

مكونات الخطاب الإشهاري في مجمع الأمثال للميداني

الباحث: حيدر علي سلمان

أ.م.د. سالم جمعة كاظم

كلية الآداب- جامعة القادسية

الخلاصة: Conclusion

تحقّي الامثال العربية بالإشهار بوصفه نشاطاً مقصوداً واعياً، وحدثاً تواصلياً تفاعلياً، له دلالات مُحَدَّدة، وأهداف مُعلَّنة وغير معلنة، تستبطن رؤى المُشهرين وأفكارهم، وتكشف عن قدراتهم في كيفية إدارة العملية الإشهارية عبر مكونات هذا الخطاب ذات التوجُّه الإشهاري، ومُلاحَقة الأبعاد والمقاصد الإشهارية الكامنة فيها، وتسلّط الضوء عليها، وإبرازها للعلن عبر البحث في الكيفية التي اعتمدها العرب في ترويج أفكارهم ورؤاهم وحاجاتهم وتطلُّعاتهم وبضائعهم، والوقوف عند أشهر الوسائل والأساليب التي وظَّفوها في مُمارَسة العمل الإشهاري، والتعرُّف على مدى فاعلية الخطاب الإشهاري في عملية التواصل مع الآخرين.

وقد مثَّلت الامثال العربية في كتاب مجمع الامثال للميداني ميداناً خصباً لتمظهرات الخطاب الاشهاري، ومكوناته، بالشكل الذي يغري الباحثين على الوقوف عليها، واستجلاء مظاهرها، وهو ما سيجاول البحث الكشف عنها، وتأثيراتها في المتلقي بوصفه ركناً في العملية التخاطبية، وقد اختار الباحث كتاب مجمع الامثال للميداني ليكون منطقة اشتغاله، ومادة خاماً لدراسته هذه المكونات.

الكلمات المفتاحية : الأمثال العربية، الخطاب الإشهاري، مجمع الأمثال، الميداني.

Components of advertising speech in Al-Maidani's Proverbs Complex

Researcher: Haider Ali Salman Asst.prof. Salem Juma Kazem

salim.jomaa@qu.edu.qi

College of Arts - Al-Qadisiyah University

Abstract:

Arabic proverbs celebrate advertising as an intentional, conscious activity, and an interactive communicative event, with specific connotations and declared and undeclared goals, which internalize the visions and ideas of advertisers, and reveal their abilities in how to manage the advertising process through the components of this discourse that are advertising-oriented, and to pursue the dimensions and advertising objectives inherent in it. Shedding light on it and bringing it to the public by researching the method adopted by the Arabs in promoting their ideas, visions, needs, aspirations and goods, examining the most famous means and methods that they employed in practicing advertising work, and identifying the extent of the effectiveness of advertising discourse in the process of communicating with others.

The Arabic proverbs in the book "Majma' al-Athlam" by Al-Maidani represented a fertile field for manifestations of advertising discourse and its components, in a way that tempts researchers to look at them and clarify their aspects, which is what the research will try to reveal and their effects on the recipient as a pillar of the communicative process. The researcher chose the book "Majma' al-Proverbs." For the field to be his area of work, and raw material for studying these components.

Keywords: Arabic proverbs, advertising speech, proverbs collection, Al-Maidani.

المقدمة : the introduction

للأمثال أهمية كبيرة في الأدب العربي بوصفها مدونة تختزن تجارب الحياة التي خاضها العرب، فضلاً عن أهميته على مستوى الفن بوصفه بنية موجزة تشتمل على أساليب الجمال والدهشة، وتوظف فيها البنى اللسانية التي تجعل من المثل ذات تأثير كبير في نفوس السامعين.

أما كتاب مجمع الأمثال ويعدّ كتاب مجمع الأمثال للميداني من أهم كتب الأمثال في المدونة العربية حتى قيل لم يدون في هذا الفن مثله^(١)، فهو من ((أوسع الكتب وأشملها))^(٢)، وقد نال حظوة في الدراسات الأدبية لتميّزه بالسعة والشمول، وهو ما يكشف جهد الميداني الكبير في الاستقصاء والجمع، ليقدم للمدونة العربية منجزاً عربياً ابداعياً.

أولاً) حجج الايتوس AETOS arguments

يشير الايتوس الى ((صورة الذات التي يبنها المتكلم في خطابه ليمارس تأثيراً على المخاطب))^(٣)، ونجد في التعبير بلفظة (بينيها) ان الذات في الخطاب يمكن ان تأتي بثلاث صور، فيكون الايتوس جاهزاً اذا وظّف المتكلم صورته ليجعل منها سلطة حاجية تدفع المتلقي الى تمثّل دلالات الخطاب وعناصره المضمره، بناءً على ما يقع منها في نفس المتلقي من موقع حسن^(٤)، وعلى هذا يصبح ما حول الخطاب داخلاً فيه، ومؤثراً في مساره، او ان يكون صريحاً اذا صنع له شخصية أخرى يمكن لها ان تلب هذا الدور، لاسيما ان كان الخطاب نصاً مكتوباً، فتشكّل حينئذٍ شخصية المتكلم/ الباث عنصراً فاعلاً في المستوى الحجاجي^(٥)، او ان يكون مضمرّاً ينطلق من نص الخطاب، فتكون الشخصية التي يخلقها الخطاب شخصية ايتوسية تؤدي فيه حاجية اقناعية، ذلك ان الايتوس يمكن ان يكون دالاً ((على الصورة الذاتية التي يستنتجها المتلقي من علامات الخطاب المختلفة))^(٦).

إن العلاقة بين الخطاب الاشهاري في الامثال وبين استراتيجية الحجاج بالاييتوس تنطلق من الكيفية التي يُوظّف فيها الايتوس في نص المثل، وقد وظّف المثل العربي الصور الثلاث للايتوس سواءً في قائله بلحاظ قصة المثل، او في الشخصية التي يخلقها في نصه، او الشخصية المضمره التي يوظفها في نسجه، وهذا ما سيرصده الباحث.

فمما ورد في تقديم قائله شخصية ايتوسية، المثل الآتي: ((أي الرجال المهذب))^(٧)، وهذا المثل هو جزء من بيت النابغة الذبياني^(٨):

ولستُ بمستبقٍ اِخاً لا تلمه على شعثِ أي الرجال المهذب

تأتي شخصية قائل المثل لتمثل سلطة تأثيرية على القارئ بفعل مكانته الأدبية، يزيدنها وضوحاً الدلالة الأخلاقية التي يقدمها البيت الشعري من خلال صورة الانسان المثالي التي قد يستحيل وجودها على ارض الواقع، من جهة أخرى فان السعي الى اصلاح الانسان هي قيمة أخلاقية أخرى يقدمها البيت الشعري لتكون دلالة ايتوسية تستحوذ على ذهن المتلقي، فتوجهه الى مساحتها، ومن هنا يمكنها التأثير في عواطفه.

