

معياري الإعلامية في التراث النقدي والبلاغي

The Informativeness Criterion in the Critical and Rhetorical Patrimony

د. الربيع بوجلال
أستاذ محاضر قسم "ب"
جامعة محمد بوضياف - المسيلة -
boudjellal1967@gmail.com

ملخص

النص حدث تواصلية، يلزم لكونه نصا أن تتوافر له سبعة معايير تحقق للنص وحدته الشاملة، ولكي تكون لأي نص نصية، ينبغي أن يعتمد على مجموعة من الوسائل اللغوية التي تخلق النصية، منها ما يحكم النص (الاتساق والانسجام)، ومنها ما يحكم مستعملي النص (القصدية والمقبولية، الإعلامية) ومنها ما يحيط بالنص (الموقفية والتناص).

فـ"الإعلامية" واحدة من هذه المعايير، ومبحث من مباحث لسانيات النص، وتعتبر من المعايير النصية التي تخضع لها الوظيفة التواصلية للنص، وتتحكم في إنتاجه وفهمه، بدأ الاهتمام بها في سياق الانتقال من نحو الجملة إلى نحو النص.

إلا أن المتتبع لكتب التراث العربي، تقع عينه على مصطلحات وصفها البلاغيون وفق النسق الصحيح، بما يثبت أنها ليست حكراً على الدراسات الغربية الحديثة. والبحث في إبلاغية اللغة واحدة من هذه المصطلحات التي وظف ضمنها التراث اللغوي كثيرا من المصطلحات التي تربط بين المتكلم والمخاطب. وتجلي هذه الورقة البحثية قيمة التراث العربي في مجال البحث التداولي والنصي. وعناية الاهتمام العربي بالإخبار اهتماما يقف على قدم المساواة مع الطرح اللساني النصي، الذي يعدّ الإعلامية اكتشافه الأكبر.

الكلمات الدالة: النص، البلاغة، النصية، الإعلامية، الخبر، لسانيات النص.

Abstract

The text is a communicative fact, to be considered as one, it must gather seven criteria which guarantee to the text its global unity. To reach the textuality of any text, it must rely on several linguistic means which create textuality, some of them are in relation with the text such as (coherence and cohesion); some with the users of the text (intentionality, acceptability and informativeness), and others are related to the surroundings of the text (modality and textuality).

That is why the informativeness is one of these criteria, and one of other textual linguistic fields, it is considered as one of textual criteria by which the communicative function is bounded, as it controls its production and its comprehension, it brings interest in the wake of the transition from the sentences toward the text.

However, when reading ancient Arab books, we can easily identify terms described by rhetoricians according to the right system, which prove that these terms are not a monopoly of modern western studies. Informativeness of the language is one of these terms which linguistic heritage used among many terms to connect the addresser to the addressee. This research illustrates the value given by Arab patrimony to the pragmatics and textual research. We can observe the same importance granted by the Arabs to informativeness and textual linguistics for which informativeness is one of its greatest discoveries.

Keywords: Text, Rhetoric, textuality, Informativeness, Information, Textual Linguistics.

مجال الكهرباء يُعبّر عن هذه الوحدة القياسية بوجود إشارة كهربائية أو عدم وجود إشارة كهربائية.

ومن العوامل المساعدة في نقص أو زيادة الإعلامية التشويش،⁽⁷⁾ فأثناء انتقال المعلومات من الممكن ضياع هذه المعلومات، أو حتى تحريفها قبل وصولها للمتلقى. فكمية ونوعية المعلومات من المصدر ليست بالضرورة مطابقة لكمية المعلومات التي تصل فعلاً للمتلقى، ويسمى هذا الفارق تشويشاً. وكلما نجحت مصادر التشويش في تحطيم عنصر من عناصر الرسالة، كلما نتج من ذلك تقلص في حجم المعلومات السليمة التي تصل للمتلقى، وبالتالي تدهور في نوعية الاتصال. وفي حالة جهل المتلقى التام للعنصر الذي وقع تشويشه، فإن هذا الأخير لا يستطيع أن يرمم الرسالة المنقوصة التي وصلته، أما إذا كانت العناصر المشوشة محتملة من قبل المتلقى، فإن هذا الأخير يستطيع أن يعضد الأجزاء المشوشة، ويتحصّل على رسالة مطابقة للرسالة التي أرسلها الباث. وقد قسم علماء النص درجة تفاوت إعلامية النصوص حسب المعلومة المقدّمة فيها إلى ثلاث درجات هي:

1.2.1 إعلامية من الدرجة الأولى

عندما تكون نسبة الاحتمال مرتفعة جداً، تنتفي المعلومة، إذ هي تفقد عنصر الجدة: (أي لا تأتي بشيء جديد يضاف إلى ما يعرفه المتلقى إذ هو يستطيع أن يعرف مسبقاً ما يقدمه له الباث) ويساعد تكرار المعلومات للمتلقى على خفض درجات الإعلامية، ولكنه لا يحطمها نهائياً. فلتكرار المعلومات أثر إيجابي، إذ هو يمكن من التصدي للتشويش، و أثر سلبي إذ يفقد الرسالة طرافتها وجذتها، ونجد هذه الإعلامية ماثلة في أي نص كأننا ما كان،⁽⁸⁾ وهي كفاءة إعلامية منخفضة الدرجة، يكون المحتوى المحتمل فيها، في صياغة محتملة وسهلة،⁽⁹⁾ ففي هذه الكفاءة الإعلامية، يكون تطابق الوقائع أكثر من اختلافها.

2.2.1 إعلامية من الدرجة الثانية

تعد كفاءة إعلامية متوسطة الدرجة، بحيث يكون المحتوى المحتمل في صياغة غير محتملة، أو العكس،⁽¹⁰⁾ كما تخلو من الإمتاع والاهتمام، بحيث تكون الوقائع فيها دون منطقتة الاحتمال العليا.⁽¹¹⁾

2.2.2 إعلامية من الدرجة الثالثة

كلما كانت نسبة الاحتمال منخفضة، كلما كانت المعلومة دقيقة وثمينة، وهي إعلامية مرتفعة الدرجة، وتكون في الوقائع التي تبدو لأول وهلة خارجة بعض الشيء عن قائمة الخيارات المحتملة. وهذه الوقائع قليلة الحدوث نسبياً، وتتطلب قدراً كبيراً من الاهتمام،⁽¹²⁾ وفيها يكون المحتوى غير المحتمل في الهيئة غير المحتملة، وتتمثل في النصوص الصعبة المثيرة للجدل الحاد.⁽¹³⁾ ويمكن الخلوص إلى تحديد الإعلامية على أنها: "تشمل كل ما يجاوز الجانبين العاطفي والفكري في الكلام، وكل ما يجاوز كذلك إيصال الوقائع والآراء إلى

ظهرت نظرية الإعلامية في سياق الانتقال من نحو الجملة إلى نحو النص. وفي إطار الدراسات النصية، أدخل علماء النص جملة من المفاهيم إلى الدراسة اللغوية من خلال اللسانيات النصية، التي تعتمد على سبعة معايير من بينها معيار الإعلامية، هذه الأخيرة تقوم على مباحث المتلقي بما لا يتوقع، وفي بلاغتنا ونقدنا العربي الكثير من المباحث التي تربط بين المتكلم والمخاطب، وتعد نقاط تقاطع تؤكد أن الحديث عن هذا المعيار قديم، لكن البحث فيه جديد. وتوضيح مفهوم الإعلامية يستدعي الحديث عنها في لسانيات النص، ثم تناولها في التراث النقدي والبلاغي.

