

العنصر الإشهاري في فنون البلاغة / الاستعارة مثالا

— مقارنة تداولية في أفعال الكلام —

م . د . حمد عدل ناصر

جامعة المثنى / كلية التربية الأساسية

الأيمل: hamed.a.naser@mu.edu.iq

ملخص البحث

اشتغل البحث على توظيف ظاهرة الإشهارية — التي عُرف عنها وكثر استعمالها في الترويج ، والإشهار للبضائع التجارية — في سياق اللسانيات ؛ انطلاقا من الرؤية التي تبنيها ، من أن الإشهار يمكن أن يدخل ميدان اللسانيات ، بأن يقوم الشاعر ، أو الناثر بالإشهار لخطابه باستعمال إحدى أدوات الإشهار اللسانية ، وقد وقع الاختيار على (الاستعارة) كوسيلة للإشهار للخطابات الشعرية والنثرية ، لما تعارف عند علماء البيان من أن الاستعارة أبلغ من الحقيقة ، فمعنى هذا أن الاستعارة تمثل أيقونة إشهارية لم يحصل عليها النص الخالية منها ، فجاءت ديباجة البحث مصدرة بالمقدمة ، يليها التعريف بمفهوم ، والتداولية ؛ بناء على أن البحث مقارنة تداولية في أفعال الكلام .

الكلمات المفتاحية : العنصر الإشهاري ، فنون البلاغة ، الإشهارية

The rhetorical element in the arts of rhetoric: Metaphor as an example

—A pragmatic approach to speech acts—

Teacher . Doctor . Hamad Adel Nasser / Al-Muthanna University / College of Basic Education

Email: hamed.a.naser@mu.edu.iq

Iraq/Al-Muthanna

Abstract

This implies that metaphor represents an advertising icon that a text lacking it cannot attain. Accordingly, the research introduction was structured with a preface, followed by a definition of the concept and pragmatics, based on the fact that the study constitutes a pragmatic approach to speech acts.

Keywords: Advertising element, Rhetorical arts, Advertising.

المقدمة

لا يكاد يخلو الحوار من مقاصد يراد تبليغها من كل طرف إلى آخر ، وبطبيعة الحال أن اللغة من أهم الوسائط التي يتوسل بها لتبليغ مقاصد المتكلمين ، ولكن اللغة لم تكن على مستوى واحد في التبليغ ، فتحتاج إلى صياغة خاصة وسياقات محددة ، وأهم منها وسائل الترويج التي تحصب من فنون البلاغة من استعارة وغيرها ، وقد وقع الاختيار على (الاستعارة) التي أسميتها بالعنصر الإشهاري فجاء البحث تحت ترسيمة إشهارية أسميناها (العنصر الإشهاري في فنون البلاغة / الاستعارة مثالا — مقارنة تداولية في أفعال الكلام —) ، وقد اطلعتُ على كثير من نتاجات الباحثين في هذا المجال ، فوجدت أن معظمهم قد اشتغل على توظيف الإشهارية في التسويق التجاري ، وبعد النظر تبينت امكانية الاستفاد من عناصر الإشهار في اللسانيات التداولية ، فوقع الاختيار على الاستعارة لنتخذها عنصرا اشهاريا في النصوص النثرية والشعرية

توطئة : الإشهارية وأفعال الكلام التداولية

أولا — الإشهارية

— الإشهارية لغة واصطلاحا

١- الإشهارية لغة: المعنى الحرفي للإشهار، عرّفَت المعجمات العربية الإشهار بـ " الشُهْرَة " : التي تعني وضوح الأمر وجلائه، تقول: شَهَرْتُ الأمرَ أشهرُهُ شَهْرًا ، وشُهْرَةً ، فاشتهرَ ، أي وضح ، وكذلك شَهْرْتُهُ تشهيراً ، ولفلان فضيلةً اشتهرَها الناسُ " (١) ، أي : عرفها الناس عنه ، وحدَّ الفيروز آبادي الشهرة بـ (التشنيع) ، فقال : " الشُّهرة بالضم ظهور الشيء في شُئعة " (٢) .

وهذا يعني أن الملفوظ إذا لم يلمح منه التشنيع ، فلا يعد من التشهير ، ويستفاد منه أن المجتمع العربي — آنذاك — يستعمل الشهرة في الأمور الشنيعة ، ثم أخذ الاستعمال يتسع حتى اكتسبت معاني دلالية أكثر سعة ، حتى أصبحت الشهرة في كل ما يعني الوضوح (٣) .

