

الفصل السادس

اللغة المنطوقة والموقف التبليغي

اللغة المنطوقة والموقف التبليغي

رأينا أن الإحاطة بالموقف التبليغي (وما يندرج تحته من موقف اجتماعي) تمثل ركناً أساسياً في مفهومنا للغة المنطوقة. وقد تناول الموقف أو السياق، وإن كان الموقف هنا أكثر ارتباطاً بالمكون الكلامي داخل الموقف الاجتماعي) غير واحد من اللغويين المحدثين، على اختلاف اتجاهاتهم، وذلك في إطار تأكيدهم للوظيفة الاجتماعية للغة. يقول بلومفيلد مثلاً:

"إن معنى الصيغة هو الموقف Situation الذي ينطق فيه المتكلم هذه الصيغة والاستجابة Response التي تتولد لدى المستمع. ويرتبط موقف المتكلم واستجابة المستمع أحدهما بالآخر ارتباطاً وثيقاً. إن الموقف الذي يسمح لنا بنطق صيغة لغوية، يتنوع تنوعاً كبيراً. ويخبرنا الفلاسفة بأن الحقيقة هي أنه لا يوجد موقفان متشابهان تشابهاً تاماً"⁽¹⁾.

ويؤكد فيرث أنه ينبغي أن يهتم عالم اللغة اهتماماً أساسياً بالنسق اللفظي لسياق الموقف Verbal Process in the con. of Sit. وليس للغة - من وجهة نظر فيرث - أهمية إلا في سياقها الموقفى⁽²⁾. والكلام - كما يقول فيرث - شئ ديناميكي؛ وذلك أنه نشاط شخصي واجتماعي، يتفاعل مع قوى أخرى في موقف بعينه⁽³⁾.

وإذا كانت هذه هي سمة الكلام، فإن الخاصية الأولى للموقف التبليغي هي كذلك خاصية الديناميكية أو الحركية، كما يقول فان دايك T. A. Van Dijk. فالموقف ليس حالة ممكنة من حالات العالم فحسب Possible World - state، ولكنه متوالية من الحالات. فالمواقف التبليغية لاتظل متشابهة عبر الزمن، ولكنها متغيرة. من هنا عرف الموقف التبليغي بأنه متوالية من الأحداث Course of events. ويشير فان

(1) Bloomfield, op. cit., pp. 139-140

(2) Coulthard, op. cit., p. 1

(3) Firth, op. cit., 16

دايك إلى ما يسمى بسياق الحال actual Context. وهو السياق الممكن في حالة محددة. وهو يتحدد بجزء من الزمان والمكان اللذين تحقق فيهما الأنشطة المشتركة بين المتكلم والمستمع اللذين يحددان خواص ال (هنا) وال (الآن): منطقياً، وفيزيقياً، ومعرفياً. إن الموقف التبليغي يتغير من لحظة إلى أخرى. ويمس هذا التغير الموقفي موضوعات الكلام في حالات الموقف المتوالية⁽¹⁾.

يحتوي الموقف التبليغي إذن على عدة مكونات، هي: المكان، والزمان، والمتكلم، والمستمع، والموضوع. ويكتمل الموقف التبليغي بالموقف الاجتماعي الذي يكون بدوره حديثاً قصيراً بين أقارب، أو حديثاً غير رسمي، أو مقابلة، أو محاضرة أمام أناس غير معروفين عند المتكلم، يطرحون عليه أحياناً بعض تساؤلاتهم.

ويلاحظ المتأمل أن بحوث اللغة المنطوقة قد أكسبت البحث في الموقف التبليغي (ونظرية السياق بعامة Context-Theory)، بعداً جديداً، حين ركزت على وصف المواقف الاجتماعية وبيان أهميتها للعملية التبليغية kummunikatives Handeln. ولعل خير رصد للعلامات المميزة للمواقف وما يصحبها من آثار في العملية التبليغية ما نجده عند شانك / شونتال. وقد عرفت هذه العلامات بأهميتها، وبحثت من جوانب موضوعية عدة، نوجزها - للقارئ العربي - فيما يلي:

(1) عدد المشتركين :

وهو على الأقل شخصان. فطبقاً للطبيعة الحوارية للغة المنطوقة يشترك في الكلام عادة متحدثان. وقد لا يشارك أحدهما مشاركة فعلية، كالمستمع للمحاضرة.

