

## تَدَاوِلِيَّةُ الإِشْهَارِ فِي النِّقْدِ العَرَبِيِّ الحَدِيثِ

م.م. علي حسين انشيش  
جامعة المثنى /كلية التربية للعلوم الإنسانية/قسم اللغة العربية  
[alihussein@.mu.edu.iq](mailto:alihussein@.mu.edu.iq)

أ.د. محمد فليح حسن الجبوري  
جامعة المثنى /كلية التربية للعلوم الإنسانية/قسم اللغة العربية  
[Kmf19682005@mu.edu.iq](mailto:Kmf19682005@mu.edu.iq)

## The Pragmatics of Advertising in Modern Arabic Literature

**Assis. Teacher Ali Hussein Enshinch**  
Muthanna University/Faculty of Education for Humanities/Arabic  
Language Department

**Prop. Dr. Mohammed Faleh al-Jubouri**  
Muthanna University-Faculty of Education for Humanities/Arabic  
Language Department

## الملخص:

## Abstract:

examining the interplanetary fields that have emerged with postmodernist modes Research on the term "publicity" and its presence in parliamentary studies in modern Arab criticism, Interculturalism is about the study of language in usage, and this use tends to match the visions that bring language down from its kingdom to incorporate it into the current discourse. Functional use related to the communicative context, by focusing on verbal acts, of which publicity is an important means.

**Keywords:** publicity, circulation, speech, criticism

يندرج هذا البحث في سياق الدراسات التي تدرس الحقول البينية التي ظهرت بمواضع ما بعد الحداثة، إذ تناول البحث مصطلح الإشهار وحضوره في الدراسات التداولية في النقد العربي الحديث، فالتداولية تتعلق بدراسة اللغة في الاستعمال، وهذا الاستعمال يميل إلى التماهي مع الرؤى التي تنزل اللغة من مملكتها لتدمجها في الخطاب الراهن، والاستعمال الوظيفي المرتبط بالسياق التواصلية، عن طريق التركيز على الأفعال الكلامية التي يمثل الإشهار أحد وسائلها المهمة، فالدراسة تدرج في ضوء نقد النقد.

**الكلمات المفتاحية:** إشهار ، تداولية ، خطاب ، نقد.

## المقدمة:

تعالج هذه الورقة البحثية قضية مبنوثة في النقد العربي الحديث ، هي دراسة الإشهار وحضوره في الدراسات التداولية في النقد العربي الحديث، إذ وجدنا في النقد العربي من درس هذا الحقل البيني في فضاء الدرس النقدي العربي ، وهذه الدراسة قراءة على قراءة، أي أن الباحث يدرس الجهود النقدية في ضوء نقد النقد لبيان المناطق المضنية والمعتمة .

## توطئة: في التداولية:

تتعدد المقاربات النقدية، وتختلف تياراتها حتى يجد القارئ نفسه وسط خليط هائل، تحتم إرادة أدبية متكئة على ثقافة عميقة لهذا المقاربات التي تسأل بالندرج، لتجتاح مختلف الأوساط الثقافية العالمية، من هذه المقاربات: المقاربة التداولية التي لم تكن في بداية الأمر بذلك الوضوح، فقد كانت محلاً لمساحات معرفية تنتمي لحقول مختلفة وعقول شتى، كالسيكولوجيين، والفلاسفة، والبلاغيين، والمناطقية، وفيما يخص المستوى التحليلي، فهي تتشعب لتشمل كل الجوانب اللغوية<sup>(1)</sup>، ولعل المقاربة التداولية واحدة من أهم المقاربات اللسانية التي حققت قفزات معرفية في

تجاوزها للمفاهيم اللسانية التقليدية فقد (( تجاوزت اللسانيات التداولية المفاهيم اللسانية التقليدية مثل: الوحدة العضوية، والصرفية، والتركيبية، والجملة (...)) وهي من المفاهيم التي كانت سائدة في الفترة الممتدة بين سوسير وتشومسكي في اللسانيات البنوية الوصفية؛ بمعنى أنها تعدت دراسة اللغة كنظام لساني إلى دراسة أفعال الكلام، وأشكال الإقناع والتأكيد على اللفظ، والكلام لتشمل شروط تحقيق الخطاب الإقناعي وتحليله ((<sup>(1)</sup>) ، فالسبق الزمني للمفاهيم والمناهج ليس معياراً صالحاً لديمومتها، وهذا ما حصل فعلاً مع التداولية التي تجاوزت لسانيات سوسير، وتشومسكي وما بينهما، فقد حلّ محلها التأكيد على الإقناع من طريق دراسة أفعال اللغة .

