رؤية VISION 2030
المملكة العربية السعودية
KINGDOM OF SAUDI ARABIA
جامعة أم القرى

مجلة
علوم اللغات
و آدابها

مجلة علمية محكمة نصف سنوية

العدد (٢٤)
محرم ١٤٤١هـ
سبتمبر ٢٠١٩م

ردمد: ١٦٥٨-٤٦٩٦ P-
ردمد: ١٦٥٨-٨١٢٦ E-

التواصل بالروائح والعطور في الخطاب الأدبي
مقاربةٌ تداوليةٌ لكتاب الثعالبي (من غاب عنه المطرب)

د. فهد إبراهيم سعد البكر

أستاذ مساعد بقسم اللغة العربية
كلية الآداب والفنون - جامعة حائل

https://uq.sa/24CsIz

التواصل بالروائح والعطور في الخطاب الأدبي
مقاربةٌ تداوليةٌ لكتاب الثعالبي (من غاب عنه المطرب)

د. فهد إبراهيم سعد البكر

الملخص:

يسعى هذا الموضوع إلى رصد ظاهرة تداولية لم يُتفطن لها كثيرا، وهي ما ينتجه الخطاب الأدبي من تواصل عطري، يُدرك من خلال الدلالات التي تنطق بالروائح، ويُستدل عليه من خلال (الشم) ذلك أن الاستدلال أو الاستلزام من أبين الظواهر التداولية التي تفضي إلى المعنى الدقيق.

ومعلوم أن التواصل بكيفيات أخرى يمكن تلمسه في أشكال عدة، في الإيماءات، والإشارات، والأصوات، وغيرها، وهي أشكال تواصلية وإن طرق بعضهم أبوابها، غير أنها ما تزال بحاجة إلى بحث ودرس متواصل؛ لأنها ذات قيمة أدبية وجمالية، وبخاصةٍ أن أكثر الباحثين لم يتعدوا عن بعض الحدود التواصلية المألوفة في تفسيراتهم التداولية غير اللغوية.

ويأتي هذا البحث محاولة لرصد هذه الظاهر التداولية التي ينبئ عنها الخطاب الأدبي شعراً ونثراً، وتكشف سره تلك اللغة التي لوحظت في بعض المختارات الأدبية التي جمعها أبو منصور الثعالبي في كتابه: (من غاب عنه المطرب) حيث نجد نماذج لبعض شعراء عصره، ومترسليه، وما قبله، ممن تجلّت في معرض أوصافهم وتشبيهاتهم لغة التواصل بالعطور؛ لذا رأينا أهمية هذا العنوان وطرافته ضمن أبواب التداولية.

ويقوم هذا البحث على تمهيدٍ حول الثعالبي وكتابه، ثم مفهوم التواصل بكيفيات أخرى، ومنزلة التواصل العطري من هذه الكيفيات، بعد ذلك يقوم البحث على مطلبين ينهض أولهما بمقاربة التواصل العطري من خلال الشعر، ويتحدث ثانيهما عن التواصل العطري من خلال النثر.

الكلمات المفتاحية: التواصل- الروائح- العطور- الخطاب الأدبي- التداولية- كتاب الثعالبي (من غاب عنه المطرب).

Fragrant Communication in Literary Discourse Argumentation Approach for Thaalbi's Book "MAN GABA ANHO ALMOTREB"

Abstract:

This topic seek to monitor an argumentation phenomenon; was not given more attention, this phenomenon is the fragrant communication which is generated by the literary discourse; as it can be recognized through significances which indicate smells; and are inferred through the olfaction, whereas the inference or entailing are two of the most obvious argumentation phenomena which leading to the accurate meaning.

It is known that communication in other ways can be found in several forms; gestures, signals, sounds and etc…

These are communication forms; which were little was known about them; but they still need for more research and continuous study, as they have priceless literary and aesthetic value; in particular most of the researchers did not depart from some of the familiar boundaries of communication in their non-linguistic argumentation interpretations.

This research is an attempt to monitor this argumentation phenomenon which literary discourse tells about it through its poetry and prose. The manner which is noticed in some of Abu Mansour Thaalbi's anthology which he has collected in his book " Who Lost Inspiration"; whereas we find sample

for some of poets and prose writers of his time and before that; of whom the fragrances communication language is obvious in their descriptions and assimilations, so we have seen the importance and novelty of this title among the argumentation topics.

This research is based on a preface about Thaalbi and his book, then the communication concept through other qualities, as well as the fragrance communication rank among these qualities, after that; the research shall be based on two issues; the first issue approaches the fragrance communication through poetry, and the second issue talks about the fragrance communication through prose. Then the research conclusion comes, and then a list of its sources and references.

Key words: Communication, Smells, Perfumes, Literary Speech, Pragmatics, Al Thaalibi's Book **(MAN GABA ANHO ALMOTREB)**

المقدمة:

يأتي هذا الموضوع ضمن سياق التواصل بكيفيات أخرى، أو التواصل غير اللغوي، ويحاول أن يمزج بين اللغة التي هي أصل الخطاب، وما يرتبط بها مما يدرك بالحس، أو يستدل عليه بالشم، وذلك من خلال بعض الظواهر التداولية؛ لذا جاء العنوان مباشراً في تسليط الضوء على الجانب العطري، الذي يتخذ من الخطاب وسيلة له في التواصل، موائماً في ذلك بين المكتوب (الخطاب) والمحسوس، أو المشموم (العطر).

وقد جاء اختيار كتاب الثعالبي (من غاب عنه المطرب) لأنه لفت انتباهنا في كثرة الروائح التي يفوح بها الخطاب، وقد رأينا هذا الأمر في غير كتاب من مؤلفاته الضخمة، غير أنه في هذا الكتاب جاء عابقاً، ومتنوعاً، وهو الأمر الذي دعا إلى محاولة البحث عن سر تلك الاستعمالات العطرية التي يوظفها في كتابه، سواء أكانت من تأليفه، أم على سبيل الاستشهاد.

تمهيد:

١- الثعالبي وكتابه (من غاب عنه المطرب):

أ- الثعالبي:

تكاد تُجمع أكثر كتب التراجم على أن الثعالبي هو: أبو منصور عبد الملك بن محمد بن إسماعيل الثعالبي النيسابوري الذي حدّد ابن خلكان سنة ولادته في عام (٣٥٠هـ) ووفاته في سنة (٤٢٩هـ)[١] أحد أهم أعلام الأدب في القرن الرابع الهجري، والذي لولاه لضاع أدب جمّ، وحضارة معرفية مهمة من حضارة العرب في أوج عصورها.

ولعل كتابه الشهير (يتيمة الدهر في محاسن أهل العصر)[٢] هو الوعاء الذي حوى ذلك الإرث العظيم، حيث ترجم الثعالبي من خلاله لكثير من العلماء، والأمراء، والوزراء، والأدباء، والشعراء، والمترسلين، وكان كتابه هذا شاهداً عليه، وعلى عصره المليء بالأعلام الأفذاذ، ممن تركوا أثراً واضحا في خارطة الأدب العربي القديم.

ولسنا بصدد التعرف على مؤلفاته، لكننا نشير إلى أنه ملأ المكتبة العربية بصنوف متنوعة من الكتب النفيسة في مجال اللغة، والأدب، من قبيل (آداب الملوك- أجناس التجنيس- الإعجاز والإيجاز- برد الأكباد في العدد- تحسين القبيح وتقبيح الحسن- ثمار القلوب- التوفيق والتلفيق- خاص الخاص- المبهج- فقه اللغة وسر العربية..)[٣] وغيرها، وكان إلى جانب هذا شاعراً متألقا، ومترسلًا بارعا[٤].

