



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة القادسية/ كلية الآداب
قسم اللغة العربية/ الدراسات العليا

الخطاب الإشهاري في مجمع الأمثال للميداني (ت518هـ)

رسالة تقدّم بها الطالب
حيدر علي سلمان الياسري
إلى قسم اللغة العربية في كلية الآداب/ جامعة القادسية وهي جزء من
متطلبات نيل شهادة الماجستير في اللغة العربية وآدابها/ أدب

إشراف

أ.م. د. سالم جمعة كاظم

2024م

1446هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ٢٥﴾

صدق الله العلي العظيم

سورة ابراهيم آية 25

إقرار المشرف

أشهد أن إعداد هذه الرسالة الموسومة ((الخطاب الاشعاري في مجمع الامثال للميداني(ت٥١٨هـ))) للطالب ((حيدر علي سلمان)) قد جرى بإشرافي في جامعة القادسية/ كلية الآداب/ قسم اللغة العربية، وهي من متطلبات نيل شهادة الماجستير في اللغة العربية وآدابها/ أدب.


الإمضاء:

المشرف: أ.م.د. سالم جمعة كاظم

التاريخ: ٢٠٢٤ / ٨ / ٩

بناءً على التوصيات المتوافرة أرشح هذه الرسالة للمناقشة:


الإمضاء:

أ.د. حيدر حبيب حمزة

رئيس قسم اللغة العربية

التاريخ: ٢٠٢٤ / ٨ / ٩

اقرار لجنة مناقشة رسالة الماجستير



جامعة القادسية / كلية الآداب
الدراسات العليا

قرر اننا اعضاء لجنة مناقشة طالب الماجستير: حيدر علي سلمان البصري
قسم: اللغة العربية / آداب اطلعنا على التصحيحات والتعديلات التي تم اجرائها من
قبل الطالب والتي تم اقرارها في المناقشة من قبلنا فهي جديرة بدرجة حيدر علي سلمان في
تاريخ ١٤٠٤ / ١٢ / ٢٠ عليه وقعنا.

اعضاء لجنة المناقشة:

ت	الاسم	اللقب العلمي	التوقيع	الصفة
1	ياسر علي عبد الخالدي	استاذ		رئيسا
2	ستار عبد الله جاسم	استاذ		عضوا
3	عدنان رحمن صانه	استاذ		عضوا
4	سالم جهم كاظمي	استاذ		عضوا ومشرفاً

بصادق مجلس كلية الآداب / جامعة القادسية على قرار اللجنة

أ.د. نبيل عمران موسى

العميد

٢٠٢٥ / ١ / ١٩

الاهداء

إلى من هم:-

كالنجر... المح وجهيهما بيننا الآن ..

يجلسان حيث يروني فتقرّ عيونهما بي

كالنبض... يحدوني صوتها .. ويمنحني صبرها عزيمة واصراراً

كالدر... نقاء وبراءة ومرحاً .. يمارسون طفولتهم قربي .. فأنعم بهم ...

شكر وتقدير

ونحن نخيط اجنحة معرفتنا بخيط وحكم وعلى عتبة النوافذ التي تفضي إلى الأفق الرحب للغة، للادب للبحث انقلد حلية امتناني شكراً وعرفاناً يعترفان بالفضل لاساتذتي في قسم اللغة العربية لما بذلوه من جهد لأجل اضاءة دروب المعرفة امامنا... فلهم مني كل الاحترام والامتنان.

وفيما ينوء الأفق بالفجر، كصلاة تردها العيون، تنثال حروفي فتزداد بريقاً كلما امتدت إلى سطورها لتقف عاجزة في حضرة الأستاذ المساعد الدكتور الفاضل سالم جمعة كاظم لتقدم الحمد ترنيمة يحقها انحاء وقيام، وشكر وعرفان لكل ما اضافته يده الكريمة من تقويم وتقييم، ارشاد وتوجيه، حتى مكنتني من إنهاء البحث واتمائه، فله مني دعاء لا ينقطع بالتوفيق والسداد.

لكل من ساعدني في إتمام هذا البحث... للجميع مني وافر امتناني ووارفه.

المحتويات

ت	الموضوع	رقم الصفحة
	العنوان	
	الآية الكريمة	أ
	الإهداء	ب
	شكر وعرفان	ج
	المحتويات	د-و
1	المقدمة	3-1
2	التمهيد: مهاد نظري في المصطلح والكتاب والمؤلف	21-4
1-2	أولاً: الخطاب الإشهاري في اللغة والاصطلاح	5-4
1-1-2	1- الخطاب في اللغة والاصطلاح	5-4
2-1-2	2- الإشهار في اللغة والاصطلاح	6-5
2-2	ثانياً: الفرق بين النص والخطاب	10-7
3-2	ثالثاً: الخطاب بين البلاغة القديمة والجديدة	17-10
4-2	رابعاً: اضاءة في حياة الميداني	19-17
5-2	خامساً: نظرة في كتاب مجمع الأمثال	21-19
3	الفصل الأول: النسق اللساني للخطاب الإشهاري في مجمع الأمثال	84-22
1-3	المبحث الأول: الحجاج	42-22
1-1-3	أولاً: الروابط الحجاجية	30-23
1-1-1-3	1- الرابط الحجاجي (حتى)	28-24
2-1-1-3	2- الرابط الحجاجي (لكن)	30-28
2-1-3	ثانياً: العوامل الحجاجية	42-30
1-2-1-3	1- عاملية القصر	36-31

38-36	2- عاملية التوكيد	2-2-1-3
42-39	3- عاملية النفي	3-2-1-3
62-43	المبحث الثاني: الأفعال الانجازية	2-3
48-45	1- الاخباريات	1-2-3
53-48	2- التوجيهات	2-2-3
55-53	3- الالتزاميات	3-2-3
58-55	4- التعبيريات	4-2-3
62-58	5- الاعلانيات	5-2-3
83-63	المبحث الثالث: الاستلزام الحواري	3-3
69-64	1- خرق قاعدة الكم	1-3-3
74-69	2- خرق قاعدة الكيف	2-3-3
80-74	3- خرق قاعدة الملاءمة	3-3-3
84-80	4- خرق قاعدة الوضوح	4-3-3
122-85	الفصل الثاني: النسق المرئي للخطاب الإشهاري في مجمع الأمثال	4
95-85	المبحث الأول: الرمز	1-4
88-85	1- الحيوان رمزاً	1-1-4
91-89	2- النبات رمزاً	2-1-4
95-91	3- الخرافة والاسطورة رمزاً	3-1-4
109-96	المبحث الثاني: الصورة	2-4
100-97	1- التشبيه	1-2-4
105-100	2- الإستعارة	2-2-4
109-105	3- الكناية	3-2-4
123-110	المبحث الثالث: البعد السردي	3-4
116-111	1- الحدث	1-3-4

122-116	2- الشخصية	2-3-4
120-117	أ- الشخصية الرئيسة	1-2-3-4
123-120	ب- الشخصية الثانوية	2-2-3-4
172-124	الفصل الثالث: النسق الثقافي للخطاب الإشهاري في مجمع الأمثال	5
140-124	المبحث الأول: النسق الثقافي الديني	1-5
130-125	1- النسق الديني الجاهلي	1-1-5
136-131	2- النسق الديني القرآني	2-1-5
140-136	3- النسق الديني الحديثي	3-1-5
154-141	المبحث الثاني: النسق الثقافي الاجتماعي	2-5
146-142	1- صورة المرأة	1-2-5
150-146	2- صورة السلطة	2-2-5
154-150	3- صورة الاخلاق	3-2-5
171-155	المبحث الثالث: النسق الثقافي الساخر	3-5
161-157	1- القلب الدلالي	1-3-5
167-161	2- سخرية التساؤل	2-3-5
172-167	3- سخرية الاستدعاء	3-3-5
174-173	الخاتمة	6
188-175	المصادر والمراجع	7
A-B	الملخص باللغة الإنكليزية	
	العنوان باللغة الإنكليزية	

المقدمة

المقدمة

الحمد لله الاول قبل الإنشاء والاحياء والآخر بعد فناء الاشياء، العليم الذي لا ينسى من ذكره ولا ينقص من شكره ولا يخيب من دعاه ولا يقطع رجاء من رجاءه، والصلاة والسلام على خير خلقه وحبيبه محمد بن عبد الله(9)، وعلى آله الاطهار سفن النجاة، وبعد،

فقد مثلت مدونة الميداني فضاءً معرفياً ودراسياً يغري الباحثين بمادته الغنية بالمعارف اللغوية التي تكشف عن قدرة العقل العربي على الإنتاج والتصنيف، فضلاً عن البناء اللغوي الذي اشتملت عليه هذه المدونة في تتبع نصوص الأمثال وقصصها ودلالاتها، ولأهمية الأمثال بوصفها من وسائل التواصل اللغوي والفكري التي تصوّر أحوال الناس وعاداتهم وطرائق تفكيرهم، فضلاً عن تداولها بين العامة والخاصة، وتناقلها عبر الأجيال المتعاقبة في مختلف المواقف لما لها من أيجاز ودلالات كثيفة المعنى، ولهذا فقد شغلت مساحة وافرة من الدرس النقدي واللغوي.

ولأن الإشهار نشاط تواصل، يتغيا خطابه ترويج بضاعته وتسويقها إلى الجمهور المستهدف بقصد التأثير فيهم ودفعهم إلى استهلاكه عبر مجموعة من التقنيات الخاصة ببناء الخطاب وتشكيله اللغوي والصوري، فقد التقت مسارات هذا الخطاب بمسارات الأمثال، فكلاهما يركز على التواصل والتأثير ومن ثمّ الترويج للتجربة، وكيف أمكن للعربي أن يكون مُشهِراً في خطابه الموجه إلى الآخرين ليقدم التجربة في سياقٍ ترويجي ليكون سلطة على المتلقي، يختزل فيه الأنشطة القرائية من تأويل وإعادة إنتاج الدلالة ومن ثمّ تسويقها مرة أخرى.

لهذا فقد توقّف الباحث وبمشورة الدكتور(نصير جابر خادم) إلى دراسة الإشهار في الأمثال، وقد اختيرت مدونة الميداني(مجمع الأمثال) لتكون فضاء الدراسة ومادتها، لما لهذه المدونة من أهمية في توثيق الأمثال وقصصها.

وبعد التوكل على الله، واستشارة اساتذتي في قسم اللغة العربية في كلية الآداب، استقرّ الرأي على عنوان الرسالة بـ(الخطاب الإشهاري في مجمع الأمثال للميداني(ت518هـ))، وقد اقتضت طبيعة الدراسة ان تنهج المنهج النصي المشفوع بالاستقراء والتحليل، لما له من قدرة على الكشف عن الظاهرة اللغوية المدروسة.

وقد جاءت الدراسة مقسمة على تمهيد وثلاثة فصول ثم خاتمة وكشف بالمصادر المراجع، ففي التمهيد، قدّم الباحث إطار الدراسة النظري، بالتعريف بمصطلحات الرسالة وممتها، فعرف الخطاب والإشهار، وعرف بالمدونة وصاحبها، وجاء الفصل الأول موسوماً بـ(النسق اللساني للخطاب الإشهاري في مجمع الأمثال)، وتوزع على ثلاثة مباحث، وقف المبحث الأول على دراسة الحجاج في هذا الخطاب، ورصد المبحث الثاني الأفعال الإنجازية فيه، في حين تناول المبحث الثالث الاستلزام الحوارى في الخطاب الإشهاري للأمثال، وتعنون الفصل الثاني بـ(النسق المرئى في الخطاب الإشهاري للأمثال في مجمع الأمثال)، وجرى تقسيمه على مباحث ثلاثة، رصد المبحث الأول منه الصورة وفاعليتها الإشهارية، ووقف المبحث الثاني على دراسة الرمز في الخطاب الإشهاري، في حين تناول المبحث الثالث دراسة البعد السردي للخطاب الإشهاري، وقد تضمن الفصل الثالث دراسة(النسق الثقافى في الخطاب الإشهاري للأمثال في مجمع الأمثال) ، وقد توزع على ثلاثة مباحث، تضمن الأول دراسة الحمولة الثقافية الدينية ، ودرس الثاني الجملة الثقافية الاجتماعية، في حين رصد الثالث الحمولة الثقافية الساخرة، وخُتمت فصول الدراسة بخاتمة تضمنت النتائج التي توصلت إليها الدراسة، ثم قائمة المصادر والمراجع التي شكّلت روافد الدراسة، والتي ضمّت الكتب المطبوعة والإطاريح والرسائل الأكاديمية، والبحوث المنشورة في المجلات والدوريات المحكمة.

أخيراً، فليس لعمى أن يكون بلا صعوبات أو عراقيل تؤخر إنجازها، فقد مثّلت ندرة الدراسات التي تدرس الخطاب الإشهاري في المدونات اللغوية عقبة كبيرة في طريق إنجاز هذه الدراسة،

لكن رغبة الباحث في إنجازها، وجهود الأستاذ المساعد الدكتور سالم جمعة كاظم في توجيهه دفعة الدراسة، وارشاداته السديدة مكّنت الباحث من إتمامها، وحملت صفحاتها بصمته المضيئة، ومباركته الكريمة، فله مني دعائي بالتوفيق والسداد والتمكين من كل خير ورفعة، ولست أملك إلا أن أسجل شكري وعرفاني له، كما اسجل شكري وتقديري للأستاذ الدكتور علي جواد عبادة لما ابداه من مساعدة في توفير بعض المصادر أو ارشادي إليها، فله مني الشكر والدعاء بالتوفيق والسداد، كما لا يفوتني أن أقدم كبير شكري وعظيم امتناني لأساتذتي في قسم اللغة العربية في كلية الآداب، لما اولونا به من عناية واهتمام فأضاءوا لنا طرائق المعرفة والبحث العلمي، فجزاهم الله عنا كل خير وتوفيق، وآخر دعوانا ان الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خير خلقه أجمعين وآله الطيبين الطاهرين.

التمهيد

التمهيد

أولاً الخطاب الإشهاري في اللغة والاصطلاح

1) الخطاب في اللغة والاصطلاح

أ) الخطاب لغة

يحيينا المدلول المعجمي للخطاب إلى كونه كلاماً بين اثنين أو أكثر، فهو ((مراجعة الكلام))⁽¹⁾، ذلك أن المخاطبة تدلّ على المشافهة⁽²⁾، فيقال: خاطبه بالكلام يخاطبه خطاباً ومخاطبة، وهما يتخاطبان، أي يتبادلان الكلام⁽³⁾، وتمتدّ دلالة اللفظة لتتضمن ربط دلالة الخطاب بين الأمرين الجليل أو اليسير بالكلام، أو بعبارة أخرى عن سبب الكلام، ف((الخطب الأمر الذي تقع فيه المخاطبة، والشأن والحال))⁽⁴⁾، فالدلالة المعجمية للفظ (خطاب) تدلّ على الكلام سواءً أكانت مباشرة، أم غير مباشرة.

ب) الخطاب اصطلاحاً

لم تبتعد الدلالة الاصطلاحية للفظ (خطاب) عن الدلالة اللغوية، إذ نجد بينهما تقارباً في المدلول، ويحدد الكفوي (ت1094هـ)، دلالاته الاصطلاحية بقوله: ((اللفظ المتواضع عليه المقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه احتراز (باللفظ) عن الحركات والإشارات المفهمة بالمواضعة و(بالتواضع عليه) عن الألفاظ المهملة، و(بالمقصود به الإفهام) عن كلام لم يقصد به إفهام المستمع فإنه لا يسمى خطاباً، وبقوله: (لمن هو متهيئ لفهمه) عن الكلام لمن لا يفهم كالنائم))⁽⁵⁾، ونلاحظ في هذا التعريف الاصطلاحي، إن الكفوي يقيم ثلاثة أركان لتحقيق

(1) العين، الفراهيدي: 222/4.

(2) ينظر: الصحاح تاج العربية وصاح اللغة، الجوهري: 2237.

(3) ينظر: المحكم والمحيط الأعظم في اللغة، بن سيده: 75/5.

(4) لسان العرب، ابن منظور: 134/4.

(5) الكليات، الكفوي: 419.

مصطلح الخطاب، هي: قصدية الإفهام، والقناة الاتصالية التي يصل بها هذا الخطاب إلى المخاطب، والأثر الذي يحدثه فيه، وعرفه هاريس بأنه ((ملفوظ طويل، أو متتالية من الجمل، تكون مجموعة منغلقة، يمكن عبرها معاينة بنية سلسلة من العناصر، بواسطة المنهجية التوزيعية، وبشكل يجعلنا نطلّ في مجال لسانی محض))⁽¹⁾، وتمتد دلالاته الاصطلاحية لتشمل ((مجموعة من النصوص ذات العلاقات المشتركة))⁽²⁾، أي انه يبحث في سلسلة العلاقات التي تجمع مجموعة من الملفوظات، التي تؤثر في المتلقي، فهو يبحث في التشكلات الأدائية التي تتضمنها هذه النصوص لتحقيق سياقات دلالية، يمكن لها ان تؤثر في الآخر، وتأخذ بُعداً اجتماعياً، ينتج عنه تفاعلاً حوارياً، ليكون قناةً اتصالية مع غيره من الخطابات من جهة، ومع وعي المخاطبين من جهة أخرى، بهدف إقناعهم، وتتسع هذه الدلالة لتشمل النصوص المكتوبة، فهو ((نصّ مكتوب يُنقل بين مُرسل ومُرسل إليه))⁽³⁾، أي أنه قائم على قناة تواصلية بين المؤلف والمتلقي.

2) الإشهار في اللغة والاصطلاح

أ) الإشهار لغة:

الإشهار في اللغة من الفعل (شَهَرَ)، ويعني ((ظهور الشيء في شُعةٍ حتّى يشهره الناس))⁽⁴⁾، ((وهو أصلٌ صحيح يدل على وضوح في الأمر وإضاءة))⁽⁵⁾، وذهب الزبيدي إلى ان القيد

(1) تحليل الخطاب الروائي (الزمن، السرد، التبئير)، سعيد يقطين: 17.

(2) النص والخطاب والإجراء، روبرت دي بوجراند، ترجمة: د. تمام حسن: 6.

(3) معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب، مجدي وهبة، وكامل المهندس: 159.

(4) العين، الفراهيدي: 400/3، وينظر: لسان العرب، ابن منظور: 431/4.

(5) معجم مقاييس اللغة، احمد بن فارس: 222/3.

في اقتصار الإشهار على الأمر الشنيع ليس معروفاً، ورأى ان معناه وضوح الشيء⁽¹⁾، وهو إعلان الأمر وإذاعته بين الناس⁽²⁾، فالمعنى اللغوي يدور في فلك الإعلان وانتشاره بين الناس.

ب) الإشهار اصطلاحاً

أمّا في الاصطلاح، فهو تركيب لغوي يقوم على توظيف اللغة لغرض الإقناع⁽³⁾، ويرتكز مفهوم الإشهار على العلاقة بين النص والمتلقي، وطريقة استثمار الكاتب هذه العلاقة وتوظيفها بالاتجاه الذي يخلق من النص إشارات تجذب تفاعل المتلقي واهتمامه، وهو على هذا يتضمن ((عملية اتصالية بين طرفيين أساسيين، مرسل منتج، ومتلقٍ مستهلك))⁽⁴⁾، تستحضر هذه العملية اللغة بما تختزن من طاقات تعبيرية تمثل أدوات إقناعية لتحقيق وظيفة النص الإشهاري المتمثلة بالتأثير والتوجيه⁽⁵⁾، وبهذا تتحقق هذه الوظيفة.

على وفق ما تقدّم، نجد إنّ الخطاب الإشهاري لا يقتصر فقط على النصوص المكتوبة أو الملفوظة، إنما يمتدّ ليتضمن ((سمات لغوية ضمن نسقٍ رمزي مرئي، أو سمعي، أو لفظي، أو غير لفظي، ويستهدف المتلقين بقصدية استحضار المعاني لديهم والتأثير فيهم))⁽⁶⁾، وهو بهذا المعنى يشتمل على ما من شأنه ان يحمل رسالة موجهة إلى مجموعة من المتلقين بهدف التأثير فيهم، بغض النظر عن الوسيلة التي يتخذها لتحقيق هذا التأثير⁽⁷⁾.

(1) ينظر: تاج العروس من جواهر القاموس، مرتضى الزبيدي: 262/12.

(2) ينظر: المعجم الوسيط، إبراهيم انيس وآخرون: 498/1.

(3) ينظر: بنية النص الإشهاري، محمد عيلان (بحث): 216-215.

(4) الخطاب الإشهاري في النص الأدبي، دراسة تداولية، مريم الشنقيطي: 14.

(5) ينظر: في مفهوم الإشهار، د. هامل شيخ (بحث): 30.

(6) الخطاب الإشهاري عند داعش (دراسة في آليات التواصل)، واثق حسن مجهول (أطروحة دكتوراه): 9.

(7) ينظر: تحليل الخطاب في ضوء نظرية أحداث اللغة - دراسة تطبيقية لأساليب التأثير والإقناع الحجاجي في الخطاب النسوي في القرآن الكريم، د. محمود عكاشة: 25.

ثانياً، الفرق بين النص والخطاب

تعود الجذور الأولى في التداخل بين المصطلحين إلى مقالة هاريس حين أعلن تمرده على جملة بلومفيلد بوصفها ((مركباً لا يكون في قول ما جزءاً من مركب اكبر منه))⁽¹⁾، إذ نقل علم اللغة من الاهتمام بالجملة إلى الاهتمام ببنية اكبر اطلق عليها (الخطاب)، وعلى وفق هذه المقولات اللسانية، يؤشر النقاد في مساحة النص والخطاب فروقاً عدة، تستند إلى الماهية من جهة، وإلى الوظيفة من جهة أخرى، وتدور هذه الإشكالية حول الملفوظ/ المنطوق، والمكتوب، وتتمظهر هذه الإشكالية في ثلاث صور، الأولى الصورة الشكلية التي تفصح عن تشكّل النص والخطاب من عدد من الجمل المتوالية والمتلاحمة مع بعضها، والثانية هي الصورة الوظيفية وترتكز على الأثر الذي يتركه النص/ الخطاب في المتلقي، إذ يكونانبنية تواصلية تامة⁽²⁾، والصورة الثالثة التلفظية وهي مدار الإشكالية بين المصطلحين تقوم على توظيف الصورة الشكلية في أداء الوظيفة، وتتمثل هذه الإشكالية في كون النص يندرج تحت نظام اللغة وقوانينها، في حين أنّ الخطاب يشتمل على السياقات الخارجية عن هذا المفهوم، وهو ما يمكن التعبير عنه بالمقام⁽³⁾، ويحيلنا هذا التتبع التاريخي للعلاقة بين النص والخطاب إلى حصر اشكال هذه العلاقة بثلاثة اشكال على وفق مقولات المدارس اللسانية المختلفة، يندرج الشكل الأول ضمن المشروع اللساني البنيوي الذي يجعل من النص مرادفاً للخطاب، واما الشكل الثاني فينطلق من مقولات المنظور السيميائي، في حين يندرج الشكل في مقولات ما بعد البنيوية، التي تمثلت في طروحات ميشيل فوكو الذي منح الخطاب مفهوماً آخر عبر النظر إليه من زاوية فلسفية، ترتبط بنظريته في (أركيولوجيا المعرفة)، التي تُعدّ ((عملاً من أعمال التنقيب والحفر في العقل، عقل الإنسان وممارسته ومعرفته، فهو يشير .. إلى محاولات

(1) أصول تحليل الخطاب في النظرية النحوية العربية (تأسيس نحو النص)، محمد الشاوش: 37/1.

(2) ينظر: الكلية بين الوظيفية والنمطية، احمد المتوكل: 22.

(3) ينظر: الاسهامات النصية في التراث العربي، بن الدين بخولة (أطروحة دكتوراه): 32-33.

إعادة النظر في وضع المعرفة وحفرياتهما وتحديد آرائها القطعية ومنهجياتها الجاهزة، كما انه يشير إلى نمط معرفي جديد لتحليل الخطاب - سواء كان صيغة أدبية أم قضية علمية أم مشكلة سياسية أم هذياناً ذهانياً - عبر السياق المعرفي والاجتماعي والحضاري الذي يظهر فيه⁽¹⁾. وعبر بحث علاقات الترابط التي تتكون بين الخطاب وبين غيره من الممارسات غير الخطابية.

وعلى وفق ما تقدّم، يمكننا رصد تمظهرات هذه الإشكالية في الخطاب النقدي، إذ لا يرى بعض النقاد فرقاً بين المصطلحين، ف(بول ريكور) يراهما مترادفين، ويدعو إلى ذلك بقوله ((نسّم نصّاً كلّ خطابٍ تُثبته الكتابة))⁽²⁾، ويستند في هذا إلى حصرهما بالكتابة، واستبعاده الملفوظ من دائرة المصطلحين، فالأساس عنده التثبيت بالكتابة، ((لأن الكتابة هي التجلي الكامل للخطاب))⁽³⁾، وما دام باقياً بوصفه فعلاً ملفوظاً فلا يمكن عدّه خطاباً الا بالتثبيت عبر الكتابة⁽⁴⁾.

ولم يجد رولان بارت فارقاً بين المفهومين، فالنص عنده ((يظل على كل الأحوال متلاحماً مع الخطاب، فليس النص الا خطاباً، ولا يستطيع ان يوجد الا عبر خطاب آخر، بمعنى إنّ ما وراء الجملة يلتحق بالخطاب، الذي هو علم معياري قديم وهو البلاغة))⁽⁵⁾، ونجد مثل هذا المذهب عند فاوولر الذي يقول: ((ان كل نص خطاب فعل لغة من لدن مؤلف ضمني له تصميم محدد لقارئ ضمني محدد الهوية))⁽⁶⁾، إذ يعتمد على الأثر الذي يتركه النص/ الخطاب

(1) مفهوم الخطاب في النظرية النقدية، عبد الرحمن حجازي (بحث): 5.

(2) من النص إلى الفعل (أبحاث التأويل)، بول ريكور، ترجمة: محمد برادة، وحسان بورقية: 105.

(3) نظرية التأويل: الخطاب وفائض المعنى، بول ريكور، ترجمة سعيد الغانمي: 55.

(4) ينظر: المصدر نفسه: 57-58.

(5) الاسلوبية وتحليل الخطاب (دراسة في النقد العربي الحديث)، نور الدين السد: 31.

(6) اللسانيات والرواية، روجر فاوولر، ترجمة: لحسن احمامة: 66.

في المتلقي عبر فعل القراءة الذي يعمل على إنتاج الدلالة للنص، وتحذو جوليا كريستيفا حذو فوكو وبارت في عدّ النص خطاباً، فتقول: ((النص الادبي خطاب يخترق حالياً وجه العالم والأيدلوجيا، والسياسة ويتطلع لمواجهتها وفتحها، وإعادة صهرها، ومن حيث هو خطاب متعدد ومتعدد اللسان احياناً، ومتعدد الأصوات غالباً))⁽¹⁾، وعلى وفق هذه المقولات، تتضح العلاقة بين النص والخطاب، بناءً على المعنى الذي يؤديه عبر الترابط بين ملفوظاته، التي تتضمن حمولات دلالية تدفع المتلقي إلى اكتشافها، وتحليل دلالاتها، بالشكل الذي يجعل من النص خطاباً مسترسلاً قائماً على بنية قابلة للفهم والتحليل⁽²⁾.

اما على المستوى النقدي العربي، فنجد ان محمد عابد الجابري قد تبني هذه الرؤية في عدّ النص خطاباً، مرتكزاً على الوظيفة التي يحققها كلاهما، وهذا ما نفهمه من تعريفه للنص بقوله ((النص رسالة من الكاتب إلى القارئ، فهو خطاب، فالاتصال بين الكاتب والقارئ إنما يتم عبر النص، [...])، فالكاتب يريد ان يقدم فكرة أو وجهة نظر معينة في موضوع معين، وهذا خطاب، والقارئ يتلقى هذه الفكرة أو الوجهة من النظر كما يستخلصها هو من النص وبالطريقة التي يختارها، بفعل العادة أو بوعي وإرادة، وهذا تحليل الخطاب أو قراءة له))⁽³⁾، فالجابري لم يعتد بالصورة الشكلية أو التلفظية، إنما يهتم بالصورة الوظيفية في تعريفه اعتماداً على التواصلية بين الكاتب والقارئ.

اما على صعيد التفريق بين المفهومين في النقد الغربي، فقد قامت دراسات شورت وليتش على التفريق بينهما، عبر دراسة بلاغة النص بصورة منعزلة عن دراسة بلاغة الخطاب، وهي دراسات اسلوبية قامت على دراسة العلاقة بين الجمل النصية على مستوى النص، اما على

(1) علم النص، جوليا كريستيفا، ترجمة: فريد الزاهي: 13.

(2) ينظر: الاسلوبية وتحليل الخطاب، نور الدين السد: 27/2.

(3) الخطاب العربي المعاصر، محمد عابد الجابري: 10.

مستوى الخطاب فقامت على دراسة مظاهر انسجام النص واتساقه على مستوى الخطاب⁽¹⁾، وقد قدّم فان دأيك تمييزاً أكثر تحديداً بين مفهومي النص والخطاب، إذ نظر إلى إلهما عبر البنيات التي يتشكلان منها، فنظر إلى النص بوصفه بنية تجريدية، وإلى الخطاب بوصفه بنية لسانية، ((فالنص مظهر تجريدي بينما الخطاب يجسد وحدة لسانية تتجلى في ملفوظ لغوي))⁽²⁾، فيما اختار هاليداي ورقية حسن الوقوف على الوحدة والانسجام والعلاقة مع السياق بوصفه فوارق جوهرية بين النص والخطاب، عبر تمظهرات سياقه وأثره على المتلقي وعلاقته بالسياقات غير اللسانية⁽³⁾.

وعلى وفق هذا، ترى خلود العموش ان ثمة فارقاً بين المفهومين، ويتمثل هذا الاختلاف في ((إنّ الخطاب كلمة تستخدم للدلالة على كل كلام متصل اتصالاً يمكنه من ان ينقل رسالة كلامية من المتكلم أو الكاتب، وليس كلّ خطاب نصاً، وان كان كلّ نص بالضرورة خطاباً، فالكلام المتصل خطاب، ولكنه لا يكون نصاً الا اذا اكتمل ببداية ونهاية وعبر عن موضوعه ببناء متماسك منسجم))⁽⁴⁾، فهي تشير إلى شمولية الخطاب وخصوصية النص، وتتنظر إلى الشكل وتشكيلاته حتى يحتوي النص الخطاب.

ثالثاً) الخطاب بين البلاغة القديمة والجديدة

فرض الخطاب وجود رسالة يريد المتكلم إيصالها إلى المتلقي، وهو ما يجبره على توظيف الفنون البلاغية التي تجعل من الخطاب خطاباً جمالياً، يمكن للمتلقي ان يُدهش به، فيتفاعل مع أفكاره، ومن ثمّ تحقق تأثير هذا الخطاب به، ولهذا فإنّ الخطاب يمكن وصفه بأنه ((حدثاً لغوياً، لأنه لا يخرج عن هذا الإطار كونه ضمن شمولية ما يعنيه الحدث اللغوي، فهو احدى

(1) ينظر: انفتاح النص الروائي، سعيد يقطين: 13.

(2) الخطاب القرآني، دراسة في العلاقة بين النص والسياق، خلود العموش: 24.

(3) ينظر: المصدر نفسه: 24.

(4) المصدر نفسه: 24.

وسائل المتكلم لتوصيل أفكاره أو رغباته، في الوقت الذي يعدُّ مثيراً للسامع لاختيار سلوك معين أو عمل ما⁽¹⁾، فهو يتحرى الصياغة اللغوية القائمة على توظيف فنون الكلام لإيصال هذه الرسالة.

وقد شغلت هذه الفنون الدرس البلاغي، فكان ميدانه مطابقة الكلام لمقتضى الحال، وخلال ذلك تعرض البلاغيون إلى أركان الخطاب، وهذا ما يتضح في قول بشر بن المعتمر: ((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 الحالات))⁽²⁾، فهو يربط بين صناعة الكلام على وفق الفنون البلاغية التي تؤسس لمطابقة الكلام لمقتضى الحال من جهة، وأثر هذه الصناعة على السامعين، انسجاماً مع ما أوضحه النص السابق من أركان الخطاب، بوصفه رسالة من مرسل إلى متلقٍ، فشرع في رسم المسار البلاغي القائم على فتح قنوات التواصل بين المرسل والمستقبل، وهو بهذا يركز على قيمة التواصل بينهما عبر هذه القناة/ الرسالة.

وعلى الرغم من تركيز البلاغيين العرب في الدرس القديم على المتلقي بوصفه أداة ثانية في إنتاج المعنى وتمثله إلا أنهم أولوا اهتماماً بالطرائق التي يُساق بها القول للمتلقي باعتبار أن القول هو الأداة التي توصل رسالة المؤلف إلى متلقيه، ولهذا وضع جملة من المعايير التي تجعل من النص نصّاً جمالياً، فالدرس البلاغي القديم كان قد درس البلاغة عن طريق قواعد البلاغة وشروطها والتي نلاحظها في التشبيه والاستعارة والكناية... وما إلى ذلك من

(1) الخطاب في نهج البلاغة (بنيته، وإنماطه، ومستوياته)، دراسة تحليلية، د. حسين العمري: 255.

(2) البيان والتبيين، الجاحظ: 1/ 138-139.

فنون البلاغة العربية فضلاً عن دراستها من زاوية البحث عن جماليات النص عبر المعنى⁽¹⁾، فوظيفة البلاغة بهذا الاجراء هي ((وصف الطرائق الخاصة في استعمال اللغة وتصنيف الأساليب بحسب تمكنها في التعبير عن الغرض تعبيراً يتجاوز الإبلاغ إلى التأثير في المتكلم أو إقناعه))⁽²⁾، ويعبر ابن قتيبة (ت276هـ) عن مفهوم الاداء بالأسلوب، فيقول: ((فالخطيب من العرب إذا ارتجل كلاماً في نكاح أو حمالة أو تحضيض أو صلح أو ما اشبه ذلك، لم يأت به من واد واحد، بل يفتن فيختصر تارة ارادة التخفيف، ويطيل تارة ارادة الافهام، ويكرر تارة ارادة التوكيد، ويخفي بعض معانيه حتى يغمض على اكثر السامعين، ويكشف بعضها حتى يفهمه بعض الاعجميين، ويشير إلى الشيء ويكني عنه، وتكون عنايته بالكلام على حسب الحال وكثرة الحشد وجلالة المقام))⁽³⁾، فهو يوضح اهمية تأدية المعاني على وفق ما يقتضيه المقام، والتنوع في ادائها بحسب ما يقتضيه المقام، لتحقيق الغاية من النصوص في أيسال المعنى إلى المتلقين.

ويعد أبو هلال العسكري (ت395هـ) من البلاغيين والنقاد الذين تناولوا العناصر المكونة للخطاب في كتاب الصناعتين⁽⁴⁾ والربط بين هذه الأركان وبين الأداء البلاغي لتحقيق الوظيفة البلاغية في الخطاب، في حين نجد ابن رشيق القيرواني (ت456هـ) ينقل عن المتقدمين ما يؤكد العلاقة بين أركان الخطاب بوصفه محوراً للعلاقة بين الكاتب والمتلقي عبر وظيفة الأداء البلاغي فيه، قائلاً: ((البلاغة الفهم والافهام وكشف المعاني في الكلام، ومعرفة الاعراب، والاتساع باللفظ، والسداد في اللفظ، والمعرفة بالقصد، والبيان في الاداء وصواب الاشارة،

(1) ينظر: المعايير البلاغية في الخطاب النقدي العربي القديم في القرنين الرابع والخامس الهجريين، محمود خليل خضير (رسالة ماجستير): 11.

(2) التفكير البلاغي عند العرب اسسه وتطوره إلى القرن السادس الهجري، حمادي صمود: 47.

(3) تأويل مشكل القرآن، ابن قتيبة الدينوري: 13.

(4) ينظر: الصناعتين، أبو هلال العسكري: 174.

وإيضاح الدلالة، والمعرفة في القول، والاكتفاء بالاختصار عن الاكثار⁽¹⁾، فابن رشيق هنا يناقش وظيفة البلاغة في إيصال المعنى واحداث الافهام بالنسبة للمتلقي.

ولو انتقلنا إلى عبد القاهر الجرجاني(ت471هـ) لرأيناه يُفصلُ القولَ في أركان الخطاب بقوله: ((فلو أنك عمدتَ إلى بيتٍ شعرٍ أو فصلٍ نثرٍ فعددتَ كلماته عدّاً كيف جاءَ واتفق، وأبطلتَ نضدهُ ونظامهُ الذي عليه يُبنى وفيه أُفرِغَ المعنى وأجرى، وغيّرتَ ترتيبهُ الذي بخصوصيته أفادَ كما أفاد ، وبنسقه المخصوص أبان المراد نحو أن نقولَ في (قفا نبك من ذكرى حبيب ومنزل)، (منزل قفا ذكرى من نبك حبيب) أخرجته من مجال البيان إلى مجال الهذيان ، نعم وأسقطتَ نسبتهُ من قائله ، وقطعتَ الرّجَمَ بينهُ وبين منشئه، بل أحلت أن يكون له إضافة إلى قائل، ونسب يختصُ بمتكلم))⁽²⁾، فالتأمل في هذا النص يجد اشتماله على عناصر الخطّاب وهي القائل، والمخاطب والقول، فضلاً عن تحقيق الترابط والاتساق والانسجام بين أجزاء الكلام، بوصفها أدوات بلاغية لتحقيق تأثير النص فيمن يتلقيه.

بينما نجد السكاكي(ت626هـ) في سياق تعريفه للبلاغة يؤكد على الربط بين الحرص على تأدية المعنى المطلوب، وبين العناية بالوسائل التعبيرية اللغوية والمجازية التي بإمكانها تأديته وبما يحقق الافهام والتوصيل، اذ يقول: ((هي بلوغ المتكلم في تأدية المعاني حدا له اختصاص بتوفيه خواص التراكيب حقها، وإيراد أنواع التشبيه والمجاز والكناية على وجهها...))⁽³⁾، وهو بذلك يجعل من اساليب التحليل اللغوي وسائل ادائية تؤثر في مستوى النصوص الجمالي وتأثيره في المتلقي.

(1) العمدة في محاسن الشعر وآدابه ونقده، ابن رشيق القيرواني: 247/1.

(2) أسرار البلاغة، عبد القاهر الجرجاني: 2.

(3) مفتاح العلوم، السكاكي: 415.

ويجعل ابن الاثير (ت637هـ) القوة في القول اعتماداً على تصرف صاحب النص بالفنون البلاغية وطرائق ادائها ضمن مناقشته أبيات جرير في هجاء الفرزدق، اذ عبر عن المعنى الواحد بأكثر من اسلوب⁽¹⁾، وهو ما يعني تنبه ابن الاثير لفكرة الترابط بين المعاني وطرائق ادائها في النصوص الادبية⁽²⁾.

أما الناقد حازم القرطاجني (ت684هـ) فقد نظر إلى الخطاب بوصفه نصاً يجب ان يشتمل على عناصر ليكون خطاباً فاعلاً على مستوى التلقي، فقد أشار إشارة واضحة إلى هذه العناصر عبر ذكره للأقويل الشعرية بأنّها ((تختلف مذاهبها وإنحاء الاعتماد فيها بحسب الجهة أو الجهات التي يعتني فيها بإيقاع الحيل التي هي عمدة في إنهاض النفوس لفعل شيء أو تركه أو التي هي أعوان للعمدة وتلك الجهات هي ما يرجع إلى القول نفسه وما يرجع إلى القائل، أو ما يرجع إلى المقول فيه، أو ما يرجع إلى المقول له))⁽³⁾ فلو تأملنا هذا النص لوجدنا أنّ القرطاجني قد حدد هذه العناصر، وهي⁽⁴⁾:

ما يرجع إلى القول نفسه = الخطاب

ما يرجع إلى القائل = المخاطب

ما يرجع إلى المقول فيه = الموضوع

ما يرجع إلى المقول له = المخاطب

نستنتج من ذلك أنّ من الباحثين من يؤكد على وجوب معرفة سياق التخاطب الذي يتألف من أركان عديدة هي المرسل: وهو المتكلم الذي ينتج الخطاب، والمتلقي: وهو المستمع الذي

(1) ينظر: المثل السائر في ادب الكاتب والشاعر، ابن الاثير: 383/2.

(2) ينظر: البلاغة والاسلوبية، محمد عبد المطلب: 14.

(3) منهاج البلغاء وسراج الأدباء، حازم القرطاجني: 346.

(4) ينظر: الخطيئة والتكفير من البنيوية إلى التشرحية قراءة نقدية لنموذج إنساني معاصر مقدمة نظرية ودراسة تطبيقية:

عبد الله محمد الغزامي: 15-16.

يتلقى الخطاب، والموضوع: وهو مدار الحديث الكلامي، والمقام: وهو زمان ومكان الحدث وكذلك العلاقات بين المتفاعلين بالنظر إلى تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات، والقناة: أي الوسيلة التي يتم بها التواصل كأن تكون كلام، كتابة، إشارة وشكل الرسالة: أي الشكل المقصود موعظة، خطبة، رسالة⁽¹⁾.

وعلى وفق ما تقدم، فقد تناولت البلاغة العربية القديمة دراسة الخطاب على وفق أركانه الثلاثة، بالشكل الذي يكشف عن المحددات التي تجعل من الخطاب خطاباً تواصلياً بين المتكلم والمخاطب من جهة، وتحقيق تأثيره في المتلقي من جهة أخرى.

أما في الدرس البلاغي الحديث فقد تعرّض المحدثون للتوظيف الادائي للأساليب البلاغية في إنتاج المعنى وإيصاله في الخطاب، فنلاحظ أنّ تعريف البلاغة قد اعتمد على وظيفتها في الكلام العربي، فيعرفها عبد العزيز عتيق بأنّها: ((وضع الكلام في موضعه من طول وإيجاز، وتأدية المعنى أداء واضحاً بعبارة صحيحة فصيحة، لها في النفس أثر خلاب، مع ملاءمة كل كلام للمقام الذي يقال فيه، وللمخاطبين به))⁽²⁾، والواضح ان هذا التعريف لم يخرج عن التعريف التراثي في بيان أهمية الاداء البلاغي في إيصال المعنى، فضلاً عن الإشارة إلى البعد التداولي للنصوص.

ويذهب محمد عبد المطلب إلى جعل الأسلوبية كاشفة عن مكامن الجمال في الاداء البلاغي عبر تركيز الأسلوبية على البحث عن (كيفية ما يقال)، لتتحول البنى اللغوية في النص إلى قيم جمالية يكشف عنها الاداء البلاغي⁽³⁾، وبذلك أصبح الاداء البلاغي يمثل الأسلوب الذي عبره يعبر النص عن رؤية كاتبه ومعانيه، فحلت الدراسات الأسلوبية محل الدراسات البلاغية في دراسة جمالية العلاقة بين الشكل والمضمون من ناحية توظيف الأساليب البلاغية في

(1) ينظر: لسانيات النص مدخل إلى انسجام الخطاب، محمد خطابي: 52-53.

(2) في البلاغة العربية، علم المعاني، عبد العزيز عتيق: 10.

(3) ينظر: البلاغة والأسلوبية، محمد عبد المطلب: 4.

إنتاج المعنى، وقد رأى عبد المطلب ان الدراسة الاسلوبية يمكن لها ((إن تستوعب انواع الأداء))⁽¹⁾، والذي نظرت إليه الدراسات القديمة نظرة محدودة ضمن بيئات النقد القديم ومتطلباته، لكن عبد المطلب لم يبخل حق البلاغة العربية في دراساتها للأداء البلاغي والكشف عن جماليته، ويذهب إلى ان البلاغة ((لم تعد قادرة على الاحتفاظ بكل حقوقها القديمة التي كانت تناسب فترة معينة من ماضينا، والتي يجب على الباحث في الاسلوبية وضعها في اعتباره))⁽²⁾.

أما في الدرس المعاصر، فإن الأداء البلاغي يتمثل في مفاهيم جديدة لم يتطرق لها الدرس البلاغي في عصوره الاولى بشيء من الاصطلاحية، إنما اشار إليها في غير موضع من مصنفات البلاغيين العرب، فصارت مصطلحات التداولية والإقناع والحجاج والخطاب والتأثير تحل محل الاداء في إيصال المعنى، وهو ما يكشف عن الإهتمام بالقيمة الفنية للنصوص وأثرها في التلقي عبر توظيف طرائقالكلام ومذاهبه، فيجعل العمري البلاغة ((علم الخطاب المؤثر القائم على الاحتمال))⁽³⁾، ويدرس من حيث الكفاءة التعبيرية التي تتمثل في جعل الكلام بليغاً، وعلم البلاغة الذي يصف هذه الكفاءة ويكشف عن جمالياتها.

يمكننا القول هنا ان كلاً من الاسلوب والبلاغة الجديدة بإجراءاتها القائمة على توظيف الخطاب الإقناعي والحجاجي إنما هو اعادة إنتاج تلك البنيات البلاغية التي أرسى قواعدها الكلام العربي، وأصلتها الدراسات النقدية العربية في عصورها الزاهرة.

ونجد إن تحول مسارات تحليل الخطاب من المعيارية المتمثلة بالبلاغة القديمة إلى الوصفية المتمثلة بالبلاغة الجديدة القائمة على دراسة مظهرات الاتساق والانسجام في الخطاب الادبي،

(1) البلاغة والاسلوبية، محمد عبد المطلب: 9.

(2) المصدر نفسه: 354.

(3) أسئلة البلاغة في النظرية والتاريخ والقراءة، محمد العمري: 18.

قد منحت الدراسات النقدية مساحة أوسع في الوقوف على تجليات الجمال والدهشة في الخطاب الأدبي.

رابعاً: إضاءة في حياة الميداني:

1) اسمه ونسبه وولادته:

العلامة أحمد بن محمد بن أحمد بن إبراهيم الميداني أبو الفضل النيسابوري، الكاتب اللغوي، تلميذ الواحدي المفسر، الأديب المشهور، إمام عصره⁽¹⁾. والميدان محلة من محال نيسابور كان يسكنها⁽²⁾، فيقال له الميداني؛ لأنه سكن تلك المحلة بأعلى ميدان زياد بن عبد الرحمن⁽³⁾. ولد في سنة أربع وثلاثين وأربعمائة⁽⁴⁾.

2) صفاته

وهو أديب فاضل عالم، كان عارفاً بالنحو واللغة، وبارعاً في العربية والأصول والأخبار⁽⁵⁾. وقيل انه ((أتقن فن العربية خصوصاً اللغة وأمثال العرب، وله فيها التصانيف المفيدة، منها كتاب الأمثال المنسوب إليه ولم يعمل مثله في بابيه، وكتاب السامي في الأسامي وهو جيد في بابيه، وكان قد سمع الحديث ورواه))⁽⁶⁾.

(1) ينظر: نزهة الألباء في طبقات الأدباء، كمال الدين الأنباري: 288، ووفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، ابن خلكان: 148/1، وسير أعلام النبلاء، الذهبي: 353/14.

(2) ينظر: معجم الأدباء، إرشاد الأريب إلى معرفة الأديب، ياقوت الحموي: 511/2.

(3) ينظر: إنباه الرواة على إنباه النحاة، القفطي: 1/ 156، ووفيات الأعيان، ابن خلكان: 148/1.

(4) ينظر: تاريخ الإسلام ووفيات المشاهير والأعلام، الذهبي: 286/11.

(5) ينظر: معجم الأدباء، الحموي: 511/2، والوافي بالوفيات، صلاح الدين الصفدي: 213 / 7.

(6) وفيات الأعيان، ابن خلكان: 148 / 1.

أخذ عن أبي الحسن علي بن أحمد الواحدي⁽¹⁾، واختص بصحبته، ثم قرأ على غيره، وأتقن العربية لاسيما اللغة وأمثال العرب⁽²⁾، يعد إمام أهل الأدب في عصره، وقيل انه ((اشتهر بأدبه، وعرف في البلدان بتصانيفه الحسان المشهورة، قرأ الأصول وأحكمها، ثم أخذ في التّصنيف، فأحسن كلّ الإحسان فيما جمعه وصنّفه، وأربى على من تقدّم بالترتيب والتحقيق، واستدرك على بعض من زلّ قبله من المصنّفين، وأصلح مواضع الغلط ... وله يد باسطة في أنواع الأدب))⁽³⁾، وقيل ((أنه كان متواضعاً سليم العقيدة، مرضي الطريقة))⁽⁴⁾.

3 مصنفاته

للميداني مصنفات كثيرة منها في الأمثال والنحو واللغة من أهمها كتاب جامع الأمثال جيّد بالغ⁽⁵⁾، ولم يعمل مثله في بابهِ وفيه سنّة آلاف مثل ويعرف اليوم بكتاب (مجمع الأمثال). وكتاب السامي في الأسامي، وهو جيد في بابهِ. وكتاب الأنموذج في النحو، وكتاب الهادي للشادي، وكتاب النحو الميداني، وكتاب نزهة الطرف في علم الصرف، وكتاب شرح المفصّليات، وكتاب منية الرازي في رسائل القاضي⁽⁶⁾، والهادي في الحروف والأدوات، وكتاب المصادر⁽⁷⁾.

(1) ينظر: نزهة الألباء في طبقات الأدباء، الانباري: 288، والوافي بالوفيات، الصفدي: 213/7.

(2) ينظر: قلادة النحر في وفيات أعيان الدهر، الطيب بامخرمة: 51/4.

(3) إنباه الرواة على أنباه النحاة، القفطي: 157-156/1.

(4) تاريخ الإسلام، الذهبي: 286/11.

(5) ينظر: معجم الأدباء، الحموي: 512-511/2.

(6) ينظر: نزهة الألباء في طبقات الأدباء، الانباري: 288، ومعجم الأدباء، الحموي: 512-511/2، وسير أعلام النبلاء،

الذهبي: 353/14، والوافي بالوفيات، الصفدي: 213/7، والبلغة في تراجم أئمة النحو واللغة، الفيروزآبادي: 82.

(7) ينظر: إنباه الرواة على أنباه النحاة، القفطي: 157/1، 159، والوافي بالوفيات، الصفدي: 213/7.

4 وفاته

توفي في يوم الأربعاء الخامس والعشرين من شهر رمضان⁽¹⁾، سنة ثمانى عشرة وخمسمائة⁽²⁾، ليلة القدر، ودفن بمقبرة الميدان⁽³⁾، وصلى عليه الإمام شاهقور⁽⁴⁾.

خامساً: نظرة في كتاب مجمع الأمثال:

هو كتاب جامع للأمثال العربية القديمة يعدّ من ((أوسع الكتب وأشملها))⁽⁵⁾، ويعدّ من أهم كتب الأمثال على الإطلاق حتى قيل لم يعمل في بابه مثله⁽⁶⁾، وقد أشار ضياء الدولة أبو علي محمد بن ارسلان إلى أبي الفضل الميداني بجمع الكتاب ووضعه فاستجاب له وقبّل أن يشرع في تأليف الكتاب أطلع على خمسين كتاباً فأجتمع على قدر كبير منها، كما جاء في مقدمته قائلاً: ((لقد تصفحت أكثر من خمسين كتاباً، ونَحَلْتُ ما فيها فصلاً فصلاً وباباً باباً، مفتشاً عن ضَوَائِها زوايا البقاع...))⁽⁷⁾، فألف مجمع الأمثال، فوضع له منهجاً خاصاً، فوضع الأمثال في ثلاثين باباً، كل باب على حرف من حروف العربية، مرتبة على وفق الحرف الأول من المثل، ثم أعقب كل باب الأمثال التي جاءت على وزن أفعل، ثم ألحقها بأمثال المولّدين، فالكتاب ((مشمّل على غُثّها وسَمِينها، محتوٍ على جاهليها وإسلاميها))⁽⁸⁾، أما الباب التاسع والعشرين فجعله في أيام العرب، أما الباب الأخير فجعله في أحاديث الرسول (9) والصحابة والخلفاء الراشدين.

(1) ينظر: إنباه الرواة على أنباه النحاة، القفطي: 1/ 157، وسير أعلام النبلاء، الذهبي: 14/ 353.

(2) ينظر: البلغة في تراجم أئمة النحو واللغة، الفيروزآبادي: 82، وقلادة النحر في وفيات أعيان الدهر، بامخرمة: 4/ 51.

(3) ينظر: معجم الأدباء، الحموي: 2/ 511، والوافي بالوفيات، الصفدي: 7/ 214.

(4) ينظر: إنباه الرواة على أنباه النحاة، القفطي: 1/ 157.

(5) الطبيعة في مجمع الأمثال دراسة تحليلية، د. عهود حسين جبر، د. رحيم خريبط الساعدي (بحث): 120.

(6) ينظر: وفيات الاعيان، ابن خلكان: 1/ 148.

(7) مجمع الأمثال، الميداني: 4/ 1 (المقدمة)

(8) المصدر نفسه: 4/ 1 (المقدمة)

وسمي الكتاب بمجمع الأمثال ((لاحتوائه على عظيم ما وَرَدَ منها، وهو ستة آلاف ونيف))⁽¹⁾، وقد حقق بتحقيقات عدّة منها:

1. تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد/ بيروت، مطبعة السنة المحمدية، 1955م.
2. تحقيق: محمد علي قاسم/ دار ومكتبة المعارف، 1986م.
3. تحقيق: أبو الفضل إبراهيم/ بيروت، دار الجيل، 1987م.
4. تحقيق: نعيم حسين زرزور/ بيروت، دار الكتب العلمية، 1988م.
5. تحقيق: جان عبد الله توما/ بيروت، دار صادر، 2002م.

من المآخذ التي قيلت في الكتاب ما قالتها الدكتورة عهد حسين جبر بأنه اتصف ((بالغلو والإغراق في أيراد قصص شتى عن المثل، ويجعل القارئ هو من يختار أي قصة أصح أو الأصل))⁽²⁾، والحقيقة أن الميداني ذكر الروايات التي تقال في المثل الواحد لينقل كل السياقات التي تضرب في هذا المثل. ثم عادت د. عهد جبر في رأيها وأشارت في نهاية البحث قائلة: ((وقد عدّ التكرار المفرط من نظرات الكتاب، فهو يورد المثل الواحد بأكثر من شكل، وهذا أمر طبيعي، فمن الممكن أن يحسب هذا التكرار من حسنات الميداني لا عليه، فالرجل يتتبع المثل بصورة المختلفة التي ورد فيها، لأن الأمثال ترد بعدة أنساق، فإن هذه الأمثال يصيبها التغير بمرور الزمن، وهذا الأمر طبيعي...))⁽³⁾.

ومن المميزات التي قيلت عن الكتاب أنه تميز بالسعة والشمول وهذا دال على الجهد الكبير الذي بذله المؤلف، مما جعل المؤلف يورد أمثال المولدين دون أن يشرحها، ولم يعطها العناية كما اهتم بالأمثال الفصيحة القديمة⁽⁴⁾. ويرى الباحث أن أمثال المولدين هي أمثال معروفة

(1) مجمع الأمثال، الميداني: 5/1 (المقدمة)

(2) الطبيعة في مجمع الأمثال دراسة تحليلية، د. عهد حسين جبر: 121

(3) المصدر نفسه: 140-141.

(4) المصدر نفسه: 140.

لدى عامة الناس في عصره، فلا تحتاج إلى شرح أو تفسير، إلا إنها اليوم بعد اختلاط اللغة العربية الفصيحة بالعامية الدارجة أصبحت الأمثال تحتاج إلى شرح وعناية لأن بعض الألفاظ فيها أصبحت بها حاجة إلى معجمات لبيان معانيها.

الفصل الأول

النسق اللساني للخطاب الإشهاري
في مجمع الأمثال

المبحث الأول: الحجاج.

المبحث الثاني: الأفعال الانجازية.

المبحث الثالث: الاستلزام الحوارية.

الفصل الأول

النسق اللساني للخطاب الإشهاري في مجمع الأمثال

المبحث الأول

الحجاج في الخطاب الإشهاري

يُعدّ الحجاج استراتيجية تعبيرية تمكّن الخطاب من التأثير في المتلقي عبر توظيف البنى اللسانية في تحقيق هذه الغاية، إذ يحيل مفهوم الحجاج إلى الإقناع، ومن ثمّ إلى ((وجود اختلاف بين طرفين، يحاول طرف واحد أو كلاهما إقناع الآخر بوجهة نظره، وذلك بتقديم الأسباب والعلل التي تكون حجة مدعومة أو داحضة لفكرة أو رأي أو سلوك ما))⁽¹⁾، ومن هنا يتسلل الخطاب الإشهاري في إنشاء علاقته بالحجاج لتوسعة مدى استمالة المتلقي وإقناعه وامتناعه عبر توظيف آليات الحجاج على المستويين اللغوي والصوري لمدّ جسور التواصل بين المتكلم والمتلقي⁽²⁾، فضلاً عن إنّ المُشهرّ في سعيه إلى الترويج عن الخطاب فانه يسعى إلى توظيف الممكنات اللغوية الباعثة على تسليم المتلقي بالإرسالية التي يسوّقها إليه المُشهرّ، فقد وجد في الحجاج ضالته في تحقيق مقصديته، حتى صار الخطاب الإشهاري خطاباً حجاجياً لما ينطوي عليه من استراتيجيات الإقناع والتأثير والإستحواذ على المتلقي، وتحوّله من خطاب معلّب إلى سلطة موجهة تأخذ المتلقي إلى حيث تريد لتغيّر من قناعاته أو معتقداته أو مواقفه، وحمله على الازدعان والتسليم⁽³⁾ عبر ((مجموعة متسلسلة من الأدلة التي تعمل على إقناع المرسل إليه بأطروحته ثم الدفع إلى إنجاز فعل خاص من أجل تحقيق ما يهدف إليه))⁽⁴⁾، فالإشهار يلتقي بالحجاج في زاوية القصدية التي يتغياها، وهي ((التواصل والتفسير

(1) اسلوبية الحجاج التداولي، تنظير وتطبيق على السور المكبة، مثني كاظم صادق: 15-16.

(2) ينظر: الحجاج في الخطاب الإشهاري مقارنة سيموداولية لخطابات جازي في جريدة الخبر، مزيان ناجية(بحث): 287.

(3) الخطاب الإشهاري في النص الادبي، دراسة تداولية، مريم الشنقيطي: 69.

(4) الإشهار في الخطاب القرآني، دراسة في الخطاب المكّي، رشا محمد حسين(أطروحة دكتوراه): 33.

واضفاء المشروعية على وجهة نظر ما، واقتسامها، ان لم يكن القصد اقضاء خطابات منافسة من أجل الهيمنة⁽¹⁾، فالإقناع وما يستلزمه من هيمنة وإستحواذ هي ما يجعل الخطاب الإشهاري خطاباً إقناعياً بامتياز.

ويتجلى الحجاج في الخطاب الإشهاري للأمثال في مجمع الأمثال للميداني على توظيف الحجاج عبر الروابط والعوامل الحجاجية التي اشتمل عليها الخطاب في الأمثال، وعلى وفق ما يأتي:

أولاً: الروابط الحجاجية

تُعرّف الروابط الحجاجية بأنها ((روابط تربط بين قولين، أو بين حجتين على الاصح (أو أكثر)، وتُسند لكل قولٍ دوراً محدداً داخل الاستراتيجية الحجاجية العامة))⁽²⁾، وتُعرّف أيضاً بأنها ((الأثر الواضح في تحديد مقاصد النص وفهم الخطاب، فهي تسهم على نحو أساس في توجيه العمليات الخطابية ولا يمكن التأمل من دونها))⁽³⁾، أي ان لها دوراً فاعلاً في الكشف عن الملامح الحجاجية للخطاب عبر توجيه المتلقي إلى الحجج الاستدلالية التي تهدف إلى إقناعه، وعلى هذا تؤسس هذه الروابط أهميتها وتعميق اثرها في النص عبر تضافرها لتشكيل قوة اللغة وتماسكها تجذب المتلقي إلى دائرة اشتغالها ومن ثم إقناعه والاذعان لما يسوق إليه من دلالة في الإرسالية الإشهارية.

وتحدد لهذه الروابط وظائف دلالية متنوعة، فهي تتأرجح بين الربط بين الملفوظات اللسانية في الخطاب بما يمنح اللغة تماسكها وانسجامها، فضلاً عن ربط الحجج ببعضها البعض، وبين توجيه المتلقي إلى هذه الحجج ونتائجها التي يسوقها الخطاب، وهو ما يوسع من قوة

(1) اشتغالات في اللسانية التداولية، خالد حوير شمس: 84.

(2) اللغة والحجاج، أبو بكر العزاوي: 27.

(3) التداولية اليوم علم جديد في التواصل، آن روبول، وياك موشر، ترجمة: سعد الدين دغفوس، ومحمد الشيباني: 173.

الإقناع⁽¹⁾، ولهذا فقد يوظف الخطاب الإشهاري هذه الروابط لتقوية سيطرته وسلطته على المتلقي من أجل توجيهه إلى الدلالات المقصودة التي يتغيا الخطاب تسويقها إليه، بل واحداث أكبر قدر من التأثير فيه.