وتأتي الشخصية الايتوسية لتكون ركيزة التعبير في سياق المثل، ففي المثل الآتي: ((انا ابن جلا))^(٩)، وهو مأخوذ من قول الشاعر سحيم بن وثيل الرياحي^(١٠):

انا ابن جلا وطلاع الثنايا متى اضع العمامة تعرفوني

تؤدي شخصية القائل هنا الايتوس بفعل ما اشتملت عليه من الصفات التي جعلته ثيمة اشهارية، فالمكانة الأدبية للشاعر والمعنى الذي جعله يفخر به، فهو يستند الى ارث عريق غني بالشجاعة والاقدام والهيبة، ليتحول امتدادها من النص الى المتلقي، وتمارس اقناعها السري الذي يجعلها سلطة قادرة على التأثير في المتلقي، فتخلق منه مستهلكاً للخطاب، ومتحفزاً لتفكيكه وإنتاج دلالاته، ومن هنا يخلق الخطاب من الصفات قوة اقناعية تصادر رغبات المتلقي، لتسوق اليه امتداداتها الدلالية وصورها الاجتماعية.

وتبدو شخصية قائل المثل ايتوسية بوضوح في المثل الآتي: ((رضيتُ من الغنيمَةِ بالاياب))^(١١)، وهو مأخوذ من قول امرئ القيس^(١٢):

وقد طوّفتُ في الآفاق حتى رضيتُ من الغنيمَةِ بالاياب

تمثل شخصية امرئ القيس شخصية ايتوسية مؤثرة في المتلقي، بفعل شاعريتها ومكانتها الأدبية، فضلاً عن دلالات البيت الشعري الذي يمنح المثل سلطة مؤثرة في المتلقي، فالرضا والقناعة هي من الصفات الإيجابية المؤثرة، وهي هنا تزيد من تأثير شخصية القائل في إنتاج خطاب اشهاري اقناعي، يقوم على مجموعة من الثيمات الايتوسية، تتمثل اولاً بشخصية امرئ القيس، وثانياً بالإضاءة الشعرية في خطاب المثل، وثالثاً

بالصفات الأخلاقية في سياق المثل، لتمارس ادعاش المتلقي، والاستحواذ عليه من خلال تسويق هذه المرتكزات اليه، لخلق منطقة مشتركة وسحبه اليها بفعل سلطة الخطاب الاشهاري في توجيه اهتمام المتلقي.

ونجد هذه الشخصية ايتوسية في المثل الآتي: ((لا ناقتي في هذا ولا جملي))^(١٣)، وقائله الحارث بن عباد^(١٤)، ويقدم المثل صورة أخلاقية لقائله بالتبري عن الظلم والإساءة، والتزام الحياد في حوادث الظلم المتبادل التي لا يُسمع فيها صوت العقل، فشخصية القائل بفعل ما تحلت به من صفات إيجابية تمثل شخصية ايتوسية تحرص -من خلال سياق المثل- على الانتشار من الداخل الى الخارج، والتشطي بدلالاتها لتكون فاعلاً ترويجياً تأخذ من المتلقي اهتمامه، من خلال انتاج دلالات المثل ومصاديقه، والاستضاءة بقصته، فتكون هذه المنظومة الخطابية بمجملها سلطة حجاجية تستحوذ على المتلقي، وتجعله تحت سلطتها وقدرتها الاقناعية.

ونجد هذه الشخصية ايتوسية تدفع المتلقي الى تمثّل اخلاقها من خلال قولها، ويبدو هذا واضحاً في المثل الآتي: ((لا يحسن العبدُ الكرَّ الا الحلبَ والصرَّ))^(١٥)، وقائله عنتر بن شداد لأبيه حين طلب منها الكرّ، فتقاعس عنه، ويكشف المثل عن الأثر النفسي الذي عاناه عنتر في اثبات نسبه من خلال شجاعته، وقوة شكيمته، ويبدو هذا من خلال قصته مع قومه، فالصفات التي ترسخ في ذهن المتلقي عنه، والمآل الذي آلت اليه معاملة قومه له، فالمثل ومن خلال المقابلة التي يعرضها في شخصية عنتر، بوصفها شخصية إيجابية تقوم على عناصر الشجاعة والاقدام، وما يلاقيه من قومه من جزاء على هذه الصفات، كلها تمثل سلطة ايتوسية اقناعية تؤثر في المتلقي، إذ يحوّل المثل الأثر النفسي لشخصيته الى قوة اقناعية، تستحوذ على تعاطف المتلقي، وتؤثر فيه، وهو ما يحقق اشهارية الخطاب في المثل.

اما توظيف ايتوس الصريح في سياق المثل فيتمثل في المثل الآتي: ((بسالم كانت الوقعة))^(١٦)، يقدم المثل شخصية سالم شخصية ايتوسية من خلال اضاءتها بقصة المثل، إذ تمثل شخصية سالم الذي أخذ وعوقب ظلماً شخصية ايتوسية لإثارة تعاطف المتلقي، والخطاب بهذا التشكيل يستهدف المتلقي ليسحبه الى منطقة اشتغاله الاقناعي، فيستحوذ على مشاعره، وتثيره باتجاه انتاج دلالات الخطاب وتفكيكه شفراته، وتسويقها، لأن المتلقي ((شريك للمؤلف في تشكيل المعنى، وهو شريك مشروع لان النص لم يُكتب الا من اجله))^(١٧)، ولهذا يستهدف الخطاب المتلقي، ودفعه للقيام بهذا الدور، وعندئذ يكون الخطاب الاشهاري خطاباً مشتركاً بين المرسل والمرسل اليه.

ويتضح الايتوس الصريح في المثل الآتي: ((صحيفة المتلمس))^(١٨)، وفيه تُوظف شخصية المتلمس لتكون شخصية ايتوسية اقناعية، بوصفها شخصية اشهارية ذائعة، تفرض سلطتها على المتلقي، فتستحوذ على مشاعره وتفكيره، وتقدم له دلالات تستضيئ بالقصة التاريخية للمثل، لتزيد من اشهاريتها بتكثيف قوتها الاقناعية، والسيطرة على المتلقي من خلال الربط بين سياق المثل وبين دلالاته، وتمثل هذه العلاقة ونتاجها، فالخطاب يحيل المتلقي الى دلالة المثل على السعي في الخروج مما يقع فيه، ومن هنا تمثل شخصية المتلمس شخصية اشهارية بفعل ما تؤديه من دور فاعل في توجه تفكير المتلقي الى قصة المثل.

