الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية الآداب واللغات

قسم اللغة والأدب العربي

المعطيات التداولية في كتاب "استراتيجيات الخطاب"

لعبد الهادي الشهري

مذكرة مقدّمة لاستكمال متطلّبات شهادة الماستر في اللغة والأدب العربي

تخصّص: لسانيات عربية

إعداد الطالب:

– عويسي مصطفى

إشراف الأستاذة:

– د/ عائشة برارات

السنة الجامعية:

1442 – 1443 هـ / 2021 – 2022 م

بسم الله الرحمن الرحيم
١٤٣٨

الحمد لله المبتدأ بالنعم بارئ النسم ومنشر الذمم ورازق الأمم الذي علمنا مالم يعلم

إلى الوالدين الكريمين ، إلى إخوتي وأخواتي ،إلى كل من ساهم في مساعدتي للتحضير لهذه المذكرة

إلى من رعاني وبذل كل ما ملك من جهد وفكر وكان ينتظر بفارغ الصبر احتفال تخرجي

وإلى زملاء الدراسة دفعة 2022/2021 م

إلى كل هؤلاء أهدي بكورة بحثي العلمي

مصطفى عويسي

شكر و عرفان

أول مشكور هو الله عز وجل، ثم والداي على كل المجهودات

منذ ولادتي إلى هذه اللحظات.

يسرني أن أوجه شكري لكل من نصحني أو أرشدني

أو وجهني أو ساهم معي في إعداد هذا البحث بإرشادي

للمراجع والمصادر المطلوبةفي أي مرحلة من مراحل البحث.

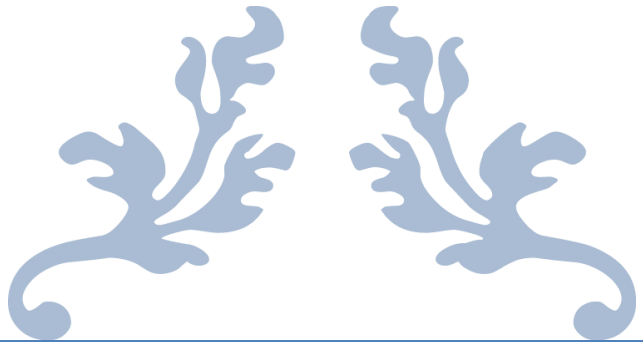
وأشكر على وجه الخصوص أستاذتي المشرفة الدكتورة عائشة برارات

على مساندتي وإرشادي بالنصح والتصحيح وعلى اختيار عنوان

الموضوع، كما أوجه شكري للدكتور يوسف بن أوذينة و لإدارة

جامعة جامعة وبالأخص أساتذة كلية الآداب واللغات

مصطفى عويسي



مقدمة

بسم الله الرحمان الرحيم، والصلاة والسلام على سيدنا محمد بن عبد الله وعلى آله وصحبه وسلّم تسليما كثيرا طيبا مباركا فيه، أمّا بعد:

فقد وقع اختياري على كتاب "استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية تداولية" للدكتور عبد الهادي بن ظافر الشهري، هذا الكتاب القيّم الذي يعدّ من أثقل الكتب التي ألقت عناية كبيرة بالخطاب وتحليله، فقد أعطى اهتماما كبيرا بالمواضيع الحساسة التي قام بدراستها من خلال بصمته الخاصة في التحليل وأفرد عناوينه ببراعة حيث بنيت على الخطاب الصادر من المتكلم إلى المتلقي بجميع أنواعه وحالاته.

وهذا الموضوع يعدّ من أحدث المواضيع اللغوية التي تمسّ جميع الميادين منها الاجتماعية، والثقافية، والدينية، والاقتصادية، والسياسية، مع الفوارق بينها فرقا جوهريا، وهذا ما راعيناه في هذا البحث، فخطاب الأب لابنه لا يتساوى مع خطاب التاجر مع زبونه الذي هدفه واضح هو الربح وإظهار جودة المنتج، على عكس الآخر فهو خطاب ذو طابع تربوي أخلاقي.

وقد أشرنا إلى تعريف السياق وأنواعه ودواعي استعماله، والفرق بينه وبين غيره، لذلك تعدّدت السياقات اللغوية كما تعدّدت استعمالات اللغة وميادينها المختلفة، وتعدّدت العلاقات بين الأطراف المتخاطبة مثل: علاقة المعلم بتلميذه/ علاقة الرئيس برعيته.

كما ركزنا على إيضاح مفهوم الاستراتيجية في الخطاب ومعايير تصنيفها، وأنواعها بالإضافة إلى مفهوم القصد الذي يعدّ أساس أي خطاب تواصلي، كلّ هذا في إطار ما يسمّى بالمعطيات التداولية، وعلى هذا نصوغ الإشكالية التالية:

كيف وظّف عبد الهادي الشهري المعطيات التداولية في كتابه "استراتيجيات الخطاب"؟

ويندرج تحت هذه الإشكالية الرئيسية مجموعة من الأسئلة الفرعية:

كيف عرّف الشهري مفاهيم التداولية؟ وأين يكمن تطبيقها الحقيقي هل في التحليل أم في الإنتاج؟، ولماذا استعمل مصطلح الاستراتيجية؟

وعلى أساس هذه الإشكالية قد نهجت خطة تطلّب عليّ السير على محتواها، وفحواها التي كانت عبارة عن ثلاثة مباحث:

- **المبحث الأول**: عنوانه: القصدية من مستويات الدلالة إلى التطبيقات:

تناولنا في المطلب الأول: مفهوم المقاصد ومستوياتها في الدلالة، وفي المطلب الثاني: تطبيقات القصدية عند عبد الهادي الشهري.

- **المبحث الثاني**: عنوانه: فعالية السياق في الإنتاج والتأويل:

قسّمناه إلى مطلبين: تناولنا في المطلب الأول: مفهوم السياق وعدم إمكانية الاستغناء عنه، وفي المطلب الثاني: تطبيقات السياق عند عبد الهادي الشهري.

- **المبحث الثالث**: عنوانه: أبعاد الاستراتيجية في الخطاب:

قسّمناه إلى مطلبين: تناولنا في المطلب الأول: المعايير والأنواع، وفي المطلب الثاني: تطبيقات حول الاستراتيجية.

وقد اعتمدت في بحثي على المنهج الوصفي الذي اقتضته الدراسة، والذي قوامه رصْد المفاهيم التي ذكرها عبد الهادي الشهري مع محاولة تفسيرها، والتعرّض إليها بالشرح والتحليل إلى جانب استخدام المقارنة، وذلك من خلال دراسة أنواع الاستراتيجية المعتمدة في الخطاب.

ومن أسباب اختياري لهذا الموضوع أذكر:

- ✓ طبيعة التخصص، ووجود ميول ذاتي لهذه العناوين، والتي بدورها تساعدنا في حسن فهْم الخطاب وتحليله.
- ✓ إدراكي أنه يخدم ويعين في فهم القرآن وتفسيره.

ومن بين الكتب التي تعمّقت في مثل هذه الدراسات نجد:

الوظيفية بين الكلية والنمطية للدكتور أحمد المتوكل، وكتاب التداولية عند علماء العرب للدكتور مسعود صحراوي.

وأهدف في بحثي هذا تسهيل عملية التواصل اللغوي، كما أسعى إلى تقريب المفاهيم التي تعد غامضة وجديدة، كما آمل أن يصبح هذا البحث مساهما في فهم القرآن الكريم، ومعينا على تقريب الأسس الدينية وشرحها، والهدف الرئيسي هو تقليص الجهد على الباحث إن أراد أن يدرس مضامين هذا الكتاب القيّم وإظهار مدى أهميته للباحثين اللغويين، والتي تجلّت في:

1- المساعدة في تحليل الخطاب.

2- اكتشاف نوعية الخطاب والمقصد منه.

3- إعطاء المحلل دفعة في تحليله كإظهار الاستراتيجيات المتبعة في أي خطاب ومدى إمكانية اكتشاف العلاقة بين طرفي الخطاب.

4- التعريف بالمفاهيم التداولية الجديدة.

5- دور السياق في إيصال المعنى وإنتاج الخطاب.

ومن الدراسات السابقة التي تطرقت لمفاهيم التداولية نجد:

- أثر السياق في توجيه المعنى (دراسة تطبيقية في صحيح مسلم)، أطروحة دكتوراه، من إعداد الطالبة مريم وصل الله صامل الرحيلي.
- كتاب نظرية التأويل وفائض المعنى لبول ريكو، ترجمة سعيد الغانمي
- كتاب الوظائف التداولية في اللغة العربية، تأليف الدكتور أحمد المتوكل.
- كتاب التداولية عند علماء العرب، الدراسة التداولية لظاهرة (الأفعال الكلامية) في التراث اللساني العربي، الدكتور مسعود صحراوي.

لكنها لا تشير إلى مفهوم الاستراتيجيات إلا قليلا.

ومن الصعوبات التي واجهتنا اتساع الموضوع لأنه يشتمل على عناصر ثلاثة: السياق والقصد والاستراتيجية مما صعب علينا الإحاطة به من كل جوانبه، وقلة الكتب التي تحدثت عن هذا المفهوم (الاستراتيجية)، وتباين الآراء حولها.

وفي الأخير نتوجّه بالشكر الجزيل والثناء الجميل إلى الأستاذة المشرفة: **عائشة برارات** على جهودها المبذولة، وعلى توجيهها لنا بالملاحظات فجزاها الله عنا كلّ خير، كما نتقدّم بخالص الشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة التي ستقوم بقراءة هذه المذكرة وبتقويم أخطائها ونقائصها.

ونسأل الله عز وجل أن يوفقنا والحمد لله رب العالمين الذي بنعمته تتمّ الصالحات.

الطالب: عويسي مصطفى

غرداية: 20/09/03

إنّ جوهر البحث اللساني أو بعبارة أخرى الدرس اللساني هو تمكن معرفة القدرة اللغوية البشرية التي ميّز بها الإنسان عن جميع المخلوقات، وكذلك يهدف إلى تحليلها تحليلا وصفيا واستكشاف مضامين قدرات الطبيعية مع معرفة مواطن تطورها عبر الزمن.

ومع هذا التطور الذي يواكبه الإنسان يسعى إلى تحويل الملكة اللغوية المكتسبة من ضعيفة إلى قوية، وتكمن قوتها في الفهم السريع للخطاب، والطريقة الصحيحة في إنتاج الخطاب وفهمه واستنادا على الملكات اللغوية المعروفة يقوم المحلل بإنتاج الخطاب السليم بالطريقة الأنسب والأنجع للتبليغ والتواصل، وهذا لا يكون إلا داخل الحدث التخاطبي والحالة الخطابية.

وفي كتاب استراتيجيات الخطاب (مقاربات لغوية تداولية) نجد كلّ ما يتعلّق بالخطاب والتداولية، بل إنه استعمل الكثير من الأمثلة ليعزّز بها كلّ عنصر تناوله هذا الكتاب، وأعترف أنه أجاد بكلّ ما عنده من معلومات وما اقتبسها من الكتب لهذا يجب عليّ عرض بناء هذا الكتاب.
الكتاب مكون من 654 صفحة ينقسم الى قسمين:

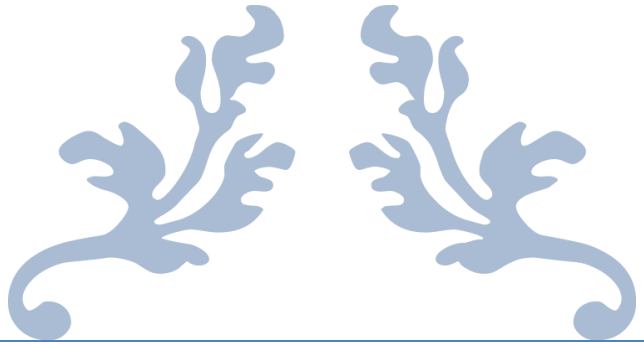
- القسم الأول يحمل عنوان مفهوم استراتيجية الخطاب ومعايير تصنيفها والعوامل المؤثرة فيها القسم الأول يوزعه إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول معنون باستراتيجيات الخطاب، ومنه ينقسم إلى عناوين مرقمة تحمل كلّ عنصر والفصل الثاني معايير تصنيف استراتيجيات الخطاب، يبدأ الفصل بتمهيد، ويتمّ ترقيم النقاط المدروسة كلّ على حدة.

أما الفصل الثالث فتناول العوامل المؤثرة في استراتيجيات الخطاب يستهله بتمهيد ويتفرع به بعناوين التي هي العوامل بشكل مرقم ومعنون.

وبعدها ينتقل إلى القسم الثاني من الكتاب: أنواع الاستراتيجيات ، وقسّمه إلى أربعة فصول فالفصل الأول سماه الاستراتيجية التضامنية بدأه بتمهيد ثم انتقل بإفراد كل عنصر مثل الاستراتيجية التضامنية وشرحه في نقاط، والفصل الثاني الاستراتيجية التوجيهية مهّد المفهوم وأشار إليه ، ثم

انتقل بترقيم كل عنصر من هذه الاستراتيجية، وبعدها الفصل الثالث الاستراتيجية التلميحية بدأها بتمهيد وانتقل إلى آليات الاستراتيجية التلميحية ورقمّها، ويليها الفصل الرابع الذي تحدّث فيه عن استراتيجية الإقناع بدأها بتمهيد ورتّب كل ما تحتويه آليات استراتيجية الإقناع وجميع أدواتها، وبعدها خلاصة الكتاب.



المبحث الأول

القـــصديـــة

من مستويات الدلالة إلى التطبيقات

تمهيد:

يؤول الخطاب إلى النتيجة الواضحة التي بسببها أنجز الخطاب، والذي كان مراعيا ظروف السياق أولا، وهي القصدية، أو القصد، أو المقصد من الخطاب، والذي هو من ركائز الخطاب ودعائمه الأساسية التي حيالها أو لسببها ألّف الخطاب، فمفهوم المقصد يتعدّى تعريفه لعدّة منحنيات منها للوجهة، والمحور، والموضوع، وقد يرتقي إلى ما يسمى بؤرة الخطاب.

المطلب الأول: مفهوم المقاصد ومستوياتها في الدلالة:

المعلوم أن كل خطاب مختلف في تلفظه، ويختلف بمستواه، ودلالاته، فإذا كان الخطاب بين طرفين لا يملكان نفس المستوى كالطفل وأمه، والتلميذ ومعلمه، كان القصد أو المقصد من الخطاب يختلف عن القصد الذي يحمله خطاب الأصدقاء، وخطاب المعاملات التجارية، فالقصد محمول على السياق ورهينه؛ إذ لا يمكن فهم القصد من الخطاب إلا إذ عرفنا السياق المنتج خلاله، ولنا يوميا عدد كبير من الخطابات التي تواكب حياتنا اليومية، فمنها ما هو مكرر من عندنا أو منتج من الطرف الثاني.

ولنكون أكثر وضوحا، حياتنا مبنية على الخطابات الصادرة والواردة من غيرنا، وتكون عبارة على قسمين:

الصادرة: تكون من ذات المخاطب فقد يأمر، أو ينهى، أو يخبر، أو يهنئ، أو يعرض، ك: قول أيّ منّا في الصباح حين يستيقظ من النوم ويلتقي بأمه أو أبيه، يقول: صباح الخير، تعني هنأك باليوم الجديد، وآمل أن يكون يوم خير وصحة وعافية، وهي تحية يومية، وقد تتفاوت بتفاوت المتلقين.

أما الوارد : فقد تكون أمرا ، أو توجيها، أو استفسارا كملاحظتنا للإعلان عن منتج ما في لافتة إشهارية ، أو مدير العمل في خطاب عمل على شكل مذكرة عمل فيقول : عليكم أيها الموظفون بالعمل على مضاعفة الإنتاج ،فهنا الخطاب الوارد مذكرة عمل ، وهذا مثال نفهم منه قصد المدير هو أمر وتوجيه من مدير العمل المسؤول عليهم ، فتظهر القصدية التي تحتوي الخطاب

تتناسق مع نوع الخطاب وسياقه ، وبهذا تتابع ظروف إنتاج الخطاب ووسائله ،فيعرفه الشهري في كتابه استراتيجيات الخطاب بشكل مختصر ومهم، وأخذ أهمية كبيرة من الدراسة والتفصيل فيه وأخذ منه عنوانا سماه "المقاصد".

1.مفهوم المقاصد:

يعرفها عبد الهادي الشهري قائلا: " **المقاصد:** يرتكز دور المقاصد بوجه عام على بلورة المعنى كما هو عند المرسل، إذ يستلزم منه مراعاة كيفية التعبير عن قصده ،وانتخاب الاستراتيجية التي تتكفل بنقله مع مراعاة العناصر السياقية الأخرى "[1].

