

الإعلامية النصية في قصيدة "أين ليلاي؟" "لمحمد العيد آل خليفة"

TEXTUALITY L' INFORMATIVITY IN A POEM "AYNA LAYLAYA" "MOHAMED LAID AL KHALIFA"

الطبيب العزالي قواوة

جامعة العربي التبسي - تبسة

البريد الإلكتروني: gaouaouataveb@gmail.com

تاريخ النشر: 2019/12/12

تاريخ القبول: 2019/09/30

تاريخ الإرسال: 2019/02/21

ملخص:

تعدّ قصيدة "أين ليلاي؟" لشاعر الجزائر "محمد العيد آل خليفة" نصًا شعريًا مختلفًا عن بقية النصوص الشعريّة؛ فهي ليست مجرد قصيدة أبدعت تعبيرًا عن حبّ كبير بين الشاعر وليلاه، أو تعبيرًا عن لوعة الفراق؛ لكنّها رسالة تتضمّن محتوى يريد الشاعر إيصاله إلى محبوبته، وإلى كلّ من أحبّها، ومن كان سببًا في قطع ذات بينهما. ولكونها رسالة فهي صالحة لدراسة معيار الإعلامية فيها، هذا المعيار المتّصل بالسياق الذي تولّد فيه النصّ، وبمنتجه، ومتلقّيه.

الكلمات المفتاحية: الإعلامية؛ النصية؛ قصيدة "أين ليلاي؟"؛ النص، محمد العيد آل خليفة.

ABSTRACT :

The poem "Ayna Laylaya" For the Algerian poet "Mohamed laid Al Khalifa", are considered poetic text different from other poetic texts, is not only a poem that expresses a great love between the poet and "laylah" or the expression of the feeling of separation, But it is a message that includes the content that the poet wants to transmit to His love and to all of His love and That was the cause of their separation.

And because it is a message, it is worthwhile to study the criterion of informativeness, a criterion related to the context in which the text is generated, its Producer and its recipients.

Keywords: L' informativity; Textuality; The poem "Ayna Laylaya"; Text; "Mohamed laid Al Khalifa".

1- مفهوم الإعلامية (Informativity):

الإعلامية أو الإخبارية⁽¹⁾ هي «العامل المؤثر بالنسبة لعدم الجزم (Uncertainty) في الحكم على الوقائع النصية، أو الوقائع في عالم نصّي (Textual) في مقابلة البدائل الممكنة. فالإعلامية تكون عالية الدرجة عند كثرة البدائل، وعند الاختيار الفعليّ لبديل من خارج الاحتمال. ومع ذلك نجد لكل نص إعلامية صغرى على الأقل تقوم وقائعها في مقابل عدم التوقع (non-occurrences)»⁽²⁾. ويرى "دي بوجراند" أنّ اثنين من هذه المعايير السبعة لهما صلة وثيقة بالنصّ؛ وهما (الاتساق والانسجام)، واثنين منهما نفسيتان؛ هما (رعاية الموقف والتناص). أما المعيار الأخير (الإعلامية) فهو بحسب التقدير⁽³⁾. ويرى أنّ هذه المعايير لا يفهم أيّ منها من دون التفكير في العوامل الأربعة؛ اللغة، والعقل، والمجتمع، والإجراء (Processing)، وإنّ النصّ لا يعدّ نصًا إلا بمراعاة هذه المعايير السبعة. ويرى أيضًا أنّه لا بدّ أن توجد مبادئ تنظيمية (Regulative principles) تمنح

أيّ نموذج لغوي قيمة، ثم الاعتراف له بأنه نصّ. ويقترح معايير تؤدي الوظيفة التنظيمية، يطلق عليها معايير التصميم (Design)⁽⁴⁾؛ وهي:

- كفاءة النصّ (Efficiency): وتأتي من انتفاعه في الاتصال بأفضل نتائج الاقتصاد في الجهد حتى يصل إلى سهولة متزايدة (Progressing ease).

- تأثير النصّ (Effectiveness): يتوقف هذا المعيار على قوة وقعته عند مستقبله، وهي تعزز عمق الإجراء (Processing depth)، كما يتوقف على المساهمة في الوصول بمنتجه إلى غايته بتأسيس صلة (Relevance) بين مادة النصّ وخطوات خطّة ما.

- ملائمة النصّ (Appropriateness): تتوقف على التوافق الكميّ بين مطالب الموقف الاتصالي ودرجة مراعاة معايير النصّية. ويشير إلى أن هذه المعايير التصميمية أكثر حيوية بالنسبة إلى مقدرة (Competence) مستعملي اللغة في التفريق الشهير بين الجمل واللاجمل، أو التفريق بين النصّ واللا نصّ⁽⁵⁾.

وقد حدّد علماء لسانيات النصّ ثلاثة مفاهيم لمصطلح الإعلامية؛ وهي⁽⁶⁾:

1- الإعلامية بالمعنى العام، تدل على أنّ أيّ نص يجب أن يقدم خبرا ما، فالنصوص كلها تشترك في هذه الوظيفة.