1- تحديد المفهوم

ينصب اهتمام الإعلامية على النص إنتاجاً وتلقياً، وهي تتعلق بمدى ما يجده مستعملو النص في عرضه من جدة وعدم توقع⁽¹⁾. ويقصد بذلك المعلومات الجديدة التي يقدمها النص للمتلقى، فإذا كان المتلقى يتوقع هذه المعلومات الجديدة فإن النص يوصف بأنه أقل إعلامية، وإذا كان المتلقى لا يتوقعها، فإنه يوصف بأنه أكثر إعلامية.⁽²⁾ فالنص لا بد أن يحمل دلالات، تحمل مضموناً إعلامياً يتنوع بتنوع النصوص، ولا يتحقق الانسجام في البنية النحوية الصحيحة للنص إذا خلت من المحتوى الإعلامي، إذ لا يكون النص نصاً بدون⁽³⁾ لذلك نجد لكل نص إعلامية صغرى على الأقل تقوم وقائعها في مقابل عدم الوقائع.⁽⁴⁾

فالقارئ لا ينطلق عند تلقي النص من فراغ، ولكنه يستدعي من ذاكرة التخزين النشط ما يعينه على مد جسور التواصل بينه وبين النص، فيسهم في إنتاج دلالاته من خلال التفاعل بين العناصر المتوقعة وغير المتوقعة التي تتوافر في النص الذي ترتفع درجة إعلاميته.

أفادت نظرية الإعلامية من نظرية المعلومات التي تقع بدورها في إطار العلم المسمى السيبرنطيقاً.⁽⁵⁾ Cybernetics ومن النموذج الرياضي للمعلومات (شانون) "shannon" (ويوفر) "weaver"

2- درجات الإعلامية

تعرف المعلومة بأنها نقيض المجهول أو عدم اليقين في الرسالة الذي يُعبّر عنه بمصطلح انتروبي⁽⁶⁾ Entropie فكلاً مكن عنصر ما من تحديد المجهول اعتبر معلومة، وهكذا فإن المعلومة لا يمكن قياسها إلا في نطاق علاقة ثنائية بين باث ومتلق.

فالاتصال هو الذي يمكن المتلقي من الاطلاع على معلومة من بين مجموعة من المعلومات المحتملة. ووحدة قياس المعلومة في المجال الرياضي هي: البيت "Bit"، وهي أصغر معلومة تمكن من اختيار احتمال واحد، في مجال يشتمل على احتمالين فقط، مثل: (صحيح - خطأ) أو (نعم - لا) أو (واحد - صفر)، وفي

يتضح من خلال عرضنا لهذه الفروق اللغوية أن العربي قد فرّق بينها لأنه أدرك بحسن فطرته وتعامله مع اللغة أن وظيفتها هي وظيفة المراقب الراشد والناصح الذي يستخدم عقله وفكره؛ وأن هذه المصطلحات لا تؤدي الرسالة الإعلامية بنفس الدرجة. ولكن أرقاها منزلة هو الإبلاغية. ذلك لأن مصطلح الإخبار والإبانة مردهما لفحوى الخطاب من جهة صدقه/كذبه، ومرد الإبانة إلى الكيفية التي يجعل بها المخاطب/المتكلم أكثر إفصاحاً ووضوحاً، وبخلاف ذلك فعل الإبلاغ والتبليغ الذي هو نقل لخطاب أو لمحتواه بما يتضمنه ذلك النقل من سبيل الإبانة عنه، وبذلك يكون الإبلاغ شاملاً لكل هذه المصطلحات فهو يفيد إنباء بما لا تعلمه أو إخباراً بما تعلمه.

4- العناية بالإعلامية

يقدر القرآن الكريم أنه خطاب إبلاغي في قوله تعالى: ﴿ هَذَا بَلَاغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذِرُوا بِهِ وَيُلْعَلُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَهٌ وَاحِدٌ وَلِيَذَّكَّرَ أُولُو الْأَلْبَابِ ﴾ [إبراهيم/52]، ولكن إبلاغيته حققت معادلة صعبة حين ظل في الآن نفسه وفياً للإبلاغية ووفياً بالبلاغية.⁽³⁶⁾ وكان العلماء العرب القدماء على وعي بإبلاغية الحرف في الأداء اللغوي وعلى وعي بالمكانة التي تحتلها الكلمة بوصفها وسيلة من وسائل التوصل والتأثير، فاختص بعضهم الفائدة/المنفعة في اللغة بالوظيفة الإبلاغية.

فعند بشر بن المعتمر (ت210هـ) مدار الشرف على الصواب وإحراز المنفعة.⁽³⁷⁾ والنفع حمل الكلام لإعلامية يجعلها السامع، فإن قيل لمن اختبر خاصية النار: "النار محرقة". فإن هذا الكلام وإن كان ذا معنى، إلا أنه لا يأتي بشيء جديد بالنسبة إلى المخاطب، فمفهوم المنفعة يعني إفادة المخاطب بما يجمله من أخبار ومعلومات جديدة عليه. ووظيفة الخبر إعلامية هدفها إفادة المخاطب بمحتويات.⁽³⁸⁾ وهذا ما عدّه المحدثون من درجات الإعلامية الأولى التي تتفوق فيها احتمالات التوقع على احتمالات الخبر.

واختص الجاحظ (ت255هـ) البيان بالإبلاغية التي تقوم بوظيفة الإظهار كما فعل في تعريف البيان، إذ يقول: "والبيان اسم جامع لكل شيء كشف لك قناع المعنى، وهتك الحجاب دون الضمير، حتى يفضي السامع إلى حقيقته ويهجم على محصله، كأننا ما كان ذلك البيان، [...] فبأي شيء بلغت الأفهام وأوضحت عن المعنى، فذلك هو البيان في ذلك الموضوع".⁽³⁹⁾ فالكلام هو أولى علامات الإبلاغية ولكنه ليس ضرورياً لحصولها، كما في حالة الاتصال الذاتي أو الاتصال الصامت.

ويمكن أن تكون الإبلاغية إنسانية حيوانية، أو حيوانية حيوانية، وقد انتبه الجاحظ أن الحيوانات كما تتبالمع بعضها بعضاً فإنها تتبالمع مع الإنسان⁽⁴⁰⁾ وإلى ذلك أشار في كتابه الحيوان قائلاً: "ولعمري إنا نفهم عن الفرس والحمار والكلب والسنور والبعير كثيراً من إرادته وحواله وقصوره، كما نفهم إرادة الصبي في مهده، ونعلم وهو من جليل العلم أن بكاءه يدل على خلاف ما يدل عليه

الآخرين، وموطنها هو الأسلوب".⁽¹⁴⁾ أما مجالاتها ومساراتها فاللغة الأدبية هي مسرحها، والانفعال الكامن في بعض الصيغ والعبارات والاشتقاقات هو المنهل الأساسي الذي تنهل منه.⁽¹⁵⁾

والبحت في الإعلامية لا ينحصر في الأثر الانفعالي الذي يحدثه التركيز على لفظ أو جملة، أو استعمال أسلوب لغوي دون غيره، بل تشمل جميع الإمكانيات اللغوية، الأدبية، الدلالية، الأسلوبية، التي يستثمرها المبدع سعياً إلى التأثير في نفسية المستقبل، فمسار الإعلامية إذن، لا ينحصر في جوانب تأثيرية ضيقة، وإنما يمتد ليشمل كل ما يؤثر في نفسية القارئ، أي: التقنيات اللغوية والأسلوبية والأدبية المستثمرة في عملية إنتاج النص، وهذا ما يجعل الظاهرة الأدبية ليست مرتبطة بالنص فحسب بل هي القارئ أيضاً وجملة ردود فعله تجاه النص.

3- أفاظ الإعلامية في البلاغة العربية

وظف التراث اللغوي كثيراً من المصطلحات التي تربط بين المتكلم والمخاطب؛ لإدراكهم حاجة الإنسان للسان، وحمية حضور الجانب اللغوي في تعابيشهم، ومنها النبأ، الخبر، الحد، الإعلام، الإبلاغ، الإيصال، الإنذار، الإشعار، الوحي، وكلها بدائل لغوية هدفها الإفادة وتبليغ غرض المتكلم ومقاصده للمخاطب،⁽¹⁶⁾ ولهذا فرّقوا بين هذه المصطلحات حفاظاً على صحة التخاطب الإنساني ودقته.

