



معلومات البحث

تاريخ الاستلام: 2021/05/10

تاريخ القبول: 2021/06/10

Printed ISSN: 2352-989X

Online ISSN: 2602-6856

استراتيجيات الخطاب في صبح الأعشى للقلقشندي

Al- Discourse Strategies in Sobh-ul Aasha of Al- Qalqashandi

موسى طهراوي¹، كاهنة دحمون²

¹جامعة آكلي محند أولحاج البويرة، مخبر قضايا الأدب المغربي(الجزائر)

m.tehraoui@univ-bouira.dz

²جامعة آكلي محند أولحاج البويرة(الجزائر)

k.damoune@univ-bouira.dz

الملخص:

يهدف بحثنا هذا إلى قراءة ما تضمنه كتاب صبح الأعشى للقلقشندي من استراتيجيات خطابية لما لها من أهمية في تحليل الخطاب. فقد تناولنا مختلف الإستراتيجيات تنظيرا وتطبيقا على الحدود المختارة من الكتاب، كالإستراتيجية التوجيهية التي طغى عليها الوعظ والتوجيه، أمّا ما جاء بخصوصية الإستراتيجية التلميحية التي كشف عنها السياق ومقام الكلام كل ما تعلق بالمواقف الأدبية، وفي الأخير خلصنا إلى مجموعة من النتائج كالقاء المرسل للخطاب على أشكال متعددة، وتحكم السياق والمقام في فهم المقصود، كما أن هذه الورقة البحثية سارت وفق منهج وصفي تحليلي فرضته طبيعة الدراسة.

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات، خطاب، صبح الأعشى، القلقشندي.

ABSTRACT

Our research aims to read what Al- Qalqashandi wrote in his book Sobh-ul Aasha. This latter demonstrates the importance of discourse analysis in literature. We dealt with several strategies though theorizing and applying them to a selected boundrie of the book. For instace applying to the guiding strategy that was dominated by preaching and guidance, as for what came with the feature of the hinting strategy revealed by the context and the place of speech which is actually related to literary situation. It could be concluded in set of results like the sender's delivery of the speech in different forms keeping the same context to understand the intended purpose the descriptive analytical approach was applied to this research paper because of the case of study.

Keywords: Strategies, Discourse, Sobh-ul Aasha, Al- Qalqashandi.

مقدمة:

إن تنوع الخطاب وتعدد أشكاله وفقا للسياق وعناصره يحتم على المتكلم أن يسلك طرقا مختلفة للوصول إلى ما يرمي إليه من أهداف، وهذه الطرق يصطلح عليها "بالاستراتيجيات" فتحقيق تلك الأهداف مرتبط بمدى إتباع المتكلم لطرق متباينة متناسبة مع السياق لأن أفعال الإنسان مختلفة وهذا ما يجعله يختار لكل مقام مقال، فالإستراتيجية إذن متنوعة بتنوع العناصر السياقية لذا وجب علينا البحث في مفهومها وأنواعها وما يؤثر من عناصر في انتقائها(الشهري، ٢٠٠٤، صفحة ٥٣) وعلى هذا الأساس يمكننا أن نتساءل عن أهم الاستراتيجيات التي استخدمها القلقشندي في التأثير على المتلقي بغية الوصول إلى مراده، وهل كان لهذه الإستراتيجيات دور في تحديد مقصدية المخاطب؟.

أهداف البحث: نهدف من خلال هذا البحث إلى إبراز أهمية الإستراتيجيات الخطابية في تحليل النصوص وخصوصا التراثية منها ومختلف تظاهراتها في صبح الأعشى للقلقشندي، إلا أننا سنأخذ من المقالتين الأولى والرابعة نماذج للتطبيق وفق ما تقتضيه الدراسة.

منهج البحث: ينطلق بحثنا هذا من محاولة الوقوف على أهم الإستراتيجيات الخطابية الواردة في المقالتين لهما من دور كبير في فهم مقصدية الكلام الذي يرمي إليه الخطباء والشعراء وغيرهم، معتمدين في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي الذي فرضته طبيعة الدراسة.

خطة البحث: تم تقسيم هذا البحث حسب الأهداف المسطرة إلى مقدمة يليها تحديد لمفهوم الإستراتيجية في الخطاب أولا ثم التنظير والتطبيق لكل نوع من أنواع الإستراتيجيات التخاطبية ثانيا وصولا إلى الخاتمة.

الدراسات السابقة: لم يكن لهذا البحث عصا السبق في هذا المجال، بل هناك دراسات أخرى، وما هذا إلا تكملة لما سبقه من بحوث أكاديمية، ومراجع معرفية ومصادر وغيرها، ومما استندنا عليه في بحثنا هذا:(إستراتيجيات الخطاب) لعبد الهادي بن ظافر الشهري، (من أساليب الإقناع في القرآن الكريم) لمصطفى بابكر معتصم، (في البراغمية الأفعال الإنجازية في العربية المعاصرة) لعلي محمود حجي الصراف وغيرهم.

أولا- مفهوم الإستراتيجية في الخطاب:

يرجع مصطلح "إستراتيجية" Strategy إلى المجال العسكري، أما في مجال لسانيات الخطاب Linguistics of discourse وتحليل الخطاب Analysis Discourse يفيد هذا المصطلح مجموع عمليات المعالجة الموجهة إلى هدف والحارية عن وعي عند إنتاج الخطاب(مقبول، ٢٠١٤، صفحة ٥٤١). فالمرسل يقوم باختيار العبارات والكلمات المناسبة وكذا اختيار السياق المناسب، فهو قبل التلفظ بخطابه يعمد إلى وضع تخطيط مسبق لكيفية إنتاجه إضافة إلى كيفية إيصال هذا المعنى إلى المرسل إليه، فالمرسل دائما يهدف من خلال خطابه إلى إيصاله إلى المتلقي خاليا من "العثرات ومن ثم يعمد إلى استعمال الصيغ المشتركة المفهومة، تجنبنا لسوء الفهم ومن هنا يستخدم مجموعة من الإستراتيجيات والتقنيات التي تمكنه من تمرير رسالته إلى متلقيه واضحة حتى يحدث التفاعل بينهما، ومن ثم تبليغ مقاصد النص إلى المتلقي المقصود بطريقة تجعله قادرا على فهم معانيه وفك رموزه، فالإستراتيجية إذن هي طريقة تستعمل في الوصول إلى الغرض المنشود"(بوقرومة، ٢٠١٠، صفحة ١٢٧) كونها تتوسط

بين المهام التواصلية المستنبطة من التفاعل والقيود الاجتماعية، وكذلك أهداف المشاركين في التواصل هذا من جهة، وبين الوسائل اللغوية وغير اللغوية الموضوعية لتحقيقها وتأليف نيتها من جهة أخرى (مقبول، ٢٠١٤، صفحة ٥٤١)، مع مراعاة أن أي إستراتيجية خطابية تُبنى على عاملين يؤثران على المرسل في اختيار إستراتيجيته الخطابية من حيث العلاقة التي تربطه بغيره وهذان العاملان ممثلان في: العلاقة بينه وبين المتلقي كالحميمية مثلا، والسلطة التي يمتلكها أحد طرفي الخطاب عند علو طرف على آخر في درجته، وقد لا تتوفر عند كليهما بسبب تساوي درجاتهما، أو لعدم توفر أي علاقة تربطهما (الشهري، ٢٠٠٤، صفحة ٢٥٦).

