

التأويل أساس التواصل

عبد القادر كنگاي

كلية الآداب و العلوم الإنسانية بنمسك، الدار البيضاء

مقدمة

التواصل عملية ضرورية في حياة الإنسان في كل الأوقات والسياقات. ويتم بين المتواصلين حسب قوانين وقواعد مشتركة تجمع أفراد عشيرة لغوية معينة. ويلعب التأويل دورا أساسيا في عملية التواصل، سواء كانت الرسالة عبر اللغة أو عبر وسيلة أخرى⁽¹⁾.

إن العلاقة بين التواصل والتأويل علاقة جدلية، إذ لا نتصور الواحد دون استحضر الآخر. ومهما اختلفت المواقف والسلوكات، فإن الذي يحكم العلاقة بينهما هو وجود منطوق معين تؤطره قواعد وقيود مسطرة لا بد من احترامها.

نقدم في هذه المقالة بعض المظاهر التي تبين أن نجاح عملية التواصل يحتاج بشكل أساس ضبط منطوق اللغة المتكلم بها. والمنطوق هنا يعني القانون الذي ينظم علاقة الوحدات اللغوية في كل مستوياتها الصوتية والصرفية والتركيبية والدلالية. لن نقدم إطارا نظريا معينا يضبط منطوق اللغة، بل سنعتمد على ما استخلصناه من

1. تعتبر اللغة الأداة الفعالة.

قراءات لعدة كتب تهتم بالطرق المعتمدة في تأويل اللغة عند المتكلم في حالات خاصة وعامة⁽²⁾.

1. التواصل ومنطق اللغة

لقد اعتبرت اللغة، منذ البدايات الأولى للسانيات (انظر سوسور، جاكوبسون وغيرهما)، الأداة الفعالة للتواصل بين المتكلمين داخل عشيرة لغوية معينة، وكان الإخبار Information هو الوظيفة الأساسية للغة. وهكذا كان مفهوم التواصل يعتمد على أساس أنه نقل للمعلومات إلى المتلقي. ويكون بذلك الإخبار هو الفعل اللغوي الجوهري في مختلف سياقات التواصل⁽³⁾.

إن اللغة، باعتبارها نظاما من الرموز تحتاج إلى إوالية *mécanisme* لفك رموزها وترتيبها، بشكل ينظم وينجح عملية التواصل بين المرسل والمتلقي. فنجاح عملية التواصل رهين بطبيعة وقدرة المتلقي على تأويل الرسالة، وفك رموزها حسب ما هو متعارف عليه بينه وبين المرسل. وتمثل عملية التأويل هاته العماد الأساس الذي يضمن التفاهم بين المتخاطبين، وبالتالي نجاح عملية التواصل⁽⁴⁾.

يعتبر التأويل مكونا أساسا من مكونات اللغة، سواء على المستوى الصوتي أو الدلالي؛ أي أن التأويل يمس كل ما له محتوى صوتي أو دلالي⁽⁵⁾. وقد لعب التأويل في جميع الأنحاء التقليدية والعصرية، ومنها النحو التوليدي التحويلي، دورا أساسيا، وذلك لما له من أثر فعال في عملية التواصل، وضبط النظام الذي تشتغل به اللغة⁽⁶⁾.

2. يتوجه الاهتمام عادة لدراسة تقنيات التواصل وضرورة إتقانها في مجال التواصل داخل المقولة.
3. ويمكن أن تكون هناك أفعال أخرى للتواصل، بالإضافة إلى الإخبار، منها التنبيه، والأمر...
4. إن نجاح عملية التواصل يعتمد أساسا على مبدأ التعاون بين المتخاطبين.
5. إن التأويل يمس كل ما له معنى أو له محتوى صوتي، في غياب ذلك فإن نظام التأويل لا يشتغل. انظر تصور البرنامج الأدنوي المقدم في شومسكي 1992 و1995.
6. في إطار النحو التوليدي التحويلي، سواء في البدايات الأولى أو في النماذج المتعاقبة، نجد عدة مبادئ تنظم عملية التأويل، منها مبدأ الإسقاط، وقواعد الانتقاء، والنظرية المحورية، ومستوى البنية المنطقية.