وقد اشتمل الخطاب الإشهاري للأمثال على توظيف هذه الروابط في سياقاته، ومن هذه الروابط التي وظّفها خطاب الأمثال روابط التساوق الحجاجي التي تمنح الخطاب قوة لا تقبل التعارض أو الإبطال ذلك لان الحجة التي تأتي بعد هذه الروابط هي الأقوى لإنّها تخدم نتيجة واحدة، لهذا نجدّها في الخطاب الذي غايته الإقناع أو اجبار المتلقي على الإذعان والتسليم لارسالته⁽²⁾، ومن هذه الروابط التي تنتمي لهذه الفئة التي وظفها الخطاب الإشهاري في سياقه اللغوي، الرابط الحجاجي(حتى)، الرابط الحجاجي(اللام)، الرابط الحجاجي(لكن).

1- الرابط الحجاجي(حتى)

تعدّ (حتى) رابطاً حجاجياً إقناعياً تسهم في تقوية الخطاب وحججه، وتقوية فاعلية إستحواد الخطاب الإشهاري على المتلقي، ويكمن دور(حتى) الحجاجي في أنّ((الحجة المربوطة بواسطة هذا الرابط ينبغي أن تنتمي إلى فئة حجاجية واحدة، أي إنّها تخدم نتيجة واحدة، والحجة التي ترد بعد هذا الرابط تكون هي الأقوى ، لذلك فإن القول المشتمل على الأداة (حتى) لا يقبل الإبطال والتعارض الحجاجي))⁽³⁾، فهي تستعمل للربط بين الحجج التي لها التوجه الحجاجي ذاته من الاستمالة والإقناع وتحقيق غايته في التأثير في المتلقي⁽⁴⁾، وقد جاءت في خطاب الأمثال على نمطين، يتضمن الأول التوسط بين الحجج المسوّقة للمتلقي،

(1) الاستدلال البلاغي، شكري المبخوت: 44.

(2) ينظر: اللغة والحجاج، أبو بكر العزاوي: 73.

(3) المصدر نفسه: 73.

(4) حتى وعلاقتها الحجاجية عند البشير الابراهيمي، صفية مكناسي(بحث): 239.

ومن امثله قولهم: ((بَيْنَ الْقَرِيْنَيْنِ حَتَّى ظَلَّ مَقْرُونًا))⁽¹⁾، ويضرب لمن خالط امراً لا يعنيه حتى نشب فيه، يوظف الخطاب (حتى) لإنتاج دلالة الربط الحجاجي القائم إنتاج دلالة الاقتضاء، فالدخول في القوم ومعاشرتهم يقتضي التطبع بطباعهم ومباشرة شؤونهم، وهي علاقة ((ذات طاقة حجاجية عالية؛ لأنها ككلٍ علاقة تصل الحُجَّة بالنتيجة المرصودة لها، ولكنها تتميز عن كلٍ علاقة بإنها تجعل الحُجَّة تقتضي تلك النتيجة اقتضاءً، والعكس صحيح، بحيث تغدو العلاقة ضرباً من التلازم بين الحُجَّة والنتيجة))⁽²⁾، وقد استعان بها الخطاب على تصوير انتهاء الغاية التي آلت إليها التجربة، فالنتيجة التي لا يمكن للمتلقي معارضتها هي ما وصل إليها صاحب التجربة لأن لها مصداقاً واقعياً يمكنه القياس عليه، ويبدو من السياق إنَّ المشَّهر اخفى شيئاً من سياق الجملة وارتكز على تسويق الحجة الدلالية القائمة على توظيف روابط التساوق في إنشاء وصفٍ للتجربة التي اشتمل عليها المثل، وتبدو غايته واضحة في توجيه المتلقي إلى النتيجة التي وصل إليها، وترك المساحة للمتلقي على المساهمة في إنتاج الدلالة الكلية للخطاب عبر احواله إلى تأويل الجزء المخفي من النص.

ومنه ما نجد في قولهم: ((شَوَى أَخُوكَ حَتَّى إِذَا أَنْصَحَ رَمَدًا))⁽³⁾، يضرب لمن لا يتقن ما يصنع، يسوق الخطاب ارساليته الإشهارية على وفق تحقيق مقاصده في التأثير بالمتلقي، فيوظف لتحقيق هذه الغاية القوة الحجاجية الكامنة في روابط التساوق، مرتكزاً على الأداة (حتى) لإنتاج سياقٍ حجاجية تكون فيه النتيجة اقوى في الحجة والدليل عبر إنتاج علاقة التتابع في انجاز الأفعال، فيقدّم مجموعة من الحركات التي تنتظم فيها الدلالة المقصودة، فيرتكز على الأفعال (شوى، انصح، رمّد)، وهي تحيل المتلقي إلى تسلسل الحدث وتتابعه ووصوله إلى النتيجة المركبة التي يرتكز فيها على الرابط الحجاجي (حتى) للوصول بالمتلقي إلى نهاية

(1) مجمع الأمثال: 93/1.

(2) الحجاج في الشعر العربي بنيته وأساليبه، سامية الدريدي: 335.

(3) مجمع الأمثال: 333/1.

الأحداث المتسلسلة، فالخطاب الإشهاري يركز على علاقة التتابع التي يؤديها الرابط الحجاجي (حتى) لما فيها من إثارة للمتلقي وجذب انتباهه، وتوسع من افق انتظاره وفضوله للإصغاء لمعرفة ما تقول إليه الأحداث ومعرفة الدلالات الكامنة في الخطاب⁽¹⁾، وبهذا تحقق الإرسالية الإشهارية قوتها وقدرتها على الإستحواذ على المتلقي.

ويلجأ الخطاب الإشهاري للأمثال إلى توظيف علاقة السببية بوصفها تقنية حجاجية في قولهم ((قَرَدُهُ حَتَّى أَمْكَنَهُ))⁽²⁾، ويُضرب للمخادع الذي يتمكن من مخدوعه، يوظف الخطاب في سياقه البنية الحجاجية القائمة على تسويق علاقة السببية، فالتمكن من الآخر وخداعه سببه ممارسة الخديعة عليه، وهو ما يجعل من السياق سياقاً حجاجياً تكون فيه النتيجة أقوى من المقدمة التي تتصدر المثل، فالرابط (حتى) منح الخطاب قوة حجاجية تقوم على تصوير العلاقة السببية بين ما قبلها وما بعدها من أجل الاستدلال على امر ما⁽³⁾، وهو ما يجعل المتلقي تحت سطوة الخطاب وإستحواذه عبر التأثير فيه وإقناعه، وهو ما يحقق غاية الخطاب الإشهاري.

وفي قولهم: ((لَا تَأْكُلْ حَتَّى تَطِيرَ عَصَافِيرُ نَفْسِكَ))⁽⁴⁾، يضرب في وقوع الضرورة، فيوظف الخطاب الرابط الحجاجي (حتى) في علاقة حجاجية مفتوحة يمكن للمتلقي استنتاج دلالاتها، فيمكن أن تكون هذه العلاقة الحجاجية قائمة على الاقتضاء أو السببية، فتوفير مقدمات نجاح الامر وتحققه يقتضي توفير أسباب تحققه، ويعتمد السياق على حركتين تعبيريتين، الأولى تتمثل في بنية النهي التي تصدر بها الخطاب، وهي بنية تدفع المتلقي إلى اكتشاف سبب هذا النهي، وهو يفضي إلى نتيجة الرابط الحجاجي، الذي يوظف فيه الخطاب تصويراً كنائياً يمنح

(1) ينظر: الحجاج في الشعر العربي بنيته وأساليبه، سامية الدريدي: 334.

(2) مجمع الأمثال: 107/2.

(3) ينظر: الحجاج في الشعري العربي القديم-بنيته وأساليبه، سامية الدريدي: 331.

(4) مجمع الأمثال: 226/2.

المتلقي تصويراً مختبئاً في البنية السياقية، يقوم على دلالة وقوع الجوع، أي ان الدلالة الكلية للنص تقوم على ربط الاكل بوقوع الجوع، فالجوع يكون سبباً واقتضاءً للأكل، ومن هنا يضع الخطاب المتلقي في دائرة اشتغاله وإستحواذه من أجل اكتشاف الدلالات المختبئة في الخطاب وإعادة إنتاجها وتسويقها مرة أخرى.

ونجد في بعض الأمثال نمطاً آخر يقوم على تصدير الخطاب هذا الرابط الحجاجي عبر حذف للمقدمات الحجاجية التي يسوّقها الخطاب، مرتكزاً على فهم المتلقي وقدرته على إنتاج السياق الكلي عبر ربط النتائج بالمقدمات المناسبة، ففي قولهم ((حَتَّى يَرْجِعَ الدَّرُّ فِي الضَّرِّ))⁽¹⁾، يضرب في استحالة وقوع الامر، ويرتكز الخطاب فيه على قدرة المتلقي على التأويل ووضع المقدمة التي ترتبط بالنتيجة المستحيلة، فيصدّر الخطاب بالرابط الحجاجي (حتى) الذي يمنح الخطاب قوة إقناعية تقوم على السببية، فوقع المقدمة مقرون بوقع النتيجة، فالدلالة الحجاجية التي يسوّقها الخطاب تقوم على إنتاج دلالة استحالة وقوع الامر، ويصدّر هذه الدلالة في سياق حجاجي يوظف فيه استعمال الرابط الحجاجي (حتى) لإنتاج علاقة التساوق بين حجج السياق، بالشكل الذي لا يقدر المتلقي على تعارض الحجج المساقة إليه، وبهذا يصبح الخطاب الإشهاري خطاباً إقناعياً قوياً يستحوذ على المتلقي ويحقق غايته.

يتضح مما سبق قدرة الخطاب الإشهاري في الأمثال على توظيف الرابط الحجاجي (حتى) لإنتاج قوة الربط التساوقي وعلاقته القائمة على الاقتضاء والسببية والتتابع، وهي علاقته وسعت من سطوة الخطاب الإشهاري وإستحواذه على المتلقي، وتحفيزه إلى إعادة إنتاج الإرسالية الإشهارية وتسويقها من جديد على جمهورٍ مستهدفٍ آخر عبر قياس التجربة على مصاديقها، وقد نوع الخطاب الإشهاري توظيف هذا الرابط الحجاجي في سياقاته بين توسط

(1) مجمع الأمثال: 203/1.

الرابط بين الحجج المصدرة إلى المتلقي، وبين إخفاء الحجة الأولى والاكتفاء بالحجة الثانية ليفتح مساحة من التأويل امام المتلقي لإنتاج دلالة الخطاب.

2- الرابط الحجاجي (لكن)

وهي من الروابط الحجاجية التي تنتج دلالة التعارض لإثباتها تقع بين كلامين لما فيها من نفي وإثبات لغيره، ((فهي تتوسط بين كلامين متغايرين نفيًا وإيجابًا، يستدرك فيها على النفي بالإيجاب، وعلى الإيجاب بالنفي))⁽¹⁾، وهي على وفق هذا الوصف لا تقع بين متوافقين ابدأً لان فيها استدراكاً على ما قبلها⁽²⁾، وهذا يمنحها قوة حجاجية يكشف عن توظيفها الفاعل في الخطاب، وقدرتها على التحكم في تقنيات الخطاب عبر تسويقها لوصف الواقع أو التعبير عن الفكر والمنطق وترابطه⁽³⁾، فالحجتان (أ)، (ب) اللتان يسوقهما المتكلم، تتغايران في النتيجة، فالثانية تضاد الأولى، فتكون اقوى منها، وهي التي توجه المتلقي إلى دلالة الخطاب، فالقوة الحجاجية ناشئة عن دلالة التضاد التي يؤديها هذا الرابط، وهو ما استثمره الخطاب الإشهاري في الأمثال في تسويق دلالاته المقصودة.

ومما جاء في خطاب الأمثال قولهم: ((كَلَّا وَلَكِنْ لَا أُعْطَاهُ))⁽⁴⁾، ويُضرب لمن يكذب في قوله، يوظف الخطاب الرابط الحجاجي (لكن) في سياق ارساليته الإشهارية القائمة على تسويق دلالة التعارض بين الحجة الأولى التي تضيئها قصة المثل التي تتلخص في سؤال الاب للام عن تردي صحة الابن، فأجابت إنها تعطيه الشحم وهو يأباه⁽⁵⁾، والحجة الثانية التي يصرح بها (لا أعطاه)، لكن الخطاب يمنح المتلقي تلميحاً عن الحجة الأولى عبر حرف الجواب (كلا)

(1) شرح المفصل، ابن يعيش: 4/ 560.

(2) ينظر: الجنى الداني في حروف المعاني: 616.

(3) ينظر: العوامل الحجاجية في اللغة العربية، عز الدين الناجح: 19.

(4) مجمع الأمثال: 2/ 160.

(5) ينظر: مجمع الأمثال: 2/ 160.

الذي يوظفه السياق لإنتاج دلالة نفى عدم الرغبة بالأكل، ونتيجتها وجود الرغبة في الأكل، في حين تأتي الحجة الثانية لتكون حجة إقناعية أقوى تتمثل بدلالة عدم الاطعام، فالعلة ليس في عدم الأكل إنما في عدم تقديم الأكل، والخطاب هنا يسوّق الحجة الثانية لتكون إرسالية إشهارية تستحوذ دلالتها على المتلقي وتدفعه باتجاه تمثل الخطاب والتأثر به واستهلاكه بالتأويل والتسويق.

وفي قولهم: ((لَكِنْ خِلَالِي قَدْ سَقَطَ))⁽¹⁾، يُضرب لمن يوقع نفسه في التهلكة، يوظف الخطاب الرابط الحجاجي (لكن) لإنتاج دلالة التعارض بين الحجة الأولى التي اخفاها الخطاب، وبين الحجة الثانية، فالخطاب في هذا السياق يراهن على فضولية المتلقي في الكشف عن مضمراته، واغرائه بالبحث عن الحجة الأولى التي يمكن للمتلقي اكتشافها بناءً على الحجة الثانية، وبلحاظ الرابط الحجاجي، فالسقوط في الحجة الثانية يقابلها ثبات في الحجة الأولى، فهي حجج متضادة ترتكز على نتائج متضادة أيضاً، فحجة الثبات تستلزم نتيجة الأمان، في حين ان حجة السقوط تستلزم نتيجة عدم الأمان، ومن هنا يُشهر الخطاب بدلالة السقوط لتكون حجة إقناعية قوية يسوّقها الخطاب إلى المتلقي ومحاصرته به لتسويقها إلى الآخر عبر قياس التجربة على مصاديقها.

وفي قولهم: ((لَكِنْ عَدَاءٌ لَا أَمَ لَهُ))⁽²⁾، ويُضرب لمن لا يُهتَمُّ لأمره، وفي يوظف الخطاب الرابط الحجاجي (لكن) لإنشاء دلالة التعارض بين الحجتين اللتين يسوّقهما الخطاب إلى المتلقي، ويرتكز على دلالة هذا الرابط القائمة على التضاد بين الحجتين فيلمح إلى الحجة الأولى عبر الحجة الثانية، ففي هذا المثل، تأتي الحجة الثانية (عداء لا أم له) ونتيجتها عدم وجود من يهتم به، بمقابل الحجة الأولى المسكوت عنها (فلان له أم) ونتيجتها وجود من يهتم

(1) مجمع الأمثال: 196/2.

(2) المصدر نفسه: 199/2.

به، والمتلقي في إنتاجه للدلالة الكلية للمثل يأخذ دوراً فاعلاً، ويمرّ هذا الدور بمسارين، الأول: الوصول إلى الحجة الأولى، والآخر: إنتاج دلالة هذا التعارض في الحجج، وهو ما يؤدي إلى وقوعه تحت سلطة الخطاب وإستحواذه عبر ربط الحجج فيما بينها والوقوف على بنية التضاد فيها وما تؤدي من إقناعية وتوجيه باتجاه الحجة الثانية التي تعد الأقوى في الخطاب.

يتضح مما سبق، إنّ الخطاب الإشهاري ارتكز على دلالة التعارض في توظيفه للرابط الحجاجي (لكن) التي تمنح السياق قوة إقناعية أكبر تثير إنفعال المتلقي وتزيد من إستحواذ الخطاب عليه ومحاصرته بالدلالة المقصودة التي يتغيا الخطاب تسويقها إليه ليكون متلقياً استهلاكياً من جهة إنتاج الدلالة، وإشهارياً من جهة تسويقها إلى الآخرين.

ثانياً: العوامل الحجاجية

تُعرّف العوامل الحجاجية بأنّها ((عناصر لغوية تنظمها غاية واحدة، وهي تحقيق الخطاب للإقناع في عملية التواصل))⁽¹⁾، فهي عناصر تدخل في بناء الخطاب، وتعزز من قوته وتماسكه بقدرتها على تقييد السياق بحجة واحدة يوجه المتلقي إليها، وتمكين الخطاب من استمالة المتلقي والإستحواذ عليه وإقناعه بما يطرحه من دلالة⁽²⁾، وتبرز فاعلية هذه العوامل بكونها توجه قوة الإقناع باتجاه واحد من دون أن يكون له استلزامات متعددة يمكن أن تشظي الدلالة، بل تعتمد إلى تركيز الضوء على وجه دلالي واحد لا يقتضي غيره، ومن هنا تتعمق قوة الإقناع في هذه العوامل⁽³⁾، وهي بهذا لا تشتغل على ربط الحجج أو النتائج بل يقتصر دورها على تقييد وحصر الإمكانيات الحجاجية في الخطاب بتعميق قوة الحجة الواحدة التي تشكّل العلائق الدلالية بين ملفوظاته عبر استملاك العامل الحجاجي للبعد التواصلية⁽⁴⁾، وعلى

(1) العوامل الحجاجية في اللغة العربية، عز الدين الناجح: 21.

(2) ينظر: نظرية الحجاج في اللغة، شكري المبخوت: 377.

(3) ينظر: العوامل الحجاجية في اللغة العربية، عز الدين الناجح: 107.

(4) ينظر: اسلوبية الحجاج التداولي والبلاغي تنظير وتطبيق على السور المكية، مثنى كاظم: 102.

هذا تؤسس هذه العوامل إشهاريتها عبر تحوّلها إلى منتجٍ تسويقي يتغيا استمالة المتلقي عبر التأثير فيه وتحفيز إنفعالاته تجاه الحجج التي يصدرها الخطاب إليه، ((إذ ينتظر من الوصلة الإشهارية تحريك ميول المتلقين عبر الحفز النفسي والعقلي والوجداني وذلك باستعمال الاغراء والاعواء والاستدراج من أجل إقناعهم بالبعد النفعي لما يتم الإشهار عنه))⁽¹⁾، ولهذا يرتكز الخطاب الإشهاري على قدرة العامل الحجاجي في التأثير في المتلقي عبر تعميق الإستحواذ عليه واجباره إلى التوجه إلى الدلالة التي يتغيا الخطاب تسويقها إليه.

وقد اشتمل الخطاب الإشهاري في الأمثال على توظيف العوامل الحجاجية التي تنوّعت في دلالتها وسياقاتها، ومنها العوامل الآتية:

1- عاملية القصر

يؤدي القصر وظيفة تخصيص شيء بشيء آخر من غير أن يتعداه إلى غيره، وتتنوّع بنيته الدلالية ما بين القصر الحقيقي الذي يمنح الخطاب دلالة اثبات المقصور والنفي عن الكلّ غيره، وبين القصر غير الحقيقي الذي يمنح الخطاب دلالة اثبات المقصور والنفي عن بعضٍ غيره، ومن هنا تتضح عامليته في افادة قصر المحكوم على الحكم، أو قصر الحكم على المحكوم⁽²⁾.

ووفقاً لهذه الدلالة تتضح لنا وظائف القصر الحجاجية بكونه سياقاً نصياً اثباتياً بالدرجة الأساس، ومركباً على النفي وهو ما يشكّل باعثاً على توجيه الدلالة باتجاه واحد صوب الحجة الواحدة دون غيرها لان المخاطب به لا يكون إلا منكرأ أو جاهلاً للحقيقة المصدّرة إليه⁽³⁾، أو غافلاً عنها وهو ما يستلزم تنبيهه إليها⁽⁴⁾، وهذا يعني إنّ المخاطب به ليس خالي الذهن من

(1) الإشهار في القرآن الكريم، دراسة في الخطاب المكي، رشا محمد حسين: 66.

(2) ينظر: أساليب بلاغية الفصاحة البلاغة المعاني، أحمد مطلوب: 177.

(3) ينظر: مفتاح العلوم، السكاكي: 291.

(4) الإيضاح في علوم البلاغة، الخطيب القزويني: 228.

الحجج التي يشتمل عليها الخطاب، لكنه يقتضي تثبيتها في ذهنه فضلاً عن تصحيح بعض اعتقاده بها.

وعلى هذا فالقصر أسلوب توكيدي، يلجأ إليه المُشهر في توجيه الخطاب إلى زاوية محددة توصل بالمتلقي إلى نتيجة واحدة، وهي النتيجة التي يسعى الخطاب إلى الإشهار بها وتحفيز المتلقي على الاعتقاد بها⁽¹⁾، ((عمل لغوي/ كلامي يأتيه المُتكلّم فيجعل عمل الخصم الكلامي يسير في الاتجاه الذي يرسمه له، كما يدفع المتلقي دفعاً إلى أعمال طاقة الاستنتاج لديه))⁽²⁾.

ومن هذه العوامل التي انتجت دلالة القصر في سياق خطاب الأمثال الإشهاري العامل (إنما)، وهو عامل حجاجي يجعل الخطاب ((موجباً لإثبات ما بعده بحصره وتقديمه ونفيه الضمني لما سواه، بتحويل الخطاب إلى بنية مقيدة بالإثبات مرتبطة به، عبر تفعيل النص حجاجياً، وهيمنته على مساحة واسعة منه، إذ إنّ ما اثبتته العامل الحجاجي ابطل غيره بالمقابل))⁽³⁾، وتكمن إشهاريتها في هذه الثيمة الدلالية التي تنتجها في الخطاب، فتأثيرها يدفع المتلقي إلى تغيير قناعاته عمّا يسوق إليه، ولهذا نجد أنّ الخطاب الإشهاري قد وظّفه في سياقاته، ومنها قولهم: ((إنما يَجْزِي الْفَتَى لَيْسَ الْجَمْلُ))⁽⁴⁾، يضرب في المكافأة، يقوم هذا الخطاب على بنية القصر بالعامل الحجاجي (إنما) التي تقيد دلالة حجاجية بأثبات حسن الجزء للفتى ونفيها عن الجمل، وهو بذلك يُشهر بحركتين دلالتين، تقوم الأولى على حصر حسن الجزء بالفتى بوصفه فعلاً إنسانياً يستوجب أن يكون علامة فارقة في حين التعامل بين

(1) ينظر: المظاهر اللغوية للحجاج، رشيد الراضي: 101- 102 ، العوامل الحجاجية في اللغة العربية، عز الدين الناجح: 32.

(2) الخطاب الحجاجي السياسي في كتاب (الامامة والسياسة) لأبن قتيبة دراسة تداولية، ابتسام بن خراف (اطروحة دكتوراه): 257.

(3) اسلوبية الحجاجي التداولي تنظير وتطبيق على السور المكية، مثنى كاظم: 114.

(4) مجمع الأمثال: 24/1.

الناس، وتتمثل الأخرى في عدّ من يحسن الجزاء بتشبيهه بالجمال، وتتضح عاملية (إنما) بتسويقها نتيجة ضمنية واحدة تقوم على الإشهار بسلوك الفتى الإنساني ليكون نسقاً إنسانياً، في حين تتضح فاعلية هذا العامل بالتوجيه والاحاطة بهذه النتيجة دون غيرها عبر دلالة التوكيد على تحلي الفتى بهذه الصفة دون غيره من الآخرين الذي يصدره الخطاب على أنه صورة سلبية، ومن هنا يوظف الخطاب الإشهار الإيجابي عن الفتى باثبات هذه الصفة المحببة للنفس، في حين يُشهر إشهاراً سلبياً عمّا عداه، فهو يركز على استمالة المتلقي وإثارة إنفعالاته واغرائه بالتحلي بعمل الفتى.

وفي قولهم: ((إنما يُضَنُّ بالضَّئِنِ))⁽¹⁾، ويُضرب للتمسك بمن يستحق، يقدّم الخطاب الفعل (ضنّ) إرسالية إشهارية تقوم على دلالة الإمساك، وهو هنا يسوّق دلالة مخادعة ترتكز على قلب الدلالة، فالضن في اللغة الإمساك والبخل⁽²⁾، ليوجهه باتجاه دلالة الإمساك، وهي إرسالية إشهارية أولى يصدرها الخطاب إلى المتلقي من أجل إثارة فضوله واغرائه بالبحث عن دلالة الخطاب، ويسعى الخطاب إلى زيادة قوته الإقناعية فعمد إلى توظيف العامل الحجاجي (إنما) لإنتاج دلالة القصر بما قوة من اثباتية وتوكيد وما يمنحه إلى زيادة مساحة التأثير في المتلقي، إذ يقصر العامل الحجاجي التمسك بالضئنين دون غيره لما له من صفات حسنة، فالمُشهر يكتف من استثمار القوة الإقناعية على مستويين، الأول عن طريق مستوى إنتاج دلالي مخادع، والآخر عن طريق توظيف العامل الحجاجي الذي يقدّم نتيجة ضمنية واحدة لا يتعدها إلى غيرها، تعمل على توجيه المتلقي إليها.

(1) المصدر نفسه: 52/1.

(2) ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 261/13.

وفي مثل آخر يوظف الخطاب العامل (إنما) في سياق تقديم الأهم على المهم، مرتكزاً على فاعلية هذا العامل في اثبات ما بعده، ويتجلى هذا في قولهم: ((إِنَّمَا هُوَ الْفَجْرُ أَوْ الْبَجْرُ))⁽¹⁾، ويضرب في الحوادث التي لا امتناع منها، يوظف الخطاب العامل الحجاجي (إنما) لإنتاج سياق حجاجي إشهاري يرتكز على تسويق صورة النجاة أو الوقوع في الدواهي، ويعتمد على توجيه المتلقي إلى هذه الدلالة عبر قصره التعامل مع الحوادث على النجاة منها أو الوقوع فيها، ونجد ان هذا العامل قد وسّع من دائرة التعبير في الخطاب عبر تقديمه لمسارين لا ثالث لهما، وتوجيهه بحسن التعامل مع هذه الحوادث، فالخطاب يقدّم نتيجة واحدة، يوجه المتلقي إليها وإقناعه بها.

ونجد فاعلية القصر في بنية لغوية أخرى تقوم على توظيف النفي والاستثناء بوصفها ((صورة من صور تقييد الفكرة المطروحة، والضغط على محتواها الخبري، لكي يجعل المتلقي يلتفت إليها فلعلة يذعن))⁽²⁾، ويرد هذا العامل في الخطابات التي ترصد انكار المتلقي أو شكه في ما يسوّق له من حجج أو حقائق⁽³⁾، وهذا يعني ان ((الجملة المحصورة أو المقصورة لها إمكانات حجاجية كثيرة، لأنها تخدم نتائج متعددة، لان القصر يضيق المحتوى ويكتّفه ويؤدي إلى الإسراع بالنتيجة))⁽⁴⁾، فالعامل الحجاجي في النفي والاستثناء يخرج الملفوظ من البلاغية إلى الحجاجية، وهو ما يكتّف من قوة الإقناع ومن ثمّ قوة إشهاريته القائمة على إقناع المتلقي بما يطرحه الخطاب من فكرة، وقد اشتمل الخطاب الإشهاري في الأمثال على توظيف هذا النسق الحجاجي، ففي قولهم: ((لَا تَغْزُ إِلَّا بِغْلَامٍ قَدْ غَزَا))⁽⁵⁾، ويضرب لضرورة اصطحاب من

(1) مجمع الأمثال: 64/1. والْبَجْرُ: بالفتح والضم: الداهية والأمر العظيم، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 41/4.

(2) اسلوبية الحجاج التداولي والبلاغي تنظير وتطبيق في السور المكية، مثنى كاظم: 108-109.

(3) ينظر: دلائل الاعجاز، عبد القاهر الجرجاني: 313.

(4) التحاجج طبيعته ومجالاته ووظائفه، تنسيق: حمو النقاري: 66.

(5) مجمع الأمثال: 216/2.

له تجارب، يوظف الخطاب الإشهاري عامل الحجاج (لا...الا) لإنتاج دلالة القصر وما تحمله من دلالة النفي والاثبات في تسويق فكرة الخطاب القائمة على تسويق نتيجة ضمنية تتمحور حول دلالة صورة اصطحاب الخبير في الأمور لما له من تجارب تمكّنه من التعامل مع الأمور على اختلاف أنواعها، ويسعى الخطاب إلى تعميق حجاجيته وإشهاريته عبر تذييل الخطاب بما من شأنه أن يكون سبباً لهذا القصر، وتوكيداً للحجة التي يحملها، فقولُه (قد غزا) إنما هو حجة منطقية تزيد من مساحة التأثير الحجاجي للعامل، فضلاً عن تعميق محاصرة الخطاب للمتلقى والإستحواذ عليه عبر بنيتي النهي والاستثناء التي توجه الخطاب باتجاه نتيجة ضمنية واحدة من حصرها وقصرها على الاصطحاب على الخبير دون غيره.

وفي قولهم: ((لَا يَقُومُ لَهَا إِلَّا ابْنُ أَجْدَاهَا))⁽¹⁾، يضرب لمن يُغنى غناءً عظيماً، ويرتكز الخطاب في سياقه على توظيف العامل الحجاجي لإنتاج دلالة القصر عبر بنيتي النفي والاثبات التي يسوّقها الخطاب إلى المتلقي، فهو ينفي أن يقوم لها أحد ثم يستثني ابن أجداه ليصدّره صورة إشهارية لمن يغنى غناءً عظيماً، وهي الدلالة الضمنية التي يتغيا الخطاب تعليلها وتسويقها إلى المتلقي ودفعه إلى استجلائها عبر إثارة إنفعاله في التغاير بين النفي والاثبات، فالجملة المصدرة بالنفي تنتهي بالاثبات، وهو ما يغري المتلقي بالتأمل في هذا السياق والسعي إلى إنتاج دلالاته القائمة على تخصيص دلالة الغنى وحصرها بمن يتحمل متطلباتها التي يكون الغنى واحداً منها، فالخطاب ينسج إرسالية إشهارية ويبثّ فيها قوة إقناعية حجاجية يمكنها التأثير في المتلقي واستمالاته إلى إنتاج الدلالة الكلية للخطاب.

وفي قولهم: ((مَا لَكَ مِنْ شَيْخِكَ إِلَّا عَمَلُهُ))⁽²⁾، ويُضرب للرجل حين يكبر، يوظف الخطاب العامل الحجاجي (ما...الا) مستثمراً قوته الإقناعية القائمة على ((شدّ أزر الملفوظ وتحديد

(1) المصدر نفسه: 237/2.

(2) مجمع الأمثال: 289/2.

النتيجة المقصودة منه وبالتالي يكون الجمهور امام نتيجة واحدة أو استلزام واحد يقتضيه الملفوظ⁽¹⁾، ومن هنا يقف المتلقي بين بنيتي النفي والاثبات لتزييدا إرسالية إشهارية عمقاً وتأثيراً عبر حصر العمل بالشيخ دون غيره، ولعل هذه الدلالة تمنح المتلقي دلالة أخرى مضافة، فما الداعي لحصر العمل به دون غيره إلا إن كان العمل مختلفاً عما هو سائد، أو محكوم بشرط ما، وهذا ما يسكت عنه الخطاب ويترك مهمة اكتشافه للمتلقي بلحاظ الضمير (الهاء) في (عمله) العائد على الشيخ، والذي يمنح المتلقي دلالة أن يكون العمل على وفق طاقته وتحمله، ومن هنا يستثمر الخطاب إمكانات اللغة في تسويق إرساليته الإشهارية التي تستحوذ على المتلقي وتثير إنفعاله باتجاه إنتاجه الدلالة الكلية للخطاب.

يتضح مما سبق، قدرة الخطاب الإشهاري على توظيف عاملية القصر في منح سياقه قوة حجاجية تعمق من قوة الإقناعية والإشهارية التي تتغيا التأثير في المتلقي وإثارة إنفعاله ودفعه إلى الدخول في دائرة اشتغال الخطاب وتحت سلطته الإقناعية، وقد نوع الخطاب في استعمال هذا العامل عبر العامل (إنما) وعامل (النفي والاستثناء).

2- عاملية التوكيد

يُعدّ التوكيد من التقنيات الحجاجية التي تمنح الخطاب الإشهاري قوة إقناعية وتأثيرية تزيد من فاعلية الخطاب الإشهاري وقدرته على الإحاطة بالمتلقي والإستحواذ عليه، فالغرض منه هو ((تمكين الشيء في النفس وتقوية امره، وفائدته إزالة الشكوك واماطة الشبهات عما انت بصدده))⁽²⁾، ويرتكز الخطاب الإشهاري على هذه الوظيفة من أجل تحقيق أكبر تأثير ممكن في المتلقي الذي يتنوع على حسب درجة انكاره للخطاب، ((فإنَّ كإنَّ المتلقي ساذجاً القى إليه

(1) العوامل الحجاجية في اللغة العربية، عز الدين الناجح: 64.

(2) الطراز المتضمن لأسرار البلاغة وحقائق التأويل، ابن طباطبا العلوي: 94.

الكلام خالياً من التوكيد، وإن كان متردداً فيه حسن تقويته بمؤكد، وإن كان منكراً وجب توكيده⁽¹⁾، وهذا ما يدل على معرفة مسبقة بين المُشهر والمتلقي.

وقد اشتمل الخطاب الإشهاري في الأمثال على توظيف هذا العامل الحجاجي في زيادة التأثير وتعميق الإستحواذ على المتلقي، ومنها قولهم: ((إِنَّهُ لَخَفِيفُ الشُّقَّةِ))⁽²⁾، يضرب في قليل المسألة، وقد وظّف الخطاب الإشهاري عامل التوكيد ليكون قوة إقناعية معضّدة لما يتغيا الخطاب الإشهار به، ويتضح إنَّ المُشهر يراهن على المعرفة المسبقة بحال المتلقي المنكر لهذه الدلالة، فعمد إلى تعضيد الخطاب بالتوكيد (إنَّ، لام التوكيد)، فالمتلقي يأخذ الفضول في حشد مؤكدين في الخطاب، فيبحث عن الداعي لهذا، بالإضافة إلى ذلك، فإنَّ الخطاب يكتف من القوة الإقناعية عبر هذا العامل الحجاجي للإشهار بالمضمون التوجيهي الكامن خلف هذه الإرسالية، وهو ضرورة أن يكون الإنسان قليلاً بالمسألة، وأن يصون ماء وجهه عنها، وهو ما يقتضي أن يكون الإشهار عنها بسياق مؤكد يكشف أهمية هذه الدلالة بالنسبة للمُشهر وغايته في جعلها سلطة حاکمة على المتلقي تثير إنفعاله وتدفعه إلى إنتاج دلالتها الكلية.

إنَّ الغاية من التوكيد هي تقوية الخطاب وزيادة إقناعيته مما يقوي إستحواذ الخطاب الإشهاري على المتلقي، ولهذا نجد إنَّ الخطاب في الأمثال ينوع في توظيفه للتوكيد واستثمار حجاجيته، ويتضح هذا في قولهم: ((لَا يُرْجَلَنَّ رَحْلَكَ مَنْ لَيْسَ مَعَكَ))⁽³⁾، يُضرب لمن لا يستعين إلا بمن يثق به، يوظف الخطاب عامل التوكيد تقنية حجاجية بتركيزه على الفعل وتسويقه ارساليته الإشهارية عبره، فالخطاب يحمل توجيهاً ارشادياً بضرورة الاستعانة بمن تثق به على تيسير شؤونك، وتبدو صورة المخاطب شاكاً بالخطاب المصدّر له، فيلجأ المُشهر إلى

(1) البرهان في علوم القرآن، الزركشي: 390.

(2) مجمع الأمثال: 21/1.

(3) المصدر نفسه: 237/2.

توكيد خطابه بمؤكد واحد يتمثل بالنون الثقيلة الداخلة على الفعل المضارع المسبوق بـ(لا) النافية، وهو توكيد جوازي يكشف رغبة المُشهر في توظيف التوكيد والإرتكاز على قوة الحاجبة، ولهذا نجد إنّه يؤكد على الفعل فيسوّقه مؤكداً بالنون الثقيلة فضلاً عن صيغته الصرفية التي تعتمد على التضعيف وهي تنتج قوة حاجبة أيضاً عبر التأكيد على هذا الحرف من دون غيره، فالخطاب الإشهاري يوظف التركيب اللغوي لإنتاج بنية توكيد تعضّد سعيه في الإستحواذ على المتلقي ودفعه إلى التأمل في الخطاب وملفوظاته وعلائقها وما تنتج من قوة إقناعية وانجازية تتسرب إليه وتثير إنفعاله.

وفي مثل آخر، يوظف الخطاب الإشهاري عاملية التوكيد في تقوية ارساليته الإشهارية، ففي قولهم: ((لَأَطَانُ فُلَانًا بِأَخْمَصِ رِجْلِي))⁽¹⁾، يضرب في التمكن الشديد من الأمر، يعضّد الخطاب الإشهاري ارساليته بتقوية القدرة الإقناعية في سياقه عبر إرتكازه على توظيف عاملية التوكيد، فقد وظّف الفعل المضارع المؤكد بالنون الثقيلة للإيحاء بالتمكن من القيام بالفعل، وبالرغبة فيه، وثمة عامل توكيدي آخر يستلزم السياق تقديره وهو القسم، فيكشف السياق عن انكار المخاطب مما حدا بالمُشهر الى تكثيف عاملية التوكيد والإفادة من قوته الحاجبة في تعميق فاعلية الخطاب الإشهاري في الإستحواذ على المتلقي ومحاصرته بالدلالة المقصودة ودفعه إلى تمثلها وإنتاجها وتسويقها.

يتضح مما سبق، قوة عاملية التوكيد في تعميق إستحواذ الخطاب الإشهاري على المتلقي، إذ تدفعه قوة التوكيد وفاعليته إلى الاعتقاد بالخطاب وتمثله والتأثر به، ومن ثمّ استهلاكه وتسويقه إلى الآخرين، وهو ما يحقق غاية الخطاب الإشهاري.

(1) مجمع الأمثال: 179/2.

3- عاملية النفي

تُعَدُّ أدوات النفي من العوامل الحجاجية التي تؤدي وظيفة الإقناع والتأثير في الخطاب بصورة عامة، وفي الخطاب الحجاجي بصورة خاصة، فهي تزيد من قوة الإقناع فيه وتأثيره في المتلقي في توجيه اهتمامه إلى النتيجة التي يسوقها الخطاب الإشهاري إليه، إذ تكثف هذه الأدوات من حجاجية اللغة في ارغام المتلقي على الإذعان والتسليم للنتيجة المسوقة إليه⁽¹⁾، وترتكز هذه العوامل على ((ترديد كلام سابق مثبت وردّه على قائله))⁽²⁾، وهو ما يؤكد وجود باثٍ آخر، قال بالإثبات، فردّ عليه المتكلم/الخطاب بالنفي، ولهذا فحجاجية النفي في الخطاب تستلزم ((جواباً عنه مثبتاً، هو الذي يجعل من النفي تركيباً أساسياً اثنى من الاثبات، واثري تعقيداً، وهذا أيضاً هو الذي يرشح النفي لإداء وظائف خطابية أساسية في المحاجة))⁽³⁾، أي أنه يكشف عن وجود تعدد للأصوات في الخطاب، فضلاً عن كشفه لعملية تخاطبية تواصلية تكشف عن رغبة المتكلمين (المثبت والنافي) في إشهار الدلالة التي يقصدونها، عبر التأثير في الآخر أو في المتلقي.

وقد اشتمل الخطاب الإشهاري في الأمثال على توظيف عاملية النفي في سياقه اللغوي مستثمراً قدرته الحجاجية والإقناعية التي تجعل من المتلقي أسير الإرسالية الإشهارية، ومنتبهاً لمسار ترويجها، ومن هذا قولهم: ((بَيْضَاءُ لَا يُدْجِي سَنَاها الْعِظْمُ))⁽⁴⁾، يُضْرَبُ للمشهور، يوظف الخطاب في هذا المثل عاملية النفي بـ(لا)، لتكثيف الدلالة، فقد وصف الإرسالية الإشهارية (بيضاء) بتوظيف بنية النفي التي لا تدع للمتلقي الشك بوقوع الدلالة المُشهر عنها، أي إنّها بيضاء إلى الحد الذي لا يخامر ضياءها ظلام، وقد ارتكز الخطاب على توظيف

(1) ينظر: العوامل الحجاجية في اللغة العربية، عز الدين ناجح: 47.

(2) دائرة الاعمال اللغوية مراجعات ومقترحات، شكري المبخوت: 189.

(3) إنشاء النفي وشروطه النحوية والدلالية، شكري المبخوت: 82.

(4) مجمع الأمثال: 108 / 1.

الأثر الزمني لأداة النفي القائم على نفي زمن الحال والاستقبال⁽¹⁾، وهو ما يجعل النفي مستمراً زمنياً، فضلاً عن أن النافي قد أبطل المقتضى الذي يتوقعه المتلقي بكونها الإرسالية الإشهارية (بيضاء) لا يمكن أن تكون بهذه الصورة، وأنه قد يشوبها بعض الظلام في وقت ما، ومن هنا تأتي حاجية النفي بكونه عاملاً فاعلاً على المستوى الدلالي والزمني، مما يزيد من إقناعية الخطاب الإشهاري وتأثيره في المتلقي بهدف دفعه إلى نتيجة واحدة تتمثل في الإرسالية الإشهارية التي يتغيا الخطاب تسويقها إلى المتلقي.

ومنه قولهم: ((رَزَقُ اللَّهِ لَا كَدُّكَ))⁽²⁾، يُضرب للقدْر، يوظف الخطاب الإشهاري عاملية النفي في تسويق ارساليته الإشهارية الدالة على عدم الانتفاع بالجهد ما لم يكن مباركاً من الله تعالى، فيوظف لها أسلوب النفي وما فيه من قدرة إقناعية وحجاجية، فقد جاء حرف النفي (لا) العاطفة بدلالاتها على اثبات ما قبلها ونفي ما بعدها⁽³⁾، وهو بهذا التوظيف يبطل المقتضى الذي يعتقده المتلقي بإشراك الجهد المبذول في تحصيل الرزق واتمام العمل، لذا فالخطاب يركز على استثمار هذه الدلالة في تسويق ارساليته الإشهارية إلى المتلقي وزيادة قوة التأثير فيه والإستحواذ عليه عبر توجيهه إلى نتيجة واحدة ونفي تحقق النتائج الأخرى.

وتأتي عاملية النفي في سياق تشكيل تمثيلي يكتف من فاعلية الحجاج والإقناع في الخطاب الإشهاري للمثل العربي، ويتضح هذا في قولهم: ((كَعَارِمَةٍ إِذَا لَمْ تَجِدْ عَارِماً))⁽⁴⁾، ويُضرب لمن يتولى أمر نفسه إذا لم يجد له من يكفيه، وتدور دلالة المثل حول ((إن لم تجد من ترضعه درت هي فحلبت ثديها ورُبما رضعته ثم مجته من فيها))⁽⁵⁾، فيركز الخطاب الإشهاري في

(1) ينظر: الجنى الداني في حروف المعاني، ابن قاسم المرادي: 296.

(2) مجمع الأمثال: 314/1.

(3) ينظر: الجنى الداني، ابن قاسم المرادي: 294.

(4) مجمع الأمثال: 154/2.

(5) المحكم والمحيط الأعظم، ابن سيده: 146/2.

ارساليته الإشهاري على الإشهار بصفة الاكتفاء بالنفس في انجاز شؤون الحياة، ويتخذ لتسويق هذه الدلالة التشبيه لتكون عتبة دلالية أولى، ثم يعضد هذه الدلالة بحاجية النفي المتمثل بـ(لم) الداخلة على الفعل المضارع التي تتخذ من الزمن المستقبل إطاراً زمنياً لها، عبر أداة الشرط(إذا)، فالتركيب الزمني بين اثر(لم) في الفعل بتحويله إلى الزمن الماضي، وتراكبه مع الشرط غير الجازم بأداته(إذا) التي تمنح السياق دلالة زمنية مستقبلية، يوظفه الخطاب ليكون بنية حاجية ضاغطة على المتلقي، تزيد من قوة الإرسالية الإشهارية في تسويق الدلالة المقصودة، إذ ينفي الخطاب المقتضى الذي يتوقعه المتلقي بأن المعني بالتجربة ليس على هذه الصورة المسوّقة بالعتبة الدلالة الأولى(كعارمة)، ثم ينتقل إلى توظيف النفي ليؤكد ان هذا العتبة الدلالية هي تبرير للعتبة الأولى، وهو ما يمثل حاجاً يدفع المتلقي إلى بناء اعتقاد جديد بضرورة الاعتماد على النفس، وهو ما يسوّقه الخطاب الإشهاري في هذه الإرسالية.

ومثله قولهم: ((لَيْسَ لِمُلُولٍ صَدِيقٌ))⁽¹⁾، يضرب في ذمّ سريع الضجر، يركز الخطاب الإشهاري في تسويق ارساليته على حاجية النفي بتوظيفه للفعل الناقص(ليس) الذي يمنح السياق دلالة نفي اتصاف الاسم بالخبر، ويقتضي هذا النفي أن يكون المخاطب مقتنعاً بالإثبات الذي ورد مسبقاً، لكن الخطاب يسوّق لدلالة معاكسة عبر ردّه بعاملية النفي وما له من قدرة حاجية تقوم على تثبيت الصورة المعاكسة في ذهن المخاطب، ودفعه إلى الاعتقاد بخلافها، فضلاً عن توظيف الخطاب لعاملية أخرى وهي عاملية التوكيد بتقديم الخبر على المبتدأ، وهو ما يكشف عن اهتمام الخطاب بالصفة التي يريد نفي الصداقة عنها، وقد جاءت لفظة(صديق) نكرة للإيحاء إلى المتلقي بدلالة الشمول، إذ تتعاضد هذه البنى اللغوية والدلالية لتقوية الخطاب الإشهارية وتعميق دلالاته لتكون سلطة تستحوذ على المتلقي وتوجه اهتمامه إلى نتيجة واحدة يردها الخطاب وهي الإرسالية الإشهارية التي تحقق تفاعل المتلقي معها.

(1) مجمع الأمثال: 195/2.

إنَّ الخطاب الإشهاري في الأمثال قد وظّف عاملية النفي في تعضيد وتقوية ارساليته الإشهارية في الإستحواذ على المتلقي عبر نفي الاعتقاد السابق المبني على الاثبات، ودفعه إلى تغيير ذلك الاعتقاد، وبناء اعتقاد جديد يقوم على التزام الخطاب بعدم مطابقة القول المثبت للواقع.

المبحث الثاني

الأنفال الانجازية

ترتكز نظرية أفعال الكلام التي جاء بها أوستين على دراسة اللغة في حال الاستعمال، والوظائف التي من الممكن أن تنجزها اللغة، ذلك أن اللغة عنده ليست بنى ودلالة فحسب، إنما هي نشاط انجازي يؤدي فيه المتكلم أغراضاً أخرى غير ما تحمله البنى اللغوية من دلالات جاهزة أو متعارفة، يحاول الباحث عبر هذا النشاط التأثير في المتلقي وإنجاز عملية التواصل⁽¹⁾، وقد انطلق أوستين من كون اللغة ليست وصفاً للقيام بالفعل أو إثبات القيام به، إنما هي انجاز وتأثير⁽²⁾، انجاز من قبل المتكلم وتأثير في المتلقي، ومن هنا فإن ((الفعل الكلامي يراد به الإنجاز الذي يؤديه المتكلم بمجرد تلفظه بملفوظات معينة، ومن أمثلته: الأمر، النهي، الوعد، ...))⁽³⁾، أي أن المقصود بإنجاز اللغة هي المعاني التي تؤديها التراكيب اللغوية في الخطاب لإنتاج عملية تواصلية بين المتكلم والمتلقي.

وانطلاقاً من هذه النظرية، فقد شرع سيرل إلى تطويرها وإعادة وضع مرتكزاتها ومقولاتها على وفق وحدة الفعل بوصفه الوحدة التواصلية الصغرى في التركيب اللغوي بعدما كانت الجملة هي الوحدة الصغرى في تحقيق إنجازية اللغة وقيمتها التأثيرية⁽⁴⁾، ولهذا وضع لها خمسة أقسام على وفق دلالة الأفعال، وهي⁽⁵⁾:

1- الاخباريات: ويتمثل انجاز اللغة فيها بالتعهد للمستمع بحقيقة الخبر، وتقديمه بوصفه حالة تقريرية واقعة، إلا إنها تحتل الصدق وشرط الصدق فيها أن تكون مبنية على الاعتقاد.

(1) ينظر: التحليل اللغوي للنص، مدخل إلى المفاهيم الأساسية والمناهج، كلاوس برينكر، ترجمة: سعيد حسن بحيري: 109.

(2) ينظر: نظرية أفعال الكلام العامة-كيف ننجز الأشياء بالكلام، جون أوستين، ترجمة عبد القادر قينيني: 17.

(3) التداولية عند العلماء العرب (دراسة تداولية لظاهر الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي)، مسعود صحراوي: 10.

(4) ينظر: التداوليات علم استعمال اللغة (مجموعة بحوث): 22.

(5) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، محمود نحلة: 78.

2- **التوجيهيات:** ويرتكز هذا الإنجاز على دفع المتلقي للقيام بأفعال معينة يغذيها الإخلاص في القيام بهذه الأفعال برغبة صادقة كالأمر والنهي..

3- **الالتزاميات:** وشرطها الأساسي هو الالتزام بالقيام بالفعل في المستقبل وهو ما يناسب دلالات الوعد والوصية..

4- **التعبيرات:** ويتمثل غرضها الانجازي في الكشف عن الحال النفسية ومن ذلك الاعتذار والندم والمواساة..

5- **الاعلانيات:** ويتمثل الفعل الانجازي فيها في الإعلان أو الاخبار. هذه هي التقسيمات التي وضعها سيرل إطاراً لنظرية الفعل الكلامي، وهي تقسيمات تقوم على توظيف الفعل ودلالته في الخطاب وتأثير هذه الدلالة في المتلقي ودوره في إنتاجها.

وتتضح إشهارية الأفعال الكلامية في غايتها التأثيرية في المتلقي، إذ تُعدُّ هذه الغاية احدى اهم خصائص الفعل الكلامي، فضلاً عن المشهور يلجأ إلى توظيف انجازية الأفعال لتحقيق هدفه التسويقي في الإستحواذ على المتلقي عبر استهداف عواطفه وإنفعالاته، إذ تتحدد كفاءة هذا الخطاب بمدى افادته من قوة افعاله الانجازية بوصفها تقنيات إقناعية⁽¹⁾، ونجد ان الأفعال الكلامية بسعيها إلى ((ضبط العملية التلفظية من حيث هي فعل تواصلية يتحقق في موقف سياقي، في الفضاء الثقافي الاجتماعي))⁽²⁾، تشترك مع الإشهار في زاوية القوة التواصلية بين الخطاب والمستهدف، فضلاً عن ان الإشهار يرتكز على تحويل الخطاب من كونه خطاباً مجرداً إلى كونه خطاباً انجازياً تواصلياً تأثيرياً⁽³⁾، ومن هنا حرص الخطاب الإشهاري ومنه الخطاب الإشهاري في الأمثال على توظيف تقنية الأفعال الكلامية في سياقه اللغوي لتعميق الإستحواذ على المتلقي وإثارة إنفعالات، والتماهي مع ارسالياته، وسنتناول في هذا المبحث الأفعال الكلامية واثرها في إنتاج إشهارية الخطاب في الأمثال على وفق محددات سيرل

(1) ينظر: استراتيجية الخطاب الحجاجي-دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية، بلقاسم دفة: 490.

(2) أثر الأفعال الكلامية في الخطاب الإشهاري، فريدة معلم: 14.

(3) ينظر: دراسات في تحليل الخطاب غير الادبي، بشير ابرير: 122.

بوصفها محددات كاشفة عن قدرة هذه الأفعال في اغناء الإرسالية الإشهارية وتكثيف قوتها التأثيرية على المتلقي.

1- الاخباريات

الجملة الخبرية هي الجملة ((المحتملة للتصديق والتكذيب في ذاتها بغض النظر عن قائلها، فكلُّ كلام يصح أن يوصف بالصدق وبالكذب فهو خبر))⁽¹⁾، ويقوم هذا الأسلوب على إفادة المخاطب الحكم الذي تتضمنه الجملة الخبرية، حين يكون المتلقي جاهلاً بهذا الحكم، وهو ما اطلق عليه فائدة الخبر، أو حين يُشعر المتلقي بمعرفة المتكلم بالحكم، وهو ما يطلق عليه لازم الفائدة⁽²⁾، أي إنَّ انجازية الأفعال في هذه الجملة تتوزع على ثلاثة أركان تتعاضد فيما بينها لإنتاج فعل تواصل بين الخطاب والمتلقي، فهي استراتيجية إيضاحية تقوم على بثِّ اعتقاد المتكلم بالحقائق التي يسعى إلى تسويقها إلى المتلقي، والتأثير فيه لقبولها⁽³⁾. وتسويقه إلى المتلقي، أي إنها أفعال تقوم على تمثيل الحقائق التي يعتقد بها المتكلم وتسويقها إلى المتلقي عبر توظيف الأفعال الكلامية التي تعمق من انجازية اللغة وقدرتها على تحقيق التواصل بين الخطاب والمتلقي، ذلك إنَّ الخطاب الإشهاري هو فعل اخباري بالأساس لإثته يرتكز على الوصف والتمثيل والاثبات والتقرير لتسويق دلالاته ومقاصده، وهي آليات إخبارية للتعبير عن الصورة التي يتغيا الخطاب ترويجها⁽⁴⁾، وهذا ما يكتف القوة الإقناعية للخطاب.

وقد جاءت البنية اللسانية للخطاب الإشهاري في الأمثال مشتملة على توظيف الفعل الكلامي القائم على إنتاج الخبر وتسويقه، ومنها قولهم: ((إِنَّ الْهَزِيلَ إِذَا شَبِعَ مَاتَ))⁽⁵⁾،

(1) الجملة العربية تأليفها وأقسامها، د. فاضل صالح السامرائي: 170.

(2) ينظر: مفتاح العلوم، السكاكي: 347.

(3) ينظر: التداولية، جورج يول، ترجمة: قصي العتاي: 89.

(4) ينظر: لغة الخطاب الإشهارية دراسة لسانية تداولية، فريدة معلم: 98.

(5) مجمع الأمثال: 55/1.

ويُضرب لمن استغنى فتجبرَّ على الناس، وتتجلى في الخطاب قيمة الفعل الكلامي في إنتاج إشهارية الخطاب، ومدى تأثيره على المتلقي، فالخطاب يقوم على الاخبار وتأكيد صورة من استغنى فتجبرَّ على قومه، ومن هنا تسير انجازية اللغة في الخطاب على مسارين متوازيين، يقوم الفعل المتضمن في القول على عدم التجبرَّ على الآخرين، ويتضح اثر هذا الفعل في المتلقي عبر تسويقه لبنية حاجية تتمثل بالفعل (مات)، وهو بيان لنتيجة التجبرَّ، في حين نجد إنَّ المثل يستلزم دلالة انجازية غير مباشرة تتمثل في التحذير والتخويف عبر إثارة إنفعال المتلقي التي يركز عليها السياق الاخباري وهو ما يستدعي استجابة من المتلقي ليكون له دور فاعل في إعادة إنتاج الإرسالية الإشهارية⁽¹⁾، فضلاً عن إرتكاز الخطاب في المثل على بنية كنائية تؤسس للإطار الدلالي الانجازي ليكون أرضية امكن للخطاب النفاذ منها إلى وعي المتلقي والتأثير عليها وإقناعه بدلالة الخطاب وإعادة إنتاجه دلالاتها الانجازية التي تقوم على الاخبار والتأكيد بتوظيف الحرف المشبه بالفعل (إنَّ) التي تمنح السياق تكثيفاً اكبر في إطار التسويق والإستحواذ على المتلقي.

وتوظف الأمثال الجملة الفعلية لتكون جملاً خبرية تحقق في الخطاب تأثيره المقصود، عبر نقل المتلقي إلى منطقة اشتغال الخطاب الإشهاري في المثل العربي، ويتجلى هذا في المثل الآتي: ((تَلْدُعُ الْعَقْرَبُ وَتَصِيُّ))⁽²⁾، ويُضرب للظالم في صورة المتظلم، يقوم الخطاب في هذا المثل على إنتاج خبريته باستثمار الجملة الفعلية التي تؤسس انجازاً كلامياً عبر تسويق المعنى المتضمن في القول القائم على الاخبار عن تصوّر الظالم في المتظلم، في حين نجد إنَّ الدلالة غير المباشرة التي يستلزمها الخطاب تقوم على الذم والتعريض، فيبني الخطاب على حركتين: الأولى تتمثل في الفعل المعروف للعقرب، وهو فعل اللدغ، في حين تأتي

(1) ينظر: الخبر في السرد العربي، الثوابت والمتغيرات، سعيد جبار: 156.

(2) مجمع الأمثال: 126/1.

الحركة الأخرى التي تتمثل في الفعل (تَصَيُّ) وهي نتيجة مغايرة لما تقدمه الحركة الأولى بتوظيف عنصر المفارقة في سياقها، بالشكل الذي يُحدث فارقاً في مستوى الدلالة، ويتوخى هذا الخطاب عبر هذا التوظيف التأثير في المتلقي، ودفعه إلى تحليل شفرته وربط الدوال بدلالاتها، مما يؤدي إلى تعميق الخطاب الإشهاري وتكثيفه في تسويق دلالاته وقدرته على إقناع المتلقي.

ويأتي توظيف الاخباريات في سياق الجملة الفعلية المنفية، ويتجلى هذا في المثل ((لا يَبْضُ حَجْرُهُ))⁽¹⁾، ويُضرب للبخل الذي لا يرتجى خير منه، في سياق موجز ومكثف يأتي الخطاب في المثل باستثمار بنية الجملة الخبرية القائمة على النفي، واستثمار دلالة الفعل المضارع الذي يمنح السياق دلالاته على الحركة والاستمرارية، فيخلق علاقة بين البض وهو ادنى ما يكون السيلان وبين الحجر، وهي علاقة غير منطقية بالنسبة للمتلقي، تقوم على تصوير المبالغة بالبخل، بلحاظ النفي الذي يتصدر السياق، فالمُشهر يصدر خطابه إلى المتلقي في إطار انجاز الفعل المتضمن للقول القائم على تسويق دلالة الاخبار عن صورة البخل، فضلاً عن إنتاج الدلالة المستلزمة للفعل في إنتاج دلالة التعريض بالبخل، فالخطاب الإشهاري لا يسوق منتجاً عارياً، إنما يعلّبه بأساليب لغوية تحقق غايته، ولهذا يستثمر قدرة الفعل الكلامي على توجيه الذائقة الأدبية الاستهلاكية للمتلقي عبر قوته الإقناعية والتبليغية⁽²⁾، فالمتلقي يعي سلوك البخل، ولكنه يتفاجأ بهذه الدرجة التي يقدّمها المثل، عبر إحالته إلى صورة أخرى مقابلة، وهي إمكانية ان يسيل الماء من الحجر، فيقع تحت سلطة الخطاب واستحواده.

ونجد إن خطاب الأمثال يرتكز على بنى لغوية مكثفة في إنتاج إشهاريته وتعميقها، ففضلاً عن استثماره البنى الخبرية للجمل بتوظيفه الفعل الكلامي لتحقيق انجازية اللغة في الخطاب،

(1) مجمع الأمثال: 229/2.

(2) ينظر: أثر الأفعال الكلامية في الخطاب الإشهاري، فريدة معلم: 27.

فانه يركز على الأساليب اللغوية التي تسهم بفاعلية في تحقيق هذه الانجازية، ومنها أسلوب الشرط، ونجد هذا في قولهم: ((مَنْ خَشِيَ الذُّبَّ أَعَدَّ كَلْبًا))⁽¹⁾، ويضرب للحث على الاستعداد للأعداء، يركز الخطاب على توظيف الفعل الكلامي في سياق اخباري في إطار تسويق ما يعتقد به إلى المتلقي، فيضع بنية الشرط إطاراً أسلوبياً تنتظم فيه البنى اللسانية الأخرى التي تأخذ الأفعال مركزية إنتاج الدلالة فيه، فنجد الأفعال (خشي، أعد) التي تؤسس لسياق شرطي يقوم على ثنائية السبب والنتيجة، وهي أفعال حملت الدلالة الإخبارية المتمثلة بالاستعداد والتأهب، في حين نجد إن الدلالة المستلزمة التي ينتجها في المتلقي تتمثل في دلالة التهيب والترهيب، التهيب من اثر الأعداء والترهيب في الاستعداد لهم، فالقوة الانجازية التي يسوقها الخطاب في سياقه الشرطي المشحون بالإيحاء الكنائي اسهم بفاعلية كبيرة على إنتاج إنجازية البناء اللغوي في الخطاب وتكثيف إشهاريته في التأثير في المتلقي وتعميق البنية الإقناعية بالاستحواذ على وعي المتلقي واهتمامه، وهو ما يحقق إشهارية الخطاب.

