الأستاذة: قويدر جلول زليخة

محاضرات مقياس استراتيجيات الخطاب

**المحاضرة الأولى: مفهوم استراتيجيات الخطاب**

للحديث عن مفهوم استراتيجية الخطاب، يلزمنا الحديث أولا عن بعض المفاهيم، وأوّلها مفهوم الخطاب بوصفه الركيزة الأساس التي يبنى عليها مفهوم الاستراتيجية.

1. **الخطاب:** 
   1. **مفهوم الخطاب:**

يتردّد لفظ الخطاب في الكثير من الأحيان مقترنا بوصف آخر، مثل الخطاب الديني، الخطاب السياسي ولذلك ورد الخطاب بتعريفات متعددة في الميادين المتنوّعة.

1. **عند العرب:**

ورد لفظ الخطاب في الثقافة العربية في عدّة مواضع، إذ ورد في القرآن الكريم بصيغ متعدّدة، مثل صيغة الفعل في قوله تعالى: "وإذا خاطبهم الجاهلون قالوا سلاما"، وورد اسم المفعول المخاطَب عند النحاة للدّلالة على طرف الخطاب الآخر.

إلاّ أن لفظ الخطاب أكثر ما ورد عن الأصوليين، فهو الأرضية التي استقامت أعمالهم عليها، غير أن البعض قد أغفل تعريفه لبداهته عندهم، إلا أن **الآمدي** عرّفه تعريفا بيّنا، بعد أن أدرك أن التعريف هو المنطلق لمعرفة الأحكام الشّرعية، إذ يرى أنه "**اللّفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه"،** إلا أنه أخرج بتعرفيه هذا العلامات غير اللّغوية، إذ لا يعتدّ باستعمالها في الخطاب.

1. **عند الغربيين:**

تعدّد مفهوم الخطاب وتنوّع تبعا للدّراسات التي أجراها عليه الباحثون حسب اتّجاهات الدّراسات اللّغوية الشّكلية والدّراسات التواصلية، فهو يطلق إجمالا على أحد مفهومين، يتّفق في أحدهما مع ما ورد قديما، أما المفهوم الآخر فيتسّم بجدّته في الدّرس اللّغوي الحديث، وهذا المفهومان هما:

1. أنّه ذلك الملفوظ الموجّه إلى الغير، لإفهامه قصدا معيّنا.
2. الآخر: الشّكل اللغوي الذي يتجاوز الجملة.

وقد عرضت **ديبورا شيفرن** ثلاثة تعريفات للخطاب تعكس تباين مناهج الدراسات اللغوية، فقد ورد تعريف الخطاب حسبها بوصفه " أكبر من جملة، أو استعمال أيّ وحدة لغوية، أو بوصفه الملفوظ."

إذ يتجسد المنهج الشّكلي في التعريف الأول أي (أكبر من جملة)، فتتجه عناية الباحث بعناصر انسجامه وترابطه ومعرفة العلاقة بين وحداته...

أما التعريف الثاني أي وصفه (استعمال اللغة) فينسب أساسا إلى المنهج الوظيفي، فيتجاوز الخطاب معرفة العلاقات بين الوحدات اللغوية إلى استعمالها وتوظيفها في إنتاج الخطاب، والدعوة إلى معرفة عناصر السياق، مثل معرفة العلاقة بين طرفي الخطاب ودرجاتهم الاجتماعية...

أما التعريف الذي يصف الخطاب بأنه الملفوظ فهو نقطة التقاطع بين المنهجين السابقين، أي بين البنية والوظيفة.

ونخلص في الأخير إلى أن تعريف الخطاب بوصفه "كلّ منطوق به موجّه إلى الغير، بغرض إفهامه مقصودا مخصوصا مع تحقيق أهداف معينة"، ويستوي في ذلك الخطاب بشقّيه المكتوب والشّفهي وهناك العديد من العناصر التي تسهم في بلورة عملية التواصل في الخطاب، ويمكن بلورتها ومعرفتها من خلال النظر إلة الخطاب ذاته، بوصفه الميدان الذي تتبلور فيه كل هذه العناصر مما يحيلها إلى عناصر سياقية.

