

البلاغة العربية والتداولية.

Arabic rhetoric and deliberative

جمال شلباب¹

جامعة محمد بوضياف - المسيلة الجزائر، djamel.chelbab@univ-msila.dz

تاريخ النشر: 2020/03/22

تاريخ القبول: 2020/03/06

تاريخ الاستلام: 2020/02/26

ملخص: شكلت العلاقة بين البلاغة والتداولية عوامل ربط بين البلاغة وعلم اللغة. فموضوع البلاغة والتداولية هو استعمال اللغة بوصفها وسيلة تواصل بهدف ممارسة فعل على المتلقي، فالنص اللغوي هو نص تداولي، أي نص في موقف، ومن ثم يتفق المنظور البلاغي والتداولي في مراعاة الملابسات الخارجية والعناصر السياقية المختلفة في عملية التحليل؛ لأن المتكلم في الأصل قد راعى هذه الظروف والملابسات المقامية التي تحقق لرسالته اللغوية أقصى درجات التواصل. تأثيراً أو إقناعاً. مع المتلقي، فالبلاغة نظام من التعليمات تستخدم في إنتاج النص، في بعدها المعياري. ومن ثم يصبح من المجدي أن ينتفع المحلل بمعرفة الأشكال البلاغية التي يستخدمها المرسل.

كلمات مفتاحية: البلاغة - العربية - التواصل - التداولية.

Abstract: The relationship between rhetoric and deliberation formed the linking factors between rhetoric and linguistics, The topic of rhetoric and deliberative is the use of language as a means of communication with the aim of practicing action on the recipient. The linguistic text is a deliberative text, that is, a text in a situation, and then the rhetorical and deliberative perspective is consistent in taking into account the external circumstances and the various contextual elements in the analysis process. Because the speaker originally considered these conditions and the conditions that achieve his linguistic message the utmost degree of communication. Influence or persuasion. With the recipient, Rhetoric is a system of instructions used in the production of text. In its normative dimension. Then it becomes useful for the analyst to benefit from the rhetorical forms used by the transmitter.

Keywords: Rhetoric – Arabic – Communication - Deliberative

إذا كانت التداولية قد نشأت ضمن مباحث الدرس اللساني الحديث وما يتعلق به من قضايا في فلسفة اللغة فإن الظاهرة البلاغية إنما هي ظاهرة لغوية، ومن ثم تدخل الظاهرة البلاغية ضمن الرؤية التداولية للظاهرة اللغوية وإذا كانت الظاهرة البلاغية تختلف عن غيرها من الظواهر اللغوية بتضمنها لإيحاءات ودلالات إضافية، فبقدر هذا الاختلاف يكون تناسب الرؤية التداولية لمقاربتها، أي أن الرؤية التداولية بتجاوزها للمعنى الحرفي المفلوظ وبحثها في المعاني المضمنة تكون هي الأنسب لمقارنة الظاهرة البلاغية في تجاوزها المعنى الحرفي إلى معنى المعنى، ولذلك فالدراسات التداولية تتبنى الظاهرة البلاغية ضمن معالجتها بوصفها استعمالاً خاصاً للغة، والظاهرة البلاغية في بعدها التداولي تتلاقى مع نظريتين تأخذان الموقف في حسابهما هما: النظرية السياقية ونظرية أفعال الكلام، وهاتان النظريتان كان لهما أثرهما الذي لا ينكر في التأسيس للتداولية.

والتداولية هي كيفية استخدام الناس للأدلة اللغوية في صلب أحاديثهم وخطاباتهم ، كما يعنى هذا التخصص من جانب آخر بكيفية تأويلهم لتلك الخطابات والأحاديث . ومن هنا جاز لنا القول إن اللسانيات التداولية إنما هي لسانيات "الحوار" أو"الملكة التبليغية" compétence de communication ، والتي تقابل الملكة اللغوية الصرفة عند "تشومسكي" .

وبالاستناد إلى هذه التعريفات تغدو التداولية العلم الذي يدرس الأفكار والمعاني والألفاظ والمفاهيم والإشارات ، وكل ما له علاقة بالاستعمال اللغوي، وبعبارة جامعة نقول إنّ التداولية هي أداة للتفسير والنقد معا، تبدو قيمتها في اعتبارها وسيلة معرفية نلجأ إليها لتعييننا على فهم ومعرفة وتمييز هل أنّ ما نبحث فيه له قيمة ومعنى أم ليس له ذلك ؟.

