

الإعلاميّة في كتاب (حديث الأربعاء) لطفه حسين (دراسة في ضوء علم اللغة النصّيّ)

الطالبة: براء نصير جرمت أ. د. نعيم سلمان البدريّ

جامعة واسط - كلية التربية

ملخص:

يُعدّ كتاب (حديث الأربعاء) مجالاً جيّداً للدراسة النصّيّة؛ لكونه محاورات ودروس يلقيها في الجريدة أسبوعياً، فيقع الحديث بين طرفين (المرسل والمتلقّي)، فهو حدث اتّصاليّ مثاليّ للدراسة النصّيّة، فسعت الدراسة للكشف عن مدى نجاح المؤلّف في توصيل المعلومات للمتلقّي وشدّ انتباهه للنصّ، وذلك من خلال دراسة المنبهات الإعلاميّة في النصّ سواء أكان على مستوى اللفظ أم على مستوى الجملة والنصّ، فأرجو أن أكون قد وفقتُ في عرض الكفاءة الإعلاميّة التي اشتمل عليها كتاب (حديث الأربعاء)، والتي من خلالها تحقق التواصل بين القارئ والمنتج.

المقدّمة:

الحمدُ لله ربّ العالمين، والصّلاة والسّلام على سيدنا رسول الله الصّادق الأمين، وعلى آله وأصحابه أجمعين، صلاةً وسلاماً دائمين إلى يوم الدّين. أمّا بعد:

فقد اعتنت الدراسات اللّغويّة بـ(علم اللغة النصّيّ)، هذا العلم الذي احتوى خليطاً من مختلف العلوم، منها ما يتّصل باللّغة وعلومها، ومنها ما يتّصل بمباحث علم النفس وعلم الاجتماع وغيرها من العلوم، فتضافر مباحث العلوم المختلفة لتحليل نصّ ما يمنحنا رؤية شاملة ونظرة من زوايا متعدّدة، وقد رغبتُ في تسليط الضوء على جانب من هذا العلم الحديث مطبقاً إيّاه على نصّ أدبيّ عربيّ، وقد وقع اختياري على كتاب (حديث الأربعاء)؛ لأنّه يمثل حدث اتّصاليّ مثاليّ للدراسة النصّيّة، فسعت الدراسة للكشف عن المنبهات الإعلاميّة في النصّ سواء أكان على مستوى اللفظ أم على مستوى الجملة والنصّ لهذا الكتاب.

وقد اقتضت طبيعة البحث أنّ يقسم البحث على مبحثين تسبقهما مقدّمة، وتليه خاتمة، فتناولتُ في المبحث الأول (مفهوم الإعلاميّة عند العرب والغرب) ، وتناولتُ في المبحث الثاني (مستويات الإعلاميّة في كتاب (حديث الأربعاء))، ثمّ ختمتُ الدّراسة بما توصلتُ إليه من نتائج مردفةً ذلك بثبت بالمصادر والمراجع التي اعتمدتها في دراستي .

وأخيراً فإنني أقدم هذا العمل خالصاً لوجه الله آملاً أن يأخذ مكانه بين الدراسات خدمة للغة العربية وأهلها .

المبحث الأول/ مفهوم الإعلامية عند العرب والغرب

مفهوم الإعلامية عند العرب:

قد التفت علماء العرب إلى أهمية حضور الإعلامية في النصوص، فالجاحظ (ت ٢٥٥هـ) حدثنا عن كسر المتوَقَّع وغبابة المؤلف، إذ قال: إنَّ "الشيء من غير معدنه أغرب، وكلما كان أغرب كان أبعد في الوهم، وكلما كان أبعد في الوهم كان أطرف، وكلما كان أطرف كان أعجب، وكلما كان أعجب كان أبعد"^(١)، ونجد ابن طباطبا العلوي (ت ٣٢٢هـ) أيضاً قد نبّه على تضمين الشعر أشياء غير مألوفة تضفي عليه جمالية، وتزيد استحسانه، فقال: "إنَّ السمع إذا ورد عليه ما قد ملّه من المعاني المكررة والصفات المشهورة التي قد كثر ورودها عليه مجّه وثقل عليه رعيه، فإذا لطّف الشاعر لشوب ذلك بما يلبسه عليه، فقرب منه بعيداً أو بعدّ منه قريباً، أو جلّل لطيفاً، أو لطّف جليلاً أصغى إليه ودعاه واستحسنه السامع واجتباها"^(٢)، كما دعا الجرجاني (ت ٤٧١هـ) الكتاب إلى المعنى اللطيف الذي يحتاج معه فضل عناية وتأمّل، وينبغي فيه للمتلقّي أن ينبعث في طلبه ليحصله ويجهد في نيّله، بحيث يكون ذلك المعنى كما "كالجواهر في الصدف لا يبرز لك إلّا أن تشقّه عنه، وكالعزير المحتجب لا يريك وجهه حتى تستأذن عليه. ثمّ ما كلّ فكر يهتدي إلى وجه الكشف عمّا اشتمل عليه، ولا كلّ خاطر يؤذن له في الوصول إليه"^(٣)، وهذا النصّ يدخل ضمن المرتبة الثانية والثالثة من تصنيف (دي بوجراند)، وهو نصّ عالي الإعلامية.