وفي مثل آخر تبرز صورة الايتوس الصريح، ((أوفى من أم جميل))^(١٩)، إذ يجد المتلقي في شخصية ام جميل شخصية ايتوسية لها قدرة اقناعية عليه، من خلال صفة الوفاء التي يقدمها المثل باستعمال صيغة افعال التفضيل القائم على المقارنة مع غيرها، وارتكز الخطاب الاشهاري في المثل على توظيف هذه الشخصية لتشكّل بؤرة مركزية في الخطاب، ومن هنا تتشكّل سلطتها واقناعيتها، وسيطرة على المتلقي بوصفها مستهلكا للخطاب، فهي تستهدفه بتأثيرها الاقناعي لتجعله منطقة اشتغالها، وغايتها التي تحرص على تحفيزه على انتاج دلالات الخطاب وإنتاج اشهاريته.

ونلاحظ في الامثال توظيفاً لصورة أخرى من صورة الايتوس، وهي صورة الايتوس المضمّر، إذ يقدم خطاب الامثال شخصيات غير معروفة بالنسبة للمتلقي، لكن لها قوة اقناعية وقدرة على الاستحواذ على مشاعر المتلقي وتوجيهه الى المساحة التي تريد، والدلالات التي تحرص على انتاجها، ومنها المثل الآتي: ((تجوع الحرة ولا تأكل بشيبيها))^(٢٠)، تأتي شخصية المثل لتكون شخصية اقناعية مؤثرة تخاطب عقله المتلقي ومشاعره، فالحرة بوصفها امرأة صائنة لعرضها، ولا تدفعها الحاجة الى المتاجرة بجسدها، لهذا فالخطاب يرتكز على هذه الفكرة في انتاج اقناع يصادر فيه رغبة المتلقي في انتاج دلالات أخرى ليست موجودة في الخطاب، فتبقيه في دائرة الدهشة التي توفرها المفارقة بين طرفي الخطاب (تجوع، لا تأكل)، وهي بهذا تُشكّل شخصيتها الاشهارية التي تمارس سلطتها على المتلقي والتأثير فيه.

ونجد الايتوس المضمّر في المثل الآتي: ((ليس المتعلقُ كالمتأنق))^(٢١)، يقدم المثل شخصيتين تمثلان بعدين اشهاريين تستحوذان على اهتمام المتلقي في خلق صورة المقارنة بينهما، من خلال الاعتماد على بنية النفي، وقد جاء النفي بـ(ليس) لنفي اتصاف اسمها بخبرها، وتتحقق سيطرة الخطاب على المتلقي من خلال هذه

البنية المنفية التي تصادر بنية الاثبات لدى المتلقي، لتكوّن اقناعاً سريعاً قاراً في بنية الخطاب، يستدعي ان تكون صورة المتعلق صورة منفرة، في حين تكون صورة المتأنق صورة ذهنية تسويقية تسحب المتلقي الى منطقة اشاعها، وهذا يجعل من الخطاب خطاباً ايتوسياً مؤثراً في المتلقي.

ان حجج الايتوس في الامثال العربية في كتاب مجمع الامثال قد خلق خطاباً اشهارياً من خلال توظيف صور هذه الحجج المتعددة في سياق الخطاب، والإفادة منها في استحوادها على المتلقي، ومصادرة اهتماماته الأخرى باتجاه سحبه الى باحة هذا الخطاب، ليكون المتلقي ساحة اشتغاله الحجاجي الإقناعي.

أولاً حجج اللوغوس Logos arguments

وتقوم هذه الحجج على توظيف الأداء اللغوي وتقنياته لإنتاج خطابٍ اقناعي، بالشكل الذي تجعله مختلفاً عن باقي النصوص، وترتكز هذه الحجج على الإفادة من فاعلية اللغة في تحقيق غاية الخطاب في التأثير في المتلقي^(٢٢).

لكل نصٍ من النصوص نوع خاص من الأداء اللغوي، وتقنيات خاصّة تميّزه عن غيره من النصوص، وتساعد في بلوغ غايته المنشودة، وهذه التقنيات قابلة لأن تشترك بها النصوص جميعها، ولأن يفرد بها نص من دون آخر، فالنص الحجاجي بوصفه نوعاً من نصوص متعددة يسعى إلى بلوغ غايته عن طريق القصدية في انتقاء أدائه اللغوي الذي ينضوي تحت حجج اللوغوس: أي اللغة وفعاليتها في تحقيق استمالة المخاطب؛ كما يشكل هذا الأداء رافداً حجاجياً ينطلق منه المخاطب للوصول إلى نتيجة معينة، وكذلك ليؤثر في المتلقي من خلاله، ويدفعه إلى الاقتناع بالقضية المعروضة أمامه، أو يحمله على الإذعان، فمن حجج اللوغوس التي هيمنت عند الشعارين والتي اضطلعت بفاعلية حجاجية الآتي :

أولاً المكون المنطقي Logical component

يستند الخطاب في عناصره النصية على المكون المنطقي بوصفه أداة من أدوات التأثير في المتلقي، ويقوم هذا العنصر على توظيف الحجج المنطقية واستثمار قوتها الإقناعية في تحقيق هذا التأثير، وتستمد هذه الحجج هذه القوة ((من مشابهتها للطرائق الشكلية Formelle والمنطقية والرياضية في البرهنة، لكن هي تشبهها فحسب، وليست هي إياها))^(٢٣). إذ يتجلى هذا التأثير بناءً على بناها المنطقية مثل التناقض والتماثل التام أو الجزئي وقانون التعديّة، ((كما يعتمد هذا النوع من الحجج أيضاً بعضاً من العلاقات الرياضية كعلاقة الجزء

بالكل والأصغر بالأكبر، كذلك قد توظف هذه الحجج شبه المنطقية مفهومي التناقض وعدم الاتفاق...^(٢٤)، وعلى وفق هذه المعطيات فان ((كل حجة منها تستند إلى مبدأ منطقي، كالتطابق أو التعددية أو التناقض... ولكنها خلافاً للحجج المنطقية الخالصة يمكن أن تردّ ببسر، بدعوى أنها ليست منطقية))^(٢٥)، وعليه يكون الإلزام بالصياغة المنطقية الفاصل بين النوعين، فإذا كانت الحجج المنطقية ملزمة، لا تعتمد الحجج شبه المنطقية على مبدأ الإلزام، وإن كان لها ((مقام الفكر المنطقي))^(٢٦)، ومن هذه الحجج التي اعتمدها الخطاب في أمثال مجمع الامثال للميداني:

▪ التناقض والتعارض Contradiction and contradiction

في هذه الحجة يعتمد المحاجّ على ((التعارض بين قضيتين في حجاج خصمه، أو بين فرضيتين يريد إقصاء إحداهما لإقناع مخاطبيه بالأخرى))^(٢٧)، وهذا التعارض ((يحدث في علاقة الملايظ بالمقام))^(٢٨). حجة تقوم على بنية منطقية في حالة، بها ((نتم انسجام إثبات ما، ونفيه في النظام الفكري ذاته))^(٢٩).

