



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة بابل

كلية الآداب

قسم اللغة العربية

وسائل الإقناع في قصيدة الطين لإيليا أبي ماضي

بحث قدمه الطالب (دينا حيدر حسين شاكر) إلى مجلس قسم اللغة العربية بكلية الآداب

وهو جزء من متطلبات نيل شهادة البكالوريوس في اللغة العربية وآدابها

بإشراف

د. كاظم جاسم منصور

2022م

1443هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(إِنَّمَا الْعِلْمُ مِنَ عِنْدِ اللَّهِ وَأُبَلِّغُكُمْ مَا أُرْسِلْتُ بِهِ وَلَكِنِّي أَرَاكُمْ قَوْمًا تَجْهَلُونَ)

سورة الأحقاف: 23

الإهداء

الى أمي وأبي الذين سانداني طوال مراحل الدراسة...
والي جميع أساتذتي الكرام.....
والي زملائي في الدراسة.....
أهدي جهدي المتواضع هذا

المحتويات

.....	المقدمة
.....	المبحث الأول: مفهوم وسائل الإقناع
.....	المبحث الثاني: تحليل قصيدة الطين في ضوء استراتيجيات الإقناع
.....	الخاتمة
.....	المصادر والمراجع

المقدمة

المقدمة

بسم الله الرحمن الرحيم

والحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيد المرسلين وآله الطيبين وصحبه المنتجبين، وبعد:

فقد اخترت قصيدة الطين للشاعر إيليا أبي ماضي موضوعاً لبحثي، وبما أن محاور القصيدة تدور حول إقناع المتكبر على التواضع، وسمت بحثي بـ (وسائل الإقناع في قصيدة الطين للإيليا أبي ماضي) فتحدثت في المبحث الأول عن مفهوم وسائل الإقناع انطلاقاً من مفهوم استراتيجيات الخطاب. وحاولت في المبحث الثاني أن أخوض في تحليل قصيدة الطين في ضوء وسائل الإقناع.

و قد اعتمد في بحثي على أهم المصادر التي تمدني بالمعلومات الكافية للإنجاز البحث، ومنها: استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري ، واستراتيجيات الخطاب عند الإمام علي الحجاجية ، الحواس مسعودي وتداولية الخطاب السردية، دراسة تحليلية في وحي القلم، للرافعي، واستراتيجيات الإقناع في خطب الإمام الحسن (ع) في صلحه مع معاوية مقارنة تداولية، د. كاظم جاسم منصور، وديوان إيليا أبي ماضي، وغيرها من المصادر ذات العلاقة.

وكل عمل لا بد أن تواجهه بعض الصعوبات، فمن الصعوبات التي واجهتها في كتابة البحث : قلة المصادر، وضيق الوقت. وبفضل الله وجهود أستاذي المشرف تم تجاوز تلك الصعوبات، فهو لم يبخل علي بمصدر أو معلومة، وقد أفدت من توجيهاته وتصويباته حتى استوى البحث على ما هو عليه، فله مني جزيل الشكر والتقدير.

المبحث الأول

مفهوم وسائل الإقناع

مفهوم الإقناع:

إن غاية المتكلم التي يرمي إليها في خطابه إقناع المخاطب أي إحداث تغيير في الموقف الفكري أو العاطفي . وينبني فعل الإقناع وتوجيهه على افتراضات سابقة بشأن عناصر السياق ولأسيما المخاطب، وتستعمل استراتيجيات الإقناع من أجل تحقيق أهداف المتكلم من أجل توصيل مقاصده إلى المخاطب وإقناعه بأسلوب حجاجي . إذن غاية كل حجاج هي تحصيل الإقناع، وإذعان العقول بالتصديق لما يطرحه المرسل، او العمل على زيادة الإذعان هو الغاية لكل حجاج ، فأنجح حجة هي تلك التي تنجح في تقوية حدة الإذعان عند من يسمعها وبطريقة تدفعه الى المبادرة سواء بالإقدام عن العمل أو بالإحجام عنه (١).

