

## المحاضرة الخامسة: استراتيجيات الخطاب

انقسمت اللسانيات الغربية الحديثة إلى قسمين: الأول قام بدراسة اللغة شكليا من ناحية أصواتها وصرفها وتراكيبها ودلالاتها التي لم تتعد حدود الجملة، وسميت بلسانيات الجملة، أو اللسانيات النسقية، وقسم ثان جاء كرد فعلى على الأولى حيث أنها نظرت إلى اللغة كوسيلة يستعملها الإنسان لغايات تواصلية، وأنها لا تنشأ ولا تتطور إلا في إطار اجتماعي، وهذا ما نادى به النحو الوظيفي وكذا بقية العلوم كاللسانيات التطبيقية، واللسانيات الاجتماعية، وتحليل الخطاب، وإثنوغرافيا التواصل، فسميت هذه اللسانيات باللسانيات السياقية، لأنها عدت السياق أهم ما يميز العملية التواصلية التي لا تقوم إلا في حدوده، وجاءت التداولية كشبه نظرية أو دراسة أو علم تحاول دراسة اللغة في استعمالها، وقامت على إثرها عدة طرق وإجراءات حاول الدارسون من خلالها تفسير اللغة أثناء الاستعمال، منها أفعال الكلام التي تمثل القاعدة الأساسية للتداولية عند كل من "أوستن" و"سيرل"، وقواعد أو مبادئ "غرايس"، والحجاج وغيرها من الطرق والوسائل المستخدمة التي تكشف العلاقة بين المرسل والمرسل إليه، وتحاول تقنين العملية التواصلية بمختلف مظاهرها من اليومية إلى الأدبية إلى التخصصية.

ويمكن أن نلقي الضوء على مثل هذه الإجراءات المتنوعة من خلال استراتيجيات الخطاب التي جمعها "عبد الهادي بن ظافر الشهري" والتي حاول من خلالها الجمع بين عدة إجراءات تداولية رآها صالحة كأسلوب تطبيقي يمكن اعتماده لدراسة اللغة أثناء الاستعمال، ويمكن لنا نعتها أيضا باستراتيجيات التواصل، كون الخطاب في أصله تواصل. إن التداولية تهتم بدراسة العلاقات بين مستعملي العلامات اللغوية ومؤولبيها، وقد ارتبطت ارتباطا كبيرا بالخطاب باعتباره «فعلا يجمع بين القول والعمل»<sup>1</sup>؛ أي أن الدرس التداولي يتناول اللغة أو المنجز اللغوي في إطار التواصل، وذلك لأن اللغة لا تؤدي وظائفها المعروفة إلا فيه، ومن المؤكد أن علاقات التواصل بين أفراد المجتمع إنما تحدث في سياقات متنوعة ومختلفة، ومن ثم يتوجب على المرسل أن يكون دقيقا في اختيار الاستراتيجية التي ينتج خطابه وفقها، فما هي استراتيجية الخطاب؟، وما أنواعها؟.

١ - تعريف استراتيجيات الخطاب:

<sup>1</sup>. عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص ٣٤.

قبل التطرق إلى استراتيجية الخطاب بصفة خاصة، يتوجب الوقوف برهة عند مفهوم كلمة "الاستراتيجية" بصفة عامة؛ فهذه الكلمة – كما هو واضح – من بنيتها اللغوية دخيلة على اللغة العربية، فهي كلمة أجنبية ذات معنى عسكري، فأغلب المعاجم الأجنبية التي تطرقت إليها ترى أنها (**stratégie** الفرنسية أو **strategy** الإنجليزية) مشتقة من الكلمة اليونانية «تراتيغيوس (**stratégos**) المأخوذة بدورها من **stratos** بمعنى الجيش والفعل **agein** بمعنى قاد، وبهذا يكون معناها قائد الجيش أو فن قيادة الحروب»<sup>1</sup>، ورغم أن هذا المصطلح قد دخل مجالات عدة في عصر الناس هذا، إلا أن مرجعيته العسكرية الحربية لا زالت عالقة به وتوحي إليه.

واستعمال هذا المصطلح عربيا هو من باب التعريب، فقد دعت إليه الحاجة اللغوية، وبالتالي فهو مصدر صناعي لا يختلف معناه عن المعنى الأجنبي له.

