**محاضرات في مقياس "تحليل الخطاب"**

**السنة الثانية ماستر**

**المجموعة الثانية**

**إعداد:أ. حمقة حكيمة وسنجاق الدين**

**المحاضرة الأولى: مفاهيم تأسيسية: الكلام، اللسان، اللغة، الخطاب، النص، الملفوظ.**

تعتبر مصطلحات الكلام واللسان واللغة من المفاهيم التي حظيت باهتمام الكثير من الباحثين والدارسين اللسانيين وعلى رأسهم دي سوسير، إذ"يرى دي سوسير أن الظاهرة اللغوية تتمثل في ثلاثة مصطلحات أساسية:"اللسان" و"اللغة" و"الكلام". وقد اكتست هذه المصطلحات صبغة عالمية في اللسانيات الحديثة.

فاللسان يدل على النظام العام للغة، ويضم كل ما يتعلق بكلام البشر، وهو بكل بساطة لسان أي قوم من الأقوام، ويتكون من ظاهرتين مختلفتين هما: اللغة والكلام.

وفي هذا الصدد يقول دي سوسير في كتابه" محاضرات في اللسانيات العامة" : لا ينبغي الخلط بين اللغة واللسان، فما اللغة إلا جزء محدد منه، بل عنصر أساسي، وهي في الوقت نفسه نتاج اجتماعي لملكة اللسان، ومجموعة من التواضعات الضرورية التي تبناها الجسم الاجتماعي لتمكين الأفراد من ممارسة هذه الملكة.

"واللغة في نظر دي سوسير واقعة اجتماعية وخصوصياتها ليست مجردة بل متواجدة بالفعل في عقول الناس. وبعبارة أخرى، فهي مجموع كلي كامن ليس في عقل واحد، بل في عقول جميع الأفراد الناطقين بلسان معين" .

واللغة كنز اجتماعي من الوحدات و القوانين يمثل نظاما عاما لايمكن للفرد أن يحيد عنه، لذا فإن موضوع اللسانيات هو اللغة بكل جوانبها النحوية والصوتية والمعجمية المرتسمة في عقول جميع الناس.

أما مفهوم الكلام فإنه فعل كلامي ملموس، ونشاط شخصي، يمكن ملاحظته من خلال كلام الافراد أو كتاباتهم، وهو مطابق لمفهوم "الأداء" الذي وضعه تشومسكي. وقد عرفه دي سوسير بقوله: إنه مجموع ما يقوله الأفراد.

أما الخطاب، فإذا رجعنا إلى معجم اللسانيات للباحث ج. ديبوا نجده يحدد ماهية الخطاب في ثلاث تعاريف هي:

1- الخطاب يعني الكلام.

2- الخطاب مرادف للملفوظ.

3- الخطاب مرادف للغة.

وهو يعني ملفوظ أكبر من جملة، أي متوالية من الجمل ينتجها مرسل ويتلقاها المخَاطب، وعليه لايمكن لنا تحديد مفهوم عام وشامل للخطاب. لكن يمكننا أن نحدده على أنه: استعمال للغة في حالة النطق والكتابة يشتمل على متكلم ينوي التأثير على المخاطَب بوسائل شتى في ظروف معينة(السياق) بغرض تبليغ المخاطِب قصده من الخطاب.

كما نجد مفهوم الخطاب عند الباحث بدر الدين بن تريدي في قاموس التربية الحديث هو" إنتاج شفوي أو كتابي يرفُد بلاغا يشتمل على عدد ما من الكلمات، صادرة بنية التّواصل؛ نتاج الاستعمال الشخصي الحر نسبيا للبنى اللسانية.

أما بالنسبة لمفهوم تحليل الخطاب، فقد أوضحه الدكتور الطيب دبه في مقاله " تحليل الخطاب وأزمة المعنى عند الاصوليين" أن تحليل الخطاب يرجع بوصفه مجال بحث مستقل، إلى صياغة نظرية غربية حديثة عرفت سبيلها إلى الظهور في ظل مخاض معرفي اشترك في بلورته مجموعة من المعارف العلمية والنشاطات النقدية كالسيميائيات، واللسانيات، وفلسفة اللغة، وبعض المذاهب النقدية المعاصرة.

وتشير كتابات بعض المحدثين المهتمين بقضايا تحليل الخطاب إلى أن موضوعه يتعلق بدراسة الاستعمال الفردي للغة، وأن الخطاب في هذا الاستعمال يتحدد بكونه حدثا حقيقيا يمارسه متكلمون حقيقيون داخل مقام حقيقي لا يكون فيه النص( الملفوظ ) سوى معطى من معطيات العملية التخاطبية، ولعل من أفضل التعريفات المعاصرة لمصطلح الخطاب ما أورده كل من باتريك شارودو، ودومينيك مانجونو في قاموسهما حينما يشيران إلى أن الخطاب يعني استعمال اللغة في سياق معين، وفي موضع آخر يشيران إلى أن تحليل الخطاب إنما يرجع إلى العلاقة بين النص والسياق.

وما تجدر الإشارة إليه أن هذا التحديد للخطاب غير بعيد عن تحديد العلماء له في التراث العربي الاسلامي بصفته موضع تلاق وتفاعل بين الكلام وسياق فهمه والإفهام به. ولدى بعضهم لا يسمى الكلام خطابا إذا لم يُقصد به إفهام المستمع.

" والحق أن تحليل الخطاب في التراث العربي الإسلامي لا يصل تناوله إلى مستوى الصياغة المنهجية ومستوى الجهاز المفاهيمي الذين تعرفهما الدراسات المعاصرة، كما لايمكن اعتداده نشاطا معرفيا مستقلا؛ فهو لا يعدو أن يكون مظهرا من مظاهر الدراسة تمّ الالتفات إليه والاحتفال به في ظل حاجات إبستمولوجية ومنهجية عرفتها علوم تتخذ من الخطاب موضوعا لها مثل: علم التفسير، وعلم أصول الفقه، وعلم الكلام، وعلم البلاغة، والنقد.

ومع ذلك فإن هذا لا ينقص من أهمية ما قدّمته هذه العلوم التّراثية في تحليل الخطاب ودراسة قضاياه من جهود جليلة القدر عظيمة الفائدة جديرة بالدرس والاهتمام، لاسيما ما يقدمه علما البلاغة والأصول"

وهذه العلوم التراثية تتعامل مع الخطاب من وجهة معينة أو جانب من جوانبه على أنها تهتم جميعها بالنص القرآني، فالبلاغيون يهتمون بالكشف عن وجوه إعجازه، وعلماء التفسير يسعون في شرح نصوصه، والأصوليون يبحثون في استنباط أحكامه، والنقاد ينطلقون في تحديد معايير النقد، من نماذج إبداعه، والكلاميون يجتهدون في الدفاع عن عقيدته بالحجة والجدل.