2- الإعلامية بمعنى الجدة وعدم التوقع، وتدل على ما يجده المتلقي في النصّ، من جدة وإبداع ومخالفة الوقائع، على مستوى صياغة النصّ أو مضمونه، ويحدث هذا في النصوص الأدبية.

3- الإعلامية بمعنى الدعاية، إيجابا أو سلبا، لشخص ما أو لفكرة ما أو لمذهب ما.

وقد وصفت الإعلامية بالمفهوم الأول والمفهوم الثالث بأنها (إعلامية منخفضة)؛ لأنّ أثرها في النصّ يقتصر على الإخبار والدعاية فحسب، أما الإعلامية بالمفهوم الثاني فقد وصفت بأنها (إعلامية مرتفعة)؛ لأنها تتعامل مع الجانب الإبداعي أو الأدبي في النصّ⁽⁷⁾.

إنّ الإعلامية تعني الجدة في الخبر المطروح، وعدم توقع المتلقي استقبال هذا الخبر بهذا الشكل، أو بتلك النسبة⁽⁸⁾، ومن ثم تتشكل درجة الإعلامية وتختلف باختلاف ثقافة المتلقي ومدى استعداده لتوقع الخبر، كما تعتمد على مستوى الغموض التوقعي في تفسير النصّ.

2- أنواعها:

مما سبق يتبين أنّ هناك ثلاثة أنواع على الأقل من الإعلامية⁽⁹⁾، أو قل ثلاث درجات من الكفاءة الإعلامية⁽¹⁰⁾؛ الإعلامية من الدرجة الأولى، والإعلامية من الدرجة الثانية، والإعلامية من الدرجة الثالثة، و« كلما كان هناك ابتعاد عن التوقع وكثرة المعتاد والمألوف، زادت الكفاءة الإعلامية »⁽¹¹⁾، فالنوع الأول « يتحقق في العوالم الواقعية حيث توجد بدائل كثيرة، ويحدث ذلك عند اختيار بديل في الدرجة العليا من الاحتمال. ولنا في كل هذه المجالات قدر ضئيل من الاهتمام (Intrestingness) يتمثل في درجة المشاركة الإدراكية العقلية (Cognitive) التي تأتي عن عدم الجزم، كما تأتي أيضا عن عوامل مثل العاطفية (Emotivily) ودرجة البروز (Saliency)⁽¹²⁾، ومثال ذلك « نصّ "تمهّل" المكتوب على إشارة المرور. فهو قابل للتنبؤ تماما في كل من التضام والتقارن والتخطيط، ويتصف موقف الوقوع بالوضوح التام في العادة، بل إنّ الإشارة نفسها هي

أيضا ذات شكل ولون فريدين يتميزان من مسافة بعيدة. وهنا تستثار درجة التنبؤ القصوى من أجل إبقاء اهتمام السائقين مهينا لأحوال السير الحالية»⁽¹³⁾ و«تتصف الوقائع من الدرجة الأولى بأنها وقائع مبتذلة؛ أي أنها تكون مستوعبة في نظام أو مقام ما استيعابا كاملا يجعل حظها من الاهتمام ضئيلا. وفي اللغة العربية نجد ما يسمى بالكلمات الوظيفية (كالأدوات، وحروف الجر، وحروف العطف) وهي جميعا تشير إلى علاقات وليس إلى محتوى نجدها في العادة مبتذلة إلى حد يجعل وقوعها، وإن كان متكررا في نص مفرد، أمرا هينا لا يكاد يلمحه أحد»⁽¹⁴⁾.

غير أنه بمقدور منتج النص التدخل بإجراء تفسير أو عكس للأدوار الطبيعية لكلمات المحتوى وكلمات العلاقات، وذلك مثلا أن تكون الكلمات الوظيفية عادية، إلا أنها ترد مع ذلك في مواقع بعيدة كل البعد عن المؤلف. كقول المتنبي⁽¹⁵⁾:

أَمْضَى إِزَادَتَهُ فَسَوْفَ لَهُ قَدْ وَاسْتَقْرَبَ الْأَقْصَى فَتَمَّ لَهُ هُنَا

فاستعمال الكلمات الوظيفية: سوف، قد، ثم، هنا صنع بؤرة اهتمام يمكن منحها محتوى خاصا كاستعمال (سوف) بمعنى (زمن مستقبل)، و(قد) بمعنى (زمن ماض)⁽¹⁶⁾. فهذا النوع من الإعلامية تخلو وقائعها من الجدة أو التنوع أو عدم التوقع، وبالتالي لا تحتاج إلى جهد وانتباه شديدين من المتلقي⁽¹⁷⁾. وأما النوع الثاني فيحدث «عند تجاوز حالات غياب النص أو التفضيلات؛ أي عندما تكون الوقائع دون منطقة الاحتمال العليا، فالنتيجة هي وجود إعلامية من الدرجة الثانية»⁽¹⁸⁾، فتبقى الاحتمالات التي تقدمها الوقائع النصية في دائرة خيارات المتلقي، وتتسم هذه الوقائع بقدر متوسط من الفريدة والجدة وعدم التوقع⁽¹⁹⁾.