فالنبأ لا يكون إلا للإخبار بما لا يعلمه المخبر.⁽¹⁷⁾ أما الخبر يجوز أن يكون بما يعلمه وبما لا يعلمه⁽¹⁸⁾ ويصح وصفه بالصدق والكذب ويكون الإخبار به عن نفسك وعن غيرك وأصله أن يكون الإخبار به عن غيرك.⁽¹⁹⁾ وأما الحديث في الأصل هو ما تخبر به عن نفسك من غير أن تسنده إلى غيرك، وسمي حديثاً لأنه لا تقدم له وإنما هو شيء حدث لك فحدثت به ثم كثر استعمال اللفظين حتى سمي كل واحد منهما باسم الآخر، فقيل للحديث خبر وللخبر حديث.⁽²⁰⁾ والإعلام قد يكون بخلق العلم الضروري في القلب، كما خلق الله سبحانه من كمال العقل والعلم بالمشاهدات، وقد يكون بنصب الأدلة على الشيء.⁽²¹⁾ والإبلاغ إيصال ما فيه بيان للأفهام ومنه البلاغة، وهو إيصال الشيء إلى النفس بأحسن صورة من اللفظ، و قبل الإبلاغ اختصار الشيء على جهة الانتهاء،⁽²²⁾ والإبلاغ أشد اقتضاءً للمنتهي إليه من الإيصال؛ لأنه يقتضي بلوغ فهمه وعقله، كالبلاغة التي تصل إلى القلب⁽²³⁾ وأما الأداء فيعني إيصال الشيء على الوجه الذي يجب فيه.⁽²⁴⁾

وأما أصل الإنذار فهو الإعلام. لهذا يقال: أنذرته أنذره إنذاراً إذا أعلمته،⁽²⁵⁾ كما يعني الإشعار في اللغة: الإعلام. والشعار: العلامتة.⁽²⁶⁾ وأما أصل الوحي في اللغة كلها إعلام في خفاء،⁽²⁷⁾ بالإشارة والكتابة والرسالة والإلهام فهو كل ما ألقىته إلى غيرك⁽²⁸⁾ إلا أن هذا الإعلام الخفي يكون من الله إلى الجماد⁽²⁹⁾ والحيوان⁽³⁰⁾ والملائكة⁽³¹⁾ وغير الرسل⁽³²⁾ والرسل⁽³³⁾ كما يمكن أن يكون الوحي من غير الله.⁽³⁴⁾ ولكن ما نستفيده هنا أن الوحي يقتضي معلماً ومعلماً.

الكلام ووجب أن يفضل بعضه بعضاً، وأن يبعد الشأو في ذلك، وتمتد الغاية، ويعلو مرتقى، ويعز المطالب. حتى ينتهي الأمر إلى الإعجاز: (47)

ويجب أن ندرك أن الإعلامية ماثلة في كل نص/خطاب، عادي أو أدبي، مهما كان، والنصوص المباشرة ذات كفاءة إعلامية منخفضة، يكون التركيز فيها على الإفهام فقط لمجرد الإبلاغ والإخبار، والتي تحتوي علاوة على معناها الأولي معاني ثانية أخرى، تزداد كفاءتها الإعلامية كلما كان محتواها أو التراكيب المستعملة فيها بعيدة عن توقع المتلقي، فالفكرة لم تعد مقدمة في ثوبها الأولي، وإنما زيد عليها معنى إضافي، من خلال استخدام التراكيب ذات الوظيفة الإعلامية: ومدار التفرقة، هو ما يبذله المتلقي من جهد في تلقي كل منهما، فالمتلقي في النص/الخطاب العادي أمام معنى منكشف، أما في النص/الخطاب الأدبي فينظر ويتدبر ويجتهد؛ حتى يخرق حجاب اللغة؛ ليصل إلى المعنى. والكلام فيه واضح يعرفه السامعون، وغامض لا يعقله إلا العالمون

6- أليات رفع الإعلامية

رصد البلاغيون والنقاد العرب القدامى عدة سمات يتسم بها النص/الخطاب العادي، فهو "لا يخلو من أن يكون مثبتاً لشيء... أو مبطلاً أو مسويًا بين شيئين أو مبايناً بينهما أو مرجحاً أو متشككاً، ولا يخلو من أن يكون معمماً أو خاصاً حاصراً أو غير حاصر أخذاً للشيء بجملته أو محاشياً بعضه. وللعبارة عن جميع ذلك أدوات وضعت للاختصار" (48) ولكن ما يميز النص/الخطاب الإبداعي أنه يزيد عن النص العادي السالف الذكر فيعبر "عن جميع ذلك بغير تلك الأدوات. فهذه وأشباهاها من المعاني، التي تدل على مقاصد التكلم واعتقاداته وأحكامه في التصورات والتصديقات المتعلقة بغرضه، معانٍ ثوانٍ ينوطها بمعاني كلامه" (49) وهذه السمات الإبداعية، ترتبط ارتباطاً واضحاً بالحد الأعلى من مفهوم الإعلامية لدى المحدثين من علماء لغة النص، فكلمة كان النص/الخطاب يتستر على معاني أخرى تضمينية غير ظاهرة في جانبه التقريرية، كانت درجته الإعلامية عالية، وهي في البلاغة العربية ترتبط بمقاصد التكلم المختلفة، وثقافة المخاطب والمخاطب، وقد لخصها الزركشي (ت794 هـ) في كتابه "البرهان في علوم القرآن" في النوع السادس والأربعين في أساليب القرآن وفنونه البليغة. (50) والإحاطة بها كلها مما لا يناسب هذا المقام، ويخرجه عن حدوده، والاقتصار على ذكر بعضها ممكن، ممّا تجاوزه الباحثون في هذا الموضوع، ومنها:

1.6- الإدماج

لغة: "اللف والإدخال. فالإدماج إدخال الشيء في الشيء" (51)، وعند العسكري (ت395 هـ) هو: أن يتضمّن الكلام معنيين: معنى مُصرّح به، ومعنى كالمشار إليه، (52) وعده ابن رشيق (ت456 هـ) من الاستطراد فقال: "ومن الاستطراد نوع يسمى الإدماج" (53) وفي خزائن البلاغة العربية نفع على ذخر ثمين له، توفره لنا

ضحكه. وحممة الفرس عند رؤية المغلاة، على خلاف ما يدل عليه حممته عند رؤية الحجر، ودعاء الهزة الهزّ خلاف دعائها لولدها، وهذا كثير" (41)

وتعد الإشارة بمختلف أنواعها التي ذكرها الجاحظ سندا للكلام وعلامة من علامات الإبلاغية أيضاً، وقد جمعها في خمس دلالات " أولها اللفظ، ثم الإشارة، ثم العقد، ثم الخط، ثم الحال التي تسمى نصبة". (42) وهذه الدلالات هي التي تكشف عن المعاني في الجملة وعن حقيقتها وعن جنسها وقدرها، وعمّا يكون منها مفيداً، أو عديم الفائدة.

