



Pragmatic Textual Standards (Intentionality, Acceptability, Situationality, Informativity): An Applied Study

Dr. Naima Khalifa Mustafa Aliwa *

Department of Arabic Language, Faculty of Education, University of Zawia, Zawia, Libya

المعايير النصية التداولية (القصدية- التقبلية – الموقفية- الإعلامية) دراسة تطبيقية

د. نعيمة خليفة مصطفى عليوة *

قسم اللغة العربية، كلية التربية، جامعة الزاوية، الزاوية، ليبيا

*Corresponding author: naimaaliwa2023@gmail.com

Received: April 14, 2026

Accepted: July 11, 2026

Published: July 22, 2026

Abstract:

This study examines the standards of textuality in light of modern linguistic studies, particularly the seven fundamental standards established by Beaugrande and Dressler that confer textual status upon a text. The research focuses on the pragmatic standards, namely intentionality, acceptability, informativity, and situationality, highlighting their role in text construction and in achieving effective communication between the producer and the receiver. The study also discusses the interaction of these standards with context and surrounding circumstances, and their impact on directing meaning and determining the semantic implications of the text.

Keywords: Text Standards, Intentionality, Acceptability, Informativity, Situationality, Text Linguistics.

الملخص

يتناول هذا البحث معايير النص في ضوء الدراسات اللسانية الحديثة، خاصة ما قرره (دي بوجراند ودريسler) من سبعة معايير أساسية تُكسب النص صفة النصية، ويركز البحث على المعايير التداولية ()، وهي: القصدية، والتقبلية، والإعلامية، والموقفية، مبرزاً دورها في بناء النص وتحقيق التواصل الفعال بين المنتج والمتلقي. كما يناقش البحث تفاعل هذه المعايير مع السياق والظروف المحيطة، وأثرها في توجيه المعنى وتحديد دلالات النص.

الكلمات المفتاحية: معايير النص، القصدية، التقبلية، الإعلامية، الموقفية، اللسانيات النصية.

بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة:

الحمد لله، والصلاة والسلام على خير الأنام، الذي أكرمه الله بلغة البيان. حظيت اللغة العربية بعناية كبيرة منذ القدم، بوصفها وسيلة أساسية للتواصل والتعبير، ومع تطور الدراسات اللغوية الحديثة، برزت اللسانيات النصية بوصفها مجالاً يهتم بدراسة النص باعتباره وحدة تحليلية متكاملة، لا تقتصر على الجملة بل تتجاوزها إلى سياق أوسع. وقد أسهمت هذه الدراسات في إبراز مجموعة من المعايير التي تمنح النص تماسكه ووظيفته التواصلية، ومن أبرزها ما حدده العالمان (دي بوجراند ودريسler) من سبعة معايير للنصية، ويهدف هذا البحث إلى دراسة بعض هذه المعايير، وبيان دورها في تحقيق الفاعلية التواصلية للنص وخاصة التداولية منها، وهي: (القصدية- التقبلية- الموقفية- الإعلامية)⁽¹⁾.

(1) ينظر: النص والخطاب والإجراء، روبرت ديبوجراند، ترجمة تمام حسان، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1998م، 103.

وعلى ضوء هذه التصنيفات جاء البحث موزعاً على المطالب الآتية:

- 1- المطلب الأول: القصدية.
- 2- المطلب الثاني: التقبلية.
- 3- المطلب الثالث: الموقفية.
- 4- المطلب الرابع: الإعلامية.

المطلب الأول: القصدية. (Intentionality)

القصدية من القصد وهو السبب الذي من أجله أنشئ النص وتعدُّ من المعايير الأساسية المرتبطة بمنتج النص، وتعني توجُّه المتكلم من خلال النص إلى تحقيق هدفٍ معينٍ؛ وذلك وفق خطة تهدف إلى إيصال معنى أو التأثير في المتلقي مثل: (الإقناع، التحذير، التوجيه). وترتبط القصدية بمبادئ التواصل التي أشار إليها "غرايس"، مثل مبدأ التعاون، والكمية، والكيفية، والعلاقة، والوضوح. كما تتأثر القصدية بعوامل متعددة، منها السياق الاجتماعي، وإمكانية تحقيق الهدف، وطبيعة المتلقي.

القصد: "يتضمن موقف منشئ النص من كون صورة ما من صور اللغة قصد بها أن تكون نصة يتمتع بالسبك والالتحام، وأن مثل هذا النص وسيلة من وسائل متابعة خطة معينة للوصول إلى غاية بعينها"⁽¹⁾، وإذا كان معيارا التضام والتقارن من المعايير التي تتصل بالنص ذاته، فإنَّ القصدية والتقبلية يتصلان بمستعملي النص (إنتاج واستقبال)، فمعيار القصدية أو القصد هو: قصدية المنتج توفير التضام والتقارن (السبك والحبك) في النص وأن يكون النص أداة لخطة موجهة إلى هدف.