مفهوم الاستراتيجية

تعد الاستراتيجية مصطلحا عسكريا بالأساس فهي مأخوذة في أصلها من الكلمة الإغريقية (strato) التي تعني الجيش او الحشود ثم سرعان ما وجد لها طريقاً الى ميادين الاقتصاد والتعليم في مجال الأفكار وأنظمة الخطاب المعرفي قد استخدم ميشال فوكو مصطلح تكون الاستراتيجية (١). فالاستراتيجية تعني فن الإدارة والقيادة نتيجة للتطور الفكري صار لكل حقل من الحقول المعرفة الاستراتيجية الخاصة التي تلائم معطياته، ولضمان نجاح الاستراتيجية ينبغي توافق وتآزر وتكافل كافة الاستراتيجيات المختلفة لكي تؤدي مجتمعة ومتظافرة الى تحقيق الهدف العام(٢).

(1) ينظر : استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية ، عبد الهادي بن ظافر الشهري ، دار الكتاب المتحدة الجديد ، ط١ ٢٠٠٤ : 356. واستراتيجيات الإقناع في خطب الامام الحسن (ع) في صلحه مع معاوية مقارنة تداولية (بحث مخطوط) د. كاظم جاسم منصور : 2 .

(2) ، حفريات المعرفة، ميشال فوكو، المركز الثقافي العربي، ط٢، بيروت، 1978: ٦٠.

مفهوم الاستراتيجية العام

يمارس الإنسان أفعالاً كثيرة في حياته ينبغي من ورائها تحقيق أهداف بعينها ولا يستطيع أن يمارس هذه الأعمال في وضع مستقل عن سياق المجتمع الذي ينتمي إليه، ولذلك فإنه يتخذ طريقة معينة يتمكن بها من مراعاة الأطر التي تحف بعمله أولاً وعناصر السياق وتمكنه من تحقيق هدفه ثانياً (١).

وتتنوع الأعمال التي ينجزها الإنسان بين أعمال اجتماعية وثقافية وتجارية ولغوية، غير أن هذا التنوع لا يقف عائقاً دون الجزم بالحاجة الي تنوع في طرق انجازها لان الإنسان ينجزها في سياق اجتماعي ذي عناصر مؤثرة (٢) .

فالاستراتيجيات طرق محددة لتناول مشكلة ما او القيام بمهمة من المهمات او هي مجموعة عمليات تهدف الى بلوغ غايات معينة او هي تدابير مرسومة من اجل ضبط المعلومات المحددة والتحكم بها.

(1) استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية: 52-53.

(2) م. ن: ٥3.

استراتيجية الإقناع

فمن الاهداف التي يسعى المرسل الى تحقيقها من خلال خطابه إقناع المرسل اليه بما يراه، أي إحداث تغير في الموقف الفكري او العاطفي(١) لديه . ولتحقيق هذا الهدف استراتيجية تداولية تعرف باستراتيجية الإقناع ((إذ تكتسب اسمها من هدف الخطاب . وتختلف الاستراتيجيات التي تسهم في ذلك من ناحية العلاقة بين طرفي الخطاب او من ناحية تجسيدها لشكل الخطاب اللغوي، كما تختلف الآليات والأدوات اللغوية، وذلك لاختلاف الحقول التي يمارس المرسل فيها الإقناع مثل الحقل العلمي أو الاجتماعي او السياسي)) (٢).

تركز الوظيفة الإقناعية على الأثر الذي يحدثه الخطاب لدى المتلقي فالمتكلم، يستعمل اللغة لغاية نفعية(٣).

يتشكل الخطاب الإقناعي وفق الاستراتيجية التي تحقق الهدف والغايات المتوخاة من عملية التخاطب، فمدار الكلام على استدراج المستمع الى الإذعان والتسليم فلا انتقاع بإيراد الألفاظ الفصيحة ولا المعاني اللطيفة من دون أن تكون مساهمة في تحقيق غرض الإقناع. إن توظيف آليات الإقناع في الحدث اللساني يرجع الى عدد من المسوغات، إن التأثير التداولي في المرسل إليه يقوى ديمومتها، فهي تمتاز بالشمولية إذ تمارس على جميع الأصعدة، وتعتمد على تنامي الخطاب ولذلك صارت الاستراتيجية الإقناعية من أهم ملامح الخطاب المعاصر باعتباره سلطه مقبولة لدى الجمهور(4).

