

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجبالي بونعامة - خميس مليانة-

كلية الآداب واللغات

قسم اللغة والأدب العربي

مطبوعة بيداغوجية في  
مقياس استراتيجيات الخطاب

ماستر 02 تخصص لسانيات عامة

إعداد الأستاذة: زليخة قويدر جلول

السنة الجامعية

2022/2021

## برنامج المقياس:

المحاضرة 01: استراتيجيات الخطاب المفهوم والمصطلح

المحاضرة 02: استراتيجيات الخطاب النشأة والتطور

المحاضرة 03: استراتيجيات الخطاب والسياق

المحاضرة 04: عناصر السياق

المحاضرة 05: معايير تصنيف استراتيجيات الخطاب

- معيار العلاقة بين طرفي الخطاب

- معيار هدف الخطاب

- معيار شكل الخطاب

المحاضرة 06: العوامل المؤثرة في اختيار استراتيجيات الخطاب

- معيار القصد

- معيار السلطة

المحاضرة 07: أنواع استراتيجيات الخطاب

- الاستراتيجية التصريحية

- الاستراتيجية التلميحية

- الاستراتيجية التضامنية

- الاستراتيجية الإقناعية.

## مقدمة

إنّ المنتبّع المطلّع على المسارات التي مرّت بها اللسانيات الحديثة في تطورها، يلحظ مدى النّضوج المعرفي للنظريات اللغوية النحوية والوصفية والوظيفية، وهذا النّضوج هو نتيجة للأبحاث الفكرية الجادّة التي قام بها بعض الفلاسفة على رأسهم (شارل بيرس) واللّغويون وأولهم (دي سوسير)، فقد عرفت ثلاث ثورات غيرت اتجاهات الدّراسات اللّغوية وأعطت دفعا قويا لتطوّر الدّرس اللساني، وهي الثّورة البنيوية عند (دي سوسير) والتوليدية التحويلية عند (تشومسكي) والتبليغية بقيادة (هيمس)، وفي هذه المرحلة انتقل النّظر إلى اللغة من كونها بنى مجرّدة وأداة للتعبير إلى كونها أداة للتواصل، وكانت هذه هي نقطة ارتكاز المناهج التداولية بصفة عامة، التي تعنى بكلّ ما يضبط التواصل بين الناس.

ويعدّ الخطاب من أهمّ وسائل التفاعل بين الأفراد، فهو شكل من أشكال الممارسات الاجتماعية، إذ يتيح لهم تبادل معارفهم وآرائهم ونقل أفكارهم، فهو قيمة إنسانية تبنى عليها كلّ العلاقات السليمة، فضلا عن كونه حاجة اجتماعية ونفسية، وهو من الأساليب التي تساعد على تقبّل الآخر المختلف، وتفتح نوافذ اكتشافه وصنع المساحات المشتركة التي تنشأ من تنوع الثقافات والانتماءات والمعتقدات.

ويتوخى المرسل في سبيل تحقيق أهدافه وتبليغ مقاصده خططا يحاول من خلالها درأ كل ما من شأنه أن يعرقل وصوله إلى غايته من خطابه، ويصطلح على هذه الخطط باستراتيجيات الخطاب، التي تظهر من خلال أنساق لغوية تكتسب قيمة ترشّحها لتكون مادّة للدّرس والتحليل، بوصفها اطّرادات لغوية تجسّد كفاءة المرسل التداولية، وذلك بمراعاة السياق العام الذي يشكل الظروف والملابسات الخاصة بالمحيط اللغوي للعملية التواصلية، والسياق اللغوي الذي يتعلق بكل الأجزاء والمقاطع التي تحيط بالكلمة وتسهم في فك شفراتها وتحديد معانيها والقصد من إنتاجها.

ونظرا لأهمية استراتيجيات الخطاب في الدرس التداولي، سعى عدّة باحثين إلى التقريب عن مكوناتها وعناصرها وشروطها، وكلّ ما يتعلّق بها، إذ يبني المتكلم رسالته وفقا للأحوال المصاحبة للخطاب، فينقل تصوراتَه ومدركاته إلى المتلقي، قاصداً بذلك إقناعه أو توجيهه وممارسة سلطته عليه، أو تغيير أفكاره ومعارفه، ومنه فإن الإشكالية المنطلق منها هي: ما استراتيجيات الخطاب؟ وما العوامل المؤثرة في اختيارها وتصنيفها؟ وما أنواعها؟.

## المحاضرة 01: استراتيجيات الخطاب المفهوم والمصطلح

يسعى الباحثون في التداولية إلى دراسة اللّغة من حيث وظيفتها الأساسية التي تتمثل في تحقيق التّواصل بين الأفراد، و يراعي المرسل في إنتاج خطابه خصائص المرسل إليه وكفاءته وقدرته على تأويله، فيختار استراتيجية مناسبة للسياق، ونلاحظ أنّ هذا المصطلح يتشكّل من لفظين: الاستراتيجية والخطاب لكلّ منهما تعريف مستقلّ عن الآخر.

ويعود أصل استعمال مصطلح "الاستراتيجية" إلى الميدان العسكري ثم توسّعت دلالاته إلى المجالات الأخرى، وتعرّف بأنها "فنّ تركيب حركة القوات العسكرية في سبيل بلوغ هدف محدّد من طرف السّلطة السياسية في إنشاء مشاريع حربية مع إمكانيّة الدّولة".<sup>1</sup>

أي أنّ هذا المصطلح يطلق على الخطّة المرسومة من طرف القوات العسكرية في سبيل تحقيق المشاريع الحربية المتماشية مع ما تتيحه الدّولة من إمكانيات.

ويحدّد (فوكو) المعاني التي يمكن أن يعبر عنها هذا اللفظ في قوله: "تستعمل كلمة استراتيجية عادة لثلاثة معان:

- أولاً: للدّلالة على اختيار الوسائل المستخدمة للوصول إلى غاية معيّنة، والمقصود بذلك هو العقلانية المستخدمة لبلوغ هدف ما.
- ثانياً: للتدليل على الطّريقة التي يتصرّف بها أحد الشّركاء في لعبة معيّنة، تبعاً لما يعتقد أنه سيكون تصرّف الآخرين ولما يخال أنهم سيتصوّرون أنه تصرّفه هو، وباختصار الطّريقة التي نوثر بها على الغير.

<sup>1</sup> محمد حمود، تدريس أدب استراتيجية القراءة والقراء، منشورات ديداكتيكا، الدار البيضاء، 1996، ص 11.

• ثالثاً: للتدليل على مجمل الأساليب المستخدمة في مجابهة ما لحرمان الخصم من وسائله القتالية وإرغامه على الاستسلام، وعليه تتحدّد الاستراتيجية باختيار الحلول الراحبة<sup>2</sup> ومما نستنتجه من هذا القول، أنّ مفهوم الاستراتيجية تعلق أساساً بالتخطيط للطريقة التي تمكن مستعملها من تحقيق الأرباح، سواء في لعبة أو معركة أو تأثير في الآخرين، فهي تعني "مجموعة الأفكار والمبادئ التي تتناول ميداناً من ميادين النشاط الإنساني بصورة شاملة ومتكاملة، وتكون ذات دلالة على وسائل العمل ومتطلباته واتجاهات مساراته بقصد إحداث تغييرات فيه وصولاً إلى أهداف محدّدة وما دامت معيّنة بالمستقبل فإنّها تأخذ بعين الاعتبار احتمالات متعدّدة، وتتطوي الأحداث على قابلية التّعديل وفقاً لمقتضياته، وهي تقع وسطاً بين السياسة والخطة"<sup>3</sup>.

فالاستراتيجية إذن تعبّر عن التدابير المستخدمة في بلوغ أهداف معيّنة، وهي الطرق التي تساعد في تحقيق غايات منشودة مع اعتبار كلّ الاحتمالات التي قد تواجه الفرد، فيمكن تعديلها وفقاً لمقتضيات الأحداث، وهي "خطة ذات بعدين الأول تخطيطي يتحقّق على المستوى الدّهني، والثاني ممثّل بتجسيد الاستراتيجية، ويرتكز العمل في البعدين على الفاعل الرئيسي (مخطّط الاستراتيجية ومنفّذها)، الذي يخطّط ويختار الامكانيات ليضمن الوصول إلى تحقيق الأهداف"<sup>4</sup>.

والبعد التخطيطي هو الذي يعتمد على العقل والملكات، في حين يعدّ البعد المادي بعداً إجرائياً يتعلّق بالتنفيذ.

<sup>2</sup> أوبيير دريفوس وبول رابينوف، ميشيل فوكو (مسيرة فلسفية)، تر: جورج أبو صالح، مركز الإنماء القومي، بيروت، ص 200.

<sup>3</sup> محمد حمود، تدريس أدب استراتيجية القراءة والقراء، ص 12.

<sup>4</sup> يتظر: آلاء محمد لازم، استراتيجيات الخطاب في القصيدة الجاهلية، مجلة الآداب، عدد 121، 2017، ص 04

## المحاضرة 2: استراتيجيات الخطاب النشأة والتطور

### 1-النشأة:

ارتبط مصطلح الاستراتيجية كما سبق وأشرنا بالمجال العسكري الحربي، ثمّ درج في استعمالات مختلفة وانتهى به المطاف إلى المجال الأدبي، فظهر في استعمالات بعض اللسانيين والنقاد جنبا إلى جنب مع نظرية الألعاب اللغوية ل (فيتجنشتاين)<sup>5</sup>، ثم السيميائية...

وقد أدرجه (سعيد علوش) في معجم (المصطلحات الأدبية المعاصرة) مفهوما قائما على ثلاثة أبعاد:

أ- مصطلح مقتبس من نظرية اللعب، ودخل إلى السيميائية ليغطي حقا إشكاليا يعتبر محيطه مبهما.

ب- مقرون بالسرديات/ فيميّز بين (الاستراتيجية الخطابية) المتعلقة بفاعل العبارة كطريقة لإقامة خطاب البنات السردية، وبين (الاستراتيجية السردية) التي تستهدف إقامة مسودّات سردية تمكن من توليد الخطابات.

ت- اقتصره على السرديات وتوظيفه ضمن أطرها المصطلحية من خلال مفهوم البرمجة بمعناها الواسع للسردية المعقّدة في تكوينها للموضوعات القيمية، وإقامة فاعلين ممثلين يتكفلون بإنجاز برامج سردية ملحقة"<sup>6</sup>.

حيث قصد بذلك الإشارة إلى إنشاء هذا المصطلح من قبل حقول معرفية منها (التداولية)، ويمكن القول إذن إنّ مصطلح الاستراتيجية مصطلح دخيل على الدراسات

<sup>5</sup>عمار بعداش، مصطلح الاستراتيجية الخطابية بين الدرسين الغربي والعربي، مجلة المقري، مخبر الدراسات واللغوية النظرية والتطبيقية، الجزائر، العدد 1، ص 15.

<sup>6</sup> سعيد علوش، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط1، 1985، ص 109.

اللسانية والأدبية، وجد له مقعداً في منظومتها الاصطلاحية، وهو هو مصطلح حفلت به المعاجم الغربية في مجالاتها المختلفة، فالاستراتيجية عموماً هي تطوير لقواعد أيّ لعبة كانت مع عناصر السياق، ثمّ كثر استعمالها في الميادين المعرفية واللسانية خاصة التداولية وحقل تحليل الخطاب فهي بهذا مصطلح عابر للتخصصات.<sup>7</sup>

وإنّ الباحث على نشأة الاستراتيجيات الخطابية يجد أنّها لم تحظ بدراسة مستقلة تبرز خصائصها، لا في الدراسات القديمة ولا المعاصرة، إلا ما استثمر بدراسة اللغة التداولية ارتباطاً بالمنهج التداولي وما يتعلّق بالإحاطة بكل آلياته في تحليل الخطاب وارتباطه بالبلاغة في الدراسات العربية.

## 2- تطور استراتيجيات الخطاب:

ينحو مفهوم الاستراتيجية في الخطاب منحى غير بعيد عن المسارات التي ذكرناها، لولا اشتغاله أكثر على صور مخصوصة، ففي مجال (التداولية) تعرّف الاستراتيجية بأنها: "سلسلة العمليات التي تعكس الاختيارات المتخذة لأجل الوصول إلى هدف معين بأقل جهد وأيسر تكلفة وأوجز مدّة".<sup>8</sup>

وفي الدراسات المنتمية إلى مجال تحليل الخطاب نجد تعريفات متعدّدة تشترك جميعها في التمرکز حول ثلاثة عناصر هي:

- المرسل (الفاعل) المتلفظ بالخطاب
- الهدف الممكن أو في حكم الممكن
- المحيط (السياق) الإكراهات أو المساعدات الممكن استثمارها.<sup>9</sup>

<sup>7</sup> محمود طلحة، تداولية الخطاب السردية في وحي القلم للرافعي، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2012، ص 139.

<sup>8</sup> زكريا السرتي، الحجاج في الخطاب السياسي المعاصر، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2012، ص 252.

<sup>9</sup> عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، دار الكتاب الجديد، ط1، ليبيا، 2004، ص 55.56

ومنه فإن مصطلح استراتيجيات الخطاب مرتبط أساسا ببعض المفاهيم التي لا يمكن إغفالها في تحديد معانيه ومكوناته، وهذه المفاهيم هي: الخطاب والسياق والكفاءة التداولية.

### تعريف الخطاب:

تعدّد مفهوم الخطاب تبعا لتنوّع الدّراسات والأبحاث، وهو مدار التّفاعل بين المتكّم والمتلقّي، والخطاب من المنظور اللّغوي "مراجعة الكلام وقد خاطبه بالكلام مخاطبا وخطابا، وهما يتخاطبان، ... والخطبة مثل الرسالة لها أول وآخر"<sup>10</sup>، أي التّحدّث والمحاورة، والخطاب "مصدر خاطب، المواجهة بالكلام ويقابله الجواب"<sup>11</sup>، فالمتخاطبان يتواجهان بالكلام ويردّ كلاهما على الآخر.