وربما توفرت لأحد المشتركين في الحديث إمكانية الاستجابة للعملية التبليغية، كما هي الحال في (الريپورتاج).

(1) Van Dijk, T., Text and Context, Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse, Longman, London and New York (1977) p. 191-192

(٢) العلاقة بين المشتركين : وهي تضم العناصر الرئيسة التالية:

(أ) العمر: أي الفروق السنية بين المشتركين في العملية التبليغية.

وهي فروق ينبغي مراعاتها جيداً عند وصف الموقف الكلامي، لاسيما إذا كان المشتركون من أجناس مختلفة.

مثال: طفل - شرطي، طالبة - جد.

(ب) التعليم: إذ تعد درجة التعلم في ذاتها مهمة عند المشتركين في

الحديث. وكذلك الحال مع الفروق النوعية بين المتعلمين.

(ج) درجة التعارف: كالتى بين أم وابنتها، أو بين أقارب، أو زملاء

في مهنة، أو زبائن في محل جزارة، أو مارة في الطريق. وفي هذه الأمثلة

درجات متفاوتة من الإلف: من الغرابة الكاملة حتى الإلف الكامل. وقد

تكون العلاقة ناتجة عن علاقة غير مباشرة، على نحو ما يكون بين

مواطن بسيط وشخصية مشهورة، كدبلوماسي أو عالم أو ممثل.

(د) تكرار الأحداث التبليغية: وبهنا هنا المدة الزمنية التي يدوم

فيها التبليغ من ناحية، وتكرار التبليغ وكثافته من ناحية أخرى.

(هـ) المعرفة السابقة بالعملية التبليغية: وترتبط هذه العلامة المميزة

بالعلامتين (ج) و(د). وهي ترتبط كذلك بوقوع عناصر غير لفظية (مثل

الإشارات) في الحدث التبليغي لتشير إلى ما هو معروف من قبل.

(و) وجوه العلاقات المكانية والجسمانية بين المشتركين في العملية

التبليغية. ويدور هذا الأمر حول التصور الإنساني واستغلال الأبعاد

المكانية الفعلية. وهنا ينبغي لنا أن نلاحظ الحركات الجسمانية العالمية،

واتجاه التفاعل بين المشتركين في الحديث، وحركة الأذرع والركبتين

... الخ. وينبغي لنا - من ناحية أخرى - أن نلاحظ علاقة حركة الجسم

بالصيغة اللغوية، وتبادل النظرات، والإحساس بالدفع أو الإحساس

بالروائح، ووحدة الصوت، ونحو ذلك.

وغني عن البيان أن هذه العلامات المميزة ليست علامات مطلقة،

وإنما هي - في حقيقة الأمر - علامات أساسية ترتبط بالموقف التبليغي

واختلافه من حال إلى حال.

(ز) توزيع الأدوار: ومن المهم هنا أن نلاحظ أثر المكانة أو الوضع الاجتماعي Social position (أو الامتيازات الاجتماعية) لأحد المشاركين في الحديث؛ إذ يلاحظ أن الاشتراك في موقف بعينه يرتبط بمنزلة الفرد ووضعه الاجتماعي: فهناك أناس لا تجري معهم مقابلات بأي حال، كما أن بعضهم ليست لديهم الاستعدادات للمقابلة.

(٣) الوسيط التبليغي :

ويرتبط الوسيط التبليغي بالتفاعل وجهاً لوجه face – to –face communication، أو بالمحادثات التلفونية، أو بالتبليغ عن طريق الراديو أو التلفزيون، باعتبارهما الوسائط التبليغية الأشيع.