2. الفعل اللغوي وتقنيات التأويل

في البداية كان الفعل، لكن قبل أن يأخذ صورته المختلفة التركيبية والدلالية، كان على البشرية أن تمضي زمنا طويلا من العمل والاجتهاد قصد إيجاد النظام الأمثل والقوانين اللازمة التي تحكم منطق اللغة، وتضمن سلامتها وتداولها بين المتكلمين واحترام قواعدها وقوانينها.

إن الفعل اللغوي هندسة إنسانية سطر معالمها وحيثيات منطقتها المتكلم/المستمع الذي اكتسب قواعد لغته داخل عشيرة لغوية معينة، وجعل من اللغة، رغم تناقض ولا نهاية مكوناتها، الدعامة الأساسية للتعبير عن الأفكار والأحاسيس وغيرها. إنها كانت الأداة التي تؤول بها سلوكيات الآخرين، اعتمادا على المشترك والمنطقي والمنظم حسب إوالية مسطرة مسبقا، ممثلة الركيزة الجوهرية في عملية الاكتساب. ومع مرور الزمن، تكدست الكلمات والأفكار وطرق التعبير عنها، وتمثل الصعوبات التي تواجه المتكلم/المرسل في بعض الأحيان، واستحضار الطرق الفنية البلاغية والمجازية التي تساعده على إثارة اهتمام المتلقي والتأثير فيه، وخلق الحاجة عنده للتواصل أو للتعبير عن رغبة أخرى من رغباته الآنية أو المستقبلية.

إن الفعل اللغوي يعتمد على أسس أربعة لكي يصل إلى الهدف المقصود منه، وهي كما يلي:

- البحث عما نريد قوله L'innovation

- النظام الذي ننظم به ما نقوله L'élocution

- الطريقة التي نقول بها ما نود قوله La disposition

- الشكل الذي نقول به ما نود قوله L'action⁽⁷⁾

إن أي دارس للغة، ولعملية التواصل بشكل خاص، يعرف أن لكل دعامة من هذه الدعامات الأربعة دور في نجاح عملية التواصل التي تهدف إلى الوصول إلى الأهداف التالية: إقناع المتلقي، وهز مشاعره، وإرضائه. ولا يتم الوصول إلى أي هدف من هذه الأهداف بدون صعوبة، نظرا لوجود حواجز للمقاومة عند المتلقي. ويكون الكلام/اللغة، في هذه الحالة،

7. انظر كولار (1999).

هو فن تخطي الحواجز. وعليه، فإن الاكتساب اللغوي، في مختلف مراحلها، لا ينحصر في اكتساب الوحدات المعجمية بكل خصائصها (الصوتية، والصرفية، والدلالية)، بل في اكتساب طرق تخطي الحواجز التي تعترض المرسل حين يود إيصال رسالته راغبا في تحقيق أهدافه من التواصل (خصائص سياقية ومقامية).

3. التواصل ودعمات التأويل

إن عملية التواصل تتم في كل المواقف وفي كل الأزمنة. وفي كل الحالات، لا بد من القيام بعدة عمليات تهدف إلى إنجاح التواصل من خلال التأويل الصحيح للرسالة التي يرسلها المرسل في سياق معين.

إن أهم العمليات التي تضمن نجاح تأويل المرسل للرسالة تأويلا صحيحا تتمثل فيما يلي:
أ. التساؤل عن هوية المتلقي، وعن تصوره، ورؤيته. لهذا يجذب الالتقاء به، والتقرب منه، لأن خلق حلقات الثقة بين المرسل والمتلقي هي التي تضمن نجاح التواصل. وفي كل الحالات، فإن المرسل لا بد أن يضع نفسه في موقع المتلقي ليتفهم ردود فعله وليجد السلوكات اللازمة التي تتناسب مع كل موقف. في هذا الإطار، يتدخل العامل النفسي، إذ يستطيع المرسل تبين مدى استيعاب المتلقي للرسالة وفهمها، وضمان رد فعل إيجابي عنها.