ويطلق هذا المصطلح إجمالا على مفهومين "الملفوظ الموجّه إلى الغير لإفهامه قصدا معيّنًا، والشّكل اللّغوي الذي يتجاوز الجملة"<sup>12</sup>، ذلك أنّ المتكّم ينتج رسالة يقصد من خلالها إفهام المتلقّي لرغباته وآرائه، وقد يكون خطابه جملا أو يتجاوزها إلى نصوص.

ويتميّز إنتاج الخطاب بمراعاة المرسل لأحوال المرسل إليه وخصائصه وثقافته ومجتمعه وغيرها من المعارف المشتركة بينهما، إذ تتحكم العلاقة بين طرفي التّخاطب في التخطيط للرسالة وإنتاجها وإرسالها، وهو ما يحكم نجاح التواصل بها من عدمه، إذ يعبر الخطاب عن "الرسالة الموجّهة من المنشئ إلى المتلقّي، تستخدم فيها الشّفرة اللّغوية المشتركة بينهما، ويقضي ذلك أن يكون كلاهما على علم بمجموع الأنماط والعلاقات الصّوتية والصّرفية والنحوية والدّلالية التي تكوّن نظام اللّغة، وهذا النظام يلبيّ متطلّبات عمليّات الاتّصال بين أفراد الجماعة اللّغوية، وتتشكّل علاقاته من خلال ممارستهم كافة ألوان النّشاط الفردي

<sup>10</sup> جمال ابن منظور، لسان العرب، تح: عبد الله علي الكبير، دار المعارف، القاهرة، دت، مادة خطب.

<sup>11</sup> محمد الباشا، الكافي في معجم غربي حديث، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، دط، ص 414.

<sup>12</sup> عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 45.

والاجتماعي في حياتهم<sup>13</sup>، فإتقان اللّغة والتمكّن من قواعدها النّحوية ونظامها الصوتي والصّرفي، يمكّن المرسل من التحكّم في رسالته واختيار العبارات اللّغوية المناسبة لمقصوده، ويتيح أيضا للمرسل إليه القدرة على فهمها وتحليلها.

ولا فرق هنا بين الخطاب المكتوب والشفهي، ويعبّر كلاهما عن رسالة موجّهة إلى متلقٍ بغية تحقيق هدف معيّن، ويتردّد في الكثير من الأحيان مقترنا بوصف آخر، مثل الخطاب الديني، الخطاب السياسي ولذلك ورد الخطاب بتعريفات متعددة في الميادين المتنوّعة.

• ونجد هذا اللفظ عند العرب في مواضع كثيرة، خاصة عند الأصوليين الذين اعتبروه الركيزة الأساسية التي تقوم عليها أعمالهم، ويرى (الأمدي) أنه "اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه"<sup>14</sup>، فهو لفظ موجّه إلى الغير يقتضي وجود متكّم ومتلقٍ يشتركان في فهمه.

• أمّا في الدّراسات الغربية فقد تنوّعت دلالة الخطاب فيها تبعا للأبحاث التي أجريت عليه، فهو يطلق إجمالاً على أحد مفهومين، يتّفق في أحدهما مع ما ورد قديماً، أما المفهوم الآخر فيتسم بجدّته في الدّرس اللّغوي الحديث، وهذان المفهومان هما:

1-أنّه ذلك الملفوظ الموجّه إلى الغير، لإفهامه قصداً معيّنًا.

2-الآخر: الشّكل اللّغوي الذي يتجاوز الجملة

وقد عرضت (ديبورا شيفرن) ثلاثة تعريفات للخطاب تعكس تباين مناهج الدراسات اللّغوية، فقد ورد تعريفه حسبها بوصفه " أكبر من جملة، أو استعمال أيّ وحدة لغوية، أو بوصفه الملفوظ.

هاجر مدقن، الخطاب الحجاجي أنواعه وخصائصه، (دراسة تطبيقية في كتاب المساكين للرافعي)، مذكرة ماجستير، جامعة ورقلة، 2002، ص 10<sup>13</sup>.

<sup>14</sup> الأمدي، الإحكام في أصول الأحكام، تح: سيد الجميلي، دار الكتاب العربي، بيروت، ط2، 1986، ج1، ص 136.

إذ يتجسد المنهج الشكلي في التعريف الأول أي (أكبر من جملة)، فنتجه 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 إنتاجه، والدعوة إلى معرفة عناصر السياق، مثل معرفة العلاقة بين طرفي الخطاب ودرجاتهم الاجتماعية...

أما التعريف الذي يصفه بأنه الملفوظ فهو نقطة التقاطع بين المنهجين السابقين، أي بين البنية والوظيفة.<sup>15</sup>

وباعتبار الخطاب كلاما مجّها إلى الغير، فإنّه يفرض وجود مرسل ومرسل إليه يتفاعلان داخل السياق تحكما عناصره، وهو ما سنتعرض له بالدراسة في عنصر السياق.

<sup>15</sup> ينظر: ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 37

### المحاضرة 03: استراتيجيات الخطاب والسياق

#### 1-تعريف السياق: (context)

لئن كان الخطاب هو ذلك التفاعل بين أطرافه، فإنّ السياق هو الظروف التي تؤطر العملية التواصلية بشكل عام، وهو ما يحكم اختيار المتكلم لاستراتيجية دون أخرى، وتسهم عناصره في بلورة تلك العملية وتحقيق الهدف منها، وتتمثل هذه العناصر في: المرسل والمرسل إليه والمعرفة المشتركة بينهما.

ويشير مصطلح السياق إلى المحيط اللغوي الذي تقع فيه الوحدة اللغوية، وهو أحد اثنين: "السياق اللغوي وهو ما يسبق الكلمة، وما يليها من كلمات أخرى، والسياق غير اللغوي أي الظروف الخارجية عن اللغة التي يرد فيها الكلام".<sup>16</sup>

وعليه يغدو السياق اللغوي (verbal context) أو (linguistic context) معبراً عن الأجزاء من الكلام التي تحفّ الكلمة في الخطاب، أمّا السياق الخارجي فهو مجموع الظروف التي تحفّ التلفظ بالخطاب في الموقف الكلامي التواصلية، وهو سياق الحال أو الموقف، أو سياق التلفظ (context of situation)

ونجد (أولمان) يتحدّث عن مصطلح السياق فيقول: "وكلمة (context) قد استعملت حديثاً في معانٍ مختلفة، والمعنى الوحيد الذي يهمّ مشكلتنا في الحقيقة هو معناها التقليدي، أي: النظم اللفظي للكلمة وموقعها من ذلك النظم بأوسع معاني هذه العبارة، إن السياق على هذا التفسير ينبغي أن يشمل لا الكلمات والجمل الحقيقية السابقة واللاحقة فحسب، بل والقطعة كلّها والكتاب كلّّه، كما ينبغي أن يشمل بوجه من الوجوه كلّ ما يتصل بالكلمة من ظروف

<sup>16</sup> بروس أنغام، الزمن والجهة في اللغة العربية واللغة الانجليزية، الندوة الأولى لتعليم العربية للناطقين بغيرها، عدد1، ص 139.

وملابسات، والعناصر غير اللغوية المتعلقة بالمقام الذي تنطق فيه الكلمة، لها هي الأخرى أهميتها البالغة في هذا الشأن".<sup>17</sup>

إذن فالسياق هو تجسيد للتتابعات اللغوية في شكل الخطاب، من وحدات صوتية وصرفية ومعجمية وما بينها من علاقات تركيبية، وهو يعبر أيضا عن العناصر غير اللغوية التي توطر فعل التواصل وتؤثر فيه، إذ لا تكفي المقاطع التي تحفّ بالكلمة داخل النظم في تحديد معناها دون النظر إلى الظروف والملابسات التي تتصل بالموقف الذي أنتجت فيه.

## 2- أنواع السّياق:<sup>18</sup>

- **السياق النصي:** لم يتجاوز النحويون في التركيب حدّ الجملة في تحليلاتهم، من البنيويين والتوزيعيين وحتى النحو التحولي عند تشومسكي ومن بعده، كما لم يتجاوز الباحثون محتوى القضية في التحليل الدلالة، 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 ليتمكن المرسل إليه من اكتشاف هذه الوحدات الكبرى.
- **السياق الوجودي:** يدّعي الفلاسفة والمناطق 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 الزمني والمكاني هي مؤشرات للسياق الوجودي، وعندما توضع هذه الإشارات في الاعتبار، يمكن وصف معنى التعبيرات اللغوية إشاريا، بما يقود إلى صنف إشاري للدلالة.

<sup>17</sup> ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللغة، تح: كمال بشر، مكتبة الشباب، دط، دت، ص 59.

<sup>18</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 43

● **السياق المقامي:** حين يعبر المرسل عن مكونات العالم الحقيقي، أو عن العالم الممكن بتعبيرات لغوية سيميائية، فإن السياق المقامي يوفّر جزئياً بعض العوامل أو المحدّدات التي تسهم في تحديد معاني التعبيرات اللغوية، والمقامات بوصفها سياقاً، هي صنف متأصل في المحدّدات الاجتماعية، فقد يكون هذا السياق إطاراً للمؤسسات (محكمة، مدرسة...)، أو لأوضاع الحياة اليومية (مطعم، تسوّق...)، إذ توطّر هذه المحدّدات خصائص المحادثة في النصوص الكبرى، وكذلك في بناء الخطاب الإقناعي والحجائي، من خلال قوانين وأنظمة معينة، ويقدم علماء اللّغة الإجماعيين تصنيفاً ودراسة للسياقات المؤسساتية والدور الذي يمكن أن يلعبه كل من طرفي الخطاب فيها.

● **سياق الفعل:** لا تكاد تنحصر المقامات التي تحدّد دلالة التتابعات السيميائية، ولذلك تعدّ الأفعال اللغوية أصنافاً جزئية من السياق المقامي، ويرى (أوستين) أن التسلسلات اللغوية تعبر عن أفعال، بل هي الأفعال نفسها، فلم يعد هناك جملاً وصفية بحتة ذات معنى ثابت، دون أن تكون منطوقات أدائية، إذ تبيّن في مراحل<sup>19</sup> 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 اللغوية أفعال إرادية إذ يقصد المرسل إنجازها، ويريد أن يدرك المرسل إليه هذا القصد، ويمكن أن يضاف الشرط التفاعلي، لتصبح أفعال الآخرين اللغوية التي يشاركون بها في السياق التواصلي، هي السياق الدافع لإنتاج الخطاب اللاحق. ويضيف (جرايس) بعداً قصدياً لنظريات المعنى، وذلك من خلال طرحه مبدأ التعاون في الحوار،

<sup>19</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 44

والتأكيد على مبدأ قواعده في الاستلزام الحواري، إذ لا يحصل التواصل وإدراك القصد دون تفاعل تعاوني ومنسّق.

• **السياق النفسي:** إن اعتبار الخطاب فعلاً، وأنّ الفعل اللغوي قصد مشروط، يقود إلى دمج الحالات الذهنية وال نفسية في نظرية تداولية اللغة، لتصبح المقاصد والرغبات 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.

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

## المحاضرة 04: عناصر السياق

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

### 1- المرسل:

هو الطرف الأول المنتج للخطاب، وهو الذات المتلفظة به لتبليغ مقاصد وأهداف معينة، وهو الذي يختار الاستراتيجية الخطابية التي تمتد من مرحلة تحليل السياق ذهنيا والاستعداد له، بما في ذلك اختيار العلامة اللغوية الملائمة، وبما يضمن تحقّق منفعتة الذاتية، وهو "المكان الذي يتكون فيه فاعله، ومن خلال هذا الخطاب فإنّ الفاعل يبني عالمه كشيء ويبني ذاته أيضا، ولا بدّ من الإشارة إلى أهمية هذا الازدواج في فكرة الفاعل الذي يعتبر منتجا للخطاب ونتاجا عنه في الآن ذاته".<sup>20</sup>

إذ أن المرسل في بناء رسالته يجسّد شخصه وعالمه المادي المحيط به وما يفرضه عليه من شروط تتحكم في اختيار الزمان والمكان والأدوات اللغوية المناسبة.

### 2- المرسل إليه:

هو الطرف الثاني المستقبل للرسالة، والذي يوجّه له المرسل خطابه، ويدلّ على حضوره الأدوات اللغوية المستعملة مثل التذكير والتأنيث والأفعال اللغوية التي تخضع لإرادة المرسل على أن المرسل إليه حاضر في ذهنه عند إنتاج الخطاب، ويفرض على المرسل اختيار الاستراتيجية التي تتناسب والمعرفة المشتركة بينهما.

<sup>20</sup> صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص، عالم المعرفة، 1992، ص 98.

3-العناصر المشتركة: تعبّر المعرفة المشتركة عن العلاقة التي تربط طرفي الخطاب، و "هي الرّصيد المشترك بينهما، إذ ينطلق المرسل من عناصرها السياقية، كما يعوّل عليها المرسل إليه في تأويل خطابه وذلك حتى يتمكن من الفهم والإفهام أو الاقتناع والاقناع، 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 في ذلك دلالاتها وعلاقتها بثقافتها، وما نريد التأكيد عليه هو دور المعرفة المشتركة تداوليا في سياق الخطاب اللغوي، ومعرفة المرجع الذي تلتقي عنده أذهان طرفي الخطاب، في مرحلة إنتاج الخطاب وفي مرحلة تأويله".<sup>21</sup>.

<sup>21</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 49.