فالقصد هو توصيل الفكرة المرجوة من الخطاب مع أخذ السياق المناسب له، ويدقّق الشهري في تعريف القصد فيقول؛ "**مفهوم القصد:** من البديهي أن الأفعال هي ما يقوم الناس بعملها، وقد يتردّد الإنسان في إطلاق صفة الفعل على الشيء إذا لم يكن نتيجة لقصد الفاعل، وعليه فلا يسمى الفعل فعلا ما لم يصحبه القصد، ينطبق هذا على الفعل الذهني أو الجسدي، ولا ريب أن كلّ فعل من هذه الأفعال يأتي لتحقيق هدف معين، (وبحسب هذه الرؤية، فإن الخطاب يكون وبشكل واضح نوعا ما من الفعل، إذا هو غالبا ما يكون من مقصود أو مسيطرا عليه ، بالإضافة إلى أنه ذو هدف) وسوف يأتي بشيء من الإجمال لتتبين دور كلّ صنف في مفهوم القصد الأول، ومفهومه الثاني في استراتيجيات الخطاب، سواء في الإنتاج أو التأويل وقد تعدّدت دلالات مفهوم القصد في المعالجات النظرية، فهو دال على أحد ثلاثة :

1- دال على الإدارة.

2- دال على معنى الخطاب.

3-دال على هدف الخطاب"[2]،ولا يمكن تجاوز هذا التعريف الدقيق الذي يختصر لنا ماهية القصد ومفهومه ، ولا ننسى ما هي المستويات التي تعتبر من أهميات وركائز القصد، فالقصد هو ذلك

[1]/ عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجية الخطاب مقاربة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، لبنان، ط1، 2004 م ص**180**.

[2] /نفسه، ص**189**.

المعنى المرجو من الخطاب، ويتعرض القصد لمستويات اللغة كما يوجد في السياق، فأول ما نلحظه في الخطابات أو ما يمكن التماسه في تحليل الخطاب، فالمعروف هو أن اللغة بداية اتصال وتواصل ،وهذا من مبدأ وثنائية الدال والمدلول الذي نعرفه في اللغة؛ أي لكل اسم مسمى، كقولنا: حصان يركض، فالمدلول لهذه العبارة هو تلك الصورة التي نحملها في عقولنا للحيوان الذي اسمه حصان يركض ، وما أردنا إيراده من خلال هذا المثال أنّ القصد له عدة مستويات لغوية تساعد المتلقي في الفهم والوضوح ، والمعنى من الخطاب.

1)- فالمستوى المعجمي في القصد هو انتقاء الألفاظ التي تساعد في فهم القصد، وأيضا يستند على معاجم لغوية تساعد في إيصال الفكرة بطريقة أو بأخرى.

2)- المستوى التركيبي وعلاقته في القصد كل من خلال إنتاج الخطاب، فالحذف والاستبدال عنصران أساسيان في المستوى التركيبي، ففي عملية إنتاج الخطاب نراعي السياق الموجود في الخطاب، فنحذف ما نحذف ، و نستبدل ما نستبدله كي يتحقق المقصد من الخطاب.

3)- المستوى الصوتي يراعي منتج الخطاب القصد وآليات الصوت، ك: الترقيق، والتفخيم والجهر والاستعلاء...وغيره، فإذا كان الخطاب موجها لتحذير والقصد منها التحذير فلا يمكن استعمال الترقيق في الخطاب، لأن الخطاب المقصد منه التحذير ولبيس الاستعطاف.

المطلب الثاني: تطبيقات القصدية عند الشهري:

في مطلبنا هذا نورد بعض الأمثلة التي وجدت في كتاب استراتيجيات الخطاب عن الشهري الذي استعملها في المقاصد فأولها: " فتتضح المقاصد بمعرفة عناصره، كما في الحوار التالي الذي حصل بين عائلتين لأخوين شقيقين:

المضيفة: ماذا عملت في الدراسة يا شيخة؟

شيخة: ماشيه الأمور يا عمتي.

المضيفة: استريحي إذا أنهيت الثانوية.

أم شيخة: لا، ابنتي ستدخل الجامعة، بل وستتخرّج وتسلّم على الأمير بعد.

بنت المضيفة: الذي يريد السلام على الأمير لابد أن يكون تقديره جيد جدا، على الأقل يا عمتي!

أم شيخة: شيخة تستطيع ذلك، ولم لا؟

المضيفة: يحصل على جيد جدا، الذي لا يعرف المطاعم والأسواق.

أم شيخة: ماذا تقصدين بهذا الكلام؟؟

ليس في ألفاظ هذا الحوار أو تراكيبه ما يدعو إلى سؤال أم شيخة الذي اختتمت به الحوار، حيث يرى المشاهد العادي أن دلالة الخطاب واضحة، فلماذا إذن تسأل أم شيخة هذا السؤال الذي يدعوا إلى الاستغراب؟

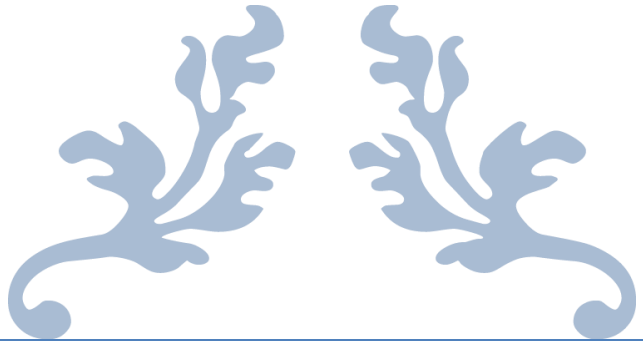
لمعرفة السبب لابد أن نجيب على السؤال البديهي التالي: ما السياق العام الذي يؤطر هذا الخطاب المتمثل في الحوار؟ بما في ذلك السؤال عن ماهية أطراف الحوار والعلاقة بينهما والمعارف المشتركة، والافتراضات المسبقة ودورها في الحوار.

كان سياق الحوار الحاضر هو : "حفل خطبة لإحدى قريباتهما، وتتكون كل عائلة من الزوجة وبنتها وحالتهما المادية، فالعائلة المضيفة ذات حال متواضع يعمل أبوها في الأعمال الحرة بيد أنه شديد البخل، وتتسم الأم بالتشدّد لرأيها، بل والغيرة من الآخرين والحقد عليهم، أما البنت فتدرس في الجامعة ولا تخرج من المنزل إلا قليلا، ولكن لم يمنعها ذلك من الاجتهاد بل والتفوق.

أما الحالة المادية للعائلة الضيفة فهي ميسورة، حيث يحمل الأب شهادة الدكتوراه ويعمل مدرسا في الجامعة، تتسم الأم بالطيبة والتفهّم، أما البنت فتدرس في الصف الثالث ثانوي، وهي مدلّلة إذ تملك سيارة، وتتمتع بالحرية في الخروج مع صديقاتها، ولكنها غير متفوّقة في دراستها. ورغم القرابة بين العائلتين ، فإنها لم تكفل إيجاد الاحترام والتقارب بينهما، إذ كانت نظرات الازدراء والمشاحنات والانتقاص هي ما يؤطر العلاقة عموما، وغدت هذه السمات جزءا من المعرفة المشتركة ولم تمنع محاولة المجاملات بينهما من إنتاج أو تأويل بعض الخطابات المتبادلة بينهما وفقا لهذه المعرفة، مما جعل المعرفة المشتركة أساسا للافتراضات السابقة، حتى أصبح اختيار

استراتيجية الخطاب للتعبير عن القصد هي الخطوة الأولى عند المرسل في الإنتاج وعند المرسل إليه في التأويل"[1]، هذا المثال كان يستدعي التعمق والتحليل، فأول ما استند عليه المؤلف لفهم القصد هو العلاقة الكامنة بين الأطراف المتخاطبة وكذلك على الحالة الاجتماعية التي يعيشها المتخاطبون وكذلك الحدث الذي جعلهم يجتمعون (خطبة) ، وبعد ذلك تمكن من تحديد القصد أو المقصد من الخطاب، واستنتج بذلك المستوى الدراسي للبنتين، وصنف على درجات التفوق بينهما، وفي الأخير تدرج بتحليله إلى القصد فاكتشف ما سماه بالغيرة بين الأطراف المتخاطبة، واكتشف أن أحد البنتين ليس لديها طموح في الدراسة مع أن والديها أعطاها الحرية في التصرف والخروج مع اقتناءها سيارة، وكل هذه الظروف والبنت لا تدرس.

1/ عبد الهادي بن ظافر الشهري، مصدر سابق، ص **180-182**.



المبحث الثاني

فعالية السيـــاق في الإنتاج والتأويل

تمهيد:

إن أيّ خطاب ينتج لا يمكن فهمه إلا من خلال السياق، فقد اعتبر من ركائز إنتاجه واعتبره أول خطوات إنتاج الخطاب لذلك أجد استحالة الاستغناء عنه ثم يكون بعد ذلك الاستراتيجية التي بدورها وسيلة مهمة في إيضاح القصد، وفهم الخطاب، والهدف منه، فلو أنتج خطاب خارج سياق معين نجد استحالة في فهْم المعنى من الخطاب، وبهذا الإنتاج الخارج عن نطاق السياق تكون نسبة فهم الخطاب معدومة ومستحيلة.

المطلب الأول: مفهوم السياق وعدم إمكانية الاستغناء عنه.

لكون السياق ذا أهمية نستند إلى تعريف الشهري لمفهوم السياق في كتابه استراتيجيات الخطاب

1- مفهوم السياق: يمكن القول بدءا إن مصطلح السياق يطلق على مفهومين:

- السياق اللغوي

- سياق التلفظ، أو سياق الحال، أو سياق الموقف.

فالمفهوم الأول كان المفهوم الأكثر شيوعا في البحث المعاصر، فهو الجواب البديهي عندما يتبادر إلى الذهن السؤال الهام، وهو "ما السياق؟ إنه حسب المعجم تلك الأجزاء من الخطاب التي تحف بالكلمة في المقطع وتساعد في شكل الخطاب، من وحدات صوتية، وصرفية، ومعجمية، وما بينهما من ترتيب وعلاقات تركيبية"[1].

هذا التعريف أفضل أن أسميه التعريف العام للسياق لأنّ السياق يفصّل على عدة أوجه وأنواع منها: السياق النفسي، أو سياق التلفظ، أو سياق الحال، أو سياق الموقف، هذا على حسب بنية المقصد والحالة التي يحدث فيها الخطاب وينتج.

[1]/ عبد الهادي بن ظافر الشهري، مصدر سابق، **ص 40**.

وفي كتاب تحليل الخطاب تفرد بتعريف السياق نستعين به لندعم التعريف الذي سبق فكان التعريف على الشكل التالي : لقد أشرنا باستمرار إلى (المحيط) و (الظروف) أو السياق الذي نستعمل فيه اللغة، ونستعرض إلى إشكالية تحديد السياق المعني ، ونكتفي هنا بأن نلاحظ أن الفكرة القائلة بإمكان تحليل سلسلة لغوية (جملة – مثلا) تحليلا كاملا بدون مراعاة للسياق قد أصبحت في السنين الأخيرة محل شك كبير، فإذا أراد النحوي المهتم بالجملة أن يقدّم أحكاما بشأن مدى (نحوية) جملة من الجمل ، وهو يحدد ما إذا كانت الأنساق اللغوية التي يقدّمها نحوه جملا لغوية صحيحة فإنه يعتمد ضمنيا على اعتبارات ذات علاقة بالسياق. إذ نلجأ مباشرة – وبصورة طبيعية تماما– إلى تشكيل عدد من الظروف أي (سياق) يمكن فيها لتلك الجملة أن تستعمل بشكل مقبول؟ "[1].

فهْمنا لهذا التعريف يثبت لنا ما هي العلاقة بين الخطاب والدافع له، إلا أن السياق يراعي الظروف المقابلة للحدث الخطابي وأسبابه فنجد السياق النفسي يراعي الجانب النفسي للمتلقي، لذلك الفصل بين السياق وإنتاج الخطاب مستحيلة هذا الفهم بين التطبيق والتحليل يرسخ في الأذهان.

المطلب الثاني: تطبيقات السياق عند الشهري:

استعمل بعض التطبيقات على السياق، وأعدها لشرح ماهية السياق سواء من الناحية العملية أو التطبيقية بشكل أدق، فيورد قائلا: " ويمكن أن يبرز دور العلاقة الخطابية في سياق طلب الرد على الهاتف من خلال تحديدها للتلفظ بخطاب واحد من هذه الخطابات الممكنة التالية:

- ردّ على الهاتف.
- أنا أريد منك أن تردّ على الهاتف.

[1]/ب. براون، ج. يول، تحليل الخطاب، تر/ محمد لطفي الزليطني، منير التريكي، جامعة الملك سعود، 1997م.، ص 32.

- هل ستردّ على الهاتف؟
- هل تستطيع أن تردّ على الهاتف؟
- هل لدك ما يمنع من أن تردّ على الهاتف؟

فقصد المرسل الرئيس هو التعبير عن رغبته في حثّ المرسل إليه ليرد على الهاتف من خلال ما تمنحه علاقته به من خيارات لغوية متعدّدة، يمكن أن يتجلى بها خطابه إذا تتدرج لبيان قصده، من الخطابات ذي الدلالة المباشرة على الطلب حتى الخطاب المؤدب ".

وتجسد هذه الخطابات بتدرجاتها، نوع العلاقة بين المرسل والمرسل إليه لتتناسب معها، فكلما كانت العلاقة رسمية كلّما كان خطابه أكثر مباشرة على قصده ليكون الخطاب الأول هو الخطاب الأنسب، في حين كلّما كانت العلاقة حميمية ابتعد المرسل بخطابه عن الدلالة المباشرة ليكون آخر خطاب من هذه الخطابات هو ما يجسد الاستراتيجية الأفضل"[1].

في المثال أعلاه نرى أن طلب الردّ على الهاتف اختلف من حين إلى آخر، وهذا الاختلاف يرجع إلى السياق والعلاقة بين المتخاطبين، فتارة يكون على شكل أمر، وتارة على شكل طلب عادي، وهذا على حسب العلاقة المتواجدة بين المتخاطبين، فقول أب لابنه رد على الهاتف ليس كقول ابن لأبيه رد على الهاتف. فالسياق يختلف باختلاف العلاقة بينهما، كذلك تختلف النبرة الصوتية لكلا المتخاطبين.

[1] / عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص 40–41**.

المبحث الثالث

أبعاد الاستراتيجية في الخطاب

تمهيد:

اعتمد عبد الهادي الشهري في تصنيف استراتيجية الخطاب، والذي أكّد على ضرورتها ومدى أهمية استعمالها في عمق القصد والمعنى من الخطاب، وقال إذ يتركب هذا التعريف من محاور ثلاثة، وهي أن الخطاب يجري بين ذاتين وأنه يعبر به المرسل عن قصده، وأنه يحقق هدفا [1]، ففي هذه المحاور الثلاثة التي ذكرها عبد الهادي الشهري أساسها انبثق عن استراتيجية الخطاب.

المطلب الأول: الاستراتيجية (المعايير والأنواع):

أولا: المعايير:

إنّ الخطاب يجري بين ذاتين هي أن المنطق من الخطاب هو من المرسل إلى المتلقي، وتختلف درجات المرسل كما تختلف درجات المتلقي، مثال ذلك:

- أن يكون المرسل على شكل مفرد "**درجة المفرد** " من أ إلى ب :**هيا نذهب يا صديقي**

المرسل مفرد المرسل إليه مفرد

- أن يكون المرسل على شكل جماعة " درجة الجمع " في صيغة الجمع، وتكون هذه الخطابات محمولة على الفرد أو على النص مثال ذلك:

نحن طلبة اللسانيات نعتذر لكم ونشكركم لما قدمتموه من مجهود لنا

صيغـــة الجمع صيغة الجمع للأساتذة

ونورد تصنيف الدكتور أحمد المتوكل على لسان ديك، حيث يعتمد تصنيف الخطابات على خمسة معايير هي التالية:

- قناة التخاطب: كأن يكون الخطاب شفويا أو مكتوبا.
- نوع التخاطب: (حوار، مونولوج).

[1] / عبد الهادي بن ظافر الشهري، مصدر سابق، **ص86**.

- طريقة التخاطب: كأن تتم عملية التخاطب بكيفية مباشرة (محادثة بين جليسين) أو شبه مباشرة (مكالمة هاتفية) أو غير مباشرة (رسالة ...).
- الغرض من التخاطب: حيث يتميز الخطاب السردي عن الخطاب الحجاجي والخطاب العلمي والخطاب الفني وغير ذلك.
- صيغة التخاطب: حيث يميز بين الخطاب اليومي والخطاب الرسمي والخطاب المؤسساتي.

وقد أبدينا بعض الملاحظات في مكان أخر على هذه المعايير الخمسة وعلى إمكان اعتمادها في تنميط الخطابات[1] .