ويشير المؤلفان إلى إسهامات العلوم الأخرى في دراسة القصدية لأنها بالمعنى الواسع تشمل جميع الطرق التي يتخذها منتج النصوص في استغلال النصوص من أجل متابعة مقاصدهم وتحقيقها؛ فعلم النفس وعلم الاجتماع وعلم الفلسفة، درسوا القصدية من منطلق دراساتهم وتوصلوا إلى نظريات عدة مختلفة، منها دراسة (بول غرايس) لمبادئ السلوك التي يتبعها منتج النصوص، بغية الوصول إلى المتلقي بشكل مؤثر، وهي استراتيجيات يدخل السبك والحبك ضمنهما، ويمكن إجمال هذه المبادئ في الآتي⁽²⁾:

- 1- مبدأ التعاون: ليكون إسهامك في المحادثة رهنا بما تقتضيه الغاية المقبولة في تبادل الحديث الذي تشارك فيه وهذا ما يتحقق جلياً في حوارات طلب العون والنصيحة.
- 2- مبدأ الكمية: اجعل نصيب إسهامك من الإعلامية بقدر ما هو مطلوب من دون أية زيادة، إسهام المنتج بقدر من الإعلامية المطلوبة في الموقف.
- 3- مبدأ الكيفية (النوعية بالصدق): لا تقل شيئاً تعتقد أنه خطأ أو لست على بينة كافية منه، وهذا المبدأ يُلاحظ بدقة أكبر في النصوص العلمية، أما في المحادثة فيعد التزاماً اجتماعياً بوجه عام، قوامه اعتماد الصدق وتجنب المعلومات الخاطئة أو المشكوك فيها.
- 4- مبدأ العلاقة: ليكون حديثك ذا صلة بالموضوع؛ أي أن ترتبط عناصر الحديث بالمسألة المثارة.
- 5- مبدأ الهيئة: ويعني الوضوح في سبيل تمهيد وصول القصد، وتجنب الإيهام، والحرص على الإيجاز قدر الإمكان، وترتيب الأفكار حسب استعداد المتلقي.

(1) النص والخطاب والإجراء: 103، وينظر: مدخل إلى علم لغة النص: 30.

(2) ينظر: مدخل إلى علم لغة النص، إلهام أبو غزالة، وعلي خليل، مطبعة دار الكتاب، ط1، 1992م: 160 – 167. وينظر: القصدية والمقبولية بين التراث النقدي والدرس اللساني الحديث، ميلود مصطفى، مجلة جامعة المدينة العالمية، ع17، 2016م، ماليزيا، 257.

ويتفرع هذا المبدأ عدة طرائق لترتيب النصوص وتقديمتها وهي أن:
 أ. يكون منتج النص واضحاً، بحيث يجعل السبيل ممهداً أمام ما يقصده من أقوال.
 ب. يتجنب الغموض في التعبير.

ج. لا يُبهم فيعجز المتلقي عن تحديد المعنى المقصود بالفعل.

د. يكون النص مرتباً بعرض مواده حسب الترتيب الذي يطلبه الآخرون.

ولو قارناً بين هذه المبادئ والتوصيات التي ذكرها أبو هلال العسكري عن حكيم الهند لوجدنا أوجهاً كثيرة من التشابه بينهما، إذ قال: "واعلم أن حق المعنى أن يكون الاسم له طباقاً، وتلك الحال له وفقاً، ولا يكون الاسم فاضلاً، ولا مقصرة، ولا مشتركة، ولا مضمنة، ويكون تصفحه لمصادر كلامه بقدر تصفحه لموارده، ويكون لفظه موقناً، ومعناه نيراً واضحة، ومدار الأمر على إفهام كل قوم بقدر طاقتهم، والحمل عليهم على قدر منازلهم، وأن ثواتيه آتية، وتتصرف معه أدواته..." (1).

وبناءً على ذلك يعتمد المنتج للنص على خطة في سبيل إيصال أفكاره للمستقبل وتحقيق الهدف المرجو من الاتصال، ومقدار التخطيط يعتمد على عدة عوامل: (احتمالية بلوغ الهدف من عدمه - وجود أعراف اجتماعية تسهم في بلوغ الهدف من عدمها - التدخل الممكن الوقوع لأصحاب التخطيط المضاد - عدد الخطوات اللازمة لتنفيذ الخطة)، وهذه العوامل يجب أن تدخل في حسابان المرسل وهو يصوغ خطته، وقد يستمر التخطيط أو يتغير أثناء الاتصال حسب معطيات الموقف، إلا أنه يكون خاضعاً لعمليتين رئيسيتين هما: (رصد الموقف وإدارة الموقف) للوصول إلى الخطة الأفضل (2).

جدول رقم (1): أمثلة تطبيقية مبيّنة لمعيار القصدية:

نمط النص المتأثر بالقصدية	المثال التطبيقي	دلالاته المبيّنة للمعيار (وجه التعارف الأكاديمي)
نص قصدي يعتمد على الوضوح والإيجاز	"يرجى إغلاق الهاتف المحمول أثناء المحاضرة".	الهدف واضح، هو تنظيم سلوك المتلقين داخل القاعة. النص موجّه لتحقيق غاية مباشرة (الانضباط)،
(الخطاب الموجه المبطن)	("إن الجو حار وخانق هنا اليوم") و "فلانٌ كثيرُ الرماد"	(القصد الظاهري إخبار عن الطقس، بينما القصد الحقيقي الضمني هو طلب فتح النافذة دون أمر مباشر). (القصد الظاهري أنه كثير إشعال النار ولكن القصد الحقيقي أنه مضياف كريم).
(الخطاب البلاغي المفيد للحرص)	((إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ))	(تقديم الجار والمجرور جاء بقصدية لغوية واضحة لإفادة القصر والحرص، أي: لا نعبد إلا أنت).