(٤) مكان التبليغ :

ولا يهم هنا التحديد الإقليمي لمكان التبليغ، ولكن يعيننا التحديد المكاني بمعنى الأماكن الاجتماعية، مثل: الحانة، والشارع، والمكتب وغرفة الكشف الطبي، ودور العبادة، وحجرة الدراسة أو حتى دورة المياه.

فضلاً عن ذلك، ينبغي لنا أن نميز بين كون المكان قد اختير اختياراً عشوائياً أو اختير عن تدبير وقصد، وكونه مكاناً محايداً أو غير محايد، بمعنى أهميته الاجتماعية عند المشترك في الحديث وأهميته لموضوع الحديث أيضاً.

(٥) زمان وقوع الحدث التبليغي ومدته :

وينبغي لنا هنا أن نفرق بين كون المقابلة مقصودة أم وقعت وقوع مصادفة. وهناك عدة أنواع من المواقف التبليغية التي نألف تقيدها بمدة محددة. ومن أجل ذلك يمكن أن نصنف المواقف التبليغية تبعاً لتفاوتها في المدة التي تستغرقها (أقصر، متوسطة، أطول).

وقد بات مقبولاً القول بأن للمدة المتوقعة تأثيرها في أسلوب التفاعل Interaktionsstil بين المشاركين في العملية التبليغية. ففي مواقف النجدة مثلاً تختزل العملية التبليغية بين المشاركين اختزالاً شديداً. وفي حالات

أخرى، يؤثر إعياء المشاركين في الموقف التبليغي في لحظة ما تأثيراً ملحوظاً في نتائج المشاركة.

(٦) إخراج المواقف التبليغية :

يجب - كما فعل جوفمان Goffmann^(١) - أن نفرق بين المواقف التبليغية التي تخضع للإخراج والمواقف الأخرى التي لا تخضع له. أما الأولى فنقصد بها المواقف التي تخضع لتشكيل مكونات الموقف التبليغي تشكيلاً بسيطاً أو لافتاً. فإخراج الموقف يعكس مسباته. ويتناول إخراج الموقف مكونات مختلفة، منها:

(أ) اختيار نظام الجلسة للمشاركين.

(ب) طرح موضوعات بعينها وتجنب الحديث في موضوعات أخرى. وبوجه عام ، نتوقع أن يكون الحدث التبليغي قد تعرض للإخراج، إذا كان قد صدر عن التخطيط لاشتراك أشخاص بذواتهم؛ أي أن الإخراج أو التدبير يكون لخدمة تقصي اهتمامات محددة وتتبعها (ويمكن أن نضرب على ذلك مثلاً بحلقة في برنامج تليفزيوني تراعي في أماكن جلوس المشاركين فيها اعتبارات اجتماعية وموضوعية عدة).

(٧) التلقائية :

ويرتبط مفهوم التلقائية هنا بدرجة العلم أو المعرفة بالعملية التبليغية والإعداد لها. ويمتد الإعداد إلى النتائج المضمونية المحتملة، كما يمتد إلى العناية بالتشكيل اللغوي sprachliche Formulierung. وهنا يمكن أن نجعل مفهوم (القصدي) مقابلاً لمفهوم (التلقائي).

(٨) مقاصد المشاركين في العملية التبليغية :

ونعني بهذه المقاصد الأفعال المقصودة الموجهة إلى هدف بعينه. ففي حدث تبليغي أو حالة خطابية معينة Redekonstellation، حددت مدة التفاعل وجهاً لوجه فيها واتفق عليها، يمكن أن تمتد فترة أخرى محددة

(1) Goffmann, E., Das Individuum im oeffenthctichen Austausch, Mikrostudien zur oeffentlichen Ordnung, Frankfurt (1974) S. 409

نسبياً. ويسمى المقصد الذي يضم في كنفه الحدث التبليغي بأسره باسم (المقصد الإجمالي). وهنا نطرح سؤالاً: هل يمكن أن نطلق من مقصد إجمالي واحد، أم ينبغي لنا أن نجعل لكل مشترك في العملية التبليغية مقصده الإجمالي الذي يخصه؟ وما زالت العلاقة في الحالة الثانية مفتقرة إلى توضيح: فهي علاقة التكامل بين المقاصد الإجمالية. وربما كانت علاقات التقابل أو التضاد التام (على نحو ما نجد في مناظرات الجدل والخصومة).