مفهوم الإعلامية عند الغرب:

تُعَدّ الإعلامية أحد المعايير السبعة التي وضعها (دي بوجراند) للنصّ، ويعرّفها بأنّها: "العامل المؤثّر بالنسبة لعدم الجزم (Uncertainty) في الحكم على الوقائع النصّية، أو الوقائع في عالم نصّي (Textual) في مقابلة البدائل الممكنة. فالإعلامية تكون عالية الدرجة عند كثرة البدائل، وعند الاختيار الفعليّ لبديل من خارج الاحتمال. ومع ذلك نجد لكلّ نصّ إعلامية صغرى على الأقلّ تقوم وقائعها في مقابل عدم الوقائع"^(٤)، ويرى (لوام كارتز) أنّ الإعلامية هي الطريقة التي تستعمل فيها العناصر اللّغويّة لتقديم المعلومات في النصّ، فكلّ أنواع المعلومات لا يتوافر فيها القدر نفسه من الإعلامية، إذ يقع العبء على المدقّق اللّغويّ بحيث يتولّى عملية النقل الفاعل للمعلومات في النصّ، وذلك بخلق توازن بين المعلومات المعروفة سلفاً والمعلومات الجديدة، والأمر الذي يحقق قراءة للنصّ ويجعله ممتعاً^(٥)، ويرى محمّد مفتاح أنّ الإعلامية هي الخلفية المشتركة

من الذكاء الاصطناعيّ تظهر من الأطر والمدونات والخطاطات^(٦)، ويعرفها سعيد بحيري بأنها ورود احتمال جديد ليس بدوره متوقعاً في النص^(٧)، فالإعلامية تتعلّق " بمدى (توقع/ عدم توقع) أو (معرفة/ عدم معرفة) العناصر (الوقائع) التي يقدّمها النصّ، ويقصد بذلك المعلومات الجديدة التي يقدّمها النصّ للمتلقّي، فإن كان المتلقّي يتوقّع هذه المعلومات الجديدة. فإنّ النصّ يوصف بأنه أقلّ إعلامية، أما إذا كان المتلقّي لا يتوقّع هذه المعلومات الجديدة، فإنه يوصف بأنه أكثر إعلامية وهذا يعني أنّ المعلومة الجديدة، إذا قدّمت للمتلقّي فإنّ النصّ يكون أقلّ إعلامية، أمّا إذا تُركت لحس المتلقّي فإنّ النصّ يكون أكثر إعلامية"^(٨).

وقد اختلف الباحثون والدارسون في وضع المصطلح العربيّ المقابل لـ (Informativity)، فبعضهم ترجمه الأخبارية^(٩)، وبعضهم ترجمه الإعلامية^(١٠)، كما أطلق الباحثون عليه بالإفادة^(١١)، وبعضهم الآخر بالمعلوماتية^(١٢).

وقد اخترتُ مصطلح (الإعلامية)؛ لكثرة استعماله بين الباحثين والدارسين. وتختلف درجة الإعلامية من نصّ إلى آخر وفقاً لنوعه وغايته، ولكن ممّا يؤكده علماء النصّ، هو أنّ كلّ نصّ يجب أن يشتمل على قدرٍ من المعلومات الإعلامية^(١٣)، ونقول إلهام أبو غزالة: "إنّ لكلّ نصّ حظّه من الإعلامية فهما يكن نصيب الشكل والمحتوى من التوقع، فإنّه لا مندوحة عن وجود بعض الوقائع المتغيرة التي يتعذر التنبؤ بها بحذافيرها ومن المحتمل أن يؤدي ضعف الإعلامية بوجه خاص إلى الارتباك، وإلى الملل، بل إلى رفض النصّ في بعض الأحيان"^(١٤).

