**المحاضرة الرابعة: استراتيجيات الخطاب.**

 جاء مفهوم الإستراتيجية في قاموس التربية الحديث لبدر الدين بن تريدي على أنها"مخطط عمل يشتمل على أهداف عملية محدّدة، وعلى مراحل ومسارات تحقيق هذه الأهداف، وعلى الوسائل التي تسمح ببلوغها" وهي " تنظيم مُخطط لطرائق وتقنيات ووسائل قصد بلوغ هدف"، وهي " تنظيم عقلاني للعمليات المُزمع القيام بها من أجل تحقيق هدف محدد". وهي " طريقة التصرف من أجل بلوغ هدف خاص. مخطط عام يجري تأسيسه بطريقة جيدة، يتألف من مجموعة من العمليات البارعة والمنسقة بمهارة بغية تسهيل بلوغ مقصد على أحسن وجه بمراعاة وضع متغيّراتُه الأساسية معروفة"

 والإستراتيجية عبارة عن مُخطط يشتمل على:

1-القرارات التي استدعت وجود الإستراتيجية.2-مُخطط عمل مفصل.3-الوسائل الضرورية لبلوغ الأهداف المُسطرة.

 مفهوم الإستراتيجية العام:

الاستراتيجيات " طرق محددة لتناول مشكلة ما، أو القيام بمهمة من المهمات، أو هي مجموعة عمليات تهدف إلى بلوغ غايات معينة، أو هي تدابير مرسومة من أجل ضبط معلومات محددة، والتحكم بها". كما نظر ميشال فوكو إلى الإستراتيجية على أنها ذات معان متعددة، ليتناسب كل معنى منها مع سياق معين، إذ يحدد معانيها كما يلي:

 1-للتدليل على اختيار الوسائل المستخدمة للوصول إلى غاية معينة؛ والمقصود بذلك هو: العقلانية المستخدمة لبلوغ هدف ما.

 2-للتدليل على الطريقة التي يتصرف بها أحد الشركاء، في لعبة معينة، تبعا لما يعتقد أنه سيكون تصرف الآخرين، باختصار، الطريقة التي نحاول التأثير بها على الغير.

 3-للتدليل على مجمل الأساليب المستخدمة في مجابهة ما لحرمان الخصم من وسائله القتالية وإرغامه على الاستسلام، وعليه تتحدد الإستراتيجية باختيار الحلول الرابحة.

 فالإستراتيجية بهذا المفهوم العام هي عمل عقلي مبني على افتراضات مسبقة، وتتجسد من خلال أدوات ووسائل تناسب سياق استعمالها. كما هي محاولة التكيف مع عناصر السياق المحيط بالفعل، وستكون الإستراتيجية فعلا ضروريا وشاملا لجميع ميادين الحياة.

 مفهوم الإستراتيجية في الخطاب:

 عند التلفظ بالخطاب يتجلى ما يسمى بإستراتيجية الخطاب، ما يعني أن الخطاب المنجز يكون خطابا مخططا له، بصفة مستمرة وشعورية. وعلى المرسل أن يختار الإستراتيجية المناسبة، التي تستطيع أن تعبّر عن قصده وتحقق هدفه بأفضل حالة، وتتدخل عناصر السياق الاجتماعية في تحديد استعمالات اللغة، وفي انتشار بعض الاستراتيجيات على حساب انحسار البعض الآخر، مثل استعمال إستراتيجية التأدب، مقابل إستراتيجية الجفاء، أو إستراتيجية المراوغة، وليتواصل المرسل مع غيره بالخطاب، عبر إستراتيجية معينة، يقتضي أن يمتلك كفاءة تفوق كفاءته اللغوية. ويمكن تسمية هذه الكفاءة، بالكفاءة التداولية.

 " تعد الكفاءة التداولية مكونا فاعلا ضمن تكوين الإنسان السوي، تماما، كما هي كفاءته اللغوية، بيد أن الكفاءة التداولية ليست نسقا بسيطا، بل هي أنساق متعددة متآلفة إذ تتألف القدرة التواصلية لدى مستعمل اللغة الطبيعية من خمس ملكات على الأقل، وهي: الملكة اللغوية والملكة المنطقية والملكة المعرفية والملكة الإدراكية والملكة الاجتماعية"

 أما الملكة اللغوية: فيستطيع مستعمل اللغة الطبيعية أن ينتج ويؤول عبارات لغوية ذات بنيات متنوعة جدا ومعقدة جدا في عدد كبير من المواقف التواصلية المختلفة.

