مجلة إشكالات في اللغة والأدب مجلد: 08 عدد: 05 السنة: 2019
ص: 128 - 140 E ISSN: 2600-6634 / ISSN:2335-1586

تحليل الخطاب الحجاجي وفق استراتيجية الإيتوس في المشروع البلاغي لمحمد مشبال

Analysis of the Argumentative Discourse According to the Strategy of the Ethos in the Rhetorical Project of Muhammad Mashbal

* **غالم عبد الصمد** (طالب الدكتوراه)

Ghanem Abdessamad

جامعة جيلالي اليابس – سيدي بلعباس (الجزائر)،كلية الآداب واللغات والفنون

مخبر تجديد البحث في تعليمية اللغة العربية في المنظومة التربوية الجزائرية .

University of Sidi Belabbes

تاريخ الإرسال: 2019/04/10	تاريخ القبول: 2019/09/22	تاريخ النشر: 2019/12/01

ملخص البحث

يعتبر الباحث المغربي " محمد مشبال " من أهم البلاغيّين المعاصرين الذين اهتموا بدراسة البنيات الحجاجية في النصّ،ولم يقصي في ذلك دراسة المكونات التخييلية،بل دعا لإقرار وجود تلازم بين التصوير والحجاج في مختلف الخطابات التداوليّة،وعلى ضوء هذا التوجه المنهجيّ سعى لقراءة التراث العربيّ القديم ومختلف الخطابات الراهنة .

تميز محمد مشبال في مشروعه البلاغيّ الحجاجيّ بالمزاوجة بين التنظير والتطبيق، واتضح ذلك جليا في تعامله مع المقولات البلاغيّة التي أرسى دعائمها أرسطو خاصة استراتيجيات اللوغوس والإيتوس والباتوس التي تعتبر أساس كل خطاب حجاجيّ، لذلك اعتمد عليها محمد مشبال في قراءته لمختلف النصوص، لهذا سعى هذا البحث لتقديم استراتيجة الإيتوس وكشف طريقة تعامل محمد مشبال معها في تحليله للنصوص الحجاجيّة.

الكلمات المفتاحية: إيتوس ؛ حجاج ؛ استراتيجية ؛ خطاب.

Abstract

The Moroccan researcher "Mohammed Mashbal" is one of the most important modern linguists interested in studying the structure of argumentation in the text.

* غالم عبد الصمد. pr.abdessamed@yahoo.fr

In this context, he sought to establish a correlation between the imaginary and the argumentation in various deliberative discourses and, in light of this methodological approach, he sought to read the ancient Arab heritage and the various current discourses.
Mohammed Mashbal was characterized in his argumentative project by combining theory and practice. This was evident in his dealing with the rhetorical statements laid down by Aristotle in particular the strategies of the logos, the ethos and the pathos. As these were the basis of every argumentative speech, Muhammad Mashbal relied on them to analyze these components in his reading of the various dialectical texts. Since these methods are the basis of each successful argumentative speech, he relied on the analysis of these components in his reading of the various texts.
This research sought to present the strategy of ethos and to reveal the way Mohammed Mashbal dealt with it in his analysis of the argumentative texts.

Keywords: Ethos, Argumentation, Strategy, Discourse.

مقدمة

عرف عصرنا الراهن عودة البلاغة من جديد خاصة بلاغة الإقناع التي ركزت على مقصدية الخطاب واهتمت بكشف علاقة البنية الداخليّة للنص بالعناصر المرجعية الخارجيّة من خلال تقاطع التخييل والتداول .

لقد انفتحت البلاغة على أنواع خطابيّة مختلفة، فامتدت لكل ما هو شعريّ أو إقناعيّ أو سرديّ، ورفضت أن تضع حدودا فاصلة بين التخييل والتداول، وسعت جاهدة لوضع آليات وتقنيات إجرائية تساهم في فهم الخطاب وضبط مقصديته، وساهم هذا التحول المنهجي الهام في تبلور الوعي بضرورة الاهتمام بتحليل الخطاب وفق أفق بلاغيّ حجاجيّ.