إن هذا المصطلح كمفهوم اكتسح جل التخصصات هو «خطة في المقام الأول للوصول إلى الغرض المنشود، وبما أنها كذلك؛ أي خطة، فهي ذات بعدين؛ أولهما: البعد التخطيطي، وهذا البعد يتحقق في المستوى الذهني، وثانيهما: البعد المادي الذي يجسد الإستراتيجية لتبلور فيه فعلا. ويرتكز العمل في كلا البعدين على الفاعل الرئيس، فهو الذي يحلل السياق، ويخطط لفعله، ليختار من الإمكانيات ما يفي بما يريد حقا، ويضمن له تحقيق أهدافه»<sup>2</sup>

وبما أن الاستراتيجية خطة تمكن من بلوغ غاية أو غرض منشود – حسب عبد الهادي بن ظافر الشهري – فهي «كل فعل قصدي منسق للوصول إلى هدف معين»<sup>3</sup>

وتتطلب القصدية في الفعل وضع جملة من الأسئلة من طرف واضعها من أجل الإجابة عنها بدقة، وهذه الأسئلة يختصرها الباحث "ابراهيم براهمي" في ثلاث هي: ماذا؟، متى؟ كيف؟، وهذا من أجل معرفة حيثيات الموقف وآثاره معرفة تامة، ومن ثم «فجوهر الاستراتيجية إذن يقوم على جانبين اثنين: • تخطيط ينجز • مقاصد تتوخى»<sup>4</sup>

<sup>1</sup>. يوسف تغزاوي: الوظائف التداولية واستراتيجيات التواصل اللغوي في نظرية النحو الوظيفي، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، ط ١، ٢٠١٤، ص ١٨٦.

<sup>2</sup>. أندري بوفر: مدخل إلى الإستراتيجية العسكرية، تر: أكرم ديري والهيثم الأيوبي، دار الطليعة، بيروت، لبنان، ط ٣، ١٩١٨، ص ١١٨.

نقلا عن محمود طلحة: تداولية P.Charaudeau et D.Maingueneau : Dictionnaire d'analyse du discours.p548

<sup>3</sup> \_الخطاب السردى – دراسة تحليلية في وحي القلم للرافعي، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، إربد، الأردن، ط ١، ٢٠١٢، ص ١٣٩.

. علاء الدين جلال: مفهوم الإستراتيجية في العلوم الاجتماعية، مجلة الفكر الإستراتيجي العربي، القاهرة، ع ٤٤، أبريل ١٩٨٢، ص ٧٥ نقلا عن إبراهيم

<sup>4</sup> براهمي: إستراتيجيات الخطاب في رواية الثلاثة للبشير الإبراهيمي، منشورات بونة للبحوث والدراسات، عنابة، الجزائر، ط ١، ٢٠١٣، ص ٤٠٤.

ويعرف الباحث "محمد حمود" مصطلح الاستراتيجية تعريفا شاملا يحيط بجميع عناصرها قائلا:

«مجموعة الأفكار والمبادئ التي تتناول ميدانا من ميادين النشاط الإنساني بصورة شاملة ومتكاملة وتكون ذات دلالة على وسائل العمل ومتطلباته واتجاهات مساراته بقصد إحداث تغييرات فيه وصولا إلى أهداف محددة، ومادامت معنية بالمستقبل فإنها تأخذ في الاعتبار احتمالات متعددة الأحداث تنطوي على قابلية التعديل وفقا لمقتضياته. وهي تقع وسطا بين السياسة والخطة»<sup>1</sup>.

وبحسب هذا الباحث فإن الاستراتيجية ليست خطة بالمعنى الكامل، ويبدو أنه تجنب استعمال هذا المصطلح لكونه عسكريا محضا، و الاستراتيجية اليوم ليست متعلقة بالجانب الذي وضعت فيه فقط، ولهذا فهو يراها وسطا بين الخطة والسياسة؛ أي الحنكة.

وأدخل هذا المصطلح إلى الدراسات اللغوية بغية تبيان التقنيات والأساليب التي تستخدم على أرض الواقع في أي مجال كان، خاصة واقع تطبيق اللغة، فتبناه الدارسون من أجل تحديد مختلف التقنيات المصاحبة للخطاب، واقترح "عبد الهادي بن ظاهر الشهري" مصطلح استراتيجيات الخطاب كمحاولة منه لجمع مختلف الأساليب التداولية واستعمالها لدراسة طبيعة الخطابات البشرية كيفية إنشائها والمقاصد من ورائها فيعرفها "يوسف تغزاوي" بقوله: «المسلك المناسب الذي يتخذه المتكلم بخطابه، من أجل تنفيذ إرادته، والتعبير عن مقاصده، التي تؤدي إلى تحقيق أهدافه، من خلال استعمال العلامات اللغوية وغير اللغوية، وفقا لما يقتضيه سياق التلفظ بعناصره المتنوعة، ويستحسنه المتكلم»<sup>2</sup>.

