ترجمات | قسم الفلسفة والعلوم الإنسانية | 17 يوليو 2019

الإيتـوس أو بنـاء الهويـة في الخطـاب

جورجيانا بوربيا
ترجمة: أحمد الوظيفي

مؤمنون بلا حدود
Mominoun Without Borders
للدراسات والأبحاث www.mominoun.com

جميع الحقوق محفوظة © 2019
All rights reserved © 2019

الإيتوس أو بناء الهوية في الخطاب[1]

جورجيانا بوربيا
ترجمة: **د. أحمد الوظيفي**

1- Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series IV: Philology and Cultural Studies • Vol. 7 (56) No. 2 – 2014

1- مفهوم الإيتوس: الإطار النظري

طوره [الإيتوس] أرسطو وأعيد تناوله حاليا في التداوليات وتحليل الخطاب. حُد الإيتوس بوصفه "سمات الهيئة التي يجب على المتكلم أن يظهرها (كيفما كان صدقه) للمخاطب (...) لكي يترك لديه انطباعا حسنا". (بارث: 1970 ص: 35).

وبصيغة أخرى، هي الصورة التي يعطيها المتكلم عن نفسه في خطابه لضمان فعاليته. وقد كتبت أموسي Amossy بهذا الصدد: "يستلزم كل قول بناء صورة عن الذات" (1999 ص: 9)؛ أي "طريقة الكينونة" manière d'être انطلاقا من "طريقة القول" manière de dire كما يفسر ذلك مانكينو (2000 ص: 81) دون حديث المتكلم عن نفسه بطريقة صريحة، عن مظهره الخارجي أو عن أخلاقه.

فهو عن قصد أو عن غير قصد، ينجز في كلامه الخاص عرضا للذات.

ومن أجل إبراز جيد للتقنيات المستعملة من طرف المتكلم لعرض ذاته، présentation de soi والنظر في كيف إسهام هذا العرض في تدعيم قوله، سنبدأ بعرض كرونولوجي سريع لمسار الإيتوس من أرسطو إلى التداوليات المعاصرة.

1-1- الإيتوس في البلاغة الكلاسيكية:

يركز أرسطو على كون الإيتوس جزءا من الميكانيزمات التي يوظفها المتكلم لإقناع متلقيه. فالإيتوس، بالنسبة إليه، هو الصورة التي تنجز في الخطاب. إنه صورة الذات التي يعطيها المتكلم من خلال خطابه. وهذه هي اللحظة التي فتحت نقاشا كبيرا لا يزال مستمرا إلى يومنا هذا: هل الإيتوس صورة خطابية، أم معطيات خارج لسانية؟ فإذا كانت صورة الذات لدى أرسطو تعطى فقط في الخطاب، فإن الذي له وزن، لدى إيزوقراط (Isocrate)، هو السمعة القبلية "اسم" المتكلم هو الأهم؛ لا يتعلق الأمر بما يقوله المتكلم عن نفسه في الخطاب، بل بما نعرفه مسبقا عنه. وفي نفس التوجه يؤكد كلينتيان بأن ما نعرفه عن المتكلم أكبر وزنا من أقواله في اللحظة التي يحاول فيها إقناع الجمهور. ومن ذلك، نموذج الإشهار الذي يوظف شخصيات مشحونة بنوع من الصدق، أحيانا نجوم. ونؤكد على كون الثقة التي يوحي بها المتكلم أهم بكثير من أقواله الخاصة. نرى كيف أن الأبعاد الخارج خطابية للمتكلم تفرض ذاتها في الخطاب الحجاجي: يتعلق الأمر بسمعته، والصورة القبلية التي لدى المجتمع عنه، مكانته الاجتماعية، وظيفته، وأخلاقه، وشخصيته.