ويمكننا أن نميز في الحدث التبليغي بين حالة البداية ($A=$) Ausgangszustand وحالة الهدف ($Z=$) Zielzustand. ويُبنى المقصد الإجمالي على أساس الانتقال من الحالة (A) إلى الحال (Z). في ضوء ما سبق، نستطيع أن ننظر إلى الحدث التبليغي من زاويتين اثنتين:

إحدهما: هي النظر إلى الحدث التبليغي باعتباره كلا يتحلل إلى وحداته الجزئية. وتسمى هذه الوحدات باسم (المقاصد الجزئية). فإذا كان المقصد الإجمالي عند مريض متردد على العيادة هو أمله في استرداد عافيته، فإن مقصده الجزئي هو الاستفسار من الطبيب المعالج عن الأعراض المرضية، أو التخلص من الآلام أو الاستعلام عن المدة التي يحتمل أن يستغرقها هذا المرض.

والأخرى: هي النظر إلى الحدث التبليغي على أنه وحدة جزئية من (كل)، حيثما يتضمن (الكل) خطة طويلة الأمد، كإجراء محادثة في إطار محادثات أو مفاوضات استغرقت أسبوعاً كاملاً مثلاً.

(٩) الجانب الموضوعي :

فاختيار موضوعات التبليغ مما يتوافق ويتكامل مع العوامل المذكورة آنفاً. وعلى الرغم من أن للموضوع أهمية كبرى في العمليات اللغوية، فإن البحث في هذه المسألة مازال في بداياته. إن تحديد الموضوع - أو الموضوعات - ليس بالضرورة جزءاً من عملية التفاعل؛ فقد يعالج

الموضوع في أحاديث قصيرة، يعني بها - في المقام الأول - في دراسة التواصل الاجتماعي. ويحتم الموقف التبليغي - في حالات كثيرة - السكوت عن موضوع ما والانتقال إلى موضوع آخر.

(١٠) معالجة الموضوع :

عند التعبير عن المقصد تعبيراً مضمونياً، تتبع استراتيجيات متفاوتة، تجمع بين إنجاز المقاصد الإجمالية والمقاصد الجزئية. ولكل استراتيجية أدواتها ووسائلها المنطقية؛ كالمعالجة بواسطة التوافق Assoziation على حقيقة الشيء (نعرف، نألف، تعلمون طبعاً) أو بواسطة الوصف Description، أو بواسطة إقامة الحجة والاستدلال Argumentation. ويؤثر نوع المعالجة تأثيراً جزئياً في كيفية إنجاز المضمون، على نحو ما نجد مثلاً في (الإعلان):

- فالمقصد هنا هو الإقناع ب (الضرورة الحيوية) لبضائع استهلاكية بعينها.

- والوسيلة المختارة هي الوصف، نحو: لحم صاف، من غير إضافات نباتية.. وقد نصف - في مثال آخر - فتاة بأنها: ممشوقة القوام، ذات معدن أصيل...

- والاستدلال أو إقامة الحجة نحو قولنا: الورد نظيف حتى إننا لا نرى أحداً يغسل يده بعد لمسها!.

- وترتبط درجة الإنجاز هنا كذلك بدرجة تناول عناصر الموقف الخارجي، وهو ما نذكره في العلامة المميزة التالية.