المطلب الثاني: التقبلية: المقبولية (Acceptability)

التقبلية هي: حالة وموقف المتلقي من النص، ومدى قبوله له بوصفه نصاً متماسكاً وذات معنى، ولا تتحقق التقبلية إلا إذا توافرت في النص عناصر السبك والحبك، مما يجعله مفهوماً وذات قيمة بالنسبة للمتلقي، كما في هذا النص مثلاً: (أنا الذي نظر الأعمى إلى أدبي) للمتنبّي لا يُقبل عقلاً إلا إذا كان في الشعر والأدب.

(1) كتاب الصناعتين، الكتابة والشعر، أبو هلال العسكري تحقيق علي محمد البجاوي ومحمد أبو الفضل إبراهيم، المكتبة العصرية، بيروت، 1419هـ، 20.

(2) ينظر: القصدية والمقبولية، 257

كما تتأثر التقبلية بعوامل ثقافية واجتماعية وسياقية، كقولنا (الله غفور رحيم) فهذا النص مقبول عند المتلقي المسلم لثقافته الدينية، فالسياق والعوامل تسهم في توجيه فهم النص وتحديد مدى قبوله، ويُعد هذا المعيار نتيجة لتفاعل المعايير الأخرى، وليس مستقلاً عنها بشكل تام. وتقبلية المستقبل للنص بكونه متضاماً متقارناً ذا نفع للمستقبل أو ذا صلة ما بالنص، والتقبلية بالمعنى الواسع " القبول باعتباره رغبة نشطة للمشاركة في المقال ومشاطرة الهدف، وبذا يكون القبول حدثاً قائماً بذاته وهو يتضمن الدخول في التفاعل المقالي مع كل ما ينطوي عليه ذلك من نتائج"⁽¹⁾ ويكون الرابط بين التقبلية والقصدية هو عالم الاحتمالات القواعدية والسياقية والاجتماعية التي يثيرها النص باعتباره مسبوكاً محبوكة (متضاماً متقارناً).

يتعلق هذا المعيار بـ " موقف المتلقي من قبول النص"⁽²⁾، فهو " يتضمن مستقبل النص إزاء كون صورة ما من صور اللغة ينبغي لها أن تكون مقبولة من حيث هي نص ذو سبك والتحام"⁽³⁾. مما يعني أن هذا المعيار يتوقف أيضاً على قوة التماسك والترابط للمعيارين (السبك والحبك)؛ إذ تعمل هذه المعايير متضافرة للوصول إلى الغاية المرجوة من النص القرآني، وهي إيصال أفكاره فيما يتعلق بجوانب العقيدة وتنشيتها، وجوانب أخرى تتعلق بالأمور الحياتية الاجتماعية، وقضايا أخرى مهمة اجتمعت فيه... كل ذلك للوصول بأفكاره وتصوراتهِ إلى المتلقي. ويترتب على هذه الرؤية أن المتلقي المستمع حين يسمع القرآن لا ينكره، وفي موقف الوليد بن المغيرة وكفار قريش حين نزوله دليل على ذلك"⁽⁴⁾.

ورأى د. سعد مصلوح أن لهذا المعيار أبعاداً ووجهات ثقافية واجتماعية فهو " يتصل بتحديد موقف المتلقي من الكلام، ومدى تقبله لسلسلة الأحداث الكلامية على أنها نص قابل لأن يوصف بالسبك والحبك، وأن له نوعاً من الجدوى بالنسبة للمتلقي، كأن يكتسب معرفة أو يتبنى موقفاً، أو يسهم باستجابة لإنجاز خطة"⁽⁵⁾.

علماء النص ينظرون إلى معنى أوسع لهذا المعيار يندرج تحت مصطلح المقبولية هو القبول باعتباره رغبة نشطة للمشاركة في المقال ومشاطرة الهدف، وبهذا يكون القبول حدثاً قائماً بذاته، وهو يتضمن الدخول في التفاعل المقالي مع كل ما ينطوي عليه ذلك من نتائج"⁽⁶⁾، وهذا يعني أنه عند وقوع اللبس (وهو تساوي احتمالات دون مرجح) يكون موقف نحو الجملة من ذلك هو قول المعرب: فيها إعرابان أو أكثر، ومعنى هذه العبارة أنه لا يستطيع أي يدعي معنى معيناً لما أمامه من الكلام حيث "يقنع بالخضوع لللبس متعدد الاحتمالات دون أي يختار واحدة منها، أما نحو النص فلا يقنع بمثل هذا التردد وإنما يعمل على تسخير ما ذكرناه من صفاته، كالتناص ورعاية الموقف والإعلامية وغيرها لاتخاذ قرار يؤدي إلى تحديد المعنى؛ أي بوصف النص بصفة القبول التي أحلها نحو النص محل مطابقة القاعدة التي يفرضها نحو الجملة على الكلام "⁽⁷⁾. وشرح د. مصلوح هذا الكلام بقوله: " ومقتضى ما ذكر ألا يكون القبول معياراً بذاته للمعايير النصية، بل هو محصلة إعمال المعايير الأخرى أو هو متحد بها. ومقتضاه أيضاً أن يشتغل معيار القبول بتحديد المعنى المراد من بين المعاني المحتملة على جهة القطع، وعلى سنة اتخاذ القرار الذي يؤدي إلى هذا التحديد"⁽⁸⁾.