(1) ينظر : استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية:445.

(2) المصدر نفسه: ٤٤٥ .

(3) المصدر نفسه: ٤٤٦ .

(4) أصول الحوار وتحديد الكلام ، طه عبد الرحمن، المركز الثقافي العربي، ط٢، د.ت: ١٥٤- ١٥٥.

يعتبر الإقناع من أهم الشروط التداول اللغوي فالمرسل عندما ما يطلب من غيره بمشاركة اعتقاداته فإن مطالبته لا تكتسي صفة الإكراه، وإنما تتبع في تحصيل غرضها سبلا استدلالية متنوعة لجر الآخر جراً الى الإقناع برأي المحاور، وقد تزوج أساليب الإقناع فتكون إذ ذلك اقدر على التأثير في اعتقاد المخاطب وتوجيه سلوكه (١).

أهم استراتيجيات الإقناع

١- الاستراتيجية التوضيحية

من طبيعة الحال أنها نسبية وهذا سبب تباين الناس في تعريفها وتحديد شروطها ونتائجها بدقة صارمة وليس التضامن بدعاً من ذلك ونتيجة لهذا التعدد فإن مفهوم التضامن مفهوم معقد ومراوغ فهو مصنف نظري بحت (2).

ورغم هذا يمكن الحدس بمفهوم الاستراتيجية التضامنية تقريبا بأنها الاستراتيجية التي يحاول المرسل ان يجسد بها درجة علاقته بالمرسل اليه ونوعها وان يعبر عن مدى احترامه لها ورغبته في المحافظة عليها او تطويرها بإزالة معالم الفروق بينها، وإجمالاً هي محاولة التعرف من المرسل اليه وتقريبه (3).

مسوغات الاستراتيجية التوضيحية

1- تأسيس الصداقة بين طرفي الخطاب او إعادتها بين طرفين فرق بينهما فابتعدا كثيراً عن بعضها الآخر او العمل على تمرير العلاقة بين طرفين لهما علاقة دائمة.

(1) اصول الحوار وتحديد الكلام ٢: ١٥٤- ١٥٥

(2) استراتيجية الخطاب مقارنة لغوية تداولية: 256.

(3) م.ن: 257.

- 2- التركيز على حسن التعامل مع صاحب السلطة بطريقة تحقق الاهداف وتنتقل المقاصد وتؤسس العلاقات الطيبة معه.
- 3- تحسين صورة المرسل امام الآخرين اذا كان معروفاً بالتشدد في آرائه او التسلط او التوخي الطريقة الرسمية والجفاء في خطابه .
- 4- تفعيل التضامن في حياة الناس بما ينعكس على التفاعل الخطابي وتطوير حقهم في ممارسة الحياة بحرية مع تقليص دور السلطة .
- 5- اهمية استعمالها في الحقول التعليمية حيث يكون التأدب والتخلق في الخطاب مع الطالب تيسر الفهم وزرع الحب فتصبح طريق للعلم وسبيلا للمعرفة.
- 6- كسب ولاء الناس من الاهداف الرئيسة التي يسعى اليها السياسي الى تحقيقها
- 7- انتشار الاستراتيجية التضامن في التحقيقات مثلا لإراحة المتهم وتطمينه وزرع الثقة في نفسه(1) .

