

النص التأثيري التراثي في ضوء بلاغة الحجاج

بحث في البنية لمفاهيمية

الباحث عزيز أوسو

جامعة محمد الخامس، المدرسة العليا للأساتذة، الرباط-المغرب.

Azizoussou17@gmail.com

تقديم

إن تمحيص النظر في الموروث النثري العربي يكشف على أنه تميّز بالكثرة والتنوع؛ بحيث يتبيّن أن العرب أبدعوا في أنماط خطابية متعددة، وذلك في سياق التعبير عن وعيهم وكيوننتهم، ومن جهة أخرى ارسائهم لثقافة المفاضلة والموازنة في علاقتهم بالأقوام الأخرى. ويبدو أن النصوص النثرية الموروثة حظيت بمكانة مهمة في الممارسة النقدية العربي القديمة والحديثة؛ بحيث تعددت المقاربات والمناهج النقدية حول هذه النصوص، لكن ما يسترعي الانتباه كون النص التأثيري التراثي مازال يستدعي منا مزيداً من الدراسة والتحليل، من أجل إضاءته والكشف عن مقوماته الخطابية والبلاغية، وكذا الفكرية والثقافية، إضافة إلى جعله مساهماً للمقاربات النقدية الحديثة. وعليه، تأسس هذا البحث بغية تقديم تصور حول المقاربة البلاغية الحجاجية للنصوص النثرية التأثيرية التراثية، والكشف عن الحدود الواصلة بينهما، مركزين في ذلك على الاستراتيجيات البلاغية التي تتخذها بلاغة الحجاج منهجاً في تحليل النص التأثيري.

— النص التراثي التأثيري وبلاغة الحجاج: سؤال في الحد والحدود.

يدفع الحديث عن حدّ بلاغة الحجاج إلى الإقرار بأنها بلاغة أرسطية مُجدّدة؛ بحيث تولّد عن إعادة قراءة التراث الأرسطي بلاغة جديدة تستجيب لتطلعات العصر ومستجداته من حيث المقاربة والموضوع، ويعود الفضل في إحيائها وجعلها بلاغة حجاجية تستهدف كل الخطابات التأثيرية الإقناعية إلى أبحاث شايم بيرلمان Chaim Perelman ولوسي أولبرتش تيتيكا Lucie Olbrchts-Tyteca في كتابهما "مصنف في الحجاج: البلاغة الجديدة". لقد عمل بيرلمان على إخراج البلاغة من جمودها وركودها والنسيان الذي طالها سنوات عدة، بحيث جعلها مبحثاً معرفياً جديداً يستجيب للنصوص والخطابات الحجاجية التي تفرضها حياة الإنسان في مختلف المقامات التي يحيا فيها. ومنه، يمكن القول إن الدرس الأرسطي وضع الحجر الأساس للبلاغة، في حين ساهم بيرلمان في تجديدها وتطويرها، الشيء الذي جعلها منفتحة على الكفاية التواصلية والتخاطبية لدى الإنسان.

وتتبدى ملامح التجديد الذي أحدثه بيرلمان؛ كونه وسّع من دائر تها حتى فاقت المقام الاحتفالي والقضائي والسياسي؛ إذ جعلها "تعنى بكل أنواع المستمعين سواء أعلق الأمر بحشد مجتمع في ساحة عمومية أو باجتماع مختصين، أم بشخص واحد أم بكل الإنسانية؛ إنها تعنى أيضا بالحجج التي يوجهها المرء إلى نفسه، خلال حديث نفسي"¹.

وإذا تساءلنا عن "رواد البلاغة الجديدة في فرنسا [نلفي] رولان بارث وجيرار جنيت وكونتر وكبيدي فارغا، ومجموعة MU بلييج وبيرلمان وتودوروف. لقد استطاع هؤلاء الباحثون وباحثون آخرون كثيرون (...) أن يجعلوا من البلاغة مبحثا علميا عصريا"²، أما الثقافة العربية فإنها "لم تتعرّف بلاغة الحجاج إلا مع الألفية الجديدة؛ أي بعد أن كانت قد ترسّخت وانتشرت في الثقافة الأوروبية، بل وتطورت تطورات مذهلة"³. وتجدد الإشارة في هذا السياق إلى أن "كلمة بلاغة في اللغة العربية تلتقي مع كلمة ريطورية في التراث البلاغي الغربي المنحدر من الثقافة اليونانية واللاتينية عامة (RHETORIQUE في اللغة الفرنسية، و RHETORIC في اللغة الانجليزية"⁴، كما أن "كلمة بلاغة ظهرت في تاريخ وصف الخطاب في اللغة العربية في الحقل نفسه الذي ظهرت فيه الريطورية (الخطابية) عند اليونان وهو الخطابة"⁵. ويقتضي التنبيه في هذا الصدد أنه "على الرغم من الاختلافات والتطورات الواضحة التي حدثت في البنية النظرية لبلاغة الحجاج، وفي مفهوماتها الجوهرية، وفي المجالات التي تشملها، إلا أنها تظل نسقا نظريا موحدًا؛ قد تختلف مسمياتها الجارية اليوم: «البلاغة الحجاجية» أو «البلاغة الجديدة» أو «الحجاج في الخطاب» أو «فن الحجاج» أو «النقد البلاغي»، وغيرها من التسميات، بيد أنها تظل في جوهرها ذلك الحقل الذي يهتم ببنية الإقناع وجريانه في الخطابات التواصلية العمومية أو في غيرها من الخطابات اللفظية"⁶.