ثانياً- أنواع الإستراتيجيات التخاطبية:

تم تصنيف الإستراتيجيات التخاطبية في مختلف الدراسات التداولية حسب ثلاثة معايير تتمثل في (مقبول، ٢٠١٤، صفحة ٥٤٣):

✓ المعيار الاجتماعي: يتعلق الأمر بالعلاقة القائمة بين المخاطب والمخاطب، وقد تفرع عن هذا المعيار إستراتيجيتان وهما: الإستراتيجية التوجيهية والإستراتيجية التضامنية.

✓ معيار شكل الخطاب: ويتعلق بشكل الخطاب اللغوي للدلالة على قصد المخاطب، فهذا المعيار تفرعت عنه الإستراتيجية التلميحية.

✓ معيار هدف الخطاب: وعنه تفرعت الإستراتيجية المحاجية.

فمن خلال تحديدها لهذه المعايير فإن الرؤية تتضح لنا من أجل أن نتناول كل إستراتيجية على حدة نظيراً وتطبيقاً من المقالتين.

1/ الإستراتيجية التضامنية:

تتميز هذه الإستراتيجية بعلاقة تضامنية بين المرسل والمرسل إليه وذلك من خلال تقديم المرسل لتنازلات عن سلطته التي يتمتع بها، وهذا ما يستنتجه المرسل إليه، أما تداولياً فهي "الإستراتيجية التي يحاول المرسل أن يجسد بها درجة علاقته بالمرسل إليه ونوعها وأن يعبر عن مدى احترامه لها ورغبته في المحافظة عليها أو تطويرها بإزالة معالم الفروق بينهما بتفهم حاجيات الجمهور وإجمالاً هي محاولة التقرب من المرسل إليه وتقريبه" (الشهري، ٢٠٠٤، صفحة ٢٥٧).

من هذا فإن أهمية هذه الإستراتيجية تكمن في العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، ولا يبقى دور الخطاب منحصرًا عند ذلك في التبليغ، بل يرنو إلى التأسيس لعلاقات اجتماعية والحفاظ عليها، مما يجعل هذه العناصر أساساً ومعايير مُحدّدة لهذه الإستراتيجية، أضف إلى ذلك التضامن بين طرفي الخطاب. كما أن هذه الإستراتيجية تقوم على شرط الإخلاص الذي يعد شرطاً مُهمّاً يتحقق "حين يكون المتكلم مخلصاً في أداء الفعل فلا يقول غير ما يعتقد، ولا يزعم أنه قادر على فعل ما لا يستطيع" (نحلة، ٢٠٠٢، صفحة ٤٨) فهذا الشرط لا بد أن يلمسه المتلقي في الخطاب.

١.١ / الإستراتيجية التضامنية في صبح الأعشى:

- ومما جاء في هذا الباب أن عبد العزّي خرج ذات يوم مع يزيد بن معاوية إلى الصائفة وأبوه زرارة عند معاوية فهلك هناك: "فكتب يزيد إلى أبيه معاوية بذلك - فقال معاوية لزرارة: أتاني اليوم نعي سيد شباب العرب - قال زرارة يا أمير المؤمنين هو ابني أم ابنك؟ - قال بل ابنك فقال للموت ما تلد الوالدة" (القلقشندي، ١٩٢٢، صفحة ٢٥٧).

نلاحظ من خلال الحوار الذي دار بين "معاوية وزرارة" أن هناك إستراتيجية في الإفصاح عن خبر وفاة ابن زرارة من طرف معاوية حين قال "أتاني اليوم نعي سيد شباب العرب" وهذا قصد تقوية العلاقة بينه وبين زرارة والتضامن والاشترك في المصيبة التي ألمت بزرارة، وذلك حين استعمل لفظ "سيد" الذي يدل على التقدير والود الذي يَكُنُّه معاوية لعبد العزى، رغم أنه باستطاعته أن يقول لزرارة لقد مات ابنك لأنه الأُوْلَى بوفاته، لكنه انفرد بالحزن عليه لوحده حين قال "أتاني"، إن استعمال مثل هذه الإستراتيجية يهدف إلى الوصول لدرجة التكافؤ بين المرسل والمرسل إليه، وهذا مؤشر يؤسس لعلاقات اجتماعية تضم فئات متنوعة من الناس، بل هو أيضا محدد لطبيعة وأبعاد هذه العلاقات المختلفة، ففي هذا المثال نرى أن المرسل أعلى درجة من المرسل إليه إلا أنه أدنى سلطة منه، فهو في مركز ضعف مما يجعله يُظهر الاحترام والحزن للمتلقى وهذا من باب مبدأ التأدب مع الآخرين.

- ومن أمثلة ذلك ما قاله معاوية لأم سنان بنت جشمية بن خرشة المذحجية، لَمَّا دخلت عليه: "مرحبا بابنة جشمية ما أقدمك أرضنا؟ وقد عهدتك تشتمينا، وتُحَصِّن علينا عدونا، قالت: يا أمير المؤمنين! إن لبي عبد مناف أخلاقا طاهرة، وأعلاما ظاهرة، لا يجهلون بعد علم، ولا يسفهون بعد حلم، ولا يشتمون بعد عفو، وإن أولى الناس بإتباع ما سنّ آباؤهم لأنت، قال: صدقت نحن كذلك" (القلقشندي، ١٩٢٢، صفحة ٢٥٨).

نلمس من خلال هذا الحوار الذي دار بين "معاوية وجشمية" أن هناك إستراتيجية في الرد وهذا قصد تقوية العلاقة بينها وبينه، من خلال اللجوء إلى هذه الإستراتيجية التي تعمل على تقوية روابط الود والقرى بينهما، فعبرت عن تقديرها له بذكر نسبه وأصله وما يتحلون به من أخلاق وجاه وعلم وحلم وعفو ومبايعة له، وهذا من باب التعظيم للأمير، فاستخدام مؤشرات التضامن في الخطاب كان في أسلوب المدح لأن اللغة تتميز "بألفاظ وأساليب كثيرة تدل على المدح، أو الذم. بعضها يؤدي هذه الدلالة صريحة، لأنه وُضع لها من أول الأمر نصا، وبعضها لا يؤديها إلا بقرينة حالية أو كلامية. فمن الأول الذي يؤديها صريحة مثل: أمدح وأثني، أستحسن... ومن الثاني الذي يحتاج قرينة وفترة لا تكاد تعد في مقدمتها: أساليب النفي والاستفهام والتعجب والتفضيل ونحوها قد تضم إلى معناه الخاص دلالتها على المدح أو الذم بقرينة" (حسن، ١٩٨٠، صفحة ٣٦٧). ففي هذه الحالة أرسلت جشمية خطابا من موضع هو أدنى سلطة من المتلقي، فهي في مركز ضعف مما يضطرها إلى إظهار الاحترام والتقدير، فاستخدام جشمية لهذه الإستراتيجية قصد التأدب مع معاوية وإظهار أسمى عبارات التقدير والتبجيل له، والسلطة المقصودة في هذا السياق هي السلطة الاجتماعية.

