



قراءة في كتاب: استراتيجيات الخطاب لعبد الهادي بن ظافر الشهري⁽¹⁾

الباحث: رشيد العمارتي

المحمدية

المغرب

مقدمة

لا تتم كل عملية تخاطبية إلا ضمن علاقة إنسانية تفاعلية تبادلية بين متكلم ومخاطب في مقام وسياق معينين؛ حيث تقوم تلك العلاقة على مركزية التخاطب بدل التواصل؛ باعتبار أن التخاطب ينضبط بقواعد التهذيب قدر انضباطه بقواعد التبليغ التي يقتصر عليها التواصل، إذ تشكل التداولية رافدا أساسيا لتلك العملية التخاطبية التي تتموقع في صلب إشكالات الأولى واهتماماتها؛

لذا تأتي قراءة هذا الكتاب في سياق التداولية؛ لأنه بحق يعكس في محاوره ضوابط التداولية وشروطها وخصائصها ومفاهيمها الإجرائية ومبادئها النظرية.

فمفهوم التداولية الذي تم الاتفاق على اعتباره ترجمة موفقة للمفهوم الأجنبي "La pragmatique" مصدر صناعي: "من فعل تداولت" الأيدي الشيء الذي أخذته هذه مرة وهذه مرة، [...] وتداول القوم القضية تبادلوا فيها وجهات النظر⁽²⁾. وتقوم التداولية على مركزية التأويل في فهم الكلام، والتأويل في أبعد تجلياته مفهوم جدلي ينزع نحو التجديد والتحديث والابتداع والابتكار بدل الجمود والتكودن والسكون للمعنى الأصلي، بل إن التأويل يستند في أبعاده الدلالية إلى⁽³⁾ "دلالة التداول الحضاري ودلالة التحوار الجدلي الحر، ودلالة التناوب على الكلام بعدالة ومساواة لاستجلاء الحقيقة المساهمة في الإقناع، والقابلة للإجماع، والمحقة للإشباع، كما تتضمن دلالة التأويل دلالة التحليل والتحويل والتبديل، فالمؤول محاور يضع في الاعتبار رأي الآخر انطلاقا من إيمانه القوي بنسبية وجهة نظره وهذا الإيمان هو الذي يدعوه، إلى الحذر من الوقوع فريسة اليقينية العمياء، وتلافي الطغيان القهري، والإكراه الذاتي، وتحاشي الإرغام القسري، وتجنب الاستبداد الظالم، وتفادي العنف الزجري، فحينما ينتصب العنف حاجزا أمام سيروية الحوار الدائمة يضع حدا للتداول الذي يريد كسر قيود الكائن للانطلاق الحر إلى رحاب الممكن، ومن هذا المنطلق، تفضح التداولية سلبية الذاتية بتبيين إيجابيات الغيرية ...".

تتأسس التداولية في بعدها الحضاري على كون السلوك الإنساني يظل مشروطا باستحضار مكانة الآخر واعتبار حقه في كل ما هو متداول وقابل للنفع والانتفاع. فالفعل التداولي هو فعل عادل ولا مجال فيه للأناية المفرطة أو المثالية المتعالية عن كل تشارك في اتخاذ القرار وتبادل مخرجات الحوار بشكل متكافئ. إن هاته السمات والمقومات الأخلاقية للتداولية ستؤثر لا محالة على الخطاب وشكله واستراتيجياته وتشكيلاته اللسانية

منتقلين بعد ذلك إلى تحديد الخطاب مركزين على التعريف التداولي له لإيفائه بالغرض مستنبطين من هذا التعريف مقوماته المتمثلة في المتكلم والمخاطب والسياق والخطاب ومعايير تصنيف استراتيجياته⁽⁴⁾، والمتمحورة حول معيار العلاقة التخاطبية، ومعيار شكل الخطاب، ومعيار هدف الخطاب والتي لا تتجسد إلا وفق استراتيجية معينة مما دفعنا إلى تقديم تعريف الاستراتيجية بصفة عامة والاستراتيجية التخاطبية بصفة خاصة على المعايير السابقة معرجين في الوقت نفسه على العوامل المؤثرة في اختيار استراتيجيات الخطاب والتي تندرج تحتها المقاصد والسلطة مستخلصين مما سبق الاستراتيجيات المفترضة والممكنة وفق المعايير والعوامل السالفة الذكر

على مستوى الخطاب لكي يستجيب إلى قواعد التبليغ وقواعد التهذيب معا في ثنائية جدلية متكاملة تنطلق من مبدأ التعاون لبول غرايس والمقتصر على جانب التبليغ لتمتد إلى قواعد التهذيب المتمثلة في مبدأ التأدب لروين لا توف والمعتبر لجانب التهذيب ومبدأ التواضع لبراون



وليفنسون والمعتبر للعمل ومبدأ التأدب الأصلي لليتش والمعتبر للتقرب ومبدأ التصديق لطفه عبد الرحمان والمعتبر لجاني الصدق والإخلاص لينتفع عن كل هذه المبادئ الاستراتيجية التضامنية والاستراتيجية التوجيهية والاستراتيجية التلميحية الإقناعية محددتين الوسائل اللغوية اللغوية والآليات الخطابية لكل استراتيجية على حدة مع اقتراح لمجموعة من النتائج والتوصيات في النهاية.

الملخص:

تهدف هاته المقالة إلحيث تم تحديدهما تحديدا تداوليا لإيفاء هذا التحديد بالغرض باعتبار أن التداولية توفر الإطار المنهجي، والغطاء الإستمولوجي. فالخطاب هو تشكيلة لغوية تتفاعل فيها وتتكامل كل المستويات اللسانية لتجسد علاقة تخاطبية بين متكلم ومخاطب في سياق معين من أجل تحقيق مقاصد معينة قد تكون فردية أو مؤسسية وبلوغ. مما يتطلب وضع تلك العلاقة التخاطبية في سياقها الصحيح وفق أبعادها السابقة لتتبلور من ذلك عمليات تخاطبية تنتظم وفق استراتيجيات معينة. تخضع تلك الاستراتيجيات التخاطبية في بنيتها العميقة إلى عاملين جوهريين هما: السلطة والمقاصد

تنطلق من مبدأ التعاون لبول غرايس والمقتصر على جانب التبليغ؛ لتمد إلى قواعد التهذيب المتمثلة في مبدأ التأدب لروين لوكوف والمعتبر لجانب التهذيب ومبدأ التواجه لبراون وليفنسون والمعتبر للعمل ومبدأ التأدب الأقصى لليتش والمعتبر للتقرب؛ لينتفع عن كل هذه المبادئ الاستراتيجية التضامنية، والاستراتيجية التوجيهية، والاستراتيجية التلميحية، والاستراتيجية الإقناعية مع اقتراح لمجموعة من النتائج والتوصيات في الخاتمة.

الكلمات المفتاحية: الخطاب، التداولية، استراتيجيات الخطاب، المتكلم، المخاطب.



تعريف الخطاب

يتبوأ الخطاب الصدارة ، حيث يتحدد بكونه: "الملفوظ منظورا إليه من زاوية آليات وعمليات اشتغاله في التواصل"⁽⁵⁾ أو بوصفه، بتعبير آخر أكثر اتساعا: "كل تلفظ يفترض متكلما ومستمعا، وهدف الأول التأثير على الثاني بطريقة ما"⁽⁶⁾. ويكاد يجمع كل الباحثين الغربيين في الخطاب، وفي تحليل الخطاب، على ريادة: "زهريس" في هذا المضمار، وأنه أول لساني حاول توسيع حدود موضوع البحث اللساني الذي كان قد توقف عند الجملة فقط، بجعله "يتعدى حدود الجملة إلى الخطاب بكامله"⁽⁷⁾. أما طه عبد الرحمان فيعرف الخطاب بأنه: "كل منطوق به موجه إلى الغير بغرض إفهامه مقصودا معينا"⁽⁸⁾. ويزيد عبد الهادي بن ظافر الشهري: "مع تحقيق أهداف معينة"⁽⁹⁾، حيث عمل على صياغة تعريف تركيبي مفاده أن الخطاب هو: كل منطوق به موجه إلى الغير بغرض إفهامه مقاصد معينة مع تحقيق أهداف معينة" مستنبطا منه في الوقت ذاته مجمل مقومات الخطاب المتمثلة في: المتكلم والمخاطب والسياق والخطاب. والمعايير المؤثرة في تصنيف استراتيجياته المتجلية في: معيار العلاقة التخاطبية ومعيار شكل لغة الخطاب و معيار هدف الخطاب، والعوامل الموجهة في اختيارها وهي القصد والسلطة⁽¹⁰⁾، وسنقف عند هذا التعريف بالتحليل لتضمنه مجمل مقومات الخطاب والمعايير المؤثرة في تصنيف استراتيجيات الخطاب والعوامل الموجهة في اختيارها، فالخطاب:

- 1 (يقتضي الدخول في علاقة مع الغير؛
 - 2 (يتحدد بالعلاقة التخاطبية التي تستدعي المخاطب والمخاطب معا.
 - 3 (يتحدد معنى الخطاب بحسب قصد المتكلم وليس بالمعنى الخفوظ في المعجم.
 - 4 (لا يحصل الخطاب حتى تتحقق من المتكلم إرادة توجيهه إلى الغير.
 - 5 (لا يحصل الخطاب حتى تحصل من المتكلم إرادة إفهام الغير؛
 - 6 (يزدوج القصد في الخطاب بين التوجيه والإفهام؛
 - 7 (نقل المتكلم للخطاب نقلا: نقل صريح يتعلق بالمعاني الظاهرة المباشرة المستقلة عن السياق ونقل ضمني يتعلق بالمعاني المضمرية والمجازية غير المستقلة عن السياق.
 - 8 (تتحدد العلاقة التخاطبية من جانب المتكلم والمستمع كل حسب دوره.
- فباستقراء هذه العناصر يستنبط العديد من المؤشرات على إثرها سيشغل موضوع بحثنا، فنجد من ذلك مقومات الخطاب المتمثلة في:
- المتكلم – المستمع.
- السياق.
- الخطاب.
- ومعايير تصنيف استراتيجيات الخطاب المتجلية في:
- معيار العلاقة التخاطبية؛



- معيار شكل لغة الخطاب؛

- معيار هدف الخطاب؛

إضافة إلى العوامل المتحركة في اختيار استراتيجيات الخطاب المتبلورة من التعريف تضمننا والتزاما وهي **القصد والسلطة**⁽¹¹⁾، باعتبار أن العلاقة التخاطبية قد تؤطرها سلطة المتكلم أو سلطة المستمع، وكذلك لغة الخطاب قد تكون لغة سلطوية إلى جانب هدف الخطاب الذي يؤطره هاجس السيطرة أو التسلط أو الإقناع.