ويبدو أن بيرلمان في إطار إرسائه لمبادئ البلاغة الحجاجية، باعتبارها براديجم معرفي يُعنى بدراسة وتحليل الأبعاد التأثيرية فيالنصوص والخطابات، حدّد موضوعها قائلاً: "موضوع نظرية الحجاج هو دراسة التقنيات الخطابية الهادفة إلى حث النفوس على التسليم بالأساطروحات المعروضة عليها، أو تقوية ذلك التسليم، كما تفحص أيضا الشروط التي تسمح بانطلاق الحجاج ونموه، وكذا الآثار المترتبة عنه"⁷. ويُنظر إليها أيضا "باعتبارها منهجا أو مقارنة في تحليل النصوص الحجاجية؛ هذه المقاربة التي تتكئ على أسس نظرية أرسطية الجذور، وتقنيات إجرائية تبلورت في البلاغة الجديدة وفي غيرها من الاجتهادات البلاغية الحجاجية المعاصرة، كما تتكئ على أدوات ومفاهيم مستعارة من حقول مجاورة تساعد في مواجهة النصوص وتدقيق التحليل"⁸. ويمكن أن نعرفها مع آرون كبيدي فارغا Aron Kabédi Varga بأنها "مجموعة من التقنيات التي تسمح بوصف وإعادة بناء وإنتاج الخطابات والنصوص؛ إنها تمنح الأفضلية للتصور التواصلية باعتباره جزءا من فعل التواصل بواسطة مرسل ومرسل إليه ورسالة"⁹.

ويظهر، في تقديرنا، أن الذي يضمن لبلاغة الحجاج مكانتها وسط مختلف نظريات تحليل الخطاب كونها تسلط الضوء على البعد الاجتماعي والتواصلية لدى الإنسان؛ "إذ من الصعوبة تخيل مجتمع لا يخص فن الكلام بأية قيمة، إن الكلام الجيد والحكم الجيد (...) لا غنى عنهما في أي مكان يجتمع فيه الناس لمناقشة الشؤون الهامة التي تتعلق باشتغال المجتمع، والحياة اليومية والشؤون الداخلية والعلاقات مع المجتمعات المجاورة"¹⁰. وعليه، يمكن عدّها الأداة التي يحيا بها الإنسان في كنف المجتمع، وبها يمارس كفايته التواصلية والتخاطبية، ولعل بهذا الحضور الامبراطوري وصفها ميشيل ماير بأنها "العنصر المحرك للحياة"¹¹.

يتجصل، إذن، من حدّ بلاغة الحجاج أنها تهتم أساساً بدراسة النصوص والخطابات؛ مركزة على وظائفها التأثيرية والإقناعية، وذلك بتقديم وصف لها من حيث بنيتها الإقناعية وآلياتها الحجاجية. وبذلك، فهي تنظر إليها بوصفها تؤسس لعلاقة بين متخاطبين؛ وهذا يعني أنها لا تنظر إلى النصوص باعتبارها بنية مغلقة، بل تربطها بوظيفتها التواصلية والتخاطبية. إن بلاغة الحجاج بهذا التحديد تقارب النصوص والخطابات في مقامها التخاطبي، مراعية في ذلك مكونات العملية التخاطبية (المخاطب، المخاطب، الخطاب). ومنه، عرفها جورج موليني Gerge Molinier بأنها "مبحث (...) يهتم بفن الإقناع في مكوناته وتقنياته: استنباط الحجج ومعالجتها وبنائها"¹²، كما أنها تبحث عن الآليات الإجرائية في النصوص الإقناعية؛ فهي لا تدرس النصوص كيفما كان نوعه، بل تتوجه رأساً نحو المُقنعة بالحجج وآليات التأثير، ولعل هذا ما قصده بيرلمان عندما حصر موضوعها في دراسة "التقنيات الخطابية الهادفة إلى حث النفوس إلى التسليم بالأساطير المعروضة عليها، أوتقوية ذلك التسليم. كما تفحص أيضاً الشروط التي تسمح بانطلاق الحجاج ونموه وكذا الآثار المترتبة عنه"¹³، فهي بتعبير مُجد العمري "علم الخطاب [النص] المؤثر القائم على الاحتمال"¹⁴.

والمقصود بالنصوص الاحتمالية تلك التي لا تُقدّم معطيات ومعارف برهانية تكون نتائجها محسومة، ولا تثير الرأي ونقيضه؛ لأن خاصية الاحتمال والامكان هي التي تفسح المجال للمقاربة البلاغية الحجاجية من أجل بيان مواطن القوة الحجاجية والتأثيرية في النصوص الهادفة إلى الإقناع، وفي هذا السياق يقول بيرلمان: "الحجاج لا يكون أبداً في موضوع يسمح بادعاء اليقين، ولا جدوى من الحجاج ضد ما هو يقيني (...) الحجاج لا يتدخل إلا في الحالات التي يكون فيها اليقين موضع طعن"¹⁵. وعلى هذا الأساس، نُعتت بلاغة الحجاج بأنها "لا تأخذ كموضوع لها إلا الأسئلة التي كانت مادة لمناظرة ما"¹⁶، بحيث أن "الحديث في هذا المجال عن حقيقة ثابتة هو خروج عن نطاقها، وفتح للباب على مصراعيه أمام قمع الرأي الآخر وأمام التحكم والاستبداد"¹⁷.

إن ميزة التأثير والإقناع في النصوص النثرية القائمة على الاحتمال هي البنية الأساس في المقاربة البلاغية الحجاجية؛ لأنها تشكل الهدف من التحليل البلاغي، ولذلك انفردت "البلاغة بسؤال أساس يشكل موضوع انشغالها: «لماذا كان هذا المقطع من الخطاب [النص] على هذا النحو؟ ولماذا لم يكن على نحو مختلف؟ ولماذا كانت هذه الألفاظ المخصوصة على هذا النحو من الترتيب المخصوص؟» وللإجابة عن السؤال الأساس، يستدعي

التحليل البلاغي مجموعة من الأسئلة تعد مرتكرات أي تحليل بلاغي يسعى إلى تحليل النص في كليته: ما موضوع النص؟ وماهي حوافزه؟ ومن هو المتكلم المسؤول عن الكلام؟ ومن هو المخاطب الحقيقي للنص؟ وماهي اللغة المستعملة فيه؟ وماهي بنيته؟ وماهي الطريقة التي ينصهر بها في بنيات أوسع؟¹⁸. يظهر من هذا القول أن بلاغة الحجاج تنطلق من مسلّمة مفادها أن "اللغة تحمل بصفة ذاتية وجوهرية، وظيفة حجاجية، أي أن هذه الوظيفة مؤشر لها في بنية الأقوال نفسها، وفي المعنى وكل الظواهر الصوتية والصرفية والمعجمية والتركيبية والدلالية"¹⁹. وعليه، ويمكن اعتبارها "الأداة الوحيدة التي تسعفنا في وصف الكيفية التي يبني بها نص ما"²⁰، وهذا ما جعلها "ملكة اكتشاف وسائل الإقناع الممكنة بالرجوع إلى الموضوع أيا كان"²¹.