لقد منحت الاخباريات الخطاب الإشهاري في الأمثال ابعاداً أخرى عبر توظيفها الدلالي، وإنتاج دلالات أخرى مستلزمة توجه المتلقي إلى مناطق اشتغال هذا الخطاب وتأثيره فيه، سواءً باستثمار الفعل المتضمن في القول، أو الدلالة المستلزمة للفعل.

2- التوجيهات

عرّفها سيرل بكونها: ((محاولة حمل المستمع على ان يسلك بطريقة تجعل سلوكه يضاهي المحتوى القضوي للتوجيه، وامثلة التوجيهات هي الأوامر والمطالب والالتماسات))⁽²⁾، وهي تقنية تعبيرية يُوظف فيها الفعل الكلامي لحمل المتلقي على القيام بفعل معين⁽³⁾، وغرضها

(1) مجمع الأمثال: 316/2.

(2) العقل واللغة والمجتمع-الفلسفة في العالم الواقعي، جون سيرل، ترجمة: صلاح إسماعيل: 55.

(3) ينظر: التداولية، جورج يول: 90.

الانجازي هو توجيه المتلقي إلى ما يريده المتكلم عبر التأثير فيه، وتحفيزه للقيام بالفعل الذي يقتضي أن يكون زمنه دالاً على الاستقبال، فضلاً عن اشتراط قدرة المتلقي على أداء الفعل المطلوب منه⁽¹⁾، ومن هنا كانت أساليب الامر والنهي والاستفهام والدعاء دلالات مستلزمة في هذه الأفعال الانجازية، وتلتقي هذه الأفعال الانجازية مع الغاية الإشهارية في الاشتغال على المتلقي وتحفيزه للقيام بالفعل المطلوب منه، إذ يكون الخطاب موجّهاً له وجاذباً لاهتمامه، وهي الغاية التي يشتغل عليها الخطاب الإشهاري، ذلك ان الحقل الدراسي للأفعال الكلامية هي اللغة في حيز الاستعمال، والخطاب الإشهاري يوظف هذه اللغة في حيز الاستعمال للتأثير في المتلقي وتسويق الدلالات المقصودة إليه⁽²⁾، فالرابط بين أفعال التوجيهات والإشهار هي منطقة التأثير في المتلقي والإستحواذ عليه.

وقد جاءت الأفعال التوجيهية في خطاب الأمثال، ومنها قولهم: ((خُذْ مَا دَفَّ وَاسْتَدَفَّ))⁽³⁾، يُضرب في القناعة، يستثمر الخطاب الإشهاري في الأمثال الأفعال الكلامية الخاصة بالتوجيهات لإحداث التأثير المرغوب في المتلقي في حثّه على التحلي بالقناعة وترك الجشع والطمع، فنجد فعل الامر (خذ) الذي يمثل فعلاً الزامياً يحمل قوة انجازية متضمنة في القول تتمثل في النصح والإرشاد، تتمحور دلالتها حول القناعة والرضا بما تهيأ، وهي بهذه الدلالة تنتج تخفي وراءها دلالة متضمنة أخرى يستلزمها السياق تقوم على التحذير من الطمع، وقد وظّف الخطاب الإشهاري لتسويق هذه الدلالة سياقاً لغوياً يقوم على توظيف السجع (دَفَّ، استدَفَّ) بما يوفّره من إيقاع جمالي لاستمالة المتلقي وتحفيزه إلى البحث عن الدلالات المستلزمة في القول التي تركز على دلالاتي النصح والتحذير.

(1) نظرية الأفعال الكلامية بين فلاسفة اللغة المعاصرين والبلاغيين العرب، طالب السيد هاشم الطباطبائي: 31.

(2) ينظر: أثر الأفعال الكلامية في الخطاب الإشهاري، فريدة معلم: 14.

(3) مجمع الأمثال: 232/1، ومعنى دَفَّ واستدَفَّ أي تهيأ وتمكن، ينظر لسان العرب، ابن منظور: 106/9.

وفي مثل آخر، نجد الخطاب يُخبئ الأفعال الكلامية التوجيهية في سياقها مرتكزاً على توظيف البنى النحوية لأسلوب الاغراء أو التحذير، ويتضح هذا في قولهم: ((عَلَيْكَ نَفْسُكَ))⁽¹⁾، يُضرب لمن يشغل عن نفسه بغيره، يوظف الخطاب أسلوب الاغراء باسم فعل الامر (عليك) الذي يقوم مقام الفعل في تأدية معنى الالتزام والتوجيه، ويستلزم هذا السياق دلالة الاغراء التي تحت المتلقي على الانشغال بأموره والكف عن أمور الناس، فالفعل الكلامي المختبئ في السياق يمثل ملمحاً إشهارياً تأثيرياً للمتلقي يدفعه إلى البحث في طيات السياق اللغوي عن الدلالة التي يقتضيها السياق، ينتج عنها استقبال للإرسالية الإشهارية التي يتغيا المُشهر بإصالتها إلى المتلقي عبره اغرائه بالبحث واكتشاف المخبوء فيها.

ومن امثلة الأفعال الكلامية التوجيهية التي وظفها خطاب الأمثال في سياقه اللغوي أسلوب النهي، ففي قولهم: ((إِذَا ظَلَمْتَ مَنْ دُونَكَ فَلَا تَأْمَنْ عَذَابَ مَنْ فَوْقَكَ))⁽²⁾، ويُضرب للتحذير من الظلم، يرتكز الخطاب الإشهاري في تسويق دلالاته على توظيف أسلوب النهي لإنتاج دلالات مستلزمة أخرى يقتضيها السياق، فالفعل المتضمن في القول يقوم على النهي عن الظلم لما له من اثر، فالخطاب يضع المتلقي في منتصف المسافة بين طرفين (من دونك، من فوقك)، لينقل إليه الشعور الذي يحس به المظلوم، ويحذره من ان يظلم من هو ادنى منه ليكلا يقع تحت ظلم آخر ممن هو اعلى منه، فنجد إن الخطاب يحقق إشهاريته عبر تسويق نوعين من الدلالة، الدلالة الظاهرة التي يؤديها السياق اللغوي والمعاني المستلزمة فيه القائمة على دلالة التحذير عبر توظيف أفعال الكلام التوجيهية في أسلوب النهي، والدلالة الأخرى القائمة على استثمار البنية العميقة للسياق التي تقوم على إنتاج دلالة مختبئة أخرى مستلزمة أيضاً تتمثل بدلالة الترغيب في معاملة الآخرين بلطف وعدم ظلمهم، ويحقق الخطاب هذه الثنائية

 (1) مجمع الأمثال: 38/2.

(2) المصدر نفسه: 60/1.

الدلالية بالتأثير في المتلقي ودفعه إلى إنتاج الدلالة المستلزمة التي يخبئها لتكون قوة انجازية إقناعية.

ويستثمر الخطاب التنوع في استثمار الأفعال الكلامية التوجيهية في سياق لغوي واحد، فيرتكز على تعاضد بنيتي النهي والامر لتعميق إشهارية الخطاب وتأثيري الإقناعي للمتلقي، ونلاحظ هذا في قولهم: ((لَا تَلُمَّ أَخَاكَ، وَاحْمَدُ رَبًّا عَافَاكَ))⁽¹⁾، وفيه تتعاضد بنية الفعل الكلامي التوجيهي القائم على توظيف النهي والامر في سياق لغوي واحد، فعلى مستوى النهي نجد إنَّ الخطاب يتغيا تسويق دلالة العلاقة بين الاخوة التي يجب ان تقوم على الاحترام والمودة، فاستعمل الفعل (تلم) للإشارة إلى ما يجب ان تكون عليه تلك العلاقة، فالدلالة المستلزمة التي انتجتها بنية النهي هي النصح والإرشاد، في حين نجد إنَّ بنية الامر تؤكد هذه الدلالة بصيغة أخرى، ويستشعر المتلقي هذا التنوع الذي يغريه بالبحث عن الدلالات المقصودة التي تشكل مساحة لاشتغال التأويل والاكتشاف وما يترتب عليه من لذة وممتعة في إنتاجها عبر الوصول إليها فتتحقق انجازية اللغة والأفعال التوجيهية التي تزيد من مساحة تأثير الخطاب الإشهارية وإقناعيته.

ويُعَدُّ الاستفهام من البنى الاسلوبية التي تؤدي دلالات توجيهية، وتحقق انجازية اللغة بما يمتلكه الاستفهام من قوة انجازية على مستوى الخطاب الإشهاري، ويتضح هذا في قولهم: ((أَكَلًا وَذِمًّا))⁽²⁾، يضرب لمن يذم شيئاً يُنتَفَعُ به وهو لا يستحق الذم، يوظف الخطاب التركيب الجملي في إنتاج دلالاته المستلزمة التي يسوقها إلى المتلقي، ويقوم هذا التوظيف على استثمار الفعل الكلامي في سياقه اللغوي، فتقدير الجملة (أُكَلِّتُ أَكَلًا، وَذِمَمْتُ ذِمًّا)، لكن الخطاب أثر الإيجاز ما استطاع، فحذف الأفعال وأحال المتلقي إلى قوتها الانجازية التي يستدل عليها

(1) مجمع الأمثال: 216/2.

(2) المصدر نفسه: 50/1.

بقرائن اسمية تتمثل في المصادر المنصوية (أكلاً، ذمّاً)، ثمّ عمدَ إلى الاستفهام فحذف اداته، رغبة منه في محاصرة المتلقي ودفعه إلى البحث في التركيب عن الدلالات المقصودة التي ينتجها الفعل الكلامي التوجيهي المتمثل في الاستفهام بوصفه بنية حوارية، فالفعل المنجز هو فعل الأكل والذم، في حين نجد إنّ الدلالة التي يستلزمها الخطاب هي دلالة التوبيخ، وهي دلالة ضمنية يستشعرها المتلقي، ويفهم إرساليتها، وهي إرسالية إشهارية يتغيا الخطاب إرسالها إلى المتلقي ويشحنها بقدرة إقناعية وتأثيرية يعمقها التركيب اللغوي بتوظيف بنى لغوية منها الاستفهام والحذف والأفعال الكلامية التوجيهية.

وفي قولهم: ((كَيْفَ يُعْقُّ وَالِدًا مَنْ قَدْ وَلَدَ))⁽¹⁾، ويضرب لزم عقوق الوالدين، يوظف الخطاب هنا الفعل الكلامي التوجيهي في سياقه اللغوي لإنتاج دلالاته التي يتغيا تصديرها إلى المتلقي لتكون إرسالية إشهارية يمكنها التأثير فيه، ويرتكز في إرساليتها على أسلوب الاستفهام المجازي الخارج إلى دلالة التعجب لتكون دلالة مستلزمة يسوقها الخطاب في سياقه، فالخطاب يسوّق صورتين لعلاقتين بين الوالد وابنه، العلاقة الأولى هي علاقة الإيجاد، وهي تتجه من الوالد إلى الولد، في حين نجد العلاقة الأخرى وهي علاقة المعاملة وتتجه من الولد لوالده، وهما علاقتان يشهّر بهما الخطاب في سياق استفهامي لتمثل الفعل القضوي للسياق، في حين نجد الدلالة التوجيهية غير المباشرة تستلزم أن تكون العلاقة الثانية علاقة معاكسة لما يصدره الخطاب، وهي الدلالة المقصودة التي يتغيا الخطاب من المتلقي اكتشافها وإنتاجها وإعادة تسويقها.

يتضح مما سبق تنوع توظيف الخطاب للأفعال الكلامية التوجيهية ما بين فعل الأمر المباشر أو غير المباشر والنهي والاستفهام من أجل تكثيف قوة الإرسالية الإشهارية في تسويق الدلالات المقصودة، فضلاً عن إنتاج الدلالات المستلزمة التي تدفع المتلقي إلى البحث عنها

(1) مجمع الأمثال: 166/2.

وتتبعها واكتشافها وإعادة تسويقها في التداول اليومي، فالخطاب الإشهاري يركز في التأثير في المتلقي، ويعتمد إلى توظيف البنى اللغوية وتكثيفها من أجل هذه الغاية.

3- الالتزامات

يقول سيرل أن ((كلّ الزام هو التزام من جانب المتكلم بأن يتعهد بسلوك الفعل الممثل في المضمون القضوي، وأمثلة الأفعال الإلزامية هي الوعود والنذور والتعهدات والتعاقدات والضمانات، والتهديد الزامي أيضاً))⁽¹⁾، يضع سيرل قواعد الفعل الالتزامي وإنجاز دلالاته في السياق اللغوي، فهو فعل يرتكز على دور المتكلم في الزام نفسه بأداء الفعل، وهو التزام طوعي يتخذ الصيغة الزمنية المستقبلية⁽²⁾،

وقد اشتمل خطاب الأمثال على توظيف الأفعال الإلزامية في سياقه اللغوي لتعميق الخطاب الإشهاري وتوسيع دائرة التأثير في المتلقي، ومن هذه الأمثال التي وظّفت الأفعال الكلامية الإلزامية قولهم: ((سَأَكْفِيكَ مَا كَانَ قَوْلًا))⁽³⁾، يضرب لمن لا يملك الا القول في ردّ الظلم، يحيل الخطاب المتلقي إلى ما في الفعل الكلامي من التزام المتكلم بأداء الفعل (اكفيك) في الزمن المستقبل عبر تصدير الفعل بـ(السين) الدال على الزمن المستقبل، ويمثل الفعل بهذا الخطاب قوة انجازية تتضمن الالتزام بالفعل في الزمن المستقبل في حين نجد إنّ الفعل التأثري يقوم على دلالة الوعد بإنجاز هذا الفعل، ونجد إنّ الخطاب الإشهاري للمثل يسوّق فعل الالتزام هذا لإحالة المتلقي إلى قدرة المتكلم وصدقه في انجاز فعل القول، فضلاً عن دلالة الضعف التي تمنعه من دفع الإساءة بالفعل المادي.

(1) اللغو والعقل والمجتمع، جون سيرل، ترجمة: صلاح اسماعيل: 183-184.

(2) آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، محمود نحلة: 104.

(3) مجمع الأمثال: 343/1.

ونجد مثل هذه الأفعال الالتزامية في قولهم: ((أَقْلَعَنَّكَ قَلْعَ الصَّمْغَةِ))⁽¹⁾، ويضرب للوعيد، يوظف الخطاب الفعل (أقلع) بصيغة توكيد مشفوعة بالقسم لشحن السياق بقوة انجازية تقوم على دلالة الوعيد، وهو فعل مستقبلي لاعتماده على بنية القسم وتوصيل الفعل بنون التوكيد الثقيلة، وهي صيغة استقبالية تحيل المتلقي إلى التزام المتكلم بأداء الفعل الذي يشي بالقوة والسطوة على المتلقي، ومن هنا يتضمن الفعل قدرة المتكلم وصدقه على أدائه، فالمحتوى القضوي الذي يتضمنه السياق هو الوعيد، في حين أن الفعل التأثيري للفعل يمنح السياق دلالة القوة والقدرة، ومن هنا يشهّر الخطاب بهذه الدلالات التي انتجها الفعل الالتزامي في بعده التداولي، وهي إرسالية إشهارية تعتمد إلى توسيع مداها التأثيري عبر تسويق دلالات ضمنية تدفع المتلقي إلى البحث عنها في البنى العميقة للنص.

ويعتمد الخطاب في توظيف الأفعال الالتزامية على أسلوب الشرط بما يمثله من تعالق تركيبى يمكن له إنتاج الدلالة المستقبلية للأفعال الالتزامية، ونجد هذا في قولهم: ((مَنْ صَدَقَ اللَّهَ نَجَا))⁽²⁾، يضرب في من يحقق قوله فعله، يصنف المثل من الالتزاميات لاشتماله على الوعد بما سيأتي، فقد ارتكز الخطاب على توظيف أسلوب الشرط الذي يقوم على ربط حدثين (صدق، نجا) ببعضهما، فالحدث الأول (صدق) وهو حدث أني يعتمد على فعل الصدق في التعامل مع الآخر، في حين نجد إنَّ الحدث الآخر (نجا) هو حدث مستقبلي يمثل أثراً لوقوع الحدث الأول، ومن هنا فإن المحتوى القضوي للخطاب يقوم على الوعد بالنجاة فضلاً عن التأكيد والتذكير، ويستشعر المتلقي التزام المتكلم بهذه النتيجة التي يسوقها الخطاب إليه، في حين نجد إنَّ فعل التأثير في هذه الإرسالية الإشهارية يقوم على تصدير الحث على الصدق، فالخطاب هنا يحشد التأثير الإقناعي للفعل الكلامي لاستثماره في توسيع دائرة التأثير والإقناع للمتلقي ودفعه إلى إنتاج دلالاته.

 (1) مجمع الأمثال: 185/2.

(2) المصدر نفسه: 296/2.

يتضح مما سبق، سعي الخطاب الإشهاري إلى توظيف الأفعال الكلامية في تسويق رسالته الإشهارية، ومنها الأفعال الالتزامية مرتكزاً على قوتها الانجازية ودلالاتها الضمنية، وما تحمله من إحياء بقوة المتكلم وقدرته على أداء الفعل، وهو ما يوسع من دائرة التأثير الإقناعي الذي يحرص المشهّر على تضمينه في خطابه.

4- التعبيرات

تكشف هذه الأفعال عن المشاعر التي تعتري المتكلم ويحاول نقلها إلى المتلقي، ويكشف غرضها الانجازي عن الإنفعالات التي يمر بها المتكلم تجاه الوقائع والاحداث التي يسوقها الخطاب، فضلاً عن كشفها عن الحال النفسية التي يكون عليها المتكلم، وشرطها هو الإخلاص في نقل هذه المشاعر، وتتخلص هذه الأفعال بالأفعال الدالة على السرور والحزن والالام والفرح والحزن⁽¹⁾، فضلاً عن أفعال الاعتذار والتهنئة والتعزية.

ويحاول الخطاب الإشهاري للأمثال في توظيف هذه الأفعال إلى دفع المتلقي إلى مشاركته هذه المشاعر والاحاسيس التي تنتابه عبر التأثير فيه ونقله من دور القارئ إلى دور القارئ المنتج بإعادة تسويقها إلى الآخرين، ونلمح مثل هذه الأفعال في قولهم: ((تَذَكَّرْتُ رَيًّا صَبِيًّا فَبَكَتْ))⁽²⁾، ويضرب للحزن على امر قديم، يستبطن الخطاب شخصية المثل في نقله للإنفعال الناتج عن الفعل التعبيري (تذكرت، بكّت)، وهي أفعال كلامية تقوم على تصوير مشاعر التذكر والحزن لتوحي للمتلقي بالحال النفسية التي مرّت على شخصية المثل، ونقلها الخطاب إليه للتأثير فيه، ونجد إنّ الخطاب سوّق للقوة الانجازية للفعل التي يستلزمها السياق في نقل دلالة التوجع والحزن إلى المتلقي عبر نقل الفعل الكلامي المباشر القائم على توظيف الفعل (بكت)، ونقل هذه المشاعر إلى المتلقي من أجل مشاركته للإحساس المؤلم جراء فعل (التذكر)، ومن

(1) ينظر: التداولية، جورج يول: 90.

(2) مجمع الأمثال: 146/1.

هنا يحقق الخطاب إشهاريته بالتأثير في المتلقي وإقناعه بالحالة النفسية المنقولة فضلاً عن صدق التجربة ومصدقها.

وقد يركز الخطاب في توظيف الفعل الكلامي التعبيري على الدلالات المستلزمة له من غير أن يكون الفعل فعلاً تعبيرياً، ففي قولهم: ((أَكَلْتُمْ تَمْرِي وَعَصَيْتُمْ أَمْرِي))⁽¹⁾، ويضرب للشكوى، نجد إنَّ الخطاب لم يستعمل فعلاً تعبيرياً لإنتاج دلالاته، إنما نقل حالة يمكن للمتلقي من معرفة شعور المتكلم وحالته النفسية، فالأفعال (أكلتم، عصيتم) هي أفعال غير تعبيرية، إنما توحى بدلالات أخرى، فالفعل (أكلتم) يوحي بدلالة البذل، إلا إنَّ المتلقي يفاجأ بدلالة مغايرة لما يجب أن يكون عليه هذا البذل من جزاء، فالبذل بحسب المثل كان برجاء الطاعة، فيأتي الفعل (عصيتم) ليصور اثر هذا البذل، إلا إنَّ المتلقي يستشعر القوة الانجازية التي تتمحور حول دلالة الذم والتوبيخ.

يحقق الخطاب إشهاريته عبر تسويق الصورة التي كان عليها المشهور ليدفعه إلى مشاركته هذا الشعور، وسحب التجربة من المثل إليه، ومحاصرته به، ليكون تحت تأثيره وسلطته.

ويوظف الخطاب مشاعر الفرح عبر توظيف الأفعال الكلامية الدالة على التعبير عن الحالة النفسية، ففي قولهم: ((أَسْرُ مِنْ غِنَى بَعْدَ عُدْمٍ، وَبُرْءٍ بَعْدَ سُقْمٍ))⁽²⁾، يضرب لمن تبدل حاله من ضيق إلى خير، يوظف الخطاب أفعال التعبير عن الحالات الشعورية وما تستلزم من دلالات متضمنة في القوة الانجازية للأفعال، فالفعل (أسر) بدلالاته على الفرح والمسرة يجعل الخطاب قادراً على نقل هذا الشعور إلى المتلقي، فالخطاب لم يدع الفعل عارياً عن سببه، إنما أراد زيادة القوة الإقناعية للفعل فأورد سببه، ثم انتقل إلى توظيف فعل آخر يشتمل على الفرح من دون أن يكون معبراً عنه بلفظه، فالفعل (برء) بدلالاته على الخلاص مما هو شرّ يولد

(1) مجمع الأمثال: 77/1.

(2) المصدر نفسه: 356/1.

الفرح بالخلاص، والخطاب هنا ينوع بن توظيف الفعل التعبيري والتعبير عنه بدلالات مستلزمة يمكن التأثير في المتلقي ووضعه في الدائرة اشتغال هذه الأفعال من أجل زيادة القوة الإقناعية.

ومثال استعمال الخطاب في الأمثال لأفعال التمني بوصفها أفعالاً كلامية تعبيرية تنقل ما في نفس المتكلم تجاه المخاطب إلى المتلقي، ففي قولهم: ((إِذَا تَمَنَّيْتَ فَاسْتَكْثِرْ))⁽¹⁾، يضرب للحث على الاستكثار من الخير، يشتمل الخطاب الإشهاري في المثل على توظيف الفعل التعبيري (تمنيت)، وهو فعلا كلامي يقوم على حث المخاطب على الاستكثار من تمني الخير، وينقل المثل رغبة المتكلم بجعل التمني طريقاً لتحقيق المآرب، وهو يكشف عن الرغبة الصادقة في وقوع الخير وتحقيق الهدف المنشود، فالقوة الانجازية التي يوظفها الخطاب الإشهاري للفعل هي دلالة التمني، في حين نجد إنَّ الدلالة المستلزمة لهذا الفعل هو الحث على السعي لتحقيق هذه الاماني، وبهذا يجعل الخطاب المتلقي في دائرة مشاركته لهذا الشعور، ليكون قوة إقناعية تزيد من إشهارية الخطاب وقوته الإقناعية.

ويتضح في قولهم: ((كُنْتَ تَبْكِي مِنَ الْأَثْرِ الْعَافِي، فَقَدْ لَاقَيْتَ أُخْذُوداً))⁽²⁾، يضرب لمن يشكو القليل فيوقعه القدر في الكثير، يرتكز الخطاب على الفعل التعبيري (تبكي) في سياق لغوي يعتمد على نقل الإنفعالات وتصوير حالاتها، فالفعل (تبكي) يصف حالة التوجع والتحسر، في حين ان القوة الانجازية للخطاب تحيل المتلقي إلى دلالة الذم والتوبيخ، في حين نجد إنَّ الدلالات المستلزمة في المثل تقوم على القناعة والحث على إتمام الأمور سهلها وصعبها ما دام فيها خير، والخطاب في هذا المثل يعتمد إلى حركتين تعبيريتين، تكمن الأولى في نقل شعور التوجع والتحسر إلى المتلقي، والأخرى في كون نقل هذا الشعور يصلح أن يكون السياق سياقاً توجيهياً يقوم على دلالة التنبيه والتحذير، وهي دلالات مستلزمة في الأفعال التعبيرية

(1) مجمع الأمثال: 87/1.

(2) المصدر نفسه: 134/2.

التي يوظفها الخطاب في هذا المثل باستثمار قوتها الانجازية وما تستلزم هذه الأفعال من دلالات أخرى لتشكل بعداً إقناعياً يعمل المتلقي على الكشف عنها وإنتاجها وإعادة تسويقها. ونلاحظ أنّ الخطاب يركز على هذه الأفعال في تسويق الدلالات المتنوعة إلى المتلقي، ففي قولهم: ((هَنِيئاً لَكَ النَّافِجَةُ))⁽¹⁾، يضرب للتهنئة بولادة مولود جديد، يوظف الخطاب لفظة (هَنِيئاً) وما تحمل من قوة انجازية تحيل المتلقي إلى دلالة الحزن والتحسر، لاسيما اذا اخذنا بنظر الاعتبار الشعور الناتج عن ولادة الانثى، الا ان البنية العميقة للخطاب تحيل المتلقي إلى دلالة الحثّ على الفرح بالمولود عبر توظيف الفعل التعبيري المباشر الدالة على التهنئة، وهي دلالة يحاول الخطاب تسويقها إلى المتلقي من أجل توسيع دائرة التأثير فيه وممارسة سلطة إقناعية عليه تجعله في جوّ هذه الدلالات بكشفها والوصول إليها وإعادة تسويقها إلى الآخرين.

يتضح مما سبق قدرة الخطاب الإشهاري في المثل على توظيف الأفعال التعبيرية ودلالاتها المستلزمة في تسويق غايتها ومقاصده في التأثير في المتلقي، وتحويله من متلقٍ إلى مستهلكٍ للخطاب ودلالاته المباشرة وغير المباشرة بتحليل شفرات الخطاب وبنيته العميقة للوصول إلى تلك المقاصد والغايات.

5- الاعلانيات

وقد اطلق عليها سيرل (التصريحات)، وعبر عن غايتها الانجازية بإنّها ((احداث تغيير في العالم عن طريق تمثيله بقدر ما يتغير))⁽²⁾، أي إنّها أفعال ادائية يتوقف الأداء الناجح لها على مدى التطابق بين المحتوى القضوي والوجود الواقعي لها، ولا يشترط الإخلاص في هذه الأفعال إنما يشترط ان تكون أجياداً للواقع عبر تسويق الحدث على انه حدث مغايرة لما هو

(1) مجمع الأمثال: 405/2.

(2) اللغة والعقل والمجتمع، سيرل: 184.

سائد، ففي قولهم (انت طالق) يمنح المتلقي صورة مغايرة عن الصورة الاصلية، فالمخاطبة كانت زوجة ثم انتقلت بكونها مطلقة⁽¹⁾، ولهذا يعتمد الفعل الاعلاني على وصف حالة واقعة فعلاً، وليس نقل فعلٍ متخيل، وهذا ما يشترط في نجاح أدائها.

ويمكن تأثير هذه الأفعال في الإشهار إنها تزيد من تأثير الخطاب في مقارنة الحدث المسوق مع صورته الأولى وبيان التغيير الذي وقع فيه، ومن هنا فالمتلقي يجتهد في الكشف عن دلالات هذه الأفعال وقدرتها على أداء المعنى، وهذا يعني انه يمارس الفعل القرأني تحت سلطة الخطاب وتأثيره الإقناعي بفعل القوة الانجازية للأفعال.

ونلمح توظيف الخطاب الإشهاري للأمثال لهذه الفئة من الأفعال الكلامية في قولهم: ((جاءَ وَقَدْ لَفَظَ لِجَامَةٍ))⁽²⁾، يضرب لمن ينصرف من حاجته مجهداً، يركز الخطاب الإشهاري في هذا المثل على توظيف الفعل الاعلاني في سياقه اللغوي، فالقوة الانجازية في الفعل (لفظ) بوصفه فعلاً حركياً يصور أداء عملٍ ما اداءً ناجحاً انتج عنه صورة مغايرة لما كانت سابقة، وهو ما يحيل المتلقي إلى صورة التعب والاعياء التي كانت عليها شخصية المثل، وتتمثل الدلالات المستلزمة بالنصح والإرشاد إلى أداء الاعمال كما يجب حتى وان تطلب ذلك مجهوداً اضافياً، وهي إرساليات إشهارية تركز على توظيف الفعل الاعلاني واستثمار قوته الانجازية في تسويق دلالات النصح والتوجيه، لما لهذه الأفعال من قدرة إقناعية يمكن أن تشكل قوة مستحوذة على المتلقي المستهدف.

أما في قولهم: ((دَمَتْ⁽³⁾ لِنَفْسِكَ قَبْلَ النَّوْمِ مُضْطَجَعًا))⁽⁴⁾، ويضرب في الحث على الاستعداد للنواب، فالخطاب يدعو المتلقي إلى الاستعداد للنواب عبر توظيف الفعل الكلامي

(1) ينظر: نظرية الأفعال الكلامية بين فلاسفة اللغة المعاصرين والبلاغيين العرب، طالب السيد هاشم الطباطبائي: 131.

(2) مجمع الأمثال: 162/1.

(3) دَمَتْ: فعل امر بمعنى استعد، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 149/2.

(4) مجمع الأمثال: 265/1.

الإعلاني (دَمَثُ) وهو فعل امر الزامي للقيام بالفعل، فالقوة الانجازية المباشرة هي الأمر على وجه الاستعلاء، في حين نجد إنّ القوة الانجازية المستلزمة فيه تتضمن دلالات التحذير والتنبيه، فالخطاب بتوظيفه لهذه الفئة من الأفعال الكلامية إنما يحيل المتلقي إلى ما في الفعل التصريحي من قوة انجازية يمكنها أن تؤدي الدلالات المختلفة، فتدفعه إلى تمثل تلك الدلالات وإنتاجها والوقوف على البنى اللغوية التي تؤديها، ومدى مناسبتها للتجربة التي استهدفها المُشهر في تسويق دلالاته، ومن هنا تتوسع دائرة التأثير وتعمق من أجل أحداث أكبر اثر فيه.

ونلمح هذه الأفعال الكلامية في خطاب الأمثال عبر توظيفها في سياقاتها اللغوية، ففي قولهم: ((دَعِ الْكَذِبَ حَيْثُ تَرَى أَنَّهُ يَنْفَعُكَ فَإِنَّهُ يَضُرُّكَ، وَعَلَيْكَ بِالصِّدْقِ حَيْثُ تَرَى أَنَّهُ يَضُرُّكَ فَإِنَّهُ يَنْفَعُكَ))⁽¹⁾، ويضرب في لزوم الصدق حتى يصير سلوكاً، يركز السياق اللغوي للخطاب على تقديم حقائق واقعة وتوظيفها للحجاج عبر الإرتكاز على توظيف الأفعال الكلامية الاعلانية، فالمُشهر في هذا الخطاب يتغيا بثّ ارساليته بما تحمل من دلالة الإعلان عن حقيقة ضرر الكذب ومنفعة الصدق، واستثمار القوة الانجازية لهذه الأفعال القائمة على تسويق دلالة الإعلان والتصريح على مستوى البنية السطحية، في حين يستشعر المتلقي في البنية العميقة للخطاب الدلالة الإشهارية المستلزمة والمتضمنة في الخطاب القائمة على تسويق دلالة النصح والإرشاد والتوجيه بتوظيف بنية فعل الامر (دع) واسم فعل الامر (عليك)، فضلاً عن توظيف بنية التوكيد بالحرف المشبه بالفعل، وهو ما منح الخطاب قوة إقناعية وسّعت من مدى التأثير في المتلقي والإستحواذ عليه بشكل يدفعه إلى البحث عن الدلالات المختبئة خلف بنائه اللغوي، وإعادة إنتاجها وتسويقها.

(1) المصدر نفسه: 271/2.

ونجد إنَّ الخطاب لا يقتصر في توظيفه للأفعال الكلامية الاعلانية على فعل الامر فحسب، إنما ينوّع في توظيف الأفعال مع الإرتكاز على قوتها الانجازية التي تمنح الخطاب قوة إقناعية اكبر عبر تسويق دلالاتها المباشرة والمستلزمة، ومنها قولهم: ((كَلُّ يَجْرُ النَّارَ إِلَى قُرْصِهِ))⁽¹⁾، ويضرب في الاستثثار، يستثمر الخطاب الفعل الكلامي (يجرّ) القائم على الإعلان عن سعي الإنسان إلى الخير ودلالة المنافسة في الحصول عليه، فيوظف القوة الانجازية المباشرة التي تسوّق هذا المعنى للمتلقي، في حين نجد إنَّ الدلالة المستلزمة هي التعريض في عدم التحلي بالإيثار كصفة إنسانية تقتضي أن يكون الخير يعمّ الآخرين، ويستثمر الخطاب قوة التأثير الكامن في الفعل الكلامي وتعزيدها بالصورة الكنائية التي يرتكز عليها المثل في ابراز الرغبة العارمة على الاستثثار بالخير دون الآخرين، فالخطاب الإشهاري في المثل يسوّق للدلالات المستلزمة للخطاب، ذلك لان ((البنية السطحية للنص لا توضح المعنى المستلزم منه القار في ألفاظه، بل يحتاج المعنى إلى اعمال العقل وشدّ المتلقي إلى النص بواسطة الاقتصاد في اللفظ مع سعة المعنى))⁽²⁾، لهذا يركز المُشهرّ في بثّ ارساليته الإشهارية على تضمين ارساليته بالمعاني الضمنية التي يتغيا الإستحواذ عبر على المتلقي وممارسة سلطته عليه.

ومن الأمثال التي يوظف فيها الخطاب الفعل الإعلاني قولهم: ((مَا سَدَّ فَقْرَكَ مِثْلُ ذَاتِ يَدِكَ))⁽³⁾، يضرب فيمن اتكلّ على غيره، يوظف الخطاب الفعل الإعلاني لإنتاج قوة انجازية مباشرة تقوم على تسويق الجملة الخبرية القائمة على النفي باستعمال (ما) النافية للفعل الماضي (سدّ) الذي أدى الدلالة المقصودة في التأثير في المتلقي القائمة على تصوير ضرر الاتكال على الغير في تسيير الأمور، في حين نجد إنَّ الخطاب عبر هذا السياق قد سوّق الدلالة الضمنية التي يستلزمها الخطاب وهي دلالة النصح والإرشاد مستنداً إلى قوة التأثير

(1) مجمع الأمثال: 2/ 154.

(2) الإعلامية في الخطاب القرآني دراسة في ضوء نظرية التواصل، زهراء البرقعاوي: 230.

(3) مجمع الأمثال: 2/ 290.

التي تثير إنفعالات المتلقي فيتماهى مع السياق ويبحث عن الدلالات المختبئة فيه، فالخطاب الإشهاري في المثل يعتمد على توظيف الأفعال الكلامية الاعلانية في تصدير مقاصده وغاياته الدلالية، وهو ما يتحقق بتحويل المتلقي من قارئ إلى مستهلك ثم إلى مشهّر بتسويقه لهذه الدلالات إلى الآخر.

ومنه قولهم: ((وَجْهٌ عَدُوٌّكَ يُعْرِبُ عَنْ ضَمِيرِهِ))⁽¹⁾، يضرب في الحذر من العدو، ويرتكز الخطاب على توظيف الفعل الإعلاني (يعرب) لنقل صورة العدو التي يجب الحذر منها، فيوظف لهذا الفعل الكلامي الذي يحث المتلقي على الحذر، فالقوة الانجازية المباشرة للفعل الإعلاني تقوم على الإعلان والتصريح عن ان عدوك يتحين الفرص للإيقاع بك، وهذا يبدو من عينيه، في حين ان المعاني الضمنية المستلزمة لهذا الفعل تقوم على اخذ الحيطة والحذر مما قد يسببه لك عدوك من متاعب، ويتجلى الفعل التأثيري للفعل الإعلاني في حث المتلقي على اخذ حذره، ومن هنا يتحقق البعد الإشهاري للمثل عبر تكثيف القوة الإقناعية والإستحواذ على المتلقي ودفعه إلى الوصول إلى الدلالات المقصودة والتأثر بها.

مما تقدّم يتضح قدرة الخطاب الإشهاري على توظيف الأفعال الكلامية بأقسامها المختلفة في تسويق الدلالة المقصودة التي يتغيا المشهّر توظيفها في تصدير مقاصده إلى المتلقي، وقد اشر الباحث القوة الانجازية لهذه الأفعال في شحن الإرسالية الإشهارية بالقوة الإقناعية التي تستحوذ على المتلقي وتدفعه إلى تمثّل الدلالات المباشرة والضمنية لهذه الأفعال، فضلاً عن تكثيف الإستحواذ ومحاصرة المتلقي وإثارة إنفعاله على التماهي مع البناء اللغوي والدلالي لهذه السياقات الإشهارية.

(1) مجمع الأمثال: 2 / 370.

المبحث الثالث

الاستلزام الحواري

انتجت مباحث غرايس في تداولية الخطاب مفهوماً لسانياً يقوم على إنتاج الدلالات الكامنة في الخطاب، فقسم هذه الدلالة إلى قسمين: اعتنى الأول منها بالمعنى الصريح، في حين عكف الآخر على دراسة المعنى غير الصريح، وهو ما استقر عنده بمفهوم الاستلزام الحواري⁽¹⁾، وشرع بتعريفه بقوله: ((ان نقول ان القائل قصد شيئاً ما عبر جملة معينة، ذلك يعني ان هذا القائل كان ينوي وهو يتلفظ بهذه الجملة أيقاع التأثير في مخاطبه، بفضل فهم هذا المخاطب لنيّته))⁽²⁾، يقترح التعريف ان ثمة حوار بين المتكلم والمخاطب بناء على قاعدة إنّ الخطاب رسالة موجهة إلى مرسل إليه، ثم يحدد غاية الخطاب بوصفه رسالة إقناعية تقتضي التأثير في المرسل إليه، وتفترض فهم المرسل إليه لهذه الرسالة، والفهم هنا لا يركز على الدلالة الصريحة للخطاب، إنما يتعداه إلى فهم الدلالة العميقة له.

ونجد في تعريف فرانثيسكويس راموس أكثر إيضاحاً لهذا المفهوم، فهو عنده ((رسالة مضمرة ذات معنى اعمق من المعلومة القضية المباشرة للخطاب، بحسب خصائص السياق، مقام الكلام، والمعرفة المشتركة))⁽³⁾، ومنه نلاحظ وجود دالتين للخطاب، احدهما الدلالة المباشرة، ويمكننا ان يُطلق عليها الدلالة السطحية، والأخرى الدلالة المضمرة، أو العميقة، وترتكز هذه الدلالة على ثلاثية العلاقة بين اطراف الخطاب، وهي السياق الذي جاءت به الدلالة، والمقام الذي قيل فيه الخطاب، والمعرفة التي توافق عليها المرسل والمرسل إليه.

(1) ينظر: نظرية المعنى في فلسفة بول غرايس، ترجمة: صلاح إسماعيل: 40.

(2) التداولية اليوم علم جديد في التواصل، آن روبول، وجاك موشلر، ترجمة: سعد الدين دفعوس، ومحمد الشيباني: 53.

(3) مدخل إلى دراسة التداولية (مبدأ التعاون ونظرية الملاءمة والتأويل)، فرانثيسكويس راموس، ترجمة يحيى حمداي: 16.

وضع غرايس مبدأ التعاون بين المرسل والمرسل إليه في إنتاج دلالة الخطاب، ونصّها: ((ليكن انتهاضك للتخاطب على الوجه الذي يقتضيه الغرض منه))⁽¹⁾، واوجد تفرّيعات لهذا المبدأ، يمكن لها ان تحقق إنتاج الدلالة، وهذه التفرّيعات هي⁽²⁾:

- (1) **قاعدة الكم:** وتقوم على تحقق الفائدة من الخطاب، بإعطاء المتلقي قدراً كافياً من المعلومات التي تجعله مفهوماً من غير زيادة أو نقصان.
- (2) **قاعدة الكيف:** وتقوم على صدقية الخطاب، وإثباتها بحجة ودليل.
- (3) **قاعدة المناسبة:** وتقوم على علاقة المقال بالمقام، وعدم تقاطع أي منهما مع الآخر.

(4) **قاعدة الوضوح:** وتقوم على الالتزام بتقديم خطاب واضح من دون أن يكون ملتبس على المتلقي، خالياً من الاضطراب والملل والإيجاز المخل في المعنى.

هذه التفرّيعات التي انتجها غرايس جعلت من مبدأ التعاون مبدأ قاراً في تحقق الاستلزام للخطاب، وهو ما سنطبقه على الخطاب الإشهاري للأمثال في كتاب مجمع الأمثال للميداني، إذ وظّفت الأمثال الاستلزام الحوارية في سياقها، وقد حققت مبدأ التعاون عبر خرق القواعد التي وضعها غرايس لتحقيق هذا المبدأ.

أولاً، خرق قاعدة الكم

يكشف خرق هذه القاعدة توظيف المستلزمات اللغوية وغير اللغوية بين المرسل والمتلقي، فضلاً عن القدرة الاستدلالية التي ينتجها في تحصيل المعنى، ودلالة الخطاب⁽³⁾، ويتمثل خرق هذه القاعدة في المثل الآتي: ((أبصر من الوطواط في الليل))⁽⁴⁾، إذ الخطاب هنا حوار

(1) اللسان والميزان والتكوثر العقلي، طه عبد الرحمن: 238.

(2) ينظر: الاستلزام الحوارية والتداول اللساني، العياشي إدوارد: 65.

(3) ينظر: الحوار ومنهجية التفكير النقدي، حسان الباهي: 128.

(4) مجمع الأمثال: 116/1.

بين مرسل ومتلقٍ، وتقوم إرسالية الخطاب على توظيف اسم التفضيل لخلق علاقة مقارنة بين ما يصدق عليه المثل وبين سياقه، أو بعبارة أخرى بين المقام والمقال، فالخطاب هنا وضع حيوان الوطواط الذي ينشط ليلاً للإيحاء بأنه يبصر طريقه، وقاس عليه المصدق، لكنه قدّم معنى زائداً في توظيفه المدى الزماني (في الليل) ليمثل خرقاً لقاعدة الكم التي تقتضي أن يكون الخطاب بلا زوائد، فالفائدة المتحققة من خرق هذه القاعدة تتمثل في فطنة المتخاطبين على توظيفها لإيصال المعلومة من دون التصريح عن القصد⁽¹⁾.

ويمكن خرق هذه القاعدة لتوفير خطاباً إشهارياً يقوم على توظيف الاستلزام الحوارى في خطاب الأمثال، عبر الإفادة من عنصر المفارقة أو المفاجأة التي تمثل إرسالية خطابية تعصف بذهن المتلقي، ويتمثل هذا في المثل الآتي: ((تَسْمَعُ بِالْمَعِيدِ خَيْرٌ مِنْ أَنْ تَرَاهُ))⁽²⁾، يشتمل الخطاب في هذا المثل على توظيف قاعدة خرق قاعدة الكم، عبر توظيف المستوى اللغوي في إنتاج إرسالية تستحوذ على تفكير المتلقي، وعملية القراءة لديه، لتقدّم خطاباً إشهارياً يستلزم مجموعة من الدلالات التي ترتكز على توظيف الفعل (تسمع) الذي يكشف عن مدى الاخبار التي وصلت إلى المتكلم عن المعيدي، بالشكل الذي يكشف ان المسموع كان خيراً من المرئي، وإنّ الصورة الكامنة في الذهن هي صورة جميلة على عكس صورة المرئي التي هدمت الصورة الأولى، فالخرق المتحقق في الخطاب جاء عبر توظيف عنصر المفارقة بوصفها أسلوباً ((يبعثُ الحياةَ والحركةَ في الحدث، ويؤدي إلى الهدف، ويُظهرُ المغزى، ويكشفُ عن مدى الصراع في المواقف المتغايرة))⁽³⁾، وهي بهذا تصدر الفهم الأول للمتلقى المتحقق

(1) ينظر: التداولية اليوم (علم جديد في التواصل)، أن روبول وجاك موشلر، ترجمة: سعد الدين دغفوس ومحمد الشيباني: 56.

(2) مجمع الأمثال: 129/1.

(3) سيكولوجية القصة في القرآن، التهامي نفرة: 414، وينظر: أسلوب المحاوره في القرآن الكريم، عبد الحليم حفني: 35.

في (تسمع بالمعيدي)، لتضيء الفهم الثاني المتحقق في (خير من ان تراه)، ليكون مستوى الدهشة التي تسيطر على المتلقي مستوى فاعلاً في الإستحواذ على اهتمامه.

وفي مثل آخر يقول: ((دَكَّرْتَنِي الطَّغْنُ وَكُنْتُ نَاسِياً))⁽¹⁾، الخطاب هنا يستبطن دلالة حوارية تقوم على توظيف الفعل (ذكرتني)، تشير إلى طرف الحوار الآخر، توحى بفروسية سابقة، وبنية الخطاب اللسانية في هذا المثل تتكون من حركتين، أسست الثانية على الأولى على المستوى السطحي، في حين ان البنية العميقة تحيل المتلقي إلى خرق قاعدة الكم، لتقدّم له معنى فائضاً في حركته الثانية، فالفعل (ذكرتني) تعني ان المتكلم كان ناسياً، وان فعل التذكر جاء ناتجاً عن تدخل طرف ثالث، عدل بالنسيان إلى التذكر، فيجد ان عبارة (وكننت ناسياً) لا تقدّم معلومة جديدة سوى تكثيف المعنى في ذهن المتلقي، فهو من قبيل تكرار المعنى.

وفي مثل آخر يوظف الخطاب إنتاج الاستلزام الحوارى عبر خرق هذه القاعدة، ويتضح هذا في قولهم ((قد تؤذيني النار، فكيف اصى بها))⁽²⁾، يقوم الاستلزام الحوارى في هذا المثل على خرق قاعدة الكم، فيعطي المتلقي دلالة زائدة ليثير فيه اهتمامه وتحفيزه على إنتاج هذه الدلالة، فالخطاب هنا يسعى إلى مصادرة رغبة المتلقي والإستحواذ على دوره في إنتاج الدلالة، وتوجيهه إلى منطقة اشتغاله، فيقوم المثل على تقسيم بنيته اللسانية على قسمين، الأول اخبار للمتلقى بالأذى المتحصل من النار، وتخوّف المتكلم منها، وهو معنى يستلزم الابتعاد عنها وتجنبها، وبهذا يكون الاستفهام في القسم الآخر من المثل تحصيلاً لحاصل القسم الأول، ومعنى زائداً مترتباً عليه، يؤكد فيه دلالة القسم الأول.

(1) مجمع الأمثال: 279/1.

(2) المصدر نفسه: 123/2.

أما في المثل الآتي ((ما كان ليلى عن صباح ينجلي))⁽¹⁾، يؤسس المعنى الإشهاري في هذا الخطاب عبر خرق قاعدة الكم وإنتاج دلالة الاستلزام الحواري وذلك بمنح المتلقي دلالة زائدة عما يحتاجه لإنتاج دلالة الخطاب بصورة عامة، فانبجاء الليل يقتضي مجيء الصباح، فتخصيص انجلاء الليل بالصباح هي دلالة زائدة عن الخطاب، يمكن للمتلقي فهمها، لكن الخطاب يسعى إلى إبقائه تحت سلطته، والإستحواذ على تفكيره فيما يريد إيصاله من دلالة إليه، وقد أسهمت البنى اللسانية في هذا الخطاب بإنتاج دلالاته الإشهارية، إذ إنّ دلالة النفي تجعل من المتلقي تحت تأثير الخطاب ودفعه إلى تمثيل صورة النفي، ويمارس عليه إقناعيته لتحويله من متلقٍ إلى مستهلكٍ للخطاب، بالشكل الذي يضمن ذبوعه وانتشاره.

أما في المثل الآتي ((لا تُقرعُ له العصا، ولا تُقلقل له الحصى))⁽²⁾، فترتكز دلالة الخطاب على توظيف قاعدة الكم وخرقها، فالمتلقي يمكنه الاكتفاء بمعنى القسم الأول لإنتاج دلالة المثل، إلا إنّ المتكلم يعمد إلى إعادة هذا المعنى بتركيب مختلف يقوم على توظيف بنية التوازي التركيبي من جهة، والسجع من جهة أخرى لخلق جوٍّ إقناعيٍّ مؤثرٍ بالمتلقي، ليبقيه في منطقة اشتغاله، لتحقيق خطابه الإشهاري الذي يستحوذ على المتلقي واهتمامه ودفعه إلى تحقيق مبدأ التعاون في إنتاج دلالاته، فيقدّم الخطاب صورة الإنسان المحنك والمجرب كصورة إشهارية تتكثف دلالاتها في سياق المثل عبر تقديم الدلالة نفسها بتركيب لساني مختلف، يعتمد على توظيف أسلوب التوازي التركيبي في بناء الجملة، مما يدفع المتلقي إلى ممارسة دوره في إنتاج دلالة المثل، وتحقيق مبدأ التعاون بين المرسل والمرسل إليه.

 (1) مجمع الأمثال: 294/2.

(2) المصدر نفسه: 241/2.

وفي مثل آخر يخرق الخطاب قاعدة الكم، ويتضح هذا في قولهم ((لألحقن قطوفها بالمعناق))⁽¹⁾، يقدم المثل صورة الرجل الذي لا يملّ ولا يضجر من إنهاء الأمور مهما بلغت شدتها، فيرسم صورة قائمة على تحقيق مبدأ التعاون لإنتاج استلزماً حوارياً بين المرسل والمرسل إليه، ويتضمن هذا الاستلزام خرقاً لقاعدة الكم، ويتضح هذا الخرق في توظيف فائض المعنى، والإفادة منه في زيادة مساحة التأثير الإقناعي للخطاب، وتصديره للمتلقي، فالمثل في حركته الأولى ((لألحقن قطوفها)) يحقق غايته في إيصال المعلومة وافهام المتلقي بالدلالة المقصودة، إذ تتطابق الدلالة مع التركيب اللساني للمثل عند هذه النقطة، في حين تمثل الحركة الثانية ((بالمعناق)) دلالة فائضة عن حاجة المتلقي، فالغاية المتحققة باللاحق لا يشكّل معها واسطة اللاحق فارقاً في المعنى.

ويكتف خطاب الأمثال أسلوب خرق قاعدة الكم في نصوصه، ويتضح هذا في المثل الآتي: ((فَارَقَهُ فِرَاقًا كَصَدْعِ الزُّجَاجَةِ))⁽²⁾، يصوّر المثل صورة الفراق الذي لا اجتماع بعده، ويصدّره إلى المتلقي ليثير فيه اهتمامه ودفعه إلى انجاز دوره في إنتاج دلالة الخطاب، فقد جاء الخطاب على قسمين، تمثل القسم الأول في ((فارقه فراقاً)) وهي تقدّم دلالة كاملة واضحة عبر توظيف المصدر المؤكد لفعله الذي أغنى الخطاب بدلالة التوكيد وتصوير صورة هذا الفراق، إذ يدلّ توظيفه على وقوع الفراق فعلاً، لكن الخطاب لم يكتف بهذا التركيب، فصدر للمتلقي تركيب تصويري آخر يفيض عن حاجة المتلقي، يقوم على تشبيه الفراق بصدع الزجاج، وهي ما لا يُجبر ابداً.

وقد ينحو الخطاب في الأمثال نحواً لسانياً آخر في خرق قاعدة الكم عبر توظيف الأساليب اللغوية التي تمنح الخطاب زيادة في المعنى والدلالة لا يقتضيها السياق، كما نلاحظ في المثل

(1) مجمع الأمثال: 179/2.

(2) المصدر نفسه: 80/2.

الآتي: ((إِنَّ خَيْراً مِنَ الْخَيْرِ فَاعِلُهُ، وَإِنَّ شَرّاً مِنَ الشَّرِّ فَاعِلُهُ))⁽¹⁾، يحيل المثل المتلقي إلى حقيقة واقعية تشير إلى الدعوة إلى فعل الخير وترك فعل الشر، برسم صورة الفاعل لهما، وقد اعتمد الخطاب في المثل على خرق قاعدة الكم عبر توظيف أسلوب التوكيد الذي يضع في الحسبان انكار المتلقي لهذه الحقيقة، فاستند فيه إلى توكيده بمؤكدتين، يتمثل الأول باستعمال الحرف المشبه بالفعل (إِنَّ)، والآخر بإظهار دلالة الاختصاص والاهتمام عبر تقديم خبر الحرف المشبه بالفعل (خيراً) على اسمه (فاعله)، والخطاب باستعمال افعال التفضيل (خيراً) إنما يخلق مقارنة بين فعل الخير وفاعله، تثير في المتلقي اهتمامه بالخطاب وإنتاج دلالاته، فيتحول الخطاب من كونه خطاب اخباري إلى خطاب إشهاري يستحوذ على اهتمامه وقراءته عبر توظيف دلالة الاستلزام الحواري المستند إلى خرق قاعدة الكم.

وتأسيساً على ما سبق، فإن خطاب الأمثال حقق إشهاريته عبر توظيف بنية الاستلزام الحواري التي تقوم على خرق قواعد مبدأ التعاون بين المرسل والمرسل إليه، ومنها قاعدة الكم إذ صدر هذا الخطاب دلالات فائضة عن المعنى، بهدف الإستحواذ على اهتمام المتلقي وتحفيزه إلى إنتاج دلالات الخطاب في سياقاته النصية، وقد تنوع أسلوب الخطاب في تصدير الدلالات والمعاني بين الافاضة في البنى اللسانية والاسهاب فيها قياساً بالدلالة المقصودة، وبين توظيف أسلوب التوكيد وبناء التركيب اللغوي على أساس افتراض انكار أو شك المتلقي، وقد تنوع هذا التوظيف باستعمال احرف التوكيد أو استثمار بنية التقديم والقصر والتخصيص.

(1) مجمع الأمثال: 58/1.

ثانياً، خرق قاعدة الكيف

تتمثل القاعدة في قواعد غرايس لإرساء مبدأ التعاون بين المرسل والمرسل إليه لإنتاج دلالات الخطاب، هي قاعد الكيفية، يقول غرايس ((لتكن مساهمتك في الموضوع صادقة))⁽¹⁾، هذه القاعدة يتفرع عنها فرعان يوضحان ماهيتها، فترتكز على صدقية القول، ودعمه بالحجة الكافية لدفع المتلقي لتصديقه⁽²⁾، والكذب هنا يخرج عن كونه كذباً بالمعنى التقليدي، ويدخل في إطار انتهاك شروط المعرفة المسبقة، كالدعوى والتضليل، ويمكن أن يمتد إلى الخيال ليتحول من كونه فعلاً غرائبياً إلى صيرورته فعلاً تواصلياً⁽³⁾، ومن هنا كان الخطاب القائم على خرق هذه القاعدة يتخذ من المجاز بنية دلالية، لان المجاز يمنح المتلقي صوراً مبسطة لأخرى معقدة حتى يحقق الخطاب غايته، أي إن المتكلم يتغيا التأثير بالمتلقي عبر منظومة مجازية تقوم على خرق هذه القاعدة في تصدير خطابه وتسويق دلالاته المقصودة عبر توظيف البنى المجازية في سياقاته بما يفتح أمام المتلقي مساحة لممارسة دوره في إنتاج دلالة الخطاب على وفق مبدأ التعاون.

فعلى مستوى توظيف الغموض في خطاب الأمثال نجد قولهم: ((جَاؤُوا عَلَى بَكْرَةِ أَبِيهِمْ))⁽⁴⁾، يُضرب على اجتماع القوم وكثرتهم، نجد تحقق الاستلزام الحواري عبر تسويق الخطاب للدلالة الغامضة للفظ (بكرة)، فمنهم من عدّها الآلة التي يستقى بها في البئر⁽⁵⁾، في حين إن لها دلالة أخرى تتمثل في دلالتها على المماثلة بينهم وبين أبيهم، فمعنى (بكرة) على هذه الدلالة

(1) إطلالات على النظريات اللسانية والدلالية في النصف الثاني من القرن العشرين (مختارات معرّبة)، مقالة المنطق والمحادثة، ترجمة: محمد الشيباني، وسيف الدين دغفوس: 619.

(2) المصدر نفسه: 619.

(3) ينظر: الخطاب والسلطة، توين فان دايك، ترجمة: غيداء العلي: 495.

(4) مجمع الأمثال: 176/1.

(5) ينظر لسان العرب، ابن منظور: 80/4.

هو على الطريقة التي جاء بها أبوه⁽¹⁾، وبهذا فالخطاب يخرق قاعدة الكيف عبر انتهاك مبدأ التعاون بينه وبين المتلقي بالشكل الذي يجبره على استهلاك الخطاب وتفكيك شفراته، ويمثل تعدد الدلالة في ألفاظ الخطاب بعداً إشهارياً تتضح فيه وظيفة اللغة في عملية التواصل بين المُشهر والمُستقبل⁽²⁾، وبهذا يمثل خرق قاعدة الكيف نسقاً إشهارياً يستثار فيه تفاعل المتلقي باتجاه استهلاك الخطاب.

وفي مثل آخر يتلاعب الخطاب بالمتلقي عبر توظيف الدلالات المتعددة لألفاظه، ففي قولهم: ((تَرَكَتُهُ تُعْنِيهِ الْجَرَادَتَانِ))⁽³⁾، ويُضرب لمن كان لاهياً في نعمة ودعة، يتلاعب الخطاب بالمتلقي عبر توظيف لفظة (الجرادتان)، باللفظة باختلاف دلالتها بين الدلالة المعجمية والدلالة السياقية تضع المتلقي دائرة التأثير، فاللفظة تدل على الحيوان المعروف⁽⁴⁾، في حين ان الدلالة السياقية تدلّ على معنيين⁽⁵⁾، وهي الدلالة التي يضعها الخطاب في قالب كنائي عن الترف والدعة، والخطاب بهذا التوظيف انه يخرق قاعدة التعاون بينه وبين المتلقي عبر خرق قاعدة الكيف القائم على تسويق الدلالة الغامضة في سياقه النصي، ومن هنا تتحقق وظيفة الإشهار في تصدير الدلالات وتوسيع تأثيرها الدلالي على المتلقي ذلك إنّ الاستلزام يلتقي بالإشهار عبر العناية بالدلالة الضمنية التي تستوجب من المتلقي عملية التحليل والتفكيك للخطاب، فتتوسع دائرة الإشهار ويتكثف تأثيره الإقناعي⁽⁶⁾.

(1) لسان العرب، ابن منظور: 80/4.

(2) ينظر: استراتيجية الخطاب الحجاجي-دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية-، بلقاسم دفة (بحث): 511.

(3) مجمع الأمثال: 131/1.

(4) ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 117/3.

(5) ينظر: الأوائل، أبو هلال العسكري: 395.

(6) الاستلزام الحوارية في الخطاب الإشهاري (إشهار بنك سامبا انموذجا)-مقاربة تداولية، وداد بنت احمد القحطاني (بحث):

ونجد إنَّ الخطاب الإشهاري في الأمثال قد وظّف المفارقة وما تشتمل عليه من غموض بوصفها نسقاً من الخداع والمرواغة ثنائي الدلالة عبر تسويق دلالة قريبة من المتلقي في حين يخفي الدلالة المقصودة في البنية العميقة للخطاب، فضلاً عن كونها لعبة عقلية يمكنها أن تؤدي الإقناع السري الذي يعتمد عليه الإشهار في تصدير مقاصده⁽¹⁾، في خرقه لهذه القاعدة وهتك مبدأ التعاون بينه وبين المتلقي، ففي قولهم: ((بِهْ دَاءُ ظَنِّي))⁽²⁾، يُضرب لمن به داء لا يُعرَف مكانه، وتظهر قيمة المفارقة في خرق قاعدة الكيف عبر خداع المتلقي بالبنية السطحية التي تؤكد وجود الداء، في حين إنَّ البنية العميقة المضادة بالإطار المرجعي للمثل يصدر بنية دلالية مغايرة عن المدلول السطحي، إذ يحيل هذا الإطار إلى إنه لا يمرض إلا إذا حان موته، ومن هنا تتحقق غاية الخطاب الإشهاري في تأدية الاستلزام الحوارية في سياقه عبر ممارسة الإقناع السري والإستحواذ على اهتمام المتلقي بخرق قاعدة الكيف وتصدير الدلالة المغايرة للدلالة المقصودة.

ونجد إنَّ خطاب الإشهار في الإرتكاز على توظيف الغموض القارّ في بنية المفارقة لخرق هذه القاعدة واللعب على مساحة التباين بين الدلالة السطحية والدلالة العميقة لمحاصرة المتلقي والإستحواذ عليه وممارسة الإقناع السري عبر وضعه في دائرة الاستهداف التسويقي للخطاب⁽³⁾، ويبرز هذا المعنى في قولهم: ((هُوتْ أُمُّهْ))⁽⁴⁾، يُضرب للتعجب والمدح، نجد إنَّ الخطاب يسوّق دلالة سياقية مغايرة عن الدلالة المعجمية للفعل (هوت)، إذ تدلّ الدلالة المعجمية لهذا الفعل على السقوط وهي دلالة سلبية، في حين نجد إنَّ الدلالة العميقة المخبّأة في الخطاب تحيل المتلقي إلى دلالة إيجابية، أي إنَّ الخطاب يصدر دلالة مخادعة عبر توظيف المفارقة

(1) ينظر: المفارقة في القص العربي المعاصر، سيزا القاسم (بحث): 143-144.