وحتى يتسنى للخطاب اللغوي تحقيق هذه النقلة التاريخية والمصرية والحاسمة يلزم أن ينضبط بقواعد تحدد وجوه فائدته الإجبارية أو التواصلية، وهي ما يسمى بقواعد التبليغ، كما يلزم أن يتخبط بقواعد تحدد وجوه استبقائه الأخلاقية أو التعاملية، وهي ما يسمى بقواعد التهذيب، فالخطاب الناجح أصبح يقاس اليوم بمدى حضور هذه القواعد في نسيجه اللغوي وتلويناته الصوتية، بل أصبح حضور ذلك محتما وضروريا في خطاب.

مقومات الخطاب

- مقومات الخطاب

كل خطاب إلا وقام على العناصر الأساسية التالية:

1 - المتكلم الذي هو منبع العملية التخاطبية، ولذلك فإنه يتموقع في الدائرة التخاطبية وفق منزلته ومنزلة المخاطب ما يتناسب مع منزلته ومنزلة المستمع، بشكل يجعله يتصرف في العملية التخاطبية تقدما وتأخيرا تبينا واستدلالا إقناعا وإمتاعا يشكل يعكس تراتبيته الاجتماعية ومقاصده وأهدافه التنموية بما يراعيه عند إعداد خطابه، وفق ما يقتضيه موقعه الاجتماعي أو الوظيفي. كما يتوخى اختيار ما يتناسب مع السياق العام، كما أن مقاصده وأهدافه تتنوع بتنوع بعض العناصر السياقية، مما يفرض عليه أطرا معينة لا بد أن يستجيب لها؛ فإن كل هدفه الإقناع فإنه يختار من الأدوات اللغوية والآليات الخطابية ما يبلغه مراده، وإن كان هدفه السيطرة مثلا، فإنه يعتمد إلى الأدوات التي تكفل تحقيقها، وبالجملة يتحدد المتكلم بقناعاته وتصورات حول المستمع ومواقفه من عملية التخاطب وكذا اعتقاداته وأهدافه ومقاصده التي توجهه في العملية التخاطبية من بدايتها إلى نهايتها.

2 - المخاطب: وهو المستقبل للخطاب المتضمن لمقاصد المتكلم وأهدافه التنموية؛ ليعتكف عليه فهما وتفكيكا وتأويلا قصد استجلاء تلك المقاصد والأهداف حتى يتسنى له تكوين تصور واضح يمثل بالنسبة إليه نقطة تحول وانطلاق لعملية تخاطبية جديدة تلقي بظلالها وبتقلها على مسار العملية التنموية برمتها تفكيكها وتأويلها وهو بدوره يوجه المتكلم في خطابه لحضوره المتجسد عبر قناعاته وموقعه الاجتماعي أو الوظيفي ومواقفه وتصورات حول المتكلم والخطاب.

3 - السياق: يعتبر السياق الإطار المرجعي للنظم لكل عملية تخاطبية ومبادرة تنموية؛ لذلك يتخذ السياق هنا دور الحكم المتسلط على المتكلم والمخاطب وفق ما يفرضه من قبود قانونية وأعراف ثقافية وتقاليديتقوسية إضافة إلى طبيعته الزمكانية التي تنعكس على طرفي العملية التخاطبية والتنموية نفسيا واجتماعيا مما يرتقي بالعملية التخاطبية إلى مرحلة المؤسسة والاندراج في إطار مؤسسي بدل أن تكون عملية عفوية ساذجة دون أهداف محددة ومقاصد مضمرة؛ فللمجتمع سياقات ومساقات يتلون الخطاب تبعاً لذلك وفق تراتبية لسانية تصاعدية تنازلية وفق مقامات ومنازل المخاطبين بالإل اختيار الآليات اللغوية يعد انعكاسا للعناصر التي تشكل مجتمعة سياقاً معيناً مندرجة في إطاره العام المدمج لكل العناصر بين المتخاطبين ودرجة قربها أو بعدها وعلوها أو دنوها وطبيعة نفسية كل واحد منهما وأعرافه وتقاليده



وتكوينه الشخصي إضافة إلى زمان ومكان التلفظ، فما يصلح لزمان آخر وما يتناسب مع مكان قد لا يتناسب مع مكان آخر وبالجملية يجب مراعاة كل ذلك كما قال بشر بن المعتمر⁽¹²⁾.

ف"ينبغي للمتكلم أن يعرف أقدار المعاني، ويوازن بينها وبين أقدار المستمعين وبين أقدار الحالات، فيجعل لكل طبقة من ذلك كلاما، ولكل حالة من ذلك مقاما، حتى يقسم أقدار الكلام على أقدار المعاني، ويقسم أقدار المعاني على أقدار المقامات، وأقدار المستمعين على أقدار تلك الحالات".

وهو ثمرة اجتماع العناصر الثلاثة، فهو انعكاس للأدوات اللغوية والآليات الخطابية المنتقاة، ومن خلال تتبع خصائصه التعبيرية يمكن معرفة الكيفية التي تعامل بها المتكلم مع ذاته، ومع المستمع هل أجله واحترامه أم أهانه وحقره؟ هل حاول أن يقربه أم يبعده؟ هل حاول إقناعه أم فرض سلطته عليه مباشرة؟ هل تنازل عن موقعه الاجتماعي أو الوظيفي تقديرا للمخاطب أم إنه مكث في عليائه؟

ومن جهة أخرى، يعتبر الخطاب مرآة للمقاصد وأهداف المتكلم قد تظهر مباشرة من شكل الخطاب، وقد تتجلى ضمن المداولات الخلفية المبطنة في الخطاب في تعالقه مع السياق والعلاقة التخاطبية والافتراضات المسبقة لكل من المتكلم والمستمع، والتي تقودها إلى توشي استراتيجيات خطابية دون أخرى.

يتأطر الفعل التخاطبي، إذن، بناء على تضافر مقومات الخطاب السابقة وتكاملها وهي على التوالي: المتكلم والمخاطب والسياق والخطاب؛ حيث يشكل المتكلم منبع العملية التخاطبية، إذ ينطلق من أطر مرجعية يتداخل فيها ما هو ذاتي وما هو موضوعي. ليرسل خطابه مضمنا إياه مقاصده وأهدافه المضمرة والمعلنة، وكاشفا في الوقت ذاته عن الكيفية التي يتعامل بها مع من يخاطبه إما بشكل أفقي أو بشكل عمودي سلطوي. بينما يتموقع المخاطب كمستقبل للخطاب المتضمن لمقاصد المتكلم وأهدافه التنموية؛ ليعمل على فهمه وتفكيكه، وتأويله قصد استجلاء تلك المقاصد والأهداف حتى يتسنى له تكوين تصور واضح يمثل بالنسبة إليه نقطة تحول وتدشين لعملية تخاطبية جديدة تلقي بظلالها وبنقلها. ولذلك تتم العملية التخاطبية وفق علاقة جدلية يتفاعل فيها المتكلم والمخاطب حول مضمون الخطاب وطريقة تصريفه وتأويله، وتجسيد مقتضياته بشكل يتناسب مع السياق الذي يعتبر الإطار المرجعي المنظم لكل عملية تخاطبية ومبادرة تنموية؛ وذلك بنقل الفعل التخاطبي، والتنموي من مجاله العفوي الساذج إلى مجال المؤسسة باعتباره فعلا ينتمي إلى الواقع المؤسسي المؤطر بقوانين ذلك الواقع وأعراف المجتمع وتقاليده وبرامجه واستراتيجياته التنموية. تنتظم، إذن، كل عملية تخاطبية أو تنموية وفق مقومات مشتركة تتمثل في قطبي العلاقة التخاطبية والتنموية المتمثلين في المرسل والمرسل إليه اللذين يحاولان تنزيل أهدافهما التنموية في سياق عملي إجرائي عبر استحضار كل متغيراته ومدى تأثيرها على الشكل اللغوي للخطاب وتشكيلته اللسانية؛ مما يقتضي انتظامه في استراتيجيات معينة بشكل يتوافق مع استراتيجيات التنمية.

تحديد استراتيجيات الخطاب ومعايير تصنيفها

يتأسس كل فعل تخاطبي، إذن، بناء على استراتيجية معينة، حيث يعرفها غاستون ميلاربه في المدخل التعريفي العام للكلمة بما يلي: "الاستراتيجية هي علم أو فن تركيب تنسيق الحركات / الأفعال في سبيل بلوغ هدف، إنها تطابق تخطيطا يمكن تحقيق نتيجة ما، مع افتراض أهداف متوخاة، ووسائل مفترضة مساعدة على ذلك"⁽¹³⁾. إنها عملية مركبة؛ حيث هناك تخطيط مسبق واستحضار للعناصر ومحاولة لتحقيق هدف من خلال الالتزام بخطة معينة؛ فالمتكلم قبل أن يخاطب غيره فهو يتخير ألفاظه وينتقي أدواته اللغوية وفق استراتيجية تخاطبية معينة لتحقيق أهداف من خطابه مستحضرا العلاقات التخاطبية، وطبيعة السياق، ومتغيراته الذي ينتج فيه الخطاب. وقد أشار الجرجاني إلى ذلك بقوله: "هذا النظم الذي يتوأسفه البلغاء، وتتفاضل مراتب البلاغة من أجله، صنعة يستعان عليها بالفكر لا محالة"⁽¹⁴⁾. وتحديد لنظم الكلام مخاطبا المتكلم: "تقتضي في نظمها آثار المعاني، وترتيبها على حسب ترتيب المعاني في النفس"⁽¹⁵⁾. فصناعة الخطاب نتيجة حتمية لاستراتيجية تخاطبية تتداخل فيها بشكل جدلي علاقة تخاطبية بين طرفي الخطاب لتحقيق هدف معين من ذلك الخطاب وفق توظيف تشكيلة لغوية تجعل ذلك الخطاب يتخذ شكلا من الأشكال التخاطبية.