فالاستراتيجية مرتبطة بالتلفظ، كما أنها مرتبطة بميدان الأدب بصفة عامة، حيث تعامل علماء النص مع هذا المصطلح بعناية كبيرة، وهدفهم من ذلك إنشاء وتفسير علاقة التواصل بين منتج النص ومستقبله. فالمنتج (الناص) يتوخى إستراتيجية خاصة أثناء إنتاج النص، وهذا كله بهدف التأثير على متلقيه، وهذا الأخير أيضا يستخدم إستراتيجيته الخاصة في تلقي النص، حيث يوظف معارفه ومكتسباته القبلية.

<sup>1</sup>. محمد حمود: تدريس أدب إستراتيجية القراءة والقراء، منشورات ديداكتيكا، الدار البيضاء، ١٩٩٣، ص ١١.

أما "استراتيجية الخطاب فهي التي عبر عنها "لودفيج فيتجنشتاين" (Ludwig Wittgenstein) باسم الألعاب اللغوية، ومن هذا المنطلق يمكن القول مع عبد الهادي بن ظافر الشهري أن الخطاب «عبارة عن المسلك المناسب الذي يتخذه المرسل للتلفظ بخطابه، من أجل تنفيذ إرادته، والتعبير عن مقاصده التي تؤدي لتحقيق أهدافه، من خلال استعمال العلامات اللغوية وغير اللغوية، وفقا لما يقتضيه سياق التلفظ بعناصره المتنوعة، ويستحسنه المرسل»<sup>1</sup>

وقد ارتبطت ارتباطا وثيقا بمفهوم القدرة التواصلية والتي «تعد مكونا فاعلا ضمن تكوين الإنسان السوي، كما هي قدرته اللغوية، بيد أن القدرة التواصلية ليست نسقا بسيطا، بل هي أنساق متعددة متآلفة، إذ تتألف القدرة التواصلية لدى مستعمل اللغة الطبيعية من خمس ملكات على الأقل، تختص كل ملكة بقالب ينتمي إليها، وتعمل هذه القوالب على حد تعبيري ديك، أو القوى على حد تعبير حازم القرطاجني من أجل إنتاج الخطاب الذي يضمن به المتكلم التعبير عن قصده وهدفه»<sup>2</sup>

إن مصطلح قدرة يحيل مباشرة على كلمة الفعل أو الإنجاز، فالتكلم يبذل جهدا من أجل صناعة خطابه، وبحسب قدرته وتمكنه يكون نجاح استراتيجية خطابه.

كما أن إدراك السياق ومقتضياته خطوة أساس لنجاح الخطاب وتأديته الهدف الذي وضع له، وعلى أساس السياق تصنف معايير استراتيجيات الخطاب، إن المرسل ليس على حالة واحدة في جميع ظروف إنتاجه للخطاب لأنه يخضع لدواعي الموقف، ومن ثم يكون اختياره لاستراتيجية معينة، وقد حدد الباحث عبد الهادي بن ظافر الشهري معايير ثلاثة يأخذها المخاطب بعين الاعتبار أثناء خطابه، وهي:

«١. معيار اجتماعي، وهو: معيار العلاقة التخاطبية.

٢. معيار لغوي، وهو: معيار شكل الخطاب، من حيث دلالاته على قصد المرسل، سواء بالدلالة المباشرة أو بالتلميحية.

٣. معيار هدف الخطاب»<sup>3</sup>

١. عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص ٦٢.

٢. يوسف تغزوي: : الوظائف التداولية واستراتيجيات التواصل اللغوي في نظرية النحو الوظيفي، ص ١٨٥.

٣. عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص. ٨٧-٨٨.

## ٢- أنواع استراتيجيات الخطاب:

قسمت استراتيجيات الخطاب إلى أربعة أنواع وقد اختيرت هذه الأنواع بالذات كون المقاربة التواصلية قائمة على الحوار المتبادل بين المرسل والمرسل إليه، وهذه الأنواع هي:

أ- **الاستراتيجية التضامنية:** من خلال تسمية هذا النوع من الاستراتيجيات يمكن تحديد العلاقة بين المرسل والمرسل إليه، إنها علاقة طيبة يسعى المرسل إلى توطيدها من خلال التقرب من المرسل إليه وإزالة الفروق بينهما، حيث تشير المادة اللغوية تضامنية **Solidarité** إلى معان ذات ارتباط مدلولي كبير تدور حول محور التعاون كالتكافل والالتزام والاتحاد والاجتماع، وهي شبكة دلالية سمتها الأولى اجتماعية، وقد استعيرت إلى الحقل اللغوي وبالضبط إلى مجال الخطاب لتبيان العلاقة الحميمة التي ينبغي أن تكون بين المتخاطبين، والتي يكون أساسها الفاعل هو المرسل، لذلك يمكن تعريفها بالقول: «الاستراتيجية التي يحاول المرسل أن يجسد بها علاقته بالمرسل إليه ونوعها وأن يعبر عن مدى احترامه لها، ورغبته في المحافظة عليها، أو تطويرها بإزالة معالم الفروق بينهما، وإجمالاً هي محاولة التقرب من المرسل إليه وتقريبه»<sup>١</sup>.