(١١) علاقة الموضوع بالموقف الخارجي من حيث الزمن :

من الأمور النمطية المألوفة مع (الريبورتاج) أن إنجازها يمكن أن يكون موازياً للحدث الذي يدور حوله. ويعني هذا أن موضوع التفاعل يتزامن مع لحظة الكلام. وربما وجدنا مثلاً مناسباً على ذلك في التعليق على مباراة كرة قدم في الوقت نفسه الذي تلعب فيه هذه المباراة.

بالإضافة إلى ما سبق، هناك إمكانيات أخرى لعلاقة الموضوع بالموقف الخارجي زمنياً؛ كالحديث عن موضوع يسبق زمنه، أو موضوع

فات أو انه، فضلاً عن حدوث الكلام في زمنه. ويمكننا أن نضيف إلى كل ما سبق طريقة أخرى لمعالجة الموضوع، هي المعالجة التي لا ترتبط بالزمان الذي تنتج فيه، نحو قولنا مثلاً: فرايبورج مدينة جميلة!.

(١٢) العلاقة بين الموضوع والمتكلم :

ويعيننا هنا على وجه الخصوص ثلاثة أمور:

أولها: أهمية المتكلم في الموضوع: وهنا ينبغي تصنيف الموضوعات تبعاً لتحليل وجهة النظر Einstellungsanalyse، كأن نقول: هذا موضوع مستحب، وهذا موضوع غير مقبول اجتماعياً، وهذا موضوع لا يروق النفس.

وثانيها: استعداد المتكلم للموضوع: ونجد للاستعداد درجات مختلفة، نحو: غير مستعد - مستعد استعداداً روتينياً - مستعد استعداداً خاصاً.

وثالثها: معرفة المتكلم السابقة: وهنا تتبدى درجة معرفة المتكلم الخاصة بالموضوع.

(١٣) تحديد الموضوع :

عند بداية التفاعل قد يتفق على الموضوع وقد لا يتفق. والحالة الأولى مألوفة في المؤتمرات والندوات والمناقشات التليفزيونية. وغالباً ما يعد تحديد الموضوع - أو تحديد موضوعات عدة - جزءاً من الحدث التبليغي ذاته، كما وافقة على جدول أعمال الجلسة العامة لمجلس الشورى.

(١٤) درجة العلانية :

ترتبط درجة العلانية بمدى صراحة المتكلم - أو المتكلمين - مع المشتركين في الخطاب.

وتتبدى صراحة أحد المشتركين في هذا الخطاب بمصادرة مشاركة شخص آخر. وهذا ما يحدث مثلاً في جلسة سرية (غير علنية) تعقدها المحكمة. وقد يكون الحدث التبليغي علنياً في البث التليفزيوني أو الإذاعي.

(١٥) ألفة الموقف :

ونعني بها المشاركة المتكررة في مواقف اجتماعية مختلفة، تمدّ المشارك بمعرفة معايير التصرف في موقف اجتماعي ما: فرجل السياسة مثلاً اعتاد الكلام علانية حتى ألفه جداً. والأمر كذلك مع الطبيب، أو الموظفة في مكتب للسفريات، فهما قد اعتادا التحدث مع أناس غرباء. وهناك حالات أخرى تتخفف فيها درجة ألفة الموقف، مثل موقف مواطن يمثل أمام لجنة المحكمة لأول مرة.

على أية حال، فلا يشترط بالضرورة أن يكون الموقف مألوفاً عند المشاركة. وهذه هي الحال مع العلامة الأخيرة التالية من العلامات المميزة للموقف التبليغي.

(١٦) تفاوت الموقف :

ويبنى التفاوت في الموقف على أساس المألوف أو المتوقع في مواقف بعينها. بعبارة أخرى: يبنى هذا التفاوت على أساس الوعي السابق بالنتائج المحتملة لمواقف اجتماعية محددة. ومثال ذلك أن الممتحن إذا ما أدرك - بعد رهبة - أنه اجتاز امتحانه التحريري بتفوق، سوف يختلف موقفه من الامتحان الشفهي: إذ تزول عنه أسباب الرهبة والخوف المعتاد^(١).