1-2- مفهوم الإيتوس في علوم اللغة والعلوم الاجتماعية المعاصرة:

تنخرط علوم اللغة في التوجه الذي رسمه أرسطو، بِعَدها الإيتوس جزءا من الخطاب. وهكذا تم سريعا ربط الإيتوس بالتلفظ (الفعل الذي بواسطته يشغل المتكلم كلامه). فتوجهت الدراسات إلى الذاتية، حول الطريقة التي ينخرط بها المتكلم في الخطاب (الوصائل - العبارات الجيهية - العبارات التقويمية...) والتي بواسطتها يطبع المتكلم أثره في الملفوظ، ينخرط في الرسالة (إظهارا وإضمارا)، ويتموقع بالنسبة إليه (مشكل المسافة التلفظية (الانفصال)) (كيربرايت أوريكيوني: 1980 ص: 32) صورة الذات تبنى إذن انطلاقا من العلامات اللغوية الموجودة في الخطاب.

لكن مصطلح إيتوس استعمل لأول مرة من طرف ديكرو، إنه انطلاقا من التذكير بنظرية أرسطو أدمجه في نظريته تعدد الأصوات التلفظية. فالمهم بالنسبة إليه هو عدم الخلط بين الهيئات الموجودة في الخطاب مع الذوات التجريبية الموجودة خارج الكلام، فهو يتحدث عن الكائن التجريبي، للمتكلم والمتلفظ، منتقدا بذلك أحادية المتكلم. لا يتعلق تحليل المتكلم في الخطاب بتحليل ما يقوله عن نفسه، بل بالمظاهر التي تمنحها أقواله الخاصة عنه، وفي هذه اللحظة بالذات يستدعى الحديث عن "الإيتوس": الإيتوس مرتبط بـ L المتكلم بوصفه متكلما: بوصفه مصدر التلفظ، حيث يرى نفسه متلبسا ببعض الخصائص (الهيئات) التي تجعل بالمقابل التلفظ مقبولا أو مرفوضا (ديكرو: 1984 ص: 201).

1-2-1- الإيتوس في تحليل الخطاب لمانكينو:

إن مفهوم الإيتوس، المنحدر، كما رأينا عن البلاغة القديمة قد أعيد تفعيله في الدراسات اللسانية، وفي تحليل الخطاب لمانكينو الذي أعاد مفاهيم الإطار الرمزي Le cadre figuratif لبنفنست، والإيتوس لديكرو، محاولا النظر في كيفية إسهام هذه المفاهيم في فعالية الخطاب. وهذه هي الطريقة التي يفسر بها مانكينو عرض الذات la présentation de soi التي يسعى المتكلم إلى إعطائها في خطابه "ما يدعيه المتكلم حول كينونته، يجعله مسموعا ومرئيا: لا يقول بأنه بسيط وشريف، بل يبين ذلك من خلال طريقته في التعبير. وهكذا فالإيتوس مرتبط بممارسة الكلام، بالدور المنوط بخطابه، وليس بالفرد الواقعي المنظور له في حل من عرضه الشفوي" (1993 ص: 138).

يركز مانكينو على أن انخراط المتكلم في الخطاب والصورة التي يعطيها للذات من خلال الخطاب، لا تتحقق فقط، انطلاقا من العلامات الدالة على الذاتية أو من خلال الوصائل، بل تنجز أيضا انطلاقا

من اختيارات المتكلم على مستوى نوع الخطاب، اختيار الإخراج الذي يعطيه دورا أمام مخاطبيه؛ دور الصديق، دور الأب...

نجد لدى مانكينو تقاربا بين المفهوم الإيتوس ونبرة الصوت ton (التي فضلها على "صوت") التي تحيل إلى الشفوي والكتابي في نفس الوقت، والتي تفرض هيئة caractére وجسدنة corporalité.

يجب التذكير بالتمييز الذي أجراه مانكينو (1999 ص: 81) بين الإيتوس الكتابي (لا زال يسمى الإيتوس الخطابي المبني في الخطاب ومن خلاله) والذي يتطلب من القارئ عملا خياليا، انطلاقا من الإشارات النصية المختلفة، والإيتوس الشفوي (الإيتوس قبل خطابي أو القبلي، ذو الوجود السابق لفعل التلفظ والمبني من طرف المجتمع) الذي يفرض الكلام الآني لمتكلم مشخص.