(1) مدخل إلى علم لغة النص، 178

(2) علم اللغة النصي بين النظرية والتطبيق، د. صبحي الفقي، دار قباء، ط1، 2000م، ج1، 33.

(3) النص والخطاب والإجراء، 104.

(4) الدرس النحوي النصي في كتب إعجاز القرآن الكريم، د. أشرف عبد البديع عبد الكريم، مكتبة الآداب، القاهرة، (2008م)، 158

(5) في اللسانيات العربية المعاصرة - دراسات وثقافات - الدكتور سعد عبد العزيز مصلوح، عالم الكتب، ط1 (1425هـ 2004م)، 250.

(6) مدخل إلى علم لغة النص، 178.

(7) المصدر السابق، 234.

(8) السابق، 234-235.

وأردف بالقول: "إن مهمة القطع بتحديد معنى واحد من بين المعاني المحتملة ليست مشغلة نحو النص، وإن جميع النصوص محتملة أو غير محتملة. يمكن أن تكون موضوع للدرس في نحو النص، ويتولى معيار القبول فحص الاحتمال والتعدد لا بهدف نفيه وترشيح معنى واحد من بين المعاني المحتملة ولكن بهدف تشخيصه وتجليته" (1).

أما السياق بشكله العام فيحتل مكانة مهمة في هذا المعيار، إذ "يساعد على الحكم بالقبول أو عدمه، من خلال مجموعة القواعد الحاكمة التي يشير إليها (جون لوينز)، حيث إن نظرية السياق عنده لا تعتبر الجملة كاملة المعنى إلا إذا صيغت طبقاً لقواعد النحو، وراعت توافق الوقوع بين مفردات الجملة، وتقبلها أبناء اللغة وفسروها تفسير ملائمة، وهو ما أطلق عليه اسم التقبيلية" (2) إلا أن هذا المعيار يتخلله نوع من التغاضي في حالات تؤدي فيها المواقف إلى ارتباك، أو حيث لا توجد شراكة في الغايات بين المستقبل والمنتج (3).

جدول رقم (2): أمثلة تطبيقية مبيّنة لمعيار التقبيلية:

البنية النصية الخارجة عن المؤلف	المثال التطبيقي	دلالتها المبيّنة للمعيار (وجه التعارف الأكاديمي)
النص ظاهرياً غير مقبول؛ لأنه لا يمكن سؤال القرية	قال تعالى: ﴿وَأَسْأَلُ الْقَرْيَةَ﴾ (4)	تتحقق التقبيلية عبر التأويل (أي: أهل القرية)، وهنا يظهر أهمية السياق في رفع اللبس وتحقيق القبول،
(التكرار الحداثي الغامض)	قول حيدر: "حسناً فلنثبت.. حتى والسكين على العنق الأكفاء" الأكفاء الأكفاء!" (5)	(يتقبل القارئ التكرار رغبةً منه في سد الفجوة الدلالية وفهم الحالة الشعورية بدلاً من اعتباره تكراراً عبثياً) وهو الإصرار على الثبات والصمود.
(العناوين والموجزات الصحفية)	"أسعار الذهب.. قفزة غير مسبقة"	(يتقبل المتلقي هذا التركيب فوراً كنص تام ومفهوم رغم حذف المبتدأ أو الخبر، لأن الغرض الاتصالي تحقق في السياق).

المطلب الثالث: الموقفية: المقامية (Situationality)

الموقفية: تتعلق بالظروف الزمانية والمكانية المصاحبة لنشأة النص ومدى مساهمتها في البناء النصي من بعيد أو قريب، ويمثل مصطلح الموقفية تسمية عامة للعوامل التي تقيم صلة بين النص وبين موقف أو واقعة ما، سواء أكان موقفاً حاضراً أو قابلاً للاسترجاع.

واهتم البلاغيون العرب بهذا المعيار من خلال مفاهيم مثل "مراعاة مقتضى الحال" و"الكل مقام مقال". كما أن فهم النص يتوقف بدرجة كبيرة على إدراك ظروفه وسياقه، سواء كان ذلك في النصوص الأدبية أو الدينية.

قلّ ما تتحقق تأثيرات المقام في السياق بدون حدوث التوسط؛ "أي مدى تغذية المرء بمعتقداته وأهدافه الخاصة، للنموذج الذي يقيمه للموقف الاتصالي الحالي. وتتم تغذية النموذج بالقرائن المتيسرة جنباً إلى جنب مع توقعاتنا ومعرفتنا السابقة بشأن كيفية تنظيم العالم الواقعي" (6).

(1) ينظر: المصدر السابق والصفحة نفسها.

(2) نحو النص، اتجاه جديد في الدرس النحوي، أحمد عفيفي، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، ط1، 2001م، 89.

