

الجامعة المستنصرية

”تحليل اجتماعي-تداولي لبرامج تلفزيونية مختارة“

رسالة مقدمة إلى

مجلس كلية الآداب في الجامعة المستنصرية وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير
آداب في اللغة الانكليزية وعلم اللغة

تقدم بها

ذو الفقار حسين محي

بإشراف

الاستاذ المساعد الدكتور

سوسن فيصل السامر

تموز ٢٠٠٨

الخلاصة

اللغة ظاهرة اجتماعية تستخدم للإيفاء باحتياجات تواصلية، حيث تستخدم اللغة في أي تفاعل اجتماعي باعتبارها وسيلة للتواصل فلها دور اجتماعي كبير في حياة مستخدميها.

يتبادل المتحاورون الأفكار والمواقف والمشاعر كمعنى في أي تفاعل اجتماعي، لهذا يمكن أن يصنف المعنى إلى مستويات وأنواع عدة بحسب طبيعة الأفكار والمواقف التي يعبر عنها، وهكذا تسعى الدراسة هذه إلى التوصل إلى العلاقة ما بين المعنيين: التداولي والاجتماعي في التفاعل اللغوي، تناقش الدراسة المحاور الإشكالية المتعلقة بكيفية تعبير السلوك اللغوي للمعنيين: التداولي والاجتماعي والعلاقة بينهما في التفاعل اللغوي.

إن الدراسة تلامس بعض المشاكل التي تبرز في التفاعل اللغوي وتستكشف العلاقة بين المعنى التداولي والمعنى الاجتماعي والتي غالباً ما تكون ضبابية. إن عملية تفسير المعنى ليست عملية مباشرة إذ تتضمن وسائل لحل المشاكل وتشكيل للفرضيات. فضلاً عن ذلك ليس من السهل تحديد مكونات المعنى الاجتماعي والحافز وراء استخدام بعض المعايير ذات الطابع الاجتماعي في التفاعل اللغوي. المشكلة الأخيرة هي أنه في بعض المقابلات التلفازية يتغير سلوك المتحاورين اللغوي خلال التفاعل من حيث درجة المباشرة و التنوع الأسلوبي المستخدم.

تهدف الدراسة التحقق من الفرضيات الآتية:

- ١- كل تفاعل لغوي هو بالضرورة تفاعل اجتماعي؛ نظراً لامتلاك كل متحاور هويات اجتماعية متعددة.
- ٢- المعنى التداولي ينقسم على مستويين: المعنى اللفظي 'Utterance Meaning' والقوة التعبيرية 'Force'.
- ٣- يمثل المعنى اللفظي المعنى المباشر في حين أن القوة التعبيرية يمثل الجانب القصدي من المعنى التداولي.
- ٤- المعنى الاجتماعي هو أحد أنواع المعاني الذي يستخدم للحفاظ على العلاقات الاجتماعية أو إبراز دور اجتماعي جديد.
- ٥- المعنى الاجتماعي له ركنان: العلاقة الاجتماعية بين المتحاورين والهويات الاجتماعية البارزة للمتحاورين في التفاعل اللغوي.
- ٦- يمكن التعبير عن المعنى الاجتماعي دلالياً وتداولياً.

تهدف هذه الدراسة التقصي عن العلاقة بين استخدام اللغة والقيود ذات الطابع الاجتماعي في استخدام اللغة وإظهار العلاقة بين المعنى التداولي والمعنى الاجتماعي فضلاً عن تحديد نقاط التشابه والاختلاف بينها، كما تحاول توضيح مدى إسهام المعنيين في القيمة التواصلية الاجتماعية للتفاعل اللغوي.

تحددت الدراسة لاستكشاف إسهام سلوك المتحاورين اللغوي ذي الطابع التداولي والاجتماعي - في لقاءات تلافزية مختارة - في القيمة التواصلية للتفاعل اللغوي.

تتألف الرسالة من أربعة فصول: كرس الفصل الأول لتقصي الجوانب الأساسية ذات الصلة بعمليات التفاعل اللغوي، والتواصل والمعنى، وهو يستكشف مفهوم اللغة ووظائفها، وعملية التواصل ومفهومي التفاعل اللغوي والمعنى. أما الفصل الثاني فقد كُرس لدراسة مفهومي المعنى التداولي والمعنى الاجتماعي، كما تناول تعاريف علم اللغة التداولي ومستويات المعنى التداولي ومفهوم التلويح 'Implicature' فضلاً عن جوانب المعنى الاجتماعي، فيما يعالج الفصل الثالث مفهوم المعنى في التفاعل اللغوي 'Meaning Interactions' وعلاقته بظاهرة التأدب 'Politeness Phenomenon' والتغير الأسلوبي 'Stylistic Variation' فضلاً عن ذلك يتناول الفصل عدة نظريات تأدب لغوي وبعض المفاهيم ذات الصلة مثل اللهجة 'Dialect'، الحقل اللغوي 'Domain'، مستويات رسمية الخطاب 'Levels of Formality' فيما مثل الفصل الأخير الجزء العملي من الدراسة ويتألف من تحليل تداولي - اجتماعي لأربعة لقاءات تلافزية.

تبين النتائج التي توصلت لها الدراسة أن كل أنواع التفاعلات اللغوية هي بالضرورة تفاعلات اجتماعية فيما يخص المعنى، فإنه يُنقل دلاليًا بواسطة العلاقة التقليدية بين اللغة والعالم الخارجي، وتداوليًا بواسطة مغزى حديث المتكلم، النتيجة الأخرى هي أن المعنى مرتبط جزئيًا بالمعنى اللغوي للمفردة المستخدمة والتركيب النحوي للجملة وما يتبقى تتم المفاوضة عليه بين المتحاورين في التفاعل اللغوي. وفيما يخص المعنى التداولي فإنه مكون من مستويين: المعنى اللفظي والقوة التعبيرية، الأول يتعلق بتحديد المعنى المقصود للمفردة اللغوية وتحديد المشار إليه والآخر يشير إلى المغزى التواصلية للمتكلم 'Communicative Intention'. أما المعنى الاجتماعي فيشتمل على ركنين مستقلين لكنهما مرتبطان وهما الهويات الاجتماعية للمتحاورين والروابط الاجتماعية فيما بينهم. كما تحدد الدراسة مفهوم المعنى في التفاعل اللغوي 'Meaning in Interaction' فهو القيمة التواصلية الاجمالية للسلوك اللغوي لأنها تعرف المعنى بوصفه عملية تفاوض بين المتحاورين. فضلاً عن ذلك توصلت الدراسة إلى استنتاج أن المتحاورين في اللقاءات التلافزية التي تم تحليلها قد وظفوا هوياتهم الاجتماعية لتحقيق أهداف تواصلية أو سد حاجات اجتماعية أما بواسطة استراتيجية التأدب المستخدمة أو التغيير الأسلوبي لسلوكهم اللغوي.