البلاغة والتداولية
قراءة في تداولية الخطاب البلاغي

د. ملاس مختار
جامعة سطيف

إنّ من أهمّ الأسباب الّتي كان لها الأثر الأكبر في إخصاب النظرية النقدية الحديثة والمعاصرة هو ذلك التنوّع في مناهج الدراسة النقدية من بنيوية وأسلوبية وتداولية وسيميولوجية وتفكيكية وغيرها. وكان على هذه المناهج كي تحفظ ماء وجهها، وتحافظ على كيانها وكينونتها أن تستفيد ما استطاعت من غيرها من المناهج النقدية ممّا جعل كلّ منهج يتفرّع إلى مناهج أخرى من خلال اعتماده على غيره. ولم يكتف النقد المعاصر بهذه التحولات المنهاجاوية بل راح يكتشف ملامح هذه المناهج في النقد القديم ممّا ساعد على إثراء المنظومة النقدية القديمة. وعلى هذا المنحى حدث ذلك التقارب المنهجي بين البلاغة والتداولية. من هذا المنطلق تسعى هذه المداخلة إلى البحث في أبعاد تداولية الخطاب البلاغي إنّ هذا العصر -عصر التواصل اللغوي والفكري بين الشعوب والأمم -قد أضفى بظلاله على الدراسات اللغوية والنقدية المعاصرة، حيث لم يعد بالإمكان أن تظلّ مدرسة أو منهج لغوي أو نقدي بمعزل عن غيره. ومن هذا المنطلق تعارفت المناهج وتآلفت فيما بينها حتّى يكون لها الأثر الفاعل، فتمكّن لنفسها ضمن منظومة المدارس والمناهج المعاصرة الّتي أصبحت تتفاضل فيما بينها عموما من حيث قدرتها على تفعيل أشكال التواصل اللغوي. وعلى هذا الأساس حدث ذلك التفاعل المنتج بين علم البلاغة وغيرها من العلوم النقدية المعاصرة الّتي كان لها الفضل في إنقاذ البلاغة من مأزقها ونقلها "من عالم ضيق إلى عالم أرحب، فانخرطت ضمن التحولاّت الاجتماعية الّتي لازمت خطاب الحداثة وما بعد الحداثة في المجتمعات الغربية وتجلّياتها في المجتمعات المختلفة سواء أتمثّل ذلك في العلوم الّتي خلخلت المفاهيم السائدة، وزحزحتها عن أبراجها اليقينية (الرياضيات

والفيزياء والبيولوجية) أم في التقنيات الّتي أبدعت خطابات جديدة فرضت بدورها بلاغة معهودة في التراث اللغوي والبلاغي القديمين"[1].

ورغم تنوّع الاتجاهات الّتي دعمّت البلاغة وآزرتها في مسيرتها نحو تحديث خطابها، إلا أنّ البلاغة كان عليها أن تبحث لنفسها عن رفيق حقيقي من شأنه أن يفتح أمامها الباب حتّى تغيّر من ثيابها البالية وتجدّد طاقتها وحيوتها النقدية فتكون بذلك قادرة على مزاحمة غيرها من المدارس والمناهج اللغوية والنقدية المعاصرة. وقد رأت البلاغة في التداولية ملاذا حقيقيا يمكّنها من إحداث ثورة في الدرس البلاغي. وهذا ما حدث فعلا في النصف الثاني من القرن الماضي حينما اعترف ليتش LEITCH.V بأنّ "البلاغة تداولية في صميمها؛ إذ أنّها ممارسة الاتصال بين المتكلّم والسامع بحيث يحلاّن إشكالية علاقتهما مستخدمين وسائل محدّدة للتأثير على بعضهما"[2]. ويدعم هذا الرأي الباحث الألماني لوسبرغ LAUSBERG.H الّذي يرى بأنّ "البلاغة نظام له بنية من الأشكال التصورية واللغوية؛ يصلح لإحداث التأثير الّذي ينشده المتكلّم في موقف محدّد"[3].

وهكذا بدأت النظرية البلاغية الجديدة تطرح نفسها لا بوصفها مدرسة تخييلية تجميلية بحتة بل نظرية مقصدية تداولية تعتني بالخطاب من حيث هو "موضوع خارجي، أو شيء يفترض وجود فاعل منتج له، وعلاقة حوارية مع مخاطب أو مرسل إليه"[4]. وذلك من منطلق أن "التداولية إنّما تريد أن تجيب -على حدّ قول فرانسو أرمينكو -على جملة من الأسئلة: من يتكلّم؟ وإلى من يتكلّم؟ ومع من يتكلّم؟ ولأجل من يتكلّم؟ ماذا نصنع حين نتكلّم؟ ماذا نقول بالضبط، حين نتكلّم؟ ماذا علينا أن نعلم حتّى يرتفع الإبهام عن جملة أو أخرى؟ كيف يمكننا قول شيء آخر غير ما كنّا نريد قوله؟ هل يمكننا الركون إلى المعنى الحرفي لقصد ما؟ ماهي استعمالات اللغة؟ أيّ مقياس يحدّد قدرة الواقع الإنساني اللغوية؟[5] وغير ذلك من الأسئلة الّتي ما انفكّ يطرحها التداوليون في سبيل تأسيس نظرية لتداولية الخطاب.