لذا فإنّ نسبة الإعلامية تكون مرتفعة تكون حين يتلقّى مستقبلو النصّ نصّاً، ويجدون أنّه خارج الاحتمالات التي توقّعوا أن يكون عليها من حيث معانيه ودلالاته، أو من حيث تراكيبه، وهذا ما أشار إليه بعضهم، إذ نظر إلى هذا المصطلح "لا من حيث كونه يدلّ على المعلومات التي تشكّل محتوى الاتصال، بل من حيث يدلّ بالأحرى على ناحية الجدة، والتنوّع الذي توصف به المعلومات في بعض المواقف، فإذا كان استعمال نظام في صياغة نصّ ما يتكوّن من الهيئة التي تبدو عليها العناصر المستعملة في وقائع صياغة هذا النصّ، فإنّ إعلامية عنصر تكمن في نسبة احتمال وروده في موقع معين (أي إمكانه وتوقعه) بالمقارنة بينه وبين العناصر الأخرى من جهة النظر والاختيارية، وكلّما بعد احتمال الورد ارتفع مستوى الكفاءة الإعلامية"^(١٥).

ويتبيّن ممّا تقدّم أنّ الكفاءة الإعلامية ليست بدرجة واحدة، بل هي متباينة بحسب احتمالية ورود البدائل في النصّ، فكّلما قلّت احتمالية ورود تلك البدائل كانت الكفاءة الإعلامية أعلى درجة.

وتتعلق الإعلامية "باستقبال الكلام على أنه نصّ ذو محتوى يتعلّق بحكم المتلقّي على طريقة عرض المحتوى بالجدة وبمدى توقّعه لطريقة العرض"^(١٦)، وقد حدّد علماء لغة النصّ لمصطلح (الإعلامية) ثلاثة مفاهيم، وهي^(١٧):

١- الإعلامية بالمعنى العام، تدلّ على أنّ أي نصّ لا بدّ أنّه يقدّم خبراً ما، فالنصوص تشترك كلّها في هذه الوظيفة.

٢- الإعلامية بمعنى الجدة وعدم التوقّع، وهذا يدلّ على ما يجده المتلقّي في النصّ من جدة وإبداع ومخالفة الواقع، على مستوى صياغة النصّ أو مضمونه، ويحدث هذا في النصوص الأدبية.

٣- الإعلامية بمعنى الدعاية، إيجاباً أو سلباً لشخص ما أو لفكرة ما، أو لمذهب ما. ووصفت الإعلامية بالمفهومين الأول والثالث بأنّها إعلامية منخفضة؛ لأنّ أثرها في النصّ يقتصر على الإخبار والدعاية فحسب، أمّا الإعلامية بالمفهوم الثاني فقد وصفت بأنها إعلامية مرتفعة؛ لأنّها تتعامل مع الجانب الإبداعيّ أو الأدبيّ في النصّ^(١٨).

ولكلّ نصّ إعلامية ومعلوماته الجديدة التي تقدّم بأي شكل من الأشكال^(١٩)، إلّا أنّ "مقدار المعلوماتية هو الذي يوجّه اهتمام السامع: الحدّ المنخفض جداً من المعلوماتية (الابتذال، الأمور البديهية لمجموعة معيّنة من السامعين) تكون ملأاً ويمكن أن تقود إلى رفض النصّ؛ أمّا المعلوماتية ذات الدرجة العالية (المجموعة معيّنة من السامعين)، فإنّها تكلف الشريك من جهتها أكثر من طاقتها، ويمكن أن تدفعه إلى الانصراف عن مثل ذلك النصّ. فالمقدار المناسب من المعلوماتية في النصّ - المعتمد على المقصد والتوقّع والموقف - يشكّل بذلك عاملاً نصيباً أساسياً"^(٢٠).

وعلى منتج النصّ أن يراعي المتلقّي في صياغته لمعلومات النصّ ولا سيما ما يتعلّق بالإعلامية وعدم التوقّع؛ لأنّ هذا المعيار يشكّل خطراً لو استعمل بصورة مبالغ فيها، ونرى أنّ خلوّ النصّ من الإعلامية أولى من تعميته وإلغازه بالمعلومات غير المتوقّعة التي ستغلق على المتلقّي فهمه، فيسلك المتلقّي الذي أبهم عليه النصّ وصعب فهمه ثلاث طرائق لتخفيض درجة التعقيد^(٢١):

١- تخفيض رجوعيّ: وهو أن يرجع المتلقّي إلى الوراء داخل النصّ إذا كان ما يفسّر المبهم سابقاً عليه.

