

تشكل أنواع الاستراتيجيات الخطابية - دراسة في الأهداف والوسائل

الدكتور : حمدي منصور جودي

قسم الآداب واللغة العربية

كلية الآداب واللغات

جامعة بسكرة- (الجزائر)

Résumé:

Cette étude vise à déterminer le concept de stratégie discursive, ses critères, ses types, ainsi que les moyens linguistiques qui forment chaque type. En outre, on détermine l'utilité et les objectifs pendant l'acte communicatif.

Cette étude appartient aux S'appuyant sur la mécasms de l'analyse du Isoues, ce travail met en exergue les modabtés de la reconstmctino des circonstances de production du texte

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في مفهوم الاستراتيجية الخطابية، وإلى المعايير التي تتدخل في إنشائها. كما تسعى إلى تحديد أنواع الاستراتيجيات الخطابية، والوسائل اللغوية واللسانية التي تساعد على تشكيل كل نوع على حدة، إضافة إلى إبراز الأهداف المرجوة من استعمال استراتيجية خطابية معينة أثناء التواصل.

علما أن هذه الدراسة تدخل ضمن نطاق آليات تحليل الخطاب، وهو ما سيؤدي إلى معرفة شاملة بالاعتبارات التي أسهمت في إنتاج ذلك الخطاب.

تمهيد :

إن خطاب المتكلم لا ينطلق من العدم، وإنما يستغل هذا المتكلم مجموع الإمكانيات اللغوية وغير اللغوية التي تنتظم وفق معطيات السياق المحيط بين طرفي الخطاب، هذا الاستغلال الذهني المسبق هو ما يكفل للمتكلم بناء خطة متبعة أثناء التخاطب تعرف باستراتيجية الخطاب. وتمتاز هذه الاستراتيجية بالتغير والتنوع لأنها "عمل عقلي، يبني على افتراضات مسبقة، تتجسد من خلال أدوات ووسائل تناسب سياق استعمالها"1، منها اللغة الطبيعية المستعملة، ومقاصد المتكلم من خطابه، وأحوال المتلقي، والسياق المحيط. وهذا ما يمكن حصره في ثلاثة معايير 2 هي :

- 1- معيار العلاقة بين طرفي الخطاب، وهو معيار ذو بعد اجتماعي وأخلاقي بين المتكلم والمتلقي.
- 2- معيار اللغة الطبيعية المدرجة في الخطاب، وهو معيار دلالي يبرز مقاصد المتكلم من الخطاب.

3- معيار هدف الخطاب، والغاية منه التأثير في المتلقي تجاه قضية ما. وعند تفصيل كل معيار من هذه المعايير السابقة تبني استراتيجية خطابية معينة؛ فالمعيار الأول المرتبط بطبيعة العلاقة بين المتكلم والمتلقي ينشئ إحدى الاستراتيجيتين التاليتين: الاستراتيجية التضامنية، والاستراتيجية التوجيهية. أما المعيار الثاني المتعلق بشكل لغة الخطاب فيؤسس للاستراتيجية التلميحية. وأما المعيار الثالث وهو هدف الخطاب المتمثل في التأثير في المتلقي، فيفضي إلى الاستراتيجية الحجاجية الإقناعية.

أنواع استراتيجيات الخطاب :**1-1 الاستراتيجية التضامنية :**

1-1-1 منطلقات التضامن وغاياته : اللغة أداة تواصل بين الأفراد، وهي تؤسس لعلاقة بينهم تأخذ أبعادا اجتماعية أو وظيفية أو أخلاقية، وقد تكون هذه العلاقة سابقة لإنتاج الخطاب أو قد تنشأ أثناءه، فهي جزء من السياق المحيط، ولها دور في بناء استراتيجية الخطاب المناسبة للتواصل بقدر ما تسهم به اللغة الطبيعية في إقامة هذه العلاقات بين الناس، " ومن أوضح ما يمثل هذا الجانب من الاستعمال اللغوي أن قدرا

كبيراً من المعاملات بين الناس إنما يقوم على اللغة بوصفها أداة اتصال بين الأفراد أكثر من قيامه على اللغة بوصفها أداة تعامل "3، ويتحقق ذلك من خلال ما تحدّثه من تواصل معرفي بين الأفراد، فتتأسس على منواله العلاقات الاجتماعية التي تتدخل في التفكير الذهني المسبق للمتكلم، لأن " القيم الدلالية للخطاب هي مدخل ممكن وهام، لتحديد شبكة العلاقات الاجتماعية، ولأن التعامل مع اللغة هو تعامل مع مضامينها "4 .

إن العلاقة بين طرفي الخطاب تنشأ من عاملين اثنين: عامل اجتماعي وعامل السلطة؛ فأما العامل الاجتماعي فيمثل العلاقة الأفقية بين المتكلم والمتلقي، فيما يتعلق بتشابه الصفات والقدرات والوظائف، أو الاختلاف بينها . وأما عامل السلطة فيمثل العلاقة العمودية بينهما؛ أي التراتبية التصاعدية أو التنازلية بين المتكلم والمتلقي داخل المجتمع سواء من زاوية اجتماعية أو وظيفية، مما يؤثر على طبيعة الاستراتيجية المعتمدة أثناء التخاطب بسبب عامل السلطة، " فقد يمتلكها أحد طرفي الخطاب على الطرف الآخر عندما يعلو الآخر درجة، وقد لا يمتلكها أيّ منها عندما تتساوى درجاتهما، أو عندما لا تربطها أيّ علاقة "5، فحينما يكون المتكلم أقل سلطة من المتلقي أو يساويه فإنه يسعى إلى التضامن مع هذا المتلقي أثناء الخطاب .