ففيما ذكره الدكتور أحمد المتوكل إشارة إلى التصنيفات المراعية للخطاب بجميع أنواعه، فقد فسّرها بأربع تصنيفات أساسية في استراتيجية الخطاب، والمقصود منه، وعلاقة الأطراف المتخاطبة كالمرسل، والمرسل إليه، وأداة الإرسال، والرسالة، وأورد عبد الهادي الشهري شرحه لهذه المعايير بشكل مفصل فقال: "وسنتناول كل معيار في محور خاص".

1- معيار العلاقة بين طرفي الخطاب:

"لا يخلو المجتمع من علاقات بين الناس" من المعروف أن المجتمع يتكون من مجموعة من الناس وهؤلاء الناس تجمعهم علاقات فيما بينهم "كالصداقة، أو القرابة، أو العمل، أو السلطة"، وعلى اختلاف هذه العلاقات المرتبطة والمختلفة تختلف طريقة الخطاب بينها، وتختلف الاستراتيجية والأسلوب المستعمل في الخطاب، وعليه قسّمها عبد الهادي الشهري قال: "وتستقر العلاقة المسبقة بين طرفي الخطاب على محورين هما: أ- محور العلاقة الأفقية/ب- محور العلاقة العمودية [2].

[1]/ أحمد المتوكل، الوظيفية بين الكلية والنمطية، دار الأمان للنشر والتوزيع، الرباط، المغرب، ط1، 2003م، **ص217-218** /عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص88**.

[2]/ نفسه ، ص**89**.

ويشرح العلاقة الأفقية بقوله: "تتبلور العلاقة الأفقية في أكثر من خصيصة من ذلك: خصائص الدين (مسلم، مسيحي)، خصائص الجنس (الذكور أو الأنوثة)، خصائص السن (صغار كبار شيوخ)، خصائص المهنة (أساتذة، طلاب، ضباط)، خصائص عرقية (عرب أجانب)، خصائص عرقية (سعودي، سوري، خليجي) خصائص الحالة الاجتماعية ومنها حالة المعيشة (عزاب متزوجون، أيتام، فقراء، أغنياء)[1].

قد ينبني الخطاب بين المتخاطبين على أساس العلاقة الكامنة بين هذه الأطراف المتخاطبة وعلى أساسها تكون الرسالة مبنية بالقصد المراد منه وجودة الخطاب مع الإستراتجية المختارة له وحسن توظيف اللغة فيها لغاية المهمة من الخطاب وهي القصد مع المعنى المراد والمخطط له.

فمثلا في العلاقة بين طرفي الخطاب التلميذ والمعلم الغاية نفعية تعليمية كما جاءت بها اللسانيات التطبيقية، فيكون الخطاب بين المعلم والتلميذ خطاب ذا طابع تعليمي نفعي.

ومن جهة أخرى، فهناك العلاقة العمودية، وهي تلك التي تتبلور في مراتب تصاعدية للناس داخل بنى المجتمع، مما يجعلهم ينتمون إلى سلم ترتيبي، إذ يقع كل طرف من طرفي الخطاب في إحدى درجاته، سواء كان سلما اجتماعيا أم سُلما وظيفيا، وهذا ما يحتاج المرسل إلى إدراكه بل واستحضاره[2].

ويكون هذا المحور في الدرجات المتفاوت بين المتخاطبين "سلمّ ترتيبي " منها نستخلص بما يسمى الرجاء، والتمني، والطلب، والأمر، وعلى أساس هذه المراتب يختلف فيها الخطاب واستراتيجيته المطبقة لتحقيق القصد، فلا يمكن أن يكون الخطاب الديني متساوي مع الخطاب السياسي مع أنه يوجد تداخل بينهما، وكذلك الخطاب الذين هم دونك أم في مستواك أم من

[1]/ المصدر السابق، **ص89**.

[2]/ نفسه، **ص89**.

فوقك لما سماه المراتب، والذي نفهمه من هذا التعريف هو انتقاء الإستراتجية المناسبة مع الألفاظ المناسبة لهذه المراتب لإيصال المعنى والمقصود من اللفظ المرسل.

ولقد سماها الدكتور أحمد المتوكل بالطبقات أيّ طبقات المستوى العلاقي" وقد نأخذ الشرح كله لنوفق في البحث فيشرحها قائلا (معلوم لدينا أن المستوى العلاقي من القالب التداولي طبقات ثلاث: طبقة استرعائية، وطبقة إنجازية، وطبقة وجيهة، ومعلوم لدينا أيضا أن التي تكفل تحديدها طبقتا الاسترعاء والإنجاز وعلاقة المتكلم بالمخاطب التي تضطلع بالتمثيل لقيمها المختلفة الطبقة الوجهية.

مما يلاحظ في الخطاب السردّي الموجّه دلاليا هو ظهور واضح في الطبقات العلاقية الثلاثة:

أ- تكاد تكون الطبقة الاسترعائية التي تتحقق عادة في النداء والعبارات الندائية، فارغة إذا ما نحن غضضنا الطرف عن بعض التقنيات السردية المقصودة بها شد انتباه القارئ.

ب- مظاهر ظهور الطبقة الإنجازية مظهران: أولا غياب أوليات الاستلزام الحواري غيابا تاما وثانيا انحصار الإنجاز الحرفي في قوة واحدة، قوة الإخبار، إذا لا استفهام وارد ولا أمر ولا نهي، بل إنه من الممكن القول إن الخطاب السردي الموجه دلاليا لا قوة إنجازية له مستلزمة كانت أم حرفية وإن الإخبار فيه مجرد صيغة صرفية تركيبية مجرد **"نمط جملي"**[1].

ج-تتم عملية السرد في الخطاب الذي يعنينا هنا في حياد وجهي تام فالمفروض ألا نجد في هذا الخطاب أيا من السمات الذاتية المعرفية أو الإرادية (الدعاء، التمني، الترجي ....) أو الانفعالية (التعجب وغيره).

ومن هذا الأخير يمكن الفصل في المستويات بين المتخاطبين والتمييز بينهم، ونشير إلى العلاقة بينهم إيصال المعنى المقصود" إلى المخاطب مع مراعاة التنبيه بين المتخاطبين؛ أي إدراك المخاطب مستوى وعلاقة المرسل إليه معه أو الحالة التي تميزه عن غيره.

[1]/ أحمد المتوكل، مرجع سابق، ص228-229.

وبهذا الطرح ينبغي علينا شرح " الاستلزام الحواري " وما يقوم عليه من مبادئ الذي يقوم مسعود صحراوي بشرحه في كتابه بعنوان متفرد قال:"(**الاستلزام الحواري أو المحادثي**) لاحظ بعض فلاسفة اللغة واللّسانيين التداوليين، وخصوصا الفيلسوف غرايس أن جمل اللغات الطبيعية في بعض المقامات دل على معنى غير محتواها القصوى، ويتضح ذلك من خلال الحوار الآتي بين الأستاذين (أ) و(ب):

- الأستاذ (أ): هل الطالب(ج) مستعد لمتابعة دراسته الجامعية في قسم الفلسفة؟
- الأستاذ(ب): إن الطالب(ج) لاعب كرة ممتاز.

لاحظ الفيلسوف غرايس أننا إذا تأملنا الحمولة الدلالية لإجابة الأستاذ (ب) وجدنا أنها تدل على معنيين اثنين في نفس الوقت أحدهما حرفي والأخر مستلزم، معناها الحرفي أن الطالب(ج) من لاعبي الكرة الممتازين، ومعناها الاستلزامية أن الطالب المذكور ليس مستعدا لمتابعة دراسته في قسم الفلسفة هذه الظاهرة اللغوية سماها غرايس بـــ: الاستلزام الحواري conversationnelle implication'[1]

لوصف هذه الظاهرة يقترح غرايس (1975) نظريته المحادثية التي تنص على أن التواصل الكلامي محكوم بمبدأ (مبدأ التعاون) وبمسلمات حوارية وينهض مبدأ التعاون على أربع مسلمات moxing

1- مسلمة القدر quantité: وتخص قدر(كمية) الإخبار الذي يجب أن تلتزم به المبادرة الكلامية وتتفرع إلى مقولتين:

أ- اجعل مشاركتك تفيد القدر المطلوب من الإخبار.

ب- لا تجعل مشاركتك تفيد أكثر مما هو مطلوب.

2- مسلمة الكيف qualité ونصها: (لا تقل ما تعتقد أنه كاذب ولا تقل ما لا تستطيع البرهنة على صدقه).

3- مسلمة الملائمة pertinenceوهي عبارة عن قاعدة واحدة: (لتكن مشاركتك ملائمة).

4- مسلمة الجهة modalitéالتي تنص على الوضوح في الكلام وتتفرع إلى ثلاث قواعد فرعية:

أ- ابتعد عن اللبس

ب- تحرّ الإيجاز.

ج- تحرّ الترتيب

وتحصل ظاهرة الاستلزام الحواري، إذا تم خرق إحدى القواعد الأربعة السابقة [1].

مما سبقنا ذكره على لسان مسعود صحراوي الذي أخذ مبدأ التعاون على "غرايس" أنه خصص قواعد تحتوي على الإحاطة بالمتخاطبين ومدى إمكانية التعاون بين المتخاطبين لإرادة المعنى وفهم القصد من المخاطب وتمكين هذا المبدأ لا يتم إلا بالقواعد التي ذكرها "غرايس" وذكر عبد الهادي الشهري في كتابه بما سمّاه "قاعدة التأدب" أو "مبدأ التأدب" عند (لاكوف).

" ... فالاقتصار على صحة المعيار التركيبي لوحده ن لا يفضي إلى تفسير مقبول لبعض التراكيب ولذلك تدعو إلى ضرورة الاهتمام بسياق التلفظ ..."[2].

اعتمدت في تحليلها إلى ماهية التلفظ والمفهوم منها ومراعاة جانب الطرف الثاني من الخطاب وإمكانية خروج الخطاب عن السيطرة إذا كان المخاطب لا يعي صحة ما يقول وقيمته الأخلاقية مع القيمة الإنسانية لهذا الخطاب، ويشير عبد الهادي الشهري إلى القواعد التي اعتمدتها في هذا المبدأ وهي في قوله: "... وقد فرعت (لاكوف) ثلاث قواعد عن مبدأ التأدب سمتها قواعد تهذيب الخطاب إذ يتلفظ المرسل بخطابه وفقا لواحد منها، أو أكثر وهي:

- قاعدة التعفف، وهي: لا تفرض نفسك على المرسل إليه، أي لتبق متحفظا، ولا تتطفل على شؤون الآخرين.
- قاعدة التخيير، وهي: لتجعل المخاطب يتخذ قراراته بنفسه، ودع خياراته مفتوحة.
- قاعدة التودّد، وهي: لتظهر الود للمرسل إليه، أي كن صديقا..."[1].

[1]/ مسعود صحراوي، التداولية عند علماء العرب، دار الطليعة، بيروت، لبنان، ط1، 2005م.**ص 33-34**.

[2]/ عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص97-100**

إن أهمية هذه القواعد المنشقة عن مبدأ التأدب تسعى إلى رسم حدود التلفظ في الخطاب ومراعاة الجانب الأخلاقي للخطاب كما أنها تسعى للمحافظة على المرسل إليه وإبقاء العلاقة بين المتخاطبين في حدود أخلاقي ورُقي في التلفظ.

وتظهر قاعدة التعفف حدودا كطرفي الخطاب ن فالمرسل يجب عليه أن يكون متحفظا، أي لا تتدخل فيما ليس لك فيه شأن لتبليغ الرسالة بشكل مباشر وإبقائها في إطارها التواصلي ومعنى ذلك المحافظة على صيرورة التواصل في حدودها المرسومة بالتلفظ المنتقى.

أما عن قاعدة التخيير فهي إبراز قيمة المتلقي وإعطائه حريته في ضابط الأمور أي أن يكون الخطاب الموجه للمتلقي خالي من القيود كالأوامر وفرض الأعمال مثل ما يحدث في الخطاب العسكري أي خطاب يتعالى من سلطة إلى أدنها مثال ذلك من ضابط عسكري إلى جندي مفادها " أمرٌ عليك تطبيقه " [أمرٌ طبق]، وقاعدة التخيير هي عدم فرض الخطاب على المتلقي مع تلك الاختيارات والفرص.

وهذا لا نجده في قاعدة (التودد) بل أكثر من هذا قد تحتوي كلا القاعدتين السابقتين ويمكن انتقاء الخطاب المناسب لأسبقية التعارف بين المتخاطبين خاصة عندما يكون الخطاب نفعي ذا مصلحة فقول الله عز وجل لموسى ﴿**اذهبا إلى فرعون إنّه طغى فقولا له قولا ليّناً**﴾ [طه: 44] بما أن النبي موسى عليه السلام كان يعرف فرعون ومدى طغيانه وكفره أمره الله أن يبرز له التودد وإظهاره اللّين في الخطاب لعله يؤمن بالله، وهذا ما نلحظُه في الخطابات الحاسمة التي تنج من خلالها المصلحة واستعمال كلمات توحي وتمثل الوّد مثل: من فضلك ... أرجو منك ...كل هذا يمثل قاعدة التودد.

وعليه فإن الاختلاف القائم بين مبدأ التعاون ومبدأ التأدب أن مبدأ التعاون يحتاج طرفي الخطاب المرسل والمرسل إليه بالمختصر، التحام الطرفين لإنتاج مبدأ التعاون بقواعده التي يمكن

[1] / نفسه، ص .**100**

القول إنها صارمة، فإن مبدأ التأدب يراعي الجانب الأخلاقي في إنتاج الخطاب والرسالة التواصلية بالاستناد إلى ظروف كلا الطرفين وأخذها بعين الاعتبار في عملية التلفظ بالخطاب ، ونلحظ ذلك في القواعد الثلاثة التي سبق وذكرناها.

وللخطاب مؤثرات جسدية غير الأفعال أو حركات اليد، ونبرة الصوت وغيرها من المؤثرات ولقد ذكره عبد الهادي الشهري، وخصص له شرحا في هذا الكتاب وسماه "مبدأ الوجه"[1].

وهذا المبدأ له شرح آخر له من حيث أهمية الوجه في سميته الوجاهة، والعلامات المحسوسة في الوجه؛ أي ما يلاحظ من تغيرات في الوجه ، ويظهر مدى تأثير الخطاب في الطرف المتلقي في حالتين إما:

- سيمات الوجه المتلقي: وقد تكون هذه التغيرات بتغيير لون الوجه والخدين وإذا احتذى الخطاب قد يصل إلى التعرق واختلاف لون بياض العينين وعدم ثباتهما.
- قيمة الوجه المذكور في الخطاب (الشخص) أي استعمال شخص معين لله تأثير في المتلقي إما لقيمة وجهة في نظر المخاطب أو سلطته عليه ونجد أمثلة كثيرة في هذا المجال ونمثل ذلك في الخطاب المتواتر من هيئة إلى أخرى ولنفترض أن جنديا بسيطا في الجيش لم يأخذ إجازة منذ أربعة أشهر أو خمسة ، والذي بدوره ينتظر وصول دوره في إجازات فإذا بجندي في نفس رتبته يحمل بريد يظن أنه إجازة ويعطيه ذلك البريد ويفتح ذلك البريد ويرى اسمه مرفوق بأمر من الضابط عليه أن يتأهب ويضبط أغراضه للخروج في مهمة خطيرة في تلك اللحظات لنرى وجه الجندي البسيط الذي لا سلطة له ، إنما عليه الذي صار وجهه ليس الوجه الذي كان من قبل استلام ذلك البريد ، والشاهد في هذا المثال هو الوجه المستعمل في الخطاب الذي هو " الضابط "، ومحتوى الخطاب أمر يجب تنفيذه ولدى المسلمين بصفة خاصة دينية متعلقة بالنواهي والأوامر والواجبات ولفظه قال رسول الله صلى الله عليه وسلم تستوجب

[1]/ عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص103**.

على كل من سمعها الصلاة على الرسول صلى الله عليه وسلم، بمعنى قيمة ومدى أهمية هذا الشخص ومدى تأثير الخطاب على المتلقين المسلمين.

وكما ذكر الكاتب عبد الهادي الشهري حين صنف استراتيجيات الخطاب في مبدأ الوجه وبناها على خمس مراتب، وقال "... وقد يتمّ تصنيف الاستراتيجيات إلى خمس درجات، لتمثل في مجملها سلما لدرجات التأدب، هذه الأصناف الخمسة هي:

الاستراتيجية الصريحة /استراتيجية التأدب الإيجابي/ استراتيجية التأدب السلبي/ استراتيجية التلميح. /استراتيجية الصمت..."[1].

1- الاستراتيجية الصريحة: ومفادها عدم المجاملة والبعد عن القيود مع التمسك بالصراحة المباشرة في الخطاب، وهذه لا نجدها مستعملة في بعض الخطابات الدبلوماسية.

2- استراتيجية التأدب الإيجابي: يمكن حصر هذه الاستراتيجية وبنائها على الاحترام والتأدب ومدى مراعاة المخاطب للطرف الثاني من الخطاب وإحساسه بالراحة وعدم الخوف.