ب. أما العملية الثانية فهي البحث عن البراهين المرتبطة بموضوع الرسالة. فمهما اختلفت البراهين، فإنها لن تخرج عن ثلاثة معطيات، نقدمها كما يلي:

3.1. المعطى الأول المتعلق بالمرسل نفسه

ويعتمد أساسا على الصورة التي يعطيها المرسل عن نفسه، ولها أهمية كبرى لأنها هي التي تحدد في الواقع قوة الرسالة أو ضعفها. إن المرسل، من خلال كلامه، يقدم نفسه بشكل يكون له تأثير في البرهنة التي يقدمها في رسالته. ويكون لذلك أثر في الطريقة التي يتم بها تأويل الرسالة. إن من مظاهر هذا المعطى أن يقدم المرسل نفسه في صورة المجدي، الحازم، الصادق، اللطيف. ويتحقق ذلك في الواقع من خلال الكلمات المستعملة في الرسالة، وفي الحركات المصاحبة، وفي هيئة المرسل ونظرتة، ولباسه... نقدم في هذا الإطار بعض الأمثلة:

اللون الأسود الذي يرتديه القاضي (دلالة على السلطة، والحزم، والمجدية...).

اللون الأبيض الذي يرتديه الطبيب (دلالة على الصفاء، والأمان، والرحمة...).

الجلباب الذي يرتديه الفقيه (دلالة على الورع، والوقار).

البذلة وربطة العنق التي يرتديها الموظف (دلالة على المجدية، والمكانة الاجتماعية).

وموازاة مع كل هذا، تأتي اللغة لتزكي الصورة التي أراد المرسل أن يقدمها عن نفسه للمتلقي. ومن خلال الكلام بطلاقة، وسلاسة في التعبير، يعطي المرسل فكرة عن نفسه مفادها أنه شخص جدي، صادق في فكره، ضابط لموضوع رسالته، وأنه جاد، وحازم في سلوكه. في هذا الإطار، وفي السنوات الأخيرة، توجه الاهتمام إلى ما يسمى بتسويق الشخص لنفسه Marketing de soi؛ ونجد مؤسسات مختصة بالتواصل تقدم خدمات في هذا المجال، وخاصة لرجال المقاولات ورجال السياسة.

إن هذه العناصر كلها تعطي معنى للرسالة لقبولها أولاً، وتأويلها بشكل جدي ثانياً. وتكون نتيجة ذلك رد فعل إيجابي يتناسب وما يقصده المرسل من رسالته حين وضع أهدافها. لهذا ينصح المتكلم/ المتواصل بتفادي كل ما من شأنه أن يخلق تشويشاً على الرسالة، وأن يغير مسار نقط قوتها إلى نقط ضعف تفقدها دلالتها. وتفشل بذلك عملية التواصل نظراً لتعثر تأويلها.

3.2. المعطى الثاني المتعلق بالمتلقي

يجب ألا يقف المرسل عند حدود تقديم نفسه، بل لا بد أن يعطي أهمية للمتلقي. لذلك يتحتم عليه إيجاد الطرق والوسائل لتهيئه لتلقي الرسالة وتأويلها التآويل الملائم والتفاعل معها. وتكون نتيجة ذلك الوصول إلى الهدف الذي يسطره المرسل.

3.3. المعطى المتعلق بالبرهنة وبالمنطق وبالتصور

إن الكلام يقتضي إيجاد الكيفية والصيغة اللازميتين لنجاح التواصل. في هذا الإطار، تحتاج البرهنة Argumentation بدورها التحكم في تقنياتها. وفي حالة وجود عطب أو عجز في البحث عن الكلمات اللازمة لسياق معين، لا بد من العودة إلى المخزون اللغوي

المكتسب لدى المرسل، سواء بالكلمات أو بالترادفات أو بالمشتقات، أو في بعض الحالات، بالالتجاء إلى العبارات البلاغية الرنانة التي لها وقع خاص على نفسية المتلقي. فحسب كل سياق، ينهل المرسل من معجمه المخزن، وذلك رغبة في النجاح في إرسال رسالته ضامنا تأويلها التأويل الصحيح والسليم.

4. عيوب التواصل

لضمان نجاح التواصل مع المتلقي وصحة تأويله للرسالة، لا بد من تفادي بعض الأخطاء أو العيوب Maladresses التي من شأنها خلق تشويش والتباس لديه تؤدي إلى لبس في الفهم وخلل في التأويل واعوجاج في القصد. فيما يلي نقدم بعض هذه العيوب:

4.1. الإطناب Superfluidité

يتعلق الأمر بالحالة التي يذكر فيها المرسل أشياء لا أهمية لها أو لا علاقة لها بموضوع الرسالة، تؤدي إلى إتعاب المتلقي وتكسير قدرته على المتابعة والاستيعاب. لهذا من المحبذ الاقتصاد في الكلام ضامنا لنجاح عملية التواصل، وريحا للوقت. ولن يتأتى هذا إلا بتقليص طول الجمل واختصار مكوناتها دون أن يخل ذلك بالمعنى المقصود.