(3) ينظر: النص والخطاب والإجراء، 104.

(4) يوسف: 82.

(5) ينظر: الأعمال الشعرية، (انتظار تأبط شر)، محمود، حيدر، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط1، بيروت 2001، 46. يشير البيت إلى التمسك بالأمل والصمود، بالتكرار هنا عن الإصرار والقوة، محاولاً الحفاظ على رسالة للصمود والثبات.

(6) مدخل إلى علم لغة النص، 209.

إن هذا المعيار قد حظي باهتمام كبير لدى علماء البلاغة العرب ولا يكاد يخلو كتاب بلاغي من شعارات تتصل به من مثل: (لكل مقام مقال) و (مراعاة مقتضى الحال) كما أن فهم النص يتوقف بدرجة كبيرة على إدراك ظروفه وسياقه، سواء كان ذلك في النصوص الأدبية أو الدينية؛ فنلاحظ إلحاح الجاحظ عليه، إذ أورد في صحيفة بشر بن المعتمر (210 هـ) مما له صلة بهذا المعيار وهو قوله: "ينبغي للمتكلم أن يعرف أقدار المعاني، ويوازن بينها وبين أقدار المستمعين، وبين أقدار الحالات، فيجعل لكل طبقة من ذلك كلاماً، ولكل حالة من ذلك مقامةً، حتى يقسم أقدار الكلام على أقدار المعاني، ويقسم أقدار المعاني على أقدار المقامات، وأقدار المستمعين على أقدار تلك الحالات"⁽¹⁾.

الموقفية في الحوار المباشر، تتوسط بين رصد الموقف وإدارة الموقف، كما أنها تسهم في تحديد وجهة نظر المشارك في الحوار بالنسبة للموقع، وقد لا تعتمد تقبلية النص على صحة إشارته إلى العالم الواقعي بل على مصداقية وثاقه صلته بوجهة نظر المشاركين نحو الموقف، وهي لا يمكن تحديد معناها بشكل نظري مباشر، بل من خلال التطبيقات على الأمثلة، لأن لكل مثال سياقه الخاص ويمكن أن يعمل فيه معيار الموقفية بدرجات وطرق متعددة ومختلفة. اعتماداً كما قلنا على العالم الواقعي بالدرجة الأولى، ثم على إسهامات كل من المنتج والمستقبل فيه.

الموقفية هي العوامل "التي تجعل النص مرتبطة بموقف سائد يمكن استرجاعه، ويأتي النص في صورة عمل يمكن له أن يراقب الموقف وأن يغيره، وقد لا يوجد إلا القليل من الوساطة في عناصر الموقف كما في حالة الاتصال بالواجهة في شأن أمور تخضع للإدراك المباشر، وربما توجد وساطة جوهرية كما في قراءة نص قديم بطبيعة أدبية يدور حول أمور تنتمي إلى عالم آخر، مثلاً جلامش أو الأوديسا"⁽²⁾.

يقول الدكتور تمام حسان في صدد هذا المعيار: "ومن رعاية الموقف أنه لا يجوز الكلام أثناء الصلاة إلا بقراءة الفاتحة والسورة، وتفهم السبب في امتناع أن يعزي أحدنا الآخر وهو يبتسم، وامتناع أن يغني الطالب أثناء الدرس، وامتناع فهم قوله تعالى: ﴿وَدَعِ أَذْلَهُمْ﴾"⁽³⁾ على إضافة اسم المصدر إلى مفعوله؛ لأن السيرة المطهرة تقول: إنهم هم الذين كانوا يؤذونه، فرعاية هذا الموقف الذي حفظته السيرة تجعل الإضافة إلى الفاعل"⁽⁴⁾.

المفسرون فطنوا منذ زمن إلى الفرق بين ظاهر القرآن وباطنه فكان فهمهم لهذا الفرق تفرقاً منهم بين المعنى المقالي والمعنى المقامي⁽⁵⁾. ولمفسر الآيات عليه أن يدرك أسباب نزولها، ويعرف النظم الاجتماعية عند العرب، "فلا ينبغي لمن يتصدى لتفسير آية أن يغفل عن مقامها"⁽⁶⁾.

(1) البيان والتبيين، الجاحظ تح: عبد السلام هارون، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط5، 1985م، ج2، 312.

(2) النص والخطاب والإجراء: 104.

* ملحمة جلامش هي ملحمة سومرية مكتوبة بخط مسماري على 12 لوحاً طينياً، والأوديسة هي ملحمة شعرية وضعها هوميروس في القرن 8 قبل الميلاد. وتتكون من 24 جزأاً.

(3) الأحزاب: 48

(4) في اللسانيات، مصلوح، 218.

(5) ينظر: المصدر السابق، 213.

(6) اللغة العربية معناها ومبناها، د. تمام حسان، عالم الكتب، ط5، (2006م)، 348.