لم يكن الدرس البلاغيّ العربيّ بمعزل عن هذه المقاربة البلاغيّة الحجاجيّة، بل ظهر مجموعة من البلاغيين المعاصرين الذين لم يكتفوا بالتنظير لبلاغة الإقناع فقط، بل حاولوا تطبيق هذا المنجز النظريّ على مختلف النصوص؛ ويعتبر " محمد مشبال " من أهم هؤلاء البلاغيين الذين حاولوا قراءة مختلف أنواع الخطاب الحجاجيّ .

سعينا من خلال هذا البحث لتتبع استثمار محمد مشبال لاستراتيجية الإيتوس في تحليله للخطاب الإقناعيّ، واعتمدنا في ذلك على مؤلفه المهم الموسوم بـ " في بلاغة الحجاج نحو مقاربة بلاغية حجاجيّة لتحليل الخطابات "

أولا – الحجاج وتحليل الخطاب

يسعى تحليل الخطاب إلى " الكشف عن الإواليات اللغوية (les processus languagière) التي تتمكن من خلالها الممارسات الاجتماعيّة من إنتاج المعنى ؛ " [1] و لا يعني ذلك أنه دراسة اجتماعية لسياق الملفوظات فقط،بل يظل بحثا في كل ما له علاقة بالظاهرة الخطابية .

ارتبط تحليل الخطاب بحقول معرفية مختلفة منها البلاغة التي لم تعد معرفة بقواعد إنتاج الخطابات الإقناعيّة، بل " أصبحت اليوم معرفة بتأويل هذه الخطابات؛ أي إنها انتقلت من طور شكلت فيه ضربا من المعرفة الخاصة بإعداد الخطباء الجيدين إلى طور صارت فيه ضربا من المعرفة المبنية على تحليل الخطابات ووصف تقنياتها واستراتيجياتها الإقناعيّة " [2]وهذا يعني أن البلاغة صارت تمد محلل الخطاب بمجموعة من الأدوات والمبادئ التي تساهم في فهم النصوص وتحديد مقصديتها .

ظهر هذا التوجه الذي يربط الدرس البلاغيّ بتحليل الخطاب في أعمال الكثير من البلاغيين الغرب ،نذكر منهم :

1–آرون كبيدي فاركا Aron Kibédi Varga :

حاول هذا الباحث استثمار البلاغة الأرسطيّة في التحليل الحجاجيّ للنصوص من خلال قراءة النص من منظور تواصلي " أي تحديد غرضه البلاغيّ بربطه بنوع معين من أنواع الخطاب، كما يقوم على الكشف عن المواضع والحجج التي تكشف عن الاتفاق الضمني بين الخطيب والسامع، ودراسة الوسائل التي أثارت أهواءه، ويقوم أيضا على الكشف عن الترتيب المعتمد في بناء النص بمواده العقليّة والعاطفيّة والجماليّة، ويقوم أخيرا على دراسة الوجوه الأسلوبية في ارتباطها بالحجاج " [3] و يبدو جليا تقيد "كبيدي فاركا" في هذا النموذج التحليلي بالبلاغة القديمة

2–جيل ديكلرك Gilles Declercq:

سعى هذا الباحث لتوسيع دائرة الخطابات التي يمكن إخضاعها للتحليل البلاغيّ الحجاجيّ فعندما نواجه الأدب من منظور حجاجيّ " فإن الحدود بين الأدب والكتابة باعتبار الأول ممارسة جماليّة،والثانية ممارسة غائيّة،أي تداولية [..] تنمحي أو تبدو متطرفة " [4] ويظهر ذلك مدى ارتباط التخييل بالتداول .