٢ — الإشهارية اصطلاحا : الإشهارية (publicity) ، هي آلية إبلاغية ، وطريق يسلكه المنشئ توصلا إلى مقاصده بأقصر الطرق (٤) . وهو مصطلح مغاربي كثيرا ما يتداوله المغاربة : (كالمغرب ، وتونس ، والجزائر) ، وأما المشاركة — كما في مصر — ، فيطلقون عليه (الإعلان) (٥) ، إلا أن مصطلح (الإشهار) أكثر رواجاً في اللغة البحثية من (الإعلان) ، فالإشهار من المصطلحات اللسانية الحديثة التي تُعنى بالاستعمال .

انبسط مفهوم (الإشهارية) في السياق الاقتصادي الربحي لغرض ترويج السلع والبضائع ، وأنواع المعاملات التجارية ، فالإشهار سايلوجية اقناعية يتمتع بسلطة تأثيرية على فئات المستهلك ، ويمكننا القول أن الإشهارية قد اجتازت الفضاء السوقي وترويج البضائع لتدخل مجال اللغة واستعمالاتها ، والأساليب الأدبية ، والبلاغية ؛ لاشتراك المجالين : (السوقي والاستعمال اللغوي) في العوامل التأثيرية التي تغير من فئات المتلقي لغرض إقناعه بقصدية المرسل ، فالإشهار لا تكتمل رسالته ما لم يتعاون فيه العنصر اللساني مع فنون أخرى تلايسه (٦) ،

بل يجدُ محللو الصور ، والأيقونات الإشهارية والرسومات أنها تحتاج إلى نص لغوي للتعريف بها ، وفتح شفرتها ؛ لذا اتسع أفق الإشهارية ليشمل الاشتغالات اللسانية التي تُعنى بالتواصل ، وخاصة في حال التعبير عن الأفكار ، والمفاهيم ؛ فعرّفها (أوجل) (Ogle) بأنها " كل مجهود يبذل لتغيير الآراء ، والمواقف " (٧) ، فالإشهارية أداة تعمل على تغيير الآراء ، والمواقف ، وهي كذلك تعمل على إيصال الأفكار وتغيير المواقف الأفعالية الناتجة عن الفعل التأثيري من أفعال الكلام ، فيتحول إلى خطاب تداولي مبني على مقتضيات تواصلية .

فالإشهارية ، إذن هي وسيلة تواصلية إجرائية يتوسل بها منتج الخطاب لتسويق أفكاره إلى المتلقي ، مستغلا طابعها الفني ، وهي بهذا تدخل ميدان الخطاب البلاغي ولاسيما الاستعارة التي سيأتي تعريفها بأنها ، استعارة كلمة من شئ معروف بها إلى شئ لم يعرف بها (٨) ، فهي لم تكن مقتصرة على التسويق الأيقوني السوقي ، بل تستحوذ على مساحة واسعة من اللسانيات ، فتدخل ميدان التداولية من باب (أفعال الكلام) : الإنجازي والتأثيري (٩) ، وقد بالغ بعضهم حتى رأى أن الإشهارية عنصرا مكملا لعناصر الهواء الذي نستنشقه ، قال (دينان (Duenin)) : " إن الهواء الذي نستنشقه مؤلف من أوكسجين ، وهايروجين ، وإشهار " (١٠) ، فهو يشير إلى أن الإشهارية تكاد تكون من ضروريات الحياة التواصلية .

تكمُن جمالية الخطاب الإشهاري في باب اللسانيات في كونه قادرا على التكتيف الذي يساعد على استمالة مستقبل الخطاب ، وإغرائه (١١) ، فيستقبل النص المشهر بأريحية ورضى تام ، وهذا يساعد على تلقي النص المشهر له عبر رسالة إشهارية تضمن التواصل بين طرفي الخطاب : المرسل والمستقبل ، محمل بوظيفة فنية بلاغية تضاف إلى وظيفته التواصلية (١٢) ، وهذه الوظيفة الفنية تضاعف الإقبال على تلقي النص المشهر له أكثر من ذي قبل ، ويحصل ذلك في النصوص التي يراد بها التأثير على فئات المخاطب بواسطة كلماتها الإيحائية المؤثرة ، وحينئذ يَتميز النص اللساني بسيماء لم تكن للسيماء الأيقونية

