريقة سيميائية، وتداولية. من **الناحية السيميائية** ركزت على : المستوى البصري، و المستوى اللساني اللغوي، ومن **الناحية التداولية** تناولت ما يلي:

➢ **أفعال الكلام، المستوى الصوتي، المستوى التركيبي. المستوى الدلالي.**

➢ **الروابط التداولية، السلم الحجاجي. أساليب وأشكال الحجاج./ مغالطات الأسئلة، والنتيجة.**

النموذج الثاني: فهو عبارة عن صورة إشهارية تعالج موضوع **السكن الاقتصادي** ، وقد حللتها تحليلا تداوليا فقط ؛ لأن التداولية ليست تخصصا منغلقا على ذاته، بل أقحمت العديد من الموضوعات الفلسفية التقليدية مثل: الاقتضاء، الاستلزام الحواري، والأفعال اللغوية، إضافة إلى اهتمامها بموضوع الحجاج الذي يشكل أحد مقوماتها الرئيسة.

زيادة على ذلك، فقد أضفت إلى البحث، وبطريقة مبتكرة العديد من المعضلات التي كانت تنتمي إلى المجال المرتبط بالدلالة، إذ بواسطتها تم التنبيه على ضرورة أخذ الاستعمال اللغوي بعين الاعتبار، كما تجاوزت القدرة على الإنجاز، أي: تجاوز البنية الصورية إلى الكلام في كل حيويته وعفويته، وإلى المتكلم بكل ما له من اعتقادات، ونوايا معرفية، وإلى المخاطب بكل ما له من فهم، وقدرة على التأويل وفق مجموعة مـــن القواعـــد "بعضها كلية من شأنها تغيير وضعية المتلقي، وتغيير منظومة معتقداته، أو وضعه السلوكي. كما أن البعد التداولي يشمل نظريات يمكن حصرها فيما يلي: النظرية التلفظية **(Enonciation)**، النظرية الحجاجية **(Argumentatiion)** ، نظرية الأفعال الكلامية **(Actes du langage)**، إلى جانب اعتبار الصورة التي يتم تحليلها نسقا أيقونيا.

- **استنتاجـــات:**

بعد انتهاء هذه الرحلة البحثية، التي حاولت من خلالها مناقشة **آليات وتقنيات الحجاج، "الخطاب الإشهاري" نموذجا**، وذلك بالكشف عن مكونات الحجاج الدلالية، وطرق إنتاجه للمعنى، توصلت إلى مجموعة من الاستنتاجات التي تخص الجانبين، النظري والتطبيقي على السواء، أهمها:

الباب الأول:

- اعتبار سياسة التواصل عاملا هاما من عوامل التسويق، والنجاح لدى المؤسسات التجارية وغيرها.
- إن سياسة التواصل ضرورة ملحة لأي مؤسسة تعيش في محيط يتميز بالمنافسة الشديدة
- التواصل الناجح، والتفاعل الجيد، يتحقق بالقدر الذي تكون عليه الرسالة، واضحة تتيح فهما واضحا.
- حضور **دي سوسير** بقوة في كل الدراسات اللسانيـــة، فهـــو أول منظر، لنظرية التواصل و هي الدال و المدلول، إلا أن نظريته لم تكتمل فيها عناصر الاتصال.
- اعتبلو **جاكبسون** أن للغة وظيفـة أساسية هي التواصل، و أن للغة ستة عناصر وهي :المرسل والرسالة، والمرسل إليه، والقناة، والمرجع، واللغة. ولكل عنصر وظيفة خاصة : فالمرسل وظيفته

انفعالية تعبيرية، والرسالة وظيفتها جمالية، والمرسل إليه وظيفته ، تأثيرية وانتباهية، والقناة وظيفتها حفاظية، والمرجع وظيفته مرجعية أو موضوعية، واللغة أو السنن وظيفتها لغوية، أو وصفية.

