

استراتيجيات الخطاب السياسي من المنظور التداولي

أ.ناوي نبيلة¹

ملخص :

إن الخطاب السياسي من الموضوعات التي أعطاها البحث العلمي الحديث اهتماما كبيرا. لما لهذا الأخير من دور فعال في تحقيق الأهداف السياسية .و اللسانيات من بين الحقول المعرفية التي قامت بتسليط الضوء على أثر الخطاب السياسي في المجتمع من خلال المقاربة التداولية التي تقوم بدراسة قوة فعل القول و أثره على المتلقي.

Abstract

The political discourse is one of the topics that the modern Scientific research has given a much attention for the active role that it plays in achieving political goals. And the linguistics among cognitive fields that highlight the Impact of Political discourse in society through the pragmatic approach to study the force of say and its Impact on the recipient.

مقدمة :

بعد الحرب العالمية الثانية شهدت مناهج تحليل الخطاب السياسي تطورا كبيرا. في شتى التخصصات. لأنه بمثابة المطية التي يستعملها السياسي للوصول إلى مبتغاه . وتعتبر اللسانيات من بين الحقول المعرفية التي احتوت الخطاب من جميع جوانبه، وما يهمنا هي المقاربة التداولية لأنها تختص بدراسة العلامة اللسانية في الحياة الاجتماعية .

إذ نجد السياسي يوجه خطابه إلى كافة طبقات المجتمع الذي يسعى من خلاله للوصول إلى غاية معينة ، هذا ما يدفعنا إلى طرح الإشكال التالي :

- ما هي الاستراتيجيات التي يستعملها السياسي في خطابه من المنظور التداولي ؟

(1) تعريف الخطاب :

- لغة : فلفظة (خطب) من الجذر اللغوي (خ ط ب) وخطب الناس وفيهم وعليهم . أي ألقى

عليهم خطبة .و خاطبه ، مخاطبا وخطابا : كالمه و حادثه ، أي وجه إليه كلاما ، وقد قيل قديما

: خاطبه في الأم حدثه بشأنه²

مراجعة الكلام ، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطابا . وهما يتخاطبان . والمخاطبة صيغة مبالغة تفيد الاشتراك والمشاركة في فعل ذي شأن .فصل الخطاب : أن يفصل بين الحق والباطل ويميز بين الحكم

وضده³

¹ طالبة دكتوراه كلية الآداب واللغات، قسم اللغة العربية وآدابه، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان.

- اصطلاحاً :

- إن الخطاب رؤية معينة للغة المستخدمة في المجتمع أو طريقة في التعبير اللغوي عن الفعل الاجتماعي ، وهو بهذا المعنى عنصر يشارك في تكوين الأحداث الاجتماعية ، ويسهم في إحداث تغيير في معارف الناس ومواقفهم وقيمهم⁴
- 1-1 عند العرب : ورد لفظ الخطاب في القرآن الكريم في عدة مواضع منها :
- . بصيغة الفعل ثَاتَّأَ تَحْتَ تَهْ ثَرَجُ جِ حَجْرٌ خَجْمٌ سَجَسَدٌ الفرقان: ٦٣ . المصدر ثَاتَّأَ ذُرَىٌّ^٥ نَزْنَمُ النَّبَأُ: ٣٧
- ٥. فقد ورد لفظ الخطاب في المعاجم العربية ، والخطاب انجاز في المكان يقتضي لقيامه شروطا ، أهمها المخاطب والخطاب والمخاطَب⁶
- يستطيع المتتبع لمؤلفات الأصوليين أن يجد إفصاحا بهذا المصطلح داخل سياقات متعددة ولكن هذا الإفصاح في أغلبه لا يتجاوز النظرة اللغوية التي تربط المصطلح بأصله المعجمي ، وفي لسان العرب يقول ابن منظور " والخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام ، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطابا وهما يتخاطبان " أما من ناحية الاستعمال الأصولي للفظ فإننا أبا بكر الجصاص يكثر من استعمال المصطلح مع ربطه بأصله المعجمي الدال على الكلام في " باب القول في دليل الخطاب وحكم المخصوص بالذكر " فالمقصود عندهم بالخطاب هو الكلام الشرعي وما يمكن أن يكون فيه من دلالة . وقد كان هذا الاستعمال سببا في الاهتمام بمحاولة ضبط معنى المراد بالمصطلح فتم إدراج تعريفات له في سياق تعريف الحكم الشرعي الذي هو ثمرة عملية الاستنباط ، وهذا لأن الحكم الشرعي إنما يتم عبر عملية تحليل لخطاب الشارع.⁷
- و أحسن تعريف للخطاب عند الأصوليين قول الامدي (631 هـ) : " انه اللفظ المتواضع عليه المقصود به إلهام من هو متهيء لفهمه " وفي هذا التعريف مجموعة من الخصائص نلخصها فيما يلي :
- توفر المواضعة شرط في ألفاظ الخطاب ليحصل بها الفهم والإفهام .
- خاصية التوجيه في الخطاب والتي تعني أن الخطاب لا بد أن يكون متوجها من متكلم إلى مستمع أو مخاطب، وهذا وجه من وجوه الاهتمام بالقصد في الخطاب ، إذ إن التوجيه يستلزم بالضرورة وجود القصد في الخطاب الموجه .
- إن الخطاب يحتوي قصدين : قصدا من الكلام وقصدا للإفهام ، وهذا الازدواج في القصد لا يضر بعملية الاستنباط المرادة من النظر من الخطاب ، بل هو يخدمه من جهة أن القصد من

الكلام خصوصا أو ملفوظات مخصوصة متعلق بنصوص معينة من الخطاب ، بينما القصد من الإفهام هو قصد عام يشمل الخطاب إجمالا .

- أنه لابد للخطاب من متلق موجه إليه يسعى إلى فهمه وفهم المقصود منه ، كما أنهم اشترطوا في هذا المتلقي للخطاب أن يكون متهيئا لفهمه لذلك جعل الأصوليين من شروط النظر في الخطاب وتحليله توفر معرفة لدى المخاطب .