، لقدترته على الإشهار من دون الصورة الحسية^(١٣) ، فلم تعد اللغة بحاجة إلى الإشهار الآيقوني ، بل قد تستغني عنه في كثير من الحالات ، سواء في الإشهار الحرفي ، أي الإشهار في اللغة المباشرة ، أم محملة بالتصوير الفني الإيحائي الذي يحصل من التلفظات الاستعارية ، فتكون الاستعارة عنصراً إشهارياً لما تتحمل من خاصية الإيحاء الذي هو من أهم سمات الإشهارية ، وهذا العنصر المشترك بين الاستعارة والإشهارية نجده في تعريف داستو (dastot) للإشهارية في قوله : " الخطاب الإشهاري علامة ، أو مجموعة من العلامات ، والإشارات ذات بنية إيحائية ، أي : تحتل التأويل " ^(١٤) ، فالتأويل عنصر هام يشترك به الاستعارة والإشهارية ، بل يمكننا جعل الاستعارة عنصراً إشهارياً لساني لا يستغني عنه في كثير من المقامات ، فالإشهارية في المجل هي ذات طابع مدحي يحاول إبراز محاسن الأشياء غير الظاهرة ، أو يضيف عليها لباس الجمالية ، اعتماداً على أنيقة العناصر المشهر بها وإيحائيتها، حيث يكاد ينعدم فيها المرجع المادي ، فيصبح معظمها إيحائية تحمل المتلقي على الإصغاء ، وهذا ينسجم مع من يعد الإشهار بأنه نوع أدبي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بسائر الأنواع الأدبية^(١٥) .

ففي ميدان اللسانيات تساعد الاستعارة على رسم صورة إيحائية مكملة للإبداع، بل ربما يكتمل الإبداع الفني في هذا العنصر المتحرك ، فلولا جمالية الصورة التي يضعها الشاعر بين يدي مخيلته لم تكتمل له لوحته الفنية .

١ — **التداولية لغة** : جذر (د و ل) جاء في لسان العرب : " تداولنا الأمر ، أخذناه بالدول ، وقالوا : دواليك : أي مداولة على الأمر ... وتداولته الأيدي ، أخذته هذا مرة ، وهذا مرة ، وتداولنا العمل بيننا ، بمعنى ، تعاورناه ، فعمل هذا مرة ، وهذا مرة " ^(١٦) ، فالتحول والتبديل السمة الأبرز في المعنى اللغوي لجذر (دول) ، وهو بهذا يقرب من المعنى الاصطلاحي .

٢ — التداولية اصطلاحاً :

صنّف الفيلسوف الأمريكي تشارلس مورس (Wiliam Mouris Charles) الاختصاصات اللسانية إلى : (علم التركيب ، وعلم الدلالة ، والتداولية) وهي تعني علاقة العلامات بمستعملها^(١٧) ، وبحسب هذا التصنيف تكون التداولية جزءاً من السيميائية ، وظيفتها الاشتغال على العلاقة بين العلامات ومستعملها^(١٨) ، فكان نظره منصباً على اتجاه (العلاقة) ، فإن كان اتجاه العلاقة نحو الملفوظات فيما بينها ، فهو (التركيب) بمختلف مستوياته : الصوتية ، والمورفولوجية ، والنحوية ، وإن كان اتجاه العلاقة بين الملفوظ وما يشير إليه في الواقع ، فهي (الدلالة) ، وأما إن كانت العلاقة بين الملفوظات ومستعملها / المرسل والمستقبل ، فهي (التداولية)^(١٩) ، فالتداولية تُعني بدراسة اللغة في محيط استعمالها ، فتتناول اللغة باحتسابها ظاهرة خطابية ، وتواصلية ، واجتماعية في الوقت نفسه ، وهي بهذا تكون قد غادرت الدراسة المحايدة للغة التي تبنيتها البنيوية إلى دراستها في ظروف استعمالها مراعية في ذلك كل ما يحيط بها من أحوال المتكلمين ومقاصدهم المتكلمين^(٢٠) ، فاهتمام التداولية يتسع ليشمل كل ملابسات الخطاب ، من متكلمين ورسالة ومتلقي الرسالة ، وظروف ، وسياق ، طلباً للإفصاح عن مقاصد المتكلم ، ونواياه^(٢١) .

العناصر الإشهارية والاستعارة

عُرِّفت البلاغة بأنها " مطابقة الكلام لمقتضى الحال مع فصاحته " ^(٢٢) ، فالبلاغة تمثل كفاية المرسل التداولية التي تؤهله من إيصال رسالته إلى المتلقي بصورة خالية من التعقيد ، وبعرض مقبولٍ يعمل على تصوير جوانب الخطاب الفنية ، والإبداعية على مستوى من الانزياح^(٢٣) .