٢- تخفيض تقدّميّ: وهو أن يكمل النصّ حتّى يحصل على ما يفسّر سابقاً.

٣- تخفيض خروجيّ: ويعني العودة إلى الذاكرة والبحث عن عقدة مشابهة قد حلّت سابقاً، أو اللجوء إلى السياق المقاميّ.

ولمعيار الإعلامية أثر في تماسك النصّ فقد يكون هناك موضع في النصّ استغلق فهمه على المتلقّي، فيبحث المتلقّي داخل النصّ أولاً حتّى يفسّر به ما استغلق عليه، فتكون العلاقة بين المبهم

والمفسر علاقة القفل والمفتاح، إذ لا يمكن الاستغناء عن أحدهما. وكذلك يعطي معيار الإعلامية ملامح تجميلية للنص تشارك في امتاع المتلقي، واكمال مسيرته في القراءة أو السماع؛ لأن ضعف الإعلامية قد يؤدي إلى رفض النص أحياناً^(٢٢).

ويتبين من ذلك أن ارتفاع إعلامية النص هو كسر المتوقع والمألوف من حيث الصياغة والمضمون، فتزداد كفاءة النص كلما ازدادت غرابته بصورة إبداعية.

المبحث الثاني/ مستويات الإعلامية في كتاب (حديث الأربعاء)

وتظهر ملامح الجدة في كتاب (حديث الأربعاء) على مستوى:

١ - اختيار الألفاظ، ويشمل:

أ - اختيار ألفاظ النص من ناحية الشكل:

تحصل الجدة وعدم التوقع باختيار ألفاظ غريبة؛ لأن استعمال الكلمات الغريبة تجعل النص يختلف إعلامياً وهذا الأمر يرتبط بثقافة الكاتب أو المتكلم^(٢٣)، "فكلما كان هناك ابتعاد عن التوقع وكثرة المعتاد والمألوف، زادت الكفاءة الإعلامية"^(٢٤)، ومن أمثله ذلك في مقالات طه حسين قوله: "وأنا ضمين لك بعدولهم عن القديم والجديد حين تتعرض منافعهم للخطر وأغراضهم للفساد"^(٢٥).

استعمل المؤلف صيغة الصفة المشبهة (فعيل) بدلاً من (فاعل) في كلمة (ضمين)؛ لأنه أراد التأكيد على أن الذين يتعصبون للآداب القديم سيعدلون عن القديم والجديد حين تتعرض منافعهم للخطر وأغراضهم للفساد، إذ إن صيغة الصفة المشبهة (فعيل) تأتي في المبالغة، وتدلّ على "معاناة الأمر وتكراره حتى أصبح كأنه خلقه في صاحبه وطبيعة فيه"^(٢٦)، ويقول فاضل السامرائي في الفرق بين اسم الفاعل والصفة المشبهة: "إن الصفة المشبهة تدلّ على الثبوت، ومعنى الثبوت الاستمرار واللزم، أي أنها تدلّ على أن الصفة ثبتت في صاحبها على وجه الدوام نحو: جميل وطويل وكريم...، فإذا أردنا الحدوث حولنا الصفة المشبهة إلى اسم الفاعل"^(٢٧)، والعكس صحيح، فعدل المؤلف عن صيغة اسم الفاعل إلى الصفة المشبهة؛ لتحقيق إثارة أكبر لدى المتلقي بإشعاره بدلالة ثبوت الذي أرادها، وتقريرها عند السامع.