إنها تسعى إلى خلق نوع من التكافؤ بين طرفي الخطاب بتقليص المسافات بينهما، وبالتالي تغيير طبيعة العلاقة بين الطرفين إلى الأحسن بين بداية الخطاب ونهايته، فحتى وإن كان يتسم بنوع من الصرامة ومن الرسمية الموسومة بالاحترام والتبجيل، فإنها تتحول إلى درجة أقل لا يفقد فيها المرسل مكانته وهيبته، ولكن يذهب الخوف والارتباك عن المتلقي.

ولهذه الاستراتيجية عناصر اجتماعية تكون مجتمعة أو منفردة سبباً في اختيارها من طرف المرسل، كل حسب توجهه وأفكاره وقدرته التواصلية، وقد ذكر منها ابن ظافر الشهري ست عناصر هي<sup>٢</sup>:

١. مدى التشابه/ الاختلاف الاجتماعي.

٢. مدى تكرار الاتصال.

٣. مدى امتداد المعرفة الشخصية.

<sup>١</sup>. عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص ٢٥٧.

<sup>٢</sup>. المرجع نفسه، ص ٢٥٩.

٤. مدى التألف، أو كيفية معرفة طرفي الخطاب لكل منهم.

٥. مدى الشعور بتطابق المزاج أو الهدف أو التفكير.

٦. الأثر الإيجابي السلبي.

على هذه العناصر تؤسس العلاقة بين المتخاطبين، مما يجعل الخطاب يتجاوز وظيفة التبليغ والإخبار إلى توطيد العلاقات والمحافظة عليها، ويجعل لهذه الاستراتيجية مسوغات وبواعث فاعلة، تحدث الشهري عن ثمانية منها، يمكن إجمالها في المسوغات التالية<sup>١</sup>:

. تأسيس أو توطيد علاقة الصداقة بين طرفي الخطاب المتكافئين، أو إعادتها إن كانت موجودة وحدث لها خلل، فالتضامنية في أحيان كثيرة هي سبيل الألفة والصداقة.

. تقليص دور السلطة، بتحسين صورة المخاطب صاحب السلطة خاصة إذا كان متشددا في آرائه، يميل إلى الجانب الرسمي كثيرا، وبالمقابل تركز هذه الاستراتيجية على حسن تعامل المرسل إليه مع المرسل صاحب السلطة، مما يجعل العلاقات طيبة معه، باختصار توطن العلاقة بين المرسل إليه/ المتلقي خطاب رئيسه أو ...

. تفعيل علاقات التضامن والتفاعل الإيجابي في حياة الناس، ومساعدتهم على ممارسة الحياة بحرية.

. أهمية استعمالها في حقول كثيرة، كالحقول التعليمية، حيث يتخلق ويتأدب الأستاذ مع الطالب ويحترم الثاني الأول مما ييسر الفهم ويزرع الحب، وبالتالي تحقق المدارس غايتها، أما استعمال هذه الاستراتيجية في الحقل السياسي من طرف رجل السياسة فإنها تجعل الآخرين يؤمنون بآرائه، حيث يحسن المرسل استعمال أنا/ نحن وغيرها من البنى اللغوية التي تلطف الخطاب، وإذا ما استعملت هذه الاستراتيجية في التحقيقات فإنها تزرع الثقة والاطمئنان في نفس المتهم، مما يجعل نتيجة التحقيق أكثر إيجابية.

. هذه الإستراتيجية مفضلة جدا لمن يرغب في تلبية طلبات الآخرين وخدمتهم، حيث يتم حفظ ماء الوجه للسائل والمسؤول، وتعزز الحميمية بينهما.

<sup>١</sup>. عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص.ص ٢٦٣-٢٦٤.

