

الاستراتيجيات الخطابية في البلاغة العربية

الباحث: أحمد محمد حسن علي

باحث دكتوراه - جامعة السويس - كلية الآداب - قسم اللغة العربية

ملخص البحث

اتسم هذا العصر بكثرة خروج بعض المصطلحات عن مجالها وتخصصها ودخولها إلى مجالات علمية أخرى، وأكثر من هذا فقد حققت هذه المصطلحات نجاحا كبيرا فتوسعت دائرة استعمالها وتداولها؛ ولعل ما حققه مصطلح "الاستراتيجية" دليل على ذلك؛ فقد اخترق جل العلوم والفنون كالدين والسياسة والتربية والإعلام والثقافة والرياضة، ولم يترك مجالاً من المجالات إلا وأقحم نفسه فيه .

والخطاب منجز لغويّ ينتج في سياقات تواصلية ذات عناصر متنوعة ومتغيرة؛ وهذه التتوعات وتلك التغيرات تحتم على المخاطب الاستجابة لها، كي ينتج خطابه الملائم المناسب بغية الوصول للهدف الذي وضعه قبل الخطاب، ولن يفلح في تحقيق تلك الملائمة ما لم يكن الخطاب ناتجا عن إجراء عملية مقصودة تعند بمقتضيات عناصر السياق وتتنبه إلى علاقاتها بكيفية تنعكس على صياغة الخطاب معنئ ومبنى، وهي عملية تداولية لها إجراءاتها الذهنية وأصولها العملية التي تنضوي في ما نسميه " استراتيجيات الخطاب" فهي إذن اختيار أنسب الوسائل والآليات من قبل المخاطب للوصول لهدف الخطاب مراعيًا حال المرسل إليه والظروف الخارجية - الزمان والمكان - وكذلك السياق الذي يتم فيه التكلم.

الكلمات المفتاحية

الاستراتيجيات , الخطابية , اللغة العربية , المرسل , المرسل إليه

Abstract:

This era was characterized by the frequent departure of some terms from their field and specialization and their entry into other scientific fields, and more than that, these terms achieved great success, and the circle of their use and circulation expanded. Perhaps what the term "strategy" has achieved is evidence of that. It penetrated most of the sciences and arts, such as religion, politics, education, media, culture and sports, and left no field except to involve itself in it. Discourse is a linguistic achievement that is produced in communicative contexts with diverse and changing elements. These diversities and changes necessitate the addressee responding to them, in order to produce his appropriate and appropriate discourse in order to reach the goal that he set before the discourse, and he will not succeed in achieving that appropriateness unless the discourse is the result of an intentional process that considers the requirements of the elements of the context and pays attention to their relationships in how they are reflected in the formulation of the discourse. It has a meaning and structure, and it is a deliberative process that has its own mental procedures and practical origins that fall into what we call "discourse strategies."

Keywords: Strategies, rhetoric, the Arabic language, the sender, the addressee

أولاً- تعريف ومفهوم الاستراتيجيات

لفظة " استراتيجية" في أصلها كانت تطلق على الطرق أو الخطط الموضوعة من قبل الهيئات العسكرية لتحقيق أهداف محددة، ثم تعدى هذا المفهوم وأتسع من حيث الاستعمال ليشمل علوما معرفية كثيرة.

ويعود أصل هذا المصطلح إلى كلمة يونانية (strategos) وتعني : فن قيادة الحرب، وفي قاموس أكسفورد جاءت بمعنى : (فن تعبئة المعدات الحربية وتحريكها بما يُمكن من السيطرة على الموقف والعدو بصورة مباشرة؛ ثم انتقلت إلى المجال المدني متضمنة للمعنى نفسه تقريبا؛ وهو الوصول إلى هدف وغاية منشودة بأفضل الطرق)^(١)

فإذا قمنا بتحليل مجمل ما جاء في هذه المعاجم سنجد أن المعنى المركزي المشترك الذي تدور حوله كلمة " استراتيجية " يدور حول علم أو فن الحرب، وما يتطلب ذلك العلم أو الفن من إجراء وتخطيط لبلوغ الأهداف أو الخطة التي تتضمن بدائل للخطة وفق سير العمليات؛ كما أنها تدل على الأساليب الفنية المتبعة في البحوث العلمية.

كذلك يتبين أن هذا المصطلح قائم في أصل وضعه اللغوي إلى التخطيط المسبق لأي عمل؛ وسواء كان هذا التخطيط مكتوبا أو مرسوما أو مجموعة أفكار في ذهن المخطط فإنه لا بد أن يسبق أي عمل أو مشروع أو فكرة يبغى أصحابها من ورائها نجاحا وتميزا. ومع كثرة استعمال هذا المصطلح بات علما في حد ذاته أو فنا من الفنون ، ومع تطور العلوم وتناميها وكثرتها واختلافها احتاج كل علم وفرع من فروع الثقافة إلى وضع خطط معينة للوصول إلى أهداف محددة، فانسحب هذا المفهوم من ميدان الحرب والتخطيط العسكري إلى جل المباحث العلمية وكافة المناحي الحياتية والإنسانية (يعني مجموعة الأفكار والمبادئ التي تتناول ميدانا من ميادين النشاط الإنساني بصورة شاملة، كما تدلُّ

على وسائل العمل ومتطلباته واتجاهات مساراته بقصد إحداث تغييرات فيه وصولاً إلى أهداف محددة^(٢)

ومن ثم أصبح لهذا المصطلح في علم الخطاب وفن الكلام والمباحث الأدبية والبلاغية شأن وأهمية , ولعلّ من أسباب تنقل هذا المصطلح من مجاله الخاص إلى مجال عام أوسع، كونه يحمل معنى التخطيط والتدبير وفق المستجدات من أجل بلوغ الأهداف. ولا يكاد يخلو مجال من مجالات العلم أو الفن من هذه الآليات، فغاية العلوم - كل العلوم - هو بلوغ الأهداف، ولن يتم ذلك إلا عن طريق وضع خطة - قصيرة المدى أو بعيدة - لإدراك النجاح وبلوغ الأهداف.

وبناء على ما سبق يتضح أن الاستراتيجية تقوم على عنصرين رئيسين، أو مرحلتين متتابعتين؛ الأولى منهما التخطيط في المستوى الذهني واختيار الآليات المناسبة، وثانيهما الفعل المنجز التنفيذي،

إذا فهناك إرادة وتخطيط وعزم يجول في ذهن المخاطب؛ فهي عمليات ذهنية أشبه بالحسابات المنطقية والدراسات الرياضية العقلية؛ حيث دراسة الهدف المبتغي من العملية التخاطبية مع مراعاة السياق الذي يدور فيه التخاطب واعتبار الزمان والمكان وحال المرسل إليه؛ كل ذلك قبل أن يختار المرسل أنجح الوسائل وأنجع الآليات للتأثير في المرسل إليه.

فيتضح بذلك أن مفهوم الاستراتيجية في الخطاب قد ارتبطت به لكونه عملية يقوم بها المرسل باختيار العبارات والكلمات المناسبة، وكذا اختيار السياق المناسب، فهو قبل التلفظ بخطابه يخطط لكيفية إنتاجه وكذا كيفية إيصال معناه إلى المرسل إليه ، فالمرسل يحرص كل الحرص على استعمال اللغة استعمالاً دقيقاً يتواءم والسياق ، وحتى يتمكن من القيام بهذه العمليات لا بد وأن تكون لديه كفاية لغوية بالإضافة إلى الكفاية التداولية.