وعلى هذا الأساس فإن الاستراتيجية التضامنية تتحدّد من طبيعة المتكلم ورغبته في التقرب من المتلقي لداع معين، فهي استراتيجية " يحاول المرسل أن يجتسد بها درجة 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 و تقيمه "6 اعتماداً على إبعاد عامل السلطة بينهما أثناء الخطاب، ليحلّ محلّه عامل أخلاقي هو التأدب في الخطاب، فقد " تجد المتكلم في هذه المرتبة من التعامل حريصاً على أن يحفظ عرى التواصل، حتى يجلب أقصى ما يمكن من عاجل المنفعة لنفسه ولخاطبه، فيجهد في التوسّل بما يجلب إقبال المخاطب على سماعه وفهم مراده وتلقيه له بالقبول، طمعا في أن يبادل نفسه الحرص على التواصل وعلى الوصول إلى المنفعة المشتركة "7. ولأجل تحقيق هذه المنفعة المشتركة يلغي المتكلم المسافة الاجتماعية في علاقته بالمتلقي ويسوّي درجته بدرجة هذا المتلقي، فتتجسد بذلك صفة التضامن بينهما، لأنه " علاقة التكافؤ المفترضة التي من شأنها

أن تربط بين الناس في جماعات تشترك في اهتماماتها وسلوكها وتمثل ذاتها "8 . إن اختيار المتكلم للاستراتيجية التضامنية قصد التواصل مع المتلقي من شأنها أن تحقق غايات أخلاقية تظهر أثناء وبعد الخطاب 9، ومنها :

- 1- تأسيس صداقة أو إعادة إحيائها بعد زمن جفاء بين طرفي الخطاب .
- 2- إظهار الوجه الحسن أثناء التعامل مع صاحب السلطة أو أمام الآخرين .
- 3- اعتماد التأدّب والتخلّق لفهم المقاصد وبخاصة في الجوانب التعليمية .
- 4- كسب ولاء الآخرين بالتودّد وبالغاء المسافة الفاصلة أثناء الخطاب .

2-1 الوسائل اللغوية في الاستراتيجية التضامنية : تتحقق هذه الاستراتيجية من

خلال علامات لغوية معينة، تبرز رغبة المتكلم في التضامن مع المتلقي، كما توضّح مقدار تخليه عن سلطته للتقرب من المتلقي وتوطيد العلاقة معه، إمّا باعتبار وجود هذه العلاقة مسبقاً، وإمّا أنها ناشئة أثناء التواصل، لأن "التضامن والسلطة يرتبطان بعلاقة متضادة" 10؛ فكلما اعتمد المتكلم على سلطته مع المتلقي كلما حاد عن التضامن معه، وإن أراد ذلك كان لزاماً عليه التخلي عن هذه السلطة، أو تغييرها إلى حين، حسب مقاصده ورغباته.

وإذا أراد المتكلم استعمال استراتيجية التضامن فإنه يعمد إلى اللغة الطبيعية المحبّدة للخطاب، فصيغته من "الوسائل اللسانية التي يجعلها المرسل علامة على توجيه الخطاب إلى المرسل إليه من الناحية النفسية والاجتماعية، وهذه الصيغ مثل: الضائر، والأسماء، وعبارات التودّد التي تمثّل كلاً من علاقات الرتبة والتضامن بين المرسل والمرسل إليه" 11، فنعمد هذه الصيغ إلى الكشف عن الاستراتيجية التضامنية التي يختارها المتكلم أثناء الخطاب. وهذا تفصيل لأهم ما يستعمل منها في بناء علاقة التضامن:

1- العَلم: وهو أداة لغوية تتفاوت من حيث تجسيدها للاستراتيجية التضامنية في

الخطاب، وأبرزها الاسم ثم الكنية ثم اللقب على حسب ترتيبها في دلالة التضامن. فالاسم يستعمل في الخطاب لنداء المتلقي أو التحدث عنه، وقد يستعمله المتكلم للتعريف بنفسه أمام المتلقي. أما الكنية فتعوض الاسم، وهي نداء الشخص باسم ولده (أبو فلان أو فلانة)، أو نداء الأم باسم ولدها (أم فلان أو فلانة)، وهذا من باب التكريم والتعظيم والتفاؤل. وأما اللقب فهو بديل عن الاسم والكنية، وهو أضعف منها في التضامن، وينشأ

اللقب غالباً لأسباب اجتماعية أو وظيفية 12، ترتبط بصفة غالبية في الشخص داخل مجتمعه، أو برتبة اكتسبها من ارتقاء السلم الوظيفي الذي ينتهي إليه.