### • استراتيجيات الخطاب:

بعد عرضنا لمصلح الخطاب والسياق وعناصر المؤثرة، يمكن تعريف استراتيجية الخطاب بأنها " طرق محدّدة في تناول مشكلة ما، أو القيام بمهمة من المهمات، أو هي مجموعة عمليات تهدف إلى بلوغ غايات محدّدة والتكلم فيها".<sup>22</sup>

وهذه الطرق هي ما يسمى بالاستراتيجيات التي تعبّر عن الخطة التي يرسمها المرسل في سبيل بلوغ غايته، ويخطّط لها بالنظر إلى السياق والمرسل إليه والمعرفة المشتركة بينهما، "إذ لا ينتج المرسل خطابه غفلا عن عناصر السياق، فلا خطاب دون انخراطه في سياق معيّن، كما لا يتجلّى 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 الطبيعيّة فقط، بل يعتمدون إلى استعمال اللّغة بكيفيات منمّنة 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 على المرسل اختيار الاستراتيجية المناسبة التي يستطيع من خلالها تحقيق هدفه والوصول إلى قصده".<sup>23</sup>

ولما كانت الاستراتيجية هي الخطة في المقام الأوّل، فإنها تعبّر عن عملية ذهنية يقوم بها الفرد من أجل تبليغ رسالته، ولا يتأتّى له ذلك إلا إذا امتلك قدرة لغوية تمكنه من إنتاج اللّغة، وقدرة تواصلية تمكنه من التواصل بها، وهو ما يسمى بالكفاءة التداولية.

<sup>22</sup> عبد الرحمن العبدان، استراتيجيات تعلم اللّغة العربية بوصفها لغة ثانية، مجلة أم القرى، عدد 16، 1997، ص 324.

<sup>23</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 50.

### • الكفاءة التداولية:

إنّ الكفاءة التداولية هي التي تجمع بين القدرة على إنتاج اللغة والقدرة على التواصل بها، وتنطوي على مجموعة من الملكات تنصدرهم الملكة اللغوية وتليها الملكات غير اللغوية التي تسهم في بناء الخطاب، إذ تتألف 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:

أ- الملكة اللّغوية: يستطيع مستعمل اللّغة الطبيعية أن ينتج ويؤوّل إنتاجا وتأويلا صحيحين، عبارات لغوية ذات بنيات متنوعة جدا في عدد كبير من المواقف اللتواصلية المختلفة.

ب- الملكة المنطقية: بإمكان مستعمل اللغة الطبيعية باعتباره مزودا بمعارف معيّنة أن يشتق معارف أخرى، بواسطة قواعد الاستدلال التي تحكمها مبادئ المنطق الاستدلالي والمنطق الاحتمالي.

ت- الملكة المعرفية: يستطيع مستعمل اللغة الطبيعية باعتباره مزودا بمعارف معينة أن يكون رصيذا من المعارف المنظمة، ويستطيع أن يشتق معارف من العبارات اللغوية، كم يستطيع أن يختزن هذه المعارف في الشكل المطلوب ويستطيع استحضرها لتأول العبارات اللغوية.

ث- الملكة الإدراكية: يتمكن مستعمل اللغة الطبيعية من إدراك محيطه، ويستطيع أن يشتق من إدراكه ذلك معارف واستعمالها في إنتاج العبارات اللّغوية

ج- الملكة الاجتماعية: لا يعرف مستعمل اللغة الطبيعية ما يقوله فحسب، بل يعرف كذلك كيف يقوله للمرسل إليه في موقف تواصلية معين، قصد تحقيق أهداف تواصلية معينة".<sup>24</sup>

ومنه فإن الأفراد يتواصلون باللغة ويتفاعلون تفاعلا صحيحا يحقق الأهداف من الخطاب إذا امتلكوا كفاءة تداولية تمكنهم من ذلك، فلا تكفي الملكة اللغوية دون الملكات الأخرى، ولا ينتج الإنسان كلامه عبثا وإنما ينتجه لتبليغ قصد و تحقيق هدف، "فالخطاب هو نتيجة لاستراتيجية معينة، وتوليد يمر ب 3 مراحل:

- إدراك السياق الذي يجري فيه التواصل بكل أبعاده المؤثرة.
- تحديد العلاقة بين السياق والعلامة المستعملة، ليتم اختيار الاستراتيجية الخطابية الملائمة.
- التلفظ بالخطاب".<sup>25</sup>

ومن خلال ما سبق نستنتج أنّ استراتيجية الخطاب هي المسلك الذي يسلكه المرسل لبلوغ غايته والتعبير عن مقاصده، ويعتمد في ذلك على كفاءته التداولية التي تجمع بين كفاءته اللغوية وكفاءته التواصلية، لذلك نلحظ التفاوت بين الناس في قدرتهم على تحصيل أهدافهم من خطاباتهم.

<sup>24</sup> أحمد المتوكل، آفاق جديدة في نظرية النحو الوظيفي، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية في الرباط، 1993، ص 8.

<sup>25</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 63.

## المحاضرة 05: معايير تصنيف استراتيجيات الخطاب

إن اختيار المرسل لاستراتيجية دون أخرى، يحكمه السياق والعناصر التواصلية التي نتج فيها خطابه، ومن هنا كانت تلك العناصر معايير لتصنيفه، "ومن المسلمات البديهية في الخطاب ما يلي:

- مسلمة الحوارية: ومقتضى هذه المسلمة هي أن لا كلام مفيد إلا بين اثنين، وهما المرسل والمرسل إليه<sup>26</sup>.

أي أن المرسل ينتج كلامه ليووجهه إلى المتلقي، وهو ما يحقق الفائدة بينهما، ومن المسلمات الأخرى:

- "المسلمة التي تقول أن علامة الخطاب الرئيسية هي اللغة الطبيعية.

- أن الدلالة المباشرة هي دلالة الخطاب الرئيسية على قصد المرسل.

ووفقا لهذه المسلمات يستطيع المرسل اختيار استراتيجية معينة مع مراعاة عناصر السياق، وتتطوي هذه المسلمات ضمن ثلاثة معايير تؤثر في الخطاب بشكل عام وهي:

- معيار اجتماعي: وهو معيار العلاقة التخاطبية.

- معيار لغوي: وهو معيار شكل الخطاب من حيث دلالاته على قصد المرسل مباشرة أو عن طريق التلميح.

- معيار هدف الخطاب<sup>27</sup>.

ويمكن التفصيل في هذه المعايير كالآتي:

<sup>26</sup> طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد الكلام، المركز الثقافي العربي، ط2، 2000، ص 19.

<sup>27</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 87.

## 1- معيار العلاقة بين طرفي الخطاب:

ترتبط الأفراد داخل المجتمع عدّة علاقات، منها داخل الأسرة أو الصداقة أو العمل...، فهذه العلاقات سابقة الوجود عن إنتاج الخطاب، وهو ما ينعكس على تشكيله باختيار الاستراتيجية الملائمة التي تعبّر عن قصد المرسل.

فالمعرفة المشتركة هي نتيجة من نتائج تلك العلاقة، وإن لم تكن موجودة بينهما سلفاً، فإن المرسل يسعى إلى إيجادها بخطابه، فقد يكون إقامة علاقة بين المرسل والمرسل إليه هو الهدف من الخطاب أساساً، ويشير (طه عبد الرحمن) إلى أنّ "حقيقة الكلام ليست الدخول في علاقة بألفاظ معينة بقدر ما هي الدخول في علاقة مع الغير، فإذا انطوى الكلام على علاقة لفظية فينبغي أن تكون تابعة للعلاقة التخاطبية"<sup>28</sup>

وتتوزع العلاقة بين أطراف 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 مؤشراً لهذه العلاقات.

<sup>28</sup> طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط1، 1998، ص 97.

**ب- محور العلاقة العمودية:**

هي التي تتبلور في مراتب تصاعدية للناس داخل المجتمع، مما يجعلهم ينتمون إلى سلمٍ تراتبي، سواء أكان سلماً اجتماعياً أم وظيفياً، إذ يقع كل طرف من طرفي الخطاب في إحدى درجاته وهذا ما يحتاج المرسل إلى إدراكه واستحضاره، إذ يحتاج الكاتب مثلاً إلى معرفة مرتبة المكاتبين عند من يكتب عنه وما يليق بهم من الأوعية والعنوانات، فينزل كل واحد منهم مرتبته اللائقة، وهذه المراتب عموماً هي مرتبة من هو فوقك ومن هو مثلك ومن هو دونك، ولا يقوم هذا التصنيف بمعزل عن التصنيف الأفقي بل يمتزجان معاً<sup>29</sup>.

**ح- قواعد التخاطب:**

يراعي المرسل في إنتاج خطابه مجموعة من المبادئ سماها التداوليون بقواعد التخاطب، وهي التي تحكم اختيار الاستراتيجية وتضبط سلوك المتحدثين وهي:

1- مبدأ التأدب: يعدّ التأدب من أهم المبادئ التي يتأسس عليها الخطاب، وهي ظاهرة يفرضها المجتمع والدين والعلاقات بين الناس، وقد اخترنا التحدّث عن النموذج الذي اقترحه " (طه عبد الرحمن) من التراث الإسلامي ويسمى **(مبدأ التصديق)** ويصوغه كما يأتي:<sup>30</sup> **لا تقل لغيرك قولاً لا يصدقه فعلك.**

وينبني هذا المبدأ على عنصرين هما: نقل القول الذي يتعلّق بالجانب التبليغي، وتطبيق القول الذي يتعلّق بالجانب التهذيبي، ويستخرج من هذين المبدئين 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.

<sup>29</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 89.

<sup>30</sup> ينظر: المرجع نفسه، ص 94.95

- 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 يتكلم به.

#### ● قواعد التعامل:

- قاعدة القصد: لتتفقد قصدك في كل قول تلقيه إلى الغير

- قاعدة الصدق: لتكن صادقاً فيما تنقله إلى غيرك

- قاعدة الإخلاص: لتكن في توددك إلى الغير متجرداً عن أغراضك.

ومنه فإن هذا المبدأ يتعلّق بجانبين مهمين في العملية التواصلية، وهما تبليغ القول والتهذيب في نقله، مما يحفظ العلاقة بين المرسل والمتلقي ويسهم في نجاح التواصل بينهما، وقد توالى الدراسات في هذا الباب سواء عند العرب أو الغرب، واندرجت في البحث في ظاهرة التأدب، فدرسها كل من (لاكوف) و(ليتس) و(براون ولينفسون)...

وقد "أسست روبن لاكوف هذا المبدأ في مقالها (منطق التأدب)، ودعت إلى ضرورة اعتبار المحتوى التداولي للفعل الكلامي، وعند الحكم على قبول الجملة تماماً، كما كان ينظر إلى أهمية المستوى التركيبي عامة وإلى أهمية المستوى الدلالي".<sup>31</sup>

إذ يرى التداوليون أنه للحكم على صحة الجمل لا يكفي اعتبار المستوى الدلالي والتركيبي فقط، وإنما يجب النظر إلى المستوى التداولي الذي يعبر عن الوظائف التواصلية بين الناس، والذي تحكمه عدّة قواعد ومبادئ وتوجّهه إلى القبول أو الرفض من طرف الآخرين، وقد وضعت لاكوف قاعدتين متلازمتين سمتهما "قواعد الكفاءة التداولية"... وصاغتهما كالتالي:

- كن واضحاً

- كن مؤدّباً

<sup>31</sup> طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، ص 240.

وفرعت عنهما 3 قواعد سمتها "قواعد تهذيب الخطاب" وهي:

- قاعدة التعفف: تجنب فرض نفسك على المرسل إليه، بمعنى كم متحفظا ولا تتدخل في شؤون الآخرين.
- قاعدة التخيير: لتجعل المخاطب يتخذ قراراته بنفسه ودع خياراته مفتوحة.
- قاعدة التودد: تودد إلى المرسل إليه أي كن صادقا<sup>32</sup>.

ولا يختلف مبدأ التأدب عن مبدأ التعاون، إذ ينبني كلاهما عن مجموعة من القواعد الخاصة بالجاني التهذيبي والجانب التبليغي، ويسعى كلٌّ منها إلى تحقيق الغاية من إنتاج الخطاب وهي التواصل الأمثل الذي يحافظ على التعاون والاحترام بين الناس ويضمن نجاح العملية التواصلية.

## 2-مبدأ التعاون:

تتأسس الدراسات التي تتناول ظاهرة التأدب على مبدأ التعاون الذي بلوره (غرايس) في "بحته 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<sup>33</sup>.

ثم توالت المبادئ التي تحكم الخطاب بعد مبدأ التعاون منها:

<sup>32</sup> طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، ص 241.

<sup>33</sup> ينظر: ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 96.

3-مبدأ الوجه: وارتكز هذا المبدأ على عاملين هما: قيمة الوجه الاجتماعية ونسبة تهديد الوجه، ويعدّ الوجه من أبرز العلامات التي تدلّ على التأدب في الخطاب، إذ يسعى المرسل في تواصله مع غيره إلى حفظ ماء وجهه ووجه متحدثه، وعرف العرب هذه القيمة منذ القدم، وكانوا يعلمون أبناءهم آداب الحوار فلا يتكلمون مع من لا يقبل عليهم بوجهه، ويورد الجاحظ في هذا الباب قول (مطرق بن عبد الله لابنه: لا تقبل بحديثك على من لا يقبل عليك بوجهه، وقال عبد الله بن مسعود: حدّث الناس ما حدّثوك بأبصارهم وأذنوا لك بأسماعهم، وإذا رأيت منهم فترة فأمسك".<sup>34</sup>

فالإقبال على المتكلم بالوجه دلالة على الرغبة في الاستماع واحترام المتكلم وتقديره وامتدّ هذا التصور حتى العصر الحديث، وقد صاغه (براون وليفنسون) في عملهما التداولي (الكليات في الاستعمالات اللغوية، ظاهرة التأدب)<sup>35</sup>.