3-أوليفي ريبول Olivier Reboul:

يعد أوليفي ريبول " Olivier Reboul" أحد أهم البلاغيين المعاصرين في فرنسا الذين اهتموا بالتحليل البلاغيّ الحجاجيّ للخطابات، ولم يهتم في مسعاه المنهجي بما هو شعريّ فقط بل انشغل بكل خطاب يجمع بين الحجاج والأسلوب، وهو توسيع " يكشف مدى الطموح الذي يحذو البلاغة الجديدة لاسترجاع أطرافها المفقودة،والتقريب بين مكونيها،حتى وإن بدت جاذبية الحجاج أقوى عند الباحث. "[5]

اعتمد أوليفي ريبول في المقاربة البلاغيّة الحجاجيّة لتحليل الخطابات على القواعد التالية: [6]

-البلاغة في وظيفتها التأويليّة تطرح الأسئلة التالية: من يتكلم ؟ متى ؟ ضد من ؟ وضد ماذا ؟ كيف يتجلى المؤلف في الخطاب ؟ إلى من يتوجه الخطاب ؟ ما نوع الخطاب ؟ وهل يمتلك الخطاب إجراء بلاغيا مهيمنا ؟

- النصّ في كليته هو نتاج تفاعل العناصر التالية: الخطيب والخطاب والسامع .

- تستهدف القراءة البلاغية الوقوف على الصلات القائمة بين المكونين الحجاجيّ والخطابيّ .

-القراءة البلاغية حوار مع النص .

و تظهر هذه القواعد مدى ارتباط الحجاج بالبلاغة في كل خطاب يروم التأثير على المتلقي .

4-روث أموسي Ruth Amossy

تعتبر هذه الباحثة من أهم البلاغيين المعاصرين الذين اهتموا بالحجاج في الخطاب، ولم ينحصر الحجاج عندها على الخطابات الإقناعية الصريحة فقط، بل شمل أيضا النصوص ذات البعد الحجاجيّ الخفيّ " مثلما نجد في أنواع خطابية من قبيل :الأخبار المتلفزة والرحلة والمحادثة اليومية والرواية الخ. " [7] وانطلقت "أموسي " في ذلك من التمييز بين مفهوم الغرض الحجاجيّ المميز للخطابات الإقناعية المعروفة، والبعد الحجاجيّ المميز لباقي الأنواع الخطابية كالشعر والرواية.

ثانيا – التحليل الحجاجيّ والاستراتيجيات الخطابية

يرتبط مفهوم الاستراتيجية بمختلف الحقول المعرفية لكنه يظل في جوهره " مجموعة عمليات تهدف إلى بلوغ غايات معينة،أو هي تدابير مرسومة من أجل ضبط معلومات محددة والتحكم بها "[8] فهي إذن ذات بعد تخطيطي تأخذ بعين الاعتبار الظروف المحيطة لتحقيق الهدف العام .

تتبوأ الإستراتيجية مكانا هاما في الخطاب لأنها " المسلك المناسب الذي يتخذه المترسل للتلفظ بخطابه من أجل تنفيذ إرادته والتعبير عن مقاصده التي تؤدي لتحقيق أهدافه من خلال استعمال العلامات اللغوية وغير اللغوية وفقا لما يقتضيه سياق التلفظ بعناصره المتنوعة، ويستحسنه المرسل."
9

تنطلق إستراتيجية الخطاب من أنّ اللغة فعل مخطط له وموجه لتحقيق أهداف معينة قد تتجاوز التعامل اليومي بين الناس إلى التبليغ والإقناع،وعليه لا تتحدد الإستراتيجية إلا حسب نمط الخطاب الذي تتحكم فيه " تظافر مجموعة من الوسائط أهمها أربعة هي: موضوع الخطاب وهدفه وبنيته وأسلوبه "[10] وانطلاقا من هذه الوسائط الأربع يمكن ضبط الاستراتيجية الخطابية التي تحكم النص.

إنّ اختيار الاستراتيجية الخطابيّة المناسبة قائم في جوهره على التصور الذي يعتمد على أفضل السبل الفعلية التي من أجلها يتم تحقيق الهدف،ففي الخطاب الحجاجيّ مثلا يستعين المتكلم باستراتيجية تداولية تعرف باستراتيجية الإقناع.