4.2. الغموض L'obscurité

ويتعلق الأمر بتفادي الغموض، وتوخي الوضوح في التعبير عن الأفكار. فبقدر وضوح الأفكار بقدر نجاح التواصل وتأويل الرسالة تأويلا يتناسب وسياق الرسالة ومحتواها. في هذا الإطار، لا بد ألا ينسى المرسل/ المتكلم أن أية رسالة مكتوبة كانت أو شفوية، تنجز لكي تفهم، ولا قيمة لرسالة لم تفهم كما أراد المرسل، وحسب السياق.

إن الهدف الأساس من إنجاز الرسالة بطريقة سهلة لا تحتاج لجهد يتعدى بشكل أعمق الشكل الذي تقدم بها. وأثر ذلك يتخطى حدود فهمها لأن وراء هذه السهولة هدفا أعمق يتمثل في إيهاام المتلقي أنه ذكي يفهم كل شيء، وهذا يشجعه على متابعة الرسالة، ويساعده على تأويلها التأويل الذي يرغب فيه المرسل. وهذا يخلق حميمية بين المرسل والمتلقي، يستغلها المرسل لإيصال رسالته بالشكل والمضمون اللذين يريد هما، ويضمن بذلك نجاح التواصل بينهما.

من الأمثلة المعروفة في هذا المجال العلاقة التي تجمع الأستاذ بالطالب، والعلاقة بين المعلن الإشهارى والمستهلك..... إن نجاح الأستاذ في إيصال أفكاره (محتوى الدروس)، ونجاح المعلن الإشهارى في إيصال محتوى اللوحة الإشهارية، يعتمد أساسا على الكيفية التي تقدم بها الرسالة. وتأتي على رأس قائمة العناصر الضامنة لنجاح التواصل والتأويل الوضوح والبساطة في الشكل والمضمون. يمكن معاينة نفس الشيء في مرافعات المحامين أمام القضاة لتحفيزهم على الحكم لصالحهم.

4.3. التعقيد La Complexité

ويتعلق الأمر بضرورة اعتماد البساطة والسهولة في بناء الرسالة، وعدم تتبع طريق مستقيم في اتجاه الهدف. إن الاوجاجات الأسلوبية واستعمال الكلمات الغامضة تحتاج من المتلقي جهدا لفك رموزها تضيع عليه فرصة المتابعة والفهم والتفاعل مع الرسالة. لهذا يجب أن تكون الرسالة مباشرة تسقط الحقيقة صورا بسيطة، لا تحتاج من المتلقي عناء لتأويلها وفك رموزها.

4.4. غياب المرونة والتشبث بالرأي L'entêtement

ويتعلق الأمر بضرورة الابتعاد عن كل ما من شأنه أن يوحي بأن المتكلم/المرسل يفرض رأيه وينشبت به ولا يقبل غيره، أو أنه لم يستطع إيصال رسالته، أو أنه يحس أن تأويلها لم يتم كما يجب. إن من أصعب حالات التواصل هي الحالة التي تتوقف فيها قدرة المرسل على الاسترسال في البرهنة، ذلك لأن تكسير مسار ومنطق البرهنة يؤدي إلى توقف التواصل Blocage communication. وهذا يؤدي إلى صعوبة التحكم في الرسالة واسترداد اهتمام المتلقي والتأثير فيه.

في هذا الإطار، بين عدد من الباحثين أن هناك مجموعة من التقنيات لتفادي إحساس المتلقي بأن المتكلم/المرسل منشبت برأيه Entêtement. نذكر منها:
- الاقتناع بفكرة أساسية مفادها أننا لسنا دائما على حق.

- الصبر على المتلقي، وأخذ الوقت الكافي لإيصال الرسالة إليه، فلكي تصل الرسالة ويتم تأويلها التأويل الصحيح، لا بد من مباشرة المتلقي ببطء مع أخذ الوقت اللازم لاستمالاته كما يفعل الصياد وهو ينتظر مجيء السمكة لالتهام الطعم من الصنارة. في العربية المغربية،

نلاحظ وجود عدة عبارات تبين صبر المتكلم ورغبته في استمالة وتهذئة المتلقي (بشوية عليك تمهل)، غير بالتأويل (لا تسرع)، غير دقة دقة (اعمل بمراحل).....).