تحدد كل استراتيجية خطابية، إذن، بناء على معيار العلاقة بين طرفي الخطاب، ومعيار شكل الخطاب، ومعيار هدف الخطاب⁽¹⁶⁾. يتدخل المعيار الأول في بناء استراتيجيات الخطاب بناء على طبيعة العلاقة المؤطرة لطرفي الخطاب؛ فإن كانت العلاقة أفقية انتفت السلطة وغاب التسلط، وساد التضامن والقرب والتودد والتعاون؛ حيث تسود الاستراتيجية التضامنية، وأما إن كانت العلاقة عمودية فذلك دليل على حضور السلطة والتسلط أحيانا؛ مما يهيئ الأرضية للاستراتيجية التخاطبية التوجيهية المتوسلة بأساليب الأمر والنهي والوعد والوعيد والترهيب. وبالعودة إلى المعيار الثاني حيث يتعلق الأمر بشكل الخطاب؛ فإن المتكلم يمكن أن يسلك مسلكين على مستوى بناء خطابه، إما مسلكا مباشرا حيث يتضح المعنى صراحة وبشكل شفاف. وإما أن يسلك مسلكا غير مباشر حيث يحضر التلميح والحجاز والكنائية؛ إذ يذهب عبد القاهر الجرجاني في هذا الصدد بقوله في دلائل الإعجاز "الكلام على ضربين: ضرب أنت تصل منه إلى الغرض بدلالة اللفظ وحده، وذلك إذا قصدت أن تخبر عن "زيد" مثلا بالخروج على الحقيقة، فقلت: "خرج زيد" وبالانطلاق عن "عمرو"، فقلت: "عمرو منطلق"، وعلى هذا القياس، وضرب آخر أنت لا تصل منه إلى الغرض بدلالة اللفظ وحده ولكن بذلك اللفظ على معناه الذي يقتضيه موضوعه في اللغة، ثم تجد لذلك المعنى دلالة ثانية تصل بها إلى الغرض، [...] إلى أن يقول: "وإذا عرفت هذه الجملة، فهنا عبارة مختصرة، وهي أن تقول: "المعنى" و"معنى المعنى"، تعني بالمعنى المفهوم من ظاهر اللفظ والذي تصل إليه بغير واسطة و"معنى المعنى" أن تعقل من اللفظ معنى، ثم يضيف بك ذلك المعنى إلى معنى آخر ..."⁽¹⁷⁾.

كما يشكل المعيار الثالث المتمثل في هدف الخطاب الفيصل بين الخطاب المأسس أو المؤسسي وبين الخطاب الساذج العابر؛ فالمتكلم لا ينتج خطابه إلا وهو مؤطر بخلفية معينة من أجل تحقيق أهداف ملموسة وإجرائية من خطابه. فالهدف من الخطاب هو الدافع الحقيقي من أجل التخاطب؛ حيث تنتظم استراتيجياته وفق ذلك الهدف بحسب الرغبة في الإقناع أو الإمتاع أو الإفحام أو الجمع بينها أو السيطرة والتسلط أحيانا أو التمويه والمغالطة والتبكيك والغلبة والتقليل من شأن المخاطب. مما يفتح الباب على مصراعيه كي تتدخل عوامل من خارج الخطاب تؤثر على استراتيجياته. فالمتكلم أو المخاطب يصرف أحيانا الخطاب وفق مقاصد معينة مع إظهار السلطة بواسطة الخطاب.

العوامل المؤثرة في اختيار استراتيجيات الخطاب

معايير تصنيف استراتيجية الخطاب

1.3.1 - مفهوم الاستراتيجية العام

تحدد الاستراتيجيات وتنوع بتنوع السياق والظروف المحيطة، وهي كمصطلح وارد من المجال العسكري كناية عن الخطط المتبعة في قيادة الجيش إصابة الهدف ومن العدو مقتلا، ويعرفها غاستون ميالاريه في المدخل التعريفي العام للكلمة بما يلي:

"الاستراتيجية هي علم أو فن تركيب تنسيق الحركات / الأفعال في سبيل بلوغ هدف، إنها تطابق تخطيطا يمكن تحقيق نتيجة ما، مع افتراض أهداف متوخاة، ووسائل مفترضة مساعدة على ذلك"⁽¹⁸⁾.

1 - البعد الذهني التخطيطي المحلل للسياق وعناصره والمستجمع لعناصر القوة قصد بلوغ أهداف مرسومة.

2 - البعد الإجرائي والعملي والمتمثل في أجراء تلك الاختيارات والتخطيطات على أرض الواقع مع التوظيف الأمثل للسياق والوسائل والموائمة بين الممكن والمفترض وينظر "فوكو" إلى الاستراتيجية على أنها ذات معان متعددة، ليتناسب كل معنى مع سياق معين، إذ يحدد معانيها بقوله: "تستعمل كلمة استراتيجية عادة بثلاثة معان"⁽¹⁹⁾.

أولا: للتدليل على اختيار الوسائل المستخدمة للوصول إلى غاية معينة، والمقصود بذلك هو العقلانية المستخدمة لبلوغ هدف ما.



ثانياً: للتدليل على الطريقة التي يتصرف بها أحد الشركاء، في لعبة معينة، تبعاً لما يعتقد أنه سيكون تصرف الآخرين ولما يخال أن الآخرين سيتصرفون له تصرفه، باختصار الطريقة التي تحاول التأثير بها على الغير.

ثالثاً وأخيراً: للتدليل على مجمل الأساليب المستخدمة في مجابهة ما لحرمان الخصم من وسائله القتالية وإرغامه على الاستسلام، وعليه تتحدد الاستراتيجية باختيار الحلول الراجعة.

فالاستراتيجية وفق خصائصها المحددة من طرف فوكو هي عمل عقلي اختياري على مستوى الوسائل المناسبة لمكونات كل سياق قصد الوصول إلى أحسن الحلول.

2.3.1 - مفهوم الاستراتيجية في الخطاب

لا ينتج الإنسان فعله الإنساني كما سبق بشكل عشوائي، بل لا بد أن توطئه استراتيجية ما، وبالنسبة للمتكلم لا ينسج بدوره خطابه غفلاً من اعتبار السياق، فلا خطاب دون انخراطه في سياق معين، وكل سياق ما هو إلا محدد لاستراتيجية خطابية تناسبه، مما يفترض في المخاطب اختيار الاستراتيجية المنسجمة مع عناصر السياق الاجتماعية، وكل ذلك يقتضي منه أن يمتلك كفايته اللغوية، ليتمكن بها من تحقيق ذلك، ويمكن تسمية هذه الكفاية، بالكفاية التداولية، وتتألف هذه الكفاية من خمس ملكات على الأقل، وهي: الملكة اللغوية والملكة المنطقية، والملكة المعرفية والملكة الإدراكية والملكة الاجتماعية، ويعرف "ديك" هذه الملكات الخمس على النحو التالي⁽²⁰⁾:

أ - الملكة اللغوية: يستطيع مستعمل اللغة الطبيعية أن ينتج ويؤول، إنتاجاً وتأويلاً صحيحين، عبارات لغوية ذات بنيات متنوعة جداً ومعقدة جداً في عدد كبير من المواقف التواصلية المختلفة.

ب - الملكة المنطقية: بإمكان مستعمل اللغة الطبيعية، على اعتباره مزوداً بمعارف معينة، أن يستشف معارف أخرى، بواسطة قواعد استدلال تحكمها مبادئ المنطق الاستنباطي والمنطق الاحتمالي.

ج - الملكة المعرفية: يستطيع مستعمل اللغة الطبيعية أن يكون رصيداً من المعارف المنظمة، ويستطيع أن يشتق معارف من العبارات اللغوية، كما يستطيع أن يختزن هذه المعارف في الشكل المطلوب، وأن يستحضرها لاستعمالها في تأويل العبارات اللغوية.

د - الملكة الإدراكية: يتمكن مستعمل اللغة الطبيعية من أن يدرك محيطه، وأن يشتق من إدراكه ذلك معارف، وأن يستعمل هذه المعارف في إنتاج العبارات اللغوية وتأويلها.

هـ - الملكة الاجتماعية: لا يعرف مستعمل اللغة الطبيعية ما يقوله فحسب، بل يعرف كذلك كيف يقول ذلك لمخاطب معين في موقف تواصل معين قصد تحقيق أهداف تواصلية معينة.

فاستراتيجيات الخطاب هي نتيجة حتمية لصناعة الكفاية التداولية وتعتبر عملاً إبداعياً يختلف من إنسان لآخر، وعليه فيمكن تعريف استراتيجية الخطاب، بأنها: "عبارة عن الخطة المناسبة التي يتبعها المتكلم للتلفظ بخطابه من أجل تحقيق مقاصده، وبلوغ أهدافه، من خلال استعمال العلامات اللغوية وغير اللغوية، وفقاً لما يقتضيه سياق التلفظ بعناصره المشتركة". فالخطاب، أي خطاب، هو نتيجة لاستراتيجية معينة، والتوليد، يجب قطع ثلاث مراحل:

1 - التخطيط الذهني وذلك بتحليل ومعرفة عناصر السياق.

2 - المواءمة بين العلامات المستعملة وبين السياق في أفق اختيار استراتيجية ملائمة.



3 - التلطف بالخطاب

وقد شدد الجرجاني على ذلك بقوله: "هذا النظم الذي يتوأسفه البلغاء، وتتفاضل مراتب البلاغة من أجله، صنعة يستعان عليها بالفكر لا محالة"⁽²¹⁾. وتحديد لنظم الكلام بكونك: "تقتضي في نظمها آثار المعاني، وترتيبها على حسب ترتيب المعاني في النفس"⁽²²⁾. وتعتبر كل استراتيجية خطابية محددة لخمس أسئلة مثارة، وهي⁽²³⁾: (من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ كيف؟) فالسؤال "بمن" يتحدد وفق صيغتين تداوليتين، هما: من أنا؟ من هو؟ ما درجة التقارب أو التباعد؟ ما حيلي اللغوية المناسبة؟.