5- درجات الإعلامية في البلاغة العربية

لو أخذنا في الاعتبار مراتب البلاغة في الكلام لوجدنا أن درجات الكلام البليغ تتفاوت في الحسن، ويعلو بعضه على بعض تبعاً لاستيفاء مقومات البلاغة من مراعاة الأحوال والمقتضيات التي بها يرتقي الكلام ويزداد حسناً وجمالاً، ويعلو قدره في ميزان البلاغة؛ ولذلك قسم البلاغيون البلاغة إلى ثلاث طبقات: عليا؛ هي بلاغة القرآن الكريم. ووسطى. ودنيا تتفاوت فيها بلاغة البلغاء من البشر و " كلام الناس في طبقات كما أن الناس أنفسهم في طبقات، فمن الكلام العزل والسخيف، والمليح والحسن والقيح والسمج، والخفيف والثقيل، وكله عربي وبكل قد تكلموا، وبكل قد تمارحوا وتعايوا" (43)

ويلح الجرجاني (471 هـ) أن المعاني والألفاظ تتفاوت في درجة إعلاميتها، فالإعلامية من الدرجة الأولى يغلب فيها توافق احتمالات المتلقي المتوقعة، مع وقائع النص، وتقل عناصر المضاجأة عنده وهي عنده " أن نجى لغير لا يجهله المخاطب، ولا يدفع صحته، أو لما ينزل هذه المنزلة. تفسير ذلك أنك تقول للرجل: (إنما هو أخوك)، (وإنما هو صاحبك القديم)، لا تقوله لمن يجهل ذلك، ويدفع صحته، ولكن لمن يعلمه ويقر به". (44)

وفي الإعلامية من الدرجة الثانية تزداد الفوارق بين النظم والنظم و يفوق فيها الشيء نظيره ويغبر الجرجاني عن هذا النوع من الإعلامية في قوله: " ثم يعظم الفضل، وتكثر المزية، حتى يفوق الشيء نظيره، والمجانس له درجات كثيرة. وحتى تتفاوت القيم تتفاوت الشدائد. كذلك يفضل بعض الكلام بعضاً، ويتقدم منه الشيء الشيء". (45)

وفي الإعلامية من الدرجة الثالثة يبلغ الكلام منتهاه بما يحققه من تزايد في درجات الإعلامية، وخيبة احتمالات المتلقي مع الوقائع في النص، وازدياد نسبة العناصر المضاجئة لديه، لأن الكلام " يترقى منزلة فوق منزلة، ويعلو مرقباً بعد مرقب. ويستأنف له غاية بعد غاية، حتى ينتهي إلى حيث تنقطع الأطماع، وتُسز الظنون، وتسقط القوى، وتستوي الأقدام في العجز". (46) ولا تتحقق هذه الدرجة من الإعلامية لأي كان بل يوضح الجرجاني أن " طريق العلم بها الروية والفكر، ولطائف متقاها العقل، وخصائص معانٍ ينفرد بها قوم قد هدوا إليها، ودلوا عليها، وكشف لهم عنها، ورفعت الحجب بينهم وبينها، وأنها السبب في أن عرضت المزية في

نماذج من القرآن والشعر والنثر أوردتها أبو هلال العسكري، فقال: "وذلك مثل قول الله تعالى: ﴿ وَمَنْهُمْ مَنْ يَسْتَمِعُونَ إِلَيْكَ أَفَأَنْتَ تُسْمِعُ الصُّمَّ وَلَوْ كَانُوا لَا يَعْقِلُونَ ، وَمِنْهُمْ مَنْ يَنْظُرُ إِلَيْكَ أَفَأَنْتَ تَهْدِي السُّبُلَ وَالَّذِينَ كَانُوا لَا يَبْصُرُونَ ﴾ [يونس/42، 43]

بما يحمل من بدائل لغوية مترادفة ومتناقضة. تشحن بها عباراتها، فتزيد من إعلامية النص؛ وهذا من شأنه أن يقتحم النفس المتلقية، ويحدث فيه الخصة المرجوة والمطلوبة.

3-6. الإشارة

تفهم الإشارة في اللغة من "أشار إليه وشور: أوماً، يُكون ذلك بالكف والعين والحاجب؛" (59) وتتطور. مادة "شور" التي تحمل في ثناياها معنى إبداء الشيء وإظهاره وعرضه، من دلالة ظاهرية سطحية، تستند إلى هيئة الشيء إلى دلالة باطنية عميقة تعتمد على ما في غور النفس؛ فتعبر عنها، وتحكي مضامينها عن طريق الإشارة.

وتكتسب الإشارة آلية الكلام منذ عهود الإنسانيّة الأولى، ولا يكاد الإنسان يستغني عنها؛ لأنها إن لم تكن وسيلة بيان فهي معيّنة عليه، ومنبّهة إليه. وورد ذكر لفظ الإشارة في القرآن الكريم في قوله تعالى: ﴿فَأَشَارَتْ إِلَيْهِ قَالُوا كَيْفَ نَكِيدُ مَنْ كَانَ فِي الْمَهْدِ صَبِيًّا﴾ [مريم: 29].

ويُعد الجاحظ أول من لفت الأنظار إلى هذا النوع من البيان، وحدّد حدوده. وفصل أنواعه. وقال فيه ما لم يُسبق إليه. ولقد تحدث قدامة بن جعفر (ت327هـ) عن ائتلاف اللفظ والمعنى. وجعل من هذه الأنواع الإشارة، ثم عرفها فقال: "الإشارة أن يكون اللفظ القليل مشتملاً على معان كثيرة بإيماء إليها أو لمحة تدل عليه". (60)

وعقد ابن رشيق القيرواني (ت 456 هـ) في كتابه العمدة باباً كبيراً للإشارة بدأ بإبراز جمال هذه الدلالة فقال: والإشارة من غرائب الشعر ومُلحه، وبلاغته عجيبة، تدل على بعد المرمى، وفرط المقدرة، وليس يأتي بها إلا الشاعر المبرز، والحاقد الماهر، وهي في كل نوع من الكلام لمحة دالة، واختصار وتلويح يعرف مجملاً، ومعناه بعيد من ظاهر لفظه. (61)

إن الإشارة تحمل بعداً إعلامياً هو أبلغ من الصوت فمداه محدود مهما كانت قوة صاحبه، وهنا يبرز دور الإشارة في زيادة الإعلامية في النص؛ لأنها تصل حيث لا يصل الصوت. وتحمل المراد حيث يعجز اللفظ عن حمله.

4-6. التشبيه

يؤدي النص/الخطاب الذي يحمل تشبيهاً عند المتلقي، إلى إجراء مقارنة بين الملفوظ الحقيقي، وملفوظات التشبيه، وأداته التي تدل على المماثلة والمشاركة، وتعتبر أساسية في إظهار صور التشبيه، مما يعني ربط المعاني الخفية بالمعاني الظاهرة، فيكون المتلقي أمام نص إبداعي، يعمل فيه فكره، ويظهر فيه مهارته في استبطان الحقائق؛ للوصول إلى الحقيقة المطلوبة في النص المقصود، وكل الذي ذكر يستزيد فيه النص من رفع الإعلامية، ويشجع المتلقي على الإقبال عليه، ومحاولة فك عقده، ومعرفة أسباب تمنعه، ويمكن أن يستغل صاحب النص المحاور الأساسية لأغراض التشبيه؛ لزيادة درجة إعلامية النص وخفضها، والمتمثلة في الوضوح والتفهم. فالوضوح يتعلق

فالمعنى المصرح به في هذا الكلام أنه لا يقدر أن يهدي من عمى عن الآيات، وصم عن الكلم البيّنات؛ بمعنى أنه صرف قلبه عنها فلم ينتفع بسماعها ورؤيتها؛ والمعنى المشار إليه أنه فضل السمع على البصر، لأنه جعل مع الصمم فقدان العقل، ومع العمى فقدان النظر فقط. (54)

ومثالها من النثر قول أبي العيّن: سألتك حاجة فرددت بأقبح من وجهك؛ فتضمن هذا اللفظ قبح وجهه وقبح رده.