3- استراتيجية التأدب السلبي: وهي إظهار قيمة المتلقي وإبراز أهميته في الخطاب مع مراعاة فهم حيز الخطاب في مثال التالي أوضح هذه: لنفترض أنّ شخصاً ما مسافر إلى بلد غير بلده ولم يحدد وجهته فيلجأ إلى مخاطبة المارين ليجد ضالته أو المكان الذي لم يود الوصول إليه فيوقف أحدهم ويسأله: من فضلك ...هل تعرف بيت فلان.

استعمل كلمة في أول الخطاب تدل على التأدب مع المخاطب الاحتواء مع الإحاطة بالتلقي والإجابة تكون إما تفضل أو أنا مشغول أو بمعنى آخر القبول أو الرفض للطلب.

4- استراتيجية التلميح: وهذه الأخيرة مبنية على عدم المباشرة في الإفهام وإنما بموازاة المقصد، وهو التلميح[2]. وهي عدم طرح الموضوع بشكل مباشر وإنما التلميح له والإشارة به في الخطاب وهو ما

[1] عبد الهادي بن ظافر الشهري، مصدر سابق، ص**105**

[2]/ نفسه، **ص105**

مميز في هذه الإستراتجية أنها تعتمد على فطنة المتكلم وبراعته في التلفظ واستعمال السياق المناسب لها.

5- استراتيجية الصمت: بما أن الاستراتيجيات السابقة لها أهمية واعتبار محدود في الخطاب نرى أن استراتيجية الصمت تدخل في عملية الفهم والاقتصاد في اللغة مع أنها تحمل جانب كثيرة مرادها التواصل مع المخاطب والإبلاغ عن المقصد من الخطاب، وكما يقال الصمت أبلغ من الكلام ذاته يمكن فهم الخطاب عن طريق الصمت دون اللجوء إلى الكلام، وهذه الإستراتجية نجدها في خطاب التوبيخ، يلجأ المتلقي للصمت لمعرفة مكانة المخاطب ومدى هيبته.

"مبدأ التأدب الأقصى:

ثم ركز على التأدب الأقصى في دراسته فقننه في قواعد ذات صور ثنائية، فينتج عن ذلك ست قواعد هي:

- قاعدة اللباقة: وصورتها هما:

أ- قلل تكلفة الغير.

ب- أكثر ربح الغير.

- قاعدة السخاء وصورتها هما:

أ- قلل ربح الذات.

ب- أكثر خسارة الذات.

- قاعدة الاستحسان وصورتها هما:

أ- قلل من ذمّ الغير.

ب- أكثر من مدح الغيّر.

- قاعدة التواضع وصورتها هما:

أ- قلل من مدح الذات.

ب- أكثر من ذمّ الذات.

- قاعدة الموافقة وصورتها هما:

أ- قلل الاختلاف بين الذات وبين الغيّر.

ب- أكثر من موافقة الذات مع الغيّر.

- قاعدة التجانس وصورتها هما:

أ- قلل كراهية الذات للغيّر.

ب- أكثر انسجام الذات مع الغير.[1]

ومع ذلك نرى أن مبدأ التأدب الأقصى حامل في قواعده سماه مبدأ التعاون إلا أنه رسّخ لنا مع ذروة التأدب الأقصى بمفهومه الرياضي والاقتصادي.

وبعدما حاولنا تأطير المعيار الأول في هذا الكتاب وما يحتويه ننتقل إلى المعيار الثاني الذي لا يقل أهمية عما سبقه ولا حقه مع مفهوم مبادئه الأساسية.

2- معيار شكل الخطاب:

"يتجلى الخطاب في شكل لغوي، ولا شّك أنّ هناك علاقة بين شكله اللغوي ومعناه، مما يلزم عنه الربط بهذا المعيار بين قصد المرسل الذي يتوخى التعبير عنه في خطابه وشكل اللغة الدال عليه وذلك بالنظر إليه من خلال سياق التلفظ للخطاب"[2].

وبهذا فإن شكل الخطاب أساسه البنية الوظيفية المقام عليها ومدى اقتران الوظيفة بالشكل مع السياق المناسب للخطاب المتلفظ بين المخاطبين إما مشافهة أو كتابة إلا أن المشافهة تكون تأثير في المتلقي، وأشار الدكتور أحمد المتوكل إلى هذا المعيار وسمّاه " أساس البنية النموذجية المعرفي"

[1] / عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص111-112**

[2]/ نفسه، **ص 114**

وشرحه في قوله:" أساس البنية النموذجية المعرفي: من استنتاجنا من إعادة قراءة الفكر اللغوي العربي القديم عامة، ونظرية "النظم "عند الجرجاني (دلائل الإعجاز) خاصة ما يلي:

أ- يتصدر المتكلم عملية التخاطب ويتحكم في مراحلها وأولوياتها.

ب- يرتبط اللفظ بالمعنى ارتباطا جدليا.

ج- يسبق المعنى اللفظ ويحدّده.

د- تتم عملية التخاطب عبر ثلاث مراحل أساسية:

1- أولا تحديد القصد التواصلي (الغرض من الكلام بلغة الجرجاني).

2- ثانيا، تحديد فحوى الخطاب عن طريق "تعليق " معاني مكوناته.

3- ثالثا، التلفظ والتحقيق الصوري من "الصورة" في اصطلاح الجرجاني.

إن هذا التصور لعملية التخاطب لا يبتعد كثيرا عن التصور الحديث لنفس العملية بل يكاد يطابقه: يذهب **"ليفلت1998"** إلى أن المتكلم يقوم حين يكون بصدد إنتاج خطاب ما، بثلاث عمليات انتقائية هي على التوالي:

أ- انتقاء الهدف التواصلي الذي يسعى في تحقيقه.

ب- انتقاء الفحوى الدلالي الذي يراه الأنسب لتحقيق هدفه.

ج- انتقاء الصورة (النحوية والصوتية) المناسبة.

ويشير ليلفت إلى أن ثمة أبحاث نفسية –لسانية أثبت أن هذا التصور لإنتاج خطاب تصور يرقى إلى قدر كبير من الورود حيث يعكس المراحل التي تمر بها هذه العملية فعلا[1].

يستند هذا المعيار إلى الجانب الشكلي من الخطاب الذي يعتبر البنية الخطابية الذي يقوم عليها الخطاب مراعيا السيّاق وجوانب اللغة ومستوياتها المعروفة من صرف ومعجم والتركيب الدلالي ومستوى التنغيم ، كما ذكرها عبد الهادي الشهري :" من خلال العرض للمستوى

[1]/ أحمد المتوكل، مرجع سابق، **ص31-32**.

المعجمي والصرفي والتركيب الدلالي ولمستوى التنغيم "، فالمقصد من هذا الكلام هو مراعاة المستويات اللغوية ، وأخذها بعين الاعتبار في الخطاب ، واستناده عليها يعد من مميزات شكل الخطاب ومدى الاختصاصات التي يراعيها كل مستوى من مستويات اللغة وخصائصها ، ولنبسط أكثر شكل الخطاب علينا بتمثيل يقرّب المفهوم المراد فهمه ، وعليه فلنتخيل أن شكل الخطاب هو جسم الإنسان من الجانب العلمي المعروف هو أن الجسم مكون من كتلة عضلية + كتلة عظمية +أعضاء داخلية وأجهزة عصبية وتنفسية +دماغ = جسم الإنسان باجتماعها كلها يتمثل أمامنا جسم الإنسان كذلك شكل الخطاب هو كما ذكرناه سابقا مستوى صرفي+ مستوى معجمي + مستوى التركيب الدلالي +مستوى التنغيم الموصومة ....كلها تمثل شكل الخطاب[1].

3.معيار هدف الخطاب:

لا ينتج المرسل خطابا عبثا ، ولكنه ينتجه من أجل تحقيق هدف معين ، وتتفاوت الأهداف من حيث أهميتها الخطابية ، ومن حيث ما تتطلبه من عمل ذهني ومخزون لغوي لتحقيقها[2]، فكل خطاب متلفظ وغير متلفظ مباشر أو غير مباشر ما كان ليصدر لو لم يكن بهدف؛ أي أن الخطاب لا يستقيم لو لم يكن المراد منه هدف معين ، وتتعدد أهدافه بتعدد أنواع الخطاب لا يقتصر على الأوامر والنواهي فقط، فإنه لا يعتبر قيد على المتكلم ، فهناك عدّة معان مضمرة داخل كل خطاب يستوجب على المتلقي فهمها ومراعاة المبادئ التي عرجنا عليها مع السياق المؤطر للخطاب ، ويتفرع عن معيار هدف الخطاب عدّة عناصر أولها ناتج عملية التخاطب.

[1] / عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص118**

[2]/ نفسه، **ص149**.

لنراعي أهمية هدف الخطاب ونضعها تقتصر على التواصل وإيصال الفكرة للمتلقي أو بلوغ نتيجة من الخطاب، والتي بدورنا نراها هدفا تداوليا كما ذكرها أحمد المتوكل في كتابه وسماها الوظائف التداولية حين قال في كتابه شارحا إيّاها:[1]

"الوظائف التداولية: يوازي هذا التقلص في طبقات القالب التداولي كما هو متوقع تقلص في الوظائف الخارجية منها وإلى الداخلية.

الوظائف الخارجية: من مجموعة "المكونات الخارجية التي أفرد لها (ديك1997) فصلا كاملا والتي تتعدد بنياتها ووظائفها، لا نكاد نجد في خطاب السرد والصرف إضافة إلى المبتدأ والذيل طبعا إلا أصنافا ثلاثة، وهي:

أ- الفواتح مثل العبارات الاستهلالية التي هي من قبيل كان يا مكان.

ب-الخواتم: هي عبارات يؤثر بها إلى انتهاء الخطاب.

ج- النواقل: التي تشمل التركيب الذي يؤذي دور نقل الخطاب من محور إلى محور أو من موضوع إلى موضوع أو من فضاء سردي إلى آخر.

2- الوظائف الداخلية: الوظائف الداخلية كما نعلم وظيفتان كبيرتان، محور وبؤرة تتفرقان كلتاهما إلى وظائف فرعية ".

بخصوص استخدام هاتين الوظيفتين في السرد والصرف، يمكن إبداء الملاحظتين التاليتين:

أ- يمكن أن تتوارد في نفس النص فروع المحور جميعها حيث تنتظم في سلسلة محورية، تطول أو تقصر قوامها "محور جديد" يصبح "محور معطى " يرجع إليه بمحور معاد أو بمحور فرعي أيهما معا.

ب-في مقابل ذلك يتقلص حيز وظيفة البؤرة لينحصر في فرع من فروعها هي بؤرة الجديد وينتج هذا التقلص عن إقصاء كلي لبؤرة المقابلة وفروعها وهو إقصاء لا يحتمل الاستغراب إذا ما نحن

[1]/ نفسه، **ص152**.

تذكرنا أن المجال الطبيعي لاستخدام بؤرة المقابلة هو الخطاب القائم على النقاش والجدّال كالخطاب الحجاجي مثلا:[1] بإمكان الوصول إلى خاصية الهدف من الخطاب ألا وهي لماذا أنتجنا هذا الخطاب وما هو الهدف المرجو منه؟ فنقول إن الخطاب كما قال أحمد المتوكل أبعادا داخلية وخارجية يجب مراعاتها وهذه الأبعاد تساعد في الوصول للهدف.

وفي ذكر عبد الهادي الشهري لمعيار هدف الخطاب تطرق إلى نقاط أساسية نذكر منها ما بقي على سبيل الإيجاز:

" أولوية هدف الخطاب في الأفعال اللغوية، هدف الخطاب في الأفعال اللغوية، أثر الهدف في تحديد استراتيجية الخطاب، الهدف الكلي والهدف الجزئي، أثر الهدف في تحديد الأدوات اللغوية"[2].

أولوية هدف الخطاب تراعى جانب المباشرة والتلفظ غير المبهم، أو بمعنى آخر تقديم الهدف في بداية الخطاب، مثال ذلك حين أصدرت وزارة التعليم خطابا، والذي بحدّ ذاته يغدق قانونا يجب تطبيقه قائلة بتصرف: كل من أخذ معدل أو علامة تسعة، فهو ناجح في الباكالوريا في هذا الخطاب لم يكن لا تلميح ولا يحمل مبدأ التعاون إنما هو خطاب مباشر يخُص من يستوفي الشرط بلوغ علامته التسعة.

وهدف الخطاب في الأفعال اللغوية يرتكز إلى عدّة نقاط وأفعال نذكر منها على سبيل الإيجاز والتفسير في قول جميل الحمداوي في كتابه: نظريات الحجاج الذي قال فيه: "... أن الفعل الكلامي ينقسم إلى ثلاثة أنواع: فعل القول، والفعل المتضمن في القول، والفعل الناتج عن القول،

[1]/ أحمد المتوكل، مرجع سابق، **ص229-230**.

[2]/ عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص154-167**.

وقد لا يدّل الفعل المتضمن في القول على دلالته المباشرة، بل يفيد معنى إنجاز آخر غير مباشر يحدده سياق القول"[1].

إن فعل الكلام هو تطبيق لأمر واقع داخل خطاب، وتتغير الأفعال من الإنجاز والأوامر والنواهي والوعود حسب واقع السياق والحدث المتضمن حول التمكين.

إن ما ورد في استراتيجية الخطاب لا تقل أهميته عن الخطاب وكيفية إلقائه لأنه يستند على السيّاق فإذا عرفنا الهدف من الخطاب الذي يكون إما تحذيرا، أو وعدًا، أو أيّا كان من الأهداف الخطابية يترتب على المخاطب تحديد السيّاق والاستراتيجية التي تكون الأقرب في توصيل الفكرة للمخاطب إلى المتلقي وتمتع الاستراتيجيات بتنوع المبادئ التي سبق وذكرناها، وبهذا يكون تحقيق أثر الهدف من الخطاب يستند على تحديد استراتيجية الخطاب، وهناك ما سمي بالهدف الكلّي والهدف الجزئي. شرحه الدكتور عبد الهادي الشهري في قوله: "والهدف الكلي هو هدف الخطاب الذي يصبو إلى تحقيقه من خلال خطابه أي هو سبب إنتاج الخطاب، أما الجزئي فهي الذي يسهم فهي الذي يسهم في بلوغ المرسل هدفه، وقد يكون ضروريا كما في الاستراتيجية غير المباشرة وقد لا يكون كذلك"[2].

ولقد تفرد أحمد المتوكل في كتابيه الوظيفية بين الكلية والنمطية وسماها بالمكونات[3]: " قال مكونات البنية السطحية، من حيث طبيعتها فئتان: مكونات معجمية ومكونات ظرفية.

أ- المكونات المعجمية: المكونات المعجمية الواردة في البنية السطحية ثلاثة أصناف: المكون الرأس والمكونات الموضوعات والمكونات اللواحق، على اختلاف من قسم خطاب إلى آخر[4].

---

[1]/ جميل حمداوي، نظريات الحجاج، ص**53**.

[2]/ عبدا لهادي الشهري، مصدر سابق، **ص.159/ص162-163**.

[3]/ المصدر السابق، **ص138**.

[4] / أحمد المتوكل، مرجع سابق، **ص138**.

ب–المكونات الصرفية: تنقل كما هو معلوم أن المكونات الصرفية أو صرفات بواسطة قواعد التعبير وبالأخص النسق الصرفي من هذه القواعد مخصصات البنية التحتية والعلاقات الوظيفية والإحالية القائمة بين عناصر هذه البنية أو بينها وبين عالم الخطاب الذي تحيل داخله".

إنّ قصد هذا الكلام هو تدخل الهدف من الخطاب لتحديد الأدوار اللغوية التي يمكن استكمالها لذلك الهدف والتي تمس جميع جوانب اللغة أو مستويات اللغة من صرف، ومعجم وصوت، ودلالة[1].

ثانيا: أنواع الاستراتيجيات:

1– الاستراتيجية التضامنية:

من طبيعة المفاهيم أنها نسبية، وهذا سبب تباين النّاس في تعريفها وتحديد شروطها ونتائجها بدّقة صارمة، وليس التضامن بدعا من ذلك، ونتيجة لهذا التعدد فإن " مفهوم التضامن مفهوم معقد ومراوغ، فهو صنف نظري بحت"[2].

ورغم هذا، يمكن الحدس بمفهوم الاستراتيجية التضامنية تقريبا بأنها الاستراتيجية التي يحاول المرسل أن يجسد بها درجة علاقته بالمرسل إليه ونوعها، وأن يعبر عن مدى احترامه لها ورغبته في المحافظة عليها، أولا تطويرها بإزالة معالم الفروق بينهما، وإجمالا هي محاولة التقرب من المرسل إليه وتقريبه.

بمفهوم آخر الإستراتجية التضامنية هي عبارة عن وسيلة تقصر المسافة بين المخاطب والمرسل إليه وهي الرابط الذي يراعى قيمة وأهمية المرسل في محور التخاطب.

