

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية الآداب واللغات

قسم الآداب واللغة العربية



# الأبعاد التداولية للخطاب السياحي في إذاعة الزيبان

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الآداب واللغة العربية

تخصص: لسانيات وسياحة

إشراف الدكتورة:

ليلى كادة

إعداد الطالبة:

أمال تركي

السنة الجامعية:

1436 / 1435 هـ

2015 / 2014 م

تعددت الدراسات التي خاضت فيها المعرفة الإنسانية الحديثة و المعاصرة، ومن أهم المجالات التي انطوت تحتها "مجال اللسانيات التداولية"، لأنها تعتبر من أحدث الاتجاهات اللغوية التي برزت على ساحة الدرس اللساني، فكانت محور اهتمام الدارسين والباحثين، على اختلاف مرجعياتهم الفكرية، فقد توجهت عناية هؤلاء للعملية التواصلية على وجه العموم، فاهتموا بالمتكلم ومقاصده، مع مراعاة حال السامع، والمقام الذي يجري فيه الحدث الكلامي. أي الجانب الاستعمالي للغة وهو قطب الرحى في الدراسات التداولية.

والتداولية من التيارات اللسانية التي عنيت بتقسيم الأفعال الكلامية من حيث دلالتها، ومعانيها داخل السياق، والعلاقات التي يُبنى عليها الخطاب، من أجل الوصول إلى مقاصد المتكلمين.

وأهم ما يميز الدرس التداولي تحديده لما يعرف بالوظائف التداولية للغة، ومن أهمها وظيفة التواصل المتعلقة بالبنى الإخبارية في الخطابات وعلاقة مضامينها بالبنى المقامية التي تنجز فيها، وهي مرتبطة بالمقام والسياق وتمدى إنجازها في واقع التواصل والإبلاغ.

إن المتكلم ينجز خطابه وفق ظروف مقامية، ومخاطب يفترض فيه أن يكون طرفا فاعلا في العملية التواصلية.

لعل هذه الأهمية التي تحتلها التداولية هي ما دفعنا إلى تطبيق هذا المنهج على بعض

الخطابات السياحية لإذاعة الزيبان الجهوية، التي تعتبر المنتج الرئيسي لهذه الخطابات، فكان عنوان

الموضوع: الأبعاد التداولية للخطاب السياحي، في إذاعة الزيبان.

وقد سعت الدراسة للإجابة على جملة من الأسئلة لعل أهمها:

ما الأبعاد التداولية التي تجعل من الخطاب السياحي خطابا تداوليا؟ وما مقومات بناء الفعل

التواصلي في الخطاب السياحي عامة؟

ولعل من أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع نذكر على سبيل المثال لا الحصر:

1. الرغبة للولوج إلى أهمية التداولية وربط ذلك بالجانب السياحي.

2. محاولة الوقوف على أهم مقومات بناء الخطاب السياحي في إذاعة الزيبان-تحديداً؟

3. الاهتمام بالخطاب السياحي لأنه من الخطابات التي تندرج ضمن الممارسة الثقافية. ولا يخفى

على ذي نظر الدور الذي تلعبه السياحة في سبيل تنشيط الجانب الاقتصادي.

ولإنجاز هذا البحث قمنا بزيارة لإذاعة، لاستحضار نماذج للدراسة التطبيقية لوكالات

سياحية تعرض فيها خدماتها في إطار خطابات سياحية خاصة بالرحلات وأخرى خاصة بالحج

والعمرة وغيرها.

أما المنهج المعتمد في الدراسة فهو المنهج التداولي لأنه: يتماشى وطبيعة الموضوع.

وقد وزعت مادة البحث على: مقدمة، وفصلين وخاتمة وملحق متعلق بالخطابات السياحية المدروسة.

خصص الفصل الأول لمفاتيح العنوان تعرضنا فيه لماهية التداولية ومحاورها، وللخطاب السياحي لمقوماته وأنواعه. أما الفصل الثاني فكان بعنوان: مقومات بناء الفعل التواصل في الخطاب السياحي، وقسم إلى مبحثين، خصص الأول للفعل التواصل والوظائف الناتج عنه، أما الثاني فللخطاب السياحي والقيمة الحجاجية له، وذيل بخاتمة كانت بمثابة حصيلة لأهم النتائج المتوصل إليها.

ومن العوائق والمشكلات التي واجهتنا في سبيل إنجاز هذا العمل ترجع إلى موضوع التداوليات في حد ذاته باعتباره موضوعا واسعا، فكان من الصعب الإلمام بجميع مجالاته، إلى جانب أن تخصص اللسانيات والسياحة تخصص جديد فلم يكون لنا الحظ في الاطلاع على نماذج تطبيقية لدراسات سابقة متعلقة بالموضوع، وذلك لعدم توفرها في كثير من المكتبات، وضيق الوقت وتشعب أطراف الموضوع الذي يجمع بين حقلين معرفيين هما التداولية والسياحة.

أما المراجع المعتمدة في هذا العمل فهي:

آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر لمحمود أحمد نحلة، ولسانيات الخطاب لنعمان بوقرة، وكتاب التداولية من أوستين إلى غوفمان لفيليب بلانشيه، وإستراتيجيات الخطاب لعبد الهادي بن ظافر، وغيرها من المراجع.

وفي الأخير لا يسعنا إلا أن أتوجه بخالص الشكر، والتقدير، والاحترام، لمن أنارت طريقنا بنور المعرفة، وسبل العلم الأستاذة الفاضلة الدكتورة ليلي كادة، التي تابعتنا في كل خطوة من خطوات إنجاز هذا العمل من خلال مراجعاتها، وتصحيحاتها، وتوجيهاتها.

وختاماً نأمل أن نكون قد جئنا في هذا العمل المتواضع بما يخدم البحث اللغوي العربي، أو يفتح آفاقاً جديدة، ولا ندعي أنه بلغ درجة الكمال، ولكنه محاولة متواضعة، وما توفقنا إلا على الله تعالى ونحمده وعليه توكلنا وإليه ننيب.

الطالبة

# الفصل الأول

مفاتيح العنوان: التداولية والخطاب

السياحي

المبحث الأول : ماهية التداولية و أهم محاورها .

## 1 ماهية التداولية :

من الصعوبة على الباحث أن يقف على تعريف شامل و دقيق للتداولية ، إذ تعددت تعاريفها تبعًا لاختلاف الباحثين في دراستها .

### 1 لغة:

إن الباحث في المعاجم العربية لمادة (د.و.ل) تستوقفه جملة من المعاني تصب في قالب لا تكاد تخرج في دلالاتها لهذا الجذر اللغوي عن معنى الانتقال و التحول و التبديل، حيث نجدها في لسان العرب ، يقال « [...] تداولنا الأمر، أخذناه بالدول دواليك، أي مداولة على الأمر، ودالت الأيام أي دارت، والله يداولها بين الناس، وتداولته الأيدي أخذته هذه مرة وهذه مرة »<sup>1</sup>. وليس ببعيد فقد جاء في أساس البلاغة: « دالت له الدولة ودالت الأيام بكذا، وأدل الله بني فلان من عدوهم، جعل الكثرة لهم عليه [...]»، والدهرُ دولٌ وعقبٌ ونوبٌ، وتداولوا الشيء بينهم، والماشي يداول بين قدميه، يراوح بينهما »<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت- لبنان، ط3، 1994م، ج11، ص252، 253، مادة (د.و.ل).

<sup>2</sup> الزمخشري، أساس البلاغة، منشورات دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، ط3، 1998م، ج1، ص303.

واجتمعت هذه الدلالات كذلك في مقاييس اللغة لتدل على هذين الأصلين<sup>1</sup>:

**الأول:** تحول الشيء من مكانه إلى آخر، **والثاني:** على ضعف و استرخاء، فقال أهل اللغة:

« تداول القوم إذًا تحولوا من مكان إلى آخر، ومن هذا الباب تداول القوم الشيء بينهم، إذ صار

بعضهم إلى بعض، والدولة والدولة لُغتان، ويقال: بل الدولة في المال والدولة في الحرب، وإنما سُميا

بذلك من قياس الباب لأنه أمرٌ يتداولونه، فيتحول من هذا إلى ذاك ومن ذلك إلى هذا.»

وخلاصة هذه المفاهيم اللغوية: أن مادة (د.و.ل) في أغلبها لا تخرج عن المعاني الآتية<sup>2</sup>:

**1- التحول من مكان إلى آخر.**

**2- الانتقال من حال إلى حال.**

**3- تناقل المال من أيدي هؤلاء إلى هؤلاء.**

أما ورود مصطلح التداولية في المعاجم الغربية فتعود في أصلها الأجنبي :

(pragmatique) إلى (pragma) ومعناها الفعل ( Action ) ثم صارت الكلمة بفعل

اللاحقة تطلق على كل ما له نسبة إلى الفعل أو التحقيق العملي، وفي وقت متأخر تسللت

الكلمة إلى اللغة المستعملة في عبارات مثل: هذا تفكير عملي، أو هذا شخص عملي، للدلالة

<sup>1</sup> ابن فارس، مقاييس اللغة، دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، ط2، 2008م، ج1، ص426.

<sup>2</sup> خليفة بوجادي، في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيله في الدرس العربي القديم، بيت الحكمة للنشر والتوزيع، العلمة- الجزائر، ط1، 2009م،

على أن شخصا ما ميال إلى إيجاد الحلول العلمية والواقعية لما قد يطرح من إشكالات<sup>1</sup>.

وفي موضع آخر نجد أن التداولية هي « النظرية التي ترى أن عمليات المعرفة و مواردها تتخذ

في حدود الاعتبارات العلمية و العرضية، فليس هناك محل للقول بأن المعرفة تتحدد في حدود

الاعتبارات النظرية التأملية الدقيقة، أو الاعتبارات الفكرية المجردة<sup>2</sup>.

ولعل هذا الثبوت\* لمصطلح التداولية، هو الذي جعل الباحث المغربي طه عبد الرحمن

يستحدث " المجال التداولي " في ترجمته لمصطلح (pragmatique) لأول مرة للعربية، يقول:

وقد وقع إختيارنا منذ 1970 على مصطلح التداوليات: لأنه يوفي المطلوب حقه باعتباره جامعاً

في دلالاته بين اثنين هما: الاستعمال أو التواصل و التفاعل معاً، يعني تداول الناس فيما بينهم

من تبادل الكلام أو نقله عن قائله و ما يدور على الألسن فهذا يسمى استعمال أو تواصل

بينهم، و هذا يستلزم حركة بينهم و هذا يسمى تفاعلاً<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> نوري سعودي أبو زيد، في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ والإجراء، بيت الحكمة للنشر و التوزيع-سطيف-الجزائر، ط1، 2009م، ص18.

<sup>2</sup> محمد مهران رشوان، مدخل إلى دراسة الفلسفة المعاصرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط2، 1984م، ص41.

\* الثبوت: ويقصد به تعدد المعاني والدلالات للكلمة .

<sup>3</sup> ينظر: طه عبد الرحمن، أصول الحوار و تحديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء - المغرب، ط2، 2000م، ص28.

1 2 اصطلاحا:

تعتبر التداولية نظرية لسانية جديدة، تهتم بدراسة اللغة وعلاقتها بمستخدميها وتكشف عن معنى المتكلم ومقاصده في السياق المحدد، إذ يعود الفضل إلى الفيلسوف الأمريكي تشارلز موريس (Charles Morris)، الذي استخدمه عام 1938م، انطلاقاً من اهتمامه بتحديد الإطار العام لعلم العلامات، أو السيميائية من خلال تمييزه بين ثلاثة فروع، وهي<sup>1</sup>:

1 علم التركيب: ويدرس العلاقات القائمة بين العلامات.

2 علم الدلالة: ويدرس علاقة العلامات بالأشياء، من أجل تحديد المعنى الحقيقي الموجود بين هذه العلامات و ما تدل عليه.

3 علم التداولية: الذي يهتم بدراسة علاقة العلامات بمفسيها و بمؤولها.

ويعتبر الدارسون أن أقدم تعريف للتداولية، هو تعريف موريس: التداولية جزء من السيميائية التي تعالج العلاقة بين العلامات ومستعملي هذه العلامات. ومن خلال هذا التعريف يتضح لنا أن موريس يتجاوز به المجال اللساني الذي تنحصر فيه التداولية، ليشمل المجال السيميائي غير لساني<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> ينظر: محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية- مصر، (د. ط)، 2002م، ص 09.

<sup>2</sup> ينظر: فرانسواز أرمينيكو، المقاربة التداولية، تر: سعيد علوش، المؤسسة الحديثة للنشر والتوزيع، ط1، 1987م، ص 12.

حيث تتباين وتتعدد تعاريف التداولية حسب تخصصات أصحابها وتنوع خلفياتها المعرفية، ومن التعاريف التي تصادفنا في هذا الصدد نذكر مايلي<sup>1</sup>:

**- التداولية:** دراسة للعلاقات بين اللغة والسياق. أو هي دراسة لكافة مستعملي اللغة في ربطهم اللغة بسياقاتها الخاصة. فهي دراسة لظواهر بنية الخطاب اللغوي من تضمينات، وإقتضاءات، أو ما يسمى بأفعال اللغة (speak Acts).

فالتداولية: هي دراسة اللغة أثناء عملية استعمالها في سياق التخاطب، مع مراعاة كل ما يحيط بهذه العملية للتحقيق المراد والوصول إلى المعنى المناسب، وملاءمة الخطاب للموقف التواصلية بين قصد المخاطب، وحال السامع له<sup>2</sup>.