ومثالها من المنظوم قول الأخطل:

"قومٌ إذا استنبح الأضيافُ كلبهم - قالوا لأمامهم: بولي على النارِ"
فأخبر عن إطفاء النار، فدل به على بخلهم، وأشار إلى مهانتهم، ومهانة أمهم عندهم. (55)

فالإدماج يرفع من الإعلامية في النص، التي لا يحققها الاكتفاء المعلوماتي المُعلن عنه في سطح الخطاب الظاهر، والمراد نقله للمخاطب، إلا بمعرفة المعنى المشار إليه، وهذا لا يتأتى للمتلقى العادي الذي لا يعمل فكره في النص، وإنما يتضح للنّاظر الثاقب المتفحص، الذي يملك من المعرفة ما يجاوز به السطحية إلى المعرفة العميقة.

2-6. الإرداف

الإرداف في اللغة من أردف يقال: أردفه: أي ركب خلفه؛ أي حمله خلفه على ظهر الدابة، فهو رديف ورذف. (56) وكان المتقدمون قد بحثوا ذلك في باب الكناية والتعريض وهو مما فرعه قدامة (ت337هـ) من ائتلاف اللفظ مع المعنى وسماه هذه التسمية وقال عنه: "وهو أن يريد الشاعر دلالة على معنى من المعاني فلا يأتي باللفظ الدال على ذلك المعنى، بل بلفظ يدل على معنى هو ردفه وتابع به، فإذا دل على التابع أبان عن المتبوع، ومثاله في البلاغة العربية ما مثل له قدامة (ت337هـ) بقول ابن أبي ربيعة: بعيدة مهوى القرط إما لنوفل ... أبوها وإما عبد شمس وهاشم

فقد أراد الشاعر أن يصف طول الجيد، فلم يذكره بلفظه الخاص به، بل أتى بمعنى تابع لطول الجيد، وهو بعد مهوى القرط. (57)

والإرداف من نعوت البلاغة والفصاحة أيضاً عند ابن سنان (ت466هـ) وحسنه متأت من كونه "يقع فيه من المبالغة في الوصف ما لا يكون في نفس اللفظ المخصوص بذلك المعنى" (58)

وهكذا يزيد الإرداف من نسبة الإعلامية في النص لأنه لا يستعمل اللفظ الخاص الموضوع له في اللغة في محور التركيب، أو في الملفوظ المنتج في السلسلة الكلامية، بل يؤدي بلفظ فيه دلالة على المتبوع، يختاره من محور النظام اللغوي

له وقدمت الإعلام فيه، فدخل على القلب دخول المأنوس به، وقبله قبول المهيأ له المطمئن إليه، وذلك لا محالة أشد ثبوته، وأنفى للشبهة وأمنع للشك، وأدخل في التحقيق".⁽⁶⁵⁾

6-6. الغرابة/الغموض

تتمثل الغرابة في كون الكلمة غير ظاهرة الدلالة على المعنى الموضوع له، فيقال في كلام العرب: "غربت الكلمة غرابة إذا غمضت وخفيت معنى، وغرب الرجل يغرب غربا إذا ذهب الرجل وبعد".⁽⁶⁶⁾

فالغموض المبني على التعقيد الفني الذي ينم عن قدرة فنية فذة يعتبر عاملاً مهماً في رفع درجة الإعلامية، بما يحدثه من تأثير في المتلقي لما يحمله من مزايا تشحن عقله وتدفعه للتفكير والمشاركة الإيجابية الفعالة، فالغموض المتولد عن الأساليب البلاغية المختلفة؛ مثل أسلوب الالتفات والتشبيه والاستعارة والمجاز والتورية والكنائية وغيرها، يخلق نوعاً من تعدد احتمالات المعنى، فضلاً عن اتساع دائرة التأويل والتفسير الناجمة عن هذا الغموض، كما يمنح النص الخصوصية الفنية والجمالية.⁽⁶⁷⁾

فالكلمة في النص/الخطاب لا تعني حدها اللفظي، إنما ما تستدعيه طاقتها اللغوية من مدلول آخر يتشكل في سياقها، وهو ما يحرر المفردة من سياق الجملة أو حدود العبارة، وهكذا يستحيل ضبطها في منطلق دلالة واحدة تسير إلى واقع مادي ملموس أو تصور ذهني محدود، يجعل النص مرتفع الإعلامية لأن المعاني والصور تبدو على قدر كبير من الالتباس والتشابك. تجعل المتلقي يحاول جاهداً إيجاد رابط يجمع هذه الصور المتنافرة والدلالات المتقابلة والمعاني المتباعدة. وهكذا يصير الغموض المحرك الأساسي الذي يولد الطاقة للنص/الخطاب ويزيد من الكثافة الفنية له،⁽⁶⁸⁾ وهذا بلا شك يزيد من رفع درجة الإعلامية النص.

7- عوامل خفض الإعلامية

النفوس تسأم التماذي على حال واحدة، وتنفر من الشيء الذي لم يتناه في الكثرة إذا أخذ مأخذاً واحداً ساذجاً ولم يتحيل فيما يستجد نشاط النفس لقبوله بتنويعه والافتتان في أنحاء الاعتماد به⁽⁶⁹⁾ وكتب البلاغة قد أسهبت وأطالت في شرح هذه الأنواع التي تُدني من مستويات اللغة وتذهب عنها جمالها وفنيتها، ونصح البلاغيون المنتجين للنصوص مكتوبة كانت أو مسموعة بالابتعاد عن السمات التي تخفض إعلاميتها ومنها ما يتعلق باللفظ، ومنا ما يتعلق بالمعنى، وقد اخترنا نصاً للمظفر بن الفضل العلوي (ت 656هـ)، وعلى الرغم من طوله إلا أنه يورد فيه ما يجب أن يطرحه صاحب النص، وهو مما يضعف إعلاميته بالتعبير اللساني الحديث، وقد حافظنا فيه على درجة الإعلامية بالاقتران على ذكر الأهم.

يقول فيه: "يجب على الشاعر أن يتجنب سفساف الكلام، وسخيف الألفاظ، ونازل المعاني المستردة، ووحشي اللغة المتكلفة، [...] ولا

بالمعنى في تخفيه وغموضه، أو ظهوره ووضوحه، فإذا كان المعنى واضحاً وظاهراً، فتجعله أظهر وأوضح بتشبيه يوضح ما في ذات المشبه من الأوصاف، فتقول: "هو كالأسد في الشجاعة" وهذا النوع يستعمل في الأغراض المتداولة (إعلامية منخفضة)، وتزيد إعلامية النص في المعنى الغامض الخفي الذي يحتاج من المتلقي أن يخرج في صورة الجلي والواضح؛ كما في إخراج ما لا تقع عليه الحاسة إلى ما تقع عليه كقوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ كَفَرُوا أَعْمَالُهُمْ كَسَرَابٍ بِقِيعَةٍ يَحْسَبُ الظَّالِمُونَ مَاءً﴾ [النور/24] وكما في إخراج ما لم تجر به العادة إلى ما جرت به، نحو قوله تعالى: ﴿وَإِذْ تَقِفْنَا الْجَبَلَ فَوْقَهُمْ كَأَنَّهُ ظِلٌّ﴾ [الأعراف/171]

أما التفهم، فيتعلق بالمخاطب بلادة وغباوة، أو ذكاء وتوقد، فإذا كان المخاطب غيباً بليداً تراعي مقتضى حاله وتأتي بتشبيه بسيط كي يفهم المعنى، وكلما كان أغبى زدت في وضوح التشبيه، (إعلامية منخفضة) وإن كان المخاطب ذكياً متوقداً وتريد أن تسبر غور فهمه وذكائه أو تثير إعجابه وتحسينه، فتأتي له بتشبيه يحتاج إلى التأول الذي يتطلب تأمل المخاطب ودقته وهو ما يسمى بالتمثيل.

