الأستاذ: النذير ضبعي
السنة: أولى ماستر
المادة: آليات الحجاج
التخصص: نقد حديث ومعاصر
المحاضرة رقم06 من 12
عنوان المحاضرة: استراتيجيات التواصل.

من الصعب حصر استراتيجيات التواصل، ومع هذا يمكننا أن نقدم لها تصنيفا عاما وفق معايير محددة منها: المعيار اللغوي الذي يراد به لغة الخطاب، والمعيار الاجتماعي ونقصد به تلك العلاقات التي تربط بين المتخاطبين، ومعيار ثالث يكمن في هدف الخطاب، ولعل هذا الأخير هو الأكثر اعتمادا في تحديد الاستراتيجية المعتمدة في التواصل.

فهناك مثلا معيار العلاقة التخاطبية بين أطراف الخطاب التي تتراوح قربا وبعدا، علوا أو دنوا، وعلى ضوء هذا المعيار نستطيع أن نعيّن استراتيجية يمكن أن نطلق عليها "الاستراتيجية التضامنية، ويمكن أن يعبر المرسل عن تلك العلاقة بأدوات لغوية كثيرة منها على سبيل المثال الأدوات الإشارية التي تقرب البعيد، وتجمع الأطراف المتخاطبة مثل الضمير "نحن" الذي يدل على الجمع بين طرفي الخطاب.

وتحت هذا المعيار أيضا معيار العلاقات التخاطبية يندرج صنف آخر من الاستراتيجيات وهو الاستراتيجية التوجيهية التي تتجسد من خلال آليات صريحة تسهم في توجيه المرسل إليه، مثل أساليب الأمر والنهي الصريحين، والتحذير والإغراء، وهي أساليب يبرز دور السلطة الاجتماعية التي تعطي للمرسل نفوذا يمارسه عن طريق اللغة. وفي هذه الحالة لا يجد المرسل إليه بدا من الامتثال والتنفيذ[1].

أما المعيار الثاني لتصنيف استراتيجيات التواصل فهو معيار دلالة الشكل اللغوي، إذ يكون واحدا من صنفين؛ أما قصدا صريحا مباشرا، أي يتضح القصد في الخطاب مباشرة، وإما قصدا ضمنيا غير صريح وغير مباشر، فيكون المعنى مستلزما من شكل الخطاب، وبالتالي يصبح شكلا يستلزم قصدا غير المعنى الحرفي للخطاب، فقد يستخدم المتكلم شكلا خطابيا يبطن فيه مقاصده، ويرمي من خلاله إلى أمور يتدخل السياق في فهمها وكشف معانيها، ويمكن أن نطلق على هذا الضرب بالاستراتيجية التلميحية، ومثال ذلك الاستفهام الذي يراد به الالتماس، وكذلك كافة أنواع المجاز.

والمعيار الثالث لتصنيف الاستراتيجية التخاطبية التواصلية هو معيار الهدف من الخطاب. ويعد الخطاب الإقناعي الحجاجي من أهم الأهداف التي يسعى الإنسان إلى تحقيقها، وبذلك يمكن أن نطلق على هذه الاستراتيجية استراتيجية الإقناع. بحكم المرسل يتوخاها

[1] - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، المقدمة.

لتحقيق مآرب كثيرة، ويستخدم لذلك آليات عدة، منها ما يخاطب العواطف، ومنها ما يتعامل مع العقل.

ويمكن أن يتوخى المرسل في الخطاب الواحد استرايجيات مختلفة، أو يتوخى استراتيجية واحدة[2].

وهناك متغيرات سياقية تسهم في اختيار الاستراتيجية التخاطبية، وقد بينها "براون" و"لفنسون"، وهي[3]:

-درجة العلاقة الاجتماعية بين المتكلم والسامع، أي درجة الألفة بينهما في واقع الحياة.

- العلاقة السلطوية بينهما.

- القيود التي تفرضها ثقافة معينة على الخطاب، ونوعية تلك القيود.

أنواع الاستراتيجيات:

أ- الاستراتيجية التضامنية: هي الاستراتيجية التي يحاول من خلالها المرسل أن يجسد علاقته بالمرسل إليه، وأن يعبر عن مدى احترامه له، ويحاول إزالة الفروق بينهما، وإجمالا هي محاولة التقرب من المرسل إليه، عن طريق الخطاب، وهذا هو عين التأدب في الخطاب، فنجد المتكلم يسعى جاهدا للحفاظ على عرى التواصل حتى يجلب أقصى ما يمكن من المنفعة له ولمخاطبه، فهي منفعة مشتركة.

ومن شأن الخطاب ، بهذه الاستراتيجية أن يساوي بين أطرافه، وأن يقلص المسافات ويقلل الدرجات، مما يضيق معه إطار الفرقة، وتنتفي به عوامل التشتت، حتى تصبح العلاقة في نهاية الخطاب أفضل من بدايته[4].

ب- الاستراتيجية التوجيهية: هناك سياقات لا تناسبها الخطابات المرنة التي تمنح الأولوية لمبدإ التأدب، ومرد ذلك إلى أسباب كثيرة، منها ما يتعلق بأولوية التوجيه، كخطاب النصح والتحذير وغيرها، فالمرسل يولي عنايته فيها لتبليغ قصده وتحقيق هدفه الخطابي. وبذلك يكون الخطاب التوجيهي يفرض قيدا على المرسل إليه بشكل أو بآخر، وإن كان القيد بسيطا، حيث يحاول توجيهه لفعل مستقبلي معيّن[5].

ولعل أفضل ما يمثل هذه الاستراتيجية هي الأساليب الإنشائية الطلبية، ففعلها يتحقق بعد التلفظ بها مباشرة، غير أن هناك مجموعة من الشروط التي يجب أن تتوفر لنجاحها لعل أهمها سلطة المرسل، وقدرة المتلقي على إنجاز الفعل؛ لأن هذه الأفعال تتحكم فيها العلاقة السلطوية بين طرفي الخطاب، وتتفاوت هذه العلاقة من التباين الشديد حتى التقارب

---

[2] - ينظر المرجع السابق، المقدمة.

[3] - ينظر: المرجع نفسه، ص376-377.

[4] - ينظر: عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 258-259.

[5] - ينظر،المرجع نفسه، ص 322.

الملموس، فلو كان طرفا الخطاب على درجة واحدة لاستعمل المرسل استراتيجية أخرى؛ لأنه يعلم أن فعله مخفق لو استعمل التوجيه[6].

ج- الاسترتيجية التلميحية: يمكن للمتكلم أن يلمح للقصد عبر مفهوم الخطاب المناسب للسياق. ولو دققنا في الاستخدامات اللغوية اليومية لوجدنا أغلبها عبارة عن خطابات غير مباشرة تلميحية، ويمكن التمثيل لذلك:

أ- هل تتكرّم بإقراضي عشرة آلاف دينار؟

ب- قالوا قديما: احفظ قرشك الأبيض ليومك الأسود.

نلاحظ أن المقصود من الاستفهام في المثال الأول هو الالتماس، وبذلك فهو ليس استفهاما حقيقيا.

وإذا انتقلنا إلى المثال "ب" نجد الاستراتيجية التلميحية أكثر جلاء، فبدل أن يجيب المخاطب ب: نعم أو لا استطاع أن يعلمه بالرفض عن طريق كلام تلميحي، يفهم عن طريق سياق التلفظ.

ج- الاستراتيجية الاقناعية أو الحجاجية: سبق وأن تناولنا الحجاج بالتفصيل.

---

[6]- ينظر،عبد الهادي بن ظاهر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 324-325.