- ارتباط الحجاج منذ القدم بالخ طابة، أو ببلاغة الإقناع خاصة عند اليونان باعتبارها وسيلة حجاجية توظف للدفاع عن الحقوق المسلوبة، ولهذا اشتهر **السوفسطائيون** وغيرهم ببراعتهم الحجاجية حتى عدوا معلمي الحجاج أو البلاغة، فالخطيب يقوم في المجالس القضائية يدافع عن حقوقه متسلحا بفصاحته وبلاغته التي تمكنه من الوصول إلى أهدافه. لهذا لقيت الخطابة اهماما كبيرا عند اليونان.
- اهتمام **الفلاسفة اليونانيين**، بدور الخطابة في المجتمع اليوناني، وفي مقدمتهم **أفلاطون**، من خلال كتابيه **جورجياس وفيدر**، وعلى الرغم من حملته العشوائية على الخطابة، إلا أنه كان يقر بصناعتها للإقناع.
- إسهام **أرسطو** بتأليف **كتابه الخطابة**، في وضع معالم الدرس الحجاجي الغربي، حيث تحدث عن بلاغة الإقناع وأسسها، بدءا من مرحلة الإيجاد، أي البحث عن الحجج، ثم الأسلوب، وأخيرا ترتيب بناء الخطبة .
- إذا كان **أرسطو** منظرا للحجاج الخطابي عند الغرب، فإن **الجاحظ** منظر للحجاج الخطابي عند العرب.
- التفكير في الخطاب الحجاجي ، مع الأخذ بعين الاعتبار عناصره وأطرافه الضرورية، وما بينها من العلاقات المعقدة: المتكلم، النص، المخاطب، المقام.
- استحضار الشروط، والكفاءات التي ينبغي أن تتوفر في متكلم (المرسل) يمارس الإقناع، بواسطة الخطاب، مع استلزام النظر في التفاعلات، التي تحصل بين المتكلم ، ومخاطبه في مرحلة، إنتاج الخطاب الحجاجي.
- تحديد هوية النص اللفظي اللغوي ، التي تكسب الخطاب الحجاجي ، فعالية خاصة في التواصل، والإبلاغ، والإقناع باعتباره ألفاظا وأصواتا، ونظما وتركيبا، و مجازا، واستعارة، وتخييلا.

أما الباب الثاني بفصوله ومباحثه فقد استنتجت النقاط التالية

- اهتمام كل من **بيرلمان، وزميله** بمجهودات أرسطو، وبالتطورات التاريخية، لمفاهيم الخطابة والجدل، والحجاج، إذ كانت غايتهما في النهاية، إخراج حجاج قائم بذاته، له مميزاته وأهدافه، من خلال كتاب: (Traité de l'argumentation: La nouvelle rhétorique).
- الحجاج في اللغة حسب **(ديكرو وانسكومبر)**، بحث لغوي محض؛ لأنه يقع على اللغة أساسا ، فهو يجعل الأقوال تتتابع وتترابط بشكل دقيق. ولعل أبرز ما يميز نظرية **ديكرو** ، مفهوم السلالم الحجاجية والوجهة الحجاجية، ويمكن لحظ سمتين أساسيتين في نظرية **ديكرو** تتلخصان في: **التأكيد على الوظيفة الحجاجية للبنى اللغوية./ التأكيد على السمة التوجيهية للخطاب.**

- اعتبار الروابط أحد المؤشرات الحجاجية، التي تضيف معنى من المعاني، إلى الأقوال التي يتلفظ بها المتكلم، مما يزيدها دقة بداية ونهاية، افتتاحا واختتاما.
- إبراز الفروق بين الحجاج السليم، والمغالط، في العملية الإشهارية في ضوء مقاربات تطبيقية لبعض الخطابات المتداولة.
- إن الآلية الاستنباطية وحدها دون آلية القياس، لا يمكن أن تقوم بوظيفتها، في تحليل الخطاب وتأويله، وفق مقتضياته، وأبعاده المختلفة على أحسن وجه.
- بقدر ما مايختار الفرد ماياسب من الآليات الحجاجية، يكون لخطابه وقع على مخاطبيه، إم ـا استمالة أو إقناعا، أو إمتاع ا، وذلك بهدف تسريع عملية تعديل موقف، أو تغيير سلوك، أو نظرة اتجاه موضوع، أو حدث أو فكرة.
- الخطاب اللساني، له علاقة بمفاهيم أخرى، كاللغة والكلام، والنص والتلفظ، إذ يختلف اختلافا كليا عن الجملة، وكيانه، متميز عنهم جميعا.
- توسيع دائرة اللسانيات، بظهور اتجاهين لتحليل الخطاب: اتجاه لغوي أمريكي، بقيادة **هاريس**، الذي بدأ يحلل ما فوق الجملة، واتجاه لغوي أروبي، بنيوي بزعامة عالم اللغة **جاكبسون**، واضع نظرية التواصل، التي فتحت آفاقا، جديدة أمام البحث اللغوي عموما.
- تركيز اللسانيين المعاصرين، على دراسة الخطاب المنطوق والمكت وب، والمقروء والمسموع نظرا للعلاقات القائمة بينهم، من جهة، وبين أنظمة العلوم المعرفية الأخرى، من جهة ثانية، وفي مقدمتهم، **دي سوسير، كانغليم، ومارندان، و هاريس، وجاكبسون، وبرلصون، ولويس يالمسلف، جون ديبوا، وبنفست...**
- استطاعة التداولية، تقديم الإطار النظري الملائم، الذي يسمح بمعالجة العديد من القضايا، أو الموضوعات في مقدمتها الأفعال اللغوية، والحجاج والاستدلال، والمبادئ التخاطبية أو الحوارية، ثم الحجاج المغالط...، إضافة إلى تمكنها من تجديد البحث بطريقة مبتكرة في العديد من القضايا التي كانت تنتمي إلى المجال المرتبط بالدلالة.
- تحويل نظرية أفعال الكلام، من النظرية التقليدية (كلام معرفي وصفي)، إلى بعد اللغة الدينامي ، باعتبارها قوة فاعلة في الواقع، ومؤثرة فيه.
- تعدد طرائق تأويل الملفوظات، والعلامات في السيميائيات، بتشعب السيرورة الدلالية التي تتولد، و تتنامى بفعل الإحالات، اللانهائية التي تحيل عليها.
- دور السيميائيات، في الكشف عن فكرة المرسل، التي لا يمكن الوصول إليها إلا بوساطة التأويل.