ومن جهة أخرى تعدّ التداولية بمفهومها الحديث وما أفرزته الدراسات والأبحاث من رؤى منظوراً جديداً للظواهر البلاغية يؤسس لتحليل هذه الظواهر وفق منظور تداولي، وبذلك تعود البلاغة في العصر الحديث لتعتمد على المناهج والنظريات اللغوية الحديثة، ومن هنا تأتي صعوبة الفصل بينهما عند محاولة تتبع تطور البحث النصي، "فقد أدى التداخل الشديد بين البحوث اللغوية والبلاغية والأسلوبية إلى صعوبة تمييز ما هو نصي مما هو غير نصي، إذ أنها كلها تعني بالمضمون، وإن كانت تتواصل إليه بطرق مختلفة، حتى أدوات هذه المناهج تتداخل بشكل يدعو إلى الدهشة، وصار الربط بين مستويات اللغة من صوتية وصرفية ونحوية ودلالية، سمة مشتركة، وإن أضيف إليها المستوى التداولي الذي هو جزء أصيل منها"¹

وهذا ما حدث فعلا في النصف الثاني من القرن الماضي حينما اعترف ليتش LEITCH.V بأن "البلاغة تداولية في صميمها؛ إذ أنّها ممارسة الاتصال بين المتكلم والسامع بحيث يحلان إشكالية علاقتهما مستخدمين وسائل محدّدة للتأثر على بعضهما"². ويدعم هذا الرأي الباحث الألماني لوسبرغ LAUSBERG. H الذي يرى بأنّ "البلاغة نظام له بنية من الأشكال التصورية واللغوية؛ يصلح لإحداث التأثير الذي ينشده المتكلم في موقف محدّد"³.

ولذلك فإنّ البلاغة والتداولية البرغماتية تتفقان في اعتمادهما على اللغة كأداة لممارسة الفعل على المتلقي؛ على أساس أن النص اللغوي في جملته إنما هو "نص في موقف" مما يرتبط -لا بالتعديلات التي يفرضها أشخاص المرسل والمتلقي وموقعهما على معناه فحسب- وإنما بالنظر إلى تلك التعديلات التي تحدث في سلوكهما أيضا⁴.

وهكذا بدأت النظرية البلاغية الجديدة تطرح نفسها لا بوصفها مدرسة تخيلية تجميلية بحتة بل نظرية مقصدية تداولية تعني بالخطاب من حيث هو "موضوع خارجي، أو شيء يفترض وجود فاعل منتج له، وعلاقة حوارية مع مخاطب أو مرسل إليه"⁵. وذلك من منطلق أن التداولية إنّما تريد أن تجيب -على حدّ قول فرانسو أرمينكو- على جملة من الأسئلة: من يتكلّم؟ وإلى من يتكلّم؟ ومع من يتكلّم؟ ولأجل من يتكلّم؟ ماذا نصنع حين نتكلّم؟ ماذا نقول بالضبط، حين نتكلّم؟ هل يمكننا الركون إلى المعنى الحرفي لقصد ما؟ ما هي استعمالات اللغة؟ أيّ مقياس يحدّد قدرة الواقع الإنساني اللغوية؟⁶.

واستناد إلى هذه الأسئلة الكثيرة التي أفرزها الفكر التداولي، يقرر الفيلسوف المغربي طه عبد الرحمن تأسيسا لتداولية الخطاب "أنّ كل منطوق به يتوقّف وصفه «بالكلام» على أن يقترن بقصد مزدوج يتمثّل في تحصيل الناطق لقصد التوجّه بمنطوقه إلى الغير، ولقصد إفهامه بهذا المنطوق معنى ما، فاعرف أنّ المنطوق الذي به يصل أن يكون كلاما هو الذي ينهض بتمام المقتضيات التواصلية الواجبة في حقّ ما يسمّى «خطابا»، إذ حدّ الخطاب أنّ كلّ منطوق به موجّه إلى الغير بغرض إفهامه مقصودا مخصوصا"⁷.