وما دام أن النص الهادف إلى تحقيق غاية الإقناع يستلزم طرفين، فإن هذا ما جعل المقاربة البلاغية الحجاجية تهتم بطرفي التخاطب؛ لأنه "لا ينبغي أن ننسى أن الحجاج ليس بلورة لاستدلال يكتفي بذاته، ولكنه تبادل فعلي أو مفترض بين شخصين أو أكثر يسعون إلى التأثير المتبادل"²²، وبذلك تكون أغلب النصوص بانية للتأثير والإقناع؛ لأنه، في أحيان عدة، لا يمكن أن نتصور عملية تخاطبية بين أشخاص معينين، أو بين الشخص وذاته، لا تسعى إلّالتأثير والدفع نحو التصديق. وبذلك، فإننا عادة ما "نتكلم بقصد التأثير"²³، سواء في المتلقي السامع أو القارئ. ومن هذا المبدأ، تعمل المقاربة البلاغية الحجاجية على تمحيص آليات واستراتيجيات التأثير في النصوص ذات الوظيفة الإقناعية، على اعتبار أن "كل نص هو بشكل ما بلاغة؛ أي أنه يمثل وظيفة تأثيرية، ولهذا الاعتبار فالبلاغة تمثل منتهى للفهم النصي مرجعه التأثير"²⁴.

وبالرجوع إلى الموروث النثري العربي يتحصل أنه حبل بنصوص نثرية مهمة ذات بعد حجاجي تأثيري نحو: الخطبة، الرسالة، الوصية، المناظرة، النادرة، الفتوى.. إلخ. ويبدو أن التجنيس الأدبي لهذه النصوص يخلق ما يمكن أن نصطلح عليه بالتواصل البلاغي الحجاجي؛ بحيث أن منتج النص (المتكلم) يسعى إلى خلق تواصل وتخاطب بينه وبين مخاطبه، وذلك من أجل تغيير موقفه، وحمله على الإذعان والتصديق. وبناء عليه "يكون النص ثمرة تفكير المتكلم في المتلقي واستجابة لحاجاته الثقافية والوجدانية والعقلية، ولن يتحقق ذلك إلا بأن يصبح المتكلم والمتلقي معا مجموعة من النصوص والأقوال التي تنتمي إلى الثقافة والعصر اللذين أنتج فيهما هذا النص"²⁵. وعليه، فإن الأسئلة التي تفرض نفسها هنا: ما البنية المفاهيمية التي تعتمدها بلاغة الحجاج في مقاربتها للنصوص النثرية الإقناعية؟ والعلاقة الرابطة بينها؟ وإلى أي حدّ يمكن اعتبارها مُسَعِفَة في مقارنة مختلف ألوان النص النثري التأثيري؟

– المقاربة البلاغية الحجاجية للنص التأثيري التراثي: أي بنية مفاهيمية مُسَعِفَة؟

يستعري الحديث عن البنية المفاهيمية المسعفة في المقاربة البلاغية الحجاجية للنص التراثي الإقناعي التأكيد على أنه في موروثنا العربي لم يكن لدينا "تصور متكامل عن تحليل بلاغي للنصوص، في مقابل ذلك يوجد رصيد هائل من التوصيف والتصنيف وأحيانا التأويل لعدد من مقومات الأسلوب أو ما اصطلح عليه بـ "الوجوه البلاغية" أو "الصور" أو "المحسنات" في الشعر والخطابة والترسل والقرآن الكريم. ويشهد على ذلك ما صنعه (...) صناع البلاغة العربية الذين اكتفوا برصد الوجوه البلاغية أو تأويلها بوصفها معقد البلاغة، دون أن ينشغلوا بالنص في كليته، باعتباره نسيجاً موحداً، صادراً عن ذات إنسانية، ومرتبطة بشكل من الأشكال بموقف تواصلية، ويخاطب ذاتاً إنسانية تتفاعل مع ما تتلقاه بعقلها ومشاعرها، وبذاتها وامتدادها في الحاضر"²⁶. وينبغي الإشارة ههنا إلى أن "النص كما تتصوره النظرية البلاغية هو جملة من الملفوظات المترابطة حجاجياً في مقام تواصلية محدد؛ أي يمكن تفكيكه وإرجاعه إلى جملة من الملفوظات الخطابية الحجاجية التي تؤلف مجموعته المنسجم، كما يمكن استخلاص حججه المضمره بوصفه نصاً تشكل في مقام تواصلية يتوجه فيه المتكلم إلى مخاطب للتأثير فيه وحمله على إنجاز فعل من الأفعال"²⁷. يوضح هذا الكلام أن المقاربة البلاغية تنظر إلى النص كنسق تتخلله طبقات إقناعية تأثيرية، وبذلك فهي لا تفصل النص عن المداخل التي ساهمت في تشكيله سواء تعلق الأمر بما هو ثقافي أو سيكولوجي، بحكم أنه يصدر من ذات عاقلة تروم مخاطبة ذات أخرى بغية خلق أثر حجاجي في عقلها أو قلبها، وبهذا المعنى تغدو المقاربة البلاغية الحجاجية مُحَلِّلة للتفكير الإنساني الذي يتجسد في طبقات النص من حيث هو مرآة عاكسة للهدف التخاطبي الذي يرومه المتكلم في علاقته بمخاطبه.