2-2-1- وجهة نظر كوفمان:

أسهمت الأبحاث السوسيولوجية لكوفمان حول التفاعلات الاجتماعية بشكل كبير في تحليل الإيتوس، مثلما نجد في الفضاء اللساني. ففي الواقع، بيّن كوفمان أن كل تفاعل اجتماعي (التأثير المتبادل الذي يمارسه الأفراد حول حركاتهم تباعا، عندما يكونون حاضرين حضورا فزيائيا إزاء بعضهم البعض (1973: ص: 23) يتطلب تعبيرا منهم، إراديا أو غير إرادي، يؤدي إلى التأثير في الآخرين، في الاتجاه المطلوب، وهذا ما يولد ما يسمى بصورة الذات.

3-2-1- الإيتوس وعرض الذات:

إن التشابهات بين المفهومين صادمة، كلاهما يتضمن صورة إيجابية يحاول عرضها، بمساعدة إشارات مضمرة. لكن ملامح تعارضهما واضحة. إنها وجهة نظر أموسي؛ ففي نظرها الإيتوس هو المفهوم الذي وضعته البلاغة، والمترجم بـ"أنا هذا، ولست هذا"، بينما "صورة الذات" المستعارة عن كوفمان ضمن تقليد تفاعلي هي التي يحاول المتكلم أن يعطيها تدريجيا في خطابه.

بالنظر إلى الإيتوس، يمكن أن نرى أن رجال السياسة مثلا يريدون تجسيد إيتوس "القوة الهادئة"، "قول الحقيقة"، أو "رجل الشعب الناطق باسم الطبقات الشعبية". إن سؤال "صورة الذات" يمكن إنجازها في كل أنواع الوضعيات التواصلية. هناك تدافع بين الصورة التي يحاول المتكلم أن يعطيها وتلك التي يكونها المتلقي عنه.

يعطي المنظور التفاعلي الأولوية لمفهوم التفاوض الغائب تماما في البلاغة، رغم أن البرلمان ناقش التوافق مع المستمع adaptation à l'auditoire، فإن أخذ الآخر بعين الاعتبار يختلف بشكل جذري عما نسمعه في التفاعلات الحوارية التي نتعامل فيها مع مستمع عياني، يؤثر آنيا وبشكل ملموس في كلام المتكلم، الذي يجب عليه أحيانا أن يعيد النظر كليا في برنامجه الأولي.

تبنى صورة الذات تدريجيا في المحادثة، على عكس الإيتوس الموجود منذ البداية، والذي يبقى ثابتا في سيرورة الخطاب كله، تلك هي خلاصة أموسي التي نعتبرها غير دقيقة.

2- الإيتوس والتحليل الحجاجي:

فسرت أموسي كيف أن الحجاج في الخطاب الذي يغرس جذوره في التخصصات الثلاثة المؤسِّسَة، وهي على التوالي: البلاغة (الملمح اللغوي لصورة الذات لدى أرسطو)، علم الاجتماع («العرض» خارج لغوي للذات لكوفمان)، وتحليل الخطاب (العلاقة بين الإيتوس و«الجسدنة» عند مانكينو)، والذي يستلزم التصورات الثلاثة التالية: أولا، يمتلك كل ملفوظ بعدا حجاجيا، كما أن مفهوم الإيتوس متضمن في تلك المتعلقة بصورة الذات بوصفها هوية دينامية، وليست ثابتة أبدا، وأخيرا، الإيتوس من الأبعاد المكونة للخطاب.

عرض التحليل الحجاجي للنقاش مفهومين يبدو أنهما يمحوان الفرق بين الإيتوس وصورة الذات:

◄ الإيتوس القبلي (قبل خطابي، الصورة التي لدى الجمهور عن المتكلم قبل أن يتكلم، والتي يمكن أن تكون مرتبطة بطريقة مباشرة مع الوظيفة التي تؤديها في السياق الاجتماعي الهدف).

◄ الإيتوس في معناه الضيق (المسمى أيضا إيتوسا خطابا أو لغويا، والذي يشكل مكونا مهما من القوة الإنجازية). وغالبا ما تكون الصورة التي ينجزها المتكلم في خطابه مرتبطة بطريقة مباشرة بالصورة التي يستمدها من وضعه الاجتماعي.