يقول الدكتور الأخضر بن السائح في مقال له والموسوم ب" استراتيجية الخطاب في الدلالات وبناء التأويل" إن التعامل مع الخطاب لفك طلاسمه، هو التغلغل في أحشائه لكشف القمقم المخبوء المستعصي على الدلالة المباشرة.

وإذا كانت اللغة هي نظام من الأدلة المتواضع عليها، فإن الملفوظ هو نتيجة لعملية التلفظ.

النص:

النص هو استعمال للغة في سياق ما لأداء وظيفة ما. والنص يتضمن المعنى الذي يتشارك في إنتاجه كل من المرسل والمرسل إليه؛ فالأول يقوم بإنتاج النص والثاني يقوم بإنتاج المعنى.

يقول الباحث الأزهر الزناد" يُطلق النص على ما به يظهر المعنى؛ أي الشكل الصوتي المسموع من الكلام أو الشكل المرئي عندما يترجم إلى مكتوب". يتبين لنا أن النص والخطاب مترادفان فكلاهما استعمال للغة سواء المنطوقة أو المكتوبة، ويفترض هذا الاستعمال طرفا التواصل: المرسل(المتكلم)، والمرسل إليه(المخاطب)، وعليه يمكننا القول أنه لا فرق بين تحليل الخطاب وتحليل النص، بما أنهما يقومان بتحليل اللغة.

المفهوم اللغوي للنص:

إذا عدنا إلى المعاجم اللغوية كالعين للخليل ومختار الصحاح لمحمد بن أبي بكر الرازي، ولسان العرب لابن منظور، فإننا نجد أن المعاني اللغوية لمادة (ن. ص. ص) في هذه المعاجم أنها متعددة وتدل إما على:

-الرفع بنوعيه الحسي والمعنوي.

-أقصى الشيء وغايته.

ضم الشيء إلى الشيء.

-الإظهار.

أما في المعاجم الحديثة كالمنجد فنجد أن "النص جمعه نصوص، الكلام المنصوص، والنص من الكلام هو ما لا يحتمل إلا معنى واحدا أو لا يحتمل التأويل"

ويذهب الأزهر الزناد إلى أن مصطلح "النص في العربية وكذلك في مقابله في اللغات الأعجمية معنى "النسيج". فالنص نسيج من الكلمات يترابط بعضها ببعض هذه الخيوط تجمع عناصره المختلفة والمتباعدة في كل واحد هو ما نطلق عليه مصطلح نص".

أما المفهوم الاصطلاحي للنص فيُعتبر من الناحية المعنوية عميقا وواسع الدلالات والايحاءات وله ميزات يمكن أن نرتبها كالتالي:

-النص هو الإطار الذي يزول داخله التباس وغموض الجمل.

-النص يحتوي على افتراضات سياقية أخرى غير الجمل التي تُكوّنه.

-للنص امكانية إعادة التشكل(إمكانية الاختصار عديدة).

فمضمون النص أو دلالته أكبر من مجموع دلالات الجمل المكونة له، وبالتالي فهو منتوج مجموع دلالات هذه الأخيرة.

أما الملفوظ فهو المنطوق وهو الخطاب، يُعرّف بنفنست الخطاب على انه: " كل تلفظ يفترض متكلّما ومستمعا، بحيث يحاول المتكلم التأثير على المستمع بطريقة ما". كما يقول ميشال فوكو:" نُطلق مصطلح خطاب على مجموع الملفوظات التي تنتمي إلى تشكيلة خطابية واحدة".

**المحاضرة الثانية: مقاربات التمييز بين النص والخطاب.**

تعددت وجهات النظر في دلالة كل من النص والخطاب، فهناك من يرى أنهما مترادفان ولا فرق بينهما كونهما مرتبطان بحقل الدراسات اللغوية ويهتمان ببناء الوحدات اللغوية وفي وظيفتها، وهناك من يميز بينهما بأدلة منها:

1. أن الخطاب يفترض وجود المتلقي لحظة إحداث الخطاب بينما يتوجه النص إلى متلق مؤجل يتلقاه عن طريق عينة القراءة، أي أن الخطاب نشاط تواصلي يتأسس-أولا- على اللغة المنطوقة بينما النص مدونة مكتوبة.
2. الخطاب لا يتجاوز سامعه إلى غيره، أي مرتبط بلحظة إنتاجه، بينما النص له ديمومة الكتابة، فهو يُقرأ في كل زمان ومكان.
3. الخطاب تنتجه اللغة الشفوية بينما النصوص تنتجها الكتابة، أو كما قال روبير إسكاربيت: "اللغة الشفوية تُنتج خطابا، بينما الكتابة تنتج نصوصا، وكلاهما يُحدّد بالرجوع إلى القناة التي يستعملها". ومن الذين ميّزوا بين مصطلحي النص والخطاب نجد تمام حسان الذي فرّق بينهما فرأى أن " الصفة المميّزة للنص هي استعماله في الاتصال وأن الخطاب مجموعة من النصوص ذات العلاقات المشتركة".كما نجد بشير إبرير الذي يميّز بدوره بين المصطلحين كما يلي:
4. يفترض الخطاب وجود السامع الذي يتلقى الخطاب بينما يتوجه النص إلى متلق غائب، عن طريق الكتابة.
5. الخطاب نشاط تواصلي يتأسس أولا وقبل كل شيء على اللغة المنطوقة، بينما النص مدونة مكتوبة.
6. الخطاب لا يتجاوز سامعه غلى غيره، أي أنه مرتبط بلحظة إنتاجه، بينما النص له ديمومة الكتابة، فهو يُقرأ في كل زمان ومكان.
7. الخطاب تنتجه اللغة الشفوية، بينما النص تنتجه الكتابة.

ومن المُلاحظ أن بشير إبرير اكتفى بالمفهوم لاقديم للخطاب ولم يتجاوزه إلى ما هو عليه اليوم. " فالخطاب مرتبط بالتلفظ والسياق التواصلي. في حين، يتميز النص بكونه مجردا عن هذا السياق بشكل كلي. وقد ميّز ميشيل أدم بينهما بهذا الشكل الرياضي:

الخطاب=النص+ظروف الإنتاج.