وبصرف النظر عن الترجمة التفصيلية والدقيقة للثعالبي ونشأته، فإننا عندما ننعم النظر في كتب التراجم قريبة العهد به كـ(دمية القصر) و(الذخيرة في محاسن أهل الجزيرة) و(وفيات الأعيان) نجدها تنبئ عن عالم موسوعي عاش حياته بين العلم والأدب، حتى عدّه أقرب معاصريه، وهو (الباخرزي ت٤٦٧هـ) جاحظ نيسابور، وكان شاهداً على علمه وفضله منذ صغره، حيث كان جاراً وصديقا لوالده، بل أشار إلى علاقته الخاصة به، حيث قال عنه: «وما زال بي رؤوفاً، عليَّ حانياً، حتى ظننته أباً ثانياً»[٥].

ب- كتابه موضوع الدراسة:

يعد هذا الكتاب من كتب الثعالبي الأدبية التي جمع فيها كمّا من النصوص الشعرية والنثرية، لأدباء عصره، ومن سبقوه، وقد قال الثعالبي في مقدمته عن

منهجه وتبويبه لهذا الكتاب بأنه: «يشتمل على محاسن الألفاظ الدُعجَة، وبدائع المعاني الأرجَةَ، ولطائف الأوصاف التي تحكي أنوارَ الأشجار، وأنفاس الأسحار، وغناء الأطيار، وأجياد الغزلان، وأطواق الحمام، وصدور البزاة الشهب، وأجنحة الطواويس الخضر، وملح الرياض، وسحر المقل المراض، فتحرّك الخواطر الساكنة، وتبعث الأشواق الكامنة، وتُسكر بلا شراب، وتُطرب من غير إطراب، وتهزّ بإطرابها، كما هزّت الغصنَ ريحُ الصَّبا، وكما انتفض العصفور بلّله القطر، من نثرٍ كنثر الورد، ونظمٍ كنظم العِقد، وجعلته في سبعة أبواب مفصلة بفصول، موسومة بذكر مودعها»[٦].

ثم أورد الثعالبي أبواب كتابه السبعة، وهي:

الباب الأول: في البلاغة والخط، وما يجري مجراهما.
الباب الثاني: في الربيع وآثاره، وفصول السنة.
الباب الثالث: في أوصاف الليل والأيام وأوقاتهما.
الباب الرابع: في الغزل وما يجري نحوه.
الباب الخامس: في الخمريات، وما يتعلق بها.
الباب السادس: في الإخوانيات، والمدح، وما ينضاف إليها.
الباب السابع: في فنون مختلفة الترتيب[٧].

ثم ختم مقدمته لكتابه قائلا: «وترجمته بكتاب (من غاب عنه المُطرِب) ومن خير ما فيه أنه يسري مسرى الخيال، وينمي على الإخوان نمي الهلال، وهذا خبر سياقة الأبواب، والله الموفق للصواب، وإليه المرجع والمآب»[٨].

ولأن الكتاب ربما أشكل على بعض الباحثين في صحة نسبته للثعالبي، فإنني هنا أورد ما ذكره المحقّقان العراقيان: محمد جبار المعيبد، وهلال ناجي في مؤلفهما (مؤلفات الثعالبي المطبوعة والمخطوطة والمفقودة والمنسوبة إليه ضِلَّةً) لنطمئن أكثر إلى صحة النسبة من عدمها، وقد أدرج المحققان هذا الكتاب ضمن قائمة (مؤلفات الثعالبي المطبوعة) وأشارا إلى أغلب الذين تعرضوا له بالذكر منذ القديم إلى العصور المتأخرة، كابن خلكان، وابن قاضي شهبة، وطاش كبري زاده، وإسماعيل البغدادي، والصفدي، وبروكلمان، وغيرهم، كما ألمحا إلى تسمياته المختلفة كـ(من غاب عنه المؤنس- من أعوزه المطرب- أحسن ما سمعت...) وذكرا بعض أماكن نسخه المخطوطة، كأسبانيا، والعراق، والسعودية، ومصر، وفرنسا، وبريطانيا، وأمريكا، وتونس، والكويت، وألمانيا، وتركيا، وإيران[٩].

ج- مفهوم التواصل بكيفيات أخرى، ومنزلة التواصل العطري من هذه الكيفيات:

قبل الحديث عن مفهوم التواصل بكيفيات أخرى لا بد من الإشارة إلى أن هذا المفهوم يندرج تحت ما يعرف اليوم بالتداولية، والتداولية في أوجز صورها هي ذلك المفهوم الذي يدرس مجمل العلاقات الموجودة بين المتكلم والمخاطب، مع التركيز على البعد الحجاجي والإقناعي، وأفعال الكلام داخل النص، فهي باختصار كل ما يبحث عن المعنى والعلاقة بينه وبين السياق، والعلامات[١٠]. ولهذا أخذ التداوليون الغربيون ينعتونها بأنها «ذلك الفرع من (السيموطيقا) الذي يعالج في الأصل استعمالات العلامات وآثارها في السلوك الذي تتمظهر فيه تلك العلامات»[١١].

للتواصل غير اللغوي أهمية بالغة في حياتنا؛ فهو الأصل الذي نعتمد عليه في تعاملنا مع الحياة، والناس، وهو ليس بمعزل عن التواصل اللغوي، بل ربما كان مهيئا له وممهّدا، ولهذا وصف بعضهم التواصل غير اللغوي بأنه كـ(الإسمنت) اللازم لتوطيد الكلام المنطوق، الذي تشكّل فيه الكلمات حجر الأساس[١٢].

وللتواصل غير اللغوي علامات، منها: السكوت، والملابس، والمظهر الجسماني، والنظرة، وحركات اليدين، والابتسامة، والإيماءات، والانسحابات، والتمهيدات، والهدايا، والعطور، وغيرها[١٣]، وهي علامات ذات دلالة قوية تدعم المنطوق والمكتوب، والمرئي، والمسموع، وتضطلع بأدوار تداولية مهمة تقوي من منظومة التواصل.

فأما العطور، أو الروائح بشكل عام، فإن لها تأثيراً بالغا في العملية التواصلية، ولهذا فإن الإنسان إذا أفرط من استعمال العطر، فإنه لا محالة يلفت انتباه الآخرين، وهنا يتبادر السؤال التداولي المهم الذي يطرحه التداوليون في هذا المقام: (لماذا العطر والروائح؟ وماذا يعني ذلك؟) وهنا نستطيع الإجابة بأن للعطور أنواعها، ولها مقاماتها، فهناك عطور طاردة، وأخرى جاذبة، وهناك عطور خاصة، وأخرى عامة، وعطور للاحتفال، والمناسبات، وعطور للتنظيف، ونحو ذلك.