وبهذا يتبين أن حقيقة الكلام ليست هي الدخول في علاقة بألفاظ معينة بقدر ما هي الدخول في علاقة مع الغير، بمعنى أن الذي يحدد ماهية الكلام إنما هو "العلاقة التخاطبية"، وليس العلاقة اللفظية وحدها، فلا كلام بغير تخاطب، ولا متكلّم بغير أن تكون له وظيفة المخاطب، ولا مستمع بغير أن تكون له وظيفة المخاطب⁸.

وتأسيساً على ذلك يرى التداوليون أن الخطاب ينقسم إلى نوعين كبيرين: خطاب مباشر وخطاب غير مباشر. ويعتبرون أن إدخال كلمات القائل في صيغة الخطاب بشكل مباشر يعد أقصى درجة من الموضوعية بقدر ما يلتزم بالنقل الحر في دون تحريف⁹.

إلا أنّ طه عبد الرحمن يرى أن النقل المذكور ليس إلا جانباً واحداً منتزعا من جملة جوانب تشمل عليها العلاقة التخاطبية، وأن المتكلم ليس ذاتاً ناقلة فحسب، بل فيه ذوات فوقها يكفي لتبينها أن ندقق النظر في عملية النقل ذاتها، فالنقل كما يمارسه المتكلم هو في الأقل نقلان اثنان:

أحدهما صريح يتعلق بالمعنى الظاهرة والحقيقية المستقلة عن مقامات الكلام.

والثاني ضمني يتعلق بالمعاني المضمرة والمجازية غير المستقلة عن هذه المقامات.

ومعلوم أن الأصل في هذا النقل الثاني هو انبناء الكلام على القصد، فيكون معيار الفائدة فيه هو مقاصده لا ظواهره حتى يقوم الدليل على خلافه¹⁰.

وقد كونت العلاقة بين البلاغة والتداولية عوامل ربط بين البلاغة وعلم اللغة، فالنص اللغوي هو نص تداولي، ومن ثم يتفق المنظور البلاغي والتداولي في مراعاة الملابس الخارجية والعناصر السياقية المختلفة في عملية التحليل، فالبلاغة نظام من التعليمات تستخدم في إنتاج النص. في بعدها المعياري. ومن ثم يصبح من المجدي أن ينتفع المحلل بمعرفة الأشكال البلاغية التي يستخدمها المرسل¹¹.

وتماشياً مع هذا التطور الطارئ على الدراسات الأدبية الحديثة " فقد ركزت التداولية على سمة الأدب الاتصالية انطلاقاً من أن الاتصال عموماً لا يكتمل دون أخذ الأدب وسياقه في الاعتبار، كما أن دراسات الأدب لا تكتمل دون الأخذ في الاعتبار توظيف الأدب لمصادر الاتصال المختلفة.

إن أبعاد هذا الطرح لا شك مثرية، فالأدب لم يعد نصاً مغلقاً أو بنية شكلية معزولة عن سياقها، بل إن هذا الاتجاه أعاد إلى الدرس الأدبي الصلة القديمة بين الخطابة والشعرية، ولهذا فإنّ الدراسة الدرائعية / التبادلية للأدب تسعى إلى اكتشاف التقنيات العلمية في النص (الإيحاء والافتراض المسبق، والإقناع)، وربطها بالقوى الخارجية في عالم الكاتب والقارئ، مثل علاقات التقاليد الثقافية وأنظمة النشر والتوزيع والرقابة، وهلم جرا. ويبقى التركيز في كل هذا على صلات الاتصال والتفاعل الخاصة والدقيقة الفعلية¹².

وإذا كانت إشارات بليث تركز على وجود البعد التداولي في البلاغة القديمة المتعلق بالغاية الإقناعية، فإنّ الدرس البلاغي الحديث يهتم أيضاً بالجانب الإقناعي الذي لم يكن موقوفاً على الاتجاه البرهاني المتمثل في نظرية الحجاج أو بلاغة الحجاج argumentation إذ يدخل أيضاً في اهتمام تيار البلاغة العامة "فنظرية الحجاج تنميه وتوسعه وتطوره لتدمجه في هموم البحث التداولي الحديث، والبلاغة العامة تسترجعه بعد أن ضاع منها في ظروف تاريخية غير مواتية لتطوير نظرية بلاغية"¹³.