أما في الغرب الذي وفدت منه هذه الكلمة فيعرفها الفيلسوف ميشال فوكو بما يلي (تعمل كلمة استراتيجية عادة بثلاثة معان : أولاً: للتدليل على اختيار الوسائل المستخدمة للوصول إلى غاية معينة . ثانياً: للتدليل على الطريقة التي نحاول بها التأثير على الغير . ثالثاً: للتدليل على مجمل الأساليب المستخدمة في مجابهة ما، لحرمان الخصم من وسائله القتالية وإرغامه على الاستسلام)^(٣) ويعدده بعض الباحثين نصاً ذهنياً مخططاً له بصفة مستمرة يجول في خاطر المتكلم قبل أن يصبح نصاً منطوقاً أو مكتوباً؛ فكأن المرسل نطق بما يريد أن يقول في ذهنه أولاً؛ وكأنه - كذلك - بلور ما يود قوله متوقعاً بعض نتائجه ومتأهباً لتحقيق بعضها من أهدافه

واستناداً إلى ما سبق يمكننا القول إن معنى الاستراتيجية الخطابية : هي انتقاء أنسب الوسائل التي يتبناها المرسل من أجل الوصول لغايته مراعيًا لسياق التخاطب وأحوال المخاطب.

أنواع الاستراتيجيات

لا بد من التأكيد - أولاً- على أن لكل خطاب هدفٌ وغايةٌ، ويحيط به ظروف وملابسات تكتنف عملية التخاطب، وكذلك نوع العلاقة وشكلها بين المتخاطبين وطبيعة المكان والزمان محل الخطاب؛ كل هذه العوامل والأسباب ترسم خطة للمخاطب وترشده إلى أفضل الآليات والطرق التي ينبغي له أن يستخدمها لتحقيق هدفه؛ ونتيجة لذلك تتعدد أنواع الاستراتيجيات وتباين .
ومن الجدير بالذكر أن المرسل ربما ينتقل في الخطاب الواحد بين عدة استراتيجيات مختلفة وذلك بحسب حال المرسل إليه والعناصر الخارجية - الزمان والمكان - والهدف المرتجى من الخطاب.

وبعض الباحثين قد صنف تلك الاستراتيجيات إلى أربعة أنواع مستندا في هذا التقسيم إلى ثلاثة معايير حيث قال: (هي استراتيجيات قد تفوق الحصر؛ ومع

هذا يمكن تصنيفها تصنيفا عاما لينتظم عقدها حسب معايير واضحة؛ ومن هذه المعايير: معيار اجتماعي؛ وهو معيار العلاقات التخاطبية، ومعيار لغوي؛ وهو معيار شكل لغة الخطاب، ومعيار ثالث هو معيار هدف الخطاب^(٤) وعلى دربه سار كثيرٌ من الباحثين والكتّاب من غير كثير تفكر أو كبير إمعان نظر أو البحث أو قليل تساؤل هل يمكن التسليم بأن هذه الاستراتيجيات وحدها هي التي يمكن أن ينضوي تحتها كل الأساليب الخطابية على تباين وسائلها وآلياتها المستخدمة؟! .

ومن الباحثين من لم يقتنع بهذا العدد من الاستراتيجيات وتلك الأسس والمعايير التي انبثقت منها إلا إنهم لم يقدموا جديدا في هذا الشأن كالباحثة جبلي هدية حيث قالت: (هي استراتيجيات كثيرة قد تفوق الحصر، ومع هذا فقد حاول بعض الباحثين أن يصنفها تصنيفا عاما بالنظر في مساراتها العامة وقواسمها المشتركة، باستعمال بعض المعايير المقترحة التي يمكن أن تضع ضوابط لهذا التصنيف تحاول أن تبلغ الدقة بقدر ما تستطيع)^(٥) و بالملاحظة نجد أن الباحثة استخدمت ألفاظا تفيد الشك وعدم الاقتناع في كلمات مثل : (حاول - تصنيفا عاما - بعض المعايير المقترحة - التي يمكن - تحاول أن تبلغ الدقة) وعلى هذا المنهج سار عشرات الباحثين والرسالات والأبحاث الجامعية في شتى الدول العربية، وبعضهم لم يفكر أصلا في هذا التقسيم ولم يحاول النظر إلى تلك المعايير التي أثمرت عن هذه الاستراتيجيات بعينها؛ وساروا على درب ذاته ولم يقدموا أي جديد؛ بل نقلوا كلام الباحث بنصه ؛ يقول أحد الباحثين (لقد تم تصنيف أنواع الاستراتيجيات التخاطبية في الدراسات التداولية بحسب ثلاثة معايير وهي: أولا: المعيار الاجتماعي، ويتعلق بالعلاقة بين طرفي التخاطب، وقد تفرع عن هذا المعيار استراتيجيتان هما: الاستراتيجية التضامنية والاستراتيجية التوجيهية، ثانيا: معيار شكل الخطاب، ويتعلق بشكل

الخطاب اللغوي للدلالة على قصد المرسل وعن هذا المعيار تفرعت الاستراتيجية التلميحية، ثالثاً: معيار هدف الخطاب وعنه تفرعت الاستراتيجية الحجاجية^(٦) وعلى هذا التقسيم سارت عشرات الأبحاث والرسائل الجامعية والتي تحول بعضها فيما بعد إلى كتب ومراجع يرجع إليها في علم الخطاب.

والذي يعنى البحث والنظر سيجد أن تلك الاستراتيجيات تفوق الحصر بناء على الأسس والمعايير التي وضعت مسبقاً؛ فكل السابقين لهذا البحث وضعوا ثلاثة معايير فقط؛ ومن الممكن أن نضيف معايير كثيرة بحسب المجال والميدان الذي يدور فيه الخطاب؛ وبالتالي سينتج من تلك الأسس والمعايير استراتيجيات كثيرة جداً.

منها المعيار الثقافي: وأقصد به ما يصلح للخطاب في وسط ثقافي من المؤكد أنه لن يصلح أو يثمر في وسط أقل منه أو أرقى منه.

ومنها المعيار السياسي: كالذي يقال في الخطب السياسية الجماهيرية في المؤتمرات والندوات والانتخابات الرئاسية والتشريعية أو الاحتفالات أو عبر شاشات التلفاز أو سائل التواصل المعاصرة.

ومنها المعيار الديني: فالخطاب في الأوساط الإسلامية لا يمكن أن يصلح في غيرها؛ والخطاب في الأوساط الإسلامية الخالصة أو النصرانية الخالصة لا يصلح أن يطرح في المجتمعات التي بها أديان مختلفة وشرائع متعددة.

ومنها المعيار العرقي: فالخطاب لا بد أن يناسب عادات وتقاليده القبائل والأعراق التي يقال وي طرح إليهم وإلا لن يؤتي أكله ولن ينتج ثمره.

وتماشياً مع ما تم ذكره يمكن القول بأن " المعايير " هي التي لا حصر لها ولا عدد وبالتالي سينتج عنها تلك الاستراتيجيات التي لا حصر لها أيضاً؛

وهذا لا يعني أن هذا البحث سيتبع كل هذه المعايير والأسس ونصنف عليها استراتيجيات جديدة وإلا طال بنا البحث وخرج عن مقصوده والهدف منه. ولنبدأ بذكر تلك المعايير التي استتبها هذا البحث من خلال القراءات المتعددة والمراجع السابقة والأطروحات التي بين أيدينا.

١ - معيار العلاقات الاجتماعية .

وهو المعيار القائم على أساس العلاقات الاجتماعية بين طرفي الخطاب من قوة وضعف أو قرب وبعد؛ حيث تفرع عن هذا المعيار ما عرف عند بعض الباحثين بـ " الاستراتيجية التضامنية " أو التي سماها جورج بول باستراتيجية التآزر؛ والتي تعني المؤازرة بصيغة المفاعلة؛ فالمرسل فيها يؤازر المرسل إليه ويعينه على توصيل رسالته في نوع من إظهار المودة والمحبة وإظهار ألوان الاحترام ورفع السلطة والطبقية (فهي تتطوي على التماس هدف مشترك، بل حتى التماس الصداقة، ويكون ذلك باستعمال صيغ التهذيب مثل : هلا سمحت لي باستعمال قلمك؟ يا أخي سأكون شاكرا لو سمحت لي باستعمال قلمك)^(٧).