هذه الخصائص تبرز جانبا من جوانب التحليل التداولي لديهم ، فهي تطرح أهم نقطتين يركز عليهما الدرس التداولي هما : القصد والسياق .⁸

إن لفظ الخطاب يتكرر كثيرا بالاقتران بوصف آخر مثل : الخطاب التاريخي ، الخطاب الثقافي ، الخطاب الصوفي ، الخطاب السياسي ، الخطاب الاجتماعي .

لذلك ورد الخطاب بتعريفات متنوعة في هذه الميادين العديدة ، بوصفه ، فعلا يجمع بين القول والعمل ، وقد ورد لفظ الخطاب في القرآن الكريم بصيغ متعددة⁹

. صيغة فعل الأمر في قوله تعالى : وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا

خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا ﴿٦٣﴾ سورة الفرقان الآية 63

رَبِّ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا الرَّحْمَنُ لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ خِطَابًا ﴿٦٤﴾ سورة النبا الآية

رقم 78

وَشَدَدْنَا مُلْكَهُمْ وَءَاتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابِ ﴿٦٥﴾ سورة ص الآية رقم 20

لان الخطاب عبارة عن كون الإنسان قادرا على التعبير عن كل ما يخطر ببال ، ويحضر في الخيال، بحيث لا يختلط شيء بشيء، يفصل كل مقام عن مقام¹⁰

أما في الأدبيات الحديثة فقد نال التعدد والتنوع ، وذلك بتأثير الدراسات التي أجراها الباحثون ، حسب اتجاهي الدراسات اللغوية الشكلية والدراسات التواصلية ، وهذان المفهومان هما :

الأول : أنه ذلك الملفوظ الموجه الى الغير ، بإفهامه قصدا معينا .

الثاني : الشكل اللغوي الذي يتجاوز الجملة .¹¹

المفهوم الأول يوضح تعدد مدلول العلامة اللسانية فهي تحمل دلالة واحدة لغويا فتتعدد دلالتها في مستوى الخطاب ، لأنه ميدان استعمالها . أما المفهوم الثاني فيعتني بانسجام عناصر الخطاب وترابط وحداته وتركيبه ومعرفة علاقة مكوناته ومناسبة بعضها للبعض الآخر ، وذلك على مستوى بنيته المنجزة .

حيث يرى بنفسه أن الجملة ليست بعلامة ولكن وحدة من الخطاب لا يمكن فصلها إلى مجموعة مكوناتها إلا بالاعتماد على وظيفة الإسناد *Prédication* أي وضعها في علاقة مع المرجع من جهة ، وإخبار المتلفظ وإثباته من جهة أخرى.¹²

إذا كان الخطاب لا يقف عند حدود الجملة ، ولكن يقتحم وراءها وما بعدها أي الاهتمام بمختلف مستوياتها ، وبذلك تنتقل من الجملة ومن ميدان اللغة كنظام من الأدلة إلى عالم تعتبر فيه اللغة وسيلة للتواصل ، والعبارة هي الخطاب ¹³ *L'expression est le discours* و عرف ج ديوي Dubois. ز الخطاب على أنه " هو اللغة أثناء استعمالها إنها اللسان المسند إلى الذات المتكلمة " ¹⁴ فاللغة ووظيفتها تمثلان موضوعا يثير دائما نقاشات حادة .فالبعض يرى إن اللغة وظيفة اجتماعية والبعض الآخر يرى أن لها وظيفة معرفية¹⁵

وتتجسد الوظيفة التفاعلية والتفاعلية للغة من المنظور التداولي على أن الخطاب أيا كان نوعه يتجسد من جملة من العناصر الأساسية هي :

. المرسل: فبدونه لا يكون هناك خطاب، لأنه طرف الخطاب الأول الذي يتجه به إلى الطرف الثاني ليكمل دائرة العملية التخاطبية، بقصد إفهامه مقاصده أو التأثير فيه .ولذلك فانه يختار ما يتناسب مع منزلته ومنزلة المرسل إليه، بما يراعيه عند إعداد خطابه، وفق ما يقتضيه موقعه ، إما الموقع الاجتماعي أو الموقع الوظيفي أو غيرهما . كما يتوخى اختيار ما يتناسب مع السياق العام . كما أن مقاصده و أهدافه تتنوع بتنوع بعض العناصر السياقية مما يفرض عليه أطرا معينة لا بد أن يستجيب لها ، فان كان هدفه الإقناع لأنه يختار من الأدوات اللغوية و الآليات الخطابية ما يبلغه مراده ، وان كان هدفه السيطرة مثلا ، فانه يعمد إلى الأدوات التي تكفل تحقيقها . وتتعرض هذه العوامل بشتى ضروبها في شكل الخطاب و آلياته ، وتصبح عنصرا فعالا في تحقيق الخطاب آثاره ونتائجه¹⁶

. المرسل إليه : وهو طرف الخطاب، واليه تتجه لغة الخطاب التي تعبر عن مقاصد المرسل. وعليه فانه يمارس ، بشكل غير مباشر، دورا في توجيه المرسل عند اختيار أدواته وصياغة خطابه، وذلك بحضوره العيني أو الذهني، انطلاقا ، انطلاقا من علاقاته السابقة بالمرسل وموقفه منه ومن الموضوعات التي يتناولها الخطاب . كل ذلك يترك أثره بوصفه هو الذي يمارس تفكيك الخطاب ويؤوله ، لمعرفة مقاصد المرسل وأهداف الخطاب التي يرى أنه يريد تحقيقها .¹⁷

. السياق : وهو الإطار العام الذي يسهم في ترجيح أدوات بعينها واختيار آليات مناسبة لعملية الإفهام والفهم بين طرفي الخطاب . وذلك من خلال عدد من العناصر . فمن عناصر العلاقة بين المتخاطبين

سواء أكانت سلبية أم ايجابية ، ولذلك فعدم وجودها يعد توجيهها للمرسل في اختياراته . كما أن الزمان والمكان اللذين يتلفظ فيهما المرسل بخطابه من عناصره الهامة ، فما يصلح لزمان قد لا يصلح لآخر وما يناسب مكانا قد لا يناسب مكانا آخر ، فمعرفة عناصر السياق تسهم في عملية التعبير عن المقاصد والاستدلال لإدراكها .