والسؤال بماذا: سؤال عن هدف الخطاب أي (ماذا أريد من هذا الخطاب) أي ما هو الهدف الذي يروم المتكلم تحقيقه؟ أهو السيطرة أم التعاون، أم التهميش، أم رفع المنزلة، أم إيضاح الحقيقة، أم الإقناع، أم الامتناع.

فأما السؤال متى وأين: فهو سؤال عن الزمان والمكان السابقين والمرافقين واللاحقين لكل خطاب في أبعادهما الممتدة ماضيا وحاضرا ومستقبلا وطولا وعرضا وطبيعيا واصطناعيا كقنوات الإعلام المرئية، ويعتبر السؤال بكيف هو سؤال عن كيفية تبلور استراتيجية خطابية معينة وذلك بتعبئة وتجنيد الموارد اللغوية وغير اللغوية بشكل مندمج مع ظروف وملابسات السياق وأعراف وقيم المجتمع للتصرف بنجاح وفعالية في وضعية تخاطبية.

1.3.3.3 معايير تصنيف استراتيجيات الخطاب

بالرجوع إلى التعريف النهائي للخطاب بكونه كل منطوق موجه به إلى الغير للتعبير عن مقاصد المتكلم ولتحقيق أهدافه يتجلى بوضوح أن هذا التعريف يتركب من محاور ثلاثة هي:

1 - أن الخطاب يتداول بين ذاتين.

2 - يعبر المتكلم عن مقاصده عبر شكل لغوي معين.

3 - أنه يسعى إلى تحقيق أهداف.

ومن هنا كانت هذه المحاور الثلاثة هي معايير تصنيف الاستراتيجيات التي يراعيها المتكلم عند إنتاج خطابه، ويمكن بلورة تلك المحاور في المعايير التالية:

1 - معيار اجتماعي وهو معيار العلاقة التخاطبية.

2 - معيار لغوي، وهو معيار شكل الخطاب، من حيث دلالاته على قصد المتكلم، سواء بالدلالة المباشرة أو غير المباشرة.

3 - معيار هدف الخطاب.

وستتناول كل معيار في محور خاص:

1.3.3.1 معيار العلاقة بين طرفي الخطاب

تتنظم هذه العلاقة بين طرفي الخطاب وفق محورين هما:

أ - محور العلاقة الأفقية.



ب - محور العلاقة العمودية.

أ - محور العلاقة الأفقية:

تنتفي السلطة والتراتبية على المستوى الأفقي لتتبلور علاقة قائمة على المعاملة بالمثل والتقرب من الآخر وتقريبه قدر المستطاع حتى يصير كالقرين والصديق مما يهيئ الأرضية لممارسة الاستراتيجية التضامنية على مستوى الخطاب.

ب - محور العلاقة العمودية:

تتبلور العلاقة في مراتب تصاعدية للناس داخل بني المجتمع، مما يجعلهم ينتمون إلى سلم تراتبي، إذ يقع كل طرف من طرفي الخطاب في إحدى درجاته، سواء أكان سلماً اجتماعياً، أم سلماً وظيفياً، فيؤثر ذلك على مستوى الخطاب وذلك بانتهاج الاستراتيجية التوجيهية العمودية الموظفة لأساليب الأمر والنهي والتحذير والوعيد.

2.3.3.1 - معيار شكل الخطاب

يتجلى الخطاب في شكل لغوي، ولا شك أن هناك علاقة بين شكله اللغوي ومعناه، ولكل شكل أدواته اللغوية المتعارف عليها التي تجسده، وفي كل السياقات، فإن المرسل هو أحد اثنين:

- إما مخبراً.

- وإما أن يكون طالباً.

وعليه، فإن استراتيجية لإنجاز هذين القطبين الأصليين متنوعة، إذ يستعمل المخاطب في خطابه إحدى استراتيجيتين هما: إما إجراء خطابه على الأصل، أو العدول عن هذا الأصل، وما يقصد بالأصل هو أصل الدلالة على القصد، فقد يكون المعنى مباشراً أو صريحاً وإلا فهو غير مباشر وتلميحي ويذهب أبو التداولية **عبد القاهر الجرجاني** في هذا الصدد بقوله في **دلائل الإعجاز** ميزاً صنفين من المعنى وهما المعنى ومعنى المعنى "الكلام على ضربين: ضرب أنت تصل منه إلى الغرض بدلالة اللفظ وحده، وذلك إذا قصدت أن تخبر عن "زيد" مثلاً بالخروج على الحقيقة، فقلت: "خرج زيد" وبالانطلاق عن "عمرو"، فقلت: "عمرو منطلق"، وعلى هذا القياس، وضرب آخر أنت لا تصل منه إلى الغرض بدلالة اللفظ وحده ولكن بذلك اللفظ على معناه الذي يقتضيه موضوعه في اللغة، ثم تجد لذلك المعنى دلالة ثانية تصل بها إلى الغرض، ومدار هذا الأمر على "الكناية" و"الاستعارة" و"التمثيل" [...] أو لا ترى أنك إذا قلت: "هو كثير رماد القدر" لو قلت "طويل النجاد"، أو قلت في المرأة: "نؤوم الضحى" فإنك في جميع ذلك لا تفيد غرضك الذي تعني من مجرد اللفظ، ولكن يدل اللفظ على معناه الذي يوجهه ظاهره، ثم يعقل السامع من ذلك المعنى، على سبيل الاستدلال، معنى ثانياً هو غرضك، كمعرفتك من "كثير رماد القدر" أنه مضياف، ومن "طول النجاد" أنه طويل القامة، ومن "نؤوم الضحى" في المرأة أنها مشرفة مخدومة، لها من يكفيها أمرها.

وكذا إذا قال: "رأيت أسداً"، وذلك الحال على أنه لم يرد السبع، علمت أنه أراد التشبيه، إلا أنه بالغ فجعل الذي رآه بحيث لا يتميز عن الأسد في شجاعته، وكذلك تعلم من قوله: "بلغني أنك تقدم رجلاً وتؤخر أخرى"، أنه أراد التردد في أمر البيعة واختلاف العزم في الفعل وتركه، [...] إلى أن يقول: "وإذا عرفت هذه الجملة، فهذه عبارة مختصرة، وهي أن تقول: "المعنى" و"معنى المعنى"، تعني بالمعنى المفهوم من ظاهر اللفظ والذي تصل إليه بغير واسطة و"معنى المعنى" أن تعقل من اللفظ معنى، ثم يضيف بك ذلك المعنى إلى معنى آخر ... " (24).

فالمعنى الأول الصريح المستشف مباشرة من الخطاب يحيل على الاستراتيجية المباشرة التصريحية ومعنى يدل على الاستراتيجية التلميحية غير المباشرة.



3.3.3.1- معيار هدف الخطاب

لا ينتج المخاطب خطابه عبثاً، ولكنه ينتجه من أجل تحقيق هدف معين، وهناك فرق بين مفهومين في الخطاب هما: القصد والهدف: أنه قد يختلط مفهوم الهدف بمفهوم القصد، فالقصد له جانبان هما⁽²⁵⁾:

- حصول الإرادة بالتلفظ عند المتكلم، فلا يكون كلامه غفلاً أو سهواً.

- معنى الخطاب كما يريد المتكلم.

أما الخطاب فهو⁽²⁶⁾ "ما نسعى إلى تحقيقه بأفعالنا" وما هذه الأفعال إلا الأفعال اللغوية التي يجسدها المتكلم في الخطاب، ومعلوم أن لكل خطاب هدفاً يعتبر القوة الدافعة والمحفزة لكل عملية تخاطبية وبالتالي فالهدف يؤثر في إنتاج الخطاب وتأويله، ويساعد الهدف على تحديد علاقة الأفعال بالملفوظ، فتتلفظ بالتعبيرات التي نعتقد أنها ذات علاقة بالهدف الذي نريده، وهذا يعني أن الهدف معيار محدد للاستراتيجيات الخطابية حيث يشكل الناس خطاباتهم وفق تشكيلات تحقق لهم أهدافهم وتعدد الأهداف بتعدد النوايا والبواعث والسياقات والمخاطبين، فإن كان الباعث هو الإقناع تم توظيف الاستراتيجية الإقناعية التفاوضية وإن كان الباعث السيطرة لجأ المتكلم إلى استعمال الاستراتيجية التوجيهية، والمتكلم ينجز فعلاً لغوياً في الخطاب، وهذه الأفعال هي أهداف الخطاب نفسه، ويستطيع إنجازها بشكل مباشر وبشكل غير مباشر.

4.1-العوامل المؤثرة في اختيار استراتيجية الخطاب

تمهيد:

هناك عاملان من العوامل المهمة ذات الأثر البالغ في استعمال اللغة وتأويلها، ومن ذلك أثرها في توجيه المتكلم لاختيار استراتيجية الخطاب، بغض النظر عن معيار التصنيف، ولها دور في تداول اللغة، وترجيح استراتيجية مقابل استراتيجية أخرى وهذان العاملان هما:

1 - المقاصد.

2 - السلطة.

1.4.1- المقاصد

اللغة كما يصرح ابن خلدون في المتعارف هي: "عبارة المتكلم عن مقصوده وتلك العبارة فعل لساني ناشئ عن القصد بإفادة الكلام، فلا بد أن تصير ملكة متقررة في العضو الفاعل لها، وهو اللسان، وهو في كل أمة بحسب اصطلاحاتهم، وكانت الملكة الحاصلة للعرب من ذلك أحسن الملكات وأوضحها إبانة عن المقاصد، لدلالة غير الكلمات فيها على كثير من المعاني"⁽²⁷⁾.

