



*Egyptian Journal of Linguistics and Translation*

'EJLT'

ISSN: 2314-6699

<https://ejlt.journals.ekb.eg/>

Volume 13, Issue 1

July 2024

Peer-reviewed Journal

Sohag University Publishing Center

## The compositional pattern and its effect on publicity of the speech (prophetic proverbs: an example)

### Abstract

Author: Mohamed  
Maher Mohamed Abd  
Elrhman

Assistant Professor of  
Grammar and  
Morphology,  
Department of Arabic -  
Faculty of Arts Damietta  
University

Prophetic discourse in general, and prophetic proverbs in particular, are based on the symbolic dimension in which it constitutes a dominant value. The linguistic format, including voices, compositions, meanings and pragmatic features plays the most prominent role in achieving this dimension. The creator may resort to the use of the iconic (non-linguistic) format to maximize the persuasion of the advertising speech. The study selected the prophetic proverbs as an area for highlighting the role of the synthetic format in the publicity of the discourse. The linguistic structure of these proverbs takes a variety of patterns: (gradual/contrastive/parallel formats). Each of these patterns includes different patterns in which the study sought through the use of the analytical descriptive curriculum to reveal the features of the communication. The study found several results, the most important of which are: the linguistic composition of prophetic proverbs is characterized by accuracy and clarity and the deviation from cost and workmanship, the diversity of language methods in advertising discourse, the multiple use of synthetic patterns, and the synthetic pattern in prophetic proverbs is characterized by several features, including (division/balance/dialogue/use of rhetorical mechanisms/lexical accompaniment/use of iconic level). The study concluded that advertising speech in Prophetic Proverbs has achieved a number of functions. The most important of which are: (persuasive function/pleasure function /guidance function /influential function).

**Keywords:** synthetic format, advertising discourse, prophetic proverbs, linguistic level, iconic level.



*Egyptian Journal of Linguistics and Translation*

'EJLT'

Online ISSN: 2314-6699

<https://ejlt.journals.ekb.eg/>

Volume 13, Issue 1

July 2024

Peer-reviewed Journal

Sohag University Publishing Center

### النسق التركيبي وأثره في إشهارية الخطاب (الأمثال النبوية: أمودجًا)

#### مستخلص الدراسة

المؤلف : محمد ماهر عبد الرحمن  
أستاذ النحو والصرف المساعد بقسم  
اللغة العربية - كلية الآداب - جامعة  
دمياط

يرتكز الخطاب النبوي بصفة عامة، والأمثال النبوية - بصفة خاصة - على البعد الإشهاري الذي يشكّل قيمة مهيمنة فيه، ويؤدي النسق اللغوي بما يشمله من أصوات وتراكيب ومعانٍ وسماتٍ تداولية الدور الأبرز لتحقيق هذا البعد، وقد يلجأ المبدع إلى الاستعانة بالنسق الأيقوني (غير اللغوي) لتحقيق أقصى قدر من إقناعية الخطاب الإشهاري. وقد اختارت الدراسة الأمثال النبوية مجالاً لإبراز دور النسق التركيبي في إشهارية الخطاب حيث تتخذ البنية اللغوية لهذه الأمثال أنساقاً متنوعة (النسق المترج/النسق التقابلي/النسق المتوازي) ويندرج تحت كل نسق من هذه الأنساق أنماطٌ مختلفة، سعت الدراسة من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي إلى الكشف عن معطيات الخطاب الإشهاري فيها. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: تميّز التركيب اللغوي في الأمثال النبوية بالدقة والوضوح والابتعاد عن التكلف والصنعة، وتنوّع الأساليب اللغوية في الخطاب الإشهاري، وتعدد استخدام الأنماط التركيبية، وتميُّز النسق التركيبي في الأمثال النبوية بعدة مميزات منها: (التقسيم/الموازنة/المحاورة/ استخدام الأليات البلاغية/ المصاحبة المعجمية/الاستعانة بالمستوى الأيقوني/...) إلى غير ذلك من المميزات، وخلصت الدراسة إلى أن الخطاب الإشهاري - في الأمثال النبوية - قد حقق بعض الوظائف أهمها: (الوظيفة الإقناعية/ الوظيفة الإمتاعية/ الوظيفة التوجيهية/ الوظيفة التأثيرية). وأخيراً... يمكن القول: إنّ الخطاب الإشهاري يمكن تصنيفه ضمن الخطابات التي تندرج تحت الممارسة الثقافية، شأنه شأن الخطاب الأدبي أو السينمائي أو البصري؛ لأنّه خطابٌ يحمل طابعاً ثقافياً في مكوناته اللغوية والأيقونية، ويتكئ على "التواصل الفعّال" بين أطرافه، فضلاً عن كونه خطاباً يستند إلى الانفعال الذاتي بوصفه المحرك الأساسي للكائن البشري.

الكلمات الرئيسية: النسق التركيبي، الخطاب الإشهاري، الأمثال النبوية، المستوى اللغوي، المستوى الأيقوني.

## النسق التركيبي وأثره في إظهارية الخطاب

## (الأمثال النبوية: أنموذجاً)

## مُدخل:

إذا كانت اللغة أحد مظاهر المخزون الثقافي الجمعي المشترك بين أفراد الجماعة اللسانية الواحدة، فإنَّ الكلام يمثِّل الإنجاز والممارسة الفعلية لهذا المخزون، حيث تفرضُ معيارية اللغة على الكلام شروطاً خاصة وقيوداً معينة ليخرج عن النسق الذي تقرُّه قواعد اللغة ويرتضيه السمات التركيبي لها، وهذه الأنساق التي يتمظهرُ فيها الكلام تمثِّل إحدى الوسائل التعبيرية لوظيفة اللغة التواصلية من ناحية، ونموذجاً للضمانم الجامعة للوحدات اللغوية بمستوياتها (الصرفية/ الصوتية/ المعجمية/ التركيبية) من ناحية أخرى، وتلتقي دراسة الأنساق اللغوية والبحث عن وظيفتها مع تعريف ابن جنِّي للغة بأنها: "أصواتٌ يعرِّب بها كل قومٍ عن أغراضهم"<sup>(1)</sup>، فالفعل "يعرِّب" - في تعريف ابن جنِّي - يلخِّص الوظيفة الأساسية للغة وهي الإفصاح والإشهار والإعلام والإعلان؛ إذ إنَّ التعبير يعدُّ فعلاً وجودياً ضد السكوت، وعنفاً موجَّهاً تجاه الصمت، ومن ثمَّ كان اختيار ابن جنِّي لـ"الأصوات" دالة على اللغة ليشير إلى أنَّ اللغة المنطوقة الأصل في التعبير والأقدم في التبيين وهذا يفسِّر سبق مرحلة الشفاهية في الفكر اللغوي العربي على مرحلة التدوين، وهي المرحلة البكر التي استوت فيها اللغة على سوقها، وكانت الرواية أداتها في النقل والتحمُّل وعصرها عصر الاحتجاج اللغوي، وقد فسَّر أحدُ الباحثين ذلك بقوله: "وقد حصر ابن جنِّي اللغة على الأصوات وليس على الكتابات، وهذا دليلٌ واضحٌ على أنَّ علماء العربية لم يكونوا يدرسونها باعتبارها لغة مكتوبة وإنما كانوا يدرسونها باعتبارها لغةً منطوقة حيةً متداولة بين الناطقين بها..."<sup>(2)</sup>.

ومن رجم الوظيفة التعبيرية للغة انبثقت العديدُ من النظريات اللغوية المؤطَّرة لهذه الوظيفة والمقننة لها والمفسِّرة لها، ولا تكادُ تظهر نظرية وبتَّجه إليها البحثُ اللساني حتى تطلَّ أخرى تنقد ما سبقها أو تنقض بعضها من مفاهيمها أو تعيدُ صوغ أفكارها، وهذا مباحٌ في العلوم الإنسانية بعامة والدراسات اللغوية بالأخصِّ، إذ تختلفُ الأفكار باختلاف الأشخاص، وتتطور النظريات بفعل التاريخ فيعفو أثر بعضها ويشتدُّ عودُ البعض الآخر، ومن تلك النظريات - على سبيل المثال لا الحصر: (التداولية/ الججاج/ السياق/ نحو النص/ التلقي/ التوليدية/ التحويلية/ الخطاب/...) إلى غير ذلك من النظريات التي أسهمت في قراءة النص اللغوي بصورٍ مغايرة مما لا يُعني هذا البحث أن يعرض له بالتفصيل.

<sup>1</sup> ابن جنِّي، الخصائص، 33/1، تحقيق: محمد علي النجار، عالم الكتب، بيروت.

<sup>2</sup> عبد الله غزلان، قضايا في اللغة الطبيعية وتاريخ الفكر (نظرية حتى عند سيوبه)، ص 18، سلسلة البحوث والدراسات في اللغة الطبيعية وتاريخ الفكر، ط1.

ويظل تعريف ابن جني الركن الذي تنبني عليه هذه الدراسة، والأصل الذي تعول عليه، فقد وطأ في تعريفه لإحدى نظريات اللغة بقوله: "يعبر بها كل قوم"، فاخترارته للفظ (قوم) في تعريفه لا يمكن أن نقبلها وليدة المصادفة؛ لأنها صادرة عن عقل لغوي واع يربط الممارسة اللغوية بالمجتمع ويجعل من اللغة معادلاً للوجود الإنساني ومظهرًا للإعلان عنه، فكلمة (قوم) توحى بالاجتماعية والتواصلية والتواطؤ على أنساق لغوية مخزونة ذات تفسيرات ومدلولات بين أفراد الجماعة الواحدة، وإضافة (كل) إلى (قوم) في تعريف ابن جني تدل على صلاحية التعريف لكل جماعة من الجماعات يربطها نسيج لغوي واحد.

وتعد هذه النظرية - التي أفصح عنها ذلك التعريف - المهاد الأول لنظرية الخطاب؛ إذ إن أفراد المجتمع الواحد يحتاجون إلى الخطاب لإقامة جسور التواصل اللغوي بينهم، والخطاب - بدوره - يفرض على أبناء المجتمع الواحد توافر عناصره الإنجازية من (مرسل/ مستقيل/ وسيلة/ أثر/ مجال) ومن ثم تنشأ فكرة تداولية الخطاب وإنجازيته وإشهاريته من اللاوعي الشعوري بين أبناء المجتمع وهذا ما يفسر فكرة الفطرية اللغوية التي ناقشها العلماء، ودارت رحى البحث اللغوي والتاريخي حولها إثباتاً ونفيًا أو قبولاً ورفضاً.

ولمّا كان "الخطاب" مصطلحاً مغايراً للغة كانت قراءاته - بدورها - مغايرة للقراءات اللغوية وإن لم تستطع الإفلات من قبضة اللغة ومعيارياتها وقوانينها الحاكمة؛ إذ ليس الخطاب معادلاً للغة ذاتها وليس هو النص بمعناه الشامل، فالخطاب والنص يُعنيان بدراسة البعد الوظيفي للأنساق اللغوية ويتطوران في سياق متوازٍ، بيد أن سمات الدينامية والتغير والاختلاف والحركة الدؤوب تظهر في الخطاب أكثر من النص، ومن ثم تغدو العلاقة بين الخطاب والنص من قبيل علاقة العام بالخاص لأن الخطاب يتشكل من جمع من النصوص والعديد من الممارسات اللغوية في سياقها الاجتماعي ويفرض وجوده وجود أطرافه التواصلية بالضرورة، والإنسان بطبيعته كائن خطابي يحتاج إلى من يبادله أطراف الحديث ويقارض عناصر التواصل، ومن ذلك أن البشري الأول وهو "آدم" - U - أجرى أول تخاطب له مع غير أبناء جنسه، وهم الملائكة المكرمون حين أمره الله - Y - بمحاورتهم: (قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ) (البقرة ٣٣) وهي محاورَةٌ قائمة على الإغراء بالخطاب والإغواء بالتواصل، وتمثل نمطاً من أنماط التعبير التواصلية.

ومن تعريف ابن جني لوظيفة اللغة بأنها: يعبر بها كل قوم عن أغراضهم، يخرج لنا مصطلح الخطاب الإشهاري لأن التعبير عن الغرض يمثل لونا من الإشهار عن غرض خاص من المرسل وهذا الغرض مصوغ وفق خلفية سوسيوثقافية لدى منتج النص، ويتكى على النسق اللغوي بوصفه وسيلة للإبلاغ والتعبير وهذا ما قصده أندريه مارتينه حين عرّف اللغة بقوله:

"إنها أداة تواصل تُحلل وفقها خبرة الإنسان بصورة مختلفة في كل تجمع إنساني عبر وحداتٍ تشتمل على محتوى دلالي وعلى عبارة صوتية"<sup>(1)</sup>.

وإن كانت إظهارية الخطاب مُرتَهنة بالوظيفة التعبيرية للغة، ومتكئة على الأنساق اللغوية بمستوياتها (الصوتية/الصرفية/التركيبية/المعجمية) لتحقيق غرضها الإبلاغي؛ فإنَّ المستوى اللغوي يتحكم بقوة في هذه الإظهارية ويُحكم من جهة أخرى استخدام الأنساق اللغوية لتحقيق الفائدة المرجوة منه، ويحتلُّ الخطاب موقعًا خاصًا بخصوصية منبجته وقدر ثقافته ووعيه بالمخاطبين، ولا سيَّما إن كان خطابًا شفهيًا مستمدًا مكوناته من المخزون الثقافي لجمهور المخاطبين ومنطلقًا من المرتكزات العقائدية لديهم ومتخذًا من التمثيل والتصوير والألوان الكنائية والتعبيرية وسائل لتحقيق إقناعيته وهذه كلها أوصاف تنطبق بقوة على البلاغة النبوية التي اتخذت من الأمثال وسيلة إظهارية لشرح المفاهيم وبيان الحكمة من الشريعة والتكاليف التي فرضها الله - Y - على عباده فأبرزت المعقول في صورة المحسوس، وجأت غوامض المقاصد، وأوضحت المعنى من أغراض الأحكام الشرعية، متوسلة في ذلك كله بأنساق تركيبية لا حشو فيها ولا تعقيد ولا نيوٍ عن أفهام السامعين، بل تنفذ إلى أعماق النفس الإنسانية فتترك أثرها فيها معتمدةً على المخزون اللغوي والثقافة الجمعية لدى جمهور المخاطبين، والمثل - في أصله - ثقافة عربية قديمة بل ثقافة بشرية فضلاً عن أن يكون من لوازم النبوة، وتجدر الإشارة إلى أن العهد القديم تضمن سفرًا كبيرًا من أسفاره التسعة والثلاثين معروفًا باسم (سفر الأمثال) وحوى الأمثال وما جرى مجراها من الحكم والأقوال المأثورة<sup>(2)</sup>، وذكر الأستاذ عباس العقاد "أن المسيح - v - تربى منذ طفولته على التلاوة في كتب الأنبياء، وتتابع على سمعه ولسانه أصدااء المزامير المرتلة والأمثال المرددة"<sup>(3)</sup>، وتبقى البلاغة النبوية العصماء حاكمةً على الأمثال النبوية وخصيصة لا تخطئها أذن السامع أو نفسية المتلقي في دقة وإحكام من نبي حاز حكمة السماء وسبقت إليه جوامع كلم أهل الأرض، فلا مفضول في خطابه ولا وحشي في بيانه ولا مستكره في حديثه، ويكفي أن الله زكا لسانه بقوله: (وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ (3) إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ (4) عَلَّمَهُ شَدِيدُ الْقُوَىٰ (5) ) (النجم 3-5) فحبذا المعلم والمُعَلَّم وأكرم به من علم.

1- نقلًا عن عبد القادر الفاسي الفهري، اللسانيات واللغة العربية نماذج تركيبية ودلالية، ص 61، الكتاب الأول، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، المغرب 1988م.

2- ينظر: أحمد أمين، فجر الإسلام ص 62، ط 6، لجنة التأليف والترجمة والنشر، القاهرة 1370هـ/ 1950م، شوقي ضيف، الفن ومذاهبه في النثر العربي، ص 21، ط 4، دار المعارف، القاهرة 1965م.

3- عباس محمود العقاد، حياة المسيح، ص 82، 83، دار الهلال، القاهرة 1968م.

ويتخذ المثل النبوي الكريم نسقاً لغوياً خاصاً ابتداءً بالأنساق الصوتية ومروراً بالأنساق الصرفية والتركيبية والمعجمية وانتهاءً بالنص كله، وتُعنى هذه الدراسة بإلقاء الضوء على النسق التركيبي في المثل النبوي الكريم، وبيان أثره في إشهارية الخطاب؛ إذ يتخذ النسق التركيبي أنماطاً عديدة لتحقيق الغرض الإقناعي للمخاطبين، وتصيبه عوارض (الذكر/ الحذف/ التعريف/ التنكير/ التقديم/ التأخير) وغيرها من عوارض التركيب في تتابع جُملي تركيبي يُغري بالوقوف أمامه بحثاً ودراسةً.

#### حدود الدراسة:

تتمثلُ حدود هذه الدراسة في تناولها موضوع النسق التركيبي وأثره في إشهارية الخطاب من خلال التطبيق على الأمثال النبوية الكريمة، وقد اختلطت الأمثال بالأحاديث النبوية المباركة اختلاطاً حداً ببعض علماء الحديث أن يؤلفوا كتباً تفصل بينهما، ومن ذلك: "المقاصد الحسنة في بيان كثير من الأحاديث المشتهرة على الألسنة" للسخاوي، و "كشف الخفاء ومزيل الإلباس عما اشتهر من الحديث على ألسنة الناس" للعجلوني، وهذا الاختلاط جعل علماء الحديث يُفردون باباً خاصاً بالأمثال النبوية، ومن هؤلاء الإمام الترمذي (ت: 279هـ) الذي أفرد لها كتاباً جاء في ستة أبواب وحوى أربعة عشر حديثاً<sup>(1)</sup>، أمّا السيوطي (ت: 911هـ) فألف كتابه "الجامع" مرتباً على حروف الهجاء، ومن ثم جاءت الأمثال النبوية متسلسلة؛ لأنها تبدأ بكلمة (مثل)، وجمع اثنين وأربعين مثلاً<sup>(2)</sup>.