أما النوع الثالث أو ما يسمى -أيضا- بالإعلامية الخارجية فتكون «في الوقائع التي تبدو لأول وهلة خارجة بعض الشيء على قائمة الخيارات المحتملة. وهذه الوقائع قليلة الحدوث نسبيا وتتطلب قدرا كبيرا من الاهتمام وموارد المعالجة، غير أنها تكون في المقابل أكثر إمتاعا. وتنقسم وقائع الدرجة الثالثة إلى قسمين في العادة هما: الانقطاعات؛ وفيها تبدو تشكيلة ما خالية من المادة، والمفارقات؛ وفيها تبدو الأنماط المعروضة من النص غير مواكبة لأنماط المعرفة المخزنة. ويستلزم الأمر قيام مستقبل النص بالبحث في الدافعية؛ وهي حالة خاصة من حالات حل المشكلات من أجل اكتشاف ما تشير إليه تلك الوقائع، وسبب اختيارها واستيعابها المجدد في إطار الاستمرار الذي يؤلف الاتصال»⁽²⁰⁾، ومثال ذلك: (كانوا قد نظفت معاطفهم، وغسلت أوجهم ولمعت، وللعجب! أحذيتهم، فهم كانوا -كما تعلم- بدون أقدام). فالمقصود -هنا- وصف صغار المحاربين بما يوصف به أطفال البشر في أيام العطل⁽²¹⁾. أي تكون نسبة توقع الخبر المطروح معدومة، ويمثل هذا الخبر صدمة للمتلقي، ويحاول تفسير هذا الخبر بالرجوع إلى الخلف أو بما يتلوه من بقية النص. وتجدر الإشارة -هنا- إلى أن هذا المعيار النصي (الإعلامية) له جذور قيمة في التراث النقدي والبلاغي عند العرب، ويظهر ذلك في مستويين:

- المستوى الأول: ويتضمن الحد الأدنى من الإعلامية، ويتحقق هذا المستوى فيما سماه النقاد القدامى بالبيان أو الإفهام أو الفائدة من الكلام التي يتوخى المتكلم إيصالها إلى المخاطب.

- المستوى الآخر: ويتضمن الحد الأعلى من الإعلامية، ويتحقق عادة في الخطاب الإبداعي، ويتمثل لدى القدامى فيما دعوه بحسن البيان، أو حسن الإفهام، أو حسن الإفادة إذ تكون الإعلامية عندئذ بمعنى الجودة والإبداع والخروج على المألوف ومخالفة الواقع في التعبير⁽²²⁾.

وعليه فمعيار الإعلامية « يتعلق بمدى (توقع/عدم توقع) أو (معرفة/عدم معرفة) العناصر (الوقائع) التي يقدمها النص، ويقصد بذلك المعلومات الجديدة، التي يقدمها النص للمتلقي، فإن كان هذا المتلقي يتوقع المعلومات الجديدة، فإن النص يوصف بأنه أقل إعلامية، أما إذا كان المتلقي لا يتوقع هذه المعلومات الجديدة، فإنه يوصف بأنه أكثر إعلامية، وهذا يعني أن المعلومة الجديدة إذا قدمت للمتلقي فإن النص يكون أقل إعلامية، أما إذا تركت لحدس المتلقي، فإن النص يكون أكثر إعلامية»⁽²³⁾؛ أي أن الإعلامية تدل على ما يجده مستقبل النص في عرضه من جودة الوقائع وعدم توقعها على مستوى المحتوى الموضوعي أو النظام اللغوي⁽²⁴⁾.

بصفة عامة إن الإعلامية النصية لا نجدها في كل النصوص، وإن وجدت فهي ليست بنسب واحدة ثابتة، ومستقرة، بل تأتي بدرجات متفاوتة من نص إلى نص آخر؛ فالنسبية ميزة جوهرية في الإعلامية. أضف إلى ذلك أن لدرجة الإعلامية ارتفاعا وانخفاضا، أو بعبارة أخرى (مدى) توقع المعلومات الجديدة من عدم توقعها يخضع لثقافة المتلقي المعرفية، ومدى مقبوليته للنص الجديد.

ويجب ألا يفهم من كلامنا السابق أن البحث عن درجة ارتفاع أو انخفاض الإعلامية هو مكمّن اهتمام المحلل النصي، وهو شغله الشاغل؛ فهذا -في نظرنا- لا يسمن ولا يغني من جوع؛ لأنه « قد تكون في بعض المواضع درجة الإعلامية عالية، ولا يمكن للمتلقي استقبال النص مجردا عما حوله؛ لذلك يبدأ بالبحث عن مفاتيح لما استغلق عليه من مفاهيم فيبدأ بما هو داخل النص، فإما أن يعود أدراجه إلى ما قبل هذا الموضوع الغامض، ويبحث فيه عما يمكن أن يساعده على فك شفرة الجزء الحالي أو ينتظر الجزء القادم من النص عسى أن يكون هو المفتاح لما غمض»⁽²⁵⁾، وإنما سرّ اهتمامه وغاية تحليله ينصبّ في الإجابة على مضمون التساؤل الآتي: ما مدى أهمية هذا المعيار النصي في تحقيق الترابط والالتحام بين أجزاء النص بعضها ببعض؟.