النص=الخطاب- ظروف الإنتاج.

وبتعبير آخر، فالخطاب، بكل تأكيد، ملفوظ يتميز بخاصيات نصية، لكنه يتميز أساسا بوصفه فعلا خطابيا أنجز في وضعية معينة(مشاركون، مؤسسات، موضع، زمان،...) أما النص، فهو، بالمقابل، موضوع مجرد ناتج عن نزع السياق عن الموضوع المحسوس". " وإذا كان النص موضوعا مجردا، ونظرية عامة لتأليف الوحدات والمتواليات والمقاطع. ومن ثمّ، يعني مجموعة من الجمل المتلاحمة والمترابطة والمتسقة عضويا ومعنويا، فإن الخطاب عبارة عن ملفوظات شفوية أو مكتوبة مرتبطة بسياقها التواصلي الوظيفي".

وإذا كان النص بناءً لغويا مجردا عن أطرافه التواصلية، فإن الخطاب له علاقة وثيقة بالإنجاز والكلام التلفظي. بينما هناك من يرى أن النص والخطاب لهما نفس المفهوم نظريا بينما يختلفان تطبيقيا، أو بالأحرى يمكن التمييز بينهما تطبيقيا لا نظريا، "ويبدو أن الخطاب يدل على أن ثمة متكلما ومستمعا وتأثيرا وتأثرا وعملية منجزة متمثلة واقعا، وعليه، فإن أي خطاب لا يمكن إدراكه بوصفه حدثا تواصليا دون إدراك الظروف الزمكانية وأحوال المخَاطبين والعملية الثنائية القائمة على التاثر والتأثير، وهذا النوع من المخاطبات لا يمكن عدها نصوصا مجردة عن السياق المقامي".

" ولعل الوظيفة الاستعمالية المرتبطة بمفهوم الخطاب، جعلته وثيق الصلة والترابط بمناهج الحياة كلها(السياسية والدينية والإدارية والرياضية...الخ) هو ممارسة استعمالية واقعية ملموسة للغة التي لا يمكن فهمها بمناى عن الزمكانية والظروف المحيطة بها" كما نجد ابن ظافر الشهري الذي يقول" إن اللغة موجودة بالقوة، في حين أن الخطاب هو ما يوجدها بالفعل". لكن لا يوجد لغةمصوغة وحدها بل مضيفة إلى النواحي الاجتماعية والتواصلية والقصدية، فضلا عن الظروف المقامية والسياقية، وهذا غن دل على شيء فإنما يدل على أن الخطاب أشمل من النص وأوسع؛ فهو يمثل الواقع الملموس غير المقتصر على التنظير".

ويمكن لنا استخلاص مجموعة من النقاط هي:

1-إن الخطاب يمثل الواقعالاستعمالي للغة، بمعنى أن للخطاب أهدافا ومقاصد لايمكن فهمها أو الوصول إليها بمنأى عن الظروف المحيطة(زمان ، مكان، مقام)، بل تظهر واضحة جلية في المقام الذي تشكلت فيه اللغة، فهو يدخل ضمن إطار العملية التواصلية للغة، ويِؤكد هذا ما جاء به ج. م.آدام حينما قال عن الخطاب" كلام يُنجزفي ظرفية ما من ظروف التّواصل، وهي ظرفية تعامل اجتماعية خطابية". فالخطاب حصيلة السمات الاجتماعية والذاتية والقصدية والتواصلية.

2-تحديد الخطاب بوصفه استعمالا لغويا ينسجم مع الوظيفية بشكل عام، بحيث ينظر إلى الخطاب على أنه نسق تتحقق عبره وظائف خاصة.

3-الخطاب تفاعلي يؤثر في المتلقي ويؤثر فيه؛ فالمتلقي له دور رئيس في تكوين صورة الخطاب النهائية.

4-النص يمثل اللغة في غير الاستعمال بوصفها بعدا ذهنيا وشكليا يدخل ضمن دائرة الشكلانية المفهومة من البنى الظاهرية للنص ولا تحتاج غلى تأويل كونها انعكاسا للصورة الذهنية المتشكلة في الذهن، كما يمكن تلخيص الفرق بين النص والخطاب كما يلي" إن مفهوم الخطاب يظهر بوضوح من خلال الفصل بين اللغة بوصفها مفهوما مجردا، وهي نظام متجانس في الوقت نفسه وبين اللغة في حالة الاستخدام؛ إذ تكون ممارسة اجتماعية، وهي تكون عندئذ ظاهرة اجتماعية محكومة بجملة شروط وظروف تكون بها جزءا من سيرورة المجتمع".

5-كل خطاب نص وليس كل نص خطاب، وهذا يدل على أن الخطاب أعم وأشمل من النص، فالنص يكون ذهنيا غير ملامس للواقع الملموس والاستعمالي، أما الخطاب فهو ذهني وملامس للواقع الاستعمالي".

وتبقى هذه الفروق المُشار إليها محاولات لبعض الدارسين التي لاترقى إلى حد الكمال والتسليم، بل إن الحديث عنهما لايزال محل نقاش إلى حد الساعة.

ولعل أبلغ صورة على العملية التواصلية التي يستعمل فيها كل من النص والخطاب بصورة متكررة هي ما يحدث داخل المجال التربوي التعليمي، حيث يظهر ذلك جليا من خلال عناصرها: معلم يبلغ مادة تعليمية بما تحتويه من معلومات علمية أو فنية أو غيرها للمتعلم، في ظروف معينة، فقد يكون التبليغ مباشرا، وهذا عن طريق الخطاب، وقد يكون غير مباشر وهذا يكون عن طريق النص.

**المحاضرة الثالثة: أنماط الخطابات**.

ورد في قاموس التربية الحديث للباحث بدر الدين بن تريدي: أن أنماط الخطاب تتنوع على حسب مقاييس الترتيب المستعملة. فإذا اهتممنا بطريقة الاداء نميز الخطاب الشفوي عن الخطاب الكتابي، وإذا اهتممنا بوظائف اللغة كأساس للتواصل، فإننا نميز :1-الخطاب التعبيري، ويتمحور على العلائق التي يقيمها المُرسل مع الموضوع المعالج؛ إنه يُتّخذ للتعبير عن المشاعر أو الآراء الشخصية. 2-الخطاب ذا الطابع الإعلامي؛ ويركز على رغبة المُرسَل إليه في تلقي المعلومات في شأن موضوع أو شيء ما.3- الخطاب ذا الطابع التحريضي والتأثيري؛ ويتعلق بالرغبة في إقناع المرسل إليه وحمله على الاعتقاد بما نريد.4-الخطاب ذا الطابع الشعري؛ ويرتكز على الققيمة الخيالية للشيء أو على قدرة إيحاء الألفاظ(القصة، الاقصوصة، الشعر،...).5-الخطاب الحجاجي؛ ويقوم على أساس البرهنة والاستدلال. 6-الخطاب الوصفي؛ ويتعلق بعرض أشياء لغويا بحيث يتمكن المتلقي من معرفتها وتخيلها وتصورها.7-الخطاب السردي؛ويتعلق بعرض وقائع أوأحداث أو أفعال وفق تسلسل محدد".