5-6. التقديم والتأخير

بحث الجرجاني في فصل "التقديم والتأخير" أمثلة كثيرة عن آليات رفع الإعلامية ومن ثم خفضها أيضاً. فما يؤمن به الجرجاني أن كل تحريك لمفردات اللغة له دلالة، وهو يرى "أن من الخطأ أن يقسم الأمر في تقديم الشيء وتأخيره قسمين، فيجعل مفيداً في بعض الكلام، وغير مفيد في بعض".⁽⁶²⁾ فكل تقديم أو تأخير يحمل إعلامية جديدة، يريد بها منتج النص إحداث الانفعال اللازم عند المتلقي، لذلك نبه الجرجاني أن تتبع الكلمات المعاني المتمثلة في الذهن، فعدم موافقتها يترتب عنه نفور المتلقي منها، وفقدانها طاقتها الإعلامية، لأن في ذلك إجهاد للنفس التي تسيع أن تستمع إلى الكلمات الدالة على المعاني المحددة الموجودة في الذهن. لهذا لا يجب أن تؤخر ما يجب تقديمه ونقدم ما يجب تأخيره،⁽⁶³⁾ ففي تقديم الموصوف على الصفة يكون التعبير أكثر إعلامية، ويتواءم وحركة النفس، ويزيل التعقيد والإبهام، يقول الجرجاني: "فليس من أحد يخالف في نحو قول الفرزدق [الطويل]:

وَمَا مِثْلُهُ فِي النَّاسِ إِلَّا مُمْلَكًا ... أَبُو أُمِّهِ حَيُّ أَبُوهُ يَقَارِبُهُ

[...] أن الفساد والخلل كانا من أن تعاطى الشاعر ما تعاطاه من هذا الشأن على غير الصواب، وصنع في تقديم أو تأخير أو حذف وإضمار أو غير ذلك ما ليس له أن يصنعه".⁽⁶⁴⁾ ولأن النص الجيد هو الذي يحقق مقاصد منتجه، وينال قبول المتلقي، ويستحوذ على إعجابه، لارتفاع درجة الإعلامية فيه. يعبر الجرجاني عن هذا المضمون النفسي في تقديم الفاعل على الفعل فيقول: "لا يؤتى بالاسم معرى من العوامل إلا لحديث قد نوي إسناده إليه. وإذا كان كذلك فإذا قلت: (عبد الله) فقد أشعرت قلبه بذلك أنك قد أردت الحديث عنه. فإذا جئت بالحديث فقلت مثلاً: (قام)، أو قلت: (خرج)، أو قلت: (قدم)، فقد علم ما جئت به، وقد وطأت

وما يحدث من قبح في النص المنتج هو نتيجة للإخلال الذي لا يحافظ به منتج النص عن جمالية النص بالزيادة أو النقصان التي لا تناسبه، وعلى هذا كان تعريف قدامة بن جعفر (337 هـ) الإخلال تعريفاً اصطلاحياً بقوله: "وهو أن يترك من اللفظ ما به يتم المعنى أو أن يزيد في اللفظ ما يفسد به المعنى".⁽⁷²⁾ والإخلال عند أهل المعاني كما يراه "التهانوي": "هو أن يكون اللفظ ناقصاً عن أصل المراد غير واف ببيانه".⁽⁷³⁾ وطبعاً إذا كان الانتاج النصي ملفوظاً أو مكتوباً يعتريه النقص، فإن المتلقي يصعب عليه فهمه، لما يصيبه من التشويش الذي يعيق فهمه وهذا بدوره ينقص من قيمة إعلامية النص.

2-7. إيقاع الممتنع

عيوب الألفاظ و المعاني التي تنقص من إعلامية النص لدى المتلقي كثيرة، وتسجيلها كلها ليس هذا مكانه ولكن يمكن الاقتصاد في ذكرها بالاختصار على بعض منها، ومن عيوب المعاني إيقاع الممتنع فيها فالمتناقض لا يكون، ولا يمكن تصويره في الوهم، والممتنع لا يكون، ويجوز أن يتصور في الوهم، و من عيوبها أيضاً مخالفة العرف، والإتيان بما ليس في العادة والطبع، وكذلك من عيوبها أن ينسب الشيء إلى ما ليس منه.

فالمعروف عن العرب أنهم يمدحون ويذمون لكنهم لا يمدحون الشيء من الوجه الذي يذمونه به. ومن العيوب أيضاً التي تنقص من الإعلامية النص عند المتلقي تلك التي نجدها غير منطقية والتي يُطلق عليها "الاستحالة والتناقض" ويعرفهما قدامة بن جعفر (337 هـ) فيقول: "وهما أن يذكر في الشعر شيء، فيجمع بينه وبين المقابل له من جهة واحدة".

فإن ما يجده المتلقي من الجمع بين المتناقضات والمستحيلات، يعيق وصول الرسائل بين الباث (منتج النص) وبين المتلقي (مستقبل النص)، ولهذا حدد قدامة بن جعفر وضوح جهات التقابل التي تحافظ على إعلامية النص وجعل الأشياء تتقابل على أربع جهات هي:

- إما على طريق المضاف، ومعنى المضاف هو الشيء الذي إنما يقال بالقياس إلى غيره، مثل الضعف إلى نصفه، والمولى إلى عبده، والأب إلى ابنه، فكل واحد من الأب والابن والمولى والعبد والضعف والنصف يقال بالإضافة إلى الآخر، وهذه الأشياء من جهة ما أن كل واحد منها يقال بالقياس إلى غيره، هي من المضاف، ومن جهة أن كل واحد منها يإزاء صاحبه كالتقابل له، فهي من المتقابلات.

- وإما على طريق التضاد: مثل: الشَّرير للخير، والحر للبارد، والأبيض للأسود.

- وإما على طريق العدم: مثل الأعمى والبصير، والأصلع وذو الجملة.

- وإما على طريق النفي والإثبات: مثل أن يقال: زيد جالس، زيد ليس بجالس.⁽⁷⁶⁾

يستعمل التشبيهات الكاذبة، ولا الإشارات المجهولة، ولا الأوصاف البعيدة، ولا العبارات الغثة، ولا يختصر في موضع البسط، ولا يبسط في موضع الاختصار. ويجب على الشاعر أنه لا يظهر له شعراً إلا بعد ثقته بجودته وسلامته من العيوب التي نبه عليها العلماء وأمروا بالتحرز منها. وأما ارتكاب الضرورات غير المحظورات فيجوز استعمالها وإن كانت عند المحققين عيباً، وقائلها عندهم مسيئاً، إلا أن اجتنابها مع جوازها أحسن. ولا ينبغي الاقتداء بمن أساء من الشعراء القدماء بل بمن أحسن منهم وأجاد. وأن يتنكب سرقة الأشعار ويتجنب الإغارة على المعاني. وينبغي للشاعر أنه إذا نظم شعراً يردده برفيع من صوته، فإن الغناء فيه يكشف عيوبه، ويبين متكلف ألفاظه. وأن يتأمل مصراع كل بيت حتى يشاكل ما قبله ويطابق ما تقدمه، فقد عاب العلماء على خلق من الشعراء القدماء مثل ذلك. وأن يتعفف في شعره ولا يستبهر بالفواحش، ولا يتهكم في الهجاء، فإن العلماء ذموا من اعتمد ذلك. وأن يستعمل لفظاً لإقامة وزن البيت وهي مفسدة بمعناها له. وإذا رأى الشعر قد اعتاض عليه ومنع جانبه منه أن يتركه في تلك الحال ولا يكدر قريحته فيه، ولا يكلف خاطره اقتحام مهاويه. وأن يتحرز كل التحرز من لفظ يتطير به سامعه خصوصاً إذا ابتدأ به، وافتتح الكلام بسببه. وأن يجتنب التناقض في شعره، فإنه من أوفى عيوب الشر الدالة على جهله بالمعاني ووضع الكلام مواضعه. وأن يتجنب التذنيب وهو ضد التثليم، وذلك أن يأتي بالفاظ نقصاً عن إقامة الوزن فيزيدها حروفاً ليفتت عروض البيت. وأن يتجنب الزيادة كما يجب أن يتجنب الإخلال وهو أن يأتي في الكلام بما لا حاجة له إليه فيفسد ما قصده من المعنى بتلك الزيادة. وأن يتجنب فساد التفسير وهو أن يقرر معنى ثم يحاول تفسير ما قرره، فلا يأتي بما يطابق ما قدمه فيفسد تفسيره ويغير تقريره. وأن يتجنب تكلف القوافي واستدعاءها مع إبانها وامتناعها، فإنه يشغل معنى البيت بقافية قد أتى بها متكلفة صعبة، فهو عيب قد نص العلماء عليه. وقد يجيء من القوافي ما يقع موقعاً لو اجتهد الشاعر أن يسد غيره مسدده لأغياه ذلك وعناه، وتعدر عليه نقض ما أسسه فيه وبناه. وعلى مثله يجب أن ينقّب الشاعر. وأن يحسن الاستعارة ويتجنب فيها المأخذ التي أنكرت على سواه، فالسعيد من وعظ بغيره. وأن يتجنب الإغارة.⁽⁷⁰⁾