 2-الملكة المنطقية: بامكان مستعمل اللغة الطبيعية(باعتباره مزودا بمعارف معينة) أن يشتق معارف أخرى، بواسطة قواعد الاستدلال تحكمها مبادئ المنطق الاستنباطي والمنطق الاحتمالي.

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

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

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

 والكفاءة اللغوية لا تنهض لوحدها بعملية التواصل المناسب للسياق، لأن الكفاءة التداولية هي التي تستثمر تلك القوالب (اللغوية والمنطقية والمعرفية،...) الكامنة في ذهن الانسان، بما في ذلك كفاءته اللغوية، فالقوانين اللغوية تصف ما يستطيع أن يفعله المرسل في لغة معينة، أما قوانين التواصل فإنها تصف ما يستحسن فعله، وتتعامل الاستراتيجيات مع عملية اختيار أفضل الوسائل تأثيرا من السلوكيات التواصلية التبادلية.

 وكون استراتيجية الخطاب تعتمد على كفاءة الانسان التداولية وصناعتها لخطابه، فغنه يُلمس التفاوت بين الناس في مستواها، كما يتضح ذلك عند قصور البعض في التعبير عن قصده، أو دون تحقيق أهدافه، فقد يخفق أحدهم في حين يوفق غيره، مع تماثل في بعض عناصر السياق أ تشابه.

 يمكن"تعريف استراتيجية الخطاب، بأنها: عبارة عن المسلك المناسب الذي يتخذه المرسل للتلفظ بخطابه، من أجل تنفيذ إراداته، والتعبير عن مقاصده، التي تؤدي إلى تحقيق أهدافه، من خلال استعمال العلامات اللغوية وغير اللغوية، وفقا لما يقتضيه سياق التلفظ بعناصره المتنوعة، ويستحسنه المرسل".

 واستراتيجية الخطاب في أصلها، هي عملية ذات وجهين متلازمين، بوصفها عملية ذهنية، في مرحلة إنتاج الخطاب الاولي، وبوصف الخطاب تجسيدا لها في مرحلتها الأخرى؛ إذ لا تتضح إلا بالتلفظ به، والخطاب هو نتيجة لاستراتيجية معينة، ولتوليده ثلاث مراحل هي:

1-إدراك السياق الذي يجري فيه التواصل بكل أبعاده المؤثرة.

2-تحديد العلاقة بين السياق والعلامة المستعملة؛ ليتم اختيار الاستراتيجية الخطابية الملائمة.

3-التلفظ بالخطاب.

 العوامل المؤثرة في اختيار استراتيجية الخطاب:

 هناك عاملان من العوامل المهمة ذات الاثر البالغ في استعمال اللغة وتأويلها، وفي توجيه المرسل لاختيار استراتيجية الخطاب وترجيح استراتيجية مقابل استراتيجية أخرى، وهذان العاملان هما: المقاصد والسلطة.

 1-المقاصد: يرتكز دور المقاصد 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.

 فالنقاصد هي لب العملية التواصلية، لأن لا وجود لأي تواصل عن طريق العلامات دون وجود قصدية وراء فعل التواصل، وغاية قصد المرسل هي إفهام المرسل إليه، ويشترط ليعبر المرسل عن القصد الذي يوصل إليه أن يمتلك اللغة في مستوياتها المعروفة، ومنها المستوى الدلالي، وذلك بمعرفته بالعلاقة بين الدوال والمدلولات، وكذلك بمعرفته بقواعد تركيبها وسياقات استعمالاتها، وعلى الإجمال معرفته بالمواضعات التي تنظم إنتاج الخطاب بها.

 " وما الاستراتيجية التي يستعملها المرسل في الخطاب إلا وسيلة تتجسد باللغة لتحقيق المقاصد، وعليه فإن شرف المقاصد هي أفضل الوسائل".

 2-السلطة:" تلعب السلطة دورا رئيسا في إنتاج الخطاب وتأويله، كما أنها تمنحه قوته الانجازية. لذلك هناك من يرى أن الخطاب نفسه سلطة. ويتجلى دورها بوصفها محددا رئيسا في ترجيح استراتيجيات معينة دون استراتيجيات معينة دون استراتيجيات أخرى"