وهناك عدد من العناصر الاجتماعية التي تسهم منفردة أو مجتمعة في اختيار الإستراتجية التضامنية إذ يختص التضامن بالمسافة الاجتماعية بين الناس وبتجاربهم الاجتماعية وخصائصهم

[1]/ نفسه، ص**140**.

[2]/ عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، ص**257**.

الاجتماعية المشتركة (مثل الديانة والجنس والسن ومسقط الرأس والعرق والمهنة والاهتمامات). ومدى استعدادهم للمشاركة في مسائلهم الشخصية ... الخ، ونتيجة لهذا يتبلور عدد من العناصر الداعية إلى استعمالها، ومنها:

- مدى التشابه /الاختلاف الاجتماعي.
- مدى تكرار الاتصال.
- مدى امتداد المعرفة الشخصية.
- درجة التآلف، أو كيفية معرفة طرفي الخطاب لكل منهم.
- مدى الشعور بالتطابق المزاج أو الهدف أو التفكير.
- الأثر الإيجابي السلبي [1].

وعلى سبيل الشرح نسعى لإيضاح جميع النقاط السّتة.

أ–مدى التشابه /الاختلاف الاجتماعي: يراعي هذا العنصر من الإستراتجية التشابه بين المتخاطبين تشابه السن، الجنس أما الاختلاف الاجتماعي يقع على الطبقة الاجتماعية والثقافة كما يشير إلى الديّانة مسلم مع مسلم مسيحي مع مسلم أو أوروبي مع عربي.

ب–مدى تكرار الرسالة: ويريد تقسيمها إلى ثلاث انقسامات لرسالة يومية وأسبوعية وشهرية تنطلق هذه الفكرة من وضعية الإلقاء للرسالة ومدى تكرارها أما أنها تكرار يومي كرسائل التربية التي تكرر يوميا من الآباء للأبناء، النهي والتحذير.

ج– مدى امتداد المعرفة الشخصية: ترتكز على مدى اقتراب الأشخاص من المخاطب لذلك تكون عامل الصداقة أو القرابة للمخاطب له دخل في هذا العنصر.

د– درجة التآلف وكيفية معرفة طرفي الخطاب لكل منهم: يتحكم هذا العنصر مدى او الحّد الذي يربط المتخاطبين، يقترب المفهوم بمقصد أن الألفة التي نحدّها بين الصديقين أو الزوجين أو

[1]/عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص259**.

حتى العمال تختلف خطاباتهم باختلاف مدى معرفتهم لبعضهم البعض لذلك يكون الخطاب على مستوى المعرفة القائمة عليها.

هـ- مدى الشعور بتطابق المزاج أو الهدف أو التفكير: لأسبقية المعرفة والتآلف بين طرفي الخطاب يكون استعمال هذه الاستراتيجية على المعرفة الكاملة بين طرفي الخطاب، وبالخصوص معرفة الجانب النفسي الفرح الحزن والاكتئاب.

و- الأثر الإيجابي السلبي: قد نفهم من هذا العنصر مدى التأثير الإيجابي للخطاب ومدى التأثير السلبي في الإيصال الرسالة ويكون إما التقبل أو النقد بالغضب أو ردود فعل جراء أفعال الكلام التي سبق وذكرناها، ولذلك يكون لاستراتيجية التضامنية هدف هو منح الثقة لكلا الطرفين تحديد حسن العلاقة القائم بين الطرفين في جميع الميادين والشعور بعدم القيود في التخاطب والإحساس بالحرية.

ولا يتجسد الخطاب إلا بوسائل لغوية، وبالتالي فإن هذه الوسائل تعّد مؤشرا على استراتيجية الخطاب المنتقاة، وتنقسم هذه الوسائل إلى قسمين رئيسين هما:

- الأدوات: هي تلك الموجودة في المعجم اللغوي، مثل الإشاريات عموما.
- الآليات: هي ذلك الشكل الخطابي الذي يختاره المرسل لينتج خطابه من خلاله مثل: اللهجة والتعجب والطرفة مثل المصانعة، مصطلح المهنة وذكر معلومة أو إغفال أخرى، ومن المسلم به أن هذه الآليات لا تتجلى إلا من خلال أدوات لغوية، وعليه فالأدوات اللغوية هي عماد الخطاب[1].

لعل الفقرة الموالية من كتاب تحليل الخطاب تبرز فعالية استعمال الأدوات والأداء الذي يعتمده المتكلم في إنتاج خطابه ونفرد بذلك المتكلم بجميع أطرافه.

[1]/ عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص267**

"... ثم إن المتكلم لا يتحكم فحسب في إحداث أنظمة تواصلية تختلف عن تلك التي تتوافر لدى الكاتب ، وإنما نراه أيضا يعالج تلك الأنظمة في ظروف تسلط عليه عبئاً كبيرا فعلى المتكلم مثلا أن يكون على بينة مما قال قبل قليل ، وان يحدد ما إذا كان ذلك ملائما لما يقصده ، وفي الوقت نفسه الذي ينطق جملة عليه أن يخطط للجملة الموالية وأن يضعها في مكانها من النسق العام لما يريد قوله كما أنه فوق ذلك كله لا يوجه أدائه هو فحسب وإنما كيفية وقوع ذلك الأداء في نفس المتلقي وليس لديه مع ذلك كله تسجيل دائم لما ذكره سابقا ن كما انه لا يملك أي ملاحظات مدونة تذكره بما يريد قوله لاحقا ، اللهم إلا في ظروف غير عادية "[1].

وهذا وقد أشرنا إلى الأدوات التي يحتاجها المخاطب في الاستراتيجية التضامنية كالإشاريات بما فيها من أسماء الإشارة والألقاب وحضور السيرة الذاتية التي يعرفها كلا المتخاطبين مما يسهل عملية الإستراتجية التضامنية التي بدورها له أهداف لا تقل أهمية عن خدمة كلا طرفي الخطاب وتساعد هذه الاستراتيجية في تنمية العلاقة وتقويتها بين طرفي الخطاب وتتجاوز ذلك في استعمال مبدأ التأدب الذي سبق وذكرناه.

فالاستراتيجية التضامنية مفادها التخلق والتأدب ومراعاة طرفي الخطاب من جانب الأخلاق وإبداء الاحترام ومحاولة التآلف بين أطراف المجتمع مع حضور عامل الإيجابية في الخطابات.

2- مفهوم الاستراتيجية التوجيهية:

هي آلية تقوم على المباشرة في الخطاب على غيرها من الاستراتيجية يكون فيها الخطاب موجه بالفعل الإنجازي والأفعال غير التعجيزية، يقول عبد الهادي الشهري "...فهناك سياقات لا تناسبها الخطابات المرنة، التي تمنح الأولوية لمبدأ التهذيب وعوامل التخلق، ومرد ذلك إلى أسباب كثيرة منها ما يتعلق بأولوية التوجيه على التأدب في خطابات النصح والتحذير وغيرها.

[1] / ج.ب. براون، ج. بول، مرجع سابق، **ص101**

فالمرسل يولي عنايته فيها لتبليغ قصده وتحقيق هدفه الخطابي، بإغفال جانب التأدب التعاملي الجزئي في الخطاب، كما يوّد باستعمال هذه الاستراتيجية، أن يفرض قيدّا على المرسل إليه بشكل أو بآخر وإن كان القيد من جهة وبإبعاده عن الضرر من جهة أخرى"[1].

من الفقرة يمكن تبسيط الفكرة التي يحتويها ،حيث أن الشهري ركز على عدم تفاعل هذه الاستراتيجية مع التخلق والتأدب التعاملي، وبذلك اعتبرنا الاستراتيجية التوجيهية فرض خطابات مباشرة دون التماس ما يحمله طرفا الخطاب من آداب وأخلاق وتفاوت اجتماعي يمس المستوى التعليمي بين طرفي الخطاب والعمل المانح لسلطة للمخاطب، قد تظهر الاستراتيجية التضامنية داخل الخطاب الذي يسبق الاستراتيجية التوجيهية ، كما أن الإستراتجية التوجيهية تكون بالتدرج في الخطاب ولعل مثال عبد الهادي الشهري يوضح أكثر حيث قال :"...ويعني بسلّم التكلفة ، ما يؤثر في ذات المرسل إليه خطابيا عند عدم تساوي طرفي الخطاب ، ويتناسب إغفال التأدب طرديا مع مقدار التكلف من جهة المرسل إليه ، إذ يزيد مقدار تكلفة المرسل إليه كلما زاد عدم مراعاة التأدب في الخطاب ويتضح ذلك في المثال التالي :

- أسكت.
- هل لك أن تسكت.
- لا أحب الإزعاج.
- كثرة الكلام متعبة للشخص.

فهذا التدرج في الخطاب له حدّان أحدهما الحدّ الأدنى وهو فعل الأمر الصريح، والحدّ الأعلى وهو التلميح للمرسل إليه بالسكوت"[2] .

[1]/ عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص322**.

[2]/ نفسه، **ص334**.

وفي المثال السابق أحد مزايا الاستراتيجية التوجيهية وعلى حد قول عبد الهادي الشهري إن الاستراتيجية التوجيهية وسائل لغوية تساعدها على الإتمام بالخطاب.

وللاستراتيجية التوجيهية عدد من الوسائل منها:

الأمر بأدواته المختلفة/ النهي/الاستفهام/التحذير/الإغراء/ذكر العواقب/التوجه المركب/ألفاظ المعجم[1].

بهذه الوسائل نستطيع تطبيق الاستراتيجية التوجيهية على أكمل وجه يقول عبد الهادي الشهري "...وتتباين ردّة فعل المرسل إليه حول استعمال الاستراتيجية التوجيهية ، إذ يبادر إلى الإذعان وإتباع مقتضاها ، إذا كان الأمر يصبّ في صالحه ، دون مؤاخذة للمرسل ، كما انه يستجيب إذا كان المرسل أعلى منه مرتبة ولكنه يفضل استعمال غيرها مثل الاستراتيجية التضامنية لدورها الاجتماعي التأليفي فضلا عن دورها التواصلي النفعي"[2]؛ أي إن استعمال هذه الإستراتجية يمنح أتباع الرسالة الملفوظة من المخاطب دون تكلف، وهذا يكون خصوصا إذا كانت المنفعة لصالح المتلقي.

3- تعريف الاستراتيجية التلميحية:

هي استعمال بشكل غير مباشر وإنما مشارٌ له بطريقة سياقية تفيد التلميح وإعطاء فرضيات كثيرة للفهم، وهناك خطوات يسلكها المرسل عند التلفظ بخطابه التلميحي، سواء أكان الخطاب تهكميا، أم غيره، وهذه الخطوات كالتالي:

- يدرك أن معنى الخطاب الحرفي لن يناسب السيّاق، ولن يعبر عن القصد المراد، فيختار التعبير وفق الاستراتيجية التلميحية.
- يبحث عن آلية مناسبة ينتج بها خطابا ليبلغ قصده.

[1] / المصدر السابق، **ص340**.

[2] / نفسه، ص**365**.

- يختار الآلية التي تؤدي المعنى المستلزم من الخطاب والمغاير للمعنى الحرفي[1] .

ومفادها أن المقصد من الخطاب لا يتماشى مع سيّاق معين، وأخد أحسن وسيلة لإنشاء خطاب ملمحًا عن قصده انتقاء من الألفاظ ما يوسع الفهم لدى المتلقي وأخذه بطريقة مع مراعاة السياقات المعروفة بمبادئها المعروفة كالتأدب، والتخلق، وعدم ذكر المستعمل المحظور في اللغة والتلميح له، وكما سبق من غيرها من الاستراتيجيات السابقة فإنها تعتمد على بعض السيمات الخاصة التي تجعلها متفردة عن غيرها على لسان الشهري.

ويمكن تقسيم أدوات الإستراتجية التلميحية وآلياتها إلى أقسام هي:

- الأدوات والآليات اللغوية بما في ذلك الآليات البلاغية.
- الآليات شبه المنطقية.

ويتضمّن كلّ منها عددا من الأدوات والآليات التي تندرج تحتها، ونعرض فيما يلي لكل قسم:

1- ألفاظ الكنايات والروابط والظروف الإنجازية ومنها (كم الخبرية) مثل خطابات الطبيب مع الممرض: كم خطأ أخطأته، وعفونا عن زلاتك، فاستفد من ذلك في تعديل سلوكك.

فالطبيب لا يخبر الممرض بأخطائه، بل يلمح إلى أن أخطاء قد بلغت حدّا لا يطاق[2] ، هذه الخاصية من الاستراتيجية تمنح طابعا تلميحيا يفضي إلى الإقرار بالفعل المراد خلال هذه الآلية، فاستعمال "كم" في الخطاب السابق أثرت على النتيجة المرجوة من الخطاب الذي جرى بين الطبيب والممرض، والذي كان للطبيب في خطابه هدف معين يسعى إليه التلميح إلى الممرض بتعديل السلوك لتجاوزه الحدّ الأقصى من الأخطاء، وبهذا نسرد قول الدكتور أحمد المتوكل حين سماها[3] "اطراد التغليب" ويتضمن كذلك سمات انفعالية:

---

[1]/ نفسه، **ص384**.

[2]/ المصدر السابق ص**385**.

[3]/ أحمد المتوكل، كتاب الوظيفة بين الكلية والنمطية **ص183-184**.

أ- كم فتاة خطب بكر.

ب- أيّ غذاء أكلنا اليوم.

تخصص العربية للسمات الوجهية في المركب الاسمي أدوات معينة كالأداتين "كم "، و "أي" الواردتين في الجملتين (37-أ-ب) كما أنها تسخر لنفس المجال تضافر في الأدوات حين يتعلق الأمر بالسمّات التدريجية.

يمكن عدّ الأفعال اللغوية الآلية الثانية من الاستراتيجية التلميحية فيقول عبد الهادي الشهري شارحا إيّاها في قوله " الأفعال اللغوية :غير المباشرة هي التي ينجزها المرسل باستعمال أفعال لغوية أخرى ، لأنه يلاحظ في كثير من الأحوال أن معنى جمل اللغات الطبيعية إذا روعي ارتباطها بمقامات إنجازها لا ينحصر فيما تدل عليه صيغها الصورية من استفهام وأمر ونهي ونداء إلى غير ذلك من الصيغ المعتمدة في تصنيف الجمل ، ويعنى هذا بالنسبة للوصف اللغوي أن التأويل الدلالي الكافي لجمل اللغات الطبيعية يصبح متعذراً إذا أكتفي فيه بمعلومات الصيغة وحدها[1] .

إن فعل الكلام أو أفعال الكلام في حدّ ذاتها تعتبر أفعال تطبيقية وقد ترتب عدة أفعال في خطاب واحد لذلك نجد الكثير من العلماء حريصين على إيراد هذا المصطلح الذي هو شئننا في الإستراتجية التلميحية التي تعد أفعال الكلام من الآليات الأساسية داخلها، ونورد قول ج.ب. براون و ج.بول الذي سمياها في كتابهم "تحليل الخطاب ترجمة د.محمد لطفي الزليطي و د. منير التريكي".

"بالنسبة إلى الأفعال القولية أشرنا إلى الأفعال القولية في كتاب تحليل الخطاب :**الأفعال القولية** : لقد درسنا في أطروحات تدعو إلى تحديد المعنى الاجتماعي بالرجوع إلى النشاط الذي يقوم به متكلم معين عند تلفظه بالكلام وهذه الأطروحات جزء من منظومة التحاليل التي تحدد الأعمال على ضوء المسلسلات ذات البنية المتعارف عليها التي ترد فيها ، وفي هذا المبحث نلفت

[1]/ عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص389-390**

الانتباه إلى دراسة مفهوم الأفعال القولية ، هذا المفهوم هو ثمرة بحوث فلاسفة اللغة ، تعود نظرية الأفعال القولية أصلا إلى ملاحظة أوستن(1962) أنه في حين يمكن في القالب استعمال الجمل للحديث عن أوضاع وأحوال معينة فإن التلفظ ببعض الجمل مثل (17) و(18) لابد أن يعد في سياق بعض المواقف الخاصة إنجازا للعمل :

(17) أراهنك على ست بنسات أن المطر سينزل غدا.

(18) (بسم الله) سميت هذه الباخرة (الملكة إليزابيث).

أطلق أوستن على مثل هذه الأقوال اصطلاح "الأفعال الإنجازية " وعلى الظروف المحددة المطلوب توفيرها كشرط لنجاح هذه الأفعال الإنجازية اصطلاح (شروط النجاح) ولنكون أكثر دقّة فإن القولين (17) و(18) مثالان على الأفعال الإنجازية المعلنة التي ليست مجرد مجوعة خاصة من الصيغ الجملة الثابتة (طقوس) ولكنها مجموعة معبرة من الأقوال داخل اللغة التي يمكن استعمالها لإنجاز أعمال[1].