وقد استخدم بيرلمان واو العطف بين هذين المفهومين، للإشارة الى وحدة الجنس بينهما، على الرغم من التناقض يدل على ((اختلاف في القضيتين يقتضي لذاته أن تكون إحداها صادقة والأخرى كاذبة))^(٣٠). مما يؤسس للتناقض شروط منها: وحدة الموضوع، والمحمول، والزمان، والمكان، والقوة والفعل، والكل والجزء، وكذلك الشرط، والإضافة^(٣١)، ولكل لازم منها حدّه في عرفهم، في حين يُعرّف التعارض اصطلاحياً ((ويسمى أيضاً بالمعارضة والتناقض عند الأصوليين هو كون الدليلين بحيث يقتضي أحدهما ثبوت أمر والآخر إنقائه في محل واحد في زمان واحد بشرط تساويهما في القوة، أو زيادة أحدهما بوصف هو تابع))^(٣٢)، ويفصل بيرلمان القول في هذه المسألة، فيقول: ((ففي الحجاج لا نكون أبداً أمام تناقض بل أمام تعارض وذلك حين يقع المرء دون رغبة منه في تضارب بين قاعدة أثبتتها أو دعوى دافع عنها أو موقف تبناه وبين دعوى أو قاعدة سبق أن أثبتتها أو كانت مسلماً بها عند الجميع، ويُعتبر بوصفه عضواً في الجماعة، معتقاً لها))^(٣٣)، وعلى وفق هذا المبنى، لا يرى الباحث تعارضاً بين المفهومين، طالما ان الخطاب يوظفهما في إنتاج التأثير القائم على مخالفة الحقيقة الواقعية، فالتناقض والتعارض بين طرفي الخطاب يؤديان الى نتيجة واحدة وهي التأثير في المتلقي.

وهذا ما نجده في سياق الخطاب الاشهاري في مجمع الأمثال للميداني، إذ يتجلى في عدد من الامثال التي تخضع لهذه الحجة شبه المنطقية، ومنها المثل الآتي: ((ان البغاث بارضنا يستنسر [...] يضرب للضعيف

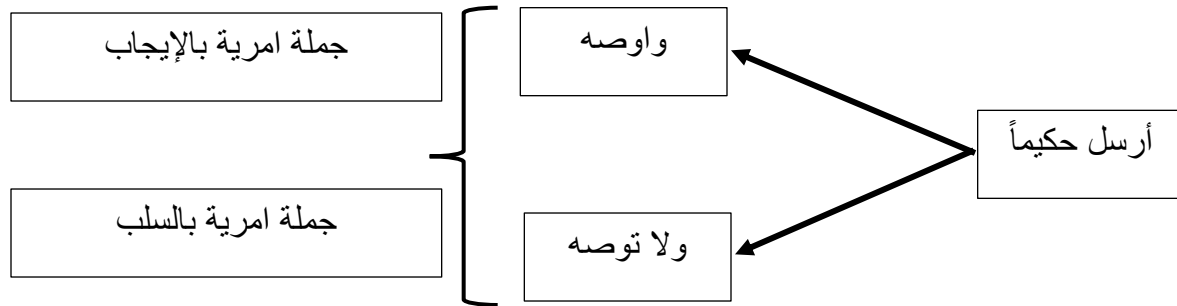
يصير قوياً، وللذليل يعزّ بعد الذل^(٣٤)، يقوم الخطاب في المثل على توظيف المكون المنطقي للخطاب من خلال الاعتماد على الضدية بين طرفيه، مع تحديد الفضاء المكاني الذي يمنح الخطاب حدوده الدلالية، فالبغاث بوصفه طائراً ضعيفاً يمثل حركة أولى من حركات الخطاب، التي تثبت دلالة الضعف في ذهن المتلقي من خلال التوكيد بالحرف المشبه بالفعل، ثم ينتقل الخطاب الى تحديد الفضاء المكاني الذي يمنح المتلقي دلالة المحدودية لهذا الحدث، ثم ينتقل الخطاب الى توظيف حجة التناقض بخلق صورة أخرى لهذا الطائر الضعيف، صورة تقوم على توظيف المفارقة ونقل دلالة الضعف الى دلالة القوة.

ويستعمل خطاب الامثال الجمل البسيطة في ابراز حجة التناقض، ومنها المثل الآتي: ((رَبِّ حَثِيثٍ مَكِيثٍ، [...] ويضرب لمن أراد العجلة فصل على البطء))^(٣٥)، ترتكز دلالة الخطاب في المثل على حجة التعارض لإنتاج التأثير في المتلقي، من خلال التعارض بين طرفي الخطاب، فالحثُّ على الفعل يتطلب نتيجة السرعة في إنجازه، في حين ان المثل يفاجأ المتلقي من خلال النتيجة التي ينتهي اليها هذا الحثُّ.

ونجد حجة التناقض في المثل الآتي: ((الليل يوارى حَصْنًا^(٣٦)))^(٣٧)، تقوم حجة التناقض في هذا الخطاب على عتبة أولى تقتضي دلالة المبالغة في شدة سواد الليل، بالتعالق الدلالي بين لفظة (ليل) ولفظة (يوارى) عبر علاقة اسنادية مركبة تقوم على تعالق الجملة الاسمية بالجملة الفعلية، وهذا يمنح الخطاب حركية واستمرارية، لتأتي العتبة الثانية المتمثلة بالمفعول به (حَصْنًا) التي تكون ذروة المبالغة في هذه الحجة شبه المنطقية، مما يدفع المتلقي الى الدهشة من شدة سواد الليل الذي اخفى جبلاً، فالمعلوم ان الجبل بارتفاعه الشاهق لا يمكن ان يتوارى في الظلام ان كان في مدى رؤية الرائي.