الاستراتيجية التوجيهية : تعرف الاستراتيجية التوجيهية "بأنها الاستراتيجية التي يرغب المرسل بها تقديم توجيهات ونصائح وأوامر ونواهي يفترض انها لصالح المخاطب والمرسل اليه، ولا يعد التوجيه هنا فعلا لغويا فحسب، وإنما يعد وظيفة من وظائف اللغة التي تعنى بالعلاقات الشخصية حسب تصنيف هالداي، إذا إن اللغة تعمل على أنها تعبير عن سلوك المرسل وتأثيره في توجيهات المرسل إليه وسلوكه"⁽⁴⁾. وتعتمد الاستراتيجية التوجيهية على الأفعال الكلامية المندرجة تحت مسمى التوجيهيات. ويعد أسلوب الاستفهام من أهم متطلبات استعمال هذه الاستراتيجية، على وفق قواعد مبدأ التعاون. وبذلك يصبح التوجيه إقناعا من حيث أنه يقود الى حوار حجاجي، وقد تكون صياغة الحجة على صورة تساؤل أو أمر أو نهى⁽²⁾.

(1) استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية: 261.
(2) ينظر: استراتيجيات الخطاب القرآني سورة ال عمران مقاربه تداوليه (أطروحة دكتوراه)، جيلي هديه ، سطيف الجزائر ، ط(1)
2016- 2017 . 56.

مسوغات استعمال الاستراتيجية التوجيهية

- 1- عدم التشابه في عدد من السمات مثل السمة المعرفية الطالب الاستاذ خصوصاً المبتدئ الذي يحتاج الى توجيهه اكثر من ملاطفته او عند الشعور بعدم تطابق الامزجة.
- 2- عدم وجود تكرار غفي الاتصال بين طرفي الخطاب اذ تنحصر اللقاءات في اللقاءات الرسمية التي يؤطرها جو العمل مثلاً
- 3- الشعور بالتفاوت في مستوى التفكير بين طرفي الخطاب مما يؤثر في فهم كل منهما لطبقة الاخر
- 4- تهميش ما قد يحدثه استعمال هذه الاستراتيجية من اثر عاطفي سلبي على المرسل اليه
- 5- تصحيح العلاقة بين طرفي الخطاب غير المتكافئين في المرتبة واعادتها الى سيرتها الاولى
- 6- رغبة المرسل في الاستعلاء او الارتقاء بمنزلته الذاتية
- 7- اصرار المرسل على تنفيذ قصده عند انجاز الفعل وعلى حصول اقصى مقتضى خطابه والتأثير على انه لا يتوانى تعقب خطابه والتمسك بمدلوله
- 8- حصول تحدّ واضح للمرسل او لتعليماته او تحد ضد الانظمة والتعليمات العامة او بالإساءة رغم سلطته
- 9- مناسبة السياق التفاعلي للاستعمال التوجيهية بين الطبيب والمريض مثلاً عندما لا يتلفت الى الترتاب الاجتماعي بينهما (1)

الاستراتيجية التلميحية

وتظهر في عدم التصريح بالقصد أو الاكتفاء بالتلميح والإشارة له، ومن أدواتها المجاز والاستعارة والتشبيه والكناية، وأفعال الكلام غير المباشرة، واتخاذ القرار، وإعطاء الوعود، وإبرام العقود التي تؤدي بعبارات لغوية صرفت عن معناها الأصلي الى معنى آخر يفهم واسطة القرائن السياقية وغير السياقية⁽³⁾. وبذلك يصبح التلميح في بعض السياقات التواصلية أنجع وسيلة لأداء مقاصد المتكلم في ضمن ما يسمى بمتضمنات القول⁽¹⁾.

مسوغات استعمال الاستراتيجية التلميحية(2)

- 1 - التأدب في الخطاب وهو من اهم الاسباب اذ يستعملها المرسل مراعاة لما تقتضيه بعض الابعاد مثل البعد الشرعي وما يمليه من ضرورة أطراح فاحش القول . والبعد الاجتماعي بضرورة احترام اذواق الاخرين واسمائهم
- 2 - اعلاء المرسل لذاته على حساب الاخرين واضفاء التفوق عليها بذكر معائبهم او الانتقاص من اقدارهم مثلا لان التفوق حاجة فردية ومنزع انساني
- 3 - رغبة المرسل احيانا في التملص والتهرب من مسؤولية الخطاب وذلك يجعل الخطاب يحتمل اكثر من تأويل منها القريب ومنها البعيد. فيختار المرسل اليه اكثر من التأويلات الممكنة مما يعتقد انه الانسب للسياق
- 4 - استجابة للخوف لذلك يستعمل المرسل هذه الاستراتيجية لئلا يتخذ المرسل اليه خطابه دليلا عليه ولذلك فقط يجيبه المرسل اليه بخطاب تلمحي يشوبه الحذر ايضاً

(1) تداوليه الخطاب السردى، محمد طلحة ، عالم الكتاب الحديث، ط1، 2012: 146.