ففيها يسعى طرفا الخطاب إلى التقارب ورفع الفوارق بينهما، ويمكن أن يعبر المرسل عن تلك العلاقة بأدوات لغوية كثيرة، منها على سبيل المثال لا الحصر، الأدوات الإشارية اللغوية التي تقرب البعيد أو تقرب منه، وتجمع الأطراف التخاطبية.

٢ - معيار السلطة.

هي تلك الفوارق الطبقية والعلمية والسلطوية ومن خلالها يبرز دور السلطة في إعطائها المرسل نفوذا ومكانة يمارسه من خلالهما العملية التخاطبية مستخدما الأدوات اللغوية التي تعينه على تحقيق هدفه وإيصال رسالته بغض النظر عن أهمية المرسل إليه وعن مدى تقبله لهذا الأمر أو ذاك النهي.

وفي هذا السياق، وباستخدام تلك الاستراتيجية، لا يجد المرسل إليه بدءًا من الامتثال والتنفيذ، بالرغم من أن هذه الاستراتيجية لا تمارس فعاليتها وقوتها إلا بناء على معرفة السياق وأطراف الخطاب، ومعرفة العلاقات بينهم. ومن هذا المنطلق فقد أثمر هذا المعيار استراتيجية خطابية عرفت باسم " الاستراتيجية التوجيهية " .

وإن كان الباحث عبد الهادي الشهري - وكل من سار على دربه - يلحقها بالمعيار الاجتماعي إلا أن هذا البحث سيكون له رأي مخالف ؛ حيث يرى أنه - من باب أولى - أن تلحق بمعيار آخر حيث ينتقيا المرسل ويحدد متى يستعين بها لتحقيق هدفه إن امتلك السلطة؛ ويراعيا المرسل إذا تحدث لمن يمتلك السلطة؛ فوجدت أن السلطة - وحدها - التي تتحكم في عملية التخاطب عندما يستخدم المرسل تلك النوع من الاستراتيجيات، وهي التي يستدعيها المرسل لإنجاز الفعل والتأثير في المرسل إليه؛ حيث أنها تستخدم - غالبا - في الأوامر والنواهي التي لا تحتل المراجعة والنقاش والجدال والحوار؛ ويملك معها المرسل من الخبرات الحياتية والمعارف الثقافية والمكانة السلطوية ما لا يدع مجالاً للمرسل إليه أن يرفض ذلك الخطاب أو يراوغ فيه.

فيرى الباحث أنه ليست ثمة دور للنواحي الاجتماعية القائمة على التواد والتراحم وتطوير العلاقات وقواعد التأدب والاحترام المتبادل في اختيار مثل هذا النوع من السلوك التخاطبي أو تلك الاستراتيجية القائمة على الأوامر والنواهي واجبة النفاذ والتنفيذ ؛ والتي - غالبا - لا تحتل الرفض أو الجدل من قبل المرسل إليه .

وعلى فرض وجود علاقة اجتماعية وطيدة بين المرسل والمرسل إليه كالأرحام ، أو الجيران أو زملاء العمل أو أصدقاء الدراسة مثلا، أو الزوج مع

زوجته، أو الأخ مع أخيه؛ فإن المرسل - هنا - يُنحي هذه العلاقة جانبا وكأنها لم تكن موجودة ليستخدم سلطته مع المرسل إليه ليحقق الهدف من خطابه. وجدير بالذكر أن الباحث نفسه أشار إلى تلك النتيجة التي توصل إليها هذا البحث إلا أنه أصر على أن هذه الاستراتيجية تتطرق من الجانب الاجتماعي! حيث قال: (هناك سياقات لا تناسبها الخطابات المرنة التي تمنح الأولوية لمبدأ التهذيب، وعوامل التخلُّق ومرد ذلك إلى أسباب كثيرة، منها ما يتعلق بأولوية التوجيه على التأدب في خطابات النصح والتحذير وغيرها؛ فالمرسل يولي عنايته فيها لتبليغ قصده، بإغفال جانب التأدب التعاملي في الخطاب)^(٨)، وقال في موضع ثانٍ: (إذ تقع الاستراتيجية التضامنية مع السلطة على طرفي نقيض؛ لأن التضامنية تجسد الرغبة في تقريب المرسل إليه والتقرب منه ومنحها الأولوية في الخطاب؛ في حين تجسد التوجيهية الرغبة في إغفال ذلك؛ ومع هذا البون الواضح إلا أن المرسل قد لا يتكئ على ممارسة سلطته بنفس القدر في كل مراحل علاقته بالمرسل إليه)^(٩)

ومما يدل على صحة ما وصل إليه هذا البحث أن كثيرا من الباحثين عرّف استراتيجية التضامن بقولهم: " تنازل المرسل عن سلطته !! "، فالسلطة إذن تلعب دورها الكبير في اختيار النوع الملائم من الآليات والوسائل؛ بل من الممكن أن تثبت العكس؛ أي أن السلطة هي التي تحدد شكل العلاقة بين طرفي الخطاب؛ فإن استخدمها أنتجت التوجيه، وإن أغفلها أثمرت التضامن وعلى سبيل المثال؛ فإن الأب - مثلا - إذا أراد أن يأمر ولده بما فيه نفعه أو ينهاه عما فيه ضرره فإنه يضطر هنا إلى استخدام السلطة الأبوية ويتضح ذلك أكثر من خلال استخدام أداة لغوية اوسيلة بلاغية تدل على أنه ابتعد عن دور المحب المشفق واستخدم دور الموجه الذي لا يحتمل أمره التأخير فربما عنف

ولدهُ الذي يلعب ليلة الامتحان, أو أمره وزجره عند استعمال سيارته لأنه لا يجيد القيادة, أو أن يصعد إلى مكان مرتفع خشية أن يقع منه.

٣- معيار دلالة الخطاب.

إذا توجه المرسل بخطابه إلى شخص يريد التأثير فيه فإنه - عادة - يستخدم الأساليب الصريحة التي لا تحتمل اللبس في فهم المرسل إليه, ولا تحتاج إلى إعمال الفكر أو إمعان العقل؛ وهذا الشكل من الخطاب هو الغالب بين الناس على اختلاف حاجاتهم المعرفية أو الثقافية أو الأفعال التي يمارسونها في حياتهم اليومية من بيع وشراء وتجارة وكافة المعاملات, ولكن قد يلجأ المخاطب - أحيانا - إلى أسلوب آخر يقتضيه سياق الكلام ودرجة العلاقة بينه وبين المرسل إليه والأبعاد الاجتماعية المختلفة أو لأنه يريد صون لسانه عن بعض الألفاظ التي تؤخذ عليه أو يحاسب عليها فيما بعد؛ فيلجأ - عندئذ - إلى أسلوب آخر وهو " التلميح " في اللفظ والقول. ومعيار هذا الاتجاه الخطابي هو دلالة الخطاب نفسه والتي وسمها الباحث عبد الهادي الشهري بمعيار " شكل الخطاب " بينما سنطلق عليها في هذا البحث " معيار دلالة الخطاب" لما كان لهذا المبحث " علم الدلالة " في علوم البلاغة من مكانة عظيمة وشأن كبير؛ وهذا المعيار سينشأ عنه استراتيجية جديدة هي " الاستراتيجية التلميحية ".

ومما لا شك فيه أن التلميح مبحث واسع في النحو العربي والبلاغة العربية وأصول الفقه وعلوم القرآن فقد ورد التمثيل له في النحو عن طريق أسماء الكناية والحذف والتوكيد, وفي البلاغة العربية عن طريق المجاز والكناية والتشبيه, أما في علم أصول الفقه يبرز التلميح عن طريق ما وضعوه من كيفيات تأويل الخطاب القرآني, وبيان قرائن الأحوال الدالة على ترجيح قصد دون آخر .

٤- المعيار العقلي المنطقي.