إن التداولية هي « دراسة كل جوانب المعنى التي تهمها النظريات الدلالية، فإذا اقتصر علم الدلالة على دراسة الأقوال التي تنطبق عليها شروط الصدق truth conditions، فإن التداولية تعني بما وراء ذلك مما لا تنطبق عليه هذه الشروط »<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> إدريس مقبول، الأسس الأستمولوجية والتداولية للنظر النحوي عند سيبيويه، عالم الكتب الحديث، عمان-الأردن، ط1، 2006م، ص165.

<sup>2</sup> ينظر: باديس لهوعل > التداولية والبلاغة العربية، كلية الآداب واللغات، جامعة محمد خيضر، بسكرة-الجزائر، مجلة المخبر، أبحاث في اللغة والأدب الجزائري، العدد10، 2011م، ص155.<

<sup>3</sup> محمود أحمد نخلة، أفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، ص12.

و هناك كذلك من يحرصها في مفهومها الضيق المتمثل في كونها: حقل لساني يهتم بالبعد

الاستعمالي أو الإنجازي للكلام. يعني أن هذا المفهوم يلفت الإنتباه بضرورة أن نأخذ بعين

الإعتبار المتكلم، والمتلقي، والسياق<sup>1</sup>.

إن الصور التداولية هي « إنزياح بالقياس إلى معيار التواصل اللساني، حيث تشكل نسفاً من

أشباه أفعال الكلام، أي من أشكال صورية للتواصل ». حيث ميز بين الدلالة التي تهتم بتحديد

المعنى و دراسته والتداولية التي تهتم بدراسة العلامة وعلاقتها بمستخدميها والسياق الذي وردت فيه

من أجل ضمان التواصل<sup>2</sup>.

إن موضوع التداولية هو اللغة، كما يؤكد فلاسفة اللغة المحدثين، و يقترح هانسون

(Hansson) ثلاثة مستويات للتحليل التداولي خاضعة للمؤشرات السياقية التي تتطلبها عملية

التأويل و ملخصها في الآتي<sup>3</sup>:

## 1 - تداولية الدرجة الأولى : (La pragmatique du premier degré) وتُعنى

بدراسة مجموعة الوحدات التي يتنوع فيها المرجع مع تنوع سياق الاستعمال، فتهتم بوصف

العلاقات الموجودة بين بعض المعطيات الداخلية للملفوظ، و بعض خصائص الجهاز التلفظي

(مرسل، مُتلق، ووضعية التلفظ)، ويسميتها بعض الدارسين "التداولية التلفظية أو لسانيات التلفظ".

<sup>1</sup> قدور عمران، البعد التداولي والحجاجي في الخطاب القرآني، دار الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2012م، ص07.

<sup>2</sup> عمر أوكان، اللغة والخطاب، دار أفريقيا الشرق، المغرب، (د. ط)، 2001م، ص173 وينظر: آن روبرول، جاك موشلار، التداولية اليوم، تر: سيف

الدين دغفوس و محمد الشيباني، المنظمة العربية للترجمة، بيروت-لبنان، ط1، 2003م، ص29.

<sup>3</sup> ينظر: قدور عمران، البعد التداولي و الحجاجي في الخطاب القرآني، ص07، 08.

## 2 - تداولية الدرجة الثانية : (La pragmatique du deuxième degré) تتم

بالكيفية التي يتكون بها معنى الملفوظ، و ذلك بمساءلة التأويلات المنبثقة عنه و التي لم يُصرح بها

حرفياً في الملفوظ، هذه الدراسة تعرف على وجه العموم بما يسمى " متضمنات القول " .

## 3 - تداولية الدرجة الثالثة : (La pragmatique du troisième degré) تتعلق

بمعالجة الأبعاد الفعلية للغة ممثلة في نظرية أفعال الكلام، و بذلك تختص بدراسة القيم التخاطبية

المضمنة داخل الملفوظ و التي تسمح له بالاشتغال كفعل لغوي خاص، و البعض يطلق عليها "

التداولية الإنجازية (الكلامية) " .

ويكاد الباحثون يتفقون على أن البحث التداولي يقوم على دراسة أربعة جوانب هي:

الأفعال الكلامية، والإفتراض المسبق، والاستلزام الحواري، ونظرية الملاءمة وسوف نفضل الحديث

عنها في العنصر الموالي.

## 2- محاور التداولية:

### 1-2 أفعال الكلام: Speech acts

تنوعت مصادر الدرس اللساني المعاصر، إذ كان لكل مفهوم من مفاهيمه حقل معرفي

يستمد منه مادته العلمية. فالأفعال الكلامية<sup>1</sup>: مفهوم تداولي منبثق من مناخ فلسفي هو الفلسفة

<sup>1</sup> ينظر: مسعود صحراوي، التداولية عند العلماء العرب دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني المعاصر، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت-لبنان، ط1، 2005م، ص10.

التحليلية\* وتسمى هذه الدراسة إلى تبيان الأساليب التي طبقت عليها نظرية الأفعال الكلامية، و يعتبر الفيلسوف المعاصر جون أوستين ( J.Austin ) المؤسس لهذه النظرية والواضع لأساسها، والتي طورها وتبناها بعده تلميذه الفيلسوف جون سيرل (J.Searle)، فكان أوستن مهتمًا ومركزًا كثيرًا في نظريته هذه على توفر المقصدية في كلام المتكلم، ومراعاة الغرض الذي يحمله هذا الخطاب، في تحليل العبارات اللغوية.

وأفعال الكلام هي الفكرة الأولى التي انبثقت منها اللسانيات التداولية، ومن أهم مراجعها بل يمكن التأريخ منها للتداولية، حيث ارتبطت اللغة بإنجازها الفعلي في الواقع، فهي تسمية اقترحت في سنوات الستينيات من أوستين و استأنفت من طرف سيرل قبل أن تكون مقبولة من طرف اللسانيين الذين يعتدون بالنظرية الملفوظة<sup>1</sup>. وقد مرت هذه النظرية خلال نشأتها وتطورها بمرحلتين أساسيتين هما:

## ♣ أولاً :

**1- مرحلة التأسيس:** ويمثلها أوستين الذي يتلخص فكره في نقطتين مهمتين هما: أن اللغة مهما كانت تصف وقائع العالم بطريقة إخبارية ومهما كانت هذه الأخيرة تحتمل الصدق أو الكذب، فإنه لا يمكن أن يُعتد بها لأنه هناك عبارات وصفية تشبهها ولا يمكنها أن تكون تصويرا

\* الفلسفة التحليلية: هي السبب في نشوء اللسانيات التداولية، وهي أول ينبوع معرفي تداولي وهي الأفعال الكلامية، لأنها الأفعال الكلامية إنبثقت من قلب التحليل الفلسفي.

<sup>1</sup> ينظر: خليفة بوجادي، في اللسانيات التداولية، ص 86، 87.

للواقع ولا تحتل الصدق أو الكذب، لذا فهو يُنكر ويرفض ثنائية الصدق والكذب. ويُقر بأن كل قول هو عبارة عن فعل أو عمل، لأن القول هنا يمثل الفعل أو جزءاً منه<sup>1</sup>.

لهذا ميز في مرحلته هذه بين نوعين من الأفعال :

### 1. أفعال إخبارية: تكون تصويراً للواقع الخارجي والتي يمكن الحكم عليها بمعيار الصدق أو

الكذب وهي خاصة تتميز بها، حيث أسماها بالأفعال الوصفية.

### 2. أفعال أدائية: لا تصف الواقع الخارجي و لا يمكن وصفها بالصدق أو الكذب لأنها تعود

إلى فعل شيء ما بمجرد التلفظ بها، و لأنها لا تصف أعمالاً بل هي في حد ذاتها أعمال، و أطلق

عليها اسم الأفعال الإنشائية لأنها تتأسس غالباً على أساس فعل مبني للمعلوم، و مُسند إلى ضمير

المتكلم<sup>2</sup>.

رغم الجهود التي قام بها أوستين للتمييز بين الأفعال الصريحة و الأفعال الإنشائية، إلا أنه لم

يقتنع بهذا التقسيم و تبين له أن الحدود بينهما غير واضحة، ثم عدل أوستين عن نظرية المنطوقات

الأدائية إلى الأفعال الكلامية، التي تدور حول كيفية أداء الأفعال بالأقوال، فرأى أن الفعل

الكلامي مركب من ثلاثة أفعال و هي<sup>3</sup> :

<sup>1</sup> ينظر: محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، ص62، 61.

<sup>2</sup> ينظر: آن روبرول، جاك موشلار، التداولية اليوم، تر: سيف الدين دغفوس و مُجد الشيباني، ص30، 31.

<sup>3</sup> نادية رمضان النجار، الاتجاه التداولي و الوسيط في الدرس اللغوي، الدار العربية للعلوم، ط1، 1474هـ-2013م، ص42، 43.

أ- الفعل اللفظي (Acte locutoire): وهو يتكون من أصوات لغوية منظمة في

تركيب نحوي صحيح، وينتج عنه معنى محدد و هو المعنى الأصلي وله مرجع يُحيل له.

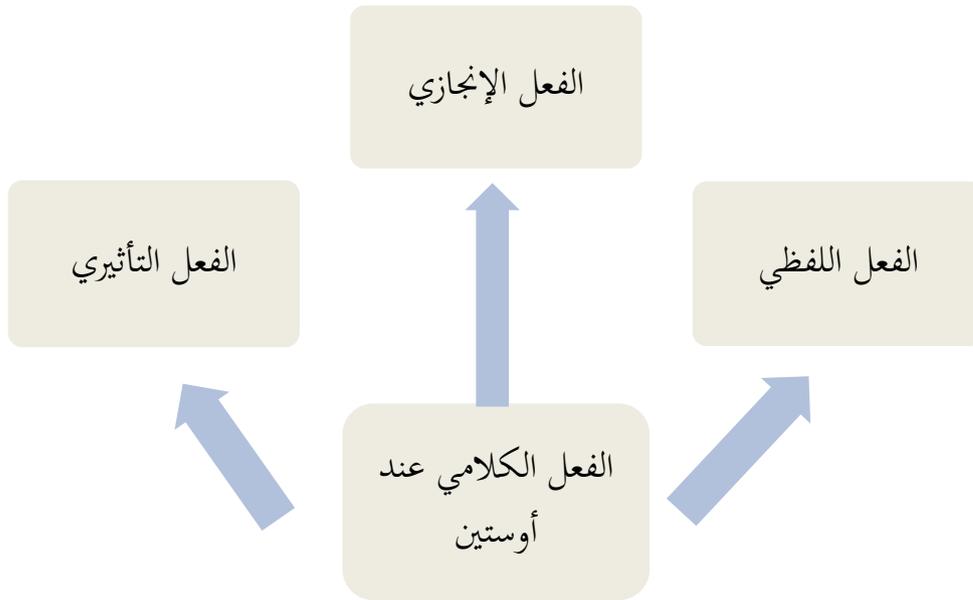
ب- الفعل الإنجازي (Acte illocutoire): وهو ما يؤديه الفعل اللفظي من معنى

إضافي يكمن خلف المعنى الأصلي، أو يُعنى به محاولة المتحدث إنجاز غرض تواصلية معينة.

ج- الفعل التأثيري (Acte perlocutoire): ويُقصد به الأثر الذي يحدثه الفعل

الإنجازي في السامع.

ويمكن تلخيص ما سبق في الخطاطة الآتية:



لكن أوستين صب اهتمامه على الفعل الكلامي، و اعتبره لب نظريته و من هنا قام بتصنيف

الأفعال الكلامية إسنادًا إلى ما أسماه " قوتها الإنجازية " ، إلى خمسة أصناف و هي<sup>1</sup>:

1- أفعال الأحكام (Verdictive): وتقتصر هذه الأفعال على إصدار حكم ما، مثل

التبرئة، والإدانة، وإصدار قرار، والفهم وغيرها.

2- أفعال القرار (Exercutive): وتتمثل في تطبيق القانون والسلطة وتنفيذ الحكم، مثل

الطرد، والعزل، والتوصية، والإذن وغيرها.

3- أفعال التعهد (Commissive): وتتمثل هذه الأفعال في إلتزام المتكلم بفعل الشيء

الذي يقوله والقيام به، مثل الوعد، والتعاقد، والقسم، والضمان وغيرها.

4- أفعال السلوك (Behabitive): فهي تعبر عن مدى التفاعل مع سلوك الغير وتعتبر

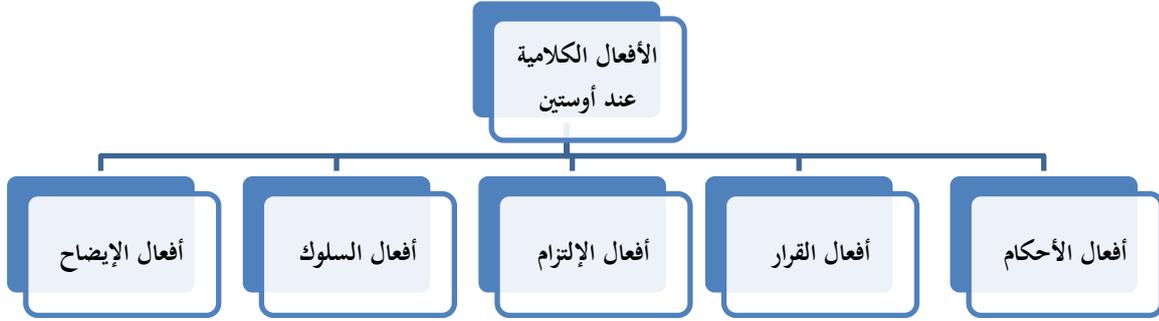
كرد فعل مباشر، مثل التهنئة، والتحية، والتعزية، والإعتذار وغيرها.