واللافت للانتباه أن شعر "محمد العيد" ليس مجرد شعر، ليس مجرد قصائد إبداعية جميلة فقط -على ما يبدو دون مغالات ولا مجاملات- بل هو في الأساس رسالة سامية، وخالدة امتزج فيها حب الوطن، بحب الدين، بحب اللغة العربية، بحب القومية، بحب الإنسانية جمعاء. ويتملكك في ذلك كله الصدق والأمانة في تبليغ الرسالة للصغير والشاب والكهل، للرجل والمرأة، للأمي والمثقف...دون تحريف ولا تزييف، ولا مداراة ولا محاباة.

إنّ للإعلامية صلة وثيقة بالقصديّة وبالتقبليّة، فالمعايير الثلاثة تتصل بمستعملي النص سواء أكانوا منتجين له أم متقبلين. ولقد ذكرنا من مظاهر تقبليّة شعر "محمد العيد" أن أسلوبه ومعناه بسيط واضح لا غموض ولا تكلف فيه، تستسيغه الأذن عذبا زلالا، وهو أقرب إلى النفس من حبل الوريد.

لكن رغم هذه السهولة والبساطة وضعف الخيال، إلا أنّ الرمز كان حاضرا أحيانا في شعر الشاعر⁽²⁶⁾، من ذلك قوله⁽²⁷⁾:

أَيُّنَ (لَيْلَى) أَيُّنَهَا جِيْلَ بِيْنِي وَبِيْنَهَا
 هَلْ قَضَيْتُ دَيْنَ مَنْ قَضَى فِي الْمُحِبِّيْنَ دَيْنَهَا
 أَصَلَّتِ الْقَلْبَ نَارَهَا وَأَذَاقَتْهُ حَيْنَهَا
 مُنْذُ تَعَرَّفْتُ سِرَّهَا وَتَعَشَّتُ زَيْنَهَا

يمثل البيت الأول الفكرة العامة التي يريد الشاعر الحديث عنها في القصيدة كلها، وقد تضمن قدرًا كبيرًا من الإعلامية، فقد افتتح الشاعر نصه مستفهما بـ(أين) عن المكان الذي حلّت فيه محبوبته (ليلى)، وقد كثر أسلوب الاستفهام مرتين في شطر واحد؛ ليؤكد على حبه وشغفه الكبيرين لمحبوبته، وحرقته وبحثه المتواصلين دون أن يجدها، فقد حيل بينه وبين أن يجد مكانها؛ ولأن منتج النص يتحدث عن حب وفراق، فالافتتاح بأسلوب الاستفهام يبدو غير متوقع من المتلقي، إذ يتوقع أن يخبر ويسرد قصة حبه مع ليلاه ولقائه إياها ثم يذكر أسباب افتراقه عنها، وفي مرحلة أخيرة يتحدث عن رحلة بحثه عنها لمعرفة مكانها، لكن الشاعر المحب لم يبدأ بذلك ويعرض هذه المعلومات في قصيدته بل اكتفى فقط بالتساؤل عن مكانها.

ثم يصدم النص توقعات المتلقي مرة أخرى في البيت الثاني، فيطلب من مخاطبه أن ينفي له أو يثبت من أن ليلاه أدت ما علمها من الدين أو لا؟، ربما فرّق بينهما لأجل ذلك. وتزيد الإعلامية في الارتفاع أكثر حتى تبلغ ذروتها عندما يسأل المتلقي نفسه من هي ليلى الشاعر يا ترى؟ أهي امرأة أم شيء آخر؟ فيصيبه الارتباك، وينغلق عليه النص، ولا يمكنه التواصل معه، فيبحث في هذه الأثناء المتلقي عن مفتاح يفتح ما استغلق عليه النص، فيرجع رويدا إلى الورا داخل النص قبل الموضوع الغامض؛ أي قبل ذكر كلمة (ليلى)، فلا يحصل على شيء؛ لأنها أول كلمة في النص ولم تسبق بشيء، بالإضافة إلى أن عنوان النص وُسم باسمها، فيؤدي به ذلك إلى إكمال قراءة النص عسى أن يظفر بمفتاح لما غمض وأبهم، ولكن تعذر ذلك أيضا فيعود القهقري إلى ذاكرته ومخزونه الثقافي والتاريخي والمعرفي والنفسي بمنتج النص، فيجد أنه يغرق في الرمز بـ(ليلاه)، ويستبعد كل شبهة سياسية أو إشارة إلى الحرية، فيحتدم الصراع بالأخذ والرد في مضمون القصيدة، وتأرجحه بين الحقيقة والرمزية، بين العاطفة الذاتية والعاطفة القومية، فتتغلب بمعرفة الشاعر العاطفة الثانية على الأولى، وعندها يزال الغموض والإبهام في النص، ويجزم كما جزم "عبد الحميد بن باديس" « أن محمد العيد الذي يشعر شعور الشعب، ويتخيل خيال الشعب، لا تشغله قوس ولا مروحة ولكن لا تفتنه -وهو البلبل الغريد في قفص- إلا الحرية»⁽²⁸⁾.