وإذا تساءلنا عن استكناه البنية المفاهيمية المؤسسة للمقاربة البلاغية الحجاجية، يمكن القول إنها سلكت منهجاً فريداً في العملية التحليلية للنصوص المؤثرة؛ بحيث أنها تنظر إلى المتكلم (منتج النص) ومتلقيه (المخاطب) كما تبحث في لغة النص ذاته، ويبدو أن هذه المدخل المنهجي في التحليل رادفها منذ نشأتها الأرسطية ؛ بحيث نلفي المعلم الأول (أرسطو) يقول ما نصه: "من بين وسائل الإقناع المقدمة بواسطة الخطاب هناك ثلاثة أنواع، فبعضها يكمن بالفعل في خلق من يتكلم (الإيتوس) والأخرى في عملية جعل السامع في هذه الحالة أو تلك (الباطوس)، والأخرى في الخطاب (اللوغوس) نفسه بواسطة كونه يبرهن أو يظهر أنه يبرهن"²⁸. ومنه، يتبدى أن المقاربة البلاغية الحجاجية للنصوص التأثيرية تركز على صورة المتكلم في النص وهذا ما اصطُح عليه بالإيتوس الخطابي، وتأخذ الحالة والطبائع التي يكون عليها المخاطب بعد تلقيه للنص وتأثره بفحواه ومراميه، وهذا ما تمت تسميته بالباطوس الخطابي، وتنظر أيضاً في طبيعة اللغة الموظفة في النص وهو الذي أطلق عليه باللوغوس الخطابي.

وينبغي الإشارة في هذا الصدد إلى أن التحليل البلاغي الحجاجي لا ينظر إلى تلك الاستراتيجيات بأنها متفرقة أو منفصلة، بل يتعامل معها في اتساقها وانسجامها؛ بحيث أن "تحليل اللوغوس من خلال استثمار وسائل اللغة الطبيعية، لا ينفصل عن تحليل الصورة التي يقدم بها المتكلم ذاته في [النص] (الإيتوس)، وعن تحليل الأوهاء

التي يثيرها [النص] في المخاطب (الباطوس). إن هذه الوسائل الحجاجية الثلاث توجد في وضع متلاحم داخل [النص]²⁹، كما أنها تعد ضرورية في التحليل البلاغي الحجاجي، فهي الاستراتيجيات التي يُنسبها النص الحجاجي من جهة، وبما يُحلل من جهة ثانية. ولعل أهميتها هو ما دفع ميشيل مايير Michel Mayer إلى الإقرار أنه "من دون الإيتوس والباتوس واللوغوس لا توجد بلاغة ولا حجاج"³⁰. وعلى هذا الأساس، يمكن أن نسط السؤال عن منطق اشتغال كل استراتيجية بلاغية على حدة؟، وأين تكمن نجاعتها في مقارنة النص النثري التراثي المؤثر؟

أ - استراتيجية الإيخوس Ethos

يستلزم الحديث عن الإيخوس في الدرس البلاغي الحجاجي توضيح الفروق الدقيقة بين المرسل كما اصطلاح عليه جاكبسون، أو المتلقي أو المتكلم كما أسماه رواد الدرس التداولي الحديث، ويرجع الاختلاف بين هاتين المصطلحات إلى الممارسة النظرية والمنطلقات الإبستمولوجية التي تشكّل فيها كل مصطلح على حدة، إذ يُعرّف الإيخوس أساساً بأنه "الانطباع الذي يمنحه الخطيب عن ذاته بواسطة أقواله"³¹. ولقد وضّح أرسطو وبعده بيرلمان عندما تحدثا عن الإيخوس أنهما لم يعتبرانه مخاطباً عادياً أو متكلماً خاصاً يعرف بُنى ومنطق اشتغال النص التأثري، بل تم تحديده باعتباره الصورة التي يظهر بها منتج النص أمام مخاطبيه. وفي هذا يقول أرسطو: "لا يكفي المرء أن عليه أن يعرف ما يقول، ولكن على المرء أيضاً أن يعرف كيف يقول، وهذا يسهم إلى حد بعيد في جعل الكلام يظهر بشخصية خاصة"³².

إن التحليل البلاغي لإيتوس المتكلم في النص التأثري لا بد أن يسلك مُدخلاً حجاجياً خاصاً يتتبع فيه المحلل تجليات الصورة التي يريدها المتكلم لذاته. وبذلك، على المحلل "أن يكون على دراية بالأقيسة وعلى بنية من الأخلاق والفضائل، والميولات والانفعالات"³³؛ مما يعني أنه من أجل أن يستنبط الانطباعات الذي يظهر به منتج النص أمام مخاطبيه، بقصد الدفع به إلى التسليم بدعواه وتبني موقفه والثقة في كلامه، لا بد له أن يتمتع بمعرفة واسعة تتعلق بما هو أخلاقي وبما هو سيكولوجي، نظراً لكون المتلقي القارئ أو السامع في بعض المقامات يمكن توجيه عقله و أهوائه من منطلق عاطفي وجداني، كما يمكن توجيهه بناء على ما هو عقلي منطقي، فضلاً عن استهداف أخلاقه وفضائله، وكل هذا يتحكم فيه مقام التخاطب والحالة السيكولوجية التي يكون عليها المخاطب. ولعل هذا ما عبّر عنه الجاحظ بقوله: "ينبغي للمتكلم أن يعرف أقدار المعاني ويوازن بينها وبين أقدار المستمعين وبين أقدار الحالات، فيجعل لكل طبقة من ذلك كلاماً، ولكل حالة من ذلك مقاماً حتى يقسم أقدار

الكلام على أقدار المعاني، ويقسم أقدار المعاني على أقدار المقامات وأقدار المستمعين على أقدار تلك الحالات³⁴.

إن الحديث عن الإيخس في التحليل البلاغي الحجاج يستدعي توضيح الحدود المعرفية الفاصلة بين ما اصطُح عليه بالمخاطب ومصطلح "المُسْتَمَع" الذي تمت ترجمته من قبل الأستاذ مُجْد العمري من اللغة الفرنسية بـ "Auditoire"، باعتباره مصطلحاً جديداً ينتمي إلى الحقل البلاغي الحديث ، "فضماناً للتواصل الفعال في الموضوع، ومراعاةً للنسق المعرفي الذي نُقل منه المصطلح، وتوخياً لبناء نسق بلاغي فَعَال، اجتهد الأستاذ العمري في استعمال كلمة مُسْتَمَع في مقابل كلمة Auditoire، وقد ارتقت إلى مصطلح علمي يُفيد «المقام الخطابي بمكوناته الثقافية والزمانية والمكانية»"³⁵؛ فالمُسْتَمَع بهذا التحديد لا يرادف المَخَاطَب أو المتلقي أو السامع، بل إنه يتجاوزهما ليدل على المقام العام الذي تجرى فيه العمليات التخاطبية وذلك باستحضار الزمان والمكان والبعد الثقافي في العملية التخاطبية لما لهم من أهمية في التحليل البلاغي الحجاجي.