5- أفعال الإيضاح (Expositive): وهي أفعال تختص بتوضيح وجهات النظر وتبين

الحجة، مثل الإثبات، والاعتراض، والتفسير، والوصف وغيرها.

<sup>1</sup> ينظر: فيليب بلانشيه، التداولية من أوستين إلى غوفمان، تر: صابر الحباشة، دار الحوار للنشر والتوزيع، ط1، 2007م، ص62.

و يمكن تلخيص تقسيم أوستين لأفعال الكلام في المخطط الموالي<sup>1</sup> :



## ♣ ثانياً :

1- مرحلة البناء: يُعد جون سيرل (J.Searle)، واضع الأسس المنهجية لنظرية

أفعال الكلام، و المطور لأفكار أوستين و تقوم أفكاره على المبادئ التالية<sup>2</sup> :

1- يُعد الفعل المتضمن في القول الإنجازي هو الوحدة الصغرى للإلتصال اللغوي.

2- الفعل الكلامي لا يقتصر على مراد المتكلم بل يرتبط بالعرف اللغوي والإجتماعي.

<sup>1</sup> ينظر: مسعود صحراوي، التداولية عند العلماء العرب دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني المعاصر، ص43.

<sup>2</sup> العيد جلولي <نظرية الحدث الكلامي من أوستين إلى سيرل>، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة-الجزائر، مجلة الأثر، العدد الخاص ،أشغال الملتقى

الدولي الرابع في تحليل الخطاب، ص61.

2- تصنيف سيرل للأفعال الإنجازية: قام سيرل بتقسيم الأفعال اللغوية إلى خمسة أقسام

معتدًا في ذلك على الأبعاد التي تحققها هذه الأفعال الإنجازية وهي<sup>1</sup>:

1-2 الأفعال التأكيدية (Assertives): أو الإخباريات وتتضمن في تقديم إثبات صريح

للمستمع عند تقبله لحقيقة ما أو خبر، مثل الأوصاف الطبية ، والأحكام التقريرية.

2-2 الأفعال التوجيهية (Directives): وتكون في شكل أوامر توجيهية للمستمع من

قبل المخاطب من مثل: النصح، والإذن، وطلب فعل شيء ما.

3-2 الأفعال الإلتزامية (Commissives): وتتمثل في إلتزام وتعهد المتكلم بالقيام بفعل

ما، مثل الوعود والندور... وغيرها.

4-2 الأفعال التعبيرية (Expressives): وغرضها التعبير عن المواقف النفسية والشعورية

المكبوتة داخل الذات، مثل التهنة، والتعزية، والاعتذار.

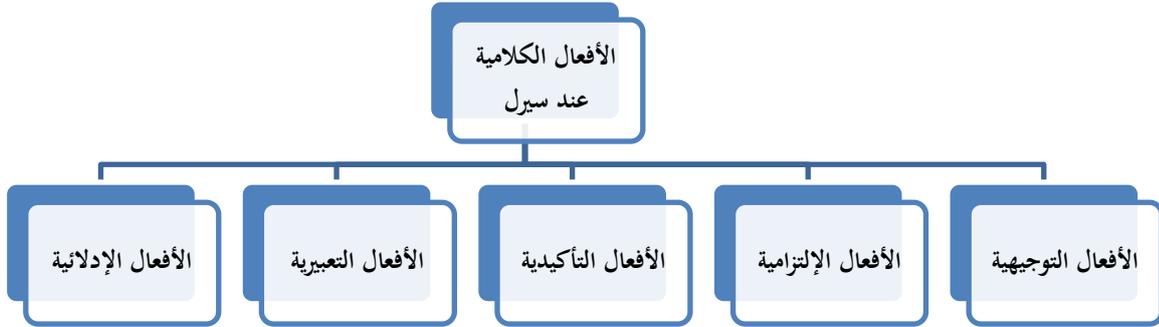
5-2 الأفعال الإدلائية (Déclarations): ويكون الهدف منها هو إحداث واقعة بحيث

يكون مضمونها يتوافق مع العالم الخارجي .

<sup>1</sup> ينظر: جون سيرل، العقل و اللغة والمجتمع، تر: سعيد الغاني، الدار العربية للعلوم، ط 1، 2006، ص 217. وينظر: فيليب بلانشيه، التداولية من

أوستن إلى غوفمان، تر: صابر الحباشة، ص 66.

ويمكن تلخيص ما سبق في المخطط الآتي<sup>1</sup>:



2-2 الاستلزام الحواري : يُعد الاستلزام الحواري من أهم وأبرز مبادئ التداولية، ويعتبر

غرايس (Grice) من صاغ تصوراته الأساسية، إذ ترجع نشأته إلى المحاضرات التي دعى إليها في

جامعة هارفارد عام 1967م.

وقد قامت هذه النظرية على تعدد المعاني التي تنتج عن الخطاب إذ ينشأ العبارة معنيان،

أحدهما ظاهر وثانيهما باطن، فعندما ننجز جملة ما، فيمكن حسب المقام الذي أنجزت فيه أن

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 67، 68.

تقوم على فعلين لغويين: الأول فعل مباشر دلالاته مباشرة، والثاني فعل غير مباشر دلالاته غير

مباشرة<sup>1</sup>. ويتضح ذلك من المثال الآتي: قوله تعالى

«رَبَّنَا لَا تُزِغْ قُلُوبَنَا بَعْدَ إِذْ هَدَيْتَنَا وَهَبْ لَنَا مِنْ لَدُنْكَ رَحْمَةً إِنَّكَ أَنْتَ الْوَهَّابُ

﴿٨﴾ فالآية الكريمة تنجز فعلين لغويين مباشرين: الأمر والنهي. يُستدل عليهما بقرائن بنيوية هي

(لا<sup>2</sup> الناهية) وصيغة (افعل)، وهذا ما يسميه غرايس بالقوة الإنجازية الحرفية وهي في نظره القوة

المدركة من سياق الجملة، غير أن في السياق العام الذي وردت فيه الآية، فعلاً لغوياً غير مباشر

يتمثل في المعنى المشتق من المعنيين الأصليين، ونعني به معنى 'الدعاء'، ويسميه القوة الإنجازية

المستلزمة وهي القوة الإنجازية المدركة مقامياً، والتي تستلزمها الجملة في سياقات مقامية معينة<sup>3</sup>.

كان ما يشغل غرايس هو كيف يكون ممكناً أن نقول شيئاً ونقصد شيئاً آخر؟ وسعيًا لإيجاد

حل لهذا الإشكال ولإدراك هذه الاستلزمات، يقترح أول مبدأ تداولي للتعاور وهو مبدأ التعاون

وينهض هذا المبدأ على أربعة قواعد هي<sup>4</sup>:

## 1- قاعدة الكم: أن يكون الكلام غنيًا بالمعلومات الإخبارية، بعيدًا عن الإيجاز.

<sup>1</sup> ينظر: فان دايك، النص و السياق، تر: عبد القادر قنبي، الشرق، المغرب، (د. ط)، 2000م، ص249.

<sup>2</sup>

<sup>3</sup> العياشي أدرابي، الاستلزام الحوارية، دار الأمان، الرباط، ط1، 1432هـ-2011م، ص96، 97.

<sup>4</sup> ينظر: نعمان بوقرة، لسانيات الخطاب مباحث في التأسيس والإجراء، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، ط1، 2012م، ص108.

**2- قاعدة الكيف:** و القصد منها أن لا يُورد المتكلم من العبارات سوى التي يعتقد أنها مفيدة وجدية، دون أن يفقد البرهنة على ذلك.

**3- قاعدة الجهة:** وتنص على التزام الوضوح في الكلام، مما يعني الابتعاد عن الغموض وتحرر الترتيب في عرض المعومات والإيجاز.

**4- قاعدة الملاءمة:** ومفادها ملاءمة وموافقة الكلام للسياق التخاطبي، أي وجوب تعلق الكلام بالمقام.

إن هذه القواعد في رأي غرايس تستهدف غاية واحدة، تتمثل في تحديد و ضبط مسار الحوار، الاستلزام الحوارية هو نتيجة خرق هذه القواعد الحوارية الأربعة أو أحدها. كما وضع غرايس تنميطةً للعبارات اللغوية والتي تقسم الدلالة التركيبية إلى معاني صريحة ومعاني ضمنية<sup>1</sup> :

**1- المعاني الصريحة:** وهي المدلول عليها بصيغة الجملة ذاتها وتشتمل مايلي:

**أ- المحتوى القضوي :** وهو مجموع معاني مفردات الجملة مضموم بعضها لبعض في علاقة إسناد.

**ب- القوة الإنجازية الحرفية:** وهي القوة الدلالية المشار لها بأدوات تصبغ الجملة بصيغة

أسلوبية ما، مثل: الإستفهام، والأمر، والنهي، والتوكيد، والنداء وغيرها.

<sup>1</sup> ينظر: مسعود صحراوي، التداولية عند العلماء العرب دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي، ص35، 34.

2- المعاني الضمنية: وهي المعاني التي لا تدل عليها صيغة الجملة بالضرورة، ولكن للسياق دخل

في تحديدها والتوجيه إليها وتشمل مايلي:

أ- معاني عرفية: وهي الدلالات التي ترتبط بالجملة ارتباطاً أصيلاً، وتلازم الجملة ملازمة في

مقام معين.

ب- معاني حوارية: وهي التي تتولد طبقاً للمقامات التي تنجز فيها الجملة.

### 2-3 الإفتراض المسبق:

الإفتراض المسبق هو شيء يفترضه المتكلم يسبق التفوه بالكلام، أي أنه موجود عند

المتكلمين وليس في الجمل<sup>1</sup>.

وتعددت نظرة الباحثين في ضبط مفهوم الإفتراض المسبق، حيث إنه عند كل عملية من

عمليات التبليغ، ينطلق المتخاطبون من معطيات أساسية معترف بها ومعروفة. وهذه الإفتراضات

المسبقة لا يصرح بها المتكلمون، وهي تشكل خلفية التبليغ الضرورية لنجاح العملية التبليغية، وهي

محتواة في القول سواء تلفظ بها إثباتاً أو نفيًا.

ولتوضيح ذلك نسوق المثال التوضيحي الآتي:

أ- أغلق الباب.

<sup>1</sup> قضي العتاي، التداولية عند جورج يول، الدار العربية للعلوم، بيروت، ط1، 2010م، ص83.

ب- لا تعلق الباب.

إن الافتراض المسبق هنا هو كون الباب مفتوحاً<sup>1</sup>.

وفي هذا وجود مبرر يدعو إلى إغلاق الباب، و إن المخاطب قادر على الحركة وإن المتكلم في منزلة الأمر، وكل ذلك موصول بسياق الحال وعلاقة المتكلم بالمخاطب. لأجل ذلك كانت دراسة الافتراض المسبق محور اهتمام الباحثين والدارسين منذ وقت مبكر من العقد السابع من القرن العشرين، حيث ميزوا بين نوعين من الافتراض المسبق<sup>2</sup>.

**1- المنطقي أو الدلالي:** فهذا النوع من الافتراض ملزوم بقابلية الصدق بين قضيتين، فإذا كانت

( أ ) قضية صادقة، كان من اللزوم أن تكون ( ب ) قضية صادقة، فإذا قلنا مثلاً: إن المرأة التي تزوجها زيد كانت أرملة، يعني أن هذا الكلام صادق و مطابق للواقع فلزم أن يكون الكلام: زيد تزوج أرملة مفترضا سلفا و هو صادق أيضاً.

**2- التداولي:** وهذا النوع لا علاقة له بالصدق و الكذب، وإنما يمكن أن تكون القضية

الأساسية فيه منفية و لكنها لا تُؤثر على الافتراض المسبق، مثل قولك: سيارتنا جديدة ثم تقول: سيارتنا ليست جديدة، ففي كلتا الحالتين أن لكم سيارة لا يزال قائم رغم التناقض الموجود بين القولين .

<sup>1</sup> ينظر: محمد يحياتن، مدخل إلى اللسانيات التداولية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون-الجزائر، (د. ط)، ص34.

<sup>2</sup> ينظر: محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، ص29، 28.

2-4 نظرية الملاءمة: فهي تعتبر نظرية تداولية معرفية، ويُعتبر كل من البريطاني ديردر ولسن

(D.wilson)، والفرنسي دان سبربر (D.sperber) من صاغ معالم هذه النظرية ضمن

نظريتهما التداولية المتصلة بعلم النفس المعرفي، وقوام هذه النظرية أن تأويل الأقوال يقوم على

استدلالات تستند إلى السياق، وتؤدي إلى نتائج بحيث يكون القول مناسباً كلما كان الجهد

المبدول في تأويله أقل، والنتائج التي نتوصل إليها أكثر<sup>1</sup>.