(2) مجمع الأمثال: 93/1.

(3) ينظر: آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، محمود احمد نحلة: 38.

(4) مجمع الأمثال: 390/2.

من أجل خرق قاعدة الكيف ومبدأ التعاون بين الإرسالية الإشهارية والمتلقي، وهو ما يدفع المتلقي إلى البحث عن الدلالة المقصودة والغوص إلى عمق الخطاب وهي عملية قرائية ناتجة عن الوقوع تحت سلطة الخطاب وقوته التأثيرية والإقناعية.

وثمة توظيف آخر للاستلزام في خطاب الأمثال عبر الاعتماد على توظيف المجاز وعلاقاته، ويتضح هذا في قولهم: ((إِذَا أُخْصِبَ الزَّمَانُ جَاءَ الْغَاوِي وَالْهَاطِي))⁽¹⁾، ويُضرب في ميل الإنسان نحو المال، وتبرز علاقة الزمانية في توظيف المجاز في هذا الخطاب، فالفعل (أُخْصِبَ) اسند إلى (الزمان) لا على وجه الحقيقة إنما على وجه تصدير الدلالة المجازية التي تتغيا التأثير بالمتلقي وإثارة إنفعاله بتسويق الدلالة المتخيلة وفتح المجال أمام المتلقي للوصول إلى الدلالة الحقيقية للخطاب، وهذا ما يدعو المتلقي إلى السعي إلى اكتشاف العلاقات التي تختبئ خلف السياق اللغوي، فالخطاب عبر خرق قاعدة الكيف بتسويقه للدلالة غير الحقيقية، فالفعل (أُخْصِبَ) بدلالته على الخير فانه يدفع الناس إلى السعي خلف زمانه ومكانه، فضلاً عن كون (الزمان) لا يَخْصِبُ، فالخطاب هنا يغري المتلقي بتتبع العلاقات الدلالية لألفاظه من أجل الوصول إلى فهم الإرسالية الإشهارية المخبأة في الخطاب، فضلاً عن قوة التعبير الجمالي في أنسنة المعنوي وتسويقه .

وعلى صعيد علاقة المفعولية، يحقق الخطاب الإشهاري الاستلزام في خرقه قاعدة الكيف وذلك عبر توظيف علاقات المجاز في سياقاته، ويتضح هذا في قولهم ((مِنْ الْخَوَاطِي سَهْمٌ صَائِبٌ))⁽²⁾، ويُضرب لمن يُخْطئ مراراً، ويتضح خرق قاعدة الكيف في تسويق الدلالة غير الحقيقية في منح لفظة (سهم) القوة والقدرة على الإصابة بما يكشف عن إرادة السهم في تحقيق فعل الإصابة، وهي دلالة غير حقيقية يسوقها الخطاب من أجل التأثير في المتلقي وإثارة

(1) مجمع الأمثال: 66/1.

(2) المصدر نفسه: 280/2.

إنفعاله في البحث عن الدلالة الحقيقية التي تقوم على توجيه الإنسان للسهم من أجل تحقيق فعل الإصابة، وبهذا يتحول السهم من دلالة المفعولية في الحقيقة إلى دلالة الفاعلية في الخطاب، وبهذا يحقق الخطاب إشهاريته واستلزامه في التأثير في المتلقي وممارسة سلطته عليه.

ونجد إنَّ خطاب الأمثال يوظف علاقة الجزئية في سياقه النصي، ويتجلى هذا في قوله ((مَنْ نَجَا بِرَأْسِهِ فَقَدْ رَجَحَ))⁽¹⁾، ويُضرب في إبطاء الحاجة وتعذرها، يوظف الخطاب علاقة الجزئية في سياقه، إذ يعبر الخطاب عن الكل (الإنسان) بالجزء (رأسه)، فالخطاب هنا يصدر للمتلقي دلالة غير واضحة بالنسبة له، فليس معنى أن يحفظ الإنسان رأسه فإنه يربح، بل أن حفظ أي جزء منه يمثل ربحاً، ومن هنا يخرق الخطاب قاعدة الكيف بتصديره هذه الدلالة عبر التلاعب بالمتلقي والتشويش عليه في إخفاء جزء من الدلالة المقصودة وإثارة فضوله في الكشف عن تلك المعاني المخبئة في الخطاب، وهو ما يدفعه إلى التماهي معه واستجلاء دلالاته المقصودة باكتشاف علاقات الخطاب والوقوف على معانيها المقصودة، وبهذا يتحقق غاية الإشهار في الخطاب.

يتضح مما سبق توظيف الخطاب الإشهاري لخرق قاعدة الكيف في تسويق دلالاته، وتوسيع دائرة التأثير في المتلقي والإستحواذ عليه عبر هتك مبدأ التعاون بينه وبين المتلقي، وما يترتب على هذا من إثارة إنفعالات المتلقي وتوجيه اهتمامه إلى الدلالة المخبوءة خلف هذا الخرق، والسعي إلى البحث عنها وتأويلها وإنتاج دلالتها المقصودة.

ثالثاً، خرق قاعدة الملاءمة

وهي إحدى القواعد التي تُبنتى عليها أسس التواصل الحوارية بين المتكلم والمتلقي وما ينتج عنه من تعاون بينهما في إنتاج دلالة الخطاب، وتقوم هذه القاعدة على مقولة ((قل ما له صلة

(1) مجمع الأمثال: 299/2.

بالموضوع⁽¹⁾، أي أن يتوخى المتكلم الملاءمة بين السياق اللغوي للخطاب وبين دلالة الخطاب المقصودة، وقد فطنت البلاغة العربية إلى هذه القاعدة، فنقل الجاحظ عن بشر بن المعتمر قوله ((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 الحالات))⁽²⁾، أي: ((ليناسب مقالك مقامك))⁽³⁾، حتى يمكن للخطاب أن يكون منسجماً مع الموضوع ومتفقاً مع المقام الذي يتضمن محتوى هذا الخطاب الذي يتغيا التأثير في المتلقي والإستحواذ على اهتمامه.

ونجد أن الاستلزام الحواري ينتج عن خرق هذه القاعدة، ف((إذا حدث خرق أو انتهاك بقاعدة التعاون الحواري وجب على المرسل إليه أن يُصرف النظر عن ظاهر المعنى إلى المعنى غير المباشر الذي يقتضيه المقام))⁽⁴⁾، ومن هنا تتحقق إشهارية الخطاب حين يسوق إلى المتلقي ظلال المعنى ويخفي المعنى المقصود، وهو ما يحفز المتلقي على البحث عن هذا المعنى، وعندها يقع المتلقي في دائرة سلطة الخطاب ومتبنياته الدلالية.

وقد جاء خرق هذه القاعدة في خطاب الأمثال في مجمع الأمثال للميداني، ففي قولهم: ((إِنَّ الْخَصَاصَ⁽⁵⁾ يُرَى فِي جَوْفِهَا الرَّقْمُ⁽⁶⁾))⁽⁷⁾، ويُضرب للشيء الحقيقير يكون فيه الشيء العظيم، ونجد إنَّ الخطاب يخرق قاعدة المناسبة في العلاقة الدلالية بين السياق اللغوي للمثل وبين المقصد الذي يُضرب له أي أنَّ هناك فرقاً دلالياً بين الدلالة السياقية المتلفظ بها وبين

(1) المنطق والمحايثة، بول غرايس، اطلالات على النظريات اللسانية والدلالية: 611/2.

(2) البيان والتبيين، الجاحظ: 131/1.

(3) اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، طه عبد الرحمن: 232.

(4) مظاهر التداولية في التبيان في تفسير القرآن، علي محمود نور مجيد (رسالة ماجستير): 101.

(5) الخصاص: كوة واسعة قدر الوجه في قبة أو جدار، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 25/7.

(6) الرقم: الداهية العظيمة، ويمكن أن تكون من الرقم بمعنى الحية الكبيرة. ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 250/12.

(7) مجمع الأمثال: 12/1.

الدلالة المقصودة وهو ما ينتج عنها الاستلزام الحواري⁽¹⁾، إذ يقدّم الخطاب سياقاً لغوياً يقوم على تصدير خبرٍ عن وجود أفعى في الفتحات الواسعة في القبة أو الجدار، أي إنّ دوال الخطاب تشترك بعلاقة مجازية تقوم على أنسنة (الخصاص) وتجسيدها بفعل الرؤية ونقله من الإنسان إلى الخصاص (الكوة)، مرتكزاً في إنتاج هذه الدلالة على التأكيد بالحرف المشبه بالفعل، ومن هذه الدلالة ينفذ الخطاب إلى دلالاته العميقة التي يتغيا الخطاب تسويقها إلى المتلقي عبر هدم قاعدة الملاءمة، إذ تتمحور الدلالة المقصودة حول وجود داهية عظيمة في الشيء الحقيق.

فالخطاب الإشهاري في هذا المثل يتركز على خرق هذه القاعدة في تسويق دلالاته المقصودة عبر إثارة إنفعال المتلقي في البحث عن العلاقة بين السياق اللغوي والدلالة المقصودة، وهي منطقة يحاول الخطاب أن يجزّ المتلقي إليها بالاستحواذ على اهتمامه، واستغلاله في إنتاج الدلالة العامة وتصديرها بدوره إلى الآخرين.

وفي قولهم: ((صَقْرٌ يَلُوذُ حَمَامَهُ بِالْعَوْسَجِ⁽²⁾))⁽³⁾، ويُضرب للرجل المهيب، فنجد إنّ الخطاب قد اعتمد في سياقه اللغوي على إنتاج دلالة القوة والهيبة للصقر الذي يجبر فرائسه على الاحتماء بالشجر الشائك خوفاً منه، فهو يصوّر قوة الصقر من جهة، ومن جهة أخرى يصوّر رغبة الفرائس على الاحتماء بالخطر المؤذي من الخطر المميت، إذ إنّ وجودها بين شجر العوسج الكثيف والشائك لا يقيها من الضرر، ويسحب الخطاب هذه الدلالة لإبراز صورة الرجل المهيب عبر خرق قاعدة الملاءمة وتصديرها إلى المتلقي لإثارة فضوله بالوقوف على الدلالة المقصودة بالخطاب، وتحقيق إشهاريته عبر نقل المتلقي إلى منطقة أخرى تبتعد عن

(1) الاستلزام الحواري (نحو مقارنة تداولية معرفية للخطاب القرآني)، جنان سالم البلداوي: 128.

(2) العوسج: هُوَ شَجَرٌ كَثِيرُ الشُّوكِ، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 324/2.

(3) مجمع الأمثال: 396/1.

الدلالة المقصودة وإجباره على مطاردة هذه الدلالة والامساك بها، وهذا ناتج عن تأثير هذا الخطاب وإستحواذه على المتلقي.

ونجد في قولهم: ((ضَائِفُ اللَّيْثِ قَتِيلُ الْمَحَلِّ))⁽¹⁾، يُضرب لمن يضطر فيغتر بنفسه، فنجد اعتماد الخطاب على خرق قاعدة الملاءمة وتسويقه دلالة سياقية مغايرة للتعبير عن الدلالة المقصودة، فالخطاب هنا يتلاعب بالمتلقي بغية إثارة إنفعالاته وتفاعله مع الخطاب وإنتاج دلالاته، فالخطاب يصدر للمتلقي دلالة سياقية تقوم على تصوير مصير من تقوده قدماء للوقوع في مكن الأسد وهو مصير ينتهي بالموت، في حين نجد إن التجربة التي يُضرب لها المثل تختلف عن موضوع الدلالة السياقية فيه، فالخطاب يخرج من الدلالة المقصودة في اضطراب الرجل على الوقوع في الزلل إلى دائرة أخرى تتضمن دلالة الموت بسبب الوقوع في مكن الأسد، ومن هنا يخرق الخطاب بإحداث الفرق بين سياق المثل ودلالاته المقصودة، وهي تقنية ينتج عنها الاستلزام الحواري في صورته الإشهارية عبر التأثير في المتلقي وممارسة الإقناع السري في دفع المتلقي إلى إعادة إنتاج دلالة الخطاب.

وقد يجنح الخطاب في الأمثال إلى الاعتماد على الدلالة التخيلية في رسم الصورة البصرية أو الذهنية وتسويقها إلى المتلقي لخرق قاعدة المناسبة بين السياق اللغوي ودلالاته المقصودة المختبئة تحت ذلك السياق، ويمكن للمتلقي قراءتها عن طريق ربط السياق اللغوي بدلالة المقام⁽²⁾، ومن هذا قولهم: ((طَارَتْ عَصَافِيرُ رَأْسِهِ))⁽³⁾، ويُضرب للمذعور، يخرق الخطاب قاعدة المناسبة بين الخطاب ودلالاتها في إنتاج الاستلزام الحواري الذي يحقق إشهارية الخطاب وتأثيره في المتلقي، فالدلالة التي يريد الخطاب تسويقها إلى المتلقي هي دلالة الذعر التي تنتاب الإنسان مما تخلق فضاءً من الحركة التي توجهها حال التأزم النفسي، في حين إن الخطاب في سياقه اللغوي يعتمد على تصوير فزع العصافير وطيرانها، وهي دلالة مغايرة عما

(1) مجمع الأمثال: 423/1.

(2) ينظر: الخطاب اللساني العربي هندسة التواصل الاضماري من التجريد إلى التوليد، بنعيسى عسو ازابط: 47/1.

(3) مجمع الأمثال: 432/1.

يريد الخطاب تسويقه إلى المتلقي، ومن هنا ينتج الخطاب إشهاريته التي تضع المتلقي تحت سلطة هذا الخطاب وتأثير الإقناعي ودفعه إلى إنتاج الدلالة المقصودة عبر البحث عنها في البنية العميقة للخطاب.

ونجد في المثل السابق تقنية إشهارية مكثفة، فهو فضلاً على خرقه قاعدة المناسبة في إنتاج الاستلزام الحوارية، يعتمد على مجازية اللغة في تسويق الدلالة، فالإستعارة في اسناد العصافير للرأس تمنح الخطاب قوة تعبيرية تثير إنفعالات المتلقي في رغبته إلى استجلاء هذه الدلالات والوقوف عليه، وسبر اغوارها على ما فيها من صيغ لغوي مخادعة تأخذ المتلقي إلى منطقة التأثير عبر فتح منفذ للتواصل الإشهاري بين المشهور والمتلقي للتعبير بشكل ضمني عن الدلالات المقصودة عبر تقنية الإستعارة وتعدد المعنى⁽¹⁾، ويتضح هذا في المثل الآتي: ((لَبِسْتُ عَلَى ذَلِكَ أُذُنِي))⁽²⁾، ويضرب لتجاوز الامر كأنه لم يسمعه، فتأتي الإستعارة ليتسع بها خرق قاعدة المناسبة في العلاقة بين السياق اللغوي والدلالة المقصودة، فالسياق القائم على لبس الاذن يتغيا منه الخطاب إنتاج دلالة تجاوز الأمور، ومن هنا ينقل الخطاب المتلقي بعيداً عن قصدية المشهور لإثارته والإستحواذ على اهتمامه بالبحث في طيات البناء اللغوي عن الدلالة المفقودة التي تناسب سياق الحال، فتتحقق وظيفة الإرسالية الإشهارية في ممارسة الإقناع السري على المتلقي عبر تكثيف هذا الخطاب ومحاصرته وجذبه إلى منطقة اشتغال الإرسالية الإشهارية في تسويق دلالة التجاوز في بناء لغوي يقوم على توظيف الإستعارة.

ويعتمد خطاب الأمثال على توظيف التورية في سياقه اللغوي لخرق قاعدة المناسبة واحداث الفرق الدلالي بين الداليتين السياقية والمقصودة لإنتاج الاستلزام الحوارية الذي يزيد من قوة إشهارية الخطاب وتأثيره على المتلقي، ومن هذا قولهم: ((لَقِيَ هُنْدَ الْأَحَامِسِ))⁽³⁾، ويضرب

(1) التداولية من أوستين إلى غوفمان، فليب بلانشيه، ترجمة: صابر الحباشة: 68.

(2) مجمع الأمثال: 177/2.

(3) المصدر نفسه: 205/2.

لمن يلقي حتفه، فالدلالة السياقية للمثل تسوّق خبراً عمن يلقي هند الاحامس، والاحامس هم الشجعان الذين لا يفلت من وقع تحت سيوفهم من الموت⁽¹⁾، لكنّ الدلالة المقصودة لا تتمحور حول هذا الخبر، إنما تدور حول موت الرجل وهي الدلالة المقصودة، فالخطاب هنا يورّي عن الموت بخبر آخر يتمثل بالتقاء الرجل بهند الاحامس، فيأخذ المتلقي إلى منطقة الاكتشاف التي تثير فضوله بالبحث واستجلاء الدلالة المخبّأة في الجملة الخبرية المسوّقة، وبهذا يقع تحت سلطة هذا الخطاب وتأثيره الإقناعي.

ومنها توظيف الكناية في سياق الخطاب الإشهاري لخرق قاعدة الملاءمة وإنتاج الاستلزام الحواري الذي يجعل من الخطاب خطاباً إقناعياً مستحوذاً على المتلقي، وهذا ما نجده في المثل الآتي: ((لَيْسَ بَطِيءٌ مَنْ بَنَى أُمَ الْفَرَسِ))⁽²⁾، يُضرب لبني الكرام، ونجد إنّ الخطاب في دلالاته السياقية يسوّق لصورة من صور جياذ الخيل، وهي ميزة السرعة، في حين ان الدلالة المقصودة التي يريد المُشهر تصديرها إلى المتلقي دلالة مغايرة عن الدلالة السياقية مرتكزاً على خرق قاعدة المناسبة باتجاه إنتاج الاستلزام الحواري الذي يوسع من تأثير الخطاب الإشهاري على المتلقي عبر تحفيزه للبحث الدلالة المقصودة المختبئة خلف السياق وربطها بالدلالة المقصودة .

ومنه قولهم: ((مَا أَشْبَهَ اللَّيْلَةَ بِالْبَارِحَةِ))⁽³⁾، ويُضرب لشبه القوم بعضها ببعض، ويجد المتلقي أنّ هناك فرقاً دلالياً بين الدلالة السياقية في وصف تشابه الليالي، وبين الدلالة المقصودة في سحب تلك الدلالة إلى منطقة التجربة، فيقصد بها تشابه القوم بعضهم ببعض، عبر خرق قاعدة المناسبة بين الدالتين، وهو ما ينتج عنه استلزام حواري يعضد من قوة الإشهار في هذه الإرسالية المصدّرة، فالمتلقي هنا بين دالتين، إحداها الدلالة القريبة التي تؤسس فهماً اولياً عن محتوى الإرسالية الإشهارية، الا إنّها دلالة منطقية لا تستحق أن يقف

(1) ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 58/6.

(2) مجمع الأمثال: 206/2.

(3) المصدر نفسه: 275/2.

عندها المتلقي، إلا إنَّ الخطاب يمنح المتلقي شفرة يمكنها التأثير فيه من أجل إيصال الدلالة الثانية إليه، وهي دلالة مختبئة تحفّز المتلقي إلى البحث عنها واكتشافها عبر إثارة فضوله، فقد سَوَّق هذا الخطاب الإرسالية الإشهارية بالإرتكاز على بناء لغوي انشائي بالاعتماد على بنية التعجب في ممارسة الإقناع السري وجذب المتلقي إلى دائرة اشتغاله، وهو ما يحقق إشهارية الخطاب.

يتضح مما سبق إنَّ الخطاب الإشهاري في الأمثال يتخطى التركيب اللغوي إلى هدم مبدأ التعاون بينه وبين المتلقي بخرق قاعدة من قواعده الرئيسية وهي قاعدة المناسبة بين الخطاب والمقام، فهو يستثمر هذا الخرق بجذب المتلقي إلى دائرة اشتغاله الدلالية عبر إثارة إنفعال المتلقي ومنحه لذة الاكتشاف لإرضاء فضوله وإيجاد جواب لتساؤله عن مدى علاقة ما يقال بما يكون أو بما كان أي بالتجربة.

رابعاً) خرق قاعدة الوضوح

تتأسس هذه القاعدة على الوضوح والترتيب والتحديد، وتتص على ((كن واضحاً ومحدداً، وتجنب الغموض، وتجنب اللبس، واوزر، ورتب كلامك))⁽¹⁾، وهي بذلك تعتمد على العلاقة المنتجة بين المتكلم والمتلقي، وهي علاقة تهتم بوجوب ما يقال وليس ما قيل⁽²⁾، والمتكلم في خرق هذه القاعدة ينزل عند رغبة المتلقي في ما يرغب بسماعه أو فهمه⁽³⁾، أي إنَّ المُشَهَّر يوظف رغبة المتلقي في توجيه اهتمامه والنفاز إلى منطقة وعيه من هذه الثيمة، ومن هنا يجعل المُشَهَّر الخطاب خطاباً متحركاً يعتمد على تأويل المتلقي ورغبته في فهم الإرسالية الإشهارية عبر تمكينه من لذة الاكتشاف بالبحث عن قصدية الخطاب والنوايا التي تقف خلف

(1) آفاق جديدة في البحث اللغوي، محمود احمد نخلة: 34.

(2) ينظر: مدخل إلى دراسة التداولية (مبدأ التعاون ونظرية الملاءمة والتأويل)، فرانثيسكو يوس راموس، ترجمة: يحيى حمداي: 90.

(3) ينظر: الاستلزام الحوارية (نحو مقارنة تداولية معرفية للخطاب القرآني)، جنان البلداوي: 134.

هذه القصيدة⁽¹⁾، وعلى الرغم من كون انتهاك هذه القاعدة ينتج عنه استلزماً إلا أن المخاطب يكون وفيّاً لمبدأ التعاون، فيسمح لنفسه أن يمنح المتلقي معلومة عن الدلالة المقصودة، فالمتكلم لا يمارس خداعاً أو تضليلاً للمتلقي⁽²⁾.

ونجد في خطاب الأمثال توظيفاً لهذه القاعدة وخرقها الجزئي الذي يمثل استلزماً حوارياً بين الإرسالية الإشهارية والمتلقي، ومن هذا قولهم: ((إِنَّ مَنْ لَا يَعْرِفُ الْوَحْيَ أَخْمَقُ))⁽³⁾، يُضرب لمن لا يعرف الإشارة ولا يفهم مغزاها، ويبرز خرق قاعدة الوضوح عبر منح المتلقي معرفة جزئية عن الدلالة المقصودة التي تتمحور حول لفظة (الوحي) التي يمارس عبرها المُشهر إخفاءً للدلالة المقصودة إلى الحد الذي يمثل اكتشافها بالنسبة للمتكلم لذة ومتعة، وهو بهذا يفتح لنفسه باباً لتأويل الخطاب واستجلاء دلالاته، وذلك إنَّ الخطاب هنا لا يستعمل هذه اللفظة بدلالاتها المتداولة التي تحيل المتلقي إلى التنزيل القرآني، في حين أن الدلالة المقصودة تدور حول الإشارة، والمتلقي بين هاتين الدالتين يُخضع الخطاب للتأويل، فالمعرفة بالإيحاء وفهم الرسالة تضع متلقيها على مفترق طرق بين المعرفة وعدمها، ومن هنا يسوق الخطاب دلالة التعريض لتكون إرسالية إشهارية يمكنها التأثير في المتلقي عبر خرق قاعدة الوضوح والكشف عن مغزى الإرسالية، وترك المجال للمتلقي بالوصول إلى هذه الدلالة تحت تأثير الإقناع السري لها.

وفي قولهم: ((أَكَلْ عَلَيْهِ الدَّهْرُ وَشَرِبْ))⁽⁴⁾، يُضرب لمن للأمر القديم، يخادع الخطاب المتلقي عبر تسويق السياق اللغوي بوضوحه إلى المتلقي وإخفاء الدلالة المقصودة القائمة على سحب هذا السياق إلى منطقة أخرى تختزل التجربة، وتخضع للتأويل من أجل إنتاج دلالة

(1) ينظر: التداولية اليوم علم جديد في التواصل، آن روبول وجاك بلاشار، ترجمة: سيف الدين دغفوس وآخرون: 53.

(2) ينظر: التأويل الدلالي-التداولي للمفوضات، ادريس سرحان، بحث من كتاب التداوليات علم استعمال اللغة: 164.

(3) مجمع الأمثال: 13/1.

(4) المصدر نفسه: 23/1.

مستلزمة تقوم على دلالة القدم، فيتحول عندها الخطاب إلى أداة للإستحواذ على المتلقي وممارسة قوة الإقناع التي تتكاثف بفعل الاستلزام، فتتحقق إشهارية الخطاب وتسرب رسالته إلى وعي الجمهور المستهدف وابقائهم في دائرة العملية التسويقية للخطاب.

وفي مثل آخر، يجد المُشهرّ إشهاراً فاعلاً في خرق قاعدة الوضوح وتسويق خطابه إلى المتلقي بتوظيفها، ويتجلى هذا في قولهم: ((إِنَّمَا أَنْتَ خِلَافُ الضَّبْعِ الرَّكْبِ))⁽¹⁾، ويُضرب لمن يخالف الناس فيما يصنعون، وقد وظّف الخطاب خرق قاعدة الوضوح لإنشاء استلزام يمكنه توسيع قوة التأثير في المتلقي ومحاصرته، فالخطاب هنا يركز على تسويق الدلالة الغامضة والمظلمة بهدف إثارة اهتمام المتلقي ودفعه إلى تأويل الدلالة والكشف عنها، فالسياق اللغوي يحيل المتلقي إلى سياق واضح تبعاً لحقيقة أن الضبع يخاف الإنسان فينسل بعيداً عنه، لكنّ البنية العميقة للخطاب يخفي دلالة أخرى تخرق هذه القاعدة عبر سحب دلالاته السياقية إلى دلالة أخرى تتضمن تصوير الإنسان الذي يخالف الناس، فالخطاب يخرق هذه القاعدة عبر الفارق بين السياق اللغوي والدلالة المقصودة، ويتغيا بهذا الفارق إنشاء استلزام حوارى يعمّق إشهارية الخطاب وتأثيره على المتلقي بالإستحواذ على وعيه في السعي إلى الوصول إلى الدلالة المقصودة.

ونجد إنّ الخطاب ينفذ من هذه الزاوية في تسويق دلالاته إلى المتلقي بل تكثيف تأثيرها عبر اشغال تفكير المتلقي بإنتاج دلالة السياق اللغوي المصدر إليه، ويتضح هذا في قولهم: ((رَكْبُ الْمُغْمَضَةِ))⁽²⁾، ويُضرب لمن ركب الأمر على غير بيان، ونجد أن السياق اللغوي يقوم على خرق قاعدة الوضوح، فيصدر للمتلقي دلالة مظلمة بنقله إلى منطقة دلالية أخرى تستلزم دلالات يمكنه الوصول إليها بالتأويل والبحث عنها في هذا الخطاب، فقد كانت العرب تُغْمِضُ الناقة

(1) مجمع الأمثال: 26/1.

(2) المصدر نفسه: 296/1.

حين ورودها⁽¹⁾، لكن الخطاب هنا يحمل السياق دلالة أخرى تقوم على تصوير الذي يسير بلا هدف أو هدى، مرتكزاً على الفعل (ركب) الدال على المسير، فيفتح للمتلقي مساحة للتأويل وربط الدلالات المفهومة من السياق للكشف عن الدلالة المقصودة التي يكتشفها المتلقي عبر ممارسة القراءة وإنتاج الدلالة.

ويبدو ان خطاب الأمثال حريص على محاصرة المتلقي وممارسة الترويح له بأقصى مدى ممكن عبر حشد التقنيات اللغوية في سياقه اللغوي، ولعل خرق قاعدة الوضوح واحداً من هذه التقنيات التي تعمق من التأثير الإقناعي، ويتضح هذا في قولهم: ((عَهْدُكَ بِالْفَالِيَّاتِ قَدِيمٌ))⁽²⁾، يُضرب لما فات وتعدّر تداركه، يجعل الخطاب المتلقي في خضم العلاقة بين السياق اللغوي للمثل وبين دلالاته المقصودة، وهي علاقة غامضة ومخادعة يسوقها الخطاب لخرق مبدأ التعاون بينه وبين المتلقي لدفعه إلى السعي لمعرفته والوقوف على علاقته ومدى ارتباطها بسحب دلالة العهد القديم إلى دائرة الامر الفائت، فضلاً عن اعتماد السياق على الكناية في قولهم (الفاليات) لتكون دلالة شاملة لكل امر فائت، إذ تستلزم دلالة الفاليات دلالات أخرى تتمحور حول عدم معرفة المخاطب الدهن والفلي، أو عدم قدرته على دهن الرأس، وتتسحب هذه الدلالات المستلزمة على التجربة المستهدفة لتتمحور الدلالات على عدم القدرة على تدارك ما فات.

ان إثارة فضول المتلقي بالبحث عن العلاقة الرابطة بين السياق والدلالة المختبئة خلفه يحقق إشهارية الخطاب ورغبة المُشهر في إثارة إنفعال المتلقي ودفعه إلى الكشف عن مغزى الخطاب وتقنياته التي تحقق هذا المغزى، وهي تقنيات تكشف عن رغبة الخطاب في تحويل المتلقي إلى مروج للسلعة المصدرة له عبر ممارسة الإستحواذ والإقناع.

(1) لسان العرب، ابن منظور: 201/7.

(2) مجمع الأمثال: 40/2. والفاليات من تفتيش الشعر بحثاً عن القمل، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 163/15.

وفي قولهم: ((لَا يَضُرُّ السَّحَابُ ثُبَاحُ الْكِلَابِ))⁽¹⁾، ويُضرب لمن ينال من غير أن يضره بشيء، فنجد خرقاً لقاعدة الوضوح بتسويق دلالة تلتبس على المتلقي عبر ربط السحاب بنباح الكلاب، وهي دلالة تستوقف المتلقي وتدفعه إلى البحث عن هذه العلاقة التي يسوقها الخطاب، وهذا يستلزم دلالات متعددة تتمحور حول الكناية بالسحاب عمن يسير غير آبه بما حوله، فضلاً عن الكناية بالنباح عن كل شيء يحاول أن يعيق هذا المسير، فأنشأ الخطاب علاقة بين السماوي (السحاب) والأرضي (الكلاب) لتصوير مدى البعد غير المؤثر بينهما، وهو ما يؤسس لهتك مبدأ التعاون بين الخطاب ومتلقيه عبر سحب الدلالة السياقية إلى التجربة المستهدفة ومحاولة التأثير في المتلقي في إنتاج الدلالة العامة للخطاب وترويجها، وما ينتج عنه من وقوع المتلقي في دائرة تأثير الخطاب وإشهاريته.

أما في قولهم: ((مَخَالِبُ تَنْسُرُ جِلْدَ الْأَعْزَلِ))⁽²⁾، ويُضرب لمن يظلم غيره من دون سبب، نجد إنَّ الخطاب قد ارتكز على خرق قاعدة الوضوح في تسويق دلالاته إلى المتلقي، على الرغم من كون السياق اللغوي للمثل واضحاً للمتلقي، إلا إن ربطه بالدلالة المقصودة يبقى زاوية غامضة بالنسبة له، ومن هنا يتولد استلزام حوارى يمكن عبره إنتاج الدلالة وتأويلها للوصول إلى المغزى، فالسياق يستلزم أن يكون طرفاً المثل غير متكافئين من حيث القوة، فالقدرة التي يمتلكها أحدهما هي قدرة غاشمة لأنها تؤذي الآخر الضعيف من دون مسوغ يستوجب ذلك، ومن هنا ينطلق المتلقي في اكتشاف الدلالة، وفعله هذا يقع ضمن دائرة تأثير الخطاب ومن ثمَّ يتحوّل من قارئ إلى مستهلك، وهذا يدلّ على ممارسة الخطاب للإستحواذ والإقناع السري بالعدول عن الدلالة السياقية إلى دلالة أخرى مستلزمة.

(1) مجمع الأمثال: 215/2.

(2) المصدر نفسه: 315/2.

لقد مثّل خرق قاعدة الوضوح في خطاب الأمثال مظهراً من مظاهر الإشهار وتسويق الدلالات المقصودة التي تتلاعب بالمتلقي عبر إخفاء العلاقة بين الدلالة السياقية والتجربة المستهدفة، وقد منح هذا الخرق دوراً فاعلاً للمتلقي في الكشف عن الدلالة مما يعني إستحواذ الخطاب عليه وتوجيه اهتمامه إلى المناطق التي يريدها الخطاب، ونقله من كونه قارئاً إلى مستهلك ومروّج له عبر ممارسة العملية الإنتاجية ثمّ التسويقية إلى متلقين جدد، وبهذا يحقق الخطاب الإشهاري فاعليته على مستوى الانتشار والتسويق والتأثير.

الفصل الثاني

النسق المرئي للخطاب
الإشهاري في مجمع الأمثال

المبحث الأول: الرمز.

المبحث الثاني: الصورة.

المبحث الثالث: البعد السردي.

الفصل الثاني

النسق المرئي للخطاب الإشهاري في مجمع الأمثال

المبحث الأول

الرمز

يُلخص ابن وهب مفهوم الرمز بكونه: ((ما أخفى من الكلام، وأصله للصوت الخفي الذي لا يكاد يفهم، [...]، وإنما يستعمل المتكلم الرمز فيما يريد طيه عن كافة الناس، والإفضاء به إلى بعضهم فيجعل الكلمة، أو الحرف اسماً من أسماء الطير أو الوحش، أو سائر الأجناس، أو حرفاً من حروف المعجم، ويطلع على ذلك الموضع من يريد إفهامه رمزه، فيكون ذلك قولاً مفهوماً بينهما مرموزاً من غيرهما))⁽¹⁾، ولعل هذا التعريف يستند إلى ان((الكلمات المنطوقة رموز لحالات النفس، والكلمات المكتوبة رموز للكلمات المنطوقة))⁽²⁾، وهذا يوسع من مدى الرمز ليكون بمثابة لغة داخل اللغة، تقوم على تشكيل مساحة للوعي، تضع المتلقي في دائرة اشتغالاتها، فيكون الرمز بهذا أداة لتفجير الطاقات الكامنة في اللغة، بالشكل الذي يعبر عن الواقع على وفق رؤى المرسل الذي يشكّلها في علاقات جدلية متشابكة من الحمولات الدلالية التي يمنحها السياق للرمز⁽³⁾. وهو ما ينتج عنه إحياء مهيمناً، يغري المتلقي بالكشف عنه، والبحث عن محمولاته الدلالية، ليقع في دائرة إشهارية الصورة الرمزية، ذلك إنها((خطاب رمزي بالدرجة الأولى، كونها ذات بنية دلالية مزدوجة، الأولى تقريرية غير مرمّزة، والثانية إيحائية

(1) البرهان في وجوه البيان، أبو الحسين إسحاق بن إبراهيم بن سليمان بن وهب الكاتب(ت3354هـ)، تحقيق: د. حفي محمد شرف: 112.

(2) النقد الأدبي الحديث، محمد غنيمي هلال: 39، وينظر: الرمز والرمزية في الشعر العربي المعاصر، محمد فتوح احمد: 35.

(3) لغة الشعر العراقي المعاصر، عمران الكبيسي: 205.

مرمّزة⁽¹⁾، أي أن الإيحاء الكامن في الصورة الرمزية يخفي وراءه استتارات نفسية موجهة إلى المتلقي لا تقوى اللغة على توصيلها في دلالتها الوضعية المجردة، وعندئذٍ تُحمّل الصورة الرمزية في الخطاب الإشهاري حمولات دلالية خفية، ولعل هذا ينقل الصورة الرمزية لتكون آلية إرسالية من آليات الخطاب، لأنه موجّه إلى المتلقي، من أجل تمثيل إحساس المرسل وتجاربه، ووضعها على طاولة التلقي، بهدف استقطابه، والتأثير فيه⁽²⁾.

وقد اعتمد المثل العربي في مجمع البيان على توظيف الرمز وإنتاج الصورة الرمزية التي شحنت سياق الخطاب بالطاقة التعبيرية المطلوبة للتأثير في المتلقي، وتوزّعت الرموز في الأمثال بحسب ما يأتي:

1- الحيوان رمزاً

يستقي الرمز الحيواني دلالاته من المخزون الثقافي القار في الذاكرة العربية، فلم يأتي الرمز الحيواني في الأمثال إلا عبر البيئة المحيطة بالقائل، ليكون خطاباً إشهارياً بحدّ ذاته، وبهذا يوسع هذا الخطاب من دائرة تأثيره في المتلقي، مرة بفعل إشهارية المثل، ومرة أخرى بفعل إشهارية الحيوان/الرمز في المثل، ومن هذه الأمثال التي اتبعت هذه التقنية الإشهارية في توظيف رمز الحيوان في خطابها، قولهم: ((جَاءَ بِقَرْنِي حِمَارٌ))⁽³⁾، ويُضرب لمن يأتي بالكذب والباطل، ويعتمد المثل على رسم صورة رمزية تخيلية للحمار، فالمعروف أن الحمار لا يملك قرون، لكن المثل يسوّق هذه الصورة للإستحواذ على اهتمام المتلقي بالبحث عن دلالة وجود مثل هذه الصورة، فتتعاقد الدلالة الرمزية للحيوان هنا بأسلوب المفارقة القائم على إعطاء الحيوان ما ليس له والربط بينها وبين دلالة أن يأتي الإنسان بما لا يمكن أن يكون، وهي دلالة

(1) رمزية القيم في الخطاب الإشهاري التلفزيوني، دراسة تحليلية سيميولوجية للإشهار الموجه للأطفال عبر قنواتهم المتخصصة mb3 وسبايس تون (2014/2015)، حسينة اقرا (أطروحة دكتوراه): 51.

(2) ينظر: الرمز الصوفي بين الاغراب بداهة والاغراب قصداً، اسماء خوالديه: ١٧-١٨.

(3) مجمع الأمثال: 166/1.

تتعلق بالكذب والباطل الذي يصوّر الامر بغير حقيقته، وهنا تتحقق إشهارية المثل بالتأثير في المتلقي وسحبه إلى دائرة الإيحاء، لما للرمز من قوة في ((بناء الإشارات فيه، بحيث تؤدي إلى الدخول في منطقة الإيحاء المؤدي إلى التأويل للوصول إلى المعنى المرجح للنص (الأدبي))⁽¹⁾، عبر تسويقه صورة خيالة للحيوان واستعماله رمزاً يمكن النفاذ عبره إلى البنية الدلالية العميقة في رسم العلاقة بين رمز الحيوان ودلالة المثل.

ومن توظيف الدلالة الرمزية للحيوان قولهم: المثل الآتي: ((سقط العشاء به على سرحان))⁽²⁾، ويضرب لمن طلب حاجة فأوقعته في الشرّ والهلاك، وتأتي رمزية الحيوان (سرحان) لدلالاتها على الموت والهلاك، بلحاظ دلالة الفعل (سقط) الذي يدل على فعل خارج عن الإرادة، في حين تأتي دلالة (العشاء) كناية عن الحاجة لتكون فاعلاً في إنتاج الحدث الدرامي في المثل، فالسقوط في الشرّ جاء بناء على طلب الحاجة، وتأتي القيمة الإشهارية للمثل من تظافر هذه الدلالات التي تشكّل إطار الصورة الرمزية وتحويلها إلى وصلة إشهارية، وتسويقها إلى المتلقي من دون أن يكون له دور في تركيبها أو بنائها، ذلك إنّ الإرسالية الإشهارية ((وحيدة الاتجاه، ولا يلعب المتلقي داخلها أي دور))⁽³⁾، إلا إنّ المتلقي يلعب دوراً في إنتاج دلالة الإرسالية الإشهارية بوصفه مستهلكاً للخطاب، وهذا ما ركّز عليها خطاب الأمثال عامة.

ونجد ان المثل يعمد إلى تظافر الأساليب اللغوية في إنتاج الإرسالية الإشهارية الموجهة إلى المتلقي، وتبدو هذه الآلية في قولهم: ((لا ناقتي فيها ولا جملي))⁽⁴⁾، ويضرب للتبري عن الإساءة والظلم، ويوظف المثل الحيوان (الناقة/ الجمل)، ليكون دلالة رامزة عن هذه الدلالة التي

(1) الرمز في الخطاب الادبي دراسة نقدية، حسن كريم عاتي: 31.

(2) مجمع الأمثال: 328/1.

(3) الصورة الإشهارية، آليات الإقناع والدلالة، سعيد بنكراد: 27.

(4) مجمع الأمثال: 220 / 2.

يُضرب لها، إذ إنّ خطاب المثل قد استوعب دلالتين: الدلالة السطحية التي تمنح المتلقي معنى التزام الحياد وعدم، وهي بنية تمنحها دلالة النفي التركيبي في سياقه، والدلالة العميقة التي يستشعر منها المتلقي رفض الإساءة والبراءة مما فعل الفريقان بلحاظ قصة المثل، فضلاً عن توظيف رمزية الثنائية الضدية بين (ناقة/جمل)، التي تخلق بنية التوازي التركيبي، وهو ما يمنح الرمز الحيواني دلالة إشهارية أكبر، تأتي من اهتمام السياق بهما، وتعليب دلالتهما وتصديرها إلى المتلقي بهدف وضعه في دائرة اكتشاف خفاء التوظيف، فقد أدى عبر هذه البنى التركيبية دلالة المثل أداءً بلاغيًا وابداعيًا، جعلت منه متداولًا، وهو ما يحقق إشهارية المثل.

وفي سياق توظيف الرمز الحيواني قولهم: ((النَّاسُ يَمَامَةٌ))⁽¹⁾، ويُضرب في الدعوة إلى الرفق بالناس، ونجد إنّ الخطاب في المثل يعتمد على بنية التشبيه المؤكد في تشكيل العلاقة بين (الناس) و(اليمامة)، فقد مثّلت (اليمامة) رمزاً للألفة، إذ تسير الممارسة القرآنية للمتلقي على وفق مسارين، الأول باتجاه العلاقة بين اليمامة ورمزيتها بوصفها حيواناً مألوفاً في البيوت، ويتحدد الآخر بالعلاقة بين اليمامة وهي بهذه الصفة وبين الناس، ومن ثمّ إنتاج دلالة الصورة الرمزية في إطارها العام القائم على الدعوة بالرفق بالناس، وهي الإرسالية الإشهارية التي يتوخاها المرسل، ويتقصد وصولها إلى المتلقي.

لقد مثّل الرمز الحيواني في خطاب الأمثال خطاباً إشهارياً فاعلاً في التأثير في المتلقي وتوجيهه إلى القصدية التي رغب الخطاب بإيصالها إليه، فقد تحوّل الحيوان من كونها رمزاً مجرداً إلى كونه وصلة إشهارية يحملها الخطاب محمولات دلالية وظيفتها الإستحواذ على المتلقي وإثارة إنفعالاته، وقد جاءت هذه الرموز موافقة للتراكم الثقافي الذي تمثله هذه الحيوانات في الذاكرة العربية.

(1) مجمع الأمثال: 343/2.

2- النبات رمزاً

اشتملت الأمثال العربية في مجمع الأمثال للميداني على توظيف الرمز النباتي في خطابها، بالشكل الذي تمثل إرسالية إشهارية مصدرة إلى المتلقي، ولم تخرج الدلالات التي جاءت بها الأمثال عن التداول العربي، مستنداً في ذلك على المخزون الدلالي الذي تحمله هذه الرموز، ويتجلى هذا في قولهم: ((جَاؤُوا بِالْحَظَرِ⁽¹⁾ الرُّطْبِ⁽²⁾))، ويضرب لكثير من الناس، ويستعمل في سياقه لفظة (الخطر) رمزاً دالاً على الناس، واستند على صورة الحظيرة التي تُبنى للابل، وهي تحتاج إلى عدد كبير من الأعمدة، فالدلالة المشتركة بين الصورتين هي الكثرة، فالمثل استعمل النبات رمزاً، وتصديره إلى المتلقي، ليكون وصلة إشهارية يمكنها التأثير فيه وتوجيه اهتمامه إلى الصورة التي ينسجها في سياقه، وبذلك يصبح اكتشاف العلاقة بين النبات وبين دلالة المثل مثيراً ذهنياً للمتلقي، ويبدأ البحث عن خطوط العلاقة، ويدخل منطقة اشتغال الخطاب، فيتحقق للرمز إشتهاريته، لأنه يتحول من رمز بالمعنى الفني إلى إرسالية إشهارية يمكنها ان التأثير في المتلقي ووضعه تحت سلطتها.

وتأتي فاعلية إشهار الرمز النباتي في خطاب الأمثال من قوة الرمز في الكشف عن المعنى، وهو ما يكشف قدرة المتلقي على تتبع خيوط العلاقة بين الدوال لإنتاج الدلالة المطلوبة⁽³⁾، لكن سياق الأمثال يمنح الرمز بعداً دلالياً آخر، إذ يحوله إلى وصلة إشهارية يمكنها التأثير بالمتلقي عبر تصدير العلاقة بين الرمز والمرموز له، ويتجلى هذا في المثل الآتي: ((رَمَوْهُ عَنْ شِرْيَانَةٍ⁽⁴⁾))، يضرب لمن اجتمعت عليه كلمة الناس، فيوظف لفظة (شريانة) وهي شجر

(1) الحظر: الشجر الذي تُبنى منه حظائر الانعام، وقيل الشوك الرطب، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 203/4.

(2) مجمع الأمثال: 179/1.

(3) ينظر: الرمز في الخطاب الادبي، حسن كريم عاتي: 33.

(4) مجمع الأمثال: 295/1.

يصنع منه القوس⁽¹⁾، فالمثل يحيل المتلقي إلى دلالاته عبر اشعاع لفظة (شريانة) بفعل محمولاتها الدلالية التي تعضد دلالة الرمي، فينسج المثل صورته عبر تعالق الدلالات وتوليدها انطلاقاً من رمزية النبات، فالقوس تصنع من شجرة (شريانة)، وتستعمل هذه القوس لرمي السهام، فالمثل صوّر اجتماع الناس على رجل ما برميّه بالسهام، فقدّم معناه في صوره رمزية، وصدرها إلى المتلقي لتكون وصلة إشهارية تؤثر فيه، إذ ((يمتلك الرمز القدرة على اختزال معاني جمّة، ومن ثمّ التعبير عنها بجمل قصيرة لما يسعى المخاطب توصيلها للمتلقي، وذلك عبر تحرير تلك المعاني من مكنونه الداخلي إلى بيئة جديدة تحتضنها وتتأثر بها))⁽²⁾، ومن هنا تتحقق للرمز النباتي فاعليته على المستوى الإشهارية بفعل توالد الدلالات التي تفتح مساحة إجرائية امام المتلقي للوصول إلى المعنى المقصود.

((لَمْ يَغْدَمْ مِنْهُ خَابِطٌ وَرَقًا))⁽³⁾، يُضرب المثل في الرجل الكريم لا يخرج سائله خالي الوفاض، ويبدو الرمز النباتي حاضراً في السياق بلحاظ (خابط، ورقاً)، وهما من متعلقات الشجر، فتشير لفظة (خابط) إلى السائل، في حين تشير لفظة (ورق) إلى العطايا التي يحصل عليها السائل، فيحيل المثل المتلقي إلى العلاقة بين الخابط والورق، وعلاقتها بالرجل الكريم، وهي علاقة رمزية صُدّرت في سياق لغوي يرتكز على مركزية الرجل الكريم، فالخطاب الإشهاري في المثل يقوم على استثمار العلاقة الرمزية بين هذه المدلولات الثلاثة (الهاء/منه) (الخابط/الورق) في بنيتها السطحية، والتي تحيل المتلقي إلى العلاقة الثلاثية في بنيتها العميقة (الرجل الكريم/السائل/العطية)، ثمّ ربطها بالصورة الذهنية التي يرسمها الخطاب وهي صورة (ضرب الخابط للشجرة حتى تسقط أوراقها)، وسحبها إلى سياق الخطاب، ليقف المتلقي على حدودها، وإنتاج دلالتها، ومن هنا تتحقق غاية الخطاب في التأثير في

(1) ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 235/13.

(2) ابلاغية الرمز وقصدية الخطاب في نهج البلاغة، نور ياسين كريم (بحث): 12.

(3) مجمع الأمثال: 194/2.

المتلقي ودفعه إلى الكشف عن الدلالات المختبئة خلف هذه الرموز، إذ يتحول الرمز النباتي إلى إرسالية إشهارية يمكنها تحقيق غاية الخطاب.

تقدّم الأمثال دلالتها عبر الرمز النباتي الذي يتحوّل بفعل الصيغ التركيبية للخطاب إلى علامات تحيل المتلقي إلى الدلالات المقصودة التي يسعى الخطاب إلى تصديرها إليه كي تبقى في دائرة الاشتغال الإشهاري للمثل، ومن هذه الرموز ما نلاحظه في المثل الآتي: ((مِنْ الْحَبَّةِ تَنْشَأُ الشَّجَرَةُ))⁽¹⁾، ويضرب إلى الأمور الصغيرة التي تنتج أموراً كبيرة، ويرتكز الخطاب في المثل على توظيف الرموز النباتية التي تتعالق فيما بينها لتؤدي أحدهما إلى الأخرى، وهو يشير إلى صورة عقلية مفادها العلاقة بين الشيء واصله، فيرسم المثل هذه الصورة بناءً على المعلومة البديهية التي تحملها هذه العلاقة، ومن ثمّ يصوغها في قالب لغوي يعتمد على الانزياح في البنية التركيبية، فيصدّر للمتلقي لفظة (الحبة) لتكون بداية الخطاب، وكأنه يؤسس نقطة الشروع والنشوء، ثم يصل إلى اكتمال هذه الغاية، لتغدو الشجرة كبيرة متكاملة، ويترك المجال واسعاً للمتلقي أن يوازن بين الصورة ومصاديقها في الحياة، وهو هنا يحيل المتلقي بشكل خفي إلى مراحل هذا النشوء ومتطلباته، فالدلالة هنا لا تقتصر على الألفاظ المجردة إنما تقوم على ما يريد المرسل تحميلها من دلالات، يعلبها في الخطاب، ويصدّرها إلى المتلقي لتكون فاعلاً إشهارياً مثيراً لمستويات القراءة.

لقد وظّف خطاب الأمثال الرموز النباتية توظيفاً إشهارياً باستثمار البعد التداولي لهذه الرموز، وتوظيف هذا البعد في إنشاء علاقات دلالية بين المعنى السطحي المصدر، وبين المعنى العميق التي يقصده المرسل، وهو ما يجعل من توظيف هذا الرمز آلية من آليات رسم الصورة في الخطاب الإشهاري للأمثال.

(1) مجمع الأمثال: 318/2.

3- الخرافة او الأسطورة رمزاً

ترتكز الخرافات والاساطير على المخزون الفكري للشعوب والجماعات وهو ما ينتج عن رؤية خاصة ((للكون والمجتمع والطبيعة والزمان والآلهة، أو عن رؤيته لبعض هذه الأمور من زاوية بعينها))⁽¹⁾، ويبدو هذا واضحاً عبر الممارسات والطقوس التي تعتقد بها هذه الجماعات حتى تتسرب إلى الممارسات الإبداعية لها، بالشكل الذي يجعلها ((صورة لا تقبل التحديد وليس من السهل تحديد معالمها، في حين إنها تثير تصوراً واضحاً محدداً، بل إنها -ونحن نقرر هذا في اطمئنان- تترك في نفوسنا إحساساً كاملاً محدداً، وإن شق علينا التعبير عنه))⁽²⁾، وتبدو قيمة الخرافة والاساطير في الادب من كونها ((تنشأ وتزدهر عندما يرى الناس ظاهرة غريبة أو أمراً غير مألوف لديهم ولا يجدون لها تعليلاً منطقياً أو تفسيراً علمياً مقبولاً، فيعملونها تعليلاً يرضي الأمزجة والأهواء لكنه لا يرضي العقول))⁽³⁾، أي إنها محاولة لفهم هذه الأمور غير المألوفة على الرغم من كونها ((لا تنشئ علاقة مع عالمنا الممكن إدراكه، إذ إنها ذات بعد واحد، وهي كذلك لا تعرف التركيب المنطقي الدقيق، كما إن شخوصها غير مجسمة، بلا عالم داخلي أو خارجي))⁽⁴⁾، فضلاً عن كونها ((شكلاً من أشكال الفكر شائع بين الناس، أو يمكن أن ينشأ آلياً وبشكل مستقل عن أفكار أخرى مشابهة في بيئات ثقافية أخرى، وذلك بسبب الوحدة النفسية بين البشر))⁽⁵⁾. ولعل هذا ما يربط بين المفهومين، انهما تتبعان من منبع واحد ثم تختفي الأسطورة لتبقى الخرافة امتداداً لها⁽⁶⁾.

(1) توظيف الأسطورة في الشعر الجاهلي، وهب رومية: 2.

(2) الحكاية الخرافية (نشأتها، مناهج دراستها، فنياتها)، فردريش فون ديرلأين: 35.

(3) الحيوان في تراثنا بين الحقيقة والأسطورة، عزيز العلي العزي: 17.

(4) الفولكلور ما هو؟، فوزي العنتيل: 38.

(5) علم الفولكلور (دراسة المعتقدات الشعبية)، محمد الجوهري: 22/2.

(6) توظيف الأسطورة في القصة العراقية الحديثة، فرج ياسين: 36.

ولأنّ الادب ولاسيما الأمثال يمثل صورة الشعوب الفكرية فكان لابدّ من أن تسلك الخرافة والاسطورة إليه، فقد جاءت الأمثال العربية مشتملة على توظيف الخرافة والاسطورة في سياقها لتكون رموزاً تمنح الخطاب إشهاريته وتداوليته، ومن هذه الأمثال، قولهم: ((أُكَلَّةُ الشَّيْطَانِ))⁽¹⁾، ويُضرب لمن فيه القوة والنشاط والقدرة، ويستند المثل على دلالة خرافية تشي بها إضافة لفظة (أُكَلَّة) إلى (الشيطان)، ويسوّق هذه الدلالة إلى المتلقي، إذ لا مدى معروفاً لهذه (الأُكَلَّة)، فيعتمد المتلقي إلى استتغار الذهن في تمثّل هذه الدلالة، وعبرها يرتبط المعنى بالدلالة الخفية المقصودة على القوة والنشاط، فالمثل يقدّم الشيطان أداة للقياس عليها من دون تحديد مداها أو مستواها، ومن هنا يصبح الرمز الخرافي وصلة إشهارية تُعَلَّب وتُسَوَّق للمتلقي من أجل الإستحواذ عليه ليكون في دائرة الممارسة الأدبية الإشهارية.

ومن هنا توظف المثل العربي إمكانية التسويق والتصدير التي يقوم عليها الخطاب الإشهاري في سياق المثل، وصولاً إلى إقناع المتلقي وتحفيزه إلى تمثّل دلالات هذا المثل، عبر اشغال مناطق الدهشة الذهنية بالصورة الرمزية القائمة على توظيف الخرافة بوصفها نتاج الفكر العربي القديم، ويتجلى هذا في قولهم: ((بَيْنَهُمْ عِطْرُ مَنْشَمٍ))⁽²⁾، ويُضرب في الشرِّ العظيم، ويرتكز على خرافة مفادها ان هذا العطر المنسوب إلى بائعته (منشم) ينتهي بمستعمله إلى الموت، حتى صار المثل علامة رمزية دالة على الموت الجماعي بلحاظ قولهم (بينهم)، ويفصح المثل عن تعامل المقاتل العربي مع الحروب، والكيفية التي يجهز بها مستلزماتها، فيعالج فيها ادق تفاصيلها حتى كأنه يذهب إلى لقاء مهم، والمثل هنا يصدر كلّ هذه الدلالات في خطاب تسويقي من أجل التأثير في المتلقي، إذ يسعى المثل إلى تحويل

(1) مجمع الأمثال: 49/1.

(2) المصدر نفسه: 93/1.

هذا الرمز ذي الدلالة الخرافية إلى إرسالية إشهارية تثير اهتمام المتلقي وتؤثر فيه باتجاه دفعه إلى تمثّل دلالات المثل والبحث عن الزاوية المخفية فيه، وقياسها على مصاديقها.

ونلاحظ في المثل الآتي توظيف آخر للخرافة، ففي قولهم: ((أَصْدَقُّ مِنْ قَطَاةٍ))⁽¹⁾، ويُضرب للصدوق، ذلك ان المثل قد نسج صورة مبنية على صوت القطاة الخالي من التلوين الصوتي، فاعتقدوا إنها كلمة واحدة تكرر في صياحها وهي (قطا قطا)، فهي في كل المواقف لا تتغير في صوتها، ومن هنا ربطوا بين الصدوق وبينها، ومن هنا جاء توظيف المثل لهذه الدلالة الخرافية التي يسوّقها المثل لتكون وصلة إشهارية يمكنها أحداث التأثير في المتلقي، وإثارة إنفعالاته، وتوجيه ذهنه إلى إنتاج دلالة المثل بالبحث عن العلاقة بين طرفي المثل، العلاقة بين (الصدق) و(القطاة)، ليكون التركيب اللغوي قائماً على المقارنة باستعمال افعّل التفضيل في سياقه.

ونلاحظ التوظيف الرمزي للدلالة الخرافية في قولهم: ((كَالنُّورِ يُضْرَبُ لَمَّا عَافَتْ الْبَقْرُ))⁽²⁾، ويُضرب لمن يؤخذ بذنب غيره، ويوظف في سياقه رمزاً خرافياً يرتكز على فكرة ان المانع من شرب البقر وجود الجن والشياطين، إذ ((كانوا يزعمون أن الجن هي التي تصد الثيران عن الماء حتى تمسك البقر عن الماء حتى تهلك))⁽³⁾، فيستعمل المثل هذه الرموز الخرافية ومنها (النور) لتكون وصلة إشهارية يمكنها التأثير في المتلقي وتوجيه اهتمامه إلى تمثّل دلالاته وإنتاجها، إذ تتعمق دلالة ورود الماء في البنية العميقة للمثل، وهي دلالة مخفية تشي بها قصة المثل ومرجعياته الخرافية، فضلاً عن ارتباط دلالة النور بالحياة والخصب وهي الدلالات ذاتها التي ترتبط بالماء والورود، وقد ارتكز المثل على تعضيد هذه الصورة الرمزية

(1) مجمع الأمثال: 412/1.

(2) المصدر نفسه: 142/2.

(3) الحيوان، الجاحظ: 19/1، وينظر: المفصل في تاريخ العرب قبل الإسلام، جواد علي: 390/12.

بتوظيف التشبيه ليكون إطاراً للوصلة الإشهارية، وتصدير هذه الدلالة الخرافية في سياق لغوي يعتمد على توظيف الرمز ليكون قوة إقناعية تمارس إستحواداً فكرياً على المتلقي، الامر الذي أدى إلى نقل هذه الخرافة إلى ان تكون مثلاً يمكن أن يكون بضاعة استهلاكية على طاولة التلقي.

وفي مثل آخر استعمل الصورة الرمزية المرتكزة على الخرافة لتكون إرسالية إشهارية، ويتمثل هذا في قولهم: ((أَقْرَى مِنْ مَطَاعِيمِ الرِّيحِ))⁽¹⁾، إذ جاء لفظة (الريح) ليكون رمزاً لأيام الجذب والجوع الشديد، وهي أيام مرتبط بهبوب ريح الصبا، لكن هؤلاء المطاعيم يقترب وجودهم من الخرافة⁽²⁾، ولهذا لم نجد من هؤلاء المطاعيم إلا واحداً، وهو عم أبي محجن الثقفي⁽³⁾، فالمثل يصدر رمز (مطاعيم الريح) ليكون وصلة إشهارية جرى تعليلها وتسويقها إلى المتلقي ليكون عتبة دلالية يمكن عبر اجراء مقارنة بين مصادق المثل وبين هؤلاء المطاعيم، إذ نسج المثل صورة قيمية لهم ثم أجرى عليهم مقارنة بغيرهم، وهي ممارسة إشهارية تمنح مصادق المثل قوة إشهارية وإقناعية.

يتضح مما سبق، أهمية الرمز في خطاب الأمثال بوصفه آلية إشهارية تعمل على تعليل دلالة الرمز في سبيل التأثير في المتلقي وإقناعه، إذ يراهن الخطاب في توظيف هذه الآلية لإغراء المتلقي بالبحث عن الدلالة المقصودة من وراء هذا التوظيف، ونجد إنَّ الرمز في خطاب الأمثال قد تحوّل من كونه ذي دلالة فنية إلى أن يكون رمزاً إشهارياً بما يحمل من دهشة يمكنها التأثير في المتلقي وتوجيه اهتمامه إلى البحث في البنى العميقة للخطاب واستخلاص الدلالة المقصودة.

(1) مجمع الأمثال: 127/2.

(2) ينظر: ذات النحيين، الأمثال العربية بين الطقوس والاسطورة، زكريا محمد: 11.

(3) ينظر: المفصل في تاريخ العرب قبل الإسلام، جواد علي: 172/8.