وبعبارة أخرى، فسواء أتعلق الأمر بالخطاب السياسي، الإعلامي، الفلسفي، العلمي أو الخطاب المنبثق عن المحادثات العائلية أو التبادلات الإلكترونية، فإن «عرض الذات يتم عن طريق خطاب يرغب في استدراج المستمع من طرف المتكلم باستعمال وسائل ليست فقط تلك المرتبطة بالتقمص العاطفي والتعيين الأعمى: تندرج في مجموعة من الاستراتيجيات اللغوية، حيث إن عناصر الإيتوس واللغوس والباتوس تتضافر بشكل ضيق مع بعضها البعض» (2006 ص: 219).

3- الإيتوس والحياد: دراسة حالات:

3-1- خصائص إيتوس الحياد:

يتميز إيتوس الحياد، أولا، بموقف خطابي مبني على الانفصال distanciation، حيث يختار المتكلم التخلي عن كل صيغة ذاتية لصالح تعبير مبني للمجهول (لا شخصي) وموضوعي.

إن تسلسل الحجج في بناء هذا النوع من الإيتوس يشبه، حسب شارودو، موقف «متخصص يستدل ويحلل بدون عواطف، مثل العمل الذي يقوم به الخبير، سواء أتعلق الأمر بتفسير أسباب واقعة، أو التعليق على نتائج دراسة أو البرهنة على أطروحة»

Identité sociale et identité discursive. Un enjeu de miroir fondateur de l'activité langagière version en ligne; consulté le 3-mai 2012

وبعبارة أخرى، فإن رجل السياسة المدعوم بصورة للذات مشحونة بالحياد، يجد نفسه مضطرا إلى التخلي عن كل إدماج لحكم قيمة أو رأي شخصي في الخطاب، معتبرا أن التقديم الوفي للأحداث يتطلب مصداقية أكثر في نظر مخاطبه.

وبناء على ذلك، فإن الملامح ذات الطبيعة اللسانية لبناء هذا النوع من الهوية الخطابية المحايدة هي:

- التعبير البارد للحجج؛

- غياب أفعال دالة على المشاعر والأحكام؛

- استعمال ضمير الشخص الثالث للأفعال أو الضمائر، على حساب ضمير المتكلم، مثل حالة إيتوس الانخراط؛

- إيثار السجل الدارج للغة، بدل إيتوس التضامن، حيث يحاول المتكلم التقرب من مخاطبيه؛

- الاستعمال المستمر لأسماء ملموسة، ومحدودية استعمال النعوت.

تسهم هذه التقنيات على المستوى الخطابي في بناء صورة الذات تجعل المتكلم يبدو أمام المخاطب بوصفه حامل الحقيقة وممررا لها، حيث لا يسعى إلى الخداع، لكن، على العكس، يعطي معلومات مضبوطة وأصيلة.

وفي ما يلي، سنحاول أن نتعرف ونتتبع اشتغال إيتوس الحياد في الخطاب السياسي، بتحليل بعض المقاطع الخطابية مأخوذة من الحملة الانتخابية لسنة 2012

3-2- طرائق بناء إيتوس الحياد في الخطاب السياسي:

سنحلل، أولا، مقطعا من خطاب يندرج ضمن الحملة الانتخابية لنيكولا دوبان أينيون (Nicolat Dupont-Aignant):

(1)

«عبر تعاقب الحكومات والإصلاحات، قُلِّصَتْ ساعات تدريس الفرنسية، والرياضيات، والتاريخ والجغرافيا. وعَوَّضَتْ ثقافة الاعتذار الدائم الاستحقاق والمجهود، وبالتالي فقدت المدرسة دورها بوصفها رافعة اجتماعية».

أول علامة لحياد المتكلم في هذا المقطع حيال الحجج المتلفظ بها هو استعمال المبني للمجهول «قُلصت»، إذ عين بواسطته المشكل، لكنه فضل أن يبقي «المتهمين» مجهولين.

اختار المتكلم أن يجرد خطابه من كل حكم قيمي أو رأي شخصي، مبنينا حجاجه في شكل سلسلة من الإثباتات التي تترك للمستمع auditoire حرية تأويل المحتوى والحكم عليه.

تهدف الأفعال المصرفة في الماضي «قلصت»، «عوض»، «فقد» تسليط الضوء على ظاهرة بدأت قبل أن يتناول المتكم الكلمة، والتي لها تداعيات واضحة في الحاضر.