جدول رقم (3): أمثلة تطبيقية مبيّنة لمعيار الموقفية:

النص المفرد الثابت	الموقف الفيزيائي أو الاجتماعي المصاحب	دلالاته المبيّنة للمعيار (وجه التعارف الأكاديمي)
قال تعالى: ﴿قَوْلٌ لِلْمُصَلِّينَ﴾ (1)	لا يُفهم هذا النص بمعزل عن سياقه، إذ يُستكمل بقوله: ﴿الَّذِينَ هُمْ عَنْ صَلَاتِهِمْ سَاهُونَ﴾.	فالموقفية هنا ضرورية لفهم المعنى الصحيح، وإلا وقع المتلقي في سوء الفهم.
{وَلِلَّهِ الْمَشْرِقُ وَالْمَغْرِبُ فَأَيْنَمَا تُولُوا فَتَنَّمْ وَجْهَ اللَّهِ} (2)	أسباب النزول	لو قرأنا الآية بشكل مجرد من معرفة السبب لاعتقد المسلم أنه يمكن أن يصلي إلى أي مكان يختاره، الموقف هنا يحدد الحكم والاتساع الدلالي للنص.
لافتة تحمل كلمة "قف" أو كلمة "خطر"	وضعت عند تقاطع طرق مرورية. وضعت في الأماكن الخطرة.	(تكتسب نصيتها الكاملة وقوتها التنفيذية من موقفها، ولو وضعت على سبورة لشرح فعل الأمر لفقدت هذه النصية الوظيفية).
جملة "البقاء لله"	سياق اجتماعي متهم (تحذير رياضي أو سياسي).	(تتحول من دلالة المواساة الحزينة المألوفة لتفيد التهديد أو السخرية، والمقام هو الذي حوّل المعنى لا الألفاظ).

المطلب الرابع: الإعلامية (Informativity)

تشير الإعلامية إلى درجة الجدة أو عدم التوقع في المعلومات التي يقدمها النص؛ فكلما كان المحتوى غير متوقع، ارتفعت قيمته الإعلامية، وهذا ما يعرف في الأدب العربي الرمز. فهي: "مدى ما يجده مستقبلو النص في عرضه من جدة وعدم توقع" (3) (اللايقين النسبي لوقائع النص بالمقارنة مع الوقائع الأخرى المحتملة الحدوث).

يرى البعض هذا المصطلح "لا من حيث كونه يدل على المعلومات التي تشكل محتوى الاتصال، بل من حيث يدل بالأحرى على ناحية الجدة أو التنوع الذي توصف به المعلومات في بعض المواقف، فإذا كان استعمال نظام في صياغة نص ما يتكون من الهيئة التي تبدو عليها العناصر المستعملة في وقائع صياغة هذا النص؛ فإن إعلامية عنصر ما تكمن في نسبة احتمال وروده في موقع معين - أي إمكانه وتوقعه - بالمقارنة بينه وبين العناصر الأخرى من جهة النظر الاختيارية، وكلما بعد احتمال الورود ارتفع مستوى الكفاءة الإعلامية (4)، وهي "تتعلق باستقبال الكلام على أنه نص ذو محتوى كما يتعلق بحكم المتلقي على طريقة عرض المحتوى بالجدة وبمدى توقعه لطريقة العرض (5) إن صفة الجدة لا تقتصر على صياغة التركيب فحسب، ولكنها تمتد لتشمل المضمون أو المحتوى، وتتأثر الإعلامية بعوامل مثل السياق، ونوع النص، وترتيب المعلومات، وخبرة المتلقي، فلا يكون متأخراً ومتكرراً فيصيب المتلقي بالملل، ولا يكون غامضاً ومعقداً فيعجز عن فهمه وعلى هذا فإن للكفاءة الإعلامية ثلاث مراتب (6):

1- كفاءة إعلامية منخفضة الدرجة: (معلومات متوقعة وبسيطة) المحتوى المحتمل في الهيئة (الصياغة المحتملة) ويكون النص سهل الصياغة وعليه يكون غير إعلامي، مثل: تطلع الشمس وقت النهار.

(1) الماعون: 4.

(2) البقرة: 115.

(3) مدخل إلى علم لغة النص، 184.

(4) النص والخطاب والإجراء، 249.

(5) في اللسانيات العربية المعاصرة، 233.

(6) ينظر: النص والخطاب والإجراء: 23 - 24، و251.

2- **كفاءة إعلامية متوسطة الدرجة:** (تحتوي على قدر من التجديد) المحتوى غير المحتمل في الهيئة المحتملة، أو المحتوى المحتمل في الهيئة غير المحتملة، ومثل هذا النص يتسم بالتحدي ومع ذلك لا يُدعى له دائماً أنه مثير للجدل؛ مثل: المجازات والكنائيات.

3- **كفاءة إعلامية مرتفعة الدرجة:** (تتسم بالغموض أو التعقيد) المحتوى غير المحتمل في الهيئة غير المحتملة، وهذا النص شأنه أن يكون صعب الصياغة مثيراً للجدل الحاد، مثل: الألغاز والتعميمات والمرامي البعيدة.