## ب- الاستراتيجية التوجيهية:

كثيرة هي الخطابات التي لا تصلح معها الاستراتيجية التضامنية مما يضطر المخاطب إلى اللجوء إلى استراتيجيات بديلة من أجل تبليغ القصد وتحقيق الهدف الخطابي المتوخى، خاصة إذا كان يتوخى التوجيه أو التحذير، وتسمى الاستراتيجية في هذه الحالة توجيهية، وبالعودة إلى الجانب اللغوي لكلمة "توجيه" يتبين أنها توحى بدلالات الغلبة والتفوق والسيادة، فكل من يقوم بفعل التوجيه يكون أعلى مرتبة ومقاماً من الموجه، فالتوجيه، إذن، يكون في المواقف الجديدة الصارمة التي تتطلب من المرسل إليه الاستجابة لمتطلبات الموقف وتوجيهات المرسل، وانطلاقاً من هذا تعرف الاستراتيجية التوجيهية بكونها «استراتيجية خطابية فاعلة يلجأ إليها المخاطب بناء على حيثيات الموقف وملابساته السياقية أثناء الفعل التخاطبي، مثل موقع ومنزلة المخاطب، طبيعة العلاقة بين المرسل والمرسل إليه<sup>1</sup>، من خلال هذا التعريف يستشف أن طبيعة العلاقة بين المرسل والمرسل إليه ذات خط أفقي، يعتمد المرسل على بقائها كذلك، باستعمال نوع من الضغط الخطابي على المرسل إليه من أجل توجيهه لفعل معين، وبالتالي فهو لا يهتم نفسية المرسل إليه ولا يهتم أن تكون العلاقة بينهما طيبة وتضامنية، فكل ما يهتم هو تبليغ المحتوى، وبالتالي ضرورة تحقيق فعل القصد الذي يريده المخاطب هي ما تفرض نفسها في اختيار هذه الإستراتيجية، ومن هنا يمكن إعطاء تعريف آخر لها بالقول: «خيار خطابي يهدف إلى التأثير في سلوك المخاطبين تحديداً أو تعديلاً أو تثبيتاً، ويكون فيها الفعل الخطابي ممن هو أعلى منزلة إلى من هو أدنى مرتبة - أي من أمر إلى مأمور- لتحقيق قصدية المتخاطبين وأغراضهم»<sup>2</sup>

ويرى الباحث "ابراهيم براهمي" أنه يتوجب على المرسل إليه قبل اختياره استراتيجية التوجيه في خطابه أن يراعي

جملة من المعطيات أبرزها<sup>3</sup>:

. التأكيد من كون هذه الاستراتيجية هي المناسبة لهذا الموقف أو السياق الخطابي.

1. ابراهيم براهمي: ص ١١٨.

2. المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

3. ابراهيم براهمي: ص.ص ١١٩-١٢٠.

. وضع الإطار والمكان المناسبين للتوجيه في الحسبان، أي مراعاة جانب الخصوصية أثناء التوجيه، فالناس ليسوا سواء في قبول التوجيه والنصح.

. على المخاطب، من باب التأدب، الميل إلى التعميم وعدم استخدام الصيغ المباشرة (افعل ولا تفعل)

. ضرورة أن يلتزم المخاطب بما يصدر عنه من توجيهات من أجل أن يكون هذا الخيار الخطابي فاعلا.

ولها عدة مسوغات لاستعمالها كالتفاوت الحاصل بين المرسل والمرسل إليه من خلال التفكير أو المستوى، أو اختلاف الأمزجة والطباع والبلدان، أو العلاقة الرسمية الجامعة بينهما، كالطبيب والمريض والأستاذ والتلميذ والمدبر والموظف وغيرها، كما أن لها علاقة بالأولى من ناحية ضبط العلاقة القائمة بينهما.

### ج- الإستراتيجية التلميحية:

تشير كلمة "تلميحية" أول ما تشير إلى معنى التورية والميل إلى غير المباشرة، مما يوضح أن إستراتيجية الخطاب هاته لا تعتمد اللغة المباشرة الدالة على المعنى المقصود، وإنما تشير إليه إشارة، والتلميح في اللغة العربية مأخوذ من الجذر اللغوي "لمح" الذي جاء بيانه اللغوي في لسان العرب كالتالي: «لمح: (لمح) البصر: امتد إلى الشيء وإليه: أبصره بنظر خفيف (...). ولامح: خالسه النظر، واللمحة: النظرة العجلى، ويقال في فلان لمحة من أبيه: شبه، واللمح مفرد الملامح، واللامح ما بدا من محاسن الوجه أو مساوئه. والمشابه، ولمح تلميحاً إلى الشيء أشار إليه».

