

## المحاضرة العاشرة: الخطاب من منظور تداولي

تُمثل التداولية (Pragmatics) أحد أهم التحولات المنهجية في الدراسات اللسانية الحديثة، إذ لم تعد اللغة مجرد بنية شكلية مغلقة، بل هي ممارسة اجتماعية هادفة تنجز أفعالاً في سياق محدد. وعليه، تنظر التداولية إلى الخطاب نظرة وظيفية وإنجازية، متجاوزة بذلك حدود الجملة إلى دراسة اللغة في استعمالها التواصلية الفعلي. هذه الرؤية تكشف عن الأغراض والمقاصد الدقيقة للمتكلم، وآليات التأثير التي يمارسها الخطاب في المتلقي.

### 1. الإطار المفاهيمي والتحول التداولي: الخطاب كوحدة إنجازية

تُعنى التداولية في جوهرها بدراسة المعنى التواصلية أو معنى المرسل، وكيفية قدرته على إفهام المرسل إليه بدرجة تتجاوز المعنى الحرفي لما قاله. هذا التوجه يفرض رؤية جديدة للخطاب بوصفه كياناً حياً وفعالاً، وليس مجرد تسلسل لجمل معزولة. فالتداولية هي: دراسة اللغة وقت الاستعمال، أي وقت انتقالها وهذا ما يستدعي مقارنة الخطاب وفق سياقه ومقامه.

#### 1. 1. الخطاب كوحدة إنجازية تتجاوز الجملة

في اللسانيات، يُعد الخطاب لفظاً يفوق الجملة منظورة إليها من حيث قواعد تسلسلها. إن هذه الوحدة اللغوية الممتدة ليست صنيع منتجها وحده، بل هي "نسيج مشترك" بين المصدّر والمتلقي، تغلب عليه تيمة الإقناع والتأثير.

من منظور تداولي، يُعد الخطاب نشاطاً مادياً ونحوياً يقوم على نظام شكلي دلالي إنجازي تأثيري. ويتوسل هذا النشاط بأفعال قولية محددة لتحقيق أغراض إنجازية وغايات تأثيرية تخص ردود فعل المتلقي، كالرفض والقبول. هذه السمات تؤكد أن الخطاب بمثابة لفظ عام يربط بنيته الداخلية بمراميها السياقية الواسعة. وبالتالي، فإن الخطاب يُنظر إليه كإنجاز لغوي يربط بين بنيته اللغوية وظروفه المقامية، مما يفرض على المحلل اللساني معرفة الشروط الخارجية لإنتاجه وتفسيره.

#### 2. 1. العناصر الأساسية في التحليل التداولي للخطاب

يرتكز التحليل التداولي للخطاب على مجموعة من العناصر التفاعلية الضرورية التي تمنحه وظيفته، وهي تتجاوز التحليل البنيوي الصرف:

**القصدية:** تُعد القصدية حجر الزاوية، حيث ينظر إلى الخطاب على أنه نتاج قصد تواصلية وهدفية. ينقسم القصد إلى قصد إخباري (يجب أن يكون حاصلاً ومتحققاً) وقصد تواصلية (ما يقصد إليه القائل من حمل المخاطب على معرفة قصده الإخباري). وبالتالي، فإن الكشف عن قصد المتكلم وطريقته في الحجاج يمثل جوهر التحليل التداولي. ويؤكد هذا المنظور أن الخطاب لا يُنتج إلا لداعٍ يدعو إليه، إما لاجتلاب نفع أو لدفع ضرر.

**السياق:** التداولية هي المجال الذي يركز على الشروط اللازمة لكي تكون الأقوال مقبولة وملائمة في الموقف التواصلية. يشمل السياق جميع الظروف والعوامل المحيطة بالخطاب، سواء كانت اجتماعية، ثقافية، زمانية، أو مكانية، وهي جميعها عوامل تساعد في تحديد المعنى وتفسير الخطاب.

**المتلقي والمعرفة المشتركة:** التداولية تمنح المتلقي دوراً محورياً، إذ يتجاوز دوره الاستماع إلى المشاركة الفعالة. المتلقي مدعو لحشد معرفته وخبراته وذائقته لإتمام عمليتي "التكميل والتوسيع" للمعنى، خصوصاً عندما يكون هناك حذف أو استلزام ضمني في الخطاب. إن ربط الخطاب بعلاقاته الداخلية والخارجية يكشف عن تفاعلات عميقة بين الأديب والمتلقي والنص. هذا الارتباط الوظيفي للخطاب بالسياق وبالمتلقي يؤدي إلى "تأويلات غير محدودة للخطاب"، مما يجعل التداولية منهجاً تفسيرياً يهدف إلى إدراك مكونات الخطاب وتحديد مقاصده بدقة.

## **2. الخطاب كأفعال: نظرية الأفعال الكلامية (Speech Act Theory)**

تُعد نظرية الأفعال الكلامية لـ "أوستن" و"سيرل" المدخل الأساسي الذي أرسى البعد الإنجازي للخطاب، إذ حولت النظر عن اللغة كوصف للواقع إلى اللغة كأداة للفعل والإنجاز.