من البديهي أنه في بناء إيتوس الحياد يعد اعتقاد المستمع ذا أهمية كبيرة، بالمعنى الذي يجب على حجج المتكلم أن تتطابق مع ما يعرفه المخاطب مسبقا عن الفرد المقارب في الخطاب.

ويبدو أمرا مهما أيضا الإلحاح على أكادة صحة المعلومات الحاضرة في الخطاب.

المقطع التالي ينتمي إلى البرنامج السياسي لفليب بوتو (Philippe Poutou):

(2)

«التطلعات إلى مجتمع عادل، خال من الاستغلال والظلم لا تعترف بالحدود، توجد في قلب الثورات التي تهز العالم العربي. توجد في قلب صراع الشعوب الأوروبية، وخصوصاً تلك الخاصة بالشعب الإغريقي».

تتضمن هذه المتوالية حجة تم التعبير عنها بطريقة موضوعية ومحايدة، وهو ما تم التعبير عنه بواسطة الأفعال المصرفة مع الضمير الثالث، والتي من خلالها فسر بوتو السبب وراء نضال العالم العربي والأوروبي.

إن إيتوس الحياد الذي اعتمده متلفظ هذا الخطاب مدعم بموقف الانفصال الذي يوظفه، وهو ما يفسر نيته في خلق خطاب صادق والتعويل على معارف مخاطبيه. إنه يقدم في الواقع، حججه بوصفه عالما، دون أن يترك لمخاطبه الانطباع بأنه يحاول فرض آرائه الخاصة، أو تفسيرات مغالطة حول كفاءته.

وفيما يخص الجانب اللساني الخالص لخطابه، يمكننا التأكيد أن الأخير يتميز بأسماء ومركبات مرتبطة بالظاهرة السياسية وبطرق الحكم: «مجتمع عادل»، «الاستغلال»، «الظلم»، وهو ما يظهر ميل المتكلم إلى ما هو صريح، والسعي إلى استعمال حجاج دقيق مؤسس على حجج منظمة وسهلة الفهم.

بني إيتوس الحياد لـ«بوتو» بواسطة تقنيات خطابية، كالتعابير المبتية للمجهول، السجل المتخصص للكلام، اختيار ضمير الشخص الثالث، غياب الفردانية المسجلة على المستوى الخطابي من طرف المتكلم، واحتمالية الوقائع المعروضة في الخطاب.

للاستمرار، سوف نهتم بالوسائل الخطابية لبناء إيتوس الحياد في المقطع التالي الذي ينتمي إلى خطاب الدفاع الوطني المتلفظ به من طرف «فرونسوا هولاند» في 11 مارس 2012 بباريس:

(3)

«خضعت الإدارة العامة للتسليح لتقليص هام في عدد الأفراد، الأمر الذي حرم الدولة من وسائل لبناء وتسيير صحيحين لسياسة صناعية».

عمل مرشح الحزب الاشتراكي على تحيين اعتقادات المستمع، المتمثلة بشكل دقيق في التقليصات على مستوى الأفراد في الإدارة العامة للتسليح، بطريقة موضوعية، وباعتماد موقف الانفصال حيال الحجج المعروضة.

هناك ملمح هام في بناء إيتوس الحياد هو حضور العلاقات المنطقية التي تقع بين الحجج الموظفة والمسجلة بوضوح على المستوى الخطابي بواسطة الروابط المنطقية. في مقطع هولاند، لا نعبر عن علاقة سبب-أثر بواسطة الروابط المتطقية، ولكن بواسطة اسم موصول الذي يصلح لإدماج موصول شارح (بدل) مع تلميح سببي.

نلاحظ في بداية المقطع فعل «خضع» الذي يعمل على ربط المتلقي بظاهرة اجتماعية واقتصادية سلبية. إنه كما هو الشأن في الأمثلة الأخرى يتجنب المتلفظ توجيه اتهامات للمذنبين (المتهمين)، مكتفيا بوصف الظاهرة بموقف يتسم بالحياد. هذا الموقف الخطابي الحيادي يخالف استراتيجية الهجوم على الشخص الرائجة بقوة في الخطاب السياسي.