إنّ لإشكالية الخطاب الحجاجيّ أصول ممتدة في التراث البلاغي الإنساني، ولم يكن العرب بمنأى عن ذلك، بل نجد في تراثهم الكثير من المفاهيم والأدوات الإجرائية التي حاولت أن تقارب النصوص التواصلية وفق أفق حجاجيّ، ويمكن القول إن المؤلفات البلاغية التي ظهرت من عصر الجاحظ إلى السكاكي تضمنت تصورات وإشارات مهمة حول بلاغة الخطاب الإقناعيّ كالاهتمام بدور المتكلم في إنتاج الخطاب الناجح،وإعطاء مكانة هامة للأسلوب والإمكانات اللغوية التي تسمح بتحقيق فعل التأثير، ولم تهمل في ذلك كله المخاطَب والمقام في إنتاج ملفوظات تواصلية ناجعة .

ويمكن القول إن تصور البلاغيين العرب القدامى للإقناع " تصور يمكن الإنطلاق منه في عصرنا الراهن،خاصة وأنه يلفت الانتباه إلى الشبكة المعقدة التي تؤسس عملية التخاطب ويؤكد على أن ظروف الخطاب غير اللغوية تقوم بدور هام في تحديد خصائص الخطاب الداخلية ." [11] وهذا هو ما اعتمد عليه الخطاب الحجاجيّ.

وبالرجوع إلى الفكر البلاغيّ الغربيّ،نلاحظ مدى ارتباط بلاغة الإقناع منذ أرسطو بالباث والمتلقي والخطاب، فالحجج منها " ما يتعلق بأخلاق الخطيب (الإيتوس)،ومنها ما يتعلق بميول المتلقي ونوازعه (الباتوس) ومنها ما يتعلق بالخطاب (اللوغوس) " [12]

إنّ هذه الحجج لا تهتم بالمقومات اللوغوسية أو الموضوعية فقط بل تهتم أيضا بالجوانب الذاتية والإنفعالية التي تلعب دورا هاما في الإقناع خاصة إذا تعلق الأمر بالخطاب الشفوي .

وتجدر الإشارة إلى تأثر الدراسات العربيّة الحديثة والمعاصرة بالمنجز الغربي حول نظرية الحجاج ويتضح ذلك من خلال السعي الجاد لتطبيق آليات الإقناع وأدواته الإجرائية على النصوص العربية المختلفة" ولعل من بين الدراسات الأولى التي تطرقت للحجاج بشكل فني دقيق كتاب" فن الإقناع" 1985 لمحمد العمري،حيث اقترح خطاطات ونماذج عملية لتحليل الخطبة تحليلا حجاجيا." [13]وأتى بعد ذلك دراسات أخرى لبلاغيين عرب نذكر منهم: محمد مشبال وصابر الحباشة وعبد الله صولة .

ثالثا – الإيتوس في بلاغة الحجاج

لم يعرف مصطلح " الإيتوس " اتفاقا في تحديد ماهيته،فهو" يعني عند بعضهم أخلاق الخطيب (les caractères) ويدل عند آخرين على الوصف الخلقي (portrait moral) ،وله عند فريق ثالث معنى الصورة (Image). وهو يستعمل بمعنى العادات الخطبيّة (Maeurs oratoires) ويستخدم بمعنى السمت (L'allure) كما يعبر عنه باللهجة أو النبرة (Ton / air) " [14]و هذا يعني أنه ظاهرة متعددة الأبعاد والدلالات.

يعتبر الإيتوس عند أرسطو أحد الحجج التي يقوم عليها الخطاب الحجاجيّ، بالإضاقة إلى اللوغوس والباتوس، ومن خلال هذا الطرح أعلن أرسطو اختلافه مع من يرفض حجة الإيتوس فليس صحيحا " كما يزعم بعض الكتاب في مقالاتهم عن الخطابة – أن الطيبة الشخصية التي يكشف عنها المتكلم لا تسهم بشيء في قدرته على الإقناع،بل بالعكس،ينبغي أن يعد خلقه أقوى عناصر الإقناع لديه " [15]

انفتحت اللسانيات على الإيتوس أو صورة الذات في الخطاب " حين أعادت الاعتبار إلى المتكلم ذاتا تسكن اللغة وتترك أديمها آثارا وبصمات تشهد عليها علامات لغوية كثيرة وطرائق

تعبيرية متنوعة " [16] تسعى جميعها إلى تقريب المسافة من المتلقي وإلى الظهور بمظهر مؤثر يدفع المخاطَب إلى الاقتناع .