واستناد إلى هذه الأسئلة الكثيرة الّتي أفرزها الفكر التداولي، يقررالفيلسوف المغربي طه عبد الرحمان تأسيسا لتداولية الخطاب "أنّ كل "منطوق به يتوقّف وصفه بـ«الكلام» على أن يقترن بقصد مزدوج يتمثّل في تحصيل الناطق لقصد التوجّه

بمنطوقه إلى الغير، ولقصد إفهامه بهذا المنطوق معنى ما، فاعرف أنّ المنطوق الّذي به يصلح أن يكون كلاما هو الّذي ينهض بتمام المقتضيات التواصلية الواجبة في حقّ ما يسمّى «خطابا»، إذ حدّ الخطاب أنّ كلّ منطوق به موجّه إلى الغير بغرض إفهامه مقصودا مخصوصا[6]. ومن ثمّ فإنّ حقيقة الكلام لا تبين من تحقّق لفظه، وإنّما من خلال العلاقة التخاطبية؛ "فلا كلام من غير تخاطب، ولا متكلّم من غير أن تكون له وظيفة المخاطب (بكسر الطاء)، ولا مستمع من غير أن تكون له وظيفة المخاطب (بفتح الطاء)" [7].

وقد رفض الفيلسوف طه عبد الرحمان أن تعدّ عملية التخاطب مجرد عملية نقل للأفكار من حيث أنّ ذلك مدعاة لجعل المتكلّم شبيها بالآلة. فالنقل الّذي يمارسه المتكلّم ذو وجهين؛ أحدهما صريح يرتبط بالمعاني الظاهرة والحقيقية المستقلّة عن مقامات الكلام، والآخر ضمني يرتبط بالمعاني المضمرة والمجازية غير المستقلة عن مقاماتها. وعليه لا يكون الكلاما كلاما حتّى يكشف عن مقصديته، لأنّ معيار الفائدة فيه هي مقاصده لا ظواهره[8].

وتأسيسا على ذلك يؤكّد طه عبد الرحمان استحقاقية تسمية عملية النقل اللغوي بمصطلح التبليغ تفريقا لها عن عملية النقل الآلي، وذلك لأنّ التبليغ هو "عبارة عن نقل فائدة القول الطبيعي نقلا يزدوج فيه الإظهار والإضمار؛ فيتبيّن أنّ المتكلّم ليس ذاتا ناقلة، حتّى تجوز مماثلته بـ«جهاز للإرسال» أو قل «المرسل»، وإنّما هي ذات مبلّغة؛ أي لا تقصد ما تُظهر من الكلام فقط، بل تجاوزه إلى القصد عمّا تبطن فيه، معتمدة على أوردت في متنه من قرائن، وما ورد منها خارجه"[9].

وعلى هذا النحو راح البلاغيون الجدد يشتغلون بالبحث عن طبيعة التواصل في الخطاب البلاغي، من خلال تحديد عناصره ووظائفه وكشف مقاصده الظاهرة والمضمرة، مستلهمين في ذلك المبادئ الأساسية الّتي قامت عليها النظرية التداولية، والّتي كانت بمثابة ثورة حقيقية في مسار الدراسات اللغوية المعاصرة. وهذه المبادئ - كما ذكرها فرانسو أرمينكو -هي: مفهوم الفعل ومفهوم السياق ومفهوم الإنجاز[10].

ولي أشير في هذا الصدد إلى أنّ علاقة البلاغة بالتداولية لم تكن وليدة النقد االحداثي، وإنّما تمتد جذورها في التراث العربي والغربي على السواء. ففي التراث

الغربي نجد أن البلاغة (rhétorique) قد اقترنت بعلم الخطابة، وقد عرفها قدماء اليونان والرومان على أنّها مجموعة من القواعد الّتي من شأنها أن تجعل الكلام يتمتّع بالقدرة على إحداث الأثر في نفوس المتلقّين وإقناعهم. وقد قسّموها إلى أقسام ثلاثة هي: الخطابة التداولية؛ وهي الّتي يُراد بها إقناع السامعين بتفضيل منهج على غيره في العمل أو الرأي. والخطابة القضائية الّتي تشمل وسائل الاتهام والدفاع أمام القضاء. والخطابة البيانية؛ وهي تلك الّتي تشمل التقريظ والتقريع"[11]. ويعتبر أرسطو، في هذا المجال، رائد الدرس البلاغي التدولي، حيث يعدّ كتابه «الخطابة» من المؤلّفات الأولى التي كان لها دور الريادة في الكشف عن الأبعاد التداولية للخطاب البلاغي.

أمّا في تراثنا العربي فإنّ الجاحظ يعدّ أوّل من أرسى دعائم التداولية في البلاغة العربية، وذلك من خلال تأكيده على الدور التداولي للخطاب البلاغي. وقد ظهر اهتمام الجاحظ في كتابه البيان والتبيين بقصدية الخطاب البلاغي الّذي لا يكتفي -حسبه -بتحقيق شروطه الجمالية البحتة، وإنّما يتعدّى ذلك إلى تحقيق أهدافه النفعية من خلال إحداث التجاوب مع المخاطَب أو المتلقّي. وفي هذا الشأن نجده يبني مفهومه للبيان على أساس تداولي، فيقول: "البيان اسم جامع لكلّ شيء كشف لك قناع المعنى، وهتك الحجاب دون الضمير، حتّى يُفضي إلى حقيقته، ويهجم على محصوله كائنا ما كان ذلك البيان، ومن أي جنس كان الدليل، لأنّ مدار الأمر والغاية الّتي يجري القائل والسامع، إنّما هو الفهم والإفهام؛ فبأيّ شيء بلغت وأوضحت عن المعنى، فذلك هو البيان في ذلك الموضع"[12]. ويتضح من خلال كلام الجاحظ أنّ ماهية البيان ترتبط أساسا بعملية الفهم والإفهام. ولم يكن الجاحظ -بحسب محمد عابد الجابري -مهتما بقضية الفهم بقدر ما كان مهتما "بقضية الإفهام، إفهام السامع وإقناعه، وقمع المجادل وإفحامه"[13]. وتتكشف لنا صورة التداولية للخطاب البلاغي عند الجاحظ من خلال احتجاجه بما جاء على لسان العتابي الّذي قال في تعريفه للبلاغة: "إنّ كلّ من أفهمك حاجته من غير إعادة ولا حبسة، ولا استعانة فهو بليغ، فإن أردت اللسان الّذي يروق الألسنة، ويفوق كلّ خطيب، فإظهار ما غمض من الحقّ، وتصوير الباطل في صورة الحقّ"[14].