ومثل ذلك قوله: "أرى أن العقاد قد وفق التوفيق كله لفهم السخرية العلانية في رسالة الغفران. ولعلّي أول من سبق إلى ذكر هذه السخرية، ولعلّي لقيت في سبيل هذه السخرية العلانية شيئاً من العنت والأذى، ولكنّي كنت أحب أن يذهب العقاد في تحليل هذه السخرية العلانية إلى أقصى ما تنتهي إليه حرية البحث"^(٢٨)، وفي موضع آخر قال: "ولعلّي أذكر أنني حاولت تقليد الأستاذ وحيد واجتهدت في ذلك، فلم أظفر بشيء، ولم يقدر الله لي هذا الفوز، ولكنه قدره لغيري،

فاستطاع اثنان أو ثلاثة أن يقلّدوه فيحسنوا تقليده، ولكنهم كانوا مقلّدين، أي متكلّفين لا يصدرون عن طبع ولا يجرون مع سجيّة، فلم يتح لهم جمال الصنعة الوحيدة الحرّة^(٢٩). فنلاحظ أنّ المؤلّف صاغ من اسم (أبي العلاء المعريّ) مصدرًا صناعيًا وهو (العلائية)، وفي النصّ الثاني صاغ من اسم (الأستاذ وحيد) مصدرًا صناعيًا، وهو (الوحيدية)، والمصدر الصناعي هو " كلّ لفظ (جامد أو مشتقّ، اسم أو غير اسم) زيد في آخره حرفان، وهما: ياء مشدّدة، بعدها تاء تأنيث مربوطة؛ ليصير بعد زيادة الحرفين اسمًا دالًّا على معنى مجرّد لم يكن يدلّ عليه قبل الزيادة، وهذا المعنى المجرّد الجديد هو مجموعة الصفات الخاصّة بذلك اللفظ"^(٣٠)، فاستعمل المؤلّف صيغة المصدر الصناعي بدلًا من الأسماء؛ ليضيف لهما مجموعة من الصفات، فجعل بذلك للسخرية العلائية وأسلوب الوحيدة منهجًا مستقلًّا متقرّداً، فالمعنى يختلف إذا قال: سخرية أبي العلاء، وأسلوب الوحيد، فباستعماله للمصدر الصناعي زاد على هذين الاسمين معاني أكثر، فزاد ذلك من الكفاءة الإعلامية في النصّ.

ب- اختيار ألفاظ النصّ من ناحية دلالتها ومعناها:

أشار (دي بوجراند) إلى أنّ " المدى الذي تكون فيه العناصر/ المعلومات/ داخل النصّ/ معتادة في معناها وفي أسلوب التعبير عنها وطريقة عرضها؛ فهي تمثّل كفاءة إعلامية منخفضة الدرجة، أو تكون غير معتادة؛ فتمثّل كفاءة عالية الدرجة"^(٣١)، ويمكن تمثيل ذلك في كتاب (حديث الأربعاء) في قوله: " فليهنأ الأستاذ حسن حظّه بما قال ابن بزّي، وليحرص منذ الآن إذا تكلف القديم على أن يكون قديماً حقّاً، لا قديماً من قوارير"^(٣٢).

جاء استعمال لفظة (قوارير) مفيداً لرفع الكفاءة الإعلامية بدرجة أعلى ممّا لو استعمل المؤلّف لفظة مقابلة لمعناها، نحو: (قديماً جامد، أو قديماً غير متجدد)، وغير ذلك من الألفاظ المقابلة لهذا المعنى، إلّا أنّه أثر استعمال لفظة (قوارير)، وهي جمع (قارورة)، والقارورة: " ما قرّ فيه الشراب وغيره، وقيل: لا يكون إلّا من الزجاج خاصّة"^(٣٣)، فاختر المؤلّف هذا اللفظ؛ ليبين للمتلقّي أنّ استعمال الأساليب القديمة يجب أن يكون مناسباً لروح العصر لا موضوعاً في قوالب جامدة، فحقّقت هذه اللفظة قوة تعبيرية في النصّ.

ومن الألفاظ أيضاً قوله: " وهو مسرف أيضاً حين يقول: إنّ الأدباء المصريين لم يكن لهم شأن في حركة الاستقلال؛ فهم لم يقودوا الأمة في هذه الحركة، وإنّما قادتهم الأمة، بل قادهم الرّعاع إلى الاستقلال"^(٣٤).

استعمل المؤلّف لفظة (الرّعاع) التي شاركت في رفع درجة الكفاءة الإعلامية أكثر ممّا لو استعمل لفظة مرادفة لها، فرعاع الناس هم: سُقاطهم وسفَلَتُهُمْ^(٣٥)، إذ عبّر بهذه اللفظة عن سخطه من قول

(سلامة موسى): إنَّ الأدباء المصريين لم يكن لهم شأن في حركه الاستقلال، فطه حسين يرى أنَّ الأدباء المصريين كان لهم أثر كبير في حركة الاستقلال.