ما يميز المشهد التداولي وما تقوم به من مهام تجعلها تصوغ رؤى مثمرة للمتلقي، فبعد الرحلة المعرفية التي قطعها التداولية الممتدة من خمسينات القرن العشرين حتى هذا العصر نُعتت في وقتها بأشدّ النعوت، أهمها سلّة المهملات حتى استقرت بوصفها منهجاً نقدياً مهماً في الساحة المعرفية، فالرؤى والأفكار تجعلها ذات قيمة معرفية كبيرة ولعل أهميتها تكمن في قدرتها على مدّ جسور التواصل والتواشج بين العلوم الإنسانية فيما يتعلق باللغة والتواصل والإدراك، وكذلك دراسة الأثر المتولد من عناصر التخاطب من جانب تأثيرها على المقولات اللغوية ومن جانب تفسيرها وتأويلها<sup>(2)</sup>، أما منابع التداولية فقد اهتدى الوعي النقدي إلى مرجعيات هذه المقاربة، ويمكن تحديد منابع التداولية فيما يأتي<sup>(3)</sup>:

- المنبع الأول: منبع فلسفي منطقي، عُرِفَت بداياته الأولى مع مؤسسين مباشرين أمثال: "بيرس وموريس" وغير مباشرين أمثال فريج "فيتغنشتاين" إضافة إلى مؤسسين مجددين أمثال كارناب وغيره .

- المنبع الثاني: منبع فلسفي - أيضاً - ارتبط بالفلسفة التحليلية، خاصة داخل ما اصطلح على تسميته بفلسفة اللغة العادية، ويمثّل هذا التيار الفلسفي "أوستن" من خلال نظرية أفعال اللغة .

- المنبع الثالث: منبع لساني أسس له اللساني الفرنسي "بينفيسيت" داخل ما عرف بلسانيات التلقظ ، ومن بعده "ديكرو وأنسكومبر" اللذين طورا هذا الاتجاه .

وهذه الإرهاصات الأولى نجدها كذلك في مناقشات " أوستن" ( 1950) وكذلك في محاضرات "بول كرايس" ( 1967)، وهذه المحاضرات لم تسمح بإحداث تقدّم في مستوى معرفتنا باللغات الطبيعية فقط، بل أحدثت تغييراً امتدّ إلى هندسة اللسانيات . إن الحديث عن تعريف للتداولية لم يكن بالأمر الطارئ على الساحة المعرفية، فهناك جملة من التعريفات التي تفاعل معها الوعي النقدي وأعطت للجدل حول التداولية بُعداً كبيراً، فقد استحوذت بعض آراء النقاد وحصلت على تفاعل غير مسبوق، لكن البحث سيقف في البداية عند تصوّر راند التداولية (أوستن) الذي يرى بأنها جزء أعمّ من دراسة التعامل اللغوي من حيث هي جزء من التعامل الاجتماعي، وبهذا المفهوم ينتقل باللغة من مستواها اللغوي إلى مستوى آخر هو المستوى الاجتماعي في نطاق عملية التأثير والتأثر<sup>(4)</sup>، أما "فيليب بلاشيه" فيرى بأنها (( دراسة للغة

بوصفها ظاهرة خطابية، وتواصلية، واجتماعية في الوقت نفسه))<sup>(٦)</sup>، فالمنطق التداولي يعامل اللغة بوصفها قضية تواصلية وذات أبعاد اجتماعية، وهذه المزايا تعطيها قيمة كبيرة حسب تصور بلاشيه .

إنّ العلاقة بين التداوليّة والأدب تبدو للوهلة الأولى علاقة متناقضة؛ إذ يتعارض الاثنان في الارتباط المعرفي، فالتداوليّة ترتبط (( بتحليل اللغة العادية المتعلقة في المجال المنطقي والعقلي للحياة اليومية، في المقابل يستخدم الأدب خطاباً تخييلياً يرجع إلى مجال اللامعقول ومجال الحياة المتخيلة ))<sup>(٧)</sup>، فاللغة التداوليّة هي لغة تحاول مسaire القضايا المنطقية، والتركيز على الحياة اليومية بتفاصيلها الكثيرة، أما الأدب فيتعلّق كثيراً بالاستيهامات الرمزية والتخيّلات، واللغة الأدبيّة تحاول إبعاد المدّ التداولي عن طريقها، فتبدو وكأنها تعمل على تجريد اللغة من بعدها التداولي، أو بعدها السياقي<sup>(٨)</sup>. أمّا موطن الاشتراك بين التداوليّة والأدب فهو (( استعمال العلامة واللغة بوصفهما وسيطاً للتواصل والتفاعل ))<sup>(٩)</sup>، فكلا المفهومين قد اعتمد على وسائل معينة، خاصّة العلامة واللغة بوصفها وسائط صالحة لتحقيق التواصل .