ولعلّ العودة إلى معنى البلاغة لغة يكشف للقارئ ارتباطها الشديد بالفكر التداولي الّذي ينبني أساسا على المقصدية والإنجازية. فالبلاغة -كما ورد تعريفها في معجم لسان العرب -إنّما تعني الوصول والانتهاء[15]. وركحًا على ذلك يربط أبو هلال العسكري بين المعنى اللغوي والاصطلاحي، فيشير إلى أنّ البلاغة قد سمّيت كذلك لأنّها "تنهي المعنى إلى قلب السامع فيفهمه. وسمّيت البلغة بلغة لأنّك تتبلّغ بك إلى ما فوقها وهي البلاغ أيضا"[16]. ويتجلى الطابع الوظيفي للبلاغة عند العسكري من خلال ربط تعريفها بإحداث الأثر -أو ما سمّاه بالتمكين -في المتلقّي. يقول معرّفا البلاغة: "البلاغة كلّ ما تبلغ به المعنى قلب السامع، فتمكّنه في نفسه لتمكّنه في نفسك، مع صورة مقبولة وعرض حسن"[17]. إنّ الوظيفة الجمالية -كما يبدو في تعريف البلاغة عند العسكري -تأتي في الدرجة الثانية بعد الوظيفة التداولية الّتي يمكن اعتبارها الوظيفة الأساسية للبلاغة.

واستنادا إلى ما ذُكر يمكن التأكيد على أنّ البلاغة عند القدماء لم تكن فكرا جماليا بحتا، وإنّما ارتبط وجودها بالوظيفة التداولية. فالدراسة البلاغية إنّما تنصرف إلى الكشف على الأثر الّذي يحدثه النصّ في القارئ أو المتلقّي، فهي لا تتعلّق عندهم "بدراسة وصفية تهتمّ بالعملية في شروطها الموضوعية التاريخية، بل يهتمّون بالأثر الآني الّذي تتركه الرسالة أو ينبغي أن تتركه، وكيف يكون الخطاب ناجعا، ومن ثمّ تصبح البلاغة سلطة أمام النصّ"[18]. وعلى هذا الأساس فإنّ الباحث يرفض القول بأنّ البلاغيين القدماء قد أوقعوا الشعري في شرك الوظيفة، الخطابية؛ أي الإقناع في كلّ حالة بالوسائل الاحتمالية المتاحة[19]، بل العكس ما حدث حيث سقطت البلاغة في شرك الجمالية. غير أنّه يجب أن نشير إلى أن الطابع التداولي للبلاغة لا يستثني الجانب الجمالي أو التخييلي للبلاغة، وذلك من منطلق أن الوظيفة الجمالية لها طابعها التداولي الّذي ينبني على إحداث الأثر النفسي في المتلقّي. والّذي سنوضّحه في المبحث الآتي.

1 - **الأبعاد التداولية للخطاب البلاغي:** لقد كان أرسطو سبّاقا إلى تحديد الأهداف الكبرى الّتي تسعى إلى تحقيقها الخطابة، مؤسسا بذلك لتداولية الخطاب البلاغي. وقد حدّد أرسطو في مقالته الثانية من كتاب «الخطابة» أشكال التأثير في

المستعين عبر ثلاث مستويات: الإقناع بالحجة، التأثير في المشاعر، الوعظ[20]. وواستنادا إلى هذا المشروع الأرسطي حدّد هنريش بليث الأبعاد التداولية للخطاب البلاغي في نمطين أساسية هما:

1 - **النمط الفكري:** ويتجلى هذا النمط من خلال ثلاثة أغراض أساسية:

أ - **الغرض الحجاجي:**

يعدّ الحجاج أحد أهمّ المظاهر التداولية في الخطاب البلاغي[21]، وذلك من منطلق أنّه يجعل موضوع الخطاب ممكنا، عن طريق الرجوع إلى العقل[22]. ويمكن تحقيق ذلك إمّا باستخدام ما يسمّى بـ «الحجّة المادية/غير الصناعية» الّتي ترتكز على الوقائع الموضوعية (العقود والشهادات)، والخلفيات العامة المكونة لآراء المجتمع، وإمّا باستخدام الحجة المنطقية وشبه المنطقية/الصناعية الّتي تنطلق من العام إلى الخاص عبر ما يسمى بالاستقراء، أو من الخاص إلى العام عبر ما يسمّى بالاستنباط. ومن خلال الفعل الحجاجي يتمكن الخطاب البلاغي من "جعل غير المحتمل محتملا، وغير الأكيد أكيدا[23].

ويتمظهر هذا النوع من المقاصد في كلّ الخطابات الّتي تعتمد على الجانب العقلي بغرض إقناع المتلقي، ويظهر ذلك بشكل جلّي في الخطاب السياسي الّذي أصبح يتوكأ اليوم -وبشكل كبير -على لغة ميزتها المناورة والمراوغة والتظليل، ممّا يجعل المخاطِب يستعمل كلّ ما لديه من وسائل الإقناع والمحاججة حتّى يصل إلى أغراضه، خاصة وأن التواصل السياسي لم يعد مجالا للقصّ والإخبار أو الوعظ والتعليم، وإنما تحوّل إلى حقل تُستخدم فيه كافّة الوسائل الّتي تمكن المرسل من تحقيق الهيمنة والسيطرة على المتلقّين، ممّا يجعل اللغة تنتقل، في هذه الحالة، من طابعها التواصلي إلى أداة للإراغة، حيث أنّه "في حمأة الإقناع لا يتورّع المرء عن استعمال سلاحي اللغة: العنف والحيلة؛ أي باختصار التعسّف عن طريق اللجوء إلى إطلاق التسمية، وهو ما يعدّ عنفا، ثمّ اللجوء إلى البلاغة الّتي هي حيلة. فالتسمية، باعتبارها الفعل اللغوي الأوّل، عنف؛ لأنّها تسجن دائما الأشياء والكائنات في كلمات تفرض لها المعاني أو تحورها لأجل الإيهام بأنّ ما يقال يطابق ما هو حقيقي. أمّا البلاغة

فهي دائما حيلة، تمزج بصورها الجمالي بالأخلاقي، بحيث نتوهّم أنّ ما هو جميل هو بالضّرورة حقيقي وصادق. والإيهام في النهاية فعل من أفعال المغالطة"[24].