إن المقاربة البلاغية الحجاجية للنصوص التأثيرية تنطلق في دراستها للإيتوس الخطابي من مسلمة مفادها أن المتكلم والمخاطب (المتلقي) تجمع بينهما مسلمات واتفاقات مسبقة هي التي تجعل فعل التأثير والتأثر ممكناً، بحيث أن غياب هذا الجانب يؤدي حتماً إلى التنافر والتصارع بينهما، وقد أكد بيرلمان هذا المعطى بقوله: "يتوجه كل جهد إقناعي إلى مُسْتَمَع. ولكي يُقْنِع المرء ينبغي أن يُسْمَعَ؛ وإذا أراد أن يُقْنِع عليه أن يولي الاهتمام لموافقة من يَسْمعه. فالإقناع يفترض، إذن، وجود شيء ما مشترك بين من يتكلم ومن يسمعه، وبين من يكتب ومن يقرأ له، وهو أمر لا يحصل دوماً بشكل تلقائي: فالمرء لا يوجّه الكلام لأيّ كان، وليس كل شخص يستحق دائماً أن يُسمع"³⁶. ومن هنا يكون استحضار الأفكار المشتركة والاتفاقات المسبقة بين منتج النص التأثيري ومستمعه يعدّ أمراً مهماً في إقامة تحليل بلاغي حجاجي؛ لأنه "من دون هذا الاتفاق في حدوده الدنيا، لن يكون هناك حوار أو جدل، بل عنف أو تجاهل"³⁷.

ويتوجب على المحلل للإيتوس أيضاً أن يركز على العلاقة التي يقيمها منتج النص مع مخاطبه انطلاقاً من دلالات لغته، لأنه عادة ما "يضطلع بدور الناصح المرشد الذي يأخذ بيد الجمهور ويوجهه ويحرص على كسبه بتجنب إثارة عداوته وإحساسه بالدونية"³⁸، كما يمكن أن يهاجمه إذا كان عدواً له، بحيث يعمل على إظهاره في "صورة سلبية تقلل من قدره وتظهره في مظهر الشخص غير الجدير بالثقة"³⁹. وعليه، يتحصل أن منتج النص يستحضر باستمرار التفاعل القائم بينه وبين مخاطبه، ويتكيف مع حالاته، نظراً لكون "الخطيب يني إيظوسه بواسطة الهجوم على الآخر"⁴⁰، بغية استمالاته والتأثير فيه حتى تغيير وجهة نظره.

يتضح إذن أن الإيغوس الذي يظهر به منتج النص يتحكم إلى حد بعيد في العملية التحليلية البلاغية، نظراً لكون الصورة التي يرسمها لذاته في نفسية مخاطبه هي التي توجه التحليل البلاغي للإيتوس. وإضافة إلى هذا، يتعين على المحلل البلاغي أن يراعي المقام التخاطبي الذي تولّد عنه النص من أجل بلوغ ملامح الإيتوس الخطابي، فبدون استحضار المقام وظروف التخاطب يصعب تعيين، بدقة، طبيعة الصورة المؤثرة التي يظهر بها منتج النص؛ لأن العملية التخاطبية الحجاجية ليست عملية اعتباطية بل يحكمها موضوع وهدف محددين سلفاً، وعليهما مدار عملية الفهم والإفهام بين طرفي التخاطب في النص النثري التأثري.

ب- استراتيجي الباطوس Pathos

يعدّ الباطوس من أهم الاستراتيجيات التي تعتمدها بلاغة الحجاج في المقاربة التحليلية للنصوص التأثرية، ويرتبط تحديداً بالمتلقي الذي يُوجّه إليه للنص. وينبغي الإشارة في هذا الصدد إلى أن الباطوس الخطابي لا يقصد به المخاطب أو المتلقي ذاته، وهنا يكمن التباين الحاصل بين المتلقي المخاطب في العملية التواصلية العادية وبين الباطوس كما تتصوره المقاربة البلاغية الحجاجية. وعليه، عُرف الباطوس بأنه "تصدير السامع في حالة نفسية ما"⁴¹؛ مما يعني أنه يمثل الحالة النفسية التي يكون عليها المخاطب بعد فعل التلقي للنص والتأثر به. يتحصل إذن أن الباطوس يتعلق بأهواء السامع التي يُحدثها النص النثري الهادف إلى التأثير والإقناع، وهاته الأهواء (المشاعر والأحاسيس والانطباعات) أو الحالة النفسية التي يكون عليها المخطّاب هي التي يرصدها منتج النص ويعمل عليها، ومن ثمة لزم ههنا الاستعانة بآليات وسمات خطابية تمكنه من توجيه مخاطبه من أجل التحكم في أحواله؛ لأن "سمات الحجاج التي يستخدمها الخطيب في خطابه، تؤثر في بناء صورته وتوجه إدراك السامع له؛ فصورته الذاتية في الأذهان تتعاضد أو تتناقض وفق تأثيرات الحجاج"⁴². ومن هذا المنطلق، يتضح أن المحلل البلاغي للنص النثري يتعين عليه البحث، انطلاقاً من البنيات اللغوية للنص وتقنياته البلاغية الحجاجية، عن الانطباعات التي يمكن أن تتشكّل عند متلقي النص، وأن يعمل على إيجاد مسوغات كاشفة عن الصورة التي أراد منتج النص أن يرسمها ويزرعها في عواطف وأهواء متلقيه.