لكن السؤال الذي يهمنا هنا هو: ما الذي تدل عليه العطور، أو الروائح حين نوظفها في الخطاب المكتوب، أو في الكلام المنطوق؟ هل لهذا اللون من العطر، أو الروائح أثر في الخطاب؟ وبالطبع إن للرائحة المشمومة حسيا تأثير يختلف عنها إذا كانت مرصودة في كلام، أو كتاب، وهذا لا شك أنه معروف، لكن يَعِنَّ لنا سؤالٌ آخرُ مهمٌ جدا، وهو: كيف يُحدِثُ العطرُ تأثيره في الخطاب؟

وكيف تغدو القصيدة؟ أو الرسالة حين تفوح بالعطور، أو الروائح؟ وما علاقة المتلقي، أو المخاطب بذلك؟ وما مدى الانعكاس الذي سيتركه العطر عليه سلبا، أو إيجاباً؟

ولعل في بعض النماذج التي سنستعرضها من كتاب الثعالبي (من غاب عنه المطرب) ما يجيب عن بعض هذه التساؤلات، لا سيما أن العطور، والروائح عموما قد وجدناها في هذا الكتاب متلونة، ومتفاوتة، شعرا، ونثرا، ولهذا ستحاول الدراسة الوصول إلى ما يمكن أن يقوم به الخطاب الأدبي من تفاعل بين المحسوس، وغير المحسوس، والواقعي، والتخييلي.

التواصل العطري من خلال الشعر:

يتردّد ذكر الرائحة في المصادر الدينية والأدبية كثيراً، ولو بحثنا في القرآن الكريم، والحديث الشريف لوجدنا استعمال الرائحة يرد في سياقين: مدح، أو ذم، وهنا نستطيع القول: إن الرائحة بوصفها أثراً تداولياً تثير انفعال المخاطب، فيتأثر بها سلباً، او إيجاباً، فأهل الجنة والطامحون لها يجدون في روائحها الزكية ما يتوقون إليه من خلالها، وأهل النار ومن سيكون مصيرهم إليها يأنفون من روائحها المنتنة.

من هنا فقد جاء أسلوب القرآن الكريم، والحديث الشريف مراعيا القيمة التداولية التي تطبعها الرائحة في نفس المتلقي، لهذا قال تعالى في وصف أجمل نهاية لأهل الجنة: ﴿ختامه مسك، وفي ذلك فليتنافس المتنافسون﴾[١٤] وقال صلى الله عليه وسلم في وصف الحوض: «حوضي مسيرة شهر، ماؤه أبيض من اللبن، وريحه أطيب من المسك، وكيزانه كنجوم السماء، من شرب منها فلا يظمأ أبدا»[١٥].

ولأهمية الطيب للإنسان، ولأهميته في نفس المتلقي فقد تحدث القدماء عن قيمته وتأثيره، وفضله، فأشاروا إلى أنه: «غذاء الروح التي هي مطية القُوى، والقوى تتضاعف وتزيد بالطيب، كما تزيد بالغذاء والشراب (...) وله تأثير في حفظ الصحة، ودفع كثير من الآلام وأسبابها»[١٦].

من يتأمل النصوص الشعرية الواردة في كتاب الثعالبي (من غاب عنه المطرب) يلحظ ميلها إلى إثارة الحواس بأنواعها، ومن بين تلك الحواس حاسة الشم، والثعالبي في هذا الكتاب حريص على أن ينقل لنا المعنى السياقي في الأبيات الشعرية التي تفوح عطرا، ليشعر مخاطبه بأن ثمة روائح غائبة، وهي روائح يمكن أن يدركها المتلقي من خلال خياله العطري.

إن الثعالبي في كتابه هذا –سواء فيما ينقله من ثقافة غيره، أو فيما ينقله من ثقافته الشخصية– يسعى دوما إلى الإثارة والتشويق، ومن هنا تتحقق الوظيفة (التعبيرية) أو (الانفعالية) التي توصل المعنى بشكلٍ أكثر عمقاً، وهذه الوظيفة هي التي نادى بها (ياكبسون) وأشار إلى أنها «تنزع إلى تقديم انطباع عن انفعالٍ معين، صادق، أو خادع»[١٧].

ففي الباب الأول الذي عقده الثعالبي في وصف (الخط والبلاغة وما يجري مجراهما) ذكر هذا البيت للصاحب بن عباد (٣٨٥هـ): (الوافر)

فَخَطُّ عِذارِهِ مِسكٌ يفوحُ وَخَطُّ يمينهِ دُرٌّ يلوحُ[١٨]

ولعل هذا من التشبيه الطريف، حيث نجد فيه الجمع بين صورة مشمومة، وهي رائحة الإنسان، وصورة أخرى بصرية، وهي جمال الخط، ورونقه، وفي كلمة (الخط) الأولى التي تعبق بالرائحة ما يجعل هذا البيت يفوح عطرا، ومن ثم فالشاعر هنا يستخدم (إشارية العطر) التي تشكلها رائحة المسك، ويمكن عدها

من الإشاريات الحيوية التي تسهم في تحقيق فاعلية التواصل[١٩].

وعندما عرض الثعالبي لأبيات أبي بكر الصنوبري (٣٣٤هـ) الجميلة في الربيع أورد هذا البيت في آخرها: (البسيط)

مَن شَمَّ ريحَ تحيّاتِ الربيعِ يَقُل لا المسكُ مسكٌ ولا الكافورُ كافورُ[٢٠]

وهذا البيت بيتٌ عطري بحق؛ إذ كل ما فيه يشعر المخاطب بحالة من الاستمتاع بالروائح الطيبة التي تتضوّع مع الربيع، وفي هذا البيت أيضا إقناع للمخاطب بأن لا ريح كريح الربيع الجميل الذي تغنّى به الشعراء، وهو أفضل بكثير -كما ينطق بذلك هذا البيت- من ريح المسك، والكافور.

وتحديد المسك والكافور هنا فيه تأكيد على أفضلية ريح الربيع على غيرها من الروائح الجميلة الأخرى.

فالشاعر هنا يريد أن يوصل للمخاطب -من خلال مبدأ التقابل- بأن المسك والكافور سيفقدان قيمتهما، وجمال رائحتهما العطرية عند ريح الربيع الأجمل، وهنا يتضح مفهوم (الإرسالية الشمية) التي ألمح إليها التداوليون، وما تؤديه لغة العطور من رمزية[٢١].

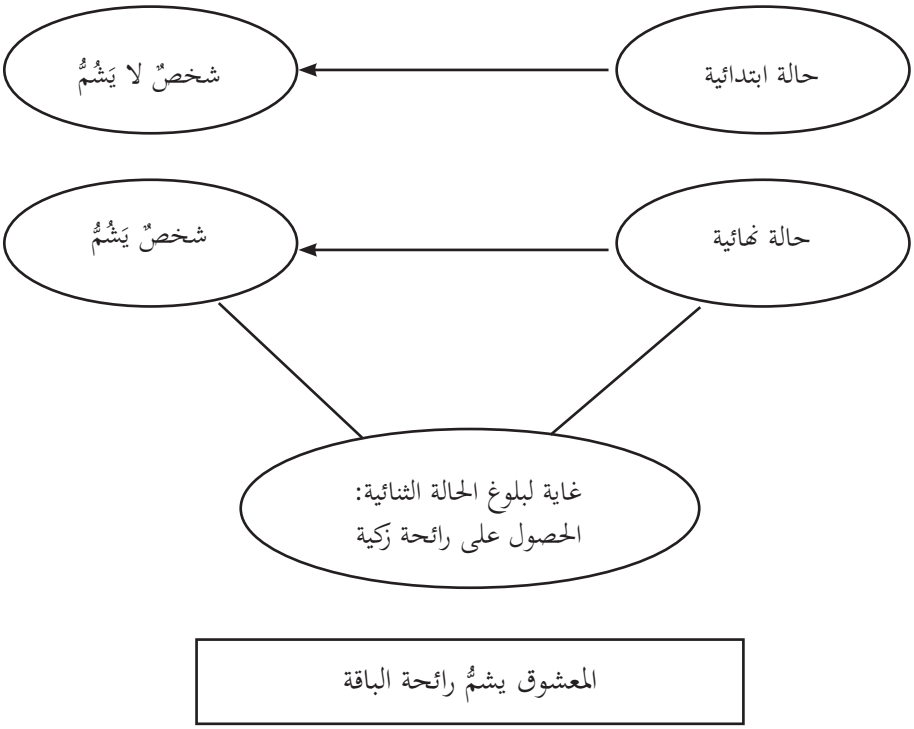
وفي الفصل الذي خصصه الثعالبي لوصف الربيع وآثاره أورد هذا البيت الذي أعجبه لأحد الكتّاب في وصف باقة ريحان: (الطويل)