وقد اشترط النحاة حصول القصد ووروده في الكلام، والخطاب كما أسلفنا في تعريفه هو كل منطوق به موجه إلى الغير بغرض إفهامه مقصوداً معيناً مخصوصاً مع تحقيق أهداف معينة، ويفصل القول في القصد جيداً الدكتور طه عبد الرحمان قائلاً في معرض حديثه عن الكلام⁽²⁸⁾: "إنما حقيقته كاملة في كونه يبنى على قصدتين اثنتين: أحدهما يتعلق: "بالتوجه إلى الغير"، والثاني يتصل بـ"إفهام هذا الغير" قصداً.

أما القصد الأول، أن المنطوق به لا يكون كلاماً حقيقياً حتى تحصل من الناطق إرادة توجيهه إلى غيره، وما لم تحصل منه هذه الإرادة، فلا يمكن أن يعد متكلاً حقيقياً.

أما القصد الثاني: فلا يكون المنطوق به كلاماً حقيقياً حتى تحصل من الناطق إرادة إفهام الغير، وما لم تحصل منه هذه الإرادة، فلا يمكن أن يعد متكلاً حقيقياً حتى لو صادق ما لفظ به فهما ممن التقطه، لأن المتلفظ لا يكون مستمعاً حقيقياً حتى يكون قد أفهم ما فهم، سواء أوافق



الإفهام الفهم أم خالفه، أو قل حتى يدرك رتبة "الفاهم" [...] وإذا تقرر أن كل منطوق به يتوقف وصفه بـ "الكلام" على أن يقتزن بقصد مزدوج يتمثل في تحصيل الناطق لقصد التوجه بمنطوقه إلى الغير ولقصد إفهامه بهذا المنطوق معنى ما، فاعرف أن المنطوق به الذي يصلح أن يكون كلاماً هو الذي ينهض بتمام مقتضيات التواصلية الواجبة في حق ما يسمى خطاباً". فهذا يؤكد على ضرورة حصول قصد المتكلم في الخطاب لينبني عليه الفهم والإفهام، ويمكن تلخيص عملية حصول الإفهام والفهم المتبادلة بين طرفي الخطاب بما في ذلك علاقة القصد بمعنى الخطاب الحرفي على ضرورة حصول قصد المتكلم في الخطاب لينبني عليه الفهم والإفهام، ويمكن تلخيص عملية حصول الإفهام والفهم المتبادلة بين طرفي الخطاب بما في ذلك علاقة القصد بمعنى الخطاب الحرفي من جهة المتكلم، وتأويل القصد من جهة المستمع فيما يلي⁽²⁹⁾.

1 - يتطابق قصد المتكلم مع دلالة الوضع اللغوي، وهنا يكون المعنى المقصود هو المعنى الحرفي، ولكن عند فشل المخاطب في معرفة هذا القصد، فإن عملية الاتصال لا تتم.

2 - يتطابق المعنى المؤول من لدن المستمع مع دلالة الوضع اللغوي ولكنه لا يتطابق مع المعنى المقصود، عندما يكون معنى المتكلم المقصود ليس معنى الخطاب الحرفي، ولعدم إدراك المخاطب هذا الأمر، واعتقاده بأن المتكلم بقصد الدلالة الحرفية، فإن عملية الاتصال لا تتم ومرد هذا إلى عدم اعتبار العناصر السياقية.

3 - يتطابق المعنى المؤول مع المعنى المقصود، ولكنه لا يتطابق مع دلالة الوضع اللغوي، وتكون هذه الحالة عندما يكون قصد المتكلم هو غير المعنى الحرفي، ويدرك المستمع هذا الأمر وذلك بمساعدة بعض العناصر السياقية، وفي هذه الحالة تنجح عملية الاتصال بصورة مؤكدة.

4 - لا يتطابق القصد المراد مع دلالة الوضع اللغوي ولا مع المعنى المؤول، يحدث هذا عندما يقصد المرسل المعنى غير الحرفي ويخفق المستمع في إدراك ذلك، ومرد هذا إلى عدم اعتبار بعض العناصر السياقية.

5 - يتطابق المعنى المؤول مع كل من دلالة الوضع اللغوي، وكذلك مع قصد المرسل، يحدث هذا عندما يقصد المرسل المعنى الحرفي، ويدرك المستمع ذلك، وذلك لعدم وجود أي عنصر سياقي يصرف المعنى المقصود إلى غير المعنى الحرفي، وهذه الحالة هي الحالة الأصل والتي تعد أصلاً في إنتاج الخطاب وفهمه.

فالتواصل الناجح هو ما حدث فيه التطابق بين قصد المتكلم والمعنى المؤول من لدن المستمع سواء أكان القصد مطابقاً للمعنى الحرفي، أم مفارقاً له، وما كان التأويل فيه ناجحاً وكاملاً حيث تحصل المماثلة بين العناصر الثلاثة التالية: فهم المتلقي ودلالة العبارة وقصد المتكلم.

2.4.1 - السلطة

تلعب السلطة دوراً رئيسياً في إنتاج الخطاب وتأويله، كما أنها تمنحه قوته الإنجازية، ومن أجل التعرف على دورها بالتفصيل وفعاليتها في إنتاج الخطاب، فإنه لا بد من تحديد مفهوم السلطة وبيان مصادرها وكيفية تجاوز صورتها التقليدية إلى حدود أبعد منها، وكذلك معرفة أثرها في اختيار استراتيجية الخطاب المناسبة.

مفهوم السلطة ومصادرها

السلطة في عمقها: "هي عدم توازن في القوى، حيث يقع أحد الطرفين فوق حد التوازن في اتجاه ما، في حين يقع الآخر تحت هذا الحد في نفس الاتجاه، وينشأ عدم التوازن من عدة مصادر، من ذلك:"

- قدرة المتكلم اللغوية ذاتها، ووضعه الاجتماعي أو الوظيفي قياساً على الآخرين، والقيود التي يفرضها الموضوع، والفروق في العمر وأشياء أخرى كثيرة⁽³⁰⁾.



فاللغة نظام وهي بذلك سلطة، وقدرة المتكلم على التلاعب بمستوياتها الشكلية والتداولية سلطة ومكانته الاجتماعية أو الوظيفية يضيف سلطة إلى السلطة الأولى، والمجتمع بأعرافه وقيمه يعتبر سياقاً عاماً ذا سلطة إضافة إلى سلطة السياق الخاص بالخطاب، والسلطة في الخطاب تعتمد اللغة والأفعال اللغوية أكثر من اعتمادها على القوة المادية، والسلطة دور في اختيار استراتيجية الخطاب حسب درجة العلاقة التخاطبية وطبيعة شكل الخطاب الموظف للدلالة على قصد المتكلم والهدف الذي من أجله ساق المتكلم خطابه.

1 - وظيفة السلطة في العلاقة بين طرفي الخطاب

تتأرجح العلاقة بين المتخاطبين أفقياً وعمودياً، فعلى المستوى الأفقي يسعى المتكلم إلى تقريب المستمع منه والتقرب منه، وهذا إيدان منه بالتنازل من طياته وبالتالي التضامن والتعاون مع المخاطب موظفا الاستراتيجية التضامنية التي تقع مع السلطة على طرفي نقيض.

أما على المستوى العمودي فالمتكلم يريد الإبقاء على الفرق والبعد بينه وبين المستمع وذلك بممارسة السلطة في خطابه عبر آليات خطابية كالتوجيه المباشر النازل المعتمد على الأمر والنهي الصريحين، لكن قد يتدرج المتخاطبان مع مرور الوقت من الاستراتيجية التوجيهية إلى الاستراتيجية التضامنية وذلك عن طريق التعارف وحصول الألفة وزوال الكلفة.

2 - وظيفة السلطة في شكل الخطاب للدلالة على القصد

تؤثر السلطة على شكل الخطاب تنازلاً وتضاعفاً، ففي فعل الطلب قد يستعمل المتكلم ذو الرتبة العليا الاستراتيجية المباشرة، في حين يستعمل المستمع ذو الدرجة الدنيا الاستراتيجية التلميحية، فوجود السلطة عند أحد وعدمها عند الطرف الآخر بموضعنا أمام استراتيجيتين إما تصريحية أو تلميحية، فصاحب السلطة مصرحاً أو ملمحاً يكسب خطابه قوة، أما فاقدها لا يبقى أمامه إلا خيار المراوغة والتلميح، لكن مع تنامي وانتشار ثقافة حقوق الإنسان وتفكك العلاقات الاجتماعية أصبح لكل حق الاعتراض والرفض بدل القبول والانصياع، مما أدى إلى ضرورة اعتبار الآخر ومراجعة الخطاب المباشر، والعدول عنه إلى الخطاب التلمحي الذي يراعي خصوصية المخاطب وكرامته.

3 - وظيفة السلطة في معيار هدف الخطاب

لا خطاب بدون هدف كما تقرر سابقاً، والهدف متعدد ومتنوع يبدأ بالامتناع إلى الإقناع إلى الإقحام إلى السيطرة، فالذي يملك السلطة ولا يريد التنازل عنها أو يسيء استعمالها قد يستعمل الاستراتيجية التوجيهية العمودية التقليدية، لكن إذا حاول توظيف استراتيجية الإقناع رغم سلطته المكتسبة، يكون تأثيره طوعياً ومرضياً بطبعه الارتياح والتوافق والتراضي، وقد يتنازل عنها من أجل الدخول في علاقة ودية وصداقة مع المستمع منذ البداية في إشارة إلى الاستراتيجية التضامنية.

1.5 - الاستراتيجيات الخطابية المتفرعة عن المعايير والعوامل السابقة

يصنف "نيتش" العلاقات بين الناس إلى صنفين، "الصنف العمودي ومحوره السلطة، والصنف الأفقي الذي يتحدد على أساسه ما يسميه "براون وجيلمان" معيار التضامنية، كبعد اجتماعي⁽³¹⁾. كما أن "جون سيرل" تلميذ أو ستين يقسم الأفعال الكلامية إلى خمسة أنواع⁽³²⁾.