 كما يعد امتلاك السلطة عند المرسل من الضرورات أو من الأمور المستحبة، ليتمكن من تجسيدها في الخطاب، بحيث يدركها المرسل إليه في الخطاب دون البحث عنها في الخطاب، فهي تعتمد تقريبا على اللغة والافعال اللغوية أكثر من اعتمادها على القوة المادية، كما يمكن أن يخفق المرسل لو أصدر أمرا أو نهيا دون امتلاك السلطة التي تمنحه القوة الكافية، وسوف يبوء فعله اللغوي بالفشل، أو يثير السخرية، مما يمنح المرسل إليه فرصة التفكه والتهكم به(مثل تقمص الأخ الاكبر دور الأب، أو تقمص أحد اللاعبين لدور المدرب)، كما لايمكن لأحد أن يحكم بالحكم في المحكمة غير القاضي، وكذلك لايمكن أن يُطلّق الرجل امرأة قريبه أو جاره،...الخ، فالمدرس له سلطة في المدرسة والقاضي له سلطة في المحكمة،...الخ.

 " ولهذا، فإن انعدام السلطة سوف يؤدي بخطاب المرسل غلى فشله، فلا يستطيع أن ينجز شيئا من خلال خطابه، لأن معظم الشروط التي ينبغي أن تتوفر كي يعمل الإنجاز الكلامي عمله تنحصر في مدى التلاؤم بين المتكلم، أو وظيفته الاجتماعية، وبين ما يصدر عنه من خطاب. إن أي أداء للكلام سيكون عرضة للفشل إذا لم يكن صادرا عن شخص يملك سلطة الكلام، وبعبارة موجزة، إذا لم يتوفر المتكلم على السلطة التي تخول له أن يتفوه بالكلمات التي ينطق بها.

 أنواع الاستراتيجيات:

 1-الاستراتيجية التضامنية:

 مفهوم الاستراتيجية التضامنية تقريبا هي الاستراتيجية التي يحاول المرسل أن يجسد بها درجة علاقته بالمرسل إليه ونوعها، وأن يعبر عن مدى احترامه لها ورغبته في المحافظة عليها، أو تطويرها بإزالة معالم الفروق بينها، واجمالا هي محاولة التقرب من المرسل غليه، وتقريبه. وإذا كانت العلاقة بسيطة بين طرفي الخطاب، أو لا يوجد بينهما أي نوع من أنواعها، فإن المرسل يسعى إلى تأسيسها بالتلفظ بالخطاب بأن يتقرب من المرسل إليه، بما يجعله واثقا بأن المرسل يميل إليه ميلا طبيعيا خاليا من أي دوافع أو أغراض منفعية.

 ومن شأن الخطاب، بهذه الاستراتيجية، أن يساوي بين درجات أطرافه، وأن يقلص المسافات ويقلل الدرجات، حتى تصبح العلاقة في نهاية الخطاب أفضل منها في بدايته، وهنا تتحقق للتضامن سمته الغالبة، من أنه علاقة التكافؤ المفترضة التي من شأنها أن تربط بين الناس من جماعات تشترك في اهتماماتها وسلوكها وتمثيل ذاتها.

 2-الاستراتيجية التوجيهية:

 باستعمال هذه الاستراتيجية فنحن نفرض قيدا على المرسل إليه بشكل او بآخر، وإن كان القيد بسيطا، وعليه فإن الخطاب ذا الاستراتيجية التوجيهية يعد ضغطا وتدخلا، ولو بدرجات متفاوتة، على المرسل إليه وتوجيهه لفعل مستقبلي معين. ويعملون على تبليغ المحتوى بالدرجة الأولى.

 والمرسل إليه صنفين مُتخيَّل زحاضر؛ فالأول يتضمن الخطابات التي تنص على تعليمات التوجيه للمرسل إليه المفترض كتعليمات ارتياد المسبح، أو تعليمات غسيل الملابس، أو تعليمات استعمال المصعد الكهربائي، أو تعليمات استعمال قائمة المراجع في مكتبة عامة، فالمرسل يفترض المرسل إليهمسبقا من خلال الشروط المعروفة والمعايير المحسوبة. ومثل هذه الخطابات تأتي مكتوبة أو مسجلة على شريط صوتي.

 أما الصنف الثاني –المرسل إليه الحاضر- عند لحظة التلفظ بالخطاب، والتوجيه قد يختص به دون غيره. واستعمال الاستراتيجية التوجيهية نابع عن علاقة سلطوية بين طرفي الخطاب، وتتفاوت هذه العلاقة من التباين الشديد حتى التقارب الملموس (بين طرفي الخطاب). وتتسم هذه الاستراتيجية بالوضوح في التعبير والابتعاد عن الغموض الذي يفتح المجال أمام التأويلات المختلفة.