لعبت سلطة المرسل إليه دورا مهما في هذا المثال بحيث استغل اسمه من أجل تغيير منحى الكلام إلى وجهة أخرى، فمعاوية قد استدرج وتلاعب بجشمية من خلال سؤاله، فكانت إجابته وفقا لما ارتآه، وهو الحال نفسه عند جشمية فقد استعملت أسلوب المراوغة في إجابته على الرغم من العداة الذي كانت تكنه له. فالمرسل إليه قد يتيح لنفسه "التلاعب بالحديث وتحويله، ويضرب قيودا على الآخر بتوجيهه ليتحدث فيما يريد من موضوعات مع إدراكه أن هذا التوجه أو الاختيار سيفرضه على ذاته هو بوصفه أحد المشاركين، مما يعني أنه قد يخطئ حديثه بموافقة المرسل واستحسانه، أو يتجاوز هذا الأمر إلى إيقاف الخطاب وفرض الصمت" (الشهري، ٢٠٠٤، صفحة ٢٣٠).

وعليه فإن استعمال مثل هذا الأسلوب يساعد في تقوية العلاقة بين المتكلم والمتلقي والنتيجة، لذا يعد أسلوبا مهما في عملية التضامن وهو ما يظهر أثره مباشرة على المتلقي كالمثال السابق لما تحدثت حشمية بذلك الكلام الحسن فكانت ردة فعل معاوية أن قال لها "صدقت نحن كذلك".

٢ / الإستراتيجية التوجيهية

تعد الإستراتيجية التوجيهية أحد أهم الاستراتيجيات التي يلجأ إليها المتكلم بشكل تصريحي فهي إستراتيجية يستعملها المرسل قصد تقديم توجيهات ونصائح أو أوامر ونواه لمتلقيه، فالعلاقة المتبادلة بين المرسل والمرسل إليه قائمة على فعل التوجيه، وهذا الأخير لا يتم حصره في الشكل اللغوي فحسب بل يعد وظيفة من وظائف اللغة التي تعنى بالعلاقات الشخصية حسب تصنيف هاليداي "فاللغة تعمل على أنها تعبير عن سلوك المرسل وتأثيره في توجيهات المرسل إليه وسلوكه" (مقبول، ٢٠١٤، صفحة ٥٤٩).

إن سبب اختيار المرسل لهذه الإستراتيجية هو إصراره على تبليغ قصده من وراء الخطاب وكذا توجيه المرسل إليه من خلال النصح والإرشاد والتحذير، أو أن يوجهه لمصلحته بنفعه من جهة أو بإبعاده عن الضرر من جهة أخرى أو أن يفرض قيда على المرسل إليه بشكل أو بآخر (الشهري، ٢٠٠٤، صفحة ٣٢٢).

ويمكن تلخيص الأغراض التي يروجها المرسل من التوجيه في النقاط التالية:

- ✓ تبليغ قصده الخطابي
 - ✓ توجيه المرسل إليه من خلال النصح والإرشاد والتحذير.
 - ✓ استعمال هذه الإستراتيجية لفرض قيد على المرسل إليه بشكل أو بآخر.
 - ✓ ممارسة فضول خطابي على المرسل إليه أو توجيهه لمصلحته بنفعه من جهة وإبعاده عن الضرر من جهة أخرى.
- فالقوة الإنجازية المباشرة تؤخذ من التركيب اللغوي الحرفي، أما إذا جئنا إلى المدونة العربية فنجد هذه الإستراتيجية التوجيهية في مصنفات كثيرة نحوية وصرفية وبلاغية، وهو الحال نفسه في مدونة صبح الأعشى فهي تتوفر على الكثير من الخطب والرسائل والمكاتبات التي هدفها غالبا التوجيه.

١.٢ / الإستراتيجية التوجيهية في صبح الأعشى

وحتى نوضح هذه الإستراتيجية التوجيهية نأخذ أسلوب الأمر الذي يعد عنصرا أساسيا في التوجيه، فهو "طلب الفعل على وجه الاستعلاء والإلزام" (عتيق، ٢٠٠٩، صفحة ٧٥)، وإذا كانت العرب استعملت الاستعلاء من أعلى مرتبة إلى أدناها، فإن مثل هذا التوجه يمثل عند الغرب ما يسمى بسلطة المتكلم، فعند كسر هذه السلطة الاستعلائية نكون قد خرجنا من النطاق الحرفي للأمر إلى أمور أخرى غير حرفية والتي تمثل قطب الرحي في المجال التداولي.

إن مثل هذه الإستراتيجية نجد موظفا في هذين المقالين في الكثير من المواضع، ولتقريب الصورة أكثر ندرج خطبة كعب بن لؤي جد النبي صلى الله عليه وسلم فيما ذكره أبو هلال العسكري في كتاب الأوائل وهي " اسمعوا وعوا، تعلموا تعملوا، وتفهموا تفهموا ليل ساج، ونهار صاج، والأرض مهاد، و الجبال أوتاد، والأولون كالأخرين، كل ذلك إلى بلاء، فصولوا أرحامكم، وأصلحوا أموالكم، فهل رأيتم من هلك رجع، أو ميتا نشر، الدار أمامكم والظن خلاف ما

تقولون، زَيْتُوا حرمكم وعظموه، وتمسكوا به ولا تفارقوه فسيأتي له نبأ عظيم، وسيخرج منه نبي كريم" (القلقشندي، ١٩٢٢، صفحة ٢١٢).

إن أهم ما يراعيه المرسل عند إنتاج خطابه هي العلاقة بين طرفي الخطاب التي تعد من أبرز العناصر السياقية والتي لها الأثر الكبير في إنجاح العملية التواصلية وتحقيق مقاصد المتكلم من عدمها، وهذا ما يوحي بأن محدد شكل الخطاب يتماشى مع نوعية العلاقة بين المتكلم والمتلقي.

لقد استعمل كعب بن لؤي فعل الأمر بصورة متكررة في الخطبة، فلو أخذنا الصيغة "اسمعوا وعوا، تعلّموا تعلموا، وتفهموا تفهموا..." فالقوة الإنجازية تكمن في قوة الفعل الحرفية، فإجراء هذه الصيغة على أصلها واستعمالها لغرض الاستعلاء، ينجر عنها إنجاز الفعل وفقا لمبدأ التعاون بين المرسل والمرسل إليه من أجل الوصول إلى القصد المراد، فهذه معايير تحدد وظيفة الفعل التوجيهي (افعلوا) الحرفية التواصلية، وبالتالي فإن توفر المعايير السالفة الذكر تجعل من الخطاب مثاليا صريحا بين المتحاورين مع التطبيق والالتزام التام لمبدأ التعاون المنصوص عليه عند غرايس، فمتى تم خرق جزء من هذه القاعدة العامة، خرج الكلام عن معناه الحرفي إلى معنى آخر غير ظاهر يستدل عليه عن طريق المقام، ويسمى هذا الخرق الدلالي بالاستلزام الحواري، أو ما يعرف بالإستراتيجية التلميحية. فالمثال السابق يحمل قوة إنجازية مستلزمة تتمثل في النصح والإرشاد والتوجيه، فالمرسل عموما أسدى نصائح وتوجيهات للمخاطب من خلال توجيهه إلى فعل شيء آخر بديل عن الأول كشف عنه السياق وأفعال الأمر السابقة التي تندرج ضمن الإستراتيجية التوجيهية.