إذا شَمَّها المعشوقُ خِلتَ اخضرارَها وَوَجنَتَه فيروزجاً وعَقيقا[٢٢]

وهنا نجد التصريح بحاسة الشم، ليس من باب الشعور بالمتعة الحسية والنفسية، ولكن من أجل رسم صورة أكثر جمالا لتلك الباقة، فلجأ الشاعر

إلى استعمال الأثر العطري الذي ينهض بصورته، فكان شَمُّ المعشوقِ، ووجنته، واخضرار الباقة مكملات للخروج ببيت جميل كهذا، فالعطر لم يحضر هنا بذاته، ولكن بوصفه وسيلة لتحقيق الجمالية.

ولئن كانت التداولية تتضمن حل المسائل من وجهة نظر المتكلم والمخاطب معا، فإن مهمة المتكلم يُنظر إليها -أحيانا- باعتبار تحليل الوسائل والغايات، وباختصارٍ فإن استراتيجية حل المسألة عند المتكلم (الشاعر) يمكن أن يُنظر إليها كمشكل من تحليل الوسائل والغايات[٢٣] ويمكن الاستفادة من النموذج التحليلي الذي اقترحه (جيوفري ليتش) في هذا الصدد[٢٤]، وتطبيقه على البيت العطري السابق:



ولا يلحظ التواصل العطري فقط بلفظ الروائح، أو العطور، أو متعلقاتها من الشم، والفوح، ونحو ذلك، ولكننا نلمسه أيضا في أشكال أخرى مستوحاة من البيئة العطرية، كالعنبر مثلا في قول الثعالبي نفسه يصف بعض الثمار:

قد ضُمِّخَت بالعنبر الفُتاتِ نسيمُها يزيدُ في الحياةِ[٢٥]

فالعنبر لون من ألوان العطور الفواحة، وفي دلالة كلمة (ضمخت- الفتات) ما يزيد من قوة الرائحة، فالمتكلم هنا (الشاعر) يريد أن ينشر رائحة هذا الثمر، ويسعى إلى إشعار المخاطب بقوة رائحته التي تتضوع منه.

ويستعمل الثعالبي حاسة الشم في غير موضع من أشعاره؛ ليخلع أوصاف الراوائح الطيبة على كل جميل، وبخاصة في وصف الثمار، كما في قوله يصف التفاحة منبّها مخاطبه إلى رائحتها:

يا حبذا حُسنها وريّاها وحبذا في الثّمار مجناها[٢٦]

ولا يفتأ الثعالبي يهتم بالعطر حتى في وصف الأشياء غير العطرية، وغير المشمومة، وهذا يعني أنه كان حريصا على (الوظيفة العطرية) في تحسين الأشياء التي لا يُتصوّر أنها ذات رائحة، كما في وصفه إحدى الليالي، يقول:

يا ليلةً كالمسكِ مَخبرُها وكذاكَ في التشبيه منظرها[٢٧]

ويكثر الثعالبي من ذكر (المسك) في شعره، ولهذا أثر مهم على المخاطب، إذ إن له دلالته التواصلية المهمة، فهو لا يريد أن يشعر مخاطبه بجمال يومه، ولكنه يستغل الجانب العطري؛ ليكون يومه أكثر إغراءً وإطراباً، وهو ما يكشف عن تواصل عطري بين الشاعر وذاته، وبين الشاعر ومخاطبه على نحو ما يبيّنه هذا البيت مثلاً:

أما ترى اليومَ مِسكيَّ الهواء وقد مَدّتْ يدُ الشمس في حافاتها الكِلَلا[٢٨]

وهنا نجد أن الشاعر يتواصل مع مخاطبه من خلال (إرسالية شمية)[٢٩] وهي رائحة الهواء الطيبة التي تشبه المسك، وهذه الإرسالية الشمية قد حققت الوظائف التداولية الأربع التي أشار إليها (جيوفري ليتش)[٣٠] وهو ما رصدناه في هذا البيت على النحو الآتي:

الوظيفة الأولى: الوظيفة التعبيرية، وهي التي نلمحها في التعبير عن طيب الهواء في ذلك اليوم (يوم هواؤه جميل).

الوظيفة الثانية: الوظيفة الإشارية، وهي التي تشير إلى وجود رائحة عطرية في ذلك اليوم (يوم هواؤه طيب الرائحة).

الوظيفة الثالثة: الوظيفة الوصفية، وتتجلى في استعمال اللغة لوصف الأشياء الموجودة في العالم الخارجي، كإدخال المسك –وهو شيء عطري محسوس ومشموم– باليوم الذي هو الوحدة الزمنية المكونة من نهار وليل (هذا هو اليوم، وهو يوم ذو رائحة زكية).

الوظيفة الرابعة: الوظيفة الحجاجية، حيث يستعمل الشاعر اللغة لتقديم الحجج والتفسيرات، وتقويمها، كما في لفته انتباه المخاطب؛ ليشعر بطيب هواء ذلك اليوم (اليوم جميل؛ لأنه كالمسك في هوائه العليل).

إن الشاعر العاشق، أو الشاعر الغَزِل لا يفتأ يوظّف (الإرسالية الشمية) في غمرة أوصافه التي يخلعها على معشوقته، أو محبوبته؛ ولهذا نجد كثيرا من النصوص الغزلية الواردة في الكتاب تعتمد (الجانب العطري) بوصفه قيمةً عاليةً تُمنَح للمخاطب (المعشوقة أو المحبوبة) يقول مؤلف الكتاب مثلا في وصف (ثغر) يشبهه بلمع البرق، وبأنه يشفي الغليل: (الكامل)

قد بِتُّ ألثُمُهُ وأرتشفُ المُنى مِن دُرّهِ وعقيقِه ورحيقهِ[٣١]

ومثل ذلك وصف الثنايا، والريق الذي يحاكي المدام في موضع شعري آخر على هذا النحو:

وثنايا وريقةٍ من مُدامٍ كعبيرٍ وروضةٍ من أقاحِ[٣٢]

وفي هذا البيت تظهر قيمة المكان في الخطاب التواصلي بوصفه إحدى الإشاريات المهمة التي تسعى التداولية إلى التأكيد على أهميتها[٣٣]، يضاف إلى ذلك أن الطبيعة الخاصة للمتكلم والمخاطب تشتغل أحيانا على عدد من المعايير، من بينها التنظيم المادي، والاجتماعي للمكان كما أشار إلى ذلك التداوليون[٣٤].