فالتلميح من خلال الكلام أو الإشارة أسلوب خطابي قديم لجأ إليه الناس لأغراض عديدة، كما تحدث عنه البلاغيون في مباحثهم البلاغية الكثيرة تحت تسميات مختلفة، ورغم أن هذا الخيار الخطابي كان موجوداً منذ القديم وتم تناوله عند الباحثين في مجال اللغة والبلاغة على المستويين الغربي والعربي إلا أنه لم يدرس ولم يقعد له من الوجهة التداولية إلا في العصر الحديث؛ الذي عرفت فيه العلوم اللغوية انفجاراً معرفياً جر إلى ضرورة التخصص، فتم تناول خيار التلميح ضمن علم الدلالة، ثم تم تناوله فيما بعد تحت مظلة ما عرف بالتداوليات، حيث أضحت الإستراتيجية التلميحية تعني « الإستراتيجية التي يعبر بها المرسل عن القصد بما يغيّر معنى الخطاب الحرفي، ليتجزأ بها أكثر مما يقوله، إذ يتجاوز قصده مجرد المعنى الحرفي لخطابه، فيعبر عنه بغير ما يقف عنده اللفظ مستثمراً في ذلك عناصر السياق»



والمرسل إليه إذا خوطب بهذه الاستراتيجية فإنه ملزم بإعمال الذهن من أجل التوصل إلى المعنى والقصد المراد، وبالتالي فالبنية اللغوية للمنطوق تضمّر تحتها بنية أخرى يتم التوصل إليها وإلى ما تتوخاه من فعل إنجازي غير مباشر عن طريق عملية استدلالية، والسؤال الذي يطرح نفسه في هذا المقام هو: لماذا يستعمل المرسل خطابا غير مباشر على ما فيه من إعمال للعقل من طرف المرسل إذا كان بإمكان استعمال الخيارات الخطائية المباشرة؟ يجيب الباحث عبد الهادي بن ظافر الشهري عن هذا السؤال بإعطاء أسباب عديدة كلها يفرضها السياق على المخاطب ومنها<sup>1</sup>:

. التأدب في الخطاب: وهو سبب قوي للجوء إلى هذا الخيار الخطابي غير المباشر، إذ كثيرا ما يستحي المرسل من ذكر ما يستقبحه وهو مرغم على وله، فيلجأ إلى التعريض بدلا من الكذب أو الفحش في القول احتراماً لذاته ولمخاطبه ومجلسه، وكثيرا ما يكون هذا في السؤال عن الأمور الشرعية التي تتوجب مثلا ذكر بعض أجزاء الجسد أو غير ذلك، كما تلجأ إليه النساء المعوقات بالحياء أكثر من الرجال.

. إعلاء المرسل من شأنه في مقابل التقليل من شأن مخاطبه أو مخاطبيه، والتعريض بهم واحتقارهم، كما هو الشأن مع الرجل الذي لا يقدر المرأة فيقول: المرأة ناقصة عقل ودين، وفي هذا إشارة إلى تفوقه عليها.

. رغبة المرسل في بعض الأحيان في الهروب من مسؤولية الخطاب، يجعله يحتل أكثر من قصد وتأويل، وعلى المرسل إليه أن يختار ما يراه مناسبا لمقتضى السياق، وفي الوقت نفسه يبقى لدى المرسل فرصة تأكيد أو نفي التأويل الذي رآه المرسل إليه مناسبا، وغالبا ما يحدث هذا عند وجود تأزم في العلاقات، أو عدم وجود سلطة للمرسل على المرسل إليه، ومثال التملص من مسؤولية الخطاب قول الموظف الطالب الرشوة: "لا يخدم البخيل".

. قد يستخدم المرسل هذا الخيار خوفا من أن يتخذ المرسل إليه خطابه دليلا عليه، كما في حالة طلب الرشوة المذكورة. إذا راعى المرسل مشاعر المرسل إليه بحيث لا يود إحراجة ولا إرغامه على إنجاز فعل غير راغب في إنجازها، وكثيرا ما يكثر هذا في حالة النصح والإرشاد.

. الاختصار في إنتاج عدة خطابات، وترك المجال مفتوحا لتأدية عديد المعاني التي يقصدها المرسل، وهذا لا يستطيعه إلا صاحب الفصاحة والبلاغة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> ينظر الشهري: ص ٣٧١ - ٣٧٣.