(2) ينظر: استراتيجية الخطاب مقارنة لغوية تداولية: 328.

المبحث الثاني

تحليل قصيدة الطين في ضوء

استراتيجيا الإقناع

لا يخفى أن الشاعر إيليا أبا ماضي من شعراء المهجر، بل هو من أهمهم ومن مؤسسي الرابطة القلمية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتتحو قصائده منحى رومانسيا في الغالب، ومنحى فلسفيا في قصائد أخرى كقصيدة الطين والطلاسم والتينة الحمقاء والحجر الصغير، ولعل قصيدة الطين التي ضمها ديوان الجداول أهم تلك القصائد الفلسفية، وهي تدور في جملتها حول رفض التكبر عند البشر والدعوة الى التواضع، وتكشف عن رؤية الشاعر للحياة والكون والوجود، وتعبّر عن فلسفته وطموحه وآماله، وتصور ذاته وأحاسيسه وحكمته وآراءه في الناس والمجتمع. والقصيدة تحمل في طياتها أبعادا إنسانية تتطرق من موقف خلاف أو خصومة في مجتمع غريب - في بلد المهجر - يختلف عن مجتمعه العربي، فالخلاف كما يبدو هو السبب الرئيس في نظم هذه القصيدة (1). وعلى وفق مفهوم وسائل الإقناع سنتابع قصيدة الطين لإيليا أبي ماضي، مستنيرين بالجو العام للقصيدة، للكشف عن تلك الوسائل التي اعتمدها الشاعر في بنائها.

1-الاستراتيجية التوضيحية: استعمل الشاعر الاستراتيجية التوضيحية في معظم

مقاطع القصيدة، فقد بدأ قصيدته بقوله(2):

نسيّ الطينُ ساعةً أَنَّهُ طينٌ

حَقِيرٌ فَصَالَ تِيهَا وَعَرَبَدَ

وَكَسَى الخَزُّ جِسْمَهُ فَنَبَاهِي

وَحَوَى المَالَ كَيْسُهُ فَنَمَرَدَ

فالشاعر يوضح للخصم المتكبر أنه خلق من طين حقير وصار يتباهى بملبسه وماله، لغرض إقناعه بضرورة التواضع.

(1) قصيدة الطين إيليا أبو ماضي دراسة وتحليل، د. ضياء الصديقي، شبكة المعلومات.

(2) من أعمال الشاعر إيليا أبي ماضي- الجداول، الخمائل، تبر وتراب، إيليا أبو ماضي دار كاتب

وكتاب، بيروت، 1988: 40.

وقوله(1):

أَنْتَ لَمْ تَصْنَعْ الْحَرِيرَ الَّذِي
تَلْبَسُ وَاللُّؤْلُؤَ الَّذِي تَتَّقَلَّدُ
أَنْتَ لَا تَأْكُلُ النَّضَارَ إِذَا جَع
ت وَلَا تَشْرَبُ الْجُمَانَ الْمُنْضَدَّ
أَنْتَ فِي الْبُرْدَةِ الْمُوشَاةِ مِثْلِي
فِي كِسَائِي الرَّدِيمِ تَشْقَى وَتُسْعَدُ
لَكَ فِي عَالَمِ النَّهَارِ أَمَانِي
وَرَأَى وَالظَّلَامُ فَوْقَكَ مُمْتَدَّ
وَلِقَلْبِي كَمَا لِقَلْبِكَ أَحْلَا
مُ حِسَانٌ فَإِنَّهُ غَيْرُ جَلْمَدٍ

مبني على الاستراتيجية التوضيحية، إذ يوضح الشاعر الى المتكبر أنه لم يصنع الحرير الذي يلبسه ولم يتزين باللؤلؤ ولم يأكل النضار ولا يشرب الجمان وهو كالشاعر يكتسي ببردة ويحلم كما يحلم(2). فلماذا إذن هذا التكبر مادام حاله كحال الشاعر.