ب - الغرض التعليمي:

إنّ القول بأن الخطاب البلاغي هو خطاب جمالي لا يعني بحال من الأحوال أنّه لا يؤسس لمرجعية معينة أو لا يهدف إلى تحقيق غرض فكري معين. فكثير من النصوص البلاغية خاصة التعليمية والإخبارية منها يكون مرتكزها الفعلي هو الجانب الإخباري من الخطاب، وذلك "بإخبار المتلقّي بواقع ما دون استدعاء العواطف"[25]. ففي مثل هذه النصوص لا يكون الهدف هو التأثير العاطفي أو العقلي في المتلقّي، وإنما ينصبّ اهتمام المخاطِب على موضوع الخطاب، فيكتفي بوضع المخاطَب أو القارئ أمام موضوعه لغرض الاستفادة والفهم. ومن هذا المنطلق يمكن الإحالة إلى ما ذكره الجاحظ من أن الدور الأوّل للبلاغة هو الفهم.

وهكذا فإنّ النشرات الإخبارية والمحاضرات والندوات والدروس التعليمية تدخل ضمن الخطابات الّتي تهدف في كثيرا من الحالات إلى تبليغ رسائل معرفية وتعليمية معينة. غير أنّه يجب الإشارة هاهنا إلى أن هذه الأخبار قد تأخذ صبغة إقناعية إذا حاول المخاطب التأثير على المتلقّي وحمله على بناء موقف معيّن أو تغيير موقفه تماما، وذلك كما يحدث في النشرات الإخبارية حينما يتحوّل دور الخطاب من الإخبار إلى الإقناع، فيلجأ المخاطِب إلى نقل بعض الأخبار أو جانبا منها من أجل التأثير في المخاطَب وحمله على الإقرار بما يعتقده أو يميل إليه. كما أنّ الخطاب التاريخي الّذي يبدو في شكله العام أنّه -كما يشير إلى ذلك دفيد هيوم -خطاب تعليمي[26]، لكنّه قد يتحوّل إلى خطاب حجاجي حينما يصبح الأمر متعلّقا بحادث يحتاج المؤرّخ فيه إلى إقناع المتلقّي بصحّة أخباره وتصوّراته. ومن ثمّ فإن تصنيف الخطابات من حيث أغراضها لا يعني أنّها لا تخرج عن هذه الأغراض، وإنّما لارتباطها أكثر بهذا الغرض دون ذاك.

ويشير محمد العمري في معرض حديثه عن الأسس المقامية لتصنيف الخطاب إلى أن المقصد التعليّمي في الخطابة الدينية يفترض فيه أن يكون المرسل والمتلقّي "في حالة عطاء وتقبّل، فإن تحقّق ذلك كان الخطاب ابتدائيا (منطقا وأسلوبا)، وذلك

أظهر في الرسائل منه في الخطب، وإذا ما أحاطت بالخطيب ظروف خاصّة صاحبت الابتدائية عناصر تأكيد وإقناع، فصارت الخطبة تتراوح بين الإخبار والتأكيد، وهذا هو الطابع الغالب عليها. وقلّما بحثت هذه الخطابة عن عناصر المنطق والحجاج أو اهتمّت بتجميل الأسلوب، بل تستثمر عناصر التأكيد والنهي والعرض وغيرها من أدوات الجملة الانشائية"[27].

ت - الغرض الأخلاقي:

وهو ما يمكن أن نطلق عليه بالخطاب الوعظي، حيث يكون الغرض من الخطاب هو نشر الأخلاق الفاضلة ومحاولة إصلاح سلوك الفرد والمجتمع. فيتمثّل المخاطب في صورة المصلح الاجتماعي الّذي لا يسعى من خلال خطابه إلى نقل أخبار معينة إلى المتلقّي وحسب، وإنّما يرّكز في عملية الإخبار على جانب التأثير والإقناع ممّا شأنه أن يساعده على إيصال أفكاره وتبليغ معارفه. ومن هذا المنطلق يشير هنريش بليث إلى أنّ المخاطب في مثل هذا النوع من الخطابات يجمع بين الغرض التعليمي والغرض الحجاجي في محاولة منه لإقناع المتلقّي بجدوى ما يرد في خطابه، فيحمله ذلك إلى الإقرار به. وعلى هذا الأساس يحدث الخطاب الأخلاقي الّذي تتمثل فيه عناصر النصح انتقالا من المقاصد الفكرية إلى المقاصد العاطفية[28].

ولعلّ المتلقّي في الخطاب الأخلاقي يظهر بخلاف ما هو عليه في الخطاب التعليمي، حيث يكون موضوعا -على حدّ قول محمد العمري -موضع الغافل المقصّر[29] الّذي يحتاج إلى من يكشف غفلته، ويُنير دربه. غير أنّ هذه الغفلة تختلف باختلاف قطبا التواصل اللغوي وهما المرسل والمتلقّي من حيث منزلتهما ودرجتهما، فإذا كان الخطاب موجّها من الأب إلى ابنه أو من القائد إلى جنوده فإنّ المرسل كثيرا ما يكشف عن غفلة المتلقّي وظلاله، وحاجته الكبيرة إلى التنوير والهداية. أمّا إذا كانت هناك قرابة في المنزلة بين الطرفين ثقافيا واجتماعيا وسياسيا فإنّ المتلقّي لا يتبدّى بتلك الصورة من الغفلة والتقصير التّي تظهر عموما في سياق الخطاب الأخلاقي.