### **1. 2. أوستن: الفعل الكلامي ومستوياته الثلاثة**

وضع أوستن الأساس الجوهرية للاتجاه التداولي من خلال مفهوم أفعال الكلام. وقسم الفعل الكلامي إلى ثلاثة مستويات متداخلة:

### **2. 2. سيرل: تصنيف الأغراض الإنجازية وتطبيقاتها على الخطاب**

طور جون سيرل النظرية، معتمداً في تقسيمه للأفعال الكلامية على ثلاثة أسس منهجية، وهي: الغرض الإنجازي، واتجاه المطابقة (بين الكلمات والعالم)، وشرط الإخلاص. نتج عن هذا التصنيف خمسة أنماط رئيسية:

## التوجيهات:

تعد الطلبات مركزا أساسا في نظرية أفعال الكلام، حيث تعتمد على مبدأ التوجيه، فهي "محاولة جعل المستمع يتصرف بطريقة تجعل من تصرفه متلائما مع المحتوى الخبري للتوجيه"، فتوجيه السامع يكون من خلال "محاولة المتكلم توجيه المخاطب إلى فعل شيء ما، واتجاه المطابقة فيها من العالم إلى الكلمات world-to-words وشرط الإخلاص فيها يتمثل في الإرادة أو الرغبة الصادقة، والمحتوى القضوي فيها هو دائما فعل السامع شيئا في المستقبل".

## الالتزاميات:

يحيل مفهوم الالتزام في هذا النوع على قيام المتكلم بعمل ما ويختلف هذا النوع عن سابقه في أن المرجع في الالتزاميات هو المتكلم، أما في التوجيهات فهو المخاطب، كما أن الالتزاميات لا يحاول المتكلم فيها أن يؤثر في السامع، وفي التوجيهات يحاول التأثير فيه.

## الإخباريات:

وهي ما يعبر به المتكلم عن واقعة ما في عالمه ويكون ذلك بأن "تقدم الخبر بوصفه تمثيلا لحالة موجودة في العالم"، والإخباريات يكون "الغرض الإنجازي فيها هو نقل المتكلم واقعة ما (بدرجات متفاوتة) من خلال قضية proposition يعبر بها عن هذه الواقعة، وأفعال هذا الصنف كلها تحتل الصدق والكذب".

## التعبيريات:

وهذا النوع من أفعال الكلام يتأتى من خلال "التعبير عن الموقف النفسي تعبيرا يتوافر فيه شرط الإخلاص، وليس لهذا الصنف اتجاه مطابقة فالكلم لا يحاول أن يجعل الكلمات تطابق العالم الخارجي ولا العالم الخارجي يطابق الكلمات، وكل ما هو مطلوب الإخلاص في التعبير عن القضية.

## الإعلانيات:

إن الغرض من الإعلانيات "هو إحداث تغيير في العالم، بحث يطابق العالم القضية المعبر بالفعل الإنجازي بمجرد الأداء الناجح للفعل، ويتم ذلك بالاستناد إلى مؤسسة غير لغوية (اجتماعية أو قانونية)"، واتجاه المطابقة في الإعلانيات يكون مزدوج الاتجاه، يمكن أن يكون من القول إلى العالم، كما يمكن أن يكون من العالم إلى القول.

### 3. الخطاب والتفسير: مبدأ التعاون والاستلزام الحواري (Gricean Pragmatics)

ينظر بول غرايس إلى الخطاب على أنه عملية تعاونية وعقلانية يتم فيها تبادل المعلومات. وقد قدم نموذجاً تفسيرياً للمعنى الضمني (المعنى غير الحرفي) من خلال نظريته عن الاستلزام الحواري.

#### 1. 3. الاستلزام الحواري (Conversational Implicature)

تُعد نظرية الاستلزام الحواري أهم عناصر التداولية. وهي تقدم تفسيراً للعلاقة بين الدلالة الحرفية للخطاب والمعنى غير الحرفي الذي يتم إبلاغه للمتلقي. عندما يعتمد المتكلم خرق إحدى المقولات الحواريّة (Flouting) ، فإنه يستلزم معنى ضمناً لا يمكن فهمه إلا من خلال الاستدلال المنطقي الذي يقوم به المتلقي، معتمداً على معرفته المشتركة بقواعد التعاون.

#### 3-1 مبدأ التعاون والمقولات الحواريّة

يرتكز نموذج غرايس على "مبدأ التعاون" العام، الذي ينص على أن إسهام المتكلم في المحادثة يجب أن يكون رهناً بما تقتضيه الغاية المقبولة أو اتجاه الحديث في اللحظة التي يقع فيها. ويتفرع هذا المبدأ إلى أربع مقولات رئيسية تشكل الأساس المعياري لنجاح الخطاب:

مقولة العلاقة (الملاءمة)	اجعل كلامك ذا علاقة مناسبة بالموضوع (ليكن الكلام في موضعه).
مقولة الكم (الكمية)	اقتصر الكلام على قدر الحاجة من المعلومات.
مقولة كيف (الجودة/الصدق)	كن صادقاً فيما تنقله إلى غيرك (مبدأ الصدق والإخلاص).
مقولة الطريقة (الكيفية/الأسلوب)	كن واضحاً، تجنب غموض التعبير والإبهام، أوجز وكن منظماً.