الاستراتيجية التوجيهية: وقد استعمل الشاعر الاستراتيجية التوجيهية في قصيدته بأسلوب النهي والاستفهام. فمن أسلوب النهي قوله(2):

يَا أَخِي لَا تَمِلْ بِوَجْهِكَ عَنِّي
مَا أَنَا فَحْمَةٌ وَلَا أَنْتَ فَرْقَدٌ

فالشاعر ينهى المتكبر أن لا يميل بوجهه عنه، فلم يكن الشاعر فحمة ولا هو أي المتكبر فرقدا، فلماذا هذا التكبر؟

(1) قصيدة إيليا أبو ماضي دراسة وتحليل، د.ص.

(2) من أعمال الشاعر إيليا أبي ماضي - الجداول، الخمائل، تير وتراب: 39.

وأما أسلوب الاستفهام فقد استعمله الشاعر بكثرة في قصيدته، ومن بين متطلبات التوجيه الطلب وهذا ما يميز الاستفهام عن غيره من الأساليب (1)، ومن أمثله في قصيدة الطين، قوله(2):

أَمَانِيَّ كُلُّهَا مِنْ تُرَابٍ
وَأَمَانِيكَ كُلُّهَا مِنْ عَسَجِدٍ
وَأَمَانِيَّ كُلُّهَا لِلتَّلَاشِي
وَأَمَانِيكَ لِلخُلُودِ المُوَكَّدِ

فالشاعر عن طريق الاستفهام الإنكاري، ينكر على المتكبر أن تكون أمني الشاعر من تراب تتلاشى وأمانيه من عسجد خالدة، وبهذا الأسلوب الاستفهامي يوجه المتكبر وجهة صحيحة نحو التواضع واحترام الناس. ومن الاستفهام أيضا قوله(3):

أَدْمُوعِي خِلْ وَدَمْعُكَ شَهْدٌ
وَبُكَائِي ذُلٌّ وَنَوْحُكَ سُؤْدُ
وَابْتِسَامِي السَّرَابُ لَا رِيَّ فِيهِ
وَابْتِسَامَاتُكَ اللَّالِي الخَرْدُ

فالشاعر يستفهم مستكرا على المتكبر أن تكون دموعه لا قيمة لها ودموع المتكبر ذات قيمة عالية، وبكاؤه فيه ذل وبكاء المتكبر عز وسؤود، وابتساناته سراب لا ماء فيها وابتسامات المتكبر لؤلؤ فاخر. ومثل هذا الاستنكار يعد توجيهها للمخاطب بأن يغير من سلوكه وأن يتواضع ويترك التكبر والخيلاء(3).

(1) ينظر: قصيدة إيليا أبو ماضي دراسة وتحليل: د.ص.

(2) من أعمال الشاعر إيليا أبي ماضي - الجداول، الخمائل، تير وتراب: 41.

(3) ينظر: قصيدة إيليا أبو ماضي دراسة وتحليل: د.ص.

ومن الأساليب التي تخص الاستراتيجية التوجيهية أسلوب النداء: إذ يضع هذا الأسلوب المخاطب وجها لوجه مع المتكلم، لغرض توجيهه وجهة ما، ويتجلى ذلك في قول الشاعر(1):

يا أخي لا تمل بوجهك عني

ما أنا فحمة ولا أنت فرقد

وقوله(2):

أيها المزدهي إذا مسك السقف

م ألا تشتهي ألا تنتهت

وقوله(3):