٢- الجدة في محتوى النصّ والربط بين الوقائع:

إنَّ مصطلح الإعلامية يستعمل " للدلالة على ما يجده مستقبلو النصّ في عرضه من جدة وعدم توقّع. وفي العادة تطبق هذه الفكرة على المحتوى والربط بين الوقائع في النصّ"^(٣٦)، وتظهر ملامح الجدة في محتوى النصّ في مقالات طه حسين، وذلك عند افتتاح مقالاته بعبارات تجذب المتلقّي، ومنه قوله في مقالته (الذوق الأدبي): " شديد جدًّا حرج هذا الموقف الذي يضطر إليه الصحفي إذا أراد أن يكون حرًّا، وإذا أراد أن يقدر حرّيّة غيره، فيبيع صحيفته لنقد الناقدين واختصام المختصمين"^(٣٧).

فابتدأ المؤلّف مقالته بعبارة (شديد جدًّا حرج هذا الموقف)؛ ليرفع سقف التوقّع ويثير بها فضول المتلقّي ويشدّ انتباهه للنصّ؛ لأنّه يطرح فيها قضية مهمّة وهي أمانة الصحفي في عمله ونقل الوقائع كما هي دون تحريف أو تغيير، فتحقّق بهذه العبارة الكفاءة الإعلامية في النصّ. ومثل ذلك قوله في مقالته (حول أسلوب في العتب): " قصير جدًّا هذا الحديث؛ لأنّ الأدباء الذين خاصمهم الأستاذ الرافعي وخاصموه لم يتركوا لي موضعًا في صحيفة الأدب. ولكني أردت مع هذا أن أتحدّث إلى هؤلاء الأدباء بشيء من العتب قليلاً"^(٣٨).

نجد في هذه المقالة أنّ المؤلّف افتتحها بعبارة (قصير جدًّا هذا الحديث)؛ ليشدّ المتلقّي إلى مضمون النصّ، والسبب الآخر؛ لأنّ الأدباء الذين خاصمهم الأستاذ الرافعي وخاصموه لم يتركوا له موضعًا في صحيفة الأدب، أي أنّهم تجاوزوا على بعضهم في الخصومة ممّا ألزم طه حسين في القول، فبهذه العبارة أثار فضول المتلقّي لما يستتبع بعدها، فكسر بهذه العبارة المتوقّع، فحقّق في النصّ الكفاءة الإعلامية.

ومن ملامح الجدة في نصوص (حديث الأربعاء) هو سرد قصص من الواقع؛ لإيصال فكرة إلى المتلقّي، ومن ذلك قوله: "لست أنسى أنّي ذهبت في بعض أيام الصيف مع جماعة من الأصدقاء نستريح في مدينة (فونتنبلو)، وكان بين هؤلاء الأصدقاء رجل أحبّ شيء إليه أن يخرج للنزهة، فيمضي في غير طريق ويسعى على غير هدى، وكان إذا خرجنا معه إلى الغابة لم نلبث أن نسمع منه هذه الجملة: "هلمّ نضلّ في الغابة ساعات". وكان سعيدًا كلّ السعادة حين يضلّ. ولكنّ غابة (فونتنبلو) على سعتها واختلاطها محدودة لا يلبث الضالّ فيها أن يهتدي. أمّا الغابة التي يألفها شاعرنا المهندس فليس محدودة؛ لأنّها ليست في الأرض ولا في السماء، وإنّما هي

في الكون، أو هي الكون الذي أكبر من الأرض والسماء. فإذا ضلّ فيها شاعرنا فليس إلى أن يهتدي من سبيل. والواقع أن لم يهتد، وأنه إن مضى على حاله هذه فلن يهتدي أبداً^(٣٩).

من خلال قراءة هذا النصّ يتبيّن أنّ المؤلّف ربط بين حدث من واقعه وبين نقده لقصيدة علي محمود طه (الملاح التائه)، فأراد المؤلّف بهذا الربط أن يصل فكرة إلى المتلقّي، وهي أنّ الغموض في الشعر محبّب على أن لا يكون غموضاً ليس من وراءه بيان، كما فعل الشاعر علي محمود طه في قصيدته (الملاح التائه)، التي شبّهها طه حسين بالغابة التي هي ليست محدودة، فإذا ضلّ فيها شاعرنا فليس إلى أن يهتدي من سبيل، فهذا الربط رفع الكفاءة الإعلامية في النصّ، إذ لم ينقل المؤلّف الفكرة إلى المتلقّي بصورة مباشرة، فحقّق بذلك إعلامية عالية في النصّ.

