

لغة:

الاستراتيجية (Strategy) مصطلح وافد على اللغة العربية، استُعير من المجال العسكري بمعنى: «فن القيادة العسكرية، ل يتم استخدامه في مجالات معرفية متعدّدة، ويعود أصله إلى الكلمة الإغريقية (strategia)، وقد ورد في معجم لاروس الموسوعي بمعنى: فن تنسيق القيادة من أجل إدراك هدف ما، وتعني في المنجد: فن وضع الخطط الحربية وتوسّعها التخطيط وبهذا يكون معناها في اللغة التخطيط.

اصطلاحا:

تكتسب الاستراتيجية تعريفاتها من مجالات استخدامها، ففي الميدان العسكري هي كما عرفها مارشال دولمتكه: إجراء الملاءمة العملية للوسائل الموضوعة تحت تصرف القائد للوصول إلى الهدف المطلوب، أي أنّها طريق عملي لحسن استغلال المعطيات لتحقيق الأهداف.

والاستراتيجية في معناها العام حسب باتريك شارودو، دومنيك مونغونو: كل عمل يتم القيام به بصفة منسّقة لبلوغ هدف ما، وتعتمد بشكل كبير على واضعها (الخطّة) في تحليله للإمكانيات المتاحة لديه واختيار الأفضل والأنسب منها، وهي بهذا المعنى تنبني على عمليتين: ذهنية ترتسم فيها الخطوات المثلى وفق معطيات الموقف، وأخرى إنجازية يتحوّل فيها التدبير الذهني إلى معطى ملموس.

أما في مجال التواصل فهي: الطرائق التي توصل مقاصد المرسل وتعين على إدارة دقّة الحديث، أو هي «المسلك المناسب الذي يتخذه المرسل للتلفظ بخطابه، من أجل تنفيذ إراداته، والتعبير عن مقاصده، التي تؤدي لتحقيق أهدافه، من خلال استعمال العلامات اللغوية وغير اللغوية، وفقا لما يقتضيه سياق التلفظ بعناصره المتنوعة. وبالتالي فهي ليست طريقا واحدا واضح المعالم يسلكه صاحب كل غاية لتحقيق مراده، بل هي مسالك كثيرة تتعدد بتعدد المقامات وتتغير بتغير المعطيات السياقية وهذا ما من شأنه أن يجعل من قصد المتكلم حجر الأساس في بناء أيّ استراتيجية خطابية.

كما يمكن عدّها عملا إبداعيا يمارسه كل إنسان سوي، فنحن جميعا نعتبر مبدعين -على حد قول الشهري- عندما نتواصل ونقوم بالمزج بين علامات بإمكانها أن تخلق في أذهان المتلقين المؤولات التي نريد منهم إنتاجها لفهم ما نقصده من أقوالنا.

فكل تواصل هو « نتيجة لاستراتيجية معينة، ويتم إنتاجه عبر ثلاث مراحل:

أ- إدراك السياق الذي يجري فيه التواصل.

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

ج-التلفظ بالخطاب.

وبالتالي فالاستراتيجية الخطابية ليست نشاطا اعتباطيا بقدر ما هي خطة محكمة وعمل منسق يقوم به المتكلم، يبدأ بتحليل الموقف الكلامي ككل، ثم يشرع في استثمار كفاءته التداولية واللغوية وجميع الإمكانيات التي يتيحها السياق، ليصل في الأخير إلى مرحلة التجسيد الفعلي للاستراتيجية، بإنجاز الفعل الكلامي أو التلفظ بالخطاب، وهو ما يطلق عليه فيلسوف اللغة فتجنشتاين (Wittgenstein) ألعاب اللغة وربطه هذا المفهوم بنظرية استعمال اللغة (التداولية).

3. استراتيجيات التواصل:

لا يقتصر إنجاز الخطاب على استدعاء الكفاءة اللغوية وحسب، بل لا بد من توفر الكفاءة التداولية، التي تتكون بدورها من مجموع ملكات (لغوية - إدراكية - معرفية - منطوية - اجتماعية)، وهذا ما يجعل الاستراتيجية بعيدة كل البعد عن القولية الجاهزة، وتختلف من موقف إلى آخر ومن متكلم إلى آخر، ولذلك «يلمس التفاوت بين الناس في مستواها» (عبد الهادي بن ظافر الشهري، 2004)، وبالتالي لا يمكننا الحديث عن استراتيجية واحدة للخطاب، حتى على مستوى النوع الواحد من الاستراتيجيات، التي تم تصنيفها حسب إدريس مقبول وفق معايير ثلاثة هي:

-المعيار الاجتماعي: ويتعلق بالعلاقة بين طرفي الخطاب، وقد نتج عنه استراتيجيتان: الاستراتيجية التضامنية والاستراتيجية التوجيهية.