ويدعم التناص العطري -إن صح القول- بعض استراتيجيات التواصل بين المتكلم والمخاطب، على نحو ما يفصح عنه هذا البيت مثلا: (مخلع البسيط)

هذا غزالٌ ولا عجيبٌ تولّدُ المسكِ من غزالِ[٣٥]

فالشاعر هنا يستحضر بيت المتنبي الشهير، ويحيل عليه: (الكامل)

فإنْ تفُقِ الأنامَ وأنتَ منهم فإنَّ المسكَ بعضُ دمِ الغزالِ[٣٦]

ففي هذا البيت نجد الشاعر يستخدم استراتيجية (الإحالة التناصية) لإقناع المخاطب بصورةٍ تحيله على ما يقوي المعنى الذي يرومه، وتعد (الإحالة) هنا وسيلةً صريحةً لمضاعفة التواصل[٣٧].

لقد شهدنا في النصوص الشعرية ذات الملمح العطري الواردة في كتاب الثعالبي ما يؤكد تأثيرها في نفس المخاطب الأول (الخاص) أو المخاطب الثاني (العام) وكأنها تفوح بالشذا والعبير، وأصناف العطور، وهذا يؤكد أهمية المبادئ التداولية في هذا اللون من التواصل «ولما كانت هذه المبادئ تسمو بالتواصل العادي، فهي أولى بأن تسمو بالقول الشعري الذي يطلب في أصله الكمال والجمال»[٣٨].

التواصل العطري من خلال النثر:

ركّز بعض الأدباء القدماء في تأليفه على حاسة (الشم) بوصفها عنصرا فعّالا في تأثر الإنسان، وجذب المتلقي، ولهذا وجدنا مؤلَّفاً بعنوان (المحب والمحبوب والمشموم والمشروب)[٣٩] ساق مؤلفه في عنوانه، وفي تفاصيل أبوابه ما يدور حول الحب، وأضاف إليه كل ما له صلة، أو علاقة بالرائحة الطيبة، وفي هذا ما يبرز السّنة التواصلية لدى الكتاب في حرصهم على إثارة هذه الحاسة؛ نظرا إلى أهميتها فيمن يكتبون إليهم.

ربما كانت النصوص النثرية المبثوثة في الكتاب أكثر تواصلية من النصوص الشعرية، ومن هنا فإن المبادئ التداولية فيها تبدو أوضح وأدق، وبخاصة في الرسائل والأجوبة التي يتضح فيها أثر المرسل، والمرسل إليه في نظرية الخطاب التبادلي، سواء من جهة المقام، أو من جهة التلقي، أو من جهة المراتب التخاطبية، وهو أمر ملحوظ في نماذج هذا اللون النثري منذ القديم.

وبما أن التداولية هي: «دراسة المعنى الذي يقصده المتكلم»[٤٠] فإننا كثيرا ما نلمح في النصوص النثرية حرصا من كتّابها لإيصال المعنى المقصود من خلال (العطر) أو(مرادفاته) أو(متعلقاته) كالرائحة، والشم، والمسك، والطيب، والأرج، والنسيم، والعبير، والريح، والعَرف، والتضوّع، والفوح، والمجامر، ونحو ذلك.

إن إيصال المعنى من خلال الرائحة، ليس شرطاً بأن يكون معبرا عن العطر، أو باعثاً على الجمال، بل ربما ينقل الكاتب من خلال (العطر ومتعلقاته) توصيل معنى الفرح والاشتياق، كما في هذا النص الذي نقله الثعالبي للصاحب بن عباد في وصف كتاب (رسالة) يقول: «كتابٌ شَمَمتُه شَمَّ الوَلَد، وألصقتُه بالقلب والكبد»[٤١] ومثله أيضا هذا النص: «كتابٌ هو المسكُ ذكيّاً، والزهرُ جنيّاً»[٤٢].

فالشمُّ هنا يؤدي للمخاطب معنى مكثّفا من الفرح بالكتاب، وكثرة الشوق إليه، وقد تكفّلت الرائحة في هذا النص بتجسيد تلك الصورة، ورسم ذلك المعنى.

وقد تضطلع (الإحالة التناصية) بإيصال شبيه من هذا المعنى دون تصريح بعطر، أو رائحة، أو شم، أو نحو ذلك، كما في هذا النص مثلا: «كتابٌ هو في الحُسن روضة حَزن، بل جنة عَدن، وفي شرح النفس، وبسط الأنس، برد الأكباد والقلوب، وقميص يوسف على أجفان يعقوب»(٤٣).

فإن ذكر قميص يوسف هنا تلميح من الكاتب إلى ما فعلته رائحة يوسف بأبيه –عليهما السلام– بعد طول غياب، وهنا أدّت الرائحة أقصى غاياتها التواصلية، وهو ما تؤكده هذه الآية في سورة يوسف: ﴿اذهبوا بقميصي هذا، فألقوه على وجه أبي يأتِ بصيرا (...) ولما فصلت العير قال أبوهم إني لأجد ريح يوسف لولا أن تفندون﴾(٤٤).

وقد ذكر ابن عاشور في تفسيره بأن «وجدان يعقوب ريح يوسف –عليهما السلام– إلهام خارقٌ للعادة جعله الله بشارة له، إذ ذكّره بشمه الريح الذي ضمّخ به يوسف –عليه السلام– حين خروجه مع إخوته (...) والريح: الرائحة، وهو ما يعبق من طيب تدركه حاسة الشم»(٤٥).

وعندما أراد الثعالبي أن يوصل لمخاطبه قيمة الربيع وآثاره، اختار نصّاً جمع فيه من الجماليات الحسية والمعنوية، وكان العطر من أهمها، كما يبيّنه هذا الشاهد النثري لأحد الكتّاب البلغاء: «الربيعُ جميل الوجه، ضاحكُ السِّنِّ، رشيقُ القدِّ، حلو الشمائل، عَطر الرائحة، كريم الخلائق»(٤٦).

وقال آخر: «قد زارنا حبيب من القلوب قريب، وكله حُسن وطيب»(٤٧) وقال آخر: «تبلّج الربيع عن وجه بَهِج، وخلق غَنج، وروض أرج، وطير مزدوج»(٤٨)

وقال آخر: «مرحبا بزائر وجهه وسيم، وفضله جسيم، وريحةُ نسيم»[٤٩].

فهذه الأوصاف العطرية تحديداً تنبئ عن تواصل الإنسان مع غير الإنسان، أو تواصل العاقل مع غير العاقل، أو الحسي مع المعنوي، ولا شك في أن فرح الكاتب بهذا الربيع، ومنحه هذه الأوصاف والنعوت، هو جزء من اهتمامه بالطرف الآخر الذي يتواصل معه، ويفرح به، وإن لم يكن إنساناً مباشراً، أو شخصا معروفا، وهو كذلك جزء من نقل هذا الفرح والاهتمام إلى المخاطب الذي سيطرب لهذه الأوصاف.

ونستطيع من خلال المبدأ التداولي (قصد التعريف أو التحديد) أو (معرفة القصد)[٥٠] أن نتلمس دلالات (القصدية) في النصوص السابقة التي تصف الربيع على هذا النحو:

الوصف	مواطن القصد	سماته
قدوم الربيع وزيارته	زارنا حبيبٌ	قريب–كله حسن– طيب
بداية الربيع ومستهله	تبلّج الربيع	وجه بهج– خلق غنج– روض أرج– طير مزدوج
استقبال الربيع والترحيب به	مرحبا بزائر	وجهه وسيم– وفضله جسيم– وريحة نسيم

ويهمنا من هذه السمات ما يدلّ على العطور، والروائح الطيبة، فقد استعملها الكاتب هنا؛ لإعلان فرحه وسروره من جهة، وليلفت من خلالها انتباه المخاطب من جهة أخرى، فهو إذن ينوه إلى كونها السمة الأهم لهذا الربيع، والأكثر تعبيرا عن الفرح به والاستبشار.