أمّا كتب الأمثال فلم تفرد باباً مستقلاً للأمثال النبوية، فأبو عبيد القاسم بن سلام (ت: 224هـ) في كتابه (الأمثال) يورد ثلاثين مثلاً من الأمثال النبوية مختلطة بغيرها من الأمثال ويكتفي بالإشارة إلى أنها أحاديث مرفوعة للرسول - p -<sup>(3)</sup>، وأمّا الميداني (ت: 518هـ) فخلط الأمثال النبوية بكلام الخلفاء الراشدين والسلف الصالحين، حيث أورد في كتابه (مجمع الأمثال) باباً بعنوان (في نُبذ من كلام النبي - p - وخلفائه الراشدين والسلف الصالحين)، وأورد فيه ثمانية وخمسين مثلاً نبوياً<sup>(4)</sup> وقد استقصى بعض الدارسين هذه الأمثال المنثورة في كتب الحديث والأمثال وجمعها في سفرٍ واحد نظم فيه عقدها وجمع شتاتها في دراساتٍ مستقلة، ومنها - على سبيل المثال لا الحصر - : "الأمثال في الحديث النبوي الشريف" لمحمد جابر فياض العلواني<sup>(5)</sup>، "كتاب الأمثال في الحديث النبوي" لأبي محمد عبد الله بن محمد بن جعفر، المعروف بأبي الشيخ الأصبهاني

1- الترمذي، الأمثال من الكتاب والسنة، تحقيق: علي محمد البجاوي، د.ط، دار النهضة بمصر، د.ت.

2- السيوطي، الجامع الصغير في أحاديث البشير النذير، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 1990م.

3- أبو عبيد القاسم بن سلام، كتاب الأمثال، حققه وعلق عليه وقدم له: عبد المجيد قطامش، ط1، دار المأمون للتراث، دمشق 1980م.

4- الميداني، مجمع الأمثال، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، د.ط، مكتبة السنة المحمدية، القاهرة 1955م.

5- محمد جابر فياض العلواني، الأمثال في الحديث النبوي الشريف، مطبوعات المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ط1، فيرجينا 1993م.

(ت: 369هـ)<sup>(1)</sup>، وقد اعتمدت هذه الدراسة هذه المؤلفات جميعاً مصادرًا لها، ابتداءً بكتب الحديث النبوي، ومرورًا بكتب الأمثال وانتهاءً بالمؤلفات المستقلة في الأمثال النبوية.

**منهج الدراسة:** ارتضت هذه الدراسة استخدام المنهج الوصفي أساسًا لها، مع الاستعانة بأدوات التحليل اللغوي ومعطيات الدرس اللغوي الحديث، للوقوف على أثر النسق التركيبي في إشهارية الخطاب من خلال التطبيق على نماذج من الأمثال النبوية الكريمة، وتستعين هذه الدراسة بمعطيات الدرس التداولي الذي يهتم بدراسة اللغة في سياقها الاستعمالي.

**إجراءات الدراسة:** تحاول هذه الدراسة الكشف عن أنماط الأنساق التركيبية في الأمثال النبوية الكريمة، إذ تتعدد هذه الأنساق وتتنوع بين نسق (متسلسل/ متقابل/ متشابه/ متواز/ شامل/ ...) إلى غير ذلك مما تحاول هذه الدراسة الكشف عنه، متكئةً في استخراج هذه الأنساق على معطيات الدرس النحوي التراثي وقواعده المعيارية من ناحية، وبيان أثر هذه الأنساق في إشهارية الخطاب وتداوليته من ناحية أخرى إذ إن استخدام اللغة بوصفها وسيلة للإشهار يمنحها طاقاتٍ تعبيرية أبعُدُ غورًا وأعمق تأثيرًا.

#### الدراسات السابقة:

على الرغم من تعدد الدراسات التي تناولت الأمثال النبوية، إلا أن هذه الدراسات تبقى في دائرة الجمع والإحصاء ولم تخرج إلى ميدان التحليل اللغوي إلا في القليل النادر مما لا يتقاطع بحالٍ مع هذه الدراسة؛ إذ لم توجد دراسة تناولت "النسق التركيبي وأثره في الخطاب الإشهاري" في الأمثال النبوية الكريمة، وعلى الرغم - كذلك - من كثرة الدراسات التي تناولت الخطاب الإشهاري تنظيمًا وتطبيقًا سواء في المجال اللغوي أو في مجالاتٍ أخرى، إلا أنها لم تتعرض لدراسة مكوناته النسقية في الأمثال النبوية؛ وتبقى هذه الدراسات محاولات بحثية جادة لقراءة النص التراثي وفق معطيات الدرس اللغوي الحديث، ويقع حافز الآخر منها على ما انتهى إليه سابقه، ولا تلغي دراسةً منها أخرى، ومن هذه الدراسات - على سبيل المثال لا الحصر:-

1/ دراسة (ناصر الدين أبو خضير) الموسومة بـ "لغة الحديث النبوي الشريف في ضوء تداولية النحو العربي: الموطأ أنموذجًا"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد (٤٣)، مجلد (ب)، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر 2015م.

<sup>1</sup> محمد عبد الله بن محمد بن جعفر، كتاب الأمثال في الحديث النبوي، تحقيق: عبد العلي عبد الحميد، مطبوعات الدار السلفية، ط1، بومباي، الهند 1982م.

- 2/ دراسة (غصّاب منصور علي الصقر) الموسومة بـ "الأبعاد الدلالية والتداولية للاستعارة الأيقونية: دراسة سيميائية لسانية في الحديث النبوي"، مجلة قراءات، العدد الثامن، كلية الآداب واللغات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر 2015م.
- 3/ دراسة (مروة محمد محمد النشمي) الموسومة بـ "الاتصال الإعلامي في الخطاب النبوي: دراسة في استراتيجيات الإقناع في الأربعين النووية"، مجلة فكر وإبداع، المجلد (١٠٣)، أغسطس 2016م.
- 4/ دراسة (محمد الطاهر أحمد) الموسومة بـ "إرادة المتكلم ومقاصد الكلام فيما اختلف في روايته مما اتفق عليه الشيخان: دراسة لغوية تداولية"، مجلة كلية التربية، المجلد (٢٦)، جامعة عين شمس 2020م.
- 5/ دراسة (أم هاني حبيطة) الموسومة بـ "القصد في الخطاب النبوي: مقارنة تداولية"، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (١٣)، ع 2، جامعة الجلفة، الجزائر، إبريل 2021م.
- 6/ دراسة (إبراهيم سند إبراهيم أحمد) الموسومة بـ "تداولية التراكم الإظهارية في الخطاب النبوي: صحيح ابن جبان أنموذجاً"، مجلة كلية الآداب، ع 70، جامعة المنصورة، يناير 2022م.
- هذه الدراسة:**

من خلال استقراء الدراسات السابقة التي تناولت الحديث النبوي الكريم بالدرس والتحليل وفق نظريات لغوية متعددة، مثل: التداولية والإظهارية والسيميائية وغيرها، يمكن القول: إنّ هذه الدراسة غير مسبوقه - في مجال التطبيق على الأمثال النبوية الكريمة - بدراسات أخرى؛ إذ يختلف النسق التركيبي في المثل النبوي الكريم عنه في الحديث النبوي الشريف، فالعلاقة بين المثل والحديث النبوي علاقة الخاص بالعام، وقد ينزغ الحديث لإقرار حكم شرعي أو بيان تكليف بينما تبقى للأمثال خصوصية العمومية الثقافية والإظهارية الخطابية، ومن هنا يمكن القول: بأنّ كل مثل نبوي حديث وليس كل حديث مثل، ومن ثمّ فالدراسة تمثل إضافة أدق خصوصية في تحليل الخطاب النبوي الكريم مع اعتمادها - بالطبع - على ما انتهت إليه الدراسات السابقة، كما أنها تهدف إلى:

- 1/ الكشف عن خصوصية الأنساق التركيبية في الأمثال النبوية.
  - 2/ بيان أنماط الأنساق التركيبية في الأمثال النبوية.
  - 3/ الكشف عن أثر الأنساق التركيبية في إظهارية الخطاب النبوي.
  - 4/ بيان أثر اللغة - غير المنطوقة - في تحقيق إظهارية الخطاب النبوي.
  - 5/ الكشف عن آليات الإقناع (اللغوية/ غير اللغوية) في الأمثال النبوية.
- وتحاول - هذه الدراسة - من ناحية أخرى الإجابة عن السؤالات الآتية:

- 1/ ما مفهوم النسق اللغوي؟ وما موقعه النسق التركيبي منه؟



- 2/ هل ثمة خصوصية للأنساق التركيبية في الأمثال النبوية؟
- 3/ ما الأنماط التي ورد عليها النسق التركيبي في الأمثال النبوية؟
- 4/ إلى أي مدى استطاعت اللغة غير المنطوقة دعم النسق التركيبي في الأمثال النبوية؟
- 5/ كيف تحققت آليات الخطاب الإشهاري في الأمثال النبوية؟
- محتوى الدراسة:

اقتضت طبيعة الدراسة أن تأتي في مدخل، وثلاثة مباحث، على النحو التالي:

- 1/ المدخل: وتناول تعريفاً عاماً عن الدراسة ومنهجها وإجراءاتها والدراسات السابقة عليها وموقف الدراسة من الدراسات السابقة وأهدافها وتسؤلاتها التي تطمح في الإجابة عليها.
- 2/ المبحث الأول: (النسق التركيبي/ الخطاب الإشهاري/ الأمثال النبوية) مداخل مفاهيمية.
- 3/ المبحث الثاني: صور النسق التركيبي في الأمثال النبوية وأغراضه الإشهارية (النسق المتدرج/ التقابلي/ المتوازي).
- 4/ المبحث الثالث: خصائص النسق التركيبي في الأمثال النبوية.
- وانتهت الدراسة بخاتمة تضمنت أهم النتائج التي توصلت إليها، وذُلت بقائمة بأهم المصادر والمراجع التي اعتمدها.

### المبحث الأول

#### (النسق التركيبي/ الخطاب الإشهاري/ الأمثال النبوية) مداخل مفاهيمية

يمكن القول: إنَّ كلَّ خطاب لغوي أو غير لغوي يتجاوز مستوى الدلالة إلى هدف الإقناع أو الإبلاغ يندرج ضمن سيمولوجيا التواصل، وهذا التواصل حاضرٌ في الأنساق اللغوية وغير اللغوية التي تؤدي هذه الوظيفة، " وقد تجاوز "رولان بارت Roland Barthes" نظرة الوظيفيين للغة حين ربطوا بين العلامات والمقصدية، وأشار إلى وجود أنساق غير لفظية تحقق لونهاً من التواصل غير المقصود، وتحمل الكثير من الدلالات، وتظل اللغة الوسيلة الوحيدة التي تجعل من هذه الأنساق اللغوية وغير اللغوية قيمة دلالية، فيقول في ذلك: "إنَّ كل المجالات المعرفية ذات العمق السوسولوجي الحقيقي تفرض علينا مواجهة اللغة، ذلك أن الأشياء تحمل دلالات غير أنه ما كان لها أن تكون أنساقاً سيمولوجية أو أنساقاً دالة لولا تدخل اللغة، ولولا امتزاجها باللغة"<sup>(1)</sup>، وهذه المقولة تُلقي الضوء على خصوصية الأنساق اللغوية وغير اللغوية في الفنون اللسانية ذات

<sup>1</sup>- حنون مبارك، دروس في السيميائيات، ص 51، ط1، دار توبقال للنشر، المغرب 1987م، وينظر: جميل حمداوي، السيموطيقا والعنونة، ص 89، مجلة عالم الفكر، مج 25، ع 3، يناير، مارس، الكويت 1997م.

العمق الاجتماعي، وتبحث عن دلالة هذه الأنساق وأثرها في تحقيق وظيفتي الإبلاغ والإقناع، ولمّا كانت الأمثال إحدى مظهرات هذه الفنون الاجتماعية اللسانية حيث تضرب بجذور راسخة في الوعاء الفكري للمجتمع، وتمثل رافداً من روافد ثقافته وتشكلاته الفكرية، وهي من طرفٍ آخر مظهرٌ للخطاب الإشهاري التواصلي بين أفرادها بما تميزت به من سيرورة وانتشار، فضلاً عن خصوصية مبدعها اللغوية وقداسته الدينية - p - الأمر الذي مهّد لها سُبُل القبول بين أفراد المجتمع، ووطأ لها طرق التلقي.

ولمّا كانت الأمثال النبوية تتميز بتلك الخصوصية، كان لأنساقها اللغوية الخصوصية ذاتها، وهذا يجعلنا نتناول هذه المصطلحات بشيء من التفصيل:

### أولاً: النسق التركيبي:

يمثّل النسق أحد المفاهيم الأصلية في الدرس اللغوي، ويُطلق على ترتيب عناصر الكلام سواء أكانت صغيرة أم كبيرة، وقد انبثق المصطلح اللساني للنسق من أصله المعجمي ثم أضيفت إليه بعض الخصائص الدلالية ليظهر معناه ويستقلّ بمفهومه، "فالنسق: نظامٌ يتحكّم في شكل النص وفي دلالاته ويدرس العلاقات بين عناصر التركيب وكيفيات التجاور والترتيب"<sup>(1)</sup>، والنسق يخرج من اللغة فينبثق من نصوصها وكلامها، ويتفرّع وفق مستوياتها إلى أنساق صوتية و صرفية ودلالية ونحوية"<sup>(2)</sup>، وتوظّف هذه الأنساق في النص لتتشكّل له نسقه الإجمالي الخاص؛ لأنّ النصّ - كما يرى بعض الباحثين - "يعيّد توزيع هذه الأنساق مرة ثانية ليؤسس نحوه الخاص، وتؤدي هذه العملية إلى إحداث تنوعات جديدة في الدلالات الأصلية"<sup>(3)</sup>. ويُعدّ النسق النحوي أحد مستويات النسق اللغوي العام للنص، ويُقصد به: السمة المتتابعة أو النمط التركيبي المتكرر في (النص/ الخطاب) اللغوي، ويعمل على تماسك أجزاء النص وترابطه، والنسق - وفق ذلك المفهوم - أعمّ من مصطلح "الأسلوب"؛ لأنّه يتميز بخاصية التوالي أو التتابع، "بينما تكون الأساليب جزئية، يتعلّق كل منها - فحسب - بالعلاقة بين العنصر وما يتلوه من عناصر تكوين الجملة الواحدة، أو بالعلاقة بين الجملة والتي تجاورها، أو الموضوع والذي يليه"<sup>(4)</sup>،

1- عامر السعد، دلالة الأنساق البنائية في التركيب القرآني، ص 8، 10، 11، شركة الغدير للطباعة والنشر المحدودة، العراق، 2015م، وينظر: محمد مفتاح، التشابه والاختلاف نحو منهجية شمولية، ص 158، ط1، المركز الثقافي العربي، بيروت 1996م.

2- منذر عياشي، اللسانيات والدلالة، ص 159، ط2، مركز الإنماء الحضاري، سورية 2007م.

3- حسين خمري، نظرية النص من بنية المعنى إلى سيميائية الدال، ص 80، ط1، منشورات الاختلاف، الجزائر 2007م، وينظر: منذر عياشي، العلاماتية وعلم النص، ص 110، ط1، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب 2004م.

4- أحمد حسن يحيى المزاح، النسق في سورة الضحى مستوياته ولطائفه: دراسة نظرية تحليلية بيانية، ص 166، حولية كلية اللغة العربية بالزقازيق، مج 1، ع 41، 2021م.

وهذا المستوى من النسق يهتم بدراسة العلاقات النحوية بين أجزاء التركيب اللغوي داخل الجملة الواحدة أو أكثر - إن تكرر - وفق نمط خطي متصل، كما "يحاول الكشف عن القرائن المبينة للعلاقات السياقية"<sup>(1)</sup>، ومن خلال دراسة النسق النحوي للنص يمكن معرفة آلياته التي استخدمها لتحقيق الوظيفة الإبلاغية والمقصدية الإقناعية منه، مع الأخذ في الحسبان "أن لكل مبدع أنساقه التي تميزه عن غيره"<sup>(2)</sup>، فإذا كان المبدع ذا كفاءة ومهارة في استخدام النسق اللغوي لتحقيق مقصده، فإن تحليل النسق - حينئذ - يفرض على المُحلل قراءة النسق وفق النظامين اللغوي وغير اللغوي للوقوف على سرِّ تكوُّن ذلك النسق في الألفاظ والتراكيب، ومدى تأثيرها في المتلقين.

وستكون قراءة النسق التركيبي في الأمثال النبوية - للكشف عن آليات الخطاب الإشهاري فيها - من خلال تفكيك أجزائه ودراسة العلاقات فيما بينها، ثم تركيبها وفق النظام اللغوي المشكّل لوجود النص

### ثانياً: الخطاب الإشهاري:

يُصنّف الخطاب الإشهاري - في التصور المعرفي المعاصر - ضمن الخطابات التي تندرج ضمن الممارسة الثقافية كالخطاب (الأدبي، أو السينمائي، أو البصري،...إلخ)، ويكتسي طابعاً ثقافياً يتمثل في مكوناته اللغوية والأيقونية"<sup>(3)</sup>، وهو خطابٌ قديمٌ قدم الإنسان ذاته؛ لأنه يمثّل حالةً من حالات التواصل الاجتماعي يصبح فيها الفردُ تجسيداً لدور اجتماعي لا يمكن فهمه إلا من خلال النموذج الثقافي العام"<sup>(4)</sup>.

ويتميز الخطابُ الإشهاري - عن غيره من الخطابات الأخرى - "ببناءٍ محكمٍ خاصٍ تتضافر مختلف مكوناته التعبيرية بقصد تبليغ رسالةٍ وحيدةٍ محددةٍ لا يمكن ولا ينبغي أبداً أن يخطئها القارئ المستهدف"<sup>(5)</sup>، ومدار الأمر في الخطاب الإشهاري هو الإقناع والإفحام والنجاح في الإبلاغ والتواصل، وهو يستند إلى الانفعال بوصفه الطاقة الأساسية التي تحرك الكائن البشري إلى غاية ما<sup>(6)</sup>.