والاستعارة هي أحد أركان البلاغة ، عرّفها عبد القاهر الجرجاني (ت ٤٧١هـ) بقوله : " أن يكون لفظ الأصل في الوضع اللغوي معروفاً تدلّ الشواهد على أنه اختصّ به حين وُضِعَ ، ثمّ يستعمله الشاعر ، أو غير الشاعر في غير ذلك الأصل ، وينقله إليه نقلاً غير لازم ، فيكون هناك كالعاريّة " ^(٢٤) ، وهو يركز على أن الاستعارة تكون من نتاج المرسل ، وليس من وضع الواضع ، وهذا قريب من تعريف الخطيب

القرويني ، إذ يقول : " فالاستعارة ما تَضَمَّنَ تشبیه معناه بما وُضِعَ له . والمرادُ بمعناه : ما عني به ، أي : ما اسْتُعْمِلَ فيه " (٢٥) . فهي آية تعالج النصَّ اللغويَّ فيما استعمل فيه ، وليس فيما وُضِعَ له ، فهي بهذا الاعتبار تتقاطع مع قضايا التداولية التي تُعنى بدراسة اللغّة في الاستعمال ، فمتعاطي النص الاستعاري ينطلق من العناصر الواقعية التي تكون متاحة له ، فالمتكلم يصفُ الواقعَ بصورةً مستجدةً من نسج الخيال ، فهو ينطلق من المعاني المتمكنة في الألفاظ إلى الدلالات المستحدثة ، ما يجعل من الاستعارة عنصراً مغرباً يُمكن المستعمل من الإشهار به ، والترويج لبضاعته التي هي الخطاب (٢٦) .

قسّم البلاغيون الاستعارة إلى عدة أصناف بقصد الوقوف على أكثرها تأثيراً بالمتلقي ، فقسّموها بعدة اعتبارات ، فتارةً نظروا إلى علاقة طرفي الاستعارة بالقرينة ، فقسّموها إلى استعارة وفاقية ، واستعارة عنادية ، وتارةً إلى وضوح وخفاء الاستعارة ، فقسّموها إلى استعارة خاصة ، واستعارة عامية ، (٢٧) ، واستعارة مرشحة وهي التي يراعى فيها جانب المستعار ، ومجردة ، وهي التي يراعى فيها جانب المستعار له (٢٨) . إلى غير ذلك من التصنيفات

١ - الإشهار بالاستعارة الوفاقية ، وسميت بالوفاقية لامكانية اجتماع اللفظ المستعار والمستعار له في مفهوم واحد ، وعدم تنافهم كاجتماع الحياة والهداية في قوله تعالى ((أو من كان ميتاً فأحييناه وجعلنا له نورا يمشي به في الناس)) الأنعام آية ١٢٢ ، فاستعار الحياة للهداية ، فإنَّ الإحياء والهداية لا يمنع من اجتماعهما في مفهوم واحد ، فقد يكون انسان حي ومهتدي (٢٩) ، وفيه إشهار للخطاب الذي لا يخلو من وظيفة حجاجية ، فاستعان النص بهذا النوع من الاستعارة لغرض الإشهار وجلب انتباه المتلقي .

٢ - الإشهار بالاستعارة العنادية ، وهي عكس الوفاقية ، إذ يمتنع اجتماع طرفيها في مفهوم واحد كتنزيل التضاد منزلة التناسب ، وله أمثلة كثيرة في الخطابات البليغة ، ومنه ما في قوله تعالى : ((فبشّرهم بعذاب الأليم)) ، فاستعار البشارة للإنذار وهما لا يجتمعان في مفهوم واحد ؛ إذ لا تجتمع البشارة — التي تعني الخير والنعيم — مع العذاب الأليم ، فهي استعارة عنادية جاء بها لغرض الإشهار للنص بإلباسه حلة جمالية لا تخلو من التخويف والترويع ، ولكنه جاء بصورة تهكمية كانت إشهاراً للنص (٣٠) .

٣ - الإشهار بالاستعارة العامية ، وهي استعارة مبتذلة ؛ لقدرة عامة المخاطبين على فهمها ، فقد بَلَغَتْ من الوضوح أن العامة تتعاطاها وتُدركُ القصد منها ، مثال : (رأيت أسداً) ، ويقصد به الرجل الشجاع ، (ذهبت إلى البحر ، فنهلتُ منها علماً غزيراً) ، ويقصد بالبحر الرجل العالم (٣١) ، وهذا النوع من الاستعارة يتجنبه كثير من الكتاب والشعراء ؛ لضعف العنصر الإشاري فيه فلم يكن بمستوى من التأثير على المتلقي لابتداله ، فقولك : (وردت بحراً) ، وأنت تقصد به الرجل العالم لا يُنتظر من القارئ الوقوف عليه طويلاً ، بعكس : (أنشبت المنية أظفارها) .