- ومن أمثلة الإستراتيجية التوجيهية ما جاء في مخاطبات النبي عليه الصلاة والسلام وذلك في رسائله للملوك، بحيث تم المحافظة على ما يعرف بـ (نبي/ ملك)، وهذه الرسائل تعكس مدى سلطة النبي صلى الله عليه وسلم على مختلف الأباطرة مثل (هرقل، كسرى أبرويز، المقوقس، صاحب مصر، النجاشي، هودّة بن علي، جيفر وعبد ابني الجلندي...) (القلقشندي، ١٩٢٢، صفحة ٣٧٦ إلى ٣٨٠).

فجاء خطابه لكسرى أبرويز:

من "محمد رسول الله إلى كسرى عظيم فارس. سلام على من اتبع الهدى وآمن بالله ورسوله، وأدعوك بدعاية الله عزّ وجلّ فإنّي أنا رسولُ الله إلى النَّاسِ كافةً، لأنذِرَ من كان حياً ويحقِّ القولُ على الكافرين، أسلم تسلم فإنّ تولّيت فإنّ إثم الجوس عليك".

فمن خلال هذه الرسالة نلمس فيها عدة قضايا مهمة تشمل التفاوض والتواصل إضافة إلى:

- ✓ لغة الطرح الراقية السلسة.
- ✓ القوة المرهنة.
- ✓ الموقف المثالي.
- ✓ دائرة المشترك.

فهذه تعد مؤشرات تدل على الإستراتيجية التوجيهية التي استخدمها النبي الكريم في مخاطبته الملوك، فموقفه ومنصب الرسالة المبعوث بما تجعل منه يأخذ الأمور ويراعي المنازل التي تتجسد الحكمة فيها وهذا تجسيدا لقوة التخاطب.

٣/ الإستراتيجية التلميحية:

يعد التلميح أحد أهم مميزات اللغات الطبيعية، على اعتبار أن الكثير من الأحيان وأثناء العملية التواصلية أن معنى العديد من الجمل إذا ما تم مراعاة ارتباطها بمقامات إنجازها لا ينحصر فيما تدل عليه صيغها الصورية، وهذا ما يجعل عملية التأويل متعذرة بالنظر إلى ظاهر الجملة، ومنه يتم الانتقال من المعنى الصريح إلى المعنى غير المصرح به (الاستلزام الحواري)، إلا أن هذا الانتقال يطرح الكثير من التساؤلات: هل يتم الاعتماد على مجرد المعنى الصريح وحده، أم بهما معاً، بناءً على أن الثاني مترتب عن الأول؟ ثم كيف يتم الانتقال من معنى الصريح إلى الضمني؟ (أدراوي، ٢٠١١، الصفحات ١٨-١٩). فهذا يوحي بأنه إذا لم تكن لدى المتكلم قاعدة معرفية تربطه مع المتلقي فإن هذا يؤدي به إلى عدم الفهم، ولهذا السبب اقترح غرايس مبدأ التعاون لضبط الحوار بين جميع الأطراف، فهذا المبدأ يقوم على أربع مسلمات (الكم، الكيف، الملاءمة، الطريقة)، ومتى تم خرق أحد هذه المسلمات يحدث الاستلزام الحواري، أو الإستراتيجية التلميحية التي تعتمد على مجموعة من الآليات اللغوية يستخدمها المرسل ويتعلق الأمر بأقوال يرمي من خلالها المتكلمون إلى التعبير بشكل ضمني عن شيء آخر غير المعنى الحرفي مثلما هو الشأن في التلميحات والسخرية والاستعارة وحالات تعدد المعنى (بالنشبه، ٢٠٠٧، صفحة ٦٨) كما يحصل مع:

✓ ألفاظ الكنايات والروابط والظروف الإنجازية.

✓ الأفعال اللغوية غير المباشرة.

✓ المحتوى القضوي (معاني الألفاظ والمفردات المسندة إلى بعضها داخل التركيب الخطابي).

✓ الآليات البلاغية (تشبيه، استعارة، كناية، مجاز).

١.٣/ الإستراتيجية التلميحية في صبح الأعشى:

قد يحمل التشبيه في بلاغتنا العربية معانٍ مستلزمة يوضحها سياق الاستعمال كما في قول صعصعة بن صوحان لما سأله معاوية عن جديلة فقال: "كان في الحرب سيفاً قاطعاً، وفي المكرمات غيثاً نافعاً، وفي اللقاء هباً ساطعاً" (القلقشندي، ١٩٢٢، صفحة ٢٥٥)، فهو يقصد معنى مستلزم غير مباشر يتمثل في مدح جديلة والإشادة بشجاعته من خلال تشبيهه بالسيف القاطع الحاد، وتشبيهه بالغيث النافع للدلالة على سخائه وكرمه، وتشبيهه بالنار لشدته بطشه وسرعة فتكه بهم، فالتكلم يقوم برصد جملة من السمات الدلالية للمفردة "جديلة" وما يقابلها من مفردات "سيف، غيث، هب"، في معجمه الذهني انطلاقاً من "جديلة" ليجت عملاً يناسبه ويميزه في سياق معين، ليجت عن أثر الأشياء التي تتصف بهذه السمة فيشبهه بها، فالمتلقي يستند على سياق الاستعمال والمقام والكفاءة التداولية للمعنى المقصود بعد أن يقوم بحذف كل ما ليس له علاقة بمقام الكلام.

ولمزيد من التوضيح نأخذ مما استعملته العرب للدلالة على الشجاعة والقوة والبسالة مثل القسورة للدليل على الأسد القوي الشديد، حيث ورد ذلك في قول أم الخير بنت الحريش البارقية يوم صفين في الانتصار لعلي رضي الله عنه، لما استقدمها معاوية بن أبي سفيان وذلك حين كتب إلى واليه بالكوفة أن يحمل إليه أم الخير برجلها، ولما وصلت إلى بلاطه سألها معاوية عن قولها لما قتل عمار بن ياسر، فأجبت بأنها كلمات نفتهن لساني فقط، وإن أردت أن أحدث لك مقالا مشابهاً فعلت... فتقدم أحد رجالات معاوية بأنه يحفظ ما قالت أم الخير كحفظه الحمد لله... فرواه

لهم ومنه" ... صبرا معشر المهاجرين والأنصار، قاتلوا على بصيرة من ربكم، وثبات من دينكم، وكأني بكم غدا قد لقيتم أهل الشام كحمر مستنفرة فرت من قسورة لا تدري أين يسلك بها من فجاج الأرض... (القلقشندي أ.، ١٩٢٢، صفحة ٢٥٠).