1- عثمان محمد أحمد، نحو النص: دراسة تطبيقية على سورة النور، ص 34، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، أربد، الأردن 2015م.

2- عبد الفتاح أحمد يوسف، لسانيات الخطاب وأنساق الثقافة، ص 140، 141، ط1، منشورات الاختلاف، الجزائر 1431هـ / 2010م.

3- عبد المجيد موسى، الخطاب الإشهاري مكوناته وآليات اشتغاله، ص 87، مجلة الفكر العربي المعاصر، مركز الإنماء القومي، ع 84، 85.

4- سعيد بنكراد، الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي 2009م، موقع سعيد بنكراد.

5- عبد العال بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري، ص 320، مجلة علامات، جزء: 49، مجلد: 13، رجب 1424هـ / سبتمبر 2003م.

6- ينظر: سعيد بنكراد، الوصلة الإشهارية، الغاية والواقع الجمالي، موقع سعيد بنكراد، تم إنشاؤه بتاريخ نوفمبر 2003م، (<http://www.saidbengrad.net>)، عبد الله أحمد بن عتو، الإشهارية بنية خطاب وطبيعة سلوك، ص 2، مجلة علامات، ع 18، 2002م.

وقد تعددت تعريفات الإشهار واختلقت باختلاف المجالات المستخدمة فيها: فالتعريفات اللغوية للإشهار تدل كلها على معاني (الإفشاء/ التعريف/ الذبوع/ الانتشار/ الإعلان)، وقيل: سُمي (الشهر) بهذا الاسم؛ لأنه مأخوذ من الشُّهرة وهي الانتشار، وقيل: الشهر: الهلال، وسُمي به لشهرته ووضوحه<sup>(1)</sup>.

أمَّا التعريفات الاصطلاحية للإشهار فتدور كلها حول كونه: "عملية تواصلية، تنقل رسالة بعينها إلى المتلقي عبر مختلف القنوات الإعلامية"<sup>(2)</sup>، ونحا بعضهم بتعريف الإشهار إلى منحى الإغواء والإغراء، فيرى "غرو والتر Gro Walter" أنَّ الإشهار: "فن إغراء الأفراد على سلوكيات معينة وهو أداة لبيع الأفكار أو السلع أو الخدمات لمجموعة من الناس، ويستخدم في ذلك مساحات من الملحقات أو المجالات أو أوقات رسالية أو الراديو أو التلفزيون أو دور العرض السينمائي نظير أجر معين"<sup>(3)</sup>.

ولأنَّ الإشهار يقوم على الإغراء والإغواء، فإنَّه يعتمد التركيب اللغوي بوصفه وسيلة تعبيرية متعارف عليها لها إحالاتها الثقافية والفكرية في ذهن المتلقي، ويصبح نجاح العملية الإشهارية مرهوناً بما تحمله التراكيب اللغوية من شحنات تستطيع اجتذاب المتلقي والتأثير عليه.

### خصائص الإشهار:

من استقراء التعاريف المتعددة للإشهار، يمكن الوقوف على أهم خصائصه، وهي<sup>(4)</sup>:

- 1/ يشكّل الإشهار نشاطاً فكرياً يجمع المبدعين من أصحاب الأدب والفن من أجل إنتاج رسائل سمعية أو بصرية، ويحمل في ثناياه خطاباً يتعلق بتسويق فكرة أو سلعة أو خدمة.
- 2/ يعدُّ الإشهار صناعة ثقافية تنتج ثقافة تستهدف الجماهير.

<sup>1</sup>- ينظر: الجوهري، تاج اللغة وصحاح العربية، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، 2/ 507، ط4، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان 1407هـ/ 1987م، ابن منظور، لسان العرب، 4/ 431، 432، ط3، دار صادر، بيروت، لبنان 1414هـ، الفيومي، المصباح المنير، 1/ 325، المكتبة العلمية، بيروت، لبنان، دت، محمد رواس قلججي، حامد صادق قنبيبي، معجم لغة الفقهاء، ص 266، ط2، دار النفائس للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان 1408هـ.

<sup>2</sup>- ينظر: هشام صويلح، بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي: دراسة في ضوء البلاغة الجديدة، مجلة الخطاب، ع 8، ص 258، مخبر تحليل الخطاب، كلية الآداب واللغات، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، يناير 2011م، عمراني المصطفى، الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، ص 27، مجلة فكر ونقد، ع 34، 2000م.

<sup>3</sup>- عبد الرحمن تيرماسين وآخرون، نظرية القراءة المفهوم والإجراء، ص 231، قسم اللغة والأدب، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر 2009م.

<sup>4</sup>- محمود عبد الرؤوف كامل، علم الإعلام والاتصال بالناس، ص 47، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة 1995م.

3/ يتمثل الإشهار في منظومة للاتصال بين المنتجين والمستهلكين عبر وسائل الإعلام والاتصال والإيصال.

4/ يُمَثَّل الإشهار سلاح التسويق الذي يخدم استراتيجية المؤسسة التجارية.

5/ يُمَثَّل الإشهار شكلاً من أشكال الاستغلال الرأسمالي هدفها المستهلكين.

وهي كلها خصائص تجعل من اللغة - في الخطاب الإشهاري المنطوق أو المكتوب - وسيلة لترويج الأفكار أو السلع لفئة خاصة من المتلقين في إطار تواصل، وعندما يتكئ صاحب السلعة على اللغة لإشهارها فإنه يعتمد وظيفتين من وظائفها<sup>(1)</sup>:

**الأولى:** وظيفة الشرح أو الإرساء، حيث تنهض اللغة بتحديد المعنى الأيقوني الصريح للخطاب الإشهاري، وتحتصر كثافتها الإيحائية في سبيل تحقيق ذلك الهدف.

**الثانية:** وظيفة تكميلية، وتظهر تلك الوظيفة في المهام التعبيرية التكميلية العديدة المنوطة بالرسالة اللغوية في الخطاب الإشهاري؛ إذ تطلُّ التراكيب اللغوية قاصرة عن تحقيق بعض المهام التعبيرية ما لم تستعن ببعض المصاحبات الإشارية أو الجسدية لتحقيق هذه المهام.

### المقاربات المنهجية لتحليل البنية اللغوية للخطاب الإشهاري:

ينبغي أن يتنبه المتصدي لتحليل البنية اللغوية للخطاب الإشهاري إلى تداخل عدة مقاربات منهجية في التحليل، يصعب

الفصل بينها، وهي<sup>(2)</sup>:

**1/ المقاربة اللسانية:** إذ لا يوجد إشهار بدون لغة منطوقة أو مكتوبة، وهذا النسق اللساني - في الأمثال النبوية - يسهم مع

بلاغة المبدع وجوامع كلمه - p - وتراكيبه المستوحاة من الثقافة العامة للمخاطبين في التأثير على المتلقي وتحقيق مقصدية

الإقناع، فعلى سبيل المثال في قوله - p -: "مَثَلُ أَهْلِ بَيْتِي مَثَلُ سَفِينَةِ نُوحٍ، مَنْ رَكِبَ فِيهَا نَجَا وَمَنْ تَخَلَّفَ عَنْهَا غَرِقَ"<sup>(3)</sup>،

حيث ورد المثل مستخدماً التوازي التركيبي ومُحْيِلاً إلى الذاكرة الثقافية العامة في أذهان المخاطبين ومحققاً غرضه الإقناعي

في إيجاز بليغ، على النحو التالي:

أ ( استخدام الجملة الاسمية المفيدة للثبوت والتقرير: (مثل أهل بيتي ← مثل سفينة نوح).

<sup>1</sup> - R. Barthes, Rhetorique delimage, communications, 4. ed, seuil, 1964، نقلاً عن: عبد العالي بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري، ص 323، مجلة علامات، موقع سعيد بنكراد، نوفمبر 2003م.

<sup>2</sup> - ينظر: يامن عيسى خضو، الخطاب الإشهاري: دراسة سينمائية معممة، موقع سعيد بنكراد، نوفمبر 2003م.

<sup>3</sup> - رواه الحاكم وقال صحيح على شرط مسلم، المستدرک 2 / 343، أبو نعيم في الحلية 4 / 306، ال، فيض القدير 7 / 517، الطبراني، المعجم الصغير 2 / 22.

ب) استخدام الإضافة للتخصيص والتعظيم بإضافة أهل البيت إليه - p - وبالمقابل إضافة السفينة إلى نبي الله نوح - v - اتكاءً على ما استقرَّ في النفس من عظمتها وجلالة قدرها.

ج) تذييل المثل بالتركيب الشرطي المفسّر لمقصدية المثل والمعتمد على مقابلة الصورتين الواردتين فيه:

مَنْ ركب فيها نجا ← وَمَنْ تخلف عنها غرق.

د) تحقيق إشهارية الخطاب من خلال استحضار (سفينة نوح - v -) معادلاً لأهل بيته - p -؛ إذ نهضت بشرح المقصود بالمثل دون إسهاب أو إطناب، وهذا لا يتأتى إلا في البلاغة النبوية التي يبدأ فيها النص حين تنتهي الرسالة اللغوية.

2/ المقاربة النفسية: وتمثل ركناً أصيلاً في إغواء المتلقي، واستدراجه نحو بؤرة أفق انتظاره ومنطقة الاستهواء عنده، ومن ذلك قوله - p -: "النساء على ثلاثة أصناف: صنف كالعر: وهو الجرب، وصنف كالوعاء: تحمل وتضع، وصنف: ودود ولود مسلمة تعين زوجها على إيمانه وهي خير له من الكنز"<sup>(1)</sup>، حيث أسهمت الأوصاف الواردة في المثل (العر/ الوعاء/ ودود/ ولود) في بيان المسكوت عنه والهدف من إيراد المثل وتحقيق إشهاريته وغرضه الإقناعي، من خلال ما يلي:

أ/ إغواء المتلقي بالإجمال قبل التفصيل باستخدام التركيب الاسمي المفيد للحصر والقصر:

(النساء على ثلاثة أصناف) ← (مبتدأ + خبر شبه جملة)

ب/ استخدام التكرار اللفظي الواقع موقعية (البَدل) من الجملة الافتتاحية في المثل النبوي لإثارة المتلقي بتعددية الأصناف وإغرائه بانتظار تفصيل الجملة الافتتاحية.

ج / استخدام التركيب النعتي للتوضيح لرفع اللبس لدى المخاطب في خصوصية كل صنف وتنفيره من الخبيث منها،

وإغرائه بالصنف الطيب، في قوله - p -:

المنعوت ← جُملة النعت

- صنف كالعر (وهو الجرب)

- صنف كالوعاء (تحمل وتضع)

- صنف ودود (ولود + مسلمة + تعين زوجها على إيمانه + خير له من الكنز)

<sup>1</sup>- الرامهرمزي، أمثال الحديث، ص 115، مطبعة الحيدري، باكستان.

فالصنف الأخير هو الذي قصد المتكلم - p - إشهاره لدى المخاطب وترغيبه فيه، فتعددت النعوت له، وشملت النعوت الدنيوية والأخروية، وتنوعت بين النعت المفرد (ولود/مسلمة)، والجملة الفعلية (تُعينُ زوجها)، والجملة الاسمية (هي خير له من الكنز)، وتعدد الصفات الحسنة يقتضي تعظيم الموصوف والترغيب فيه.

د - استخدام التشبيهات القارّة في ذهن المتلقي لتحقيق أقصى قدر من الإقناع (العر/ الوعاء/ دود/ ولود)، وتهيئة الخاطب نفسياً للبحث عن الصنف الأطيب والأنفع في الدنيا والآخرة، وهذا ما يفسر انتهاء المثل النبوي بأسلوب التفضيل المثير للرغبة النفسية باستخدام الجملة الاسمية المفيدة للثبوت والتقرير ← "وهي خيرٌ له من الكنز".

3/ المقاربة التداولية: وتتمثل في المنفعة أو الفائدة التي يتغياها المُشهر من وراء هذا الخطاب؛ إذ لكل خطاب هدف يسعى المخاطب إلى تحقيق فائدة منه، ومن ذلك في الأمثال النبوية قوله - p - "عن الجنة: "ألا مشمّر لها؟ هي ورب الكعبة ريحانة تهتز، ونورٌ يتلألأ، ونهرٌ يطرد، وزوجة لا تموت في حبور ونعيم ومقام أبداً"<sup>(1)</sup>، وفي رواية أخرى - زاد الطبري: "قالوا: نحن المشمرون لها يا رسول الله، قال: قولوا إن شاء الله، ثم ذكر الجهاد وحضّ عليه"<sup>(2)</sup>.

فالمهدف الرئيس من المثل النبوي تحقيق المنفعة التي تتحصل للمخاطب حال تشميره للجنة واستعداده له، وقد أسهم تعدد التراكيب النحوية وتتابع أنساقها في تحقيق هذه المنفعة واستمالة المخاطب للاستجابة لخطاب المُشهر، ومن ذلك:

أ/ ابتداء المثل بأسلوب الحث والتحريض ← ألا مشمّر لها؟

ب/ استفتاح المثل بأسلوب القسم، وهو - p - صادق مصدوق، ولكنّ طبيعة السلعة (الجنة) وتفصيلها غائبة عن أذهان المخاطبين، وغير ماثلة في عقولهم، ومن ثم ناسب الحال استخدام أسلوب القسم (هي ورب الكعبة).

ج/ تتابع الأنساق التركيبية لنعوت الجنة بالجملة الفعلية المتتابعة والمترابطة بالواو العاطفة (ريحانة تهتز + نورٌ يتلألأ + ونهر يطرد + زوجة لا تموت)، والتعبير بالمضارع يفيد استمرارية الحدث وتجده، ويزيد من شغف المتلقي لتحصيل هذه الغنيمة.

د/ سرعة استجابة المتلقين وتحقيق الغرض من الخطاب الإشهاري، ويظهر ذلك في قول الصحابة الكرام: "نحن المشمرون لها يا رسول الله"، وتعبيرهم بالتركيب الاسمي يفيد تحقيق الخطاب الإشهاري الفائدة المرجوة منه.

1- الرامهرمزي، أمثال الحديث، ص 113.

2- السندي، حاشية على سنن ابن ماجه 2/ 590، دار الجيل، دبط، بيروت، دت.

هـ/ استخدام إغوائية الخطاب الإشهاري واستغلال إقناعية المخاطب بعرض التكليف الشرعي وهو (الجهاد في سبيل الله) وفيه ما لا يخفى من المشاق والتضحيات التي لن يبالي بها جمهور المتلقين بعد استمالتهم وتشويقهم إلى المنفعة منه وهي (الجنة).

4/ المقاربة الاجتماعية الثقافية: وتتمثل في ثقافة المجتمع؛ إذ يحقق الخطاب الإشهاري فائدته إذا كان نابغاً من رؤية المجتمع واعياً للعلاقات القائمة بين أفراده، "عندئذ يمكن للخطاب الإشهاري أن يمدنا بمعرفة بنية الوعي الاجتماعي، وتحليل الروابط المتبادلة، ودراسة قوانين تطوره"<sup>(1)</sup>، ومن ذلك في الأمثال النبوية قوله - p - في العلاقات الاجتماعية السائدة - أذاك - بين أفراد المجتمع: "لا تفخروا بأبائكم في الجاهلية، فهم أهون على الله من الجعل الذي يدهده الخراء بأئفه"<sup>(2)</sup>، وفي رواية أخرى للحديث: "لينتهين أقوامٌ يفخرون بأبائهم الذين ماتوا إنما هم فحمٌ جهنم، أو ليكوننَّ أهونَ على الله من الجعل الذي يدهده الخراء بأئفه، إنَّ الله قد أذهب عنكم عبيةَ الجاهلية وفخرها، إنما هو مؤمنٌ تقى أو فاجرٌ شقى، الناسُ كلهم بنو آدم، وآدمُ خُلِقَ من تراب"<sup>(3)</sup> فالمثل النبوي الكريم يناقش قضية اجتماعية سائدة في المجتمع العربي، ولها أصداء في المجتمع الإسلامي القريب العهد بموروثات الجاهلية، ومن ثمَّ كانت الآلية اللغوية للخطاب الإشهاري ذات سمة خاصة في تناول التمثيل لهذه القضية، ومن ذلك:

أ/ استخدام أسلوب النهي في افتتاحية الخطاب: "لا تفخروا بأبائكم".

ب/ نهض شبه الجملة "في الجاهلية" بالإحالة إلى أنَّ هذا السلوك من موروثات الجاهلية التي أبطل الإسلام نعراتها البغيضة.  
ج/ العلاقة الدلالية بين قوله - p -: "فهم أهون على الله من الجعل"، وبين النهي الوارد في أول الحديث، وهي علاقة التعليل، وتوطئ لورود المثل النبوي الكريم الذي يبيغض هذا السلوك الاجتماعي إلى النفس السوية والفطرة النقية.

د/ موقعية المثل النبوي الكريم بعد النهي عن الفخر، جعلت الغاية الإقناعية منه متحققة لمثولها في ذهن المتلقي "فهم أهون على الله من الجعل الذي يدهده الخراء بأئفه".

هـ/ بجمع روايتي الحديث، نرى أن الرواية الثانية ورد فيها قوله - p - بعد المثل الذي ضربه - "الناسُ كلهم بنو آدم، وآدمُ خُلِقَ من تراب، وهذا التذييل له دلالاته الخاصة بعد ضربه - p - للمثل السابق، حيث استخدام الجملة الاسمية المقررة للثبوت، والتدرج الإقناعي: (الناس ← بنو آدم ← آدم ← خُلِقَ من تراب)، يجعل الخطاب الإشهاري أعمق أثرًا في تغيير ثقافة اجتماعية رسخت لدى أولئك الأقسام حتى باتت عقيدةً لديهم.