ومن الغربيين الذين تطرقوا إلى هذه الإستراتيجية في مباحثهم اللغوية - حسب عبد الهادي بن ظافر الشهري - جريس وسبيربر وولسون الذين تحدثوا عن القواعد المنطقية لمعرفة القصد، وذلك بالاستلزام الحوارى وما ينتج عنه من شروط اجتماعية، كما تحدث عنها براون وليفنسون وسيرل، أثناء تطرقهم إلى طرق واستراتيجيات التخاطب<sup>١</sup> ويرى الباحث "إبراهيم براهيمى" أن هذه الاستراتيجية تقوم على ثلاثة أسس بارزة تحددها قواعد وآليات لغوية وعلامية متعددة، وهذه الأسس هي:

١. الفعل غير المباشر "**acte indirecte**": هذا المصطلح جاء به "ج.ر. سيرل" بناء على دراسات أستاذه "أوستين"، فالقول الحقيقي عنده « ينتصب وجوده متى كان هناك تطابق بين معنى الجملة والمعنى الذي يقصده المتكلم وما يفهمه المستمع، أما الفعل غير المباشر فهو عكس ذلك، والذي يتجلى بالاستعارة التي تجبر المستمع على الانتقال من المعنى الحقيقي إلى المعنى الذي يسنده المتكلم إلى قوله<sup>٢</sup>»

ومثاله قولهم: "عمر أسد" فالمعنى المباشر لهذه الجملة هو أن عمر هو فعلاً أسد، ولكن المعنى غير المباشر هو أن عمر قد أخذ أهم صفة للأسد وهي الشجاعة فهو أسد، وقد تكون هذه الجملة قد قيلت في موقف لاختيار الأشجع لتكليفه بمهمة من بين مجموع رجال، وبالتالي يقصد صاحبها "اختاروا عمراً"، وأساس الأفعال غير المباشرة هو التواضع الاجتماعى، والآلية التي تعرف بها هي التأويل المستمد من السياقين اللغوي والمقامي.

٢. الافتراض السابق (**presupposition**): هو من الأركان التي يقوم عليها التخاطب بصفة عامة، ويتجلى بها التلميح، فالخطاب الذي يوجه إلى المستمع من المفترض أن يكون معلوم ومنطقي لديه، فإذا كان قول الأستاذ للطالب: "اكتب درسك"، فمعناه أن الدرس غير مكتوب، وأن الأستاذ اطلع على دفتر الطالب، وأن هذا الأخير قادر على الكتابة، كما يوضح هذا الملفوظ أن الأستاذ أمر والطالب مأمور، وهناك تراكيب لغوية يعرف بها الافتراض السابق كطبيعة الفعل في حد ذاته، كالفعل "اغتيال" الذي يدل على أن الذي وقع عليه فعل الاغتيال شخصية سياسية، وكذلك حروف العطف والامتناع وأدوات التعريف.

<sup>١</sup> ينظر الشهري : ص٣٧٦، ٣٧٧.

<sup>٢</sup> ينظر ابراهيم براهيمى ص ١١٣

٣. الأقوال المضمرة "Les sous -entendus": هي «محتويات ضمنية تداولية، أي استنباطات مستخرجة من السياق من قبل المتلفظ المشارك بفضل استدلال عفوي إن قليلا أو كثيرا، يعتمد على مبادئ (قوانين الخطاب) تحكم النشاط الخطابي، وهي النمط الثاني من متضمنات القول، وترتبط بوضعية الخطاب ومقامه على عكس الافتراض المسبق الذي يحدد على أساس معطيات لغوية»<sup>٢</sup>.

#### د- الاستراتيجية الحجاجية (استراتيجية الإقناع):

يقوم هذا الخيار الخطابي في الأساس على معيار هدف الخطاب، فالمرسل يتوخى في المقام الأول إقناع المرسل إليه بخطابه والتأثير عليه باستعمال كل الوسائل اللغوية وغير اللغوية التي تساعد على ذلك، وبالعودة إلى التحديدات المعجمية لكلمة حجاج يتبين أنها لا تخرج عن معاني الدليل والبرهان والتخاصم والجدل والغلبة، فقد ورد في لسان العرب: «والحجة: الدليل والبرهان، يقال: حاججته فأنا محاج وحجيج، فعيل بمعنى فاعل ومنه حديث معاوية (فجعلت أحج خصمي) أي أغلبه بالحجة»<sup>١</sup> وهو ما يذهب إليه الشريف الجرجاني في التعريفات، حيث يقول: «الحجة: ما دل به على صحة الدعوى، وقيل الحجة والدليل واحد»<sup>٢</sup>، أما ابن فارس فيقول: «يقال حاججت فلانا فحججته أي غلبته بالحجة، وذلك الظفر يكون عند الخصومة

ومن خلال هذه الدلالات اللغوية لكلمة حجاج يُستخلص أن العرب يلجؤون إلى هذه الإستراتيجية اللغوية في منازعاتهم و مواقف خصومهم من أجل الإتيان بما يثبت صحة ما يذهبون إليه، أما في اللغة الفرنسية فإن كلمة حجاج (**Argumentation**) تعني القيام باستعمال الحجج، التي تستهدف الوصول إلى نتيجة واحدة<sup>٣</sup>

<sup>١</sup> . ابن منظور: لسان العرب،

<sup>٢</sup> . علي بن محمد السيد الشريف الجرجاني: التعريفات، تح: عبد المنعم الحفني، دار الرشاد، دط، دت، ص ٩٤.