2- ألفاظ التحية: هي ألفاظ يتم انتقاؤها من المعجم اللغوي، فتوظف في الخطاب للدلالة على التضامن، كما تعدّ مؤشراً ومعيّاراً على الكفاءة اللغوية للمتكلم الذي يستخدمها للتقرب من المتلقي، ومن أمثلتها ألفاظ التهئة (هنيئاً، مبروك ..)، والألفاظ الدالة على التأييد وعلى الصداقة وعلى الوعد ..

3- الإشارات: تعدّ الضمائر من أهم الوسائل الإشارية في الاستراتيجية التضامنية، إذ يستعملها المتكلم لتأسيس علاقة اجتماعية حميمة تربطه بالمتلقي، وتدلّ على انتمائها إلى جماعة واحدة، وعلى الاتفاق حول رأي واحد، فضلاً عن استعمالها للدلالة على وظيفتها النحوية، " فالضمائر الشخصية بمثابة حُدْم اللغة المتواضعين، لأنه يمكن لنا أن نطوِّعهم للخدمة في انجاز الوظائف الرمزية ذات المستوى الرفيع "13.

4- التصغير: إن الوظيفة الأساسية للتصغير هي الدلالة على القلة أو الصغر أو التحقير أو التخبُّب، إلا أنها تستعمل أيضاً بين المتخاطبين من باب الألفة والمودّة والابتعاد عن الرسمية. لهذا يلجأ المتكلم إلى استغلال هذه الوسيلة في التضامن مع المتلقي قصد التقرب منه والتواضع له، فهي " تخفّف من حدّة الأفعال اللغوية خصوصاً أفعال الطلب مثلاً، وكذلك تخفّف من تهديد الوجه. ويعدّ استعمال هذه العلامة ضرباً من التأدب غير الرسمي، فهو يقوِّي درجات الصداقة، بل قد يؤسس لها "14 .

5- الطرفة (أو النكتة): الطرفة وسيلة دعابة، وقد تتعدى ذلك إلى تأسيس العلاقات الحميمة بين الناس، ففي سياقات اجتماعية معيّنة يسعى المتكلم إلى إدراج الطرفة في خطابه لغاية تقريب المتلقي منه، وإزاحة المسافات الفاصلة التي من شأنها أن تُتفَرِّ المتلقي من الاستمرار في التواصل، بل إن الكثير من العلاقات الإنسانية قد نشأت لأسباب ودواعي متعددة، ولعلّ الطرفة من أهم هذه الأسباب، ولهذا تعدّ من أقوى وسائل التضامن .

6- اللهجة: تتمثل اللهجة بمجموع السمات والتغيّرات التي تطرأ على اللغة الأم في مكان أو إقليم معين، وتُميِّز اللهجة الفرد عن غيره ممن تختلف لهجتهم عنه، ولغاية تحقيق

التضامن يعتمد المتكلم لهجة المتلقي، فيخاطبه بها للتقرب والتودد منه، أكثر من سعيه إلى إفهامه محتوى الخطاب.

2- الاستراتيجية التوجيهية :

1-2- منطلقات التوجيه وغاياته : إذا كانت الاستراتيجية التضامنية تعتمد في تأسيس العلاقة بين المتخاطبين على مبدأ التأدب والتخلق ، فإن الاستراتيجية التوجيهية لا تتلاءم مع هذا المبدأ. لأن المرسل يسعى من خلال خطابه التوجيهي إلى الضغط على المرسل إليه، لتوجيهه إلى مقاصد معينة يفرضها سياق الخطاب مثل سياق النصح أو الأمر أو التحذير، فخطاب الاستراتيجية التوجيهية " يعدّ ضغطاً وتدخلًا، ولو بدرجات متفاوتة على المرسل إليه، وتوجيهه لفعل مستقبلي معين، وهذا هو سبب تجاوز المرسل لتهديب الخطاب"15. ويعدّ التوجيه من الآليات المباشرة التي يعتمدها المرسل في خطاباته، لأن مقاصده تتطابق مع الدلالات الحرفية لهذا الخطاب، وينزع المرسل إلى استعمال الاستراتيجية التوجيهية لغاية الوضوح وتبيان المقاصد، وفق ما يقتضيه سياق الخطاب، وبذلك يعدّ التوجيه فعلاً لغوياً يعكس وظيفة من وظائف اللغة التي " تعمل على أنها تعبير عن سلوك المرسل وتأثيره في توجهات المرسل إليه وسلوكه"16 .

إن هذا الفعل اللغوي يعدّ " كل ملفوظ ينهض على نظام شكلي إنجازي تأثيري، كما يعدّ نشاطاً مادياً نحوياً يتوسل أفعالاً قولية، لتحقيق أغراض إنجازه كالطلب والأمر والوعد والوعيد، وغايات تأثيرية تخصّ ردود فعل المتلقي كالرفض والقبول"17، وتحقيق هذا التأثير يستدعي من المرسل توجيه المرسل إليه إلى إنجاز أمر ما، من خلال فرض سلطة معينة تتعدى مبدأ التأدب والتخلق. وهذه السلطة التي يعتمدها المرسل في خطابه التوجيهي مع المرسل إليه تفرضها مقتضيات منها :

أ/ فارق المنزلة والرتبة بين المرسل والمرسل إليه .