1- سراج أحمد، دور الصحافة في تشكيل الوعي الاجتماعي، ص44، مجلة دراسات عربية، ع 7، 1985م.

2- ينظر: الطبراني، المعجم الصغير 317/ 11.

3- الترمذي، السنن، رقم الحديث 3955.



5/ المقاربة السينمائية: وتعدُّ من أهم المقاربات في تحليل الخطاب الإشهاري إضافة إلى المقاربة التداولية؛ لأنها تجمع الصوت والصورة والألوان والحركة، الأمر الذي حدا ببعض الباحثين إلى القول: بأن الخطاب الإشهاري وبخاصة السمعي والبصري منه، عبارة عن فيلم قصير جداً له غاية وهدف، وهذه المقاربة عرضت لها الدراسة من قبيل إتمام الفكرة ولا تدخل في مجاله التطبيقي؛ إذ تختص هذه الدراسة بالمقاربات (اللسانية/ التداولية) مع بيان المؤثرات (النفسية/ الاجتماعية) في التركيب اللغوي للأمثال النبوية الكريمة.

ويمكن القول: إنَّ هذه المقاربات المنهجية في تحليل الخطاب الإشهاري وبيان مقصدية وأثره الإقناعي قد ظهرت بجلاء في الأمثال النبوية الكريمة؛ إذ اعتمد منتج النص استخدام الأنساق اللغوية وهو في المحل الأسنى والمقام الأرفع في فصاحة اللسان - p - وهو مع هذا كله مدركٌ تمام الإدراك للمخزون الثقافي لدى المتلقين، بصيرٌ بما يستثير مكانه للاستجابة ليحقق الإقناع للفكرة فضلاً عن كونه - p - جزءاً من النسيج الاجتماعي والثقافي الذي يعيش فيه، ومن ثم كانت الأمثال النبوية جامعة لهذه المقاربات المتنوعة في سبيل تحقيق إشهارية الخطاب وإقناعية المتلقي.

#### ● مكونات الخطاب الإشهاري في الأمثال النبوية:

يتكون الخطاب الإشهاري - شأن غيره من الخطابات - من عناصر أساسية، يمكن إجمالها فيما يلي<sup>(1)</sup>:

1/ المرسل (الإشهاري): هو الذي يُعدُّ المادة الأساسية للخطاب، ويمنحه سمات التأثير في المتلقي ويتخيَّر له الأنساق اللغوية المناسبة والمقاربات الملائمة ليكون المتلقي أسيراً لفكرة الخطاب بوصفها تثير لديه رغبات مادية أو نفسية، والمرسل في - الأمثال النبوية - هو النبي - p -.

2/ المُرسل إليه (المتلقي): هو المستهدف من إنشاء الخطاب، وبقدر فهمه للرسالة الإشهارية وتأثره بها يكون نجاح مقصدية هذا الخطاب، ويمثله في الدراسة جمهور المتلقين.

3/ المادة الإشهارية: هي الرسالة التي تحمل أفكار المرسل إلى المتلقي، وتتنوع حسب حاجيات الجمهور، ومركزاته الثقافية والمعرفية والملابسات الاجتماعية، و"الخطابُ الإشهاري خطابٌ متشعب، الأمر الذي جعل أغلب الباحثين يجمعون على أنه خطابٌ متمردٌ على قواعد اللغة، كما يمثل - في الوقت ذاته - نقطة التقاء جميع الخطابات حيث تشكّل في مجملها إرسالية

1- ينظر: بلقاسم دفة، اللغة العربية والخطاب الإشهاري، ص52، 53، مجلد 43، ع 517، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، مايو 2014م، نادية النجار، الاتجاه التداولي والوظيفي في درس اللغوي، ص230، 234، ط1، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع 1434هـ/ 2013م.

إشهارية تسعى إلى تحقيق مجموع غايات وأهداف لدى المتلقي، ومن ثم فالخطاب الإشهاري خطاب متميز عن غيره من الخطابات الأخرى؛ نظراً لانزياحه عن الخصائص التركيبية والدلالية والتداولية<sup>(1)</sup>.

**4/ المقام:** هو الحال الذي يتم فيه التبادل بين المرسل والمرسل إليه، ويفرض هذا الحال تجديد الوسيط المستخدم في الإشهار سواء أكان لغوياً أم غير لغوي، وبالنظر إلى الأمثال النبوية - مجال تطبيق هذه الدراسة - يظهر تأثير المقام جلياً في اختيارية الأنساق اللغوية المستخدمة في الإشهار، فمقام الترغيب له أنساق تختلف عن مقام الترهيب أو مقام التحذير أو الحث أو النصح إلى غير ذلك من المقامات التي تشكل إطاراً عاماً للأمثال النبوية.

**5/ العلاقات المشتركة بين المتخاطبين:** فلكي يحيا الخطاب الإشهاري ويحقق مقصديته الإقناعية في المتلقين يجب أن تتوافر بعض العلاقات المشتركة، ومنها:

- **وحدة اللغة:** إذا إنَّها وسيلة التفاهم، ومن خلالها يوجه المُشهرُ رسالته إلى المتلقي، وهذه العلاقة متوافرة في الأمثال النبوية؛ إذ إنَّها في الذروة من المستوى اللغوي المشترك بين المبدع والمتلقي على حد سواء.
- **وحدة الثقافة:** ويُقصد بها وحدة التراث الثقافي المشترك والمعتقدات الفكرية، وتشكّل هذه الوحدة أهمية بالغة؛ إذ إنَّ الالتقاء الثقافي بين أطراف العملية الإشهارية يجعل من الرسالة الإشهارية - وبخاصة الرسالة اللغوية - مهمة ميسورة لتحقيق غرضها التواصلي والتأثيري.

(1) **قناة التبليغ:** تتمثل في الوسيلة المستخدمة في إيصال الرسالة الإشهارية، وتكون صوتية أو مكتوبة أو مرئية، وهي تتمثل - في الأمثال النبوية - في اللغة بما تحمله من أنساق ووسائل تأثيرية.

### ثالثاً: الأمثال النبوية:

تعدُّ الأمثال العربية - بعامة - والأمثال النبوية - على وجه الخصوص - من أهم الفنون النثرية في الأدب العربي؛ إذ إنَّها تمثل تجسيداً لتراث الأمة العربية وتعمل على ترابط حلقاتها التاريخية الثقافية، وهي تختزل الكثير من الأحداث في القليل من العبارات الموجزة، وتحيل من خلالها مسكوكاتها اللغوية إلى مضاربها وأسباب ورودها، فهي خطابُ المسكوت عنه وهي خطاب الإشهار حين لا يحتاج المتكلم بها إلى الإشهار، إنما يكفيها - فقط - إيرادُ المثل؛ ليستدعي بدوره القصة ماثلة في الذهن وقيمُ علاقة التشابه بين المَضْرَب والمورد في آنٍ واحد، ومن ثمَّ يعدُّ المثلُ وسيلةً إشهاريةً تمتدُّ من الماضي إلى الحاضر، ويمتدُّ أثرها إلى المستقبل كلما تكررت الأحداث أو تشابهت الأحوال.

<sup>1</sup>- يوسف بن سعيد، الخطاب الإشهاري وآليات اشتغاله، ص126، مجلة جبل للدراسات الأدبية والفكرية، ع 7، مايو 2015م.

والأمثال النبوية المباركة قسم من الأمثال العربية، بل هي عيون الأمثال العربية؛ لأنها تنبئ عن روعة البيان النبوي الكريم وجمالية نظمه وإعجازية بلاغته، فقد سيقنت إليه - p - جوامع الكلم وانتهت إلى لسانه مقاليد فصاحته، وألقت إليه اللغة أعتتها.

وقد أكثر النبي - p - من ضرب الأمثال لأصحابه الكرام، ولم يكن ذلك لهدفٍ فني أو غاية جمالية لزخرفة الكلام أو تنميته، وإنما جاءت الأمثال وسيلة دعوية أسهمت في إشهارية تعاليم هذا الدين الحنيف، وشرح مشكله وإجلاء غوامضه، وأبرزت المعنويات في قالب حسي قريباً للأفهام وقاست النظر على مثله في سلامة لفظ وقوة معنى وإيجاز تركيب، وقد جاءت الأمثال النبوية على أنواع، يمكن إجمالها فيما يلي:

- 1/ الأمثال الصريحة: وهي ما ابتدئ بلفظ "مثل" أو اعتمدت التشبيه أداة رئيسة لها، ومن ذلك: ما رواه أبو هريرة أنه سمع النبي - p - يقول: "إنما مثلي ومثل الناس كمثلي رجلٍ استوقد ناراً فلما أضاءت ما حوله جعل الفراش وهذه الدواب التي تقع في النار يقعن فيها، فجعل الرجل يزعهن ويغلبهن، فيقتحمن فيها، فأنا أخذ بحجزكم عن النار وأنتم تقحمون فيها"<sup>(1)</sup>.
- 2/ الأمثال الكامنة: وهي الأمثال التي لم يرد فيها لفظ "مثل" صراحة، ولكنها تدل على معانٍ مقصودة وتتميز بالإيجاز، ومن ذلك قوله - p -: "لا يلدغ المؤمن من جحرٍ مرتين"<sup>(2)</sup>، و "كل أرضٍ بسماتها"، و "لا ينتطح فيها عنزان"، و "مات حتف أنفه"<sup>(3)</sup>.

### خصوصية الخطاب في الأمثال النبوية:

يتميز الخطاب النبوي الكريم - في الأمثال النبوية - بخصائص تميزه عن غيره من الخطابات يمكن إجمالها فيما يلي:

- 1/ الخطاب النبوي في الأمثال مرتبط بالسياق الوارد فيه، ويشكل جزءاً أصيلاً منه.
- 2/ ثمة اتفاق - ضمني - بين المبدع والمتلقي في استعمالية اللغة.
- 3/ يؤدي الخطاب النبوي في الأمثال وظائف إشهارية متعددة (إغوائية/ إغرائية/ تحذيرية/ تفصيلية/...).
- 4/ يصاحب المثل النبوي تعبيرات جسدية وإشارات حسية داعمة لفكرته.
- 5/ تعدد الأنساق اللغوية المستخدمة في المثل النبوي الكريم.

1- البخاري، الجامع الصحيح، كتاب الرقاق، رقم (6483).

2- السابق، كتاب الأدب، رقم (6133).

3- ينظر: السابق.

## صور النسق التركيبي في الأمثال النبوية وأغراضه الإشهارية

يُعدُّ المثل النبوي الكريم رسالة لغوية إشهارية متماسكة من العلامات والأبنية والأنساق التركيبية تضطلع بنقل الخبرات والرؤى الحياتية والحض على الخير والتحذير من الشر، وقد حوت في سبيل تحقيق تلك الغاية العديد من الأنساق التركيبية التي انتقلت إلى متلق النص عبر قنوات عديدة من التوصيل، واستقبلها المتلقي جُملةً مترابطة من مجموعة من الأبنية ذات العلاقات اللغوية والدلالية المتشابهة، ومن هذه العلاقات تكونت تلك الأنساق وتنوّعت إلى ما يمكن تقسيمه على النحو التالي:

**أولاً: النسق التركيبي المتدرج:** هو نسقٌ ظاهر في الأمثال النبوية، حيث عمد فيه النبي - p - إلى التدرج في إقناعية الفكرة المراد إيصالها للمتلقى وإشهاريتها للمخاطب، وذلك بتوظيف التراكيب النحوية لتحقيق هذه الأغراض ورسم الحركة اللغوية والفكرة الدلالية المتدرجة صعوداً أو هبوطاً؛ إذ إنّ "المستويات النصية - بطبيعتها - تعتمد على الاتصال والتدرج والحركة"<sup>(1)</sup>، كما أنّ تحليل تنابعية تلك الأنساق وتواليها يجعلنا نقف على خصوصية الخطاب الإشهاري في الأمثال النبوية الكريمة، وما يخالجها من السهولة في التعبير والنزوع إلى استخدام الألفاظ المألوفة، والتمثّلات المستوحاة من السياق الثقافي، والانطلاق من بوابة اللغة وتراكيبها إلى فضاءات النص دون إغفال لموقف المتلقي من النص الذي يتقاطع عالمه مع خطاب المبدع، ومن ثم تحققت إشهارية الخطاب من خلال هذا التقاطع ومن أمثلة هذا النسق في الأمثال النبوية الكريمة:

- 1- ما رواه أبو هريرة: أن رسول الله - p - قال: "لا يتصدق أحدٌ بتمرّةٍ من كسبٍ طيبٍ إلا أخذها الله بيمينه يُربّيها كما يُربّي أحدكم فُلُوّه أو قلوّصه حتى يكونَ له مثلُ الجبلِ أو أعظم"<sup>(2)</sup>، وبالنظر إلى الحديث النبوي الكريم المكتنف لصورة المثل، يمكن القول: إنّ النسق التركيبي المتدرج حقق وظيفته الإشهارية (الإغرائية) من خلال ما يلي:
- أ/ استخدام أسلوب النفي العام (لا + يتصدق + فاعل: نكرة للشمول (أحد))، وافتتاحية الحديث بهذا النمط من التراكيب يهيئ الذهن ويثيره لما سيترتب على النفي من أثر، وهو ما نهضت به مكملات الجملة (بتمرّةٍ من كسبٍ طيبٍ)؛ إذ أسهمت المكملات في تخصيص هذا النفي وتقييد مطلقه، وإحالة الذهن إلى أقل ما يمكن التصديق به من البيئة المحيطة بالمتلقي، وهي (التمرّة).
- ب/ التدرج التركيبي في عرض الفكرة (السلعة) على النحو التالي:

- النفي العام ← لا يتصدق أحد

<sup>1</sup> محمد بازي، مقدمات لمعرفة بديلة بالنص والخطاب: نظرية التأويل التقابلي، ص 126، ط1، منشورات الاختلاف، دار الأمان، الجزائر 1434هـ/2013م.

<sup>2</sup> ينظر: صحيح مسلم، أبو الحسين مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري 702/2، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، ط1، مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاه، القاهرة 1374هـ/1955م، البيهقي، أحمد بن الحسين، شعب الإيمان، ص 458، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت 1410هـ.

- تخصيص النفي ← بتمرة من كسب طيب

ج/ استخدام أسلوب الاستثناء في سياق النفي المفيد للقصر والتخصيص (إلا أخذها الله بيمينه)، وهنا تبدأ إغرائية الخطاب

الإشهاري في ترغيب المتلقي وإغوائه بالصدقة من كسب طيب حتى لو كانت أقل القليل (التمرة).

د/ توظيف المثل النبوي موافقاً لحال الخطاب والهدف منه ومعتمداً على التدرج في عرض الفكرة على النحو التالي:

يربّيها كما يُربي أحدكم فلوّه أو قلوّصه

حتى يكون له مثل الجبل أو أعظم

(1) الفكرة: تربية الأنعام (الفلو/ القلوّص).

(2) الغاية: التعاهد بالرعاية.

(3) النسق التركيبي: (جملة فعلية + حتى + جملة فعلية).

"كما يربي أحدكم فلوّه أو قلوّصه حتى يكون له مثل الجبل".

(5) الثمن: يكون أجره مثل الجبل أو أعظم

لا يتصدق أحد بتمرة من كسب طيب إلا

أخذها الله بيمينه

(1) الفكرة: الترغيب في الصدقة.

(2) الغاية: الترغيب والإغواء.

(3) النسق التركيبي: (النفي+الاستثناء+العطف).

(4) السلعة الإشهارية: الصدقة من الكسب الطيب.

(5) الثمن: يتلقاها الله بيمينه/ يربّيها.

ويلاحظ من عرض النسق التركيبي للخطاب النبوي الكريم:

1/ اعتماده في الإشهار على حزمة من الأفعال ذات الدلالة الإغرائية (يتصدق/ أخذها الله/ يربّيها/ يربي أحدكم/ يكون مثل

الجبل)، كما يلاحظ ابتدائية الخطاب الإشهاري بأسلوب النفي ثم تخصيص هذا الأسلوب بالمقيدات النحوية (بتمرة من كسب

طيب)، ثم التدرج في التخصيص بصورة أعمق باستخدام أسلوب الاستثناء الذي استمال المتلقي وأثار انتباهه بإسناد الفعل

إلى الله - Y - في قوله - p - : (أخذها الله)، ثم الوصول إلى الذروة الأعلى في التدرج والتعظيم في بيان كيفية هذا الأخذ

الإلهي للصدقة، وهو ما نهضت به وظيفة شبه الجملة في قول المعصوم - p - : أخذها الله (بيمينه) وهو ما يجعل المتلقي

يرسم في مخيلته صورة مُشبعة بالقداسة والعظمة ونفي المماثلة للذات العليا - Y - في قبولها الصدقة باليمين، فضلاً عن أن

(اليمين) ترتبط في ذهن المتلقي بالبركة والخير والنماء، وهو ما يجعل الخطاب الإشهاري موافقاً لثقافة المتلقي، ثم يأتي

التدرج في تقريب الجزاء العظيم وبيان فضل الصدقة من خلال مثالٍ مستمدٍ من البيئة العربية التي تعتمد الرعي وسيلة

للمعيشة وترى في تربية الأنعام غنيمة ومظهرًا من مظاهر الثراء والغنى، وذلك في قوله - p - (فيربّيها له ← كما يربي

أحدكم فلوّه أو قلوّصه ← حتى يكون مثل الجبل ← أو أعظم)

2/ المثل النبوي مستمد من السياق الاجتماعي الذي يُمثل بدوره " أهم المكونات الأساسية للسياق العام للنصوص إنتاجاً وفهماً، كما أنه المسئول عن التمكين لشكل نصي ما، في مقامٍ تواصلية معيناً قواعداً النحو العادية فيقتصر دورها على عملية التنظيم اللغوي لا غير"<sup>(1)</sup>.

3/ ارتبط المثل النبوي مع الفكرة التي أشهرها بالربط الحُكمي، "وهو لونٌ من ألوان الربط يقوم على ارتباط بنيتين نصيتين متتاليتين، إحداهما كلية عامة، واللاحقة لها متضمنة معنى الحكم أو النتيجة الموجزة له"<sup>(2)</sup>.