ويبنى هذا المبدأ على عاملين:

- قيمة الوجه الاجتماعية

- نسبة تهديد الوجه.

1-قيمة الوجه الاجتماعية:

وتتبنى هذه القيمة على صيانة المرسل لوجه غيره، وذلك من خلال تجنب الأفعال التي تضرّه والتي تحرجه، كنوع من الاحترام والتعاون المتبادل بينهما، ويقسم الباحثان هذا المبدأ إلى:

- "الوجه الدافع: وهو رغبة الإنسان في أن لا يعترض الآخرون على أفعاله.

<sup>34</sup> الجاحظ، البيان والتبيين، تح: عبد السلام هارون، مكتبة الخانجي للطباعة، ط1، ج1، ص 104.

<sup>35</sup> طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، ص 243.

- الوجه الجالب: وهو رغبة كلّ واحد في أن تكون إرادته محترمة من الآخرين".<sup>36</sup>

إذ تتحكم رغبة الإنسان في سلوكياته وطريقة كلامه، فهو يسعى من خلال خطابه إلى تحقيقها دون الضرر بقيمة وجهه داخل المجتمع.

2-نسبة تهديد الوجه: يهدّد وجه الإنسان كلّ ما يتعارض مع رغبته في التمتع بالاحترام من طرف الآخرين، وهي كل تلك الأفعال التي تتعارض مع إرادته مثل: الأمر، التحقير، الاستهجان، النقد، السخرية، الاستهزاء، التجريح، التهديد... وغيرها كثير.

إن معيار العلاقة بين طرفي التخاطب هو من أهم المعايير التي تصنف استراتيجيات الخطاب، مما يؤسس العلاقة بين المرسل والمرسل إليه، وهناك معايير أخرى تتمثل في شكل الخطاب وهدف الخطاب.

## 2- معيار هدف الخطاب:

يعدّ الهدف من الخطاب من أهمّ المعايير التي تؤثر في اختيار الاستراتيجية وتصنيفها، وتتراوح الأهداف تبعا للمخزون اللغوي للمرسل، إذ يمثل الخطاب نشاطا تواصليا موجها للوصول إلى هدف، وهو " القوة الدافعة التي تقف خلف التواصل الإنساني، وبالتالي فالهدف يؤثر في إنتاج الملفوظات كما يؤثر في تأويلها".<sup>37</sup>

وعليه فإن الهدف هو الدافع لأي عمل إنساني، ماديا كان أو لغويا، ولا ينتج المرسل خطابه عبثا وإنما يرمي من خلاله الوصول إلى غايته.

ويتكون الهدف من مستويين، مستوى نفعي ومستوى كلي<sup>38</sup>:

<sup>36</sup> طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، ص 246.

<sup>37</sup> المرجع نفسه، ص 149.

<sup>38</sup> المرجع نفسه، ص 150.

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 ويتجسد في الأفعال اللغوية التي يوظفها المرسل في خطابه، بغض النظر عما إذا نجح في تحقيق الهدف من هذه الأفعال أم لا أي الهدف النفعي

### 3- معيار شكل الخطاب:

لكل معنى لغوي شكل مادي يعبر عنه وفق ما تواضع عليه أبناء الجماعة اللغوية الواحدة، والمرسل بالنسبة للمرسل إليه هو إما مخبر أو طالب، وهو ما أشار إليه (السكاكي) في قوله: " والسابق في كلام العرب شيان، الخبر والطلب، وما سوى ذلك نتائج امتناع إجراء الكلام على الأصل".<sup>39</sup>

ولما كان الخطاب هو وسيلة التعبير عن الأخبار أو طلبها، فإنه يتجلى في شكل لغوي يرتبط بالمعاني التي يدل عليها، "وبهذا يتضح أن لصورة الخطاب أكثر من قوة إنجازية طبقا لمقتضى السياق، لذلك يميز التداوليون بين منطوق الخطاب وهو المعنى الحرفي للخطاب ومفهوم الخطاب وهو ما يسمى بالمعنى المستلزم، فيندرج الخطاب ضمن استراتيجيتين، الاستراتيجية التلميحية والاستراتيجية المباشرة"<sup>40</sup>

وتتحدّد العلاقة بين منطوق الخطاب ومعناه الحرفي انطلاقاً ممّا يريده المرسل من معانٍ للعبارة اللغوية التي يستعملها، إما بتحقيق المعنى المباشر أو المعنى الملمّح إليه، والذي يفهمه المرسل إليه تبعاً للعلاقة التي تربط بينهما.

<sup>39</sup> محمد السكاكي، مفتاح العلوم، تع: عليّ نعيم زرزور، دار الكتب العلمية، بيروت، ط2، 1987، ص 163.

<sup>40</sup> ينظر: ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 159

ومن كل ما سبق نستنتج أنّ معايير تصنيف الخطاب هي المعايير التي يختار عن طريقها المرسل الاستراتيجية المناسبة لخطابه، التي يراعي فيها أحوال السياق والزمان والمكان والمناسبة، وأحوال المرسل إليه وخصائصه والمعرفة المشتركة بينهما، وكلّها ظروف تتحكم في المرسل وتؤسس لخطابه.

## المحاضرة 06: العوامل المؤثرة في اختيار استراتيجيات الخطاب:

يحكم اختيار المرسل لاستراتيجية دون أخرى عاملين أساسيين هما: المقاصد والسلطة.

### 1- معيار القصد

تكمن وظيفة اللّغة في تحقيق التّفاعل بين طرفي الخطاب، و الهدف من هذا التفاعل بلوغ القصد من الكلام، والقصد في اللّغة "استقامة الطّريق، قصد يقصد قصدا فهو قاصد، وطريق قاصد: سهل مستقيم".<sup>41</sup>

ويعرّفه (الجوهري) بقوله: "القصد إتيان الشيء تقول: قصدته وقصدت له، وقصدت قصده: نحوته نحوه".<sup>42</sup>

فغاية المرسل هي إفهام المرسل إليه، "ويشترط ليعبّر المرسل عن القصد الذي يوصل إليه أن يمتلك اللّغة في مستوياتها المعروفة منها المستوى الدّلالي، وذلك بمعرفته العلاقة بين الدّوال والمدلولات، وكذلك بمعرفته بقواعد تركيبها وسياقات استعمالها، وعلى الإجمال معرفته بالمواضع التي تنظّم إنتاج الخطاب".<sup>43</sup>

إذ لا يستقيم بناء الكلام إلا إذا طابق ما تواضع عليه أفراد الجماعة اللغوية الواحدة، فالدّور الأساسي للمقاصد هو بلورة المعنى كما هو عند المرسل، وهو لبّ العمليّة التّواصلية، لأنّه "لا وجود لأيّ تواصل غن طريق العلامات دون وجود قصديّة وراء فعل التّواصل"<sup>44</sup>، فكلّ كلام يحمل في الغالب خبرا مضمونا وهذا الخبر سواء توحد أو تعدّد إنما يأتي ليبيّن عن موقف خاص من قضية ما، فيكون بذلك مفيدا لأمر قد يعرفه المخاطب تذكيرا وتبنيها،

<sup>41</sup>ابن منظور، لسان العرب، ج3، ص 355.

<sup>42</sup> أبو نصر اسماعيل الجوهري، تاج اللغة وصحاح العربية، تح: محمد محمد تامر، دار الحديث، القاهرة، ص 944.

<sup>43</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 183.

<sup>44</sup> المرجع نفسه، ص 183

أو يجهله فيكون له تبصيرا وتعريفا، ومعنى ذلك أنّ أصل الكلام تحقيق الفائدة، وللقصد دوره في تقنين مسارات النقاش والحجاج، فلا يسمى الفعل فعلا إذا لم يصحبه قصد، وقد تعدّدت دلالات مفهومه في الدّراسات النظرية، فهو دالّ على أحد ثلاثة:

- دال على الإرادة
- دال على معنى الخطاب
- دال على هدف الخطاب.

#### القصد بمفهوم الإرادة:

إنّ الحكم على الفعل اللغوي يكون تبعا لإرادة المرسل، إذ يتلفّظ بالخطاب بناء على نيّة معيّنة من جل تحقيق هدف محدّد، ولذلك جعل كلّ من (أوستين) و (سيرل) المقاصد "مركزا في التفريق بين المعنى التعبيري معنى الكلمات في الملفوظ، وبين قوّة الأفعال الغرضيّة، أي النتيجة التي يقصد المرسل نقلها، وقد ركّز فلاسفة اللّغة على الطّرق التي يبحث عنها المرسل لنقل مقاصده إلى المرسل إليه، فيجب أن ندرك أن فهم مقاصد الآخرين شيء مركزيّ لنجاح التّخطيط في التفاعل".<sup>45</sup>

فالقصد بمفهوم الإرادة نعني به ما يريد المرسل إفهامه للمرسل إليه، أي المعنى غير المباشر للعبارات اللّغوية، إذ أنّ هناك قصد أوّل وهناك قصد آخر، يفهمه المرسل إليه من خلال السّياق ومعرفته بإرادة المرسل والهدف الذي يصبو إليه، وهو معيار لا يستغنى عنه في الحكم على الخطاب، ويتبوأ القصد بمعنى الإرادة أهمية في التفريق بين مرسل صادق ومرسل كاذب، ويستطيع المرسل إليه استخلاص مفهوم الملفوظات اعتمادا على المعرفة المشتركة التي تربطه بالمرسل وسياق التّلفظ.

<sup>45</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 190.

**القصد بمفهوم المعنى:**

إنّ القصد بمفهوم المعنى يعبر عن الدلالات الحرفية للعبارات اللغوية، وقد فصل (ابن القيم الجوزية) في هذا الباب حيث قال: " الألفاظ بالنسبة إلى مقاصد المتكلمين ونياتهم وإراداتهم لمعانيها ثلاثة أقسام:

1- أن تظهر مطابقة القصد للفظ، وللظهور مراتب تنتهي إلى اليقين والقطع بمراد المتكلم بحسب الكلام في نفسه وما يقترن به من القرائن الحالية واللغوية وحال المتكلم به وغير ذلك.

2- ما يظهر أن المتكلم لم يرد معناه، وقد ينتهي هذا الظهور إلى حدّ اليقين، بحيث لا يشكّ السامع فيه، وهذا القسم نوعان: أحدهما: لا يكون مريدا لمقتضاه، ولا لغيره كالمكره والنائم والمجنون...، والثاني أن يكون مريدا لمعنى يخالفه.

3- ما هو ظاهر في معناه، ويحتمل إرادة المتكلم له ويحتمل إرادته غيره، ولا دلالة على واحد من الأمرين، واللفظ دالّ على المعنى الموضوع له، وقد أتى به اختياراً<sup>46</sup>

ومن هذا المنطلق فإنّ القصد من الخطاب يتوقّف على ماذا يعني المرسل، سواء أكان المعنى حرفياً للألفاظ أم معنى يودّ إفهامه للمرسل إليه، إذ تتفاوت المعاني من حيث علاقة القصد بدلالة الخطاب الحرفية، ويرى (الشاطبي) أنّ المقاصد هي المعاني نفسها وفي هذا يقول: "يكون الاعتناء بالمعاني المبنوثة في الخطاب هو المقصود الأعظم بناءً، على أنّ العرب إنّما كانت عنايتها بالمعاني وأصلحت الألفاظ من أجلها، وهذا الأصل معلوم عندهم، فاللفظ إنّما هو وسيلة إلى تحصيل المعنى والمعنى هو المقصود".<sup>47</sup>

<sup>46</sup> ابن القيم الجوزية، إعلام الموقعين عن ربّ العالمين، تح: محمد محيي الدين، دت، ج3، ص 117.

<sup>47</sup> الشاطبي، الموافقات في أصول الشريعة، تح: عبد الله بن دراز، دار المعرفة، بيروت، 1994، ج2، ص 396.

ومن هنا نستنتج أنّ القصد بمفهوم المعنى والقصد بمفهوم الإرادة يحكهما السياق والعلاقة بين طرفي الخطاب، وهو مرهون بفهم غاية المرسل من إنتاج الخطاب، ذلك أنّه قد " يصاغ في تمثيل تدرك معانيه الحرفية، ولكنها غير كافية لإدراك المغزى واستخلاص العبرة،"<sup>48</sup>

ومن كلّ ما سبق فإنّ القصد من الخطاب يعدّ عاملاً أساسياً من العوامل التي تؤثر في اختيار الاستراتيجية الخطابية المناسبة، وإنّ المرسل في خطابه يسعى إلى نقل مفهوم معيّن للمرسل إليه إمّا بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ويتوقّف فهم المرسل إليه للخطاب على مدى كفاءته اللغوية والتداولية ومعرفته للسياق والعناصر المؤثرة فيه والعلاقة بينه وبين المرسل.

## 2- معيار السّطة:

### أ- تعريف السّطة:

تعرف السّطة من المنظور اللغوي أنّها "القدرة والقوة على الشّيء، والسّلطان الذي يكون للإنسان وغيره...، وجمعها سلطات، وهي الأجهزة الاجتماعية التي تمارسها كالسلطة السياسية والقضائية...".<sup>49</sup>

فهي تعبّر عن بنى تراتبية في المجتمع، تستلزم أمراً ومأموراً، فتصبح مفهوماً مجازياً إذا تعلّق الأمر بالتفاعل بين المرسل والمرسل إليه.

أمّا في الاصطلاح فهي: القدرة على التأثير في الأشخاص ومجريات الأحداث باللّجوء إلى مجموعة من الوسائل تتراوح بين الإقناع والإكراه.<sup>50</sup>

<sup>48</sup> محمد مفتاح، مجهول البيان، دار توبقال للنشر، ط1، 1990، ص 106.