ومرة ثالثة يصدم النص توقعات المتلقي بأن يكون المسند إليه فعل القضاء هو ليلاه (الحرية)؛ لتتنامي عملية الإعلامية فتبدو إعلامية مرتفعة من الدرجة الثانية، فالأفعال (قضت، أصلت، أذقت) تدعو إلى توقع كون المسند إليه إنسانا أو شيئا ماديا على الأقل، لكن جاء المسند إليه هنا شيئا معنويا (الحرية).

وتظهر الإعلامية كذلك في عدم الترتيب المعهود في سرد الأحداث وتوجيهها حسب الغاية المراد تحقيقها منها، كما رأينا ذلك ابتداء بين البيت الأول والأبيات التي تلحقه، وهذه المرة أيضا يتكرر عدم الترتيب ويظهر ما بين البيت الثالث والبيت الرابع؛ فالمتلقي يتوقع أن يتقدم (البيت الرابع) الذي يعدّ سبب على البيت

الثالث الذي يعد نتيجة؛ لأن التعرّف على سرّ الحرية وتعشّق زينها وجمالها سبب لصليان قلب الشاعر ناراً متأججة، ولكنه يفاجأ عكس ما يتوقعه بتقدم النتيجة على السبب. ثم يستمر الشاعر في رفع درجة الإعلامية في قوله⁽²⁹⁾:

مَا لَمْ (أَيْ لَآي) لَمْ تَصِلْ مُهَجَّاتٍ قَدَيْتَ هَا
وَقُلُوبًا عَلَفْنَا هَا وَعُيُونًا بَكَيْتَ هَا

فبدلاً من أن يجري الجملتان المعطوفتان في البيت الثاني على ترتيبهما كما يتوقع المتلقي أن تكون على النحو: (وعلقنها قلوباً... وبكىها عيوناً)، عدل الشاعر عن ذلك لأهمية المقدّم والعناية به، فقلب الشاعر متعلق أيما تعلق بالحرية، وعينيه تبكيانها لعدم تحقق الوصال بينهما، ويصاب المتلقي بالمفاجأة في استخدام الشاعر لأسلوب الالتفات من إفراد كلمة (القلب) في بداية القصيدة ثم جمعها في هذا الموضع إشارة منه أن الحرية ليست مطلب فردي بل هي غاية كل الجزائريين، وفي تنكير القلوب والعيون إفادة للعموم. ويتساءل المتلقي أيضاً في ذكر القلوب؛ وهي شيء معنوي، قبل العيون؛ وهي شيء مادي، فيفسر ذلك بأن التطلع للحرية وعدم نوالها يؤثر معنوياً في القلب قبل أن يظهر أثره مادياً في بكاء العينين، فاستطاع بذلك الشاعر رفع درجة إعلامية نصه كما رأينا.

لقد وظف الشاعر في هذه القصيدة التي تتكون من ثلاثة عشر بيتاً أسلوب النداء في موضع واحد فقط، في قوله⁽³⁰⁾:

إِيه يَا عَيْنِي أَذْرَفِي لَنْ تَرِي بَعْدُ عَيْنَهَا

وجاء المنادى (عَيْنِي) مضافاً إلى ياء المتكلم، ولم يناد الشاعر شيئاً يصلح للنداء في الواقع الفعلي للاستعمال اللغوي، وإنما يجوز ذلك في التراكيب اللغوية الأدبية، ومن ثم فلا لوم على الشاعر في ذلك، لكن يبقى أنه يصدم توقعات المتلقي بشأن المنادى، فالمتلقي يتوقع شيئاً يمكن نداؤه، لكن واقع النص يخالف ذلك. وقد سبق هذا الأسلوب باسم فعل أمر (إيه) بمعنى (زدني) من حديث معهود، حديث الشاعر مع ليلاه التي أبت إلا أن تتركه في حزنه وتفارقه دون رجعة (لن تري بعد عينها)، والإعلامية في هذا مرتفعة قليلاً في طلبه الزيادة؛ لأن في حديثه تفرغ لأحزانه وهمومه، وترتفع الإعلامية أكثر في إتباعه الطلب طلباً آخر، فالطلب الأول هو النداء المجازي، والطلب الثاني هو الأمر بالفعل (أذرفي)، والغرض في كليهما إظهار حزنه ولوعة فراقه. كما تظهر الإعلامية مرتفعة للمتلقي في توظيف الشاعر لحرف النفي (لن) الذي يحول الزمن من الحاضر إلى المستقبل، فيؤدي استعمال الشاعر لذلك التركيب بالمتلقي إلى توقع خاطئ، وربما الجزم فيه أن الشاعر لم ير عين ليلاه في ذلك الوقت، ولن يرها في المستقبل القريب أو البعيد، لكن الواقع عكس ذلك فالشاعر أدرك حرية بلاده ورآها بأعينه، وقال فيها أشعاراً، منها قوله⁽³¹⁾:

لَيْلَايَ فَيْكَ تَعَطَّفْتُ بِوَصَالِهَا!! فَشَفَّتْ بِهِ مَجْنُونَهَا الْمُسْتَهْتَرَا

وقوله⁽³²⁾:

وطني المُفدَى بالكِفاحِ تَحَرَّرَا وَمَصِيرُهُ بَعْدَ النَّجَاحِ تَقَرَّرَا
فابْنُ الجَزَائِرِ صَارَ سَيِّدَ أَرْضِهَا وَالغَاصِبُ المُحْتَلِّ صَارَ مُدْبِرَا

ولقد كان للمجاز بالغ الأثر في رفع إعلامية هذا النص في كثير من موضع، ومنها قوله: (لن تري بعد عينها)، ففي هذا مجاز مرسل علاقته الجزئية، لأنه عبّر بالجزء (عين ليلاه) وقصد الكل (ليلاه)، ولا يخفى أن «المجاز في كثير من الكلام أبلغ من الحقيقة، وأحسن موقعاً في القلوب والأسماع»⁽³³⁾. فبلاغة المجاز، وحسن موقعه في القلوب والأسماع يحفز المتلقي على قبول النص والاستمرار في قراءته. وكذلك الحال بالنسبة للاستعارة والكناية، فالأولى تنتشر في النص بكثرة على غرار الثانية، ومن أمثلتها قول الشاعر⁽³⁴⁾:

رَوْعَتْنِي بَيْنَها لا رَعَى اللهُ بَيْنَها

فقد شبّه الليالي بشيء مادي مخيف، وحذف هذا المشبه به ورمز له بشيء من لوازمه (الفاعل: روع) على سبيل الاستعارة المكنية، ولقد شخصت هذه الاستعارة ليلي الشاعر أو حريته في صورة محسوسة مجردة كأنها إنسان روعه وأخافه، وقس على ذلك قوله: (هل قضت دين من قضى) و(أصلت القلب ناراً). فهذا اللون البديعي طاقة إبداعية خلّاقة تنفجر عند الشاعر عبر لوحة فنية شعرية موجهة إلى المتلقي، فتحقق بذلك اللذة لقارئه ومتلقيه، وتجعله يطمع في المزيد، كيف لا، و«الاستعارة أفضل المجاز، وأول أبواب البديع، وليس في حلي الشعر أعجب منها، وهي من محاسن الكلام إذا وقعت موقعها، ونزلت موضعها»⁽³⁵⁾. ومن مواضع الكناية، قول الشاعر في آخر قصيدته⁽³⁶⁾:

لَمْ يُجِبْنِي سِوَى الصِّدَى أَيْنَ (لَيْلَايَ) أَيْنَها؟!

إنّ القصيدة كلها من بدايتها إلى نهايتها وحتى عنوانها يجمعها سؤال واحد عن مكان الحرية، أما الإجابة على ذلك السؤال فلم يجدها الشاعر، وكثرت على ذلك بعبارة (لم يجبني سوى الصدى) فأدى به ذلك إلى أن «يئس من العثور على (ليلاه)، ورضي من الغنيمة بالإياب وراح يطلب (تورية) أخرى في مناجاتها ومناجاتها، ويقرب النعوت والأوصاف، حتى التقى بها (ورقاء) مجنحة، ولكنه لقاء بعيد فالرقيب أشد ما يكونون تيقظا وحراسة»⁽³⁷⁾، يقول الشاعر⁽³⁸⁾:

ولقد شَجَّتْ قَلْبِي وَهَاجَتْ عُبْرَتِي (وَرَقَاءُ) فِي شَرَفِ بَعِيدِ عَالِ
(حَمْرَاءُ)* حَرَّرَ جِيدُهَا مِنْ طَوْقِهَا فِي الْوُزُقِ فَهِيَ عَدِيمَةُ الْأُمْتَالِ
هَتَفَتْ فَفُؤِمَتْ مُجَاوِبًا لِهَتَافِهَا وَلَحْنَتْ عَنْ قَصْدِ فَقُلْتُ تَعَالِي
شَرْقِيَّةً فِي الطَّيْرِ أَمْ غَرْبِيَّةً مَا دُمْتَ وَاصِلَةً فَلَسْتُ أَبَالِي
وَالْهَفْتَاهُ عَلَيَّ حُسْنُكَ فَاتِنٌ وَهَوَاكَ مَمْنُوعٌ وَوَصْلُكَ غَالِ
مَنْ كَانَ فِي الْعُشَّاقِ بِاسْمِكَ نَاطِقًا فَكَأَنَّمَا هُوَ نَاطِقٌ بِمُحَالِ
قَدْ أَحْدَقَ الرَّقَبَاءُ وَالْعُدَّالُ بِي وَيَجِي مِنَ الرَّقَبَاءِ وَالْعُدَّالِ