وتجدر الإشارة إلى ارتباط الاهتمام بالباتوس في عصرنا الراهن بتطور اللسانيات التداولية خاصة مع "ديكرو" الذي اعتبر أن الإيتوس مرتبط بالمتكلم " باعتباره مصدرا للتلفظ حيث يكتسي خصائص تجعل هذا التلفظ بدوره مقبولا أو منفرا " [17]

ويظل الإيتوس في النظرية البلاغية استراتيجية حجاجيّة يسعى من خلالها المحاجج إلى توصيل صورة إيجابية عن المتلفظ بالخطاب، فالمتكلم لا يصبح مقنعا بسبب أفكاره ومنطقه فقط بل أيضا "بسبب الثقة التي يفرغها عليه الجمهور نتيجة تملك الخطيب ناصية الخطابة وفنون الاستدراج الفعالة " [18]

إنّ للإيتوس وجوه ثلاث: الإيتوس الجاهز والإيتوس الصريح والإيتوس المضمر، ويعني ذلك أنه قد " يدل على السمعة التي يحظى بها المتكلم خارج النص الذي يواجهه السامع ... وقد يدل على الصورة التي يرسمها المتكلم لذاته في ما يشبه البورتريه الذاتي،إذ يعمد الخطيب إلى ذكر سماته وفضائله. وقد يدل أخيرا على الصورة الذاتية التي يستنتجها المتلقي من علامات الخطاب المختلفة " [19] وعليه يمكن القول: إن صورة الذات في الخطاب تتشكل انطلاقا من تفاعل الإيتوس الجاهز والإيتوس الخطابي الصريح أو المضمر.

رابعا – تحليل الخطاب في ضوء استراتيجية الإيتوس عند محمد مشبال

اهتم محمد مشبال بالايتوس باعتباره استراتيجية حجاجية تساهم في تحليل الخطابات الإقناعية و تجسدّ هذا التوجه المنهجي في تحليله للمدونات التالية:

1-الإيتوس في النصّ القرآني

سعى " محمد مشبال " للإجابة عن السؤال التالي: كيف يؤثر الله عز وجل بوصفه متكلما بصورته أو بالمظاهر التي تجلى بها في النص القرآني ؟و اقتضى منه ذلك النظر إلى الأسلوب في النص القرآني " نظرة بلاغية جديدة قوامها أن مظاهره ووجوهه لا يمكن فصلها عن مصادر الحجاج الثلاثة التي وقف عليها أرسطو: اللوغوس والإيتوس والباتوس " [20] ولذلك يجب البحث في العلاقة بين الأسلوب والإيتوس في النص القرآني .

اعتبر محمد مشبال أن الإيتوس هو إحدى الاستراتيجيات الحجاجية المميزة لبلاغة النص القرآني مؤكدا على أن " تصديق دعوى القرآن تمر عبر تصديق المتكلم،أي توثيق الصلة بين الحجاج والمحاجّ " [21]

إنّ مفهوم الإيتوس الديني يقتضي الحديث عن نوعين من الإيتوس هما :

-الإيتوس المقول: وفيه يتم الإحالة إلى الذات الإلهية عبر أقوال في صيغتي ضمير المتكلم أو ضمير الغائب،وبالصفات التي أسندها إليها،ومثّل محمد مشبال لذلك بعدة آيات قرآنية منها: قوله تعالى: ﴿مَا يُبَدَّلُ الْقَوْلُ لَدَيَّ وَمَا أَنَا بِظَلَّامٍ لِّلْعَبِيدِ﴾[22] وقوله ﴿ هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَٰهَ إِلَّا هُوَ الْمَلِكُ الْقُدُّوسُ السَّلَامُ الْمُؤْمِنُ الْمُهَيْمِنُ الْعَزِيزُ الْجَبَّارُ الْمُتَكَبِّرُ سُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُشْرِكُونَ﴾ [23]