وعليه فإن اختيار الأدوات والآليات اللغوية يعد انعكاسا للعناصر التي تشكل في مجموعها سياقاً معيناً يبرز من خلال لغة الخطاب ، وبمعرفته يمكن تفكيك هذه اللغة للوصول إلى المعنى المقصود أو الغرض المراد .¹⁸

2 . التداولية كتيار في دراسة الخطاب :

يتعين علينا تحديد مضامين هذا التيار في دراسة الخطاب وتحليله ، باعتباره مجموعة من الأقوال غير المصرح بها يبينها المتخاطبون في شكل استنتاجات تخضع لمعطيات السياق ، وقد وضع أسس هذا التيار الفيلسوف الإنجليزي جرايس ، أثناء وصفه لما سماه مبدأ المشاركة و أحكام المحادثة . كما أن مقاصده وأهدافه تتنوع بتنوع بعض العناصر السياقية مما يفرض عليه أطراً معينة لا بد أن يستجيب لها ، فإن كان هدفه الإقناع فإنه يختار من الأدوات اللغوية والآليات الخطابية ما يبلغه مراده ، وإن كان هدفه السيطرة مثلاً، فإنه يعتمد إلى الأدوات التي تكفل تحقيقها¹⁹

3 . قوانين الخطاب :

3-1 مبدأ المشاركة :

يشكل هذا المبدأ عند جرايس العمود الفقري للنشاط الكلامي، إذ أنه يمك المتخاطبين من ضمان عدم انقطاع التواصل، لذلك فإن كل طرف من الخطاب يعترف لنفسه وللآخر بالحق في التناوب على الكلام²⁰

لقد قام جرايس بوضع أربعة أحكام ، إذ تمثل الأسس التي تشكل النشاط الكلامي وتواصله وتتمثل في :
 . حكم الكمية : ويتمثل في إعطاء المتكلم للمستمع القدر اللازم من المعلومات ليتحقق التبادل الكلامي . فالمطلوب منه أن يكون أكثر إخباراً .

. حكم الصدق : يضطر المتكلم في هذا الحكم أن يكون صادقاً فيما يقول ، بتجنبه الكذب .

. حكم المناسبة : يضطر المتكلم بحكم المناسبة أن يجعل كلامه مناسباً لموضوع الخطاب .

. حكم البيان والوضوح : يطلب من المتكلم بموجب هذا الحكم أن يكون أكثر إفصاحاً وإيجازاً ، وأبعد عن الغموض والإبهام .²¹ ليتم صياغة هذه الأحكام على شكل القوانين وتتجلى في الآتي :

حكم المناسبة = قانون الافادة .

حكم الصدق = قانون الصدق .

حكم الكمية = قانون الاخبارية .

حكم البيان = قانون الشمول .²²

3-2 قانون الإفادة : إن هذا القانون، يعتبر المحور الذي تنتظم حوله القوانين الأخرى ، لان الكلام

كله يتوقف على مدى استفادة المستمع من كلام المتكلم يقول ويلسون وسبرير "إننا نعترف بأن كل الأحكام تنصوي تحت مسلمة الإفادة ، التي هي أكثر دقة وصحة من الأحكام الأخرى " ²³

3-3 قانون الصدق : يتمثل الصدق في قول الحقيقة كما هي موجودة في الواقع ، وكما يعتقد

المتكلم في إدراكه للواقع ، وتعتبر هذه الصفة أصلا وعرفا في الخطاب، يقول جرايس " من الأسهل أن نقول الحقيقة من أن نكذب" وان اعتبر الكذب أصعب شيء في عملية التخاطب ، فيتعذر على اللغة

الاستغناء عنه ، تقول أوركيني " لا يمكننا تصور لغة عكس هذه القاعدة " ²⁴

انه يبقى على السياق الكشف عن ميزة الصدق، وتبيان ذلك عن طريقة أفعال دالة على التوكيد،

الإقرار، الإثبات ، القسم، والخطاب السياسي ضمن هذه الميزات من النصوص التي لا تحتاج إلى علامات

دالة على الصدق لأن ذلك من الأمور المستبعدة .

3-4 قانون الاخبارية : هو الشرط الذي يخضع له الكلام، والذي هدفه إخبار السامع، ولا يمكن أن

يتم ذلك إلا إذا كان هذا الأخير يجهل ما يشار إليه ²⁵

3-5 قانون الشمول : يتلخص هذا القانون في إعطاء المتكلم المستمع كل المعلومات اللازمة والتي

هي في حوزته، و يلح غرايس على أن تحتوي مساهمة المتكلم على أكبر عدد ممكن من المعلومات ،

فيكون كلامه بالتالي شاملا ، ويحدد ديكر ذلك بقوله : " إن المتكلم يجب أن يعطي المعلومات

اللازمة التي بحوزته عن موضوع الخطاب، والتي من شأنها أن تتفع المخاطب " ²⁶

نلاحظ أن قانون الإخبار والشمول يشكل الإخبار القصد والغرض من التخاطب بصفة عامة

، وهو من الأسس التي يتجسد بواسطتها الفكر، وينقل إلى المتلقي، فالمخاطب ضمن هذا الأساس

يعمد إلى إعطاء عدد من المعلومات من الضرورة أن تكون شاملة وعامة ، بمعنى عدم احتكار

المعلومات لإخبار المتلقي (المخاطب) ، وتزويده بمعارف لم يسبق له معرفتها من قبل، "ديكور":