المبحث الثاني

الصورة

لو أمكننا تبني تعريف عبد القادر القط للصورة بوصفها: ((الشكل الفني الذي تتخذه الألفاظ والعبارات، [تتنظم] في سياق بياني خاص ليُعبّر بها عن جانب من جوانب التجربة الشعرية في القصيدة، مستخدماً طاقات اللغة وامكاناتها في الدلالة والتركيب والإيقاع والحقيقة والمجاز والترادف والتضاد وغيرها من وسائل التعبير الفني))⁽¹⁾، فإن الوظيفة الإشهارية التي تؤديها الصورة تكمن في تحوّل المقروء إلى مرئي متخيّل، ولهذا فالصورة الإشهارية هي ((الصورة الإعلامية والإخبارية التي تستعمل لإثارة المتلقي ذهنياً ووجدانياً، والتأثير فيه حسياً وحركياً، ودغدغة عواطفه لدفعه لاقتناء بضاعة أو منتج تجاري ما))⁽²⁾، فالأساس الذي تركز عليه الصورة الإشهارية هو الاستمالة والإقناع لابقاء المتلقي تحت تأثير هذا الخطاب، وبهذا تحوّل الصورة من كونها أداة جمالية يمكنها تشكيل الدلالة في النص إلى ((وسيلة ثقافية طاغية، وإلى أداة تسويق ناجحة ومرحبة بشكل مفرط جعل صناعة الصورة يتمادى في جلب كل ما هو خيالي وما وراء خيالي من أجل خلق ثقافة تكون الصورة فيها المجاز الكلّي في عمليات الاتصال البشري))⁽³⁾، فالمتلقي حين يقرأ الخطاب تتمثل في ذهنه مجموعة من الصور المتخيّلة التي تستقي أطرها من الخطاب ذاته، بمعنى إنّ الملفوظ في الخطاب يتحوّل إلى صورة متخيّلة في ذهن المتلقي، فيحدث بذلك التأثير⁽⁴⁾، فالصورة التي ينسجها الخطاب عبر توظيف الأساليب البيانية يهدف إلى إثارة حواس المتلقي وإنفعالاته فينتج الخطاب إشهاريته بالتأثير

(1) الإتجاه الوجداني في الشعر العربي المعاصر، عبد القادر القط: 391.

(2) أنواع الصورة، جميل لحماوي: 99.

(3) الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، عبد الله الغدامي: 130.

(4) ينظر: نظرية التصوير الفني عند سيد قطب، صلاح الخالدي: 33.

على عقل ووجدان المتلقي⁽¹⁾، ومن هذه الآليات التي يرسمها الخطاب الإشهاري في الأمثال: التشبيه، الاستعارة، الكناية.

1- التشبيه

تكمن إشهارية التشبيه في وظيفته، فهو بوصفه ((العقد على أن أحد الشيئين يسد مسد الآخر في حس أو عقل))⁽²⁾، وهو ((التشبيه صفة الشيء بما قاربه وشاكله من جهة واحدة أو جهات كثيرة، لا من جميع جهاته، لأنه لو ناسبه مناسبة كلية لكان إياه))⁽³⁾، أي ان ثمة علاقة تبادلية بين طرفيه (المشبه، المشبه به)، وهذه العلاقة هي التي تسهم في إيضاح المعنى وتقريبه من ذهن المتلقي بهدف التأثير فيه، ((فهو يجعل من الأشياء المنفصلة تبدو متفقة ويقارب بين مظاهر الكون المتباعدة عبر أيجاد نوع من الارتباط بين الأشياء التي قد توجد فيما بينها روابط خفية غير ظاهرة لا يصل إليها إلا خيال المبدع))⁽⁴⁾، فالوظيفة الإيصالية التي يؤديها التشبيه تقوم على ((ربط شيئين أو أكثر في صفة من الصفات أو أكثر))⁽⁵⁾، فوجوده في الخطاب يوفر وسيلة مهمة للربط بين الأشياء من جهة ولتقريب بعضها من بعض من جهة أخرى بهدف شحن الخطاب بحمولاته البلاغية التي تثير في المتلقي إنفعالاته التي تنتج عنه إقناعيته بالخطاب⁽⁶⁾، ولهذا يجب في المخاطب ((أن يكون دقيقاً في تشبيهاته ويحسن الربط وعقد الصلة بين الأشياء

(1) ينظر: الإشهار في خطاب الامامين الصادقين (3)، كمال محمد عبد العالي (أطروحة دكتوراه): 138.

(2) النكت في إعجاز القرآن، الرماني: 74.

(3) العمدة، ابن رشيق القيرواني: 286/1.

(4) المقامات اللزومية لابي طاهر محمد بن يوسف السرقسطي (ت538هـ): دراسة اسلوبية، مي محسن حسين (أطروحة دكتوراه): 200.

(5) معجم المصطلحات البلاغية وتطورها، احمد مطلوب: 170/2.

(6) ينظر: الابلاغية في الشاهد البلاغي (دراسة وتحليل)، نادر عبد الرحمن محمد: 33.

يؤدي معانيه على أحسن وجه ويصور تخيلاته تصويراً بديعاً⁽¹⁾، لأن التشبيه من أوضح الفنون البلاغية وأكثرها قدرة على تصوير المعنى وتقريبه.

وقد جاءت بنية التشبيه أساسية في خطاب الأمثال، وتتوّع خطاب الأمثال في توظيف التشبيه ليكون خطاباً إشهارياً يمنح المثل قوته التأثيرية، وإقناعيته، إذ يوفّر التشبيه إطاراً فنياً يحقق فاعلية بناء الصورة الإشهارية في إثارة إنفعال المتلقي وتوجيه اهتمامه.

ففي المثل الآتي **((سمن حتى صار كأنه الخرس⁽²⁾))**⁽³⁾، يضرب هذا المثل لمن يهّمه بطنه حتى يسمن، وقد استعمل المثل التشبيه لإنتاج خطاب إشهاري عبر تشبيه المحسوس بمحسوس آخر لتقريب المعنى، فهو يعتمد على المشبه به بوصفه صورة بصرية يمكن للمتلقي فهم الإرسالية التي حملها المثل، بالعلاقة بين المشبه (السمن) وبين المشبه به (الآنية الكبيرة)، فالإشهار الذي يوفّره هذا الخطاب يقوم على تحويل الصورة البصرية إلى صورة ذهنية يمكن لها أن تؤثر في المتلقي.

ومن الأمثال التي وظّفت التشبيه في بنيتها النصية لإنتاج دلالاتها الإشهارية المثل الآتي: **((إنما هو كبرق الخلب⁽⁴⁾))**⁽⁵⁾، ويضرب للرجل الذي يخلف مواعده، فالتشبيه هنا من قبيل تشبيه الحسي بالحسي، وقد مثّل المشبه إرسالية إقناعية تقوم على توظيف المشبه به ليكون صورة بصرية يمكن لها أن تتحوّل إلى تأثير إشهاري في ذهن المتلقي، مما يدفعه إلى تمثّل دلالة المثل والتفاعل معه على أنّه صورة معكوسة، تخلق مفارقة قائمة على إنتاج الوصلة

(1) فنون بلاغية، احمد مطلوب: 33.

(2) الخرس، الآنية الكبيرة، ينظر: مقاييس اللغة، ابن فارس: 167/2.

(3) مجمع الأمثال: 337/1.

(4) الخلب: السحاب الذي لا مطر معه، ينظر: مقاييس اللغة، ابن فارس: 205 /2.

(5) مجمع الأمثال: 344/1.

الإشهارية التي تتمثل في وصف حال من يخلف وعده، ومن هنا يمكن للخطاب إنتاج إشهاريته، وهو ما تحقق بتوظيف بنية التشبيه في سياقه النصي.

ونلمح في الأمثال المولدة التي اشتمل عليها مجمع الميداني توظيفاً للتشبيه بوصفه آلية إنتاج إشهاري، ففي المثل الآتي: ((كالعجة تُزار ولا تزور))⁽¹⁾، يمكن أن نفهم دلالة المثل، فنفهم منه إنه يضرب لمن تهتم به الناس ولا يهتم بهم، وقد ارتكز الخطاب هنا على توظيف التشبيه ليكون آلية من آليات إنتاج الإشهار فيه، ويكمن ذلك في تعاضد البنى اللسانية في تركيب سياقه، فالمشبه المتضمن في السياق يمنح الخطاب بعداً دلالياً عبر بنية الحذف التي يوظفها الخطاب، وهو ما يجعل دلالاته مفتوحة على التأويل، في حين يتشكّل المشبه به ليكون وصلة إشهارية تمنح مسار التأثير في المتلقي قوة وتأكيداً، فضلاً عن ثنائية النفي والاثبات التي تزيد من قوة التأثير في المتلقي لتحقيق إشهارية المثل، فالسلطة التي تستحوذ على المتلقي تدفعه إلى المشاركة في إنتاج دلالاته الإشهارية.

وثمة توظيف آخر للتشبيه في خطاب الأمثال، يقوم على سحب المتلقي إلى دائرة اشتغال الخطاب في المثل، واستثمار تفاعله معه بهدف إنتاج خطاب إشهاري يضع المتلقي تحت سلطته، ويتضح هذا في توظيف بنية التشبيه البليغ الذي تُحذف فيه أداة التشبيه، ويتضح هذا في المثل الآتي: ((السَّفَرُ قِطْعَةٌ مِنَ الْعَذَابِ))⁽²⁾، ويُضربُ لوصف مشاق السفر، وقد وظف المثل قي خطابه التشبيه البليغ ليكون آلية من آليات إنتاج الخطاب الإشهاري فيه على سبيل تعريف المشبه/السفر، بالمشبه به/قطعة من العذاب، وخلق مساحة من التماهي بينهما، فاعتمد في بنائه على توظيف الجملة الاسمية الإخبارية التي تضع المتلقي في دائرة انتظار الخبر، ليكون قوة إقناعية تؤثر فيه، فالخطاب هنا يصدر المشبه الحسي للمتلقي، ويوظف إشهارية

(1) مجمع الأمثال: 171/2.

(2) المصدر نفسه: 344 / 1.

المشبه به العقلي، وبالربط بينهما ينتج تأثير الخطاب في المتلقي، ولا سيما على المستوى النفسي، فالخطاب الإشهاري هنا هو خطاب تواصل، تعتمد ارساليته على مناغمة شعور المتلقي ودفعه إلى التفاعل معه⁽¹⁾.

وثمة توظيف آخر في خطاب الأمثال، نجد فيه بنية الحذف بنية أساسية في تأدية الدلالة الإشهارية للمثل، وتحقيق وظيفة التأثير بالمتلقي والإستحواذ عليه، ففي المثل الآتي: ((**إطرق الشجاع**⁽²⁾))⁽³⁾، ويضرب لمن يفكر في الأمور، إذ اعتمد الخطاب على إنتاج دلالة التشبيه عبر توظيف المصادر المنصوبة المؤكدة لفعلها، فتتشكل دلالة التشبيه في البنية العميقة لخطاب المثل، فتتكون الإرسالية الإشهارية عبر توظيف بنية نصية لإنتاج دلالة بيانية، وثمة توظيف جمالي آخر في المثل يركز على توظيف عنصر المجاورة لتحقيق إشهارية المثل، وذلك ناتج عن تجاور الفعل مع مصدره لتحقيق بنية صوتية تزيد من تأثير الخطاب في المتلقي والسيطرة على تفكيره باتجاه تمثل دلالات المثل ومصاديقه.

يتضح مما تقدم، فاعلية أسلوب التشبيه على اختلاف صوره ووظائفه لتحقيق الفاعلية الإشهارية لخطاب المثل في مجمع الأمثال للميداني، عبر التنوع في توظيف هذا الأسلوب والتصرف في تراكيبه لإنتاج الصورة الإشهارية التي تضع المتلقي في دائرة اشتغالها الدلالي بهدف إقناعه والتأثير فيه.

2- الإستعارة

يرتكز التعريف القديم للإستعارة على بناء علاقات تقوم على إبراز دلالات المقارنة والموازنة بين طرفي الإستعارة بين الألفاظ المتباعدة من حيث الدلالة، ولهذا يرى الجرجاني إنه يجب ((أن

(1) ينظر: الإشهار في الخطاب القرآني - دراسة في الخطاب المكّي، رشا محمد حسين (أطروحة دكتوراه): 135.

(2) والشجاع: الحيّة، ينظر: مقاييس اللغة، ابن فارس: 3 / 248.

(3) مجمع الأمثال: 1 / 431.

يكون لفظ الأصل في الوضع اللغوي معروفاً تدل الشواهد على أنه اختص به حين وضع، ثم يستعمله الشاعر أو غير الشاعر في غير ذلك الأصل، وينقله إليه نقلاً غير لازم فيكون هناك كالعارية⁽¹⁾، وتراها البلاغة الحديثة إنها ((مجاز بلاغي فيه انتقال معنى محدد إلى تعبير مجسد من غير الالتجاء إلى أدوات التشبيه أو المقاربة))⁽²⁾، أي إنها علاقة استبدالية على المستوى الدلالي وذلك يعني أن تتحمل اللفظة حمولات دلالية عدة، يوظفها الخطاب على الرغم من وجود اختلاف بين هذه الدلالات تصل إلى حد التناثر، وهو ما يصدره الخطاب إلى المتلقي لتكون بنية إشهارية تحقق التأثير المقصود فيه⁽³⁾، وعلى وفق هذا فالإستعارة تنقل الخطاب من كونه خطاباً نفعياً مباشراً إلى حدود الإبداعية التي تمنح هذا النفع بعداً ابلاغياً وادهاشياً بفعل انحرافها عن التوظيف المعتاد مما يجعلها بنية استثنائية خاصة على المستوى اللغوي.

وهذا يعني إنَّ الإستعارة سياق لغوي ترتكز على إثارة الإنفعال لدى المتلقي، والتركيز على انسجام البنى اللسانية والدلالية مع إضفاء مسحة من الغموض الذي يدعو المتلقي إلى المشاركة في إنتاج وتفكيك الصورة الاستعارية⁽⁴⁾ التي يوظفها الخطاب لإنتاج إشهاريته المؤثرة في المتلقي.

وقد جاءت الصورة الاستعارية صوراً فاعلة في تشكيل الخطاب الإشهاري وبنائه في أمثال الميداني، ونلاحظ أنَّ العلاقة بين المعار والمستعار في الأمثال قائمة على مراعاة السياق الذي

(1) أسرار البلاغة، عبد القاهر الجرجاني: 29.

(2) معجم المصطلحات البلاغية وتطورها، أحمد مطلوب: 82.

(3) ينظر: فلسفة البلاغة، ريتشاردز، ترجمة: د. ناصر حلاوي، وسعيد الغانمي (بحث): 46-47.

(4) ينظر: مفهوم الأدبية في التراث النقدي إلى نهاية القرن الرابع، توفيق الزبيدي: 125، وينظر: الإستعارة والمجاز المرسل، ميشال لوغورون، ترجمة: حلا صليبا: 86.

يحيط باللفظ المعار، ليختار الدلالة المستعارة المناسبة، فضلاً عن مناسبة الجو الشعوري المحيط بالخطاب ككل.

ونلاحظ هذا في المثل الآتي: ((رمتني بدائها وانسلت))⁽¹⁾، ويُضرب لمن يعير صاحبه بعيوبه، وتتضح فيه توظيف الإستعارة بهدف إنتاج خطابه الإشهاري الذي يصدره القائل للمتلقى، وتتجلى الإستعارة في الملفوظ الإشهاري (رمتني)، إذ يستعير القائل اللفظ ليكون عتبة دلالية على الإتهام، وهو ما ينقل اللفظ من دلالة معنوية إلى دلالة حسية تقوم على تجسيم المعقول/ الإتهام، ليكون صورة حسية بصرية، فضلاً عن استعارة (الداء) لمعنى التهمة لتكون ملفوظاً إشهارياً آخر يمكن له تكثيف الدلالة الإشهارية وتعميقها بهدف التأثير في المتلقي وخلق جو من الإستحواذ على تفكيره وتوجيه اهتمامه باتجاه تمثل دلالة المثل ومصاديقه، وهو ما يوظفه المثل للوصول إلى هذه العتبة الدلالية، فالإستعارة هنا ((ليست مجرد تغيير في المعنى، إنها تغيير في طبيعة أو نمط المعنى، انتقال من المفهوم إلى المعنى الإنفعالي))⁽²⁾، ومن هنا تمنح الإستعارة الخطاب فاعليته على المستوى التأثيري، ومن ثم إنتاج إشهاريته.

وفي مثل آخر، يوظف الخطاب الإستعارة توظيفاً جمالياً فضلاً عن كونها آلية من آليات إنتاج الخطاب الإشهاري، ويتمثل هذا في المثل الآتي: ((الأيناس قبل الابساس))⁽³⁾، يُضرب لوصف حال الرجل بالرفق واللين، وقد وُظف المثل الإستعارة في خطابه، إذ خلق علاقة بين صورة الذي يترفق بالناقة ليحلبها بالرجل الذي يتخذ من الرفق واللين طريقاً للحصول على ما يريد، فالملفوظ الإشهاري (الابساس) يجسد قدرة المثل في التأثير في المتلقي عبر استعارة الصورة لوضعها في إطار آخر مع وجود رابط دلالي بين الصورتين، وقد عمق توظيف

(1) مجمع الأمثال: 1/ 286.

(2) بنية اللغة الشعرية، جان كوهين، ترجمة: محمد الولي: 71.

(3) الابساس: الترفق بالناقة عند حلبها، ينظر: لسان العرب: 6/ 27.

(4) مجمع الأمثال: 1/ 59.

الإيقاعي الصوتي للحروف من هذا التوظيف، فالدلالة الإشهارية للمثل تسير في أكثر من مستوى، تتعاضد جميعها لإنتاج إشهارية المثل، ومن هذا توظيف صوت (السين) الذي يخلق جواً من الشعور بالحركة، وتمثيل الدوال صوتياً عبر العلاقة بين (الأيناس)، و (الابساس)، وهو ما يثير في المتلقي تصوّرات لرسم الحالتين والموازنة بينهما، وبهذا يسطر خطاب المثل على ذهن المتلقي وأشغاله، وإثارة إنفعاله، ذلك لأنّ الإستعارة ((جزء من البنية التصويرية للإنسان، ومسلكاً جوهرياً في فهم الواقع المتمثل وفق نماذج واطر واسقاطات تتخذ المعلوم قنطرة للوعي ببعض مظاهر التجربة وآليات انسجامها))⁽¹⁾، وهو ما يخلق التأثير الإشهاري للخطاب في المتلقي.

ونلاحظ أنّ الإستعارة ترتفع بالخطاب إلى حدود إبداعية أكبر عبر اعتمادها على التخيل الذي يضع المتلقي تحت تأثير مدى واسع من الإثارة والإنفعال، ويتجلى هذا في المثل الآتي ((هُوَ يَرْقُمُ⁽²⁾ فِي الْمَاءِ))⁽³⁾، ويُضرب لمن يتقن صنعته، ويوظف خطاب المثل هنا الإستعارة التخيلية القائمة على التمثيل الاستعاري، إذ يركز الخطاب على تصدير صورة من يتقن صنعته في صورة الراسم على الماء، وهو صورة متخيّلة، فالمثل يصوّر الحقيقي بالمتخيّل، ويحتل الفعل مركزية التعبير في المثل، وقد جاء الفعل في صورة المضارع لمنح السياق حيوية واستمرارية تجعل المتلقي تحت سلطة الدلالة التي يريدها المثل، وهو ما يجعل سياق الخطاب سياقاً إشهارياً يستحوذ على المتلقي ويثير فيه اهتمامه بالخطاب وتفكيك شفراته الدلالية من أجل تمثيل دلالاته.

يحرص خطاب الأمثال على انجاز إشهاريته عبر توظيف الإستعارة، فهي بوصفها اجراء ((صناعي في أصله،...، أصله التحويل والتنقيط على مستوى اللغة والأساليب التعضيديّة

(1) نظريات الإستعارة في البلاغة العربية من ارسطو إلى لأيكوف ومارك جونسون، عبد العزيز لحودق: 259.

(2) رَقَمَ: خَطَّ وكتب، ينظر: مقاييس اللغة، ابن فارس: 2 / 425.

(3) مجمع الأمثال: 272/1.

المستشهد بها، أو المستحضرة للتعزيز والتبرير أو لتحقيق الجمالية⁽¹⁾، فإنَّ القائل يحشد في قوله اساليب لغوية وبيانية لإنتاج قصديته وتسويقها للمتلقي، ويتضح هذا في المثل الآتي: ((لا تعدُّ الحسناء ذاماً))⁽²⁾، فالخطاب هنا يوظف الإستعارة في سياق مركب، إذ عمد القائل إلى إنتاج هذه الإستعارة عبر سلسلة من الإجراءات التركيبية، فقد شبه في العتبة الأولى الرجل الخلق بالحسنة، ثم حذف المشبه وابقى المشبه به، واعاره لازماً من لوازم المشبه، وهو ما أنتج استعارة تعتمد على تركيب اجزائها من صور عدة على وفق منظومة الهدم والبناء، فضلاً عن كونها ((عاملاً بالغ الأهمية في اثراء التصورات، إذ تعيد توزيع الدوال والمدلولات))⁽³⁾، وعلى وفق هذه التصورات التي يقدمها الخطاب الإشهاري بوصفه خطاباً مصدراً غايته الإستحواذ على اهتمام المتلقي، فإنَّه يميل إلى جعل ((كل ما يتجه في الكلام إلى اخراج الكلمة أو الجملة من قالبها اللفظي المجرد إلى إثارة الوجدان وتحريك المشاعر والاحاسيس ومن لفظة جامدة إلى صور حسية للمعنى، ومن مخاطبة العقل وحده إلى اشراك الوجدان والعاطفة معاً في إدراك المعنى))⁽⁴⁾، ولهذا فهو خطاب إنتاجي على مستوى تجسيد الصور الإشهارية وتمثيلها عبر توظيف الإستعارة وبنائها بناءً جمالياً تحقق غاية الإشهار في التأثير في المتلقي. ومن هذه الأمثال التي تحقق التجسيد الاستعاري المثل الآتي: ((قَتَلْتُ أَرْضَ جَاهِلِيَّاهُ))⁽⁵⁾، ويُضرب لمن يعمل عملاً لا علم له به، ويرتكز هذا الخطاب على منح المجرد سمة الحياة عبر تشبيه الأرض بالإنسان، ومن ثم حذف المشبه به ومنح المشبه لازماً من لوازمه عبر اثبات فعل (القتل) للأرض، وهو ما يكشف امتلاك الإرادة والرغبة في اجراء الفعل، وبهذا

(1) البنى الاستعارية نحو بلاغة موسعة، محمد بازي: 76.

(2) مجمع الأمثال: 2 / 213.

(3) بلاغة الخطاب وعلم النص، صلاح فضل: 86.

(4) الإشهار في القرآن الكريم دراسة في الخطاب المكّي، رشا محمد حسين (أطروحة دكتوراه): 164.

(5) مجمع الأمثال: 2 / 408.

فالاستعارة مرّت عبر إجراءات عقلية حتى وصلت إلى صورتها الحالية التي منحت الخطاب قدرته الإشهارية وتأثيره في المتلقي وإثارة إنفعاله والإستحواذ عليه عبر تصدير المعنى على هيئة صورة ذهنية تنقل المجرد إلى دائرة اشتغالية أخرى يمكنها تحقيق غاية الخطاب.

لقد مثلت الارساليات الإشهارية في أمثال الميداني خطاباً جمالياً عبر توظيفه بنى الاستعارة، واستغلال فاعليتها في منح السياق قوة تعبيرية وإيحائية يمكنها من التأثير في المتلقي وإثارة إنفعاله بالشكل الذي يجعله تحت سلطة هذه الخطاب، فضلاً عن الإستحواذ على اهتمامه وتوجيهه باتجاه تمثل دلالات الخطاب.

3- الكناية

الكناية هي ((أن يريد المتكلم إثبات معنى من المعاني فلا يذكره باللفظ الموضوع له في اللغة، ولكن يجيء إلى معنى هو تاليه وردفه في الوجود فيؤمى به إليه ويجعله دليلاً عليه))⁽¹⁾، أي إنّها تصدر المعنى على وفق بنية ثنائية الإنتاج، إذ نكون في ((مواجهة إنتاج صياغي له إنتاج دلالي مواز له تماماً بحكم المواضعة، ولكن يتمّ تجاوزه بالنظر في المستوى العميق لحركة الذهن التي تمتلك قدرة الربط بين اللوازم والملزومات، فإذا لم يتحقّق هذا التجاوز فإن المنتج الصياغي يظلّ في دائرة الحقيقة، ويلاحظ أنّ عملية التجاوز للمستوى السطحي مرتبطة أساساً بعملية (القصد) مع الاحتفاظ بالمعنى الموازي بحق الحضور التقديري؛ لأنّ تغيّبه تماماً يعني الانتقال من بنية الكناية إلى بنية المجاز عموماً))⁽²⁾.

وهي على وفق هذه التصورات تُعدّ ركيزة أساسية في الخطاب الإشهاري، بفعل امكانياتها في التأثير في المتلقي وجذب اهتمامه وشده إلى المعاني المتداخلة فيها، وتحفيزه إلى إعادة

(1) دلائل الإعجاز، عبد القاهر الجرجاني: 66.

(2) البلاغة العربية (قراءة أخرى)، محمد عبد المطلب: 187.

إنتاج دلالة الكناية، وأيقاظ وعيه بهدف ترسيخ المعنى المرسل إليه⁽¹⁾، وبهذا تتحول الكناية من ملمح اسلوبي جمالي غايته نقل المعنى إلى آلية إشهارية لها القدرة على استفزاز المتلقي جراء إخفاء المعنى المراد، وفسح المجال أمامه لرسم معالم الصورة الكنائية وتأليفها وإنتاجها وصولاً إلى المعنى⁽²⁾.

وقد جاء خطاب الأمثال غنياً بتوظيف القدرة الإشهارية للكناية بوصفها نتاجاً خاصاً بالقائل، لتكون مساحة اشتغالية على وجدان المتلقي الذي يمارس عملية تشكيل دلالتها⁽³⁾، فهي صورة موجهة إلى المتلقي بالدرجة الأساس⁽⁴⁾، وهو ما يمنحها إشهاريتها.

ويتضح في المثل الآتي: ((إذا رأي السكين في الماء))⁽⁵⁾، ويضرب للخوف الشديد، فنجد توظيف الصورة الكنائية في سياقه لتكون إرسالية إشهارية يمكنها التأثير بالمتلقي، فالدلالة على الخوف التي تكمن في تخيل السكين عند كل شربة ماءٍ يمكنها أن تشكل المستوى العميق للصورة، وهي صورة تخاطب الذهن، وتحفّزه، والمتلقي فيها يبحث عن العلاقة بين رؤية المتكلم ورؤية السكين في الماء، وبهذا يستحوذ البحث عن دلالة الصورة وصلة إشهارية يمكنها التأثير في المتلقي وتحفيزه باتجاه اكتشاف العلاقة الخفية بين طرفي التركيب اللغوي للمثل.

وفي مثل آخر تتضح فاعلية هذه الصورة في تشكيل الدلالة الإشهارية، ويتجلى هذا في المثل الآتي: ((يَبْنُهُمْ دَاءُ الضَّرَائِرِ))⁽⁶⁾، ويضرب للخلاف أو الخصومة المستمرة، فالقائل هنا اتخذ من الخلاف بين الضرائر إطاراً للصورة الكنائية، وقد انتجت إشهارية المثل من خفاء

(1) ينظر: الصورة الإشهارية آليات القناع والدلالة، سعيد بنكراد: 148.

(2) ينظر: مفهوم الأدبية في التراث النقدي إلى نهاية القرن الرابع، توفيق الزيدي: 122-123.

(3) فلسفة البلاغة بين التقنية والتطور، رجاء عيد: 191.

(4) الكناية محاولة لتطوير الإجراء النقدي، أياد عبد الودود عثمان الحمداني: 30.

(5) مجمع الأمثال: 61/1.

(6) مجمع الأمثال: 93/1.

المعنى المراد من هذه الصورة، إذ إنَّ عملية إنتاج الصورة تمر بعمليات إجرائية ينتج عنها أولاً: الكشف عن دلالة داء الضرائر، وثانياً علاقة هذه الدلالة بالمعنى المراد تصديره، وهو ما يمثل بعداً إشهارياً عبر تمثل التقابلات الدلالية التي يركز عليها بناء الصورة في سعيه إلى تحقيق التأثير والاغراء عبر إخفاء المعنى المراد⁽¹⁾، وترك مساحة اشتغالية للمتلقى للوصل إليها.

وفي المثل الآتي: ((رَمَاهُ اللَّهُ بِأَفْعَى حَارِيَةٍ))⁽²⁾، ويُضربُ لمن ابتلاه الله بالمرض المؤدي إلى الموت، وتبرز الصورة الكنائية عن الموت بوصفه أفعى حارية⁽³⁾، إذ استعمل الخطاب الأفعى السامة كناية عن الموت، وبهذا انتج دالتين، الأولى هي صورة الأفعى الخطيرة التي يبتلي بها الله تعالى الإنسان، في حين تبرز دلالة عميقة في هذا الخطاب وهي دلالة الموت بوصفه نتيجة للدلالة الأولى، وهي هنا تمثل صورة إشهارية تسيطر على ذهن المتلقى وتجعله تحت سلطتها حين تتحول إلى محفّز ذهني يشغل تفكير المتلقى بوصفه مستهلكاً للخطاب، فيمارس دوره في إنتاج الدلالة المطلوبة من هذا الخطاب، ومن هنا تؤثر هذه الصورة الكنائية فيه لتكون صورة إشهارية تقوم على الإقناع والتأثير.

ويمكن للصورة الكنائية ان تتفرع في دلالاتها إلى دلالات أخرى يمكن لها أن تكون إرسالية إشهارية، تضع المتلقى في دائرة اشتغالها الإقناعي، ومن هذه الدلالات دلالة التلويع، وهو ((اقتضاب الدلالة على الشيء بنظيره وإقامته مقامه))⁽⁴⁾، من دون التصريح به، إلا أنه الخطاب يترك قرينة لإرادة هذه الدلالة، وتتجلى هذه الدلالة في المثل الآتي: ((عَصَا الْجَبَانِ

(1) ينظر: التقنيات البلاغية في الصورة الإشهارية الثابتة، امينة رقيق (بحث): 15.

(2) مجمع الأمثال: 309/1.

(3) الحارية، هي الأفعى التي لا يسلم لديغها من الموت، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 16/15.

(4) المنزع البديع في تجنيس أساليب البديع، أبو محمد القاسم السجلماسي: 266.

أَطُولُ))⁽¹⁾، ويُضرب للدعوة إلى الاحتراس والحذر من العدو، وفيه صورة كنائية تقوم على دلالة التلويح بقرينة العلاقة بين الجبان وطول العصا، إذ تدل الإرسالية الإشهارية للمثل على إمكانية الجبان على الغدر، وعليه اختار أن تكون عصاه أطول، فالمثل يرسم علاقة بين الجبان وطول العصا، وتتضوي تحت هذه العلاقة اهتمام القائل بطول العصا من دون التركيز على صورة الجبان، فهو يقارن بين الصورة المألوفة للجبان، والصورة غير المألوفة لامتلاكه عصا طويل، وبهذا تكون الدلالة غير المألوفة معطى تجبر المتلقي على الكشف عن دلالتها، وبهذا يستحيل خطاب المثل إلى خطاب إشهاري يصدر الدلالة الخفية للمثل ليضع المتلقي في خضمّها للبحث عن الدلالة المطلوبة،

ونلاحظ أنّ الخطاب الإشهاري في الأمثال يرتكز على تجاوز الدلالة الصريحة إلى التعبير عنها بالتكنية لشحن الخطاب بطاقة تعبيرية وإقناعية أكبر بما تحمله الكناية من تصوير عميق وبلغ للمعاني⁽²⁾، ويتجلى هذا في المثل الآتي: ((مَالَهُ سِتْرٌ وَلَا عَقْلٌ))⁽³⁾، تتعالق الوصلات الإشهارية فيما بينها لإنتاج الصورة الكنائية التي يسوّقها إلى المتلقي للتأثير فيه، إذ يُضرب هذا المثل لمن لا حياء له، إذ يوظف الخطاب هنا الكناية لإنتاج الصورة الإشهارية التي تمثّل مساحة اشتغال المثل في تصدير ارساليته الإشهارية إلى المتلقي، ومن ثم الإستحواذ على اهتمامه والتأثير عليه، فقد استعمل المثل الوصلة الإشهارية (الستر) للكناية عن الحياء، ثم اردفها بال(عقل) لتكون إرسالية مركبة يتعالق طرفاها، إذ إنّ الستر المطلوب مسألة تتعلق بنبات العقل، لإنتاج الصورة الكنائية التي تجعل من الخطاب خطاباً إشهارياً فهي ترتكز على إثارة ((عاطفة المستهلك وإنفعالاته، إنّّه يتوجه إلى الرغبات الدفينة التي لا ترى باللغة

(1) مجمع الأمثال: 19/2.

(2) ينظر: الإشهار في القرآن الكريم، دراسة في الخطاب المكي: رشا محمد حسين (أطروحة دكتوراه): 238.

(3) مجمع الأمثال: 286/2.

المجردة⁽¹⁾، ولهذا فالخطاب ينحو إلى توظيف اللغة المجازية التي تشكّل الكناية ركناً أساسياً في تشكيله الجمالي.

وعلى هذا المنوال في توظيف الصورة الكنائية في خطاب الأمثال وتحقيق إشهارية المثل العربي في إستحواذه على المتلقي، وقد تأتي الصورة الكنائية في مشهد سردي تشغل فيه الشخصية مركزية الصورة الكنائية، ويتجلى هذا في المثل الآتي: ((وَقَعُوا فِي أَمٍ عُبِيدٍ تَصَاحٍ حَيَّاتُهَا))⁽²⁾، يشغل الحدث السردى مركز الصورة الكنائية، فصورة الوقوع في الداهية يماثل صورة الوقوع في الصحراء والنتية فيها، ويزيد المثل من تكتيف صورة الداهية وخطورتها بوصف الصحراء بـ(تصايح حيّاتها) وهذه الصفة تمنح المتلقي اشعاراً بالصورة التي ينسجها المثل، ومدى شدتها، بهدف إثارة صورة الخوف والخطر وتمثلها في ذهن المتلقي وتحفيزه إلى إعادة تشكيل الصورة على وفق المعنى المطلوب، وهو ما شكّل سلطة إقناعية وإستحواذاً على ذهنه، مما يؤدي إلى تحقيق إشهارية الخطاب بالشكل الذي يجعله مادةً مصدّرة تستهدف المتلقي.

إنّ توظيف الصورة الكنائية في إنتاج إشهارية المثل وتحويله من خطاب فني إلى خطاب إشهاري، يزيد من مساحة تأثيره في المتلقي بوصفه مستهلكاً للخطاب، إذ يقع المتلقي تحت ممارسة إبداعية تشاركية في إنتاج الصورة عبر الكشف عن الدلالة البعيدة للصورة الكنائية، وهو عملية تستوجب الغوص في البنية العميقة للمثل، وبهذا تحقق الإرساليات الإشهارية وظيفتها في التأثير في المتلقي وإثارة إنفعالاته.

(1) الصورة الإشهارية، سعيد بنكراد: 52.

(2) مجمع الأمثال: 371/2.

المبحث الثالث

البعد السردى

يرتكز المثل العربي في جانب كبير منه على توظيف البنى السردية، أَيْغَالاً في إنتاج فنيته، ومن ثمَّ إشهاريته التي تأتي من اغراء المتلقي بتتبع قصة المثل وقصديته، إذ يعتمد الخطاب الإشهاري على الإفادة من الآليات الإقناعية في زيادة مساحة التأثير في المتلقي ونيل اهتمامه، ذلك لِإِنَّ الإشهار ((إنتاج وصناعة وتداول للمعنى))⁽¹⁾، ومن هنا، كان لابدَّ للمشهر أن يمدَّ جسور المعنى بينه وبين المتلقي بوصفه مستهلكاً للخطاب وصولاً إلى إنتاج القصد النهائي من الإرسالية الإشهارية، وقد استعان هذا الخطاب بالسرد، أولاً: لأنه ((فعل لا حدود له، يتسع ليشمل مختلف الخطابات سواء كانت أدبية أم غير أدبية، يبدعه الإنسان أينما وجد وحيثما كان))⁽²⁾، وثانياً: لأنه وسيلة ((تخزين المعرفة ونقلها وتداولها))⁽³⁾، ولهذا مثَّل السرد المساحة التي وجد فيها الإشهار منطقة اشتغالية عبر توظيف البنى السردية وتحويلها إلى إرساليات إشهارية بالشكل الذي يتحوَّل فيه السرد من بنية أساسية في الخطاب إلى علبٍ لترويج هذا الخطاب، ومن هنا اهتم هذا الخطاب بالقيمة التي يحدثها السرد في إنتاج التأثير في المتلقي واغرائه، ووظَّف من أجل هذا البنية السردية وعناصرها في تنظيم العلاقة بينه وبين المتلقي، فالإرسالية الإشهارية لا تقوم على الحاجة الفعلية للمتلقي، إنما تتعلق بالطاقة التأثيرية في تحويل هذه الحاجة إلى نسق تعبيرى مؤثر⁽⁴⁾.

ولأن خطاب الأمثال يرتبط ((بنظام صياغته ونظام تحولاته وهو ينتقل من (الإخبار) إلى (التمثيل) إلى (التخييل)، وإذا كان (الإخبار) قد مثَّل القاسم المشترك بين مجمل أنواع السرد

(1) سمائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثيلات الثقافية، سعيد بنكراد: 33.

(2) الكلام والخبر (مقدمة للسرد العربي)، سعيد يقطين: 19.

(3) سمائيات النص - مراتب المعنى، سعيد بنكراد: 133.

(4) ينظر: الإشهار والمجتمع، برنار كاتولا، ترجمة سعيد بنكراد: 11.

العربية⁽¹⁾، ولأجل تنظيم العلاقة بين المثل وقصته، سنتماشى مع فرضية أن يكون الأصل في هذا العلاقة هو نص المثل⁽²⁾، ذلك لأن الدراسة تقوم على دراسة نص المثل، وتأثيره الإشهاري على المتلقي، ومن ثمّ النفاذ إلى قصته المفترضة، والوقوف على توظيف البنى السردية فيها وعلاقتها بالخطاب الإشهاري.

1- الحدث

يمثل الحدث الفضاء الذي تنتظم فيه مكونات البناء السردى بدءاً من متنه الحكائي مروراً بمبناه، ومشكلاً للعلاقة بينهما كعنصر رئيس من عناصر تشكيل البناء الفني للنص السردى، وهو بوصفه ((تكوّن خط القصة على مستوى الفعل السردى))⁽³⁾، فانه يشكّل المساحة التي تتفاعل فيها بنية السرد الحكائي للوقائع مع بنية السرد الخطابى الذي ينتجه السارد بشكل ملفوظ/مقروء⁽⁴⁾، وتأتي فاعليته من كونه العمود الفقري للبناء السردى، اذ يعيد السارد إعادة إنتاج الحدث الواقعي ليخلق منه فضاءً خطابياً تتفاعل فيه مكونات السرد الأخرى (الشخصيات، الزمان، المكان)⁽⁵⁾، وكنتيجة لهذه الرابطة تتولد حبكة الحدث التي تتصاعد لتنتج أحداثاً أخرى وصولاً إلى ذروته ونزولاً إلى نهايته⁽⁶⁾.

ولكون بناء المثل يقوم على توظيف البنية السردية عبر ارتباطه بقصته، ذلك ((إن عناية المثل بالتجربة التي أنتجت الصيغة وأمنت لها مجالاً سردياً مناسباً دفع القصة للانفعال بمفاد

(1) سرد الأمثال، دراسة في البنية السردية لكتب الأمثال مع عناية بكتاب المفضل بن محمد الضبي (أمثال العرب)، لؤي حمزة عباس: 27.

(2) ينظر: الأمثال في النثر العربي القديم مع مقارنتها بنظائرها في الآداب السامية الأخرى، عبد المجيد عابدين: 38.

(3) علم السرد مدخل إلى نظرية السرد، يان ما نفريد، ترجمة: أماني أبو رحمة: 101.

(4) ينظر: البناء الفني في الرواية العربية في الاردن من 2001 إلى 2010، حكمت عبد الرحيم النوايسة (أطروحة دكتوراه): 15.

(5) ينظر: تقنيات السرد الروائي في ضوء المنهج البنوي، يمنى العيد: 37.

(6) ينظر: بنية الخطاب السردى في القصة القصيرة، د. هاشم ميرغني: 114-133.

التجربة، بالنظر إلى خصوصية موقعها في حياة الجماعة وفي رصيد خبراتها، فالأحداث في مثل هذا الشكل من القصص لا تستجيب على نحو كلي لأيعاز فني أو بنائي تتقدم على أساسه باقي وحدات قصة المثل، بقدر ما تبدو استجابة لمنطق خارجي يوجّه القاص⁽¹⁾، ويتمثل الحدث في بنية المثل النصية بتوظيف الفعل في سياقه ليكون ثيمة حركية تمنح النص فاعليته على المستويين البنائي والإشهاري، ومنه المثل الآتي: ((أَحْذُهُ بِرُمْتِهِ))⁽²⁾، تقوم دلالة المثل على تقديم حدثٍ واحدٍ بسيطٍ، قائمٍ على ثلاثية دلالية، تتمثل بـ(أخذ، مُعطي، مأخوذ)، وهذه الثلاثية تمنح المثل سرديته، وتشكّل قصته، عبر بناء التركيب اللغوي للمثل على توظيف الفعل لتعميق إنتاج الحدث السرد الذي يؤسس لعلاقة بين المثل والمتلقي، فالفعل (أخذ) حدث وقع بلحاظ صيغته الماضية، وهو يستلزم أن يكون هناك شخصيات تقوم بهذا الفعل (الأخذ، الاعطاء)، فسياق المثل يكشف عن الحدث من دون أن يقدم شيئاً عن بقية عناصر السرد، فالحدث هنا هو المهم في خطاب المثل، إذ يعتمد الخطاب إلى توظيفها إشهارياً وتصديره إلى المتلقي ليكون سلطة إقناعية تمارس الإستحواذ على اهتمامه عبر السرد بقدرته على بلورة ما يمكن أن يتحقق في الواقع، ليتحول الخطاب السردى إلى خطاب إشهاري يشغل فيه المثل وظيفة السارد، فيصدر ما يراه أو ما يعتقد⁽³⁾.

وبالنظر إلى قصة المثل، تتضح ملامح العناصر السردية التي تزيد سياق المثل كشفاً، وتعمّق دلالاته، فالقصة ((أن رجلاً دَفَعَ إلى رجلٍ بغيراً بحَبْلٍ في عنقه))⁽⁴⁾، إذ تتضح في القصة ثلاثية (الأخذ/رجل، المُعطي/رجل، المأخوذ/بغير)، وهو ما يحاول خطاب الأمثال تعليقه وتصديره إلى المتلقي للإستحواذ على اهتمامه والتأثير فيه.

(1) سرد الأمثال، لؤي حمزة عباس: 95.

(2) مجمع الأمثال: 33/1.

(3) ينظر: بين اللفظ والصورة، تعددية الحقائق وفرجة الممكن، سعيد بنكراد: 128.

(4) مجمع الأمثال: 33/1.

ونجد هذا في المثل الآتي: ((قد استنوقَ الجمْلُ))⁽¹⁾، ويُضرب في التخليط، ويوظف المثل سياقاً لغوياً يقوم على الإفادة من دلالة التحول في الفعل (استنوق)، وهي دلالة تكشف عن حدث سردي يمارس الإقناع السري للمتلقي، إذ يحيل الحدث السردى إلى تحول تخيلي يضع المتلقي أمام صورة ذهنية تقوم على تبادل قسري بين طرفي الصورة، ولعلنا نلمح إشهارية المثل في تحقق التحول ليس على المستوى الدلالي فحسب، إنما على المستوى اللغوي، فالتحول من الاسمية (الناقة) إلى الفعلية (استنوق) يمنح المثل بعداً تأثيرياً على المتلقي، مما يعمق من إشهارية الحدث السردى المتمثل بالفعل/التحول.

وفي مثل آخر، تتضح بنية الحدث البسيط ((على أساس رواية الحدث جزءاً بعد آخر من دون أن يكون بين هذه الأجزاء شيء من قصة أخرى))⁽²⁾، من غير أن يورد الميداني قصته، بل أشار إلى أصله إشارة بسيطة تقتصر على قائله فقط، والمثل هو ((إِنَّكَ لَا تَجْنِي مِنَ الشَّوْكِ الْعِنَبِ))⁽³⁾، يُضرب المثل لمن يصنع المعروف في غير اهله، ونجد أن بنية المثل تقوم على توظيف الفعل لإنتاج الحدث السردى، ويشغل الفعل مركز الدلالة التي يريد المثل أوصولها إلى المتلقي، وبهذا يتحول الحدث إلى وصلة إشهارية يمكنها التأثير في المتلقي وإقناعه بإرسالية الخطاب، فيقدّم الفعل (يجني) على أنه فعل محوري يحدد حركة الحدث وينصّفه، فيحيل المتلقي إلى ما قبله وهو فعل الزراعة، ثم إلى ما بعده وهو فعل الجني، ثم يحدد النتيجة الدلالية التي تصل بالحدث إلى نهايته، فيمثل فعل (الجني) ذروة الحدث، فالمُشهرّ في المثل يرتكز على مركزية الفعل/الحدث في التأثير في المتلقي، واستمالاته باتجاه تمثل الوصلة الإشهارية، أو فهم الإرسالية الإشهارية التي يريد المُشهرّ توصيلها إليه.

(1) مجمع الأمثال: 93/2.

(2) سرد الأمثال، لؤي حمزة عباس: 97.

(3) مجمع الأمثال: 52/1.

وثمة آلية إشهارية أخرى ارتكزت على بنية الحدث السردي، وهي بنية الثنائيات المتقابلة، فالمقابلة بين (الشوك) و(العنب) يمكنها ان تخلق تأثيراً في المتلقي عبر تعليل المعنى المؤلف وتصديره إلى المتلقي، بما للثنائيات من قدرة على إبراز القيم المتناقضة ودلالاتها، وبهذا تزيد من سرديّة الحدث، وتعمّق من تأثيره بالشكل الذي يجعل المتلقي طرفاً في الممارسة الإشهارية ومن ثمّ إنتاج الخطاب وتأويله⁽¹⁾.

ومثل هذا ما نجده في المثل الآتي: ((فَمَقَامَةٌ حَكَّتْ بِجَنْبِ الْبَازِلِ))⁽²⁾، ويُضرب للضعيف الذي يصارع القوي، فيصدّر المثل حدثاً واحداً من دون ان يضيء الميداني السياق بقصته، فترتكز بنية الحدث السردي على الفعل (حَكَّتْ) والذي يقوم على إنتاج دلالة مقارنة بين طرفي الحدث (قمقامة⁽³⁾/البازل⁽⁴⁾) من حيث القوة، ويصدّر المثل هذه المقارنة بصورة الحدث السردي، فيمثل الاحتكاك بين القمقامة والبازل من الابل حدثاً سردياً بسيطاً يمنح المتلقي ما يريد الخطاب إيصاله إليه المتمثل بما يصدق عليه المثل، ويمتلك هذا الحدث قوته الإشهارية عبر إرتكازه على توظيف الثنائيات المتقابلة التي تمنح السياق إقناعية وقوة تأثيرية.

ولم يقتصر خطاب الأمثال على توظيف الحدث السردي البسيط، وإنما تجاوزه إلى توظيف الحدث السردي المركب عبر الإرتكاز على تعددية الأفعال وتراتبيتها، ويتجلى هذا في المثل الآتي: ((إِذَا سَمِعْتَ بِسُرَى الْقَيْنِ فَأَعْلَمْ أَنَّهُ مُصَبِّحٌ))⁽⁵⁾، ويُضرب للرجل يُشتهر بين الناس بالكذب، ويتركب سياق المثل من أكثر من فعل سردي (سمعت، بسرى القين، اعلم، مصبح)،

(1) ينظر: الخطاب الإشهاري دراسة سيميائية في المكون السردي، سميرة دبّاش (بحث): 235.

(2) مجمع الأمثال: 122/2.

(3) القمقام: القراد، ووروده هنا ناتج عن صغره حتى لا يكاد يرى، ينظر: المحكم والمحيط الأعظم، ابن سيده: 6 / 147.

(4) البازل: الشق، والبعير البازل هو ما انشق نابه لوصوله إلى السنة التاسعة، وهو كناية عن القوة، ينظر: لسان العرب،

ابن منظور: 52/11.

(5) مجمع الأمثال: 41/1.

تتوزع على نمطين، نمط ينكسر فيه ترتيب الاحداث، ويتمثل في تصديره فعل السمع قبل فعل السرى، في حين أنّ الواقع يقتضي ان يأتي فعل السرى أولاً ثم يترتب عليه فعل السمع، والنمط الآخر الذي يقوم على تراتبية الاحداث السردية، فالعلم يتحقق قبل إقامة القين، ومن هنا يتخذ الحدث السردى شكل المُشهر الذي يستدرج المتلقي إلى اكتشاف المخبوء وراء هذه الاحداث ومرافقاتها التي تستضيء بقصة المثل التي تدور حول ((القَيْنَ بالبادية يتنقل في مياههم، فيقيم بالموضع أياماً، فيكسّد عليه عمله، ثم يقول لأهل الماء: إني راجل عنكم الليلة، وإن لم يرد ذلك، ولكنه يُشيعه ليستعمله مَنْ يريد استعماله، فيكثر ذلك من قوله حتى صار لا يصدق))⁽¹⁾، وهي قصة يصدرها المثل عبر توظيف احداثها السردية في سياقه النصي لتكون وصلة إشهارية تتمفصل في خطاب عبر تراتبية الاحداث السردية لتحقيق الدورة الحركية المؤثرة في المتلقي.

ونجد مثل ذلك في المثل الآتي: ((كالمُتمرغ في دَمِ القَتِيلِ))⁽²⁾، ويُضرب لمن يُلام من غير ذنب، ويبدو على المشهد السردى بنية التكتيف والاختزال على الرغم من تركيب الاحداث السردية في نص المثل، فهو يختزل القصة بنهايتها عبر الاعتماد على شخصية اخرى من خارجها، فتبرز صورة(المتمرغ) ليكون وصلة إشهارية تصدر للمتلقي ابتغاء إقناعه والتأثير عليه، ذلك إنّها تمثل حمولة المثل الدلالية، تعضّدها في ذلك لفظة(القتيل) التي تشير إلى حدث آخر سابق على الحدث الأول، فالقتيل ناشئ عن حركية سردية/ حدث، انتهى بها، في حين جاء الحدث(المتمرغ) حدثاً متصلاً بالحدث الأول وتالياً له.

من هنا، يتضح قوة الحدث الإشهارية في التأثير في المتلقي وتحقيق الهدف من العملية الإشهارية، إذ يمثل الحدث السردى وصلة إشهارية تستحوذ على اهتمام المتلقي عبر احالته إلى بنية القصة الاصلية، ومتابعة أحداثها الأخرى التي أوصلت البنية السردية إلى نص المثل الذي يختزل هذه القصة ويعلّبها ويصدرها إلى المتلقي بوصفها منتجاً يقوم على توظيف القيمة النفعية

(1) مجمع الأمثال: 41/1.

(2) المصدر نفسه: 149/2.

بالنسبة للمستهلك عبر إثارة إنفعالاته في التماهي مع بنية الحدث السردى واكتشاف خباياه وإعادة إنتاجه.

2- الشخصية

تُعَدُّ الشخصية عنصراً مهماً من عناصر البناء السردى، فلا سرد بلا شخصيات، إذ لا يمكننا أن نتوقع أحداثاً من دون أن تشارك في بنائها شخصية أو شخصيات ضمن فضاء مكاني وزماني تشكّل بعلاقاتها بنية العمل السردى⁽¹⁾، فهي ((العنصر الوحيد الذي تتقاطع عنده كافة العناصر الشكلية الأخرى بما فيها الإحداثيات الزمنية والمكانية الضرورية))⁽²⁾ التي تتكامل فيها البنية السردية وينتج عنها بنية إقناعية يتفاعل معها المتلقي عبر إثارة إنفعالاته، والشخصية بوصفها ((ركيزة الروائي الأساسية في الكشف عن القوى التي تحرك الواقع من حولنا، وعن ديناميكية الحياة وتفاعلاتها))⁽³⁾، فهي تتخذ من الواقع مرجعية لها، وترتكز على ثنائية السرد/ الحكاية في بناء علاقة المحاكاة بينها وبين نظيرتها في الواقع الإنسانى⁽⁴⁾، وعلى هذا، فالشخصية هي مزيج من الواقع والوهم يبتكرها السارد، ويرسم حدودها المتخيّلة، ويضيف عليها من أفكاره حتى تستحيل ((كائناً تسكنه شخصيات تطالب أن تولد في العالم وأن تتخرط في قصة ما))⁽⁵⁾. ومن هنا جاءت أهمية الشخصية بوصفها محركاً للأحداث، ومحدداً لمسارها عبر تداخلها معها، ومطوراً لمسارها، حتى يمكن أن نقول إنها نتاج حركة الشخصيات داخل العمل السردى.

(1) ينظر: مدخل إلى تحليل النص الأدبي: عبد القادر أبو شريفة، وحسين لافي قزق: 132.

(2) بنية الشكل الروائي، حسن بحراوي: 20.

(3) فنون النثر العربى الحديث، شكري الماضى: 30.

(4) ينظر: تقنيات السرد في النظرية والتطبيق، أمانة يوسف: 25.

(5) عالم الرواية، رولان بورنوف وريال أوئيليه، ترجمة: نهاد التكرلي: 186.

ونجد ان الأمثال العربية قد وظّفت الشخصيات في سياقها السردى، وشحنها بالحمولات الدلالية التي تحوّلت بها إلى صورٍ معرفية تختزل التجربة الإنسانية، حتى صارت ملمحاً اسلوبياً من ملامح العلاقة بين المثل (النص) وقصته (المرجع)⁽¹⁾، ومن هنا تمثل الشخصية وصلة إشهارية يصدر هذه العلاقة إلى المتلقي بوصفها منتوجاً استهلاكياً، يهيمن على اهتمام المتلقي وإثارة إنفعاله إلى دلالة المثل.

أ- الشخصية الرئيسة

تُعرّف الشخصية الرئيسة بأنّها ((التي تدور حولها أحداث الرواية، ترتبط بها الشخصيات الآخر وتدور في فلكها، إذ إنّ أقوال تلك الشخصيات وأفعالها في أي زمان ومكان مرتّهن بوجود الشخصيات المحورية...))⁽²⁾، فهي شخصية تشغل مركز البناء السردى في النص، أو على مستوى علاقاتها اللغوية في النص، وهي بهذا شخصية فاعلة في بناء الحدث السردى وبنائه وتطوّره⁽³⁾، فإنّها كثيراً ما ((ما تحمل الفكرة الرئيسة التي تسنح حولها الحوادث))⁽⁴⁾، لهذا نجد ان السرد الروائى يمنحها حرية اكبر، واهتماماً كبيراً على مستوى رسمها، وتحديد ابعادها، وطرائق تقديمها، بما لها من أهمية في تشكيل عالم الرواية، وتجسيد مضمون العمل، وفكرته⁽⁵⁾.

ويتجلى هذا في المثل الآتي: ((أَتَتُكَ بِحَائِنٍ رِجْلَاهُ))⁽⁶⁾، ويُضرب لمن تحمله رجلاه إلى حتفه، فيقدّم المثل ثلاث شخصيات سردية يمكنها صنع الحدث السردى في النص، الشخصية

(1) ينظر: سرد الأمثال، لؤي حمزة عباس: 143.

(2) عناصر الفن الروائى عند حامد طه شبيب، قاسم كاظم محمد (رسالة ماجستير): 21.

(3) يُنظر: بنية النص الروائى، إبراهيم خليل: 206.

(4) معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، سعيد علوش: 126.

(5) ينظر: دراسات في نقد الرواية، طه وادي: 123.

(6) مجمع الأمثال: 21/1.

الرئيسية المتمثلة بفاعل الفعل (انت)، وهي شخصية ابرز النص فيها دلالة القوة والسطوة التي تجعل الشخصية الثانية (حائن رجلاه) منقاداً لها بالشكل الذي توجهها إلى حيث تريد، في حين تبرز الشخصية الثالثة وهي شخصية المخاطب التي يدل عليها الضمير (الكاف) في الفعل (انتك)، وهي شخصية ينتهي عندها الحدث.

تمارس الشخصيات في سياق المثل الارساليات الإشهارية التي تعلّب دلالة المثل في ضرورة اجتناب المخاطر والانتباه إلى ما يخطو إليه الإنسان، وقد جاء تصدير هذا الدلالة عبر توظيف الشخصيات في سياق المثل ومسارها، ورسم ابعادها من حيث الحركة والسكون، فضلاً عن توظيف التقابلات في بناء الشخصيات، فالشخصية الثانية تمثل الوسيط بين الشخصيتين، وهذا الوسيط هو الذي يجسد العلاقة بينهما، ومن هنا تأتي إشهارية الشخصية السردية في المثل، إذ توفر هذه التقابلات بنية إقناعية يمكن للمتلقى عبرها الوقوف على دلالة المثل، وعلى هذا فالمثل يعلّب صورة السائر إلى حتفه برجليه، ويصدّرها إلى المتلقى لتكون وصلة إشهارية يمكنها إثارة إنفعالاته والتحكم في توجيه ميوله.

ومثل هذا نجده في المثل الآتي: ((أَنْجَزَ حُرٌّ مَا وَعَدَ))⁽¹⁾، ويضرب لمن انجز ما وعد بسرعة واتقان، ونجد ان المثل يركز على توظيف الشخصية الرئيسة (حرّ) ليقدمها على إن شخصية صالحة تأخذ على عاتقها انجاز ما وعد به، فارتكز على صفتين يمكن أن تمثلتا وصلتين إشهاريتين تستحوذان على المتلقى بوصفه مستهلكاً للخطاب، ومن ثمّ التأثير بالدلالة التي انتجها المثل، فالشخصية السردية في المثل قد أسهمت في بناء الحدث عبر فعل الوعد، ثم انتقلت بهذا الحدث إلى منطقة الإيجاد والانجاز، فالانتقال بين الاحداث تمارس الشخصية دورها الرئيس في تشكيل البنية السردية، فضلاً عن تصدير المثل لهذه الشخصية ووصفها بـ(حرّ)، وهي صفة تؤسس لإنجاز الوعد من غير قوة قاهرة أو سلطة ما يمكن لها أن تحرك

(1) مجمع الأمثال: 332/2.

مجرى الأحداث، ولهذا جاءت هذه الشخصية ماسكة بصنع الحدث، ومُشَهَّرة لدلالة الوفاء بالعهد والالتزام بالوعد وانجازه.

ونجد في طائفة أخرى من الأمثال، تُقدّم فيها الشخصيات عبر تقديم جانب معين من جوانبها عبر الإشارة إليها بصفاتهما، ونجد هذا في المثل الآتي: ((أَيَاكَ وَعَقِيلَةَ الْمَلْحِ))⁽¹⁾، ويُضرب للمرأة الحسنة في منبت السوء، يتوفر سياق المثل على توظيف شخصية (عقيلة الملح) لتتغل مركز الحركة السردية في المثل، إذ يصدر الخطاب هنا جانباً من جوانب الشخصية الرئيسة عبر الاسناد الإضافي بين لفظتي (عقيلة/ الملح) وتوظيف بنية التضاد في تشكيل هذه الشخصية عبر إنتاج ثنائية (الحسنة/ السوء) التي تركز على ثنائية (الشكل/ المضمون، الطبع)، لتشكل هذه الثنائيات وصلات إشهارية يمكنها التأثير في المتلقي وتوجيه اهتمامه على استلهاام التحذير وأخذه على محمل الجد، ومن ثمّ الاسهام في إعادة تصدير هذا الخطاب إلى مستهلك آخر، وهكذا تتخذ الإرسالية الإشهارية ثيمة الانتشار والتجلي.

وثمة نسق آخر من انساق توظيف الشخصيات الرئيسة في خطاب الأمثال، يقوم على تعميق الإرسالية الإشهارية وتصديرها إلى المتلقي من أجل ممارسة الفاعلية الإقناعية، وتعظيم هذا التأثير، ويتجلى هذا في قولهم: ((أَعَزُّ مِنْ كَلَيْبٍ وَائِلٍ))⁽²⁾، ويُضرب لمن كان قوياً عزيزاً، ويبدو في خطاب المثل هذا توظيفاً لشخصية (كليب) بوصفها شخصية محمّلة بحمولة تاريخية يستحضر معها المثل قوته ومنعته، فيجعل المثل هذه الشخصية تشغل مركز التعبير السردية عبر إرتكازه على اسم التفضيل (اعزّ)، لتعميق دلالة المثل، وترتكز الإرسالية الإشهارية على مرتكزين، الأول: دلالة استدعاء الشخصية التاريخية ومحمولاتها المرتبطة بها، والآخر: إتخاذ هذه الشخصية ثابتاً يمكن لما عداه من القياس عليه، وهذا ما يشي به استعمال اسم التفضيل،

(1) مجمع الأمثال: 61/1.

(2) المصدر نفسه: 42/2.