وعناصر الخطاب السياقية هي: المرسل، المرسل إليه، العناصر المشتركة (العلاقة بين طرفي الخطاب، المعرف المشتركة والظروف الاجتماعية العامة).

المحاضرة الثانية: **السياق (مفهومه وأنواعه وعناصره)**

1. **تعريف السياق:**

يمكن القول أن مصطلح السياق يطلق على مفهومين:

* السياق اللغوي
* سياق التّلفظ، أو سياق الحال، أو سياق الموقف.

والسياق حسب المعجم هو تلك "الأجزاء من الخطاب التي تحفّ بالكلمة في المقطع وتساعد في الكشف عن معناها."

ويتضح بهذا المفهوم أن السياق هو تجسيد لتلك التتابعات اللغوية في شكل الخطاب، من وحدات صوتية وصرفية ومعجمية وما بينها من علاقات تركيبية.

وقدا تجاوز الباحثون هذا التعريف إلى التعريف الأرحب للسياق وهو: **"مجموعة الظروف التي تحفّ حدوث فعل التّلفظ بموقف الكلام، وتسمى هذه الظروف السياق".**

1. **أنواع السّياق:**

* **السياق النصي:** لم يتجاوز النحويون في التركيب حدّ الجملة في تحليلاتهم، من البنيويين والتوزيعيين وحتى النحو التحويلي عند تشومسكي ومن بعده، كما لم يتجاوز الباحثون محتوى القضية في التحليل الدّلالة، في حين قدّم نحو النص وتحليل الخطاب بعض الآليات لتحليل الوحدات اللغوية الكبرى مثل: العبارة، الوحدات اللغوية الكبرى، وكذلك النماذج الحجاجية في بعض نماذج الخطاب مثل الخطاب السياسي، فقد كشفوا عن علاقات تتجاوز الإحالة بين الجمل مثلا، فأعادوا بناء تماسك النص بوصفه نظاما أكبر في النحو ليمكن المرسل إليه من اكتشاف هذه الوحدات الكبرى.
* **السّياق الوجودي:** يدّعي الفلاسفة والمناطقة أن التتابعات اللغوية أو السيميائية تكتسب معانيها من خلال علاقاتها بمراجعها، ويتضمن هذا السياق المرجعي بطبعه (عالم الأشياء، حالاتها، الأحداث)، والتي ترجع إليها التعبيرات اللغوية، ويتم الانتقال من الدلالة إلى التداولية حينما يُدرَك أن المرسل والمرسل إليه وذلك موقعهم الزماني والمكاني هي مؤشرات للسياق الوجودي، وعندما توضع هذه الإشاريات في الاعتبار، يمكن وصف معنى التعبيرات اللغوية إشاريا، بما يقود إلى صنف إشاري للدّلالة.
* **السياق المقامي:** حين يعبّر المرسل عن مكونات العالم الحقيقي، أو عن العالم الممكن بتعبيرات لغوية سيميائية، فإن السياق المقامي يوفّر جزئيا بعض العوامل أو المحدّدات التي تسهم في تحديد معاني التعبيرات اللّغوية، والمقامات بوصفها سياقا، هي صنف متأصّل في المحدّدات الاجتماعية، فقد يكون هذا السياق إطارا للمؤسسات (محكمة، مدرسة...)، أو لأوضاع الحياة اليومية (مطعم، تسوّق...)، إذ تؤطّر هذه المحدّدات خصائص المحادثة في النصوص الكبرى، وكذلك في بناء الخطاب الإقناعي والحجاجي، من خلال قوانين وأنظمة معينة، ويقدّم علماء اللّغة الإجتماعيين تصنيفا ودراسة للسياقات المؤسساتية والدّور الذي يمكن أن يلعبه كل من طرفي الخطاب فيها.
* **سياق الفعل:** لا تكاد تنحصر المقامات التي تحدّد دلالة التتابعات السيميائية، ولذلك تعدّ الأفعال اللغوية أصنافا جزئية من السياق المقامي، ويرى (أوستين) أن التسلسلات اللغوية تعبّر عن أفعال، بل هي الأفعال نفسها، فلم يعد هناك جملا وصفية بحتة ذات معنى ثابت، دون أن تكون منطوقات أدائية، إذ تبيّن في مراحل متأخرة من نظرية (أوستين) أنّ كلّ الجمل تقال ليكون لها قوّة تسمى القوّة الإنجازية، ويلحّ أوستين على دور العرف الاجتماعي في إنتاج اللغة من قبل المرسل في المجتمع، وهناك نقطة جوهرية من وجهة النظر التداولية، وهي أنّ الأفعال اللّغوية أفعال إرادية إذ يقصد المرسل إنجازها، ويريد أن يدرك المرسل إليه هذا القصد، ويمكن أن يضاف الشّرط التفاعلي، لتصبح أفعال الآخرين اللغوية التي يشاركون بها في السياق التواصلي، هي السياق الدافع لإنتاج الخطاب اللاحق. ويضيف (جرايس) بعدا قصديا لنظريات المعنى، وذلك من خلال طرحه مبدأ التعاون في الحوار، والتّأكيد على مبدأ قواعده في الاستلزام الحواري، إذ لا يحصل التواصل وإدراك القصد دون تفاعل تعاوني ومنسّق.
* **السياق النفسي:** إنّ اعتبار الخطاب فعلاً، وأنّ الفعل اللغوي قصد مشروط، يقود إلى دمج الحالات الذهنية والنفسية في نظرية تداولية اللغة، لتصبح المقاصد والرّغبات حالات ذهنية مسؤولة، عن برنامج الفعل والتفاعل، وهذه الحالات هي مناط اهتمام الوصف والتفسير التداولي بوصفها السياق النفسي لإنتاج اللغة وفهمها كما تقتضي صلتها بالتداولية.