على المخاطب تقديم المعلومات اللازمة والتي يملكها عن موضوع الخطاب وغرضها إفادة

المخاطب " . وفي الخطاب السياسي كثيرا ما يتفادى المخاطب الإكثار من الكلام لأن ذلك يؤدي

به إلى الشرح و التحليل ، و الإتيان بالحجج والبراهين....فهو يتجه إلى التأثير في المخاطب بالتحايل عليه .²⁷

3-6 متضمنات القول:

إن معرفة الأقوال المتضمنة يتم بمعرفة قوانين الخطاب .والحديث عن قوانين الخطاب في هذا السياق هو حديث من مجمل الشروط النفسية والموضوعية التي تحيط بالعملية التخاطبية والخطاب .²⁸ إن الكلام لا يعني دائما التصريح، بل يعني أحيانا حمل الشخص الذي يوجه إليه على التفكير في شيء غير مصرح به .وهو كلام متضمن في القول الصريح .وقد يسعى المتكلم في توظيفه لمتضمنات القول إلى ادعاء شيء ما ، وإذا قبل بالردع أو النفي تخفى وراء تصريحه مع نفيه لما اعتقده المخاطب، فمتضمن القول في هذه الحال يقوم على القصد والحدس ، أي قصد المتكلم وحدس المخاطب .ويدعى هذا النمط بالقول المضمّر sous-entendu ويكثر هذا الاستعمال في المناقشات والمساجلات بين الأحزاب والشخصيات السياسية ، حيث نجد أن المتكلم فيها يسعى إلى :

. شرح فكرته وبرنامجه لمستمعيه المباشرين وغير المباشرين .

. إبعاد ذهن المخاطب عن كل ما من شأنه كشف عيوبه .

. محاولة الحط من قيمة أفكار خصمه وهذه العمليات الثلاث تحدث بطريقة متزامنة وغير مصرح بها، وكل ذلك يفسر لنا لجوء المتكلم المستمر إلى تجنب التصريح، وقد تكون التأدية الحسنة والإبلاغ الفعال هما الغاية في لجوء المتكلم إلى استعمال متضمنات القول ، إذ يقال التلميح أبلغ من التصريح .²⁹

4- ماهية الخطاب السياسي :

يراد به خطاب السلطة الحاكمة في شائع الاستخدام ، وهو الخطاب الموجه عن قصد إلى متلق مقصود ، بقصد التأثير فيه و إقناعه بمضمون الخطاب ، ويتضمن هذا المضمون أفكار أساسية ، أو يكون موضوع هذا الخطاب سياسيا " ³⁰

هو كل قول أو فعل يأتيه السياسي في أي موقع حاكما كان أو معارضا ، ولكن السياسة يمكن أن تندس في الخطابات الأخرى فلا يكاد يخلو خطاب في الأدب والفن والثقافة والاقتصاد وغيرها من حضور لسياسة ولوازمها ، وهذا وذاك يتداخلان ، لذلك فمجال الخطاب السياسي يصعب حصر حدوده .³¹

5- استراتيجيات الخطاب السياسي :

يمكن اعتبار النزوع إلى استخدام صيغ التهذيب الإيجابية ، التي تؤكد على التقارب بين المرسل والمرسل إليه ، على أنه إستراتيجية تآزر solidarity strategy ويمكن أن تكون هذه الإستراتيجية الأساس العاملة

بين مجموعة برمتها أو أن تكون خيارا يستعمله متكلم في ظرف .معين لغويا ويتضمن استراتيجيه معينة³².

ويتوخى المرسل لتحقيق ذلك خططا معينة هي التي يمكن أن نسميها استراتيجيات ، وهي استراتيجيات تطرد بعينها، من خلال أنساق لغوية و أدوات معينة ، فتصبح ظاهرة لافتة للنظر ، فتكتسب القيمة التي ترشحها لتستحق الدرس والتحليل في نماذج مختلفة من الخطاب، بوصفها اطرادات لغوية تجسدها كفاءة المرسل التداولية في خطابه . وبوصفها ثمرة لسلسلة من الإجراءات الذهنية التي يقوم بها . ويكون في ذلك كله محكوما بتأثيرات كل العناصر السياقية السالفة ، فيغدو الخطاب عندها علامة على مجموعة من الانتظامات التي تعبر عن التفكير النظري والانجاز اللغوي الذي يرى المرسل أنه الأمثل من بين الإمكانيات التي تتيحها اللغة في جميع مستوياتها ، وذلك للارتفاع بأداء القول وتحقيق ما يريده في خطابه³³.

لا يمكن حصر الاستراتيجيات الخطابية .إلى أنه يمكن تصنيفها تصنيفا شاملا ، لتتظم معاييرها حسب قواعد محددة ، ومن هذه المعايير :

. **معيار اجتماعي :** وهو معيار العلاقات التخاطبية ، بين أطراف الخطاب التي تتراوح قربا وبعدا، علوا أو دنوا وعلى ضوء هذا المعيار نستطيع أن نعين استراتيجيات نصطلح على إحداها بالإستراتيجية التضامنية ،ففيها يصبح طرف الخطاب وكأنهما من الأقران لغة ، ويمكن أن يعبر المرسل عن تلك العلاقة بأدوات لغوية كثيرة، منها على سبيل المثال لا الحصر، الأدوات الاشارية اللغوية التي تقرب البعيد أو تقترب منه، وتجمع الأطراف المتخاطبة ، مثل الضمير (نحن) الذي يدل على الجمع بين طرفي الخطاب . وهناك أيضا الإستراتيجية التوجيهية التي تتجسد من خلال آليات صريحة تسهم في توجيه المرسل للمرسل إليه ، ومن خلالها يبرز دور السلطة الاجتماعية وغير الاجتماعية في إعطائها المرسل نفوذا يمارسه من خلال الأدوات اللغوية . بحيث لا يجد المرسل إلا الامتثال لهذه الإستراتيجية بعد معرفة سياق أطراف الخطاب ومعرفة العلاقة بينهم³⁴.