وإذا كان هذا ما يجب أن يطرح من النصوص فإن الإيذاء به كله من الصعوبة في هذه الورقة البحثية ولكن يمكن ذكر بعضه مما يناسب ويتلاءم وطبيعتها ومن الأمثلة التي اقتصرنا على ذكرها:

1-7. الإخلال

لقد هيا الله الإنسان لقبول الجميل والإدبار عن الضيق، ولكن يبقى تقدير الضيق والجمال نسبي، ويبقى الجمال مرتبط بالكمال، والقبح بعدمه، وإذا كان هدف أي منتج للنص/ الخطاب يسعى إلى الجمال فإن الضيق هو إنتاج سلبي للجميل، وعند لسان الدين ابن الخطيب (ت 776هـ): "إن النفس إنما تحب الملائم على الجملة، وهو معنى الخير، وتكره المنافر وهو معنى الشر"

فيبينر من إنشاء جهاز مكون من مدفعية أرضية وآلة حاسبة، حيث يتم تزويد الآلة الحاسبة بمعلومات مستمرة حول موقع الطائرة ومن تم يتم الكشف عن موقعها اللاحق، وكانت هذه بداية السببرنطيقا التي تقوم على التغذية المرتدة أو رجع الصدى، أو رد الفعل ينظر: بن سولتة نورالدين، السببرنطيقا ووسائل الإعلام، مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية، ع2، جوان 2014، ص: 123.

6- ويعرف قياس المعلومات بـ"إنتروبيّة" المعلومات، وهو متوسط عدد "البيانات" اللازم للتخزين والاتصال، وهي النظرية التي تمثّلت في عدة تطبيقات شديدة الأهمية، كاختراع (السي دي)، وتطبيقات الهواتف المحمولة، ونجاح رحلات الفضاء، وفهم ظاهرة الثقوب السوداء، وتطوّر الإنترنت، هذا بخلاف التطبيقات المباشرة، كابتكار صبغة ملقّات ضغط البيانات غير المنقوصة "زيب"، وضغط البيانات المنقوصة مثل "إم بي ثري"، وتشفير قنوات نقل البيانات، وسعاتها كخطوط "دي إس إل" هالة محمد فؤاد، الأنتروبي، <http://www.alukah.net/culture/0/77227/#ixzz4awsbtXhr>

7- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد:الاتصال ونظرياته المعاصرة الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، ط6، ص:50.

8- إلهام أبو غزالة، علي خليل أحمد: مدخل إلى علم لغة النص. تطبيقات نظرية روبرت وديبو جراند ولفجانج دريسلر. الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1999، م، ط2، ص:189.

9- ينظر، روبرت دي بوغراند: المرجع السابق، ص:251.

10- ينظر: نفسه، ص:251.

11- إلهام أبو غزالة وعلي خليل حمد: المرجع السابق، ص:189.

12- نفسه، ص:190.

13- ينظر، روبرت دي بوغراند: المرجع السابق، ص:251.

14- أبو حمدان، سمير: الإبلاغية في البلاغة العربية 1، بيروت، دار عويدات، 1991، ط1، ص:25.

15- نفسه، ص:37.

16- ينظر: بشير إبرير، مفهوم التبليغ وبعض تجلياته التربوية في التراث اللساني العربي مجلة التراث العربي، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2003، ع90، ص:41.

17- أبو هلال العسكري: الفروق اللغوية، تح: محمد إبراهيم سليم، دار العلم والثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص:41.

18- أبو هلال العسكري: الفروق اللغوية، ص:41.

19- أبو هلال العسكري: الفروق اللغوية، ص:41.

20- أبو هلال العسكري: الفروق اللغوية، ص:40.

21- أبو هلال العسكري: الفروق اللغوية، ص:96.

22- أبو هلال العسكري: الفروق اللغوية، ص:65.

23- أبو هلال العسكري: الفروق اللغوية، ص:65.

24- أبو هلال العسكري: الفروق اللغوية، ص:30.

25- ابن منظور، لسان العرب، ج5، ص:203.

26- ابن منظور، لسان العرب، ج4، ص:413.

27- ابن منظور، لسان العرب، ج15، ص:381.

28- ابن منظور، لسان العرب، ج15، ص:379.

29- بَانَ رَبُّكَ أَوْحَىٰ لَهَا [الزلزلة/5]

30- وَأَوْحَىٰ رَبُّكَ إِلَى النَّحْلِ [النحل/68]

31- إِذْ يُوحِي رَبُّكَ إِلَى الْمَلَائِكَةِ أَنِّي مَعَكُمْ فَثَبَّثُوا الَّذِينَ آمَنُوا [الأنفال/12]

32- وَأَوْحَيْنَا إِلَىٰ أُمِّ مُوسَىٰ أَنْ أَرْضِعِيهِ [القصص/7]

33- وَلَقَدْ أَوْحَىٰ إِلَيْكَ وَإِلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِكَ [الزمر/65]

34- وَإِنَّ الشَّيَاطِينَ لَيُوحُونَ إِلَىٰ أَوْلِيَائِهِمْ لِيُجَادِلُوكُمْ [الأنعام/121]

ويبرر ابن سنان الخفاجي (466هـ) جوازها في الشعر بما يحافظ على إعلامية النص "لأنهم اعتقدوا أن كل بيت قائم بنفسه فجرى البيتان مجرى قصيدتين. فكما جاز للشاعر أن يناقض في قصيدتين كذلك جاز له أن يناقض في بيتين" (77)

ولكن في الحالات التي يفقد فيها النص إعلاميته عند المتلقي فإن ابن سنان الخفاجي يرى "في أن البيت إذا ولي البيت وكان معنى كل واحد منهما متعلقاً بالآخر فلن يجوز أن يكون في أحدهما ما يناقض الآخر" (78) ولا نعتقد أن هذا يرجع إلى المعاني، ولكن يرجع إلى أخطاء في استعمال اللغة وفلسفة الصياغة. وهذا ينقص من إعلامية النص لأن كل اعتقاد بمصادقية التناقض؛ يجعل جميع القضايا معرضة للهدم واستحالة المعرفة عند المتلقي للنص. لأن الكلام غير مقصود لذاته وإنما هو وسيلة للتعبير عن الأغراض وفهم المعاني التي في النفوس، فإذا فقد النص الدلالة على المعاني فقد الغرض من الكلام

"وكان ذلك بمنزلة من يصنع سيفاً للقطع ويجعل حده كليلاً ويعمل وعاء لما يريد أن يحزره فيقصد إلى أن يجعل فيه خروفاً تذهب ما يوعي فيه. فإن هذا مما لا يعتمد على عقل." (79)

خاتمة

لا نرى ما جاء في كتب التراث العربي يبتعد عن تناول لمعيّار الإعلامية، فقد أدرك البلاغيون هذا المعيار ولكن تراثنا العربي لم يزد له حديثاً خاصاً به، ولم يسمه بمسماه الحديث، إلا أنه كان ماثلاً في نصوص كتبهم؛ لأن علماءنا على أية حال. لم يكن سعيهم الوصول إلى نظرية في لسانيات النص ولم يكن هذا همهم، وإنما يكفيهم أنهم زرعو بذور النصية، وعلى من يأتي بعدهم أن يكمل الاعتناء بالغرس، وهذا ما يؤكد أن كتبهم متميزة وتستحق أكثر من قراءة ولعل هذه القراءة أن تكون حافزاً للإقدام على إعادة قراءتها.