-الإيتوس الموحي: وفيه تتشكل صورة الذات الإلهية " بواسطة التلفظ وجهات الكلام،أي بالاختيارات المعجمية والأسلوبية " [24]،ومثّل محمد مشبال لهذا النوع الحجاجي بقوله تعالى ﴿وَقِيلَ يَا أَرْضُ ابْلَعِي مَاءَكِ وَيَا سَمَاءُ أَقْلِعِي وَغِيضَ الْمَاءُ وَقُضِيَ الْأَمْرُ وَاسْتَوَتْ عَلَى الْجُودِيِّ وَقِيلَ بُعْدًا لِّلْقَوْمِ الظَّالِمِينَ﴾ [25] فالوجوه الأسلوبية المميزة لهذه الآية القرآنية ذات وظيفة حجاجية مرتبطة بالصورة التي تجلى بها الله سبحانه وتعالى بوصفه ذاتا متكلمة تتوخى الإقناع والتأثير . سعى محمد مشبال لاستثمار تأويل السكاكي للآية السابقة للوقوف على الوجوه الأسلوبية ذات العلاقة بحجة الإيتوس،وذكر منها :[26]

يا أرض ابلعي ماءك ويا سماء أقلعي وغيض الماء : إيتوس الإرادة الخارقة والاقتدار العظيم وكمال الهيبة .

يا ... :إيتوس الكبرياء والجبروت .

و قيل (الإضمار): ايتوس الصورة الخارقة لله سبحانه وتعالى.

2-الإيتوس في النص الخطابي :

حلّل محمد مشبال استراتيجية الإيتوس في المتن الخطابي مؤكدا أنّ تشكيل الصورة الأخلاقية في هذا النوع من الملفوظات يساهم في تحقيق مصداقية الخطاب وتدعيم قوته الإقناعية،ولذلك يعمد المتكلم إلى استثمار هده الوسيلة الحجاجية " سواء بطريق مباشرة أو بطريقة غير مباشرة أي تارة بواسطة حديثه المباشر عن فضائله،وتارة أخرى من خلال الحجج والوجوه الأسلوبية التي صاغها في الخطاب ." [27]

سعى "محمد مشبال "في التحليل البلاغي الحجاجيّ للخطبة لإظهار أهمية استراتيجية تشكيل الخطيب لصورته الذاتية في التأثير على الجمهور،منطلقا من أن " كل خطاب يقدم صورة عن صاحبه أو صورة عن المتلفظ به بطريقة مباشرة أحيانا،وبطريقة غير مباشرة في أغلب الأحيان "[28]

اختار محمد مشبال مجموعة من المدونات التراثيّة والمعاصرة لاختبار مدى نجاعة المقولات البلاغية حول الايتوس،نذكر منها خطبة ليزيد بن الوليد مهّد فيها الخطيب لدعواه المتمثلة في دفعهم على مبايعته وإصلاح صورته خاصة بعد قتله لابن عمه الوليد بن يزيد. قال في خطبته " والله أيها الناس،ما خرجت أشرا ولا بطرا ولا حرصا على الدنيا ولا رغبة في الملك،وما بي إطراء نفسي،وإني لظلوم لها،ولقد خسرت إن لم يرحمني ربي ويغفر لي ذنبي،ولكني خرجت غضبا لله ودينه،داعيا إلى الله وإلى سنة نبيه "[29]

فالمقام هنا مقام تواصلي قضائي،وما دام تصديق الخطاب يمر عبر تصديق الخطيب،فإن يزيد بن معاوية سعى جاهدا في هذا الاستهلال لترميم صورته الذاتية " وتقديمها على نحو يوقع التصديق في نفوس الناس ببراءته من التهمة التي تلاحقه وتكاد تعطل مشروعه. " [30]

اعتبر محمد مشبال أنّ الخطيب في هذا الملفوظ حرص على الاحتجاج للقتل وتبريره ليُصلح صورته الأخلاقية،ولم يتأتى له ذلك إلا بهدم صورة خصمه،واعتمدت هذه الاستراتيجية الحجاجية على إسباغ الخطيب على ذاته صورة الحريص على الدين،في مقابل إسباغه على خصمه صورة المنحرف عن الدين .