. **معيار لغوي :** وهو معيار شكل لغة الخطاب .فيتجسد في دلالة الشكل اللغوي، إذ يكون واحدا من صنفين ، إما قصدا مباشرا ، أي أن القصد يتضح من الخطاب مباشرة، وإما قصدا غير مباشر ، بأن يكون المعنى مستلزما من شكل الخطاب .وبالتالي يصبح شكلا يستلزم قصدا غير المعنى الذي يدل عليه ظاهر القول أو الكلام .فقد يستخدم المرسل شكلا ما بقصد تبطين مقاصده ومعانيه، ويرمي من خلاله إلى أمور يتدخل سياق الخطاب في كشفها وتحديدها ويصطلح عليها الإستراتيجية التلميحية و من أبرز الأدوات اللغوية المستخدمة في ذلك أساليب الاستفهام الذي لا يقصد السائل منه أن يسأل عن مجهول ، وإنما الخروج عن ذلك إلى مقصد آخر مثل الالتماس، أو دفع المرسل إليه للاشتراك في خطاب بما يريده

أن يتقوه به، أو أن يفرض الأمر الواقع عليه. ومن آلياتها اللغوية الكثيرة ما يسمى عند الأصوليين بالمفهوم وما يسمى حديثاً بالاستلزام الحواري ، و كذلك كافة أنواع المجاز من استعارة وكناية وتعريض

35

. معيار هدف الخطاب : يعد الهدف الإقناعي من أهم الأهداف التي يسعى الإنسان إلى تحقيقها وهذه الإستراتيجية تسمى إستراتيجية الإقناع ، انطلاقاً من أنّ المرسل يتوخاها لتحقيق مآرب كثيرة .ويستخدم لذلك آليات متعددة، و " حيلة " لغوية مختلفة ، منها ما يخاطب العواطف ، ومنها ما يتعامل مع عقل المرسل إليه مثل الآليات الحجاجية التي يمكنه عن طريق البراعة فيها أن يتخذ الأقوال أدلة تساق أمام المرسل إليه حتى يقنعه دون تلاعب بعواطفه، أو التغرير به ، ويوظف لها كافة العمليات شبه المنطقية التي تتجسد باللغة الطبيعية .³⁶

هناك اختلاف في التعامل بهذه الاستراتيجيات في الخطاب . فقد يستعمل المرسل إستراتيجية واحدة في أصناف الخطاب المتعددة كالخطاب السياسي ، والإداري وديني .وقد يستعمل عدة استراتيجيات في الخطاب الواحد والتقسيم السابق ذكره غير كاف للقيام لتأدية هدف وقصد المرسل من الخطاب . فقد يستعمل هذا الأخير استراتيجيات تتماشى مع صنف آخر من الخطاب له أهداف ومقاصد مختلفة ، هذا يستلزم أن ظاهر الخطاب الشكلي ليس هو المحدد الرئيسي لتصنيف الخطاب . وهذا ما يدفعنا إلى وضع الإستراتيجية كحيز ملائم للتصنيف واحتواء أكثر من صنف من أصناف الخطاب وهذا الحيز يجعلنا إلى تصنيف الخطاب على حسب الغرض إلى خطاب إقناعي ، أو تلمحي أو مباشر .مع مراعاة دور المرسل إليه في رسم مسار الخطاب .

إن الاستراتيجيات في الخطاب لها دور مهم في وصول المرسل إلى هدفه .بوصف الاستراتيجيات هي المنهجية التي توصل المقاصد .و برغم من اختلاف المرسل وتعدد السياق إلى أن هذه الاستراتيجيات تعد القاعدة الأساسية لإنتاج الخطاب ولا بد من تسليط الضوء عليها لإبراز خطواتها .

6 .أنواع الاستراتيجيات :

1-6 الإستراتيجية التضامنية :

تتجسد هذه الإستراتيجية من خلال علامات لغوية معينة ، تشير إلى رغبة المرسل في التضامن مع المرسل إليه، ويرتكز استعمال هذه الإستراتيجية على الإخلاص بقصد التضامن المنزه عن كل غرض ، بحيث يدركه المرسل إليه ، أو يلمسه في الخطاب . ومما يدل على أهمية شرط الإخلاص قول عامر بن عبد القيس " إذا خرجت من القلب وقعت في القلب ، وإذا خرجت من اللسان لم تجاوز الأذان "³⁷

مسوغات الإستراتيجية التضامنية:

- . تأسيس الصداقة بين طرفي الخطاب ، أو إعادتها بين طرفين فرق بينهما الزمن فابتعد كثيرا عن بعضهما البعض .
- . التركيز على حسن التعامل مع صاحب السلطة ، بطريقة تحقق الأهداف وتنقل المقاصد وتؤسس العلاقات الطيبة معه .
- . تحسين صورة المرسل أمام الآخرين لسلطة .
- . تفعيل التضامن في حياة الناس ، بما ينعكس على التفاعل الخطابي وتطوير حقهم في ممارسة الحياة بحرية مع تقليص دور .
- . أهمية استعمالها في الحقول التعليمية ، حيث يكون التأدب والتخلق في الخطاب مع الطالب وسيلة تيسر الفهم، وتزرع الحب .
- . كسب ولاء الناس من الأهداف الرئيسية التي يسعى السياسي إلى تحقيقها ، لجعلهم يؤمنون بصواب القرارات التي اتخذها ، ويتم تحقيق هذا الهدف بحسن استعمالها أنا/ نحن ، في الخطاب ، سواء الشاملة أم القاصرة ، وهذا الشيء ملموس في الحياة السياسية ، ولا غرابة فيه .
- . تفضيل استعمال الإستراتيجية التضامنية عند الاستعداد لخدمة الآخرين، إذ يعزز المرسل ، بذلك الصداقة و الحميمية معهم³⁸.