وبما أن نظرية الملاءمة تقوم بتفسير الملفوظات وظواهرها البنيوية في الطبقات المقامية

المختلفة، فإنها تعد في نفس الوقت نظرية إدراكية، لأنها استفادت من النظرية القالبية، وخاصة

الأمر الذي تعلق برصد الجوانب الذهنية، وتفسير طرق جريان المعالجة الإخبارية. كما استفادت

من نظرية غرايس الحوارية التي تنص على أن التواصل الكلامي يقوم على مبدأ عام (مبدأ التعاون)

الذي تندرج تحته قواعد حوارية. بيد أن نظرية الملاءمة اقتصرت على مبدأ الملاءمة الذي يختزل

جميع القواعد الحوارية لمبدأ التعاون<sup>2</sup>.

حيث طور ولسن المبدأ وجعل منه نظرية وقانون من القوانين الذي يلجأ إليها المتكلم عند

تفكيره بأي كلام يريد إنجازه.

<sup>1</sup> ينظر: جاك موشلار، آن روبول، التداولية اليوم، تر: سيف الدين دغفوش و محمد الشيباني، ص274.

<sup>2</sup> ينظر: مسعود صحراوي، التداولية عند العلماء العرب، ص37، 38.

المبحث الثاني: ماهية الخطاب، وأنواعه، ومقوماته.

### 1- ماهية الخطاب:

إن الخطاب من الألفاظ التي شاعت في حقل الدراسات اللغوية، ولقيت إقبالاً واسعاً من قبل الدارسين والباحثين، فالخطاب ليس بالمصطلح الجديد ولكنه كيان متجدد يُولد في كل زمان ولادة جديدة تنسجم وخصوصية المرحلة، وهو كمفهوم لساني يمتد حضوره إلى النصوص المتعاليات من شعر جاهلي وقرآن كريم، وكذا في الدراسات الأجنبية، حيث تمثل الأوديسا والإلياذة نماذج وخطابات متعددة بغض النظر عن نوع الخطاب.

### 1-1 لغة:

وردت مادة (خ.ط.ب) في المعاجم العربية بعدة معاني منها: الشأن والأمر، ولكنها لا تختلف في تحديد معناها على ذلك، حيث جاء في لسان العرب لابن منظور: حَطَبَ: الحَطْبُ: الشأن أو الأمر، صَعُرَ أو عَظُمَ، وقيل: هو سبب الأمر. يقال: ما خطبُك؟ أي ما أمرك؟ وتقول: هذا حَطْبٌ جليلٌ، وحَطْبٌ يسيرٌ والحَطْبُ: الأمر الذي تقع فيه المخاطبة والشأن والحال<sup>1</sup>.

وورد في أسرار البلاغة، حَطَبَ: حَاطِبُهُ أحسن الخطاب، وهو المواجهة بالكلام.

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب، ج5/ص97، مادة (خ.ط.ب).

كما يقول ابن فارس: « الخاء والطاء والباء أصلان: أحدهما الكلام بين الإثنين، يقال: خطابه يخاطبه خِطَابًا، والخطبة من ذلك [...] و الخطبُ يقعُ الأمرُ، وإنما سمي بذلك لما يقع فيه من التخاطب و المراجعة »<sup>1</sup>.

## 1-2 اصطلاحا:

يُعد مصطلح الخطاب واحدًا من المصطلحات القديمة، التي مازالت تحتاج إلى تسليط الضوء عليها للكشف عن استعمالاتها المختلفة، على الرغم من تعدد الموضوعات التي يطرحها مفهوم الخطاب والتي فرضت تعددًا في التعاريف، وهذا حسب اختلاف المشارب وتعدد اتجاهات أصحابها، فنجد بنفينيست (Benveniste)، يُعرف الخطاب بأنه: « عبارة عن اللغة في حالة فعل، أو بوصفه: اللغة بين شركاء التواصل »<sup>2</sup>.

فالخطاب إذن نشاط تواصلية، يتأسس على اللغة المنطوقة أولاً، ويرتبط بالتعبير عن كل نظم الإفادة في الممارسة الاجتماعية، فالخطاب بصورة خاصة هو حدث تواصلية حقيقي أدواته اللغة، أو هو بصورة أكثر عمومية أي سلوك كلامي يحمل معنى<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> ابن فارس، مقاييس اللغة، ج2/ص198.

<sup>2</sup> عبد الواسع الحميري، ما الخطاب وكيف نحلله، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت-لبنان، ط1، 1430هـ-2009م، ص28.

<sup>3</sup> حافظ اسماعيلي علوي، منتصر أمين عبد الرحيم، التداوليات و تحليل الخطاب، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و التوزيع، الأردن-عمان، ط 1،

1433هـ-2014م، ص11.

رغم أن مفهوم الخطاب قد ناله التعدد والتنوع وذلك راجع للدراسات التي أجراها الباحثون عليه، إلا أنه في نهاية المطاف يُطلق على أحد المفهومين، الأول ما كان يتداول به قديماً عند العرب، والثاني على ميزته وهي حدته في الدرس اللغوي الحديث، وهذان المفهومان هما<sup>1</sup>:

**الأول:** أنه ذلك الملفوظ الموجه إلى الغير، بإفهامه قصداً معيناً.

**الثاني:** الشكل اللغوي الذي تتجاوزه الجملة.

وهناك من يعتبر الخطاب نصاً كلامياً لا يخرج عن إطاره التواصل العام، مما جعل بعض الدارسين يجدونه بقولهم: «الخطاب كلام أو كتابة يُنظر إليها من زاوية الإعتقادات والقيم التي يجسدها، وتمثل هذه الإعتقادات وما إلى ذلك أسلوب نظر إلى العالم وتنظيماً وتمثيلاً للتجربة أي الإيدلوجيا، بالمعنى الموضوعي الحيادي، إن مختلف أنماط الخطاب ترمز إلى أشكال تمثيل التجربة، ومصدر هذه الأشكال من التمثيل سياق الإتصال الذي يكمن فيه الخطاب»<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب مقارنة تداولية، دار الكتاب الجديدة المتحدة، بيروت-لبنان، (د. ط.)، 2004م، ص36، 37.

<sup>2</sup> سارة مليز، الخطاب، تر: يوسف بغول، منشورات مخبر الترجمة في الأدب، جامعة منتوري، قسنطينة، (د. ط.)، 2004، ص04.

### 1-3 مقومات الخطاب: من خلال دراستنا للخطاب نجد أنها تستند إلى مقومات

يبني عليها، ونقصد بها الأطراف الفاعلة في هذا الخطاب، والتي هي كالتالي<sup>1</sup>:

#### 1-3-1 الخلفيات: هي الأشياء المحيطة بالحدث التواصلي، والمتعلقة بظروف تاريخية أو بظروف

كتابة النص الذاتية.

#### 1-3-2 المرسل: وهو الذات المحورية في الخطاب، لأنه هو الذي يتلفظ به من أجل التعبير عن

مقاصد معينة، وبغرض تحقيق هدف معين .

وفي الخطاب لا بد من إعطاء لمحة عن خلقه وأخلاقه باعتمادها إستراتيجية ومرحلة من

مراحل تحديد ميوله، ورغباته، وإعتقاده .

#### 1 3 3 المرسل إليه : هو الطرف الآخر الذي يرسل إليه المرسل خطابه، وبناء الخطاب مرهون

إلى حد كبير بمعرفة حاله أو بإفتراض ذلك الحال .

#### 1-3-4 الرسالة : وهي نوع النص المستخدم لإكمال عملية الاتصال ويركز بعض الباحثين على

طريقة بناء النص والبلاغة المستخدمة فيه ، والسنن المبتدع فيه وما إذا كان مكتوباً أم منطوقاً أو

كان النص سردياً أو جدلياً، وقد يكون محتوى الرسالة (خطاب) صريحاً كما قد يكون ضمناً، إلا

أن هذا الأخير غالباً ما يكون هو المقصود ولذلك فنجاح العملية التواصلية متوقف على اتفاق

طرفي الحوار على معنى ضمني واحد<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> فاطمة طبال بركة، النظرية الألسنية عند رومان جاكسون، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر و التوزيع، بيروت-لبنان، ط1، 1993م، ص04.

<sup>2</sup> عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب، ص47، 46.

### 1-3-5 المقام: إن العلاقة بين المرسل والمرسل إليه أي بين المخاطب والمتلقي لا تتم

بشكل إعتباطي، وإنما تتم بحسب ما يقتضيه المقام وأحوال الخطاب وظروفه المختلفة المحيطة بأحداثه وإنتاجه وإرساله واستقباله وما يتطلب ذلك من خصائص لغوية وغير لغوية نطلق عليها قرائب الخطاب أو الحديث وهو كما يقول **عصام نور الدين**: "الإطار أو الموضوع" الذي يقع تحت الحديث سواء كان فكاهة أو رواية أم خطبة أم أي مرسله أخرى، ولكل إطار سمات تميزه عن بقية الأطر وتؤثر لغويا في الموضوع وفي اختيار الكلمات وضروب الاستعمال وطول التراكيب اللغوية أو قصرها .

ومن خلال عنصر المقام تتحقق الوظيفة المرجعية للمرسل وللمتلقي مما يميلان من

خصوصيات لغوية أو غير لغوية<sup>1</sup>.

### 1-4 أنواع الخطاب : و الخطاب يتنوع بتنوع الطرق التي يتخذها المتكلمون أو الكتاب وذلك

بحسب مواقف إجتماعية، وثقافية محددة، فتنج بذلك أنواع كثيرة من الخطابات نذكر منها :

### 1-4-1 الخطاب الأدبي : وهو بناء لغوي، والبحث فيه يكون في الوظائف والأشكال الخاصة

بالأنظمة الإعتباطية للرموز النصية، ومحاولة تحديد دلالتها ومعانيها وكل لغة هي ذاتها إنجاز جمعي

<sup>1</sup> ينظر: بشير ابرير <بلاغة الصورة و فاعلية التأثير في الخطاب>، محاضرات المتقى الوطني الثاني السيمياء و النص، جامعة مجّد خيضر بسكرة، كلية

الآداب و اللغات، قسم الأدب العربي، منشورات الجامعة، 15 16 أبريل، 2002، ص65.

للتعبير والتواصل، ولا يمكن أن يكون الخطاب الأدبي إلا توسيعا لبعض خصائص اللغة واستعمالها<sup>1</sup>.

ويتميز هذا الخطاب عن باقي الخطابات في نقاط كثيرة باعتباره نصا مغلقا وذلك أن منتج الخطاب من معدن آخر أفسح لذاته تعامللا مع الكتابة واللغة، لا يشبه في عمقه التعاملات السائدة والمتعارف عليها<sup>2</sup>.

ويقوم الخطاب الأدبي على خصائص جمالية، وأسلوبية، وبنوية، وظيفية متنوعة، واستثمار الأدلة الصوتية في السياق الشعري و الخطاب الأدبي<sup>3</sup>.

#### 1-4-2 الخطاب العلمي : وهو أحد الأنواع الرئيسية في الخطاب عموما، ويتميز بخلوه من

الإيجاء، و تراكم الدلالة، وطاقة الإخبار فيه مهمة وهو غير قابل للإشترك الترادف، كما أن تاركيبه غير مكررة، وتتميز بالدقة في استعمال المصطلح الخاص بالحقل العلمي الذي تغوص فيه ويعتمد على المنطقية في عرض موضوعه ووصفه وتحري الموضوعية والدقة والمنهجية في وصف الظواهر التي يتناولها بالدراسة والتحويل<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> نعمان بوقرة، لسانيات الخطاب، ص21.

<sup>2</sup> ربيعة العربي <الحد بين النص و الخطاب>، مجلة ثقافية محكمة، تعنى بالسيمائيات و الدراسات الأدبية الحديثة و الترجمة، المغرب، العدد 33، 2010، ص42.

<sup>3</sup> نعمان بوقرة، لسانيات الخطاب، ص21.

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص20،21.

### 1-4-3 الخطاب القرآني: إن الخطاب القرآني خطاب إلهي متفرد عن غيره من الخطابات، في

كل مستوياته الصوتية، والمعجمية، والتركيبية، والإيقاعية، والتداولية.

وأهم ما يميز هذا النوع من الخطاب هو مرجعيته فالله سبحانه وتعالى هو المرسل، لأن كلمة

الله نزلت على رسول الله محمد ﷺ، فهي الكلمة التي تحمل كل صفاته على خلاف الأنواع الأخرى

من الخطابات التي تفرض عليها بعض النظريات المعاصرة.

الخطاب القرآني لا نهائي الدال أو المدلول أو التركيب، ويميل إلى مرجعية ثلاثية، فهناك

مرجعية الدال، ويكون النص على مثال مرسله وهناك مرجعية المدلول ويكون النص فيها على مثال

المتلقي، وهناك مرجعية النص نفسه مع نفسه، و يكون النص فيها دالا ومدلولا خالقا لزمانه

الخاص ودائرا مع زمن المتلقين في كل العصور<sup>1</sup>.

### 1-4-4 الخطاب الإشهاري: يعد الخطاب الإشهاري في هذا العصر صناعة إعلامية وثقافية

بمعنى الكلمة، لأنه يلقي إهتمامات كبيرة جدا خاصة في الدول المتطورة بما يتميز به من قدرة عالية

على صناعة الرأي العام قبل الخاص وتشكيل الوعي، وتأسيسه، وله تأثير على الثقافة بكل أبعادها

الأخلاقية والفلسفية.