فإذا نظرنا إلى هذا المثال نجد أنه يحمل معنيين أحدهما للدلالة على الشجاعة والفخر بجيش علي رضي الله عنه والمتمثل في "القسورة" الذي يدل على الأسد الشجاع، أما الثاني فهو يدل على ضعف الأعداء وتشبيههم بالحمير الوحشية الشديدة النفار التي تفر بمجرد رؤية القانص لها، وفي هذا التشبيه إنقاص من قيمة معاوية وجيشه ويتجلى ذلك في قولها "حمرٌ مستنفرةٌ" أي بمعنى نافرة نفار حمير الوحش...

ومن هذا يتضح أن التشبيه يمكنه أن يسهم في إثراء الجانبين الدلالي والتداولي لمختلف الصياغات اللغوية من خلال ما يسمى بالخرق الدلالي الذي تتولد عنه دلالات استلزامية تستشف من العناصر الدلالية المتفاعلة بين أطراف التشبيه من جانب، والسياق الذي وردت فيه من جانب آخر، وهذا ما يجعل التشبيه يحمل قوى إنجازية مستلزمة. - يقول الإمام علي رضي الله عنه في رده على معاوية بن أبي سفيان "أنا مُرقل نحوك في جَحْفَل من المهاجرين، والأنصار والتابعين لهم بإحسان، شديد زحامهم، ساطع قَتَامهم، مسرلين سرايل الموت" (القلقشندي، ١٩٢٢، صفحة ٢٣١).

يتضح من خلال هذا المثال خاصية الإستراتيجية التلميحية من خلال آلية الكناية في قوله "مسرلين سرايل الموت" وهي كناية عن الكفن الذي يلف فيه الميت عند دفنه، والذي دلنا على هذا هو السياق، فالتكلم لم يقصد معنى حرفياً مباشراً، بل يقصد معنى مستورا خفياً في مستوى عميق، ولا يصل إليه المتلقي إلا عن طريق مجموعة من الاستدلالات الذهنية، ومن خلال كفاءته التداولية للمعنى بعد أن يسقط باقي السمات الدلالية التي لا تتناسب مع مقام الكلام (الصراف، ٢٠١٠، صفحة ١٤٩)، فبعد معرفة علي كرم الله وجهه بالكفاءة التداولية لمعاوية استخدم الكناية فهو يدرك أن المرسل إليه يفقه هذا القصد جيدا وهو الاستعداد للموت وذلك بتحضير ثيابه (الكفن) قبل المعركة.

ومن الآليات البلاغية التي تعتمد هذه الإستراتيجية الاستعارة التي هي "تعليق العبارة على غير ما وضعت له في أصل اللغة على جهة النقل للإبانة... وكل استعارة فلا بد فيها من أشياء: مستعار ومستعار له ومستعار منه... وكل استعارة بليغة فهي جمع بين شيئين بمعنى مشترك بينهما يكسب بيان أحدهما بالآخر كالتشبيه إلا أنه ينقل الكلمة والتشبيه بأداته الدالة عليه باللغة" (الرماني، الخطابي، و الجرجاني، ١٩٧٦، صفحة ٨٥)، فمن هذا التعريف نستنتج أن الاستعارة تقوم على دعمتين أساسيتين وهما: المشابهة والانتقال من معنى إلى آخر بواسطة قرينة صارفة للذهن وموجهة للمعنى الجديد، فالاستعارة فرع من فروع التشبيه لا تتحقق بمجرد أن يحصل الانتقال من الملزوم إلى اللازم، بل يجب أن يتم تقديم تشبيه شيء بذلك الملزوم في لازم له. فمن خلال الدعمتين السابقتين يتم الانتقال من المعنى الحرفي إلى المعنى التلميح الاستلزامي وهو ما عُرف عند الغرب بالاستلزام الحواري أي المعنى غير المباشر المقصود من وراء الخطاب، فلو

أخذنا بيت المتنبي: (القلقشندي، ١٩٢٢، صفحة ٢٩١)

بَنَاهَا فَأَعْلَى وَالْقَنَا تَفْرَعُ الْقَنَا
وَمَوْجُ الْمَنَاءِ حَوْلَهَا مُتَلَاطِمٌ

ففي هذا البيت استعار الشاعر للمنايا المخيفة المحيطة بالقلعة "موجا" فأرض المعركة تضطرب تحت أرجل المقاتلين كما يضطرب البحر بأواجه. وإضافة المنايا إلى الموج "قرينة الاستعارة" ثم رشح استعارة الموج بأنه متلاطم للمبالغة في اضطراب المعركة وهول الموقف. فالجيشان قويان، والموت قاب قوسين أو أدنى (السامرائي، ٢٠١١، صفحة ٢٤). ففي هذا الاستعمال تمّ فيه خروجٌ عن المعنى الحرفي للجملة إلى معنى مستلزم والذي يقود إلى هذا المعنى الجديد هو السياق اللغوي، مما يساعد المتلقي على المشاركة في تحقيق الدلالة الإنجازية غير المباشرة، وذلك حين يختار للكلمة المتلفظ بها السمات الدلالية التي تتوافق معها في سياق ورودها، مما يساعده على الوصول إلى المعنى المقصود المتخفي لحدود الدلالة الحرفية للجملة إلى دلالة استلزامية تلميحية.

ومما ورد في مدونتنا بخاصية الاستراتيجية التلميحية قول قطري بن الفجاءة في خطبته المشهورة في ذم الدنيا والتحذير من ويلاتها: "أما بعد: فإني أحذركم الدنيا، فإنها حلوة خضرة، خُفت بالشهوات، وتزينت بالغرور، لا تلوم نضرتها، و لا تُؤمن فجعته، غُرارة، ضَرارة، خاتلة زائلة... فان من عليها... سلطانها دُول، عيشها رُنُق، وعذبا أجاج... مُلكها ملسوب، وعزيزها مغلوب، وجارها مخروب. مع أن وراء ذلك سكرات الموت، أُلستم في مساكن من كان قبلكم أطول منكم أعمارا وأوضح منكم آثارا، وأعد عديدا، أكتفَ جنودا، وأشدَّ عُثودا، تعبّدوا للدين أي تعبّدوا... بنست الدار لمن أقام فيها فاعلموا إذا أنتم تعلمون أنكم تاركوها إلى الأبد، فإنما هي كما وصفها الله تعالى باللعب واللهو" (القلقشندي، أ.، ١٩٢٢، صفحة ٢٢٣).

فالخطيب ينكر على الذين آثروا التمتع بالدنيا وشهواتها، بدل العمل والإعداد للآخرة، فهو يحاول إقناع الناس بعدم الركون للدنيا لأن ذلك نعيم آيل إلى زوال ما دامت الحياة لا تعدو أن تكون مثل الزرع المخضر الذي لا بد من حصاده يوما، أو كشيء حلو سرعان ما تتجرع مرارته، فهي غرارة، ضرارة، خاتلة... دار فانية خالية من سكانها لا محالة زائلون، وللموت ذائقون، فقد أراد الخطيب بهذه الصور الاستعارية أن يوضح للمتلقي أنه فان من عليها حقيقة ممثلا في زوال الحياة مهما قصرت الأعمار أو طالت، ومهما عظم سلطانها أو قل، ومهما علا أو ذل.