 3-الاستراتيجية التلميحية:

 الاستراتيجية التلميحية هي الاستراتيجية التي يعبر بها المرسل عن القصد بما يغاير معنى الخطاب الحرفي، لينجز بها أكثر مما يقوله، ويتجاوز المعنى الحرفي لخطابه، فيعبر عنه بغير ما يقف عنده اللفظ مستثمرا في ذلك عناصر السياق.

 ومن أهم المسوغات التي ترجح استعمال المرسل للاستراتيجية التلميحية مايلي:

 1-التأدب في الخطاب: والابتعاد قدر الامكان عن فاحش القول(خاصة في البعد الشرعي)، وفي البعد الاجتماعي بضرورة احترام أذواق الآخرين، وفي البعد الذاتي وهو صيانة الذات عن التلفظ بما يسيء إليها.

 2-إعلاء المرسل لذاته على حساب الآخرين وإضفاء التفوق عليها. كقول أحدهم: فلان لا يفقه في أمور الحياة شيئا. بمعنى هو الذي يفقه في أمور الحياة. أو كقولهم: تظل المرأة هي المرأة، أي ناقصة عقل ودين وضعيفة في بعض المواقف.

 3-رغبة المرسل، أحيانا في التملص والتهرب من مسؤولية الخطاب. وذلك بجعل الخطاب يحتمل أكثر من تأويل. كطلب رشوة بقوله: ساعدنا في هذه المسألة وسوف نطيب خاطرك.

4-استجابة للخوف(في مثال الرشوة) فإن المرسل يستعمل هذه الاستراتيجية لئلا يتخذ المرسل إليه خطابه دليلا عليه، والمرسل إليه بدوره يجيبه بخطاب تلميحي يشوبه الحذر أيضا. كي لا يتهم بأنه يستطيب الرشوة ويطلبها من المرسل.

5-العدول عن محاولة إكراه المرسل إليه أو إحراجه لإنجاز فعل قد يكون غير راغب في إنجازه، ويكثر استعمالها في النصح وتوجيه المرسل إليه إلى الفعل الأصلح.

6-الاستغناء عن انتاج عدد من الخطابات والاكتفاء بإنتاج خطاب واحد ليؤدي معنيين هما المعنى الحرفي والمعنى المستلزم(التلميحي). كقولنا يتم تعبئة خزانات المياه المنزلية يومي السبت والثلاثاء. فالمرسل يقصد معنيين أحدهما مباشر والآخر غير مباشر وكأنه يقول: الخزانات لا تعبّأ في بقية أيام الأسبوع

4-استراتيجية الإقناع: من الأهداف التي يرمي المرسل إلى تحقيقها من خلال خطابه إقناع المرسل إليه بما يراه، أي إحداث تغيير في الموقف الفكري أو العاطفي. لديه وينبني فعل الإقناع وتوجيهه دوما على افتراضات سابقة بشأن عناصر السياق خصوصا المرسل إليه، وتستعمل استراتيجية الإقناع من أجل تحقيق أهداف المرسل النفعية؛ بالرغم من تفاوتها تبعا لتفاوت مجالات الخطاب أو حقوله، فقد يستعملها التاجر لبيع بضاعته، وقد يستعملها المرشّح لرئاسة الدولة أو المؤسسة لحمل الناخبين على انتخابه. وقد يمارسها الطفل مع أحد والديه من أجل الحصول على قطعة من الحلوى.

 مسوغات استعمال استراتيجية الإقناع:

 1-تأثيرها على المرسل إليه أقوى. فلا يشوبها فرض أو قوة بل إقناع.

 2-الحصول على الإقناع الذاتي والابتعاد عن الاكراه.

 3-الأخذ بتنامي الخطاب بين طرفيه عن طريق استعمال الحجاج.(الإقناع والإمتاع)

 4-الرغبة في تحصيل الإقناع: حين يغدو الهدف الأعلى لكثير من أنواع الخطاب.

 5-إبداع السلطة: فالإقناع سلطة عند المرسل في خطابه ولكنها سلطة مقبولة إذا استطاعت أن تُقنع المرسل إليه.

 6-شمولية استراتيجية الإقناع: إذ تمارس على جميع الأصعدة، فيمارسها الحاكم والفلاح والصغير والكبير والطفل والمرأة...الخ.

 7-ما تحققه من نتائج تربوية، إذ تستعمل كثيرا في الدعوة.

 8-استباق عدم تسليم المرسل إليه بنتائج المرسل أو دعواه.

 9-خشية سوء تأويل الخطاب.

 10-عدم الاتفاق حول قيمة معينة، أو التسليم من أحد طرفي الخطاب للآخر.