الإعلامية عادة تنطبق على المحتوى في النص، فيكون المحتوى بؤرة الاهتمام المباشر، بحيث ينفق المتلقي طاقة في معالجته تفوق ما يبذله للمهمات الأخرى في الوقت نفسه، فهو تركيز الاهتمام على تقارن المفاهيم والعلاقات أكثر من أي عنصر آخر، وتقوم على فكرة الاحتمال الإحصائي فكلما زاد عدد البدائل الممكنة في لحظة ما، ارتفعت القيمة الإعلامية عند استخدام واحد منها⁽¹⁾. وهناك مصادر متعددة للتوقعات أو الاحتمالات الإعلامية (مدى الاحتمالات التي يستخدمها كل من المتلقي والمنتج ومنها:

- التنظيم الخاص للغة المستعملة في النص.
 - أسلوب ترتيب التتاليات حسب الإعلاميتها (تقديم وتأخير، نبر وتنغيم...)
 - نوع النص يسهم في توقع احتمالات دون غيرها.
 - السياق المباشر والذي يسهم في فهم الاحتمالات وحصرها وتقليصها.
- وهنا تبرز أهمية إرادة الكشف عن الاحتمالات الاتصالية، وذلك بتقسيم التوقعات وتدرجها على ما يأتي⁽²⁾:

أولاً: المعلومات المخترنة والتجربة الواقعية تجعل الناس يرون العالم بطريقة معينة، ويُعرف بـ (العالم الواقعي) الذي يعد ما صدق فيه من قبيل (الحقائق) مثل: المعتقدات السائدة، وبعض الحقائق والمعتقدات تمتلك من قوة الثبات لدرجة عدم الحاجة إلى تعويضات ككون الأسباب لها نتائج، فإذا كان في النص ما يبطل الحقائق كالخرافة مثلاً فلزماً أن يُسبق بقرائن محددة في المواقف المعينة تؤدي دور توجيهات لمستقبلي النص بأن يجروا تعديلات على توقعاتهم لئلا يصبح النص مشكلاً.

ثانياً: "توقعات الرصف اللغوي إذ يتوقع الناس في العربية مثلاً: عدم التقاء الساكنين وبناء الجملة بترتيب معين الخ، فإذا اختل التوقع تعثرت الاستجابة في الاستعمالات وتختلف التوقعات في الرصف في اللغة العلمية عنها في الشعر الحديث"⁽³⁾.

ثالثاً: "ينشأ عن الموقف المباشر عند حدوث النص أو عند استعماله ومن هنا يمكن لصياغة الاستعمال أن توجد مدى للتوقعات قد يختلف تماماً عن النظم الافتراضية، ويتضح ذلك بظاهرة خصوصية الأسلوب الذي هو انتقاء فردي للبدائل وتخطيطها من بين النظم المشاركة في نص ما"⁽⁴⁾.

(1) ينظر: المصدر نفسه، 24.

(2) ينظر: النص والخطاب والإجراء، 257.

(3) المصدر نفسه، 26.

(4) نفسه، 26 - 27.

جدول رقم (4): مستويات معيار الإعلامية:

مستوى الكفاءة الإعلامية	المثال التطبيقي	دالاتها المبيّنة للمعيار
(منخفضة الدرجة)	("إذا غابت الشمس حل الظلام")	(نص ضعيف إعلامية لأن حقيقته بديهية متوقعة مائة بالمائة ولا تقدم أي إضافة معرفية للمستمع).
(متوسطة الدرجة)	("طار الصقر كالسهم")	(استعمال مجازي مقبول وشائع، يكسر البنية الحرفية المتوقعة لكنه يظل قريباً وسهلاً الاستيعاب).
(مرتفعة الدرجة)	قول أمري القيس: فَقُلْتُ لَهُ لِمَا تَمَطَّى بِصُلْبِهِ وَأَرْدَفَ أَعْجَازًا وَنَاءً بَكَكَل ⁽¹⁾	(صورة مبتكرة وصادمة تفاجئ المتلقي وتجبر ذهنه على بذل جهد مضاعف لمعالجتها نظراً لانخفاض درجة توقعها).

ولتطبيق هذه المعايير الأربعة، هذه دراسة لشعار معروف للتوعية بالسلامة المرورية:
(لا تسرع، يأبى نحن في انتظارك!)

يظهر في هذا الخطاب الموجز، أنه يفي بنجاح بالشروط العملية للنصية التداولية:

1- **القصدية:** لم يكن القصد من وراء هذه التوعية المرورية، القول بأن السرعة تؤدي إلى الموت، ولكن الهدف العملي السلوكي، استحضار المشاعر، وهو إجبار السائقين على تخفيف السرعة من خلال استحضار مسؤولياتهم الأسرية، فجعل الخطاب من الأبناء، ولما له من تأثير على الآباء.

2- **التقبلية:** مدى قبول هذا النص، يراه السائق في الطريق ويتراء له صورة أبنائه؛ فيقبله ولا يراه تهديداً أو طفلاً، بل نصاً داعماً وتنظيمياً وإرشادياً؛ نصاً يمس إحساسه بمسؤوليته تجاه أسرته، فيتفاعل مع النص وقد يبتسم، ويدرك التحذير الضمني، ويخفف السرعة وبهذا يتحقق القبول.

3- **المقامية:** الظرف الزماني والمكاني يؤثر في النص، فلو قرئ في المنزل وهو جالس يحتسي القهوة مثلاً، لما كان له التأثير القوي حينما يكون في الطريق وفي زمن القيادة، فالموقع (الطريق) واللحظة الزمنية (وقت القيادة) يؤثران في النص، مما يجعله فورياً ومؤثراً وفعالاً عملياً.