وقد تتجلى صورة الخطاب الأخلاقي في كلّ النصوص التعليمية الّتي يهدف المخاطب من ورائها إلى نقل مواعظ ونصائح إلى السامعين رغبة في توجيههم وتغيير سلوكهم. كما أنّنا نجد مثل هذا نوع من الخطاب في بعض النصوص العربية القديمة

مثل الوصايا وبعض الخطب حيث يكون هدف المرسل هو إفادة المتلقّي ببعض المعارف والأخبار الّتي يرى أنّها تفيده سواء في دنياه أو أخراه. وكثيرا ما تكون الوصايا أكثر ارتباطا بالجانب الوعظي من حيث أنّ الموصِي يريد أن يبلّغ الموصَى له بعض الأخبار الّتي يرى أنّها ذات فائدة ومنفعة له. كما نجد ذلك في وصية أمامة بنت الحارث لابنتها. أمّا الخطابة فإنّها وإن كانت لا تتميّز بطابعها الإخباري إلاّ أنّ بعضا منها يتّخذ صورة الوصية، فينحو منحاها، كما يظهر ذلك في بعض الخطب التعليمية التقريرية مثل خطبة أبي بكر لأسامة وجيشه. وكذلك الحال في الخطابات التأبينية.

ولنا أن نكشف في هذا الصدد أن الاهتمام بالبعد الأخلاقي للخطاب البلاغي يعود إلى الفيلسوف اليوناني أفلاطون الّذي رتّب أجناس الشعر على قدر مقاصدها الأخلاقية، حيث أعلى من شأن الشعر الغنائي على اعتبار أنّ غرضه هو الإشادة بمثالب الأبطال ومآثرهم، وجعل شعر الملاحم في الدرجة الثانية لأنّه يتعرّض لنقائص الأبطال، وهو ما يعيبه أفلاطون على الشعر عموما، غير أنّه يرفع من شأن شعر الملاحم لأنّ النقائص المصوّرة فيه لا تؤثّر في مصير الأبطال، ولا تقلّل من إعجاب الجمهور أو المتلقّين بصورة البطل. وعلى هذا الأساس الأخلاقي تهجّم أفلاطون على الأدب المأساوي والكوميدي، وقلّل من قيمتهما، وذلك لأنّهما يمسّان مباشرة بالجانب الأخلاقي[30].

2 -النمط العاطفي: ويشكّل هذا النمط من الأغراض مقصدان أساسيان هما:

أ - **المقصد المعتدل:** تتشكّل مقصدية الخطاب البلاغي في هذه الحالة على محاولة دغدغة مشاعر السامعين رغبة في إحداث تجاوب انفعالي خفيف (التعاطف مثلا) أو ما سمّاه أرسطو بـ الأيطوس(Ethos). وكلمة الإيطوس -كما ورد ذكرها في معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة -تحمل معان عدّة: فهي تعني السلوك أو العادة أو هي الحالة العاطفية الّتي يحدثها خبر ما في السامعين[31]. وقد ذكر نروثرب فراي أنّ هذا المصطلح إنّما يدلّ على السياق الاجتماعي الداخلي للعمل الأدبي، ففي الأدب القصصي يتحدّد من خلال خلق الشخصيات والفضاء الّذي تتحرّك فيه. أمّا في فيما

يسمّى بـ« الأدب التيمي» فإنّه يشمل علاقة الكاتب بالقارئ أو الجمهور[32]. ويحكم هذا النمط من المقاصد مكونان هما :

أ/1المكون الغائي: يهدف الخطاب من خلال استخدام الإيطوس إلى محاولة الظفر باقتناع المتلقّين. وفي هذه الحال ينبغي -كما يقول هنريش أن يكون هدف الإقناع خارج النص[33]، بمعنى أنّ المخاطب ههنا سيسعى إلى محاولة استثمار بعض الجوانب الخارجية الّتي ستساعده في الوصول إلى مشاعر المتلقي لاستمالتها نحو موضوعه والتأثير فيه.

ويمكن أن نتلمّس بعض مظاهر هذا النوع من المقاصد -كما يشير إلى ذلك هنريش بليث[34] - في مواضع عدّة:

1 - **مداخل الخطاب**: انطلاقا من أنّ المدخل هو الأساس الّذي يحدّد من خلاله نجاح الخطاب أو فشله، فإنّ الاهتمام به يصبح من الأولويات الّتي يجب أن يوليها المخاطب عنايته حتّى يتمّكن من تحقيق الغرض من خطابه. ولذلك فإنّ المخاطب يسعى دائما في المدخل إلى محاولة استثمار بعض معارفه من أجل استمالة المتلّقي نحو موضوعه وربطه بمقاصده.

2 - **النصّ الأخلاقي**: ركحا على أنّ النصّ الأخلاقي ينبني على قاعدة الوعظ والإرشاد فإن الناص يعتني كبير عناية بمحاولة التأثير في المتلقّين عن طريق استهداف عواطفهم واستمالة مشاعرهم، ويجعل ذلك مقدّما على المحاججة والتدليل. وفي هذا الشأن يشير محمد العمري في معرض حديثه عن مقامات الخطابة الاجتماعية إلى أنّ هناك نوعا من الخطب ينتهج فيها الخطيب نهج المشاركة الوجدانية، حيث يتلبّس بلبوس الشاعر، فيجعل "الاستمالة مقدّمة على الحجّة في الغالب، إذ يسعى الخطيب إلى مشاركة الآخرين ما يجده أو يتظاهر به، أو إشعارهم بمشاركته إيّاهم وتعاطفه معهم فيما ألّم بهم. على أنّ الخطيب في مثل هذه الموضوعات قد يواجه نفسه مرسِلاً ومتلقيّا. كما في ندب الموتى وتأبينهم[35].