وتظهر الجدة في محتوى النصّ في أسلوب طه حسين الساخر في نقده، إذ يقول (سعيد عدنان): "وجد طه حسين الموضوع الذي يكتب فيه نثره في النقد الساخر العنيف"^(٤٠)، ومن ذلك نقده لكتاب الراجعيّ الموسوم بـ(رسائل الأحزان في فلسفة الجمال والحب)، فقال: "أستغفر الله! ومتى أبيح لمثلي من الضعفاء أن ينهض لتقليد الراجعيّ! أعترف بأنّي عاجز عن أن آتي بكتاب ككتاب الراجعيّ أو بفصل كفصول الراجعيّ؛ لأنّ الله لم يرد أن أكون غامضاً غموض الراجعيّ، ولا كاذباً على نفسي وعلى الناس كذب الراجعيّ، ولا عابثاً بجمال هذه اللغة عبث الراجعيّ، ولا متسولاً على الناس في المدح والثناء تسوّل الراجعيّ، ولا حاقداً على الناقدين حقد الراجعيّ"^(٤١).

نلاحظ في هذا النصّ أنّ المؤلّف ابتدأه وكأنّه ينتقص من قدرته على تقليد أسلوب الراجعيّ في الكتابة، إلّا أنّه عند متابعة النصّ نجد أنّه يسخر من أسلوب الكاتب، فينعتقه بصفات، ومنها (الغموض، والكذب، والعبث باللغة، والتسوّل بالمدح، والحدق على النقاد)، فأثار طه حسين من خلال أسلوبه هذا دهشة المتلقّي، فحقّق بذلك الكفاءة الإعلامية في النصّ.

ومثل ذلك قوله في نقد كتاب محمود أبي الوفا (أنفاس محترقة)، إذ قال: "فهو لا يرى أنّ الإيمان نقيض الكفر، وإنّما يرى أنّ الإيمان مرادف الحياة. فكلّ حيّ مؤمن سواء أكان كافراً أم مؤمناً. وعلى ذلك فآدم لم يقترب خطيئة ولا إثماً حين عصى الله، وأكل من الشجرة، وإنّما رغب في الحياة الحرة المستقلة. فإذا كنت قد فهمت من هذا شيئاً فأنت رجل عظيم الحظّ من الذكاء حقّاً. أمّا أنا فلا أفهم من هذا الكلام إلّا ضرب من اللغو، يريد صاحبه أن يزعم لنفسه فنّاً من فنون الفلسفة، فيه خروج على ما ألف الناس من أحكام الدين"^(٤٢).

عند قراءة هذا النصّ نجد أسلوب السخرية في قوله: (فإذا كنت قد فهمت من هذا شيئاً فأنت رجل عظيم الحظّ من الذكاء حقّاً)، إذ سخر طه حسين من فكر الكاتب، فهو لا يرى أنّ الإيمان نقيض الكفر، وإنّما يرى أنّ الإيمان مرادف الحياة، فرأى طه حسين أنّ هذا الكلام ضرب من اللغو، يريد

صاحبه أن يزعم لنفسه فناً من فنون الفلسفة، فيه خروج على ما ألف الناس من أحكام الدين، فمن خلال أسلوبه الساخر حقق كفاءة إعلامية عالية تشد انتباه المتلقي إليه. فالإعلامية هي مدى الجدة أو عدم التوقع في النص، فضوايتها لا بد أن تكون عاملاً في تحديد استعمال خيارات خاصة في جميع أنواع السياقات ومنح الدافعية لهذا الاستعمال دون غيره من الاستعمالات لرفع الكفاءة الإعلامية لدى المتلقي.

الخاتمة:

- عند دراستي لـ (الإعلامية في كتاب (حديث الأربعاء) لطفه حسين دراسة في ضوء علم اللغة النصي) توصلت إلى جملة من النتائج، ومن أهمها:
- ١- الإعلامية تتعلق بمدى (توقع/ عدم توقع) أو (معرفة/ عدم معرفة) العناصر (الوقائع) التي يقدمها النص، ويقصد بذلك المعلومات الجديدة التي يقدمها النص للمتلقي، فإن كان المتلقي يتوقع هذه المعلومات الجديدة.
 - ٢- وتختلف درجة الإعلامية من نص إلى آخر وفقاً لنوعه وغايته، ولكن مما يؤكد علماء النص، هو أن كل نص يجب أن يشتمل على قدر من المعلومات الإعلامية.
 - ٣- تحصل الجدة وعدم التوقع باختيار ألفاظ غريبة؛ لأن استعمال الكلمات الغريبة تجعل النص يختلف إعلامياً وهذا الأمر يرتبط بثقافة الكاتب أو المتكلم.
 - ٤- إن مصطلح الإعلامية يستعمل للدلالة على ما يجده مستقبلو النص في عرضه من جدة وعدم توقع. وفي العادة تطبق هذه الفكرة على المحتوى والربط بين الوقائع في النص.