ب/ السياق الذي يفرض اتصالاً محدوداً بينهما وفي نطاق ضيق .

ج/ إعادة الاعتبار لطبيعة العلاقة الموجودة بين طرفي الخطاب، مثل رغبة المرسل في الاستعلاء أو الارتقاء بمحتوى الخطاب .

د/ إصرار المرسل على تحقيق مقاصده أثناء الخطاب، مثل سياقات التحدي أو الشعور بأن المرسل إليه قد تجاوز حدود طبيعة العلاقة بين الطرفين.

إن هذه المقننات التي تفرض على المرسل اعتماد استراتيجية توجيهية هي التي تدخل عامل السلطة في الخطاب، لئلا المرسل إليه بإنجاز فعل ما؛ " لأن ما يجعل من الخطاب إنجازا لفعل توجيهي هو ربطه بأنا المرسل المشتغلة بالخطاب وفيه، حتى لو لم تظهر في بنيتها المنجزة، لكنها هي الموجة للخطاب الذي يعبر عن قصد المرسل والمحقة لهده"18، فيصبح منطلق التوجيه علاقة سلطة يفرضها المرسل على المرسل إليه، وتصبح هذه السلطة سبب نجاح مقاصد الخطاب وغاية اعتماد الاستراتيجية التوجيهية .

2-2- الوسائل اللغوية في الاستراتيجية التوجيهية : تعتمد الاستراتيجية التوجيهية

على مبدأ السلطة لتحقيق المقاصد، ولهذا تستند إلى اعتبارات يفرضها سياق التخاطب، كما تستند على وسائل لغوية تحقق وتجسد هذه السلطة القائمة بين طرفي الخطاب، مما يلزم المرسل استثمار كفاءته اللغوية في بناء هذه الاستراتيجية باعتماد أفعال كلامية منبثقة عن الإنشاء مثل: الأمر والنهي والاستفهام والتحذير والإغراء والنداء وذكر العواقب.. وهذا تفصيل لبعض تلك الوسائل اللغوية المعتمدة في الاستراتيجية التوجيهية:

1- الأمر: أسلوب إنشائي طلي غايته إلزام المرسل إليه القيام بفعل ما من باب

الاستعلاء " حصول ثبوت متصور"19، وهدفه " الدعاء إلى الفعل "20. وغاية استعمال الأمر في الاستراتيجية التوجيهية هو إبراز طبيعة العلاقة بين طرفي الخطاب، وتجسيد السلطة التي يفرضها السياق بينهما، لأن " ما يمتلكه المرسل من خلفية هو سلطة في حد ذاته، وبالتالي فإنها تصنيف لرتبته في سياق معين، حتى لو كان الخطاب موجهاً لمنفعة المرسل إليه "21. ويتحقق الأمر في الخطاب التوجيهي بصيغ أهمها:

✓ صيغة فعل الأمر (إفعل) .

✓ الفعل المضارع المقترن بـ (لام الأمر) أو (اللام الجازمة) .

✓ اسم فعل الأمر .

✓ المصدر النائب عن فعل الأمر .

✓ الألفاظ المخصوصة للوجوب مثل (لا بدّ ، ينبغي ، يجب ، ..) .

✓ شبه الجملة نحو (عليك ..) .

2- النهي : من الأساليب الإنشائية الطلبية، ويصدر من صاحب المرتبة الأعلى، وغايته الكفّ عن القيام بفعل ما من باب الإلزام، وهو بذلك لا يختلف عن الأمر، فالطلب من النهي " بمنزلة من الأمر يجري على لفظه كما جرى على لفظ الأمر "22، ولا يصدر هذا النهي إلا من سلطة المرسل إذا كان يقصد توجيه المرسل إليه إلى إنجاز فعل ما. وللنهي صيغة أصلية ينشأ بها وهي " لا الناهية الداخلة على الفعل المضارع (لا تفعل) "23.

3- الاستفهام : هو فعل لغوي توجيهي، يسعى المرسل من خلاله توجيه المرسل إليه إلى خيار واحد وهو ضرورة الإجابة "24. وللاستفهام أدوات لغوية كثيرة تصنف في ثلاثة أنواع " أحدها يختص طلب حصول التصوّر، وثانيها يختص طلب التصديق، وثالثها لا يختص "25، وغاية استعمال الاستفهام في الاستراتيجية التوجيهية هو السيطرة على ذهن المرسل إليه، وانقياده إلى مقاصد الخطاب.

4- التحذير: هو تنبيه المخاطب على أمر مكروه ليجنبه26، باعتماد أدوات وصيغ في أشكالها المباشرة، وغاية استعمال التحذير في الاستراتيجية التوجيهية هو تنزيه المرسل عن " تهمة التلاعب بعواطف الآخرين، كما أنه يعطي خطابه قبولا من خلال حضور الصراحة التي تدلّ المرسل إليه على صدق المرسل في توجيهه، وبالتالي تكسبه الثقة في خطابه "27، وهذه الثقة هي ما يعكس فرض السلطة على هذا المرسل إليه لتقبل مقاصد المرسل المتمثلة أساسا في النصح الضمني .