- الحديث عن العلامة في تصور **بورس**، وعن طرق صياغتها، وأشكال تداولها، هو الحديث عن النشاط الإنساني، باعتباره بؤرة مركزية منتجة للعلامات.

في حين استخلصت من الباب الثالث بفصوله ومباحثه مايلي

- للخطاب الإشهاري: مكونات، وخصائص، كما له أشكال وأنواع، ووظائف ونظريات.
- استنطاق الأيقونة، عن طريق التسنين الثقافي، وتحويلها إلى علامة، وهذا ما أكد عليه **إيكو**، إذ اعتبرها علامة عرفية ثقافية.
- ضرورة اللجوء إلى المقارنة السميولوجية، من أجل الكشف عن القيم الدلالية، والعلامات المسننة للصورة الإ شهارية.
- تعليم الباحث القراءة الفاحصة، لمكونات الخطاب الحجاجي، الداخلية والخارجية، ودفعه إلى الاشتغال التطبيقي التفصيلي، سيميائيا وتداوليا، على علاقة المكونات النصية بالأغراض والمقاصد، والانتباه إلى ما في الألفاظ والأصوات، والتراكيب والصور من تعدد دلالي ، وثراء إيحائي، و قابلية للاستعمال في مقامات، وسياقات مختلفة.
- توظيف البلاغة الحجاجية - بتقنياتها المتعددة-؛ من أجل محاولة تقديم إجابات مقنعة عن أهم القضايا الفكرية المعاصرة المتمثلة في تغيير مفهوم الزمان والمكان، وحدود ما يبث ويقدم إلى المتلقي، يوميا من معلومات، ومعارف سواء كانت خطابا مقروءا، أو مكتوبا، أو مسموعا.
- الصورة الإشهارية، تركيبية لا تقبل التقطيع، إلى عناصر صغرى مستقلة ؛ لأنها ترابطية تختزن في بنائها دلالات لا تتجزأ.
- لغة الجسد، غالبا ما تكون أكثر تأثيرا من لغة الكلام، فالناس يصدقون عادة حركات الجسد، أكثر مما يصدقون كلمات المرسل؛ لأنها تعكس مشاعر ومواقف، وقناعات أكثر من العبارات.
- الإشهاري مسؤول أمام المستهلك، كما أنه مسؤول أمام القيم الحضارية، التي يجب أن لا تخلط بوضعيات تافهة، أو ظرفيات مبتذلة، لا قيمة لها.
- اعتماد الخطاب الإشهاري على تراكيب ، وقواعد معينة؛ لتحقيق الهدف، وفي مقدمتها آليات وتقنيات "**الحجاج**"، الذي يعتمد تلقائيا في أي خطاب إشهاري بهدف الاستمالة والإقناع.
- تركيز الصور الإشهارية التي تناولها البحث، على نظام ترميزي شفوي، يقوم على الخطاب المباشر، دون إهمال بلاغة الصورة.

- الاهتمام بموضوع بناء الحجة وترتيبها في الخطاب الإشهاري ، مع مراعاة الاتساق ، بين الجانب اللساني، والجانب الأيقوني للإرسالية الإشهارية.