بهذا المعنى، يظهر أن العلاقة بين منتج النص ومتلقيه مبنية على التأثير والتأثر، وبذلك تكون المقاربة البلاغية الحجاجية للنص التأثري "تعبّر دوماً عن المسافة بين الإيغوس (الخطيب) وبين الباطوس (المستمع)، وإذا انعدمت هذه المسافة لن يكون هناك مسوغ لوجود البلاغة أصلاً"⁴³، ولعل هذا ما يُظهر أن منتج النص يأخذ في حسبانته واعتقاده، قبل إنتاجه للنص، طبيعة مخاطبه، بحيث لا بد أن يستفهم عن طبيعته وتوجهه الفكري ومرجعياته الثقافية والدينية، وحدود تفاعله مع مضمون النص، فضلاً عن الأخذ بالجوانب العاطفية التي تثير انفعالاته وأهوائه، فهو بهذا

المنطق يُنتج نصه "بناء على حقيقة إنسانية وعلمية مفادها أن الإنسان يتأثر بوجوده أكثر مما يتأثر بعقله؛ وأن الخطيب لا يملك حمل المخاطب على الفعل والتحكم في إرادته وقيادته بالاكْتفاء بالحجج العقلية دون مخاطبة وجدانه"⁴⁴. وعليه، يكون النص جسراً لبلوغ عواطفه وقناعاته، وهذا ما يُجْتَم على منتج النص انتقاء الأدلة والحجج المسعفة له في التأثير، كما أنه يستحضر مستمعه أثناء عملية تشكيل نصه، ولعل هذا ما يضعه أمام متلق واقعي وآخر افتراضي. ومنه، فإذا كانت "كفاءة المرسل التداولية في صناعة الخطاب، فإنها تتجلى [عند المحلل في] تأويل الخطاب للوصول إلى مقاصد المرسل وإدراك حججه"⁴⁵.

يتحصل، إذن، مما سبق أن الباطوس الحجاجي الذي يسعى المتكلم إلى خلقه في نفسية مخاطبه اعتماداً على نصه الحجاجي وسلسل صورة التي يكون عليها السامع بعد تلقيه للنص؛ مما يعني أن إي طوس الخطيب يتعلق بشكل كبير بباطوس السامع. ومنه، يلزم التحليل البلاغي الحجاجي للنص التأثيري مراعاة هذا الارتباط بغية تحديد أبعاده التأثيرية. ولعل هذا الارتباط الوثيق بين الإي طوس والباطوس سنجدهمثلة بثلاثه بشكل كبير في مختلف النصوص النثرية التأثيرية؛ نظراً لكون هذا النمط من النصوص مكتوب بلغة تقريرية مباشرة غرضها الإقناع، فهي لا تعبر، عادة، بالصور التعبيرية الانزياحية التي تحجب المعاني والمقاصد بل نلفيها تعتمد لغة تُصَرَّح أكثر مما تُضْمِر، وهذا ما يجعل التحاجج قائماً بين منتج النص ومتلقيه، ومن جهة أخرى يسمح للمحلل باستقراء إي طوس منتج النص وباطوس متلقيه.

ج- استراتيجية اللوغوس Logos

يمثل اللوغوس أحد الاستراتيجيات الخطابية التي تعتمد على بلاغة الحجاج في تحليلها لل نصوص التأثيرية؛ ويقصد به مجموع الحجج التي يتقدم بها منتج النص إلى مخاطبه بقصد استمالته والتأثير فيه. وعليه، ينبغي الإشارة إلى أن اللوغوس ليس "كل بناء يتركب من عدد من الجمل السليمة مرتبطة فيما بينها بعدد من العلاقات"⁴⁶ فحسب، بل إنه يشمل كل ما يتعلق "بأ مور سلامة الصيغة اللغوية والملاءمة المقامية والعبارة البديعية"⁴⁷، فضلاً عن السلم الحجاجي الذي تُبنى وفقه الآليات الحجاجية في النص التأثيري، فمادام "أن غاية [النص] هي إقناع مستمع ما، فإن ترتيب الحجج يتم تطويعه لهذه الغاية: إن كل حجة ينبغي أن تأتي في اللحظة التي ينتظر منها أن تحدث أقوى تأثير. وبما أن ما يقنع مستمعاً ما لا يقنع مستمعاً آخر فإن محاولة التطويع هذه تكون مجبرة في كل حالة على إعادة الكرة"⁴⁸.

يظهر من خلال هذا التوضيح أن اللوغوس في النص التأثيري لا تنحصر وظيفته في الإخبار فحسب، بل تتعدى ذلك إلى الإقناع والتأثير. ومن هذا المنطلق، نستطيع القول إن النصوص التراثية التأثيرية كانت تقوم على

مقومات بلاغية حجاجية مُقنعة؛ لأن منتجها يعتبر أن غايتها "ليست مجرد الدخول في علاقة مع الغير، وإنما هي الدخول معه فيها على مقتضى الادعاء والاعتراض، بمعنى أن الذي يحدد ماهية الخطاب إنما هو «العلاقة الاستدلالية»، وليس العلاقة التخاطبية وحدها: فلا خطاب بغير حجاج، ولا مخاطب (بكسر الطاء) من غير أن تكون له وظيفة «المدعي» ولا مخاطب (بفتح الطاء) من غير أن تكون له وظيفة «المعتز»⁴⁹. ولعل هذا ما يوضح أن المحلل البلاغي للنص النثري التأثيري ينبغي له أن يتعامل مع لغة النص بوصفها ذات وظيفة حجاجية إقناعية، ومن ثم يسر أغوار النص ويستكنه طبقاته الحجاجية، لكي تتبين له الحجة التي اختارها منتج النص من أجل التحاجج بها.

وإذا تساءلنا عن الخصائص والمقومات التي تجعل من النص نصاً مقنعاً، فإنها تتعدد وتباين باختلاف المخاطب؛ ذلك أن طبيعة هذا الأخير هي التي تجعل منتج النص ينتقي هذه الحجة أو تلك؛ بحيث إذا كان المخاطب ينتمي إلى العوام من الناس فإن اللوغوس الذي سيُوجّه له سيكون هو الآخر عاماً وخالياً من التعابير اللغوية المعقدة، والحجج المنطقية وشبه المنطقية التي يمكن أن تؤدي به إلى عدم الفهم والتأثر، ومن هنا يتبين أن التحليل البلاغي الحجاجي يقتضي الأخذ بإيجاز المنتج النص وباطوس متلقيه في تحليل اللوغوس. وينبغي الإشارة في هذا الصدد إلى أن المحسنات البديعية اللفظية والمعنوية تعدّ عنصراً هاماً في بناء اللوغوس الخطابي للنص التأثيري، وهذه الأهمية عرّى "في نظر أرسطو إلى أن عامة الناس يتأثرون بمشاعرهم أكثر مما يتأثرون بعقولهم، فهم في حاجة إلى وسائل الأسلوب أكثر من حاجيتهم إلى الحجة، فلا يكفي إذن أن يعرف المرء ما ينبغي أن يقال، بل يجب أن يقوله كما ينبغي"⁵⁰. وبهذا المعنى، فالمحلل للنص النثري التأثيري ينبغي له أن يراعي هذا الجانب البديعي في لغة النص؛ لأن وظيفته لا تنحصر دائماً في التعميق والتجميل، وإنما تكون لها أبعاد أخرى يحددها المقام التخاطبي بين مُنتج النص ومتلقيه، على اعتبار أن "تجميل الأسلوب يكون حسب المقام والجمهور الذي يوجه إليه الخطاب، وحسب نوع الخطاب مكتوباً أو شفوياً حوارياً، يجب ألا ننسى أن لكل نوع خطابي أسلوباً خاصاً يليق به"⁵¹.