فنقل المعنى وتحميده من العقل إلى الشيء المحسوس يعمل على المساهمة في تقريب البعيد ورفع الغموض، وبهذا يكون الإثبات في الأذهان، كونه دليلا على صحة المعنى وثبوته وفق عناصر السياق والمقام، فالمشبه به إذا لم يُذكر وكُنّي عنه بذكر أحد لوازمه دل على الاستعارة المكنية مثل ما ورد في الخطبة السابقة فالاحضرار للزرع، والحلاوة للمأكل الطيب، إضافة إلى استعارات أخرى في الخطبة مثل (حفت بالشهوات، تزينت بالغرور، غرارة، ضرارة...) فهذه التكنيات عن المشبه به حجة على المشبه (الدنيا) وقد وردت هذه الاستعارات على وجه المجاز، وهذا ما يجعل المتلقي يسبح بذهنه ويحركه بما يستلزم من أجل ملء ذلك الفراغ، من خلال تحديد ما حذف منها لإدراك قصد المتكلم عن طريق تأويل كلامه، وبهذا يكون قد فهم جزءا مما يُعرض عليه واقتنع به لأن "الغرض الأصلي من إلقاء الكلام، هو إفادة المخاطب أو المستمع الحكم الذي يتضمنه القول" (الباهي، ٢٠١٣، صفحة ٥١)، وهذا ما ينطبق مع ما جاء به غرايس ضمن اللسانيات التداولية وهو ما يُعرف بقانون الإفادة والذي لا يتحقق إلا بتضافر عناصر السياق اللغوية، إذ أن لكل قول مرجع يحيل عليه وسياق معين أنتج فيه، فمتلقي الخطاب (الناس في الدنيا) قادر على ترجمة خطاب المتكلم قطري بن الفجاءة، لكونه يشاركه في الوضع اللغوي ومختلف الخلفيات المسبقة عن الموضوع، وهذا ما يسهم في

عملية الإفادة، بحيث لا يفهم المعنى من الكلام إلا باستحضار مختلف الملابسات الخارجية والظروف التي تم فيها الخطاب.

يرمي قطري بن الفجاءة من خلال هذه الخطبة إلى إيصال قصد ما أو فكرة معينة، فالمتكلم " لا يصدر كلامه عبثا إنما يرمي من ورائه التوصل دوما إلى تحقيق هدف، أو إشباع رغبة أو الحصول على فائدة" (المؤلفين، ٢٠١٥، صفحة ٩٣)، كحمل المتلقي أن يقوم بفعل ما، وهذا ما يحتم على المخاطب فهم المقصود من وراء الخطاب المرسل إليه ويعي غرضه مُحدثا له الأثر المنتظر، فمتلقي الخطبة السابقة يقوم بفك رموز الخطاب وإعادة بنائه من أجل ردع النفس التي أقبلت على المعاصي وانغمست في الشهوات.

إن نجاح الخطاب مرهون بمدى تحقيق غايته التأثيرية الإقناعية نظرا لردود أفعال المتلقي من الناس، فإن وُفق المتلقي في فهم الخطاب فهذا راجع إلى أن المتكلم (الخطيب) قد احترم مبدأ الملائمة لأنه أنتج لفظا ملائما في سياق محدد (صحراوي، ٢٠٠٥، صفحة ٣٤ وما بعدها)، كما هو الحال في الأفعال الكلامية التي تضمنتها الخطبة، فالفعل الكلامي يتوسل بأفعال قولية إلى تحقيق ما يرمي إليه من أغراض إنجازية كالطلب والأمر...، والأفعال الكلامية التي يمكن استنباطها من خطبة قطري، كذلك التي وردت في مقدمتها حيث استهلها بفعل كلامي إنجازي تمثل في الأمر الذي يعد فعلا كلاميا مباشرا يندرج ضمن الأفعال التوجيهية عند سيرل، دلت عليه القوة الإنجازية الحرفية للملفوظ (إني أحذركم... أي بمعنى إياكم أحذُرُ، فالأمر هو طلب الفعل على وجه الاستعلاء والإلزام (عتيق ع، ٢٠٠٩، صفحة ٧٥)، وهذا الفعل الأمري المتضمن موجه إلى كل شخص عاصر قطري بن الفجاءة.

ثم انتقل إلى فعل كلامي آخر يتمثل في الاستفهام " أَلَسْتُمْ فِي مَسَاكِنٍ مِنْ قَبْلِكُمْ أَطُولُ مِنْكُمْ أَعْمَارًا، وَأَوْضَحُ مِنْكُمْ آثَارًا..." فهذا الاستفهام الإنكاري يحمل قوة إنجازية تتمثل في إنكار المتكلم على متلقي الخطاب عدم تبصره لمن سكن قبلهم هذه الأرض، وعمرٌ طويلا... ليهدف من خلاله إلى إحداث فعل تأثيري يتمثل في توضيح وإفهام المتلقي بأنه فَقَدَ روح التعقل ولم يبالي، فهو مطالب بتتبع وتبني ما حصل لمن سبقه من الأمم، وهذه إستراتيجية إقناعية، ثم استعمل في قوله " فاعلموا إذا أنتم تعلمون أنكم تاركوها إلى الأبد" فعلا كلاميا إنجازيا يتمثل في إقرار حقيقة الموت في نفس المتلقي، مما يتولد وينتج عنه فعل كلامي تأثيري يجعله يستعد لما بعد الموت، ثم يُنبع بفعل كلامي آخر في قوله " فإنما هي كما وصفها الله تعالى باللعب واللهو"، بحيث تضمن هذا القول فعلا إنجازيا يتمثل في التأكيد على فناء الدنيا وما نعيمها إلا لعب وهو ينقضي بانقضاء عمر ابن آدم، وأما فعلها التأثيري فهو التأكيد والتحذير من الانغماس في الدنيا وشهواتها.

فهذه الأفعال الكلامية تساهم في إقناع المتلقي مُعَيَّرَةً وموجهة لسلوكه وجهة ما وفق مراد المتكلم، علما أن الفعل الكلامي الجامع المرجو من وراء الخطبة كلها هو فعل النصح والإرشاد، كما أن الاستعارات الواردة في الخطبة تتضمن وتضم مجموعة من المقاصد لم يصرح بها، وإنما تُستشف من خلال اللفظ الظاهر معانٍ ضمنية يكشف عنها السياق والمقام، وهذا ما عُرف عند غرايس بالاستلزام الحواري الذي يرمي من خلاله المتكلمون إلى التعبير بشكل ضمني عن شيء آخر غير المعنى الحرفي" (بلانشيه ف، ٢٠٠٧، صفحة ٦٨)، وعليه فهذه الاستعارة "إنها حلوة

حضرة، حفت بالشهوات" تحمل معان مستلزمة، تتمثل في العمل بالصفات المذكورة سلفاً، إضافة إلى الدعوة إلى ترك الملذات والشهوات والاستعداد إلى لما بعد الموت.