4/ كما اعتمد النسق التركيبي في المثل النبوي على التكرار المحض لبنية الفعل المضارع

(يرببها له ← كما يربي أحدكم فلوه) & (لا يتصدق أحد/ كما يربي أحدكم)

غير أن الفعل مسندٌ في الموضع الأول إلى الله - Y -، ومسندٌ في الموضع الثاني إلى المخاطب، وهو ما يُقوي الوظيفة الإقناعية للخطاب الإشهاري؛ لأنَّ إعادة البنية المجردة للجملة أو للوحدة المعجمية المفردة مع ملئها بوحدات معجمية أخرى يعمل على سبك النص وترابط أجزائه ووضوح فكرته وظهور علاقاته الدلالية المخبوءة.

5/ اعتمد النسق التركيبي العطف وسيلةً لتحقيق القدر الأكبر من إقناعية الخطاب الإشهاري للمثل النبوي، وذلك في قوله - p :- "كما يربي أحدكم فلوه أو قلووصه"، ف "الفلو" ولد الفرس، والقُلُوص - بفتح القاف وضم اللام - هي الناقةُ الفتية ولا يُطلق على الذكر، وتظهرُ فائدةُ العطف في التنوع واستمالة المخاطب بكافة الأوجه لإقناعه بالفكرة وترغيبه في السلعة، وهي (الصدقة الطيبة).

6/ اعتمد النسق التركيبي إطالة الجملة في الخطاب الإشهاري ترغيباً للمتلقى وتحفيزاً له على الصدقة، ويظهر ذلك في قوله - p :- "فيرببها له كما يربي أحدكم فلوه أو قلووصه ... حتى يكون مثل الجبل أو أعظم"، وقد أفادت الإطالة باستخدام الجملة الفعلية الممتدة اتساع الدلالة وتأكيد الأجر العظيم والفضل الكبير لصاحب الصدقة الطيبة.

— ومن أمثلة النسق التركيبي المتدرج: ما رواه أبو هريرة أنَّ أعرابياً أتى رسول الله - p - فقال: يا رسول الله، إنَّ امرأتي ولدت غلاماً أسوداً، وإنِّي أنكرته، فقال له النبي - p - :- هل لك من إبل؟ قال: نعم، قال: ما ألوانها؟ قال: حُمر، قال: هل فيها من أورك؟ قال: إنَّ فيها لورقاً، قال - p - :- فأتى ترى ذلك جاءها؟ قال: يا رسول الله، عرق نزعتها، فقال له

<sup>1</sup> عبد القادر بوزيدة، فان ديك وعلم النص، ص 33، مجلة اللغة والأدب، يصدرها قسم اللغة العربية، جامعة الجزائر، مطبعة دار الحكمة، ع 2003، 11م.

<sup>2</sup> سعيد بحيري، ظواهر تركيبية في مقابسات أبي حيان: دراسة في العلاقة بين البنية والدلالة، ص 270، مكتبة الأنجلو المصرية، ط1، القاهرة 1995م.

النبي p :- وهذا لعنه يكون نزع عرق له"، ولم يرخص له في الانتفاء منه<sup>(1)</sup>.

وبالنظر التحليلية إلى مُعطيات الخطاب الإشهاري في الحديث النبوي المكتنف لصورة المثل يمكن استخلاص سمات النسق التركيبي المتدرج في تحقيق إشهارية الخطاب، من خلال ما يلي:

1/ اعتماد النص أسلوب المحاوره في ترتيب الأنساق اللغوية ترتيباً تصاعدياً يحقق لها إشهاريتها، وهو أسلوب يمنح النسق التركيبي خصيصه الحركة والفاعلية، ويعطي اللغة مزية الحيوية في إشهارية الفكرة، مع جذب المتلقي - في الوقت ذاته - إلى الاقتناع بالفكرة، ويظهر ذلك في:

أ/ استهلال الخطاب من الطرف الأول بأسلوب النداء (يا رسول الله)، وهو تركيب يستلزم وجود طرف آخر في المحاوره، ومتلقٍ للخطاب، فضلاً عن أن مدلولية التركيب (يا رسول الله) تحمل من القداسة والتعظيم والتوقير ما يدل على موقعية المخاطب من نفسية المتكلم.

ب/ استخدام الطرف الأول الأسلوب الخبري المؤكّد بـ "إنّ" لتأكيد الفكرة وتقريرها على نحو تصاعدي، فيقول: (إنّ امرأتي ولدت غلاماً أسوداً ← وإنّي أنكرته)

ج/ اعتماد الإشهار في أسلوب الطرف الأول المبدأ الافتراضي في تحليل الخطاب، وهو مبدأ يعيد قراءة واستنتاج الاحتمالات القولية المختلفة في الخطاب "التي تسمح للمتحاورين أن يستنتجوا أو يستدلوا ويحاجّوا أو يقتعوا، إنه الوسيلة الإشهارية التي تكشف عن مكن السؤال فيما يقال دون أن يقال مباشرة"<sup>(2)</sup>، فالنسق النحوي المتدرج للمخاطب يتضمن سؤالاً غير منطوق، مؤداه: س/ كيف يكون ولدي أسوداً وأنا لست كذلك؟، واعتمادية الحوار تواتر التوكيد بأدواته المختلفة (إنّي & والأفعال الماضية (ولدت/ أنكرته) & والربط الجُملي بأداة العطف (و) لتقوية الفكرة؛ كلها ممارسات لغوية إشهارية عن القضية التي يعرضها المخاطب لحمل المتلقي على الاقتناع بالسلعة (الفكرة المعروضة)، وهي: إنكار هذا النسب.

2/ استخدام النبي p - المثل وسيلة لإقناعية المخاطب معتمداً في نسقه التركيبي على التدرج الهرمي التصاعدي في إشهارية الفكرة من خلال استخدام أسلوب الاستفهام بصورة تصاعدية منطقية، على النحو الآتي:

① هل لك من إبل؟ ② ما ألوانها؟ ③ هل فيها من أورك؟ ④ فأنتى ترى ذلك جاءها؟

1- البخاري، الجامع الصحيح، 5/ 232، دار ابن كثير، ط3، بيروت 1987م.

2- ينظر: عبد السلام عشير، عندما نتواصل نغير: مقارنة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، ص 128، ط1، إفريقيا الشرق، 2006م، طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، ص 226، ط1، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، دت.

وهذا التدرج في عرض القضية الإشهارية - من خلال هرمية أسلوب الاستفهام - يقوم على فرض جملة من الإجابات المحددة التي لا تترك للمتلقى خيارات أخرى، وإنما تحمله على الاقتناع بالفكرة دون مجادلة، كما أن إشهارية الخطاب باعتماد الاستفهام في سياق المحاوره يكون أعمق أثراً في المتلقي؛ لأنه يُعيد قراءة الفكرة من بنات أفكاره، ويقرر القضية من خلال تتابع إجاباته، وبخاصة إذا كانت الفكرة مستمدة من ثقافته وبيئته المحيطة، وهذا ما يُبرز ملمحاً مائزاً من ملامح الخطاب الإشهاري في الأمثال النبوية من حيث اعتمادها السياق الاجتماعي والثقافة المحيطة مرتكزاً أساسياً في الخطاب الإشهاري، ويمكن عرض معطيات الخطاب الإشهاري في هذا الحديث على النحو التالي:

#### الخطاب الإشهاري للطرف الثاني من المحاوره:

فقال له النبي - p - : هل لك من إبل؟ قال: نعم

قال: ما ألوانها؟ قال: حُمر، قال: هل فيها من أوراق؟

قال: إنَّ فيها لورقاً، قال - p - : فأنى ترى ذلك جاءها؟

قال: يا رسول الله، عرق نزعها، فقال له النبي - p :

وهذا لعله يكون نزع عرق له"، ولم يرخص له في

الانتفاء منه.

الفكرة: إثبات النسب.

الغاية: إقناعية المتلقي باستخدام النسق الاستفهامي

الهرمي.

النسق التركيبي: أسلوب الاستفهام المتدرج.

السلعة الإشهارية: تبرئة زوجه من تهمة الزنا.

الثمن: لم يرخص له النبي - p - في الانتفاء.

#### الخطاب الإشهاري للطرف الأول من المحاوره:

إنَّ امرأتي ولدت غلاماً أسوداً،

وإني أنكرته.....

الفكرة: إنكار النسب

الغاية: إقناعية المتلقي باستخدام النسق

الهرمي التركيبي.

النسق التركيبي: (الجملة الاسمية المؤكدة +

الأفعال الماضية + الربط).

السلعة الإشهارية: قذف زوجه بالزنا.

#### ثانياً: النسق التركيبي التقابلي:

يتشكل هذا النسق في - الأمثال النبوية الكريمة - من نسقين تجمعهما وشيجة دلالية واحدة قائمة على علاقة التشبيه بين صورتين متقابلتين، وليس بالضرورة أن يكون هذا التقابل قائماً على التضاد أو المخالفة، ف "التقابل في إنتاج النص مرده



تطالب المعاني؛ لأن المعاني تنشأ غير مكتملة، فتأتي مقابلاتها متممة لها، موسعة أو مفرعة، وفق أنماط من العلاقات: التخالف، أو التضاد، أو الترادف<sup>(1)</sup>، ولكنه يتخذ أكثر من نمط؛ إذ إنَّ الخطاب النبوي في الأمثال هو خطاب التقابل بكل ما تدل عليه الكلمة؛ لأنه يعمد إلى المقابلات الصريحة أو الضمنية لإبراز الفكرة وتوضيح المقصود ويمكن توضيح هذه الأنماط التي تندرج تحت هذا النسق من خلال ما يلي:

### 1- النمط المثبت:

ومن ذلك قوله - p -: "مثل أهل بيتي مثل سفينة نوح، من ركبها نجا، ومن تخلف عنها غرق، إنما مثل أهل بيتي فيكم مثل باب حطة في بني إسرائيل، من دخل غفر له"<sup>(2)</sup>، وتظهر معطيات الخطاب الإشهاري من خلال التحليل اللغوي للمثل النبوي على النحو التالي:

أ/ اعتماد المثل الجملة الاسمية المفيدة للثبوت والتقرير، ووجود العلاقة الإسنادية بين طرفي التركيب.

(مثل أهل بيتي ← مثل سفينة نوح)

ب/ استتالة التركيب بالجملة الشرطية المفيدة للتأكيد من ناحية، وإبراز حالة الناس مع آل البيت الكرام.

(من ركبها نجا/ من تخلف عنها غرق)

ج/ استتفاف المثل بصورة أخرى تعتمد الخلفية التاريخية والتناص القرآني وسيلة إشهارية لإبراز الفكرة وتوضيحها، وذلك

في قوله - p -: "مثل أهل بيتي فيكم مثل باب حطة في بني إسرائيل"، وهو يحيل إلى قوله تعالى عن بني إسرائيل: (وَإِذْ قُلْنَا

ادْخُلُوا هَذِهِ الْقَرْيَةَ فَكُلُوا مِنْهَا حَيْثُ شِئْتُمْ رَغَدًا وَادْخُلُوا الْبَابَ سُجَّدًا وَقُولُوا حِطَّةٌ نَغْفِرْ لَكُمْ خَطَايَاكُمْ وَسَيِّرِ الْمُحْسِنِينَ) (البقرة ٥٨).

د/ تذييل المثل بأسلوب الشرط لتأكيد الفكرة المُستأنفة وتقريرها، بقوله - p -: من دخل غفر له.

هـ/ اعتماد الخطاب الإشهاري في - المثل النبوي - على ما استقر لدى المخاطب حول (سفينة نوح/ باب حطة)، وهو من

أقوى أساليب الإشهار، حيث ينكئ منتج النص في إشهار سلعته والترويج لها على عقلية المتلقي، وحينئذ يكون المسكوت

عنه أبلغ من المنطوق؛ إذ تتكفل عملية التلقي للنص الإشهاري بإقناعيته وفقاً لما استقر لديه من مفاهيم سابقة من الخطاب،

ويمكن إبراز عناصر الخطاب الإشهاري - وفق هذا النمط - في النسق التقابلي على النحو الآتي:

- الفكرة: حق آل البيت ومعرفة فضلهم.

1- أحمد محمد عبد الراضي، نحو النص بين الأصالة والحداثة، ص 132، ط1، مكتبة الثقافة الدينية، مصر 1429هـ/ 2008م.

2- ينظر: الطبراني، المعجم الأوسط 6/ 85، الهيثمي، مجمع الزوائد ومنبع الفوائد، 9/ 265، دار الفكر، بيروت 1412هـ.

- الغاية: إقناعية المتلقي باستخدام النمط المثبت في النسق التركيبي التقابلي.
- النسق التركيبي: النسق التقابلي المعتمد على النمط المثبت (الجملة الاسمية + أسلوب الشرط).
- السلعة الإشهارية: القيام بحق آل البيت النبوي.
- الثمن: "نغفر لكم خطاياكم وسنزيد المحسنين".

## 2- النمط المنفي:

ومن ذلك ما روته ميمونة بنت سعد أنها قالت: أفتنا يا رسول الله عن الغسل من الجنابة، فقال: تُبَلُّ أصول الشعر وتنقى البشرة، فإنَّ مثل الذين لا يُحَسِّنون الغُسلَ كمثل شجرةٍ أصابها ماءٌ فلا ورقُها يَنْبُت ولا أصلُها يُروى، فاتقوا الله وأحسِنوا الغُسلَ، فإنَّها من الأمانة التي حُمِّلتم والسرائر التي اسْتُوْدِعْتُم<sup>(1)</sup>.

ويظهر في المثل النبوي الكريم النمط المنفي في إبراز الفكرة وإشهاريتها، من خلال ما يلي:

- أ/ الاعتماد على الجملة المؤكدة بـ "إنَّ" لنفي الإتيان في الغسل، في قوله - p -: "إنَّ مثل الذين لا يُحَسِّنون الغسل".
- ب/ إطلاق نفي الحُسن في الاغتسال على كافة صور الاغتسال والطهارة، مع أنَّ السؤال كان عن الغُسل من الجنابة، ولكن جاء إيراد المثل بالنفي المُطلق لاتساع الدلالة وإشهارية الفكرة دون التقييد بحالة من حالات الاغتسال، وهذا ملمح مائز من ملامح البلاغة النبوية.
- ج/ استخدام المفردات المكوِّنة لصورة المثل من البيئَة لتحقيق أقصى قدر من الإقناعية للمخاطب وإشهارية الخطاب للمتلقين، ويظهر ذلك في قوله - p -:

(شجرة ← أصابها ماء ← لا ورقها ينبت ولا أصلها يروى)

وفي المثل إحالة لصورة المؤمن حالة الاغتسال، فكان المؤمن شجرة أصابها الماء - حال الاغتسال - ثم يظهر النمط المنفي في المثل مقابلاً للفكرة الإشهارية الواردة أول الحديث:

لا يحسنون الغسل ← لا ورقها ينبت / لا أصلها يروى

د/ يمثل النمط المنفي - في المثل النبوي - فرعاً من فروع الأسلوب المثبت، حيث تصدَّر الحديث النبوي بالأسلوب المثبت: "تبلُّ أصول الشعر وتنقى البشرة"، وهو أسلوب أفسح المجال لإبراز النمط المنفي المؤكِّد للفكرة المثبتة على النحو التالي:

1- ينظر: الهيثمي، مجمع الزوائد ومنبع الفوائد 1/ 607، علاء الدين الهندي، كنز العمال في سنن الأقوال والأفعال 9/ 230، تحقيق: بكرى حياي، صفوت السقا، ط5، مؤسسة الرسالة 1401هـ/ 1981م.

تيل أصول الشعر ← لا أصلها يروى

تنقى البشيرة ← لا ورقها ينبت

وهذه المتواليات بين الإثبات والنفي في تراكيب المثل تمهّد لتقرير الفكرة المستهدفة من المثل، وهي: إحسان الغسل؛ لأنها من الأمانة ومن السرائر، وهي متواليات أبرزها النسق التقابلي في صورة المثل النبوي الكريم لتحقيق إشهارية الخطاب على النحو التالي:

- الفكرة: إحسان الاغتسال.
- الغاية: إقناعية المتلقي باستخدام النمط المنفي في النسق التركيبي التقابلي.
- النسق التركيبي: النسق التقابلي.
- السلعة الإشهارية: أداء الأمانة وصيانة السرائر بين العبد وبين الله.
- الثمن: لم يفصح عنه منتج النص، والسكوت عنه أبلغ من الكلام؛ لأنه مندرج في قوله - p - في الحديث: "فاتقوا الله"، والتقوى جزاؤها أبلغ وأعظم من حصرها أو تقييدها، ومن ثم كان السكوت عن الجزاء أوقع وأفصح.

### 3- النمط المتداخل: (مثبت/ منفي):

وهو أحد أنماط النسق التقابلي، وفيه يأتي الخطاب الإشهاري معتمداً على النمطين المثبت والمنفي في آن واحد، لتقرير الفكرة وإشهاريتها، ومن ذلك:

- ما رواه أبو هريرة، أن النبي - p - قال: "مثل الذي يتعلم العلم ثم لا يحدث به كمثل الذي يكنز الكنز فلا ينفق منه"<sup>(1)</sup>، ويظهر في المثل النبوي الكريم نمطان من أنماط النسق التقابلي، وهما:

أ/ النمط المثبت، في قوله - p - : مثل الذي يتعلم العلم ← <sup>يقابلها</sup> الذي يكنز الكنز

ويظهر في هذا النمط الاعتماد على الجملة الفعلية (يتعلم العلم/ يكنز الكنز)؛ لأنَّ الفعل - وبخاصة - المضارع يمنح التركيب حركة وحيوية، وهذا ينعكس بدوره على الخطاب الإشهاري الذي يكون أعمق تأثيراً وأكثر حضوراً، فضلاً عن الجناس الصوتي بين (يتعلم & العلم)، و(يكنز & الكنز)، وهو جناس يحمل بُعداً دلاليّ مهمّاً، وهو أن العلم كنز ثمين لصاحبه، كما تحقق في النسق أيضاً التوازي التركيبي بين الجملتين، حيث حذف الفاعل في كليهما.