٤ - الإشهار بالاستعارة الخاصة ، وهي التي لا يدركها ويحلل مقاصدها إلا المختصون في مجال التحليل البلاغي (٣٢) ، ويعد هذا النوع من الاستعارة مادة هامة للإشهار ، ولها حضور وافر في الخطابات البليغة كقول الشاعر :

سالتُ عليه شعابُ الحيِّ حين دعا أنصاره بوجوه كالدنانير

فخلاصة قصد الشاعر أن الممدوح مطاع (٣٣) ، ولكنه صوّر القوم بأنهم يسرعون إلى نصرته ، وهو لا يدعوهم لأمر إلا تكاثروا عليه ، وازدحموا حوله حتى تراهم كالسيل الذي يجتمع من كل جانب وصوب حتى يغص به الوادي ويطفح بالماء ، فتصوير الممدوح وقومه بهذه الصورة هو عنصر إشهاري رفع من قيمة البيت الذي أعطى صورة مرموقة للقصيد ، ولولا العنصر الإشهاري بهذه الصورة لما أصبح البيت محل تمثيل لعلماء البلاغة ، وهي استعارة خاصة غير مألوفة لدى المتلقي العامي . وكلما تعقدت الاستعارة كلما ارتفع مستوى العنصر الإشهاري ، ومثاله في قول امرئ القيس بن حجر الكندي :

فقلت له لما تمطى بصلبه وأردف أعجازاً وناءً بكلل ()

خلاصة قصده أن يصف الليل بالطول ، فلم يكتفِ الشاعر بهذا التوصيف ، لعلمه أن الانتاج البليغ يحتاج إلى إشهار ، ليكون رائجا بين المتلقين ، فاستعار الليل صلبا يتمطى به ، بناء على أن ذي الصلب يزيد في طوله عند تمدده في التمطي ، ثم فجعل له أعجازا يردف بعضها بعضا ، ثم استعار له كلكلا طلبا للمبالغة في الإشهار^(٣٤) ، فالمتكلم الذي يعتمد إلى الاستعارة وفنون الكلام هو كالتاجر الذي يشهر لبضاعته بوسائل بوسائل الإشهار من أيقونات وغيرها . ومثله في الإشهار قول الآخر:

ولمّا قضينا من منى كلّ حاجة ومسّح بالأركان من هو ماسحُ

وشدّت على دُهم المهاري رحالنا ولم ينظر الغادي الذي هو رائحُ

أخذنا بأطراف الأحاديث بيننا وسالت بأعناق المطي الأباطحُ

عناصرُ الاستعارة — هنا — هي : (سالت) و(الأباطح) و(أعناق المطي) ، ولكن تأليفها بهذه الكيفية جعل منها صورة بلاغية إشهارية تجلب المتلقي إلى النص والتأمل به لكي تصل رسالة المرسل بسلاسة ورضى ، فصاحب النص يكون مثل التاجر الذي يستعين بعناصر الإشهار لترويج بضاعته وتسويقها ، فالإشهار في تشبيه سير الناقة الحنيث وغاية سرعته في لين وسلاسة بسيل وقع في الأباطح (جمع بطحاء) ، فجرت به^(٣٥) .

٦- عنصر الإشهار بالاستعارة التبعية ، ويحصل هذا النوع من الاستعارة من التصرف بالفعل أو بالوصف أو بالحرف ، ومنه قول الشاعر :

فإذا المنية أنشبت أظفارها ألفت كلّ تميمة لاتنفع^(٣٦)

الذي تصرف بالفعل بعد أن نسب إليه نشب الأظفار الذي هو للحيوان المفترس ولكنه أضافه إلى المنية ، وهو هنا عنصر إشهاري من قسم الأفعال الكلامية (الفعل التأثيري) ، فلم يكن الخطاب بهذه المقبولية لولا العنصر الإشهاري ، فالذي أعطاه هذه الشهرة والإقبال عليه من قبل الباحثين ومحلي النص الأدبي ومنظري البلاغة هو عنصره الإشهاري .

٧- الإشهار بالاستعارة المرشحة ، وهي أجل الاستعارات ، وأبلغ من نظريتها (المجردة ، والمطلقة) ، فالترشيح أبلغ لاشتماله على عنصر المبالغة ، لبنائها على تناسي التشبيه ، كقول المتنبي^(٣٧)

ولم أر قبلي من مشى البدر نحوه ... ولا رجلا قامت تعانقه الأسد ()

والاستعارة المرشحة هو أن يأتي بالاستعارة بعد استعارة سبقتها لها علاقة بالأولى ، وهذا كقوله تعالى: ((اشْتَرَوْا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَى ، فما ربحت تجارتهم)) البقرة آية ١٦ ، فلما استعار الشراء تلاه بذكر الربح لما كان مناسباً له في غاية الملائمة لما سبق^(٣٨) .