إن الخطاب الإشهاري دون غيره من الخطابات الأخرى يتميز ببناء محكم خاص تتظافر

مختلف مكوناته التعبيرية لتبليغ رسالة محددة، لأن الخطاب الإشهاري مفهوم عام يحيل إلى أنواع

<sup>1</sup> عمر أوكان، اللغة والخطاب، ص4.

مختلفة باختلاف الوسائط الإعلامية المستعملة<sup>1</sup>. كما يمثل في الوقت نفسه إلتقاء جميع

الخطابات و تشاكلها جميعا في مراسلة إشهارية تسعى إلى تحقيق مجموعة غايات لدى المشاهد<sup>2</sup>.

**1-4-5 الخطاب السياحي:** يعتبر هذا الخطاب من الأنشطة الحضارية و الإقتصادية و يعتمد

في موضوعه و أدواته على وسائل الإتصال و ذلك لأن الخطاب السياحي يسعى إلى بناء صورة

ذهنية إيجابية لدى أكبر قدر من الجمهور عبر وسائل الإتصال المختلفة و الحفاظ على إستمرارية

هذه الصورة<sup>3</sup>.

فالخطاب السياحي سواء أكان مكتوبا أو منطوقا هو إنجاز كلامي تتحكم فيه منظومة

وشبكة معقدة من القوانين اللسانية والعلاقات الإجتماعية والثقافية، تمارس سلطتها على المتلقي

لغرض الإقناع.

حيث نجد الخطاب السياحي له تقنيات تواصلية خاصة تعمل على تحقيق بلاغة الإقناع

لتدفع المتلقي نحو المقاصد، والأغراض التي يؤمها صاحب الخطاب.

وخلافا لهذه الأنواع من الخطابات التي ذكرناها سلفا، تتموقع باقي الخطابات الأخرى مثل :

السياسي، والتاريخي، والفلسفي، والنقدي وغيرها من الخطابات .

<sup>1</sup> بلقاسم سلاطنية، عبيدة صبطي، فؤاد شعبان <سيمولوجيا الصورة الاشهارية >، مخبر التغير الإجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر، ط 1،

1434هـ، 2013م، ص142.

<sup>2</sup> خشاب جلال <تجليات الموروث في الخطاب الاشهاري العربي مقارنة سيميائية>، المركز الجامعي، سوق أهراس، 2010م، ص103.

<sup>3</sup> هباس بن رجاء الحربي، سعود السيف السهلي، الإعلام السياحي مفاهيمه و تطبيقاته، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن-عمان،

ط1، 2012م، ص31.

نصل في ختام هذا الفصل إلى جملة من الملاحظات، لعل أبرزها مركز في النقاط

الآتية:

- يعد مفهوم التداولية منهج جديد في التواصل الإنساني، ومن أهم المناهج العلمية الحديثة.
- تعدد وتنوع مصادر الدرس اللساني المعاصر، حيث إن لكل مفهوم منها حقل معرفي تستمد منه مادتها العلمية.
- تعد نظرية الأفعال الكلامية، أهم محور في الدرس التداولي، وضعت أسسها الفلسفية وضوابطها المنهجية، على يد أوستين وتلميذه سيرل فهما اللذان أعطيا هذه النظرية بعدها الفلسفي والعلمي.
- قسم كل من أوستين وسيرل الأفعال الكلامية إلى خمسة أقسام، حيث إن :  
**1. الفعل الكلامي عند أوستين ينقسم إلى: أفعال الأحكام، وأفعال القرار، وأفعال التعهد، وأفعال السلوك، وأفعال الإيضاح.**
- **2. الفعل الكلامي عند سيرل ينقسم إلى: الأفعال التأكيدية، والأفعال التوجيهية، والأفعال الإلتزامية، والأفعال التعبيرية، والأفعال الإدلائية.**
- يعتبر غرايس من صاغ التصورات الأساسية لنظرية الحوارية، والتي تقوم على مبدأ تعدد المعاني التي تنتج عن الخطاب.
- إن التنوع والتعدد الذي يعتري مفهوم الخطاب كمصطلح حديث، يعود إلى الدراسات التي أجراها الباحثون عليه.
- يستند الخطاب على جملة من المقومات التي يبني عليها وهي المرسل، والمرسل إليه، والرسالة، والسياق الذي يجري فيه الحدث الكلامي.

## الفصل الثاني

مقومات بناء الفعل التواصلي في

الخطاب السياحي

## المبحث الأول: الفعل التواصلي

يعد الفعل التواصلي بين الأفراد والجماعات منطلقاً لدراسة العلاقات التواصلية التي لا تختزل في كونها مجرد تبادل لأخبار أو المعلومات أو المعطيات بواسطة اللغة .

حيث لا يقوم الفعل التواصلي على تبادل المعلومات فقط ضمن سياق أو ظروف إجتماعية معينة، بل يقوم على تأويل ما يحدث لأنه يساهم في بناء العالم المعاش، القائم على التفاهم بين الأفراد.<sup>1</sup>

وللحديث عن مقومات الخطاب السياحي، فإننا أمام جملة من التساؤلات توجب علينا أن نجيب عنها، لعل أهمها :

من أنتج هذا الخطاب السياحي ؟ وإلى من يوجه هذا الخطاب (هل إلى فئة معينة أو إلى عامة الناس) ؟ وما المقاصد الناجمة عنه ؟ وهل هناك تأثير قوي له على المتلقي ؟

للإجابة عن هذه التساؤلات التي تمثل محور الطرح التداولي، قمنا باستحضار نماذج لخطابات سياحية تبثها إذاعة الزيبان الجهوية عبر الأثير، والتي تقدمها خدمة لوكالات سياحية متعددة .

<sup>1</sup> الموقع الإلكتروني: ويكيبيديا الموسوعة الحرة، 12/04/07/09:2015.

إن عملية التواصل هي تفاعل بين شخصين أو أكثر، ونسمى هذه الأخيرة بالعناصر المكونة

للفعل التواصلي والمتمثلة في: المخاطب، والمخاطب، والمقاصد والسياق، وسوف نتطرق إليها

بالتفصيل لإسقاطها على نوعين من الخطابات السياحية في إذاعة الزيبان .

## 1- المخاطب:

يعد بمثابة المصدر الرئيسي الذي تقوم عليه عملية التواصل، لأنه منتج الخطاب، فحين يبدأ

حديثه لابد أن يكون له ما يستند عليه من محفز، ومعرفة لكيفية استعمال اللغة، إنها المعارف التي

تشكل الكفاية اللغوية الصرفية، المتمثلة في ثراء الرصيد المعجمي عند مستعملي اللغة، ووضوح

خطابه وهدوءه في كلامه وتمهله في منطقته عون له على إبلاغ رسالته للمتلقي والتأثير فيه وإقناعه،

وعليه يختار المخاطب من النظام العام الذي يحكم اللغة في جانبها ( الصوتي، والصرفي، والنحوي،

والدلالي) فـ « لا يكون المحاور ناطقا حقيقيا إلا إذا تكلم لسانا طبيعيا، وحصل تحصيلًا كافيًا

صيغه الصرفية وقواعده النحوية وأوجه دلالات ألفاظه وأساليبه في التعبير والتبليغ»<sup>1</sup>.

إن منتج الخطاب هو الذات المحورية والأساسية في إنتاج الخطاب لأنه من يتلفظ به، وإذاعة

الزيبان ههنا هي منتج في هذا الخطاب لأنها تعمل على بث مجموعة كبيرة من الإعلانات والبرامج

المتضمنة لنص خطابي معين، ومتنوع المضمون، والمقاصد، فمنها ما هو متعلق بالرحلات،

والأسفار من جهة، وبالحج والعمرة من جهة أخرى .

<sup>1</sup> أنطوان صياح، تعليمية اللغة العربية، دار النهضة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، مج1، 2008، ص45.

تنشط إذاعة الزيبان عدة نشاطات منها تقديم إعلانات لوكالات سياحية متنوعة ومختلفة،

ومن بينها نذكر مايلي<sup>1</sup>:

### النموذج الأول:

« لأجل رحلاتكم وأسفاركم، ولإكتشاف العالم والإستمتاع بأسرار الكون، وكالة نوميديا

طرابلس service، بخبرتها وبرصيد طاقمها وشبكة علاقاتها، تقترح عليكم رحلات منظمة خلال

نهاية السنة الميلادية اتجاه: شرم الشيخ بمصر، ودبي، والمغرب، وتونس، وتركيا، وماليزيا، بأسعار جد

تنافسية لا مثيل لها، مع وكالة نوميديا طرابلس service هي الفرصة التي لا تفوت، سارعوا من

الآن إلى الحجز، لمزيد من المعلومات أرقامنا الهاتفية في الخدمة:

031-87-23-60

و 031-87-13-7

و 031-87-14-93

أو على العنوان: نهج سي عبد الله، القصبة - قسنطينة.

نوميديا طرابلس service: الثقة، والإحترافية والمتعة.»

### النموذج الثاني:

« وكالة مناني للسياحة والأسفار، تعلن كافة زبائنها عن إنطلاق التسجيلات لعمرة عطلة

الربيع، في رحلات مباشرة من الجزائر إلى المدينة المنورة، بأسعار مدروسة وخدمات مميزة وفنادق

<sup>1</sup> المصدر: إذاعة الزيبان الجهوية، 2015/04/08، على الساعة 09:25.

قريبة من الحرمين، يرافقتكم فيها مرشدين مختصين لخدمتكم والسهر على راحتكم، لأداء زيارتكم المباركة، عروض مميزة لأماكن محدودة، رحلة لإمارات دبي تعرضها عليكم وكالة مناني، زيارات إلى أجمل الأماكن: مسجد الشيخ زايد، برج الخليفة، دبي smart، برج العرب، مدينة الجميرة وسفاري في صحراء دبي، ببرنامج ثري فيه الكثير من المفاجآت الرائعة، يمكنكم التعرف عليها من خلال تقربكم من وكالة مناني للسياحة والأسفار، طريق العربي بن مهدي أو الإتصال على أحد الأرقام التالية:

15-73-033

و 05-55-02-26-2 مناني عيون دوما ترعاكم «

## 2- المخاطب (المتلقي):

يعتبر المخاطب عنصرا مهما في العملية التواصلية فلا يكتمل التواصل إلا به، إذ يكون هو الطرف الآخر الذي يوجه إليه المخاطب خطابه عمدا<sup>1</sup>، فهو عند دارسي اللغة والبلاغة خاصة له أهمية قصوى، الذي لو لا وجود وجهة لخطابه ما كان ليكون، « ففي النموذج البلاغي للتواصل يجتلي متلقي الخطاب المقام الأول بدون منازع<sup>2</sup> ».

<sup>1</sup> عبد الهادي بن ظافر، إستراتيجيات الخطاب، ص47.

<sup>2</sup> هنري بليث، البلاغة والأسلوبية، تر: محمد العمري، إفريقيا الشرق، المغرب، ط2، 1999م، ص38.

فالمتلقي هو الذي يقوم باستقبال المعلومات والرسائل من المخاطب، فهو يعتبر مكمل لدائرة التواصل، حيث يعمل على تفكيك كل أجزاء الرسالة<sup>1</sup>.

ولكن يحدث في حالة العلاقة التحوارية بين المتكلم والمتلقي تبادل للوظائف، وعلى هذا الأساس يبنى التواصل بينهما ولكن عبر نفس الوضع (السنن)، ليتحول المتلقي نفسه إلى مخاطب و المخاطب إلى متلقي، وهذا خلال عملية الإرسال و الاستقبال، وهنا تكتمل عملية التواصل من خلال تبادل الوظائف بين الطرفين، إذ يصبح المتكلم مستمعا بعد إلقاءه سؤالاً أو استفساراً في حين يعمل المتلقي متكلماً عند الرد أو الإجابة، كعملية الإستجواب مثلاً<sup>2</sup>.

والمخاطب في الخطابات السياحية التي تقدمها إذاعة الزيبان نيابة عن الوكالات السياحية، يكون حسب طبيعة الخدمة المقدمة ومضمونها، فإذا كان حسب النموذج (1)، الذي تنظم فيه وكالة نوميديا طرابلس service رحلات استكشاف، واستمتاع، وسياحة، تقدمها وتوجهها لفئة الشباب إناثا كانوا أو ذكورا، لمن أراد الترويج عن نفسه وقضاء وقت ممتع وأفضل من أجل راحة أعصابه وجسده.

أما المخاطب حسب النموذج (2)، الذي تنظم فيه وكالة مناني للسياحة ولأسفار، رحلات مباشرة إلى البقاع المقدسة لأداء مناسك الحج والعمرة، فهي تقصد بذلك عامة الناس، لمن إستطاع إليه سبيلا، من أجل تطهير أنفسهم وختم آخر ركن من أركان الإسلام، وتنظم كذلك رحلة إلى

<sup>1</sup> الطاهر بومزبر، التواصل اللساني والشعرية، منشورات الاختلاف والدار العربية للعلوم، بيروت، ط1، 2007م، ص25.

<sup>2</sup> ينظر: ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ وتداولية الخطاب، دار الأمل للطباعة والنشر، تيزي وزو-الجزائر، (د. ط)، 2005م، ص150.

الإمارات، ودبي وزيارات إلى أجمل الأماكن بها، فهي تعرضها لفئة الشباب المولع بالاكشاف واستمتاع.