حيث إنّ الإقناع هو: «عملية خطابية، يتوخّى بها الخطيب تسخير المخاطب لفعل أو ترك بتوجيهه إلى اعتقاد قول يعتبره كلّ منهما (أو يعتبره الخطيب)، شرطاً كافياً ومقبولاً للفعل أو الترك»¹⁴.

وفي شرح طه عبد الرحمن لكلّ واحد من تلك الشّروط ذكر مفهوم الإقناعية (الإقناع) بقوله: « فعندما يطالب المحاورُ غيره بمشاركته اعتقاداته، فإنّ مطالبته لا تكتسي صبغة الإكراه، ولا تدرُجُ على منهج القمع و إنما تُتبع في تحصيل غرضها سبلا استدلالية متنوّعة تجرّ الغير جرّاً إلى الاقتناع برأي المحاور، وإذا اقتنع الغير بهذا الرّأي، كان كالقائل به في الحُكم؛ وإذا لم يقتنع به، ردّه على قائله مُطّلعاً إياه على رأي غيره، ومُطالباً إياه بمشاركته القول به »¹⁵.

والإقناع يستخدم لأغراض نفعيّة، إذ يُعمدُ المرسل إلى الظفر بإقناع المرسل إليه (الجمهور المتلقّي) بواسطة الإيظوس "Ethos" كما يسمّيه هنريش بليث. وعند البلاغيّين، حيث يرى بليث أنّ: « في النّمودج البلاغي للتّواصل يحتلّ متلقّي الخطاب المقام الأول بدون منازع »¹⁶، ذلك أنّ: «بناء الخطاب وتداوله مرهون إلى حدّ كبير بمعرفة حاله أو بافتراض ذلك الحال والافتراض المسبق ركن ركين في النظام البلاغي العربي، إذ العناية في المقام الأول موجهة إلى المرسل إليه، حتّى في ما يعرف بالمحسنات البديعية بوصفها تحقق هدف المرسل من الخطاب، وذلك بالتأثير فيه، فالعناية بالمحسنات، ليست من قبيل الزخرفة اللفظية ... كما يشاع»¹⁷، لأنّ المتلقّي قد يكون سببا في إضعاف فاعلية الإقناع، سواء بطريقة مقصودة أو غير مقصودة كأنّ يفتقر إلى المهارة الاتّصالية من قبيل: افتقاره للإنصات والانتباه وإجادة القراءة والكتابة كل ذلك يعدّ عاملاً معوقاً في الإقناع ... أو الحالة النّفسية المتدهورة التي تجعله غير قادر على التعرض للتنبيهات الواردة في الرسالة¹⁸.

ومن هنا كان الارتباط الوثيق بين التداولية وبلاغة الحجاج، لاهتمام بلاغة البرهان بالجانب الإقناعي الذي يأخذ المتلقي في حسابه، وبذلك تولى هذه البلاغة البعد التداولي جل اهتمامها، فمن أهم أهدافها "دراسة تقنيات الخطاب التي تسمح بإثارة تأييد الأشخاص للفروض التي تقدم لهم، أو تعزيز هذا التأييد.

وعلى هذا النحو راح البلاغيون الجدد يشتغلون بالبحث عن طبيعة التواصل في الخطاب البلاغي، من خلال تحديد عناصره ووظائفه وكشف مقاصده الظاهرة والمضمرة، مستلهمين في ذلك المبادئ الأساسية التي قامت عليها النظرية التداولية، والتي كانت بمثابة ثورة حقيقية في مسار الدراسات اللغوية المعاصرة. وهذه المبادئ - كما ذكرها فرانسو أرمينكو - هي: مفهوم الفعل ومفهوم السياق ومفهوم الإنجاز¹⁹.

وقد استخلص رولان بارت أن هذه الأهداف التواصلية في البلاغة القديمة تجعل من البلاغة مؤسسة اجتماعية، فقد كانت عند الإغريق "فن الكلام حسب بعض القواعد، وهي في نفس الوقت علامة سلطة اجتماعية وأداة لهذه السلطة"²⁰.

وقد ناقش بليث البعد التداولي للبلاغة بالتفاتته إلى أن توجه البلاغة نحو الأثر التداولي يظهر في تمييزها بين ثلاثة أنماط أساسية من المقصدية: المقصدية الفكرية وتشتمل على الغرض التعليمي الذي يهتم بإخبار المتلقي بواقع ما دون استدعاء العواطف، والغرض الحجاجي الذي يتمثل في جعل موضوع الخطاب ممكناً بالرجوع إلى العقل، والمقصدية العاطفية المعتدلة، وتنتج انفعالاً خفيفاً مثل التعاطف.