الخاتمة والنتائج

تناولت هذه الورقة البحثية العناصر الإشهارية باحتسابها فعلا كلاميا أثناء التطبيق على بعض النصوص / شعرا ونثرا المنثورة ، ولاسيما تلك التي أخذت صبغة الإشهار ، فتوصلنا إلى نتائج ، أهمها :

١- أثبت البحث أن الإشهار قد تخطى التسويق السوقي والترويج للبضائع ، إلى التسويق في عالم اللسانيات ، ولاسيما في الخطاب الذي يراد منه ابلاغ المقاصد إلى المخاطبين .

٢ مصطلح الإشهار عُرف به أهل بلاد المغرب العربي (الجزائر ، والمغرب ...) ، وقد يعود هذا إلى اختلاط ثقافة هذه البلاد بالثقافة الغربية ، وأما عند المشاركة كالمصريين فيسمونه (الإعلان) ، وإن أخذ الإشهار بالانتشار في الوسط الأكاديمي .

٣ - قد يحتاج كثير من الصور الإشهارية إلى اللسانيات اللغوية ، ويكثر هذا في اللوحات الرمزية ، فاللوحات الفنية وإن كانت إشهارية بحد ذاتها ولكنها تستغني عن اللسانيات ؛ كي تشهر لها .

٤- تكمن الإشهارية في تبادل الرسائل بين المرسل ، والمتلقي في سياق ما ؛ وهو يستدعي استعمالاً للغة ، وتداولاً للعلامة السيميائية ، وبذلك تكون الإشهارية حقلاً للبحث التداولي ولاسيما (الأفعال الكلامية) .

هوامش البحث

- ١ - تاج اللغة وصحاح العربية ، إسماعيل بن حماد الجوهري (ت) ، تح : أحمد عبد الغفور عطار ٢/٧٠٥ ، وينظر : مقاييس اللغة . أحمد بن فارس (ت ٣٩٥ هـ) ، تح : عبد السلام محمد هارون : ٢٢٣/٣ .
- ٢ - القاموس المحيط ، محمد بن يعقوب الفيروز آبادي (ت ٨١٧) : ٦٤/٢ .
- ٣ - ينظر : الخطاب الإشهاري في النص الأدبي ، مريم بنت محمد الشنقيطي : ١٣ .
- ٤ - ينظر : القيمة الحجاجية في الخطاب الإشهاري ، صابرة هجرس : ٤٢ .
- ٥ - ينظر : ترجمة الخطاب الإشهاري : آليات الإقناع والدلالة - دراسة تطبيقية (رسالة) ، سارة تواتي : ٣ .
- ٦ - ينظر : النص الإشهاري ماهيته بناؤه آليات اشتغاله ، د . محمد خاين : ٦٧ . نقلاً عن القيمة الحجاجية في الخطاب الإشهاري ، صابرة هجرس : ٤٢ .
- ٧ - نقلاً عن : الخطاب الإقناعي ، الإشهار نموذجاً ، د . محمد خلاف ، مجلة دراسات أدبية ولسانية : ٣٤ .
- ٨ - ينظر : أصول البلاغة ، كمال الدين ميثم بن علي بن ميثم البحراني (ت ٦٩٩ هـ) ، تح : اللجنة العلمية في مؤسسة الإمام الصادق (ع) : ١١٦ .
- ٩ - ينظر : الخطاب الإشهاري من بلاغة الكلمة إلى بلاغة التكنولوجيا (بحث) ، د . هادي نهر : ١٢٧ .
- ١٠ - ينظر : تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي (بحث) ، أ . خشاب جلال : المركز الجامعي - سوق أهراس ، الملتقى الدولي الخامس (السيمياء والنص الأدبي) : ٢ .
- ١١ - ينظر : القيمة الحجاجية في الخطاب الإشهاري (رسالة) ، صابرة هجرس : ٤٢ .
- ١٢ - ينظر : القيمة الحجاجية في الخطاب الإشهاري : ٤٥ .
- ١٣ - ينظر : العلامة الأيقونية والتواصل الإشهاري د . خاين محمد ، جامعة شلف : ١٥ .
- ١٤ - نقلاً عن اللغة العربية والخطاب والإشهار بين النظرية والتطبيق ، أ . د . بلقاسم دفة (بحث) ، : ٥٨ .
- ١٥ - ينظر : الخطاب الإقناعي ، الإشهار نموذجاً (بحث) ، د . محمد خلاف ، دراسات أدبية ولسانية ، ع : ٥ ، ١٩٨٦ : ٤١ ، وينظر : تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي : ٣ .
- ١٦ - لسان العرب ، ابن منظور ، مجموعة من الباحثين : ١٤٥٥/٩ .
- ١٧ - ينظر : مقدمة في علمي الدلالة والتخاطب ، د . محمد محمد يونس علي : ١٣ .
- ١٨ - في اللسانيات التداولية د . خليفة بو جادي ، : ٥٦ .
- ١٩ - ينظر : آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر ، محمود أحمد نحلة : ٩ .
- ٢٠ - ينظر : التداولية والبلاغة ، أ . باديس الهويل : ١٥٨ .
- ٢١ - ينظر : مقدمة في علمي الدلالة والتخاطب ، د . محمد محمد يونس علي : ١٤ .
- ٢٢ - شروح تلخيص المفتاح ، مختصر سعد الدين التفتازاني على تلخيص المفتاح للخطيب القزويني (ت ٧٣٩ هـ) : ١٢٢ .
- ٢٣ - ينظر : مصطلح الكفاية وتداخل المفهوم في اللسانيات التطبيقية ، د . خالد بسندي ، المجلة الأردنية في اللغة العربية وآدابها ، ع : ٢ / ٢٠٠٩ م : ٤٩ .
- ٢٤ - أسرار البلاغة ، عبد القاهر الجرجاني (ت ٤٧١ هـ) ، تح : د . محمد عبد المنعم خفاجي ، ود . عبد العزيز شرف : ٤٤ .