الهوامش

1- إلهام أبو غزالة، علي خليل أحمد: مدخل إلى علم لغة النص. تطبيقات نظرية روبرت وديبو جراند ولفجانج دريسلر. الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1999، م، ط2، ص:184.

2- صلاح الدين صالح حسنين: الدلالة والنحو، توزيع مكتبة الآداب، 2005، ص:216.

3- يحي بعبطيش: المرجع السابق، ص:394.

4- روبرت دو بوغراند: النص والخطاب والإجراء تر: تمام حسان، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1997، م، ط1، ص:105.

5- يعتبر ظهور السببرنطيقا ثورة علمية خاصة في ميدان التكنولوجيا، وقد أدت إلى ظهور الآلات والأجهزة الدكية التي بإمكانه تعويض الإنسان في عمله ووظائفه، ويعود اكتشاف هذا العلم الذي يعد حديث النشأة إلى الأربيعينيات من القرن الماضي من طرف عالم الرياضيات الأمريكي نوربرت فيبينر (1894-1964) "Norbert Wiener"، وكان ظهور السببرنطيقا كنتيجة لحل مشكلة عسكرية خلال الحرب العالمية الثانية، حيث كانت القوات العسكرية الأمريكية تواجه صعوبة كبيرة في إسقاط الطائرات الألمانية التي كانت تراوغ بسرعة كبيرة، وأسندت مهمة حل المشكلة إلى العالم نوربرت فيبينر مع فريق من العلماء من مختلف التخصصات كالطب، الرياضيات، علم النفس، وغيرها وتمكن توربت

- 35- ينظر: رشيد يحيوي، التباغ والتباغية. نحو نظرية تواصلية في التراث دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ط1، ص:28.
- 36- يحيى بن أحمد مهدي عريشي، نماذج من المناهي اللفظية بين المعنى المعجمي والتوجيه الشرعي وقيمة ذلك في الدلالة اللغوية، مجلة التراث العربي، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، سوريا، 2002، ع:86، 87، ص:17
- 37- الجاحظ، البيان والتبيين، تح:عبدالسلام هارون، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، 1985، ط1، ج1، ص:129
- 38- ينظر: بشير إبرير، المرجع السابق ص:41
- 39- الجاحظ، البيان والتبيين، ج1، ص:86.
- 40- ينظر: رشيد يحيوي، التباغ والتباغية، ص:28.
- 41- الجاحظ، الحيوان، تح:عبدالسلام هارون، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، 1985، ط1، ج5، ص:77.
- 42- الجاحظ، البيان والتبيين، ص:82.
- 43- الجاحظ، البيان والتبيين، ص:144.
- 44- عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، ص:330.
- 45- عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، ص:35.
- 46- عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، ص:35.
- 47- عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، ص:7.
- 48- حازم القرطاجني، منهاج البلغاء وسراج الأدباء، تح: محمد الحبيب بن خوجة، تونس، 1961، ص:2.
- 49- حازم القرطاجني، منهاج البلغاء وسراج الأدباء، ص:2.
- 50- يقول في ذلك: "وها أنا القي إليك منه ما يقضي له البليغ عجا وبهتته به الكاتب طربا، فمنه التوكيد بأقسامه، والحذف بأقسامه، الإيجاز، التقديم والتأخير، القلب، المدرج، الاقتصاص، الترقى، التعليل، الالتفات، التضمن، وضع الخبر موضع الطلب، وضع الطلب موضع الخبر، وضع النداء موضع التعجب، وضع جملة القلة موضع الكثرة، تذكير المؤنث، تأنيث المذكر، التعبير عن المستقبل بلفظ الماضي، عكسه مشاكله اللفظ للمعنى، النحت، الإبدال، المحاذاة... إلخ" إخراج الكلام مخرج الشك في اللفظ دون الحقيقة، الأعراس عن صريح الحكم، الهدم، التوسع، الاستدراج، التشبيه، الاستعارة، التورية، التجريد، التجنيس، الطباق، المقابلة، إلجام الخصم بالحجة، التقسيم، التعديد، مقابلة الجمع بالجمع، "... الزركشي (محمد بن بهادر بن عبد الله الزركشي أبو عبد الله) البرهان في علوم القرآن، تح: محمد أبو الفضل إبراهيم، دار المعرفة، بيروت، 1391، ج2، ص:383.
- 51- لسان العرب، مادة (دمج).
- 52- أبو هلال العسكري، الصناعتين، ص:423.
- 53- ابن رشيق، العمدة في محاسن الشعر وآدابه ونقده، تح: محمد محيي الدين عبد الحميد، دار الجيل، 1981، ط1، ج5، ص:41.
- 54- أبو هلال، الصناعتين، ص:423.
- 55- أبو هلال، الصناعتين، ص:423.
- 56- لسان العرب، مادة (ردف)
- 57- ينظر: قدامة بن جعفر، نقد الشعر، مطبعة الجوائب، قسطنطينية، 1302، ط1، ص:57.
- 58- بن سنان الخفاجي، سر الفصاحة، دار الكتب العلمية، 1982، ط1، ص:230.
- 59- لسان العرب، ج4، ص:334
- 60- قدامة بن جعفر، نقد الشعر، ص:65، 55..
- 61- ابن رشيق، العمدة، ص:302..
- 62- عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، ص:110.
- 63- ينظر: سمير أبو حمدان، الإبلاغية في البلاغة العربية، ص:125. 126
- 64- عبد القاهر الجرجاني، المرجع السابق، ص:83، 84.
- 65- عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، ص:132.
- 66- لسان العرب، مادة (غرب)
- 67- كمال أبو ديب، في الشعرية، مؤسسة الأبحاث العربية، بيروت، 1987، ط1، ص:231.
- 68- ينظر: صلاح فضل، نحو تصور كلي لأساليب الشعر العربي المعاصر، مجلة عالم الفكر، الكويت، 1994، مج22، ع3 و4، ص:87.
- 69- حازم القرطاجني، منهاج البلغاء وسراج الأدباء، محمد الحبيب بن الخوجة، دار الغرب الإسلامي، بيروت، لبنان، 1983، ط3، ص:96
- 70- المظفر بن الفضل العلوي، نضرة الإغريض في نضرة القريض، ص:75 وما بعدها
- 71- لسان الدين بن الخطيب، روضة التعريف بالحب الشريف، تح: عبد القادر أحمد عطا، دار الفكر العربي، ص:397.
- 72- ينظر: قدامة بن جعفر، مطبعة الجوائب - قسطنطينية، 1302، ط1، ص:85، 86.
- 73- التهانوي، موسوعة كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، تح: علي دحروج، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، 1996، ط1، ج1، ص:123.
- 74- ينظر: قدامة بن جعفر، 1302، ط1، ص:83، 84، 85.
- 75- قدامة بن جعفر، نقد الشعر، ص:79.
- 76- ينظر: قدامة بن جعفر، نقد الشعر، ص:79.
- 77- ابن سنان، سر الفصاحة، دار الكتب العلمية، بيروت، 1982، ط1، ص:238، 239.
- 78- ابن سنان، سر الفصاحة، ص:238.
- 79- ابن سنان، سر الفصاحة، ص:239.