<sup>49</sup> جميل صليبا، المعجم الفلسفي، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982، ص 670.

<sup>50</sup> جورج بلانرييه، الأنثروبولوجيا السياسية، تر: علي المصري، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 2007، ص 37.

ويمكن اعتبار الخطاب إحدى الوسائل التي تؤثر في الأفراد، إذ يمكن أن يمتلك الإنسان السلطة بمجرد التلّظ به، وتربط هؤلاء الأفراد مجموعة من العلاقات قد تكون غير متكافئة، ممّا يلزم المرسل أخذها بعين الاعتبار في بناء خطابه واختيار استراتيجيته، إمّا باستعماله لسلطته أو بالتنازل عليها، "ومن تمام السلطة لإنجاز الخطاب الاعتماد على المكان المادي لتفعيلها، فسلطة المعلم تكتسي قوتها في المدرسة بشكل عام، في الفصل بشكل خاص، فالفصل هو الذي يمنح المعلم بصفته مرسلًا فرصة إعطاء التوجيهات، وكذلك القاضي تظهر سلطته داخل المحكمة، لأنها هي التي تعطي خطابه صفة الفعل المنجز".<sup>51</sup>

ولذلك فإنّ السلطة تظهر خاصّة في الأمكنة التي يتواجد فيها المرسل أو المؤسسات التي يعمل فيها، والتي قد يتنازل عنها في المحيط الخارجي تبعًا لخصائص المرسل إليه وظروف السياق، والمرسل بالنسبة للسلطة هو أحد اثنين: "إمّا مالك لها قبل التلّظ بالخطاب، أو أنّه لا يمتلكها ويسعى إلى إيجادها بخطابه".<sup>52</sup>

ومصادر السلطة متعدّدة منها: رتبة المرسل داخل البيت مثل: الأب، الأخ الأكبر...، وكذلك الوظيفة والمركز في المجتمع، فهي "ظاهرة اجتماعية وليست سياسية فقط، ويقصد بالسلطة الاجتماعية التواصل من خلال علاقات تقام مع الآخرين أو الظفر بطاعتهم".<sup>53</sup>

ولا تتمحور السلطة حول المرسل فقط، وإنّما تتجاوزها إلى كلّ العناصر السياقية التي تحكم التفاعل مثل المرسل إليه واللغة والمجتمع.

<sup>51</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 222.

<sup>52</sup> المرجع نفسه، ص 223.

<sup>53</sup> عبد الله ناصف، السلطة السياسية ضرورتها وطبيعتها، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، ط1، 1998، ص 8.

**1-سلطة اللّغة:**

إنّ الوظيفة الأساسية للّغة هي التّواصل وفق ما تواضع عليه أفراد الجماعة اللغوية الواحدة، وهي الوسيلة التي يستعملها المرسل للتّبلغ، فهي الأداة الرّئيسة في إنجاز العديد من الأفعال الكلامية وتأويل العلامات السيميائية الأخرى، وهذا المنطلق فإنّ المرسل ينصاع في خطابه إلى أنظمتها الصّوتية والتّركيبية والدّالية والمعجمية، ومن هنا تظهر سلطة اللّغة على المرسل، فهي " سلطة تشريعية اللّسان قانونها، ونحن مرغمون دوما على الاختيار بين صيغة التّذكير والتّأنيث وليس بإمكاننا على الإطلاق أن نحيد عنهما، ثم تحديد العلاقة بالآخر، إما باستعمال ضمير المخاطب بصيغة المفرد أو الجمع، فإنّ اللّغة بطبيعتها تنطوي على علاقة استلاب قاهرة، ليس النطق أو الخطاب بالأحرى تبليغا كما يقال عادة، إنه إخضاع".<sup>54</sup>

فاللّغة هي مجموعة من الأصوات والتراكيب والمفردات التي تفرض على المرسل الاحتكام إليها في صياغة خطابه، فتصبح أنظمتها قيودا تقيدّه، "ولا يمكن خرق هذا الأنظمة إلا في الحدود التي تسمح بها... وشرط ذلك أن يظلّ الخطاب مفهوما من لدن المرسل إليه، وإذا لم يكن كذلك، فإنه يخرج من أنظمة اللّغة المتعارف عليها".<sup>55</sup>

ومن هنا تظهر قدرتها على التّأثير في المتلقي وتغيير قيمه وقناعاته.

**2-سلطة المرسل:**

لئن كانت اللّغة هي الأداة التي يتواصل بها الإنسان، ويحتكم إلى قواعدها وأنظمتها التي تفرضها عليه، فإنّ سلطة المرسل تظهر في قدرته على اختيار عبارات لغوية دون أخرى، وفي التقديم والتّأخير بينها، واستعمال أسلوب دون آخر، وإنّ تمكّنه من اللّغة وقواعدها ينيح

<sup>54</sup> رولان بارت، درس السيميولوجيا، تر: عبد السلام بن عبد العالي، دار التوفيق للنشر، الدار البيضاء، ط3، 1993، ص 12.

<sup>55</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 225.

له فرصة التلاعب بمفرداتها بين المعنى الضمني والمعنى المباشر في خطابه، "فالقدرة على الإذعان لقواعد اللّغة وقيودها أو خرقها أو التلاعب بها، هو كفاءة تواصلية، وعندما يستعمل المرسل الكفاءة التواصلية ليؤثّر في سلوك الآخرين، فإننا نتحدّث عن تأثيرات تتمّ عن دهاء، ويحقّق هذه التأثيرات عن طريق استغلال القواعد والاستثناءات والاختيار من المواد المخزونة، وبذلك فإنّه يشير في خطابه إلى معنى اجتماعي".<sup>56</sup>

وتظهر سلطة المرسل في المجتمع من خلال الرتبة والوظيفة التي يتمتع بها، وكذلك العلاقات في الأسرة مثل الأب، الجد...، فقد يملك المرسل السلطة قبل التلفظ بالخطاب أو يكتسبها فور التلفظ به.

### 3- سلطة المرسل إليه:

يعدّ المرسل إليه عنصرا من العناصر السياقية التي تؤثّر في المرسل وتفرض عليه اختيار استراتيجية دون أخرى، وهو الطّرف الثاني للعملية التخاطبية، وينتج المرسل خطابه من أجله، ومن هنا فإنّ سلطته على المرسل تظهر من خلال مميزاته وخصائصه ووظيفته، وعندما يكون في رتبة أعلى من المرسل، ممّا يفرض عليه استعمال عبارات لغوية مؤدّبة وألفاظ الرّجاء والتودّد، "فلا يكلم سيّد الأمة بكلام العامة، ولا الملوك بكلام السّوقة، ويكون في قواه فضل التّصرّف في كلّ طبقة".<sup>57</sup>

إذ ينبغي للمتكلّم انتقاء ألفاظه ومناسبة أحوال المخاطبين، وثقافتهم وطبقاتهم.

<sup>56</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 226.

<sup>57</sup> الجاحظ، البيان والتبيين، ج1، ص 92.

## 4-سلطة المجتمع:

إنّ المتخاطبين لا يتواجدون بمعزل عن المجتمع، وإنّما يتفاعلون ويتواصلون ضمن أطره العامّة، تحكمهم اعتقاداته وتوجهاته وثقافته وديانته، فللمجتمع سلطة على أفرادها يفرض عليهم الانصياع لها، وتقيّد استعمالاتهم للعبارة اللغوية المسموحة والممنوعة، فلا يمكن للمرسل قول أي شيء وفي أيّ مكان يريد، أو التحدّث في أي موضوع يرفضه المجتمع بعاداته وتقاليده، فهو إحدى الأطر التي تقيّد حرية المرسل وتوجّهه في إنتاج خطابه واختيار استراتيجيته.

## ب-السلطة في الخطاب:

إنّ السّلطة في الخطاب هي نتيجة للسّلطة التي يتمتّع بها المرسل، فعدم حيازته عليها يؤدّي إلى فشل خطابه، "لأنّ معظم الشّروط التي ينبغي أن تتوفّر كي يعمل الإنجاز الكلامي عمله تنحصر في مدى التلاؤم بين المتكلّم أو وظيفته الاجتماعية وبين ما يصدر عنه من خطاب، إنّ أيّ أداء للكلام سيكون عرضة للفشل إذا لم يكن صادرا عن شخص يملك سلطة الكلام، وإذا لم يتوفّر المخاطب على السلطة التي تخوّله للتفوّه بالكلمات التي ينطق بها".<sup>58</sup>

ويظهر هذا خاصّة في المجالس والحوارات التي يكون فيها المرسل أقلّ درجة من المرسل إليه، وفي إبداء رأيه في مسألة معيّنة، فامتلاكه للسلطة يمكنه من نجاح خطابه وأفعاله الكلامية، فسلطة الطبيب على المريض مثلا تمكنه من استعمال أفعال كلامية لا يستطيع المريض استعمالها، والقاضي في المحكمة يؤدّي خطابا لا يمكن لغيره أداءه، وبهذا كانت السلطة معيارا في تصنيف الأفعال اللغوية الإنجازية، "إذ نتج عنها عند (أوستين) صنف الأفعال الإنجازية التي تتعلّق بممارسة السلطة، القانون والنفوذ، وأمثلة ذلك التعيين في

<sup>58</sup> بيير بورديو، الرمز والسلطة، تر: عبد السلام بن عبد العالي، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، ط2، 1990، ص 65.

المناصب والانتخابات وإصدار الأوامر التفسيرية في المذكرات وإعطاء التوجيهات التنفيذية القريبة من النصح والتحذير وغيرها".<sup>59</sup> ومنه فإن السلطة في الخطابات تظهر من خلال الأدوات اللغوية التي يمكن أن تعبر عنها وتوجه المرسل إليه.

### ج- السلطة بالخطاب:

تظهر سلطة المرسل في الخطاب إذا كان يملكها قبل التلفظ بالخطاب، أما سلطته بالخطاب إذا كان يسعى لامتلاكها عن طريق التلفظ به، وتحدد هذه السلطة عن طريق مجموعة من الآليات<sup>60</sup> هي:

- تغييب المرجع: مثل قول: خبر عاجل

ويكثر استعمال هذا الخطاب في وسائل الإعلام، فقد يستعمل المرسل هذا الخطاب على أن (خبر) مبتدأ وهو نكرة، وهو دليل على غياب مرجعه، وزاد في تغييبه عندما وصفه ب (العجلة)، وعليه فإن المرسل يجعل المرسل إليه متشوقاً إلى معرفة هذا الخبر، فقد استثمر هذا الخطاب ليمارس سلطة عليه.

- حذف المرجح أو إرجاؤه: مثل: ارتقبوا، انتظروا

ويستعمل هذا الخطاب خاصة في الإعلانات التجارية، فينتظر المرسل إليه ما سيتلفظ به المرسل وهو ما يعبر عن امتداد سلطته عليه.

ومن كل ما سبق نستنتج أن السلطة تحكم العلاقة بين طرفي التخاطب، خاصة في السلم التراتبي داخل المجتمع، وتؤثر في اختبار استراتيجية تخاطبية دون أخرى، لما يفرضه طرفي التفاعل، كما تظهر معالمها في شكل الخطاب واختيار الآليات اللغوية والأدوات والأفعال

<sup>59</sup> أوستين، نظرية الأفعال الكلامية، تر: عبد القادر قنيني، إفريقيا الشرق، 1991، ص 174

<sup>60</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 247.

الكلامية، وتتجسد خاصة في تحقيق الهدف من الخطاب، فمعرفة السلطة وزمن الإذعان لها أو التنازل عنها هو مي يحكم نجاح التواصل بالخطاب أو فشله.

## المحاضرة 07: أنواع استراتيجيات الخطاب

تتنوع استراتيجيات الخطاب وتفاضل وفق المؤثرات المختلفة التي تدفع المرسل إلى صياغة خطاب معين سعياً منه إلى تحقيق هدف، وقد صنّفها التداوليون إلى خمس استراتيجيات تتميز كلّ واحدة باستعمال مجموعة من الآليات والأدوات والأفعال اللغوية وفقاً لما يقتضيه السياق والموقف التواصلية، وهي: استراتيجية مباشرة، استراتيجية تلميحية، استراتيجية تصريحية توجيهية، استراتيجية تضامنية، وأخيراً استراتيجية إقناعية.

### 1- الاستراتيجية التصريحية:

يكتسب المخاطب في الاستراتيجية التصريحية السلطة ويتكلم من مواقع القوة والنفوذ، فيصدر الأوامر ويفتح أمامه باب التعبير والتصريح المباشر، وينحو خطابه منحى تعليمياً توجيهياً، وتتواتر فيها أساليب الأمر والنهي والتحذير والإغراء مؤكداً دور السلطة الاجتماعية في منح فرد من أفرادها نفوذاً تجليه الأدوات اللغوية، ويبدو المخاطب آمراً وملزماً بحكم المؤسسة للامتثال له وتنفيذ أوامره، ولهذه الاستراتيجية دوافعها، إذ توجد سياقات لا تناسبها الخطابات المرنة التي تمنح الأولوية لمبدأ التهذيب.

ويرتبط التصريح بالتوجيه خاصّة، فهو "الخطاب الموجه إلى المرسل إليه، لحمله على القيام بفعل أو الامتناع عنه"<sup>61</sup>، ولا تتعلّق هذه الاستراتيجية بمميزات المرسل إليه بقدر ما تتعلّق بترتيبه في السلم الاجتماعي، وتنقسم أصناف المرسل عن استعمال هذه الاستراتيجية إلى صنفين:

- الأول: المرسل إليه المتخيّل بما له من صورة نمطية في السياق، مما يؤكّد عدم حضوره لحظة إنتاج الخطاب، ومن نماذج توجيه الخطاب في هذا الصنف الخطابات التي تنصّ على تعليمات التوجيه للمرسل إليه المفترض، انطلاقاً من خصائصه معروفة مسبقاً من

<sup>61</sup> جورج بول، التداولية، تر: قصي العنابي، دار العربية للعلوم ناشرون، الرباط، ط1، 2010، ص 90.