وعليه فإن"الخطاب يتنوع بتنوع الطرق التي يتخذها المتكلمون أو الكتاب وذلك بحسب مواقف اجتماعية وثقافية محدّدة فتنتج بذلك أنواع كثيرة من الخطابات، مثل الخطاب الديني والخطاب العلمي والخطاب السياسي والخطاب البيداغوجي،...الخ"."ويمثل الخطاب العلمي أحد الأنواع الرئيسة في الخطاب عموما، ويتميّز بخلوّه من الإيحاء وتراكم الدلالة، وطاقة الإخبار فيه مهيمنة، وهو غير قابل للإشتراك والترادف، كما أن تراكيبه غير مكررة، ولا تعيد نفسها، وهي تجنح إلى الدقة في استعمال المصطلح الخاص بالحقل العلمي الذي تغوص فيه، كما يقوم الخطاب العلمي على نمو المعنى واسترساله في تشاكل وحيد، ومن مميّزات الخطاب العلمي اعتماد المنطقية في عرض موضوعه ووصفه، وتحري الموضوعية والدقة والمنهجية في وصف الظواهر التي يتناولها بالدراسة والتحليل، وتجنب ما يثير التأويل وعدم اللجوء إلى ما في تشكيله من دلالات تضمينية،(...) وبالجملة يمكن القول بأن لغة الخطاب العلمي عارية الدلالة في سياق المنظومة المعرفية، التي تشكل بنية الحقل العلمي الخاص في ميدان من ميادين المعرفة.

ويمتاز الخطاب العلمي بالخصائص الآتية:

-خال من الإيحاء والتراكم.

-موجّه من حيث الدلالة، وغير قابل للاشتراك والترادف.

- تراكيب الخطاب العلمي غير مكررة، ولا تعيد نفسها، وهي تجنح إلى الدقة في استعمال المصطلح الخاص بالحقل العلمي الذي تغوص فيه.

-يعتمد الخطاب العلمي على المنطقية في عرض موضوعه.

-يتحرّى الخطاب العلمي الموضوعية والدقة والمنهجية في وصف الظواهر التي يتناولها بالدراسة والتحليل.

-يعتمد دلالة المطابقة؛ كونها تجسد علاقة الدال بمدلوله.

2-الخطاب الأدبي: هو نقيض الخطاب العلمي لأنه غير ثابت، ولا يقدم حقيقة علمية دقيقة، وإنما يقدم حقيقة فنية تنبع من الذات، وهو نظام إشاري دال، وهذا النظام تشكله مكونات الخطاب وعناصره: الأصوات والمعجم والتركيب والمعنى والتداول، وهو بناء لغوي، واللغة فيه متكلمة عن ذاتها ومتكلمة عن الأشياء خارجها وفق الصورة التي ترى بها الأشياء. ولغته ملأى بالجناس والتصنيفات واللاعقلية واللاعتباطية. كما تتخلّلها الأحداث التاريخية والذكريات والتداعيات.

أما خصائصه فهي:

-خصائص جمالية وأسلوبية وبنوية وظيفية. وقد اصطلح عليها بالأدبية، وهي صفة الأدب وميزته، وهي مصطلح حديث.

وعليه " يمكن إرجاع الخطابات الممكنة إلى عدد معين من الأنماط . وقد يقوم التنميط على أساس المعايير التالية: غرض الخطاب، نوع المشاركة فيه، طريقة المشاركة، نوع قناة تمريره،ووجهه.

1-يمكن تصنيف الخطابات من حيث الغرض التواصلي المستهدف إلى خطاب سردي وخطاب وصفي وخطاب احتجاجي وخطاب تعليمي وخطاب ترفيهي وغير ذلك.

2-من حيث نوع المشاركة يمكن أن يكون الخطاب حوارا ثنائيا أو حوارا جماعيا أو مجرد مونولوج( أي خطاب لا يوجهه المتكلم لغير نفسه).

3-من طُرق المشاركة في خطاب ما أن تكون المشاركة مباشرة(بين متخاطبين متواجهين أثناء عملية التخاطب) أو غير مباشرة(كأن يكون الخطاب مكتوبا) أو شبه مباشرة(عن طريق المهاتفة أو عن طريق البث الإذاعي أو التلفزي).

4-من حيث نوع قناة تمريره، يمكن أن يكون الخطاب شفويا أو مكتوبا.

5-من حيث الوجه، يمكن أن يكون الخطاب، في رأي بنفنست، خطابا موضوعيا خاليا من أي تدخل من لدن المتكلم حيث يكون مصدر الخطاب مجرد "كائن من ورق" على حد تعبير بارت أو خطابا ذاتيا مصدره المتكلم بوصفه كائنا حيا يُضمّن الخطاب انفعالاته وعواطفه ووجهات نظره.

ومن الملاحظ أنه:

1-ليست هذه المعاييرُ المعاييرَ الوحيدة الممكنة وليس التنميط الذي تتيحه، بالتالي، التنميط الوحيد الممكن، يمكن اعتماد معايير أخرى تؤدي إلى تنميط آخر مغاير.

2-قائمة هذه المعايير ليست قائمة نهائية بحيث يمكن إضافة معايير أخرى والحصول بالتالي على تنميط أدق كما يمكن، للوصول إلى نفس الغرض التدقيق في هذه المعايير نفسها وتفريعها.

3-للحصول على أنماط من الخطابات قارة، يتعين ضمّ هذه المعايير بعضها إلى بعض. (لكن هناك معايير يمكن ضمها كما أن هناك معايير لا يمكن ضمها، كالمعيار الوجهي الذاتي والمعيار الغرضي العملي).

4-إن الأنماط الخطابية التي تنتج عن تفاعل هذه المعايير لا تتدافع بالضرورة بحيث يمكن أن يتواجد في نفس الخطاب أكثر من نمط خطابي واحد.