والحق أن ثراء المواقف الاجتماعية المصاحبة للأحداث التبليغية وديناميكيتهما، مما يفتح الباب لأن نستدرك على شانك / شونال علامات جديدة، لم تلق منهما العناية الواجبة. ومن هذه العلامات مثلاً ما تدلنا عليه (التقريبية Proxémique) وهي فرع من فروع علم السيميولوجيا Semiology، نحو المسافة بين المرسل والمتلقي. فقد لوحظ أن المسافة التي نحتفظ بها بيننا وبين محدثنا، والمكان الذي نحتله في مجلس الرفقة، أو حول طاولة... الخ، هي علامات تدل على وضعنا الاجتماعي. ومن الطريف أن نشير هنا إلى دراسة هول E. T. Hall (الكلام الصامت

(1) Schank / Schoenthal, op. cit., SS., 29-36

(Silent Language) التي حاول فيها تحديد ثماني مسافات دالة بين متحدثين أمريكيين على النحو التالي:

- ١- متقارب جداً: همس خفيف / سري جداً. (من ١٥ - ٢٠ سم)
- ٢- متقارب: همس مسموع / حميم. (من ٢٠ - ٣٠ سم)
- ٣- مجاور: في الداخل، صوت منخفض / حميم في الخارج، ملء الصوت. (من ٣٠ - ٥٠ سم)
- ٤- حيادي: صوت خفيض، مدى ضعيف / موضوع شخصي. (من ٥٠ - ٩٠ سم)
- ٥- حيادي: ملء الصوت / موضوع غير شخصي. (من ١,٣٠ م - ١,٥٠ م)
- ٦- مسافة عامة: ملء الصوت / معلومات عامة مؤداة، وبتفخيم بعض الشئ / الحديث إلى فريق أو مجموعة. (من ١,٦٠ م - ٢,٤٠ م)
- ٧- عبر الغرفة: صوت عال / يسمعه غير المتحدث معه. (من ٢,٤٠ م - ٦ م)
- ٨- بما يتجاوز الحدود: صوت عال / تحيات من بعيد، رحيل.. الخ: (من ٦ م - ٣٠ م)^(١).

ولا شك أن طبيعة الموضوع ومقاصد المشتركين في المحادثة مما يؤثر تأثيراً شديداً في تحديد المسافة بينهما: اقتراباً وابتعاداً. ومن الطريف هنا أن نشير إلى اختلاف الشعوب في تقدير المسافة بين المتحدثين بوجه عام: فالأوروبيون والأمريكيون بعامة يميلون إلى اختصار هذه المسافة. وربما أثار هذا الاختصار أو التقارب عواطف جنسية أو عدوانية في نفوس الأمريكيين الشماليين كما يخبرنا غيرو^(٢).

(1) بيار غيرو: السيمياء، ترجمة أنطوان أبي زيد، منشورات عويدات، بيروت - باريس، ط أولى (١٩٨٤)، ص ١١٩-١٢٠

(2) بيار غيرو: السيمياء، ص ١٢٠-١٢١

ومع علمنا بتفاوت أبعاد المسافات تبعاً للموضوع ودرجة الألفة بين المتحدثين، فإننا نحسب أن المسافات المألوفة عند العرب في المحادثات العادية التي لا تخضع لعوامل الإخراج على نحو مقصود ومسافة مختارة، هي غالباً المسافة الحيادية الأولى (من ٥٠ - ٩٠سم) والثانية (من ١,٣٠ - ١,٥٠م).

فضلاً عما سبق، يمكننا أن نستدرك العلامات التي تدل على الهوية، كالشارات والشعارات، التي قد ترتبط بجماعة اجتماعية أو مهنية أو ثقافية أو دينية... الخ. ونضيف إلى تلك العلامات أيضاً إحياء الموقف الاجتماعي أحياناً بمعان ذاتية عند المستمع، في وقت بعينه، قد لا ترمي إليها مقاصد المتكلم.