<sup>1</sup>- ينظر: أحمد بن حنبل، المُسنَد 2/ 499، المطبعة الميمنية، القاهرة 1313هـ، الدارمي، السنن 1/ 38، 39، دار إحياء السنة، دت، الهيثمي، مجمع الزوائد 1/ 164.

ب/ النمط المنفي، في قوله - p - : ثم لا يُحَدِّثُ به <sup>يقابلها</sup> فلا ينفق منه

وهو نمط متفرع - في المثل النبوي - من النمط المثبت، ومنتكى عليه، ويتميز هذا النمط باستخدامه الأفعال المضارعة - أيضًا - كما هو الحال في النمط المثبت الوارد أول الحديث ويتميز - أيضًا - بالتوازي التركيبي بين مكوناته.

ج/ يمكن إبراز معطيات الخطاب الإشعاري في هذا النمط، على النحو التالي:

- الفكرة: نشر العلم النافع، وأثر كتم العلم.

- الغاية: إقناعية المتلقي باستخدام النمط المتداخل.

- النسق التركيبي: النسق التقابلي المتداخل.

- السلعة الإشعارية: نشر العلم، والتحذير من كتمانها.

- الثمن: عدم الانتفاع بالكنز دون إنفاقه.

ثالثًا: النسق التركيبي المتوازي: تمثل الوظيفة الإقناعية للخطاب الإشعاري - في الأمثال النبوية - صورةً من صور الوظائف الكلية للخطاب النبوي الكريم؛ لأنه خطابٌ مبنيٌ - في أغلب أحواله - على التوازي، حيث تتضام المفردات المترادفة في مزوجات معجمية، وتتركز الجذور اللغوية والصيغ الصرفية، وتنتج المتكررات التركيبية عبارات وجملاً متوازية<sup>(1)</sup>، ويمثل النسق المتوازي - في الأمثال النبوية - مركبًا ثنائي التكوين يعتمد في تحقيق الوظيفة الإشعارية على مبدئين أساسيين: - أحدهما: الارتباط التركيبي عن طريق المشابهة في النسق النحوي.

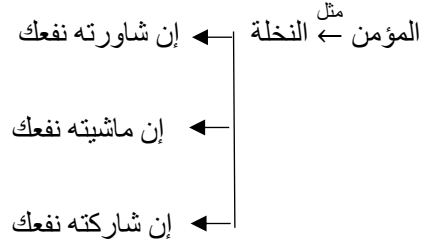
- والآخر: تكرارية النمط التي تنهض - بدورها - بوظيفة الربط على مستوى البنية السطحية للنص، وتعمل على الانسجام الكلي للنص من ناحية أخرى.

ومن أمثلة هذا النسق في الأمثال النبوية، قوله - p - : "مَثَلُ الْمُؤْمِنِ مَثَلُ النَّخْلَةِ، إِنَّ شَاوِرَتَهُ نَفْعُكَ، وَإِنْ مَاشِيَتَهُ نَفْعُكَ، وَإِنْ شَارَكَتَهُ نَفْعُكَ"<sup>(2)</sup>.

1- محمد العبد، بحث في تحليل الخطاب الإقناعي، ص 51، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة 2013م.

2- علاء الدين الهندي، كنز العمال، 1/ 131، 141.

ويظهر التوازي في تكرارية أسلوب الشرط:



ويظهر - من خلال تحليل هذا النسق - الخصوصية التركيبية للأمثال النبوية المنسوجة على هذا المنوال فيما يلي:

أ/ الاعتماد على التركيب الاسمي أصلاً في النسق، فالتركيب مبدوء بالمبتدأ (المؤمن) والخبر (مثل النخلة)، أفسح المدى الدلالي لتعدد صفات النخلة لاستحضارها في ذهن المتلقي.

ب/ تكرارية النمط التركيبي الذي استطال به النسق، والاعتماد على حرف العطف للربط بين هذه المتواليات التكرارية، والنمط - في هذا المثال - هو أسلوب الشرط المعتمد على السبب والنتيجة.

ج/ الالتفات النحوي المتمثل في الانتقال بين الضمائر (شاورته/ ماشيته/ شاركته)، وكلها ضمائر تحيل إلى العنصر المحال إليه أول الحديث (المؤمن)، ثم يبرز ضمير المخاطب المتمثل في الكاف في (نفعك)، وهو أسلوب إشهاري خاص بالبلاغة النبوية؛ إذ إن تعدد الأحوال والصفات وإبراز تأثيرها على المخاطب يمنح الخطاب حضوراً وفاعلية.

د/ يعكس التوازي الجانبين: الاتساق والتواصل، وبرزت أهميتهما في رفع القوة الإعلامية للخطاب الإشهاري؛ لأن تكرارية النمط لفكرة واحدة تعمل على تحقيق الإقناع الذهني، ويمكن إبراز معطيات الخطاب الإشهاري في هذا النمط على النحو التالي:

1/ الفكرة: إظهار مكانة المؤمن.

2/ الغاية: إقناعية المخاطب، وإشاعة الألفة والمحبة بين المؤمنين.

3/ النسق التركيبي: النسق المتوازي

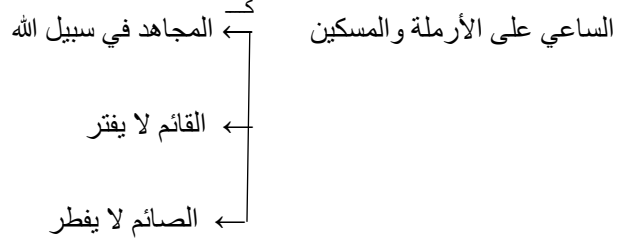
4/ السلعة: التأليف بين المؤمنين، وإشاعة الأخوة.

5/ الثمن: النفع المتبادل بين المؤمنين.

ومن أمثلة النسق المتوازي - أيضاً - ما رواه أبو هريرة أن النبي - p - قال: "الساعي على الأرملة والمسكين، كالمجاهد

في سبيل الله، أو كالقائم لا يفتر، وكالصائم لا يفطر" (1)

ويظهر اعتماد المثل النبوي الكريم على النسق المتوازي في قوله - p :-



وهو خطابٌ إشهاري بكلِّ ما تحمله الكلمة - من دلالة - لأنَّ القضية التي يتناولها المثل قضية اجتماعية تؤثر في بنائه وبنيتها، وهي قضية تمسُّ فصيلاً اجتماعياً عريضاً وهم الأراذل والمساكين ويحث الخطاب على الترغيب في السعي عليهم وكفالتهم، ومن ثمَّ كان النسق التركيبي ممتدّاً على هذا النحو باستخدام بنية التوازي، ويظهر في المثل النبوي سمات هذا النسق من عدة نواحٍ:

أ/ تكرارية اسم الفاعل في نسق متوازٍ، مع اختلاف موقعيته بين الابتداء والخبر، ويظهر ذلك في ← "الساعي على الأرملة... ك ← المجاهد/ القائم/ الصائم"، وهو توازٍ على مستوى الصيغة، يمنح الخطاب سمة الحضور والحدوث والتجدد.

ب/ التوازي على مستوى الجملة، ويظهر ذلك في:

الساعي على الأرملة ك: المجاهد في سبيل الله & القائم لا يفتر & الصائم لا يفطر

ج/ التوازي الصوتي بين (يفطر/ يفتر) مما يجعل الخطاب أوقع أثراً في ذهن المتلقي، ويمكن إبراز معطيات الخطاب الإشهاري - في هذا المثل - من خلال ما يلي:

1/ الفكرة: التكافل الاجتماعي

2/ الغاية: الترغيب في قضاء حوائج المعوزين.

3/ النسق التركيبي: النسق المتوازي.

4/ السلعة: قضاء الحوائج.

5/ الثمن: جزاء المجاهدين والقائمين والصائمين.

1- البخاري، الجامع الصحيح 7/ 80، مسلم: الصحيح 4/ 2286.

## خصائص النسق التركيبي في الأمثال النبوية

تميّز النسق التركيبي في الأمثال النبوية في تحقيق إشهاريته بعدة مميزات، أهمها:

**(1) التقسيم:** وهو تفرُّع الكلِّ إلى أجزاء، ويذكر منتج النص الرسالة مُجَمَّلة في صدر الخطاب، ثم يقوم بتقسيمها وتفرُّع أجزائها وتخصيص كل جزء على حدة، وذلك "ليحافظ على قوتها الحجاجية حيث يمثل كل جزءٍ منها دليلاً على فكرته وإشهارية خاصة بها"<sup>(1)</sup>.

ومن أمثلة ذلك في الأمثال النبوية الكريمة، ما رواه الحارث الأشعري أن النبي - p - قال: "إِنَّ اللَّهَ أَمَرَ يَحْيَى بْنَ زَكَرِيَّا أَنْ يَأْمُرَ قَوْمَهُ بِخَمْسِ كَلِمَاتٍ، وَأَنْ يَضْرِبَ لَهُمْ مَثَلًا، فَقَالَ: إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى أَمَرَنِي أَنْ أَمْرِكُمْ أَنْ تَعْبُدُوهُ وَلَا تَشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا، وَمِثْلَ ذَلِكَ كَمِثْلِ رَجُلٍ اشْتَرَى عَبْدًا مِنْ خَالصِ مَالِهِ فَذَهَبَ الْعَبْدُ فَعَمَلَ لغيره، فَأَيْكُمُ يَحِبُّ أَنْ يُؤْتَى إِلَيْهِ ذَلِكَ؟ وَأَمَرَنِي أَنْ أَمْرِكُمْ بِالصَّلَاةِ، وَمِثْلَ ذَلِكَ مِثْلَ رَجُلٍ دَخَلَ عَلَى مَلِكٍ فَهُوَ يَبْجَاهُ حَوَانِجَهُ وَهُوَ يَسْمَعُ لَهُ وَيَقْضِي لَهُ الْحَوَانِجَ، وَأَمَرَنِي أَنْ أَمْرِكُمْ بِالصَّدَقَةِ، وَمِثْلَ ذَلِكَ مِثْلَ رَجُلٍ قَتَلَ قَتِيلًا فَهَرَبَ مِنْ وَطَنِهِ مَخَافَةَ أَنْ يُؤْخَذَ بِهِ فَيَبِيعَ إِلَى أَهْلِهِ، فَقَالَ: مَا يَنْفَعُكُمْ إِخْرَاجِي مِنْ وَطَنِي فَأَنَا أُوْدِي إِلَيْكُمْ دِيَةَ قَتِيلِكُمْ نَجُومًا، وَأَرْجِعْ إِلَى وَطَنِي فَارْضُوا بِذَلِكَ فَمَا زَالَ يُؤْدِي نَجُومَهُ حَتَّى فَكَّ رَقَبَتَهُ، وَأَمْرِكُمْ بِالصِّيَامِ، وَمِثْلَ ذَلِكَ كَمِثْلِ رَجُلٍ لَقِيَ الْعَدُوَّ فِي جَنَّةٍ حَصِينَةٍ فَمَا وَجَدَ فِي الْجَنَّةِ مِنْ خَللٍ يَصِلُ إِلَيْهِ سِلَاحَ الْعَدُوِّ، وَأَمْرِكُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ، وَمِثْلَ ذَلِكَ مِثْلَ رَجُلٍ أَتَاهُ فُوجٌّ مِنْ عَدُوِّهِ مِنْ نَاحِيَةٍ فَهُوَ يَحَارِبُهُمْ، ثُمَّ أَتَاهُ فُوجٌّ مِنْ نَاحِيَةٍ أُخْرَى وَأَتَاهُ فُوجٌّ مِنْ كُلِّ نَاحِيَةٍ، وَأَغْلَقَ الْبَابَ عَلَى نَفْسِهِ، وَكَذَلِكَ ذَكَرَ اللَّهُ تَعَالَى"<sup>(2)</sup>.

فالقراءة الأولية للمثل النبوي الكريم تكشف عن سمة التقسيم، حيث:

1/ ورد الخطاب الإشهاري بصورة مُجَمَّلة أول المثل: "إِنَّ اللَّهَ أَمَرَ يَحْيَى بْنَ زَكَرِيَّا أَنْ يَأْمُرَ قَوْمَهُ بِخَمْسِ كَلِمَاتٍ"، ثم انطلق منتج النص إلى تقسيم وتفرُّع هذه الكلمات الخمس، مفصلاً كل كلمة على حدة، ومُفردًا لها مثالاً خاصاً لتكون أوقع في النفس وأبقى أثراً.

2/ كما يلاحظ اعتماد الرسالة الإشهارية على الأسلوب المؤكِّد بالحرف الناسخ "إِنَّ"، في قوله - p -: "إِنَّ اللَّهَ أَمَرَ يَحْيَى بْنَ زَكَرِيَّا أَنْ يَأْمُرَ قَوْمَهُ بِخَمْسِ كَلِمَاتٍ".

3/ تميّز النسق التركيبي المعتمد على التقسيم والتفرُّع بالتنوع في الأساليب الخبرية والإنشائية، ومن ثم تنوعت البنى التركيبية

<sup>1</sup>- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية، ص 494، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط1، 2004م.

<sup>2</sup>- الترمذي، السنن 5/ 148، 149، الحاكم، المستدرک 1/ 421.

- تبعاً لذلك - ويكون ذلك أعمق تأثيراً وبخاصة مع تنوع صور الأمثلة في المثل النبوي الكريم.

4/ يلاحظ اعتماد الخطاب الإشهاري المعتمد على التقسيم والتفريع أسلوب المحاوره، وذلك في قوله - p - : "فأَيُّكُمْ يحب أن يؤتى إليه ذلك؟".

5/ تميّز الخطاب الإشهاري بالتنوع في عرض الفكرة وتعدد غرض الخطاب الإشهاري في المثل النبوي بين (الإقناع/ التحذير/ الترغيب)، وتبعاً لذلك تنوّعت الأنساق التركيبية في الخطاب.

6/ نهض العطف بالربط بين تراكيب الصور المتعددة في المثل النبوي وأسهم في تلاحم أجزائه وبيان الفكرة المراد إيصالها.

- ومن ذلك أيضاً، ما رواه ابن عمر - r - أن النبي - p - قال: "كلكم راعٍ وكلكم مسئول عن رعيته، فالأمير الذي على

الناس فهو راعٍ عليهم وهو مسئولٌ عنهم، والرجل راعٍ على أهل بيته وهو مسئولٌ عنهم، والمرأة راعية على بيت بعلها

وولده وهي مسئولةٌ عنهم، والعبد راعٍ على مال سيده وهو مسئولٌ عنه، ألا فكلكم راعٍ وكلكم مسئول عن رعيته"<sup>(1)</sup>

ويظهر اعتماد المثل النبوي الكريم أسلوب التقسيم في عرض الفكرة وإشهاريتها، حيث:

1/ وردت الفكرة إجمالية أول الحديث: "كلكم راعٍ"، ثم وردت التفريعات لهذا الإجمال: "الأمير.../ الرجل.../ المرأة.../ العبد...".

2/ كما يظهر اعتماد المثل الأسلوب الخبري المفيد للتقرير والإلزام، في:

(كلكم راعٍ/ كلكم مسئول/ الأمير... راعٍ/ وهو مسئول/ المرأة... راعية/ وهي مسئولة)

3/ يظهر اعتماد التقسيم التدرج في التكليف بالمسئولية من الأعلى إلى الأدنى، وهذا من خصائص الخطاب النبوي الكريم -

بعامة - والأمثال النبوية - على وجه الخصوص -، حيث ابتدئ المثل بالأمير الحاكم على الناس ثم تدرج الخطاب بذكر الرجل ثم المرأة، ثم العبد.

4/ كما يظهر اعتماد التقسيم على تكرارية الأسلوب مع كل قسمٍ على حدة، ثم التكرار الأعم في ختم المثل النبوي بما ابتدئ به، ومن ذلك:

أ/ تكرار الأسلوب مع كل قسم

← الأمير الذي على الناس ← وهو مسئول عنهم

← الرجل راع ← وهو مسئول عنهم

← المرأة راعية ← هي مسئولة عنهم

← العبد راع ← وهو مسئول عنهم.



ب/ اختتام المثل النبوي الكريم بما ابتدئ به:

← البداية: كلكم راعٍ وكلكم مسئول عن رعيته  
← الختام: ألا فكلكم راعٍ وكلكم مسئول عن رعيته

وبوجهٍ أعم فإن خاصية التقسيم في الأمثال النبوية تجعل الخطاب الإشهاري يتجاوز فرضية الاحتمالات والاجتهادات؛ لأن التقسيم لونٌ من ألوان التحديد والتخصيص، فضلاً عن منحه الخطاب خصوصية التفكيك وإعادة البناء، وإفساحه المجال لتقاطعات النصوص بأثر من هدف الخطاب وغايته.

### 1/ الموازنة:

تعدُّ الموازنة سمة ظاهرة في المثل النبوي الكريم، وهي وسيلة إشهارية ناجحة تحقق غرضها من خلال استدعاء النقيض، وبضدها تتميز الأشياء، وتجمع الموازنة بين الإمتاع والإقناع، "أما الإمتاع فلأن السامع والقارئ يكونان أمام صورة تربط بين شيء معروف وأمر جديد يتعرفانه، وأما الإقناع فلأن الموازنة تجعل الإنسان يأخذ بالرأي يدل عليه الدليل"<sup>(1)</sup>.

— ومن ذلك: ما رواه أبو موسى الأشعري أن النبي - p - قال: "مثل المؤمن الذي يقرأ القرآن كالأترجة طعمها طيبٌ وريحها طيبٌ، والذي لا يقرأ كالتمرة طعمها طيبٌ ولا ريح لها، ومثل الفاجر الذي يقرأ القرآن كمثل الريحانة ريحها طيبٌ وطعمها مرٌّ، ومثل الفاجر الذي لا يقرأ القرآن كمثل الحنظلة طعمها مرٌّ ولا ريح لها"<sup>(2)</sup>.