خلال المعرفة المسبقة بخصائص العالم المحيط بطرفي الخطاب مثل التعليمات التي نجدها في الملابس حول غسلها، أو تعليمات استعمال المراجع في مكتبة عامة، أو تعليمات استعمال المصعد الكهربائي...، فالمرسل يفترض المرسل إليه مسبقا من خلال الشروط المعروفة والمعايير المحسوبة.

● الصنف الثاني: هو المرسل إليه الحاضر لحظة إنتاج الخطاب، فيكون معروفا عن المرسل، وعليه يتراوح استعمال الأدوات والآليات اللغوية بين تلك التي توجه المرسل إليه المتخيل وتلك التي توجه المرسل إليه الحاضر، والسياق الذي يدور فيه الخطاب أضيق من السياق الأول، إذ تتداخل فيه سمات الفرد المخاطي والمعرفة المشتركة بينهما...<sup>62</sup>.

ويختلف الصنف الأول عن الثاني كون السياق أوسع إذا كان المرسل غير حاضر وإنما مفترض، انطلاقا من معرفة مشتركة مفترضة، يأتي بصفة عامة على شكل تعليمات نجدها خاصة في كيفية استخدام الأجهزة أو تشغيلها، أو نجدها في الأماكن العامة التي تحدّد قيها المسموحات والممنوعات، أو نجده أيضا في بعض اللافتات في الطّرق التي تطلب من السائقين الحذر أو عدم استعمال بعض المسارات أو إنارة القناديل...، ومنه فإنّ الأفعال اللغوية تتفاوت قوتها في التوجيه حسب درجة السلطة عند المرسل وحسب قربه أو ابتعاده عن المرسل إليه، إذ يحكم التفاعل بين طرفي الخطاب الهدف من إنتاجه تبعا لإرادة المرسل، و تشمل الأفعال الإنجازية في الاستراتيجية التوجيهية "كلّ الأفعال الكلامية الدّالة على الطّلب بغضّ النّظر عن صيغتها، وهو أمر أخذ به الأصوليون والفقهاء وعلماء الكلام".<sup>63</sup>

<sup>62</sup> ينظر ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 323-324.

<sup>63</sup> محمود نحلة، نحو نظرية عربية للأفعال اللغوية، مجلّة الدراسات اللغوية، عدد 1، 1999، ص 196.

## مسوغات استعمال الاستراتيجية التصريحية:

هناك عدّة عوامل تؤثر في اختيار الاستراتيجية التصريحية دون الاستراتيجيات الأخرى

أهما الرتبة في السلم الاجتماعي، ومنه فإنّ مسوغات استعمال هذه الاستراتيجية هي:

- "عدم التشابه في عدد من السمات مثل: السمة المعرفية، الأستاذ/ التلميذ، الطبيب/ المريض...
- عدم وجود تكرار في الاتصال بين طرفي الخطاب، إذ تنحصر اللقاءات في اللقاءات الرسمية التي يؤطّرها جوّ العمل، وبالتالي فليس هناك عمق في المعرفة الشخصية، فلا تتجاوز المعرفة داخل إطار التعامل الرسمي فقط.
- الشعور بالتفاوت في مستوى التفكير بين طرفي التخاطب، ممّا يؤثّر في فهم كلّ منهما في طبيعة الآخر، فقد يستعمل المرسل الاستراتيجية التضامنية، بالرغم من سلطته، ولكنّ المرسل إليه قد يفسّر ذلك ضعف من المرسل، ودرأ لهذه التّأويلات المفترضة يجد المرسل استعمال التوجيه ضروريا وأسلم نتيجة.
- تهميش ما قد يحدثه استعمال هذه الاستراتيجية من أثر عاطفي سلبي على المرسل إليه، فيقصي المرسل هذه التّأثيرات على المرسل إليه متجاهلا إيّاها.
- تصحيح العلاقة بين طرفي التخاطب غير المتكافئين في المرتبة وإعادتها إلى سيرتها الأولى، إذا كان التعامل حسب الاستراتيجية التضامنية قد يؤثّر على سير العلاقة بينهما، أو يقلّل من هيبة المرسل أو شأنه بسبب تنازله عن حقّه المكتسب.
- رغبة المرسل في الاستعلاء أو الارتفاع بمنزلته الذاتية، وقد يتّضح هذا من خطاب المظلوم الذي يطلب من القاضي أو الموظّف منحه حقوقه، بقوله: أنصفي وأعربي سمعك لتسمعني...

- إصرار المرسل على تنفيذ قصده عند إنجاز الفعل وعلى حصول أقصى مقتضى خطابه".<sup>64</sup>

وتعدّ المسوّغات التي تدفع المرسل إلى اختيار هذه الاستراتيجية وفقا لدواعي السياق وخصائص المرسل إليه والهدف من إنتاج خطابه، فيستعمل الصيغ والآليات والأدوات اللغوية التي توجّه المرسل إليه أو تحدّره أو تنهائه، وهنا تظهر وظيفة اللغة النّدائية والإيعازية التي لا تقتصر على البعد التواصلّي والوصفي فقط، وإنما تتجاوزها إلى جعل المرسل يذعن لتوجيهات وتعليمات المرسل استنادا إلى سلطته المكتسبة في مجتمعه.

### الوسائل اللغوية في الاستراتيجية التصريحية:

**أفعال النصح:** مثل الحث على عمل ما، والتحذير والإشارة والتوصية والاقتراح والإنذار، ويجعل "باخ" لهذه الأصناف افتراضات مسبقة تنحسر في قاعدتي الكم والكيف، فالكم بتقديم المرسل المعلومات الضرورية، والكيف يكون المطلوب ممكنا وضروريا.<sup>65</sup>

**أفعال التوجيه:** من أدوات أفعال التوجيه ذكر العواقب والتوجيه بألفاظ المعجم وربط إنجاز الفعل بالوعد والوعيد، مثل: من يسدد الدين يجزيه الله.

**التوجيه المركّب:** ويكون باستعمال أكثر من أسلوب مثل الأمر والنهي المتضادين في خطاب واحد.

**التوجيه بالأمر:** وهو صميم الأفعال التوجيهية، وجعله بعض العرب قسنا مستقلا من أقسام الكلام، وهو صيغة تستدعي الاستعلاء ودلالة على توقّر السلّطة.

<sup>64</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 329.

<sup>65</sup> ينظر: المرجع نفسه، ص 388.

ومن الأدوات أيضا النهي، والاستفهام الذي يكون القصد منه التوجيه، والتحذير والإغراء والنداء وكلّ خطاب يتضمن دفع المرسل إليه إلى فعل سلوك معين.

## 2- الاستراتيجية التلميحية:

لئن كان القصد من الخطاب هو ما يريده المرسل وليس ما تؤدّيه العبارات اللغوية من معانٍ، فإنّ الاستراتيجية التلميحية هي التي يكون فيها الخطاب بطريقة غير مباشرة، ويتحدّد فهمه من عدمه على المعرفة المشتركة بينه وبين المرسل إليه، فالنصريح والتلميح يختلفان في مطابقة الأشكال اللغوية للسياق وما يحويه من عناصر، وهو ما يبيّن أهميته في تحديد معاني العبارات التي تستعمل في الخطاب للدلالة على أغراض المرسل، وهو ما يشير إليه أحمد المتوكّل في قوله: "إنّ القوّة الانجازية التي يمكن أن تواكب العبارات اللغوية قوتان: قوّة إنجازية حرفية وقوّة إنجازية مستلزمة، ويميّز عادة بين هاتين القوتين على أساس أنّ القوّة الأولى مدلول عليها بطريقة مباشرة بصيغة العبارة اللغوية، في حين أنّ القوّة الثانية تتولّد عن الأولى طبقا لمقتضيات مقامات معيّنة لذا يمكن إيراد الفرقين الأساسيين التاليين:

- تظلّ القوّة الإنجازية الحرفية ملازمة للعبارة اللغوية في مختلف المقامات التي يمكن أن ترد فيها، أما الإنجازية المستلزمة فهي مربوطة مقاميا بحيث لا يتم توليدها إلا في طبقات مقامية معيّنة.

- تأخذ القوّة المستلزمة نتيجة للخاصية وضعا ثانويا بالنظر إلى القوّة الحرفية، ووتجلى ثانويتها في أمرين هما:

- في أنها يمكن أن تلغى إلغاء
- في أنها لا يتوصّل إليها إلا عبر عمليات ذهنية استدلالية تتفاوت من حيث الطول والتعقيد في حين أنّ القوّة الحرفية تؤخذ مباشرة من صيغة العبارة اللغوية ذاتها".<sup>66</sup>

<sup>66</sup> أحمد المتوكّل، آفاق جديدة في النحو الوظيفي، ص 21.

فالتصريح يبقى الدلالة اللفظية للغة ثابتة، إلا أن الاستعمال المجازي في الخطاب شائع بين الناس، إذ يبنى التواصل بينهم على فهم المقاصد، فالتلميح هو التعبير عن الأفكار بطريقة غير مباشرة بالاعتماد على أدوات لغوية معينة.

### مسوغات استعمال الاستراتيجية التلميحية:

توجد عدة مسوغات تدفع المرسل إلى اختيار هذه الاستراتيجية منها:<sup>67</sup>

1- التأدب في الخطاب: إذ يحكم خطاب المرسل مراعاة هذا المبدأ في خطابه، حسب رتبته وسلطته والعلاقة التي تربطه بالمرسل إليه، أو التحدث في أمور لا يقبلها المجتمع أو المستمع، فالتأدب من أبرز ما يدفع المرسل إلى استعمال الاستراتيجية غير المباشرة في التواصل.

2- إعلاء المرسل لذاته على حساب الآخرين، بذكر معائبهم أو الإنتقاص من أقدارهم، فيستعمل التلميح عن احتقارهم أو التقليل من قيمتهم، مثل قوله: فلان لا يفقه في أمور الحياة شيئاً...

3- رغبة المرسل في التملص من مسؤولية الخطاب، وذلك بجعل الخطاب يحتمل أكثر من تأويل، فيختار التأويلات الممكنة مع استبقاء فرصة نفي القصد الذي قد يوقعه في ورطة، ويكون هذا خاصة عند الأزمات أو التوتر بين أطراف الخطاب...

4- استجابة للخوف، كي لا يتخذ المرسل إليه خطابه دليلاً عليه، مثل طلب الرشوة، فيلمح لها دون المباشرة.

5- العدول عن محاولة إكراه المرسل إليه أو إحراجه لإنجاز فعل قد لا يرغب في إنجازه، ويحدث عذا عندما يمتلك المرسل السلطة ولكنه يراعي مشاعر الآخرين.

<sup>67</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 373.

6- الاستغناء عن إنتاج عدد من الخطابات والاكتفاء بخطاب واحد يؤدّي المعنيين الحرفي والمستلزم مثل خطابات الاعلانات والاقتراض والاعتذار، مثل: يتم تعبئة الخزانات المائية يوم السبت والثلاثاء فالقصد المباشر من هذا الخطاب هو تعبئة الخزانات يومي الثلاثاء والسبت، في حين غير المباشر أنه لا يعبوها في الأيام الأخرى.

ولإنجاز التلميح في الخطاب يستعمل المرسل عدّة أساليب وأدوات لغوية مثل: الأفعال اللغوية غير المباشرة، التشبيه، الاستعارة، الكناية، الإشارة....

### 3- الاستراتيجية التضامنية:

#### • تعريف الاستراتيجية التضامنية:

وهي الاستراتيجية التي يسعى من خلالها المرسل إلى المحافظة على العلاقة التي تجمعها بالمرسل إليه معلنا فيها أنه يتضامن معه ولا يريد خسارته، وإنما يظهر له فيها الكثير من الودّ والاحترام باستعمال الأساليب والعبارات اللغوية المؤدّية، مثل (من فضلك، لو سمحت، لو أذنت...)، ويدلّ استعمال هذه الاستراتيجية أيضا على رتبة المرسل إليه إن كان أعلى من المرسل وإلى عدم تنازله عن سلطته، ممّا يضطر المرسل إلى اختيار علامات لغوية معينة تعبّر عن العلاقة التي تربط طرفي الخطاب.

وتتوزّع العلاقات بين الناس كما سبق وأشرنا على محورين عمودي وأفقي، إذ يعبر العمودي على سلم تراتبي بين الناس من خلال الوظائف التي يشغلونها داخل المجتمع، وهو محور السلطة، أمّا الأفقي فيدلّ على العلاقات التضامنية التي تتمثل الخصائص المميزة لكل فرد من هؤلاء الأفراد، إذ يحكم اختيار هذه الاستراتيجية قصد المرسل وهدفه من الخطاب، وعموما فإنّ المرسل يستعمل الاستراتيجية التضامنية إذا تنازل عن سلطته إن كان أعلى رتبة، أمّا إذا لم يتنازل عنها فإنّها يلجأ إلى التوجيه باستعمال صيغ لغوية أخرى مثل الأمر والنهي، إذ يحضر مبدأ التأدّب ليعبّر على العلاقة بين طرفي التخاطب، إذ "يأتي المتكلّم بفعل القول على الوجه الذي يبرز به دلالته القريبة ويقوّي أسباب الانتفاع العاجل به، فلا يخفي أنّ هذا الضرب من التّهذيب يولي الأهمية التخاطب لعملية التبادل، ومعلوم أنّ كلّ تبادل بين طرفين يكون مبناه أساسا على سعي منهما إلى تحقيق أغراض تكون مشتركة و متساوية بينهما، لذلك تجد المتكلّم في هذه

المرتبة من التعامل حريصا على أن يحفظ التواصل، حتى يجلب ما يمكن من عاجل المنفعة لنفسه ومخاطبه".<sup>68</sup>

ولاختيار هذه الاستراتيجية عدّة مسوّغات تدفع المرسل إلى انتقاء العلامات اللغوية التي تخدم هدف خطابه.