قد يستلزم الخطاب في بعض الأحيان أن يستعين المخاطب بالحجج المنطقية والبراهين العقلية أو حتى النظريات العلمية والمسلمات المعرفية للوصول إلى مبتغاه من الخطاب؛ وهذا المعيار قائم على العقل والحجة والبرهان لذا سَنَسِمُهُ في هذا البحث بـ " المعيار العقلي المنطقي " وهو ذاته الذي أسماه الشهري بمعيار " هدف الخطاب " على الرغم من أنه كما - أسلفنا الذكر - أن الهدف من أي خطاب هو الغاية والمطلوب في كل خطاب بل هو الهدف الرئيسي الذي من أجله ينشأ أي خطاب؛ فلا خطاب بلا هدف وغاية عظمت أم احتقرت؛ حتى تلك الجمل القصيرة التي نتبادل بها التحية مع من عرفنا ومن لم نعرف مثل "السلام عليكم" أو "صباح الخير" أو "أهلاً وسهلاً" لا بد أن يكون لها هدف من قبل المرسل كأن يحصل على الأجر والثواب من الله أو ينشأ علاقة مع شخص لم يكن يعرفه أو يزيل خصومه مع شخص بينه وبينه عداوة، أو يتقي شر إنسان يغلب على ظنه شره، أو يخبر زملاء العمل أنه وصل إلى عمله؛ فإذا كانت هذه الأهداف في أقل العبارات والجمل فمن باب أولى أن يكون للخطابات الطويلة والخطب العظيمة أهداف أسمى وأعمق.

وبالتالي نشأ عن هذا المعيار العقلي المنطقي ما عرفت بـ " الاستراتيجية الإقناعية " فتلك الاستراتيجية إذن نابعة من العقل وقائمة عليه وموجهة إليه؛ متجنبة للعلاقات الاجتماعية والجوانب السلطوية، مبتعدة عن الأساليب التلميحية والنواحي العاطفية.

ولا بد من التأكيد على إن دراسة استراتيجيات الخطاب بمثل هذا النوع من المعايير الجديدة جانب جدير بالبحث والتحري بغض النظر عن دقة التصنيف في المعايير التي قد تكون محل اتفاق أو اختلاف بين الباحثين، حيث أنها من وضع عقول البشر وتصوراتهم بناء على معارفهم وخبراتهم العلمية والأدبية؛

والتي هي بالتالي تصيب أحيانا وتخطيء أخرى؛ لكنها يمكن أن تصبح أكثر انضباطا ومعقولة في أبحاث لاحقة.

وتبقى هذه البدايات والمحاولات في دراسة الاستراتيجيات الخطابية ضرورية لرسم بعض المعالم الأساسية للبحث في الموضوع، والخروج من الحلقات المفرغة لتصنيفات الخطاب السابقة التي لم يستند الكثير منها على أسس البحث التداولي. والتي ركزت اهتمامها كثيرا على النص المجرد عن العوامل السياقية والثقافية والاجتماعية وغيرها، وهي عوامل لها الأثر البالغ في تشكل دلالة النص الذي لا يمكن عزله بحال عن هذه العوامل المرافقة إن أردنا أن ندرك جل الأبعاد الدلالية له، ونتبين الغرض الحقيقي من وراء إنتاجه، وما يحيط به من ظروف مختلفة.

وتجدر الإشارة إلى أن هذا التمهيد الموجز لن يستفيض في تفاصيل تلك الاستراتيجيات وأسباب انتقاء إحداها على غيرها والوسائل اللغوية والأساليب البلاغية التي يلجأ إليها المرسل مع كل استراتيجية؛ حيث سيأتي ذلك في مكانه المناسب من البحث وذلك عند تقسيم الفصول والمباحث على ما استقر عليه البحث العلمي - حاليا - من تسمية لبعض الاستراتيجيات وما يشبه الاتفاق عليه عند عدد ليس بالقليل من الباحثين.

العوامل المؤثرة في اختيار الاستراتيجيات.

١: الهدف.

إذا أراد المخاطب أن يوجه كلاما لمتلقي ما فإنه - أولا- يحدد هدفا من هذا الخطاب؛ فإن لكل خطاب هدف عظم أو احتقر؛ وبالنظر في أقول القدماء حول اللغة والكلام المفيد نجدهم أنهم قد جعلوا للهدف المكانة السامية من عملية التواصل اللغوي؛ حيث وصف ابن جني اللغة بأنها (أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم)^(١٠) فالهدف حاضر في تعريف ابن جني حيث أسماه بالعرض ،

وقد لفت الإمام السيوطي النظر إلى أهمية الهدف من الخطاب عند النحاة في مبحث المبني للمجهول حيث قال : (قد يُترك الفاعل لغرض لفظي أو معنوي كالعلم به أو الجهل به أو التعظيم أو صيانة اسمه عن الاقتران باسم المفعول أو تحقيره أو الخوف منه أو خوف عليه أو قصد إبهامه بأن لا يتعلق مراد المتكلم بتعيينه)^(١١). فالشاهد من كلامه في هذا الباب أنه بناء على تحديد الهدف لجأ المخاطب إلى استخدام ذلك التركيب النحوي أو المستوى الصرفي أو الآلية التخاطبية.

فيختار المرسل من الألفاظ والأساليب اللغوية والبلاغية التي تعينه على تحقيق هدفه من الخطاب؛ وجدير بالذكر أن نعلم أن الهدف لا بد أن يتكون في ذهن المرسل قبل التلفظ بالخطاب؛ بل هو الغاية من إنشاء الخطاب؛ ولذلك ينبغي على المرسل ان ينتقي من الاستراتيجيات ما يصل به إلى هدفه ويحقق من خلالها غايته؛ بل ربما وصل الأمر في البحث التداولي تسمية بعض الاستراتيجيات بناء على الهدف ؛ فيقال مثلا " الاستراتيجية التضامنية " لأن هدفها إظهار التضامن وإزالة الفوارق بين المرسل والمتلقي.

٢ : القصد.

نسمع كثيرا في شتى ألوان الخطاب أن يقول المتلقي " ماذا تقصد؟" ؛ ولكي يتحاشى المرسل توجيه هذا السؤال من قبل أن يقع فيه لا بد له أن يحدد مسبقا وذهنيا المقصد من خطابه ويراعي كيفية التعبير عن مقصده حتى يأمن على المتلقي من الدخول في دائرة اللبس في فهم القصد .

وتجدر الإشارة إلى أن من دواعي توسع الدراسات التداولية أنه لا يمكن أن يكون المعنى الحرفي للغة هو معنى الخطاب الوحيد؛ فلم تقف عند حدود المعنى الحرفي للخطاب أو عند إنجاز الفعل بشكله اللغوي المباشر؛ ومن أهم العناصر السياقية المُعِينة على فهم القصد من كلام المرسل عادات الناس

وأعرافهم يقول الغزالي : (فعادة الناس تؤثر في تعريف مرادهم من ألفاظهم؛ حتى إن الجالس على المائدة يطلب الماء فيفهم منه العذب البارد)^(١٢) ولعله من الضروري أن نذكر كلام المؤرخ ابن خلدون عند حديثه عن تلك الملكة اللغوية التي حباها الله تعالى للغة العرب حيث قال: (اللغة في المتعارف هي عبارة المتكلم عن مقصوده؛ وتلك العبارة فعل لساني؛ فلا بد أن تصير ملكة منقررة في العضو الفاعل وهو اللسان؛ وهو في كل أمة بحسب اصطلاحاتهم؛ وكانت الملكة الحاصلة للعرب من ذلك أحسن الملكات وأوضحها إبانة عن المقاصد)^(١٣).