- إتباع أسلوب الطلب بدل التأكيد، فالمرسل يجب أن يتبع استراتيجية الطلب والالتماس حتى يتفادى ردود فعل المتلقي الذي لا يقبل الأمر والالتزام. إن تمرير الرسالة بمرونة تكون له نتائج إيجابية. في اللغة العربية المغربية نجد عبارات تبين ذلك:

كُونْ غَيْرْ شَرِينَا (أقترح عليك أن نشترى.....)

يكون أحسن لو (يستحسن أن.....)

وَعَلَّاشْ لَا (ولم لا.....)

أَشْنُو رَأْيِكَ لَو (ما هو رأيك لو.....)

إِلَّا خَيْرْنَاكْ أَشْ تَبْغِي (لو خبرناك ما ذا تفضل.....)

- إعطاء المتلقي الانطباع أن المتكلم/المرسل يمكن أن يكون مخطئا.

في هذا الإطار، سيتم تأويل الرسالة بشكل يحس فيه المتلقي أنه هو المصيب، وهو المحق في حكمه. إن هذا الإحساس هو الذي يجعل رد فعله إيجابيا بالنسبة للمرسل، حيث يؤول الرسالة بالاتجاه الذي يريده هذا الأخير. نقدم فيما يلي بعض العبارات من العربية المغربية تصب في هذا الاتجاه:

رُبَّمَا نَكُونُ غَاكُطْ (قد أكون مخطئا)

هَذَا رَأْيِي وَاللَّهِ أَعْلَمُ (هذا هو رأيي، والله أعلم)

هَذَا الشَّيْءُ اللَّيِّ بَانَ لِي (هذا ما يبدو لي)

يَمَكُنْ يَكُونُ هَذَا الشَّيْءُ غَيْرَ كَلَامْ (قد يكون هذا مجرد كلام)

خلاصة

نستنتج مما تقدم أنه لا فائدة من امتلاك أشياء وأفكار دون امتلاك الطرق الناجعة لإيصالها وتسويقها وضمن تأويلها التأويل الصحيح. هذا يعني امتلاك منطق استعمالها ومنطق ردود فعلها ومنطق خباياها.

لهذا، لا بد من ضبط منطق اللغة المعتمدة في التواصل في كل مستوياتها. إن امتلاك القدرة على فهم وتفكيك شفرة منطق اللغة يساعد على توضيح أفكار المرسل قبل إيصالها إلى الآخرين والحصول على ردود فعل وتأويل مناسب للغرض من التواصل، فبقدر غموض الأفكار في الذهن (عدم التحكم في منطق اللغة)، بقدر إيصالها غامضة للمتلقي، وتكون النتيجة أن يتم تأويلها تأويلاً غير مناسب أو غير موافق لرد الفعل المرغوب فيه عند المتكلم. ويفشل بذلك الهدف من التواصل، سواء تعلق الأمر بالتواصل بين الأشخاص في إطار شخصي أو بالتواصل داخل الشركة مع الزبناء والشركاء.

المراجع

إستيتة، سمير شريف 2006. «ثلاثية اللسانيات التواصلية»، عالم الفكر، المجلد 34.
الزهري، نعيمة، 1997، الأمر والنهي في اللغة العربية، منشورات كلية الآداب عين الشق، سلسلة الأطروحات والرسائل، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط.

- Azzopardi, Gilles 1993, *Avez-vous le bon profil ?* Edition Nouvelles édition Marabout.
- Burchardt, Yolane 1999, *Savoir communiquer avec les autres*, Edition de Vecchi Poche.
- Collard, Gilbert 1999, *L'art de s'exprimer en toutes circonstances, les secrets dévoilés des orateurs*, Presse de la renaissance.
- Chomsky, Noam 1992, *The Minimalist Program for Linguistic Theory*, MIT Occasional Papers in Linguistics, n° 1, MIT Press, Cambridge, Mass.
- Chomsky, Noam 1992, *The Minimalist Program*, MIT Press, Cambridge, Mass.
- Filser, M 1994, *Le comportement du consommateur*, Edition Dalloz Gestion.
- Hermel Laurent et Quioic J/Paul 1994, *Le Marketing direct*, Edition ECONOMICA, Paris.
- Ladwein, Richard 1996, *Les études Marketing*, Edition ECONOMICA, Paris.