ارتبط تشكيل الإيتوس عند " محمد مشبال " بالمقام التواصليّ لاقتناعه بأن مظاهر الإيتوس غير محددة مسبقا،" إنها وليدة المقامات " [31] وتبعا لذلك يمكن تقسيم صفات الإيتوس حسب المقام في خطبة يزيد بن الوليد إلى صنفين:

-صنف أول مرتبط بالمقام التواصليّ القضائيّ: وقد ورد في استهلال الخطبة، سعى الخطيب من خلاله لترميم صورته " خاصة عندما تخيم على سياق تلقي الخطبة صورة ذهنية للخطيب تمثله حاكما مغتصبا للحكم بعد اقترافه جريمة قتل لطخت سمعته " [32]

– صنف ثان مرتبط بالمقام التواصليّ الاستشاريّ: وقد" توخى فيه الخطيب حث الجمهور على قبول دعواه ونشدان المنفعة " [33]

اعتمد محمد مشبال في تحليله الحجاجيّ لخطبة يزيد بن الوليد على البنية التواصليّة للملفوظ فإن كان المقام في الاستهلال مقاما تواصليا قضائيا،فإنّه في بقية الخطبة مقام تواصليّ استشاريّ وهو أساس هذا النص الخطابيّ لأن هدف الخطيب هو حث المخاطَبين على قبول ولايته .

وتجدر الإشارة إلى تأثر محمد مشبال في تحليله لاستراتيجية الإيتوس بما دعت إليه "روث أموسي" من ضرورة ربط الإيتوس بالإطار النوعي للخطاب،ويطلق على ذلك مصطلح " الإيتوس النوعي " والمقصود به: " الصورة الخطابية التي يتوقع قارئ هذا النوع من الخطابات أن يقدم بها الخطيب ذاته. وهي صورة مفترضة تكونت في ذهن المتلقي من خلال تراكم عديد من النصوص التي تنتمي إلى هذا النوع الخطابي " [34]

إن الخطاب السياسيّ الوارد في خطبة يزيد بن الوليد هو خطاب يندرج ضمن سعي " خطباء بني أمية المتأخرين تحقيق مصالحة مع المخاطب باسترجاع نموذج الخطيب الديني السياسي أو الإمام وذلك بعد فشل الخطاب السياسي المباشر " [35]

حاول محمد مشبال في تحليله للصفات الأخلاقيّة الحجاجيّة التي تشكل صورة الخطيب في خطبة "يزيد بن الوليد" إلى ربط الإيتوس بالبنيات اللسانية والاختيارات الأسلوبية الموظفة في المتن المدروس،فمثلا في احتجاج المتلفظ بالخطاب بإلتزامه بالمسؤولية والجدية،استعان بتكرار حرف اللام،وهذا ما يظهر جليا في المقطع التالي الوارد في الخطبة :

إن لكم علي ألا أضع حجرا على حجر،ولا لبنة على لبنة
و لا أكري نهرا،ولا أكنز مالا
و لا أعطيه زوجا ولا ولدا
و لا أنقله من بلد إلى بلد حتى أسد فقر دلك البلد
و لا أحمركم في ثغوركم فأفتنكم وأفتن أهاليكم
و لا أغلق بابي دونكم فيأكل قويكم ضعيفكم
و لا أحمل على أهل زيتكم
ما أجليهم به عن بلادهم وأقطع نسلهم

خاتمة :

و في خاتمة البحث خلصنا إلى النتائج التالية:

– تساهم بلاغة الإقناع في الوقوف على بنية الحجاج .

–تهتم بلاغة الحجاج بوظيفة الخطاب وفعاليته،وتركز على الاستراتيجيات الخطابية التالية: اللوغوس، الإيتوس والباتوس .

–لا يمكن وضع حدود صارمة بين بلاغة الأدب وبلاغة الحجاج،فالتخييل يسهم غالبا في الإقناع،كما أن الحجاج يسهم أيضا في تشكيل المكون التخييلي .

–يعتبر "محمد مشبال" من أهم البلاغيين العرب الذين تبنوا المقاربة البلاغية الحجاجية في تحليل الخطاب .