وباختصار التجأ هولاند في هذا المقطع الخطابي إلى إيتوس محايد، يهدف إلى توجيه انتباه مخاطبيه إلى مضمون خطابه. إن تفضيل المتكلم للملموس حاضر أيضا في هذا الخطاب، حيث تستند الحجج بالأساس إلى عرض وفي للوقائع.

ولختم هذه النقطة، يمكننا القول إن إيتوس الحياد يتطلب تعبيرا موضوعيا وموقفا قائما على البعد حيال الحجج. فرهان إيتوس الحياد في الخطاب السياسي قد تم وصفه من طرف شارودو بالطريقة التالية: «الحياد»، «النزاهة»، تنتمي إلى مقولة هذه «الكلمات السحرية» التي لها «قوة القانون» في «سوق القيم الاجتماعية للعلامة»، ولا «يتم انتقادها أو طلب توضيحها» (1992: 107-108).

يمكن لإيتوس الحياد أن يكشف موقفا نقديا من طرف المتكلم، لكن هذا الموقف النقدي لا يستهدف جهة ملموسة أو خصوم المتكلم، كما هو الشأن بالنسبة إلى الإيتوس المبني مثلا على حجة الذات. على العكس ذلك، فإيتوس الحياد يتطلب موقفا خطابيا متحللا، حيث يصبح المتكلم راويا لحقائق، وليس مُتهِما.

3-3- إيتوس الحياد في الخطاب الإشهاري:

كما هو الشأن في كل خطاب، نوظف مفهوم الإيتوس في الخطاب الإشهاري أيضا. يتعلق الأمر في هذه الحالة بانتزاع تعاطف المتلقي بتقديم الذات تحت غطاء مشجع وإيجابي، مثل السرية، والإيجابية،

والجودة، والتنافسية، الصرامة، والكفاءة...لا يرتبط الإيتوس بالمتكلم الحقيقي (وكالة الإشهار)، ولكن بالماركة (المنتوج) المنوه بها.

تشتغل نظريات الإشهار على صورة المنتوج وبها. وبناء على هذه الصورة يكون وضوحه وسمعته التي تدفع بالمتلقي إلى اقتنائه. تتأسس هذه المقاربة التجارية بشكل عميق على البلاغة، بعرض المنتوج بالطريقة نفسها التي يعرض بها أي فاعل لغوي آخر.

ومن أجل تحقيق هذا الانفصال الخطابي المتعلق بهذا النوع من الإيتوس، يستعمل المتلفظ بكل بساطة قالب المثل proverbiale forme، (أو شكله المخفف) من أجل إلغاء شخصيته لفائدة صوت الشعب. يعطي المتلفظ من خلال مختلف الاجراءات الخطابية للمخاطب ما يريد أن يراه، ولكن إذا كانت صورة الذات غير متوافقة بما يكفي مع المتلقي، فإن المتلفظ يعير، إذن، صورته إلى الآخر، الأكثر قوة، أي حكمة الأمم، حكمة منطبعة في المثل كما هو الأمر بالنسبة إلى المثال التالي:

«لا تتجرد من أي لباس من ملابس Dim في أبريل»

En avril ne te découvre pas d'un Dim

هذا الاستبدال عبارة عن عملية مهمة جدا: بتعويض عنصر بآخر، نحتفظ دائما بسياق ثابت، يمكن المتلقي من القيام بالوصل بين الشعار والصيغة الصلبة وتبني المنتوج بوصفه الأفضل، ذلك أن الصيغة الصلبة عبارة عن واقعة معروفة من طرف الكل، وتتمتع بنوع من السلطة تنتمي إلى المعرفة المشتركة، وبسبب مشروعيتها، يمكن إعادة تشغيلها وتمريرها.

نتحدث في الخطاب الإشهاري عن التلفظ الموضوعي، بوصفه شكلا خطابيا يركز على الملفوظ الموضوعي يعني منفصل عن الكلام، غير مرتبط بشخص معين، «الشخص الثالث حسب عبارة بنفنست»؛ هذا الشخص لا يتكلم بل نتكلم عنه. لا نجد في هذا الشكل التلفظي أي أثر لـ«أنا»، أو «أنت»، «كما لو أن الفعل التلفظي كان مستقلا عن الأفراد المتلفظين، أو المخاطبين». (شارودو. 1983. ص: 63).