وفي كتاب براون شرح مفصل لأفعال الكلام ومدى تأثيرها على الخطاب وتنوعه بتنوع أفعاله وهناك الكلام ومدى تأثيرها على الخطاب وتنوعه بتنوع أفعاله وهناك آلية أخرى تستعمل في استراتيجية التلميح ترعى جوانب كثيرة منها ما هو في التأدب ومنها ما هو في النصح فيسميها عبد الهادي الشهري بالترديد ، فيقول :" الترديد : يحدث أن يخطئ الإنسان في معلومة معينة وهو ما يتلفظ بخطابه ،وقد يتعذر على المرسل إليه أن يصحح معلوماته مباشرة لأسباب عديدة ، ولذلك يلجأ إلى إحدى آليات الاستراتيجية التلميحية ، وهي تكرار الخطاب نفسه مع التلفظ بالمعلومة في صورتها الصحيحة "[2].

[1]/ ج.ب. براون، ج يول مرجع سابق، ص**277**

[2]/ عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص396**.

مفادها هو معاودة الخطاب ذاته إذا كان يحمل الخطأ مع تصحيح الخطأ في الإعادة وتطبق هذه الإستراتجية لحسن خلق المتلقي أو مرتبته الاجتماعية فلو نطق إمام بخطأ أمام أستاذ بخطأ في خطاب فيضطر هذا الأخير بإعادة هذا الخطاب مع التصحيح ملمحا عن الخطأ وتقوده هذه الاستراتيجية إلى عدم إحراج هذا الأخير أو لرتبة الإمام في المجتمع وهناك أداة أخرى تستعمل في الاستراتيجية التلميحية ألا وهي الملمحات كما سمّاها عبد الهادي الشهري في كتابه ، وأشار إليها قائلا :" **الملمحات** :هناك أدوات لغوية تستعمل في بنية الخطاب المنجزة لتكون مؤشرا تلميحيا على القصيدة أو لتحديد توجه المرسل نحو محتوى القضية ، مثل تلك الأفعال المعجمية التي تدّل على الافتراضات والتأكيدات والشكوك وغيرها مما يراه المرسل ، ومن تمثيلاتها اللغوية ما يسمى بأفعال القلوب في قسمها الأول وهي أفعال الرجحان مثل ظن ، خال ، زعم ، حسب .....الخ

ويصنف المتوكل هذه الأفعال أي أفعال الرجحان ضمن الأفعال المساعدة لأنها لا تدّل على أي واقعة عامة، إذ لا يعمد المرسل إلى تزييف القول احتراما منه لقاعدة الكيف من جهة كما أنه يتوخى التبليغ بالقدر الكافي الذي يتناسب مع قاعدة الكم من جهة أخرى "[1].

كما أن أحمد المتوكل أضاف سمته الخاصة في هذا الجانب خاصة في كتابه "الوظيفية بين الكلية والنمطية " تحت عنوان "المكونات الصرفية " ذكرها قائلا: "وتشارك الأفعال المساعدة في تحقيق مخصصات بعض طبقات كالأفعال الدالة على الزمن والجهة (كان....) والأفعال الوجهية (ظنّ) "[2].

ولهذه الأفعال الميزة الخاصة التي لا نجدها في غيرها وأساسية في هذه الإستراتجية التي مفادها التلميح فقد ترد كلمة كان على سبيل التلميح واستحضار الخطأ والتلميح له والهدف منه ألا يكرر نفس الخطأ قولنا كان عرب قريش يعبدون الأصنام على جهالة وكفر.

[1]/ المصدر السابق، **ص397**.

[2]/ أحمد المتوكل، مرجع سابق، ص**140-141**.

في المثال السابق التليمح للخطأ الذي كان واقع وتفادي تكراره.

فيما يخص التعبير الاصطلاحي، تفهم دلالة الخطاب المباشرة من خلال فهم معاني الكلمات التي تدخل في تركيبها بوصفها وحدات دلالية صغرى فيه بيد أن هناك صنف أعلى لا ينطبق عليه هذا الوصف رغم انه يتألف في أصله من وحدات دلالية إذ يعدها علماء الدلالة صنفا منها ولكنها تصنف على أنها وحدات تفوق حدود الكلمة المفردة[1].

فيما ذكر الشهري في تعريفه للتعبير الاصطلاحي الذي هو من الآليات الإستراتجية التلميحية نرى أنها تمس الجانب الدلالي للخطاب الملفوظ وبالتخصيص نرى ذلك فيما يسمى بالتطور الدلالي " الذي نعرفه باختلاف معنى بعض الكلمات عما كانت معروفة بها فأخذه معنى جديد تحت ما يسمى الاستعمال الدلالي المتطور، ولنستفيد ونفيد نذكر ما قاله أحمد المتوكل في كتابه عن هذه الخاصية اللغوية حين قال [2]:"التنقل في القالب الدلالي : يحدث في القالب الدلالي نفس نوعية التنقل الذين لاحظنا حدوثهما في القال التداولي أي التنقل داخل نفس الطبقة، والتنقل عبر الطبقات وهذه بعض الأمثلة لهذين الصنفين من التنقل :

أ- من أمثلة التنقل المحلي الحاصل في نفس الطبقة تحول اللاحق التسويري (كثيرا) إلى مجرد صرفه تصويرية في بعض العربيات الدوارج كالسورية، كما يدل على ذلك إمكان تقديمه على العنصر المسور .46 الفستان هذا شكله كثير حلو.

ب- ويمكن أن يمثل للتنقل عبر طبقات القالب الدلالي أي الطبقات التأطيرية والتسويرية والوصفية للظواهر التالية مساعدة تدل على الجهة، من هذه الأفعال أفعال الشروع وأفعال المقاربة مثلا.

[1]/ عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص399**.

[2] / احمد المتوكل، مرجع السابق **ص198-199**.

وثمة محولات تجاوز في تحجرها الطبقة التسويرية إلى الطبقة التأطيرية حيث تصبح أفعالا مساعدة (ثم مجرد أدوات) يتوسل بها لتحقيق سمات زمنية من هذه الأفعال المساعدة المنقلبة عن محمولات دالة أصلا على التنقل المكاني:

دارجة مغربية: 46 أ- غادي (غ) نسافروا اليوم.

ب- ماشي (ماشي) نسافروا اليوم

دارجة مصرية: 47- راح (خ) يجي يوم وتحبني

يتبين من هذه الأمثلة ان الأفعال "غذا" و"مشيّ" و "راح" تحولت من محمولات تامة دالة على التحرك المكاني (في أوقات معينة) إلى أفعال ناقصة مساعدة (تختزل فيما بعد في شكل أدوات مثل (غ) و(ح) وظيفتها تحقيق السمّة الزمنية المستقبل القريب[1].

عمد المتوكل في تفسيره إلى عدة مقاصد داخل المحتوى الدلالي ونطبق مثال في الدارجة الجزائرية.

يقال للطالب الذي يحسن الرياضيات: على جن في الرياضيات؛ فلفظة "جنّ" أصبحت دلالة استحسان ومدح بعدما كانت اسم للجان، هكذا تكون آلية التعبير الاصطلاحي، ويورد الشهري آلية أخرى إلى آليات الاستراتيجية التلميحية وهي "التشبيه " الذي قال عنها:" **التشبيه**: قد يقع التلميح في مستويين من المستويات اللغوية، وهما:

1- في اللفظ المفرد الوارد في الخطاب.

2- أو في الخطاب المركب.

ويمثل القسم الأول آليات التشبيه والاستعارة والكناية، أما القسم الثاني فيمثله التعريض ويمكن أن يستعمل المرسل التشبيه ، والاستعارة، والكناية، أما القسم الثاني فيمثله آليات التعريض[1].

[1]/ أحمد المتوكل، مرجع سابق، **ص198-199**.

ومفاد هذه الآلية نختصرها في مثال: كأن نشير ونلمح لشخص معين بالخوف مثلا: – فلان كالنعامة. أو نشير لشخص يتقن المكر نقول مثلا: – زيد في تصرفاته كالثعلب. أي إنه يحمل المكر والذي ينتسب المكر بالثعلب.

ومن آليات الإستراتجية التلميحية "**الاستعارة** :فقد يعبر المرسل عن قصده أيضا بآلية الاستعارة وهي أن تذكر (أحد طرفي التشبيه وتريد به الطرف الآخر ، مدعيا دخول المشبه في جنس المشبه به دالا على ذلك بإثباتك للمشبه ما يخص المشبه به)، وذلك لأن المستعار منه يجمع أكثر من صفة وفي هذا إيجاز شديد وتجسيد واضح لقصده مثل : فلان خنزير ، لأنه قذر نتن ، لا يستفاد منه غير مرغوب في المجتمع وغيرها من السمّات التي تجمع بينهما ؛ أي إن التلميح ينصب على أكثر من سمة من سمات المستعار منه الدلالية وهنا المرسل يعبر عن المرجع في هذه الخصائص المحددة دون غيرها . وقد لا يقتصر على إحدى السمات دون التجاوز إلى غيرها من السمات.

كما وقد يستعمل المرسل الاستعارة وهو يريد التلميح إلى سمة أخرى، هي الصفة التي اشتهر بها المستعار منه، مثل: – كيف رفيقك في السفر؟ ... – وجدته كلبا [2].

يريد بذلك استعارة خاصية موجودة في الكلب وهي الوفاء، فيلمح لها ، والمثال السابق واضح لا غبار عليه أفادها أصابت إليه خاصية الاستعارة في التلميح.

ونرجع إلى الخاصية الموالية وهي الكناية يعرفها الشهري في قوله : " **الكناية** : يعرف السكاكي الكناية بأنها: (ترك التصريح بذكر الشيء إلى ذكر ما يلزمه ، لينتقل من مذكور إلى المتروك كما تقول : فلان طويل النجاد لينتقل منه إلى ما هو ملزومه، وهو طويل القامة ، وكما تقول فلانة نؤوم الضحى ، لينتقل منه إلى ما هو ملزومة وهو كونها مخدومة ، غير محتاجة إلى

[1]/ عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص409**.

[2]/ المصدر السابق، **ص410**.

السعي بنفسها لإصلاح المهمات وذلك أن وقت الضحى وقت سعي نساء العرب في أمر المعاش وكفاية أسبابه وتحصيل ما تحتاج إليه في تهيئة المتناولات وتدبير إصلاحها ، فلا تنام فيه من نسائهم إلا من تكون لها خدم ينوبون عنها في السعي لذلك ن وسمي هذا النوع كناية لما فيه من إخفاء وجه التصريح "[1].

ومثال ذلك كأن نقول: فلان كثير الرماد كناية عن الكرم والجود، ومفادها هي استعمال الكناية في الخطاب متبعين الإستراتجية التلميحية، وهذا يعطي مفهوم المعنى من الخطاب بطريقة تلميحية مع الظفر بالهدف المرجو من الخطاب ونذكر آلية أخرى لا تقل أهمية على سابقتها من الآليات، وهي " التهكم".

التهكم: يستعمل المرسل آلية التهكم بوصفها إحدى آليات الاستراتيجية التلميحية، وهذا يستلزم قصداً غير ما يدل عليه الخطاب بمعنى الحرفي فقط بل إنها (في مصطلح علماء البيان عبارة عن إخراج الكلام ضد مقتضى الحال استهزاء بالمخاطب)، ويذكر العلوي أنها على أوجه خمسة:

أولها: أن يكون إيرادها على جهة الوعيد بلفظ الوعد تهكما.

ثانيها: أن تورد صفات المدح المقصود بها الذم.

ثالثها: باستعمال الفعل المضارع مع قد للدلالة على التقليل رغم قدرة المرسل على تنفيذ مقتضى خطابه.

رابعها: إيراد الفعل المضارع مع ربما.

خامسها: إخراج صفة المدح على مخرج الاستحقاق رغم أن المرسل إليه أهل للمدح ولكن على مخرج الاستهزاء والتهكم بحاله تمردا واستكبارا فالقصد هو الضدّ تماما[2].

[1]/ نفسه، **ص411**.

[2]/ نفسه، **ص 414**.

وفي هذه الآلية نرى أنّ نبرة الصوت تكون ذات تأثير قوي في هذه الاستراتيجية في الخطاب المنطوق باللسان، وهدفها إعطاء صفة مركبة لا يستحقا المتلقي، وإضافة طابع السخرية الذي يهدف إلى وصول الرسالة بشكل ملمح له، كأن نقول لشخص ما: إن فلان شوكة في الحلق أي أنه يتحمله رغما عنه هكذا من التصقت شوكا في حلقه وهذه من آليات التهكم.

كذلك حين نقول: فلان أثقل من الحديد لها اتجاهان في المعنى إما أن يقول إنه يمتلك رزانة ورجاحة في العقل أو انه لا يحمل في مجلسه وكلامه، وهنا نجد المخاطب اختار رسمة تكون عند الحديد دون غيره.

ومن الآليات أيضا:

– **التعريض** : يستعمل المرسل آلية لا يرتبط فيها اللفظ والقصد برابط لغوي وإنما يعتمد في بيان قصده على إسهام عناصر سياق التي يوظفها المرسل إليه لفهم قصد المرسل وقد عرف العلوي التعريض بأنه :"هو المعنى الحاصل عند اللفظ لا به فقولنا (الحاصل عند اللفظ عام يدخل تحته لفظ الحقيقة وما يندرج تحتها من النص والظاهر ، ولفظ المجاز وما يندرج تحته من الاستعارة والكناية وقوله لا به يخرج منه جميع ما ذكرناه لأنّه الحقيقة وما يندرج تحتها ، والمجاز وما يندرج تحته كلها مستوية في دلالة اللفظ عليها وأنها حاصلة عند اللفظ ويدخل تحته التعريض فإنه حاصل لغير اللفظ، وهو القرينة ".

ويرى محمد يونس على أنّ بعض أنواع الاستلزام المعروفة عند الغربيين هي ما يصنفه الأصوليون على أنه تعريض[1]، ومفاد آلية التعريض هو إضمار الرسالة المقصودة والتمليح لها حتى وإن استوجب ذلك ذكر محاسن المتلقي مع إبقاء خاصية التلميح لما لها من أهمية تستوجب فهم السياق واستعماله داخل هذه الآلية، وكذلك ذكر خطاب مخالف لما يقتضيه المعنى والمقصد منه، ويبقى الهدف ملمحا له، ويستوجب من المتلقي الكفاءة لاستيعاب ما هو مقصود من الخطاب.

[1]/ ينظر المصدر السابق، **ص420-421**.

وداخل الاستراتيجية التلميحية آليات مخصصة سماها الشهري : **الآليات شبه المنطقية** : اللحن يقصد به هنا اللغة الخاصة التي لا يفهمها سوى الأطراف التي تواصلت عليها ، فيمكن أن يتلفظ المرسل بالخطاب عبر هذه الآلية عندما يكون تبادل خطابات في سياق أضيق من سياقات الخطابات الأخرى فسياق استعمالها هو سياق خاص ؛ أي هناك معلومات خاصة بين طرفي الخطاب تسمح له باعتماد استراتيجية تلميحية يبقى معها قصد المرسل واضحا بين طرفي الخطاب تسمح لهما باعتماد على المعلومات المشتركة بينهما، والتي لا يشاركهما فيها أحد أي أن يكون الخطاب الذي ينتج بين المخاطب والمتكلم مبنى على سابق المعرفة [1]. والتي يبنهما ويشترط على هذا الخطاب أن يفهمه هما فقط حتى وإن نطقا أمام غيرهما لا يفهم شيء، ولعل الخطاب الذي أورده الشهري يفهمه حين يسرد ذلك، مثل الخطاب التالي:" وسرق مدني قميصا فبعته مع ابنه يبيعه فسرق منه في الطريق فلما رجعا قال أبوه: بعت القميص؟ قال نعم قال بكم؟ قال برأس المال "[2].

من الخطاب السابق ندرك جيدا أن المعلومة التي وقعت هي سرقة القميص وان الولد يعلم ذلك ويعلم أن أبوه من قام بسرقته فأجابه بطريقة اللحن على أن القميص باعه وبرأس ماله إذا لقي شخصاً ثالثا لا يفهم كلمة رأس ماله الفهم يقتصر عليهما فقط.

ونعرض الآلية الثانية كما ذكرها الشهري "مفهوم المخالفة: ينتج المرسل خطابا ليبين فيه أحد الشروط التي يجب توفرها في الطالب الذي يرغب بالالتحاق بإحدى الكليات العسكرية، وهو:

- يشترط في المتقدم أن يكون قد ولد ونشأ في المملكة ويستثنى من هذا من ولد ونشا مع والده الذي يعمل في وظيفة حكومية فيستلزم هذا الخطاب أنه لا يستثني الطالب الذي ولد ونشأ مع والده الذي كان يعمل في وظيفة خاصة. وبالتالي فإنه يستنتج أنه لا يحق له التقدم إلى إحدى

[1] / نفسه، ص**425**.

[2]/ ينظر المرجع السابق، **ص425**.

الكليات العسكرية وبهذا الخطاب فقد استعان المرسل عن إنتاج خطابين في آن واحد لأن المرسل إليه يفهم من الخطاب الأول وهو ما يدل على خلافه وهذا هو مفهوم المخالفة"[1].