والقصديّة في الخطاب أعدها بعض العلماء شرطاً لحصول صحة الفهم؛ بل كانت مثاراً لطرح سؤال قديم جديد؛ هل القصد شرط في صحة إنتاج الخطاب وفهمه أم لا ؟ ، ومن القواعد المهمة لتوصيل القصد معرفة عادات وتقاليد وأعراف القوم الموجه لهم الخطاب؛ فينبغي على المرسل إن أراد أن يتحاشى هذا السؤال عن قصده من خطابه أن يعي جيداً عادات الناس وأعرافهم وما تواضعوا- تعارفوا- عليه في بيئاتهم وتقاليدهم

وقد عقد الإمام الشاطبي فصلاً في سفره الموسوم بـ " الموافقات في أصول الشريعة " قال فيه: (...ومنها أن يكون الاعتناء بالمعاني المبتوثة في الخطاب هو المقصود الأعظم من بناء على أن العرب إنما كانت عنايتهم بالمعاني؛ وإنما أصلحت الألفاظ من أجلها؛ وهذا الأصل معلوم عند أهل العربية فاللفظ إنما هو وسيلة إلى تحصيل المعنى المراد؛ والمعنى هو المقصود)^(١٤) كذلك نجد أن بعض الباحثين أعد الفعل الذي يتوفر فيه القصد هو الفعل التأثيري المنجز - موضوع التداولية وعصبها - قال: (وهذا ما يجعل من الضروري بحث المقاصد والأعراف عند المتكلم. والأعراف موضع البحث: هي تلك التي تُكوّن المفردات اللغوية والنحو للغة، والمقاصد هي مقاصد المتكلم

لإحداث الأصوات التي تعمل وفق هذه الأعراف بطريقة معينة؛ أعني قصد المتكلم إحداث سلسلة من الأصوات تعد جملة في اللغة وربما نقول إذن : إن الفعل الصوتي المعين يكون الفعل الصرفي التركيبي في حالة واحدة وهي : أن يقصد المتكلم إحداث سلسلة من الأصوات وفقا لأعراف لغوية معينة. أن يحدث سلسلة من الاصوات تعمل بالفعل وفقا للنحو المشار إليه^(١٥)

ويتحدد القصد من خلال السياق بعناصره الكثيرة فهو ركيزة في الخطاب لتجسيد معنى المرسل , وكذلك لا يتمكن المرسل إليه من فهم الخطاب إلا بعد علمه بقصد المرسل (العلم بالمقاصد يغدو ضرورة أساسية في تحقيق الخطاب أغراضه، وإيصال المتكلم مراده إلى سامعه، بل إن المتلقي للخطاب، بما هو العنصر المقصود بخطاب المتكلم، لا يقدر على ممارسة فعل التأويل ما لم يكن عارفا بمقاصد المتكلم)^(١٦) لقد بات من الضروري اليوم ربط النص الذي ينتجه المتكلم بالأغراض والمقاصد التي يريد إيصالها إلى السامع في ظروف سياقية مناسبة تخضع لأحوالهما، وما يتعلّق بتلك الأحوال من معرفة مشتركة وغيرها، وإذا كان توفر ضابط أمن اللبس؛ أي الابتعاد عن كلّ غموض أو إبهام قد يعترى النص الذي يكتسب أولويته بما يحقّق من الفائدة التي يتوخّى حصولها المتكلم، فلا شك أن الفائدة تستند مباشرة إلى تلك الأغراض و المقاصد

٣- السياق

ورد الحديث عن أهمية السياق وأثره البالغ عند الحديث عن الخطاب وأطرافه؛ ولكن في هذا المبحث نتطرق إليه من منظور آخر له أثره النافذ في انتقاء استراتيجية ما، أو تفضيل واحدة على غيرها حيث أن للسياق دوره البارز والمهم في التداولية (وتبين أن كل ذلك أعطى أهمية كبرى للسياق " المقامي " الذي يعد من أبرز المفهومات التي قامت عليها التداولية " الوصفية " التي تُعنى بالسياق المقامي في مقابل التداولية الشكلية المهمة بالسياق اللساني)^(١٧).

فبتغييره يمكن أن يتغير القول والمفهوم ،ويكون بذلك موافقا للسياق الجديد، فكل سياق قول، وهذه الأقوال متوقفة على العوامل الخاصة بالمتكلمين والعوامل الخارجة عنهم، فالسياق هو (مجموع شروط إنتاج القول، وهي الشروط الخارجية عن القول ذاته، والقول هو وليد قصد معين، يستمد وجوده من شخصية المتكلم ومستمعه أو مستمعيه ويحصل ذلك في الوسط "المكان" واللحظة " الزمان " اللذين يحصل فيهما)^(١٨) ، فعلى سبيل المثال نجد أن عبارة " ممنوع الوقوف " التي يستخدمها رجال المرور في تركيبها اللغوي تعرف نحويا ب " مبني للمجهول" إلا أن هذا المجهول عُلمَ تماما من سياقة بل وأنجز الفعل التأثيري المطلوب منه من قوة السياق (يتميز التركيب بما يسمى بالبناء للمجهول. وهو في الواقع معلوم بالسياق؛ لأنه المنجز للعمل القولي المتمتع بالسلطة الكافية والضرورية التي تخول له فعل ما يفعله في خطابه بمجرد التصريح به)^(١٩).

٤ - العلاقة بين طرفي الخطاب (السلطة) .

مما لا شك فيه أن العلاقة بين طرفي الخطاب تحدد نوع الأسلوب والطريقة - الاستراتيجية - التي يحاول من خلالها المرسل الإفهام والتأثير في المرسل إليه؛ ومن المعلوم أن العلاقات بين الناس مختلفة متشعبة ؛ ومن أكثرها في المجتمع علاقة السلطة التي تكون - في الغالب - بين الرئيس والمرؤس والعالم والطالب وفي- بعض الأحيان - بين الزوج والزوجة أو الوالد والولد. فإذا ما أراد الوالد أن يتخلى نوعا ما عن علاقة الأبوة ويستخدم علاقة السلطة الأبوية إن كان في ذلك منفعة للولد يلجأ إلى ذلك ؛ وقد عرفوا السلطة بأنها (هي الحق في الأمر فهي تستلزم أمرا ومأمورا؛ وأمر له الحق في إصدار أمر إلى المأمور؛ ومأمور عليه واجب الطاعة للأمر بتنفيذ الأمر الموجه إليه)^(٢٠) ومما لا شك فيه أن العلاقات الاجتماعية الحميمة ممكن أن تتحول

إلى سلطات متفاوتة الدرجات- في بعض الأوقات- إن كان فيه منفعه ومصالحة لبقاء تلك العلاقة كما يمكن أن تكون بين الاصدقاء والأقارب والأزواج.

فإذا ما أراد المتكلم أن يجعل لخطابه أثرا لا يبد أن يراعي - ذهنيا- قبل التلفظ بالخطاب وتشكيله وانتقاء استراتيجية حجم السلطة بينه وبين المخاطب) فاختيار هذه الصورة وليس تلك يتعلق بالسياق في عمومياته أي يتعلق بالمخاطبين " المتحاورين" وبالعلاقتها داخل السياق؛ بل ويتعلق بما هو خارج السياق؛ أي يتعلق بما يعرفه هذا المتخاطب عن الآخر ... فأحد المخاطبين يمكن أن يكون خطيبا أو معلما والآخر يمكن أن يكون جمهورا أو مستمعا؛ فالعلاقات تظل هي ذاتها والصور يجب أن تكون مضبوطة حتى تناسب المقام بالشكل الأقرب)^(٢١) فيظهر هنا ويتجلي أهمية دور السلطة في انتقاء استراتيجية ما تساعد على تحقيق الهدف المنشود من الخطاب؛ فالمخاطب كل ما يعنيه هو الوصول إلى الهدف والغاية، ولذا فإنه يلجأ إلى قوة السلطة أحيانا للوصول إلى ذلك الهدف.

فالسلطة هي التي تمنح الحق للمخاطب أو تمنعه من استخدام استراتيجية ما أو أداة لغوية تناسب سياق الخطاب أو وسيلة بلاغية ، فالمرسل ينتقي الاستراتيجية المناسبة لتحقيق هدفه وفقا لما تقتضيه سلطته إما بتفعيلها أو التنازل عنها في بعض الأحيان.