بتركيزه على الكلام المتلفظ به، فإن (المتلفظ) يتميز بكونه يقول شيئا عن المنتوج، بتبني موقف الانفصال.

سيكون لدينا في هذا النوع من البنية ما يشبه «الصوت الصامت»، يأتي من خارج خطاطة التكلم، صوت يخلق «مجتمعا استهلاكيا، يمحو قلق الوحدة والانعزال» (آدام بونوم. 2003. ص: 50).

يتميز هذا الشكل التلفظي عن طريق بنيات لسانية وأسلوبية متنوعة، يتخذ الضمير «نحن» «on» فيها مكانة متميزة، والذي يشكل العبارة الأكثر محوا للإحالة الشخصية.

(5)

«**في النرويج، كلما كان الجو باردا كلما فركنا الأيدي**» (**نوتروجينا**) Neutrogena

En Norvège, plus il fait froid, plus on se frotte les mains (Neutrogena)

(6)

«**سنايكس، لذيذة لدرجة تجعلنا نقفز**»

Snaks, c’est tellement bon qu’on fait des bonds

لا يبين أي مثال أن «on» تحيل على صانع المنتوج، بل تحدد الأمثلة «on» التي يمكن أن تعين المستهلكين المحتملين.

في الشعار التالي، البنية الموضوعية في «on» تترجم شكلا محايدا لا شخصيا، ولا يتبناه أحد في الواقع.

(7)

لا نعبث مع الرياضة. Eurosport

On ne plaisante pas avec le sport.

إن «on» (نحن) المسمى عادة حرباء، قادر على أن يُعَوض بأي ضمير من الضمائر، فاستعمال (on) يمكن كل متكلم من ربطه بالمحيل الذي يريد بما في ذلك «أنا»، آخذا بعين الاعتبار الملفوظ، وهكذا، فإن انخراط القارئ المستهلك يكون شبه إجباري، وبطريقة غير واعية.

نلاحظ ذلك بسهولة في النصوص المدرجة أعلاه، فهذا الضمير الثالث ليس إلا قناعا لـ«أنت» أو «أنتم».

إن هذا الأخذ والرد في السجلات التلفظية، هذا «الضجيج المستمر للأصوات»، وباختصار هذا الانفجار على مستوى الإشارات الشخصية، يبدو أنه في الإشهار الفرنسي، ماركة مسجلة، وهي علامة على الانفصال كما تبين ذلك الأمثلة.

وإذا تجاوزنا «on»، فإن التلفظ الموضوعي ينجز أيضا بواسطة بنية فعلية لا شخصية (مصدر)، أو بواسطة اسم إشارة.

يفرض الحياد نفسه، انطلاقا من تحريف أسلوبي من النوع: «هناك (نفي)+ اسم تفضيل)»:

(8)

ليس هناك طريقة أكثر أناقة للسفر «BMW»

Il n’y a plus élégante façon de voyager «BMW»

البنية الأساسية لاسم الإشارة، «هناك» كما هو الأمر بالنسبة إلى «إنه» تبين أن هذين المورفيمين لديهما شكل قاعدي فعلي «الملكية» avoir و«الكينونة» être، ولكن خصوصا ضميرا محايدا للشخص الثالث، أو «هذا» اللذين يعطيان للتلفظ وللمحال عليه dénoté صبغة لا شخصية. وهي استراتيجية كلامية مؤسسة على مبدأ افتراض إحالة تلفظية، حيث يغيب فراغ الضمائر مكانة القول والفاعلين.

ينتمي المصدر l’infinitif إلى أشكال نصنفها ضمن «أشباه أسماء»، والتي لها القدرة في الآن نفسه على ترجمة أشكال اسمية وأشكال فعلية. وبوصفه كذلك، فإن المصدر هو الشكل التلفظي المحايد بامتياز، بما أنه لا يتضمن علامات الضمير أو علامات الزمن. وفضلا عن ذلك، فهو من الأشكال الأكثر قدرة على ترجمة الموضوعية بما أنه لا يتضمن بشكل ظاهر أو مضمر أي أثر للفاعل.