إلا أن دارسي التداولية يرون أنه من المناسب تضييق مجال دلالة البلاغة باعتبارها أداة ذرائعية، وإلا أصبح من الممكن اعتبار كل شيء بلاغة، تأسيساً على أن لكل شيء أهدافه النفعية، وأن كل رسالة لها قصدها وموقفها وظروف تلقيها.

إنّ توجه البلاغة نحو الأثر التداولي يظهر في تمييزها منذ القدم بين ثلاثة أنماط أساسية من المقصدية، واحد منها فكري واثنان عاطفيان، أحدهما معتدل، والثاني عنيف انفعالي تهييجي:

1- المقصدية الفكرية:

وتضم مكوناً تعليمياً ومكوناً احتجاجياً، ومكوناً أخلاقياً، وهي مكونات متداخلة على

الدوام.

أ- الغرض التعليمي:

وهو غرض يهتم بإخبار المتلقي بواقع ما دون استدعاء العواطف، ويتولاه الجانب الإخباري عن الخطاب، كما يقوم أيضا على تقديم موضوعي كما في النصوص العلمية والإخبارية، ومنه فإنّ القول بأن الخطاب البلاغي هو خطاب جمالي لا يعين بحال من الأحوال أنّه لا يؤسس لمرجعية معينة أو لا يهدف إلى تحقيق غرض فكري معني. فكثير من النصوص البلاغية خاصة التعليمية والإخبارية منها يكون مرتكزها الفعلي هو الجانب الإخباري من الخطاب، وذلك "بإخبار المتلقي بواقع ما دون استدعاء العواطف"²¹. ففي مثل هذه النصوص لا يكون الهدف هو التأثير العاطفي أو العقلي في المتلقي، وإنما ينصبّ اهتمام المخاطب على موضوع الخطاب، فيكتفي بوضع المخاطب أو القارئ أمام موضوعه لغرض الاستفادة والفهم. ومن هذا المنطلق يمكن الإحالة إلى ما ذكره الجاحظ من أن الدور الأول للبلاغة هو الفهم.

ب- الغرض الحجاجي:

ويتمثل في جعل موضوع الخطاب ممكنا بالرجوع إلى العقل، ويمكن تحقيق ذلك بالحجة المادية المعتمدة على الوقائع الموضوعية، وعلى الخلفية العامة المكونة من آراء المجتمع، ويتحقق هذا الغرض من جهة أخرى بالحجة المنطقية وشبه المنطقية، التي تسير من الخاص إلى العام (الاستقراء)، أو من العام إلى الخاص (الاستنباط)، والغرض من ذلك هو جعل غير المحتمل محتملا، يمتد مجال هذا النشاط إلى الجانب البرهاني للخطاب، كما يمتد إلى أي شكل من النصوص الحجاجية²².

ج- الغرض الأخلاقي:

وهو ما يمكن أن نطلق عليه بالخطاب الوعظي، حيث يكون الغرض من الخطاب هو نشر الأخلاق الفاضلة ومحاولة إصلاح سلوك الفرد والمجتمع. فيتمثل المخاطب في صورة المصل الاجتماعي الذي لا يسعى من خلال خطابه إلى نقل أخبار معينة إلى المتلقي وحسب، وإنما يركز في عملية الإخبار على جانب التأثير والإقناع ممّا شأنه أن يساعده على إيصال أفكاره وتبليغ معارفه. ومن هذا المنطلق يشير هنريش بليث إلى أنّ المخاطب في مثل هذا النوع من الخطابات يجمع بين الغرض التعليمي والغرض الحجاجي في محاولة منه لإقناع المتلقي بجدوى ما يرد في

خطابه، فيحمله ذلك إلى الإقرار به. وعلى هذا الأساس يحدث الخطاب الأخلاقي الذي تتمثل فيه عناصر النص انتقال من المقاصد الفكرية إلى المقاصد العاطفية²³. ولعلّ المتلقي في الخطاب الأخلاقي يظهر بخلاف ما هو عليه في الخطاب التعليمي، حيث يكون موضوعاً -على حدّ قول محمد العمري- موضع الغافل المقصر²⁴، الذي يحتاج إلى من يكشف غفلته، وينير دربه.