ومن هنا جاء الخطاب الإشهاري في هذا معباً بالقوة الإقناعية عبر بناء المثل على وفق متتالية دلالية بتحقيق كل متطلبات العزّة التي جعلت من (كُليب) ثباتاً دلالياً للقياس عليه. لقد تنوّع توظيف الشخصية الرئيسة في البنية السردية لخطاب الأمثال، وقد شحّنها هذا الخطاب بشحنات إقناعية جعل منها وصلة إشهارية يمكنها التأثير في المتلقي والإستحواد عليه، وجعل تحت سلطة هذا الخطاب بهدف إنتاج دلالاته النصية.

ب- الشخصية الثانوية

يتضمن العمل السردى نوعاً من الشخصيات التي تتخذ دوراً ثانوياً في العمل السردى، ويتلخص مسارها بأنّها ((لا تتغير وان تغير مجرى الاحداث، فهي ثابتة السلوك والفكر والتعرف، وغالباً ما تكشف أو تصوّر لنا الشخصيات الأخرى وفق نمطيتها وثباتها، فتعين القارئ أو المتلقي على فهمها))⁽¹⁾، فهي تضطلع بدور مهم في العمل السردى، وتقوم وظيفتها على اضاءة جوانب الشخصية الرئيسة وإبراز دورها في تنمية الحدث وبناءه عبر أيجاد علاقات مباشرة بينهما تقوم على الاتفاق أو التعارض بينهما، ومن هنا لا يجتهد النص السردى في الاعتناء بإبراز جوانبها الجسدية وصفاتها المعنوية⁽²⁾، لكن هذا لا يبخل دور هذه الشخصية في تعميق تماسك البناء السردى على الرغم من قلة المساحة التي تشغلها في النص، وتأتي أهميتها من الوظيفة التي تقوم بها، إذ ((لا يمكن أن تكون الشخصية المركزية في العمل الروائي إلا بفضل الشخصيات الثانوية))⁽³⁾، وبهذا يمكن أن تكون شخصية ((حافلة بالإثارة، ومقنعة في سلوكها، ومؤثرة في مجرى الحدث العام، بحيث تبدو عبر دورها البسيط ومشاهدها القليلة

(1) المصطلح السردى في النقد الادبي، احمد رحيم كريم(رسالة ماجستير): 334. ويُنظر: في الخطاب السردى (نظرية غريماس)، محمد الناصر العجمي: 40.

(2) سرد الأمثال، لؤي عباس: 153-154.

(3) في نظرية الرواية، عبد الملك مرتاض: 89، وينظر: الشخصية في المنجز الروائي لمدينة الناصرية (2004م-2012م)، محمد كاظم كُتُوب (رسالة ماجستير): 54.

فاعلة ومتحركة ودافعة لعجلة الأحداث...⁽¹⁾، وهذا ما يمنح الشخصية الثانوية دورها الفاعل في إنماء الحدث السردى والدفع به إلى التصاعد عبر علاقتها بالشخصية الرئيسة في المتن السردى.

ونلاحظ في خطاب الأمثال حضوراً لهذا النوع من الشخصيات في سياقه النصي، وقد جاء توظيفها في هذا الخطاب توظيفاً إشهارياً عبر تصديرها إلى المتلقي واستثمار قوتها الإقناعية في توجيه المتلقي إلى تمثل دلالتها، وإنتاج الدلالة العامة للمثل، ومن هذا ما نجده في المثل الآتي: ((بِعْتُ جَارِي وَلَمْ أَبِغْ دَارِي))⁽²⁾، ويُضرب لمن يترك داره لسوء معاملة جاره معه، وتظهر فيه الشخصية الثانوية (الجار)، الذي يقدّمه المثل بصورة واحدة وهي صورة الرجل المسيء الذي لا يمكن تحمله جبرته إلى الحد الذي استدعى أن يقوم الشخصية الرئيسة (المتكلم) برفض البقاء قربها، فأنشأ حدث بيع الدار، فالمثل يختزل الأحداث السردية ليقدّم النتيجة إلى المتلقي، فيجتزئ من المحكي حدثاً واحداً، يستدعي له شخصياته، ويرتكز على شخصيته الثانوية (الجار) لإظهار الشخصية الرئيسة التي تضحى بالدار الذي يمثل مكاناً للاستقرار من أجل أن يرتاح من سوء معاملة جاره، وهو بهذا يصدر الشخصية السيئة لتكون إرسالية إشهارية عبر إبراز ثنائية (الطيب/ السيء) لتكون وصلة إشهارية تعلّب دلالة المثل وتسوّقه إلى المتلقي بغية التأثير فيه وإقناعه.

وفي مثل آخر، يمكننا تلمس الدور المهم للشخصية الثانوية في خطاب الأمثال، ودورها في إشهارية المثل وآليات إقناعه للمتلقي، إذ يحرص المثل على التصريح بملح واحد من ملامح الشخصية الثانوية، ويتجلى هذا في المثل الآتي: ((نَظَرَ الثُّيُوسَ إِلَى شِفَارِ الْجَارِ))⁽³⁾،

(1) بناء الرواية، دراسة في الرواية المصرية، د. عبد الفتاح عثمان: 119.

(2) مجمع الأمثال: 104/1.

(3) المصدر نفسه: 339/2.

يُضرب للمقهور عند النظر إلى عدوه، وتظهر الشخصية الثانوية في شخصية الجازر الذي يقدّمه المثل على كونها شخصية متسلطة وقاهرة، فالمثل يركز على العلاقة بين شفار الجازر والتيس لتمثيل العلاقة بين المقهور وقاهره، العلاقة التي تقوم على الخوف ومصادرة الإرادة، فقد مثلت شخصية (الجازر) هنا كاشفاً لهذه العلاقة، وعبرها قدّم المثل قصديته الإشهارية التي حرص على ارسالها إلى المتلقي لإيصال دلالاته، وممارسة قوته الإقناعية في اجبار المتلقي على تمثيل هذه الدلالة والتأثر بها.

وتبدو قدرة الشخصية الثانوية على ابراز الشخصية الرئيسة، والكشف عن ملامحها في المتن السردى، ويتضح هذا في المثل الآتي: ((أَبْخُلُ مِنَ الضَّئِينِ بِنَائِلٍ غَيْرِهِ))⁽¹⁾، ويُضرب في البخل، إذ تظهر الشخصية الثانوية عبر الإشارة بالضمير (الهاء) في (غيره)، من دون ان يأخذ المثل على عاتقه بيان حدود هذه الشخصية، إنما جاءت على سبيل العلاقة بين الحدث والشخصية الرئيسة، فالغاية السردية للمثل ابراز بخل الشخصية الرئيسة، ولم يجد بداً من توظيف شخصية أخرى/ثانوية لإبراز هذه الصورة، وتحويل هذه الصورة إلى صورة إشهارية يمكنها التأثير في المتلقي واحالته إلى الدلالة المقصودة.

ونجد إن خطاب الأمثال يوظف الشخصية الثانوية بالتصريح باسمها، وتسويق هذا الاسم للدلالة على المعاني التي يقصدها هذا الخطاب، إذ يركز على حمولاتها الدلالية المتداولة في المجتمع العربي، بالشكل الذي يستثمر البعد الإشهاري في هذه الأسماء، ومن هذا قولهم: ((مَا لِي ذَنْبٌ إِلَّا ذَنْبُ صَخْرٍ))⁽²⁾،⁽³⁾ ويُضرب لمن يُجْزى عن الاحسان بالشرّ، ويرتكز المثل في خطابه على توظيف الشخصية الثانوية (صخر) في إنتاج دلالاته القائمة على تصوير العلاقة

(1) مجمع الأمثال: 114/1.

(2) هي بنت لقمان بن عاد، من حكيماوات العرب، لطمها لطمه قضى عليها فصارت عقوبتها مثلاً لكل من لا ذنب له، ينظر: مفيد العلوم ومبيد الهموم، تصنيف: زكريا بن محمد بن محمود القزويني: 494.

(3) مجمع الأمثال: 264/2.

بين الثنائية التضادية بين الاحسان والإساءة عبر تسويق حادثة لطم صخر، وتقديمها على أساس مقارنة تجربة المتلقي بتجربة صخر، والخطاب هنا يضع (الذنب) عتبة هذه المقارنة، ومن ثمّ الانطلاق إلى تسويق هذه العلاقة إلى المتلقي والاعتماد على قدرتها في التأثير فيه، والإستحواذ على اهتمامه، وتوجيهه إلى دلالة المثل وقصدية الخطاب.

ان خطاب الأمثال قد حرص على توظيف الشخصية على تنوعها في إنتاج خطاب إشهارية يرتكز على تسويق دلالة المثل عبر منح هذه الشخصيات مسارها السردى سواءً في صنع الاحداث أم في العلاقة فيما بينها، إذ مثّلت هذه الشخصيات إرسالية إشهارية اخذت على عاتقها التأثير في المتلقي وتوجيه اهتمامه إلى استلهاام الدلالة المقصودة.

الفصل الثالث

النسق الثقافي للخطاب الإشهاري
في مجمع الأمثال

المبحث الأول: النسق الثقافي الديني.

المبحث الثاني: النسق الثقافي الاجتماعي.

المبحث الثالث: النسق الثقافي الساخر.

الفصل الثالث

النسق الثقافي للخطاب الإشهاري في مجمع الأمثال

المبحث الأول

النسق الثقافي الديني

تمثل الحمولة الدينية نسقاً من الانساق الثقافية في الادب العربي، وهي الأكثر حضوراً في المنجز الأدبي العربي لأهميتها في تشكيل المعنى في الخطاب الأدبي، فهي تقوم على استثمار الدلالة المخزونة في التراث الديني بما يمتلك من فاعلية المقدس الذي يشغل مساحة مهمة في ذاكرة الأمة، وبخاصة النص القرآني الذي يمثل ((القوة الفاعلة في والمؤثرة في الثقافة العربية، والمصدر الذي تنبثق عنه الرؤية الدينية للوجود، وهو الخطاب المتعالي بنسجه الدلالي والاسلوبي، وتركيبه اللغوي المخصص))⁽¹⁾، فضلاً عن كون النصوص المقدسة هي ((المصدر الاساس في القيم والعادات في جميع مجالات الحياة لأي مجتمع))⁽²⁾، وهو ما يساعد المتلقي على فهم الدلالات الكامنة في البنى العميقة للخطاب، فضلاً عن منح الخطاب ذاته اتساعاً في البنية التعبيرية مستثمراً التشكيل القرآني الإبداعي في تقنيات رسم الصورة واغناء الأسلوب الأدبي.

ويوظف الخطاب الإشهاري للأمثال في مجمع الميداني الحمولة الدينية من أجل تسويق دلالاته وإعادة تصدير الممارسات الإبداعية التي تتخذ من هذه الحمولة مكمناً للثراء المعرفي والقيم الفكرية المرتبطة بتجربة المثل لتحقيق أكبر قدرٍ من التواصل بين الخطاب ومستهلكه، وإثارة إنفعالاته المعرفية لتحفيز ذاكرته عبر استثمار الخطاب لثوابت الذاكرة الجمعية، ومواطن

(1) التلقي والسياقات الثقافية، عبد الله إبراهيم: 11.

(2) المرجعية الثقافية في شعر ابن قلاؤس لاسكندري (532هـ - 567)، سعيد محمد مهدي (رسالة ماجستير): 13.

استقرارها في الوعي العام للامة⁽¹⁾، فيتكئ على بثّ ارسالياته الإشهارية بين طيّات هذه الثوابت التي تجعل من العملية التواصلية بين المُشهر ومتلقيه عملية ذات منفعة في التأثير والإقناع لما للنص الديني والقرآني على وجه الخصوص من قدرة على منح الخطاب هيمنة قوية، وسلطة تأثيرية، ينتقل فيها الخطاب من إرسالية مجردة إلى رؤية يقينية يمكنها من توسيع مساحة اشتغال الخطاب على المتلقي⁽²⁾، ومن ثمّ تحقق العملية الإشهارية أهدافها في تسويق دلالاته وبنيته الفكرية.

ومن هنا ارتكزت الأمثال العربية في خطابها على توظيف الحمولة الدينية في تسويق دلالاتها إلى المتلقي مستثمراً قدرة النص الكريم على تكثيف الدلالة، وتحريك فضاءات الخطاب بالشكل الذي ينقله من حالة السكون إلى حالة التأمل في البنى العميقة لهذا التوظيف، ونقاط الاشتراك فيما بين الخطاب والنص الكريم، واضاءات هذه النقاط على تجربة المثل العربي، والمُشهر في ارساليته، إضافة إلى مصداقية النص الكريم، واستثمار هذه المصداقية في آليات الخطاب الإقناعية⁽³⁾، وهو ما يمكن دراسته على وفق التقسيم الآتي:

1- النسق الديني الجاهلي

مثل الدين والعقائد في العصر الجاهلي مظهراً من مظاهر الحياة الفكرية التي انشغلت بالتفكير في وجود القوى العليا وسطوتها وتدخلها في حياتهم، فهم شأنهم شأن الأمم والشعوب الأخرى لم ينقطعوا يوماً عن البحث في القوى الخفية التي تتفاعل للتأثير على حياتهم، فراحوا يتقربون إليها، محاولين استرضاءها على وفق مسالك عقّدية يظنون إنّها ترضي عنهم هذه القوى الخفية⁽⁴⁾، وقد سادت الوثنية على الجزيرة العربية، ويعتقد ان مردّها ما تحمل انفسهم

(1) ينظر: الشاعر والتراث-دراسة في علاقة الشاعر العربي بالتراث، مدحت الجبار: 277.

(2) ينظر: التناص في شعر ابي العلاء، إبراهيم مصطفى محمد: 118-119.

(3) ينظر: المرجعية القرآنية في شعر حسان بن ثابت وأثرها في بناء النص الشعري، إبراهيم الدهون: 361.

(4) ينظر: المفصل في تاريخ العرب قبل الإسلام، جواد علي: 5/6.

من تعظيم للكعبة المشرفة، فحملوا حجارته في اسفارهم، وفي ترحلهم وبدأوا يطوفون بها وصولاً إلى عبادتها، ومن هنا تأصل صنع التماثيل والاصنام وعبادتها⁽¹⁾، ويكشف تعظيمهم للكعبة المشرفة عن ان عرب الجزيرة كانوا موحدين ابتداءً قبل ان تسود عبادة الاصنام والوثان لفكرة إنها الصورة المادية للإله، ولعل هذا ما تناوله القرآن الكريم بقوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِهِ أَوْلِيَاءَ مَا نَعْبُدُهُمْ إِلَّا لِيُقَرِّبُونَا إِلَى اللَّهِ زُلْفَىٰ﴾ [الزمر: 3].

وقد مثلت هذه العقائد الجاهلية بحمولاتها الدينية مرجعية لكثير من النصوص الأدبية في هذا العصر، ومنها الأمثال، إذ نجد في خطابها توظيفاً لهذه الحمولة بالشكل الذي يقف فيها المتلقي على الملامح الدينية وتمظهراتها، ومن هذه الأمثال التي تكشف الحمولة الدينية للعصر الجاهلي قولهم: ((حَرَامُهُ يَرْكَبُ مَنْ لَا حَلَالَ لَهُ))⁽²⁾، ويُضرب لمن يضطر إلى ما يكرهه، يستثمر المثل الحمولة الدينية التي تكشف عن عقيدة جاهلية تقوم على ترك الدابة للنذر اذا حصل شيءٌ لصاحبها، ((فلا تركب، ولا يحمل عليها، ولا تمنع من ماء وكلاء، وتترك سائبة لا يحل لأحد كائنا من كان مخالفة ذلك))⁽³⁾، فيستند المثل في خطابه إلى توظيف هذه الحمولة في إبراز صورة المضطر إلى خرق العقيدة السائدة، والخروج من دائرة المقدس إلى دائرة أخرى، ويعتمد السياق في إبراز هذه الصورة على توظيف الانزياح الاسلوبي في تقديم ما حقه التأخير، لإحالة المتلقي إلى الاهتمام الذي يوليه السياق للمقدس، فينطلق من التحريم إلى التحليل، عبر استثمار بنية التضاد بالنفي، وهي بنية يسوّقها المثل كوصلة إشهارية يمكنها إبراز الدلالة المقصودة، فالمثل هنا وعلاوة على استثمار البنية الدلالية للحمولة الدينية الجاهلية، فإنه يعتمد على إعادة إنتاج التركيب اللغوي عبر بنيته الهدم والبناء، فوظف بنية التقديم والتأخير والتضاد لإنتاج سياقٍ لغوي يحفز المتلقي في البحث عن علاقة الدوال

(1) ينظر: الحياة الأدبية في العصر الجاهلي، محمد عبد المنعم خفاجة: 55.

(2) مجمع الأمثال: 198/1.

(3) تاريخ الفكر الديني الجاهلي، محمد إبراهيم الفيومي: 498.

بمدلولاتها وإعادة تركيب الجملة على وفق إنفعاله القرآني، وصولاً إلى التأثير بالقوة الإقناعية للخطاب، وتمثّل دلالاته المقصودة.

ويستثمر خطاب الأمثال الفعل الجاهلي بالاستقسام بالسهام، وما تحمل من حمولة دينية اعتقادية لدى عرب الجزيرة، ويتجلى هذا في المثل الآتي: ((صَدَقَنِي وَسَمَ قَدْحِهِ⁽¹⁾))⁽²⁾، ويُضرب لمن يخبر بما في نفسه، يكشف المثل عن الحمولة الدينية التي يعتقد بها عرب الجزيرة في العصر الجاهلي، إذ كان عرب الجاهلية يسعون إلى معرفة ما قُدِّرَ لهم عبر الاستقسام بالسهام، فقد أخذ خطاب المثل هذه الاعتقاد الجاهلي ونقله إلى مدى دلالي آخر اعتماداً على معرفة المخبوء ليكون ثيمة دلالية مشتركة بين دلالة المثل والعقيدة الجاهلية، فالمثل بتوظيفه الحمولة الدينية لهذا العقيدة الجاهلية إنما ينسج خطاباً إشهاري يسوّق فيه الدلالة الجديدة للوسم بالقدح، ويستند في هذا إلى استثمار الفعل (صدقني) ليكون وصلة إشهارية يمكنها من فتح المجال أمام الخطاب لتوصيله قصدية المُشَهَّر، فيصدّر الحمولة الدينية في هذا الفعل الجاهلي على إنّها نصّ موازي يمكنه اضاءة خطاب المثل، وعبر تحفيز المتلقي وإثارة اهتمامه، فانه يدفع باتجاه الممارسة القرآنية القائمة على البحث عن المخبوء والمشارك بين المثل والمعتقد الجاهلي، ومن هنا تتحقق غاية العملية الإشهارية في التأثير في المتلقي وإثارة إنفعاله واستهلاك الخطاب ودلالته.

ويعمد خطاب الأمثال إلى استثمار البنى الاعتقادية التي تدور في مدار ديني يكشف عبره عن الحمولات الدينية لعرب الجزيرة، ونجد هذا التوظيف في الخطاب الذي يتعلق بالأقوام الغابرة وانبيائهم(%)، ففي المثل الآتي: ((طَارَتْ بِهِمِ الْعُنُقَاءُ))⁽³⁾، ويُضرب لضياح الأمور،

(1) الوسم: العلامة، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 636/12، القدح: السهم الذي لا رياش له، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 556/2.

(2) مجمع الأمثال: 398/1.

(3) المصدر نفسه: 429/1.

وتبرز فيه الحمولة الدينية الكاشفة للأثر الديني في حياة مجتمع اهل أصحاب الرسّ، إذ تضيء قصة المثل رغبة المجتمع في التخلص من هذا الطائر العملاق الذي صار يخطف ابناءهم ونساءهم، ويكشف هذا التجلي للحمولة الدينية على سعي أصحاب الرسّ للبحث عن الطمأنينة، وتعلّقهم بالقوى الغيبية المتمثلة بدعوة نبيّهم (حنظلة بن صفوان) التي تؤمّن لهم الخلاص من المخاطر المحيطة بهم.

ويعتمد المثل في تسويق هذه الدلالة إلى المتلقي على التدرج في بثّها تبعاً للأهمية التي تحظى بها هذه التراكيب في وعي المُشهرّ، فيرتكز في بثّ ارساليته الإشهارية على الفعل (طار) ثم المفعول به في المعنى (بهم)، ثم الفاعل (العنقاء)، ويوظف بنية التقديم في التصرف بتركيب الجملة سعياً إلى إنتاج خطاب إشهاري مؤثر في المتلقي، ويدفعه إلى البحث عن علاقات هذا التركيب لإنتاج دلالاته.

ونجد إنّ خطاب الأمثال في مجمع الأمثال للميداني يمارس سلطته الإقناعية على المتلقي بتوظيفه الحمولة الدينية للعصر الجاهلي في توجيه دلالة هذه الحمولة إلى دلالة أخرى تخدم غايته الإشهارية، ونجد هذا في المثل الآتي: ((أَفْرَعُ بِالظُّبِيِّ وَفِي الْمِعْزَى دَثْرٌ))⁽¹⁾، ويضرب لمن يستعين بغير اخوته، ويرتكز الخطاب هنا على توظيف الحمولة الدينية للعقيدة الجاهلية التي تقوم على تقديم القرابين والتضحية بالضبي على الرغم من كثرة الماعز⁽²⁾، وعلى وفق هذه الدلالة يسحبها خطاب الأمثال إلى توظيف آخر لإنتاج دلالة الاستعانة بغير الاخوة، وينقسم المثل على تركيبين يربط بينهما حرف العطف، فالتركيب الأول يسوّق خبراً للمتلقي يقوم على وفاء النادر بنذره، لكن التركيب الآخر يسوّق خبراً آخر يرسم للنادر صورة سلبية،

(1) مجمع الأمثال: 81/2.

(2) ينظر: اديان العرب في الجاهلية، محمد نعمان الجارم: 84.

لا سيما بعد ان تضيء قصة المثل الزوايا التي سكت عنها المُشهر في ارساليته، من قبيل أن الضبي المنذور اول إنتاج للناقة.

إن الإرسالية الإشهارية القائمة على تصوير دلالة الاستعانة بالغير مع وجود الأخ الناصر، وتسويقها إلى المتلقي بالشكل الذي تشكّل باعثاً على البحث عن العلاقات الدلالية بين الحمولة الدينية الاعتقادية في أيفاء النذور وبين دلالة المثل التي يعلّبها الخطاب ويصدّرها، ((إذ يضيف على السياق مضموناً ابلاغياً مضافاً يكون عبره المتلقي في حضرة دلالة جديدة تمثّل العمق في التمثيل الإشهاري المقدم))⁽¹⁾، ومن أجل أن تتوافر القوة الإقناعية للمتلقي، يحرص الخطاب على تعليل الدلالة ببناء لغوي يعتمد على البنية الفعلية التي تمنح السياق الحركية والحيوية، مع الحرص على ابراز تماسك النص بتوظيف بنية العطف في سياقه لتوسيع مساحة إستحواذ الخطاب وممارسة سلطته على المتلقي.

ومن ملامح التصرف في الدلالة بين الحمولة الدينية وخطاب الأمثال من نجد في قولهم: ((نَوَّانٍ شَالَا مُحَقَّبٌ وَبَارِحٌ))⁽²⁾، ويضرب لقلة الخير في الرجل ذي المنزلة الرفيعة، وينطوي المثل على توظيف للحمولة الدينية الجاهلية التي تقيد باعتقاد الناس ان ثمة نجوماً تقف وراء انهمار المطر، وبسقوطهما ينحبس عنهم، ويكون المثل علاقة بين دلالاته المقصودة المُشهر عنها وبين دلالة هذه الحمولة الدينية في تسويق خطابه الإشهاري إلى المتلقي، فيضعه بين مدلولاته القائمة على توظيف الصورة المتضادة في سياقه عبر الألفاظ (محقب⁽³⁾، بارح⁽⁴⁾)، التي تضع المتلقي في دائرة الاهتمام بإنتاج الدلالة والسعي إلى الوصول إلى قصدية المُشهر،

(1) الإشهار في القرآن الكريم دراسة في الخطاب المكي، رشا محمد حسين (أطروحة دكتوراه): 128.

(2) مجمع الأمثال: 343/2.

(3) الحقب: الاحتباس، وكل محتبس فهو محقب، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 326/1.

(4) البارح: الرياح الشديدة، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 410/2.

ومن هنا تتحقق فاعلية الخطاب في التأثير في المتلقي والإستحواذ على تفكيره وإثارة وعيه القرائي في تمثيل دلالة المثل القائمة على تسويق صورة التجربة.

إنّ الحمولة الدينية الجاهلية بكل ما تحمل من دلالة على الإعتقادات السائدة في ذلك العصر قد مثّلت مرجعية إيطارية دلالية لخطاب الأمثال في مدونة الميداني، وقد وجد فيها هذا الخطاب مساحة واسعة لتصدير دلالات التجربة الإشهارية، فنجد في قولهم: ((أَنْفُسُ مَنْ قُرْطِي مَارِيَّة))⁽¹⁾، ويُضرب للشيء النفيس، ويستند الخطاب في المثل إلى (قرطي مارية) بوصفها إرسالية إشهارية يسوّق دلالتها على وفق الحمولة الدينية المخبأة فيهما، إذ ينسج علاقة بين اسم التفضيل (انفس) وبينهما، ومن هنا يضع الخطاب المتلقي ضمن دائرة اشتغاله عبر تحفيزه على البحث عن العلاقة بين ثيمات الخطاب، فينطلق من الوصلة الإشهارية (قرطي مارية)، أولاً: لمعرفة القيمة الدينية المخبأة فيهما التي تكشف عنها قصة المثل، وثانياً: قياس نسبة المفضل الذي تنطبق عليها التجربة المُشهر عنها، فالخطاب هنا يضاعف من قوته الإشهارية عبر توظيف الحمولة الدينية التي تمنح الدوال قوة إقناعية تمارس سطوتها على المتلقي لتثير إنفعاله وتستحوذ على تجربته الشعورية وتدفعه إلى الممارسة القرائية في بيان دلالة الخطاب وتمثّلها.

إنّ خطاب الأمثال بإرتكازه على توظيف الحمولة الدينية للعصر الجاهلي يوسع من دائرة تأثير خطابه الإشهاري على المتلقي، عبر أيجاد العلاقات بين دلالاته المقصودة وبين الدلالات التي تفيض بها هذه الحمولات، فمثلت بذاك مرجعية للعديد من الأمثال، ونقلت المثل من دائرته الخاصة إلى دائرة اعمّ واشمل عبر توظيف هذه الحمولة التي منحت السياق أبعاداً إشهارية يسوّقها المثل على ضوء هذه الحمولات.

(1) مجمع الأمثال: 357/2.

2- النسق الديني القرآني

تتسع الحمولة القرآنية في الادب العربي، إذ تمثل هذه الحمولة بنية نصية تسهم في إغناء الخطاب دلالة وإيحاء، بفعل القوة التعبيرية التي تمنحها له النصوص الكريمة، بقدرتها على سدّ ثغرات الخطاب، أو تسويق دلالاته بما يحمل من إشعاع فكري يحيل المتلقي إلى حمولتها الفكرية، توظيف تتشكّل دلالاته وإحالاته نصوصاً موازيةً يسهم في التأثير في المتلقي وتحقيق إشهارية الخطاب وإقناعيته، ويكشف توظيف هذه الحمولة في خطاب الأمثال عن التفاعل الحي بين النصوص، ((فالخطاب ليس سوى لعبة: لعبة كتابة في الحالة الأولى ولعبة قراءة في الحالة الثانية ولعبة تبادل في حالة ثالثة))⁽¹⁾، ويرتكز الخطاب الإشهاري على الحالة في إنتاج تأثير على المتلقي، وهو ما يسهم في إثراء الدلالة واغنائها، فهي عملية إشهارية بذاتها، فضلاً عن البنيات اللغوية التي تقدّم فيها الإشارات إلى هذه النصوص الكريمة، ومخزوناتها الفكرية، ونجد في خطاب الأمثال إشارات إلى الحمولة القرآنية، وهو ما يمثل بعداً ثقافياً في هذا الخطاب، وتتجلى بالألفاظ ذات الدلالات القرآنية التي يتوسل بها الخطاب إقناعي المتلقي وإثارة إنفعالاته والإستحواذ على اهتمامه وتوجيه تفكيره باتجاه تمثّل دلالاتها، ومنها المثل الآتي: ((إِنَّ الذِّلِيلَ الَّذِي لَيْسَ لَهُ عَضُدٌ))⁽²⁾، ويضرب لمن يخذله أنصاره، تكشف البنية النصية للمثل عن توظيف الحمولة القرآنية في إنتاج دلالاته، ويحيل المتلقي إلى قوله تعالى: ﴿وَمَا كُنْتَ مَتَّخِذَ الْمُضِلِّينَ عَضُدًا ۝٥١﴾ [الكهف: 51]، وعبر توظيف لفظة (عضد) بنفس دلالاتها في النص الكريم، مع تناص الدلالة بين النص الكريم ونص المثل، فالمثل يصدر صورة الدّلّ على وفق مسارين، الأول: ما انعدم فيها الناصر، والآخر: الذي يستثمر دلالة النص الكريم في الموائمة بين صورة الدّلّ وصورة الضلال، وعبر البنية اللغوية، يسوّق الخطاب الدلالة نفسها بأسلوب آخر، يركز على توظيف الجملة الخبرية القائمة على التوكيد بالحرف

(1) التناص نظرياً وتطبيقاً، أحمد الزعبي: 15.

(2) مجمع الأمثال: 21/1.

المشبه بالفعل مرة، وبالقصر بتقديم ما حقه التأخير مرة أخرى، وهو توظيف مفارق لما في النص الكريم في إرتكازه على توظيف بنية النفي، وهو ما يثير فضول المتلقي في البحث عن المشترك في الدلالة والتوظيف، ويغريه في إعادة إنتاج دلالة المثل على وفق دلالة النص الكريم، فتتسع دائرة الإقناع والتأثير، وتتحقق العملية الإشهارية في الخطاب.

وفي مثل آخر، نجد إرتكاز المثل على عنصر المقارنة بين صورته والصورة التي يرسمها النص الكريم، ففي قولهم: ((أَتَبُّ مِنْ أَبِي لَهَبٍ))⁽¹⁾، ويُضرب للخسران الكبير، تتجلى الحمولة القرآنية في استدعاء شخصية (أبو لهب) في قوله تعالى: ﴿تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَتَبَّ ۝۱﴾ [المسد: 1]، بوصفها رمزاً للخسارة والهلاك، ويستثمر خطاب المثل القوة الإشهارية لهذه الشخصية في تسويق صورة المقارنة بينه وبين تجربة المثل، وهي إرسالية إشهارية تضع المتلقي بمقابل النص الكريم في النفاذ إلى دلالة المثل وإعادة تصدير دلالاته، ذلك لأن الوصلة الإشهارية تتخذ من المقاربة الدلالية وتسويقها على وفق بناء لغوي آخر، وتوجيهها توجيهاً قصدياً عبر استثمار دلالة الألفاظ التي لا يمكن معرفتها إلا باكتشاف العلاقة بينها وبين توظيفها الدلالي في النص الكريم⁽²⁾، فضلاً عن إرتكاز هذا الخطاب على اسم التفضيل (أَتَبُّ) في توسيع مدى التأثير، والبحث عن السياقات التي تطبق عليها هذه الدلالة، فالمتلقي هنا يمارس عملية الإنتاج على وفق مسارين، أولاً: الكشف عن العلاقة بين خطاب المثل والنص الكريم، وثانياً: إسقاط هذه العلاقة على تجربة المثل وإنتاج الدلالة العامة له، وهو ما يكشف عن ركون المتلقي لسلطة الخطاب، والبقاء تحت تأثيره، وتحوله من قارئ له إلى مستهلك له.

(1) مجمع الأمثال: 150/1.

(2) ينظر: سيمولوجية الصورة الإشهارية ودينامية التأويل، مصطفى حافظ (بحث): 95.

وفي قولهم ((رددت يديه في فيه))⁽¹⁾، ويُضرب لمن تغتاض منه، توظيف للحمولة القرآنية في قوله تعالى: ﴿فَرُدُّوْاْ أَيْدِيَهُمْ فِيْ أَيْدِيهِمْ ۚ﴾ [إبراهيم: 9]، فالخطاب هنا يركز على دلالة هذه الآية الكريمة في تصوير تجربة المثل، ونقلها إلى مساحة تسويقية تضع المتلقي في حساباتها الاشتغالية، إذ تمرّ العملية الإشهارية من مرحلة استحداث الإرسالية وإنتاج دلالتها على وفق دلالة النص الكريم، ومرورها بنقل هذه الدلالة من المجموع إلى الافراد على وفق تجربة المثل، وصولاً إلى الصورة النهائية للمثل في تصوير الاغظة.

لقد وجد الخطاب في المثل هنا في المحسوسات وصلات إشهارية يمكنها احداث التأثير في المتلقي، وتتمثل هذه وصلات في (يديه، فيه)، فالصورة الكنائية لليد التي تركز على فعل الحركة بالمنع التي تتعاضد مع صورة الفم المحملة بدلالة المكر والكذب، وهي صورة حركية فعلاوة على حملها صورة مادية تصوّر حركة اليد ووضعها على الفم، فإنّها تحمل صورة رمزية تتمثل في مديات التأويل التي يجهد المتلقي في ممارستها وإنتاج دلالتها، ذلك ان غاية العملية الإشهارية تتجلى في الكشف عن الطاقات الإنفعالية للغة، واستثمارها في عملية تسويق الخطاب للتحوّل هذه الغاية إلى غاية إقناعية تتخذ من المتلقي مساحة للاشتغال⁽²⁾

ويرتكز خطاب الأمثال الإشهاري على توظيف الصورة الحركية في استثمار الحمولة القرآنية في ممارسة سلطته على المتلقي، وتسويقه لدلالة المثل، ففي قولهم ((في الخير له قدم))⁽³⁾، ويُضرب لمن عُرف عنه سبقه للخير، يركز على قوله تعالى: ﴿وَبَشِّرِ الَّذِينَ ءَامَنُواْ أَنَّ لَهُمْ قَدَمَ صِدْقٍ عِنْدَ رَبِّهِمْ ۝﴾ [يونس: 2]، نجد ان الحمولة القرآنية التي يتوافر عليها المثل كانت الباعث لإشهارية خطابه، إذ إنّ فضاء الإشهار فيه قائم على توظيف البنى اللغوية التي تتخذ

(1) مجمع الأمثال: 290/1.

(2) ينظر: الصورة الإشهارية، آليات الإقناع والدلالة، سعيد بنكراد: 185.

(3) مجمع الأمثال: 71/2.

من النص الكريم إطاراً مرجعياً لها، فنجد ان مقصدية الخطاب ومراميه تستلزم صياغة لغوية ينزاح فيها التركيب عما هو معهود في ابراز القصدية الخطاب بالشكل الذي لا يبرزها التركيب الأصلي لبناء الجملة الاسنادية، ((فالانزياح المكاني لعناصر البنية اللغوية وبطريقة تجعل لهذا الأسلوب آثاراً فعلية على العملية التواصلية لا تخرج عن المقاصد التي تروم الوصلة الإشهارية عنها، بل تأتي تعزيزاً لها اعتماداً على استراتيجية تحريك العناصر المكوّنة للخطاطة اللغوية بتقديم ما هو أولى واخص بعناية المُنشئ⁽¹⁾، إذ يركز خطاب المثل على تقديم الخبر شبه الجملة على المبتدأ لإنتاج دلالة التخصيص المكاني، فالقدم التي يُشهر بها صاحب التجربة مختصة بأعمال الخير فقط، من دون أن يكون هناك تأكيد على تحقق هذه الجملة الخبرية لإرتكاز الخطاب على الحمولة القرآنية التي تقع مصداقيتها في نفس المتلقي وقوعاً تاماً، وهو ما يستثمره الخطاب في توليد سلطته الإقناعية وممارسة عملية التسويق الدلالي على المتلقي، وهو نسقٌ إيحائي يعزز من تشكيل الصورة الإشهارية لما لها من قوة في جذب اهتمام المتلقي والتأثير فيه، وإثارة وعيه على المستوى الذهني والوجداني والحركي، سعياً لإقناعه منطقاً وفكراً، لتحفيزه ودفعه إلى ممارسة النشاط الاستهلاكي للخطاب وإنتاج دلالاته وتمثلها سلوكياً⁽²⁾.

ونجد في جانب آخر من الأمثال التوظيف الدلالي للحمولة القرآنية من دون ان يتركز على الألفاظ القرآنية التي تحيل المتلقي إلى النص الكريم، وهو توظيف قائم على نقل الدلالة القرآنية من النص الكريم بوساطة إعادة إنتاج النص وتوظيف دلالاته والتصرف فيها على نحو التوسع والتكثيف⁽³⁾، ويتمثل هذا في قولهم: ((لَمْ يُشْطَطْ مِنْ أَنْتَقَمْ))⁽⁴⁾، ويُضرب لمن يأخذ حقه من

(1) الإشهار في القرآن الكريم دراسة في الخطاب المكي، رشا محمد حسين (أطروحة دكتوراه): 122.

(2) سيميائية الصورة الإشهارية، سعيد بنكراد: 26.

(3) ينظر: القرآنية في شعر الرواد-دراسة لفاعلية النص المقدس في النص الابداعي، احسان الشيخ حاتم: 45.

(4) مجمع الأمثال: 203/2.

غير اسراف، ويرتكز المثل على قوله تعالى: ﴿وَلَمَنْ أَنْتَصَرَ بَعْدَ ظُلْمِهِ فَأُولَئِكَ مَا عَلَيْهِمْ مَن سَبِيلٍ ۚ﴾ [الشورى: 41]، ويرتكز المثل على توظيف الحمولة القرآنية في إنتاج خطابه الإشهاري، معتمداً تشابه الموضوع بينه وبين النص الكريم، إذ يقدم المثل اضاءة للنص الكريم، ويمدّ معه جسور الدلالة وتصديرها إلى المتلقي عبر التناغم في ربط دوالها بمدلولاتها، فالخصوصية التي ينبني عليها الخطاب الإشهاري تقوم على خصوصية بناء الأسلوب الذي يصدر دلالاته، وهي خصوصية تسهم في رفع سقف المعاني التي يسوقها المثل في إطار مرجعية النص الكريم⁽¹⁾، فالظلم الذي وشى به النص الكريم يفضي إلى النصر/الانتقام، وهي ثنائية تقع في دائرة تحقيق الهدف المحكوم بعدم الشطط، في حين يخبئ المثل السبب الذي يفضي إلى الانتقام، وهو ما يضاء بالظلم في النص الكريم.

ان التساوق الدلالي بين المثل والنص الكريم يجعل المتلقي ضمن مساحة اشتغالية تتجاذبه فيها خيوط العلاقة بينهما، وهو ما يمنح المثل قوة واحكاماً في بناء الإرسالية الإشهارية، مرة عبر توظيف النص الكريم وحمولة الدلالية الذي ((يعطي عبارة القرآن جاذبيتها وإستحواذها على النفس))⁽²⁾، ومرة أخرى من الصياغة اللغوية التي تتناص دلالياً مع هذا النص الكريم.

وفي مثل آخر يرتكز خطاب الأمثال على تصدير الصورة الأخرى للنص الكريم، ويعتمد هذا التوظيف على وعي المتلقي في رصد العلاقات المختبئة بين الخطاب المثل والنصوص الكريمة، وكشف أسسها ومرجعياتها والكشف بين الصورة في المثل والصورة في النص القرآني⁽³⁾، ففي قولهم: ((لَا تَشْرِبَنَّ مَشْرَى صَفْوٍ يُكَدِّرُ))⁽⁴⁾، ويضرب لمن يستبدل الخير

(1) ينظر: الإشهار في القرآن الكريم دراسة في الخطاب المكي، رشا محمد حسين (أطروحة دكتوراه): 116.

(2) الاعجاز الفني في القرآن، عمر سلامي: 86.

(3) ينظر: أثر القرآن الكريم في الشعر الاندلسي خلال عصري دولة الطوائف ودولة المرابطين، هادي طالب العجيلي (رسالة ماجستير): 105.

(4) مجمع الأمثال: 243/2.

بالشرّ، وينتزع هذا المثل حمولة الدلالية من الحمولة القرآنية لقوله تعالى: ﴿وَشَرَوْهُ بِثَمَنٍ بَخْسٍ دَرَاهِمَ مَعْدُودَةٍ وَكَانُوا فِيهِ مِنَ الزَّاهِدِينَ ٢٠﴾ [يوسف: 20]، يصدر المثل دلالة مقبولة للدلالة في النص الكريم، فمن اشتروه بثمن بخس في النص الكريم هو غاية في القيمة العليا للإنسان، في حين من اشترى الصفو انحدر به فعله إلى الكدر، ويتصل النصان كلاهما في عدم معرفة الشاري بجوهر ما اشتراه، ويختار لهذه الدلالة ألفاظاً مختلفة عما هي عليه في النص الكريم، ويرتكز المثل على القيمة التضادية بين الملفوظات الإشهارية (صفو، يكدر) المحكومة بالفعل (لا تشرين)، وما فيه من قوة تعالق النهي بالتوكيد، لتتكون الإرسالية الإشهارية في تسويق صورة استبدال الخير بالشرّ، وما يترتب عليه من دلالة الانخداع التي تتشكل في خبأيا النص الأولى، أو بعبارة أخرى في الملامح الدلالية المتشكلة قبل النهي، وثمة نص آخر يمكن له أن يكون المرجع الدلالي للمثل، وهو قوله تعالى: ﴿قَالَ أَتَسْتَبْدِلُونَ الَّذِي هُوَ أَدْنَى بِالَّذِي هُوَ خَيْرٌ ٦١﴾ [البقرة: 61]، وهو نص آخر يمكن للمتلقي الاستعانة به في اضاءة دلالة المثل، وعلى وفق هذا تتسع المساحة الاشتغالية لخطاب الأمثال في تحقيق إشهاريته عبر تحميل بنى الأمثال حمولات قرآنية تسهم في تقويم الإرسالية الإشهارية، وتوسيع مدى تأثيرها باتجاه مصداقيتها، وقوة إقناعيتها، وتحفيزها للمتلقي على إعادة تشكيل الدلالة باكتشاف الدلالات المشتركة بين نص المثل والنصوص الكريمة.

3- النسق الديني الحديثي

يمثل الحديث النبوي الشريف ملماً من ملامح الحمولة الدينية في الادب العربي بعامته، وخطاب الأمثال خاصة، وذلك لقوة بلاغته وشرف مضمونه، وقوة معانيه، واسلوبه الانيق، وهو ما يشكل اغراء للخطاب الادبي بتوظيف دلالاته والإفادة من حمولاتها المعرفية التي تمنح النص الادبي سعة معرفية وبيانية في التعبير عن قصيدة المرسل⁽¹⁾.

(1) ينظر: الحديث النبوي مصطلحه، بلاغته، كتبه، محمد الصباغ: 59.

وقد وجد خطاب الأمثال في الحديث الشريف حمولة معرفية يمكن أن يفيد منها في إنتاج خطابه الإشهاري، ومما وظّفه المثل من الحديث الشريف، قوله (9): ((إِنَّ مِمَّا يُنْبِئُ الرَّبِيعُ مَا يَقْتُلُ حَبَطًا أَوْ يُلِمُّ⁽¹⁾))⁽²⁾، فقد اختاره الميداني مثلاً يُضرب في وصف الدنيا والحثّ على قلة الاخذ منها، ويرتكز المثل في تسويق حمولته الدلالية على حمولة الحديث الشريف ذاتها، إذ يؤدي التعبير الكنائي المختبئ خلف توظيف ألفاظ الطبيعة وصلة إشهارية يمكنها ان يشكّل اغراءً للمتلقي بالبحث عن الدلالة المقصودة، وعن ربطها بالمدلولات الأخرى التي وظّفها القول الكريم في سياقه، إذ يستقي القول الكريم مدلولاته اللغوية من الواقع البيئي الذي يثري السياق، ويفتح مجالاً لإجراء التعالق الدلالي بين الملفوظات الإشهارية التي يرتكز عليها التعبير، العلاقة بين الانبات والربيع والحبط واللمّ، يسوّقها القول الكريم على إنها وصلات إشهارية تتظافر فيما بينهما لخلق إرسالية إشهارية يتلقاها المتلقي فيتفاعل معها بمثيراتها الإنفعالية، فيقع تحت سلطة هذا الخطاب وإعادة إنتاج دلالاته.

ويتجلى توظيف هذه الحمولة في قولهم: ((حُبُّكَ الشَّيْءَ يُعْمِي وَيُصِمُّ))⁽³⁾، ويُضرب لمن لا يرى مساوئ الشيء ولا يسمعها، يحيل المثل المتلقي إلى قول الرسول الكريم (9): ((حبك الشيء يعمي ويصم))⁽⁴⁾، يرتكز المثل على الدلالة النبوية التي تقوم على بيان أن محبة الشيء من دون ان تكون هناك اسباب موضوعية يمكن الاعتماد عليها يوصل الإنسان إلى الذمّ، ومن هنا يشهّر المثل بالدلالات التي يتقصدها عبر تصوير التماهي مع الشيء إلى الحدّ الذي لا يجعله ان يرى حقيقة الشيء أو يسمع شيئاً عنه، فيبدأ المثل بالجملة الاسمية

(1) الحبط: الافراط بالأكل حدّ الانتفاخ فالموت، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 272/7، يلم: جمع، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 548/12.

(2) صحيح البخاري، محمد بن إسماعيل البخاري: 1045/3، وينظر: مجمع الأمثال: 8/1.

(3) مجمع الأمثال: 196/1.

(4) شرح سنن أبي داود، أحمد بن رسلان: 403/19.

التي ترسخ الدلالة في ذهن المتلقي، ثم يركز في الجزء الثاني للمثل على الجمل الفعلية التي تمثل أفعالاً محسوسة، تمنح النص حركيته وحيويته، فالمثل يقدم صورة واقعية حيّة يمكنها أن تخلق جواً تسويقياً يستحوذ على المتلقي ويشير إنفعالاته من أجل أن يمارس دوره في إعادة إنتاج دلالة المثل التي تدعو إلى اتخاذ القرار على وفق رؤية موضوعية.

وفي المثل الآتي: ((الْحَيَاءُ مِنَ الْإِيمَانِ))⁽¹⁾، الذي يُضرب في إبراز القيمة التربوية للحياء، وهو منتزع من قوله (9): ((دَعُهُ فَإِنَّ الْحَيَاءَ مِنَ الْإِيمَانِ))⁽²⁾، فيركز المثل في خطابه على العلاقة بين الحياء والإيمان التي نسجها النص الشريف لتحويلها إلى وصلة إشهارية تستلزم إحالة المتلقي إلى النص الشريف واستثمار قوته الدلالية والاعتبارية في تسويق دلالة المثل وسحبها على التجارب الإنسانية المماثلة، ومن هنا جاء تكثيف خطاب المثل واقتصاره على الجملة الاسمية الدالة على الثبوت، فضلاً عن توظيف حرف الجر (من) الدال على التبعية، وهو ما يمنح الحياء بعداً إشهارياً آخر على وفق العلاقة بينه وبين الإيمان، إذ تتعاضد البنى الإشهارية لتكوين الإرسالية التي تضع المتلقي في دائرة اشتغالها، وقوتها التأثيرية باتجاه إثارة إنفعالات المتلقي وتحفيزه إلى تمثيل دلالة المثل.

ونجد إن خطاب الأمثال ينتزع من الحديث النبوي الشريف ما يجده مكثفاً في الإشارة إلى دلالة التجربة أو تصويرها، ونجد هذا في المثل الآتي: ((قَدْ حَمَى الْوَطِيسُ))⁽³⁾، ويُضرب لتصوير شدة الأمر ووطأته، وهو قائم على نقل الحمولة الدلالية من الحديث النبوي الشريف ((هَذَا حِينَ حَمَى الْوَطِيسُ))⁽⁴⁾، يركز المثل على لفظة (الوطيس) ليجعلها وصلة إشهارية يمكنها التأثير في المتلقي عبر إحالته إلى النص الموازي/الحديث الشريف الذي

(1) مجمع الأمثال: 211/1.

(2) صحيح البخاري، البخاري: 16/1-17.

(3) مجمع الأمثال: 104/2.

(4) صحيح مسلم، مسلم بن الحجاج: 1398 /3.

يصور حالة اشتداد الحرب وما يرتبط به من حادثة تاريخية، ويمكن أن نلاحظ أن سياق المثل قد اخرج النص الشريف من زمنيته (هذا حين) إلى مدى زمني أوسع عبر إرتكازه على البنية الفعلية المؤكدة بحرف التحقيق (قد)، وهو ما انتج خطاباً إشهارياً يسوّق التجربة ويبحث عن جمهور استهلاكي لها.

إنّ الأثر الدلالي للحديث النبوي الشريف في خطاب الأمثال قد منح هذا الخطاب منافذ تعبيرية يمكنها تأدية الدلالة المقصودة اعتماداً على دلالة النص الموازي عبر توظيف ألفاظ الحديث ودلالاتها، ومنها المثل الآتي: ((عَلَّقَ سَوَاطِكُ حَيْثُ يَرَاهُ أَهْلُكَ))⁽¹⁾، ويضرب في ضرورة التربية وأثرها في بناء الأسرة، يتناص المثل مع الحمولة الدلالية للحديث النبوي (((عَلَّقَ سَوَاطِكُ حَيْثُ تَرَاهُ الْخَادِمُ)))⁽²⁾، يركز المثل على نقل الدلالة من زاوية التعامل مع الخادم إلى زاوية أوسع في التعامل مع الأسرة، ليحيل المتلقي بفعل التعبير الكنائي في (اهلك) إلى كل من يدخل ضمن سلطة الرجل، فيصدّر لهذا إرسالية إشهارية تقوم على توظيف التعبير الشرطي بوصفها إنتاجاً لجملة مركبة، تتجلى فيها الثنائية الدلالية المتمثلة بفعل الشرط وجوابه، أذ يترتب على تعليق السوط طاعة الأهل، فالرؤية البصرية للسوط تستلزم أن يكون أثرها واضحاً في سلوك الأهل من دون أن يجعل الأثر المادي للسوط واضحاً، إنما خبأه ليكون اغراء للمتلقي للبحث عنه والكشف عن دلالة استعمال السلطة وبنية التهديد في تسيير الأمور، ويمثّل (السوط) وصلة إشهارية يمكنها التأثير في المتلقي عبر اشعاعها على السياق جميعه بوصفه مؤثراً في مسار البنية الدلالية للمثل.

(1) مجمع الأمثال: 28/2.

(2) شرح صحيح البخاري، ابن بطال: 309 / 7.

ويستثمر خطاب الأمثال الحديث الشريف: ((الْيَدُ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى، فَالْيَدُ الْعُلْيَا هِيَ الْمُنْفَعَةُ، وَالسُّفْلَى هِيَ السَّائِلَةُ))⁽¹⁾، ليكون النص الشريف مرجعية دلالية، فينتزع منه ما يصلح أن يكون مثلاً بفعل حملته الدينية، وهو قولهم: ((الْيَدُ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى))⁽²⁾، يركز المثل على توظيف اسم التفضيل لإنتاج بنية المقارنة بين ثيمات الخطاب (اليد العليا/اليد السفلى)، وعبر إرتكازه على التعبير الكنائي وتسويق دلالتها على السائل والمسؤول لإنتاج دلالة الترغيب بالإنفاق البذل، ((والحديث يسلك مسلك التصوير لحال المعطي والآخذ فيد الآخذ ممتدة للسؤال ذليلة نازلة منتظرة، ويد المعطي ذاهبة بالعطاء عزيزة عاذرة عالية))⁽³⁾، فالخطاب في المثل عمد إلى هذه الدلالة وصدرها إلى المتلقي مستثمراً البعد القدسي للحديث الشريف في توسيع مدى التأثير الإشهاري للخطاب، إذ تتعاضد المحددات الإشهارية في المثل وتوجيهها عبر قناة واحدة على المتلقي لإثارة اهتمامه وتحفيز قدرته على إنتاج الدلالة والتأثر بها بما تمتلك من قوة إقناعية تجعله مستهلكاً للخطاب.

ومن هنا، فقد مثل الحديث الشريف مرجعية لتوظيف الحملة الدينية في خطاب الأمثال، ومثلت هذه النصوص نصوصاً موازية لخطاب الأمثال ارتكز عليها في تسويق خطابه الإشهاري، واستثمر قوته الإقناعية وابعاده القدسية في التأثير في المتلقي وإثارة اهتمامه بالخطاب، وقد اتضح توظيف هذا الخطاب للنصوص بتوظيف ألفاظها وعلاقاتها الدلالية لإنتاج القوة الإقناعية للخطاب وتعليبه وتسويقه إلى المتلقي.

(1) صحيح البخاري، البخاري: 2 / 519.

(2) مجمع الأمثال: 2 / 414.

(3) وظائف الكناية والتعريض في الحديث النبوي الشريف، احمد بدري منصور (رسالة ماجستير): 76.

المبحث الثاني

النسق الثقافي الاجتماعي

يقف النقد الثقافي في موقع الكاشف عن الانساق المضمرة التي يتضمنها الخطاب كثيمات معرفية ناتجة عن الثقافة السائدة ومؤثرة في إنتاجه ومساره، ومن ثم في إنتاج الدلالة ومسارها، وهو بذلك يوظف كل امكانيات اللغة وتحولاتها للوصول إلى المضمرة القار في الخطاب الذي هو بالضرورة قارّ في إنتاج المؤلف وبما يعني بان الأنا الشعرية هي نتاج حتمي للانا الشخصية وهذه الأخيرة لا تتفصل عن هيمنة الموروث أو السائد الثقافي، فالخطاب اذن ليس مفصلاً عن الفعل الجمعي الذي تلعب فيه الثقافة دوراً بارزاً عبر تحكم انساقها المضمرة في ارادة الباث لتظهر في خطابه على شكل نظام قولي لا يمكن تجاوزه⁽¹⁾.

فنحن اذن امام منظومة معرفية من الاشارات المضمرة (الانساق) يخفيها الخطاب وراء منظومة لغوية (الألفاظ)، وهذا يستلزم قراءة اجرائية بصفة خاصة حين يكون الخطاب جمالياً، قابلاً للاستهلاك الجماهيري، يكون المضمرة فيها نقيضاً للمعلن، فان هذا النص ليس نصاً جمالياً فحسب بل هو حالة ثقافية يجب ان تخضع لميدان النقد الثقافي القائم على القراءة النسقية تأويلاً وتفسيراً⁽²⁾، وتأسيساً على ذلك، لا يمكن للقراءة النسقية من ان تكون منتجة الا بالنظر إلى الخطاب كزاوية من زوايا السياق التاريخي والثقافي والنظر إلى بنى الخطاب العميقة، حيث الانساق القابعة بما تحتويه من تمنع ومخاتلة اذ تتميز الانساق بالقدرة على

(1) ينظر: الانساق الثقافية في شعر اديب كمال الدين، نور رحيم حنيوي (رسالة ماجستير): 18.

(2) ينظر: النقد الثقافي قراءة في الانساق الثقافية العربية، عبد الله الغدامي: 78.

الانفلات والبناء والتمايز والتشكّل، وهذا يتطلب قراءة واعية بهذه الانساق ووظائفها⁽¹⁾، فالقراءة النسقية بهذا المفهوم هي قراءة تُعنى بدراسة الجوانب الثقافية المتعلقة بالخطاب كوثيقة تعبر عن المجتمع الذي ينتمي إليه كما تتعلق أيضاً بالمؤلف بوصفه فرداً من ذات المجتمع، واللغة هي مدار هذه القراءة باعتبارها المرآة الثقافية والحمولة الرئيسة فيها⁽²⁾.

1- صورة المرأة

لا تزال المرأة بصورها المتعددة مهيمنة على الخطاب الادبي حتى قاربت أن يشكل حضورها فيه مركز هذا الخطاب، لكن التعاطي مع صورها وبفعل الثقافة الموروثة كنسق مضمّر في الفكر الجمعي أفقدها هذه الهيمنة والمركزية ونحا بها نحو الهامشية، فهي المركز من حيث الحضور والهامش من حيث التعاطي⁽³⁾.

وهذا ما نجده في الخطاب الإشهاري للأمثال العربية في كتاب مجمع الأمثال للميداني، إذ توافرت مجموعة من الأمثال تقوم على أساس توظيف الحمولة الثقافية الاجتماعية لتكون بنية قارة في سياقها التواصل، ومن امثله المثل الآتي: ((اسلطُ من سلقه⁽⁴⁾))⁽⁵⁾، يكشف المثل عن البنية الثقافية التي تحطّ من قدر المرأة، فتجعل صفة السلاطة صفة إشهارية لها في سياق المثل، على الرغم من إنّها صفة عامة لا تقتصر على المرأة دون الرجل، لكن الحمولة الاجتماعية المضمرّة التي تحرك الخطاب في هذا المثل تضع المرأة أسيرة عملية تفكير النسق المزمّن الذي يقدمها في صورة رفض المجتمع لهذه الصفة، ومن هذا إنهم اختاروا الذئبة

(1) ينظر: النقد النسقي، تمثلات النسق في الشعر الجاهلي، يوسف محمود عليّات: 21.

(2) ينظر: الانساق الثقافية في شعر اديب كمال الدين، نور رحيم حنيوي(رسالة ماجستير): 15.

(3) في النقد الثقافي، قراءة في الانساق الثقافية العربية، عبد الله الغدامي: 264.

(4) السلقة الذئبة، ومنه سلاطة اللسان، ينظر: المحكم والمحيط الأعظم في اللغة، بن سيده: 145/6.

(5) مجمع الأمثال: 353/1.

لتصوير مدى قوة هذا الرفض، فالعلاقة التي أنشأها الخطاب بين الذئبة والمرأة بناءً على نظر المجتمع إليها.

وفي مثل آخر، نجد الحمولة الاجتماعية في النظرة إلى المرأة بوصفها صورة من الصفات السيئة، وتبدو الصورة واضحة في المثل الآتي: ((**تحسبها حمقاء وهي باخس**))⁽¹⁾، يُضرب لمن يتباله وفيه دهاء، يكشف الخطاب في هذا المثل عن صورة المرأة التي تختزنها الذاكرة العربية الموروثة، وهي صورة الماكرة التي تستظهر الضعف وتستبطن الدهاء والمكر، فرأت ان المكر وسيلة للدفاع عن نفسها، فهو نتاج مباشر لتجليات التشوّه في العلاقة الإنسانية بين المرأة والرجل، التي تحوّلت إلى علاقة غير متكافئة بفعل حبّ السلطة والسيطرة على الآخر، ((**فالمرأة الماكرة هي الاسطورة التي يسقط عليها الرجل كل تناقضاته، ويحملها مسؤولية كل صراعاته العلائقية، إنّها المرأة التي لا يؤمن لها والتي يجب الاحتراس لكيدها ودسها، كل خلاقات الرجل الاسروية تلتصق بالمرأة المحتالة الماكرة، التي تبث بذور الشقاق**))⁽²⁾، وعلى وفق هذا التصرّ، فالخطاب الإشهاري في الأمثال لم يخرج عن دائرة الرؤية الموروثة للمجتمع التي ترى المرأة مقهورة خاضعة، وتجبرها على الظهور بهذه الصورة.

وتظهر في الأمثال صورة لاستضعاف المرأة في التعامل معها، ويتضح هذا التصوير في الخطاب الإشهاري للأمثال، حين تكون هذه الصورة صورة إشهارية عبر تحقيرها وتعمد قهرها واذلالها، ويتضح هذا في المثل الآتي: ((**اقبح هزيلين: الفرس والمرأة**))⁽³⁾، نلاحظ في هذا المثل توظيفاً للنسق الثقافي الاجتماعي الذي كان سائداً، إذ ينظر إلى المرأة بوصفها نظيراً للفرس، فضلاً عن رغبتهم في ان تكون المرأة بحسب ما يرون على المستوى الشكلي، وهو ما يعني مصادرة رأي المرأة وحققها في ما تكون عليه، ولشدة ما شبهوا المرأة بالفرس، ومقارنتها

(1) مجمع الأمثال: 124/1.

(2) ينظر: التخلف الاجتماعي مدخل إلى سيكولوجية الإنسان المقهور، د مصطفى حجازي: 221.

(3) مجمع الأمثال: 124/2.

بها، فقد ارتبط عندهم جمال المرأة بجمال افراسهم، ((فأن المرأة العربية يورقها شبها الناقه، والفرس فتشكل جسدها بصورة جسديهما حتى الحظوة لدى بعلمها، وسيدها الذي تملأ نفسه أقطار ذينيك الحيوانين، فلا ينظر لأمراته إلا عبرهما، وذلك عائد إلى حالة التبدي، والجفاوة، وحرمانه من أي قسط من المدنية، والحضارة))⁽¹⁾.

فالعربي هو البدوي الذي لا يجد رادعاً من الهيمنة واستغلال الآخر وممارسة السلطة عليه، البدوي الذي يحمل دلالة نسقية تتبنى صورة فحولية ذكورية تبرز بورة واضحة عبر الاعتداد بالذات وتمركز الشاعر حول ذاته، وقد تجلت تلك السمة الاسلوبية في صورتين متوازيتين فهي تتجلى عبر خطابه الذاتي لنفسه مرة، ومرة أخرى عبر مخاطبة الآخر بوصفه هامشاً يقبع في دائرة اللغة الذكورية كنتيجة للثقافة الموروثة أو السائدة⁽²⁾.