6-2 الإستراتيجية التوجيهية :

- . تستعمل هذه الإستراتيجية بفرض قيда على المرسل إليه بشكل أو بآخر، وإن كان القيد بسيطا ، أو إن يمارس فضولا خطابيا عليه ، أو أن يوجهه لمصلحته بنفعه من جهة وإبعاده عن الضرر من جهة أخرى .
- ومن هذا المنطلق ، فإن الخطاب ذا الإستراتيجية يعدّ ضغطا وت دخلا ، ولو بدرجات متفاوتة، على المرسل إليه ، وتوجيهه لفعل مستقبلي معين . وهذا هو سبب تجاوز المرسل لتهديب الخطاب . من خلال استعمال بعض الأساليب والأدوات اللغوية التي لا تتضمن بطبيعتها ذلك³⁹.

مسوغات الإستراتيجية التوجيهية :

- . عدم التشابه في عدد من السمات مثل : السمة المعرفية أو عند الشعور بعدم تطابق الأمزجة ، أو اتحاد الهدف ، وانتقاء الحاجة للسعي إلى ذلك .
- . عدم وجود تكرار في الاتصال بين طرفي الخطاب .
- . الشعور بالتفاوت في مستوى التفكير بين طرفي الخطاب ، مما يؤثر في فهم كل منها لطبيعة الآخر .

- . تهميش ما قد يحدثه استعمال هذه الإستراتيجية من أثر عاطفي سلبي على المرسل إليه ، فيقصي المرسل اعتبار هذه التأثيرات على نفسية المرسل إليه ، متجاهلا إياها .
- . تصحيح العلاقة بين طرفي الخطاب غير المتكافئين في المرتبة، وإعادتها إلى سيرتها الأولى .
- . رغبة المرسل في الاستعلاء، أو الارتفاع بمنزلته الذاتية وقد يتضح هذا في خطاب مظلوم .
- . إصرار المرسل على تنفيذ قصده عند انجاز الفعل ، وعلى حصول أقصى مقتضى خطابه .
- . حصول تجد واضح للمرسل أو لتعليماته ، أو تحد ضد الأنظمة والتعليمات العامة .
- . مناسبة السياق التفاعلي لاستعمال التوجيهية .

3-6 الإستراتيجية التلميحية :

هي الإستراتيجية التي يعبر بها المرسل عن القصد بما يغير معنى الخطاب الحرفي لينجز بها أكثر مما يقوله ، إذ يتجاوز قصده مجرد المعنى الحرفي لخطابه ، فيعبر عنه بغير ما يقف عنده اللفظ مستثمرا في ذلك عناصر لسياق⁴⁰

وبما أن التلميح أبلغ من التصريح والأجدر بتجاوز استجابات قد تكون في غير صالحه . وقد صرح " أوبرسفيدل " انطلاقا من ذلك بأن دراسة الحوار تقف على عمليات ثلاث :

1. تحديد الوضعية الخطابية لمختلف المتكلمين، بمعنى التأكد على وضعيتهم الكلامية التي ظلت غير مرئية ومضمرة بفعل معاني الأقوال .
2. البحث عن مختلف الافتراضات المسبقة التي تتحكم في الحوار ذاته .
3. الكشف عن مختلف الأقوال مع التركيز، على خلفياتها التاريخية التي من شأنها مساعدتنا على فهم الكيفية التي توظف بها الأقوال المقررة والصريحة .⁴¹

مسوغات استعمال الإستراتيجية التلميحية :

- . يختار المرسل الإستراتيجية التلميحية استجابة لدوافع سياقية، تجعله يعدل عن استعمال الخطاب . ويمكن الإشارة إلى أهم المسوغات التي ترجح استعمال المرسل للإستراتيجية التلميحية ، وهي كما يلي :
- . التأدب في الخطاب ، وهو من أهم الأسباب ، إذ يستعملها المرسل مراعاة لما تقتضيه بعض الأبعاد .
- . إعلاء المرسل لذاته على حساب الآخرين وإضفاء التفوق عليهما ، بنكر عيوبهم أو الإنقاص من أقدارهم .

. رغبة المرسل ، أحيانا في التملص والتهرب من مسؤولية الخطاب ، وذلك بجعل الخطاب يحتمل أكثر من تأويل ، منها القريب ومنها البعيد ، فيختار المرسل إليه من التأويلات الممكنة ما يعتقد أنه الأنسب للسياق ، مع استباق الفرصة لدى المرسل لينكر وينفي القصد الذي قد يوقعه في ورطة لو أقر بانجاز فعل لغوي معين من خلال خطابه ، مثل إنكاره أنه لم يعمد إلى اتهام المرسل إليه .⁴²

. يستعمل المرسل هذه الإستراتيجية لئلا يتخذ المرسل إليه خطابه دليلا عليه ، ولذلك فقد يجيبه المرسل إليه بخطاب تلمحي يشوبه الحذر أيضا .

. العدول عن محاولة إكراه المرسل إليه أو إحراجه لانجاز فعل قد يكون غير راغب في انجازه . بمنحه فرصة للرفض والمناورة باللغة ، فلا يعمد المرسل إلى إحراجه ، إن كان لا يرغب في تنفيذ ما يريده منه . . الاستغناء عن إنتاج عدد من الخطابات والاكتفاء بإنتاج خطاب واحد ليؤدي مع معنيين هما المعنى الحرفي والمعنى المستلزم في الآن نفسه .

الوسائل اللغوية في الاستراتيجيات التلمحية :

هناك خطوات يسلكها المرسل عند التلطف بخطابه التلمحي ، سواء أكان الخطاب تهكميا ، أم غيره وهذه الخطوات كالتالي :

1. يدرك أن معنى الخطاب الحرفي لن يناسب السياق ، ولن يعبر عن القصد المراد فيختار التعبير وفق الإستراتيجية التلمحية .

2. يبحث عن آلية مناسبة ينتج بها خطابا ليبلغ قصده .