### 3- المقاصد:

تعتبر المقاصد ثمرة العملية التواصلية بين الطرفين، لأنه "لا وجود لأي تواصل عن طريق العلامات دون وجود قصدية وراء فعل التواصل، ودون وجود إبداع أو على الأقل وجود توليف للعلامات"<sup>1</sup>، وتعد المقاصد المحرك و المعتمد و الآلية الرئيسية لأي فعل كلامي، لأنها هي التي تحدد وتسيطر على نمط الخطاب في حالاته وأنواعه كلها، أي أن الأداء الإستعمالي المتغير للتركيب يكون وفق الحالات القصدية المناسبة، وتكون الصيغة التداولية للخطاب ضمن هذا الأداء ذات صيغة إنتاجية متفاعلة، وتؤدي المقاصد خلال ذلك الدور الهادف والمنسق في البنى الإنجازية للغة<sup>2</sup>.

لنتأمل الفروق بين هذه الجمل:

- هلا تمر علي الليلة.
- يجب أن تمر علي مساء.
- أتمنى رؤيتك غدا.

<sup>1</sup> عبد الهادي بن ظافر، إستراتيجيات الخطاب، ص183.

<sup>2</sup> ينظر: كارل ديتر بوتنج، المدخل إلى علم اللغة، تر: سعيد حسن بحيري، مؤسسة المختار للنشر و التوزيع، لبنان، ط1، 1994م، ص240.

فحين النظر في هذه الخطابات والتراكيب النحوية المختلفة، نجد أن جميعها تتمحور وتصب في موضوع واحد ومشارك، إلا أن هذه الخطابات تعددت وتنوعت في أنماطها التداولية، وأن القوة الإنجازية والتأثيرية التي تمتلكها هذه الخطابات هي أيضا متنوعة .

وإذا ما ربطنا هذه المقاصد بالخطابات التي تقدمها إذاعة الزيبان الجهوية والمتعلقة بالرحلات والأسفار وبالحج والعمرة، فإن الهدف هو جذب أكبر قدر ممكن من المستمعين الأوفياء لها، وهنا تقوم بتقديم جميع إمكانياتها وجميع عروضها واستخدامها لنغمات موسيقية أو لرموز صوتية من أجل توفير معلومات تخدم المستمع وتؤثر في سلوكه.

يؤول المستمع هذه الخطابات بحسب السياقات الواردة فيها أو بحسب المقامات التي تم من خلالها إصدار هذه الخطابات.

#### 4- السياق أو المقام:

يعد السياق أحد الركائز التي تستند عليها اللسانيات التداولية في دراستها للغة أثناء الاستعمال، فهو يؤدي دورا هاما في كشف مقاصد المتلفظ بالخطاب، وتوضيح نواياه الخفية من أجل إفادة السامع معنى يتوخاه من خطابه<sup>1</sup>.

ويعرفه جون ديبوا ( J.Dubois ) في قاموس اللسانيات وعلوم اللسان على أنه مجموع الشروط الاجتماعية التي تؤخذ بعين الاعتبار لدراسة العلاقات الموجودة بين السلوك الاجتماعي

<sup>1</sup> ينظر: علي آيت أوشان، السياق والنص الشعري من البنية إلى القراءة، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء-المغرب، ط1، 2000م، ص17.

واستعمال اللغة، فهي المعطيات المشتركة بين المرسل و المرسل إليه، والوضعية الثقافية والنفسية والتجارب والمعلومات القائمة بينهما<sup>1</sup>.

يحدد السياق الحدث الكلامي الذي يحدثه المخاطب، ويستند الكلام المنجز إلى معطيات السياق والمقام ولا عجب في ذلك، فالتداولية تبحث في المنجز اللغوي وتربطه بملازمات القول وتبرز مكانة ومنزلة المشاركين في هذا الخطاب، وتهتم بالإطار المكاني والزمني له وهذان الأخيران يلعبان دوراً أساسياً في عملية التأويل، دوراً أساسياً في عملية التأويل<sup>2</sup>.

إن السياق يعتبر أداة من أدوات الكشف عن المعنى، إذ يشمل العلاقة بين الكلمات فيما بينها وهو ما يسمى بالسياق اللغوي فتفهم الكلمة في إطار العلاقة الموجودة بين الوحدات المعجمية، كما أن العوامل غير اللغوية مثل المكان، والزمان، وحال المخاطب، وحركاته، وإشارته، لها الدور المهم للوقوف على المعنى المراد، وهو ما أدركه القدامى من بلاغيين ومفسرين إذ ردوا عبارة «لكل مقام مقال»، ونجد ذلك في قول السكاكي: «لا تخفى عليك أن مقامات الكلام متفاوتة، فمقام التشكر يباين مقام الشكاية، ومقام التهنة يباين مقام التعزية (...)، وارتفاع شأن الكلام من باب الحسن والقبول وانحطاطه في ذلك بحسب مصادقة الكلام لما يليق به وهو ما نسميه مقتضى الحال»<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Jean Dubois. Dictionnaire de linguistique, Larousse, Paris, 1999, p120, 121.

<sup>2</sup> ينظر: دومنيك مانغونو، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، تر: محمد يحيان، الدار العربية للعلوم ناشرون، ط1، 1428هـ-2008م، ص13.

<sup>3</sup> السكاكي، مفتاح العلوم، المكتبة التوقعية، القاهرة-مصر، (د.ط)، ص168، 169.

وهكذا فإن عملية تحليل ودراسة معاني الكلمات تستوجب تحليلاً للسياقات والمواقف التي ترد فيها.

بناء على ما سبق يمكننا تقسيم السياق إلى:

### • السياق اللغوي:

ويعرف على أنه: «البيئة اللغوية المحيطة بالفونيم، أو المورفيم، أو الكلمة، أو الجملة، أو هو

النظم اللفظي للكلمة وموقعها من ذلك النظم»<sup>1</sup>.

ويتضح لنا من هذا التعريف أن السياق اللغوي هو حصيلة استعمال الكلمة داخل نظام

الجملة المتجاورة، مع الكلمات أخرى، ويمكن كذلك أن يستخدم مقياساً للترادف والإشترك

وغيرها، ومثل ذلك نجد كلمة: رحلاتكم وأسفاركم، فهنا حرف الميم أضفى إيقاعاً موسيقياً لغوياً

على الكلمات، ونجد كذلك في الكلمات الآتية: بخبرتها، وبرصيد طاقمها، وشبكة علاقاتها، إيقاع

أحدثه حرف الهاء، وهذا ما يعرف بالسجع في علم البلاغة والذي لا طالما سعى به المخاطب إلى

الابتعاد من الخطاب الجاف إلى الخطاب الذي فيه حيوية و تفاعلية بينه وبين المخاطب وذلك من

خلال الرسالة.

كما نجد بعض الكلمات الواردة في الخطاب الخاص بوكالة مناني والتي تدل على الإخلاص،

والثقة، والخبرة، فمن ذلك: مناني عيون دوماً ترعاكم، مما ورد في الخطاب السياحي المتعلق بهذه

<sup>1</sup> أسعد خلف العوادي، سياق الحال في كتاب سيبويه، دار حامد، عمان-الأردن، ط1، 2011م، ص22.

الوكالة أيضا: تكتشف أو تستمتع بأسرار الكون، وهي تدل على نوع من الإثارة والتأثير وجذب السواح إليها.

ونلمس كذلك في الخطابين وجود تناسق وترابط بين الكلمات.

### • السياق العاطفي الانفعالي:

السياق العاطفي الانفعالي يحدد طبيعة استعمال الكلمة بين دلالتها الموضوعية، ودلالاتها العاطفية، فهو يحدد مدى قوة، وضعف، وانفعال المخاطب<sup>1</sup>، ويظهر هذا السياق في كلمة رحلة فهي تدخل في عاطفة المخاطب حيث تعبر عن انبهاره ولوعته، وهذا نجده خاصة في كلمة زيارات إلى أجمل الأماكن، فهي تمثل وتعبر عن مدى انفعاله وتعلقه بالمكان.

### • السياق الثقافي:

ونلمح هذا النوع من السياق في استعمال كلمة محددة في مستوى لغوي معين، مثل الجزائر والمدينة المنورة. فهنا يكمن بثقافة المخاطب الواسعة اتجاه الأماكن التي ذكرها، ومثل الرحلات المنظمة نحو شرم الشيخ، وتونس، وتركيا، فهي تدور حول سياق ثقافي معين.

<sup>1</sup> ينظر: أحمد مجّد قدور، مبادئ اللسانيات، دار الفكر، دمشق، ط3، 1429هـ-2008م، ص356.

• سياق الموقف أو المقام:

وهذا النوع من السياق يعتبر سياقاً خارجياً، تكمن أهميته في ارتباطه ببعض العناصر غير اللسانية والتي لها أكثر دلالة مقامية<sup>1</sup>، حيث نجد أن كل من الخطابين يندرج تحت مقام إجتماعي يدور حول رحلات سياحية.

✚ وظائف الخطاب التواصلي:

يرى جاكسون أن كل عنصر من عناصر العملية التواصلية، يؤدي وظيفة معينة، وملخص هذه الوظائف في الآتي<sup>2</sup>:

1- الوظيفة التعبيرية:

وتتمحور هذه الوظيفة حول المخاطب، باعتباره الطرف الأول الذي يسعى إلى إيصال المعلومة إلى الطرف الثاني، فهذه الوظيفة تبين التصرف المخاطب اتجاه ما يود التحدث عنه. حيث تقدم لنا إذاعة الزيان الجهوية خدمات لكل من وكالة نوميديا طرابلس، ووكالة مناني بصورة لائقة وجيدة وذلك دليل على أن هذه الإذاعة ذات ثقة عالية، و محل صدق، و ضمان خدمات وكالات السياحة بفضل خبراتها المهنية.

<sup>1</sup> محمد نظيف، الحوار وخصائص التفاعل التواصلي، إفريقيا الشرق، المغرب، (د.ط)، 2010، ص 99.

<sup>2</sup> ينظر: محمد الركيك < نظرية التواصل في ضوء اللسانيات الحديثة >، مجلة التواصل واللسانيات، كلية الآداب-تازة، العدد 24، ص 69-72.

**2- الوظيفة الشعرية:**

وترتبط هذه الوظيفة بالرسالة في حد ذاتها ومدى قدرتها على توصيل المطلوب، يعني كل ما تحويه هذه الرسالة، أي ما يتعلق بالجانب الجمالي، والبلاغي، ويكمن دور هذه الوظيفة في الإعلانات الاستثمارية و السياحية المقدمة من قبل إذاعة الزيبان، معبرة في لغة تحمل نوعاً من التشويق والإثارة للمستمع من خلال تبير وتنغيم المفردات، والنغمات الموسيقية المتنوعة والمعبرة على كل موضع.

**3- الوظيفة المرجعية:**

وتتمحور هذه الوظيفة حول المرجع أو السياق الذي وضع فيه الخطاب، وتسمى أيضاً بالوظيفة التعينية، توظف هذه الوظيفة العلاقة القائمة بين العلامات وما تحيل إليه في العالم الخارجي الذي يجسده المرجع أو السياق التخاطبي، ونجدها عند النظر إلى ما تقدمه الإذاعة من إعلانات، وإرشادات، وإشهارات، وغيرها تصبها في بث عبر الأثير ليصل لكافة المستمعين في ترابط وتناسق يضيفي على المعنى خصوصية.

**4- الوظيفة الإفهامية:**

وهي التي تضمن توصيل الخطاب بين المخاطب والمخاطب، وذلك من خلال لفت المخاطب انتباه المخاطب، والتأثير عليه لغرض إقناعه بالأفكار التي تحملها الخطابات والملفوظات

وهذا يستلزم فعالية لغوية تنظم بها الخطابات لكي يكون تأثيرها قويا على المتلقي ونجد أن الخطاب السياحي الذي تنتجه إذاعة الزيبان مزيج بين اللغة الفصحى والعامية.

### 5- الوظيفة الإنتباهية:

وتتمحور هذه الوظيفة حول ما يسميه جاكبسون بالقناة أو الصلة، وتهدف إلى إقامة الاتصال بين المتجاورين وأن القناة ناجحة. ويكمن دورها في أن الإذاعة من إشعاراتها يجب أن تكون لها صلة واتصال مع المتلقي .

### 6- وظيفة اللغة الواصفة:

حيث ترتبط هذه الوظيفة بالسنن (الشفرة) وهذه الخاصة تميزها عن غيرها من الوظائف الأخرى، فإنها قادرة على وصف اللغة نفسها بأنها لغة مفسرة وواصفة للغة ذاتها، حيث يكمن دورها في شرح، وتحليل، وفهم الكلام، والمقاصد الناجمة عنه وذلك من أجل استعمال السنن. ومن هنا يتضح لنا أنه:<sup>1</sup>

1. المرسل/المخاطب: هي إذاعة الزيبان الجهوية حيث نشطت في الوظيفة التعبيرية ما يتضمنه خطابها من إثارة وتأثير في المتلقي وكل ما يحرك فيه الرغبة نحو الاهتمام بالموضوع والمشاركة، وهذا ما يجعل إذاعة الزيبان تسعى جاهدة إلى أن تختار ما يكون مناسبا من كلمات وعبارات مثيرة

<sup>1</sup> ينظر: إبرير بشير <الصورة في الخطاب الإعلامي دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والأيقونية>، ملتقى الدولي الخامس السيمياء والنص الأدبي، جامعة عنابة-الجزائر، العدد 05، ص 120.

ومتميزة من مثل: وكالة مناني عيون دوما ترعاكم، نوميديا طرابلس service الثقة، والإحترافية، والمتعة.