وعندما يريد الكاتب أن يمنح مخاطبه قدراً عالياً من الاهتمام، والتقدير، والاحترام، فإنه لا يلبث أن يستخدم الجانب العطري بوصفه قيمةً تداوليةً يوظفها في سياق خطابه؛ ليشعر المتلقي بمكانته الأثيرة لديه، كما يوضّحه هذا

النص من كتابٍ أورده الثعالبي، يقول: «غيثُ الربيع مُتشبّه بكفّك، واعتداله مُضاهٍ لخلقك، وزهره موازٍ لبِشرك، ونسيمه منتسبٌ إلى نَشْرِك، كأنما استعار حُلله من شيمك، وأمطارَه من جودك وكرمك»(٥١).

فقد جمع المادح هنا كثيرا من الأوصاف على نسقٍ من التشبيه المقلوب الذي يلفت الانتباه، ويعطي المخاطب قدرا كبيرا ومبالغا فيه من الاعتناء والاهتمام.

وحتى عندما يستعرض الثعالبي نصاً ليبرز قيمته الجمالية، فإنه لا يفتأ يذكّرنا بالجوانب العطرية التي كان لها الأثر الأكبر في إبراز تلك القيمة، فمن ذلك إيراده شاهدا نثريا للمأمون في فصل (التفاح) يقول فيه: «اجتمع في التفاح الصفرة الدرية، والبياض الفضي، والحمرة الذهبية، يلذّه من الحواس ثلاثة: العين لحسنه، والأنف لعرفه، والفم لطعمه»(٥٢).

فقد ركّز على الجانب العطري في التفاح؛ ليزيد من قناعة المخاطب بجماليات التفاح، وأسباب إقبال الناس عليه، ولو رمنا عدّ الشواهد الشعرية والنثرية في أوصاف التفاح، لوجدنا أكثرها تنطلق من منطلق عطري في عرض جماله وقيمته.

ومن هنا نجد أن الثعالبي قد كان منساقاً إلى التفاح ورائحته، ومتأثرا به وبقيمته العطرية، ولهذا نجده في بعض رسائله الخاصة يقول: «تفاحٌ يجمعُ وصف العاشق الوَجِل، والمعشوق الخَجِل، له نسيمُ العنبر، وطعم السُّكر، رسولُ المحبِّ، وشبيهُ الحبيب»(٥٣).

ويلحظ في النص السابق أن الكاتب عندما قصد إعلاء شأن (التفاح) لجأ إلى الخاصية العطرية، فهي في نظره من أولى السمات التي يمكن لفت انتباه المخاطب إليها؛ لأنها أول ما يعبق وتفوح رائحته، وهنا يظهر تميّز الكاتب في تنظيم أفكاره التي يقنع بها مخاطبه، وترتيبها وفق سلّم حجاجي متصاعد.

إن التوسّل بخطط خطابية يفترض السعي إلى تحقيق هدف معين، لكن هذا الهدف يقوم عند البعض على الرغبة في إثبات صحة الموقف الذي يتبناه المتكلم، وفي دحض الموقف المخالف ونسفه، أو تصحيحه، على أن التفاعل الخطابي في جميع الحالات لا يخرج من أحكام القيمة، فالمتكلم هنا مثلا -في وصف رائحة التفاح- يدافع عن وجهة نظر معينة؛ لأنها عنده أكثر قيمة، وأقرب إلى المنطق والأعراف السائدة التي يراها مقنعة، أو أكثر إقناعا(٥٤).

إن الكاتب إذا أراد أن يعلي من قيمة مخاطبه فإنه يبحث عن القيمة الأعلى التي يرى ملامستها لواقعه، وتحقيقها للمنطق المألوف لديه، ولعل (القيمة العطرية) تشكّل خطّةً رفيعةً من شأنها جرّ المخاطب، وسحبه إلى أن يميل معها، ففيها استمالة من طرف خفي، وفيها إثارة لحواسه، وهذا هو الأهم، فالإنسان عادةً يطرب لما يراه، أو لما يسمعه، أو لما يشمه.

ويُعّدُّ (قلب التشبيه) الذي يستعمله بعض الكتّاب في إظهار القيمة العطرية لوناً من الحجج التي تخدم نتيجة معيّنة، ولئن عُرِف الخطاب عند أكثر التداوليين والحجاجيين بأنه «مجموعة من الحجج والنتائج التي تقوم بينها أنماط مختلفة من العلائق»(٥٥) فإننا شهدنا بعض كتّاب الرسالة ممن يستشهد الثعالبي ببعض نصوصهم يركّزون على رائحة التفاح بوصفها مظهرا يعلي من مكانة المخاطب عندهم؛ لذلك يستخدم بعضهم (التشبيه المقلوب) في تركيزه على الجانب العطري؛ لأنه يريد إعلام المتلقي بجميل رائحته التي جعلت المرسل يشير إليها، ويتوقف عندها، فمن ذلك ما أورده الثعالبي من رسالة إلى بعض الظرفاء، وقد أهدى إليه الكاتب تفاحةً، فكتب معها: «قد بعثتُ بتفاحةٍ تحكي بحمرتها وَجنتَك، وبرائحتها رائحتَك، وبعذوبتها عذوبتك، وبملاحتها غرّتك»(٥٦).

إننا عندما نتأمل خطاب الثعالبي حول التفاح، أو غيره من الثمار العطرية، نراه يركّز كثيرا على ذكر رائحتها، ويؤكد لنا حرص الكتّاب على أن يجعلوا من هذه الرائحة قيمة تداولية مهمة في تواصلهم مع الآخرين؛ لأنها أدعى للتأثر، وتحريك العواطف، وإثارة الحواس.

الخاتمة:

وبعد، فلم تكن النصوص الشعرية والنثرية التي أوردها الثعالبي في كتابه (من غاب عنه المطرب) نصوصاً عابرة، وإنما كانت منتقاةً وفقا لخطة كتابية تضع المخاطب ضمن اهتمامها المباشر، فضلا عن ترتيبها وتبويبها الذي اعتمده الثعالبي في مقدمته، وكانت تلك النصوص المتنوعة مثيرة للانتباه، والعواطف، والحواس، وبخاصة من الجهة العطرية التي أصبحت سمةً بارزة في نصوص هذا الكتاب.

ولأن من أهداف التداولية «بيان أسباب أفضلية التواصل غير المباشر، وغير الحرفي على التواصل الحرفي المباشر»[٥٧] فقد وجدنا في التواصل العطري ضمن الخطاب الأدبي مسلكاً من مسالك الأفضلية، إذ لم نسلط الضوء على التواصل بمعناه الحرفي المباشر، ولكن حاولنا الاهتمام بمظهر من مظاهره، أو شكل من أشكاله البارزة التي تستحق أن يلتفت إليها.

