المحاضرة 14: الاستراتيجية التّلميحية:

لئن كان القصد من الخطاب هو ما يريده المرسل وليس ما تؤدّيه العبارات اللغوية من معانٍ، فإنّ الاستراتيجية التّلميحية هي التي يكون فيها الخطاب بطريقة غير مباشرة، ويتحدّد فهمه من عدمه على المعرفة المشتركة بينه وبين المرسل إليه، فالتّصريح والتّلميح يختلفان في مطابقة الأشكال اللغوية للسياق وما يحويه من عناصر،وهو ما يبيّن أهميته في تحديد معاني العبارات التي تستعمل في الخطاب للدّلالة على أغراض المرسل، وهو ما يشير إليه أحمد المتوكّل في قوله: "إنّ القوّة الانجازية التي يمكن أن تواكب العبارات اللّغوية قوتان: قوّة إنجازية حرفية وقوّة إنجازية مستلزمة، ويميّز عادة بين هاتين القوّتين على أساس أنّ القوّة الأولى مدلول عليها بطريقة مباشرة بصيغة العبارة اللغوية، في حين أن القوّة الثانية تتولّد عن الأولى طبقا لمقتضيات مقامات معيّنة لذا يمكن إيراد الفرقين الأساسين التاليين:

- تظلّ القوّة الإنجازية الحرفية ملازمة للعبارة اللغوية في مختلف المقامات التي يمكن أن ترد فيها، أما الإنجازية المستلزمة فهي مربوطة مقاميا بحيث لا يتم توليدها إلا في طبقات مقامية معينة.
- تأخذ القوة المستلزمة نتيجة للخاصية وضعا ثانويا بالنظر إلى القوّة الحرفية، ووتجلّى ثانويتها في أمرين هما:
  - في أنها يمكن أن تلغى إلغاء
  - في أنها لا يتوصّل إليها إلا عبر عمليات ذهنية استدلالية تتفاوت من حيث الطّول والتعقيد في حين أن القوّة الحرفية تؤخذ مباشرة من صيغة العبارة اللغوية ذاتها".[1]

فالتّصريح يبقي الدلالة اللفظية للغة ثابتة، إلا أن الاستعمال المجازي في الخطاب شائغ بين الناس، إذ يبنى التواصل بينهم على فهم المقاصد، فالتلميح هو التعبير عن الأفكار بطريقة غير مباشرة بالاعتماد على أدوات لغوية معينة.

---

[1] أحمد المتوكل، آفاق جديدة في النحو الوظيفي، ص 21.

مسوغات استعمال الاستراتيجية التلميحية:

توجد عدّة مسوغات تدفع المرسل إلى اختيار هذه الاستراتيجية منها:[2]

1- التأدّب في الخطاب: إذ يحكم خطاب المرسل مراعاة هذا المبدأ في خطابه، حسب رتبته وسلطته والعلاقة التي تربطه بالمرسل إليه، أو التحدّث في أمور لا يقبلها المجتمع أو المستمع، فالتأدّب من أبرز ما يدفع المرسل إلى استعمال الاستراتيجية غير المباشرة في التواصل.

2- إعلاء المرسل لذاته على حساب الآخرين، بذكر معايبهم أو الإنتقاص من أقدارهم، فيستعمل التلميح عن احتقارهم أو التقليل من قيمتهم، مثل قوله: فلان لا يفقه في أمور الحياة شيئا...

3- رغبة المرسل في التملّص من مسؤولية الخطاب، وذلك بجعل الخطاب يحتمل أكثر من تأويل، فيختار التأويلات الممكنة مع استبقاء فرصة نفي القصد الذي قد يوقعه في ورطة، ويكون هذا خاصة عند الأزمات أو التوتر بين أطراف الخطاب...

4- استجابة للخوف، كي لا يتخذ المرسل إليه خطابه دليلا عليه، مثل طلب الرشوة، فيلمّح لها دون المباشرة.

5- العدول عن محاولة إكراه المرسل إليه أو إحراجه لإنجاز فعل قد لا يرغب في إنجازه، ويحدث عذا عندما يمتلك المرسل السلطة ولكنه يراعي مشاعر الآخرين.

6- الاستغناء عن إنتاج عدد من الخطابات والاكتفاء بخطاب واحد يؤدّي المعنيين الحرفي والمستلزم مثل خطابات الاعلانات والاقتراض والاعتذار، مثل: يتم تعبئة الخزانات المائية يوم السبت والثلاثاء فالقصد المباشر من هذا الخطاب هو تعبئة الخزانات يومي الثلاثاء والسبت، في حين غير المباشر أنه لا يعبؤها في الأيام الأخرى.

---

[2] ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب، ص 373.

ولإنجاز التلميح في الخطاب يستعمل المرسل عدّة أساليب وأدوات لغوية مثل: الأفعال اللغوية غير المباشرة، التشبيه، الاستعارة، الكناية، الإشارة....