2- النمط العاطفي:

ويشكّل هذا النمط من الأغراض مقصدين أساسيين هما: تتشكّل مقصدية الخطاب البلاغي في هذه الحالة على محاولة دغدغة مشاعر السامعين رغبة في إحداث تجاوب انفعالي خفيف، أو ما سمّاه أرسطو بـ الأيطوس، وهي تحمل معان عدّة: فهي تعين السلوك أو العادة، أو هي الحالة العاطفية التي يحدثها خبر ما في السامعين. وقد ذكر نروثر بفراي أنّ هذا المصطلح إنّما يدلّ على السياق الاجتماعي الداخلي للعمل الأدبي، ففي الأدب القصصي يتحدّد من خلال خلق الشخصيات والفضاء الذي تتحرّك فيه. أمّا فيما يسمّى بـ "الأدب التيمي" فإنّه يشمل عالقة الكاتب بالقارئ أو الجمهور، ويحكم هذا النمط من المقاصد مكونان هما²⁵:

أ- المكون الغائي:

يهدف الخطاب من خلال استخدام الإيطوس إلى محاولة الظفر باقتناع المتلقّي. وفي هذه الحال ينبغي -كما يقول هنريش أن يكون هدف الإقناع خارج النص، بمعنى أنّ المخاطب ههنا سيسعى إلى محاولة استثمار بعض الجوانب الخارجية التي ستساعده في الوصول إلى مشاعر المتلقي لاستمالتها نحو موضوعه والتأثير فيه. ومثال ذلك الكوميديا والنص الإشهاري²⁶.

ب- المكون غير الغائي:

ينشأ هذا المكون عندما يتحول غرض الخطاب البلاغي من خارج النصّ إلى داخله، وذلك بالاكْتفاء بجعل المتلقي يشعر بشيء من اللذة أو المتعة الجمالية. وفي هذه الحالة نجد أنّ تداولية الخطاب تنحصر في بنيته النصّية التي تكون مناط التفكير والقصد. حيث يكون اهتمام المتكلم منصبا على تدبيح نصّه بشقّ الأشكال الجمالية التي تسمح له بأداء وظيفته التأثيرية²⁷، وقد كان الاهتمام بهذا المكون غير الغائي في العمل الفنيّ من قبل

أرسطو الذي أكد في كتابه "فنّ الشعر" أنّ المظهر الشكلي للعمل الفنيّ هو الذي يشكّل هدف الشعر، وقدرته على جلب المتعة للمتلقين.

وهذه المقاربة بين البلاغة والتداولية والتواصل بررتهما مجموعة من الدراسات مستعينة في ذلك بالتراث البلاغي من جهة، ونتائج العلوم المستحدثة من جهة ثانية، ومنطلقهم في ذلك أن البلاغة أو ما تنصرف إلى دراسته هو الإبلّغ²⁸.

والبلاغة في مفهومها تنطلق من فكرة التوجه إلى المستمع باعتباره المقصود من عملية التواصل، فالمتكلم يراعي من يوجه له الكلام، هذا الطرح دعت إليه البلاغة الجديدة، حيث يذكر بيريلمان perelman " أن ما ينبغي أن يحتفظ به من البلاغة التقليدية إنما هم فكرة المستمعين التي تنبثق من فهم طبيعة الخطاب، فكل قول يوجه لمستمع، وغالباً ما ننسى أن الشيء ذاته يحدث بكل مكتوب، وبينما نتصور الخطاب بالنظر إلى المستمعين فإن غياب القراء مادياً ربما يجعل الكاتب يظن أنه وحده في هذا العالم، بالرغم من أن نصه في الواقع مشروط دائماً بهؤلاء الذين يتوجه إليهم، واعياً أو بشكل غير واعي"²⁹.