1 - الأفعال الإثباتية والأفعال التوجيهية والإلزامية والتعبيرية والتصريحية، ويقسم الأفعال اللغوية في مقام آخر إلى أفعال لغوية مباشرة وأفعال لغوية غير مباشرة، أما "براون وليقسون" فيحددان معايير اختيار الاستراتيجيات الخطابية في ثلاثة⁽³³⁾:

1 - البعد الاجتماعي بين المرسل والمرسل إليه ويمثل هذا المعيار (تشابه العلاقة).

2 - العلاقة السلطوية بينهما، ويمثل هذا المعيار (العلاقة المختلفة).



3 - القيود التي تفرضها الثقافة التي ينتج فيها الخطاب.

فيمكن القول باستقراء المعايير السابقة والعوامل اللاحقة بما أن عدد استراتيجيات الخطاب ينتظم في أربع استراتيجيات هي على التوالي:

1 - الاستراتيجية التضامنية المساوية بين درجات أطراف الخطاب والمقلصة للمسافات والدرجات، وهي عكس ما يسمى باستراتيجية الاحترام والتبجيل الرسمية. وعليها المعول في تحسين صورة السلطة أمام الناس وتفعيل دور التضامن في حياتهم.

2 - الاستراتيجية التوجيهية المتشعبة بمبدأ تفاوت الرتب والدرجات بين أطراف الخطاب وبالتالي تفاوت الخطاب ومركزية السلطة وهيمنة التهديد والوعيد.

3 - الاستراتيجية التلميحية التي تعتبر قنطرة يمر عبرها مقاصد المتكلمين بشكل تلمحي يحفظ للجميع ماء وجهه وقيمه الاجتماعية.

4 - الاستراتيجية الإقناعية القائمة على التفاوض والتجاوز والمعول فيها على الإقناع دون القمع وإن تفاوتت السلط وتراتب الدرجات.

بناء على ما سبق؛ رغم هيمنة معايير معينة كطبيعة العلاقة بين طرفي الخطاب وشكل هذا الأخير وأهدافه، وتأثير ذلك كله في تحديد واختيار استراتيجيات خطابية معينة وتوجيهها؛ فإنه يحضر في الوقت نفسه عاملان يؤثران في اختيار المتكلم لاستراتيجيات خطابه هما: المقاصد و السلطة. ويفصل القول في القصد جيداً الدكتور طه عبد الرحمان قائلاً في معرض حديثه عن الكلام⁽³⁴⁾: "فإنما حقيقته كاملة في كونه ينبي على قصدين اثنين: أحدهما يتعلق: "بالتوجه إلى الغير"، والثاني يتصل بـ "إفهام هذا الغير" قصداً. حيث يزدوج القصد وفق مسارين هما: أن القصد هو الباعث على التخاطب وكذلك هو الموجه للعملية التخاطبية برمتها عن طريق استهداف المخاطب بذلك القصد مما يقتضي منه الإمساك به، والقدرة على تأويله تأويلاً صحيحاً. أما بالنسبة لعامل السلطة فهو عامل حاسم ومؤثر في التخاطب على مستوى بناء الخطاب؛ حيث يتمتع صاحب السلطة بالقدرة على توظيف ذلك في توجيه المخاطب والتأثير عليه. تبدو، إذن، العلاقة متكافئة بين منطلقات الخطاب ومراكز التنمية حيث يقومون على ضرورة وجود أطراف محددة تمارس الفعل التخاطبي والتنموي وفق شكل من الأشكال التخاطبية مع حضور عامل مهم وهيمنته فيهما معاً ألا وهو مفهوم السلطة. إذ تبلور استراتيجيات تخاطبية وتنموية قد تكون وفيه للنموذج التقليدي وتقوم على الاستراتيجية التوجيهية السلطوية، وقد تكون استراتيجيات تواكب النموذج الحدائي العقلاني في استعمال السلطة؛ فتتحكم في ذلك استراتيجيات تضامنية وتلميحية وإقناعية. ومن أجل إضاءة العلاقة التكاملية بين الخطاب والتنمية أكثر فإن هذا يتطلب أولاً النيش في مفهوم التنمية ومعايير تصنيفها وتحديد استراتيجياتها والعوامل المتحركة فيها.

يلزم أن ينضبط بقواعد تحدد وجوه فائدته الإخبارية أو التواصلية، وهي ما يسمى بقواعد التبليغ، كما يلزم أن ينضبط بقواعد تحدد وجوه استقامته الأخلاقية أو التعاملية، وهي ما يسمى بقواعد التهذيب، فالخطاب الناجح أصبح يقاس اليوم بمدى حضور هذه القواعد في نسيجه اللغوي وتلويحاته الصوتية، بل أصبح حضور ذلك محتماً وضرورياً في كل خطاب⁽³⁵⁾.

ضرورة حضور قواعد التبليغ في الخطاب

إننا عندما نتحدث، ننقل في الواقع: "اللغة إلى الكلام، والجملة إلى خطاب، والمعنى إلى قصد"⁽³⁶⁾. ولا يمكن لنا أن ندرك المقصود بكل هذا، إلا: "بإقحام العناصر الخارجة عن اللغة، وهي المخاطب، والمخاطب، والسياق، أي ربط الجملة بزمان، ومكان ومخاطبين ومقام تخاطبي"⁽³⁷⁾. وأن ينضبط كل تخاطب بأصول التخاطب؛ إذ عرف المبدأ التداولي الأول للتخاطب باسم "مبدأ التعاون"؛ للفيلسوف اللساني الأمريكي "بول غرايس"⁽³⁸⁾.



مبدأ التعاون والاقتصار على جانب التبليغ وقواعد التخاطب المتفرعة عنه

وتتمثل صيغة ذلك المبدأ⁽³⁹⁾ في: ليكن انتهاضك للتخاطب على الوجه الذي يقتضيه الغرض منه، حيث لكي يحقق المتكلم والمستمع تخاطبا ناجحا، يلزم كل واحد منهما اتباع القواعد التي فرعها "غوايس" من مبدأ التعاون. وذلك بالاحتكام إلى المبادئ الأربعة من تلك القواعد وهي⁽⁴⁰⁾.

1 - مبدأ الكم

2 - مبدأ الكيف

أ - تكلم على قدر الحاجة فقط

أ - لا تقل ما تعتقد كذبه؛

ب - لا تتجاوز بإفادتك القدر المطلوب؛

ب - لا تقل ما يعوزك فيه دليل بين؛

3 - مبدأ الأسلوب

4 - مبدأ المناسبة

أ - تجنب إبهام التعبير؛ ب - تجنب اللبس؛

ليكن كلامك مناسبا لسياق الحال.

ج - أوجز كلامك (الإطناب الزائد). د - ليكن كلامك مرتبا.

من خلال فحص هاته المبادئ يتبين أنها ركزت على قواعد التبليغ وأهملت قواعد التهذيب؛ مما يلزم تطعيم ذلك بضرورة حضور قواعد التهذيب في الخطاب. وذلك باستدعاء مبدأ التأدب واعتبار جانب التهذيب.

مبدأ التأدب واعتبار جانب التهذيب وقواعد التخاطب المتفرعة عنه

حيث تتلخص صيغة هذا المبدأ⁽⁴¹⁾. لتكن مؤدبا. إذ يلتزم المتكلم والمستمع وفق هذا المبدأ بقواعد التبليغ بشكل متناسب ومتكامل مع قواعد التهذيب في تحقيق الغاية التي من أجلها دخلا في الكلام. ولقد فرعت "لاكوف" على مبدأ التأدب القواعد التهذبية الثلاث الآتية⁽⁴²⁾: قاعدة التعفف ومقتضاها هو: لا تفرض نفسك على المخاطب. وقاعدة التشكك ومقتضاها هو: لتجعل المخاطب يختار بنفسه. وقاعدة التودد ومقتضاها هو: لتظهر الود للمخاطب. لقد اعتمد مبدأ التأدب لدى "لاكوف" بشكل متوازن على جانب التهذيب إضافة إلى جانب التبليغ، إلا أنه أورد جانب التهذيب في صورة مجردة دون أجرأتها على المستوى العملي على شكل خطوات واضحة مما يضطرنا إلى البحث عن مبدأ غيره يأخذ بعين الاعتبار هذا الجانب وهو ما يتمثل في مبدأ التواجه واعتبار العمل.

مبدأ التواجه واعتبار العمل.

قد ورد هذا المبدأ عند: "براون" و"ليفنسن" في دراستهما المشتركة: "الكليات في الاستعمال اللغوي: ظاهرة التأدب" وتم تسميته بمبدأ التواجه كدليل على مقابلة الوجه للوجه⁽⁴³⁾. حيث تتحدد صيغة هذا المبدأ⁽⁴⁴⁾ في: لتصن وجه غيرك. وارتكز هذا المبدأ على عاملين هما⁽⁴⁵⁾: - قيمة الوجه الاجتماعية. ونسبة تهديد الوجه. فبناء على العامل الأول؛ يجب على المرسل أن يصون وجه غيره، ففي صيانة وجه غيره، صيانة لوجهه هو أيضا، وذلك علامة على الاحترام المتبادل والتعاون بينهما، ويقترح براون وليفنسن تقسيمين للوجه وهما⁽⁴⁶⁾: الوجه الدافع: وهو رغبة الإنسان في ألا يعترض الآخرون على أفعاله. والوجه الجالب، وهو: رغبة كل واحد في أن تكون إرادته محترمة على الأقل من البعض الآخر.