ويظهر في الحديث المكتنف لصورة المثل النبوي استخدام أسلوب الموازنة بين أحوال الناس مع قراءة القرآن، وتنوعت استراتيجيات المثل النبوي في عرض هذه الأحوال على النحو التالي:

أ/ التدرج في الموازنة بين أحوال الناس: "المؤمن الذي يقرأ القرآن/ المؤمن الذي لا يقرأ/ الفاجر الذي يقرأ القرآن/ الفاجر الذي لا يقرأ القرآن".

ب/ استخدام أسلوب الإثبات والنفي لإبراز الفكرة: "يقرأ القرآن/ لا يقرأ القرآن".

ج/ انتماء التشبيهات إلى حقل دلالي واحد لتحقيق أقصى درجات الإقناع، وهو حقل: النبات (الأترجة/ التمرة/ الريحانة/ الحنظلة)، وهذا من سمات البلاغة النبوية التي تحقق الإمتاع والإقناع في آنٍ واحد.

د/ اعتماد الوظيفة الإقناعية - في المثل النبوي - على مكملات الجملة، حيث تنهض جملة النعت المتكررة في المثل النبوي ببيان الحجج المنطقية للخطاب الإشهاري، ومن ذلك: "طعمها طيب وريحها طيب/ طعمها طيب ولا ريح لها/ ريحها طيب

1- دليلة قسمة، استراتيجيات الخطاب في الحديث النبوي، ص 155، رسالة ماجستير، كلية الآداب واللغات، جامعة لحاج الخضرم، بانتة، الجزائر 2012م.

2- البخاري، الجامع الصحيح 4/ 1493.

وظعمها مر/ طعمها مر ولا ريح لها".

هـ/ نهض العطف بوظيفة الربط بين البنَى التركيبية في المثل النبوي الكريم.

— ومن ذلك - أيضًا - ما رواه أبو موسى الأشعري أن النبي - p - قال: "مثلُ الجليسِ الصالحِ مثلُ العطار، إن لم يصبك من عطره أصبت من ريحه، ومثلُ الجليسِ السوءِ مثلُ القَيْن، إن لم يحرق ثوبك أصابك من ريحه"<sup>(1)</sup>

ويظهر اعتماد المثل النبوي أسلوب الموازنة لتحقيق الغرض الإقناعي بالفكرة الإشهارية، وهي: "صلاح الجليس"، وقد اعتمد الخطاب الإشهاري على الموازنة من خلال: استخدام التوازي التركيبي المتقابل على امتداد المثل، ويظهر ذلك في:

أ/ التوازي التركيبي في الجملة الاسمية:

• مثل الجليس الصالح ← مثل العطار

• مثل الجليس السوء ← مثل القين

ب/ التوازي التركيبي في جملة الشرط:

• إن لم يصبك من عطره أصبت من ريحه

• إن لم يحرق ثوبك أصابك من ريحه

2/ الجمع بين النسق اللغوي وغير اللغوي:

تمثّل بعض الأمثال النبوية نسيجًا مترابطًا من الملفوظات والحركات الجسدية في عرض خطابها الإشهاري القائم على الإمتاع والإقناع في آنٍ واحد، حيث تستعين الأنساق التركيبية بالحركة الجسدية لتحقيق الوظيفة الإشهارية للنص، وبخاصة إن كانت القضية المطروحة في المثل قضية إنسانية تتعلق بطبيعة الإنسان وحياته، ومن ذلك:

- ما رواه ابن مسعود - r - قال: "خط لنا رسول الله - p - خطًّا مربعًا، وخطًّا وسط الخط المربع خطأ وخطوطًا إلى جانب

الخط الذي وسط المربع، وخطًّا خارج الخط المربع، ثم قال: "أتدرون ما هذا؟ قالوا: الله ورسوله أعلم، قال: هذا الخط

الأوسط للإنسان، والخطوط التي إلى جانبه الأعراس، والأعراس تنهشه من كل مكان، إذا أخطأ هذا أصابه هذا، والخط

المربع الأجل المحيط به، والخط الخارج البعيد: الأمل"<sup>(2)</sup>.

1- ينظر: البخاري، الجامع الصحيح 3/ 82، 7/ 125، مسلم، الصحيح 4/ 2026.

2- البخاري، الجامع الصحيح 8/ 110، الترمذي، السنن 4/ 635، 636.

يجمع هذا المثل النبوي الكريم بين نسقي الخطاب الإشهاري، وهما: النسق غير اللغوي (المستوى الأيقوني): ويعدُّ من أهم العناصر المُسهمة في تكوين العلامة الإشهارية؛ لاعتماده استخدام (الصورة/ الصوت/ اللون/ الحركة/ الموسيقى/ الديكور) وسائل مصاحبة للنسق اللغوي<sup>(1)</sup>؛ لإضفاء الحيوية والدينامية على الخطاب الإشهاري، وفي المثل النبوي الكريم، يستخدم النبي - p - الخطوط والرسم التوضيحي لإبراز الفكرة للمخاطبين، وبيان موقع الإنسان بين الأعراض الناهشة له، والأمل الذي يتغياه في الحياة، والأجل الذي يحيط به، وهو مستوى مائز من مستويات الإشهار؛ إذ إن القضية المطروحة قضية عامة لبني الإنسان وهي قضية الصراع بين الأمل والأجل في حياة الإنسان، ومن ثم كان للنسق الأيقوني المعتمد على الخطوط والرسم أثره البالغ في التمهيد للنسق اللغوي في المثل النبوي؛ فقد أسهم الرسم التوضيحي لهذه الخطوط وللمربع في تمثيل هذه المفاهيم المجردة (الأعراض/ الأمل/ الأجل)؛ لأن الصورة أخرجت هذه القيم المجردة من حيز الكمون إلى حيز التجلي، وأصبحت واقعا ملموسا<sup>(2)</sup>، فضلاً عن رفع درجة القوة الإقناعية للخطاب الإشهاري، حيث تضافر النسقان (اللغوي/ غير اللغوي) في إشهارية الخطاب، ويرى بوسينس أن الصورة نسقٌ دلالي قائم بذاته، ولها وظيفة أساسية في عملية التواصل وليست حشوًا، و اللغة - في أغلب الأحيان - تكون بحاجة إلى مثل هذه النظم السيميائية لكي تحقق وظيفتها التواصلية<sup>(3)</sup>، وظهور الخطاب الأيقوني - في المثل النبوي - يكشف عن مقصدية المنتج له، ففي قول الراوي: "خطُّ لنا رسول الله - p - خطأً مربعًا، وخط وسط الخط المربع خطأً، وخطوطاً إلى جانب الخط..."، هذه المتواليات التركيبية تسهم في رسم الصورة في مخيلة المتلقي، وتحفّز ذهن لتساؤلات متنوعة حول مقصدية المبدع من هذا الفعل، فـ "الخطاب البصري - بجميع أنواعه وتشكلاته ليس خطابًا تلقائيًا تم إنتاجه بالصدفة، ولكن تحكمه القصدية التي تتغيا منه إنتاج معنى ما"<sup>(4)</sup>، فضلاً عن ارتباط هذا النسق بالمرجعية الثقافية للمخاطبين، وفتح آفاقاً لا متناهية من التأويلات الممكنة حول القصد منه، فالمستوى الأيقوني - في الخطاب الإشهاري - يعتمد الخطوط والأشكال المستمدّة من الوعي الثقافي الإنساني الأصل في تشكيل المعاني وإيصال

1- بلقاسم دفة، استراتيجية الخطاب الحجاجي: دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية، ص 315، مجلة أبحاث في اللغة والأدب الجزائري، ع 10، جامعة بسكرة، كلية الآداب واللغات، الجزائر 2014م.

2- استراتيجية الخطاب الحجاجي: دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية، ص 315.

3- Rebert Leduce La Publicite une Force au service De L`entreprise Paris dunod 4 edition 1973, p4.

4- أحمد إمير، سيمولوجيا الخطاب البصري وإنتاج المعنى، موقع سعيد بنكراد، بتاريخ 22 نوفمبر 2006م.

الدلالة، ومن ثم يمكن القول: "إن التأويلات الممكنة لمعطيات هذا المستوى من (الرسوم/ الأشكال/ الألوان/ الخطوط/ الصورة/ الديكور/...) يجب أن تستند إلى المعرفة الخاصة بالحضور الإنساني"<sup>(1)</sup>.

وقد أسهم المستوى الأيقوني - في المثل النبوي - في منح المستوى اللغوي قوة وتنوعاً وفاعلية يمكن إبرازها على النحو

التالي:

أ/ إثارة ذهن المتلقي وفتح مجالات التأويل لديه من خلال الاستفهام النبوي: "أتدرون ما هذا؟".

ب/ استخدام استراتيجية المحاوراة بين المبدع والمتلقي، لكشف إبهام مقصدية المخاطب من رسم هذه الخطوط والمربع.

ج/ التعبير عن الدوافع النفسية من خلال ترميز المعاني المجردة (الأعراض/ الأمل/ الأجل) لتكون أوقع في الذهن وأعمق تأثيراً.

د/ التنوع بين الأساليب الإنشائية (أتدرون ما هذا؟)، والأساليب الخبرية (الخط الأوسط الإنسان/ الأعراض تنهشه/ الخط الخارج البعيد: الأمل).

هـ/ التدرج والتسلسل المترابط في عرض الفكرة اعتماداً على طريقة عرضها في المستوى الأيقوني:

الخط المربع ← الأجل

الخط الأوسط ← الإنسان

الخطوط ← الأعراض

الخط الخارج البعيد ← الأمل.

وقد يتحدّ المستويان (الأيقوني/ اللغوي) مع الآليات البلاغية والبصرية لتحقيق القدر الأكبر من التأثير والإقناع، والوصول إلى أعلى مستويات الإشهار دون ترك مجال للمتلقي في الاعتراض أو المناقشة، ومن هذه الآليات "التناص"، ومن ذلك - في الأمثال النبوية - ما رواه ابن مسعود -  $\tau$  - قال: خطّ رسول الله -  $\rho$  - خطاً بيده، ثم قال: هذا سبيل الله مستقيماً، وخط

1- سعيد بنكراد، السيميائيات (مفاهيمها وتطبيقاتها)، ص 88، 89، منشورات الزمن، سلسلة شرفات (11)، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، المغرب 2003م.

خطوطاً عن يمينه وشماله، ثم قال: هذه السُّبُل ليس منها سبيل إلا عليه شيطان يدعو إليه، ثم قرأ: (وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ

وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَنْ سَبِيلِهِ) (1).

والصورة الإشهارية - في هذا المثل النبوي الكريم - تحقق الوظيفة التوجيهية، من خلال انتقائيتها لمفردات المستوى الأيقوني (الخطوط) التي تؤكد فكرة المبدع، كما أن تأويل هذه الخطوط "تحمل - لدى المخاطب - بعداً أنثربولوجياً يحيل في العمق إلى خلفية سوسيوثقافية محددة" (2)، فالخط الذي رسمه النبي - p - بيده يحيل إلى صراط الله المستقيم، وقد نهض التناسل الذي أسهم به المستوى الأيقوني مع الآية الكريمة: (وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَنْ سَبِيلِهِ) (الأنعام ١٥٣) - بتكثيف مدلولات الخطاب الإشهاري وتحقيق وظيفته التوجيهية، مع الاتكاء على المستوى اللغوي في الرسالة الإشهارية الذي حقق الوظيفة التفسيرية، من خلال ما يلي:

أ/ الإحالة باسم الإشارة "هذا سبيل الله مستقيماً" للخط المستقيم من بين الخطوط التي رسمها النبي (p).

ب/ استخدام أسلوب القصر "ليس منها سبيل إلا عليه شيطان" لإفادة التخصيص بالحال وتوكيد الفكرة والإحالة الذهنية للمتلقى بالمقارنة بين الخط الأول وهذه الخطوط.

ج/ الاستشهاد بالآية الكريمة متطابقة في كلماتها ومدلولاتها مع كلمات الرسالة اللغوية، وهو استشهاد يمنح الرسالة سلطة القداسة والتعظيم.

• سبيل الله مستقيماً ← صراطي مستقيماً

• هذه السُّبُل ← ولا تتبعوا السُّبُل

• ليس منها سبيل إلا عليه شيطان ← فتفرَّق بكم عن سبيله

كما تميَّز الخطاب الإشهاري - في الأمثال النبوية - بالجمع بين المستوي اللغوي والحركي، ومن ذلك ما رواه أبو موسى

الأشعري - τ - أن النبي (p)، قال: "المؤمنُ للمؤمن كالبُنَيان يَشُدُّ بعضُهُ بعضاً، وشبَّك بين أصابعه" (3).

1- ينظر: النسائي، السنن الكبرى 1174.

2- عبد العال بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري، ص 320، مجلة علامات، مج 13، ج 49، رجب 1424هـ/ سبتمبر 2003م.

3- البخاري، الجامع الصحيح 3/ 169، مسلم، الصحيح 4/ 1999، الترمذي، السنن 4/ 325.

فالمثلُ النبوي الكريم يتضافر فيه المستوى اللغوي المتمثل في الرسالة الإشهارية "المؤمن للمؤمن كالبنيان..." مع الحركة التي توضح وتفسر الفعل (يشد بعضه بعضاً)، وهي لتقوية الخطاب الإشهاري وتعزيز رسالته التواصلية، فثمة أدوات مصاحبة في الخطاب الإشهاري يستخدمها المبدع لتعزيز تواصله مع المتلقين وتأكيد فكرته، قد تكون هذه الأدوات صوراً أو أشكالاً أو ألواناً أو تعبيرات جسدية، وكلها تهدف إلى تقوية حضور الفكرة في ذهن المتلقي، ومحاكاة الفعل أو الحدث - كما هو الحال في المثل النبوي - لاستحضار الصورة وترسيخها في نفوس المتلقين.

### 3/ توظيف الآليات البلاغية:

تعدُّ الآليات البلاغية من أهم مميزات الأنساق التركيبية المكوّنة للخطاب الإشهاري في المثل النبوي الكريم، فضلاً عن كونها سمة بارزة وملمحةً مائزًا للخطاب النبوي بوجه أعم، ومن هذه الآليات البلاغية في المثل النبوي - على سبيل المثال لا الحصر:

أ/ التمثيل: وهو أسلوب من أساليب الإقناع، و"طريقة حجاجية تعلق قيمتها على مفهوم المشابهة حيث لا يترابط التمثيل بعلاقة المشابهة دائماً، ولكنه يرتبط بتشابه العلاقة بين أشياء ما كان لها أن تكون مرتبطة"<sup>(1)</sup>، وكثيراً ما يبدأ المثل النبوي الكريم بلفظ "مثل"، بل ما سُمي المثل مثلاً إلا لاعتماده أسلوب التمثيل؛ لأن المثل لا يفيد فقط الرجوع إلى حالة معينة وإنشاء علاقة المشابهة معها، ولكنه - بالإضافة لذلك - يعمل على اتخاذ نموذج فعلي أو خيالي يكون مرجعاً لهذه العلاقة، ومن ذلك في الأمثال النبوية:

- قوله - p :- "مثل أمي كمثل ماءٍ أنزله الله من السماء ولا يُدرى البركة في أوله أو في آخره"<sup>(2)</sup>.
- قوله - p :- "مثل الذي لا يتمُّ صلاته مثل المرأةٍ حملت، حتى إذا دنا نفاسها أسقطت، فلا هي حامل، ولا هي ذات رضاع"<sup>(3)</sup>.

ب/ التشبيه: ومن ذلك:

1- عبد السلام عشير، عندما نتواصل نغير، ص 97، إفريقيا الشرق، ط1، المغرب 2006م.

2- ينظر: الترمذي، السنن 5/ 152، أحمد، المسند 3/ 130، 143.

3- ينظر: البيهقي، السنن 2/ 387.

- قوله - p :- " سبحان الله والحمد لله والله أكبر يساقطن الذنوب كما تساقط هذه الشجرة ورقها"<sup>(1)</sup>.

- قوله - p :- "القرآن كجراب ملآنة مسكاً، ثم ربطت على فيه، فإن فتحته فاح لك ريحه، وإن تركته كان مسكاً مرفوعاً"<sup>(2)</sup>.

ج/ الكناية: ومن ذلك:

- قوله - p :- " قلب ابن آدم أشد انقلاباً من القدر إذا اجتمعت غلياناً"<sup>(3)</sup>.

د/ التكرار: ومن ذلك:

- قوله - p :- "ذاكر الله في الغافلين مثل المصباح في البيت المظلم، ذاكر الله في الغافلين مثل الشجرة الخضراء

في وسط الشجر الذي قد تحات من الصديد، ذاكر الله في الغافلين مثل الذي يُقاتل مع الغازين"<sup>(4)</sup>.

4/ الحوار: وتبرز هذه السمة في كثير من الأمثال النبوية، وقد أسهم الحوار في منح الخطاب الإشهاري الدينامية والحركة

والحيوية في عرض الفكرة، فضلاً عن إشراك المتلقي في الخطاب وتصويره جزءاً منه، ومن ذلك:

- ما رواه أبو هريرة أن أعرابياً أتى رسول الله - p - فقال: يا رسول الله، إن امرأتي ولدت غلاماً أسوداً، وإني

أنكرته، فقال له النبي - p :- هل لك من إبل؟ قال: نعم، قال: ما ألوانها؟..."<sup>(5)</sup>.

- قوله - p :- "أحب أحدكم إذا رجع إلى بيته أن يجد فيه ثلاث خلفات عظام سمان؟ قلنا: نعم، قال: فثلاث آيات

يقرأ بهن أحدكم في صلاته خير من ثلاث خلفات عظام سمان"<sup>(6)</sup>.

5/ التضام (المصاحبة المعجمية):

وهو "استلزام عنصرين لغويين أو أكثر استلزاماً ضرورياً"<sup>(7)</sup>، وقد برزت هذه السمة بقوة في الأمثال النبوية، من خلال

اطراد مجموعة من المفردات في علاقة ثنائية، قد تكون علاقة تضاد لإبراز الفكرة بنقيضها، ومن ذلك: قوله - p :- "إنما

1- ينظر: الترمذي، السنن 5/ 544، أحمد، المسند 3/ 152.