لكننا نلمح خطاباً آخر تظهر فيه المرأة شخصية فاعلة تشغل مركزية المثل، وتكسر الصورة النمطية الهامشية لها في الخطاب الادبي، وتبدو صورة المرأة الأيجابية بوصفها وصلة إشهارية يمكن لخطاب الأمثال تصديرها إلى المتلقي خلافاً للنظرة الذكورية الموروثة، ويتضح هذا التوظيف في قولهم ((إِنَّ الْعَوَانَ لَا تُعَلِّمُ الْخِمْرَةَ))⁽³⁾، ويضرب للرجل المجرب، وتبرز فيه صورة المرأة العوان⁽⁴⁾ التي اتقنت عملها إلى الدرجة التي تتحول فيها هذه الصفة إلى وصلة إشهارية يمكنها التأثير في المتلقي وتغيير النظرة الشمولية الموروثة عن المرأة، فضلاً عن إرتكاز المثل على سياقه اللغوي الذي تتعاضد فيه بنيتا الاثبات والنفي لإنتاج بنية خطابية تعتمد المفارقة التي تدفع المتلقي إلى البحث عن البنية العميقة للمثل، ومن ثم استيعاب التجربة الدلالية في المثل، فيقع تحت تأثير البعد الاشتغالي للإرسالية الإشهارية،

(1) العرب والمرأة - حفرية في الاسطير المخيم، خليل عبد الكريم: 88.

(2) الانوثة في الخطاب العربي، عبد الله الغدامي انموذجاً، شريف موسى عبد القادر (بحث): 53.

(3) مجمع الأمثال: 19/1.

(4) العوان: المرأة الثيب، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 299/13.

والانقياد تحت تأثير هذا الإستحواذ الناتج عن تصدير الدلالة المغيرة للفكرة الموروثة للنظرة للمرأة بعامة.

ويتجلى هذا التوظيف لصورة المرأة اجتماعياً في الإرسالية الإشهارية التي يحملها المثل الآتي: ((أَسْقِ رَقَاشٍ إِنَّهَا سَقَّاءٌ))⁽¹⁾، ويُضرب في الاحسان إلى المحسن، وتبرز فيه صورة المرأة الكريمة المحسنة التي تتخذ من (رقاش) إرسالية إشهارية تختبئ خلفها شخصية مضرب المثل كون دلالاته متعددة الاستعمال، لكن المثل يرتبط بالمرأة التي تسوق فعل السقاية وصلة إشهارية كنائية عن الكرم، والمثل هنا يقدم صورة مختلفة عن الصورة السائدة عن المرأة، وثمة وصلة إشهارية أخرى يصدرها المثل، وتقوم على توظيف المفارقة في البنية السطحية لسياق المثل، وتتضح معالمها في التضاد بين فعل الامر (اسق)، وبين الجملة الخبرية (إنها سقائية)، وهو ما يدفع المتلقي إلى النفاذ إلى البنية العميقة للنص للوصول إلى الدلالة المخبوءة التي تنتج دلالة جزاء الاحسان بالاحسان، فالمثل يوظف أساليب اللغة على اختلاف أنواعها لإنتاج البنية التسويقية للخطاب بالتأثير في المتلقي.

ونلمح هذا في قولهم ((وَأَفَقِ شَنْ طَبَقَةً))⁽²⁾، ويُضرب للمتوافقين، وتبرز في سياق المثل تقديم (شَنْ) بوصفه ذكراً على (طبقة) الانثى، وهو ما يصدر للمتلقي ثنائية المركز والهامش، لكن الخطاب يصدر أيضاً نسقاً مضمرّاً يقوم على دلالة التبعية، إذ يمكن لهذا التقديم أن يكون وصلة إشهارية يمكنها إنتاج دلالة معاكسة لسياق المثل بتبديل الأدوار بين المركز (شَنْ) والهامش (طبقة)، ومن هنا يأتي إستحواذ خطاب المثل ودلالاته المضمرة بوصفه خطاباً إشهارياً على المتلقي عبر تصدير الدلالات المتعاكسة المختبئة خلف سياق المثل اللغوي، وهو ما يغري المتلقي بالبحث عنها، لان النص ((وسيلة لاكتشاف حيل الثقافة في تمرير انساقتها))⁽³⁾،

(1) مجمع الأمثال: 333/1.

(2) المصدر نفسه: 359/2.

(3) الانساق الثقافية، المفهوم والاجراء، العمري بوهرة (بحث): 287.

وهو ما يركز عليه الخطاب الإشهاري في ممارسة قوته الإقناعية، وتأثيره على المتلقي ليكون بعداً منتجاً من ابعاد العملية التسويقية.

لقد وازن خطاب الأمثال في مجمع الأمثال للميداني بين صورتَي المرأة السلبية والأيجابية، فنجد يتماشى في خطابه الإشهاري مع النظرة الموروثة لثنائية المركز والهامش، في حين نجد انه يميل عن هذا المسار إلى تصدير صورة أخرى مغايرة للمرأة، وتسويقها على وفق مبررات الصفات الجليلة التي يسوّقها كارساليات إشهارية لصورة المرأة وتصديرها إلى المتلقي للتأثير فيه وممارسة قوتها الإقناعية عليه.

2- صورة السلطة

تُعَدُّ السلطة بوصفها ((منظومة من المؤثرات العلنية والسرية تدخل في نطاقها أشياء كثيرة كالعادات والسلوك الاجتماعي وإنماط العيش والمعتقدات والتراث، إضافة إلى مؤثرات آخر تؤدي فعلها الضاغطة تلقائياً دون الحاجة إلى أي نوع من أنواع الأوامر الحكومية أو الرقابة المباشرة))⁽¹⁾، نسقاً ثقافياً اجتماعياً قاراً في البنية الفكرية العربية التي ظلت أسيرة هذا المفهوم القائم على ثنائية الأمر والمأمور⁽²⁾، وهي ثنائية ((تقوم على نفي الآخر، وعدم الاعتراف برأيه، وإن كان هذا الرأي مخالفاً لما تراه السلطة، فتتحول العلاقة إلى رفض الآخر ووسيلتها العنف، لأن الآخر عُدَّ مارقاً تمرد على الشرعية))⁽³⁾، وعلى وفق هذا، فإن نسق السلطة يتمظهر في ثنائية الهيمنة والخضوع عبر ممارسة أساليب الاكراه أو التحايل، التي تتراوح بين الطاعة

(1) المتقف والسلطة، جمال جاسم أمين (بحث): 5.

(2) ينظر: منطق السلطة - مدخل إلى فلسفة الأمر، ناصيف نصار: 7.

(3) النص وطوق السلطة، عبد العزيز إبراهيم (بحث): 64.

القسرية بالإكراه، أو الخضوع بالعبودية الطوعية، وهو ما يصنع من القوة فاعلاً أساسياً في مسار العلاقات غير المتكافئة بين أفراد المجتمع⁽¹⁾.

وقد استحضر خطاب الأمثال نسق السلطة وتسويقه ليكون خطاباً إشهارياً مؤثراً في المتلقي في حالته إلى الانساق المضمرة خلف هذا التوظيف الإشهاري لنسق السلطة وتمظهراتها، ففي المثل الآتي: ((إِذَا كُنْتَ فِي قَوْمٍ فَاحْلُبْ فِي إِنْائِهِمْ))⁽²⁾، ويُضرب في الموافقة على رأي المجموع، يتجلى نسق السلطة في المثل بالانزواء والانصهار في رأي الجماعة مهما كان هذا الرأي، وسواء أكان متوافقاً معك أم لا، وهو يكشف عن سلطة الرأي الجمعي من دون أن يكون للإنسان رأي أو وجهة نظر قابلة للمناقشة، أو حتى يمكن مناقشة الرأي الجمعي، وبيان صحته وحكمته، ويتجلى ذلك في توظيف سياق المثل لفعل الامر (فاحلب) الذي يكشف عن القوة القاهرة السالبة للإرادة في التعبير عن الرأي طالما أن القوم قد اتفقوا على رأي ما، وهذا يميل إلى أن يجعل صاحب السلطة هو صاحب الامر النافذ في التكوين الرأي الجمعي بغض النظر عن مدى مقبولية هذا الرأي أو إمكانية تحقيقه.

ويتمظهر الخطاب الإشهاري في هذا المثل في كونه يوظف نسق السلطة، وتصديره لهذا النسق الاجتماعي حقيقة واقعة إلى المتلقي بلحاظ اشتراطه الانتماء إلى ذلك المجموع، عبر توظيف أسلوب الشرط الذي يفترض تحقق فعل الشرط لتحقيق جوابه، وهو ما يجعل من مساحة الإستحواذ على المتلقي مساحة معقودة على بنية جمالية مركبة يمررها المتلقي في أكثر من قناة تواصلية يمارس فيها تفكيكه للخطاب وإنتاج دلالاته الإشهارية في الدعوة إلى الانخراط في رأي الجمهور والقول به، فالأساس الذي اعتمد عليه الخطاب هو اتفاق المجموع وليس

(1) ينظر: سلطان البدايات - بحث في السلطة، ميريام ريفولت دالون، ترجمة: سايد مطر: 49، وينظر: مقالة في العبودية

المختارة، أيتيان دي لأبوييه، ترجمة: مصطفى صفوان: 39-61.

(2) مجمع الأمثال: 60/1.

حكمة الرأي، وهو ما يشكّل باعثاً على اشتغال الخطاب على إشهارية السلطة بوصفها حمولة اجتماعية في تحقيق التأثير في المتلقي وإنفعالاته.

ونجد استحضر السلطة الاجتماعية بصورها المؤسسية في المثل الآتي: ((أَجْهَلُ مَنْ قَاضِي جُبَلٍ))⁽¹⁾، ويُضرب لمن يسيء استعمال السلطة، إذ نجد الحمولة الاجتماعية في المثل قائمة على توظيف دلالة استعمال السلطة في ممارسة الفعل الاجتماعي، فالقضاء بوصفه سلطة يمكنها التأثير في الواقع الاجتماعي للمجتمع، وعلى من يستلم دكة القضاء أن يكون عادلاً، لكننا نجد ان سياق المثل يوجّه المتلقي إلى خطورة الإساءة في استعمال السلطة، بما للمثل من قوة إشهارية تتخذ من الحمولة الاجتماعية إرسالية لها، عبر التركيز على ما يتعارض مع وعي المتلقي في النظر إلى وظيفة القضاء، والتجربة التي يصدرها المثل بواسطة سياقه وإضاعة قصته، ويمكن للمتلقي ان يقف على إنتاج دلالة المثل من دون ان يخرج من دائرة نسق السلطة، فإما أن يكون القاضي جاهلاً فعلاً، أو انه يتظاهر بالجهالة، وفي الحالتين كليهما فانه يسيء استعمال السلطة بالشكل الذي لا يأمن من وقوع الضرر على المجتمع. ويكشف توظيف هذا النسق في المثل عن جهل أكبر في تنصيب هذا النوع من القضاء على دكة القضاء، وتسليطهم على رقاب الناس، إذ لا يقف التوظيف السيء للسلطة عند حكم القاضي، بل يتعداه إلى السلطة التي مكّنته من تولي القضاء وهو على هذه الحالة، ومن ثم فالإرسالية الإشهارية للمثل هنا توسع من دائرة اشتغالها على المتلقي، ومحاصرته إلى الحد الذي يستوعب التجربة ومصاديقها في الواقع، وهو ما يجعل من الممارسة الإشهارية كاملةً في تحقق متطلباتها وتأثيراتها على المستهلكين، ودفعهم لأخذ دورهم في إنتاج دلالة المثل. وترصد الحمولة الاجتماعية للأمثال التوظيف السيء لاستعمال السلطة عبر تصديرها في سياقاتها، وتسويقها كإرساليات إشهارية يمكنها زيادة التأثير في المتلقي باتجاه دفعه إلى إعادة

(1) المصدر نفسه: 190/1.

إنتاج هذه الإرسالية، وتوسيع انتشارها وتوظيفها في أجراءاتها على التجارب المماثلة لتجربة المثل، ومنها المثل الآتي: ((جَزَاءُ سِنَمَارٍ))⁽¹⁾، ويُضرب لمن يجازي الاحسان بالسوء، تختزل بنية المثل النصية دلالاته بتوظيف بنية الحذف، والتركيز على الجملة الاسمية المكتنزة بالاحالة إلى المحذوف (جزاؤه)، وهو ما يدعو المتلقي إلى البحث عن الجزء المختبئ وراء هذه الصيغة الجمالية، وينتج عن هذا البحث ربط المثل بدلالات تجربته، ومن هنا ينطلق المثل في ممارسة فعل الإستحواذ على إنفعال المتلقي، وتوسيع دائرة التأثير عبر إرضاء فضوله بتسويق الجملة على شكل خبري، فضلاً عن الإرتكاز على شخصية (سنمار) وتحويلها من شخصية صنعت الحدث إلى شخصية إشهارية يمكنها اغراء المتلقي بالبحث عن قصته التي تتضح فيها معالم توظيف نسق السلطة في الحكم عليه، وتحديد مصيره بناءً على ما تراه هذه السلطة القاهرة، ورغبتها بالتفرد بالحدث من دون أن يكون لما صنعه (سنمار) نسخة أخرى تسرق مجد هذا الفعل.

إنَّ الخطاب الإشهاري في الأمثال يرتكز على إشهارية نسق السلطة وما لها من تأثير على المتلقي بوصفها حمولة اجتماعية يمكنها ان تحقق في صور مختلفة ومتنوعة، بوساطة تنوع الأساليب اللغوية التي ترتكز على تحويل المدلول إلى إرسالية إشهارية تفعل فعلها في المتلقي وإثارة إنفعالاته، والإستحواذ على تفكيره في اكتشاف مجاهل هذه الارساليات بدلالاتها المكتنفة، وبنياتها الإقناعية.

ونجد في جانب آخر من خطاب الأمثال توظيف للطبقية السلطوية التي انتجتها القيم الاجتماعية السائدة، التي صنفت المجتمع العربي إلى طبقتين: النبلاء والعبيد، ويتجلى هذا في المثل الآتي: ((اسْتَعْنُ عَبْدِي فَاسْتَعَانَ عَبْدِي عَبْدَهُ))⁽²⁾، ويُضرب لمن لا يعتمد على الكفو، وتبرز فيه ملامح السلطة التي تشكّل بنية أساسية في سياق المثل، عبر الاعتماد على

(1) مجمع الأمثال: 127/1.

(2) مجمع الأمثال: 32/2.

لفظة (عبد) التي توحى بوجود سلطة أعلى تصدر عنها الأوامر ليقوم هذا العبد بتنفيذها، فضلاً عن رغبة هذا العبد بتمثيل دور السلطة عبر اسناد الأمر إلى عبد آخر، بالشكل الذي تبرز هرمية السلطة وتعدد صورها وملامحها، ورغبة الفرد في ممارستها على الآخر، ويشي السياق بالدلالة المترابطة غير المنتهية تبعاً لهذه الهرمية عبر تمظهرها في سلسلة من الشخوص التي تسعى إلى امتلاك السلطة وتسويقها على إنها نسق قار في البنية الفكرية، ومن هنا تأتي إشهارية الخطاب وإقناعيته التي تصنع من المتلقي مستهلكاً للخطاب، ومنتجاً لدلالاته التي تركز على التكرار في تحقيق هذا التأثير التسويقي، مرة بتكرار الفعل (استعان)، ومرة بتكرار الفاعل/ المقهور (العبد).

وقد يميل خطاب الأمثال في إبراز نسق السلطة في سياقه عبر تصوير التجربة المقهورة، وبتّ نسق السلطة المضمّر في علاقة المقارنة التي يخلقها هذا التوظيف كوصلة إشهارية وتسويقها إلى المتلقي ليكون في دائرة اشتغالها الدلالي، ويتجلى هذا في المثل الآتي: ((نَبْلُ الْعَبْدِ أَكْثَرُهَا الْمَرَامِي))⁽¹⁾، يُضرب في قصر الهمة، ونجد ان بنية المثل تقوم على توظيف نسق السلطة في النظر إلى قيمة الإنسان عبر استعمال لفظة (العبد)، بمقابل (الحر)، فالعبد صورة من صور الإنسان المقيّد المحكوم بسلب الإرادة، من لا ترتقي مطامحه إلى التخلص من هذه القيود، في حين ان الصورة المقابلة المخبّأة في سياق المثل تقوم على مطامح الإنسان الحرّ، وتبرز هذه المقارنة عبر اضاءة نص المثل بقصته التي تتعرض لنوع السهام وتتوّعها ما بين سهام الصيد والسهام التي تستعملها الرعاة في حماية ما يرعاه، وبالنفاذ إلى البنية العميقة للمثل، نجد انه يمثل إرسالية إشهارية تتخذ من نسق السلطة اداة تسويقية لدالاتها، إذ يحيل المثل المتلقي إلى ارتباط العبيد بالوقوع تحت السلطة القاهرة السالبة للإرادة.

3- صورة الاخلاق

تمثل الاخلاق مظهراً من المظاهر الاجتماعية، ونسقاً من انساقها، فهي بوصفها ((جملة قواعد السلوك المقبولة لدى جماعة من الناس في عصر معين وفي حضارة معينة))⁽¹⁾، ومنه يتجلى ان هذه القواعد هي مما يتعارف المجتمع، ويتفق على مقبوليتها، ونجد ان لكل مجتمع معايير الأخلاقية التي تحدد ثقافته وبنية تفكيره لأنها قيم تتمظهر في السلوك الذاتي المنصهر في بودقة الجماعة، حتى صارت تعبّر عن طموحهم ومشاعرهم وقضاياهم وبكل ما يفكرون ويفخرون به⁽²⁾، ومن ثم يُعدّ الخروج عنها خروجاً عنه، لأنها حاكمة لسلوك التعامل بين افراده، لأنها متصلة بالعلاقات الإنسانية التي تحكم المجتمع في ميادين الحياة كافة، فصارت ضرورة من ضرورياته التي لا يمكن لأي مجتمع الخروج عن حدودها لأنها تسهم في تعميق روابط المجتمع، وتقوية اركانه.

ومن هنا فقد اهتم العرب بالأخلاق في تفكيرهم الإنساني، أسهمت في بناء شخصية الإنسان العربي، حتى جعلوا منها معياراً للتمييز بين افراد المجتمع⁽³⁾، لاسيما بعد مجيء الإسلام الذي عمّق من مكانة الاخلاق، ومنحها بُعداً قدسياً في المفاضلة بين الإنسان المؤمن وغيره، لان ميدانها البحث عن معاني الخير والشرّ، وهي قيم أكد عليها الإسلام، وبين ما يجب ان تكون عليه العلاقة بين افراده على مستوى السلوك والعمل⁽⁴⁾.

(1) الأخلاق والدين بين فلسفة الانغلاق والانفتاح (دراسة في كتاب منبعا الاخلاق والدين للفيلسوف الفرنسي هنري بيرجسون): أكرم مطلق محمد: 74.

(2) ينظر: القيم في الاسلام بين الذاتية والموضوعية، صلاح الدين بسيوني رسلان: 37-40.

(3) ينظر: المعيار الأخلاقي في نقد الشعر العربي من القرن الثالث حتى نهاية القرن السابع الهجري، ثابت عباس حمود: 19.

(4) ينظر: كتاب الأخلاق، أحمد أمين: 12، وروح الدين الإسلامي، عرض وتحليل لأصول الإسلام وآدابه واحكامه تحت ضوء العلم والفلسفة، عفيف عبد الفتاح طيارة: 203.

وقد رصد دارسو الادب العلاقة بين الاخلاق والادب بوصفه ((تجربة إنسانية يرصدها الأديب بأبعاد محددة، وبشكل وأسلوب فنيين يؤديان وظيفة التعبير عن القضايا البشرية الخاصة والعامة))⁽¹⁾، ومن هنا تتحدد وظيفة الادب عبر علاقته بالبنية الأخلاقية للمجتمع، فالنزوع الأخلاقي للأديب يجب ان يسهم في تشكيل منجزه الإبداعي لما له من قدرة في التأثير في المتلقي وتوجيهه إلى رسالة الأديب، بمقابل الادب الذي يخلو من مرتكزاته الأخلاقية، لان القيمة الجمالية للأدب لا تخرج عن دائرة اثره في المجتمع⁽²⁾.

وقد استحضر خطاب الأمثال الحمولة الأخلاقية بوصفها نسقاً اجتماعياً، ونجد في طيّات خطابه الإشهاري ارساليات استحوذت على اهتمام المتلقي وإنفعاله الوجداني، فنجد ان هذا الخطاب اتخذ من الاخلاق الفاضلة عتبات إشهارية يسوّقها إلى المتلقي في ارسالياته، ومنها المثل الآتي: ((خَيْرُ الْغِنَى الْقُنُوعُ، وَشَرُّ الْفَقْرِ الْخُضُوعُ))⁽³⁾، يتجلى في المثل نسق الاخلاق بصورتها الفاضلة، ويرتكز على ثيمات اجتماعية (القناعة، الخضوع) لتكون وصلة إشهارية يسوّقها المثل إلى المتلقي في سياق يعتمد على توظيف اسم التفضيل عتبة انطلاق أولى (خير، شر) وهي ثنائية تستوقف المتلقي لمعرفة الجزء الآخر للتعبير في المثل، وهو ما يصدره المثل ترغيباً وترهيباً، فالترغيب يتجلى في جعل القناعة خير من غيرها، في حين يجعل الخضوع شراً من غيرها على سبيل التحذير والترهيب، ويكشف المثل في طيّاته الدلالية عن المقارنة بين هذين الملمحين الاخلاقيين، فالتحلي بالقناعة يجعل الإنسان ممتلكاً لاراداته، قابضاً على حريته من غير ان تكون هناك سلطة قاهرة عليه، اما على الجانب الآخر، نجد الفقر سبيلاً لاستلاب الإرادة، والوقوع تحت سلطة الآخر.

(1) الأدب الجاهلي-محاضرات في قضايا وفنونه، محسن علي عربي: 9.

(2) ينظر: النقد العربي القديم- نصوص في الاتجاه الإسلامي والخطي، وليد القصاب: 19.

(3) مجمع الأمثال: 244/1.

إنَّ البعد الإشهاري لهذه الثيمات الأخلاقية تجعل من سياق المثل سياقاً إنتاجياً يرسخ قيمة الاخلاق الفاضلة ويحدّر عن الانزواء تحت تأثير المطمع الشخصي التي تشعر الإنسان بالخوف على حياته، وسعيه إلى تأمين احتياجاته، ولهذا فالمتلقي يقع في دائرة اشتغال هذا الخطاب عبر هذه الوصلات الإشهارية التي يقدّمها سياق المثل.

ونجد إنَّ خطاب الأمثال يركز على هذه الحمولة الاجتماعية في تحقيق وظيفته الإشهارية، وتعميق آليات اشتغاله على المتلقي، ونجد هذا التوظيف في المثل الآتي: ((صَبْرًا وَإِنْ كَانَ قَتْرًا))⁽¹⁾، يُضرب عند الشدائد والمشاق، يركز الخطاب الإشهاري في المثل على توظيف قيمة الصبر بوصفها قيمة أخلاقية يمكن للمتحملي بها مواجهة المشكلات الحياتية التي تواجهه، ونجد في السياق التعبيري للمثل استناده على توظيف المصدر النائب عن فعل الامر لإنتاج دلالة فعل الامر، وهو ما يجعل المتلقي فاعلاً في التوظيف بوصفه مستهلكاً للخطاب، ويكشف المثل عن اثر الصبر في تمكين الإنسان على تخطي الشدة في العيش، ذلك لما للفقر من تأثير على حياة الإنسان، وخطورة على سلوكه ومسار حياته، ومن هنا تأتي الوصلة الإشهاري(صبراً) لتوفير جوّ من الاطمئنان النفسي عبر تسويق المثل لقيمة الصبر سلاحاً رادعاً للانحدار فيما تفرضه الحاجة، ويقع هذا التأثير في سياق الارتقاء بالنفس ومنعها من الانخراط في متهات الخضوع للحاجة التي تُفقد المتلقي بوصلة المسار الأخلاقي، وهو ما يحقق إشهارية المثل وقدرته الإقناعية في إثارة إنفعال المتلقي وتوجيه اهتمامه إلى استحضر دلالة المثل في سلوكه.

وفي مثل آخر يتجلى فيه النسق الاجتماعي للأخلاق، وتسويقها إلى المتلقي إرتكازاً على هذا الأساس، لان الاخلاق ضرورة اجتماعية، ومن هنا يجد الخطاب الإشهاري في الأمثال في هذا النسق إمكانية التسويق والتصدير، والتأثير في المتلقي، ونجد هذا في المثل الآتي:

(1) مجمع الأمثال: 403/1.

((لَيْسَ لِلْحَاسِدِ إِلَّا مَا حَسَدَ))⁽¹⁾، ويُضرب لمن يحق به سوء عمله، يركز خطاب المثل على البنية اللغوية في تسويق دلالاته القائمة على توظيف النسق الأخلاقي، واتخاذ آية من آيات اشتغاله، فالمثل ارتكز على أسلوب القصر بجملته المركبة من أسلوب النفي والاستثناء، وهي آيات لغوية يمكنها وضع المتلقي في دائرة اشتغال الخطاب الإشهاري لمعرفة البنى المخفية، والنفوذ إلى هيكلتها وإعادة إنتاج دلالاته، بالشكل الذي يصبح اقرب إلى عملية تسويقية يمكنها التأثير في المتلقي بوصفه مستهلكاً للخطاب، فالخطاب الإشهاري هنا يمثل جسراً ممتداً بين دلالة المثل والمتلقي، يسهم في دفعه إلى تمثل التحذير ونبذ الحسد بوصفه قيمة أخلاقية سلبية.

وفي قولهم ((يَا طَبِيبُ طَبِّ لِنَفْسِكَ))⁽²⁾، ويُضرب لمن يدعي ما لا فيه، يقوم الخطاب هنا على توظيف النسق الأخلاقي في الابتعاد عن هذه الثيمة الأخلاقية السلبية، التي تجعل من صاحبها مدار حديث الآخرين، ويسوق خطاب المثل هنا هذه الدلالة باستثمار البنية اللغوية في إنتاج هذه الدلالة عبر المجانسة بين صيغ لفظة (طبيب)، والاستناد إلى النداء بوصفه بنية حوارية تجعل دلالة المثل دلالة ممتدة بحسب التجربة المعاشة، وهو ما يتركز عليه المثل في تسويقه خطابه بتوظيف التأثير الي يُحدثه النسق الأخلاقي على المتلقي، ودفعه إلى تمثل دلالاته، والركون إلى إعادة إنتاجه، ضمن دائرة اشتغاله في بيان هذا النسق وتأثيره على المجتمع في التحذير من هذه الصفة الاخلاقية.

لقد ارتكز الخطاب الإشهاري في الأمثال على توظيف النسق الأخلاقي بوصفه نسقاً اجتماعياً يمس حياة المجتمع، وقد تنوع هذا التعاطي في ابراز النسق الأخلاقي بين صورته الإيجابية والسلبية، وقد وظّف لإنتاج هذا الخطاب البنية اللغوية واستثمار تأثيرها في الترغيب

(1) المصدر نفسه: 201/2.

(2) مجمع الأمثال: 411/2.

والتحذير، سعيًا إلى تحقيق أوسع مدى للتأثير في المتلقي وإثارة إنفعالاته باتجاه إنتاج دلالة هذا الخطاب.

المبحث الثالث

النسق الثقافي الساخر

تُعَدُّ السخرية أسلوباً من أساليب الكلام العربي، يحاول بها المتكلم أَيْصال دلالاته إلى المتلقي عبر عكس المقصود، أي إنها تقدّم دلالة مغايرة لما يمكن أن يحمله السياق اللغوي⁽¹⁾، وهي بهذا تقوم على توظيف التضاد في بنيتها الدلالية لأنها ترتبط بعناصر خارجة عن الأداء اللفظي، ومرتبطة بنوايا المرسل في إثارة المتلقي عبر شحن رسالته بآليات الإثارة والتشويق، وبهذا تصبح أداة للتشكيك بكلّ ما يقرّ في ذهن المتلقي من فهم للرسالة⁽²⁾، ولهذا فإن هذا الأسلوب من الأساليب الصعبة لما تتضمنه من تلاعب بالقضايا التي تتمّ معالجتها بهذا الأسلوب ما بين التضخيم أو التصغير على وفق معيارية فنية تتضمن تقديم النقد اللاذع في جوّ من الفكاهة والمتعة⁽³⁾، وهذا جزء من القدرة الإشهارية لهذا الأسلوب الذي يوفر إمكانية تسويق الخطاب الأدبي ((بغطاء جمالي يضفي طابع النشوة والحلم على المنتج وهذا كفيل بتوسيع رقعة انتشاره، وله فاعلية في جعل المنتج يترك أثراً في المتلقي، وربما يغيّر حتى رؤياه

(1) ينظر: معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب، مجدي وهبه، وكامل المهندس: 198.

(2) ينظر: الإستعارة في محطات يونانية وعربية وغربية، محمد الولي: 148.

(3) ينظر: الادب الساخر انواعه وتطوره مدى العصور الماضية، شمسي واقف زاده (بحث): 102.

إلى العالم أو يعيد طريقة تمثيله في ذهنه⁽¹⁾، فالتوظيف الإشهاري للسخرية لا يقف عند فضاءات الترويح والفكاهة، إنما يتعداه إلى البنى الدلالية القائمة على ((إبراز الحقائق المتناقضة والأفكار السلبية في صورة تغري بمقاومتها، والرد عليها وإيقاف مفعولها من غير أن تلجأ إلى الهجوم المباشر أو يبدو في موقف يكون هدفاً للانتقام⁽²⁾، ومن ثمّ فهي توفر مساحة كافية للمرسل على التعبير عمّا يجول بخاطره عن رؤاه وأفكاره.

تتجلى آليات السخرية في الخطاب في كونها تناقضاً بين المفترض والمعطى، فالمفترض القائم على الأطر الفكرية والثقافية الراسخة في الذهن عبر الأنماط السلوكية المتوارثة والمتداولة التي شكّلت الوعي الجمعي بنسب متفاوتة عبر التجارب الذاتية أو الاطلاع المباشر أو غير المباشر على تجارب الغير، في حين يمثل المعطى ما يتعارض مع هذه المسلمات أو القبلات من دون أن يكون هناك مساس بالبنية الأساسية للنسيج الاجتماعي أو جوهر العلاقات البشرية، ولهذا تفعل السخرية فعل السحر بالتعاطي مع هذه الثوابت التي يمثل ضربها هزاً للمفاهيم السائدة⁽³⁾، لتتحوّل السخرية إلى ((الهزء بشيء لا ينسجم مع القناعة العقلية، ولا يستقيم مع المفاهيم المنتظمة في عرف الفرد أو الجماعة، ففي كل انقطاع عن المؤلف شيء ما يثير الضحك⁽⁴⁾، فينفذ المرسل عبر هذا الباب إلى غايته في التأثير في المتلقي.

ويجد المشهّر في السخرية انفتاحاً على عوالم أخرى من الدلالة الأيحائية التي تمنح الخطاب ابعاداً إقناعية تركز على اشعار المتلقي بلذة الاكتشاف وتتجاوز فعل الاستهلاك⁽⁵⁾ عبر ربط المنتج بغايات أخرى تتمظهر في تحوّلها إلى مكوّن من مكونات الوعي الجمعي في ارشاده

(1) المضمّرات الإشهارية في الرواية العراقية حقبة ما بعد الانفتاح، علي جواد عبادة: 119.

(2) السخرية في ادب المازني، حامد عبده الهوال: 35.

(3) ينظر: في اسلوبية الخطاب الساخر، تحليل البلاء انموذجاً، محمد ناصر العجمي (بحث): 11.

(4) زمن الشعر، ادونيس: 28.

(5) ينظر: الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة، سعيد بنكراد: 96.

إلى مكامن الخلل في السلوك الاجتماعي، وهو ما يعمل على تجديد النشاط النفسي ونظرة المجتمع إلى سلوكياته وتصحيحها⁽¹⁾، ومن هنا يتضح ان للسخرية تأثير كبير ليس على الفرد فحسب، إنما يتعداه إلى التأثير في المجتمع وهو ما يتقصده الخطاب الإشهاري في فعله التسويقي.

ولما كان خطاب الأمثال خطاباً موجهاً إلى المتلقي، فإن إشهارية هذا الخطاب تحرص على ان تكون من السخرية سلطة مستحوذة على المتلقي عبر آليات تسويقها القائمة على محاكمة المفاهيم السائد أو ما يعرف بالسخرية القيمية، والسخرية الاسلوبية التي تقوم على بنيات لغوية وبيانية كوسائل لتصديرها إلى المتلقي.

1- القلب الدلالي

وتمثل مظهراً من مظاهر السخرية في الادب، حين لا يجد المرسل بداً من تسوق فكرته المعارضة للسلوكيات المجتمعية التي يرى فيها انحرافاً عن السلوك القويم، فيسعى المُشهر إلى تأثيث فضاء الخطاب الذي تتحرك فيه القيم الاجتماعية بطابع ساخر يقوم على تسويق الجوانب السلبية لهذه القيم⁽²⁾، والسخرية بوصفها اسلوباً يقوم على التهكم والهزاء والتعريض⁽³⁾، فإنها تخفي وراءها رفضاً للأمر المسخور منه، ويتضح موقف الساخر في هذا الرفض عبر طرحه بهذا الأسلوب، وهذا يمنح السياق تأدية دلالات متعددة يمكن للمتلقي فهمها، فضلاً عن قدرتها على النقد والتصحيح، وتوجيه اهتمام المتلقي إليها، ومن هذه الأمثال التي وظف السخرية في سياقها الدلالي قولهم: ((بَشْرُ مَالِ الشَّحِيحِ بِحَادِثٍ أَوْ وَارِثٍ))⁽⁴⁾، يتمثل في توظيف السخرية في خطاب المثل في نقده لصفة البخل، وترتكز السخرية في الفعل (بشّر)

(1) ينظر: السخرية في ادب المازني، حامد عبده الهوال: 35.

(2) المضممرات الإشهارية في الرواية العراقية حقبة ما بعد الانفتاح، علي جواد عبادة: 122.

(3) الادب الساخر، نبيل راغب: 13.

(4) مجمع الأمثال: 120 / 1.

المسند إلى (مال الشحيح)، والمعلوم ان ضياع المال بالحوادث والارث هي في الحقيقة ليست بشرى للشحيح، فالخطاب يسوق هذا الفعل على انه فعل سلبي من جهة الشحيح، في حين نجد معناه أيجابياً في وصول الأموال إلى الآخرين وعد حبسه في يدٍ شحيحة، أي انه يُخرجها من دلالتها المتوافق عليها إلى دلالة أخرى متضادة بناءً على غاية انتقادية لصفة ذميمة، في حين يجعل من دلالتها (الحادث، الوارث) مرتكزاً تعبيرياً في تسويقه إلى المخاطب عبر إضفاء دلالة أخرى موازية مخبأة هي دلالة السخرية والنقد، فالخطاب عبر هذه توظيف السخرية عبر قنوات متعددة إنما يحرص على تشييد الإستحواذ المرغوب على المتلقي عبر بثّ الإرسالية الإشهارية في فضاء من التهكم والنقد وهو ما يقوده إلى ممارسة الإقناع السري لتحقيق مدى تأثير اكبر في المتلقي.

وعلى المنوال ذاته، يجعل خطاب الأمثال من السخرية منفذاً لتحقيق إشهاريته عبر توظيف دلالة الألفاظ عبر بنية التضاد القائمة على نقد الممارسات السلوكية للمجتمع، ويتجلى هذا في قولهم: ((تُبَشِّرُنِي بِغُلَامٍ أَعْيَا أَبُوهَ))⁽¹⁾، يعتمد الخطاب في إثارة إنفعال متلقيه على إنتاج دلالات أخرى متضادة مع الدلالات القائمة في ذهن المتلقي، فالرسالة تقوم على انتهاك المعجم المعرفي للألفاظ على المستوى الثقافي للمتلقي والاستعمالي للغة، فالفعل (تبشّرني) يمثل صدمة دلالية للمتلقي، فهو فعل دال على الخير، لكن الخطاب ينحرف بدلالته إلى المعنى المقابل وهو الشرّ، فالبشرى بالغلام لا يمثل فرحاً سروراً لأنه ينحدر من رجل يعقّ أباه، وبهذا لا يجد المتلقي سبباً لهذه البشرى الا في حدود السخرية والانتقاد لصفة العقوق التي يمثلها الاب، وتجد امتدادها في الابن، وتتمثل السخرية في قلب دلالة الفعل (تبشّرني) من هدم الدلالة القارة في ذهن المتلقي على الخير إلى منح الفعل دلالة أخرى تتمثل في دلالة الشرّ، ومن هنا ينفذ الخطاب عبر هذه الثيمة الدلالية والاجرائية إلى تغذية ارساليته الإشهارية بعناصر الاغراء

(1) مجمع الأمثال: 132/1.

والترويح التي تجعل من المتلقي منطقة اشتغالها الإقناعية والتأثيرية بوصفه مستهلكاً، وإثارة إنفعاله واهتمامه إلى هذه الدلالات السلوكية غير الصحيحة.

ومن السلوكيات التي سخر منها خطاب الأمثال وسوّقها تسويقاً إشهارياً قولهم: ((تَجَشَّأْ لَقْمَانُ مِنْ غَيْرِ شَبَعٍ))⁽¹⁾، ويُضرب لمن يدّعي ما لا يملك، يكمن توظيف السخرية في الخطاب في النيل من هذا السلوك الذي يتلاعب بالسامع، ويخفي حقيقة الأمر، ويوظف له بناء لغوياً يقوم على رسم الصورة الساخرة عبر عقد مقارنة بين الفعل (تجشأ) وهو فعل مذموم خارج عن اللياقة الأدبية، وبين ادعاء الفعل، فالخطاب يخلق مساراً مراوفاً بينه وبين المتلقي، إذ يأخذه في مساحة دلالية بعيدة عن الدلالة المقصودة ويترك له إمكانية الاكتشاف التي تغذي شعوره باللذة والفتح، في حين يُخبئ محاولة اغرائه بالبحث عن الرابط المشترك بين الخطاب في سياقه اللغوي وبين الدلالة المقصودة في إثارة السخرية والنقد، لاسيما إذا اخذنا بنظر الاعتبار اختياره للشخصية التي تقوم بهذا الفعل (لقمان) وهي شخصية هيمن عليها الارتباط بالحكمة، فتتضح قيمة المراوغة التي تجعل من الخطاب خطاباً مشقراً يستحوذ على المتلقي من أجل فكّ شفرته، وفي بنية ثالثة تأتي الجملة المنفية بالنفي الاسمي (غير) لتكون عتبة مضادة لما تقدّم في صدر الخطاب، وهنا يجد المتلقي نفسه محاصراً بهذه الثيمات الحركية الثلاثة التي تجعله منه مستهلكاً قسرياً له، وباحثاً في طيّاته عمّا يرضي فضوله في الكشف عن الدلالات المعلّبة فيه.

ويتجلى توظيف السخرية في إضفاء جوّ من الاغراء والتشويق وإثارة فضول المتلقي بهدف احداث تأثير إقناعي أكبر فيه، قولهم: ((لَا أَبُوكَ نُشِرَ وَلَا التُّرَابُ نَفَدٌ))⁽²⁾، ويُضرب في طلب ما يُدرك، يركز الخطاب الإشهاري في هذا المثل على احداث الفجوة بين دلالة السياق اللغوي

(1) المصدر نفسه: 125/1.

(2) مجمع الأمثال: 218/2.

والدلالة المقصودة، والتركيز على المتلقي في البحث عما يردم تلك الفجوة بالوصول إلى ما يخبأه الخطاب، فالفضول الذي يكبر في ذهن المتلقي في فهم هذه الإرسالية يدفعه إلى الدخول في هذه السخرية وتفكيكها لاكتشاف العلاقة بينها وبين السياق من جهة، والعلاقة بينها وبين الدلالة المقصودة من جهة أخرى، وتتمثل السخرية في المثل في المغايرة بين الفعل وردّ الفعل، فمقتل الاب وطلب الثأر لا يمكن أن يكون بنثر التراب على الرؤوس، وهنا يُبرز الخطاب عجز ولي الدم في المطالبة بدم والده المقتول، وتضيء قصة المثل الطريق للوصول إلى فهم كامل للإرسالية، ومن هنا تهيج السخرية جواً من الإثارة والإنفعال عبر إبراز الغرابة في السلوك، ويحرص الخطاب في تسويقه لهذه الغرابة في سياق مراوغ، يتلاعب عبره بالمتلقي فيمنحه جزاءً دلاليًا، ويخفي عنه شيئاً آخر بهدف إثارة فضوله واغرائه بالبحث عنه في سياق المثل، ومن هنا تحقق الإرسالية الإشهارية فاعليتها في الإستحواذ على اهتمام المتلقي ودفعه إلى تفكيك شفرته الدلالية.

وفي خطاب آخر، يسعى المُشهر إلى بثّ ارساليته عبر إرتكازه على توظيف السخرية إطاراً مرجعياً له من أجل ادهاش المتلقي وإثارة إنفعاله في البحث عن الرسالة ومحتواها، ويتجلى هذا في قوله: ((أَوْسَعْتُهُمْ سَبًّا وَأَوْدُوا بِالْإِبْلِ))⁽¹⁾، ويضرب لمن فعله الكلام، وتبرز السخرية من هذا السلوك الذي يقدّم دلالة الجبن والمغايرة في الفعل ورد الفعل، عبر توظيف ثنائية الكلام/الفعل، إذ يخلق الخطاب بنية تضادية بين الفعل(أودوا) الدال على الحركة المنتجة، بمقابل ردّ الفعل(أوسعتهم) الدال على الحركة غير المنتجة.

ويرتكز المُشهر على هذه الثيمة في تسويق ارساليته، فالمغايرة التي تعتمد عليها السخرية في التفاوت بين الفعل وردّ الفعل هي التي تخلق أرضية تسويقية مؤثرة في المتلقي، وعبر تفكيك بنية الخطاب، فانه يسوّق لصورتين تقومان على حالة الاعتداء على ملك الغير، وهي صورة

(1) مجمع الأمثال: 363/2.

لا يقبلها الحلق أو المنطق، في حين تقوم الصورة الثاني على دلالة قلة الحيلة والجبن في ردّ الاعتداء، وعلى هذا يوسع الخطاب من مساحة تأثيره على المتلقي.

ويسلط خطاب الأمثال الضوء على السلوكيات المشوّهة داخل المجتمع، فيرصّد ويصدّرها إلى المتلقي بصورة ساخرة، ومنها قولهم: ((يَذْهَبُ مِنْ قَارُورَةٍ فَارِغَةٍ))⁽¹⁾، ويُضرب لمن يعد ولا يفي بوعده، وتبرز السخرية في توظيف اللفظ (فارغة) التي تؤدي معنى السخرية بتغيّرها مع صدر المثل الذي يمنح المتلقي دلالة معقولة ومنطقية بوقوع الفعل، لكن السياق يخفي هذا دور السخرية في أحداث المفاجأة إلى آخر المثل فيصدم المتلقي بكون هذا الفعل ناشئ عن فراغ، وهو ما يحيل المتلقي إلى دلالة اخلاف الوعد وعدم أيفائه، فالخطاب الإشهاري في المثل يركز على فكرة الأيهام في تصدير غايته التأثيرية والإقناعية، فيمارس تلاعباً في المتلقي ويوجهه إلى حيث يريد منه من دون ان يترك له مخرجاً من سلطته، فيحقق بهذا إستحواده على إنفعال المتلقي واهتمامه في استلهاً دلالة الخطاب.

إنّ الخطاب الإشهارية في الأمثال قد يوظف السخرية واستثمر دورها الفاعل في إثارة المتلقي وتحفيزه على التماهي مع الدلالة التي يريدها المُشهرّ، وقد وجد فيها إمكانية أحداث الصدمة والمفاجأة والتلاعب في المتلقي، والبقاء تحت سلطة هذا الخطاب في توجيه انتباهه إلى هذه السلوكيات التي رآها المُشهرّ سلوكيات سلبية ينبغي تغييرها، وقد قامت رؤية المُشهرّ على رصدّها وتعليقها بأسلوب ساخر وتصديرها إلى المتلقي من أجل التأثير فيه وممارسة الإقناع السري الذي يجعل منه متحفّزاً لاستقبال الإرسالية الإشهارية.

2- سخرية التساؤل

يمثل التساؤل آلية من آليات إنتاج السخرية في خطاب الأمثال، فضلاً عن كونه يختزن فاعلية إشهارية بقدرته على السيطرة على ذهن المتلقي وتوجيه الخطاب بالاتجاه الذي يريده

(1) المصدر نفسه: 472/2.

المُرسل⁽¹⁾، وقد وجد سقراط في إثارة التساؤل منفذاً للتأثير في مخاطبيه، فاتخذه طريقة للتهكم عبر إثارة الشكوك في نفسه، والتلاعب به عبر إخفاء المعرفة بالأجوبة⁽²⁾، إلا إنها تكشف عن رغبة الخطاب في اظهار معنى كامن أو مخفي في بنيته العميقة، فيتشكل الدافع في ممارسة صانع السخرية سخريته، بل وتحويلها إلى سخرية هادفة⁽³⁾، يمكنها التأثير في المتلقي وتحقيق غاية الخطاب الإشهاري.

فيما يعرف بتجاهل العارف وهو ((إخراج ما يعرف صحته مخرج ما يشك فيه ليزيد بذلك تأكيداً))⁽⁴⁾، فالمُشهر في هذه الآلية يمارس تقنية المراوغة بطريقة ناعمة⁽⁵⁾، يرتكز على هذه الثيمة الدلالية التي تؤديها سخرية التساؤل في إثارة اهتمام المتلقي وممارسة تقنية الإقناع السري في التسلل إلى ذهنيته واشغالها بالبحث عن القصدية في الإرسالية الإشهارية التي تمثل جوهر الخطاب الإشهاري.

وقد استثمر خطاب الأمثال هذه التقنية بعفوية انطلاقاً من معرفة المُرسل بقدرتها على إضفاء جواً من الجمال والدهشة على السياق، والقدرة على الإقناع على المتلقي، ويتجلى هذا في قولهم: ((أَكْلًا وَذَمًّا))⁽⁶⁾، ويُضرب لمن يذم شيئاً قد ينتفع به، ويوظف الخطاب في المثل سخرية التساؤل لتصدير دلالاته إلى المتلقي، ويتعمد على حذف أداة الاستفهام (الهمزة)، فضلاً عن حذف الفعل (أكل، ذم)، وقد اسهم هذا الحذف في تكثيف بنية السياق، وتوسيع أحيائيته، فضلاً عن استثمار المصدر النائب عن المفعول المطلق في سياقه، وهو ما يمنح الخطاب

(1) ينظر: استراتيجيات الخطاب، ظافر الشهري: 352.

(2) ينظر: نظرية المفارقة، خالد سليمان: 66.

(3) ينظر: المفارقة في النقد الغربي والتراث العربي - دراسة مقارنة، الزهرة ختو (بحث): 258.

(4) الصناعتين، أبو هلال العسكري: 396.

(5) ينظر: موسوعة المصطلح النقدي، ترجمة: عبد الواحد لؤلؤة: 26.

(6) مجمع الأمثال: 29/1.

التأكيد، وهذا يمنحه قوة إقناعية أكبر على مستوى التأثير في المتلقي، إضافة إلى إرتكازه على بنية التضاد بين طرفي المثل، فالأكل يستوجب الشكر لكن السياق ينعطف عن هذا الشكر إلى بنية متضادة تتمثل في الذم، وهي بنية تعضد دلالة السخرية والتهكم التي وضع إطارها الاستفهام المحذوف في قدرته على تأدية صورة المعاني المتقابلة أو المتضادة.

وعلى هذا ارتكز المشهر في بثّ رسالته الإشهارية في اظهار دلالة عدم التسرع في ذمّ الأشياء، وقد أدرك المشهر إمكانية الاستفهام في ابراز دلالة السخرية من الفعل، فعمد إلى تعضيدها بالحذف في البنية اللغوية والتكثيف في بنائها، وهي آليات يمكنها احداث الدهشة لدى المتلقي في جوّ من التشويق والاغراء في الكشف عن قصدية الإرسالية الإشهارية.

وتبدو سخرية التساؤل ملمحاً واضحاً من ملامح الخطاب الإشهاري في الأمثال، لقدرته على احداث المخادعة والمراوغة في تصديره الدلالة المقصودة إلى المتلقي، ويتجلى هذا في قولهم: ((أَيْنَ بَيْتُكَ فَتَزَارِي))⁽¹⁾، ويُضرب لمن يبطل في الزيارة، فالمرسل يستثمر الاستفهام في تصدير السخرية على مساريين متوازيين، الأول: يتمثل في السخرية من الفعل (القطيعة) ونقده واطهاره بالصورة الساخرة، وهي توظيف خفي يتشكّل عبر المسار الثاني الذي يتمثل بالسخرية من الشخصية الهدف بكونها شخصية تقترب هذا الفعل، ولهذا يعمد الخطاب إلى التوظيف الخادع للاستفهام عن عنوان البيت بلحاظ قوله (فتزاري)، وهي تخبيء صورة مقابلة، يكشفها المتلقي عبر سياق الاستفهام، فعدم معرفة العنوان يحيل المتلقي إلى عدم معرفة الشخصية الهدف عنوان المرسل، وهي إحالة تكشف ابطاءها في الزيارة، ومن هنا يحاول المشهر عبر تقنية التساؤل غير الحقيقي المنزاح إلى أسلوب التهكم والسخرية من الفعل والشخصية إلى توظيفه في الإستحواذ على المتلقي وإثارة رغبته في ان يخوض مغامرة فهم الخطاب، وممارسته الإجرائية في الكشف عن دلالاته، وتجريب المتعة بالاستهلاك التي لا

(1) مجمع الأمثال: 77/1.

تضع حدّاً لرغبته فحسب، بل وأيهامه بإثبات الذات وتحقيق السعادة واللذة عبر الاستمتاع بممارسة اكتشاف الدلالة المقصودة ⁽¹⁾، واستثمار هذه الرغبة بغية محاصرتها، ودفعه إلى إعادة إنتاج الخطاب، بل وتسويقه أيضاً.

ويظهر في توظيف الاستفهام رغبة المُرسِل المِراوغ في تأسيس خطابه على السخرية إلى وضع الشخصية المستهدفة في مسرح الضوء عبر ظهور المُرسِل في دور الغافل فيطرح سؤالاً يقترب من الحقيقة تبعاً للدلالة المقصودة، ففي المثل الآتي: ((أَحْشَفًا وَسُوءَ كَيْلَةٍ)) ⁽²⁾، ويُضرب لمن يجمع بين صفتين مكروهتين، يمارس الخطاب السخرية عبر إثارة التساؤل، واستثمار قدرة الاستفهام في ((إثارة الدهشة الناجمة عن قطع رتبة التلقي المستكين، ورضوخ المتلقي لخمول وطأة استقبال التراكيب الجاهزة، ويمارس فعل المفاجأة الذي ينتهك جمود التوقع لتنشأ جدلية حيوية حركية بين المبدع ومتلقيه عبر تركيب السؤال، ذلك الذي يجعل المتلقي فاعلاً أصيلاً في التجربة الإبداعية مما تتضمنه جدلية لا تزول بين المبدع والمتلقي)) ⁽³⁾، فيستثمر المثل همزة الاستفهام وقدرتها على تأدية الدلالات المجازية، مشفوعاً بأسلوب العطف الذي يجعل من النص ممتداً ليشمل الحشف ⁽⁴⁾، وتطفيف كيّله.

فالسائل يعرف الإجابة مسبقاً، لكنه يمارس المِراوغة وخداع المتلقي عبر عدم التصريح بمراده وهو السخرية، إنما يريد إحالة المتلقي إلى دلالتها، فيترك له مجالاً لاكتشافها، فالانزياح الأسلوبي للاستفهام يمنح المُشهِر إمكانية تسويق خطابه القائم على رصد الصفات الشاذة التي

(1) ينظر: أثر الأفعال الكلامية في الخطاب الإشهاري-الإشهار الثابت المعروض في الجزائر - نموذجاً، فريدة معلم: 17.

(2) مجمع الأمثال: 207/1.

(3) اسلوبية السؤال - رؤية في التنظير البلاغي، عبده بلبع: 77.

(4) الحشف: أردأ التمر، وهو ما لم تتكون نواته، ويكون يابساً وصلباً، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 47/9.

يمكن اجتماعها في شخص ما، وتصديره إلى المتلقي وممارسة إقناعه السري في التحذير من التحلي بالصفات المماثلة.

ويعتمد خطاب الأمثال على توظيف سخرية التساؤل ليضع المتلقي امام في مواجهة عسيرة امام خطاب متشح بالسخرية، وهو ما يدعوه إلى تشييد المعنى، وتأثير علاقته بالمرسل للوقوف على قصديته، ويتجلى هذا في قولهم: ((مَتَى يَأْتِي غَوَاثُكَ مَنْ تُغِيثُ؟))⁽¹⁾، ويُضرب لمن يوعد بالغياث فيبطئ، يرتكز المثل على بنية الحوار التي يضيفها الاستفهام في السخرية من الفعل الذي يجب أن يكون على سرعة الإجابة، لكنه يقابل هذا الوجوب بالإبطاء، وهو ما يدعو المرسل إلى تكثيف أسلوب السخرية بوساطة التساؤل، ومن هنا ينطلق المشهر في بثّ ارساليته إلى المتلقي، وتسويق دلالتها بهدف إثارة إنفعاله وفضوله لان التساؤل هنا يظهر أكثر مما يضمن، فيبحث المتلقي عن هذا المضمّر الذي يريد الخطاب اخفاؤه، فيتحوّل المتلقي من مستقبل للإرسالية إلى مستهلك للخطاب، وعندئذٍ تتحقّق غاية الخطاب في الإستحواذ عليه.

وترتكز صفة البخل صفة قارّة في خطاب السخرية في الأمثال، فوظّف لها تساؤلاً ساخراً لينسج صورة متخيّلة إزاء صورة ذهنية أخرى، تقابلها وتتضاد معها، ويتجلى هذا في قولهم: ((هَلْ بِالرَّمْلِ أَوْشَالُ؟))⁽²⁾، يُضربُ عند قلة الخير أو في البخل، وتتجلى سخرية التساؤل في الإرسالية الإشهارية في السؤال عن النسبة بين (الرمل) و(اوشال)، وتصديرها إلى المتلقي يقوم على خرق المألوف الذي يتمثل في عدم احتفاظ الرمل بالماء، لكن خطاب المثل يعلّب هذه الصورة في سؤال تهكمي وساخر إلى المتلقي من أجل إثارة فضوله في الوقوف على الدلالة المخبّأة خلف هذه الصورة المسوّقة، فالخطاب يدفع المتلقي إلى البحث خلق هذا السياق عمّا

(1) مجمع الأمثال: 312/2.

(2) مجمع الأمثال: 383/2.

اخفاه عنه، مرتكزاً على اغرائه تاركاً المجال له للشعور بلذة الاكتشاف عبر ربط الدوال بمدلولاتها وقياس الصورة المألوفة ومقارنتها بالصورة المسوّقة إليه ليجد ان ثمة تساؤل مخادع يستثمره المشهّر في محاصرته والإستحواذ على اهتمامه واشغاله في البحث عن دلالة الإرسالية، ومعرفة قصدية الباث لاسيما وان هذا التساؤل لا يُراد به معرفة الجواب.

إنّ الخطاب الإشهاري في الأمثال يرتكز على سخرية التساؤل لِيحوّله إلى قوة جاذبة للمتلقّي، تعزز إستحواذ الخطاب عليه، ويكتّف من جوّ التشويق والإثارة، ويتضح هذا في قولهم: ((هَذَا الَّذِي كُنْتَ تَخْبِئِينَ))⁽¹⁾، ويُضرب لمن خالف ظنك فيما ترجوه، يقوم الخطاب على توظيف بنية الاستفهام المحذوف بأداته (الهمزة) الذي يخلق فضاءً من الحوار بين الخطاب ومتلقيه، علاوة على بنية الحوار الداخلي بين المرسل والمخاطب المؤنث، ويهدف تكتيف هذه البنية إلى جعل الخطاب خطاباً حيويّاً مؤثراً يكشف عن سخرية المرسل مما وجده بعدما يؤمل نفسه بشيء احسن، فضلاً عمّا يكشف الخطاب من خيبة الظن لدى المرسل ومداهما إلى الحدّ الذي يجعله يطلق سخريةً معلّبةً بالتساؤل والتلميح لها على وفق رغبته في فتح المجال امام المتلقي لفهم الإرسالية واكتشاف ما تخبئ من دلالة السخرية والتهكم، ويزيد منها معرفة المرسل بالمخبوء الذي لم يرض رغبته، فهذا ما يمنح السخرية محركها الفاعل في التأثير في المتلقي وتحقيق غاية العملية الإشهارية.

ونجد في خطاب الأمثال توظيفاً للشخصية المستهدفة بالسخرية عبر توجيه كلامها توجيهاً ساخراً بالتهكم من فعلها، وتصوير سلبيتها بالتلميح بالسؤال، إذ تتحدد وظيفة المرسل في هذا الخطاب في النقل والتوجيه بالاتجاه الذي تستدعيه التجربة على وفق سياق الحال، الامر الذي يقوي الخطاب ويمنحه طاقته التأثيرية والإقناعية في تمثيل التجربة وقياس مصداقها، ويتجلى

(1) المصدر نفسه: 386/2.

هذا في قولهم: ((هَلْ عَادَ مِنْ كَرَمٍ بَعْدِي؟))⁽¹⁾، ويُضرب في ذم البخل، يؤسس الخطاب لسياق الحال الذي يوجه التساؤل إلى دلالة ساخرة، وإن كان السؤال حقيقياً أو اظهاراً للمدح، لكن المرسل يوجه الخطاب إلى السخرية بإضفاء سياق الحال الذي يوضح سؤال البخل عن الكرم، وهو توظيف للتناقض والتضاد بين صفة الشخصية والفعل، ومن هنا يتسلل الخطاب إلى تسويق هذه الثيمة الدلالية إلى المتلقي لبيان صورة السائل وسلبيتها عبر قياس السائل بالمسؤول عنه وعلاقته على وفق النسق الثقافي الذي يوفر الإطار المرجعي لهذا التوجيه الدلالي.

والمُشهر هنا يركز على آليات عدة في تحميل الإرسالية قوتها الإشهارية، فالتساؤل الذي أطلقته الشخصية المُشهر بها يمكن اجابته من قبل المتلقي بعدما يفهم التجربة التي يعبر عنها المرسل، فهو ينقل هذا التساؤل من دلالاته الحقيقية إلى مساحة أخرى تتناسب مع رغبته في إضفاء فضاء من الترويح والتشويق لتحقيق غايته في التأثير والإقناع والإستحواذ على المتلقي عبر توجيهه إلى واقع الشخصية المُشهر بها فضلاً عن فعلها السلبي.

إنَّ الخطاب الإشهاري قد استثمر التساؤل في إنتاج خطاب ساخر يشحن طاقته الإشهارية برغبة المتلقي في البحث عن المخفي في الإرسالية واكتشافه وربطه بالتجربة المُشهر عنها، وإعادة إنتاج دلالاتها، بل وممارسة تسويقها عبر نقلها من بيئتها الخطابية إلى بيئة سلوكية تضع في الحسبان قدرة السخرية على النقد والتصحيح، ومن يتخذ الخطاب الإشهاري للأمثال وظيفته الاجتماعية في التسويق والتأثير من جهة، وفي النقد والتوجيه من جهة أخرى.

3- سخرية الاستدعاء

ويقوم إنتاج هذه السخرية على توظيف الاستدعاء للشخصيات أو الصفات المتعارفة بين المرسل والمتلقي، فهي تكشف عن علاقة تواصلية مخفية بينهما في الانطلاق من نقطة واحدة

(1) مجمع الأمثال: 394/2.

صوب تجليات الإرسالية الإشهارية في الخطاب⁽¹⁾، ويتجلى هذه الأسلوب في إقامة العلاقات التركيبية بين طرفي السخرية، فيرتكز على الطرف المستدعي لبيان السخرية من الطرف الآخر، فالخطاب في هذه السخرية يركز على التقارب في العلة بين الأصل والفرع، ويبدو فيها ان الأصل مقياساً للسلبى وعليه تقاس السخرية من الفرع بإحالة المتلقي إلى الأصل وما فيه من سخرية وتهكم.