➢ **خلاصة:**

إن التواصل في العصر الراهن، يعد تقنية إجرائية وأساسية ، في فهم التفاعلات البشرية، وتفسير النصوص والخبرات الإعلامية، والتحكم في كل طرق الإرسال والتبادل . إذ تعتبر اللغة من آليات التواصل، ومن أهم تقنيات التبليغ، ونقل الخبرات، والمعارف والتعل يهات من الأنا إلى الغير، أو من المرسل إلى المخاطب. وهذه اللغة على مستوى التخاطب، والتواصل ترتكز على مستويين سلوكيين: لفظي وغير لفظي. بيد أن التواصل له ارتباط وطيد برواد المدارس اللسانية، وعلى رأسها **دي سوسير** الذي اهتم بمعالجة دورة الكلام، ولم يقصد بالتواصل هنا المنهج الذي يتكأ عليه لدراسة اللغة وفحصها، من خلال الانفتاح على الأمور التي تحف بالخطاب، على نحو ما استقر في الأبحاث التواصلية الحديثة، ومع تطور العصر، شهد الدرس اللساني الحديث تطورا هاما على مستوى المناهج المتبعة في دراسة اللغة، و تولد عن هذا التطور مفاهيم مختلفة على مستوى وظيفة اللغة، مما أدى إلى اختلاف في تفسير الظاهرة اللغوية في حد ذاتها وكذا الأدوات الإجرائية الجادة، التي تساعد على تفسير النص، أو الخطاب اللذين تنتجهما اللغة.

وهكذا فإن اللغة بالمفهوم السيميولوجي أضحت مجموعة من العلامات، وأن الظاهرة اللغوية هي ظاهرة سيميائية ستكون مادة خصبة للمنهج السيميائي في تحليله للخطاب، مع تجاوز الثنائية السوسيرية ، **(اللغة الكلام)** والتركيز على اهتمام السيميائي بالاجتماعي. وحينئذ سيصير الكلام بوصفه انجازا فرديا غير ذي أهمية في مجال البحوث السيميائية.

- **<u>منهج البحث</u>:**

المنهج الذي اعتمدته في هذا البحث هو : **وصفي، كشفي، تحليلي، واستنباطي** ، فالوصفي الكشفي التحليلي، متعلق بالظاهرة الحجاجية التواصلية البلاغية، خاصة الجانب النظري ، أما المنهج الاستنباطي فإنه متمثل في الدراسات السيميائية والتداولية للخطاب الإشهاري، وبالضبط المجال التطبيقي.

- **توصيات البحث:**

إن قراءة الصورة الإشهارية، أو الصورة الثابتة، لا تعد القراءة الوحيدة، والشاملة، فعلى كل قارئ أن يضع شبكة حجاجية ممنهجة لدراستها، معتمدا على كفاءته التأويلية، وقدرته الإنجازية؛ لفهم

علاماتها التشكيلية، والبصرية عامة، وقد ترتكز أساسا على المعرفة والثقافة واللذة، إضافة إلى تسلحه بترسانة من الأدوات الإجرائية؛ لإن الصورة الأيقونيــة هي المرآة التي تنعكس عليها عقليــة المبدع، و مجتمعه، والجو الثقافي الذي يسود عصره، والتيار الإيديولوجي الذي يوجه فكره، بل إنها مرآة لكل معاناته النفسية والجسدية، والعاطفية والفكرية، والحضارية، لهذا كانت "الصورة الأيقونية بمثابة بوتقة تتقاطع فيها علاقات الفرد بنفسه، وبمحيطه، إذ تنصهر فيها مواقف الآخر".[1]

وبالتالي، فإن كل القراءات التي تتناول الأعمال الفنية، والصور الإشهارية هي عبارة عن تأويلات يستحيل معها تطابق الصورة مع المرجع، فالصورة في العود والبدء ، دائما في إبداع قرائي حجاجي، وتأويل جديد.

وفي **الختام** أجدد شكري وامتناني الخالص، لأستاذي ومعلمي الفاضل، **الدكتور:عبد اللطيف نجيد،** لما قدمه لي من مساعد ات، وإرشادات متمثلة في شكل البحث، وتنظيمه ، ومحتواه المعلوماتي خلال إنجاز هذا العمل، مع تزويدي بالمصادر والمراجع المهمة، المتعلقة بموضوع البحث.

- ✓ **بيبليوغرافيا البحث:** صنفت فيها المراجع والمصادر العربية و الأجنبية.
- ✓ **فهرس الموضوعات:** رتبت فيه أبواب وفصول البحث، وحددت صفحاتها.

[1]. ذ فاطمة شبشوب كلية الآداب مكناس، مقال: "الصورة الأيقونية بوتقة علاقات ومواقف" سلسلة الندوات 3 ص: 37 الدور التربوي والتعليمي للصورة الحكاية المصورة نموذجا.