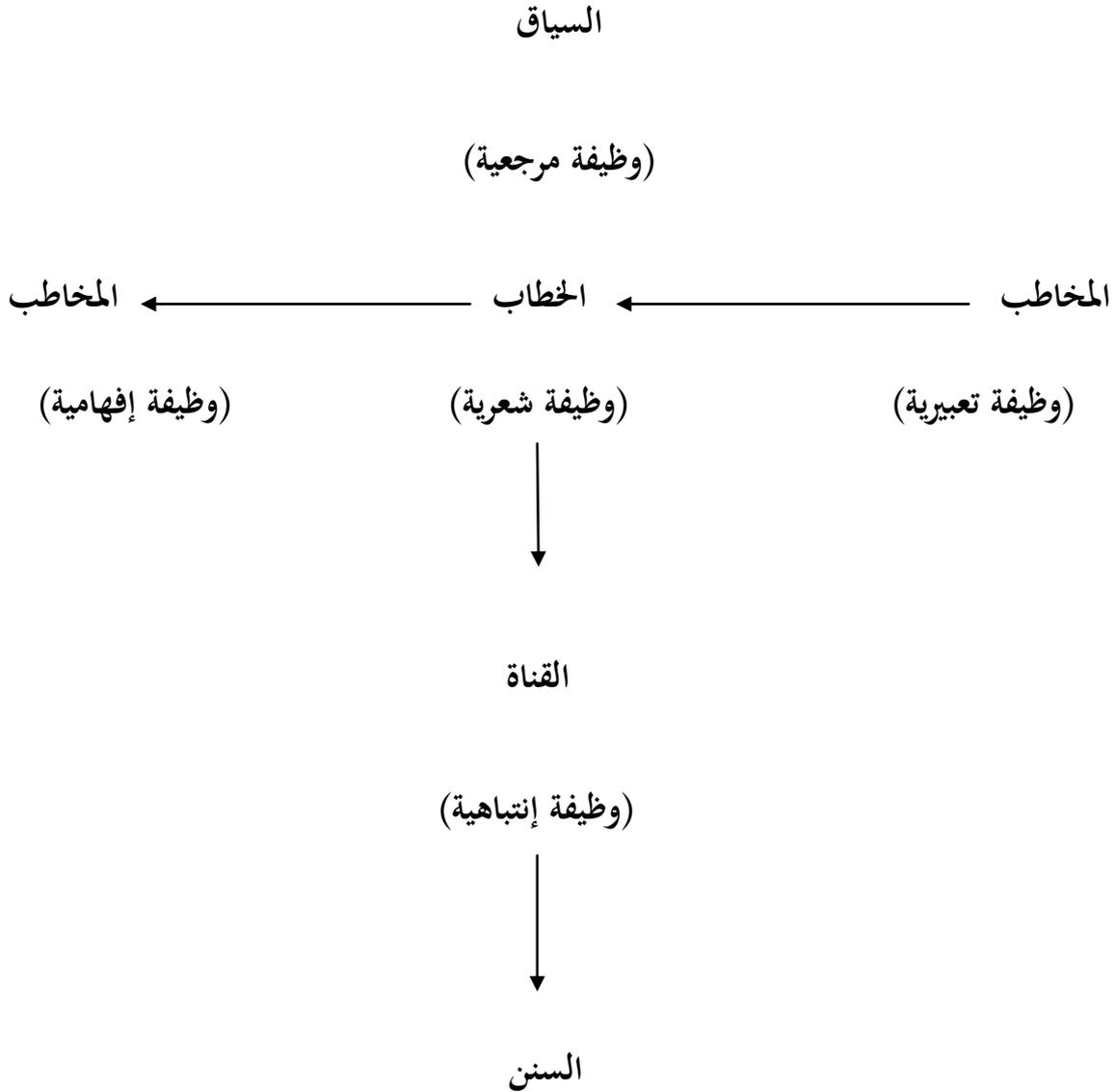
2. المرسل إليه/المخاطب: وتكمن وظيفة المخاطب هنا في تفكيك السنن الموجودة في الخطاب، وشفراته، بغية إداركه وفهمه، حيث تتولد عن المخاطب الوظيفة الإفهامية، إذ يبذل قصارى جهده لإفهام المخاطب فحوى الخطاب، فإذاغة الزيبان تعمل على توصيل الخطاب وإفهامه للمتلقى بكلمات معبرة وبسيطة.

3. الرسالة: وتتمثل في محتوى الخطاب والموضوع المطروح وما له من معلومات وأخبار تود إذاعة الزيبان تبليغه للمتلقى وإفادته مثل: البرامج المتضمنة رحلات إلى أماكن سياحية من أجل المتعة والإسترخاء، وكذلك البرامج المتضمنة رحلات إلى المدينة المنورة من أجل أداء فريضة الحج، وهنا تتحقق الوظيفة الشعرية.

4. القناة: وتعد الوسيط المستخدم في الربط بين المخاطب والمتلقي، وتكمن هنا في إذاعة الزيبان الجهوية، فهي الوسيط الأساسي في التحقيق الإخباري بالموضوع، وينتج عن القناة الوظيفة الإنتباهية سواء تعلق الأمر بالجانب المعرفي أو الجانب التقني، وتعد هذه الوظيفة من أهم الوظائف في الخطاب السياحي بصفة عامة، فيوجد هدف من ورائها وهو لفت إنتباه المتلقي للظاهرة المدروسة مثل: خطاب وكالة مناني ورد في سياق اجتماعي يدور حول العمرة والحج لكل راغب في ذلك من المجتمع الجزائري.

ومن خلال الدراسة والمتابعة التي قمنا بها يمكن أن نقترح المخطط التواصلي الذي يُلم بجميع

الوظائف في الخطاب السياحي لإذاعة الزيبان:



## المبحث الثاني: الخطاب السياحي والقيمة الحجاجية.

تندرج هذه الدراسة في سياق الكشف عن خصائص البنية الحجاجية للخطاب السياحي

من منظور بعض الدارسين الذين عنوا بتوصيف الحجاج بوصفه عملية لسانية تعتمد على مبدأ

إستمالة الآخر، وترويض مشاعره وفكره للإقبال على ما يهدف إليه هذا الخطاب، حيث إن إذاعة

الزيان تسعى لإيجاد أساليب تجعل من إعلاناتها قبولاً كبيراً من قبل الآخرين، وذلك مع تبيان أنواع

الحجج وكيفية بنائها وترتيبها في الخطاب السياحي.

إن الحجاج عملية إستراتيجية خطابية متميزة من ناحية، ونصاً منتجاً لمقاصد معينة في

ظروف مقامية محددة<sup>1</sup>.

ورغم تطور وسائل الإتصال المختلفة، ونظريات التواصل التي تهتم بالخطابات الهادفة إلى

الإقناع حتى تتمكن من الوصول إلى ذهن المتلقي، فقد أضحت الحجاج في رحاب هذا التحول

والتطور مطلباً أساسياً في كل عملية تواصلية تستدعي الإفهام والإقناع.

حيث بدأ بذلك الباحثون في مجال التداول الحجاجي، يهتمون بشتى أنواع الخطاب،

كالخطاب السياحي. فالجانب التداولي الحجاجي يظهر من خلال استعمال بنية لغوية معينة

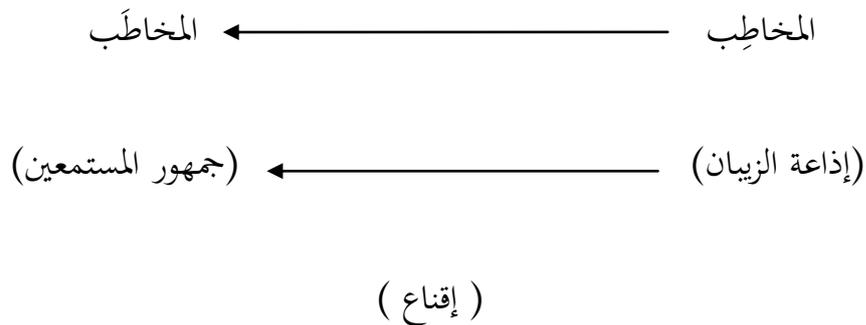
تتحكم فيها ضوابط خارجية عن هذه البنية، وتدفع بالمتلقي إلى فعل معين سواء على مستوى

سلوكياته، أو على مستوى قناعاته وأفكاره، وبالتالي ترسم بنية الحجاج في شكل فعل كلامي .

<sup>1</sup> ينظر: عبد السلام عشير، عندما نتواصل نغير مقاربة تداولية لآليات التواصل والحجاج، دار إفريقيا الشرق، المغرب، (د.ط.)، 2006م، ص58، 57.

وبما أن الخطاب السياحي من الخطابات اللغوية التي لا تخلو من هذه الآلية الإقناعية والحجاجية، وقد اعتمدت إذاعة الزيبان الجهوية في إلقائها للخطاب مشافهة على جملة من العناصر الأساسية، التي تستهدف التأثير العقلي، والعاطفي، في الجمهور وإقناعه، وتفاعله الإيجابي معها ولأجل ذلك يجب<sup>1</sup>:

1. إنتقاء الملفوظات الموحية، والتراكيب البسيطة، وإختيار مقدمة للخطاب ذات صوت جذاب.
2. قدمت إذاعة الزيبان عبر أثيرها، الخطابات الإشهارية السياحية مع إيقاع موسيقي خفيف وموحي.
3. استعمال لغة واضحة ضمانا لفاعلية التواصل، للوصول إلى الهدف، وهو إستمالة المتلقي، فلا بد لإذاعة الزيبان أن يكون خطابها مقنعا للمخاطب على جهة الإحتجاج والإستدلال، لأن الخطاب الذي تنتجه أساسا يهدف لجذب الجمهور .



<sup>1</sup> بلقاسم دفة <دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية>،مجلة المخبر،أبحاث في اللغة و الأدب الجزائري،قسم اللغة العربية وآدابها،جامعة محمد خيضر بسكرة،الجزائر،2014م،العدد10.

فالإقناع هو المطلب الأساسي من الخطابات، كما يتجسد التواصل كذلك من خلال

الفعل، فلا إقناع بلا إقناع .

إن إستراتيجية الإقناع تكمن في الإعتماد على العاطفة والمنطق في الإقناع لا يتحقق فعلا إلا

إذا كان المقنع يملك كفاية تواصلية وإقناعية متميزة يكون نتاجها حسب تأييد الآخرين لرأيه وما

يعرضه عليهم، وتتميز هذه الكفاية بالمهارات التالية<sup>1</sup>:

✓ مهارة التحليل والإبتكار.

✓ مهارة التعبير والعرض المنظم للأفكار.

✓ مهارة الضبط الإنفعالي.

✓ مهارة فهم دوافع نقد الآخر.

ومن خلال الدراسة التي تطرقنا فيها إلى الخطابات السياحية في إذاعة الزيبان الجهوية، نخلص

إلى أن الإقناع فيها يكمن من خلال:

● لغة الخطاب السياحي في مجملها بالعربية، وهذا ما يخلق دائرة تواصل واسعة بين المخاطب

والمتلقي، وهنا لا يجد المتلقي صعوبة في فهم هذا الخطاب والمشاركة فيه، ولا يكون هناك

حاجز بينه وبين المخاطب.

<sup>1</sup> عبد السلام عشير، عندما نتواصل نغير مقاربة تداولية لآليات التواصل والحجاج، ص68.

- تستعمل الإذاعة في المخاطبة أسلوب التعبير بلسان الجماعة من أجل تقوية الخطاب السياحي.
- عرض موجز لجميع إعلاناتها وخطاباتها حتى لا يمل المتلقي حين الإنصات إليها.

# قائمة المصادر والمراجع

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع

1. أحمد مُجَّد قدور، مبادئ اللسانيات، دار الفكر، دمشق، ط3، 1429هـ، 2008م.
2. إدريس مقبول، الأسس الأستمولوجية والتداولية للنظر النحوي عند سيويوه، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2011م
3. أسعد خلف العوادي، سياق الحال في كتاب سيويوه، دار حامد، عمان ، الأردن، ط 1، 2011م.
4. آن روبول جاك موشلار، التداولية اليوم، تر: سيف الدين دغفوس ومُجَّد الشيباني، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان، ط1، 2003م.
5. أنطوان صياح، تعليمية اللغة العربية، دار النهضة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، مجلد1، 2008م.
6. باديس لهويمل، التداولية والبلاغة العربية، كلية الآداب واللغات، جامعة مُجَّد خيضر، بسكرة- الجزائر، مجلة المخبر، العدد07، 2011م.
7. بشير ابرير، الصورة في الخطاب الإعلامي دراسة سيميائية في تفاعيل الأنساق اللسانية والأيقونية، ملتقى الدولي الخامس السيمياء والنص الأدبي، جامعة عنابة، الجزائر، العدد 05.
8. بشير ابرير، بلاغة الصورة وفاعلية التأثير في الخطاب، محاضرات الملتقى الوطني الثاني، السيمياء والنص، جامعة مُجَّد خيضر، بسكرة، كلية الآداب واللغات، قسم الأدب العربي، منشورات الجامعة 15 و16 أفريل 2002م.