الهوامش:

- (١) البيان والتبيين: ٨٩/١-٩٠.
- (٢) عيار الشعر: ١٢٥.
- (٣) أسرار البلاغة: ١٤١.
- (٤) النصّ والخطاب والإجراء: ١٠٥.
- (٥) ينظر: الإعلاميّة أبعادها وأثرها في تلقي النصّ نظرة تاريخيّة: ٩-١٠.
- (٦) ينظر: ديناميّة النصّ: ٤٧.
- (٧) ينظر: اتجاهات لغويّة: ٣٧٩-٣٨٠.
- (٨) الدلالة والنحو: ٢٣١، وينظر: نظرية علم النصّ: ٦٦.
- (٩) ينظر: من لسانيات الجملة إلى علم النصّ: ٢٦، والمصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب: ١٢٨، النحو القرآني في ضوء لسانيات النصّ: ١٦٦.
- (١٠) ينظر: نحو النصّ بين الأصالة والحدّات: ٩٦، ونحو أجروميّة للنصّ الشعريّ: ١٥٤، أصول المعايير النصيّة في التراث النقديّ والبلاغيّ عند العرب: ٦٤.
- (١١) ينظر: نحو النصّ، عثمان أبو زنيد: ٢٧.
- (١٢) ينظر: اجتهادات لغويّة: ٣٧٩، ومدخل إلى علم اللغة النصّيّ: ٩٤، أسس لسانيات النصّ: ١٥٢.
- (١٣) ينظر: نظريّة النقد الأدبي الحديث: ١٠٢، وعلم النصّ ونظريّة الترجمة: ٥٠-٥١.
- (١٤) مدخل إلى علم لغة النصّ: ٣٣.
- (١٥) النصّ والخطاب والأجراء: ٢٤٩.
- (١٦) في اللسانيات العربيّة المعاصرة: ٢٣٣.
- (١٧) ينظر: نظرية علم النصّ، حسام أحمد فرج: ٦٦-٦٨.
- (١٨) ينظر: نفسه: ٧٠.
- (١٩) ينظر: نحو النصّ، أحمد عفيفي: ٨٦.
- (٢٠) مدخل إلى علم اللغة النصّيّ: ٩٤.
- (٢١) ينظر: نظرية علم النصّ: ٧٥.
- (٢٢) ينظر: مدخل إلى علم النصّ، إلهام أبو غزالة: ٣٣.
- (٢٣) ينظر: علم لغة النصّ، عزة شبل: ٧٠.

- (٢٤) نفسه: ٦٨.
- (٢٥) حديث الأربعاء: ٦١٢/٣.
- (٢٦) معاني الأبنية في العربية: ١٠٢-١٠٣.
- (٢٧) نفسه: ٦٥.
- (٢٨) حديث الأربعاء: ٦٨٤/٣.
- (٢٩) نفسه: ٧١٣/٣.
- (٣٠) النحو الوافي: ١٨٦/٣.
- (٣١) نظرية علم النصّ: ٦٦.
- (٣٢) حديث الأربعاء: ٥٩٥/٣.
- (٣٣) لسان العرب، (قرر): ٨٧/٥.
- (٣٤) حديث الأربعاء: ٦٧٩ /٣.
- (٣٥) لسان العرب، (رّع): ١٢٨/٨.
- (٣٦) علم لغة النصّ، عزة شبل: ٦٨.
- (٣٧) حديث الأربعاء: ٥٩٤/٣.
- (٣٨) نفسه: ٥٩٩ /٣.
- (٣٩) حديث الأربعاء: ٧٢٥/٣.
- (٤٠) طه حسين المقاتلي: ٨.
- (٤١) حديث الأربعاء: ٧٠٧ /٣.
- (٤٢) نفسه: ٧٧٠/٣.