**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.

**-الاستراتيجية في الخطابات الحجاجية:**

**3-1-مفهوم الاستراتيجية:**

يعمل الإنسان في حياته على إنجاز أعمال كثيرة وفي مواقف متعددة لا تعد ولا تحصى إذ لا يمكن الفصل بين العمل والسياق فالفرد منا "لا يستطيع أن يمارس هذه الأعمال في وضع مستقل عن سياق المجتمع الذي ينتمي إليه،ولذلك فإنه يتخذ طريقة معينة يتمكن بها من مراعاة الأطر التي تحف بعمله أولا، أي عناصر السياق،وتمكنه من تحقيق هدفه ثانيا "[[1]](#footnote-2) أي أن أي فعل أو عمل يقوم به الإنسان مرتبط بالسياق الذي يأتي فيه،فمراعاة عناصر هذه الأخيرة تمكنه من هدفه ولا يتأتى ذلك إلا باعتماد طريقة معينة مع الإشارة إلى أن هذه الطرق تختلف حسب طبيعة العمل والسياق الذي يأتي فيه فما يكون ملائما في سياق أو ظرف ما لا يكون كذلك في ظروف و مواقف أخرى، والطريقة التي يتبناها الشخص في حديثه أو إنتاج عمل ما هي ما يصطلح على تسميته بالاستراتيجية وبالتالي هذا الأخيرا تتنوع بتنوع العناصر السياقية.

إن الاستراتيجيات هي "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"[[2]](#footnote-3) أي أن الاستراتيجية هي عملية ذهنية أو مخطط يضعه الإنسان بغية الوصول إلى تحقيق هدف ما إذ يرى الشهري أن الاستراتيجية تحمل في طياتها بعدين أساسيين هما البعد التخطيطي والبعد المادي أما الأول فهو ذهني خالص أما الثاني فيمثله التجسيد الفعلي للبعد الأول أي تحقيق لما كان كامنا في الفكر.

**3-2-الإعداد لاستراتيجية في الحجاج:**

إن ارتباط الحجاج بفعل الاتصال والتواصل يجعل المواقف التي تحمل الفرد على إقامة الحجج لا تعد ولا تحصى نذكر من بينها مواقف التفاوض كالمفاوضات التجارية ومقابلات العمل والترويج للمنتوجات والمؤسسات كما نجد الحجاج في المناقشات والحملات السياسية وميدان القضاء والتعليم والكتابات المتخصصة « les écrits professionnels » دون أن ننسى أبسط المواقف في الحياة اليومية التي تفرض علينا تبني خطاب حجاجي. كل هذه المواقف وغيرها تدفع بنا إلى تبني استراتيجية معينة عند بناء خطاباتنا، لكن قبل تبني أي إستراتيجية لابد من التساؤل حول طبيعة وخصوصية هذه المواقف التي تواجهنا والمواضيع التي نخوض فيها، والسياق الزمكاني « spatio-temporel » وطبيعة المخاطَبِين وهدفهم إلى جانب هدفك كمخاطِب والوقت الذي تكونان فيه مستعدين لذلك دون أن ننسى أهمية قواعد التبادل[[3]](#footnote-4) في بناء المساهمات الحجاجية أثناء العملية التواصلية.

تستطيع كمخاطب "انطلاقا من الكشف عن كل هذه المكونات أو العناصر تحضير حجاجك وأخذ الخيار المناسب في أوانه من بين كل الخطوات الممكنة.حقا، مفهوم التحضير يقتضي أن تقوم بعمل حقيقي سابق، وعلى مستويات عديدة، يتعلق الأمر بالإحاطة بمعطيات الموقف أو الحالة، التعمق في الموضوع نفسه، البحث عن الحجج والتفكير في المخاطَب وطرح إشكالية الوقت الذي يمكن تسخيره "[[4]](#footnote-5) أي أن المخاطِب يعمل على تحضير حجاجه وفق استراتيجية معينة تكون واحدة من بين الخيارات المتعددة والممكنة وعليه أن يكون حاسما في اختيار الطريقة التي يراها مناسبة وفي الوقت المناسب، وهو عمل تحضيري محض سابق للتجسيد الفعلي للخطاب وللجانب التحضيري للخطاب أهمية كبيرة في تحقيق الهدف منه لأن المخاطِب يأخذ بعين الاعتبار سياق الموقف ويستقصي كل جوانب الموضوع مع دراسة طبيعة مخاطَبه أو متلقيه والوقت الذي يلزمه أو المفروض عليه فالوقت عامل مهم في تحديد الاستراتيجية الملائمة مع العمل على تجنيد الحجج اللازمة والتي تخدم ذلك الخطاب في ذلك المعطى السياقي بكل أبعاده مع الإشارة إلى أن هذا الجانب التحضيري يأخذ حيزا زمنيا كبيرا عندما يتعلق الأمر بالخطابات المعدة مسبقا كالخطابات المكتوبة كما قد يشغل حيزا زمنيا قصيرا جدا كما هو الحال في الخطابات التواصلية الآنية كالمساهمات الكلامية في المحادثات الآنية والحوار والمناقشات...الخ.

إن تبني استراتيجية معينة في أي خطاب كان وفي الخطاب الحجاجي على وجه الخصوص لا يأتي اعتباطا لأنه ينم عن تفكير مسبق حتى وإن كان الحيز الذي يشغله هذا التفكير لا يتعدى بضع ثوان ويرتكز هذا التحضير على مجموعة من العناصر نذكر منها:

-تحليل الحالة أو الموقف « l’analyse de la situation »

-تحديد الأهداف « Définir les objectifs »

-الأخذ بعين الاعتبار الجمهور المخاطَب « Tenir compte du public »

-تكثيف الحجج

-تحضير مخطط للحجاج « Préparer un plan d’argumentation »

-تحليل الحالة أو الموقف:

لا يمكن للمخاطِب أن يبني خطابا حجاجيا دون أن يأخذ بعين الاعتبار السياق الذي يكون فيه " نستطيع القول بشكل مجمل: بأن كل حالة أو موقف حجاجي هو نظام بثلاثة متغيرات أساسية في المحيط "[[5]](#footnote-6) وتتمثل هذه المتغيرات في ذات المحاجج وذات المستمعين إلى جانب الرسالة الحجاجية وفيما يلي مخطط يبين العلاقة بين المتغيرات الثلاثة وتأثير العناصر السياقية الأخرى [[6]](#footnote-7)