3 - **النصّ الإشهاري**: لقد أصبح النصّ الإشهاري يفرض نفسه بقوّة على ساحة الخطاب التواصلي المعاصر بوصفه ضربا من ضروب الخطابة الّتي تسمّى بخطابة الأهواء والنوازع، وذلك من حيث سعيه الحثيث -كما يقول C.R.Haas -

"بواسطة إثارة الانفعالات لدى الفرد إلى إكساب رغباته الخفيّة قوّة لا تقاوم، بحيث أنّها تدفعه إلى الفعل لأجل إشباعها"[36].

وهكذا فإنّ النصّ الإشهاري يرتكز بشكل كبير على محاولة اللعب على مشاعر المتلقّي من خلال عمليات حجاجية مختلفة رغبة في تحقيق مساعيه الخفيّة. ولذلك فإذا كانت الخطابة تعتمد على الجوانب العاطفية وغير العاطفية فإنّ الركيزة الأساسية للخطاب الإشهاري هي الجوانب الذاتية، "بل إنّ الطبيعة المادية لهذا الجنس من الخطاب وجوهره الأساسي ذات أرومة عاطفية غير عقلية وغير منطقية"[37].

أ/2 - المكون غير الغائي: ينشأ هذا المكون عندما يتحول غرض الخطاب البلاغي من خارج النصّ إلى داخله، وذلك بالاكتفاء بجعل المتلقّي يشعر بشيء من اللذة أو المتعة الجمالية. وفي هذه الحالة نجد أنّ تداولية الخطاب تنحصر في بنيته النصّية الّتي تكون مناط التفكير والقصد[38]. حيث يكون اهتمام المتكلّم منصبا على تدبيج نصّه بشتى الأشكال الجمالية الّتي تسمح له بأداء وظيفته التأثيرية.

ويتجلى هذا النوع من الخطابات في النصّوص الأدبية بشكل عام والشعرية خصوصا. فالشاعر كثيرا ما يميل إلى استخدام قدراته الفنية والجمالية الّتي تمكّنه من فتح كوّة داخل قلوب متلقّيه، ممّا يجعلهم يشعرون بشيء من اللّذة والمتعة. وقد كان الاهتمام بهذا المكون غير الغائي في العمل الفنّي من قبل أرسطو الّذي أكّد في كتابه «فنّ الشعر» أنّ المظهر الشكلي للعمل الفنّي هو الّذي يشكّل هدف الشعر، وقدرته على جلب المتعة للمتلقّين[39]. ويعتبر كانط رائد النهج الجمالي في النقد الفنّي، وذلك من خلال تأكيده على الغرض الانفعالي للعمل الفنّي موجود في الإشباع المترفّع. فهو القائل: "الجمال لذّة منزهة عن الغرض"[40]. وهو القائل أيضا: "إنّ الفنّ الجميل هو الّذي حصل في جوهره على الصورة الغائية الخالصة عند الحكم؛ أي الغائية من دون غاية (Purposivenesswithoot Purpose)"[41]. وقد كان من نتاج هذه الثورة على الأغراض الخارجية للخطاب الفنّي، والتوجّه نحو ربط الخطاب البلاغي بتحقيق المتعة واللذة الفنّية ظهور ما عرف في تاريخ الفنون بـ«مدرسة الفنّ للفنّ»، حيث أصبح الشعر الجيّد، في عرف هذه المدرسة، "هو الّذي يكتب من أجل الشعر فقط، أمّا فيما عدا ذلك فيمكن أن يعدّ أي شيء آخر إلاّ الشّعر"[42]. وفي نقدنا العربي القديم كان

البلاغيون ونقّاد الشعر يرون أنّ "اللّذة الفنّية هي غاية من غايات الصناعة البيانية، وشاهدا على تحقيق عنصري الإتقان والجودة في النصّ"[43].

ويعدّ الشعر الرمزي في الأدب الحديث والمعاصر الممثّل الفعلي لهذا التوجّه نحو ربط العمل الفنّي بجانبه الشكلي، حيث كشف الرمزيون أنّ الشعر الرمزي لا يعبّر عن الفكرة المجرّدة إلاّ من خلال شكل ماديّ وحسّي وملموس، فهذا الشكل المحسوس هو الهدف الأساسي من القصيدة لأنّه الأداة الوحيدة القادرة على تشكيل وجدان القارئ اتجاه القصيدة"[44].

أ - **المقصد التهييجي:** قد لا يكتفي الخطاب البلاغي بمجرد محاولة إحداث تجاوب عاطفي خفيف من لدن المستمع، وإنّما يسعى إلى توليد انفعالات عنيفة(ثورية) مثل الحقد والألم والخوف. ولعلّ هذا النوع من الخطاب لا يكون هدفه الأساسي في الغالب هو مجرد الإثارة العاطفية بقدر ما يكون المقصد إحداث التجاوب العملي، وذلك بمحالة نقل المتلقّي من حالة التجاوب إلى حالة التفاعل.