أما بالنسبة لتهديد الوجه؛ فقد صنف "براون وليفنسون" الأفعال التي تهدد الوجه السلبي، وكذلك الأفعال التي تهدد الوجه الإيجابي وفق علاقاتها بكل من طرفي الخطاب: حيث اختص هذا التصنيف بالأفعال التي تهدد وجه المرسل بشقيه، فمن الأفعال التي تهدد وجهه الدافع⁽⁴⁷⁾:



التعبير عن الشكر، قبول شكر المرسل إليه، أو اعتذاراته، وقبول عرض المرسل إليه، وعدم الرغبة بقطع الوعد، أو التقدم بعرض. أما الأفعال التي تحدّد وجه المرسل الجالب مباشرة، فهي الأفعال التالية⁽⁴⁸⁾: الاعتذارات، قبول المدح، الندم، الإقرار بالذنب. أما بالنسبة للمرسل إليه؛ فيهدد وجهه الدافع كل تلك الأفعال التي لا يحترم فيها المرسل حرية المرسل إليه، ويحاول أن يعترضها، ومنها⁽⁴⁹⁾: تلك الأفعال التي تتطلب من المرسل إليه إنجاز بعض الأفعال في المستقبل، مثل: الأوامر، والنصائح والاقتراحات، والتذكير، والتهديد والتحذير، لأنها تمارس بعض الضغوط عليه، إما بالإقدام أو بالإحجام. وكذلك الأفعال التي تتطلب منه ردة فعل إيجابية في المستقبل، باعتبارها ديناً عليه يفرضه لاحقاً، مثل: العرض، الوعد. فهي تسبب له إحراجاً إما بقبول ذلك، أو رفضه. والأفعال التي تعبر عن أطماع المرسل فيه، أو في بعض ممتلكاته، بما يدعوه إلى الاعتقاد، إما بوجود حمايتها، أو منحها إياه، ومنها: المدح، تعبيرات الحسد والإعجاب، تعبيرات العواطف السالبة، مثل تلك الدالة على البغض، الغضب، الشبق.

أما الأفعال التي تحدّد وجهه الجالب، فهي تلك الأفعال التي تدل على عدم اكتراث المرسل بمشاعره، أو رغبته، ومنها⁽⁵⁰⁾: التقييمات السلبية لبعض أفعاله، مثل تعبيرات الاستهجان، النقد، المعارضة، السخرية، إذ يعبر المرسل بهذا عن عدم حبه، أو عن عدم احترامه لبعض رغبات المرسل إليه، أو أفعاله، أو خصاله الشخصية أو قيمه، ومنها أيضاً: تعبيرات الاعتراض، أو عدم الموافقة، أو التحدي إذ يشير المرسل إلى ضلاله، أو خطئه و الأفعال التي تعبر عن عدم اكتراث المرسل بوجه المرسل إليه الجالب، مثل: إخافته، أو عدم توقيفه، أو التلطف ببعض الموضوعات المستهجنة أمامه، أو إعلامه بأخبار غير سارة، أو تباهي المرسل بما يسره هو أمام المرسل إليه.. ومبدأ التواضع يجعل التهديد هو السمة المميزة للأقوال، ويجعل العمل التهذيبي مقصوداً على التقليل من هذا التهديد، مما يوضح بجلاء أن هذا المسلك في طلب التهذيب لا يهدف إلى التقرب من الغير بل التحوط من التهديد، والمهدف من التخاطب هو حصول القرب والأنس والألف، وحتى يتسنى للخطاب حصول التقريب والتقرب من الآخر وذلك باستعانتها بمبدأ يقوم على التهذيب واعتبار التقرب.

مبدأ التأدب الأقصى واعتبار التقرب

يورد "ليتش" مبدأ التأدب واعتبار التقرب في كتابه المعنون "مبادئ التداوليات" ويعده مكماً لمبدأ التعاون، ويصوغ مبدأه في صورتين اثنتين⁽⁵¹⁾: إحداهما سلبية هي: قلل من الكلام غير المؤدب. والثانية إيجابية هي: أكثر من الكلام المؤدب؛ لذلك تتفرع على مبدأ التأدب الأقصى قواعد تعكس الصورتين السابقتين⁽⁵²⁾:

2 قاعدة السخاء، وصورتها هما:

1 قاعدة اللباقة: وصورتها هما على التوالي:

أ - قلل من ربح الذات.

أ - قلل من خسارة الغير.

ب - أكثر من خسارة الذات.

ب - أكثر من ربح الغير.

4 قاعدة التواضع: وصورتها هما:

3 قاعدة الاستحسان: وصورتها هما:

أ - قلل من مدح الذات.

أ - قلل من ذم الغير.

ب - أكثر من ذم الذات.

ب - أكثر من مدح الغير.

6 قاعدة التعاطف: وصورتها هما :

5 قاعدة الاتفاق: وصورتها هما :

أ - قلل من تنافر الذات والغير.

أ - قلل من اختلاف الذات والغير.



ب - أكثر من اتفاق الذات والغير. ب - أكثر من تعاطف الذات والغير.

يتبين أن مبدأ التأدب الأقصى يسعى إلى تحقيق التضامن وحصول التعاون بين المتكلم والمستمع عبر اتباع هذه القواعد التي تؤمن المستمع وتهدب الخطاب بشكل يجعل المتكلم يسلك مسلكاً خاصاً في تحقيق مقاصده، وأهدافه باتباع الاستراتيجية التضامنية والاستراتيجية التلميحية التي تنأى عن التوظيف المباشر والصريح للأمر والنهي والاكتفاء بالتلميح إلا أنه قد ينحرف المرسل بقاعدة اللباقة عن مسارها الصحيح لييجل المرسل إليه ويرفع من سلطته ليمارس هذا الأخير السلطة والخطة التوجيهية في الخطاب، ولا يتنازل من عليائه.

إن مبدأ التأدب الأقصى رغم إدماجه في الخطاب جانب التقرب إلى جانب عنصر التهذيب جعل التخاطب أشبه بالعملية التجارية التي تقوم على الربح والخسارة مما يؤسس العقد التخاطبي بين المتكلم والمستمع قوامه تبادل المصالح والمنافع، تحكمه علاقة المدين بالدائن، مما يجعل الطرفين ينظران إلى التهذيب كعنصر قائم على المصالح والأغراض وهذا ما يدعو إلى ضرورة البحث عن مبدأ آخر يقوم على التهذيب الخالص والهدف الإنساني المشترك.

مبدأ التصديق واعتبار الصدق والإخلاص

صاغ طه عبد الرحمان هذا المبدأ وفق الصيغة الآتية⁽⁵³⁾:

لا تقل لغيرك قولاً لا يصدقه فعلك.

وينبغي حسب قوله هذا المبدأ على عنصرين اثنين:

1 - نقل القول: والذي يتعلق بالجانب التبليغي من المخاطبة.

2 - تطبيق القول: والذي يتعلق بالجانب التهذيبي من المخاطبة.

قواعد التواصل المتفرعة على مبدأ التصديق:

تتفرع على مبدأ التصديق في جانب التبليغي قواعد مضبوطة، وجدها طه عبد الرحمان مجتمعة ومفصلة عند الماوردي في كتابه "أدب الدنيا والدين" وهي⁽⁵⁴⁾:

أ - ينبغي للكلام أن يكون لداع يدعو إليه، إما في اجتلاب نفع أو ضرر.

ب - ينبغي أن يأتي المتكلم به في موضعه ويتوخى به إصابة فرصته.

ج - ينبغي أن يقتصر من الكلام على قدر حاجته.

د - يجب أن يتخير اللفظ الذي به يتكلم.

وتتوافق هذه المبادئ مع قواعد مبدأ التعاون إلا قاعدة الكيف، فالقاعدة الأولى توافق مبدأ التعاون الذي يلح على ضرورة تحديد هدف المخاطبة والقاعدة الثانية تناسب قاعدة المناسبة والقاعدة الثالثة تقوم مقام مبدأ الكم، أما القاعدة الرابعة فتتناسب مبدأ المناسبة.

قواعد التعامل المتفرعة على مبدأ التصديق:

فرع طه عبد الرحمان قواعد عن مبدأ التصديق وقد أجملها في ثلاث:



أ - قاعدة القصد:

للتفقد قصدك في كل قول تلقي به إلى الغير.

ب - قاعدة الصدق:

لتكن صادقاً فيما تنقله إلى غيرك.

ج - قاعدة الإخلاص:

لتكن في توددك للغير متجرداً عن أغراضك.

فقاعدة القصد تدعو إلى ضرورة مراعاة الآخر في كرامته وأحاسيسه وإنسانيته مع حصول الفائدة من التخاطب وهذا ما يجمع بين العنصر التبليغي والعنصر التهذيبي من الخطاب، مع إمكان الخروج عن الدلالة الصريحة إلى الدلالة التلميحية، وهذا دليل على أن المتكلم أمام استراتيجيتين هما الاستراتيجية التضامنية والاستراتيجية التلميحية، أما قاعدة الصدق، فتقضي بممارسة الصدق في مستويات ثلاث⁽⁵⁵⁾:

أ - صدق الخبر: فهو أن يحفظ المتكلم لسانه عن إخبار المخاطب بأشياء على خلاف ما هي عليه.

ب - الصدق في العمل: فهو أن يصون سلوكه عن إشعار المخاطب بأوصاف هي على خلاف ما يتصف به.

ج - مطابقة القول للعمل: فهو أن يحفظ لسانه وسلوكه عن إشعار المخاطب بوجود تفاوت بينهما.

إن هذه القاعدة تدخل عنصر التقرب بوجه لا يستقيم لمبدأ التواجه، باعتبار أن هذا المبدأ الأخير يقوم على طلب التقرب من جهة الحد من وعيد الأقوال وتهديد الأفعال، بينما قاعدة الصدق تنبني على طلب التقرب من جهة الزيادة من صدق الأقوال والأفعال وصدق المطابقة بينهما وهذا ما يندرج تحت الاستراتيجية التضامنية.

أما قاعدة الإخلاص فترفع من مكانة المخاطب وذلك بتقديم حقوقه على حقوق المتكلم مما يترك انطبعا لدى الأول بأهمية الاحترام والتأدب لينعكس ذلك عليه بتواضعه أكثر من المتكلم فينتج عن ذلك تنافس على مستوى التخلق والتأدب وفي ذلك دلالة على التضامن وأهمية المسلك التضامني في الخطاب.

إن مبدأ التصديق بقواعده المتفرعة عنه يتجاوز التأدب الاجتماعي المتصنع المغرض والقائم على المجاملة والمداورة إلى تأدب بطبعه الإخلاص والصدق والإيثار.