وإجمالا فهذه الأنواع من السياقات متداخلة ومترابطة ولا يستغني أيّ منها عن الآخر، وبهذا يصبح المنهج التداولي كافيا لأنّه يشير إلى وجهات نظر معينة وتوجّه معروف نحو اللغة والعلامات الأخرى.

**المحاضرة الثالثة: عناصر السياق**

يتمثّل السياق في ما يمكن أن نسميه الجوّ الخارجي الذي يلفّ إنتاج الخطاب من ظروف وملابسات، ويعدّ العنصر الشخصي من أهم عناصر السياق، ويمثّله طرفا الخطاب: المرسل والمرسل إليه وما بينهما من علاقة، بالإضافة إلى مكان التلفظ وزمانه وما يحيط بهما من عوامل اجتماعية سياسية...

1. المرسل:

هو الذات المحورية في إنتاج الخطاب لأنه هو الذي يتلفّظ به من أجل التعبير عن مقاصد معينة، ويجسّد ذاته من خلال بناء خطابه باعتماده استراتيجية خطابية تمتد من مرحلة تحليل السياق ذهنيا والاستعداد له، بما في ذلك اختيار العلامة اللغوية الملائمة، وبما يضمن تحقّق منفعته الذاتية.

1. المرسل إليه:

هو الطّرف الآخر الذي يوجه له المرسل خطابه عمدا، ويبرز تأثير المرسل إليه في المرسل من خلال اختيار خطابه واستعمال الصيغ اللغوية كالتذكير والتأنيث وأسماء الإشارة...، ويدلّ ذلك على أن المرسل إليه حاضر في ذهن المرسل عند إنتاج الخطاب.

1. العناصر المشتركة: لا يقتصر الأمر على دور كل من طرفي الخطاب بمعزل عن الطّرف الآخر أو بمعزل عن محيطهما، فهناك العلاقة بينهما والمعرفة المشتركة، وغير ذلك من العناصر المؤثّرة.

فتغدو العلاقة بين طرفي الخطاب من أبرز العناصر السياقية التي تؤثّر في تحديد استراتيجية الخطاب المناسبة واختيارها.