أيها الطين لست أنقى وأسمى

من تراب تدوس أو تتوسد

استعمل الشاعر في هذا المقطع ثلاثة أساليب يتقدمها أسلوب النداء الحميم عن طريق الأخوة الإنسانية (يا أخي) المشفوع بالطلب بأسلوب النهي (لا تمل بوجهك عني) ألا يعرض بوجهه عنه، والنهي يتضمن قوة إنجازية تقيد الترك والكف عن سلوك إمالة الوجه تكبرا، والنفي (ما أنا فحمة ولا أنت فرقد)، فلم يكن الشاعر فحمة تزدرى ولا هو فرقد يتباهى بنور وجهه. ويمضي الشاعر بتكرار النفي (أنت لم تصنع ، أنت لا تأكل، لا تشرب)، وهذه الأساليب مجتمعة تتضمن رسالة موجهة الى المخاطب الخصم مفادها : خفف من كبريائك وتواضع فإنك لست فرقدا ولا أنا فحمة فتتعالى عليّ، وأنت لم تصنع الحرير الذي تلبس واللؤلؤ الذي تتقلد، ولا تأكل الذهب ولا تشرب اللؤلؤ، فلم هذا التكبر والتعالي؟

(1) من أعمال الشاعر إيليا أبي ماضي - الجداول، الخمائل، تير وتراب: 41.

(2) م. ن: 41.

(3) م. ن: 42.

(4) ينظر: قصيدة إيليا أبو ماضي دراسة وتحليل: د.ص.

3-الاستراتيجية الحجاجية: وهي استراتيجية يسعى المتكلم فيها الى اقناع المخاطب بمشاركته رأياً او فكرة يعتقد انها الاصوب ويقدم في ظل هذه الاستراتيجية حججا وبراهين تؤيد اعتقاده. اذن فالخاصية لهذه الاستراتيجية هي عدم الاكراه لبنائها على الحجة العقلية والتي تقتضي مجموعة من الاستدلالات. وقد استعمل الشاعر هذه الاستراتيجية في قصيده في مواضع كثيرة منها قوله(1):

أَلَكِ الْقَصْرُ دُونَهُ الْحَرَسُ الشَّا

كِي وَمِنْ حَوْلِهِ الْجِدَارُ الْمُشَيَّدُ

فَامْنَعِ اللَّيْلَ أَنْ يَمُدَّ رَوَاقاً

فَوْقَهُ وَالضَّبَابَ أَنْ يَنْلَبَّدَ

وَإِنظُرِ النُّورَ كَيْفَ يَدْخُلُ لَا يَطُ

لُبُّ أَدْنَا فَمَا لَهُ لَيْسَ يُطْرَدُ

فالشاعر يقدم حجة عقلية لكي يخفف المتكبر غلواءه فيسأله عن القصر الذي يسكن فيه وقد أحكم حراسته فهل بإمكانه أن يمنع عنه الليل، وكيف أن الضوء يدخله دون إذن منه فهل بإمكانه أن يمنعه(2).

وقوله (3) :

أَلَكِ الرَّوْضَةُ الْجَمِيلَةُ فِيهَا

الْمَاءُ وَالطَّيْرُ وَالْأَزْهَارُ وَالنَّدَى

(1) من أعمال الشاعر إيليا أبي ماضي - الجداول، الخمائل، تير وتراب: 41.

(2) ينظر: قصيدة إيليا أبو ماضي دراسة وتحليل: د.ص.

(3) من أعمال الشاعر إيليا أبي ماضي - الجداول، الخمائل، تير وتراب: 41-42.

فَازْجِرِ الرِّيحَ أَنْ تَهْزُ وَتَلْوِي

شَجَرَ الرُّوضِ إِنَّهُ يَتَأَوَّدُ

وَالْجُمُ الْمَاءِ فِي الْعَدِيرِ وَمُرُهُ

لَا يُصَفِّقُ إِلَّا وَأَنْتَ بِمَشْهَدِ

من خلال التساؤلات التي يثيرها أبو ماضي يذكر الخصم بعجزه من خلال مجموعة من الأوامر: ألك القصر : فامنع الليل ، فازجر الريح و أجم الماء ، وهذه الأوامر التي يعجز عن تليبيتها ما هي إلا حجج تنجز فعل التعجيز الذي يخفف من غلواء هذا الذي يصل تيهاً و يعربد(1).