إن التعابير الجمالية ذات الوظيفة التزيينية، إذا تم إتقان استعمالها، يكون لها أثر حجاجي على نفوس المخاطبين، فكلما أتيقن الخطيب استعمالها في موضعها كان نصه أقرب إلى التأثير على مخاطبيه؛ لأنه إذا "لم ينتج عن الخطاب استمالة المخاطب، فإن المحسن سيتم إدراكه باعتباره زخرفة، أي باعتباره محسن أسلوب ويعود ذلك إلى تقصيره عن أداء دور الإقناع"⁵². وعليه، فإن المحلل يلزمه أن يكون قادراً على تذوق أبعاد المحسنات البديعية، وفهم مراميها حتى يتسنى له الكشف عن وظيفتها الحجاجية التأثيرية في المتلقي، يقول أرون كبيدي فاركا في هذا

الصدد: "تعتبر الصور زينة تضيف شيئاً إلى الحجاج الخالص؛ ينبغي أن تروق الجمهور وتؤثر فيه: قيمتها جمالية ووجدانية"⁵³.

وإلى جانب هذه المعطيات التي ينبغي لمحلل النص التأثيري أن يأخذها بعين الاعتبار، نود الإشارة إلى عنصر يحظى بمكانة مركزية في المقاربة التحليلية البلاغية الحجاجية؛ نقصد ههنا المقام التخاطبي، بمختلف تجلياته، الذي ساهم في بلورة التحاجج بين منتج النص ومخاطبه؛ نظراً لكون المقام التخاطبي هو الذي يُكسب النص دلالاته ويحدد أبعاده، ويوجّه منتجه في عملية انتقاء وتخيّر حججه، بحيث أنه عادة ما "يختار حججه وطريقة بنائها بما يتناسب مع السياق الذي يحفّ بخطابه"⁵⁴. وبذلك، يتبين أن المقام يعدّ لبنة مهمة في إنتاج وتحليل النص النثري التأثيري؛ نظراً لكونه يأتّي استجابة لشروط سياقية و تخاطبية، ولذلك يتطلب تحليله وفق تلك الشروط التي أنتجته، ذلك أن تحليله خارج شروطه سيؤدي إلى مغالاة في التحليل، الشيء الذي سيجعل التحليل يُقوّل النص ما لم يُقُلّه، ويُصرف عنه بعده الحجاجي. وعليه، يمكن الإقرار على أن "لا [نص] دون انحراطه في سياق معيّن"⁵⁵.

خلاصة

يتحصل من خلال ما سبق، أن ثمة تداخل معرفي بين بلاغة الحجاج والنص النثري التراثي، وهذا التداخل يقوم أساساً على مبدأ الملاءمة؛ أي أن طبيعة النصوص النثرية العربية تستدعي المقاربة البلاغية الحجاجية، كما أن آليات اشتغال هذه الأخيرة تتناسب وتتلاءم وبنية النص النثري الحجاجية. وعليه، يتحصل أن النصوص النثرية العربية القديمة يمكن أن تكون مادة خصبة للدراسة التحليلية البلاغية الحجاجية. ولعل ما يُسوّغ هذه النتيجة كون بلاغة الحجاج تتخذ مدخلاً حجاجياً في النظر إلى النصوص النثرية التأثيرية؛ بحيث أنها تهتم بمنتجها مركزة في ذلك على الصورة التي يتقدّم بها أمام مخاطبه أو متلقيه (الإيتوس)، كما أنها تركز على الانفعالات والانطباعات التي تشكل لدى المخاطب بعد تلقيه للنص والتأثر به (الباطوس)، فضلاً عن كونها تبحث في النص عن الآليات الحجاجية والتقنيات الخطابية التي يوظفها منتج النص من أجل استمالة مخاطبه، ودفعه نحو التأثير فيه (اللوغوس). وبهذا المعنى، يتضح أن المقاربة البلاغية الحجاجية مسعفة، إلى حدّ كبير، في إنجاز دراسة تحليلية نسقية للأبعاد الحجاجية في النصوص النثرية التراثية.

وينبغي الإشارة ههنا إلى أننا ركزنا أساساً على ثلاثية الإيتوس والباطوس واللوغوس باعتبارها أهم الاستراتيجيات الخطابية التي تعتمد عليها بلاغة الحجاج في دراسة وتحليل النصوص أو الخطابات الاحتمالية المؤثرة. وبذلك، وجب التنبيه إلى أن ثمة بنية مفاهيمية بلاغية حجاجية يمكن توظيفها في إطار المقاربة البلاغية الحجاجية للنصوص النثرية، ومنها على سبيل المثال: نظرية الأفعال الكلامية (جون أوستين وسورل) والاستلزام التخاطبي (بول غرايس)،

ومتضمنات القول وغيرها من المصطلحات اللسانية التداولية التي تنسجم والتحليل البلاغي للنصوص النثرية التراثية المؤثرة.