عَزَّ اللَّقَاءُ وَلَسْتُ مِنْكَ بِبَائِسٍ فَلَعَلَّ بَعْدَ الْبَيْنِ قُرْبَ وَصَالٍ

فالشاعر في هذه الأبيات يبث أشواقه ل(ورقائه)، ويستجير من رقائه وعذاله، وفي هذه الأثناء كانت الأيام تقترب من (1954م)، والمعجزة الميمنة في الظلام تزحف إلى قمم (الأطلس) لتحقيق الوصل، وتجعل اللقاء لقاء خالداً، وترمي بالأعداء من حيث أتوا في عرض البحر، بضربة المليون ونصف المليون شهيداً⁽³⁹⁾. وفي ختام الحديث عن الإعلامية في قصيدة "أين ليلاي" نشير إلى أننا إذا اعتبرنا هذا النص موجهاً إلى المتلقي المثقف فإن الإعلامية فيه عالية بصورة كبيرة، وإذا اعتبرناه موجهاً إلى المتلقي العادي؛ فإن درجة هذه الإعلامية العالية سوف تنخفض قليلاً، فهناك صدم لتوقعاته، وإذا كان النص موجهاً إلى القارئ الساذج؛ فإن درجة هذه الإعلامية العالية سوف تنخفض كثيراً، ويصبح النص منغلقاً عليه فهمه وتفسيره، ويؤدي به أحياناً إلى الملل والفشل، لعدم الانسجام بين معلومات ذاكرته ومعلومات النص.

قائمة المصادر والمراجع:

- أبو القاسم سعد الله، شاعر الجزائر محمد العيد آل خليفة، عالم المعرفة، طبعة خاصة، الجزائر، 2011م.
- أبو علي الحسن ابن رشيق القيرواني، العمدة في محاسن الشعر وآدابه، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد، دار الجيل، ط: 05، (1401هـ-1981م).
- أحمد عفيفي، نحو النص اتجاه جديد في الدرس النحوي، مكتبة زهراء الشرق، ط: 1، القاهرة، 2001م.
- إلهام أبو غزالة وعلي خليل حمد، مدخل إلى علم لغة النص تطبيقات لنظرية روبرت ديوجراندي وولفجانج دريسلر، مطبعة دار الكتاب، ط: 01، (1413هـ-1992م).
- حسام أحمد فرج، نظرية علم النص رؤية منهجية في بناء النص النثري، مكتبة الآداب، ط: 01، القاهرة، 2007م.
- خليل بن ياسر البطاشي، الترابط النصي في ضوء التحليل اللساني للخطاب، دار جرير للنشر والتوزيع، ط: 01، عمان، الأردن، (1430هـ-2009م).
- روبرت دي بوجراندي النص والخطاب والإجراء، تر: تمام حسان، عالم الكتب، ط: 01، القاهرة، 1998م.
- زهراء جواد عباس البرقعوي، الإعلامية في الخطاب القرآني دراسة في ضوء نظرية التواصل، رسالة دكتوراه، قسم اللغة العربية، كلية الآداب، جامعة الكوفة، (1435هـ-2014م).
- صالح خرفي، محمد العيد آل خليفة، وزارة الثقافة بمناسبة الجزائر عاصمة الثقافة العربية، الجزائر، (دط)، 2007م.
- صلاح الدين صالح حسنين، الدلالة والنحو، توزيع مكتبة الآداب، (دط)، القاهرة، (دت).
- عبد الخالق فرحان شاهين، أصول المعايير النصية في التراث النقدي والبلاغي عند العرب، رسالة ماجستير، جامعة الكوفة، العراق، (1433هـ-2012م).
- عزة شبل محمد، علم لغة النص النظرية والتطبيق، تقديم: سليمان العطار، مكتبة الآداب، ط: 01، القاهرة، (1428هـ-2007م).
- محب الدين أبو البقاء العكبري، ديوان أبي الطيب المتنبي بشرح أبي البقاء العكبري المسمى بالتبيان في شرح الديوان، ضبطه وصححه ووضع فهرسه: مصطفى السقا وإبراهيم الأبياري وعبد الحفيظ شلبي، دار المعرفة للطباعة والنشر، (دط)، بيروت، لبنان، (دت).

- محمد العيد بن محمد علي خليفة، ديوان محمد العيد آل خليفة، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، (دط)، عين مليلة، الجزائر، 2010م.