ويوظف خطاب الامثال في مجمع الامثال للميداني حجة التناقض فيما بين الامثال، ففي المثليين الآتين: ((ارسلُ حكيماً واوصنه، أي انه وان كان حكيماً فانه يحتاج لمعرفة غرضك))^(٣٨)، و((ارسلُ حكيماً ولا توصه، أي هو مستغنٌ بحكمته عن الوصية))^(٣٩)، تبرز حجة التناقض بين هذين المثليين من خلال التناقض في بنية الجملة الطلبية، فالنتيجة في المثليين تقوم على توظيف الجملة الطلبية، فالأمر في المثل الأول يتناقض او يتعارض مع النهي في المثل الثاني، وحتى على مستوى البنية الخارجية للمثل، نلمح التناقض في بيان ما يُضربُ له المثلان، ويبدو في المثليين تقنيات لسانية دلالية، تقوم في المثل الأول على الإفادة من تعالق الجملة

الطلبية، في حين تتناقض هذه البنى في المثل الثاني، إذ افتتح بالأمر وانتهى بالنهي، ويمكننا تمثيل هذه الحجج المتناقضة بالمخطط الآتي:



مما تقدم يتضح فاعلية بنية التناقض في إنتاج الخطاب الاشهاري للأمثال بالشكل الذي يحقق التأثير المرجو في المتلقي، وقد جاءت هذا البنية بوصفها حجة شبه منطقية، سواءً أكانت منطقية او غير منطقية طالما ان غاية الخطاب في هذا السياق تتمثل في سحب المتلقي الى ساحة هذا الخطاب.

المطابقة والتعريف Conformity and definition

يستعمل المناطق المطابقة والتعريف للدلالة على الصدق، فالكلي المطابق للجزئي يكون صادقاً عليه، ومن هنا فالصادق هو المطابق^(٤٠)، وهي من تقنيات الحجاج التي وضع أسسها بيرلمان، فالمطابقة عنده هي ان((تكون موضوعاً للخطاب. فكل استعمالٍ للمفاهيم أو للتصنيف أو للاستقراء يستتبع اختزال بعض العناصر في ما يكون بينها من أمور متطابقة أو قابلة للتبادل))^(٤١)، وعلى وفق مفهوم المطابقة هذا، يكون التعريف((هو المعلوم التصوري الموصل إلى مجهول تصوري الواقع جواباً عن (ما) الشارحة أو الحقيقية))^(٤٢)، أي ان((إن الأصل في التعريف هو الحدّ التام، لأن المقصود الأصلي من التعريف أمران: الأول: تصور المعرف (بالفتح) بحقيقته لتتكون له في النفس صورة تفصيلية واضحة. والثاني: تميزه في الذهن عن غيره تمييزاً تاماً))^(٤٣).

وهو في ضوء نظرية بيرلمان أن ((يقوم المرء باستعمال حجاجي للتطابق حين يدّعي، بفضل تعريف ما، أن المعرف يتطابق مع المعرف، فالتعريفات تسعى إلى التعامل مع اللفظ المعرف والعبارة التي تعرفه على أنهما قابلان لأن يعوّض أحدهما الآخر))^(٤٤).

وتتضح هذه الحجة في خطاب الامثال العربية في مجمع الامثال للميداني، ومنها المثل((الرغب شؤم، يعني ان الشره يعود بالبلاء))^(٤٥)، يحيل سياق الخطاب فذ هذا المثل الى دلالة التعريف بخلق علاقة بين الرغبة وبين

الشؤم، بوصف الثاني نتيجة للأول، فالمثل يفتح مديات الخطاب الى دلالات أوسع من خلال القياس مع غيره من الدلالات التي تصدق عليها هذا الخطاب، فالرغبة لا تقتصر على دلالة الشره، كما ان الشؤم لا يرتبط بالشره، فالخطاب في المثل هو خطاب مفتوح يتقبل مختلف الدلالات التي تقوم على الترابط بين الفعل ومردوده. وفي مثل آخر، تأتي دلالة المطابقة بوصفها حجة شبه منطقية يقوم على الخطاب التأثيري، ((شرُّ الناس من ملحه على ركبتيه، يُضرب للنزيق السريع الغضب، وللغادر ايضاً))^{٤٦}، يخلق نص المثل علاقة تقوم على توظيف حجة المطابقة بين طرفي سياق الخطاب، فالعتبة الدلالية الأولى المتمثلة بـ(شرُّ الناس) توضحها العتبة الدلالية الثانية المتمثلة بـ(من ملحه على ركبتيه)، والخطاب بناءً على طرفيه اللذين يتخذان من الاسم الموصول تمفصلاً لسانياً يمكن له ان يوفر مساحة اكبر من التصرف، إذ يمكن ان يتبادل طرفا الخطاب التموقع في السياق، وبهذا فانه خطاب ثنائي الاتجاه.

ثانياً) المكون اللساني Linguistic component

يُعدُّ المكون اللساني منطقة اشتغال الخطاب الاشهاري، وهو يرتكز في هذه الثيمة على توظيف الاساليب اللغوية التي تنتج التأثير في المتلقي باتجاه دفعه الى التفاعل مع هذا الخطاب، من خلال استثمار مستويات التحليل اللغوي في انتاج سياقٍ دالٍ ومؤثر، تلعب البنى اللسانية دوراً مهماً في اغناء سياقاته بالدلالات المقصودة، ((ليدخل في إطار التواصل اللغوي وما له من قرابة بوحداث النحو والصرف والبلاغة، او اوجه الانتقال من الدال الى المدلول الى العلامة))^{٤٧}، فلا بد أن يتشكّل الخطاب من أساليب لغوية تقوم على حمل رسالته الى المتلقي، ذلك ان فعل التلفظ في الخطاب يتحقق ((عبر عدد من الأصوات، او الرموز المترابطة فيما بينه التأليف عدد المفردات والعبارات، على وفق القواعد معيارية وصرفية، لتنتج خطاباً لغوياً متعدد الدلالات))^{٤٨}، وتختلف هذه الأساليب في طريقة تقديمها المعنى على المتلقي، فمنها ما هو مباشر، تصرح بقصدية المرسل، ومنها ما هو متخيل، تقود المتلقي الى قصديتها عبر شبكة من الإشارات والشفرات.

وقد اشتمل الخطاب الاشهاري في الامثال العربية التي ضمّنها الميداني في مجمعه على توظيف البنى اللسانية في تحقيق تأثيرية الخطاب، وبثّ رسالته، ويتجلى هذا في الأساليب التركيبية الآتية:

يُعد الالتفات من الأساليب البلاغية البديعية، عدّه البلاغيون من محاسن اللفظ ورونق الأسلوب، ويتخلص تعريفه في كونه ((التعبير عن معنى بطريق من الثلاثة بعد التعبير عنه بآخر منها))^(٤٩)، وعرفه ابن المعتز بانه ((انصراف المتكلم عن المخاطبة الى الإخبار، وعن الإخبار الى المخاطبة وما يشبه ذلك، ومن الالتفات الانصراف من معنى يكون فيه الى معنى آخر))^(٥٠)، وتتمظهر جمالية الالتفات في كونه يوفر ارضية للتقابل الاسلوبي بحسب تعبير ريفاتير الذي طرح فكرة التقابل الاسلوبي في السياق، وتقوم هذه الفكرة على ان الانتقال من سياق خطابي الى اخر في نسق تعبيرى واحد، فان كلاً منهما يهيئ سياقاً جديداً لما بعده^{٥١}، فالانتقال من المتكلم الى المخاطب الى الغائب، فان الانتقال الاول من المتكلم الى المخاطب يحول مسار السياق بحيث يصبح المتكلم هو السياق الذي يتوقعه المتلقي، ثم يأتي الانتقال الثاني ليحول المسار الى سياق اخر وهكذا، تتعدد الانتقالات فتتعدد معها السياقات، وكل انتقال يشكل قاعدة للسياق الذي يليه^(٥٢)، وهذا ما يحقق التماسك النصي في الخطاب الأدبي.