٤ / الإستراتيجية الإقناعية:

الإستراتيجية عموماً تعني الطريقة التي يختارها المرسل في خطابه مراعيًا في ذلك الموضوع ومختلف الظروف المحيطة بالخطاب دون إغفال للمرسل إليه، فهذه الإستراتيجية تُبنى على معايير وأهداف غايتها تحقيق مقاصد المرسل، وما لها من تأثير على المرسل إليه وذلك عن طريق استعمال حجج وأدلة وبراهين تساعد على استمرارية الخطاب بين طرفيه كونها آلية تُستعمل لتحقيق المقاصد والأهداف وفق عناصر السياق ومقام الخطاب. أما عن تعريفها فهي " إستراتيجية تستعمل من أجل تحقيق أهداف المرسل النفعية بالرغم من تفاوتها تبعاً لتفاوت مجالات الخطاب أو حقوله" (الشهري، ٢٠٠٤، صفحة ٤٤٥).

هذا وتعد إستراتيجية الإقناع من أبرز وأهم الإستراتيجيات التي استخدمها الخطباء والبلغاء والشعراء خاصة ما جاء في مناظراتهم ومحاوراتهم وخطبهم وفق مبادئهم ودفاعاً عن عقائدهم وغيرها، وهذا ما يجعل من كلامهم وأشعارهم ذات تأثير وحجج وأكثر إقناعاً، وكون هذا الأخير سلطة عند المرسل في خطابه يحاول من خلاله إقناع المتلقي بما يرمي إليه من خطاب، فهذه السلطة تعد " مقبولة إذا استطاعت أن تقنع المرسل إليه، إذ لا تُحقق إستراتيجية الإقناع نجاحها إلا عند التسليم بمقتضاها، إما قولاً أو فعلاً. وما جعل الإقناع سلطة مقبولة، هو كون الحجاج هو الأداة العامة من بين ما يتوسل به المرسل من أدوات أو آليات لغوية" (الشهري، ٢٠٠٤، صفحة ٤٤٦).

١.٤ / مسوغات الإستراتيجية الإقناعية

إن الهدف الأسمى للإستراتيجية الإقناعية هو التأثير في المتلقي والعمل على استمالته أثناء التواصل ولذلك لا بد من استعمال مجموعة من التقنيات والوسائل تتعلق بمقاصد الكلام وبالمتكلم والمتلقي ودوره في الخطاب في سياق محدد يمكن أن نذكر مما يدعو لانتهاج هذه الإستراتيجية الحجاجية: (مقبول، ٢٠١٤، صفحة ٥٥٦)

- ✓ قوة تأثيرها في المرسل إليه.
- ✓ طلب المرسل إليه لها في بعض السياقات.
- ✓ حصول الاختلاف بخصوص قيمة معينة.
- ✓ المناظرة العقلية والمجادلة الكلامية.
- ✓ الرغبة في تحصيل الإقناع بما عند المرسل من بضاعة.

٢.٤ / آليات وأساليب الإستراتيجية الإقناعية:

استراتيجيات الإقناع ثلاث- حسب ما عرضها الباحثون- فكل منها يخاطب نفس المتغير وهو السلوك العلني.. وتشمل هذه الإستراتيجيات: (معتصم، ٢٠٠٣، صفحة ٣٥)

- الإستراتيجية الدينامية النفسية.
- الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية.
- إستراتيجية إنشاء المعاني.

والمناقشات وكثير من المجالات الأخرى" (الشهري، ٢٠٠٤، صفحة ٤٥٩)، ففي بداية الحوار كان الرجل أقل سلطة من "الحجاج" لكنه قام باستغلال مقام السياق في الحدث ليقوم بمحاججة وإقناع الحجاج للعدول عن قتله، فما كان منه إلا القرآن ليتخذ منجاة للظفر بحياته وهو فعلا ما أسكت الحجاج وجعله يقتنع بذلك، لأن تحقيق الإقناع وكسب الخصم لا بد أن يستند إلى مرجعية معترف بها كالشواهد القرآنية والأحاديث النبوية وكل ما يتعلق بالتراث الإسلامي (عادل، ٢٠١٣، صفحة ٢٣٣).

- ومما نحن فيه ما صدر عن أبي بكر الصديق من مكاتبات وهذا جزء من إحداها "من أبي بكر خليفة رسول الله صلى عليه وسلم إلى من بلغه كتابي هذا من عامة وخاصة، أقام على الإسلام أو رجع عنه: سلام على من اتبع الهدى، ولم يرجع بعد الهدى إلى الضلالة والعمى، فإني أحمد إليكم الله الذي لا إله إلا هو، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له وأن محمدا عبده ورسوله، وأقر بما جاء به وأكفر من أبي وأجاهد. أما بعد: فإن الله أرسل محمدا بالحق من عنده إلى خلقه بشيرا ونذيرا، داعيا إلى الله بإذنه وسراجا منيرا، لينذر من كان حيا ويحق القول على الكافرين، يهدي الله للحق من أجاب إليه، وضرب رسول الله صلى الله عليه وسلم بإذنه من أدبر عنه حتى صار إلى الإسلام طوعا وكرها، ثم ثوبى رسول الله صلى الله عليه وسلم، وقد نعد لأمر الله، ونصح لأمته، وقضى الذي عليه، وكان الله قد بين له ذلك ولأهل الإسلام في الكتاب الذي أنزله، فقال: «إِنَّكَ مَيِّتٌ وَإِنَّهُمْ مَيِّتُونَ» وقال: «وَمَا جَعَلْنَا لِبَشَرٍ مِنْ قَبْلِكَ الْخُلْدَ أَفَإِنْ مِتَّ فَهُمْ الْخَالِدُونَ» وقال للمؤمنين: «وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِهِ الرُّسُلُ أَفَإِنْ مَاتَ أَوْ قُتِلَ انْقَلَبْتُمْ عَلَى أَعْقَابِكُمْ وَمَنْ يَنْقَلِبْ عَلَى عَقْبَيْهِ فَلَنْ يَصُرَ اللَّهُ شَيْئًا وَسَيَجْزِي اللَّهُ الشَّاكِرِينَ» فمن كان يعبد محمدا فإن محمدا قد مات، ومن كان يعبد الله وحده لا شريك له فإن الله بالمرصاد، حي قيوم لا يموت ولا تأخذه سنة ولا نوم، حافظ لأمره، منتقم من عدوه بحزبه...» (القلقشندي، ١٩٢٢، صفحة ٣٨٤).