والمعرفة المشتركة هي الرّصيد المشترك بين طرفي الخطاب، إذ ينطلق المرسل من عناصرها السياقية في إنتاج خطابه، كما يعوّل عليها المرسل إليه في تأويل خطابه وذلك حتى يتمكنا من الفهم والإفهام أو الاقناع والاقتناع، ويمكن أن تنقسم هذه المعرفة إلى:

* معرفة عامة بالعالم، ومنها معرفة كيف يتصل الناس ببعضهم البعض، وكيف يفكرون وكيف ينجزون أفعالهم اللّغوية داخل المجتمع، مع إقامة الاعتبار لأطره العامة الدينية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية، ومعرفة الزمان والمكان....
* المعرفة بنظام اللغة في جميع مستوياتها، بما فيذلك دلالاتها وعلاقتها بثقافتهما، وما نريد التأكيد عليه هو دور المعرفة المشتركة تداوليا في سياق الخطاب اللغوي، ومعرفة المرجع الذي تلتقي عنده أذهان طرفي الخطاب، في مرحلة إنتاج الحطاب وفي مرحلة تأويله.

**مفهوم استراتيجية الخطاب:**

قد يتنوع السياق كما قد تتباين آثار عناصره على تشكيل الخطاب، وينعكس هذا التنوّع وهذا التباين على تكوين الخطاب عندما ينتجه المرسل، مما يؤدي إلى تنوع أشكال الخطابات اللغوية نتيجة لعملية حدثت عبر مساق ممتد بين التنوع السياقي والتشكّل اللغوي، وهذه العملية تسمى **استراتيجية الخطاب.**

**استراتيجية الخطاب** مصطلح مؤلّف من لفظين هما : الاستراتيجية والخطاب، فلكل لفظ مفهومه المستقل، فمفهوم الاستراتيجية هو مفهوم عام أما مفهوم الخطاب فهو مفهوم خاص، مما يلزم عنه أن نوضح كل مفهوم على حده أولا لنتمكن من التأليف بين هذين المفهومين، للوصل إلى تحديد مفهوم استراتيجية الخطاب كما يقتضيه البحث في ضوء المنهج التداولي.

**مفهوم الاستراتيجية العام:**

يمارس الإنسان أفعالا كثيرة في حياته يبتغي من ورائها تحقيق أهدافه، ولا يستطيع أن يمارس هذه الأفعال خارج سياق المجتمع الذي ينتمي إليه، ولذلك فإنه يتخذ طريقة معيّنة يتمكّن بها من مراعاة الأطر التي تحفّ بعمله أولا، أي عناصر السياق وتمكنه من تحقيق هدفه ثانيا.

وتتنوع الأعمال التي يقوم بها الإنسان بين أعمال ثقافية واجتماعية وتجارية ولغوية، ويؤدّي هذا التنوع إلى تعدّد طرق إنجازها، لأن الإنسان ينجزها في سياق اجتماعي ذي عناصر مؤثرة.

ويصطلح على هذه الطّرق بالاستراتيجيات، وتعدّد الاستراتيجيات بتعدّد الظروف المحيطة، فما يكون في سياق ما قد لا يكون في سياق آخر، وبهذا فإن تغير بعض العناصر يؤدّي إلى تغير في الاستراتيجية المنتقاة في تحديد الهدف، ومنه يمكن تعريف الاستراتيجية بأنها:" **طرق محدّدة في تناول مشكلة ما أو القيام بمهمة من المهمات، أو هي مجموعة عمليات تهدف إلى بلوغ غايات محدّدة والتحكّم فيها"** وبناء على هذا فإن الاستراتيجية هي عبارة عن خطّة في المقام الأول للوصول إلى الغرض المنشود، وبما أنها خطة فإنها تعتمد على بعدين: البعد الأول تخطيطي يتحقق في المستوى الذهني، والثاني هو البعد المادي الذي تتجسّد في الاستراتيجية، ويرتكز كلا البعدان على الفاعل، فهو الذي يحلّل السياق ويخطّط لفعله.