وهو ما يحدثه خطاب الشركات حين يعرضون طلب ممول لسلعة ما فيصدر يجب على الطالب ألا يتجاوز عمره 40 سنة ولا يقل عن 19 سنة، وأن يكون صاحب سجل تجاري وأن يكون عنده أكثر من أربع شاحنات، ويستوجب خبرة في الميدان لا تقل عن 05 سنوات .... الخ.

وهذا المثال يوضح مفهوم المخالفة بشكل أوسع وواضح، وينتقل الشهري إلى آليات أخرى حين قال:" مفهوم الموافقة: هو دلالة اللفظ على ثبوت الحكم المنطوق به للمسكوت عنه وموافقته له نفيا وإثباتا لاشتراكهما في المعنى، يدركه كل عارف باللغة دون الحاجة إلى بحث أو اجتهاد وسمي مفهوم الموافقة لأن السكوت عنه موافق للمنطوق له في الحكم ويسميه بعض الأصوليين مفهوم الخطاب، كما يسميه بعضهم القياس في معنى الأصل، وتسميه مجموعة ثالثة تنقيحة الزيادة وتسميه طائفة رابعة دلالة النص وهذا المفهوم نوعان:

أ- فحوى الخطاب ويراد به أن يكون المسكوت عنه أولى بلا حكم من المنطوق به ويسميه بعض الأصوليين بمفهوم الأخرى باعتبار أن المسكوت عنه أحرى بالحكم من المنطوق به، كما يسميه آخرون بمفهوم الأولى باعتبار أن المسكوت عنه أولى به من المنطوق به.

ب- لحن الخطاب: وهو أن يكون المسكوت عنه مساوياً لحكم المنطوق به"[2].

وذلك يجعلنا نورد مثال قاله الشهري للاستفادة منه وتقريب الفهم (ويعّد إثبات العلة بإضافة الحكم إلى الوصف المناسب من استعمالات مفهوم الموافقة مثل:

- يخصم عشر درجات على كل من يحاول الغش في الاختبار.

[1]/ المصدر السابق، ص**427**.

[2]/ المصدر السابق ، **ص427-428**.

- تسحب ورقة الامتحان من الطالب الذي ثبت غشه.)

في المثال السابق نلاحظ انه لمح بمحظورات وقوانين يجب مراعاتها وعدم خرقها ليصبح من تعدى المحظورات وخرقها يمس بما تقتضيه الفهم المسبق للقانون دون معرفته وهذا يكون بآلية الموافقة داخل استراتيجية التلميحية ، ونرجع إلى آلية أخرى، وذلك في عرض الاستلزام ، حيث يعبر المرسل بالمفهوم بدلا من اقتصاره عن التعبير عن قصده بالمنطوق والأصوليون يفرقون بين منطوق الجملة ومفهومها ، ومنطوقها وهو ما يتبادر إلى ذهن السامع مباشرة من إسماع لهذه الجملة ومفهومها تستعمل هذه العبارة بطريقة غير مباشرة ، وقالوا مفهوم المخالفة، ومفهوم الموافقة تفيد تماما ما يقصده " **غرايسّ**" بالاستلزام في أثناء الكلام الذي يدور بين طرفي الخطاب فهو نتيجة لما يدور بينهما .

ويكون الاستلزام في تطبيقه مبني على مبدأ التعاون والذي يحتاج إلى طرفي الخطاب في إنتاج الخطاب ومبادئه وقواعده والمعنى منه، وهذا هو الرابط والعلاقة بين طرفا الخطاب مع الأخذ بعين الاعتبار القواعد التي أسس عليها مبدأ التعاون، وبهذا نمر إلى أول تقسيم وقع بين أنواع الاستلزام.

أ– الاستلزام النموذجي: يتفق " غرايس " مع ما يسميه السكاكي بإجراء المعنى على الأصل وذلك باستعمالها في سياقات عامة يتعذر على المرسل إليه الانتقال إلى قصد غير القصد الأصلي الذي يتطابق فيه معنى الخطاب مع قصد المرسل، وهو ما يسميه فاخوري بالاقتضاء، لأن الاقتضاء مفهوم منطقي بينما الاستلزام مفهوم لساني تداولي ذلك أن الاقتضاء يمتاز بكونه لا يتغير بتغير ظروف استعمال العبارة فهو ملازم لها في جميع الحالات والأحوال، أما الاستلزام فإنه يتغير بتغير الظروف إنتاج العبارة اللغوية[1].

فالاستلزام النموذجي مفاده أن يكون الخطاب بين المتخاطبين على أساس واضح لا غبار عليه مركب على التعاون بين طرفي الخطاب؛ أي فهم الخطاب ومعناه والمقصد منه، فنرى أن

[1]/ المصدر السابق، **ص430**.

قاعدة الكم ترتكز على أقل ما هو مطلوب لا تكثر من الحديث الذي لا يكون في موضعه، ونلقي مثال لتوضيح ذلك: طالب يسأل صديقه: هل راجعت دروسك؟، الصديق: لا

في المثال السابق نرى أن الاكتفاء بالجواب عن السؤال هو تطبيق لقاعدة الكم.

يقودنا البحث إلى ذكر النوع الثاني من الاستلزام:

ب- الاستلزام الحواري (المخصص): وهو الاستلزام الذي ينتج عن حرق القواعد إذ يكون ذلك في سياق خاص، يحتاج فيه كل طرفي الخطاب إلى معلومات إضافية وبهذا فغنه يكون أكثر تعقيدا في الاستدلال لمعرفة قصد المرسل (فمعظم التلفظات التي تستغل الحكم تندرج تحت الاقتضاء الخاص) فلو تلفظت الأم مع ولدها الذي أرسلته لتبضع من السوق بالخطاب التالي: لماذا عدت؟

فإنه يصعب معرفة القصد عند عدم معرفة السياق الذي نتج فيه الخطاب؛ إذ يتأرجح الخطاب بين الاستلزام النموذجي، باعتبار الأم راعت التلفظ حسب قاعدة الكم، فهي تسأل عن سبب نجهله فتعد صادقة في سؤالها وبين الاستلزام المخصص باعتبار الأم تستنكر على ابنها العودة، لتتحول دلالة خطابها من السؤال إلى الإنكار عليه، فلا يرجع الدلالتين إلاّ بمعرفة السيّاق.

في الاستلزام الحواري المخصص نلاحظ أنه لا يراعى لقواعد: الكم، وقاعدة الكيف، وقاعدة الطريقة، ويمكن التمثل بعدم مراعاة قاعدة الحكم كأن تقول لصديقك: قالوا لي أنك تمارس الرياضة وتحسن حراسة المرمى؟، ويقول الصديق: أبدا أبدا أبدا لا أمارس الرياضة.

تبدو لنا من الوهلة الأولى أن تكرار الكلمة أبدا كانت لها القوة في مراعاة قاعدة الكم، كان يمكن أن يكتفي بقول لا فقط، أو لا أمارس الرياضة كفيلة بالمطلوب هو الإجابة عن السؤال الموجه، ونورد دلالة الإشارة في الآليات الشبه المنطقي؛ فقد يعبر المرسل عن قصده مباشرة، ومع هذا إلا أنّ خطابه يشير إلى معنى آخر أو يستلزمه كما في قول الطالب:

- أخشى مقابلة الأستاذ؛ إذ يستلزم أني لا أحبه.

- وكذلك قوله أتمنى مقابلة الأستاذ؛ إذ يستلزم أني أحبه.

ولكن لا يغفل المرسل دور السياق اللغوي في بيان قصده لان القصد يتغير بتغيير مكونات الخطاب اللغوية، فاستبدال المفعول في الخطاب الأول (الأستاذ) بلفظ (الأب) قد يستلزم قصدا آخر، وهو الخوف منه حقيقة، بيد أنه لا يستلزم منه أنه لا يحب أباه . غالبا، كما يدل عليه قول الابن الذي ارتكب مخالفة أو أذنب: أحشى مقابلة أبي.

بينما لو بدّل المرسل بين المكونين نفسيهما في الخطاب الثاني فإن القصد المستلزم يظل كما هو غالبا، وهو أن الابن يحب أباه كما أحّب أستاذه، ويصنف الاستلزام في دلالة الإشارة على أنه استلزام طبيعي باحترام ما تقتضيه كل قواعد الكم، والكيف، وقاعدة الطريقة من خلال التلفظ بخطاب موجز[1].

ومعنى ذلك في هذا التحليل أي الذهاب إلى إشارة كل من معنى الملفوظ مثل ما يمثل في المثال السابق كلمة أخشى + أبي تعني حب الابن لأبيه وخوفه منه احتراما وتقديرا له، ذلك المفهوم حدد بسياق لفظه ومعنى الكلمات التي نطقت.

4- مفهوم الاستراتيجية الإقناعية:

تعرف بمحاولة إيجاد خطابات تعزز المفهوم والمعنى من الخطاب ويستند إلى آليات كثيرة منها الحجة والدليل ويعرفها الشهري في كتابه قائلا: " **استراتيجية الإقناع**: وتختلف الاستراتيجيات التي سهم في ذلك من ناحية العلاقة بين طرفي الخطاب أو من ناحية تجسيدها لشكل الخطاب اللغوي كما تختلف الآليات والأدوات اللغوية، وذلك لاختلاف الحقول التي يمارس المرسل فيها الإقناع مثل: الحقل العلمي، أو الاجتماعي، أو السياسي.

[1]/ المصدر السابق، **ص442-443**.

وينبني فعل الإقناع وتوجيهه دوما على افتراضات سابقة بشأن عناصر السيّاق خصوصا المرسل إليه والخطابات السابقة والخطابات المتوقعة، فقد جعل (روبول) الوظيفة الاقناعية من وظائف البلاغة"[1].

ونقول إن الاستراتيجية الاقناعية هي آلية تداولية تمس جميع الميادين، فالخطاب الإقناعي خطاب أساسه الإقناع والترغيب المقصد منه التواصل وإعطاء وجهة نظر مع الأدلة التي بدورها تفسر للمتلقي دوره في فهم هذا الخطاب مع إظهار لمسات توحي لمدى فهم مقصد من الخطاب، فيسعى المتكلم إلى الوصول بخطابه لهدفه المرسل والاقتناع بالفكرة أو الرسالة.

ويعتمد خطاب الإقناع على عدّة آليات ووسائل نذكر منها على لسان الشهري قال: " آليات الإقناع: تقسم آليات الإقناع إلى قسمين يمثل أحدهما العلامات الغير اللغوية سواء أكانت مصاحبة التلفظ أم لا، مثل الأدلة المادية على وقوع الجريمة أو ما يصاحب التلفظ من تنغيم وإشارات جسدية وهيئة معينة"[2] .

هناك آليات سلوكية وآليات مادية ، آليات سلوكية كالضحك عند المستقبل، ونبرة الصوت وحركة الجسم؛ آليات مادية كالصور ، ومقاطع الفيديو ، مخططات بيانات الدراسة الميدانية تساعد على إقناع المتلقي وإيضاح الأمر المراد والهدف منه، ويكون الهدف نفعي كالعبارات التي تقال للمبتلى بالتدخين ، مثال ذلك :التدخينُ مضرٌ بالصحة، لأنه يقتل خلايا المرء ويصيبها بالسرطان وإذا كانت هناك محاضرة عنوانها التدخين مضر للصحة، فيلجأ المحاضر إلى استعمال صور لرئة تالفة جراء التدخين ، فيسعى لإقناعه بهذه الطريقة يجب أن لا نغفل عن أسلوب الحجاج داخل الإستراتجية الاقناعية ، والتي تمثل بدورها مسار الحجة ، والأدلة ثبت المراد والمقصد من الخطاب لذلك لا يحق لنا إغفال هذه الآلية ، وما تحمله من فائدة اتجاه الإستراتجية الاقناعية.

[1] / المصدر السابق، **ص444-445**.

[2]/ نفسه، **ص454**.

ولعلنا نفيد بذكرنا لشرح يوضح تداخل الحجاج والإقناع الذي ذكرهما جميل حمداوي في كتابه " نظريات الحجاج " الذي قال : "ومن آليات المسار الحجاجي تقديم الدعوى ، ومعارضة الدعوى، والجدل ، والقياس، والافتراض، والاستقراء، والاستنباط ، والاستنتاج، والتسليم ، والتصديق، والتنفيذ والتثبيت، وإزالة التناقض، والإسقاط في الخطأ ، ووجود المفارقة والانسجام ، وإنزال الكلام منزلة تحصيل الحاصل ...وقد يتبع المحاجج مساره الإقناعي معتمدا فيه على اللوغوس الاستدلالي والمنطقي أو يستند إلى الخطاب القيمي وأمهات الفضائل أو يوظف معجما هوويا وانفعاليا"[1].

كل هذه العناوين تمس الخطاب الحجاجي بقوة فهو من يحتوي هذه الآليات إن صح التعبير ومن نفس الكتاب نورد أنواع الحجاج حين قال: " وقد أشار إلى مجموعة من أنواع الحجاج كحجاج الوصل، وحجاج الفصل، وحجاج التناقض، وحجاج الشرط، وحجاج التقييد، وحجاج التضمن وحجاج التعارض، وحجاج الاستنتاج، وحجاج السبب، وحجاج الهدف ...ويعني هذا أنّ الجملة حجاجية بطبيعتها وفطريتها تحمل في طياتها آثار حجاجية واستدلالية.

وتعتمد منهجية ديكرو على وصف الشواهد اللغوية أو النصية في ضوء مجموعة من المفاهيم الإجرائية، مثل الروابط الحجاجية والعوامل الحجاجية، والمبادئ والعلاقات الحجاجية، والسلم الحجاجي، والأدلة الممكنة، والمحتملة، والإبطال، والدليل الأقوى، والسيّاق، والمقصدية الحجاجية التي تشير إلى أن الأقوال الاستعارية أعلى حجاجية من الأقوال العادية "[2].

ونسرد مثال يعطي الحجة لأولية بر الأم فتورد على شكل أسئلة اقناعية مثال:

- ألم تحملك في بطنها تسعة أشهر؟
- ألم ترضعك؟

[1]/ جميل حمداوي، مرجع سابق، ص**31**.

[2]/ عبد الهادي الشهري، مصدر سابق، **ص41**.

- ألم تسهر عند مرضك؟
- أم تحن عليك؟
- ألم تربيك؟

هذا المثال يعدّ من متلازمات الإقناع بشكل سؤال لا يراد الإجابة عنه لأنها حقائق.

المطلب الثاني: تطبيقات الاستراتيجية عند الشهري.

1- **أمثلة الاستراتيجية التضامنية:** لفهم وتبسيط هذه الاستراتيجية نستند على بعض أمثلة هذه الاستراتيجية من كتاب استراتيجية الخطاب للشهري، قال: "ويتجسد التضامن كذلك عندما يكون التفاوت في المرتبة المهنية حسب تصنيف الوظائف العرفي، مثلما في الخطاب التالي:

- الدكتور للمريض: خيرا إن شاء الله، يا أحمد.
- خيرا إن شاء الله، يا دكتور.
- مم تشتكي يا أحمد؟
- أشتكي من بعض الآلام في ظهري.

فالمعروف أن الطبيب يعلو المريض عموما في المرتبة عندما يشرف على علاجه في المستشفى، مما يشرع معه أن يخاطبه بشيء من الرسمية فيختار أداة تبلور سلطته ولو بشكل طفيف، ولكن الطبيب اختار أن ينادي المريض باسمه الأول دليلا على تضامنه معه بالتعامل الخطابي الأفضل. وعندما يتساوى طرفا الخطاب يمكن للاستراتيجية أن تتجسد باستعمال اسم المرسل إليه الأول كما في الخطاب التالي:

- نبدأ النشرة الإخبارية مع الزميل عدنان.
- شكرا' عبد القادر.

حيث تلفظ كل منهما بوصفه مرسلا باسم زميله الأول مجردا من اللقب وهذا دليل على أن التضامن بينهما قد بلغ حدا كبيرا بحيث لم يعد يبدو هناك أي درجة من الفوارق، فغدا طبيعيا أن

يستعملا هذه الاستراتيجية حتى أمام الآخرين"[1]، فالتدقيق في هذا المثال يؤول بنا إلى فهم أساس هذه الاستراتيجية التي مبدأها تضامن مع الغير في إنتاج الخطاب مع أسس هذه الاستراتيجية.

2- أمثلة عن الاستراتيجية التوجيهية: محاولة منا لوضع تعريف وتدقيق هذه الاستراتيجية نعود إلى كتاب الشهري لنستخرج بعض تطبيقات الاستراتيجية الاقناعية فيورد في مثاله قائلا:

" مناسبة السياق التفاعلي لاستعمال التوجيهية بين الطبيب والمريض مثلا، عندما لا يلتفت إلى الترتب الاجتماعي بينهما، فلا يراعي كون المريض أكثر أو وزيرا أو غير ذلك مما يتميز به المرسل غليه، إذ ينصب اهتمامه على التبليغ والمتابعة كما يفعل طبيب الأسنان عند نزع أعصاب أحد الضروس، إذ يخاطب المريض بقوله المتوالي:

- افتح فمك، أمل رأسك قليلا، لا تتحرك، أغلق فمك.