في هذا المقطع المحجاجي تتجلى الإستراتيجية الإقناعية وذلك من خلال توجيه رسائل يمكنها أن تغير القوى الداخلية التي تتحكم في سلوك الإنسان من خلال الإستراتيجية النفسية وما لها من دور في اقتناع المرسل إليه، فالمرسل لهذه الإستراتيجية يستخدم رسالة إعلامية لها القدرة على تغيير الوظائف النفسية للأفراد حتى يستجيبوا لهدف القائم بالاتصال "ويقتنعوا ويغيروا ما كانوا يريدون فعله، فأبو بكر الصديق لما شعر بالردة بعد وفاة النبي صلى الله عليه وسلم ألقى هذه الخطبة الشهيرة من أجل إقناع الناس عن العدول عن هذا الفعل المشين فما كان منه إلا أن يستعمل مختلف الحجج والبراهين التي يمتلكها خصوصا كلام الله عز وجل كونه أكثر وسائل الإقناع وأشدهم تأثيرا في النفوس، فهو بهذه الكلام يحاول استمالتهم وتغيير بنائهم النفسي وذلك بإثارة دوافعه واتجاهاته التي تؤثر بدورها في المتلقي وتوقعاته وذلك حتى يعلم أن قيامه بسلوك ما سوف يصرفه عن أخطار معينة، وهذا ما يؤدي به إلى فقدان القبول الاجتماعي.

خاتمة

في ختام هذا البحث عن إستراتيجيات الخطاب الواردة في كتاب صبح الأعشى للقلقشندي وما نقله من محاورات ومكاتبات وخطب، لنا أن نسأل عن مقدار ما تميزت به تلك النصوص من حيوية وحركية تبعث على التجدد والاستمرار وهذا ما يجعلنا نتناولها بالدراسة والتحليل وإعادة قراءتها من جديد استنادا على آلية الإستراتيجية الخطابية والتي خلصنا من خلالها إلى مجموعة من النتائج والتوصيات أبرزها:

- براعة السبك وحسن المعنى وإصابة الهدف للدليل قاطع على عبقرية صاحب النص، وذلك حين خرجت تلك الأساليب إلى غايات توجيهية ودلالات أخلاقية تنم بالمتعة والجمال، مما حوّل لهذه النصوص أن تُعمر طويلا وتستمر مستقبلا.

- مدونتنا لا تعد مجرد إنشاء فقط بل تتضمن الكثير من المواضيع التي تكشف واقعا فكريا وثقافيا واجتماعيا لطبيعة الحياة الإسلامية وطبيعة تفكيرها وواقع معيشتها، وهذا ما يجعل منها ميدانا ثرا للدراسة والتحليل.

- قدمت المناهج التحليلية المعاصرة من خلال قراءة النصوص التراثية نتائج أكثر عمقا، وهو ما أبانت عنه فعلا هذه الدراسة من خلال ما تم اختياره من نماذج - على قلتها - للوقوف أكثر على الظاهرة المدروسة وتوضيحها.

- تباين أشكال الخطاب تبعاً للسياق، فكل سياق يفرض استخدام إستراتيجية معينة خاصة بالخطاب، إلا أن بعض المواضيع يتم فيها استعمال إستراتيجية بكثرة دون غيرها، كالنصح والإرشاد والتوجيه تظهر فيه الإستراتيجية التوجيهية، والدعوة لله وغرس الأخلاق الفاضلة تظهر فيه الإستراتيجية التضامنية أكثر، أما التلميح فنلمسه في مختلف الجوانب الأدبية من المدونة.

- يعد الاهتمام بالمرسل والمرسل إليه ساعة الخطاب والظروف السياقية الاجتماعية والثقافية المحيطة بهما من بين الأمور التي تراعيها الإستراتيجية في الخطاب.

- يمتلك الخطباء والأدباء والشعراء قوة في طريقة الكتابة والاستدلال بالحجة القوية المستندة على الشاهد متى تطلب الأمر ذلك، وهذا ما نلمسه في خطب الكثير من الصحابة الكرام رضي الله عنهم، ومختلف مكاتبات ومحاورات الخلفاء الراشدين والتابعين وغيرهم.

قائمة المصادر والمراجع

١. القلقشندي أبو العباس أحمد، (١٩٢٢)، صبح الأعشى، ج ١، ج ٦، مطبعة دار الكتب المصرية، القاهرة.
٢. الرماني، الخطابي، والجرجاني عبد القاهر، (١٩٧٦)، ثلاث رسائل في إعجاز القرآن الكريم، تح: محمد خلف الله أحمد، ومحمد زغلول، دار المعارف، ط ٣، مصر.
٣. أدراوي العياشي، (٢٠١١)، الاستنزام الحواري في التداول اللساني، منشورات الاختلاف، ط ١، الجزائر العاصمة، الجزائر.
٤. فضل صلاح، (١٩٩٢)، بلاغة الخطاب وعلم النص، عالم المعرفة، الكويت .
٥. مصباح عامر، (٢٠٠٥)، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية وآلياته العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
٦. حسن عباس، (١٩٨٠)، النحو الوافي، ج ٣، دار المعارف، ط ٨، القاهرة.
٧. عتيق عبد العزيز، (٢٠٠٩). في البلاغة العربية (علم المعاني)، دار النهضة العربية، ط ١، بيروت، لبنان.
٨. عادل عبد اللطيف، (٢٠١٣)، بلاغة الإقناع في المناظرة، منشورات الاختلاف، ط ١، الجزائر العاصمة، الجزائر.
٩. الشهري عبد الهادي بن ظافر، (٢٠٠٤)، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط ١، بيروت، لبنان.
١٠. بلانشيه فيليب، (٢٠٠٧)، التداولية من أوستين إلى غوفمان تر: صابر الحباشة، دار الحوار للنشر والتوزيع، ط ١، اللاذقية، سورية.
١١. مجموعة من المؤلفين، (٢٠١٥)، التداولية (ظلال المفهوم وآفاقه)، عالم الكتب الحديث، ط ١، الأردن.

١٢. نخلة محمود أحمد، (٢٠٠٢)، آفاق جديدة في البحث اللغوي الحديث والمعاصر، دار المعرفة الجامعية، دط، الإسكندرية.
١٣. الصراف محمود علي حجي، (٢٠١٠)، في البراغمية الأفعال الإنجازية في العربية المعاصرة، مكتبة الآداب، ط١، القاهرة.
١٤. معتصم مصطفى بابكر، (٢٠٠٣)، من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، ط١، قطر.
١٥. صحراوي مسعود، (٢٠٠٥)، التداولية عند العلماء العرب، دار الطليعة، ط١، بيروت، لبنان.

الأطروحات:

١. بوقرومة حكيم، (٢٠١٠). المتلقي في الخطاب القرآني، قسم اللغة العربية وآدابها، كلية الآداب واللغات، مولود معمري بتيزي وزو، الجزائر.

المقالات:

١. مقبول إدريس، (٢٠١٤)، الإستراتيجيات التخاطبية في السنة النبوية، مجلة كلية العلوم الإسلامية، العراق، مج٨، ع(٢/١٥)، ص٥٤١ إلى ٥٤٩.
٢. السامرائي عباس حميد، (٢٠١١)، البنية الاستعارية المحايدة بين الترشيح والتجريد في ديوان المتنبي، مجلة مداد الآداب، الأنبار، ع١، ص٢٤.