– اعتبر "محمد مشبال " أن الإيتوس استراتيجية حجاجية عمد المتلفظ بالخطاب إلى توظيفها لاقتناعه بأنها من أشكال الإقناع والتأثير على المتلقي .

– لم يكتف" محمد مشبال " بالاشتغال النظري على بلاغة الحجاج فقط،بل سعى جاهدا لاختبار المقولات البلاغية في تحليل الخطاب الإقناعي سواء أكان من التراث العربي القديم أو من الخطابات الراهنة .

هوامش

[1]–حاتم عبيد،في تحليل الخطاب،دار ورد للنشر و التوزيع،الأردن،ط1،2013، ص 26

[2]–محمد مشبال،في بلاغة الحجاج نحو مقاربة بلاغية حجاجية لتحليل الخطابات، دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع،ط1، 2017،ص37

[3]–محمد مشبال،في بلاغة الحجاج نحو مقاربة بلاغية حجاجية لتحليل الخطابات،ص 43-44

[4] -Gilles Declercq ,L'art d'argumenter: structures rhétoriques et littéraires , Edition Universitaires , 1992 , p257

[5]–محمد العمري،البلاغة الجديدة بين التخييل و التداول،أفريقيا الشرق،المغرب،ط2،2012،ص 22

[6]–انظر،محمد مشبال،بلاغة الحجاج،ص 50-53

[7]–محمد مشبال،في بلاغة الحجاج،ص 60

[8]– عبد الرحمن العبدان و راشد درويش،استراتيجيات تعلم اللغة العربية بوصفها لغة ثانية،مجلة أم القرى،العدد 16،1997،ص 324

[9]–عبد الهادي بن ظافر الشهري،استراتيجيات الخطاب: مقاربة لغوية تداولية،دار الكتاب المتحدة 2004،ص 62

[10]– أحمد المتوكل،المنحى الوظيفي في الفكر اللغوي العربي الأصول و الامتداد،دار الأمان،الرباط،ط1،2006،ص 32

[11]–حسن المودن،بلاغة الخطاب الإقناعي نحو تصور نسقي لبلاغة الخطاب،دار كنوز المعرفة الأردن،ط1،2014،ص 31

[12]– عبد العالي قادا،بلاغة الإقناع،دار كنوز المعرفة،ط1،2016،ص 84

[13]–صابر الحباشة،محاولات في تحليل الخطاب،مجد للدراسات و النشر و التوزيع،ط1،2009 ص 117

[14]– حاتم عبيد،في تحليل الخطاب،ص117

[15]–أرسطو،فن الخطابة،ترجمة عبد الرحمن بدوي،دار الشؤون الثقافية العامة،آفاق عربية ص 30

[16]– حاتم عبيد،في تحليل الخطاب،ص 36

[17] – Ducrot O , le dire et le dit , Paris: minuit , 1984 , p 201

[18]–محمد الولي،في خطابة أرسطو الباتوسية،مجلة علامات،العدد 27،ص 47

[19]–محمد مشبال،في بلاغة الحجاج،ص 188

[20]–محمد مشبال،البلاغة العربية و استراتيجية الإيتوس في النص القرآني،ضمن بلاغة الخطاب الديني،منشورات الاختلاف،الجزائر،ط1،2015،ص 185

[21]–محمد مشبال،بلاغة الحجاج،ص 245

[22]–الآية 29،سورة ق

[23]– الآية 23،سورة الحشر

[24]–محمد مشبال،بلاغة الحجاج،ص 248

[25]– الآية 44،سورة هود

[26]–انظر: محمد مشبال،بلاغة الحجاج،ص 250-251

[27]–محمد مشبال،في بلاغة الحجاج،ص 233

[28]–المرجع نفسه،ص 224

[29]-الجاحظ،البيان و التبيين،ج 2،ص 141-142

[30]-محمد مشبال،في بلاغة الحجاج،ص 222

[31]-المرجع نفسه،ص 185

[32]- المرجع نفسه،ص 221

[33]- المرجع نفسه،ص 225

[34]- المرجع نفسه،ص 230

[35]-محمد العمري،في بلاغة الخطاب الإقناعي،أفريقيا الشرق،ط2،2002، ص 56