**مفهوم الاستراتيجية في الخطاب:**

لا ينتج المرسل خطابه غفلا عن عناصر السياق، فلا خطاب دون انخراطه في سياق معيّن، كما لا يتجلّل الخطاب دون استعمال العلامات المناسبة، فقد يستعمل المرسل اللّغة الطبيعية كما قد يستعمل بعض العلامات غير اللغوية، فالتواصل بين الناس لا يقف عند استعمال اللّغات الطّبيعية فقط، بل يعمدون إلى استعمال اللّغة بكيفيات منظّمة ومتناسقة تتناسق مع عناصر السياق، ويتجلّى هذا التنظيم في ما يسمى باستراتيجية الخطاب، وهذا يعني أن الخطاب المنجز يكون خطابا مخطّطا له بصفة شعورية مستمرة، من هنا يتحتّم علة المرسل اختيار الاستراتيجية المناسبة التي يستطيع من خلالها تحقيق هدفه والوصول إلى قصده، وتتدخل عناصر السياق الاجتماعية في تحديد استعمال اللّغة، وليتواصل المرسل مع غيره بالخطاب عبر استراتيجية معيّنة ينبغي أن يمتلك كفاءة تفوق كفاءته اللّغوية ليتمكن بها من تحقيق ذلك، ويمكن تسمية هذه الكفاءة بالكفاءة التّداولية.

* **الكفاءة التداولية:**

تعدّ الكفاءة التداولية مكوّنا فاعلا ضمن تكوين الإنسان السّوي تماما مثل امتلاكه لكفاءته اللّغوية، ّإلا أن الكفاءة التداولية ليست نسقا بسيطا، بل هي أنساق متعدّدة متآلفة، وتتألف القدرة التواصلية لدى مستعمل اللغة الطبيعية من خمس ملكات على الأقل: الملكة اللغوية والملكة المنطقية، الملكة المعرفية والملكة الاجتماعية، والملكة الإدراكية، ويعرّف (ديك) هذه الملكات على التّوالي:

1. الملكة اللّغوية: يستطيع مستعمل اللّغة الطبيعية أن ينتج ويؤوّل أن ينتج ويؤوّل إنتاجا وتأويلا صحيحين، عبارات لغوية ذات بنيات متنوعة جدا في عدد كبير من المواقف اللتواصلية المختلفة.
2. الملكة المنطقية: بإمكان مستعمل اللغة الطبيعية باعتباره مزوّدا بمعارف معيّنة أن يشتق معارف أخرى، بواسطة قواعد الاستدلال التي تحكمها مبادئ المنطق الاستدلالي والمنطق الاحتمالي.
3. الملكة المعرفية: يستطيع مستعمل اللغة الطبيعية باعتباره مزودا بمعارف معينة أن يكون رصيدا من المعارف المنظمة، ويستطيع أن يشتق معارف من العبارات اللغوية، كم يستطيع أن يختزن هذه المعارف في الشكل المطلوب ويستطيع استحضارها لتأول العبارات اللغوية.
4. الملكة الإدراكية: يتمكن مستعمل اللغة الطبيعية من إدراك محيطه، ويستطيع أن يشتق من إدراكه ذلك معارف واستعمالها في إنتاج العبارات اللّغوية
5. الملكة الاجتماعية: لا يعرف مستعمل اللغة الطبيعية ما يقوله فحسب، بل يعرف كذلك كيف يقوله للمرسل إليه في موقف تواصلي معيّن، قصد تحقيق أهداف تواصلية معينة.

ومن هنا ندرك أن استراتيجية الخطاب هي نتيجة تصنعها الكفاءة التّداولية، لذلك نلاحظ التفاوت بين الناس في مستواها، ويتضح ذلك في قصور البعض عن التعبير عن مقاصدهم في حين يوفق البعض الآخر

وعليه يمكن تعريف **استراتيجية الخطاب بأنها عبارة عن المسلك المناسب الذي يتّخذه المرسل للتلفّظ بخطابه، من أجل تنفيذ إرادته والتعبير عن مقاصده التي تؤدي إلى تحقيق أهدافه، من خلال استعمال العلامات اللغوية وغير اللغوية وفقا لما يقتضيه سياق التواصل بعناصره المختلفة ويستحسنه السياق.**

وعليه فاستراتيجية الخطاب هي عملية ذات وجهين متلازمين، فهي عملية ذهنية في مرحلة إنتاج الخطاب الأولى، وبوصف الخطاب تجسيدا لها في المرحلة الأخرى، إذ لا تتضح إلا بالتلفظ.