3 يختار الآلية التي تؤدي المعنى المستلزم من الخطاب والمغاير للمعنى الحرفي .⁴³

4-6 إستراتيجية الإقناع : تستعمل من أجل تحقيق أهداف المرسل النفعية، فقد يستعملها وقد

يستعملها المرشح لرئاسة الدولة أو المؤسسة لحمل الناخبين على انتخابه . فقد استنتج

(طه عبد الرحمن) أصلين للتخاطب المبني على قانون علم الكلام. وهذان الأصلان هما

: (العاقلية والمعاقلية) اذ ينبغي للمرسل في العاقلية " أن يكون سلوكه التخاطبي يتحدد

بقصد معين، وكل سلوك قاصد يعتبر عملا بحيث يضبطه المبدأ التالي: ليكن سلوكك

موجها بهدف معين وأن من شروط التعقل : أن يكون بمقدوره تحقيق الهدف المطلوب

44"

ما غيرها من الاستراتيجيات ما يلي :

(أ) أن تأثيرها التداولي في المرسل إليه أقوى، ونتاجها أثبت وديمومتها أبقى لأنها تتبع من

حصول الإقناع عند المرسل إليه غالبا ، لا يشوبها فرض أو قوة .

(ب) فرض قبول القول أو ممارسة العمل على المرسل إليه دون حصول الاندفاع الداخلي أو

الاقتناع الذاتي ، فاقتناع المرسل إليه هدف خطابي يسعى المرسل إلى تحقيقه في خطابه .

(ت) الأخذ بتنامي الخطاب بين طرفيه عن طريق استعمال الحجاج، فالحجاج شرط في ذلك ، لان

من شروط التداول اللغوي شرط الإقناع .

ث) الرغبة في تحصيل الإقناع، إذ يغدو هو الهدف الأعلى لكثير من أنواع الخطاب ، خصوصا في العصر الحاضر، عندما يفضل المرسل استعمال إستراتيجية الإقناع ، حتى لو كان ذا سلطة تخوله استعمال بعض الاستراتيجيات الأخرى ، ومرد ذلك أن المرسل إليه قد تغيرت ثقافته وإدراكه لكثير من الأمور، ولم يعد بالتالي، يتقبل بعض الاستراتيجيات ، كما إن إستراتيجية دغدغة العواطف لم تعد تنطلي عليه .

ج) إبداع السلطة ، فالإقناع سلطة عند المرسل في خطابه، ولكنها سلطة مقبولة إذا استطاعت أن تقنع المرسل إليه ، إذ لا تتحقق إستراتيجية الإقناع نجاحها إلا عند التسليم بمقتضاها، إما قولا أو فعلا . وما جعل الإقناع سلطة مقبولة ، هو كون الحجاج هو الأداة العامة من بين ما يتوسل به المرسل من أدوات أو آليات لغوية

ومن هنا يكون الإقناع هو مجال المبحث الحجاجي نظرا إلى كونه محدد المقام والمخاطب والإطار القولوي .

د) شمولية إستراتيجية الإقناع، إذ تمارس على جميع الأصعدة فيمارسها الحاكم على وعي وهذا يعزز انتماء إستراتيجية الإقناع إلى الكفاءة التداولية عند الإنسان السوي بوصفها دليلا مهارته الخطابية .

ما تحققه من نتائج تربوية إذ تستعمل كثيرا في الدعوة ، كما فعل رسول الله صلى الله عليه وسلم ، مثلا عند إقناع الأعرابي الذي طلب رخصة الزنا⁴⁵

هـ) استباق عدم تسليم المرسل إليه بنتائج المرسل أو دعواه.
و) خشية سوء تأويل الخطاب .

ز) عدم الاتفاق حول قيمة معينة، أو التسليم من أحد طرفي الخطاب للآخر⁴⁶
آليات الإقناع :

تتقسم آليات الإقناع إلى قسمين : يمثل أحدهما العلامات غير اللغوية : سواء أكانت مصاحبة للتلفظ أم لا ، أو ما يصاحب التلفظ من تنغيم وإشارات جسدية وهيئة معينة وأبرز الآلية اللغوية للخطاب هي آلية الحجاج التي يستعمل المرسل اللغة فيها ، وتتجسد عبرها إستراتيجية الإقناع . ويعرف طه عبد الرحمن بأنه " كل منطوق به موجه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحق له الاعتراض عليها"⁴⁷

وبالرغم من صحة هذا التعريف ، إلا أنه لا يشمل سوى الجانب الشكلي، أو الإطار الذي يظهر به الحجاج ، أي التلفظ ، وليتولد الإقناع عند المرسل إليه بالحجاج ، فإن أول ما ينصب عليه اهتمامه هو البصر بالحجة " وهو حسن التدبير والنقاط المناسبة بين الحجة وسياق الاحتجاج في صورتها المثلى حتى يسد المتكلم السبيل على السامع فلا يجد منفذا إلى استضعاف الحجة والخروج عن دائرة فعلها ، فيختار

المرسل من الحجج ما يناسب السياق ثم يصوغها في قالب لغوي مناسب ليخاطب بها عقل المرسل إليه . وهذا تأكيد على حضور وظيفة التفاعل في اللغة . وهنا تكمن أهمية الحجاج فيما يولده من اقتناع لدى المرسل إليه الذي لا يتأتى له إلا باستعمال اللغة ، مما يؤكد أن نظرية الحجاج في اللغة تنطلق من فكرة مفادها أننا نتكلم عامة بقصد التأثير وأن الوظيفة الأساسية للغة هي الحجاج ، و أن المعنى ذو طبيعة حجاجية . ومن جهة أخرى ، فإن المرسل يدرك أن الإقناع وحده قد يحصل بوسائل أخرى مثل التلويح بالتهديد والابتزاز .