بوصفه استراتيجية تلفظية، فهو يمتلك قيمة إثباتية قوية:

(9)

كونك فريدا شيء مختلف، لكن كونك مختلفا هو شيء فريد (إشهار Eram)

Etre unique c'est différent, mais être différent c'est unique (Eram)

يجمع هذا الإشهار، بذكاء، القيد (الذاتي) والموضوعي. يختفي المصدر في إشهارات أخرى، لكي يفسح المكان للفاعل (مركب اسمي) حيث يجعل حياده في عملية التلفظ المرجع أكثر افتراضية. تحضر هذه البنية عموما في نموذج جملة بسيطة حالية، إذ تحيد قيمتها الإثباتية حضور الفعل. كما هو الحال في المثال الأخير:

(10)

نبض القلب، لا ثمن القلب. Ford))

Coup de cœur pas cout de cœur (Ford)

خاتمة:

يكون هناك إيتوس بمجرد ما يكون هناك تلفظ: فانطلاقا من كلامه يولد المتكلم لدى مخاطبه بناء تمثل معين عنه.

يعمل الإشهار والخطاب السياسي على تثمين صورة الذات المتكلمة، حيث إنه في نفس الوقت الذي تفرض فيه ذاتها، بوصفها مركز تلفظها تعمل على تشكيل ملامح هيئتها والتي تعرضها وصفها فردا شريفا وطيبا.

وبهذا، «فليس من الضروري أن يرسم ملامح شخصيته، أو يستعرض أخلاقه، أو يتحدث بطريقة صريحة عن نفسه» (أموسي، 1999، 9).

فأسلوبه وكفاياته اللغوية والموسوعية، واعتقاداته المضمرة تكفي لإعطاء عرض عن ذاته.

إنه من خلال استراتيجيات تلفظية، يقدم الفرد المستشهر أو السياسي ذاته بوصفه موضوع الخطاب ويكشف انطلاقا من كلامه عن صورته الخاصة، ومن ثم الاشتغال عليها لتصحيح أو تدعيم الصورة الخارجية التي تعطيها التجربة اليومية عنه.

المراجع:

Adam, Jean-Michel et Marc Bonhomme. 1997. L'argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion. Paris: Nathan.

Amossy, Ruth (ed.). 1999. Images de soi dans le discours: la construction de l'ethos. Paris: Delachaux et Niestlé.

Amossy, Ruth. 2006. L'argumentation dans le discours. Paris: Nathan-Université.

Aristote, 1991. Rhétorique. Introduction de Michel Meyer. Paris: Livre de poche.

Barthes, Roland. 1970. L'ancienne rhétorique. Paris: Editions du Seuil.

Charaudeau, Patrick. 1992. Grammaire du sens et de l'expression. Paris: Hachette.

Charaudeau, Patrick. 2009. «Identité sociale et identité discursive. Un jeu de miroir fondateur de l'activité langagière». In Identités sociales et discursives du sujet parlant, Charaudeau P. (ed.). Paris: L'Harmattan.

Ducrot, Oswald. 1984. «Esquisse d'une théorie polyphonique de l'énonciation». In Le dire et le dit. Paris: Minuit

. Goffman, Erving. 1973. La mise en scène de la vie quotidienne 1. La présentation de soi. Paris: Minuit.

Grunig, Blanche-Noële. 1994. Les mots de la publicité. Paris: Presses du CNRS.

Kerbrat-Orecchioni, Catherine. 1980. L'Énonciation – De la subjectivité dans le langage. Paris: Armand Colin.

Maingueneau, **Dominique**. 1999. «Ethos, scénographie et incorporation». In Amossy, R. (éd). Images de soi dans le discours: la construction de l'ethos. Paris: Delachaux et Niestlé, pp. 75-100. **Maingueneau, Dominique.** 2000. Analyser les textes de communication. Paris: Nathan.

MominounWithoutBorders

Mominoun

@ Mominoun_sm

مؤمنون بلا حدود
Mominoun Without Borders
للدراسات والأبحاث www.mominoun.com

الرباط – أكدال. المملكة المغربية

ص ب : 10569

الهاتف : 54 99 77 537 212+

الفاكس : 27 88 77 537 212+

info@mominoun.com

www.mominoun.com

جميع الحقوق محفوظة © 2019

All rights reserved © 2019