فالخطاب أي خطاب هو نتيجة لاستراتيجية معينة يمر في توليده على ثلاث مراحل:

* إدراك السياق الذي يجري فيه التواصل بكل أبعاده المؤثرة: وهي عملية ذهنية تفكيرية، وتنحصر هذه المرحة في مجموعة من الأسئلة الذهنية التي يسألها المرسل قبل إنتاج الخطاب وتحكمها كفاءته التداولية مثل: من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ كيف؟

إذ تشير أداة الاستفهام من؟: إلى المرسل إلية وعلاقة المرسل به والمعارف المشتركة بينهما....

ماذا؟ أي الهدف من إنتاج الخطاب الموجه إلى المرسل إليه

أين: المكان وعناصر السياق المختلفة

متى: الزمن.

كيف: وهو سؤال عن كيفية الخطاب وهنا يتبلور السؤال عن الاستراتيجية التي يسلكها المرسل للوصول إلى هدفه من الخطاب.

* أما المرحلة الثانية للخطاب فهي تحديد العلاقة بين السياق والعلامة المستعملة، لتم اختيار الاستراتيجية الملائمة.
* التلفظ بالخطاب.

**المحاضرة الرابعة: معايير تصنيف استراتيجيات الخطاب**

يختار المرسل استراتيجية خطابه وفقا لدواعي السياق التي تصبح معايير لتصنيف استراتيجية الخطاب، انطلاقا من تعريف الخطاب بأنّه كل منطوق موجّه للغير للتّعبير عن قصد المرسل ولتحقيق هدفه، إذ يتركّب هذا التعريف من ثلاثة محاور هي: أنّ الحطاب يجري بين ذاتين، وأنه يعبّر به المرسل عن قصده وأنه يحقق هدفا.

ومن هنا كانت هذه المحاور الثلاثة من معايير تصنيف استراتيجية الخطاب التي يراعيها المرسل عند إنتاج الخطاب، ممّا يؤصّل علاقة الاستراتيجيات بمعطيات إنتاج الخطاب، أي بعناصر السياق التواصلية التي نتج فيها، وكذلك بالتفاعل أو العلاقة بين أطرافه من مرسل ومرسل إليه ومن ثمّ علاقة الخطاب ذاته بالمرسل، لإدراك الآليات المستعملة فيه مثل الاستدلال والحجاج والاستلزام الحواري، ومتى يتم التعبير بظاهرة الخطاب مباشرة أو التوجه إلى التلميح بما يبطنه من معنى.

وعليه يبدو من المسلّمات البديهية في الخطاب ما يلي:

* مسلمة الحوارية: ومقتضى هذه المسلّمة هي أن لا كلام مفيد إلا بين اثنين، وهما المرسل والمرسل إليه.
* المسلمة التي تقول أن علامة الخطاب الرّئيسية هي اللّغة الطبيعية.
* أن الدلالة المباشرة هي دلالة الخطاب الرئيسية على قصد المرسل.

ووفقا لهذه المسلّمات يستطيع المرسل اختيار استراتيجية معينة لخطابه بمراعاة عناصر السياق، وتنطوي هذه المسلمات ضمن ثلاثة معايير تؤثّر في الخطاب بشكل عام وهي:

* معيار اجتماعي: وهو معيار العلاقة التخاطبية.
* معيار لغوي: وهو معيار شكل الخطاب من حيث دلالته على قصد المرسل مباشرة أو عن طريق التلميح.
* معيار هدف الخطاب.

1. **معيار العلاقة بين طرفي الخطاب:**

لا يخلو المجتمع من علاقات بين الناس، فقد تكون علاقات اجتماعية أو وظيفية...، وتتصف هذه العلاقة بأسبقيتها على إنتاج الخطاب ذاته، ولذلك فهي من عناصر السياق المؤثّرة، ممّا يحفّز عمل بعض القوالب، خاصّة القالب الاجتماعي، فينعكس ذلك على تشكيل الخطاب باختيار الاستراتيجية الملائمة التي تعبّر عن قصد المرسل.