فالمقصدية التهييجية -كما يقول هنريش -لا تمثّل مثل الايطوس انطباعا قارا (حالة نفسية)، بل هي تهييج وقتي (انفجار عاطفة ما) [45]. ويسمّى هذا لانفجار العاطفي الّذي يحدثه الخطاب البلاغي في هذه الحالة بـ الباطوس(Pathos) . والباطوس هو أحد العناصر الّتي استخدمها أرسطو في كتابه «فنّ الخطابة». ويتمثّل هذا العنصر في استمالة نفوس السامعين أو القرّاء إلى حجج الخطيب، واستثارة عواطفهم ومشاعرهم وخاصّة منها عاطفة الشفقة والرحمة. ويعتبر هذا العنصر ضروريا في المسرحية المأساوية من حيث قدرته على تحقيق ذلك التقمّص الوجداني لدى السامعين، والّذي من شأنه توجيههم حسب الأهداف الكبرى الّتي تسعى إليها المسرحية[46].

ويظهر هذا النوع من المقاصد في الخطابة التحريضية والثورية وفي بعض النصوص الشعرية الثورية الّتي يكون الغرض منها هو تأجيج عواطف المتلقّين واستثارة مشاعرهم شفقة ورحمة أو غضبا وحنقا. ففي الخطب السياسية عموما، وفي كثير من الخطب الدينية يكون هدف الخطيب هو محاولة إحداث تجاوب فعلي عند الجمهور، وذلك من خلال استثارة مشاعره وعواطفه. كما أنّ ما يسمّى بالشعر الثوري أيضا لا

يكون الشاعر فيه مهتمّا بتدبيج نصّوصه وتجميل صوره بقدر ما يكون مهتمّا بتفعيل مقاصد خطابه من خلال محاولته تهييج عواطف المتلقّي، رغبة في نقله من حالة التفاعل العاطفي إلى حالة التفاعل العملي.

فالمرسل في مثل هذا النوع من النصوص لا يكون هدفه هو جعل المتلقّي يتفاعل معه فحسب، إنّما يثور ويتحرّك. ولذلك فهو لا يكتفي بمجرد الدغدغة العاطفية الخفيفية والبسيطة وإنّما بالرجّة العاطفية المزلزلة الّتي تحدث انفجار عاطفيا، ممّا يجعل المتلقّي يشعر بحالة من الهيجان الّذي يفقده توازنه، ويدفعه نحو تغيير سلوكه وفق ما يريده المرسل إليه.

وجملة الأمر أنّ عملية التصنيف والتمييز الّتي تنتهجها الفلسفة العلمية المعاصرة لم تمنع المناهج والمدارس عموما من التلاقح وتمازج بالقدر الّذي يمكنها من استعادة نشاطها موكبة للتحولات الّتي وسمت الفكر النقدي المعاصر. وما علاقة البلاغة بالتداولية إلى مظهر من مظاهر هذا التقارب الحميمي الذّي كان من نتاجه تأسيس النظرية البلاغية الجديدة. غير أنّه يجب الإشارة إلى أنّ بعض التداوليون يحذّرون من توسيع المجال التداولي للبلاغة إلى الدرجة الّتي يصبح فيها كلّ شيء بلاغة، انطلاقا من أنّ "لكلّ شيء أهدافه النفعية، وأنّ كلّ رسالة لها قصدها وموقفها وظروف تلقّيها"[47]. كما أنّ اعتراف أوريكيوني بالبعد التداولي للغة (langage) وعدّه أمرا واقعا لا يحتاج إلى تدليل لم يمنعها من التحذير من المغالاة في العقيدة التداولية إلى الدرجة الّتي تصبح فيها كلّ ممارسة لغوية هي "مجرّد عمل نفعي ومصلحي غائي(...)، فأن نتكلّم ليس هو أن نفعل قطعا، ولكن هو أن نقول ما نعتقد أنّه صحيح، هو أن نطلب تزكية الآخر لنا. ثمّ إنّ هناك بعض الاستعمالات اللغوية مجانية؛ وذلك أنّه إذا كان ممكنا أن نتكلّم دون أن نقول شيئا، فإنّه من الممكن أيضا أن نتكلّم دون أن يكون لكلامنا مقصد عملي"[48].

الإحالات:

1- أحمد يوسف: السيميائيات والبلاغة، مجلة علامات، ع28، سنة 2007، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، المغرب، ص118.

2- صلاح فضل: بلاغة الخطاب وعلم النصّ، سلسلة عالم المعرفة، ع164، سنة 1992، مطبعة السياسة- الكويت، ص97 و98.

3- صلاح فضل: بلاغة الخطاب وعلم النصّ، ص97.

4- المرجع نفسه، ص 98.

5- فرانسوا أرمنيكو: القاربة التداولية، ترجمة: سعيد علوش، مركز الإنماء القومي، بيروت، (د ت)، ص07.

6- طه عبد الرحمان: اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء/بيروت، ط1 (1998)، ص215.

7- المرجع نفسه، ص ن.

8- المرجع نفسه، ص 216.

9- المرجع نفسه، ص ن.

10- فرانسوا أرمنيكو: القاربة التداولية، ص09. يقصد التداوليون بمفهوم الفعل هو الانطلاق من أنّ اللغة ليست مجرّد ناقل للعالم وإنّما هي فعل إنجاز. فمعنى أنّ نتكّلم هو أن نفعل حتما، أن ندشّن معنى. أمّا فيما يتعلّق بمفهوم السياق فهو مفهوم أساسي في العرف التدوالي وذلك انطلاقا من أنّه العنصر الذّي يتحدّد من خلاله المقصد، ومن دونه لا نستطيع أن نفهم أو نقوّم ما يقال. أمّا المفهوم الثالث وهو مفهوم الإنجاز؛ فهو عملية إنجاز الفعل في السياق.

11- مجدي وهبة: معجم مصطلحات الأدب(انجليزي-فرنسي- عربي)، مكتبة لبنان- بيروت، سنة1974، ص477.

12- الجاحظ، البيان والتبيين، ج01، تحقيق: عبد السلام هارون، مكتبة الخانجي- القاهرة، ط07 (1998)، ص75.