4- **الإعلامية:** العبارة الأولى ("لا تسرع") لا تحمل قيمة معلوماتية كبيرة نظراً لكونها متوقعة للغاية ومتكررة في سياقات السلامة العامة، مع ذلك، يكمن تأثيرها العملي في الانتقال الفوري إلى العبارة الثانية ("يأبى نحن في انتظارك")، يرفع هذا التناقض قيمة النص الإعلامية، إذ ينتقل تركيز السائق من نتيجة محتملة وهي (الموت) إلى واقع نفسي واجتماعي (لهفة اللقاء والانتظار)، هذا البعد العاطفي غير المتوقع يضفي صدمة تواصلية ويكسر الرتابة المعرفية.

الخلاصة:

أن النص الحديث في اللغويات ليس مجرد قواعد ونحو (اتساق والكفاءة)، بل هو أسلوب تواصلية بشري؛ "القصدية" شاملة هدف المتكلم، والتقبلية" تفاعل السامع، و"الموقف" يضع النص في سياقه الزمني والمكاني، بينما تشمل "الإعلامية" كون النص يكون مشوقاً ومفيداً يستحق القراءة أو الاستماع،

(1) الديوان، امرؤ القيس بن حجر، تحقيق عبد الرحمن المصطاوي، الناشر: دار المعرفة - بيروت ط2، 2004م. في وصف ثقل الليل على قلب ساهره.

فعند اجتماع قصدية المرسل الفاعل مع قبول المرسل المتعاون، وذلك ضمن سياق ظرفي مناسب، بمؤثرات إعلامية تُحفّز العقل الشعور؛ فتحدث حدثاً غير مألوفٍ معتاد أن يراه.

وما نراه من خلال النماذج التي عرضت في البحث، تداخل المعايير النصية، حيث لا تعمل القصدية أو التقبلية أو الإعلامية أو الموقفية بشكل منفصل، بل تتكامل جميعها في بناء نص متماسك يحقق غايته التواصلية، وهو ما يتجلى بوضوح في إعجاز النص القرآني، وقد برزت أهمية المعايير التداولية بشكل خاص، لما لها من دور في ربط النص بمنتجه ومتلقيه وسياقه، مما يجعلها عنصراً أساسياً في تحليل النصوص.

النتائج:

- النص وحدة لغوية متكاملة لا تُفهم إلا في ضوء سياقها.
- القصدية تحدد هدف النص وتوجّه بنيته.
- التقبلية تمثل استجابة المتلقي وتفاعله مع النص.
- الموقفية تُبرز أهمية السياق في فهم النص.
- الإعلامية ترتبط بدرجة الجودة في المحتوى.
- المعايير النصية متداخلة ومتكاملة ولا تعمل بشكل منفصل.
- للتراث البلاغي العربي إسهام واضح في تأصيل بعض هذه المعايير.

Compliance with ethical standards

Disclosure of conflict of interest

The authors declare that they have no conflict of interest.

مصادر البحث:

- الأعمال الشعرية، محمود، حيدر، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط1، بيروت 2001.
- البيان والتبيين، الجاحظ تح: عبد السلام محمد هارون، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط5، (1985م)
- الدرس النحوي النصي في كتب إعجاز القرآن الكريم، د. أشرف عبد البديع عبد الكريم، مكتبة الآداب، القاهرة، (2008م).
- ديوان، امرؤ القيس بن حجر، تحقيق عبد الرحمن المصطاوي، الناشر: دار المعرفة - بيروت ط2، 2004م.
- علم اللغة النصي بين النظرية والتطبيق، د. صبحي الفقي، دار قباء، ط1، 2000م.
- علم لغة النص النظرية والتطبيق، عزة شبل محمد، مكتبة الآداب، ط1، القاهرة، 2007.
- في اللسانيات العربية المعاصرة - دراسات وثقافات - الدكتور سعد عبد العزيز مصلوح، عالم الكتب، ط1 (1425هـ - 2004م).
- القصدية والمقبولية بين التراث النقدي والدرس اللساني الحديث، ميلود مصطفى، مجلة جامعة المدينة العالمية، ع17، 2016م، ماليزيا.
- كتاب الصناعتين، الكتابة والشعر، أبو هلال العسكري تحقيق علي محمد البجاوي ومحمد أبو الفضل إبراهيم المكتبة العنصرية، بيروت، (1419 هـ).
- اللغة العربية معناها ومبناها، د. تمام حسان، عالم الكتب، ط5، (2006م).
- مدخل إلى علم النص، إلهام أبو غزالة، وعلي خليل، مطبعة دار الكتاب، ط1، 1992م.
- نحو النص، اتجاه جديد في الدرس النحوي، د. أحمد عفيفي، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، ط1 (2001م).
- النص والخطاب والإجراء، روبرت ديوجراند، ترجمة تمام حسان، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1998.

Disclaimer/Publisher's Note: The statements, opinions, and data contained in all publications are solely those of the individual author(s) and contributor(s) and not of **AJASHSS** and/or the editor(s). **AJASHSS** and/or the editor(s) disclaim responsibility for any injury to people or property resulting from any ideas, methods, instructions, or products referred to in the content.