وفي قوله(2):

لَا يَكُنْ لِلْخِصَامِ قَلْبَكَ مَأْوَى

إِنَّ قَلْبِي لِلْحَبِيبِ أَصْبَحَ مَعْبَدَ

أَنَا أَوْلَى بِالْحُبِّ مِنْكَ وَأَحْرَى

مِنْ كِسَاءِ يَبْلَى وَمَالٍ يَنْفَدُ

يدعو الشاعر هذا المتكبر بحج ردا على ما يمتلك من صفات التكبر غير المحموده، فإذا كان قلب المتكبر مأوى للخصام فالحجة عليه أن قلب الشاعر معبد، وإذا كان المتكبر يتباهى بماله وملبسه فإنه سينفذ والحجة عليه أن الشاعر أولى بالحب مما يتباهى به هو، وبهذه الحجج يحاول الشاعر أن يقنع المتكبر بالتخلي عن كبريائه وغروره (3).

(1) ينظر: قصيدة إيليا أبو ماضي دراسة وتحليل: د.ص.

(2) من أعمال الشاعر إيليا أبي ماضي- الجداول، الخمائل، تير وتراب: 43.

(3) ينظر: قصيدة إيليا أبو ماضي دراسة وتحليل: د.ص.

الختمة

الختامة

بعد الرحلة الماتعة مع البحث توصلت الى جملة من النتائج منها:

1- لقد استعمل أبو ماضي الاستراتيجية التوضيحية لغرض إخبار الخصم المتكبر بأمور ليتذكرها أن كان ناسيا بوصفها حجبا لتغيير سلوكه مع الناس بوجه عام ومع الشاعر بوجه خاص.

2- وقد استعمل أبو ماضي الاستراتيجية التوجيهية بأسلوب الاستفهام والنداء لغرض توجيه سلوك الخصم المتكبر الى الوجهة الإنسانية المتمثلة بالتواضع والمحبة والألفة.

3- وأخيرا استعمل أبو ماضي الاستراتيجية الحجاجية ليعلم للخصم موقفه منه ومن الحياة بشكل عام لتكون خير رادع لسلوكه الذي يبتعد عن السلوك القويم الذي يتسم بالتواضع.

4- ومن خلال البحث الذي عرضنا فيه لأنواع متعددة من الاستراتيجيات في قصيدة الطين لإيليا أبي ماضي تبين أن تلك الاستراتيجيات تتضافر مجتمعة لحمل المتكبر على الاقتناع والإذعان لما يطرح عليه ، وهي الدعوة للمساواة والاحترام المتبادل بين الناس ونبذ نزعة التكبر والتعالي، وعودة الإنسان الى حقيقته التي نشأ منها وهي الطين، لتكون هذه العودة خير موجه ورادع لسلوكه في الحياة اليومية.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

- 1- استراتيجيات الاقناع في خطب الامام الحسن (ع) في صلحه مع معاوية مقارنة تداولية (بحث مخطوط) ، د. كاظم جاسم منصور .
- 2- استراتيجيات الخطاب القرآني سورة آل عمران مقاربه تداوليه (أطروحة دكتوراه)، جيلي هديه ، سطيف الجزائر، 2016.
- 3- استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية ، عبد الهادي بن ظافر الشهري دار الكتاب الجديد ، ط ١ : ٢٠٠٤ .
- 4- اصول الحوار وتحديد الكلام ، طه عبد الرحمن ، المركز الثقافي العربي، د.ت.
- 5- تداولية الخطاب السردى، دراسة تحليلية في وحي القلم للرافعي ، محمود طلحة، عالم الكتب الحديث، ط1،الأردن، 2012.
- 6- حفريات المعرفة ، ميشال فوكو،المركز الثقافي العربي ،بيروت، 1978..
- 7- قصيدة إيليا أبو ماضي دراسة وتحليل: د.ص.
- 8- من أعمال الشاعر إيليا أبي ماضي - الجداول، الخمائل، تبر وتراب، إيليا أبو ماضي دار كاتب وكتاب، بيروت، 1988.