فالعلاقة المشتركة هي نتيجة من نتائج تلك العلاقة، وإن لم تكن العلاقة بين المرسل والمرسل إليه موجودة سلفا، فإن المرسل يسعى إلى إيجادها بخطابه، فقد يكون إقامة علاقة بين المرسل والمرسل إليه هو الهدف من الخطاب أساسا.

وتستقر العلاقة بين طرفي الخطاب على محورين هما:

* محور العلاقة الأفقية.
* محور العلاقة العمودية
* أ- **محور العلاقة الأفقية:**

تتبلور العلاقة الأفقية في أكثر من خصيصة منها: خصائص الجنس (أنثى، ذكر)، خصائص الدين، خصائص المهنة ( أساتذة، طلاب، ضباط، أفراد....)، خصائص عرقية (جزائري، تونسي، خليجي...) خصائص الحالة الاجتماعية ومنها حالة المعيشة (عزاب، متزوجون، أغنياء، فقراء...)، وبهذا يكون الخطاب مؤشّرا لهذه العلاقات.

ب- محور العلاقة العمودية:

هي التي تتبلور في مراتب تصاعدية للناس داخل المجتمع، مما يجعلهم ينتمون إلى سلّم تراتبي، سواء أكان سلما اجتماعيا أم وظيفيا، إذ يقع كل طرف من طرفي الخطاب في إحدى درجاته وهذا ما يحتاج المرسل إلى إدراكه واستحضاره، إذ يحتاج الكاتب مثلا إلى معرفة مرتبة المكاتَبين عند من يكتب عنه وما يليق بهم من الأوعية والعنوانات، فينزل كلّ واحد منهم مرتبته اللائقة، وهذه المراتب عموما هي مرتبة من هو فوقك ومن هو مثلك ومن هو دونك، ولا يقوم هذا التصنيف بمعزل عن التصنيف الأفقي بل يمتزجان معا.

ج- **قواعد التحاطب:**

وتتجسّد هذه القواعد في مجموعة من المبادئ التي يراعيها المرسل في إنتاج خطابه وفق العلاقة التي تربط بينه وبين المرسل إليه منها:

1. مبدأ التأدب: ينعكس اعتبار العلاقة بين أطراف الخطاب في تجسيدها وفق ما تقتضيه ظاهرة التأدب لأن الملفوظات المؤدّبة ترمز للعلاقة بين المرسل والمرسل إليه.

إذ يقترح (طه عبد الرحمن) نموذجا تأدبيا من التراث الاسلامي ويسمى **(مبدأ التصديق)**  ويصوغه كما يأتي: **لا تقل لغيرك قولا لا يصدّقه فعلك.**

وينبني هذا المبدأ على عنصرين هما: نقل القول الذي يتعلّق بالجانب التّبليغي، وتطبيق القول الذي يتعلّق بالجانب التهذيبي، ويستخرج من هذين المبدأين نوعين من القواعد، قواعد التعامل وقواعد التواصل.

* **قواعد التواصل:** وهي قواعد مضبوطة وتسمى شروط الكلام وهي:
* الشرط الأول: أن يكون الكلام لداع يدعو إليه إما في اجتلاب نفع أو دفع ضرر.
* الشرط الثاني: أن يأتي به المرسل في موضعه، ويتوخى به إصابة فرصته.
* الشرط الثالث: أن يقتصر منه على قدر حاجته.
* الشرط الرابع: أن يتخير اللفظ الذي يتكلّم به.
* **قواعد التعامل:**
* قاعدة القصد: لتتفقد قصدك في كل قول تلقيه إلى الغير
* قاعدة الصدق: لتكن صادقا فيما تنقله إلى غيرك
* قاعدة الإخلاص: لتكن في تودّدك إلى الغير متجرّدا عن أغراضك.