3- الاستراتيجية التلميحية :

3-1-3- منطلقات التلميح وغاياته : إن معيار اللغة المدرجة في الخطاب يؤسس لانتهاج استراتيجية تلميحية، تعتمد لغة ذات بعد دلالي يبرز مقاصد المرسل من خطابه. وهذه اللغة قد تعبّر عن مقاصد المرسل بطريقة مباشرة أو غير مباشرة؛ بمعنى أن شكل ألفاظ الخطاب قد تطابق المعنى مباشرة، أو أنها قد تفضي إلى معاني ضمنية لا يمثلها شكل الألفاظ وهو ما يعرف بالتلميح، فالمرسل قد " يلمّح بالقصد عن مفهوم الخطاب المناسب للسياق، لينتج عنه دلالة يستلزمها الخطاب ويفهمها المرسل إليه "28 .

وبالنظر إلى مباحث الفقه وأصول الفقه فإن التلميح يكاد يكون السمة الغالبة في دراسات الفقهاء والأصوليين، مع عنايتهم الكبيرة بمباحث الحقيقة والحجاز، والعلاقة بينهما في سياق تواصلية لتحديد المقاصد. ولهذا كانت البلاغة البوابة الرئيسة لهذه المباحث التي تهتم بدراسة الحجاز والتشبيه والاستعارة والكنائية، لما تحمله من دلالات تلميحية لمقاصد المتكلم؛ فالكنائية مثلا " لفظ أريد به غير معناه الذي وضع له مع جواز إرادة المعنى الأصلي" 29، مما يقتضي وجود معنيين اثنين؛ أولهما المعنى المذكور في الخطاب وهو غير مقصود لذاته، وثانيهما المعنى المقصود وما يمكن إدراكه من تلميح داخل السياق اللغوي، بواسطة قرائن دالة على مقاصد المرسل.

وهذا ما أشار إليه الجرجاني في تحديد ضربي الكلام وما تعلق بقضية التلميح، فهو يرى أن " ضربا أنت تصل منه إلى الغرض بدلالة اللفظ وحده، وضربا آخر لا تصل منه إلى الغرض بدلالة اللفظ وحده، ولكن يدلك اللفظ على معناه الذي يقتضيه موضوعه في اللغة، ثم تجد لذلك المعنى دلالة ثانية تصل بها إلى الغرض، ومدار هذا الأمر على الكناية والاستعارة والتمثيل" 30؛ بمعنى أن الجرجاني يشير إلى ظاهرة المعنى التي تهتم بالمفهوم من ظاهر اللفظ ومعنى المعنى الذي يدور حوله التلميح، وهو ما يعرف بالمعنى الحرفي (الظاهر المذكور) مقابل المعنى غير الحرفي (غير الظاهر المستلزم).

وبالتالي فإن اللغة لا تفهم دائما من باب الحقيقة في المواقف التواصلية، لأن المعنى الظاهر غير المقصود ليس دائما هو المعنى الوارد المقصود، وإنما يحتاج إلى إعمال الفكر والاستنباط لتحديد المعنى المستلزم المقصود من خلال العبارة اللغوية وما تدل عليه من معاني ضمنية تلميحية، تجعل المرسل يتبنى استراتيجية خطابية غير مباشرة لتبليغ مقاصده، تعرف بالاستراتيجية التلميحية وهي " التي يعبر بها المرسل عن القصد بما يغير معنى الخطاب الحرفي لخطابه، فيعبر عنه بغير ما يقف عنده اللفظ مستثمرا في ذلك عناصر السياق" 31 التي تعدّ قرائن مساعدة في الانتقال من المعنى الأول المذكور غير المقصود إلى المعنى الثاني المقصود المستلزم.

إن المرسل الذي يعتمد إلى استعمال الاستراتيجية التلميحية له دوافع في ذلك، يفرضها عليه السياق غالبا، فيؤسس خطابه على الطريقة غير المباشرة لتبليغ مقاصده، ومن

هذه الدوافع:

- أ / مراعاة السياق وما يفرضه على المرسل من عدم التصريح بالمعنى مباشرة لأسباب اجتماعية أو ضوابط أخلاقية تراعي مشاعر المرسل إليه .
- ب/ قد يكون التعريض بالمرسل إليه والانتقاص من شأنه سبيلا إلى انتهاج التلميح والابتعاد عن التصريح .
- ج/ محاولة المرسل التملص والهروب من مسؤولية الخطاب، مما يدفعه إلى فسح مجال التأويل حول المقاصد التي يرمي إليها من خطابه .
- د/ ابتعاد المرسل عن فرض أمور على المرسل إليه قد تتعارض مع قناعاته .