وقد وضع هنريش بليث جدولاً لهذه المقامات قسمها فيه إلى المستويات التالية:

-مقام التواصل اليومي، وهو مقام غير بلاغي، غير شعري، ورمز له: ت ي وظيفته الإخبار

-مقام بلاغي: ت ب وظيفته: الإقناع

-مقام شعري: ت ش وظيفته: مقصود لذاته

-مقام ناقص: ت ن وظيفته غير تامة

بيد أن كثيراً من التداخلات تحدث بين هذه المقامات والوظائف المرتبطة بها، فلا نستطيع أن ننكر بشكل مطلق الأبعاد البلاغية، بوظيفتها الإقناعية والجمالية. في مقام التواصل اليومي، فالمحادثات اليومية تنطوي على هذه الأبعاد الإقناعية والشعرية بنسب متفاوتة وبصورة جزئية، ولعل معالجات نظرية أفعال الكلام وما أسفرت عنه من مناقشات على يد أوستن وسيرل ثم جرايس قد أولت المحادثات اهتماماً كبيراً، وقد التفت هنريش بليث نفسه إلى التداخل بين الوظائف: "إذا مال التواصل البلاغي نحو التواصل الشعري فإن الصورة البلاغية تتحول إلى صورة شعرية، وهذا يتضمن تغييراً في الوظائف، ففي حين يرتبط التواصل البلاغي (مثل التواصل اليومي) بوظيفة مقصدية ملموسة، لا بوظيفة لسانية، فإن الغرض من التواصل الشعري حسب ياكوبسون. ليس إلا غرضاً في ذاته (الغائية الذاتية)، أي أن الدليل

اللساني الثاني يحيل إلى نفسه، ومن هذه الزاوية فإن التواصل الشعري لا يرتبط بعناصر خارج اللغة، بل يكون له نظامه التواصلية الخاص.

وقد أبانت كلمات "فان ديك Vandijk" عن هذا التقارب الشديد بين البلاغة والتداولية في حديثه عن وظيفة البنيات البلاغية، إذ أشار إلى أن هذه البنيات "تستهدف نجاعة النص في المقام التواصلية، وبعبارة أخرى فإن المستعمل إنما يلجأ إلى بعض البنيات البلاغية لأغراض إستراتيجية، أي لكي يوفر شروط القبول لكلامه عند المخاطب، ولكي يراه. تبعاً لذلك. وقد أحدث، عند الاقتضاء أثراً (معرفة أو فعلاً)"³⁰.

وتجدد بنا الإشارة إلى أنه ثم ملاحظات في التفكير البلاغي العربي القديم تتلاقى بشكل ما مع هذه النظريات الحديثة، فقد أولت البلاغة العربية البعد المعياري الذي يهدف إلى غاية الإفهام والإبانة عناية في تناولها لفكرة المقام ويتوزع هذا البعد المعياري يتوزع بين غايتين تتحدان في: الغاية الإبلاغية والإفهام التي يراعى فيها معايير التطبيقية المعرفية، وغاية اللباقة ومراعاة المعايير التطبيقية الاجتماعية.

وبذلك نقف على أن التبليغ والإفهام وتمكين المعنى في نفس المتلقي من الغايات الجوهرية للقول البليغ، يقول مسعود صحراوي في هذا الشأن: "سيسهم في وصفها (التداولية) ورصد خصائصها وتفسير ظواهرها الخطابية التواصلية، كما نعتقد أن استثماره في قراءة الإنتاج العلمي لعلمائها سيسهم في اكتشاف وتثمين جوانب من الجهود الجبارة التي بذلها أولئك العلماء الأجلاء"³¹.

ومن كل ما سبق ذكره فإن البلاغة العربية واللسانيات التداولية يتداخلان ويتشابكان في قضايا عديدة تجعل من التقريب التداولي للتراث البلاغي العربي منهجاً لا يعزوه التأسيس اللساني لما بينهما من وشائج قربى، وصلات في مباحثهما، وأهم ما يمكن استخلاصه مما سبق:

1. فإن الرؤية التداولية بتجاوزها للمعنى الحرفي الملفوظ وبحثها في المعاني المضمنة تكون هي الأنسب لمقارنة الظاهرة البلاغية في تجاوزها المعنى الحرفي إلى معنى المعنى.

2. تتبنى الدراسات التداولية الظاهرة البلاغية ضمن معالجتها بوصفها استعمالاً خاصاً للغة

3. الظاهرة البلاغية في بعدها التداولي تتلاقى مع نظريتين تأخذان الموقف في حسابهما هما: النظرية السياقية ونظرية أفعال الكلام، وهاتان النظريتان كان لهما أثرهما الذي لا ينكر في التأسيس للتداولية.