13- محمد عابد الجابري: بنية العقل العربي- دراسة تحليلية نقدية لنظم المعرفة في الثقافة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، ط02 (1987)، ص25.

14- الجاحظ، البيان والتبيين، ج01، ص113.

15- ابن منظور: لسان العرب، ج08، دار صادر- بيروت- لبنان، (لات) ، ص419.

16- أبو هلال العسكري: الصناعتين، تصحيح وتفسير: محمد الأمين الخانجي- دار المعارف- القاهرة- مصر، (لات)، (ص06).

17- المرجع نفسه، ص08.

18- محمد العمري: البلاغة العربية- أصولها وامتداداتها، أفريقيا الشرق- الدار البيضاء- المغرب، ط2 (2010)، ص287.

19- المرجع نفسه، ص287.

20- مجدي وهبة: معجم مصطلحات الأدب (انجليزي- فرنسي- عربي)، ص152.

21- ترجع الأبحاث الأولى الّتي ربطت بين الحجاج والتداولية إلى العقد الثمانيني من القرن العشرين، حيث جمع جون بليز غرايز بين المنطق والحجاج، وقام روبار مارتان بإدماج مفهوم ممكن الوقوع في نظريته الدلالية، وقد أعاد أوزفالد ديكرو أخيرا إلى مفهوم المواضع لوصف آليات اللغة الحجاجية". (صابر حباشة: التداولية والحجاج- مداخل ونصوص، صفحات للدراسات والنشر- دمشق- سوريا، سنة 2008، ص16). وقد أكّد بيرلمان على أنّ موضوع نظرية الحجاج هو دراسة التقنيات الخطابية الّتي تمكّن من حث العقول على قبول الأطروحات الّتي تعرض عليها للتصديق أو تعزيز قبولها". (ليونيل بلينجر: الآليات الحجاجية للتواصل، ترجمة عبد الرفيق بوركي، مجلة علامات، ع21، سنة 2004، ص40). كما أنّ كريرات أوريكيوني ورغم إقرارها بأنّ البلاغة هي- قبل كلّ شيء- نظرية «الوجوه» (figures)، ونظرية طرق تحريف الكلام وتحويله، إلاّ أنها أكّدت- في الوقت ذاته- على طابعها الحجاجي. "فهي دراسة فن الإقناع ودراسة الوسائل الناجعة للتعبير: إنّ الصور والوجوه البيانية تعلّل تداوليا". (صابر حباشة: التداولية والحجاج، ص11).

22- هنريش بليث: البلاغة والأسلوبية- نحو نموذج سيميائي لتحليل النصّ، ترجمة وتعليق: محمد العمري، أفريقيا الشرق- الدار البيضاء- المغرب، سنة 1999، ص25.

23- المرجع نفسه، ص25 و26.

24- محمد أسيداه/حافيظ إسماعيلي: الإراغة في التواصل السياسي، ع27، سنة 2007، ص138.

25- هنريش بليث: البلاغة والأسلوبية، ص25.

26- يُنظر: شاكر عبد الحميد: التفضيل الجمالي- دراسة في سيكولوجية التذوّق الفنّي- سلسلة عالم المعرفة، ع267 المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب- الكويت، سنة 2001، ص86. إنّ ما ذكره هيوم حول غرض الخطاب التاريخي ليس صحيحا حسب رأينا لأنّنا نكتب التاريخ ونقرؤه لا لنعرف أخبارا ونتلقّى معارف، وإنّما لنتأثّر ونقتنع أو نتغيّر.

27- محمد العمري: بلاغة الخطاب الإقناعي- مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية(الخطابة في القرن الأول نموذجا)، إفريقيا الشرق- الدار البيضاء/ بيروت، ط3 (2002)، ص41.

28- هنريش بليث: البلاغة والأسلوبية، ص26.

29- محمد العمري: بلاغة الخطاب الإقناعي، ص43.

30- محمد غنيمي هلال: النقد الأدبي الحديث، دار الثقافة/دار العودة- بيروت- لبنان، سنة 1973، ص35.

31- سعيد علوش: معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، دار الكتاب اللبناني- بيروت/ سوشبريس- الدار البيضاء، ط1 (1985)، ص41.

32- نروثرب فراي: تشريح النقد- محاولات أربع، ت: محمد عصفور، منشورات الجامعة الأردنية- عمان، سنة 1991، ص 482.

33- هنريش بليث: البلاغة والأسلوبية، ص25.

34- المرجع نفسه، ص25.

35- محمد العمري: في بلاغة الخطاب الإقناعي، ص67.

36- محمد الولي: الإشهار أفيون الشعوب المعاصر، مجلة علامات، ع27، سنة 2007، ص08.

37- المرجع نفسه، ص09.

38- هنريش بليث: البلاغة والأسلوبية، ص25.

39- نبيل راغب: موسوعة النظريات الأدبية، الشركة المصرية العالمية للنشر- لونجمان، ط1(2003)، ص478.

40- رمضان صبّاغ: العلاقة بين الجمال والأخلاق في مجال الفنّ، مجلة عالم الفكر، م27، ع01، سبتمبر 1998، الكويت، ص 110.

41- المرجع نفسه، ص ن.

42- نبيل راغب: موسوعة النظريات الأدبية، ص 477.

43- جميل علّوش: النظرية الجمالية في الشعر بين العرب والإفرنج، مجلة عالم الفكر، م27، ع01، سبتمبر 1998، الكويت، ص 252.

44- نبيل راغب: موسوعة النظريات الأدبية، ص 302.

45- هنريش بليث: البلاغة والأسلوبية، ص 27.

46- مجدي وهبة: معجم مصطلحات الأدب، ص 392.

47- صلاح فضل: بلاغة الخطاب وعلم النصّ، ص 98.

48- صابر حباشة: التداولية والحجاج، ص11.