2-3- الوسائل المعتمدة في الاستراتيجية التلميحية : تمثلها صيغ لغوية وآليات

بلاغية تمكن المرسل من تبليغ مقاصده بطريقة غير مباشرة تعتمد التضمين، لأن هنالك طرائقا عديدة لتقول شيئا ما وأنت تعني شيئا آخر 32 منها التهكم والسخرية والتشبيه. وهذه الطرائق العديدة تدفع المرسل إليه للبحث عن المقصود " فيشتق المعنى الحرفي، ثم يفحص هذا المعنى في السياق، ويبحث عن المعنى غير الحرفي، إذا أخفق المعنى الحرفي في تعريفه بالمقصد "33. والوسائل المعتمدة في الاستراتيجية التلميحية على ضربين :

أ/ الوسائل اللغوية : تجسدها ألفاظ منها (كم الخبرية)، إلى جانب الأفعال اللغوية

غير المباشرة التي تنشأ عن الاستلزام التخاطبي (الحواري) بين المرسل والمرسل إليه، من خلال الانتقال من المعنى الصريح إلى المعنى الضمني؛ فالمعنى الصريح يمثل مدلول الصيغة الصورية والقيمة اللفظية التي تعنيها العبارة اللغوية، ويندرج ضمن هذا المعنى الصريح :

✓ **محتوى قضوي** : جملة معاني الألفاظ والمفردات المسندة بعضها إلى بعض داخل الخطاب .

✓ **قوة إنجازية حرفية** : القوة الدلالية المتحققة أسلوبيا بالصيغ داخل الخطاب.

أما المعنى الضمني فهو ما يقصده المرسل من خطابه على نحو غير مباشر، يتعدى الصيغة الصورية لألفاظ الخطاب في سياق محدد، ويشمل :

✓ **معنى عرفيا** : الدلالة التي تقتضيا ألفاظ الخطاب، ويستلزمها في سياق

تواصل محدد، انطلاقا مما تعارف أصحاب اللغة عليه.

✓ **معنى حواريا استنزاميا** : الدلالة المتولدة من تغير سياقات التواصل، وتمثل مقاصد المرسل .

ب/ الآليات البلاغية : تشمل صور البيان وما تؤديه من تلميح، ومنها:

ب-1- التشبيه : تقريب شيئين أو أكثر في صفة أو مجموعة من الصفات، وقد عبّر عنه السكاكي بقوله " سَتَدْعُو طرفين مشبهاً ومشبهاً به، واشترآكاً بينهما من وجه وافتراقاً من وجه آخر، مثل أن يشتركا في الحقيقة ويختلفا في الصفة أو العكس [...] لأن تشبيه الشيء لا يكون إلا وصفا له بمشاركته المشبّه به في أمر، والشيء لا يتّصف بنفسه، كما أن عدم الاشتراك بين الشيئين في وجه من الوجوه يمنعك محاولة التشبيه بينهما "34، وبالتالي فإن التقريب بين الشيئين في وجه اشتراك أو افتراق يشير إلى المقاصد المتضمنة في خطاب المرسل داخل سياق تواصل محدد، ويبرز كفاءته اللغوية والتداولية، مما يجعل التشبيه ضرورة في الاستراتيجية التلميحية.

ب-2- الاستعارة : هي " أن تذكر أحد طرفي التشبيه و تريد به الطرف الآخر، مدّعيا دخول المشبه في جنس المشبه به دالا على ذلك بإثباتك للمشبّه ما يخص المشبّه به "35؛ أي أن الاستعارة تشبيه في الأصل لكن مع حذف أحد الطرفين، ووجود قرائن دالة على المحذوف تُلتَمَس من السياق التواصل، وهذا الحذف هو التلميح الذي يقصده المرسل في الاستراتيجية التلميحية.

ب-3- الكناية : هي " ترك التصريح بذكر الشيء إلى ذكر ما يلزمه لينتقل من المذكور إلى المتروك "36، بمعنى أن المرسل يعتمد هذا المنحنى في ترك التصريح بمقصده إلى التلميح بذكر ما يلزم هذا التصريح، فيجسد المرسل في خطابه معنيين اثنين؛ أحدهما مذكور غير مقصود، وثانيهما محذوف مقصود مدرك من خلال التلميح والتضمين.

4- الاستراتيجية الإقناعية (الحجاجية) :

1-4-1- منطلقات الإقناع وغاياته : تتأسس الاستراتيجية الإقناعية بناءً على معيار هدف الخطاب، وعلى ما يقصد المرسل تحقيقه من تواصله مع المرسل إليه، وبخاصة إذا أراد " إحداث تغيير في الموقف الفكري أو العاطفي "37 للمرسل إليه والتأثير فيه لغاية فعل معين. ويعتمد الإقناع على الحجاج بوصفه أداة لتحقيق ذلك، فالحجاج استراتيجية

لغوية تتأسس تبعاً لسياق الخطاب، لأن اللغة " نشاط كلامي يتحقق في الواقع وفق معطيات معينة من السياق "38 .

إن المرسل أثناء التخاطب ينقل تصوراتهِ ومدركاتهِ الموجودة في واقعه، بهدف التبليغ أو التأثير في المرسل إليه، وهو بذلك يعتمد إلى إقناعه قصد التغيير في بعض أفكاره، فيصبح الحجاج وسيلة لتحقيق هذه الغاية، إذ " الحجاج لا ينحصر في استعمالات خطابية ظرفية، وإنما هو بعد ملازم لكل خطاب على وجه الإطلاق "39، وهذا التلازم هو الموجه الرئيس لكل هدف من أهداف التواصل بين المرسل والمرسل إليه .