وبعد الحديث عن سلطة المرسل في انتقاء الاستراتيجية لا بد من التنبيه أيضا على أهمية سلطة المرسل إليه؛ وذلك بحضورها في ذهن المرسل عند اختيار استراتيجية ما بما يناسب مكانة المرسل إليه أو قوة سلطته؛ بل ربما يتجاوز اختيار الاستراتيجية إلى اختيار التراكيب النحوية والأساليب البلاغية؛ فالمرسل يستحضر دوما شخصية المرسل إليه وقوته السلطوية وفارق المكانة

الاجتماعية والطبقية بينهما؛ وذلك عند التفكير الذهني والإعداد للخطاب أو أثناء انتقاء الأسلوب اللغوي المناسب؛ وقد أشار النحاة إلى أهمية الجمل الاعتراضية التي تدلل على تعظيم المرسل إليه كذلك فإن سلطة المرسل إليه تمنحه وضع القواعد وفرض الأسس التي سيجري عليها شكل الحوار؛ بأن يفرض عليه أسلوب معين أو وقت محدد أو " دباجة " متعارف عليها تخولها له سلطته؛ أو مقاطعة المرسل في أي وقت شاء أو التدخل وتحويل مجرى الخطاب من موضوع إلى آخر؛ وهنا يجب على المرسل أن ينتبه في خطابه مع صاحب السلطة الأعلى وأن يكون على يقظة وترقب لما يمكن أن يفرضه المرسل إليه " صاحب السلطة " في أي وقت شاء؛ وإلا لن يصل إلى الهدف المرجو من خطابه.

وجدير بالذكر أن المرسل إذا أصدر أمرا لا يتناسب مع سلطته فيعد ذلك ضربا من الخيال ومجالا للسخرية والتهكم عليه؛ فلا بد أن يتناسب الفعل اللغوي مع قوة المرسل السلطوية (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 يتقوه بالكلمات التي ينطق بها) (٢٢)

وكما أسلفنا فإن التصنيف المشهور للاستراتيجيات أنبثقت إحداها عن قوة السلطة أو ضعفها وهي الاستراتيجية التوجيهية؛ وعدم مراعاة السلطة سيؤل بلا شك إلى فشل الوصول إلى هدف المرسل بل أعده علماء اللسانيات " فشلا تداوليا" قال محمد العبد: (ولا تبنى الكفاية الاتصالية على أساس مكونات المعرفة النحوية فحسب؛ ولكنها تبنى أيضا على أساس معرفة وجوه التناسب

الاجتماعي والموقفى للأحداث اللغوية. ويكتسب الناس آليات تمكن من تحقيق قوانين الخطاب؛ ويجرون على منحى أعراف تصنع خلفيات سلوكهم اللغوي؛ ومن ثم عُدَّ الخروج على ذلك كله فشلا لغويا تداوليا (٢٣).

٥: المكان.

وفي الشأن ذاته لا بد للمخاطب أن يراعي جيدا ظروف وأحوال المكان الذي يتم فيه الخطاب؛ فإن بعض الشخصيات تكتسب مكانتها العلمية أو الأدبية أو السلطوية من خلال تواجدها في مكان ما ؛ بل ربما لو خرج هذا الشخص من مكانه لزلت عنه صفته) ومن تمام السلطة لإنجاز الخطاب الاعتماد على المكان المادي لتفعيلها؛ فسلطة المعلم تكتسي قوتها في المدرسة بشكل عام وفي الفصل بشكل أخص فالفصل هو الذي يمنح المعلم بصفته مرسلا فرصة إعطاء التوجيهات؛ وكذلك القاضي فسلطته في المحكمة أقوى منها في المحيط الخارجي (٢٤).

ومن البديهيات التي يجب أن يفتن إليها المخاطب قيمة بعض الأماكن وتفاضلها ؛ فهناك أماكن مقدسة دينيا عند أهلها مثل المساجد والكنائس؛ وأخرى لها قيمة تشريعية مثل المجالس النيابية والمؤسسات الحكومية؛ وأخرى لها قيمة علمية كالجامعات والمدارس؛ وهذا الأمر لا يتحتم على المرسل فقط؛ بل على المرسل إليه أيضا أن يكون يقظا لمرسل الخطاب ويسأل نفسه من أي مكان أرسله وهل اكتسب هذا المكان قوة أم لا؟ (من هنا تبرز أهمية مفهوم المؤسسة في التحليل البراغماتي لأنه يترجم عن السلطة الضامنة لرصيد قيمة الملفوظات حتى لا تكون كلاما فارغا " مجرد كلام". سلطة المتلفظ هي ظل المؤسسة التي يستمد منها قدرته على إنجاز العمل القولي والتي تخضع مستعملي اللغة إلى التعامل مع التراكيب كأشكال تعاقدية تترجم عن تلك السلطة) (٢٥) ، و يعد مكان الخطاب كذلك عنصرا هاما من عناصر السياق ولذا يكتسب أهميته في

تحديد نوع الاستراتيجية التي تحتم على المرسل أن يستخدمها عند إنتاج خطابه) والمكان هنا بمعناه الاجتماعي لا الإقليمي؛ نعني هنا الأماكن الاجتماعية؛ كالمكتب، والشارع، والبلاط الملكي؛ ونحوها؛ ينبغي لنا هنا أن نعرف إن كان المكان اختير عشوائيا أو اختيارا عن قصد؛ وإن كان محايدا أم خاصا، وما قد يرتبط بذلك من أهميته الاجتماعية عند أطراف الموقف الاتصالي وعلاقته بموضوع الكلام^(٢٦).

٦: الزمان.

ولا يقل الزمان أهمية عن المكان في تأثيره عند انتقاء الاستراتيجية التخاطبية؛ بل إن للزمان أهمية بالغة في الكلام الذي يوصف بالبليغ؛ حيث العبد القاهر الجرجاني علم المعاني بأنه (علم يعرف به كيفية تطبيق أحوال الكلام العربي على أحوال المعنى بحسب مقتضى الوقت)^(٢٧)، فإنه يقصد بذلك المكان والزمان وقرائن الأحوال.

نتائج البحث

١ - اثبت البحث أن المناهج الحديثة في دراسة الخطاب ومختلف الجوانب المتعلقة به، قد أثبتت جدواها وفعاليتها في الوصول إلى تحليل عميق يسبر مختلف نواحي الخطاب وخلفياته وأنه حتما سيمسك الضوء على جوانب عديدة لم تكن أضيئت من قبل.

٢ - أسهم البحث في تعرف القراء عموما والباحثين خصوصا بآلية لغوية جديدة لا يتاح أن يعرفوها باللغة العربية وذلك بالنظر إلى ندرة الدراسات العربية حول هذا المنهج الجديد قياسا بالدراسات البلاغية والأدبية القديمة والمعاصرة، ومن ثم الإسهام بجهد متواضع ينضم إلى من سبقه بهدف قراءة تلك النظرية الجديدة التي تحاول أن تطليها بالصبغة اللغوية بعد أن تناوبت عليها الصبغات الفلسفية تارة والمنطقية أخرى.

٣- أكد البحث على اعتناء العلماء العرب قديما وحديثا بالخطاب وتعريفه ودلالته وتأثيره، وتناوله من جوانب عدة، ولعل أول من خاض غماره هم علماء أصول الفقه لارتباط أعمالهم به، وتتوعت الدراسات العربية والغربية حول الخطاب حيث يمكن تقسيم ذلك - من حيث العموم - إلى قسمين :

أ (اتجاه شكلي يعتني بالخطاب ذاته من حيث دلالة اللفظة أو الكلمة وعلاقة الجملة بالتي تليها والعناية بتراكيب الجملة الواحدة أو تناغم الجمل فيما بينها غافلين أو قاصدين الابتعاد عن دور السياق وأهميته.

ب (دراسة النظام اللغوي مقترنا بالسياق وقرائن الحال وعلاقة الزمان والمكان أو ما عرف حديثا بدراسة اللغة في الاستعمال أو بالنظرية التداولية والتي من الممكن أن ترتقي إلى درجة المنهج التداولي إذا تم الاعتناء بها.