-معيار شكل الخطاب: ويتعلق بشكل الخطاب اللغوي للدلالة على قصد المرسل وتفرع عنه الاستراتيجية التلميحية.

-معيار هدف الخطاب: وقد تفرعت عنه الاستراتيجية الحجاجية .

1- الاستراتيجية التضامنية:

يحيل مصطلح التضامن في اللغة إلى الاتفاق والتعاون الذي غدا ممارسة حياتية لإنسان اليوم لا غنى له عنها داخل مجتمعه، وتزيل هذا المعنى على الممارسة الخطابية يجسد الإرادة الحسنة للمتفاعلين في المواقف الكلامية، لبناء جسور المحبة والاحترام بينهم لتحقيق أغراض ومقاصد معينة، وتحافظ من جهة أخرى على العلاقة القائمة بينهم وقد تم تعريف الاستراتيجية التضامنية بأنها «الاستراتيجية التي يحاول بها المرسل أن يجسد درجة علاقته بالمرسل إليه، ونوعها، وأن يعبر عن مدى احترامه لها ورغبتها في المحافظة عليها».

ومن مسوغات هذه الاستراتيجية:

- كسب ولاء الناس وتعاطفهم.

-تحسين صورة المرسل أمام المرسل إليه، من أجل بناء علاقة معه أو تحسين علاقة قديمة.
-الحد من دور السلطة في الحياة اليومية، وتيسير طرق التعليم والإفهام . فالمتكلم سيسعى لتحقيق عدة مآرب تتعلق في مجملها بعلاقته بمخاطبه.

2. الاستراتيجية التوجيهية:

إن المخاطب إذا اطمأن للعلاقة التي بناها مع مخاطبيه، فسيسعى حتما إلى تحقيق أغراض أخرى من تواصله معهم، وقد لا يكثرث لهذه العلاقة أصلا، وسوف لن يكون بحاجة إلى الاستراتيجية التضامنية، وسيعمد إلى غيرها بحسب مقاصده من خطابه، وما يتطلبه الموقف الكلامي الذي يدخل فيه، كمقامات التربية والتعليم والنصح والتحذير، ويناسبها الاستراتيجية التوجيهية التي تعرف على أنها «الاستراتيجية التي يرغب المرسل بها تقديم توجيهات ونصائح وأوامر ونواه يفترض أنها لصالح المخاطب وغالبا ما تستعمل هذه الاستراتيجية للشعور بالتفاوت الفكري أو الاجتماعي، ووجود الطابع الرسمي في العلاقات التواصلية، والسعي للحفاظ على التراتبية التي تضمن احترام وتوقير المتكلم، وإصراره على تنفيذ قصده .

3. الاستراتيجية التلميحية:

وتعرف الاستراتيجية التلميحية على أنها استراتيجية يعبر فيها المرسل من غير تصريح مباشر ولا دلالة ظاهرة، فيختار الإضمار والدلالة غير المباشرة، والتي يحتاج معها المخاطب إلى استعمال الاستدلال للوصول إلى قصد المتكلم. فهي استراتيجية ينتقل فيها المتلقي من المعنى الحرفي الظاهر إلى معنى ضمني مستلزم.
ومن أهم مسوغات هذه الاستراتيجية الهروب من مسئولية القول، الحرص على التأدب في مخاطبة الآخرين، والرغبة في إظهار التفوق...

4. الاستراتيجية الحجاجية:

وهي الاستراتيجية التي يرمي من خلالها المخاطب إلى إحداث تغيير في الموقف الفكري أو العاطفي للمخاطب، حيث تستعمل هذه الاستراتيجية لتحقيق أهداف نفعية للمتكلم، ومن مسوغاتها:

الرغبة في تحصيل الإقناع والابتعاد عن الإكراه.

إبداع السلطة، وتحقيق الإقناع بقوة القول /الخطاب.

تنامي الخطاب بالأخذ والرد وبسلطة الحجاج، وعدم الاتفاق حول نقطة ما.