إن الحجاج "جنس خاص من الخطاب، يبنى على قضية أو فرضية خلافية، يعرض فيها المتكلم دعواه مدعومة بالتبريرات، عبر سلسلة من الأقوال المترابطة ترتبط منطقياً، قاصداً إقناع الآخر بصدق دعواه والتأثير في موقفه أو سلوكه تجاه تلك القضية "40. لهذا فإن ارتباط الحجاج بالإقناع راجع إلى الوظيفة الحجاجية (الإقناعية) من وراء كل خطاب يهدف إلى دفع المتلقي إلى فعل معين لتغيير سلوك أو معتقد، وهذا الفعل الإقناعي يعدّ وظيفة في حد ذاتها، ولكي " تكون الوظيفة الإقناعية أولية فإنها ليست الوحيدة، وإذا كانت البلاغة هي فن الإقناع بالخطاب وجب التأكيد أنه - أي الخطاب - ليس أبداً حدثاً معزولاً، بل على العكس من ذلك، فإنه يقابل خطابات سبقته أو سستليه التي قد تكون ضمنية "41، تدفع المرسل إليه إلى استنتاجها وفق معطيات سياق الخطاب. إن الاستراتيجية الإقناعية الحجاجية تسعى في إطارها العام إلى تحقيق أهداف ومقاصد المرسل من خطابه، لما لها من تأثير على المرسل إليه، إلى جانب أنها تستعمل الحجج والأدلة، مما يضمن استمرارية الخطاب بين الطرفين، كما أنها شاملة في شتى المواقف التواصلية، فهي لا تختص بفترة دون أخرى من البشر، وإنما هي آلية يستعملها أيُّ كان لتحقيق مقاصده وأهدافه وفق معطيات ومقتضيات تتطلبها هذه الاستراتيجية الإقناعية .

2-4- الوسائل المعتمدة في الاستراتيجية الإقناعية الحجاجية : إن هدف

الاستراتيجية الإقناعية هو استمالة المرسل إليه والتأثير فيه أثناء العملية التواصلية، وهذا الأمر يتحقق بوسائل وتقنيات تتعلق في مجملها بمقاصد الخطاب، وبالمرسل والمرسل إليه ودوره في الخطاب المستعمل في سياق معين، ويمكن تصنيفها وفق الآتي :

2-4- أ- الوسائل النفسية الاجتماعية : تتمثل أساسا في دور المرسل ومدى

قدرته على تهيئة المرسل إليه لما يقصده من خلال اعتماد استراتيجية إقناعية حجاجية، لأن " الحجاج في النهاية ليس سوى دراسة لطبيعة العقول، ثم اختيار أحسن السبل لمحاورتها والإصغاء إليها، ثم محاولة حيازة انسجامها الايجابي، والتحامها مع الطرح المقدم "42. وإذا لم توضع هذه الأمور النفسية والاجتماعية في الحسبان، فإن الحجاج يكون بلا غاية وبلا تأثير.

2-4- ب- الوسائل المنطقية : تشمل كل ما يقدمه المرسل من " الأدلة المنطقية

أو الشواهد الخاصة والإحصاءات"43؛ فالشواهد الخاصة ترتبط غالبا بالأدلة التاريخية أو بالوقائع والأخبار والأمثلة والتقصص، وأما الأدلة المنطقية فتتعلق بالقياس المنطقي وهو "صيغة شكلية لإثبات حقائق سبق العلم بها ولكن حصلت الغفلة عن جوانب منها، فيأتي القياس المنطقي مُنبهًا عليها، أو مُلزمًا الخصم بالتسليم بها إذا هو أنكرها"44. والقياس بنية أساس في كل خطاب حجاجي إذ يعدّ " أحد طرق الاستدلال غير المباشر وأقومها إنتاجا "45 في الربط بين مكونات الخطاب الحجاجي، لترتبط المقدمات بالأدلة والحجج ثم بالنتيجة من باب المنطق والدلالة .

2-4- ج- الوسائل اللغوية : تتركز هذه الوسائل على دور لغة الحجاج المعتمدة

أثناء الإقناع، لأن " اللغة في الخطاب الحجاجي تقوم بدور جوهري وفاعل في تحقيق التأثير والاستمالة، فالمفردات والتراكيب التي يختارها المتكلم لوصف حدث ما تعكس موقفه تجاه ذلك الحدث "46، مما يعكس على المتلقي في حد ذاته لقبول أو رفض ذلك الموقف. فدور اللغة لا يندرج في إثارة المشاعر بالنسبة للمرسل إليه، وإنما في تقديم الحجج والأدلة، وفق منطق يستميل هذا المرسل إليه ويجعله مُؤجَّهاً ومُمنهَجًا لطريقة الإقناع.

إن المقدمات والحجج والنتائج المدرجة في الحجاج ترتبط بوسائل منطقية ولغوية تبرز علاقة هذه المكونات فيما بينها، وعلاقتها بالبنية العامة للحجاج في حد ذاتها، علما أن تلك الوسائل اللغوية المنطقية تشكل جملا وعبارات تنقل النتائج وتقدم الحجج انطلاقا من مقدمات، فتصبح بالتالي وحدات ذات بعد حجاجي دلالي داخل الخطاب، ومنها مثلا: لكن، إن، بل، أمّا، وكذا أسلوب الشرط وأسلوب القصر..