وقد اشتملت الامثال التي ضمّنها الميداني في مدونته (مجمع الامثال) على هذا الأسلوب، ومنها المثل الآتي: ((أخلفك الوزنُ وسهلٌ لا يُرى، [...]، ويضربُ لمن علقَ رجاءه بين رجلين ثم لا يفيان بما أمّل))^(٥٣)، تكشف البنية اللسانية للمثل عن توظيف أسلوب الالتفات لانتاج خطاب مؤثر في المتلقي، فالتحوّل في الخطاب بين الوزن^{٥٤}، وسهل^{٥٥}، يمنح المتلقي اشتغالاً قرائياً يمكن ان يوفر فهماً لهذا الخطاب، ويرتكز هذا الفهم على تحليل إحالة الضمائر التي يتضمنها الخطاب، فكاف الخطاب توجه المتلقي باتجاه ما، يم يعطف هذا الاتجاه الى زاوية اخرى تتضمن أسماء النجوم، ومن ثم عقد مقارنة بين النجمين لتبيان العلاقة بينهما، فالمثل يربطهما بواو العطف الذي مكّن الالتفات لإنتاج دلالة التيه التي يمكن ان نفهمها من المثل بلحاظ الوظيفة التي يؤديها النجمان كدلائل على الطريق، فتوضح البنية اللسانية للمثل على اشتراك أربعة اطراف في انتاج دلالة هذا الخطاب، الأول: المتكلم، الثاني: المخاطب، والثالث والرابع هما النجمان على التوالي، بوصفهما مؤثرات في رسم المعنى وإيقاع الدلالة.

وفي مثل آخر يتضح فيه أسلوب الالتفات ودوره في انتاج دلالة الخطاب وإحداث التأثير في المتلقي من خلال التلاعب بالبنية اللسانية وانتقالاتها في توظيف الضمائر، ففي المثل الآتي: ((لقيته بين سمع الأرض

وبصرها^{٥٦})، يقوم الخطاب على توظيف أسلوب الالتفات في سياق المثل، إذ يشتمل المثل على ثلاثة ضمائر، الأول هو ضمير المتكلم، والثاني ضمير الغائب المذكر، والثالث هو ضمير الغائب المؤنث، وهذا التأسيس على الضمائر الثلاثة يمنح الخطاب ابعاداً فنية تزيد من مساحة تأثيره في المتلقي من خلال العلاقات التي يُنشئها المتكلم، ويوظفها لإنتاج خطاب مؤثر ومحفز، يحمل الرسالة المقصودة، فمن خلال استعمال الفعل (لقي) الدال على المشاركة، فإن المتلقي سيفهم هذا المعنى، وسيتمسك بعدد الضمائر من هذه المشاركة، لكن دخول الضمير الثالث ليكون لاعباً آخر في السياق يحقق مفاجأة المتلقي، فالمشاركة لم تقتصر على اثنين، إنما تحددت بضمير ثالث يعود على الأرض، ففي اللحظة التي خلت الأرض من سامع أو مبصر، كان اللقاء، لاسيما ان كانت دلالة المثل تغطي هذه الزاوية، فليس اللقاء هو المهم بقدر خلو الأرض لحظته.

يتضح مما تقدم، قدرة هذا الأسلوب في اغناء البنية اللسانية للخطاب في الامثال العربية التي اشتمل عليها مجمع الامثال للميداني، بالشكل الذي تتسع فيه دائرة الدلالة من خلال اشتراك أكثر من طرف في انتاجها، وهو ما يجعل توظيفها توظيفاً مؤثراً وفعالاً على مستوى التواصل مع المتلقي، بإنشاء شبكة من العلاقات الدلالية التي تربط أطراف الخطاب في سياق المثل العربي.

هوامش البحث:

- (١) ينظر: وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، أبو العباس شمس الدين أحمد بن محمد بن إبراهيم بن أبي بكر ابن خلكان(ت٦٨١هـ)، تحقيق: إحسان عباس، دار صادر، بيروت، ط٧، ١٩٩٤م: ١/٤٨١.
- (٢) الطبيعة في مجمع الأمثال دراسة تحليلية، د. عهود حسين جبر، د. رحيم خريبط الساعدي، مجلة الكلية الإسلامية الجامعة العدد الثالث والعشرون السنة السابعة ٢٠١٣م: ١٢٠.
- (٣) معجم تحليل الخطاب، باتريك شارودو، ودومينيك منعو، ترجمة: عبد القادر المهيري، وحمادي صمود، المركز الوطني للترجمة، تونس، ط١، ٢٠٠٨: ٢٠٣.
- (٤) ينظر: خطاب الاخلاق والهوية في رسائل الجاحظ، مقارنة بلاغية حجاجية، محمد مشبال، دار كنوز المعرفة، عمان، ط١، ٢٠١٨م: ٤٤.
- (٥) ينظر: في تحليل الخطاب، حاتم عبيد، دار ورد، عمان، ط١، ٢٠١٣م: ٩٦.
- (٦) بلاغة الحجاج، نحو مقارنة بلاغية حجاجية لتحليل الخطابات، محمد مشبال، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، ط١، ٢٠١٧م: ٣٧.
- (٧) مجمع الامثال، الميداني: ٢٣/١.
- (٨) ديوان النابغة الذبياني، تحقيق: حنا نصر الحتي، دار الكتاب العربي، بيروت، ط١، ١٩٩١م: ٢٥.