الزمن الاستدلال العقلي المكان

(2) الرسالة الحجاجية (3) (3)

مستمع علاقة الأنا

-خامل المحاججة

أو

الحجة المضادة

ناشط

السياق التنظيمي قواعد اللعبة السياق التأسيسي

على المخاطب إذا أن يقوم بتحليل الحالة التي يجب أن يتدخل فيها أو الوضعية التي تقرض عليه إنتاج خطاب حجاجي معين ونقصد بالتحليل فك شفرة كل العناصر الواردة في المخطط السابق من أجل بناء ذلك الخطاب وفق إستراتيجية تكون أكثر فعالية ونجاعة في ذلك الموقف ويذهب روني وجون سيمون إلى أن هذا التحليل يعني الإجابة على مجموعة من الأسئلة التي تدور حول تلك العناصر وقد حصرها في سبعة أسئلة وهي على التوالي:

-إلى من أتوجه بكلامي؟:على المتكلم أو المخاطب أن يعمل على معرفة أقصى حد من المعلومات حول مستمعه هل هو فرد أم جماعة، صغير أو كبير لأن السن عامل مهم يجب مراعاته في الخطاب الموجه،مثقف أم لا وما هي العلاقة التي تربط بينهما، إذ على المخاطِب أن يطوع خطابه لكل هذه الخصائص المتعلقة بالمخاطَب.

-ما هو هدفي ؟ « Quel est mon objectif ? » :إن تحديد الهدف عامل مهم في تحديد الإستراتيجية المثلى في أي خطاب كان والهدف يعني معرفة ما نريد الحصول عليه انطلاقا من المرتبة التي نحتلها في حالات التفاوض باختيار الحجج وتنظيمها.

-ما هو الحيز الزمني الذي أشغله؟ « de combien de temps est-ce que je dispose ? » يراعي المخاطِب الوقت المتاح له أو الوقت الذي يجب أن يشغله ويعمل على تحديد ما يقدر على تحقيقه وما لا يقدر عليه فيحدد الأهم ويحدد الحجج الرئيسية دون الفرعية منها أي يقصي كل ما هو فرعي وجانبي ويركز على ما هو رئيسي وضروري.

-في أي فضاء أو مكان أنجز تدخلي؟ « dans quel espace est ce que mon intervention a lieu ? » إن المكان يحدد أو يبين طبيعة العلاقة التي تجمع بين المخاطَب ومخاطِبه كما يعمل المخاطَب على تطويع سلوكاته الفزيائية(الجسدية) لطبيعة المكان الذي يكون فيه.

-في أي وقت أتدخل؟ « a quel moment est-ce que j’interviens ? » على المخاطِب أو المتدخل في العملية التواصلية أن يترصد الفرصة الملائمة للإدلاء بتدخله ويراعي في ذلك الحالة الذهنية لشريكه في التفاعل أو متلقيه.

-ما هي قواعد اللعبة؟ « quelles sont les règles du jeu ? » ويتعلق الأمر هنا بطبيعة النماذج التي تدخل فيها مناقشات مباشرة أو حوار أو محادثة حرة أو مسيّرة من طرف منشط ما فهذه النماذج لها قواعدها الخاصة التي يجب على المتدخل فيها مراعاتها نحو مبدأ التبادل والتعاون والتأدب كما يعمل على بناء الهيكل العام لحجاجه أو إجابته على الحجج المعارضة أو المضادة لما قدمه من قبل.

-ما هي حدودي؟ « quelles sont mes contraintes, mes limites ? » على المخاطِب أو الشريك في التفاعل أن يعرف حدوده عند بناء خطابه أو تدخله أي عليه أن يميز بين ما يحق له قوله وما لا يجوز له في ذلك السياق ومع ذلك المستمع،إذ عليه أن يختار بعض الحجج من بين كل الحجج الممكنة.

-تحديد أو تعيين الأهداف:

يعتبر تحديد الهدف قبل إنتاج أي خطاب حجاجي من بين العوامل الأساسية المساعدة على اختيار الإستراتيجية الملائمة للحديث فكلما "شعرت بالحاجة إلى إنتاج حجاج أمام فرد أو جماعة من أجل محاولة إقناعه-إقناعهم- على التفكير أو حمله على ردة فعل معينة لابد من أن تحدد أين تريد قيادته،ومن الضروري أن تكون واضحا مع نفسك وتحدد بشكل دقيق أهدافك "[[7]](#footnote-8) أي على الفرد منا عندما يجد نفسه في موقف أو حديث يفرض عليه اعتماد الحجاج من أجل إقناع متلقيه بتبني فكرة ما أو حمله على فعل معين أن يكون واثقا في قراراة نفسه مما يريد الوصول إليه، فالثقة بالنفس والتأكد مما نريده يجعلنا نقدم كل ما بوسعنا من أجل تحقيق هدفنا المنشود، والهدف هو الغاية أو النتيجة المنتظرة وتكون هذه الأخيرة ملموسة تظهر في سلوك المخَاطب مع العلم أن الأهداف تختلف حسب المخاطِب والموقف الذي يكون فيه فبالنسبة للبائع الهدف الأساسي هو حمل الزبون على شراء ما يبيعه أو التعامل مع المؤسسة الخدماتية التي يمثلها،وهدف المحامي الذي يكون في حالة الدفاع هو الحصول على أدنى عقوبة ممكنة أو البراءة لموكله في حين يعمل محامي الادعاء على فرض أقصى عقوبة للمتعدي على موكله مع الإشارة إلى أن تحقيق الهدف مهما كان نوعه يتطلب من الفرد اختيار اللحظة المناسبة وأن يكون صبورا فمن الأهداف ما يتطلب المرور بمجموعة من المراحل أو تحقيق بعض النتائج الجزئية للوصول إلى الهدف الرئيسي كما هو الحال في لعبة الشطرنج أين يعمل اللاعب على تحقيق مجموعة من الأهداف بدءا بالنقاط والجولات إلى المقابلة ككل إذ يجب عليه أن يكون صبورا ويتحيل الفرص المناسبة كما يأخذ بعين الاعتبار عامل الوقت وأفعال من يلعب معه نفس الشيء تقريبا في حالة البيع "أين يكون الاتصال مع الزبون يشغل حيزا لابأس به إذ من المهم عدم السعي إلى البيع بسرعة،يجب معرفة معنى الانتظار.تستطيع في هذه الحالة عرض وتحقيق بعض الأهداف الوسيطة « intermédiaires » نحو:

-خلق مناخ ملائم للسماع.