Le grand robert, dictionnaire de la langue française, 1<sup>ere</sup> édition paris, 1990, p65.)

ولا تتعد الدلالة اللغوية للحجاج عن الدلالة الاصطلاحية له، فرغم كثرة التعاريف التي صيغت له من طرف الباحثين إلا أنها تكاد تتفق أنه « تقديم الحجج والأدلة المؤدية إلى نتيجة معينة، وهو يتمثل في إنجاز تسلسلات استنتاجية داخل الخطاب»<sup>1</sup>

فمن أجل عملية الإقناع لابد من تقديم براهين وأدلة منطقية يقبلها العقل ويستسيغها، مما يتوجب على المرسل الذي يتوخى هذه الإستراتيجية - حسب بيرلمان - دراسة «التقنيات الخطابية التي تسمح بإثارة الأذهان، أو زيادة تعلقها بالأطروحات التي تعرض من أجل أن تقبلها»<sup>2</sup>

ولاستراتيجية الحجاج مسوغات كثيرة تجعل المتكلم يلجأ إليها، وقد ذكر منها عبد الهادي بن ظافر الشهري عشرة، يمكن إجمالها فيما يلي:<sup>3</sup>

. قوة التأثير التداولي وديمومته على المرسل إليه، دون إكراه أو قمع، وإنما يكون ذلك باقتناع تام منه

. الأخذ بتنامي الخطاب بين طرفيه عن طريق استعمال الحجاج، ، فالإقناعية من أقوى شروط التداول اللغوي، فلا يحصل التأثير في المرسل إليه ولا يعمل على مشاركة المرسل اعتقاداته إلا إذا اتبع هذا الأخير حججا واستدلالات منطقية قد تمتاز بأساليب الإمتاع، أما إذا كان ذلك باتباع الإكراه فإن الاقتناع لا يمكن أن يحدث.

. للحجاج سلطة الإقناع، فهو الأداة العامة من بين كل الأدوات والآليات التي يتوسل بها المرسل في خطابه، خاصة في الوقت المعاصر الذي تغيرت فيه ثقافة المرسل إليه فلم تعد استراتيجية دغدغة العواطف تنطلي عليه ما لم تكتسي طابع الإقناع المنطقي، فمهما امتلك المرسل سلطة على المرسل إليه فهو مضطر إلى تقديم حججه.

. شمولية استراتيجية الإقناع؛ إذ تمارس من طرف جميع فئات المجتمع وحسب الظروف المتنوعة.

<sup>1</sup>. أبو بكر العزاوي: اللغة والحجاج، منتديات سور الأزبكية، دب، ط ١، ٢٠٠٦، ص ١٦.

. فيليب بروتون وجيل جوتيه: تاريخ نظريات الحجاج، تر: محمد صالح ناجي الغامدي، مركز النشر العلمي، جدة، المملكة العربية السعودية، ط ١، ٢٠١١، ص ٤١.

<sup>3</sup>. ينظر عبد الهادي بن ظافر الشهري: استراتيجيات الخطاب، ص ٤٤٥-٤٤٦-٤٤٧.

. لهذه الاستراتيجية نتائج تربوية، فكثيرا ما يستعملها المدرسون والدعاة والأنبياء لتحقيق أغراض تربوية وإصلاحية وتعليمية.

. تستعمل هذه الاستراتيجية أيضا في حالات: الخوف من سوء تأويل الخطاب، أو عدم الاتفاق حول قيمة معينة بين طرفي الخطاب، أو استباقا لعدم تسليم المرسل إليه بدعوى أو نتائج المرسل.

فالملاحظ من خلال هذه الاستراتيجيات أنها جمعت كل أهداف الخطاب التي يقوم بها البشر، فهو يقوم من أجل الإخبار أو إيصال المعلومات أو التأثير في الآخرين، لذا يلجأ الناس إلى التنويع في أساليبهم بغية الوصول إلى أهدافهم، والتواصل مع الآخر هو الهدف الأسمى. وهذه حوصلة أهم المهارات التي يمكن أن يستخدمها الإنسان بغية إعطاء خطابه المكانة التي تليق به، وحتى تفهم مقاصده كما يريد لها أن تفهم.