9. بلقاسم سلاطينية، عبيدة صبطي، فؤاد شعبان، سيميولوجيا الصورة الإشهارية، مخبر التغيير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر، ط1، 1434هـ، 2013م.
10. جون سيرل، العقل واللغة والمجتمع، تر: سعيد الغاني، الدار العربية للعلوم، ط1، 2006م.
11. حافظ اسماعيلي علوي، منتصر أمين عبد الرحيم، التداوليات وتحليل الخطاب، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 1433هـ، 2014م.
12. خشاب جلال، تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي مقارنة سيميائية، المركز الجامعي، سوق أهراس، 2010م.
13. خليفة بوجادي، في اللسانيات التداولية مع محاولة تأصيله في الدرس العربي القديم، بيت الحكمة للنشر والتوزيع، العلمة، الجزائر، ط1، 2009م.
14. دومنيك مانغونو، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، تر: محمد يجياتن، الدار العربية للعلوم ناشرون، ط1، 1428هـ، 2008م.
15. ذهيبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ وتداولية الخطاب، دار الأمل للطباعة والنشر، (د-ط)، 2005م.
16. ربيع رقاد، « تداولية الخطاب الإشهاري السياحي »، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الآداب واللغة العربية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014/2013م.
17. ربيعة العربي، الحد بين النص والخطاب، مجلة ثقافية محكمة تعنى باللسانيات والدراسات الأدبية الحديثة والترجمة، المغرب، العدد 33، 2010م.
18. الزمخشري، أساس البلاغة، منشورات دار الكتب العلمية، ج1، بيروت، لبنان، ط1، 1998م.

19. سارة ميلز، الخطاب، تر: يوسف بغول، منشورات مخابر الترجمة في الأدب، جامعة منتوري،  
قسنطينة، (د-ط)، 2004م.
20. السكاكي، مفتاح العلوم، المكتبة التوقعية، القاهرة، مصر، (د-ط).
21. الطاهر بومزير، التواصل اللساني والشعرية، منشورات الإختلاف، ط1، 2007م.
22. طه عبد الرحمان، أصول الحوار وتحديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب،  
ط2، 2000م.
23. عبد السلام عشير، عندما نتواصل نغير مقاربة تداولية لآليات التواصل والحجاج، دار إفريقيا  
الشرق، المغرب، (د-ط)، 2006م.
24. عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب مقارنة تداولية، دار الكتاب الجديدة  
المتحدة، بيروت، لبنان، ط1، 2004م.
25. عبد الواسع الحميري، ما الخطاب وكيف نحمله، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع،  
بيروت، لبنان، ط1، 1430هـ، 2009م.
26. علي آيت أوشان، السياق والنص الشعري من البنية إلى القراءة، النجاح الجديدة، الدار البيضاء،  
المغرب، ط1، 2000م.
27. عمر أوكان، اللغة والخطاب، دار أفريقيا الشرق، المغرب، (د-ط)، 2001م.
28. العياشي أدرابي، الغستلزام الحوارية، دار الأمان، الرباط، ط1، 1432هـ، 2011م.
29. العيد جلولي، نظرية الحدث الكلامي من أوستين إلى سيرل، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة-  
الجزائر، مجلة الأثر، العدد05.

30. ابن فارس، مقاييس اللغة، دار الكتب العلمية، ج1، بيروت، لبنان، ط1، 2008م.
31. فاطمة طبال بركة، النظرية الألسنية عند رومان جاكسون، المؤسسة الجامعية للدراسات الجامعية للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ط1، 1993م.
32. فان دايك، النص والسياق، تر: عبد القادر قنيني، دار الشرق، المغرب، (د-ط)، المغرب، 2000م.
33. فرانسواز أرمنيكو، المقاربة التداولية، تر: سعيد علوش، المؤسسة الحديثة للنشر والتوزيع، ط1، 1987م.
34. فيليب بلانشيه، التداولية من أوستين إلى غوفمان، تر: صابر الحباشة، دار الحوار للنشر والتوزيع، ط1، 2007م.
35. قدور عمران، البعد التداولي والحجاجي في الخطاب القرآني، دار الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2012م.
36. قصي العتاي، التداولية عند جورج يول، الدار العربية للعلوم، ط1، 2010م.
37. كارل ديتر بونتج، المدخل إلى علم اللغة، تر: سعيد حسن بحيري، مؤسسة المختار للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 1994م.
38. مُجَّد الركيك، نظرية التواصل في ضوء اللسانيات، كلية الآداب، العدد 24.
39. مُجَّد مهران رشوان، مدخل إلى دراسة الفلسفة المعاصرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط2، 1984م.
40. مُجَّد نظيف، الحوار وخصائص التفاعل التواصلية، إفريقيا الشرق، المغرب، (د-ط)، 2010م.

41. مُجَّد يَحْيَاتَن، مدخل إلى اللسانيات التداولية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، (د-ط).
42. محمود أحمد نخلة، آفاق جديد في البحث اللغوي المعاصر، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، (د-ط)، 2002م.
43. مسعود صحراوي، التداولية عند العلماء العرب، دراسة تداولية لظاهرة أفعال الكلام في التراث المعاصر، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، ط1، 2007م.
44. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، ج11، بيروت، لبنان، ط1، 1994م.
45. نادية رمضان النجار، الإتجاه التداولي والوسيط في الدرس اللغوي، الدار العربية للعلوم، ط1، 1474هـ-2013م.
46. نعمان بوقرة، لسانيات الخطاب مباحث في التأسيس والإجراء، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط1، 2012م.
47. نواري سعودي أبو زيد، في تداولية الخطاب الأدبي المبادئ والإجراء، بيت الحكمة للنشر والتوزيع، سطيف، الجزائر، ط1، 2009م.
48. هباس بن رجاء الحربي، سعود السيف السهلي، الإعلام السياحي مفاهيمه وتطبيقاته، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2012م.
49. هنري بليث، البلاغة والأسلوبية، تر: مُجَّد العمري، إفريقيا الشرق، المغرب، ط2، 1999م.
50. ويكيبيديا الموسوعة الحرة.

## فهرس الموضوعات

أ - د	المقدمة
	- الفصل الأول مفاتيح العنوان: التداولية والخطاب السياحي
5	ماهية التداولية
11	محاور التداولية
24	ماهية الخطاب
26	مقومات الخطاب
28	أنواع الخطاب
	- الفصل الثاني: مقومات بناء الفعل التواصلي في الخطاب السياحي
35	المخاطب
37	المخاطب (المتلقي)
39	المقاصد
40	السياق أو المقام
44	وظائف الخطاب التواصلي
49	الخطاب السياحي والقيمة الحجاجية
53	الخاتمة
56	قائمة المصادر والمراجع
61	الملاحق

## التعريف بإذاعة الزيبان:

يعود تاريخ ميلاد إذاعة الزيبان إلى 14 جوان 1999م، كان البث التجريبي لإذاعة بسكرة

بطاقم محدود العدد، وبتجهيزات قديمة ليرفع التحدي وينجح البث عبر أربع ساعات ليلي من

خلالها رغبات المستمعين، وبعد مسيرة طويلة مليئة بالتحدي والإرادة للوصول إلى أبعد مدى

ومضاعفة العمل وتوسيع دائرته من عمل جوارى إلى طاقم إذاعي متكامل .

اليوم إذاعة الزيبان الجهوية تتميز بخدمة إعلامية متميزة بشبكة واسعة من المستمعين، عبر

عدة ولايات من الشرق والجنوب الجزائريين، ومما زاد من تألق هذه الإذاعة شبكة برامجية راقية مرنة

تتجاوب مع تطلعات كل تلك الجماهير سواء أتعلق الأمر بالشبكة الرئيسية التي يشرع العمل بها

بداية من كل دخول اجتماعي، أو بالشبكتين الخاصتين بشهر رمضان، وفصل الصيف من كل

عام، وهي شبكات تراعي خصوصيات كل فئات المجتمع وانشغالاتها، ورغباتها، واحتياجاتها،

وطموحاتها.

أثبتت إذاعة الزيبان أنها الأجدر باهتمام، ومتابعة المستمعين، من خلال ما تتمتع به من

حرفية متميزة وخير دليل على ذلك حصدها لجوائز مختلفة، لعل أبرزها تتويج الإذاعة بجائزة مسابقة

الميكروفون الذهبي التي تنظمها الإذاعة الجزائرية لاختيار أحسن البرامج الإذاعية وطنيا، ومغاريا،

وتحصلت إذاعة بسكرة على جائزة أحسن إخراج، وعلى ميكروفونيين ذهبيين، الأول لأحسن

روبرتاج والثاني في التسجيل الإذاعي النادر.

**الأقسام والمصالح:** تتكون الإذاعة من طاقم مكون من خمسة منشطين وخمسة مخرجين والسادس

متعاون ومساعدة للوثائق السمعية يشكلون قسم الإنتاج الذي يشرف على تنفيذ الإرسال وكذا

برمجة الحصص وال فقرات الإذاعية المختلفة، أما الجانب التقني فيها فيسهر عليه ستة تقنيين مهمتهم

تنفيذ الإرسال اليومي، كما تتشكل الإذاعة من أربعة أعوان أمن وثلاثة سائقين، بالإضافة إلى

المدير بوخروبة المشرف على التخطيط والمتابعة والتوجيه وإطاريين يتكفلان بتسيير الأمور الإدارية،

والمالية للمؤسسة، وكتابة، وملحقة تجارية بشؤون الإشهار.

أما قسم الأخبار فيتشكل من خمسة صحافيين يعملون جميعا على تقديم نشرة رئيسية

يومية، وعرضيين إخباريين وخمسة موجزة تتناول جميعها مختلف الأحداث والأنباء المحلية، بالإضافة

إلى مجموعة من البرامج الإخبارية المنوعة.

**الهاتف: 033-73-41-14**

**الفاكس: 033-73-18-50**

**البريد الإلكتروني: [www.zibanfm.com](http://www.zibanfm.com)**

تعمل إذاعة الزيبان فإنها على تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- الحفاظ على مكانتها التي صنعتها لنفسها بين الإذاعات الجهوية.
- البحث عن التآلق في مختلف المواعيد والمسابقات.
- تسعى إلى تحسين خدماتها الإذاعية دائما.

وما نخلص إليه في نهاية هذه الدراسة يمكن تلخيصه في الآتي:

❖ هذه الدراسة تعد مدخلا لسانيا هاما، ومفتاحا لإدراك المقصدية التداولية في سياق

الفعل التواصلي.

❖ التداولية هي دراسة اللغة في ضوء الاستعمال والتواصل.

❖ تدرس التداولية نظرية أفعال الكلام التي تقسم إلى مرحلة التأسيس لأوستين، ومرحلة

البناء والتطور مع سيرل.

❖ ميز أوستين بين نوعين من الأفعال: أفعال إخبارية وأفعال أدائية، إلا أنه حاول مراجعة

وتعديل هذا التقسيم، فرأى أن الفعل الكلامي مركب من ثلاثة أفعال تشكل كياناً واحداً

وتؤدى في الوقت نفسه الذي ينطق فيه بالفعل الكلامي.

❖ صنف سيرل الأفعال الإنجازية إلى خمسة أفعال وهي:

الأفعال التأكيدية والتوجيهية والتعبيرية والإدلائية و الإلتزامية.

❖ يُعد الاستلزام الحوارية من أهم وأبرز مبادئ التداولية ويقوم على تعدد المعاني في الخطاب

الواحد، يرتكز على مبدأ تداولي للتواصل وهو مبدأ التعاون الذي تنطوي تحته أربعة قواعد

وهي: قاعدة الكم، وقاعدة الكيف، وقاعدة الجهة، وأخيراً قاعدة الملاءمة، إن هذه القواعد

الأربعة غايتها وهدفها هو تحديد وضبط مسار الحوار.

❖ يمثل الخطاب نشاطا تواصليا أداته اللغة المنطوقة أولاً.

❖ مقومات الخطاب هي: الخلفيات، والمرسل، والمرسل إليه، والرسالة والمقام، كما أن أنواع

الخطاب تتعدد وتتنوع وذلك بحسب مرجعياتها، بين بينها الخطاب السياحي الذي يعتبر

نشاطا لغويا تواصليا حضاريا، هدفه هو إقناع المتلقي .

❖ يعتبر المخاطب العنصر والطرف الرئيسي في عملية إنتاج الخطاب، والمخاطب هو من

يستقبل هذا الخطاب، ويفكك سننه ويحدد مقاصده، ويحدد لنا السياق الظروف المحيط بهذا

الخطاب.

❖ ينتج عن الخطاب التواصلية عدة وظائف توزع حسب مهام ووظائف كل طرف من

أطراف الخطاب، وتكمن وظيفة الإذاعة في الوظيفة التعبيرية بما أنها تعتبر بمثابة منتج

للخطاب.

❖ الحجاج إستراتيجية تواصلية الهدف منها هو إستمالة الآخرين والتأثير فيهم وإقناعهم.

❖ اعتمدت إذاعة الزيبان في إلقائها للخطاب على جملة من العناصر، في سبيل التأثير في

الجمهور.

❖ تكون عملية التواصل ناجحة إذا خلا الخطاب من كل ما يمكن أن يحول بين المخاطب

وبين تأويله، وهو ما يسعى المخاطب في تحقيقه.

❖ كانت الدراسة التداولية للخطاب السياحي في إذاعة الزيبان الجهوية، مبني على مجموعة

من التساؤلات وهي:

- من أنتج هذا الخطاب؟

- إلى من يوجه هذا الخطاب؟

- وماذا يحمل في طياته (الغاية والهدف)؟

- وما مدى تأثيره على المتلقي؟