1. **مبدأ التعاون:**

بلور (جرايس) مبدأ التعاون في بحثه الموسوم ب( المنطق والحوار) ويقصد به المبدأ الذي يجب فيه مراعاة قدرة المرسل إليه في تأويل القصد من الخطاب وصاغه على النحو الآتي: ليكن اسهامك في الحوار بالقدر الذي يتطلبه سياق الحوار وقد فرّع عنه عددا من القواعد وهي:

* قاعدة الكم، قاعدة النوع، قاعدة المناسبة، قاعدة الكيف، وعدم مراعاة هذه القواعد عنده في الخطاب يقود إلى ما يسميه **بالاستلزام الحواري.**

1. **مبدأ الوجه**: وارتكز هذا المبدأ على عاملين هما: قيمة الوجه الاجتماعية ونسبة تهديد الوجه.

**المحاضرة الرابعة: (تابع)**

1. **معيار شكل الخطاب:**

يتجلّى الخطاب في شكل لغويّ، ولا شكّ أن هناك علاقة بين شكله اللّغوي ومعناه ممّا يُلزم الربط في هذا المعيار بين قصد المرسل الذي يتوخى التعبير عنه في خطابه، وشكل اللّغة الدال عليه والانطلاق من افتراض عام يقضي أن لكل معنى شكلا لغويا يعبّر عنه، وفي كل السياقات يكون المرسل إما مخبرا أو طالبا.

وقد لا يكفي شكل الخطاب للدلالة على قصد المرسل مما ينتج علاقة بين هذا الشكل والقصد من الخطاب، فقد يطابق شكل الخطاب قصد المرسل وقد لا يطابقه، ويتجسّد ذلك في اختيار المرسل لاستراتيجية معيّنة يكون معيارها هو دلالة الشكل على القصد.

وبهذا يتضح أن لصورة الخطاب أكثر من قوّة إنجازية طبقا لمقتضى السياق، لذلك يميّز التداوليون بين منطوق الخطاب وهو المعنى الحرفي للخطاب ومفهوم الخطاب وهو ما يسمى بالمعنى المستلزم، فيندرج الخطاب ضمن استراتيجيتين، الاستراتيجية التلميحية والاستراتيجية المباشرة.

1. **معيار هدف الخطاب:**

لا ينتج المرسل خطابه عبثا ولكن ينتجه لتحقيق هدف معيّن، وتتفاوت الأهداف من حيث أهميتها الخطابية ومن حيث ما تتطلبه من مخزون لغوي وعمل ذهني، فأهداف الخطاب تتراوح من مجرّد ملء الفراغ بين أطراف الخطاب إلى السيطرة على ذهن المرسل إليه أو تغيير لعالم الحقيقي من خلال الخطاب.

* وهناك فرق بين القصد من الخطاب والهدف من الخطاب، فالقصد له جانيان هما:
* حصول الإرادة بالتلفظ عند المرسل فلا يكون كلامه غفلا أو سهوا.
* معنى الخطاب يكون كما يريده المرسل، لا كما في الدلالة المنطقية فحسب.
* أما الهدف فهو ما نسعى إلى تحقيقه بأفعالنا اللغوية.

ويمثل الخطاب نشاطا تواصليا موجها للوصول إلى هدف، والهدف من عناصر السياق التي تسبق إنتاج الخطاب، وله بذلك دور في التأثير في المرسل وتوجيهه إلى اختيار استراتيجية خطابية.

ويتكون الهدف من مستويين، مستوى نفعي ومستوى كلي.

1. **الهدف النفعي:** ويقع خارج الخطاب، وهو الغاية الفعلية التي يريد المرسل أن يحققها، مثل تحقيق الأهداف الاجتماعية كالإصلاح بين المتخاصمين أو الأهداف التعليمية مثل تنمية قدرات التلاميذ، أو الأهداف الاقتصادية مثل جلب رؤوس الأموال...
2. **الهدف الكلي:** ويقع داخل الخطاب ويتجسّد في الأفعال اللغوية التي يوظفها المرسل في خطابه، بغضّ النظر عمّا إذا نجح في تحقيق الهدف من هذه الأفعال أم لا أي الهدف النفعي

المراجع:

ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، دار الكتاب الجديد، ليبيا، ط1، 2004.

عماريش فاطمة، استراتيجيات الخطاب بين القصد والسلطة، أطروحة دكتوراه علوم، 2018، جامعة الجزائر