٤- اثبت البحث أن استراتيجيات الخطاب كثيرة متنوعة متباينة يختار المتكلم إحداها بما يناسب الوصول إلى غايته وما يلائم عناصر السياق الزمانية والمكانية وما يتواءم مع المرسل إليه ومكانته الاجتماعية أو السلطوية ، واثبت - كذلك - أن لكل استراتيجية خطابية مجموعة من المسوغات التي يسمح للمتكلم من خلالها أن يختار هذه الاستراتيجية دون غيرها .

٥- توصل البحث إلى أن لكل استراتيجية خطابية دواع ومبررات، تختلف من واحدة لأخرى، كما أن لها عوامل تتحكم فيها، منها ما يتعلق بالمرسل، ومنها ما يتعلق بالمتلقي، ومنها ما له أبعاد سلطوية تحكم طبيعة العلاقة بين المتواصلين ومنها ما يراعي العلاقة الاجتماعية بين طرفي الخطاب ومنها ما يراعي الغاية دون النظر إلى الوسيلة.

٦- اثبت البحث أن الاستراتيجيات الخطابية يمكن أن تقسم على عدة اعتبارات ومعايير كثيرة لا حصر لها مخالفا من سبقه من الأبحاث؛ حيث إنهم اكتفوا بثلاثة معايير وحسب ، فتوصل البحث أن تلك الاستراتيجيات تفوق

الحصر بناء على الأسس والمعايير التي وضعت مسبقاً؛ فكل السابقين لهذا البحث وضعوا ثلاثة معايير فقط ' فمن الممكن أن نضيف معايير كثيرة بحسب المجال والميدان الذي يدور فيه الخطاب وتماشياً مع ما تم ذكره يمكن القول بأن " المعايير " هي التي لا حصر لها ولا عدد؛ وبالتالي سينتج عنها تلك الاستراتيجيات التي لا حصر لها أيضاً.

الهوامش

- (١) أحمد الزنظلي: التخطيط الاستراتيجي للتعليم الجامعي - مكتبة الانجلو المصرية - ط الأولى ٢٠١٣ م - ص ٤٢.
- (٢) محمد حمود: تدريس أدب استراتيجية القراءة والقراء - منشورات ديداكتيكا - الدار البيضاء - المغرب - د ط - ١٩٩٣ م - ص ١٢.
- (٣) أوبيير دريفوس وبول رابينوف: ميشال فوكو مسيرة فلسفية - تر: جورج أبو صالح - مركز الإنماء القومي بيروت - ط أولى ١٩٨٨ م - ص ٢٠٠.
- (٤) الشهري: استراتيجيات الخطاب - مرجع سابق - المقدمة vii
- (٥) جيلي هدية: استراتيجيات الخطاب القرآني - رسالة دكتوراه - جامعة محمد الأمين الجزائر - ٢٠١٦ - ص ٤١ .
- (٦) إدريس مقبول: الاستراتيجيات التخاطبية في السنة النبوية - مجلة كلية العلوم الإسلامية - المجلد الثامن - العدد
- (٧) محمد حمود: تدريس أدب استراتيجية القراءة والقراء - منشورات ديداكتيكا - الدار البيضاء - المغرب - د ط - ١٩٩٣ م - ص ١٢.
- (٨) أوبيير دريفوس وبول رابينوف: ميشال فوكو مسيرة فلسفية - تر: جورج أبو صالح - مركز الإنماء القومي بيروت - ط أولى ١٩٨٨ م - ص ٢٠٠.
- (٩) الشهري: استراتيجيات الخطاب - مرجع سابق - المقدمة vii

- (١٠) جيلي هدية: استراتيجيات الخطاب القرآني - رسالة دكتوراه - جامعة محمد الأمين الجزائر - ٢٠١٦ - ص ٤١ .
- (١١) إدريس مقبول: الاستراتيجيات التخاطبية في السنة النبوية - مجلة كلية العلوم الإسلامية - المجلد الثامن - العدد ١٥ - ٢٠١٤ - ص ٥٤٣ .
- (١٢) جورج يول: التداولية، تر: قصي العتابي - الدار العربية للعلوم - بيروت - لبنان - ط الأولى - ١٤٣١ هـ / ٢٠١٠ - ص ١٠ .
- (١٣) عبد الهادي الشهري: استراتيجيات الخطاب - مرجع سابق - ص ٣٢ .
- (١٤) عبد الهادي الشهري: استراتيجيات الخطاب - السابق - ص ٢٣٦ .
- (١٥) ابن جني (أبو الفتح عثمان بن جني - ت ٣٩٢ هـ) : الخصائص - دار الكتاب العربي - بيروت - تح: محمد علي النجار - ط الرابعة د.ت - ج ١ - ص ٣٣ .
- (١٦) السيوطي : همع الهوامع - دار الكتب العلمية بيروت - تح: أحمد شمس الدين - ط الأولى ١٤١٨ هـ - ج ١ ص ٤٧ .
- (١٧) الغزالي : المستصفى من علم الأصول - مؤسسة الرسالة تح: محمد سليمان الأشقر - ط الأولى ١٤١٧ هـ - ج ٢ ص ٥٧ .
- (١٨) ابن قيم الجوزية: إعلام الموقعين عن رب العالمين - مرجع سابق - ج ٣ - ص ١٠٧ .
- (١٩) ابن خلدون (أبو زيد ولي الدين عبد الرحمن بن محمد الأشبيلي - ت ٨٠٨ هـ) : المقدمة (كتاب العبر ، وديوان المبتدأ والخبر في أيام العرب والعجم والبربر، ومن عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر) - المكتبة العصرية - بيروت - تح: درويش جويدي - ط الثانية - ١٤٢٠ هـ - ص ٦٠٣ .
- (٢٠) الشاطبي (أبو اسحاق إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الأندلسي ت ٧٩٠ هـ) : الموافقات في أصول الشريعة - تعليقات الشيخ : عبد الله دراز -

خرج أحاديثه : أحمد السيد سيد - المكتبة التوفيقية - ط الثانية ٢٠١٢ - ج ٢ - ص ٣٩٦ .

(٢١) صلاح إسماعيل عبد الحق : التحليل اللغوي عند مدرسة أكسفورد - دار أكتوبر - بيروت - ط الأولى ١٩٩٣م - ص ١٨٨ .

(٢٢) عبد الغني بارة: الأساس اللغوي في فهم القرآن لدى علماء الأصول - المؤتمر الدولي الرابع للغة العربية - المجلس الدولي للغة العربية - ص ١٩٤ .

(٢٣) أرمينكو فرانسواز: المقاربة التداولية - مركز الإنماء القومي - الرباط - تر: سعيد علوش ص ١٤ - وفان دايك : النص والسياق، استقصاء البحث في الخطاب الدلالية والتداولية - دار أفريقيا الشرق - المغرب - ط الأولى ٢٠٠٠م - تر: عبد القادر قينيني - ص ٢٥٥ .

(٢٤) محمود أحمد نخلة: آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر - مرجع سابق - ص ١٤ .

(٢٥) عثمان بن طالب : البراغماتية وعلم التراكيب - مركز الدراسات والأبحاث الاقتصادية والاجتماعية - الجامعة التونسية - ١٩٨٥م - ص ١٣٨ .

(٢٦) ناصيف نصار: منطق السلطة" مدخل إلى فلسفة الأمر " - دار أمواج - بيروت - ط الأولى ١٩٩٥م - ص ٧ .

(٢٧) جيرار دولودال، وجويل ريطوري: التحليل السيموطيقي للنص الشعري - تر: عبد الرحمن بو علي - مطبعة المعارف الجديدة - ط الأولى ١٩٩٤م - ص ٧٤ .

قائمة المصادر والمراجع

- أحمد الزنفلي: التخطيط الاستراتيجي للتعليم الجامعي - مكتبة الانجلو المصرية - ط الأولى ٢٠١٣ .
- أحمد فهد صالح: النظرية التداولية وأثرها في الدراسات النحوية المعاصرة - عالم الكتب الحديث - إربد - الأردن - ط الأولى - ٢٠١٥ .