2- ينظر: الترمذي، السنن 5/ 157، 158، ابن ماجه، السنن 1/ 78.

3- ينظر: أحمد، المسند 6/ 4، مجمع الزوائد 7/ 211.

4- ينظر: مجمع الزوائد 10/ 80، كنز العمال 1/ 381.

5- البخاري: الجامع الصحيح 2/ 232، سبق عرض الحديث في أول البحث.

6- ينظر: مسلم، الصحيح 1/ 552، أبو داود، السنن 1/ 336.

7- يحيى أحمد، الاتجاه الوظيفي ودوره في تحليل اللغة، ص 87، 88، مجلة عالم الفكر، مج 20، ع 3، 1989م.

مثل الجليس الصالح والجليس السوء مثل حامل المسك ونافخ الكير، فحامل المسك إما أن يحذيك وإما أن تجد منه ريحاً طيبة، ونافخ الكير إما أن يحرق ثيابك وإما أن تجد منه ريحاً خبيثة"<sup>(1)</sup>، فالمفردات (الصالح/ السوء & المسك/ الكير & طيبة/ خبيثة) تجمعهم علاقة التضاد.

وقد تكون العلاقة بين المفردات علاقة تداعي، ومن ذلك: قوله - p - لعلي بن أبي طالب - τ -: "أما مررت بوادي قومٍ مُحلاً ثم تمرُّ به خضراً، ثم تمر به ممحلاً ثم تمر به خضراً، كذلك يُحيي الله الموتى"<sup>(2)</sup>، فالمفردات (ممحلاً/ خضراً) بينهما علاقة تداعي، حيث تستدعي حالة أحدهما حالة الآخر.

### الخاتمة

سعت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على أثر النسق التركيبي في إشهارية الخطاب من خلال التطبيق على الأمثال النبوية، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمالها فيما يلي:

- 1- اعتمد النسق التركيبي في إشهارية الخطاب في الأمثال النبوية على الإمكانيات اللغوية وما يصيبها من عوارض التركيب مع الاستعانة بمعطيات السياق والالتكاء على الخلفية الثقافية للمتلقين.
- 2- خلصت الدراسة إلى بعض صور النسق التركيبي في الأمثال النبوية، وهي: (النسق المتدرج/ النسق التقابلي/ النسق المتوازي)، وهي أنساق يندرج تحتها العديد من الأنماط الفرعية.
- 3- انتهت الدراسة إلى التمييز بين صور الأنساق التركيبية التي حكمت البنية اللغوية للأمثال النبوية، وهي: النسق المتدرج، وفيه تتخذ البنية اللغوية نمطاً تصاعدياً أو متدنياً، وتكون النتائج تراتبية لتؤدي في الأخير إلى النتيجة الرئيسة، وفي النسق التقابلي تتخذ البنية اللغوية نمطاً متنوعاً متعدد الأساليب، أما في النسق المتوازي فتتخذ البنية اللغوية نمطاً واحداً بغض النظر عن تواتر الحجج الإقناعية وتعددتها.
- 4- اعتمدت الأنساق اللغوية في الأمثال النبوية على التراكم الاسمية البسيطة تارة والمنسوخة تارة أخرى، لما تتميز به الجملة الاسمية من خصائص الثبوت والتقرير وتكثيف الدلالات، وهو ما يؤكد إشهارية الخطاب، ويعدُّ ملمحاً من ملامح قوته.

1- ينظر: البخاري، الجامع الصحيح 3/ 82، 7/ 125، مسلم، الصحيح 4/ 2026.

2- ينظر: أحمد، المسند 4/ 11، 120، الحاكم، المستدرک 4/ 560.



- 5- تميّز النسق التركيبي في الأمثال النبوية بعدة مميزات أهمها: "التقسيم/ الموازنة/ الجمع بين النسق اللغوي والأيقوني/ استخدام الحركة المصاحبة/ توظيف الآليات البلاغية/ استخدام استراتيجية المحاوره/ التضام بين المفردات).
- 6- تميز التركيب اللغوي في الأمثال النبوية بالوضوح والاعتماد على التمثيل المستمد من البيئة المحيطة بالمتلقين؛ لتحقيق أقصى قدر من الإقناعية.
- 7- حقق الخطاب الإشهاري في الأمثال النبوية بعض الوظائف، مثل: (الوظيفة الإقناعية/ الوظيفة الإغوائية/الوظيفة الإمتاعية/ الوظيفة التوجيهية/ الوظيفة التأثيرية/ الوظيفة التحذيرية).
- 8- تنوعت التراكيب اللغوية في الأمثال النبوية بين الإيجاز والطول، وفقاً لما تقتضيه طبيعة القضية المطروحة، وعلى الرغم من أن الرسالة الإشهارية تتسم بالإيجاز إلا أن البلاغة النبوية جعلت من الخطاب المطنب إشهاراً خاصاً من خلال استخدام استراتيجية المحاوره.
- 9- تميّز الخطاب الإشهاري - في الأمثال النبوية - بالاستعانة بالمستوى الأيقوني المتمثل في الخطوط والأشكال تارة، والاستعانة بالحركة الجسدية تارة أخرى، وهذا من خصوصيات الخطاب النبوي في الأمثال دون غيره من أشكال الخطاب النبوي الكريم.
- 10- كشفت الدراسة عن انتقائية المبدع لأنساق تركيبية بعينها لتحقيق إشهارية الخطاب وإبراز الفكرة، فتارة يعمد إلى استخدام الأسلوب الخبري، وتارة أخرى يعمد إلى استخدام الأسلوب الإنشائي وأحياناً يزوج بينهما، فضلاً عن التنوع بين التراكيب الاسمية والفعلية.
- 11- أبرزت الدراسة الدور المهم الذي نهضت به مكملات الجملة في النسق التركيبي بمختلف أنواعه في الأمثال النبوية؛ إذ لم يقتصر دورها على إطالة التركيب بل امتد تأثيرها الدلالي ليؤثر في إشهارية الخطاب ومصادقته لدى المتلقين.
- 12- تعدّ الآليات البلاغية الأساس الذي قامت عليه الأمثال النبوية في صياغة أنساقها التركيبية، وهي استراتيجية هدف المبدع من خلالها إلى تجسيد المعنويات وتحقيق الغايات المرجوة من إشهارية الخطاب.
- 13- فتحت الدراسة ملامحاً بحثياً لدراسة أثر البنية الصرفية في إشهارية الخطاب، بما تنهض به من وظيفة إيقاعية وما تحمله من دلالات تُسهم في ترويج الفكرة الإشهارية.

## المصادر والمراجع

## \*القرآن الكريم

- 1/ أحمد إمير، سيمولوجيا الخطاب البصري وإنتاج المعنى، موقع سعيد بنكراد، بتاريخ 22 نوفمبر 2006م.
- 2/ أحمد أمين، فجر الإسلام ، ط6، لجنة التأليف والترجمة والنشر، القاهرة 1370هـ/ 1950م.
- 3/ أحمد حسن يحيى المزاح، النسق في سورة الضحى مستوياته ولطائفه: دراسة نظرية تحليلية بيانية، حولية كلية اللغة العربية بالزقازيق، مج 1، ع 41، 2021م.
- 4/ أحمد بن حنبل، المُسند ، تحقيق شعيب الأرنؤوط ، عادل مرشد، وآخرون ، ط1، مؤسسة الرسالة، بيروت 1421هـ، 2001م.
- 5/ أحمد محمد عبد الراضي، نحو النص بين الأصالة والحداثة، ط1، مكتبة الثقافة الدينية، مصر 1429هـ/ 2008م.
- 6/ البخاري، الجامع الصحيح، دار ابن كثير، ط3، بيروت 1987م.
- 7/ بلقاسم دفة، اللغة العربية والخطاب الإشهاري، مجلد 43، ع 517، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، مايو 2014م،
- 8/ ———، استراتيجية الخطاب الحجاجي: دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية، مجلة أبحاث في اللغة والأدب الجزائري، ع 10، جامعة بسكرة، كلية الآداب واللغات، الجزائر 2014م.
- 9/ البيهقي، السنن الكبرى، تحقيق محمد عبد القادر عطا، ط3، دار الكتب العلمية، بيروت 1424هـ، 2003م.
- 10/ الترمذي، الأمثال من الكتاب والسنة، تحقيق: علي محمد الجاوي، دط، دار النهضة بمصر، دت.

- 11/ جميل حمداوي، السيموطيقا والعنونة، مجلة عالم الفكر، مج 25، ع 3، يناير، مارس، الكويت 1997م.
- 12/ ابن جني، الخصائص، تحقيق: محمد علي النجار، عالم الكتب، بيروت.
- 13/ الجوهري، تاج اللغة وصحاح العربية، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، ط4، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان 1407هـ/ 1987م.
- 14/ الحاكم النيسابوري، المستدرک علی الصحیحین، دراسة وتحقيق مصطفى عبد القادر عطا، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت 1411هـ، 1990م.
- 15/ حسين خمري، نظرية النص من بنية المعنى إلى سيميائية الدال، ط1، منشورات الاختلاف، الجزائر 2007م،
- 16/ حنون مبارك، دروس في السيميائيات، ط1، دار توبقال للنشر، المغرب 1987م.
- 17/ الدارمي، المسند المشهور بالسنن، تحقيق حسين سليم أسد الداراني، ط1، دار المغني للنشر والتوزيع، السعودية 1412هـ، 2000م.
- 18/ دليلة قسمية، استراتيجيات الخطاب في الحديث النبوي، رسالة ماجستير، كلية الآداب واللغات، جامعة لحاج الخضرم، باننة، الجزائر 2012م.
- 19/ الرامهرمزي، أمثال الحديث المروية عن النبي صلى الله عليه وسلم، تحقيق أحمد عبد الفتاح تمام، ط1، مؤسسة الكتب الثقافية – بيروت، د.ت.
- 20/ عباس محمود العقاد، حياة المسيح، دار الهلال، القاهرة 1968م.
- 21/ سراج أحمد، دور الصحافة في تشكيل الوعي الاجتماعي، مجلة دراسات عربية، ع 7، 1985م.
- 22/ سعيد بحيري، ظواهر تركيبية في مقابسات أبي حيان: دراسة في العلاقة بين البنية والدلالة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط1، القاهرة 1995م.
- 23/ سعيد بنكراد، الصورة الإشهارية آليات الإقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي 2009م، موقع سعيد بنكراد.
- 24/ \_\_\_\_\_، الوصلة الإشهارية، الغاية والواقع الجمالي، موقع سعيد بنكراد، تم إنشاؤه بتاريخ نوفمبر 2003م،  
(<http://www.saidbengrad.net>).
- 25/ \_\_\_\_\_، السيميائيات (مفاهيمها وتطبيقاتها)، منشورات الزمن، سلسلة شرفات (11)، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، المغرب 2003م

- 26/ السندي، حاشية على سنن ابن ماجة، دار الجيل، د.ط، بيروت، د.ت.
- 27/ السيوطي، الجامع الصغير في أحاديث البشير النذير، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 1990م.
- 28/ شوقي ضيف، الفن ومذاهبه في النثر العربي، ط4، دار المعارف، القاهرة 1965م.
- 29/ الطبراني، المعجم الأوسط، تحقيق طارق بن عوض الله بن محمد، أبو الفضل عبد المحسن بن إبراهيم الحسيني، د.ط، دار الحرمين، القاهرة 1415هـ، 1995م.
- 30/ طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، ط1، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، د.ت.
- 31/ عامر السعد، دلالة الأنساق البنائية في التركيب القرآني، ط1، شركة الغدير للطباعة والنشر المحدودة، العراق، 2015م،
- 32/ عبد الرحمن تيرماسين وآخرون، نظرية القراءة المفهوم والإجراء، قسم اللغة والأدب، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر 2009م.
- 33/ عبد العال بوطيب، آليات الخطاب الإشهاري، مجلة علامات، جزء: 49، مجلد: 13، رجب 1424هـ/ سبتمبر 2003م.
- 34/ \_\_\_\_\_، آليات الخطاب الإشهاري، مجلة علامات، موقع سعيد بنكراد، نوفمبر 2003م.
- 35/ عبد الفتاح أحمد يوسف، لسانيات الخطاب وأنساق الثقافة، ط1، منشورات الاختلاف، الجزائر 1431هـ/ 2010م.
- 36/ عبد الله أحمد بن عتو، الإشهارية بنية خطاب وطبيعة سلوك، مجلة علامات، ع 18، 2002م.
- 37/ عبد القادر بوزيدة، فان ديك وعلم النص، مجلة اللغة والأدب، يصدرها قسم اللغة العربية، جامعة الجزائر، مطبعة دار الحكمة، ع 11، 2003م.
- 38/ عبد السلام عشير، عندما نتواصل نغير: مقارنة تداولية معرفية لآليات التواصل والحجاج، ط1، إفريقيا الشرق، 2006م،
- 39/ عبد الله غزلان، قضايا في اللغة الطبيعية وتاريخ الفكر (نظرية حتى عند سيوبويه)، سلسلة البحوث والدراسات في اللغة الطبيعية وتاريخ الفكر، ط1، الدار البيضاء، المغرب 1988م.
- 40/ عبد المجيد موسى، الخطاب الإشهاري مكوناته وآليات اشتغاله، مجلة الفكر العربي المعاصر، مركز الإنماء القومي، ع 84، 85.
- 41/ عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، ط1، 2004م.
- 42/ أبو عبيد القاسم بن سلام، كتاب الأمثال، حققه وعلق عليه وقدم له: عبد المجيد قطامش، ط1، دار المأمون للتراث، دمشق 1980م.

- 43/ عثمان محمد أحمد، نحو النص: دراسة تطبيقية على سورة النور، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، أربد، الأردن 2015م.
- 44/ علاء الدين الهندي، كنز العمال في سنن الأقوال والأفعال، تحقيق: بكري حياني، صفوت السقا، ط5، مؤسسة الرسالة، بيروت 1401هـ/ 1981م.
- 45/ عمراني المصطفى، الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، مجلة فكر ونقد، ع 34، 2000م.
- 46/ الفيومي، المصباح المنير، المكتبة العلمية، بيروت، لبنان، دت.
- 47/ ابن منظور، لسان العرب، ط3، دار صادر، بيروت، لبنان 1414هـ.
- 48/ محمد بازي، مقدمات لمعرفة بديلة بالنص والخطاب: نظرية التأويل التقابلي، ط1، منشورات الاختلاف، دار الأمان، الجزائر 1434هـ/ 2013م.
- 49/ محمد جابر فياض العلواني، الأمثال في الحديث النبوي الشريف، مطبوعات المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ط1، فيرجينا 1993م.
- 50/ محمد رواس قلججي، حامد صادق قنبي، معجم لغة الفقهاء، ط2، دار النفائس للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان 1408هـ.
- 51/ محمد عبد الله بن محمد بن جعفر، كتاب الأمثال في الحديث النبوي، تحقيق: عبد العلي عبد الحميد، مطبوعات الدار السلفية، ط1، بومباي، الهند 1982م.
- 52/ محمد العبد، بحوث في تحليل الخطاب الإقناعي، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة 2013م.
- 53/ محمد مفتاح، التشابه والاختلاف نحو منهجية شمولية، ط1، المركز الثقافي العربي، بيروت 1996م.
- 54/ مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، صحيح مسلم، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، ط1، مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاه، القاهرة 1374هـ/ 1955م.
- 55/ المناوي، فيض القدير شرح الجامع الصغير، ط2، دار المعرفة للطباعة والنشر، بيروت، لبنان 1972م.
- 56/ منذر عياشي، العلاماتية وعلم النص، ط1، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب 2004م.
- 57/ \_\_\_\_\_، اللسانيات والدلالة، ط2، مركز الإنماء الحضاري، سورية 2007م.
- 58/ الميداني، مجمع الأمثال، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، دط، مكتبة السنة المحمدية، القاهرة 1955م.

59/ ناصر الدين أبو خضير، لغة الحديث النبوي الشريف في ضوء تداولية النحو العربي: الموطأ أنموذجاً، مجلة العلوم الإنسانية ع43، مجلد (ب)، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، جوان 2015م.

60/ نادية النجار، الاتجاه التداولي والوظيفي في الدرس اللغوي، ط1، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع 1434هـ/ 2013م.

61/ النسائي، السنن الكبرى، تحقيق حسن عبد المنعم شلبي، ط1، مؤسسة الرسالة، بيروت 1421هـ، 2001م.

62/ أبو نعيم، حلية الأولياء وطبقات الأصفياء، مطبعة السعادة، مصر 1394هـ، 1974م.

63/ نوال بو معزة، سمات التداولية في الحديث النبوي الشريف: حديث فضل العلم والعلماء أنموذجاً، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، ع35، الجزائر 1436هـ، 2015م.

64/ أم هاني حبيطة، القصد في الخطاب النبوي: مقاربة تداولية، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج13، ع(2)، جامعة الجلفة، الجزائر، إبريل 2021م.

65/ هشام صويلح، بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي: دراسة في ضوء البلاغة الجديدة، مجلة الخطاب، ع8، مخبر تحليل الخطاب، كلية الآداب واللغات، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، يناير 2011م،

66/ الهيثمي، مجمع الزوائد ومنبع الفوائد، تحقيق حسام الدين القدسي، مكتبة القدسي، القاهرة 1414هـ، 1994م.

67/ يامن عيسى خضو، الخطاب الإشهاري: دراسة سينمائية معممة، موقع سعيد بنكراد، نوفمبر 2003م.

68/ يحيى أحمد، الاتجاه الوظيفي ودوره في تحليل اللغة، مجلة عالم الفكر، مج20، ع3، 1989م.

69/ يوسف بن سعيد، الخطاب الإشهاري وآليات اشتغاله، ص126، مجلة جيل للدراسات الأدبية والفكرية، ع7، مايو 2015م.

70/ R. Barthes, Rhetorique delimage, communications, 4. ed, seuil, 1964

71/ Rebert Leduc La Publicite une Force au service De L'entreprise Paris dunod 4 edition 1973.