ولقد كان للجانب العطري قيمته التداولية التي وظفها الشعراء والكتاب في خطابهم الأدبي، فتوسلوا به إما إظهاراً لقيمته في حدّ ذاته، أو لإبراز مكانة المخاطب، وإعلان أهميته، من خلال التركيز على الإرسالية الشمية ومتعلقاتها، فكانت الروائح الندية والزكية أظهر أشكال الاستدلال التي استعملها الكاتب في تواصله، وهي مهمة التداولية الأساسية «أن تصف بواسطة مبادئ غير لسانية عمليات الاستدلال الضرورية للوصول إلى المعنى الذي يبلغه القول»[٥٨].

وقد أعطى هذا البحث في مجمله تصوراً تداولياً حول مؤلفات الثعالبي من خلال هذا الأنموذج تحديداً (من غاب عنه المطرب) وبالأخص عن طريق التواصل بكيفيات أخرى، ومنزلة التواصل العطري من هذه الكيفيات، فكان التعريف بالكتاب، وبهذا النوع من التواصل تمهيدا للدراسة، ثم قام البحث في أصله على مطلبين، حاول أولهما مقاربة التواصل العطري من خلال الشعر، وتوقف ثانيهما عند مسألة التواصل العطري من خلال النثر، ثم خاتمة البحث، فقائمة بمصادره ومراجعه.

وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن إجمالها على النحو الآتي:

أ- إن الثعالبي لم يكن جمّاعا للنصوص الشعرية والنثرية في كتابه فحسب، وإنما كان يسلط الضوء على ما يثير الانتباه، ويلفت الأنظار، وبخاصة ما يثير الحواس البصرية، والسمعية، والشمّية، وكان عنوان كتابه هذا باعثاً على التشويق، وتحريك العواطف، والحواس.

ب- لحرص الكتاب على (الإرسالية الشمية) أو التواصل العطري، فإن مؤلفه يدعّمه أحيانا بنصوص أدبية من شعره ونثره، تؤيد مذهبه، وتوضح مسلكه، وتبيّن خطته الخطابية في التأثير بالمخاطب، وقصد التأثير فيه.

ج- يعد التواصل العطري الذي رأيناه في هذا الكتاب ملمحا مهما من الملامح التي تكاد تغيب عن الدراسات التداولية الإشارية، لذلك نهضت هذه الدراسة بإسهام متواضع لمقاربة هذه الظاهرة.

ويمكن ختم هذه الدراسة ببعض التوصيات التي يرى الباحث فيها أهمية للدارسين في الحقل التداولي عموما، فمن ذلك:

أ- لا بد من التنقيب في كتب التراث العربي، وفي كتب المختارات الأدبية، من

حيث الخطة التي يعقدها المؤلف في تأليف مركِّزاً على المخاطب بوصفه طرفا مهما في المنظومة التواصلية الثلاثية.

ب- البحث في الخطابات الأدبية عن مسالك تداولية غير لغوية من خلال إثارة الحواس الأخرى لدى المتلقين، على سبيل المثال (الأصوات) بوصفها قيمة تداولية تؤدي إلى الطرب أحيانا، وربما السأم، أو الانزعاج، أو نحو ذلك.

ج- بذل المزيد من الاهتمام بالوسائل التداولية المتنوعة التي من شأنها أن تنهض بقاعدة (لكل مقام مقال) وتنميتها إلى قاعدة أخرى، وهي (لكل مقام عطر).

وأخيراً فإن هذه الدراسة المتواضعة وإن لم تكن معمقة في صلب التحليل التداولي، غير أنها حاولت إثارة ما يمكن إثارته، وفتحت باباً على تضافر النصوص، وتعاونها في خدمة العملية التواصلية، وإسهامها في التقريب بين اللغوي وغير اللغوي، والتأليف بين الحواس السمعية والبصرية التي أخذت تصب أهدافها التداولية في خدمة الحاسة الشمية، حتى لقد أصبح المخاطب لا يطرب لما يبصره، أو يسمعه، وإنما أخذ ينتشي، وتتوق نفسه إلى ما يشمه أيضا، وهذا يعني أن قيمة المشموم في عملية التواصل ذات أثر كبير.

الهوامش والتعليقات:

(١) ينظر: وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، ابن خلكان، ج/٣، ص١٨٠.
(٢) ينظر: يتيمة الدهر في محاسن أهل العصر، أبو منصور الثعالبي.
(٣) ينظر: مؤلفات الثعالبي المطبوعة، والمخطوطة، والمفقودة، والمنسوبة إليه ضِلَّةً، د. محمد جبّار المعيبد، وهلال ناجي، ص٣٧.
(٤) له ديوان شعر، ينظر: ديوان الثعالبي، دراسة وتحقيق: د. محمود عبد الله الجادر.
وله أيضا اهتمام بالغ بالنثر إلى درجة تأليفه كتابا في تحويل المنظوم إلى منثور. ينظر: نثر النظم وحل العقد، الثعالبي.
(٥) دمية القصر وعصرة أهل العصر، الباخرزي، تحقيق ودراسة: د. محمد التونجي، ج/٢، ص٩٦٦.
(٦) من غاب عنه المطرب، أبو منصور الثعالبي، تحقيق: د. النبوي عبد الواحد شعلان، ص٣.
(٧) من غاب عنه المطرب، أبو منصور الثعالبي، ص٤.
(٨) نفسه، ص٤.
(٩) مؤلفات الثعالبي المطبوعة، والمخطوطة، والمفقودة، والمنسوبة إليه ضِلَّةً، د. محمد جبّار المعيبد، وهلال ناجي، ص١٠٣ – ١٠٧.
(١٠) ينظر: التداولية وتحليل الخطاب، جميل حمداوي، ص٩.
(١١)المقاربة التداولية للأدب، إلفي بولان، ترجمة: محمد تنفو، ص١٩.
(١٢) ينظر: التواصل بكيفية أخرى، طوماس دوفير، ترجمة: نور الدين رايص، ص٦.
(١٣) ينظر: التواصل بكيفية أخرى، طوماس دوفير، ص٩.
(١٤) سورة المطففين، آية ٢٦.
(١٥) صحيح البخاري، موسوعة الحديث الشريف، رقم الحديث: ٦٥٧٩، ص٥٥١.
(١٦) الطب النبوي، ابن قيم الجوزية، تعليق وتصحيح ومراجعة وتخريج: عبد الغني عبد الخالق، ص٢٦٠.
(١٧) قضايا الشعرية، رومان ياكبسون، ترجمة: محمد الولي، ص٢٨.
(١٨) من غاب عنه المطرب، أبو منصور الثعالبي، ص٨.
(١٩) للتعرف على مفهوم الإشاريات وبعض أصنافها، ينظر: التداولية، أصولها، واتجاهاتها، جواد ختام، ص٧٦ – ٧٨.