-توليد أو خلق منفعة وفائدة واهتمام أو فضول،الحصول على طلب،قبل البحث على عقد صفقة –هدف نهائي. فهذا يخلق علاقة مبنية على الثقة ويترك لمخاطِبك الإحساس بأنه يقرر بوعي "[[8]](#footnote-9) أي على المخاطِب في هذه الحالة –البيع- أو في أي حالة أخرى أن يهيء مخاطَبه لتحقيق هدفه المنشود ومن المهم جدا أن لا يشعر متلقيه بأنه يسعى إلى إجباره على الأخذ بما يريده.

-أخذ بعين الاعتبار الجمهور أو المخاطَبون:

لقد أشرنا سابقا إلى أهمية الأخذ بعين الاعتبار المخاطَب أو الجمهور المستهدف في إنتاج الخطابات الحجاجية إذ يمكن لذات المخاطِب أن يحقق هدفه أو النتيجة نفسها باعتماد خطابات مختلفة مع ذوات مختلفة في حين تتباين النتائج التي يتوصل إليها بتبني خطاب واحد مع كل تلك الذوات ويرجع ذلك إلى الاختلافات الجوهرية بينهم وعليه فإن "التفكير في المستمع أو المرسل إليه هو إذا فعل مسبق وأساسي في كل تحضير للحجة "[[9]](#footnote-10) أي على المرسل أو المخاطِب أن يطرح مجموعة من التساؤلات حول من يتوجه إليه بخطابه فكلما تحصل على أكبر عدد من المعلومات سهل عليه استمالته أو إقناعه بما يتوجه به إليه ومن بين أهم التساؤلات أو النقاط الأساسية التي يجب معرفتها تلك التي جسدها روني وجون سيمون في كتابهما "الحجاج"من خلال الشكل التالي(بتصرف):

معروف متجانسة

مجهول -أو إلى جماعة غير متجانسة

إلى من نتوجه -إلى فرد كبير

صغير

إن معرفة أدق التفاصيل حول شخصية المرسل إليه أو المستمع المستهدف تعتبر عاملا مهما في اختيار الإستراتيجية المثلى في بناء الخطاب الحجاجي وعليه على المخاطِب أن يأخذ في الحسبان المستوى الإدراكي الفكري التعليمي والثقافي للمخاطَب إلى جانب مدى اهتمام هذا الأخير بموضوع خطابه وما هو الكم المعلوماتي والفكري الذي يمتلكه حوله –الموضوع- مع الإشارة إلى أن معرفة الآخر أو المستهدف تكتسي أهمة أكبر في العملية التواصلية مقارنة بالخطابات الموجهة في العملية الاتصالية لأن المخاطِب في هذه الأخيرة يوجه خطابه إلى طرف معين بهدف التأثير فيه دون الدخول في تفاعل معه في حين الخطابات المتجسدة في مساهمات كلامية خلال العملية التواصلية مهما كان نوعها حوار،نقاش،جدال أو محادثة فالمتكلم أو المتدخل يكون في تفاعل كلامي مع مخاطَبه أين يكون لهذا الأخير حق الرد مباشرة وعليه على المتفاعل المخاطِب في هذه الحالة أن يكون ذكيا ويعمل على كشف إستراتيجية نظيره أو الأوراق التي يراهن عليها إضافة إلى ضرورة معرفة ما سيكسبه أو يفقده مما نريد إيصاله كل هذا سيساعده على انتقاء الحجج اللازمة من أجل فرض وجهة نظره إذ غلى المخاطِب أن يضع في الحسبان إمكانية معارضة هذا الأخير له بالحجة وعليه لابد أن يحاول تصور تلك الحجج المضادة انطلاقا مما قلناه سابقا-المعرفة المسبقة بالمتلقي- ويعمل يعمل على دحضها من خلال خطابه قبل إحالة الكلمة إلى مخاطَبه أو التحضير لها أي الرد عليها بحجج مقنعة تكون أكثر نجاعة وفعالية.

-تحضير خطة حجاجية « Préparer un plan d’argumentation »

إن الخطاب ككل الأفعال والأنشطة الإنسانية الأخرى من حيث خضوعه لسلطة العقل فكل أفعال الإنسان تابعة للعقل وإن كانت هذه التبعية نسبيا متفاوتة حسب طبيعة الفعل أو النشاط فالفرد منا يعمل دائما على تحديد أهدافه في هذه الحياة وما يصبو إلى تحقيقه فيها ويخطط لذلك،والتخطيط لا يرتبط عند الإنسان بالأهداف البعيدة بل يتجسد حتى في أدنى نشاطاته اليومية كالطبخ،الدراسة التسوق وغيرها، حتى الطفل الصغير الذي قد يرى البعض أنه لا يمكنه التخطيط أو وضع استراتيجية معينة لما لهذين المفهومين من صبغة عقلية ومنطقية إلا أن أبسط نشاطاته المتمثلة في اللعب تجسد المفهومين السابقين بكل معنى الكلمة خاصة تلك الألعاب المبنية على التحدي كالغمّيضة التي يعمل فيها الأطفال على اختيار الأماكن التي يختبئون فيها إذ يتحاشون الاختباء في الأماكن التي قد يفكر فيها الخصم لأن هدف كل المشاركين في اللعبة هو الفوز لذا تجدهم يفكرون في أماكن الاختباء قبل أخذ قرار الاختباء في مكان معين حتى أننا نلاحظ في بعض الأحيان أحدهم يغير المكان بعد أن اتخذه مخبئا وذلك لا يأتي اعتباطا بل لأنه رأى أنه سيكشف بسهولة. في الواقع التخطيط وسلطة العقل كائنان في ذات الإنسان وفي كل أنشطته وأفعاله،والخطاب كفعل لغوي بشري لا يختلف كثيرا عن الأنشطة الأخرى فالفرد قبل إنتاج أي خطاب كان يضع مخططا معينا ويأخذ فيه بعين الاعتبار الحالة أو الموقف الذي استدعى خطابا منه والهدف الذي يريد الوصول إليه وطبيعة مخاطَبه مع الإشارة إلى أن هذا التخطيط قد يشغل حيزا زمنيا كبيرا كما قد لا يتجاوز بضع ثوان كما قد يكون سابقا لفعل الخطاب في حالات الخطابات المحضرة[[10]](#footnote-11)\* خاصة المكتوبة منها. وفي حالات كثيرة يجد الإنسان نفسه ينتج خطابات وفق نظام غاية في الدقة ويراعي فيها العناصر السابقة دون التخطيط لها مسبقا لأنها خطابات آنية وعفوية وعليه قد يذهب البعض إلى القول أن هناك خطابات آنية وعفوية وعليه قد يذهب البعض إلى القول أن هناك خطابات لا يخطط لها هذا في الظاهر إذ الواقع غير ذلك لأن الفرد في خطاباته العفوية والمرتجلة يتبع خطة معينة تخدم ما يرمي إليه دون التحضير لها أو رسمها مسبقا لأنها تكون وليدة اللحظة التي يبدأ فيها بالكلام أي أن التخطيط يتزامن مع فعل النطق من خلال وعي الإنسان بالعناصر السابقة وحضور الإدراك العقلي المزود بالخبرة الكافية،إن الخطاب الحجاجي واحد من بين أكثر أنواع الخطاب استلزاما للتخطيط والتحضير لأنه ليس مجرد كلام لمصاحبة الحال بل هو منتوج لغوي موجه للإقناع قد يلقى القبول أو المعارضة من قبل المتلقي وعليه يسعى المحاجج دائما أثناء العملية التواصلية إلى انتهاج خطة معينة مع الإشارة إلى أن الخطة أو المخطط الذي يتبعه المتفاعل المخاطِب من أجل تحضير مداخلته بحمله منذ إنتاج الأفكار والحجج إلى الحجاج في الخطاب أين يكون المتن أو المحتوى مكيفا ومطوعا لطبيعة مستمعه[[11]](#footnote-12) أي أن التخطيط يبدأ على مستوى الفكر حيث تكون الفكرة الأولى هي وضع مخطط لِيَلِيَ ذلك تحديد الحجج وبعدها الخطاب الحجاجي على أن يكون كل هذا يراعي طبيعة المتلقي ولتوضيح أكثر معنى التخطيط نعرض المخطط التالي[[12]](#footnote-13):