4. تعدّ التداولية بمفهومها الحديث وما أفرزته الدراسات والأبحاث من رؤى منظوراً جديداً للظواهر البلاغية يؤسس لتحليل هذه الظواهر وفق منظور تداولي.
5. البلاغة والتداولية تتفقان في اعتمادهما على اللغة كأداة لممارسة الفعل على المتلقي.
6. بدأت النظرية البلاغية الجديدة تطرح نفسها بأنها نظرية مقصدية تداولية تعني بالخطاب من حيث هو موضوع خارجي.

- 1- سعيد حسن بحيري: علم لغة النص، المفاهيم والاتجاهات، الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان، القاهرة 1997م ص12-13.
- 2- صالح فضل: بلاغة الخطاب وعلم النص، سلسلة عالم المعرفة، مطبعة السياسة- الكويت، 1992 ، ص89.
- 3- المرجع نفسه، ص89
- 4- المرجع نفسه، ص89.
- 5- نفسه نفسه، ص89.
- 6- أرمينكو: المقاربة التداولية، تر: سعيد علوش، مركز الإنماء القومي، بيروت، دت، ص07.
- 7- طه عبد الرحمن: اللسان والميزان أو الكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، بيروت، ط1، 1998، ص215.
- 8- المرجع نفسه، ص215.
- 9- صالح فضل: بلاغة الخطاب وعلم النص، ص91.
- 10- طه عبد الرحمن: اللسان والميزان أو الكوثر العقلي، ص216.
- 11 - برند شبلنر: علم اللغة والدراسات الأدبية، تر: محمود جاد الرب، ص179
- 12 - ميجان الرويلي وسعد البازعي: دليل الناقد الأدبي ، المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء ، المغرب ، ط2000، 3 ، ص 169.
- 13- محمد العمري: نظرية الأدب في القرن العشرين، الدار البيضاء، المغرب 1996، ص132
- 14- عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، ص451.
- 15 - طه عبد الرحمن : في أصول الحوار وتجديد علم الكلام ، المركز الثقافي العربي ، المغرب ، ط5 ، 2014 ، ص 38 .
- 16 - هنريش بليث : البلاغة والأسلوبية نحو نموذج سيميائي لتحليل النصوص ، ص38 .
- 17- عبد الهادي بن ظافر الشهري : استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية ، ص 47،48.
- 18 - ينظر: محمود شمال حسن : الصورة والإقناع دراسة تحليلية لأثر خطاب الصورة في الإقناع ، ص40،41.
- 19- فرانسوا أرمينكو: المقاربة التداولية، ص09.
- 20- رولان بارت: البلاغة القديمة، تر: عبد الكبير الشرقاوي، الدار البيضاء، ص187.
- 21 - هنريش بليث: البلاغة والأسلوبية، ص102، 103.

- 22- بعلي حفناوي: مسارات النقد ومدارات ما بعد الحداثة، دار اليازوري العلمية، ط1، 2013، ص71.
- 23- هنريش بليت: البلاغة والأسلوبية ص26.
- 24- محمد العمري: بلاغة الخطاب الإقناعي، مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية(الخطابة في القرن الأول نموذجاً)، إفريقيا الشرق- الدار البيضاء/ بيروت، ط3، 2002 ، ص43.
- 25- ملاس مختار: البلاغة والتداولية قراءة في تداولية الخطاب البلاغي، ص147-148 من موقع:
/ file:///C:/Users/drago/Desktop/837-3029-1-PB.pdf
- 26- بعلي حفناوي: مسارات النقد ومدارات ما بعد الحداثة، ص71-72.
- 27- ملاس مختار: البلاغة والتداولية قراءة في تداولية الخطاب البلاغي، ص149.
- 28 - ينظر: جميل عبد المجيد: البلاغة والاتصال، دار غريب/ مصر، دط، 2000، ص16.
- 29- صلاح فضل: بلاغة الخطاب وعلم النص، ص94-95.
- 30- فان ديك: النص بنياته ووظائفه، مدخل أولى لعلم النص، مقال ترجمة د. محمد العمري، ونشره ضمن كتابه: نظرية الأدب في القرن العشرين، ص45
- 31- مسعود صحراوي:التداولية عند العلماء العرب، ص6.