(٢٠) نفسه، ص٣٠.
(٢١) ينظر: في التداولية المعاصرة والتواصل، فصول مختارة، مولز، وآخرون، ترجمة: د. محمد نظيف، ص٢٠.
(٢٢) من غاب عنه المطرب، أبو منصور الثعالبي، ص٦٤.
(٢٣) ينظر: مبادئ التداولية، جيوفري ليتش، ترجمة: عبد القادر قنيني، ص٥٢.
(٢٤) ينظر: مبادئ التداولية، جيوفري ليتش، ص٥٢.
(٢٥) من غاب عنه المطرب، أبو منصور الثعالبي، ص٧٣.
(٢٦) نفسه، ص٧٦.
(٢٧) نفسه، ص٩٢.
(٢٨) نفسه، ص١٠٦.
ومثل ذلك ما أورده الثعالبي لابن طباطبا في قوله يصف يوما ممطر: «ريحانه وقفٌ على لثم وشم...» فأكدت إرسالية الشم هنا قصد الشاعر إلى التأثير بالمخاطب. نفسه، ص١١٠.
(٢٩) ينظر: في التداولية المعاصرة والتواصل، فصول مختارة، مولز، وآخرون، ص٢٠.
(٣٠) ينظر: مبادئ التداولية، جيوفري ليتش، ص٦٩.
(٣١) من غاب عنه المطرب، أبو منصور الثعالبي، ص١٣٩.
(٣٢) نفسه، ص١٣٧.
(٣٣) ينظر: التداولية، أصولها، واتجاهاتها، جواد ختام، ص٨١.
(٣٤) ينظر: في التداولية المعاصرة والتواصل، فصول مختارة، مولز، وآخرون، ص٥٣.
(٣٥) نفسه، ص١٥٩.
(٣٦) شرح ديوان المتنبي، وضعه: عبد الرحمن البرقوقي، ج٣، ص١٥١.
(٣٧) ينظر: مدخل إلى التناص، ناتالي بييقي غروس، ترجمة: عبد الحميد بورايو، ص٦٤.
(٣٨) التداولية والشعر، قراءة في شعر المديح في العصر العباسي، د. عبد الله بيرم، ص٨٢.
(٣٩) ينظر: المحب والمحبوب والمشموم والمشروب، السري الرفاء، تحقيق: مصباح غلاونجي.
(٤٠) التداولية، جورج يول، ترجمة: د. قصي العتابي، ص١٦.
(٤١) من غاب عنه المطرب، أبو منصور الثعالبي، ص١٦.
(٤٢) نفسه، ص١٧.
(٤٣) نفسه، ص١٧.
(٤٤) سورة يوسف، آية: ٩٣، ٩٤.

(٤٥) تفسير التحرير والتنوير، ابن عاشور، د.ط، ج١٣، ص٥٢.
(٤٦) من غاب عنه المطرب، أبو منصور الثعالبي، ص٢٣.
(٤٧) نفسه، ص٢٤.
(٤٨) نفسه، ص٢٤.
(٤٩) نفسه، ص٢٤.
(٥٠) التداولية، جورج يول، ص٤٢.
(٥١) من غاب عنه المطرب، أبو منصور الثعالبي، ص٣٢.
(٥٢) نفسه، ص٧٣.
(٥٣) نفسه، ص٧٥.
(٥٤) ينظر: البعد التداولي والحجاجي في الخطاب القرآني، د. قدور عمران، ص٩.
(٥٥) حوار حول الحجاج، د. أبو بكر العزاوي، ص٣٧.
(٥٦) من غاب عنه المطرب، أبو منصور الثعالبي، ص٧٥.
(٥٧) التداولية بين النظرية والتطبيق، أحمد كنون، ص٣٢.
(٥٨) القاموس الموسوعي للتداولية، جاك موشلر، وآن ريبول، ترجمة: مجموعة من الأساتذة والباحثين بإشراف: عز الدين المجدوب، ص٢٦.

المصادر والمراجع

أولا: المصادر:

- الباخرزي، علي بن الحسن، دمية القصر وعصرة أهل العصر، علي بن الحسن بن علي الباخرزي، ط/١، تحقيق ودراسة: د. محمد التونجي، دار الجيل، بيروت، ١٤١٤هـ/١٩٩٣م، ج/٢.
- ابن خلكان، أحمد بن محمد، وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، د.ط، تحقيق: د. إحسان عباس، دار صادر، بيروت، د.ت، ج/٣.
- الثعالبي، عبد الملك بن محمد،
  - ديوان شعر، ط/١، دراسة وتحقيق: د. محمود عبد الله الجادر، دار الشؤون الثقافية العامة، العراق- بغداد، ١٩٩٠.
  - من غاب عنه المطرب، ط/١، تحقيق: د. النبوي عبد الواحد شعلان، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، ١٤٠٥هـ/١٩٨٤م.
  - نثر النظم وحل العقد، د.ط، دار الرائد العربي، بيروت – لبنان، ١٤٣٠هـ/١٩٨٣م.
  - يتيمة الدهر في محاسن أهل العصر، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، ط/١، دار الطلائع.
- جبّار المعيبد، محمد- ناجي، هلال، مؤلفات الثعالبي المطبوعة، والمخطوطة، والمفقودة، والمنسوبة إليه ضِلَّةً، ط/١، مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، ١٤٣٠هـ/٢٠٠٩م.

ثانيا: المراجع:

- ابن عاشور، تفسير التحرير والتنوير، د.ط، الدار التونسية للنشر، تونس، ١٩٨٤م، ج١٣.
- ابن قيم الجوزية، الطب النبوي، تعليق وتصحيح ومراجعة وتخريج: عبد الغني عبد الخالق، وآخرون، د.ط، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، د.ت.
- البرقوقي، عبد الرحمن، شرح ديوان المتنبي، د.ط، دار الكتاب العربي، بيروت، لبنان، ١٤٠٠هـ/١٩٨٠م، ج٣.

- بيرم، عبد الله، التداولية والشعر، قراءة في شعر المديح في العصر العباسي، ط/١، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمّان، الأردن، ٢٠١٤م.
- بييقي غروس، ناتالي، مدخل إلى التناص، ترجمة: عبد الحميد بورايو، د.ط، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، ١٤٣٣هـ.
- ختام، جواد، التداولية، أصولها، واتجاهاتها، ط/١، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمّان، ١٤٣٧هـ/٢٠١٦م.
- الرفاء، السري، المحب والمحبوب والمشموم والمشروب، تحقيق: مصباح غلاونجي، د.ط، مطبوعات مجمع اللغة العربية بدمشق، ١٤٠٧هـ/١٩٨٦م.
- العزاوي، أبو بكر، حوار حول الحجاج، ط/١، الأحمدية للنشر، الدار البيضاء، المغرب، ٢٠١٠م.
- عمران، قدور، البعد التداولي والحجاجي في الخطاب القرآني، ط/١، عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، ٢٠١٢م.
- كنون، أحمد، التداولية بين النظرية والتطبيق، ط/١، دار النابغة للنشر والتوزيع، مصر، ١٤٣٦هـ/٢٠١٥م.
- ليتش، جيوفري، مبادئ التداولية، ترجمة: عبد القادر قنيني، د.ط، أفريقيا الشرق، الدار البيضاء، المغرب، ٢٠١٣م.
- مجموعة، صحيح البخاري، موسوعة الحديث الشريف، ط/١، دار السلام للنشر والتوزيع، الرياض، ١٤٢٠هـ/١٩٩٩م.
- موشلر، جاك، ريبول، آن، القاموس الموسوعي للتداولية، ترجمة: مجموعة من الأساتذة والباحثين بإشراف: عز الدين المجدوب، د.ط، المركز الوطني للترجمة بالتعاون مع وزارة الثقافة والمحافظة على التراث، ودار سيناترا، ، تونس، ٢٠١٠م.
- ياكبسون، رومان، قضايا الشعرية، ترجمة: محمد الولي، ومبارك حنون، ط/١، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، المغرب، ١٩٨٨م.
- يول، جورج، التداولية، ترجمة: د. قصي العتابي، ط/١، الدار العربية للعلوم ناشرون، بالتعاون مع دار الأمان، بيروت، الرباط، ١٤٣١هـ/٢٠١٠م.