الموقف

التعرف على الحالة الفهم

التحليل

إنتاج الأفكار والحجج التصور

الخلق

أهدافك

أهداف مستمعك فرز وتنفيذ الفرز

أخذ القرار

يجسد هذا المخطط بشكل واضح عملية التحضير للخطاب الحجاجي إذ يضع في الدرجة الأولى سياق الموقف أو الحالة حيث يجب على المخاطِب أن يفهم هذا الموقف عن طريق تحليله فإدراك واستيعاب الحالة يسمح ببناء تصور عام حولها كما يسمح كذلك بفتح آفاق في فكر المخاطِب لتصور الشكل الذي يبني وفقه خطابه وهذا بدوره يدفعه إلى إنتاج أفكار وحجج تخدم خطابه، غير أن الإنتاج لا يعني التطبيق مباشرة بل عليه فرز الأفكار والحجج بالعمل على انتقاء ما يخدم أهدافه مع مراعاة مخاطَبه ليأتي بعد ذلك إنتاج الخطاب أي على المخاطِب بعد تحليله للموقف والسياق أن يخرج من فكره كل الأفكار والحجج والأمثلة التي يرى أنها تخدم الموضوع الذي يعالجه ومن الأنجع اعتماد الكتابة أي كتابة كل ما يحضر في الذهن حول ذلك الموضوع لأن ذلك يساعد فيما بعد في عملية الفرز أو انتقاء ما يخدم المخاطب في تلك الوضعية وفي عملية انتقاء الحجج الفعالة لابد من أن يأخذ المتكلم بعين الاعتبار قناعاتك كذات مخاطِبة مع عدم تهميش الذات المتلقية لأنها المستهدفة وعلى أساس هذين الاعتبارين قسم روني وجون سيمون الحجج إلى ثلاثة مستويات وهي على التوالي:[[13]](#footnote-14)

* الأولى تمثلها الحجج الضعيفة بالنسبة لك كذات مخاطبة وهي كذلك بالنسبة لمتلقيك أو مستمعك المستهدف وإن كان بإمكانها أن يكون لها أثرا كبيرا على أشخاص آخرين وهي حجج يجب تجنبها على أساس أنها ستضعف موقفك أمام مخاطَبك المستهدف.
* الثانية :وهي تلك الحجج التي يكون فيها عامل القوة هو نفسه أي أنها تكون قوية في نظرك وهي كذلك عند مستمعك وعليه فهي حجج تستحق الاستعمال مع بداية الخطاب لأنها تظهر توافقا بينك وبينه –مستمعك- وبالتالي هي حجج تدعم موقفك.
* الثالثة: تتمثل في الحجج التي لديها قيم مختلفة بالنسبة لك كمخاطب ولمستمعك وهي حجج من الأفضل الاحتفاظ بها واستعمالها حسب فعالية الاستراتيجية التي تبنيتها في خطابك.

1. -عبد الهادي بن ظافر الشهري،إستراتيجيات الخطاب،ص 52. [↑](#footnote-ref-2)
2. -المرجع نفسه،ص 63.نقلا عن عبد الرحمن العبدان وراشد الدرويش:إستراتيجيات تعلم اللغة العربية بوصفها لغة ثانية،مجلة أم القرى اللغة العربية وآدابها،ع 16، 1997،ص 324. [↑](#footnote-ref-3)
3. -voir : Renée & Jean simonet ; L’argumentation, p 39. [↑](#footnote-ref-4)
4. -Ibid :p 39. [↑](#footnote-ref-5)
5. -Ibid : p 40. [↑](#footnote-ref-6)
6. -Ibid :p 40. [↑](#footnote-ref-7)
7. -Ibid, p :42. [↑](#footnote-ref-8)
8. -Ibid :p :43. [↑](#footnote-ref-9)
9. -Ibid :p :46. [↑](#footnote-ref-10)
10. \* - قد يكون التحضير ذهنيا فقط، مجرد تفكير أي رسم خطة تقريبية ذهنية لا يأخذ المخاطِب الوقت الكافي وهو ما نجده في المحادثات إذ يشغل أحد أعضاء التفاعل وقد تدخل نظيره في التحضير لمداخلته كما قد يكون التحضير ذهنيا وكتابيا وفي هذا الأخير يأخذ المخاطب الوقت الكافي لإعداد خطابه. [↑](#footnote-ref-11)
11. -Voir :Ibid :p :49. [↑](#footnote-ref-12)
12. -Ibid :p :49. [↑](#footnote-ref-13)
13. -Voir :ibid :p :52. [↑](#footnote-ref-14)