وبما أن الحجاج آلية تجسد الخطاب الإقناعي، فإن له عددا من الملامح ، إذ يتميز الحجاج بخمسة ملامح رئيسية :

1. يتوجه إلى المستمع .
2. يعبر عنه بلغة طبيعية .
3. مسلماته لا تعدو أن تكون احتمالية .
4. لا يفترق تقدمه (تناميه) إلى ضرورة منطقية بمعنى الكلمة .
5. ليست نتائجه ملزمة⁴⁸ .

خاتمة :

خلاصة القول أن الخطاب السياسي له سمات خاصة ينفرد بها . و له دور فعال في تحقيق أغراض السلطة الحاكمة لأنه بمثابة الجسر الذي يعبره السياسي للوصول إلى مختلف طبقات المجتمع . لذلك نجده يستخدم عدة استراتيجيات للوصول إلى غايته . كالإستراتيجية التلميحية لتأثير في النفوس و إستراتيجية الإقناع من خلال إعطاء حجج منطقية و أدلة واقعية . و الإستراتيجية التوجيهية من خلال رسم مسار للخطاب يجب إتباعه ثم ينتقل إلى الإستراتيجية التضامنية التي تفرض على المتلقي أن يتضامن معه .

الهوامش :

(1) د عيسى عودة برهومة " تمثالات اللغة في الخطاب السياسي " مجلة " عالم الفكر " العدد 36 ، ف2007م ص 118

(2) ابن منظور " لسان العرب " المجلد 2 ، دار الجيل ، بيروت 1988م ص 856

(3) د عبد الرحمن بودرع " في تحليل الخطاب الاجتماعي السياسي " دار كنوز المعرفة ، عمان ، الطبعة الأولى ، 2015م ص 15

(4) ابن منظور " لسان العرب " المجلد 2 ، دار الجيل ، بيروت 1988، ص 856

(5) د نعمان بوقرة " لسانيات الخطاب مباحث في التأسيس والاجراء " دار الكتب العلمية بيروت، لبنان، الطبعة الاولى ، 2012م ص 19

- (6) د محمد طلحة " مبادئ تداولية في تحليل الخطاب " عالم الكتب الحديث، الاردن، 2014، ص 51
- (7) نفس المرجع السابق ص 52
- (8) عبد الهادي بن ظافر الشهري " إستراتيجية الخطاب مقارنة لغوية تداولية " دار الكتب الجديدة ، ليبيا ، الطبعة الأولى ، 2004م ص 35
- (9) نفس المرجع السابق ص 35
- (10) نفس المرجع السابق، ص 37
- (11) جمو الحاج ذهبية " لسانيات التلفظ وتداولية الخطاب " الامل للطباعة والنشر ، الجزائر ، ط2 ، دت ص 151
- (12) نفس المرجع السابق ص 152
- (13) عمر بلخير " مقالات في التداولية والخطاب " دار الأمل الجزائر دط 2013، ص 1
- (14) آن روبل ، جاك موشلار " التداولية اليوم علم جديد في التواصل " ترجمة سيف الدين دغفوس ، محمد الشيباني ، دار الطليعة لبنان دط 1998م ص 14.
- (15) نفس المرجع السابق ص 5 .
- (16) عبد الهادي بن ظافر الشهري " إستراتيجية الخطاب مقارنة لغوية تداولية " " ص 6 .
- (17) عبد الهادي بن ظافر الشهري " إستراتيجية الخطاب مقارنة لغوية تداولية " ص 7 .
- (18) عمر بلخير " مقالات في التداولية و الخطاب " دار الأمل ، الجزائر ، دط ، 2013م ص 46 .
- (19) د عمر بلخير " تحليل الخطاب المسرحي في ضوء نظرية التداولية " ص 46 .
- (20) نفس المرجع السابق ص 47
- (21) نفس المرجع السابق ص 48
- (22) حمو الحاج ذهبية " لسانيات التلفظ وتداولية الخطاب " ص 191 .
- (23) نفس المرجع السابق ص 192 .
- (24) د عمر بلخير " تحليل الخطاب المسرحي في ضوء النظرية التداولية " ص 56 .
- (25) نفس المرجع السابق ص 56
- (26) د حمو الحاج ذهبية " لسانيات التلفظ و تداولية الخطاب " 81
- (27) د عمر بلخير " تحليل الخطاب المسرحي في ضوء النظرية التداولية " ص 60
- (28) د عمر بلخير " مقالات في التداولية " " ص 81

- (29) د محمود عكاشة " لغة الخطاب السياسي دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال " .دار النشر للجامعات ، مصر ، الطبعة الاولى ، 2005م ص 56
- (30) د محمد الصالح البوعمراني " الوتحليل الخطاب السياسي : استعارات التصورية معرفة "دار كنوز المعرفة ، الاردن الطبعة الاولى 2015م " ص 174
- (31) جورج بول " التداولية " ترجمة الدكتور قصي العنابي ، دار الامان ، المغرب ، دط، دت، ص 106 .
- (32) عبد الهادي بن ظافر الشهري " إستراتيجية الخطاب مقارنة لغوية تداولية " ص 4 .
- (33) نفس المرجع السابق ص 7 .
- (34) نفس المرجع السابق ص 8 .
- (35) نفس المرجع السابق ص 9 .
- (36) نفس المرجع السابق 261 .
- (37) نفس المرجع السابق ص 262 .
- (38) نفس المرجع السابق ص 323 .
- (39) نفس المرجع السابق ص 370 .
- (40) عمر بلخير " مقالات في التداولية و الخطاب " ص 256 .
- (41) عبد الهادي بن ظافر الشهري " إستراتيجية الخطاب مقارنة لغوية تداولية "، ص 372.
- (42) نفس المرجع السابق ص 384 .
- (43) نفس المرجع السابق ص 445 .
- (44) نفس المرجع السابق ص 477 .
- (45) نفس المرجع السابق ص 477 .
- (46) نفس المرجع السابق ص 456 .
- (47) نفس المرجع السابق ص 458 .