- أحمد المتوكل (دكتور) : الوظائف التداولية في اللغة العربية - دار الثقافة - الدار البيضاء - ط الأولى - ١٤٠٥ هـ / ١٩٨٥ م .
- الأمدي (أبو الحسن علي بن أبي علي بن محمد بن سالم التغلبي الحنبلي ثم الشافعي - ت ٦٣١ هـ) : الأحكام في أصول الإحكام - دار الكتاب العربي - بيروت - تح سيد الجميلي - ط الأولى ١٤٠٤ هـ / ١٩٨٤ م .
- الجاحظ (أبو عثمان عمرو بن بحر - ت ٢٥٥ هـ) : البيان والتبيين - مكتبة الخانجي - القاهرة تحقيق: عبد السلام هارون - ط الخامسة - ١٤٠٥ هـ .
- حازم القرطاجني (حازم بن محمد بن حسن بن حازم - ت ٦٨٤ هـ) : منهاج البلغاء وسراج الأدباء - دار الغرب الإسلامي - بيروت - تقديم وتحقيق: محمد بن الخوجة - ط الخامسة ٢٠١٤ م .
- أبو حامد الغزالي (محمد الغزالي الطوسي النيسابوري - ت ٥٠٥ هـ) : المستصفى في علم الأصول - دار الكتب العلمية - تح: محمد سليمان الأشقر - ط الأولى ١٤١٧ هـ .
- ابن خلدون (أبو زيد ولي الدين عبد الرحمن بن محمد الأشبيلي - ت ٨٠٨ هـ) : المقدمة (كتاب العبر، وديوان المبتدأ والخبر في أيام العرب والعجم والبربر، ومن عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر) - المكتبة العصرية - بيروت - تح: درويش جويدي - ط الثانية - ١٤٢٠ هـ .
- ابن سنان الخفاجي (أبو محمد عبد الله بن محمد بن سعيد الحلبي - ت ٤٦٦ هـ) : سر الفصاحة - دار الكتب العلمية - بيروت - ط الأولى ١٤٠٢ هـ / ١٩٨٢ م .
- سيبويه (عمرو بن عثمان بن قنبر الحارثي - ت ١٨٠ هـ) : الكتاب - مكتبة الخانجي - القاهرة - تحقيق وشرح : عبد السلام هارون ط الثالثة ١٤٠٨ هـ / ١٩٨٨ م .
- السبوطي : همع الهوامع - دار الكتب العلمية بيروت - تح: أحمد شمس الدين - ط الأولى ١٤١٨ هـ .

- الشاطبي (أبو اسحاق إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الأندلسي - ت ٧٩٠ هـ) : الموافقات في أصول الشريعة - تعليقات الشيخ : عبد الله دراز - خرج أحاديثه : أحمد السيد سيد - المكتبة التوفيقية - ط الثانية ٢٠١٢ م .
- طه عبد الرحمن : اللسان والميزان - المركز الثقافي العربي - الدار البيضاء المغرب - ط الثانية ٢٠٠٦ م
- عامر خليل الجراح: الإجراءات التداولية التأثيرية في التراث البلاغي العربي بين التأويل والحجاج والإنجاز - دار سنابل - تركيا - ط الأولى ١٤٤١ هـ / ٢٠١٩ م .
- عثمان بن طالب : البراغمية وعلم التراكيب - مركز الدراسات والأبحاث الاقتصادية والاجتماعية - الجامعة التونسية - ط الأولى ١٩٨٥ م .
- عبد القاهر الجرجاني (أبو بكر عبد القاهر بن عبد الرحمن محمد بن الجرجاني - ت ٤٧١ هـ) : أسرار البلاغة - قرأه وعلق عليه : أبو فهر محمود محمد شاكر - دار المدني بجده - ط الأولى ١٤١٢ هـ / ١٩٩١ م .
- عبد القاهر الجرجاني : دلائل الإعجاز - قرأه وعلق عليه: أبو فهر محمود محمد شاكر - مكتبة الخانجي القاهرة - ط الخامسة ١٤٢٤ هـ / ٢٠٠٤ م
- عمران قدور : البعد التداولي والحجاجي في الخطاب القرآني - عالم الكتب الحديث - د ط ٢٠١٢ م .
- ابن فارس (أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا القزويني الرازي - ت ٣٩٥ هـ) : معجم مقاييس اللغة - دار الفكر - تح: عبد السلام هارون ط الأولى ١٣٩٩ هـ / ١٩٧٩ م .
- فرحات بدري الحري: الأسلوبية في النقد العربي الحديث" دراسة في تحليل الخطاب" - المؤسسة الجامعية للطبع والنشر - ط الأولى ٢٠٠٣ م .
- محمد العبد: النص والخطاب والاتصال - الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي القاهرة - ط الأولى ٢٠١٤ م

- محمد حمود: تدريس أدب استراتيجية القراءة والقراء - منشورات ديداكتيكا- الدار البيضاء - المغرب - د ط ١٩٩٣م.
- محمود عكاشة: النظرية البراجماتية اللسانية - مكتبة الآداب - ط الأولى ٢٠١٣.
- المعجم الوسيط : مجمع اللغة العربية - مكتبة الشروق الدولية. ط الخامسة ١٤٣٢ هـ / يناير ٢٠١١م
- مسعود صحراوي: التداولية عند العلماء العرب - دار الطليعة للنشر - بيروت - ط الأولى ٢٠٠٥م .
- ابن منظور (أبو الفضل محمد بن مكرم بن علي بن جمال الدين ابن منظور الأنصاري- ت ٧١١ هـ) : لسان العرب- دار صادر - بيروت - ط الأولى ١٣٧٤هـ / ١٩٥٥م .
- نعمان بوقرة : المدارس اللسانية المعاصرة- مكتبة الآداب القاهرة- ط الأولى ٢٠٠٤م .
- عبد الهادي بن ظافر الشهري- استراتيجيات الخطاب - دار الكتاب الجديد المتحدة - بيروت - ط الأولى ٢٠٠٤ .
- الهيثم الأيوبي وآخرون: الموسوعة العسكرية - المؤسسة العربية للدراسات والنشر - بيروت- د ط ١٩٨١ م .
- المراجع المترجمة
- أرمينكو فرانسواز: المقاربة التداولية - منشورات مركز الإنماء القومي - الرباط - تر: سعيد علوش - ط الأولى ١٩٨٧ م .
- آن روبول، جاك موشلار : التداولية اليوم علم جديد في التواصل تر : سيف الدين دغفوس , ومحمد الشيباني- دار الطبيعة- بيروت، لبنان ط الأولى ٢٠٠٢م.

- أوبيير دريفوس وبول راينوف: ميشال فوكو مسيرة فلسفية - تر: جورج أبو صالح - مركز الإنماء القومي بيروت - ط ١٩٨٨ م .
- أوستن: نظرية أفعال الكلام العامة (كيف ننجز الأشياء بالكلام) (تر: عبد القادر قيني - دار أفريقيا الشرق - المغرب - ط الأولى ١٩٩١ م .
- جورج يول: التداولية، تر: قصي العتابي - الدار العربية للعلوم - بيروت - لبنان - ط الأولى ١٤٣١ هـ / ٢٠١٠ م .
- فان ديك : علم النص . مدخل متداخل الاختصاصات . تر : سعيد حسين بحري - دار القاهرة للكتاب - مصر - ط الأولى ٢٠٠١ م .
- فان دايك : النص والسياق " استقصاء البحث في الخطاب - الدلالية والتداولية " - تر: عبد القادر قيني - دار أفريقيا الشرق - المغرب - ط الأولى ٢٠٠٠ م .
- فيليب بلانشيه : التداولية من أوستن إلى غوفمان، تر : صابر حباشة - دار الحوار للنشر والتوزيع - اللاذقية - سورية، ط الأولى ٢٠٠٧ م .
- سارة ميلز: الخطاب - ترجمة يوسف غول - منشورات مخبر الترجمة في الأدب واللسانيات ، جامعة منتوري قسطنطينة - ط الأولى ٢٠٠٤ م .