الهوامش:

- (1) - ينظر: أحمد عفيفي، نحو النص اتجاه جديد في الدرس النحوي، مكتبة زهراء الشرق، ط:1، القاهرة، 2001م، ص:86.
- (2) - روبرت دي بوجراند النص والخطاب والإجراء، تر: تمام حسان، عالم الكتب، ط:01، القاهرة، 1998م، ص: 105.
- (3) - ينظر: روبرت دي بوجراند، النص والخطاب والإجراء، ص: 106.
- (4) - ينظر: المرجع نفسه، ص: 106.
- (5) - ينظر: المرجع نفسه، ص: 106-107.
- (6) - ينظر: حسام أحمد فرج، نظرية علم النص رؤية منهجية في بناء النص النثري، مكتبة الآداب، ط:01، القاهرة، 2007م، ص: 66-68.
- (7) - ينظر: حسام أحمد فرج، نظرية علم النص، ص: 70.
- (8) - ينظر: إلهام أبو غزالة وعلي خليل حمد، مدخل إلى علم لغة النص تطبيقات لنظرية روبرت دي بوجراند وولفجانج دريسلر، مطبعة دار الكتاب، ط:01، (1413هـ-1992م)، ص: 184.
- (9) - ينظر: إلهام أبو غزالة وعلي خليل حمد، مدخل إلى علم لغة النص، ص: 187.
- (10) - ينظر: روبرت دي بوجراند، النص والخطاب والإجراء، ص: 252.
- (11) - عزة شبل محمد، علم لغة النص النظرية والتطبيق، تقديم: سليمان العطار، مكتبة الآداب، ط:01، القاهرة، (1428هـ-2007م)، ص: 68.
- (12) - روبرت دي بوجراند، النص والخطاب والإجراء، ص: 253.
- (13) - إلهام أبو غزالة وعلي خليل حمد، مدخل إلى علم لغة النص، ص: 187.
- (14) - المرجع نفسه، ص: 188.
- (15) - محب الدين أبو البقاء العكبري، ديوان أبي الطيب المتنبي بشرح أبي البقاء العكبري المسمى بالتبتيان في شرح الديوان، ضبطه وصححه ووضع فهارسه: مصطفى السّقا وإبراهيم الأبياري وعبد الحفيظ شلبي، دار المعرفة للطباعة والنشر، (دط)، بيروت، لبنان، (دت)، 200/04.
- (16) - ينظر: إلهام أبو غزالة وعلي خليل حمد، مدخل إلى علم لغة النص، ص: 188-189.
- (17) - ينظر: زهراء جواد عباس البرقعواوي، الإعلامية في الخطاب القرآني دراسة في ضوء نظرية التواصل، رسالة دكتوراه، قسم اللغة العربية، كلية الآداب، جامعة الكوفة، (1435هـ-2014م)، ص: 08.
- (18) - إلهام أبو غزالة وعلي خليل حمد، مدخل إلى علم لغة النص، ص: 189-190.
- (19) - ينظر: زهراء جواد عباس البرقعواوي، الإعلامية في الخطاب القرآني دراسة في ضوء نظرية التواصل، ص: 08.
- (20) - إلهام أبو غزالة وعلي خليل حمد، مدخل إلى علم لغة النص، ص: 190.
- (21) - ينظر: المرجع نفسه، ص: 191.
- (22) - عبد الخالق فرحان شاهين، أصول المعايير النصية في التراث النقدي والبلاغي عند العرب، رسالة ماجستير، جامعة الكوفة، العراق، (1433هـ-2012م)، ص: 138.
- (23) - صلاح الدين صالح حسنين، الدلالة والنحو، توزيع مكتبة الآداب، (دط)، القاهرة، (دت)، ص: 231.

- (24) - ينظر: إلهام أبو غزالة وعلي خليل حمد، مدخل إلى علم لغة النص، ص: 185. و خليل بن ياسر البطاشي، الترابط النصي في ضوء التحليل اللساني للخطاب، دار جرير للنشر والتوزيع، ط: 01، عمان، الأردن، (1430هـ-2009م)، ص: 103. وحسام أحمد فرج، نظرية علم النص، ص: 67.
- (25) - خليل بن ياسر البطاشي، الترابط النصي، ص: 103.
- (26) - ينظر: أبو القاسم سعد الله، شاعر الجزائر محمد العيد آل خليفة، عالم المعرفة، طبعة خاصة، الجزائر، 2011م، ص: 214.
- (27) - محمد العيد بن محمد علي خليفة، ديوان محمد العيد آل خليفة، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، (دط)، عين مليلة، الجزائر، 2010م، ص: 41.
- (28) - الديوان، هامش ص: 42.
- (29) - الديوان، ص: 41.
- (30) - الديوان، ص: 42.
- (31) - الديوان، ص: 42.
- (32) - محمد بن سمينة، العيديات المجهولة، تكملة ديوان محمد العيد آل خليفة، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، وحدة الرغبة، (دط)، الجزائر، 2003م، ص: 91.
- (33) - أبو علي الحسن ابن رشيق القيرواني، العمدة في محاسن الشعر وآدابه، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد، دار الجيل، ط: 05، (1401هـ-1981م)، 01/266.
- (34) - الديوان، ص: 41.
- (35) - ابن رشيق القيرواني، العمدة في محاسن الشعر وآدابه، 01/268.
- (36) - الديوان، ص: 42.
- (37) - صالح خرفي، محمد العيد آل خليفة، وزارة الثقافة بمناسبة الجزائر عاصمة الثقافة العربية، الجزائر، (دط)، 2007م، ص: 125.
- (38) - الديوان، ص: 317.
- * الورقاء والحمراء كلاهما الحرية.
- (39) - ينظر: صالح خرفي، محمد العيد آل خليفة، ص: 126.