الهوامش والمراجع والمصادر:

- 1- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب (مقاربة لغوية تداولية)، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، لبنان، ط01، 2004، ص55.
- 2- المرجع نفسه، ص444.
- 3- ج. ب. براون و ج. يول، تحليل الخطاب، ترجمة و تعليق محمد لطفي الزليطي و منير التريكي، النشر العلمي والمطابع، جامعة الملك سعود، السعودية، 1997، ص3.
- 4- عثمان بن طالب، " البراغمية وعلم التراكيب بالاستناد إلى أمثلة عربية "، الملتقى الدولي الثالث في اللسانيات، الجامعة التونسية، مركز الدراسات والأبحاث الاقتصادية والاجتماعية، تونس، 1985، ص142.
- 5- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص256.
- 6- المرجع نفسه، ص257.
- 7- طه عبد الرحمان، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، ط01، 1998، ص223.
- 8- William Bright, International Encyclopedia of Linguistics, Oxford University Press, New York, 1992, volume 3, P258.
- 9- نقلا عن : عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص261 و 262.
- 10- Deborah Tannen, That's not what I meant, Ballantine Books, New York, 1992, P93.
- 11- William Bright, International Encyclopedia of Linguistics, volume 1, P23.
- 12- كان اللقب في أصله للذمّ، ثم تحوّل إلى المدح والذمّ، دليل ذلك قوله تعالى: ﴿وَلَا تَنَابَرُوا بِالْأَلْقَابِ﴾، (الحجرات الآية 12).
- 13- Robin Lakoff, Talking Power " The Language of Politics in Our Lives ", Basic Books, New York, 1990, p183.
- 14- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص309.

- 15- المرجع نفسه، ص 322 و323.
- 16- المرجع نفسه، ص 324.
- 17- مسعود صحراوي، التداولية عند العلماء العرب - دراسة تداولية لظاهرة "الأفعال الكلامية" في التراث العربي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، ط1، 01، 2005، ص 40.
- 18- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 324.
- 19- مسعود صحراوي، التداولية عند العلماء العرب، ص 108.
- 20- المرجع نفسه، ص 148.
- 21- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 342.
- 22- السكاكي (سراج الدين أبو يعقوب يوسف بن أبي بكر بن محمد بن علي الخوارزمي الحنفي)، مفتاح العلوم، ضبط وتعليق نعيم زرزور، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط 02، 1987، ص 161 و 162.
- 23- المرجع نفسه، ص 137.
- 24- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 352.
- 25- السكاكي، مفتاح العلوم، ص 133.
- 26- نقلا عن: مسعود صحراوي، التداولية عند العلماء العرب، ص 212.
- 27- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 355.
- 28- المرجع نفسه، ص 367.
- 29- عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، تحقيق محمود محمد شاكر، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، 1990، ص 59.
- 30- المرجع نفسه، ص 179.
- 31- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 367.
- 32- نقلا عن: المرجع نفسه، ص 384.
- 33- ابن خلدون (عبد الرحمن بن محمد بن خلدون أبو زيد ولي الدين الحضرمي الإشبيلي)، المقدمة، دار الكتاب اللبناني للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، ط 02، 1961، ص 603.
- 34- السكاكي، مفتاح العلوم، ص 141.

- 35- المرجع نفسه، ص 156.
- 36- المرجع نفسه، ص 170.
- 37- بليث هنريش، البلاغة والأسلوبية (نحو نموذج سيميائي لتحليل النص)، ترجمة وتقديم وتعليق محمد العمري، دراسات (سال)، بيروت، لبنان، ط01، 1989، ص 64.
- 38- عمر بلخير، تحليل الخطاب المسرحي في ضوء النظرية التداولية، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط01، 2003، ص 120.
- 39- حبيب أعراب، " الحجاج والاستدلال الحجاجي - عناصر استقصاء نظري "، مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، سبتمبر 2001، عدد 01، مجلد 30، ص 100.
- 40- محمد العبد، " النص الحجاجي العربي - دراسة في وسائل الإقناع "، مجلة فصول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، صيف - خريف، 2002، عدد 60، ص 44.
- 41- أوليفي رويول، " طبيعة البلاغة ووظيفتها "، ترجمة الغروس المبارك، مجلة نوافذ، النادي الأدبي بجدة، المملكة العربية السعودية، 2001، عدد 16، ص 75.
- 42- Chaim. Perelman et O. Tyteca, Traité de L'Argumentation, Edition de l'Université de Bruscelles, 5éme Edition, 1992, P18.
- 43- محمد العبد، " النص الحجاجي العربي - دراسة في وسائل الإقناع "، ص 52.
- 44- عبد الرحمان حسن حنبكة الميداني، ضوابط المعرفة وأصول الاستدلال والمناظرة، دار القلم، دمشق، سوريا، ط06، 2002، ص 227.
- 45- المرجع نفسه، ص 227.
- 46- جميل عبد الحميد، البلاغة والاتصال، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2000، ص 106.