- ٢٥ — الإيضاح في علوم البلاغة ، جلال الدين محمد بن قاضي القضاة الخطيب القزويني (ت ٥٧٣٩هـ) ، وضع حواشيه إبراهيم شمس الدين : ٢١٣ .
- ٢٦ — ينظر : البلاغة وتحليل الخطاب ، حسين خالفي : ٨٨ .
- ٢٧ — ينظر : كتاب الصناعتين : ٢٧٤ ، وأسرار البلاغة : ٤٤ .
- ٢٨ — ينظر : أصول البلاغة ، كمال الدين ميثم بن علي بن ميثم البحراني (ت ٥٦٩٩هـ) ، تح : اللجنة العلمية في مؤسسة الامام الصادق : ١١٨ .
- ٢٩ — ينظر : شروح تلخيص المفتاح : ٧٧ / ٤ .
- ٣٠ — ينظر : الإيضاح في علوم البلاغة : ٢١٩ .
- ٣١ — ينظر : شروح تلخيص المفتاح : ٨٥ / ٤ .
- ٣٢ — ينظر : الإيضاح في علوم البلاغة / المعاني والبيان والبديع : ٢٩٩ .
- ٣٣ — ينظر : الإيضاح في علوم البلاغة : ٣٠٠ .
- ٣٤ — ينظر : شروح تلخيص المفتاح : ٩٠ / ٤ .