### مسوّغات الاستراتيجية التضامنية:

إنّ ما يدفع المرسل إلى اختيار الاستراتيجية التضامنية هو القصد من خطابه والهدف من إنتاجه، فيسعى من خلاله إلى المحافظة على علاقته مع المرسل إليه، أو يعبر من خلالها على تنازله عن سلطته في سبيل هذه العلاقة، ويمكن تحديد مسوّغاتها في:

- "تأسيس الصداقة بين طرفي الخطاب، أو إعادتها بين طرفين فرّق بينهما الزّمن فابتعدا كثيرا عن بعضهما البعض، أو تمرير العلاقة بين طرفين لهما علاقة قائمة.
- التّركيز على حسن التّعامل مع صاحب السّلطة بطريقة تحقّق الأهداف وتنقل المقاصد وتؤسّس العلاقات الطّيبة معه أو تبقى عليها.
- تحسين صورة المرسل أمام الآخرين إذا كان معروفا بالتّشدد في آرائه، أو التّسلّط في تعامله، أو توخي الطّريقة الرسمية والجفاء في خطابه.
- تفعيل التضامن في حياة الناس، بما ينعكس على التفاعل الخطابي، وتطوير حقّهم في ممارسة الحياة بحريّة مع تقليص دور السّلطة.
- أهميّة استعمالها في العملية التّعليمية حيث يكون التّادّب حاضرا في الخطاب مع الطّالب وسيلة تيسر الفهم، فتصبح طريقا للعلم وسبيلا إلى المعرفة.

<sup>68</sup> طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، ص 223.

- كسب ولاء الناس من الأهداف التي يسعى السياسيون إلى تحقيقها، لجعلهم يؤمنون بالقرارات التي اتخذها...<sup>69</sup>

وهناك عدّة دوافع أخرى تجل المرسل يختار هذه الاستراتيجية من أجل تحقيق هدفه من الخطاب.

### الأدوات اللغوية في الاستراتيجية التضامنية:

#### 1-الإسم الأول:

يستعمل المرسل الاسم الأول في حديثه مع المرسل إليه لبيّن درجة التضامن معه، وذلك في :

- "إذا كان المرسل أعلى من المرسل إليه مرتبة، ولديه استعداد لمحو ذلك الترتاب.
- إذا كانا متساويين في عنصر أو أكثر من العناصر السابقة، السن أو الوظيفة.

ويستعمل المرسل اسم المرسل إليه الأول في الخطاب لدلالات منها قرينه منه إمّا قربا ماديا أو عاطفيا وقد لا يكون القرب موجودا من قبل ولكنّه حصل مع مرور الوقت وتنامي التعامل بين طرفي التخاطب".<sup>70</sup>

فاستعمال المرسل لاسم المرسل إليه يدلّ على تنازله عن سلطته إن كان أعلى رتبة منه، وهو ما يشعره بالارتياح ويعطيه انطبعا أنّ العلاقة بينهما حميمية..

#### 2-الكنية:

رغم أن استعمال المرسل للاسم الأول يدلّ أكثر من استعمال الكنية على التضامن بين طرفي الخطاب، إلا أن الكنية أيضا قد تشعر المرسل إليه بالودّ في الخطاب، وذلك أنّها

<sup>69</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 262.

<sup>70</sup> المرجع نفسه، ص 270.

قد تقع على "التعظيم والتفخيم، وهو أن يعظم الرجل، وكأن يدعى على اسم ولده صيانة لاسمه...<sup>71</sup>.

وقد يكتفى الرجل على صفة حسنة يحبها تدعو على التفاؤل مثلا، وهو ما يحبّ مناداته به مما يعزّز العلاقة بينه وبين مخاطبيه ويقوّي درجة التضامن بينهم.

### 3- اللقب:

ويقصد باللقب هنا الصفة التي يتمتع بها المرسل إليه إن كان المرسل لا يعرف اسمه أو كنيته مثلا: عزيزي المشاهد، القارئ، المستمع... "إذ يكثر استعمال هذا اللقب في وسائل الإعلام كمؤشّر على تضامنها مع المرسل إليه، أو في خطابات النصح مثل إدارة المرور أو في الدعوة إلى الله مثل: أيها الرجل الصالح، عزيزي المواطن، السيد الرئيس صاحب المعالي... إلى الإخوة ضباط الجيش...<sup>72</sup>."

وعليه يغدو استعمال هذه الألقاب دلالة على التضامن بين المتخاطبين، وسعيهم إلى المحافظة على علاقاتهم.

### 4- ألفاظ المعجم:

يمكن اعتبار بعض الألفاظ في المعجم اللغوية معبر عن التضامن أيضا، وذلك مثل "مبروك، أهنئك، إذ تدلّ هذه التهنئة غبي التضامن بالرغم من أنه لم يظهر في الخطاب أي من علاماته، وكذلك بعض الاختيارات المعجمية التي تتجلى في قوالب صرفية متعدّدة مثل (خدم) في خطاب أحد السلاطين: أما أنا فإنني بينكم أحد رجال الدولة الذين يخدمونكم بأمانة وإخلاص، أو مثل/ خادمكم فلان، خدامكم في أي وقت، وكذلك تحيات

<sup>71</sup> المرید أبو عباس، الكامل، تح: نعيم زرزور، دار الكنب العلمية، بيروت، ط2، 1409هـ، ج2، ص 10.

<sup>72</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 276.

المرسل عند لقاء المرسل إليه: ما أجمل أن أفاك، أهلا وسهلا، وألفاظ التأييد والصدقة، صديقي، أصدقائنا...<sup>73</sup>

فهذه العبارات التي ينتقيا المتكلم من معجمه اللغوي تدلّ على علاقته بالمرسل إليه، أو بفرحة لقائه والترحيب به، وتعبّر عن الودّ بينهما، أو يبين من خلالها أنه يسعى إلى المحافظة على هذه العلاقة.

ومن الأدوات اللغوية التي يستعملها المرسل في تضامنه مع المرسل إليه الإشارات مثل/ ضمائر الرفع المنفصلة: أنت/ أنت/ أنتما/ نحن... وضمائر الرفع المتصلة، فقد يستعملها المرسل للدلالة على قصده، ومن الممكن أن يختارها في التفاعل لأسباب تتجاوز التصنيفات والمستوى الصوري، فتعمل كأدوات تعكس المظاهر المتنوعة لسلوك المرسل، أو الوضع الاجتماعي أو الجنس والدوافع...<sup>74</sup> وذلك مثل: أنت صديقتي المفضلة، نحن إخوة، أنتم أهلي وأحبابي، نحن ندرك مشقة السفر...، ومن أمثلة ضمائر الرفع المتصلة: في قول المتكلم (الأستاذ) والطالب مثلا: بحثنا، يعترف فيه بمشاركة المرسل إليه وهو الطالب في البحث وبقّر التضامن معه، ذوقك يهمننا، دعونا نستمع إلى الدرس...

### 1-آليات الاستراتيجية التضامنية:

#### أ- المكاشفة:

وهي أن يكشف المرسل عن اسمه في حديثه مع المرسل إليه، أو الكشف عن خصوصياته أو أسراره كدليل على ثقته به، أو يطلعه على كلّ شيء يخصّه.

ب- نكران الذات: وذلك في مثل قول المرسل هذا ليس عملي وإنما جهد الجميع.

<sup>73</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 286.

<sup>74</sup> جيرار دولودال، التحليل السيميوطيقي للنص الشعري، تر: عبد الرحمن بو علي، مطبعة المعارف الجديدة، ط1، 1994، ص 31.

ج- الإعجاب: إذ يدلّ الإعجاب على استحسان سلوك معين صدر من المرسل إليه،

أو والإعجاب بشيء يخصّه، مثل: ما أجمله، ما أحسنه، ما شاء الله، تبارك الله...

وهناك عدّ آليات أخرى يستعملها المرسل في الاستراتيجية التضامنية مثل: التصغير:

ولدي وليدي، والمداعبة، والمهنة وذكر خصائص المرسل إليه... إلى غير ذلك من العبارات

التي ينتقيها المرسل ليبين درجة قربه من المرسل إليه.

لما كانت السلطة هي التي تؤثر في اختيار الاستراتيجية الخطابية، فإن تنازل المرسل

عنها دلالة على تضامنه مع المرسل إليه، أمّا استعمالها فيعطيه الصلاحيات لتوجيهه إلى

سلوك معين، أو نهيه عنه.

## 4- الاستراتيجية الإقناعية

يعدّ الإقناع من أهمّ الأهداف التي يسعى المرسل إلى تحقيقها من خلال خطابه، ولتجسيد الاستراتيجية الإقناعية يستعين بالعديد من الحجج والبراهين للتأثير في المرسل إليه وتغيير أفكاره وعواطفه وتوجهاته، وهي فن من الفنون البلاغية، ومن البديهي أن يكون الحجاج بعدا جوهريا في اللغة، فأينما وجد خطاب العقل وجدت استراتيجية نستعملها لإقناع غيرنا بآرائنا عن طريق الاستدلال والتدليل، ويرى (روبل) أنّ " الوظيفة الإقناعية أولية ولكنها ليست الوحيدة، وإذا كانت البلاغة هي فن الإقناع بالخطاب وجب التأكيد أنّه ليس حدثا معزولا، فالخطيب يعبر عن ذاته مع أو ضدّ خطباء آخرين، أي أن هناك دائما ارتباطات بخطابات أخرى".<sup>75</sup>

وعليه فإنّ الخطاب الإقناعي يرتبط دائما بوجود تحاورات أخرى مع المرسل إليه، فيحاول من خلاله المرسل فرض رأيه وتوجهه على محاوريه، والحجاج قديم له جذوره في التراث الإنساني، واندرج قديما في فن البلاغة والخطابة وفنّ الإبداع، وكثيرا ما ورد في الثقافة العربية والغربية بمعنى الجدل والمناظرة والإلقاء.

والحجاج في اللّغة من (ح ج ج) أي حاجة محاجة وحجاجة أي: جادله ونازعه بالحجة،<sup>76</sup> ويقال حجّه يحجّه حجّا غلبه على حجّته، وفي الحديث "فحجّ آدم موسى"<sup>77</sup> أي غلبه بالحجة، ونجد هذا المصطلح في القرآن الكريم في عدّة آيات مثل: "ألم تر إلى الذي حاجّ إبراهيم في ربه" البقرة 258. وقوله تعالى "قل أتحتاجوننا في الله" البقرة 139... إلى غير ذلك من الآيات القرآنية، وعموما نجد هذا المصطلح يستعمل في النزاع والتخاصم والمناظرات...

<sup>75</sup> أوليفي روبل، طبيعة البلاغة ووظيفتها، تر: مبارك الغروس، مجلة نوافذ، النادي الأدبي بجدة، العدد 16، 2001، ص 75

<sup>76</sup> ينظر ابن منظور، لسان العرب، مادة (ح ج ج)

<sup>77</sup> ينظر مسلم بن الحجاج، صحيح مسلم، تح: محمد فؤاد الباقي، دار الحديث، القاهرة، ط1، 1991، ص 2043.

وقد تعدّدت مفاهيمه ودلالته تبعا للدراسات التي أسهمت في بلورتها وكثرة الحقول المعرفية التي تتقاطع معه كالبلادة واللسانيات والمنطق..

### مسوّغات استعمال الاستراتيجية الإقناعية:<sup>78</sup>

هناك عدد من المسوّغات التي ترجّح استعمال الإقناع وهي:

- إنّ تأثيرها التّدولي في المرسل إليه أقوى، ونتاجها أثبت وديمومتها أبقى، لأنها تتبع من حصول الإقناع عند المرسل إليه غالبا، لا يشوبها فرض أو قوّة.
- تمايزها من الاستراتيجيات الإكراهية لفرض قبول القول أو ممارسة العمل على المرسل إليه دون حصول الاندفاع الدّخلي أو الإقناع الذاتي، فاقتناع المرسل إليه هدف خطابي يسعى المرسل إلى تحقيقه في خطابه.
- الأخذ بنتامي الخطاب بين طرفيه عن طريق استعمال الحجاج، فالحجاج شرط في ذلك لأن من شروط التداول اللغوي شرط الإقناعية.
- الرّغبة في تحصيل الإقناع، إذ يغدو هو الهدف الأعلى لكثير من أنواع الخطاب، خصوصا في العصر الحاضر، عندما يفضّل المرسل استعمال الاستراتيجية الإقناعية، حتى لو كان ذا سلطة تخوّله استعمال الاستراتيجيات الأخرى.
- إيداع السّلطة، فالإقناع سلطة عند المرسل عند المرسل في خطابه، ولكنّها سلطة مقبولة إذا استطاعت أن تقنع المرسل إليه، إذ لا تحقق استراتيجية الإقناع نجاحها إلا عند التسليم بمقتضاها إلا قولاً أو فعلاً، وما جعل الإقناع سلطة مقبولة هو كون الحجاج هو الأداة العامة بين ما يتوسّل به المرسل من أدوات وأليات لغوية.

<sup>78</sup> ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 446

- شمولية استراتيجية الإقناع، إذ تمارس على جميع الأصعدة، فيمارسها الحاكم والفلاح وكبير القوم والصغير...، وكل ذلك بوعي منهم، وهذا يعزز انتماء هذه الاستراتيجية إلى الكفاءة التداولية عند الإنسان.