الاستراتيجيات الخطابية المتفرعة عن المبادئ التخاطبية السابقة

- الاستراتيجية التضامنية

تتجلى الاستراتيجية التضامنية في عدد من القواعد التخاطبية وذلك قاعدة التشكك وقاعدة التودد لدى "روبن لاكوف"، كما أن نظرية الوجه "لبراون" و"ليفنسون" أسفرت عن تأسيس خمس استراتيجيات وهي استراتيجية التصريح، واستراتيجية التأدب الإيجابي واستراتيجية التأدب السلبي والتلميح والصمت، وتمثل الاستراتيجية المعنية في استراتيجيتين هما استراتيجية التأدب الإيجابي واستراتيجية التأدب السلبي، والأمر نفسه بالنسبة لليتش في قاعدة اللياقة وطه عبد الرحمان في قاعدتي الصدق والإخلاص، والاستراتيجية التضامنية عكس الاستراتيجية التبجيلية الرسمية القائمة على التملق والتبجيل.



-الاستراتيجية التلميحية:

تجد هذه الاستراتيجية منطلقاتها في مبدأ "غرايس" ومبدأ التواجه لدى "براون وليفنسون" حيث نصا مباشرة على استراتيجية التلميح وكذلك لدى "روبن لاكوف" في قاعدة التعفف وفي قاعدة القصد لدى طه عبد الرحمان.

إن هاته المبادئ التخاطبية السابقة تتفرع عنها الاستراتيجيات الخطابية؛ حيث تتجلى الاستراتيجية التضامنية في عدد من القواعد التخاطبية وذلك كقاعدة التشكك وقاعدة التودد لدى "روبن لاكوف"، كما أن نظرية الوجه "لبراون" و"ليفنسون" تسفر عن تأسيس خمس استراتيجيات وهي: استراتيجية التصريح، واستراتيجية التأدب الإيجابي واستراتيجية التأدب السلبي والتلميح والصمت، والأمر نفسه بالنسبة للبيتش في قاعدة الباقة. كما تنبثق الاستراتيجية التوجيهية من مبدأ الكم لدى "غرايس" ومن "نسبة تهديد الوجه" لدى "براون وليفنسون" حيث أن "غرايس" في أصوله التخاطبية ركز على أهمية تبليغ القصد وتحقيق المراد من الخطاب لدى الطرفين معا دون إغارة أي اهتمام للمسلك التهذيبي الأخلاقي، أما "براون وليفنسون" فقد بنيا مبدأهما التداولي التخاطبي على أساسين هما: مفهوم الوجه ومفهوم التهديد القائم على الأمر والنهي الصريحين.

كما تجد الاستراتيجية التلميحية منطلقاتها في مبدأ "غرايس" ومبدأ التواجه لدى "براون وليفنسون" حيث نصا مباشرة على استراتيجية التلميح وكذلك لدى "روبن لاكوف" في قاعدة التعفف. أما بالنسبة للاستراتيجية الإقناعية: فهي تجد أصولها في قاعدة الاتفاق لدى "بيتش" وفي مبدأ التواجه لدى "براون وليفنسون" وفي قاعدة التعفف وقاعدة التشكك وقاعدة التودد لدى "لاكوف". تشكل هاته الاستراتيجيات، إذن، باستثناء الاستراتيجية التوجيهية؛ مدخلا أساسيا لكل فعل تنموي ناجح ومفتاحا من مفاتيحه المهمة. كما أن الوقوف عند الخطاب وعلاقته بالتنمية والتوقف على الجسور التي تتحقق بها هذه العلاقة على أرض الواقع يمكن من التوصل إلى كون العلاقة بين الخطاب والتنمية هي علاقة جدلية سلبا وإيجابا. كما أنه لا تنمية بدون استراتيجيات تخاطبية توافقية مع روح العصر ومنظومة القيم والحقوق الإنسانية الكونية والحية، ويظل ذلك مرهونا بمدى تكوين الموارد البشرية تكويننا لسانيا تداوليا بدل الاقتصار على التكوين التقني فقط. مع العمل على ضرورة تبني المؤسسات الرسمية وغير الرسمية للخطاب المحفز بدل الخطاب المستفز.

ولذلك فإن توظيف استراتيجيات التخاطب كفيل بالقضاء على معيقات التنمية من تعصب وأنانية وتطرف وإرهاب وكبرياء وعجرفة؛ مما يقتضي ضرورة إخضاع شكل الخطاب وأهدافه لمنطق التأدب والتهذيب، ومراعاة سياقات المتخاطبين التنموية وفق استراتيجيات مناسبة لكل سياق، والتخلي عن كل أشكال الخطاب الممثل لعلاقة السلطوية، والتنافرية، والتراتبية، والتفاوتية، وتبني كل أشكال الخطاب الممثل لعلاقة التضامن والمساواة والتواضع.



خاتمة

إن العمل والاشتغال على الخطاب في علاقته بالتنمية وفق المنظور التداولي أدى إلى تحقيق أهداف إجرائية وعملية، والتي نروم منها أن تمثل الصورة الواقعية الصحيحة التي يجب أن تكون، وذلك عن طريق:

5- تجلية الغموض القائم حول أهمية الخطاب ومدى تميزه وفق استراتيجيات متغيرة متناسبة مع كل سياق معين بدل الإيهام بوجود استراتيجية تخاطبية نمطية واحدة لا غير؛

الهوامش:

- 1 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، دار الكتاب الجديد المتحدة، بنغازي، الطبعة الأولى، مارس 2004.
- 2 - د. محمد سويرقي، النحو العربي من المصطلح إلى المفاهيم، ص: 191.
- 3 - نفسه، ص: 232.
- 5 - ع الواسع الحميري، الخطاب والنص، المفهوم، العلاقة، الطبعة الأولى، 1428هـ، 2008، ص: 91.
- 6 - نفسه، ص: 91.
- 7 - ع الواسع الحميري، الخطاب والنص، ص: 90.
- 8 - طه عبد الرحمان، اللسان والميزان، الطبعة الأولى 1998، ص: 215.
- 9 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 39.
- 10 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ينظر مقدمة الكتاب؛ فهي ملخصة لأهمية المنهج التداولي ولمفهوم الخطاب ومقوماته ولأهم استراتيجياته وفق المعايير والعوامل المذكورة أعلاه.
- 12 - أبو عثمان عمر بن بحر الجاحظ البيان والتبيين، تحقيق وشرح عبد السلام محمد هارون، ص: 138-139.
- 13 - د. محمد حمود، تدريس الأدب، مطبعة النجاح، البيضاء، 1993، ص: 11.
- 14 - عبد القادر الجرجاني، دلائل الإعجاز، تعليق محمود محمد شاكر، الطبعة الخامسة، 1424هـ-2004، ص: 51.
- 15 - نفسه، ص: 49.
- 16 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ينظر مقدمة الكتاب؛ فهي ملخصة لأهمية المنهج التداولي ولمفهوم الخطاب ومقوماته ولأهم استراتيجياته وفق المعايير والعوامل المذكورة أعلاه.
- 17 - عبد القادر الجرجاني، دلائل الإعجاز، 2004، ص: 262-263.
- 18 - د. محمد حمود، تدريس الأدب، مطبعة النجاح، البيضاء، 1993، ص: 11.
- 19 - د. عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 55.
- 20 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب الجديد، ص: 57.
- 21 - عبد القادر الجرجاني، دلائل الإعجاز، تعليق محمود محمد شاكر، الطبعة الخامسة، 1424هـ-2004، ص: 51.
- 22 - نفسه، ص: 49.
- 23 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 63-66.
- 24 - عبد القادر الجرجاني، دلائل الإعجاز، 2004، ص: 262-263.
- 25 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب ص: 142.
- 26 - نفسه، ص: 149.
- 27 - عبد الرحمان بن محمد بن خلدون، المقدمة، تحقيق درويش الجويدي، الطبعة الثانية، 1416هـ-1996، ص: 545.
- 28 - د. طه عبد الرحمان، اللسان والميزان، ص: 214-215.
- 29 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 219-221.
- 30 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 2224.



- 31 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 357.
- 32 - جون سيرل، العقل والمجتمع، ترجمة سعيد الغانمي، ص: 217-218.
- 33 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 264.
- 34 - د. طه عبد الرحمان، اللسان والميزان، ص: 214-215.
- 35 - ينظر د. طه عبد الرحمان، اللسان والميزان للتفصيل أكثر.
- 36 - paul Grice :«Logic and conversation»in COLE,peter and MORGAN,JERRY,L,(eds.):speech acts,in syntax and Semantics, vol, 3 ACADEMIC press,New York, 1975,pp,41-59 نقلا عن محمد يونس علي، مدخل في اللسانيات، الطبعة الحديثة، يونيو 2004، ص: 55.
- 37 - نفسه، ص: 55.
- 38 - طه عبد الرحمان، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، ص: 238.
- 39 - نفسه، ص: 218.
- 40 - محمد محمد يونس علي، مقدمة في علمي الدلالة والتخاطب، يونيو 2004، ص: 49.
- 41 - طه عبد الرحمان، اللسان والميزان، ص: 240.
- 42 - Robin LAKOFF :«The Logic of politeness :or,Minding Your P's and Q's»,in papers from the Ninth Regional Meeting Chicago Linguistic Society,Chicago,1973,pp:292-305، نقلا عن عبد الرحمان في اللسان والميزان ، ص: 240-241.
- 43 - Penelope BROWN and Stephen LEVINSON :«Universals in Language use :Politeness phenomena», in GOODY,Esther,N :Questions and Politeness,Cambridge University Press, 1978, pp :56-289، نقلا عن طه عبد الرحمان، المركز الثقافي العربي، ص: 243
- 44 - نفسه، ص: 243.
- 45 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص: 103.
- 46 - نفسه، ص: 103.
- 47 - نفسه، ص: 105.
- 48 - نفسه، ص: 105.
- 49 - عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، الطبعة الأولى 2004، ص: 104-105.
- 50 - نفسه، ص: 104-105.
- 51 - GeoffreyLEECH : Principles of Pragmatics, Longman, London,1983,pp,79-151 نقلا عن طه عبد الرحمان، اللسان والميزان، ص: 247.
- 52 - نفسه، ص: 246.
- 53 - طه عبد الرحمان، اللسان والميزان، ص: 249.
- 54 - نفسه، ص: 249.
- 55 - د. طه عبد الرحمان، اللسان والميزان، ص: 251.