ثبت المصادر

— القرآن الكريم

١ — الكتب

- أسرار البلاغة ، عبد القاهر الجرجاني (ت ٤٧١هـ) ، تح : د. محمد عبد المنعم ، ود . عبد العزيز شرف ، دار الجيل ، بيروت ، لبنان ، ط ١ ، د . ت .
- أصول البلاغة ، كمال الدين ميثم بن علي بن ميثم البحراني (ت ٥٦٩٩هـ) ، تح : اللجنة العلمية في مؤسسة الإمام الصادق ، نشر مؤسسة الإمام الصادق ، ط ١ ١٤٣٣ هـ . ق .
- آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر ، د . محمود أحمد نحلة ، دار المعرفة الجامعية ، ط ١ ، ٢٠٠٢ م .
- الإيضاح في علوم البلاغة ، المعاني والبيان والبديع ، جلال الدين محمد بن عبد الرحمن الخطيب القزويني (ت ٥٧٣٩هـ) ، وضع حواشيه إبراهيم شمس الدين ، دار الكتب العلمية ، بيروت — لبنان ، ط ١ ، ٢٠٠٣ م .
- البلاغة وتحليل الخطاب ، حسين خالفي ، دار الفارابي ، بيروت — لبنان ، ط ١ ، ٢٠١١ م .
- تاج اللغة وصحاح العربية ، إسماعيل بن حماد الجوهري (ت ٣٩٣هـ) ، تح : أحمد عبد الغفور عطار ، دار العلم للملايين ، بيروت — لبنان ، ط ٣ ، ١٩٨٤ م .
- الخطاب الإشهاري في النص الأدبي ، دراسة تداولية ، مريم بنت محمد الشنقيطي ، دار الفيصل الثقافية ، الرياض — المملكة العربية السعودية ، ط ١ ، ١٤٤٠ هـ .
- الخطاب الإقناعي ، الإشهار نموذجاً ، د . محمد خلاف ، مجلة دراسات أدبية ، العدد : ٥ ، ١٩٨٦ م .
- شروح تلخيص المفتاح ، مختصر سعد الدين التفتازاني على تلخيص المفتاح للخطيب القزويني (ت ٥٧٣٩هـ) ، نشر أدب الحوزة .
- الصناعتين : الكتابة والشعر ، أبو هلال الحسن بن عبد الله بن سهل العسكري (ت ٣٩٥هـ) ، تح : علي محمد البجاوي ، محمد أبو الفضل إبراهيم ، دار الفكر العربي ، ط ٢ ، د . ت .
- العلامة الأيقونية والتواصل الإشهاري ، د . خاين محمد ، جامعة شلف ، الملتقى الدولي الخامس / السيمياء والنص الأدبي .
- في اللسانيات التداولية ، د . خليفة بو جادي ، جامعة سطيف — الجزائر ، ط ١ ، ٢٠٠٩ م .
- القاموس المحيط ، محمد بن يعقوب الفيروز آبادي (ت ٨١٧هـ) ، الهيئة المصرية العامة للكتاب .
- لسان العرب ، محمد بن مكرم ابن منظور (ت ٧١١هـ) ، تح : عبد الله علي الكبير وآخرون ، دار المعارف ، القاهرة — مصر ، ط ١ ، د . ت .
- مقاييس اللغة . أحمد بن فارس (ت ٣٩٥هـ) ، تح : عبد السلام محمد هارون ، دار الفكر للطباعة والنشر .

— مقدمة في علمي الدلالة والتخاطب ، د . محمد محمد يونس علي ، دار الكتاب الجديد المتحدة ، بيروت — لبنان ، ط ١ ، ٢٠٠٤ م .

٢ — الرسائل والأطاريح

— ترجمة الخطاب الإشهاري : آليات الإقناع والدلالة — دراسة تطبيقية (رسالة) ، سارة تواتي ، جامعة وهران .

— القيمة الحجاجية في الخطاب الأشهاري (رسالة) ، صابرة هجرس ، جامعة العربي بن مهيدي — أم البواقي / الجزائر .

٣ — الدوريات والمجلات

— تجليات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي (بحث) ، أ . خشاب جلال : المركز الجامعي — سوق أهراس ، الملتقى الدولي الخامس (السيمياء والنص الأدبي).

— التداولية والبلاغة ، أ . باديس لهويل ، مجلة المخبر ، أبحاث في اللغة والأدب الجزائري ، جامعة / محمد خيضر — بسكرة .

— الخطاب الإشهاري من بلاغة الكلمة إلى بلاغة التكنولوجيا (بحث) ، د . هادي نهر ، إربد للبحوث والدراسات ، العدد : ٢ ، ٢٠١١ م .

— اللغة العربية والخطاب والإشهاري بين النظرية والتطبيق (بحث) ، أ . د . بلقاسم دفة ، مجلة الموقف الأدبي ، العدد : ٥١٧ ، ٢٠١٤ م .

— مصطلح الكفاية وتداخل المفهوم في اللسانيات التطبيقية ، د . خالد بسندي ، المجلة الأردنية في اللغة العربية وآدابها ، ع : ٢ / ٢٠٠٩ م : ٤٩ .

— المفضليات ، المفضل بن محمد بن يعلى بن سالم الضبي (ت ١٦٨) ، **تح** : أحمد محمد شاكر و عبد السلام محمد هارون : ٤٢٢ .

— عروس الأفراح في شرح تلخيص المفتاح ، أحمد بن علي بن عبد الكافي ، أبو حامد ، بهاء الدين السبكي (ت ٧٧٣ هـ) ، **تح** : الدكتور عبد الحميد هندراوي : ١٨١/٢ .

— الطراز لأسرار البلاغة وعلوم حقائق الإعجاز ، يحيى بن حمزة بن علي بن إبراهيم ، الحسيني العلوي الطالبي الملقب بالمؤيد بالله (ت ٧٤٥ هـ) .