الهوامش والاحالات:

- ¹ مُجَدِّ الوالي، الطريق نحو البلاغة والخطابة الجديديتين، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، ع10، ص50-51.
- ² مُجَدِّ مشبال، في بلاغة الحجاج نحو مقارنة بلاغية حجاجية لتحليل الخطابات، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ط1، 2016، ص65.
- ³ نفسه، ص8.
- ⁴ مُجَدِّ العمري، البلاغة بين التخييل والتداول، إفريقيا الشرق، ط2، 2012، ص35.
- ⁵ نفسه، ص40.
- ⁶ مُجَدِّ مشبال، في بلاغة الحجاج، ص23.
- ⁷ نقلا عن مُجَدِّ العمري، البلاغة بين التخييل والتداول، ص69.
- ⁸ مُجَدِّ مشبال، في بلاغة الحجاج، ص12.
- ⁹ نفسه، ص39.
- ¹⁰ مُجَدِّ الوالي، الطريق نحو البلاغة والخطابة الجديديتين، ص37.
- ¹¹ مشيل مايير، الحجاج والبلاغة وعلم الأشكلة، ترجمة ادريس جبري، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، ع10، ص117.
- ¹² مُجَدِّ العمري، البلاغة بين التخييل والتداول، ص62.
- ¹³ نقلا عن مُجَدِّ العمري، البلاغة بين التخييل والتداول، ص13.
- ¹⁴ مُجَدِّ العمري، أسئلة البلاغة في النظرية والتاريخ والقراءة، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، ط1، 2013، ص18.
- ¹⁵ _ Chaim Perlmain, L'empire Rhétorique, ed- vrin- Bruxelles, 1977, p 19.
- ¹⁶ آلان لومبرور، اختلالات البلاغيتين الجديديتين، تر مُجَدِّ البقالي، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، ع10، ص94.
- ¹⁷ الحسين بنو هاشم، بلاغة الحجاج الأصول اليونانية، دار الكتاب الجديد، بيروت، ط1، 2014، ص59.
- ¹⁸ مُجَدِّ مشبال، في بلاغة الحجاج، ص37-38.
- ¹⁹ أبو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، العمدة في الطبع، الدار البيضاء، ط1، 2006، ص8.
- ²⁰ أرون كبيدي فاركا، البلاغة وإنتاج النص، ترجمة مُجَدِّ العمري، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، ع10، ص20.
- ²¹ مُجَدِّ العمري، في بلاغة الخطاب الإقناعي، دار الثقافة، الدار البيضاء، ط1، 1986، ص19.
- ²² مُجَدِّ مشبال، في بلاغة الحجاج، ص63.
- ²³ أبو بكر العزاوي، اللغة والحجاج، ص8.
- ²⁴ هنريش بليث، البلاغة والأسلوبية، ترجمة مُجَدِّ العمري، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، ط1، 1999، ص18.
- ²⁵ بلاغة النص النثري مقاربات بلاغية حجاجية، إشراف مُجَدِّ مشبال، دار العين للنشر، الاسكندرية، 2013، ص10.
- ²⁶ نفسه، ص10-11.
- ²⁷ بلاغة النص النثري مقاربات بلاغية حجاجية، إشراف مُجَدِّ مشبال، ص9.

- ²⁸ نقلا عن الحسين بنوهاشم، في بلاغة الحجاج الأصول اليونانية، ص 213.
- ²⁹ محمد مشبال، في بلاغة الحجاج، ص 66.
- ³⁰ مشيل مايير، الحجاج والبلاغة وعلم الأشكلة، تر ادريس جبري، ص 127.
- ³¹ ألان لومبير، اختزال البلاغتين الجديتين، تر محمد مشبال، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، عدد 10، ص 106.
- ³² أرسطو، الخطابة، تحقيق عبد الرحمان بدوي، النهضة المصرية، القاهرة، الطبعة الأولى، 1959، ص 181.
- ³³ عباس رحيلة، الأثر الأرسطي في النقد والبلاغة العربيين إلى حدود القرن الثامن الهجري، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، ط1، 1999، ص 236.
- ³⁴ الجاحظ، البيان والتبيين، تحقيق عبد السلام هارون، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط1، 1998، ج1، ص 138-139.
- ³⁵ ادريس جبري، سؤال المصطلح البلاغي في المشروع العلمي لمحمد العمري نحو بلاغة عامة، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، ع 3، ص 90.
- ³⁶ شايم بيرلمان، التربية والخطابية، ترجمة الحسين بنوهاشم، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، ع 3، ص 153.
- ³⁷ محمد مشبال، في بلاغة الحجاج، ص 51.
- ³⁸ محمد مشبال، منزلة الإيتوس في البلاغة الجديدة، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، ع 10، ص 107.
- ³⁹ نفسه، الصفحة نفسها.
- ⁴⁰ محمد مشبال، في بلاغة الخطاب الحجاجي، ص 56.
- ⁴¹ عبد الله صولة، في نظرية الحجاج دراسات وتطبيقات، مسكيلياني للنشر، تونس، ط1، 2011، ص 71.
- ⁴² محمد مشبال، منزلة الإيتوس في البلاغة الجديدة، ص 107.
- ⁴³ مشيل مايير، الحجاج والبلاغة وعلم الأشكلة، تر ادريس جبري، ص 118.
- ⁴⁴ محمد مشبال، في بلاغة الحجاج، ص 263.
- ⁴⁵ عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، ج2، دار كنوز المعرفة، ط1، 2015، ص 257-258.
- ⁴⁶ طه عبد الرحمان، في أصول الحوار وتحديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط4، 2010، ص 35.
- ⁴⁷ محمد الولي، الطريق نحو البلاغة والخطابة الجديتين، مجلة البلاغة وتحليل الخطاب، ع 10، ص 42، بتصرف.
- ⁴⁸ نقلا عن محمد الوالي، الطريق نحو البلاغة والخطابة الجديتين، ص 53.
- ⁴⁹ طه عبد الرحمان، اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، ط1، 1998، ص 226.
- ⁵⁰ محمد العمري، في بلاغة الخطاب الإقناعي، ص 97.
- ⁵¹ نفسه، ص 97.
- ⁵² محمد الوالي، الطريق نحو البلاغة والخطابة الجديتين، ص 53.
- ⁵³ أرون كبيدي فاركا، البلاغة وإنتاج النص، ترجمة محمد العمري، ص 28.
- ⁵⁴ عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، ج2، دار كنوز المعرفة، ط1، 2015، ص 258.
- ⁵⁵ عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، ص 94.