أو مثل خطاب مدير الأمن في إحدى الهيئات أو الشركات عند توجيه الناس للهروب من الحريق:

- أنج بنفسك فقط، اقطع الكهرباء، أترك كل أغراضك، أسرع الخطى، أخرج من الباب الخلفي.

أو عند إنقاذ غريق، مهما كانت مرتبته فالمرسل سيقول له:

- مد يدك، تنفس بقوة، تشبث بطوق النجاة، لا تفتح فمك."[2]

والمفهوم من هذه الاستراتيجية هو أساسها التوجيه خلال استعمال هذه الاستراتيجية لا تعطي قيمة للشخص المرسل إليه مهما كانت صفته أو مرتبته، فهو مرغم على الاستماع للتوجيه.

3- أمثلة عن الاستراتيجية التلميحية: تستعمل هذه الاستراتيجية الأسلوب الغير مباشر والغرض منها هو إفهام المتلقي للرسالة دون استعمال الأسلوب المباشر، وهي بما يسمى الرسائل المشفرة وهذا يقتصر على الكفاءة التداولية لكلا طرفي الخطاب.

[1] المصدر السابق، ص**270-271**.

[2]/ المصدر السابق، ص **329 – 330**.

ولفهم هذه الاستراتيجية نستند على أمثلة أوردها الشهري في كتابه حين قال " ولو نظرنا في الأمثلة التالية، لوجدنا أن لكل منها في الأصل معنى مباشرا وله بالتالي قوة إنجازية حرفية كما تدل على ذلك ألفاظه حسب ما تواضع عليه في اللغة فالخطاب التالي:

أ- هل تتكرم باقتراضي عشرة ألاف ريال؟

ب- قالوا قديما: احفظ قرشك الأبيض ليومك الأسود.

يمثل مقطعا من حوار بين كل منهما مرسل تارة ومرسل إليه تارة أخرى بالتناوب، إذ يدل خطاب (أ) من خلال شكله اللغوي البحث على إنجاز قوة الخطاب الحرفية (السؤال) بدلالة استعمال أداة الاستفهام اللغوية (هل) ومع ذلك إلا أن الدلالة الشكلية لا تكفي فالاستفهام لم يكن هو القصد المباشر في الخطاب بل كان القصد هو الالتماس ويعد توظيف الفعل (تتكرم) علامة على التأدب مع المرسل إليه، وعلى هذا فالأدوات اللغوية هي من العلامات الدالة على قصد المرسل.

وفي المقابل يبدو من ظاهر اللغة أن المرسل في (ب) ينجز فعلا إخباريا باستعمال الفعل (قالوا) ليصبح الإخبار هو قوة الخطاب الإنجازية فهل يصدق هذا؟[1].

في المثال السابق يظهر الرفض لطلب بأسلوب غير مباشر كقوله - لا – بل قام بإعطاء مثال يوحي به ويلمح على رفضه لاستعارة المال، وهذا أساس الاستراتيجية التلميحية.

4- أمثلة عن استراتيجية الإقناع: تتمركز هذه الاستراتيجية في الخطاب الحجاجي لأن الغرض من الخطاب الحجاجي استعمال الحجج والبراهين لإقناع الطرف الثاني من الخطاب ومحاولة إظهار وجهة نظر معينة أو تبليغ رسالة بطريقة اقناعية مستعملا وسائلا تدعم الفكرة المراد إيضاحها أو تبليغها وبهذا المثال الذي أورده الشهري نفهم ماهية الإقناع حين أورد قائلا: "... فقد ينتج المرسل خطابه انطلاقا من سلوك المرسل إليه كما في الحوار التالي:

- سأل القاضي الشاهد وهو يستجوبه في قضية قتل: هل رأيت الطلقة النارية؟

[1]/ المصدر السابق، ص **367 – 368**.

- لا بل سمعته يا سيدي
- هذا ليس دليلا كافيا.

وعندئذ أدار الشاهد ظهره للقاضي، وضحك ضحكة عالية فسأله للقاضي في استنكار:

- لماذا تضحك؟
- فقال الشاهد: هل رأيتني وأنا أضحك؟
- قال القاضي: لا، بل سمعتك.
- عندها قال الشاهد: وهذا ليس دليلا كافيا.

فقد استند الشاهد بوصفه مرسلا على سلوك القاضي بوصفه مرسلا إليه ليثبت حجته ويقنعه بإمكان صدقها مما يدفع القاضي لقبول شهادته"[1]، من المثال السابق نلحظ حضور آلية الإقناع، وبالدليل المنطقي حيث أصبح الشاهد في موقف ردا بحجة واقعية مما دفع بنفسه إلى أن تقبل شهادته بشكل قوي وأكثر حرص على الإدلاء بشهادته وأسمع الحجج المتوفرة لديه واستعمل سلوك القاضي ضده فمفاد الإقناع إتيان الحجة والدليل للوصول إلى القصد.

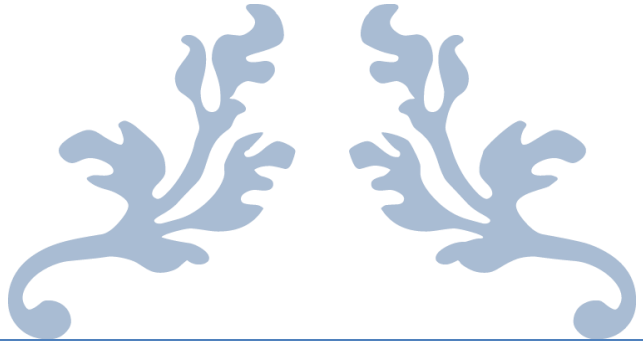
وقد أورد الشهري مثالا آخر يوضح فيه معنى الإقناع فقال: " فقد يؤيد المرسل دعواه بدليل أو أدلة حجاجية تارة، وقد يغفلها تارة أخرى، وذلك عندما يعتقد أن الوضع المرسل إليه لا يستدعيها مثل: زيت بترومين أفضل زيوت يطيل عمر المحرك، لزوجة عالية، لون ذهبي.

إذ يفترض المرسل هنا أن المرسل إليه لا يسلم له بأفضلية منتوجه (الزيت) لذلك يستدل بحجج معينة، يعتقد أن المرسل إليه إذ يسوق له عددا من الحجج تتناسب مع معرفة المرسل إليه والتي قد يقبلها إذا ما فكّر فيها، لأنها ممكنة ولأنها من مواصفات تصنيع هذا النوع من الزيوت"[2]، فالمثال السابق كان عبارة عن ترويج منتج، ولتحقيق أكبر عدد من المبيعات يجب أن يعرض مزاياها

[1]/ المصدر السابق، **ص455**.

[2]/ نفسه ، **458**.

وخصائصه لذلك استعمل المرسل كلمات إغرائية مثل: يطيل عمر المحرك، لون ذهبي، ... وهذا ما استند عليه كحجج لإقناع الزبون وتحقيق الهدف من الخطاب.



الخاتمة

مما تقدّم من عناوين هذا البحث نستخلص منه بعض المفاهيم اللسانية التي كانت نقطة إبهام واستفهام لجميع الباحثين أصحاب تخصص الدراسات اللغوية بجميع مستوياتها وتفرعاتها، سواء تحليل الخطاب أو التداولية.

– أخذنا من هذا الكتاب القيم ما عسر فهمه وقلت الدراسة فيه وكان المبحث الأول معنونا بالقصدية الذي انقسم إلى مطلبين مفهوم القصد ومستوياته بالدلالة.

– المطلب الثاني الذي كان عمليا وتطبيقيا، حمل عنوان :تطبيقات القصدية عند الشهري، فالمطلب الأول دققنا في مفهوم القصد في الخطاب، وهذا تأثيره في فهم وانتاج الخطاب، ولنثبت هذا المفهوم كان ينبغي علينا أن نتوسع في المطلب الثاني محللين الدراسة التطبيقية للقصدية عند الشهري، فأخذنا منه بعض الأمثلة التي تدور حول محور القصدية.

– وبعد هذا تطرقنا في بحثنا إلى المبحث الثاني المعنون بالسياق الذي يتفق فيه جميع العلماء والباحثين اللغويين على أهميته في وضعية وحالة المتخاطبين والرسالة وكيفية طرحها للغير، فقام الشهري بتوضيح أهميته البالغة في التحليل ، وأدرك بدراسته ذلك وتوصل إلى نتيجة مفادها عدم الاستغناء عن السياق، والذي كان عنوان مطلبنا الأول من المبحث الثاني خلال الدراسة أدركنا ذلك فعرفنا أن السياق والخطاب شيئان لا يمكن الفصل بينهما ، وبذلك أصبحا وجهين لعملة واحدة، ولنثبت مصداقية ما نقول كان علينا اللجوء إلى أمثلة وتطبيقات الشهري في كتاب استراتيجية الخطاب فأخذنا منه ما أخذنا من أمثلة لتوضح موضوع السياق بشكل دقيق.

– أما عن محور موضوعنا فيرتكز عن الاستراتيجيات في الخطاب كان عنوان المبحث الثالث والذي يعدّ من أهم انجازات الشهري؛ لأنه وضح كل استراتيجية، واختص بسّمات لها على حسب الاستعمال ونوع الخطاب مع استخدام آليات السياق للولوج بالقصد من الرسالة إلى المتلقي وإعطائه المعنى الدقيق من الخطاب، وأضفنا بعض تطبيقات كل استراتيجية على حدة لنوضح ماهية اختيار الاستراتيجية المناسبة للخطاب المناسب.

- ولنكون قد اطلعنا على أهم المعطيات التداولية لهذا الكتاب من منطلق فكرة هذا البحث نستخلص أهمية استراتيجية الخطاب ومعايير تصنيفها، حيث إنّ هذه الأخيرة كانت محور البحث الذي هو النقطة الجوهرية في تحليل الخطاب والتداولية بشكل عام ، كما أن تأليف الخطاب يستند إلى عدة آليات وأدوات قد ذكرناها في بحثنا، وعليه نستنتج أن اللغة هدفها التواصل والمعرفة وتقريب المفاهيم وهذا ما انبنت عليه التداولية.

- وبهذا نكون قد قربنا المفهوم قدر الإمكان، ومن الاقتراحات التي قد تصبح ومضة علمية أو أبحاثا تساعد في تقريب وتسهيل التداولية، فيمكن على أي باحث قصد النظر لنفس الموضوع التوجه إلى كتاب استراتيجيات الخطاب ومطالعة مفاهيمه خاصة أصحاب التخصص ، ولا يمكن تناسي كتب المتوكل الذي لفت انتباهي دقة تحليله وأمثلته المتنوعة بتنوع لهجات العربية ، وأقترح أيضا أن تكون بعض عناوين مذكرات التخرج القادمة الخاصة بمذكرات التخرج على كتبه، فعلى سبيل الاقتراح بعض العناوين :

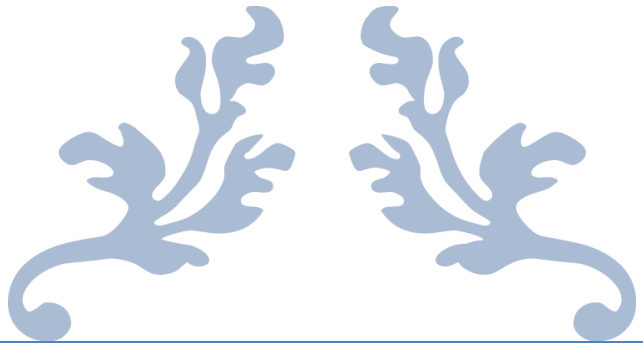
1- أسس التداولية في كتاب الوظيفة بين الكلية والنمطية،

2- المنهج الرياضي وطريقة التحليل للمتوكل في كتابه،

3- الوظائف التداولية في اللغة العربية للمتوكل،

4- المفاهيم التداولية في كتاب تحليل الخطاب لجون براون وجون بول.

وفي الختام أسأل الله أن يتقبل عملي هذا خالصا لوجهه الكريم وما توفيقي إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب. والحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على صحابته الغرّ الميامين.



المصادر والمراجع

- **القرآن الكريم برواية ورش عن نافع.**
- **الكتب:**

1) أحمد المتوكل، الوظيفية بين الكلية والنمطية، دار الأمان للنشر والتوزيع، الرباط، المغرب، ط1، 2003م

2) بول ريكو، نظرية التأويل الخطاب وفائض المعنى، ت/ سعيد الغانمي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ط2، 2006م.

3) ج.ب. براون، ج. يول، تحليل الخطاب، ت/ محمد لطفي الزليطني، منير التريكي، جامعة الملك سعود، 1997م.

4) جميل حمداوي، نظريات الحجاج.، ددن، د.ت.

5) الرماني، معاني الحروف، تح/ الشيخ عرفان بن سليم العشا حسونة الدمشقي، المكتبة العصرية، بيروت، لبنان، ط1، 2005م.

6) صابر الحباشة، لسانيات الخطاب الأسلوبية والتلفظ والتداولية. دار الحوار للنشر والتوزيع، سوريا، ط1، 2010م.

7) صحيح البخاري أبو عبد الله محمد بن اسماعيل البخاري الجزء 07 الطبعة الخامسة 1414هـ-1993م

8) عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجية الخطاب مقاربة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، لبنان، ط1، 2004 م

9) عبده الراجحي، التطبيق الصرفي، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2009م.

10) علي زوين، منهج البحث اللغوي بين التراث وعلم اللغة الحديث، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ط1، 1986م.

11) محمد علي الخولي، علم الدلالة (علم المعنى)، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الأردن، 2001م.

12) مسعود صحراوي، التداولية عند علماء العرب، دار الطليعة، بيروت، لبنان، ط1، 2005م.

13) المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، جمهورية مصر العربية، ط4، 2004م.

المذكرات والأطروحات:

14) بن يحي نعوس، تحليل الخطاب في ضوء لسانيات النص دراسة تطبيقية في سورة البقرة أطروحة دكتوراه في لسانيات النص، جامعة وهران2012-2013

15) محمود السعران: علم اللغة نقلا عن بوزبوجة عبد القادر (نظرية السياقية عند اللغويين والبلاغيين العرب) أطروحة دكتوراة، جامعة وهران، السنة الجامعية: 2007/2006م.

16) عمر بوقمرة، مقال البحث التداولي من الإرهاصات إلى التأويلية إلى الأفعال الكلامية جامعة الشلف منقولا من الإنترنيت

الملخص:

مفهوم الخطاب يقتصر على التواصل وينبني على آليات واستراتيجيات معينة، وأن الخطاب يستند على استراتيجيات عديدة وخاصة لكل ميدان، وفي التحليل يتضح ذلك مع التفرع في دراسته إلى الجوانب اللغوية والمعروفة كـ: الصرفية، والمعجمية، والدلالية، والنحوية، والصوتية.

وللسياق أثر في إنتاج الخطاب وأهميته في المقصد من الخطاب وفهم معناه وللخطاب أنواع عديدة من الاستراتيجيات التي ينبني عليها الخطاب، ونعد منها أنواعا كالاستراتيجية التلميحية والتوجيهية، والاستراتيجية التضامنية، والاستراتيجية الاقناعية تختص كل من هاته الاستراتيجيات بميدان معين كـ: السياسي، والثقافي، والاجتماعي، والتربوي.

Abstract :

The concept of discours Is limited to communication and is based on certain mechanisms and strategies, and that discourse is based on many strategies, especially for each field.

The context has an impact on the production of the discourse and its importance in the intent of the discourse and the understanding of its meaning. The discourse has many types of strategies upon which the discourse is based, and we consider them as types such as the allusive strategy, the directive strategy, the solidarity strategy, and the persuasive strategy, which each of these strategies specializes in a specific field, such as the political, cultural, social and educational

.

الفهرس

فهرس الموضوعات

إهداء	-
الشكر	-
المقدمة	أ- د
المبحث الأول: القصدية من مستويات الدلالة إلى التطبيقات	
تمهيد	**7**
المطلب الاول: **مفهوم المقاصد ومستوياتها في الدلالة**	**7**
المطلب الثاني: **تطبيقات القصدية عند الشهري**	**10**
المبحث الثاني: فعالية السياق في الإنتاج والتأويل	
تمهيد	**14**
المطلب الأول: **مفهوم السياق وعدم إمكانية الاستغناء عنه.**	**14**
المطلب الثاني: **تطبيقات السياق عند الشهري**	**15**
المبحث الثالث: أبعاد الاستراتيجية في الخطاب	
تمهيد	**18**
المطلب الأول: **الاستراتيجية (المعايير والأنواع)**	**18**
المطلب الثاني: **تطبيقات الاستراتيجية عند الشهري**	**54**
الخاتمة	**58**
المصادر والمراجع	**61**
الملخص	**64**
الفهرس	**66**