- (٩) مجمع الامثال، الميداني: ٣١/١.
- (١٠) ينظر: الأصمعيات، الأصمعي أبو سعيد عبد الملك بن قريب بن علي بن أصم (ت ٢١٦هـ)، تحقيق: احمد محمد شاكر - عبد السلام محمد هارون، دار المعارف، مصر، ط٧، ١٩٩٣م: ١٧.
- (١١) مجمع الامثال، الميداني: ٢٩٥/١.
- (١٢) ديوان امرئ القيس، امرؤ القيس بن حجر بن الحارث الكندي (ت ٥٤٥م)، اعتنى به: عبد الرحمن المصطاوي، دار المعرفة، بيروت، ط٢، ٢٠٠٤م: ٣٥.
- (١٣) مجمع الامثال: ٢٢٠/٢.
- (١٤) الحارث بن عباد بن ضبيعة بن قيس بن ثعلبة، يكنى أبا بجير قتل ابنه بجير قتله مهلهل فانبعث الحارث بن عباد في حرب بني تغلب فدفع الله به ويقومه عن بكر بن سوا، وكان الحارث بن عباد يقال له فارس النعامة، وهو أول من سن الوفاء من العرب، وهو الذي أسر مهلهلاً. ينظر: المؤتلف والمختلف، أبو الحسن علي بن عمر الدارقطني (ت ٣٨٥هـ)، تحقيق: موفق بن عبد الله بن عبد القادر، دار الغرب الإسلامي - بيروت، ط١، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م: ١٥٢٣/٣.
- (١٥) مجمع الامثال: ٢٤٤/٢.
- (١٦) مجمع الامثال: ١٠٤/١.
- (١٧) القارئ في النص نظرية التأثير والاتصال، نبيلة إبراهيم، مجلة فصول المصرية، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، المجلد ٥، العدد ١، ١٩٨٤م: ١٠١.
- (١٨) مجمع الامثال: ٣٩٩/١.
- (١٩) مجمع الامثال: ٣٧٧/٢.
- (٢٠) مجمع الامثال، الميداني: ١٢٢/١.
- (٢١) مجمع الامثال: ١٩٥/٢.
- (٢٢) ينظر: البلاغة والحجاج من خلال نظرية المساءلة لميشال ماير : محمد علي القارصي : ٣٩٨.
- (٢٣) في نظرية الحجاج: دراسات وتطبيقات، عبد الله صولة، ميكسلياني للنشر والتوزيع، بيروت، ط١، ٢٠١١م: ٤٢.
- (٢٤) الحجاج في البلاغة المعاصرة، د. محمد سالم محمد الامين الطلبة، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، ط١، ٢٠٠٨م: ١٢٨.
- (٢٥) الحجاج في الشعر العربي (بنيته وأساليبه)، أ.د. سامية الدريدي، عالم الكتب الحديث، إربد- الأردن، ط٢، ٢٠١١م: ١٩١.
- (٢٦) عدة الأدوات الحجاجية، ليونيل بلنجر، ترجمة: قوتال فضيلة، ضمن كتاب الحجاج (مفهومه ومجالاته- دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة)، عالم الكتب الحديث، إربد- الأردن، ط١، ٢٠١٠م: ٤١٨/١.
- (٢٧) الحجاج في البلاغة المعاصرة (بحث في بلاغة النقد المعاصر)، د. محمد سالم محمد الامين الطلبة: ١٢٨.

- (٢٨) في نظرية الحجاج: دراسات وتطبيقات، عبد الله الصولة: ٤٣.
- (٢٩) عدة الأدوات الحجاجية، ليونيل بلنجر: ٤١٩/١.
- (٣٠) المنطق، محمد رضا المظفر، دار التعارف، بيروت، ٣، ٢٠٠٦م: ٢/٢٨٧، والمقرر في شرح المنطق، راند الحيدري، مطبعة ذوي القربى، قم المقدسة، ٦، ١٤٣٣هـ: ٢/٢٨٧.
- (٣١) ينظر: المصدر نفسه: ٢/٢٨٧-٢٨٩.
- (٣٢) كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، محمد علي التهانوي (ت١١٥٨هـ)، تحقيق: د. علي دحروج، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، ١، ١٩٩٦م: ١/٤٧٣.
- (٣٣) نظرية الحجاج عند شاييم بيرلمان، د. الحسين بنو هاشم، دار الكتاب الجديدة المتحدة، بيروت، ١، ٢٠١٤م: ٥٩.
- (٣٤) مجمع الامثال، ١/١٠.
- (٣٥) المصدر نفسه: ١/٣٠٢.
- (٣٦) حزن: اسم جبل في أعالي نجد، ينظر: المحكم والمحيط الأعظم، أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده المرسي (ت٤٥٨هـ)، تحقيق: عبد الحميد هنداي، دار الكتب العلمية، بيروت، ١، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م: ٣/١٣٠.
- (٣٧) مجمع الامثال: ٢/١٨٥.
- (٣٨) المصدر نفسه: ١/٣٠٣.
- (٣٩) المصدر نفسه: ١/٣٠٣.
- (٤٠) ينظر: كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، محمد علي التهانوي: ٢/١٥٦٤.
- (٤١) نظرية الحجاج عند شاييم بيرلمان، د. الحسين بنو هاشم: ٦١.
- (٤٢) المنطق، محمد رضا المظفر: ١/٩٨.
- (٤٣) المنطق، محمد رضا المظفر: ١/١٠١.
- (٤٤) نظرية الحجاج عند شاييم بيرلمان، د. الحسين بنو هاشم: ٦٢.
- (٤٥) مجمع الامثال: ١/٣٠٣.
- (٤٦) المصدر نفسه: ١/٣٦٩.
- (٤٧) في تجديد مفهوم الخطاب، كمال عمران، المجلة العربية للثقافة، المجلد ١٤، العدد ٢٨، ١٩٩٥م: ٦٤.
- (٤٨) الخطاب الاشعاري عند داعش، دراسة في آليات التواصل، واثق حسن مجهول، أطروحة دكتوراه، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة المثنى، ٢٠١٩م: ٢٧.
- (٤٩) التلخيص في علوم البلاغة، جلال الدين محمد بن عبد الرحمن القزويني الخطيب (ت٧٣٩هـ)، طبعه وشرحه: عبد الرحمن البرقوقي، المكتبة التجارية الكبرى، القاهرة، د.ت: ٢٦.

- (٥٠) كتاب البديع، أبو العباس، عبد الله بن محمد المعتز بالله ابن المتوكل ابن المعتصم ابن الرشيد العباسي (ت ٢٩٦هـ)، تحقيق: عرفان مطرجي، مؤسسة الكتب الثقافية، بيروت، ط١، ٢٠١٢م: ٧٣.
- (٥١) معايير تحليل الخطاب، ميكائيل ريفاتير، ترجمة: حميد لحميداني، دار النجاح الجديدة، الدار البيضاء، ط١، ١٩٩٣م: ٥٦.
- (٥٢) ينظر: أسلوب الالتفات في البلاغة القرآنية، حسن طبل، دار الفكر العربي، بيروت، ١٩٩٨م: ٤٩.
- (٥٣) مجمع الامثال: ٢٤٦/١.
- (٥٤) الوزن: نجم يطلع قبل نجم سهيل، فيظنُّ الناس انه هو، ينظر: لسان العرب، أبو الفضل محمد بن مكرم بن علي ابن منظور، تحقيق: امين محمد عبد الوهاب ومحمد الصادق العبيدي، دار احياء التراث العربي، بيروت، ط٣، ١٩٩٩م: ٢٩١/١٥.
- (٥٥) سهيل: كوكب يمان لا يرى بخراسان ويرى بالعراق، ينظر: المصدر نفسه: ٣٥٠/١١.
- (٥٦) مجمع الامثال: ١٨٤/٢.