وقد وظف المشهور هذه التقنية في إنتاج السخرية لتحقيق غايته في شحن الخطاب بطاقات تعبيرية توسع من دائرة الإشهار وتأثيرها على المتلقي، عبر الارتكاز على المعرفة المسبقة بالطرف المستدعي والإفادة منه في توجيه اهتمام المتلقي إلى الطرف المسخور منه، ويعمد الخطاب في سبيل تقوية هذه التقنية بتوظيف الأساليب اللغوية والبيانية في سياقه، ومنها قولهم: ((أَحُولُ مِنْ أَبِي بَرَأَشَ⁽²⁾))⁽³⁾، ويُضرب لتلَوْن الإنسان في مواقفه، يستدعي المشهور (أبا براقش) ليكون بنية ثابتة للتلَوْن والمغآيرة ينطلق منها الخطاب إلى بثّ ارساليته الإشهارية في السخرية من المصدق الذي يتوافق مع تجربة المستدعي، ويرتكز في هذا على المعرفة المسبقة للمتلقي عن التجربة بهدف إثارة ما في ذهنه من تجارب سابقة، ويعمد الخطاب إلى تعضيد إنتاج الدلالة الساخرة إلى توظيف بنية تشبيهية مختبئة في اسم التفضيل عبر قياس التجربة على مصداقها، فالتجربة هي دلالة التلَوْن والسخرية منها، في حين يجد المتلقي في المصدق ما يحقق التجربة، وهذا ما يعمل عليه المشهور في بثّ ارساليته الإشهارية إلى المتلقي، فالعلاقة بين التجربة ومصدقها هي علاقة إشهارية في الأساس، أي ان تشهور بالتجربة عبر المصدق، فضلاً عن ان المثل يسوّق ابي براقش كأصل يمكن التشبيه به لإنتاج دلالة المغآيرة في المواقف، ومن ثمّ توظيف هذه العلاقة في المغآيرة بين اللون والموقف لإنتاج

(1) ينظر: أسلوب السخرية: نظرياته وأشكالاته، مشاري عبد العزيز الموسى (بحث): 68.

(2) أبو براقش: طائر صغير يستطيع تغيير لوانه، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 256/6.

(3) مجمع الأمثال: 228/1.

دلالة السخرية وتسويقه إلى المتلقي، إضافة إلى توظيف لفظة (احول) في السياق، وهو توظيف مخادع ما بين دلالاتي (الحول) الخاصة بعيب النظر و(التحول) الخاصة بدلالة الانتقال والمغايرة، إذ يمارس هذا التوظيف بنية دلالية ضاغطة على المتلقي في ممارسة تجريب المعنى وتحصيل المقصود تبعاً لعلاقته بالمدلولات ودلالاتها.

فالمُشهر يستعمل عنصر المخادعة للمتلقي في تسويقه للإرسالية الإشهارية عبر جملة من العناصر اللغوية والدلالية فضلاً عن التصويرية القائمة على بنية التشبيه في العلاقة بين صفة التلون بين التجربة والمصدق، وبهذا يجعل الخطاب المتلقي ضمن دائرة اشتغال الخطاب وسلطته في توجيهه إلى الدلالة المقصودة، ورسم حدود لممارسة المتلقي اجراءاته القرائية في إنتاج ما يريده المُشهر من دلالة ومعنى.

ويمكن أن يكون المستدعي صفة من الصفات أو حالة من الحالات ترتبط بشخصية ما يمكن للمتلقي عبر استدعاء ما يكمن في وعيه من لوازمها، فيكون للخطاب الإشهاري إطاراً تتحقق فيه غايته، ويتجلى هذا في المثل الآتي: ((الذَّيخُ⁽¹⁾ فِي خُلُوتِهِ مِثْلُ الْأَسَدِ))⁽²⁾، ويضرب لمن يدعي ما ليس به، ويستدعي الخطاب حالتين من حالات الحيوانات والمقارنة بينهما لإبراز دلالة السخرية من الشخصية المستهدفة، وبلحاظ استدعاء شخصية الأسد المرتبطة بالشجاعة والقوة، نجد إنَّ الخطاب استدعى في السياق شخصية الضبع (الديخ) وهي شخصية تتصف بالجبن والخديعة، وعبر توظيف بنية التشبيه للمقارنة بين الحالتين تتشكّل دلالة السخرية التي تغدو مكوّناً دلالياً في الخطاب يصدر إلى المتلقي ليتحوّل إلى مكوّن إنفعالي يشتمل على ثنائية الضحك والاشمئزاز وذلك يوسع مساحة تأثير الخطاب عليه⁽³⁾، ومن هنا يحرص المُشهر

(1) الذَّيخُ: الذكر من الضباع، ينظر: لسان العرب، ابن منظور: 16/3.

(2) مجمع الأمثال: 282/1.

(3) ينظر: البلاغة الجديدة بين التخيل والتداول، محمد العمري: 88.

على استنفار مكامن الإقناع السري في تسويق حملته الساخرة إلى المتلقي، أولاً باستدعاء الشخصيات المرتبطة بالصفات المسوّقة، وثانياً توظيف بنية التشبيه الذي يعمق من دلالة التفسير من الشخصية المستهدفة بالسخرية، وتأكيد تلك الدلالة في ذهن المتلقي⁽¹⁾، وهو ما يتوخاه الخطاب الإشهاري لتحقيق غايته في التأثير في المتلقي وممارسة سلطته الإقناعية عليه.

وتتجلى وظيفة الاستدعاء الساخر في قولهم: ((رَجَعَ بِخُفْيِ حُنَيْنٍ))⁽²⁾، ويُضرب للخبيبة والخسران، يستند الخطاب على استدعاء شخصية (حُنين) لتكون شخصية مرجعية يتجسد فيها دلالة التجربة في المثل، فيقيم الخطاب علاقة بين المدلول المعرفي القارّ في ذهن المتلقي وبين المصداق الذي يريد المُشهرّ تسويق تجربته إلى المتلقي، وعليه فإن للمتلقي معرفة مسبقة بالشخصية المستدعاة، ومجال بحثه سيكون في العلاقة بينها وبين مصداق التجربة، فضلاً عن الكشف عن مساحة السخرية الكامنة في هذا الاستدعاء ومدى مطابقته للتجربة، ناهيك عن عنصر الإثارة والتشويق اللغوي والجمالي في الخطاب، وبهذا فاشتغاله يكون في المساحة المؤثرة للخطاب، وبهذا يحقق الخطاب إشهاريته من هذا الاشتغال.

ويمكن أن يكون المستدعى سلوكاً ما يقوم على المنطقية والصورة العقلية القارة في ذهن المتلقي، عبر توظيف دلالة التضاد في البنية التصويرية للخطاب لإنتاج دلالة السخرية وبثّها الإقناع السري القائم على التسويق والتأثير عبر استدعاء الصورة العقلية القائمة على المنطق الارسطي في استحالة تحقق الفعل، فيستند الخطاب على هذا الثيمة عبر إبراز الصورة المتناقضة في سياقه، ويتجلى هذا في قولهم ((كَرَأِبِ اثْنَيْنِ))⁽³⁾، ويُضرب لمن يتردد بين

(1) ينظر: أساليب السخرية في البلاغة العربية دراسة تحليلية تطبيقية، شعيب بن أحمد بن محمد (رسالة ماجستير): 152.

(2) مجمع الأمثال: 296/1.

(3) المصدر نفسه: 162/2.

امرين، ويتركز الخطاب هنا على بنية التشبيه في إنتاج السخرية ممن لا يمتلك زمام امره فيحسن الاختيار بين امرين، فيسوّق صورة غير قابلة للتطبيق الواقعي، فالمُشهر هنا ليس في معرض الاخبار، إنما يخبئ دلالة أخرى تحت سياقه اللغوي، فالمُشهر هنا يحشد بنى لغوية وتصويرية ودلالية لتوصيل دلالة السخرية إلى المتلقي، فعلى المستوى اللغوي يوظف المثل بنية الحذف في سياقه بحذف المسند/المبتدأ وترك مجال تأويله للمتلقي في قياس التجربة على مصداقها، في حين نجد إنّ هذا الحذف له علاقة بالمستوى التصويري، إذ يختبئ المشبه في طيات التجربة ليكون مصداقها بيد المتلقي، يستطيع التصرف به وإطلاقه على ما يناسب تلك التجربة، وهذا من التقنيات الإشهارية التي تمنح المتلقي لذة الاكتشاف والتوظيف، وهي تقنية مخادعة، إذ تمنحه دوراً موهماً باتجاه تحقيق غاية الإرسالية الإشهارية، ونتيجة لتوظيف المستوى اللغوي والتصويري ينتج المستوى الدلالية الذي يسوّق دلالة السخرية، ويصدّرها إلى المتلقي، فالدلالة في المثل تنتج عن تعاضد مستويين مؤثرين على المستوى الإقناعي، ولهذا يجد المُشهر في التشبيه تقنية تسويقية لمقاصد الخطاب ودلالته في التفتير من التحير والتهيه.

ويرتكز خطاب الأمثال في الإشهار بالسخرية التصويرية على أسلوب الإستعارة التي توفر الإطار المرجعي لإبراز سلوك العاجز المتثقل، وهي دلالة غير مستساغة عند المتلقي، فيسوّقها الخطاب عبر استدعاء الصورة العقلية في ذهن المتلقي وتجاربه السابقة، بقصد توسيع تأثير الإرسالية الإشهارية على المتلقي، ومحاصرته بالإقناع السري الذي يمارسه الخطاب عبر توظيف هذه الإستعارة، ففي قولهم: ((إِذَا زَحَفَ الْبَعِيرُ أُغِيَّتْهُ أُذُنَا))⁽¹⁾، يُضرب لمن يثقل عليه الامر فيضيق به ذرعاً، فالخطاب يسخر من عجز الإنسان بصبّه المعنى في قالب استعاري يقوم على توظيف (البعير) بوصفه حاملاً مركزياً في ابراز دلالة عدم القدرة على المشي بسبب استئثار اذنيه، فيصوّر الأذنين قوة قاهرة تمارس سطوتها على البعير فتقوده عن

(1) مجمع الأمثال: 241/1.

المشي، وهي صورة عجائبية يسوّقها الخطاب على سبيل السخرية والتهكم التي يجد فيها الخطاب قوة إقناعية يمكنها أحداث الدهشة للمتلقي فيتحقق بذلك غاية الخطاب الإشهاري في تقديم صورة صادمة للمتلقي، تشغل فضوله وتحفزّ وعيه في التقيب عن العلاقات الدلالية وإنتاج المعنى ومعرفة المقصود.

فالمُشهر يرتكز على استدعاء ما يمكن استدعاؤه مما يقرّ في ذهن المتلقي ووعيه، بحيث يمكن أن يكون الإطار المرجعي الذي يغذي ثيمة الفضول والاعراء لدى المتلقي في الوقوف على قصدية الخطاب ودلالاته، ويسوّق الخطاب هذا الأسلوب عبر الإستعارة في تسويق المعاني التي تحقق غايته في بثّ ارساليته وتحقيق انتشارها، عبر محاصرة المتلقي وإثارة فضوله وتشويقه بإضفاء فضاء من السخرية التي تنكأ مسار الوعي لديه من دون ان تشترط اضحاكه، ويتجلى هذا في قولهم: ((مَوَاعِيدُ عُرْقُوبٍ))⁽¹⁾، ويُضرب لمن يخلف وعوده، يستدعي الخطاب شخصية(عرقوب) بوصفها شخصية مشهورة بإخلاف الوعد، وهي شخصية يقرّ ارتباطها بهذه الصفة الذميمة في ذهن المتلقي، ومنها ينطلق الخطاب في تسويق دلالات المثل وقياسها على مصاديقها التي تتشكّل فيها هذه التجربة، فيصدّرها الخطاب في سياق الكناية عن الدلالة المقصودة، فالمُشهر هنا يرتكز على المعرفة المسبقة لسلوك هذه الشخصية في تسويق السخرية من الشخصية المستهدفة، فيقوده باتجاها، ويترك له مجالاً للكشف عن المصداق وعلاقته بالتجربة السابقة، فضلاً عن إثارة فضوله في الكشف عن طيات الخطاب اللغوي واساليبه البيانية عبر تكثيف بنية الخطاب وتوظيف بنية الحذف، والاكتفاء بالإشارة إلى العلاقة بين التجربة والمصداق عبر هذا الاستدعاء الذي يغري المتلقي بالكشف عن بنياته ليكون خطاباً دلالياً واضحاً قائمة على إثارة الإنفعال والتماهي مع التجربة الجديدة.

(1) مجمع الأمثال: 311/2.

ان الحمولة الساخرة في خطاب الأمثال قد شكّلت رافداً من روافد الإشهار فيه عبر التأكيد على عناصر الإثارة والتشويق وتوظيفهما في سياقه بقدرتها على تمكين الخطاب من تحقيق أقصى مدى من التأثير في المتلقي وسحبه إلى دائرة اشتغاله التسويقية عبر ممارسة الإقناع السري المعلن بالسخرية والنقد ووضع الدلالات على طاولة التشريح لإنتاج الخطاب والمساهمة في انتشاره.

الخاتمة

الخاتمة

بعد هذه الرحلة الطويلة في الخوض بالخطاب الإشهاري في نصوص الأمثال يمكن للبحث أن يسجل النتائج بالنقاط الآتية:

- 1- تمثل الأمثال خطاباً ثرياً بالتوظيف اللغوي ذات جمالية إبداعية عالية، تغري الباحثين وتدفعهم إلى مقارنة مدوناتها بالدراسة والبحث في شتى المعارف اللغوية بجميع مجالاتها.
- 2- كشف البحث عن الجانب الإشهاري لهذه النصوص الأدبية وقدرتها على تحقيق التواصل بين المتكلم والمتلقي لما يمتلكه نصّ المثل من قوة في التأثير والإقناع، وصلاحيته في أن يمثل مادة تسويقية إشهارية.
- 3- مثّلت الإرسالية الإشهارية لمدونة الميداني مساحة صالحة للكشف عن قدرة الإشهار اللساني في تحقيق غاية العملية الإشهارية من أجل تحقيق أقصى تأثير في المتلقي وتحويله إلى مستهلك للخطاب، فضلاً عن كونه مُشهِراً آخر للخطاب.
- 4- إتضح عبر البحث، قدرة الخطاب الإشهاري للأمثال على توظيف البعد التداولي للغة وحجاجيتها عن طريق توظيف الروابط والعوامل الحجاجية التي تمنح الخطاب الإشهاري زخماً إقناعياً أكبر لا يمكن للمتلقي الإفلات من تأثيره التسويقي.
- 5- إتخذ الخطاب الإشهاري للأمثال عبر الأفعال الانجازية مساراً تعبيرياً في التعبير عن الدلالات المخبوءة التي يبتغي تسويقها إلى المتلقي، فقد مثّلت هذه الأفعال قوة دافعة أخرى تستحوذ على المتلقي من أجل دفعه إلى إنتاج دلالات الخطاب وفهم ارساليته الإشهارية.
- 6- كشف البحث عن توظيف الخطاب الإشهاري للاستلزام الحوارية في تعميق تأثيره على المتلقي وتقوية البنية الإقناعية للخطاب عبر محاصرة المتلقي بالدلالات التي تجعل منه متلقياً استهلاكياً يسهم بدوره في إعادة تسويق الدلالة المقصودة إلى الآخرين.
- 7- كشف البحث عن النسق المرئي لخطاب الأمثال الإشهاري في توظيف الرمز والخرافات التي جاءت مناسبة للطبيعة الفكرية للإنسان العربي، فضلاً عن كونها مستقاة من البيئة، وهو ما

يكشف عن قدرة الخطاب الإشهاري في استثمار اهتمام المتلقي وتوجيهه باتجاه إرسالياته الإشهارية.

8- رصد البحث أساليب توظيف الصورة في الخطاب الإشهاري، واتخاذها مساراً في التأثير في المتلقي عبر رغبة المُشهر في منحه لذة الاكتشاف والوصول إلى الدلالة المقصودة، وبهذا يحقق الخطاب غايته الإشهارية في الترويج والتسويق.

9- كشف البحث عن تأثير البعد السردى لخطاب الأمثال في تحقيق إشهاريته وتأثيره على المتلقي، عبر إثارة فضول المتلقي في الكشف عن الأحداث التي تتضمنها الإرسالية الإشهارية، لما للسرد من قوة تأثيرية على المتلقي في توجيه اهتمامه إلى تمثّل دلالاتها وإعادة إنتاجها وتسويقها مرة أخرى.

10- كشف البحث عن توظيف الخطاب الإشهاري للحمولات الثقافية فقد مثّلت الحمولة الثقافية الدينية إحدى روافد الخطاب الإشهاري التي ارتكز عليها في تسويق الدلالات المقصودة إلى المتلقين.

11- اتضح عبر البحث قوة الحمولة الثقافية الاجتماعية في تقوية الخطاب الإشهاري وتأثيره على المتلقي عبر توظيف المعرفة المسبقة بين المُشهر والمتلقي على الدلالات التي يسوّقها الخطاب في إرساليته الإشهارية.

12- مثّلت الحمولة الثقافية الساخرة ملمحاً من ملامح الخطاب الإشهاري للأمثال، إذ وفّرت هذه الحمولة المجال واسعاً أمام الخطاب الإشهاري لتحقيق غايته الإقناعية والتأثيرية عبر إضفاء طابع التشويق والمتعة على سياقه واتخاذها قوة تأثيرية تزيد من مساحة تأثير الخطاب على المتلقي.

13- في جميع مجالات البحث، إتضح إنّ خطاب الأمثال يمثل سلطة لسانية لامرئية تبسط يدها في إحكام القبضة على المتلقي وإخضاعه بطريقة إقناعية مرنة إلى تحقيق الغايات المراد توظيفها في قناعاته والعمل على تغييرها بطريقة يسيرة مما يؤدي إلى تبديل السلوك إلى ما يُراد تنفيذه وإنجازه في الواقع.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

القرآن الكريم

أولاً: الكتب المطبوعة

- ❖ الإتجاه الوجداني في الشعر العربي المعاصر، عبد القادر القط، مكتبة الشباب، القاهرة، ط1، 1988م.
- ❖ الأخلاق والدين بين فلسفة الانغلاق والانفتاح (دراسة في كتاب منبع الأخلاق والدين للفيلسوف الفرنسي هنري بيرجسون): أكرم مطلق محمد، بيت الحكمة، بغداد، ط1، 2012م.
- ❖ الأدب الجاهلي-محاضرات في قضايا وفنونه، محسن علي عريبي، دار الفراهيدي للنشر، بغداد، ط1، 2010م.
- ❖ الادب الساخر، نبيل راغب، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ط1، 2000م.
- ❖ اديان العرب في الجاهلية، محمد نعمان الجارم، مطبعة السعادة، القاهرة، ط1، 1923م.
- ❖ أسئلة البلاغة في النظرية والتاريخ والقراءة، محمد العمري، افريقيا الشرق، الدار البيضاء، ط1، 2013م.
- ❖ أساليب بلاغية الفصاحة البلاغة المعاني، أحمد مطلوب، وكالة المطبوعات، الكويت، ط1، 1980م.
- ❖ الاستدلال البلاغي، شكري المبخوت، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، ط2، 2010م.
- ❖ الإستعارة في محطات يونانية وعربية وغربية، محمد الولي، منشورات دارالأمان، الرباط، ط1، 2005م.
- ❖ الإستعارة والمجاز المرسل، ميشال لوغورون، ترجمة: حلا صليبا، عويدات للنشر والطباعة، عمان، ط1، 1988م.
- ❖ الاستلزام الحواري (نحو مقارنة تداولية معرفية للخطاب القرآني)، جنان البلداوي، دارقناديل، بغداد، ط1، 2021م.
- ❖ الاستلزام الحواري والتداول اللساني، العياشي ادوارد، دارالأمان، الرباط، ط1، 2011م.
- ❖ استراتيجيات الخطاب- مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، ط1، 2004م.
- ❖ أسرار البلاغة في علم البيان أسرار البلاغة، أبوبكر عبد القاهر الجرجاني (ت474هـ)، تحقيق: محمود محمد شاكر، مطبعة المدني، القاهرة، (د.ط)، (د.ت).
- ❖ أسلوب المحاورة في القرآن الكريم، عبد الحليم حفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط3، 1995م.
- ❖ اسلوبية الحجاج التداولي، تنظير وتطبيق على السور المكية، مثنى كاظم صادق، كلمة للنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 2015م.
- ❖ اسلوبية السؤال- رؤية في التنظير البلاغي، عبده بلبع، دارالوفاء، القاهرة، ط1، 1999م.
- ❖ الاسلوبية وتحليل الخطاب-دراسة في النقد الادبي الحديث (تحليل الخطاب الشعري والسرد)، نور الدين السد، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2010م.

- ❖ اشتغالات في اللسانية التداولية، خالد حويرشمس، مؤسسة دارالصادق الثقافية، العراق، ط1، 2022م.
- ❖ الإشهار والمجتمع، برنار كاتولا، ترجمة سعيد بنكراد، دار الحوار للنشر والتوزيع، سوريا، ط1، 2012م.
- ❖ أصول تحليل الخطاب في النظرية النحوية العربية (تأسيس نحو النص)، محمد الشاوش، المؤسسة العربية للتوزيع، بيروت، ط1، 2001م.
- ❖ إطلاقات على النظريات اللسانية والدلالية في النصف الثاني من القرن العشرين (مختارات معرّبة)، مقالة المنطق والمحاذة، ترجمة: محمد الشيباني، وسيف الدين دغفوس، المجمع التونسي للعلوم والآداب والفنون، قرطاج، ط1، 2012م.
- ❖ الإعجاز الفني في القرآن الكريم، عمر سلامي، نشر وتوزيع مؤسسات عبد الكريم عبد الله، تونس، ط1، 1980م.
- ❖ الإعلامية في الخطاب القرآني دراسة في ضوء نظرية التواصل، زهراء البرقعائي، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2018م.
- ❖ آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، محمود احمد نحلة، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، ط1، 2002م.
- ❖ الأمثال في النثر العربي القديم مع مقارنتها بنظائرها في الآداب السامية الأخرى، عبد المجيد عابدين، دار مصر للطباعة، القاهرة، ط1، د.ت.
- ❖ إنباه الرواة على انباه النحاة، أبو الحسن جمال الدين علي بن يوسف ابن ابراهيم القفطي (ت646هـ)، تحقيق: محمد ابو الفضل إبراهيم، مطبعة دار الكتب المصرية، القاهرة، ط1، 1952م.
- ❖ إنشاء النفي وشروطه النحوية والدلالية، شكري المبخوت، مركز النشر الجامعي، تونس، ط1، 2006م.
- ❖ انفتاح النص الروائي (النص والسياق)، سعيد يقطين، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط2، 2001م.
- ❖ اهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من ارسطو إلى اليوم، حمادي صمود، جامعة الآداب والفنون والعلوم الإنسانية، كلية الآداب، منوبة، تونس.
- ❖ الأوائل، أبو هلال الحسن بن عبد الله بن سهل بن سعيد بن يحيى بن مهران العسكري (ت395هـ)، تحقيق: محمد السيد الوكيل، دار البشير للثقافة والعلوم الإسلامية، طنطا، ط1، 1408هـ-1987م.
- ❖ الإيضاح في علوم البلاغة، جلال الدين محمد بن عبد الرحمن الخطيب القزويني (ت739هـ)، شرح وتعليق وتنقيح: عبد المنعم خفاجة، دار الكتاب العربي، بيروت، ط6، 1985م.
- ❖ البرهان في علوم القرآن، أبو عبد الله بدر الدين محمد بن عبد الله بن بهادر الزركشي (ت794هـ)، تحقيق: محمد أبو الفضل إبراهيم، دار إحياء الكتب العربية عيسى البابي الحلبي وشركائه، القاهرة، ط1، 1376هـ-1957م.
- ❖ البرهان في وجوه البيان، أبو الحسين إسحاق بن إبراهيم بن سليمان بن وهب الكاتب (ت3354هـ)، تحقيق: د. حفي محمد شرف، مكتبة الشباب، القاهرة، ط1، 1389هـ-1969م.
- ❖ البلاغة الجديدة بين التخيل والتداول، محمد العمري، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، ط2، 2012م.

- ❖ بلاغة الخطاب وعلم النص، صلاح فضل، المجلس الوطني للثقافة والفنون، الكويت، ط1، 1992م.
- ❖ البلاغة العربية قراءة أخرى، محمد عبد المطلب، دارنوبار للطباعة، مصر، ط2، 2007م.
- ❖ البلاغة والاسلوبية، محمد عبد المطلب، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، ط1، 1994م.
- ❖ البلغة في تراجم أئمة النحو واللغة، مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب الفيروزآبادي (ت817هـ)، تحقيق: محمد المصري، دارسعد الدين للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ط1، 2000م.
- ❖ بناء الرواية-دراسة في الرواية المصرية، عبد الفتاح عثمان، مكتبة الشباب، القاهرة، ط1، 1982م.
- ❖ البنى الاستعارية نحو بلاغة موسعة، محمد بازي، كلمة للنشر والتوزيع، تونس، ط1، 2017م.
- ❖ بنية الخطاب السردى في القصة القصيرة، د. هاشم ميرغني، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، ط1، 2008م.
- ❖ بنية الشكل الروائي (الفضاء، الزمن، الشخصية)، حسن بحراوي، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط1، 1990م.
- ❖ بنية اللغة الشعرية، جان كوهين، ترجمة: محمد الولي، دار توبقال، الدار البيضاء، ط1، 1986م.
- ❖ بنية النص الروائي، إبراهيم خليل، منشورات الاختلاف، الجزائر، والدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، ط1، 2010م.
- ❖ البيان والتبيين، أبو عمرو عثمان بن بحر الجاحظ (ت255هـ)، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، مكتبة الخانجي للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط7، 1998م.
- ❖ بين اللفظ والصورة، تعددية الحقائق وفرجة الممكن، سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط1، 2017م.
- ❖ تاج العروس من جواهر القاموس، محمد مرتضى الحسيني الزبيدي (ت1205هـ)، تحقيق: احمد عبد الستار فزاج، مطبعة حكومة الكويت، الكويت، 1965م.
- ❖ تاريخ الإسلام ووفيات المشاهير والأعلام، شمس الدين أبو عبد الله محمد بن أحمد الذهبي (ت748هـ)، بشار عواد معروف، دار الغرب الإسلامي، بيروت، ط1، 2003م.
- ❖ تاريخ الإسلام ووفيات المشاهير والأعلام، شمس الدين أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان الذهبي (ت748هـ)، حققه وضبط نصه وعلق عليه: د بشار عواد معروف، دار الغرب الإسلامي، بيروت، ط1، 1424هـ-2003م.
- ❖ تاريخ الفكر الديني الجاهلي، محمد إبراهيم الفيومي، دار الفكر العربي، بيروت، ط4، 1415هـ-1994م.
- ❖ التأويل الدلالي-التداولي للمفوضات، ادريس سرحان، بحث من كتاب التداوليات علم استعمال اللغة، عالم الكتب الحديث، عمان، ط1، 2014م.
- ❖ تأويل مشكل القرآن، أبو محمد عبد الله بن مسلم بن قتيبة الدينوري (ت276هـ)، شرحه ونشره: احمد صقر، مكتبة دار التراث، القاهرة، ط2، 1973م: 13.

- ❖ التحاجج طبيعته ومجالاته ووظائفه، تنسيق: حمو النقاري، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، الرباط، ط1، 2016م.
- ❖ تحليل الخطاب الروائي (الزمن، السرد، التبيين)، سعيد يقطين، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط3، 1997م.
- ❖ تحليل الخطاب في ضوء نظرية أحداث اللغة- دراسة تطبيقية لأساليب التأثير والإقناع الحجاجي في الخطاب النسوي في القرآن الكريم، د. محمود عكاشة، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط1، 2014م.
- ❖ التحليل اللغوي للنص، مدخل إلى المفاهيم الأساسية والمناهج، كلاوس برينكر، ترجمة: سعيد حسن بحيري، مؤسسة المختار للنشر والتوزيع، ط1، 2005م.
- ❖ التخلف الاجتماعي مدخل إلى سيكولوجية الإنسان المقهور، د مصطفى حجازي، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط9، 2005م.
- ❖ التداوليات علم استعمال اللغة (مجموعة بحوث)، تنسيق وتقديم: عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2014م.
- ❖ التداولية اليوم (علم جديد في التواصل)، آن روبول وجاك موشلر، ترجمة: سعد الدين دغفوس ومحمد الشيباني، دار الطليعة، بيروت، ط1، 2003م.
- ❖ التداولية عند العلماء العرب (دراسة تداولية لظاهر الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي)، مسعود صحراوي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط1، 2005م.
- ❖ التداولية من أوستين إلى غوفمان، فليب بلانشيه، ترجمة: صابر الحباشة، دار الحوار للنشر والتوزيع، سوريا، ط1، 2007م.
- ❖ التداولية، جورج يول، ترجمة: قصي العتايي: الدار العربية للعلوم ناشرون، الرباط، ط1، 2010م.
- ❖ التفكير البلاغي عند العرب أسسه وتطوره إلى القرن السادس الهجري، حمادي صمود، منشورات الجامعة التونسية، تونس، ط1، 1981م.
- ❖ تقنيات السرد الحديثة في النظرية والتطبيق، أمنة يوسف، دار الحوار للنشر والتوزيع، سوريا، ط1، 1997م.
- ❖ تقنيات السرد الروائي في ضوء المنهج البنوي، يمنى العيد، دار الفارابي، بيروت، ط1، 2010م.
- ❖ التلقي والسياقات الثقافية، عبد الله إبراهيم، دار الكتاب الجديدة المتحدة، بيروت، ط1، 2000م.
- ❖ التناص في شعرابي العلاء، إبراهيم مصطفى محمد، عالم الكتب الحديث، عمان، ط1، 2011م.
- ❖ التناص نظرياً وتطبيقاً، أحمد الزعبي، مؤسسة عمون للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000م.
- ❖ توظيف الأسطورة في الشعر الجاهلي، وهب رومية، مجلة التراث العربي، ع93-94، 2004م.
- ❖ توظيف الأسطورة في القصة العراقية الحديثة، فرج ياسين، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ط1، 2000م.
- ❖ الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، عبد الله الغدامي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط2، 2005م.

- ❖ الجملة العربية تأليفها و أقسامها، د. فاضل صالح السامرائي، دارالفكر، عمان – الأردن، ط3، 2009م.
- ❖ الجنى الداني في حروف المعاني، أبو محمد بدر الدين حسن بن قاسم بن عبد الله بن علي المرادي (ت ٧٤٩هـ)، تحقيق: فخر الدين قباوة-الأستاذ محمد نديم فاضل، دارالكتب العلمية، بيروت، ط1، ١٤١٣هـ-١٩٩٢م.
- ❖ حتى وعلاقتها الحجاجية عند البشير الابراهيمي، صفية مكناسي، مجلة فصل الخطاب، المجلد 2، العدد2، 2013م.
- ❖ الحجاج في الشعري العربي القديم-بنيته واساليبه، سامية الدريوي، عالم الكتب، الأردن، ط1، 2011م.
- ❖ الحديث النبوي مصطلحه، بلاغته، كتبه، محمد الصباغ، المكتب الاسلامي، ط4، 1981م.
- ❖ الحكاية الخرافية (نشأتها. مناهج دراستها. فنيته)، تاليف فردريش فون ديرلأين، ترجمة نبيلة إبراهيم، دارالقلم، بيروت، ط1، 1973م.
- ❖ الحوار ومنهجية التفكير النقدي، حسان الباهي، افريقيا الشرق، المغرب، ط2، 2013م.
- ❖ الحياة الأدبية في العصر الجاهلي، محمد عبد المنعم خفاجة، دارالجيل، بيروت، ط1، 1992م.
- ❖ الحيوان في تراثنا بين الحقيقة والأسطورة، عزيز العلي العزي، دارالشؤون الثقافية، بغداد، 1987م.
- ❖ الحيوان، عمرو بن بحر بن محبوب الكنانى بالولاء، الليثي، أبو عثمان، الشهير بالجاحظ (ت ٢٥٥هـ)، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، مصطفى البابي الحلبي، القاهرة، ط2، 1965م.
- ❖ الخبر في السرد العربي، الثوابت والمتغيرات، سعيد جبار، شركة النشر والتوزيع المدارس، الدار البيضاء، ط1، 2004م.
- ❖ الخطاب الإشهاري في النص الادبي، دراسة تداولية، مريم الشنقيطي، دار الفیصل الثقافية، الرياض، ط1، 1440هـ.
- ❖ الخطاب العربي المعاصر، محمد عابد الجابري، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط5، 1994م.
- ❖ الخطاب القرآني، دراسة في العلاقة بين النص والسياق، خلود العموش، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2008م.
- ❖ الخطاب اللساني العربي هندسة التواصل الاضماري من التجريد إلى التوليد، بنعيسى عسواز ابيط، عالم الكتب الحديث، عمان، ط1، 2012م.
- ❖ الخطاب في نهج البلاغة (بنيته، وإنماطه، ومستوياته)، دراسة تحليلية، د. حسين العمري، دارالكتب العلمية، بيروت، ط1، 2010م.
- ❖ الخطاب والسلطة، توين فان دايك، ترجمة: غيداء العلي، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2014م.
- ❖ الخطيئة والتكفير من البنيوية إلى التشرحية قراءة نقدية لنموذج إنساني معاصر مقدمة نظرية ودراسة تطبيقية: عبد الله محمد الغدامي، النادي الأدبي الثقافي، المملكة العربية السعودية، 1405هـ - 1985م.

- ❖ دائرة الاعمال اللغوية مراجعات ومقترحات، شكري المبخوت، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، ط1، 2010م.
- ❖ دراسات في تحليل الخطاب غير الادبي، بشير ابرير، عالم الكتب الحديث، عمان، ط1، 2010م.
- ❖ دراسات في نقد الرواية، د. طه وادي، دارالمعارف، القاهرة، ط3، 1994م.
- ❖ دلائل الإعجاز، الإمام عبد القاهر بن عبد الرحمن الجرجاني، قرأه وعلق عليه: محمود محمد شاكر، مطبعة المدني، القاهرة، ط3، 1992م.
- ❖ ذات النحيين، الأمثال العربية بين الطقوس والاسطورة، زكريا محمد، الاهلية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011م.
- ❖ الرمز الصوفي بين الاغراب بداهة والاغراب قصدا، اسماء خوالديه، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط1، 2014م.
- ❖ الرمز في الخطاب الادبي دراسة نقدية، حسن كريم عاتي، الروسم للصحافة والنشر والتوزيع، بغداد، ط1، 2015م.
- ❖ الرمز والرمزية في الشعر العربي المعاصر، محمد فتوح احمد، وكالة الصحافية العربية (ناشرون)، القاهرة، ط1، 2024م.
- ❖ روح الدين الإسلامي، عرض وتحليل لأصول الإسلام وآدابه واحكامه تحت ضوء العلم والفلسفة، عفيف عبد الفتاح طيارة، دار العلم للملأين، بيروت، ط28، 1993م.
- ❖ زمن الشعر، ادونيس، دارالعودة، بيروت، ط1، 1992م.
- ❖ السخرية في ادب المازني، حامد عبده الهوال، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ط1، 1982م.
- ❖ سرد الأمثال، دراسة في البنية السردية لكتب الأمثال مع عناية بكتاب المفضل بن محمد الضبي (أمثال العرب)، لؤي حمزة عباس، شهباز للنشر والتوزيع، البصرة، ط2، 2018م.
- ❖ سلطان البدايات - بحث في السلطة، ميريام ريفولت دالون، ترجمة: سأيذ مطر، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ط1، 2012م.
- ❖ سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثيلات الثقافية، سعيد بنكراد، المركز الثقافي للكتاب للنشر والتوزيع، الدار البيضاء، ط1، 2000م.
- ❖ سيميائيات النص - مراتب المعنى، سعيد بنكراد، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط1، 2018م.
- ❖ سير أعلام النبلاء، شمس الدين أبو عبد الله محمد بن أحمد الذهبي (ت748هـ)، تحقيق: مجموعة من المحققين، مؤسسة الرسالة، القاهرة، ط3، 1985م.
- ❖ سيكولوجية القصة في القرآن، التهامي نفرة، الشركة التونسية للتوزيع، 1971م.
- ❖ سيمولوجية الصورة الإشهارية ودينامية التأويل، مصطفى حافظ، ضاد مجلة اللسانيات العربية وآدابها، المجلد1، العدد2، 2020م.

- ❖ الشاعر والتراث-دراسة في علاقة الشاعر العربي بالتراث-، مدحت الجبار، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، ط1، 1998م.
- ❖ شرح المفصل للزمخشري، يعيش بن علي بن يعيش (ت٦٤٣هـ)، قدم له: الدكتور إميل بديع يعقوب، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، ١٤٢٢هـ- ٢٠٠١م.
- ❖ شرح سنن أبي داود، شهاب الدين أبو العباس أحمد بن حسين بن علي بن رسلان (ت٨٤٤هـ)، تحقيق: عدد من الباحثين بدار الفلاح بإشراف خالد الرباط، دار الفلاح للبحث العلمي وتحقيق التراث، الفيوم - جمهورية مصر العربية، ط1، ١٤٣٧هـ- ٢٠١٦م.
- ❖ شرح صحيح البخاري، أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك بن بطلال (ت٤٤٩هـ)، تحقيق: أبو تميم ياسر بن إبراهيم، مكتبة الرشد - السعودية، الرياض، ط2، ١٤٢٣هـ- ٢٠٠٣م.
- ❖ الصحاح تاج العربية وصحاح اللغة، إسماعيل بن حماد الجَوْهَرِي (ت393هـ)، تحقيق: أحمد عبد الغفور العطار، دار العلم للملايين، بيروت، ط2، 1975م.
- ❖ صحيح البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل البخاري الجعفي (ت456هـ)، تحقيق: د. مصطفى ديب البغا، دار اليمامة، دمشق، ط5، ١٤١٤هـ- ١٩٩٣م.
- ❖ صحيح مسلم، أبو الحسين مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري (ت٢٦١هـ)، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاه، القاهرة، ط1، ١٣٧٤هـ- ١٩٥٥م.
- ❖ الصناعتين الكتابة والشعر، أبو هلال الحسن بن عبد الله بن سهل العسكري (ت395هـ)، تحقيق: علي محمد البجاوي، ومحمد أبو الفضل إبراهيم، المكتبة العصرية، بيروت - لبنان، ط1، 2006م.
- ❖ الصورة الإشهارية آليات القناع والدلالة، سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط1، 2009م.
- ❖ الطراز، يحيى بن حمزة بن طباطبا العلوي (ت745هـ)، تحقيق: عبد الحميد الهنداوي، المكتبة العصرية، بيروت، ط1، 2002م.
- ❖ عالم الرواية، رولان بورنوف، وريال اوئيليه، ترجمة: نهاد التكرلي ومحسن الموسوي، دار الشؤون الثقافية، بغداد، ط1، 1991م.
- ❖ العرب والمرأة - حفرية في الاسطير المخيم، خليل عبد الكريم، دار مصر المحروسة، القاهرة، ط1، 2009م.
- ❖ العقل واللغة والمجتمع-الفلسفة في العالم الواقعي، جون سيرل، ترجمة: صلاح إسماعيل، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2011م.
- ❖ علم السرد مدخل إلى نظرية السرد، يان ما نفريد، ترجمة: أماني أبو رحمة، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، دمشق، ط1، 2011م.
- ❖ علم النص، جوليا كريستيفا، ترجمة: فريد الزاهي، دار توبقال، الدار البيضاء، ط2، 1997م.

- ❖ علم الفلوكلور (دراسة المعتقدات الشعبية)، محمد الجوهري، دارالمعارف، القاهرة، ط1، 1975م.
- ❖ العمدة في محاسن الشعر وآدابه ونقده، أبو علي الحسن بن رشيق القيرواني (ت456هـ)، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد، دار الجيل للطباعة والنشر، دمشق، ط5، 1981م.
- ❖ العوامل الحجاجية في اللغة العربية، عز الدين الناجح، مكتبة علاء الدين، تونس، ط1، 2011م.
- ❖ العين، الخليل بن أحمد الفراهيدي (ت175هـ)، تحقيق: مهدي المخزومي، وإبراهيم السامرائي، دار ومكتبة الهلال، للطباعة والنشر، بيروت، د.ط، د.ت.
- ❖ فلسفة البلاغة بين التقنية والتطور، رجاء عيد، منشأة المعارف، الاسكندرية، ط1، 1979م.
- ❖ فلسفة البلاغة، ريتشاردز، ترجمة: د. ناصر حلاوي، وسعيد الغانمي، مجلة العرب والفكر العالمي، العدد 13-14، بيروت 1991م.
- ❖ فنون النثر العربي الحديث، شكري الماضي، دارالمعارف، عمان، ط1، 1996م.
- ❖ فنون بلاغية (البيان، البديع)، أحمد مطلوب، دار البحوث العلمية، الكويت، ط1، 1975م.
- ❖ الفولكلور ما هو؟ (دراسات في التراث الشعبي)، فوزي العنتيل، دار المسيرة، عمان، ط1، 1987م.
- ❖ في البلاغة العربية، علم المعاني، عبد العزيز عتيق، دار النهضة العربية، بيروت، ط1، 2009م.
- ❖ في الخطاب السردى (نظرية غريماس)، محمد الناصر العجوي، الدار العربية للنشر، بيروت، ط1، 1998م.
- ❖ في النقد الثقافي، قراءة في الانساق الثقافية العربية، عبد الله الغدامي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط1، 2005م.
- ❖ في مفهوم الإشهار، د. هامل شيخ، مجلة رؤى فكرية، مخبر الدراسات اللغوية والأدبية، العدد 1، 2015م.
- ❖ في نظرية الرواية (بحث في تقنيات السرد)، د. عبد الملك مرتاض، سلسلة عالم المعرفة (240)، الكويت- 1998.
- ❖ القرآنية في شعر الرواد-دراسة لفاعلية النص المقدس في النص الابداعي، احسان الشيخ حاتم، دار الشؤون الثقافية، بغداد، ط1، 2013م.
- ❖ قلادة النحرفي وفيات أعيان الدهر، أبو محمد الطيب بامخرمة (ت٩٤٧هـ)، عني به: بوجمعة مكري، خالد زواري، دار المنهاج، جدة، ط1، 2008م.
- ❖ القيم في الاسلام بين الذاتية والموضوعية، صلاح الدين بسيوني رسلان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1990م.
- ❖ كتاب الأخلاق، أحمد أمين، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، ط1، 2012م.
- ❖ الكلام والخبر (مقدمة للسرد العربي)، سعيد يقطين، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط1، 1997م.
- ❖ الكليات، أبو البقاء أيوب بن موسى الحسيبي الكفوي (ت1094هـ)، تحقيق: د. عدنان درويش، ومحمد المصري، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط2، 1998م.

- ❖ الكلية بين الوظيفية والنمطية، احمد المتوكل، دار الأيمان للنشر، الرباط، ط1، 2003م.
- ❖ الكناية محاولة لتطوير الإجراء النقدي، أياد عبد الودود عثمان الحمداني، المطبعة المركزية، جامعة ديالى، ط2، 2011م.
- ❖ لسان العرب، جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور (ت711هـ)، تحقيق: امين محمد عبد الوهاب، ومحمد الصادق العبيدي، دار احياء التراث، بيروت، ط3، 1999م.
- ❖ اللسان والميزان أو التكوثر العقلي، طه عبد الرحمن، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط1، 1998م.
- ❖ لسانيات النص مدخل إلى انسجام الخطاب، محمد خطابي، المركز الثقافي العربي، ط1، 1991م.
- ❖ اللسانيات والرواية، روجر فاو، ترجمة: لحسن احمامة، دار تكوين للطباعة والنشر، دمشق، ط2، 2011م.
- ❖ لغة الشعر العراقي المعاصر، عمران الكبيسي، شركة المطبوعات للطباعة والنشر، الكويت، ط1، 1982م.
- ❖ اللغة والحجاج، أبو بكر العزاوي، مطابع العمدة، الدار البيضاء، ط1، 2006م.
- ❖ المثل السائر في ادب الكاتب والشاعر، أبو الفتح ضياء الدين نصر الله بن محمد بن الاثير الموصلي (ت673هـ)، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد، المكتبة العصرية، بيروت، ط1، 1990م.
- ❖ مجمع الأمثال، أبو الفضل احمد بن محمد بن إبراهيم الميداني (ت518هـ)، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد، مكتبة السنة المحمدية، القاهرة، ط1، 1955م.
- ❖ المحكم والمحيط الأعظم في اللغة، علي بن إسماعيل بن سيده (ت458هـ)، تحقيق: د. مراد كامل، معهد المخطوطات العربية، الأمانة العامة للجامعة العربية، القاهرة، ط1، 1972م.
- ❖ مدخل إلى تحليل النص الأدبي: عبد القادر أبو شريفة، وحسين لافي قزق، دار الفكر (ناشرون)، عمان، ط4، 2008م.
- ❖ مدخل إلى دراسة التداولية (مبدأ التعاون ونظرية الملاءمة والتأويل)، فرانثيسكو بوس راموس، ترجمة يحيى حمداي، دار نيبور، الديوانية، العراق، ط1، 2014م.
- ❖ المصطلح السرد في النقد الادبي، احمد رحيم كريم، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012م.
- ❖ المضمرات الإشهارية في الرواية العراقية حقبة ما بعد الانفتاح، علي جواد عبادة، تموز تيموزي، دمشق، ط1، 2020م.
- ❖ المظاهر اللغوية للحجاج (مدخل إلى الحجاجيات اللسانية)، رشيد الراضي، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط1، 2014م.
- ❖ معجم الأدباء، إرشاد الأريب إلى معرفة الأديب، شهاب الدين أبو عبد الله ياقوت بن عبد الله الرومي الحموي (ت626هـ)، تحقيق: إحسان عباس، دار الغرب الإسلامي، بيروت، ط1، 1993م.
- ❖ معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، سعيد علوش، دار الكتاب اللبنانية، بيروت، ط1، 1985م.

- ❖ معجم المصطلحات البلاغية وتطورها، احمد مطلوب، مكتبة لبنان (ناشرون)، بيروت، ط2، 2007م.
- ❖ معجم المصطلحات العربية في اللغة والأدب، مجدي وهبة، وكامل المهندس، مكتبة لبنان، بيروت، ط2، 1984م.
- ❖ معجم مقاييس اللغة، أبو الحسن احمد بن فارس بن زكريا (ت395هـ)، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 1979م.
- ❖ المعجم الوسيط، إبراهيم انيس وآخرون، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط4، 2004م.
- ❖ المعيار الأخلاقي في نقد الشعر العربي من القرن الثالث حتى نهاية القرن السابع الهجري، ثابت عباس حمود، دار دجلة، عمان، ط1، 2011م.
- ❖ مفتاح العلوم، يوسف بن أبي بكر السكاكي (ت626هـ)، ضبطه وعلق عليه: نعيم زرزور، دار الكتب العلمية، بيروت، ط2، 1987م.
- ❖ المفصل في تاريخ العرب قبل الإسلام، جواد علي، جامعة بغداد، بغداد، ط2، 1993م.
- ❖ مفهوم الأدبية في التراث النقدي إلى نهاية القرن الرابع، توفيق الزيدي، منشورات عيون، الدار البيضاء، ط1، 1987م.
- ❖ مفيد العلوم ومبيد الهموم، تصنيف: زكريا بن محمد بن محمود القزويني (ت862هـ)، تحقيق: محمد عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 1985م.
- ❖ مقالة في العبودية المختارة، أيتيان دي لأبويه، ترجمة: مصطفى صفوان، وزارة الثقافة والفنون والتراث، دولة قطر، ط1، 2014م.
- ❖ المقامات اللزومية لأبي طاهر محمد بن يوسف السرقسطي (ت538هـ)- دراسة اسلوبية، مي محسن حسين، كلية التربية للبنات، جامعة بغداد، 2005م.
- ❖ المنزع البديع في تجنيس أساليب البديع، أبو محمد القاسم السجلماسي (ت704هـ)، تحقيق: مكتبة المعارف، الرباط، ط1، 1980م.
- ❖ المنطق والمحايثة، بول غرايس، اطلالات على النظريات اللسانية والدلالية في النصف الثاني من القرن العشرين، نماذج معربة، اشراف: عز الدين مجدوب، المجمع التونسي للعلوم والآداب والفنون، قرطاج، ط1، 2007م.
- ❖ من النص إلى الفعل (أبحاث التأويل)، بول ريكور، ترجمة: محمد برادة، وحسان بورقية، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، القاهرة، ط1، 2001م.
- ❖ منطلق السلطة – مدخل إلى فلسفة الأمر، ناصيف نصار، دار أمواج، بيروت، ط1، 1995م.
- ❖ منهاج البلغاء وسراج الأدباء، ابو الحسن حازم القرطاجني، تحقيق: محمد الحبيب ابن الخوجة، دار الغرب الإسلامي، بيروت، ط3، 1986م.

- ❖ الموازنات الصوتية في الرؤية البلاغية، محمد العمري، منشورات دراسات سال، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، 1991م.
- ❖ موسوعة المصطلح النقدي، ترجمة: عبد الواحد لؤلؤة، دار المأمون، بغداد، ط1، 1993م.
- ❖ نزهة الألباء في طبقات الأدباء، أبو البركات، كمال الدين الأنباري (ت577هـ)، تحقيق: إبراهيم السامرائي، مكتبة المنار، الأردن، ط3، 1985م.
- ❖ النص والخطاب والإجراء، روبرت دي بوجراند، ترجمة: د. تمام حسن، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1998م.
- ❖ نظريات الإستعارة في البلاغة العربية من ارسطو إلى لأيكوف ومارك جونسون، عبد العزيز لحدوق، دار كنوز للمعرفة، عمان، ط1، 2015م.
- ❖ نظرية أفعال الكلام العامة-كيف ننجز الأشياء بالكلام، جون اوستين، ترجمة عبد القادر قيني، افريقيا الشرق، الدار البيضاء، ط1، 1991م.
- ❖ نظرية الأفعال الكلامية بين فلاسفة اللغة المعاصرين والبلاغيين العرب، طالب السيد هاشم الطباطبائي، مطبوعات جامعة الكويت، الكويت، ط1، 1994م.
- ❖ نظرية التأويل: الخطاب وفائض المعنى، بول ريكور، ترجمة سعيد الغانمي، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط2، 2006م.
- ❖ نظرية التصوير الفني عند سيد قطب، صلاح الخالدي، دار الفرقان، عمان، ط1، 1983م.
- ❖ نظرية التلويح الحوارية، هشام عبد الله الخليفة، مكتبة لبنان (ناشرون)، بيروت، ط1، 2013م.
- ❖ نظرية المعنى في فلسفة بول غراس، صلاح إسماعيل، الدار المصرية السعودية، القاهرة، ط1، 2005م.
- ❖ النقد الأدبي الحديث، محمد غنيمي هلال، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1997م.
- ❖ النقد الثقافي قراءة في الانساق الثقافية العربية، عبد الله الغدامي، المركز الثقافي العربي، ط3، 2005م.
- ❖ النقد العربي القديم- نصوص في الاتجاه الإسلامي والخلقي، وليد القصاب، دار الفكر الإسلامي الحديث، القاهرة، ط1، 2005م.
- ❖ النقد النسقي، تمثيلات النسق في الشعر الجاهلي، يوسف محمود عليمات، الاهلية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015م.
- ❖ النكت في إعجاز القرآن، أبو الحسن علي بن عيسى الرماني (ت368هـ)، تحقيق وشرح: محمد خلف الله، محمد زغلول سلام، دار المعارف بمصر، ط3، 1976م.
- ❖ الوافي بالوفيات، صلاح الدين بن أبيك الصفدي (ت764هـ)، تحقيق: أحمد الأرناؤوط وتركي مصطفى، دار احياء التراث، بيروت، ط1، 2000م.

- ❖ وفیات الأعیان وأنباء أبناء الزمان، أبو العباس شمس الدین أحمد بن أبی بکر خلکان (ت681هـ)، تحقیق: د. إحسان عباس، دار الثقافة، بیروت، ط1، 1969م.

ثانیاً: الإطاریج والرسائل الجامعیة

- ❖ الإبلاغیة فی الشاهد البلاغی (دراسة وتحلیل)، نادر عبد الرحمن محمد، کلیة الدراسات العلیا، جامعة مؤتة، الأردن، 2007م.
- ❖ أثر القرآن الکریم فی الشعر الاندلسی خلال عصری دولة الطوائف ودولة المرابطين، هادی طالب العجیلی، رسالة ماجستير، کلیة التریبة، جامعة بابل، 2003م.
- ❖ أسالیب السخریة فی البلاغة العربیة دراسة تحلیلیة تطبیقیة، شعیب بن احمد بن محمد، رسالة ماجستير، کلیة اللغة العربیة، جامعة أم القرى، 1414هـ.
- ❖ الاسهامات النصیة فی التراث العربی، بن الدین بخولة، أطروحة دكتوراه، کلیة الآداب واللغات، جامعة وهران، 2016م.
- ❖ الإشهار فی خطاب الامامین الصادقین (3)، کمال محمد عبد العالی، أطروحة دكتوراه، کلیة العلوم الإنسانیة، جامعة ذی قار، 2022م.
- ❖ الإشهار فی الخطاب القرآنی- دراسة فی الخطاب المکی، رشا محمد حسین، أطروحة دكتوراه، کلیة التریبة للعلوم الإنسانیة، جامعة ذی قار، 2023م.
- ❖ الانساق الثقافیة فی شعر ادیب کمال الدین، نوررحیم حنیوی، رسالة ماجستير، کلیة التریبة، جامعة المثنی، 2018م.
- ❖ البناء الفنی فی الروایة العربیة فی الاردن من 2001 إلى 2010، حکمت عبد الرحیم النوایسة، اطروحة دكتوراه، کلیة الدراسات العلیا، الجامعة الاردنیة، 2012م.
- ❖ الخطاب الإشهاری عند داعش (دراسة فی آلیات التواصل)، واثق حسن مجهول، أطروحة دكتوراه، کلیة التریبة للعلوم الإنسانیة، جامعة المثنی، 2019م.
- ❖ الخطاب الحجاجی السیاسی فی کتاب (الامامة والسیاسة) لأبن قتیبة دراسة تداولیة، اطروحة دكتوراه جامعة لخضر باتنة للطالبة ابتسام بن خراف 2009-2010 م.
- ❖ رمزیة القیم فی الخطاب الإشهاری التلفزیونی، دراسة تحلیلیة سیمیولوجیة للإشهار الموجه للأطفال عبر قناتهم المتخصصة mb3 وسبأیس تون (2014/2015)، حسینه اقرا، أطروحة دكتوراه، کلیة الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2016م.

- ❖ الشخصية في المنجز الروائي لمدينة الناصرية (2004م-2012م)، محمد كاظم كتّوب، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية، جامعة ذي قار، 2014م.
- ❖ عناصر الفن الروائي عند حامد طه شبيب، قاسم كاظم محمد، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة بابل، 2005م.
- ❖ لغة الخطاب الإشهارية دراسة لسانية تداولية، فريدة معلم، أطروحة دكتوراه، جامعة 8 ماي 1945، الجزائر، 2022م.
- ❖ المرجعية الثقافية في شعرا بن قلاقس لاسكندري (532هـ - 567)، سعيد محمد مهدي، رسالة ماجستير_جامعة كربلاء، كلية التربية، 2022م.
- ❖ مظاهر التداولية في التبيان في تفسير القرآن للطوسي (ت46هـ)، علي محمود نور مجيد، رسالة ماجستير، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة بابل، 2018م.
- ❖ المعايير البلاغية في الخطاب النقدي العربي القديم في القرنين الرابع والخامس الهجريين، محمود خليف خضير، رسالة ماجستير، كلية التربية. جامعة الموصل، 2005م.
- ❖ وظائف الكناية والتعريض في الحديث النبوي الشريف، احمد بدري منصور، رسالة ماجستير، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت، عمان، 2007م.

ثالثاً: البحوث المنشورة في المجلات والدوريات المحكمة

- ❖ ابلاغية الرمز وقصدية الخطاب في نهج البلاغة، نور ياسين كريم، مجلة مراس، كلية العلوم الإسلامية، جامعة وارث الأنبياء، السنة 2، العدد2، 2022م.
- ❖ أثر الأفعال الكلامية في الخطاب الإشهاري-الإشهار الثابت المعروض في الجزائر- نموذجاً، معلم فريدة، عميار العياشي، مجلة إشكالات في اللغة والادب، المجلد9، العدد5، 2020م.
- ❖ الادب الساخر انواعه وتطوره مدى العصور الماضية، شمسي واقف زاده، فصلية الادب المعاصر، جامعة آزادي، طهران، السنة الثالثة، العدد12، 2011م.
- ❖ استراتيجية الخطاب الحجاجي-دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية-، بلقاسم دفة، مجلة المخبر، جامعة بسكرة، العدد10، 2014م.
- ❖ الاستلزام الحوارية في الخطاب الإشهاري (إشهار بنك سامبا نموذجاً)-مقاربة تداولية، وداد بنت احمد القحطاني، مجلة اللغة العربية وآدابها، جامعة الملك سعود، المجلد9، العدد1، 2021م.
- ❖ أسلوب السخرية: نظرياته واشكالاته، مشاري عبد العزيز الموسى، مجلة رسالة المشرق، مركز الدراسات الشرقية، جامعة القاهرة، مجلد36، عدد3، 2021م.
- ❖ الانساق الثقافية، المفهوم والاجراء، العمري بوهزة، مجلية الآداب والعلوم، المجلد14، العدد2، 2021م.

- ❖ أنواع الصورة، جميل حمداوي، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، مركز جيل البحث العلمي، المجلد3، العدد15، 2016م.
- ❖ الانوثة في الخطاب العربي، عبد الله الغدامي انموذجاً، شريف موسى عبد القادر، مجلة مقاليد، بالعدد 11، ديسمبر2016م.
- ❖ بنية النص الإشهاري، محمد عيلان، مجلة اللغة العربية، المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، المجلد4، العدد2، 2002م.
- ❖ التقنيات البلاغية في الصورة الإشهارية الثابتة، امينة رقيق، مجلة الباحث، العدد12، 2013م.
- ❖ الحجاج في الخطاب الإشهاري مقارنة سيموتداولية لخطابات جازي في جريدة الخبر، مزيان ناجية، مجلة جسور المعرفة، العدد العاشر، 2017م.
- ❖ الخطاب الإشهاري دراسة سيميائية في المكون السردى، سميرة دبّاش، مجلة لغة-كلام، المجلد10، العدد1، 2024م.
- ❖ الطبيعة في مجمع الأمثال دراسة تحليلية، د. عهود حسين جبر، مجلة الكلية الإسلامية الجامعة العدد الثالث والعشرون السنة السابعة 2013م.
- ❖ في اسلوبية الخطاب الساخر، تحليل البغلاء انموذجاً، محمد ناصر العجيجي، مجلة موارد، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة سوسة، تونس، ع3، 1998م.
- ❖ المثقف والسلطة، جمال جاسم أمين، الأديب، العدد 124، 2006/6/21م.
- ❖ المرجعية القرآنية في شعر حسان بن ثابت واثرها في بناء النص الشعري، إبراهيم الدهون، من بحوث مؤتمر النقد الدولي الثالث عشر(المرجعيات في النقد والادب واللغة)، كلية الآداب، جامعة اليرموك، 2010م.
- ❖ المفارقة في القص العربي المعاصر، سيزا القاسم، مجلة فصول، المجلد2، العدد2، 1982م.
- ❖ المفارقة في النقد الغربي والتراث العربي- دراسة مقارنة، الزهرة ختو، مجلة علوم اللغة العربية وآدابها، جامعة الوادي، العدد11، 2017م.
- ❖ مفهوم الخطاب في النظرية النقدية، عبد الرحمن حجازي، جريدة الجمهورية، العدد 15084، فبراير2011م.
- ❖ النص وطوق السلطة، عبد العزيز إبراهيم، مجلة الأقلام، العدد 3، 2008م.
- ❖ نظرية المفارقة، خالد سليمان، سلسلة أبحاث الآداب واللغويات، أبحاث اليرموك، جامعة اليرموك، المجلد9، العدد2، 1999م.

Summary

The study focused on analyzing the advertising discourse in the ancient Arabic proverbs included in Al-Midani's anthology (d. 518 AH), examining its linguistic, visual, and cultural frameworks. The study is divided into a preface, three chapters, a conclusion, and a bibliography of sources and references.

In the preface, the researcher established the theoretical framework of the study, defining the concepts of message and content. The first chapter is titled "The Linguistic Framework of Advertising Discourse in the Anthology," and is divided into three sections. The first section examines the argumentative structures in this discourse, while the second section focuses on the performative actions present in it. The third section discusses the dialogic implications in the advertising discourse of proverbs.

The second chapter is titled "The Visual Framework of Advertising Discourse in the Proverbs of Al-Midani," and is also divided into three sections. The first section analyzes the image and its advertising effectiveness, the second section studies symbols in the advertising

discourse, and the third section examines the narrative dimension of the advertising discourse.

The third chapter, titled "The Cultural Framework of Advertising Discourse in the Proverbs of Al-Midani," consists of three sections as well. The first section studies the cultural and religious implications, the second examines the social cultural implications, and the third analyzes the satirical cultural implications.

The study concludes with a summary of the results reached, alongside a bibliography that includes printed books, theses, academic dissertations, published research in journals, and peer-reviewed periodicals that contributed to the study's foundations.

Republic of Iraq

Ministry of Higher Education and Scientific Research

University of Al-Qadisiyah

College of Arts



**THE ADVERTISING DISCOURSE IN THE
BOOK "MAJMA' AL-AMTHAL" BY AL-
MAYDANI, IN 518 AH.**

submitted by the student

HAIDER ALI SALMAN AL-YASIRI

To the Council of the College of Arts at the University of Al
Qadisiyah, It is part of the requirements for obtaining a master's
degree In Arabic language and literature/ Literature

Supervised by

ASST. PROF. SALEM JUMAA KAZEM

1446 A.H.

2024 A.D.