- ما تحقّقه من نتائج تربوية، إذ تستعمل كثيرا في الدّعوة وفي التربية والتعليم...

إنّ هذه المسوّغات هي من أهم ما يدفع المرسل إلى اختيار الاستراتيجية الإقناعية في خطابه، ولقد حظي الحجاج باهتمام كبير في الدّراسات العربية لارتباطه بالخطابة، وفي ذلك يقول (الباجي أبو عمر): "... وهذا العلم من أرفع العلوم قدرا وأعظمها شأنًا لأنه السبيل إلى معرفة الاستدلال وتمييز الحق من المحال، ولولا تصحيح الوضع في الجدل لما قامت حجة ولا اتّضحت محجة، ولا علم الصحيح من السّقيم ولا المعوجّ من المستقيم".<sup>79</sup>

وقد تناول (الجاحظ) هذه الاستراتيجية في كتابه (البيان والتبيين) وفصل في صفات الخطيب الجسدية وامتلاكه للبلاغة والبيان إذ يقول: "هو اسم جامع لكلّ شيء كشف لك قناع المعنى، وهنك الحجاب دون الضمير، حتى يفضي السامع إلى حقيقته، ويهجم على محصوله كائنا ما كان ذلك البيان، ومن أيّ جنس كام الدليل، لأنّ مدار الأمر والغاية إليها يجري القائل والسامع، إنّما هو الفهم والإفهام، بأيّ شيء بلغت الإفهام وأوضحت عن المعنى فذلك هو البيان في ذلك الموضوع".<sup>80</sup>

فالجاحظ جعل الإقناع مرتبط بالبيان وجعل البيان مرتبط بالفهم والإفهام، الذي هو غاية الكلام، وجعله أيضا مرادفا للبلاغة إذ يقول: "البلاغة اسم جامع لمعان تجري في وجوه كثيرة، فمنها ما يكون في الاحتجاج...".<sup>81</sup>

<sup>79</sup> الباجي أبو الوليد، المنهاج في ترتيب الحجاج، تح: عبد المجيد تركي، دار الغرب الاسلامي، بيروت، 3، 2001، ص 8.

<sup>80</sup> الجاحظ، البيان والتبيين، ج1، ص 76.

<sup>81</sup> المصدر نفسه، ص 115.

ويعدّ خطاب المناظرة والجدل من أهم أنواع الخطابات الإقناعية عند العرب التي تستخدم في الوصول إلى إلزام الخصم بالحجة والتعلّب عليه بالبراهين، وقد اهتم بدراسته إضافة إلى الجاحظ عدّة علماء عرب منهم: ابن وهب في كتابه "البرهان في وجوه البيان"، حازم القرطاجي في كتابه: "منهاج البلغاء وسراج الأدباء" إلى غير ذلك ممن اهتم بهذا الفن.

أمّا في الدرس اللساني الحديث، فقد أورد طه عبد الرحمن) في مصنّفاته جملة من التعاريف لهذا المصطلح منها قوله: "الحجاج كلّ منطوق به موجّه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحقّ له الاعتراض عليها".<sup>82</sup> ومن خلال هذا التعريف نلاحظ كميف ارتبط الحجاج بإفهام المتلقي، أي إقناعه بوجهة نظر المرسل يتوقف على فهمها فهما جيدا، ويقول في تعريف آخر: "وحدّ الحجاج أنّه فعالية تداولية جدلية، فهو تداولي لأنّ طابعه الفكري مقامي واجتماعي، إذ يأخذ بعين الاعتبار مقتضات الحال من معارف مشتركة ومطالب إخبارية وتوجهات ظرفية، ويهدف إلى الاشتراك جماعيا في إنشاء معرفة عملية إنشاءً بقدر الحاجة، وهو أيضا جدلي لأن هدفه إقناعي قائم بلوغه على التزام صور استدلالية أوسع وأغنى من البنيات البرهانية الضيقة".<sup>83</sup>

فمن هذا التعريف يربط طه عبد الرحمن الحجاج بالجدال، ويجعله خاضعا للسياق وما يفرضه من علاقة ومعرفة مشتركة بين طرفي الخطاب، فيتجادلان ويسعى كلّ واحد منها إلى إثبات آرائه عن طريق الحجاج والبرهان.

وإضافة إلى (طه عبد الرحمن) نجد أيضا (أبو بكر العزاوي) و حسان الباهي في كتابه "اللغة والمنطق بحث في المفارقات)...

<sup>82</sup> طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، ص 26.

<sup>83</sup> طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد الكلام، ص 65.

أما في الدراسات الغربية فقد اشتهر أفلاطون وأريستو في فن الحجاج، ونجده حديثا عند (بيرلمان وتيتيكا)، حيث تنسب بداية الدرس الحجاجي المعاصر إلى أعمال هذين الزميلين من خلال مصنفهما بالاشتراك " البلاغة الجديدة، بحث في الحجاج " الذي درسا فيه القواعد والقوانين التي من شأنها أن تحمل المتلقي على الإقناع والإذعان لما يعرض عليه<sup>84</sup>

وهناك عدّة دراسات غربية في هذا الباب، فقد نال الحجاج اهتمام الباحثين العرب والغربيين على حدّ سواء، إذ يعبر عن بعد تداولي مهمّ في الدراسات اللسانية التداولية التي تحكم التواصل بين الناس.

### أصناف الحجاج:

#### صنّف طه عبد الرحمن الحجاج إلى 3 أصناف: <sup>85</sup>

**الحجاج التجريدي:** الذي يبنى على اعتبار الصورة وإلغاء المضمون والمقام وهو من المراتب الدنيا للحجاج.

**الحجاج التوجيهي:** وهو إقامة الدليل على الدّعى بالبناء على الفعل التوجيهي الذي يختص به المستدل، أي إيصال المستدل لحجته إلى غيره.

**الحجاج التقويمي:** وهو إثبات الدعوى بالاستناد إلى قدرة المستدلّ على أن يتجرّد من نفسه. فقد يكون خطاب المرسل حجاج على خطاب "متوقع" من مرسل إليه "متخيل" تحسبا لأي اعتراضات قد يواجهها فينزل نفسه منزلة المعترض على دعواه.

ومن كل ما سبق نستنتج أن الإقناع هو من الاستراتيجيات الخطابية التي يستعملها كلّ المتكلّمين في حياتهم اليومية لما تفرضه الحاجة إلى تبيين توجهاتهم وفرض أفكارهم،

<sup>84</sup> ينظر طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، ص 169.

<sup>85</sup> ينظر المرجع نفسه، ص 226.

فالإقناع هو السبيل الأصلح في المنازعات والخصومات والنقاشات والجدل والمناظرة،  
ويستعمل فيه المرسل عدّة أدوات لغوية مثل التوكيد والتعليل والتشبيه والأفعال اللغوية...

## خاتمة:

تعدّ استراتيجيات الخطاب ذات أهمية بالغة في الدراسات التّداولية التي تهتمّ بكلّ ما يتعلّق بالتّواصل بين الناس، إذ تعبّر عن بعدين هاميين في العملية التّواصلية، وهما البعد التخطيطي الذهني الذي يرتبط بالكفاءة التّداولية للمرسل، ذلك أنّه لا يتكلم عبثاً، وإنّما ينتج خطابه لتبليغ مقاصده وتحصيل أهدافه، وهو ما يفرض عليه اعتبار كلّ ما يحيل دون الوصول إلى هذه الغاية، والبعد المادي وهو السّياق العام الذي يؤطر رسالته، والظّروف والملابسات التي تتعلّق بها.

ولئن كان المرسل هو الطّرف الأول المسؤول عن إنتاج الخطاب فإنّ المرسل إليه هو الطرف الثاني الذي يوجّه إليه الكلام، لذلك يراعي المتحدّث خصائصه ومميزاته بما يعرف بالمعرفة المشتركة بينهما، التي تتمثل بمعرفة اللّغة وكل الخصائص المعرفية والاجتماعية واللغوية، ومعرفة بالعالم الذي يتواجدان فيه، وهو ما يعبر عن سلطة المرسل إليه في توجيه الرسالة واختيار الاستراتيجية، ومن هذا المنطلق فإنّ التّواصل باللّغة يخضع بشكل دائم إلى التخطيط .

ونتيجة لكلّ ما سبق، فإنّ استراتيجيات الخطاب هي عمليات ذهنية تعكس قدرة الإنسان على إنتاج اللّغة وقدرته على التفاعل بها داخل المجتمع، وهو ما يفسّر التفاوت بين الأفراد في تحقيق التّواصل الأمثل الذي تسعى مختلف النظريات التّداولية إلى تحقيقه.

## قائمة المصادر والمراجع:

- 1- أحمد المتوكل، آفاق جديدة في نظرية النحو الوظيفي، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية في الرباط، 1993.
- 2- اسماعيل الجوهري، تاج اللغة وصحاح العربية، تح: محمد محمد تامر، دار الحديث، القاهرة. دت.
- 3- آلاء محمد لازم، استراتيجيات الخطاب في القصيدة الجاهلية، مجلة الآداب، عدد 121، 2017.
- 4- الآمدي، الإحكام في أصول الأحكام، تح: سيد الجميلي، دار الكتاب العربي، بيروت، ط2، 1986، ج1
- 5- أوبيير دريفوس وبول رابينوف، ميشيل فوكو (مسيرة فلسفية)، تر: جورج أبو صالح، مركز الإنماء القومي، بيروت.
- 6- أوستين، نظرية الأفعال الكلامية، تر: عبد القادر قنيني، إفريقيا الشرق، 1991.
- 7- أوليفي روبل، طبيعة البلاغة ووظيفتها، تر: مبارك الغروس، مجلة نوافذ، النادي الأدبي بجدة، العدد 16، 2001
- 8- باجي أبو الوليد، المنهاج في ترتيب الحجاج، تح: عبد المجيد تركي، دار الغرب الاسلامي، بيروت، ط3، 2001.

- 9- بروس أنغام، الزمن والجهة في اللغة العربية واللغة الانجليزية، الندوة الأولى لتعليم العربية للناطقين بغيرها، عدد 1.
- 10- بيير بورديو، الرمز والسلطة، تر: عبد السلام بن عبد العالي، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، ط2، 1990.
- 11- الجاحظ، البيان والتبيين، تح: عبد السلام هارون، مكتبة الخانجي للطباعة، ط1، ج1.
- 12- جمال ابن منظور، لسان العرب، تح: عبد الله علي الكبير، دار المعارف، القاهرة، ج1، ج3، دت، مادة خطب، مادة ح ج ج.
- 13- جميل صليبا، المعجم الفلسفي، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982.
- 14- جورج بلانرييه، الأنثروبولوجيا السياسية، تر: علي المصري، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 2007..
- 15- جورج يول، التداولية، تر: قصي العتابي، الدار العربية للعلوم ناشرون، الرباط، ط1، 2010.
- 16- جيرار دولودال، التحليل السيميوطيقي للنص الشعري، تر: عبد الرحمن بو علي، مطبعة المعارف الجديدة، ط1، 1994.
- 17- رحمن العبدان، استراتيجيات تعلم اللغة العربية بوصفها لغة ثانية، مجلة أم القرى، عدد 16، 1997.

- 18- رولان بارت، درس السيميولوجيا، تر: عبد السلام بن عبد العالي، دار التوقال للنشر،  
الدار البيضاء، ط3، 1993.
- 19- زكريا السرتي، الحجاج في الخطاب السياسي المعاصر، عالم الكتب الحديث،  
الأردن، ط1، 2012
- 20- ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللغة، تح: كمال بشر، مكتبة الشباب، دط، دت.
- 21- سعيد علوش، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، دار الكتاب اللبناني، بيروت،  
ط1، 1985، ص 109.
- 22- الشاطبي، الموافقات في أصول الشريعة، تح: عبد الله بن دراز، دار المعرفة، بيروت،  
1994، ج2.
- 23- صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص، عالم المعرفة، 1992.
- 24- طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط1،  
1998.
- 25- طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد الكلام، المركز الثقافي العربي، ط2،  
2000.
- 26- عبد الله ناصف، السلطة والسياسة، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، ط1، 1998.
- 27- عمار بعداش، مصطلح الاستراتيجية الخطابية بين الدرسين الغربي والعربي، مجلة  
المقري، مخبر الدراسات واللغوية النظرية والتطبيقية، الجزائر، العدد 1.

28- ابن القيم الجوزية، إعلام الموقعين عن رب العالمين، تح: محمد محيي الدين، دت، ج3.

29- المبرد أبو عباس، الكامل، تح: نعيم زرزور، دار الكتب العلمية، بيروت، ط2، 1409هـ، ج2.

30- محمد الباشا، الكافي في معجم غربي حديث، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، دط، دت.

31- محمد السكاكي، مفتاح العلوم، تع: عليّ نعيم زرزور، دار الكتب العلمية، بيروت، ط2، 1987.

32- محمد حمود، تدريس أدب استراتيجية القراءة والقراء، منشورات ديداكتيكا، الدار البيضاء، 1996.

33- محمد مفتاح، مجهول البيان، دار توبقال للنشر، ط1، 1990.

34- محمود نحلة، نحو نظرية عربية للأفعال اللغوية، مجلة الدراسات اللغوية، عدد 1، 1999.

35- مسلم بن الحجاج، صحيح مسلم، تح: محمّد فؤاد الباقي، دار الحديث، القاهرة، ط1، 1991.

36- هاجر مدقن، الخطاب الحجاجي أنواعه وخصائصه، (دراسة تطبيقية في كتاب المساكين للرافعي)، مذكرة ماجستير، جامعة ورقلة، 2002.

37- هادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، دار الكتاب الجديد، ط1، ليبيا،

.2004