المصادر والمراجع Sources and references

- ❖ أسلوب الالتفات في البلاغة القرآنية، حسن طبل، دار الفكر العربي، بيروت، ١٩٩٨م.
- ❖ الأصمعيات، الأصمعي أبو سعيد عبد الملك بن قريب بن علي بن أصمع (ت ٢١٦هـ)، تحقيق: احمد محمد شاکر - عبد السلام محمد هارون، دار المعارف، مصر، ط٧، ١٩٩٣م.
- ❖ بلاغة الحجاج، نحو مقارنة بلاغية حجاجية لتحليل الخطابات، محمد مشبال، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، ط١، ٢٠١٧م.
- ❖ التلخيص في علوم البلاغة، جلال الدين محمد بن عبد الرحمن القزويني الخطيب (ت ٧٣٩هـ)، طبعه وشرحه: عبد الرحمن البرقوقي، المكتبة التجارية الكبرى، القاهرة، د.ت.
- ❖ الحجاج في البلاغة المعاصرة (بحث في بلاغة النقد المعاصر)، د. محمد سالم محمد الامين الطلبة، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، ط١، ٢٠٠٨م.
- ❖ الحجاج في الشعر العربي (بنيته وأساليبه)، أ.د. سامية الريمي، عالم الكتب الحديث، إربد-الأردن، ط٢، ٢٠١١م.
- ❖ خطاب الاخلاق والهوية في رسائل الجاحظ، مقارنة بلاغية حجاجية، محمد مشبال، دار كنوز المعرفة، عمان، ط١، ٢٠١٨م.
- ❖ الخطاب الاشعاري عند داعش، دراسة في آليات التواصل، واثق حسن مجهول، أطروحة دكتوراه، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة المثني، ٢٠١٩م.
- ❖ ديوان النابغة الذبياني، تحقيق: حنا نصر الحتي، دار الكتاب العربي، بيروت، ط١، ١٩٩١م.
- ❖ ديوان امرئ القيس، امرؤ القيس بن حجر بن الحارث الكندي (ت ٥٤٥م)، اعتنى به: عبد الرحمن المصطاوي، دار المعرفة، بيروت، ط٢، ٢٠٠٤م.

- ❖ الطبيعة في مجمع الأمثال دراسة تحليلية، د. عهود حسين جبر، د. رديم خريبط الساعدي، مجلة الكلية الإسلامية الجامعة العدد الثالث والعشرون السنة السابعة ٢٠١٣م.
- ❖ عدة الأدوات الحجاجية، ليونيل بلنجر، ترجمة: قوتال فضيلة، ضمن كتاب الحجاج (مفهومه ومجالاته- دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة)، عالم الكتب الحديث، إريد- الأردن، ط١، ٢٠١٠م.
- ❖ في تجديد مفهوم الخطاب، كمال عمران، المجلة العربية للثقافة، المجلد ١٤، العدد ٢٨، ١٩٩٥م.
- ❖ في تحليل الخطاب، حاتم عبيد، دار ورد، عمان، ط١، ٢٠١٣م.
- ❖ في نظرية الحجاج: دراسات وتطبيقات، عبد الله صولة، ميكسلياني للنشر والتوزيع، بيروت، ط١، ٢٠١١م.
- ❖ القارئ في النص نظرية التأثير والاتصال، نبيلة إبراهيم، مجلة فصول المصرية، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، المجلد ٥، العدد ١، ١٩٨٤م.
- ❖ كتاب البديع، أبو العباس، عبد الله بن محمد المعتز بالله ابن المتوكل ابن المعتصم ابن الرشيد العباسي (ت ٢٩٦هـ)، تحقيق: عرفان مطرجي، مؤسسة الكتب الثقافية، بيروت، ط١، ٢٠١٢م.
- ❖ كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، محمد علي التهانوي (ت ١١٥٨هـ)، تحقيق: د. علي دحروج، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، ط١، ١٩٩٦م.
- ❖ لسان العرب، أبو الفضل محمد بن مكرم بن علي ابن منظور، تحقيق: امين محمد عبد الوهاب ومحمد الصادق العبيدي، دار احياء التراث العربي، بيروت، ط٣، ١٩٩٩م.
- ❖ مجمع الأمثال، أبو الفضل احمد بن محمد بن إبراهيم الميداني (ت ٥١٨هـ)، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد، مكتبة السنة المحمدية، القاهرة، ط١، ١٩٥٥م.
- ❖ المحكم والمحيط الأعظم، أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده المرسي (ت ٤٥٨هـ)، تحقيق: عبد الحميد هندراوي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط١، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م.
- ❖ معايير تحليل الخطاب، ميكائيل ريفاتير، ترجمة: حميد لحميداني، دار النجاح الجديدة، الدار البيضاء، ط١، ١٩٩٣م.
- ❖ معجم تحليل الخطاب، باتريك شارودو، ودومينييك منعو، ترجمة: عبد القادر المهيري، وحمادي صمود، المركز الوطني للترجمة، تونس، ط١، ٢٠٠٨م.
- ❖ المنطق، محمد رضا المظفر، دار التعارف، بيروت، ط٣، ٢٠٠٦م: ٢/ ٢٨٧، والمقرر في شرح المنطق، رائد الحيدري، مطبعة ذوي القربى، قم المقدسة، ط٦، ١٤٣٣هـ.
- ❖ المؤلف والمختلّف، أبو الحسن علي بن عمر الدارقطني (ت ٣٨٥هـ)، تحقيق: موفق بن عبد الله بن عبد القادر، دار الغرب الإسلامي - بيروت، ط١، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م.
- ❖ نظرية الحجاج عند شاييم بيرلمان، د. الحسين بنو هاشم، دار الكتاب الجديدة المتحدة، بيروت، ط١، ٢٠١٤م.
- ❖ وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، أبو العباس شمس الدين أحمد بن محمد بن إبراهيم بن أبي بكر ابن خلكان (ت ٦٨١هـ)، تحقيق: إحسان عباس، دار صادر، بيروت، ط٧، ١٩٩٤م.