إنّ حضور البعد التداولي وفعاليتها في الدراسات اللغويّة والأدبيّة قد أحاط النظريّة التداوليّة بهالة من الاحتفاء، والتتبّع لمسارها المعرفي والنقدي؛ كونها معنيّة بدراسة الظواهر ((الأدبيّة والثقافية والفنية والجمالية في ضوء اللسانيّات التداوليّة، ويعني هذا أنّ المُقارَبة التداوليّة تدرس النصّ أو الخطاب الأدبي في علاقته بالسياق التواصلّي، والتركيز على أفعال الكلام واستكشاف العلامات المنطقية الحجاجية ))<sup>(١٠)</sup>، ويمكن أن نفهم ممّا تقدّم أنّ القصديّة والوظيفة كانتا محور الاهتمام عند التداوليين، فقد تغاضت بعض المناهج عن مناطق معرفيّة لها راهنيتها في الساحة النقديّة، فجاءت التداوليّة لتشير بعض المناطق وتسد بعض الثغرات .

إنّ الخطاب الأدبي ليس مجرد (( خطاب لتبادل الأخبار، والأقوال، والأحداث بل يهدف إلى تغيير وضع المُتلق عبر مجموعة من الأقوال والأفعال الإنجازيّة، وتغيير نظام معتقداته أو تغيير موقفه السلوكي من خلال ثنائية أفعال ولا تفعل ))<sup>(١١)</sup>، وهذا يدلّ على أنّ الخطابات الأدبيّة على وفق متبنيات الطرح التداولي تتجاوز كونها أفعالاً كلاميّة تتعدّى الملفوظ، لترسي في سواحل الأفعال الإنجازيّة، بل يتعدّى الأمر هذه الأشياء الشكلية، ليصل حدود تغيير القناعات وتبديل المواقف السلوكية أحياناً .

### المطلب الأول: علاقة الإشهار بالتداوليّة:

أولى الباحثون المحدثون اهتماماً كبيراً في عملية التفاعل اللغوي مع المحيط الاجتماعي، ومدى التفاعل بين أقطاب العمليّة التواصليّة، وكل ما نتحدّث عنه حدث ضمن تيار جديد تحت مسمى التداوليّة التي (( أخذت منحاً جديداً في دراسة اللغة، وهو التركيز على كيفية نجاح عمليّة التواصل

والتفاهم بين البشر وذلك من خلال اللغة المنطوقة وغير المنطوقة ((<sup>(11)</sup>) إذ انزاحت تمامًا عن دراسة اللغة في مفاهيمها القديمة، وجل الاهتمام انصبَّ على مدى تفعيل عملية التواصل ونجاحها، فالبناء اللغوي الخطي كان مرحلة عابرة؛ لأنَّ المستهدف هو الاستعمال ضمن الأطر التي تكون بتماسٍ مباشرٍ مع المتكلم والمُتلقي، فهي (( تنظر للغة في إطارها السياقي الاجتماعي، وما يتعلّق بالمواقف التواصلية المختلفة التي تجعل من اللغة وظيفية في أثناء ممارستها من قبل الإنسان في حياته اليومية، فالندائوية تتحقّق في الخطاب المستعمل الذي ينتقل من الصورة اللغوية إلى الحالة الأدائية الفعلية التفاعلية والممارسة الواقعية للغة ))(<sup>(12)</sup>) ، فالندائوية تتعلّق بدراسة اللغة في الاستعمال، وهذا الاستعمال يميل إلى التماهي مع الرؤى التي تنزل اللغة من مملكتها لتدمجها في الخطاب الراهن، والاستعمال الوظيفي المرتبط بالسياق التواصلية، بإمكانية تحقيق الندائوية هو في الخطاب المستعمل الذي ينتقل من النمط اللغوي إلى العزم التفاعلي والممارسة الأدائية .

أما الخطاب الإشهاري فهو -كما معروف لدى الباحثين- فعل من أفعال اللغة، الذي هو في الأصل كان خطاباً تواصلياً بامتياز، وبلحاظ سياقاته اللغوية المتنوّعة نجده يستهدف المُتلقي، ويحاول بثّنى الطرق اقناع المُتلقي بالمعروض، وقد يكون هذا المعروض مغطّى بأساليب التعمية والتدليس، فالعلاقة وطيدة، والأهمية قصوى للدراسات الندائوية في الخطاب الإشهاري عن طريق استغلال السياقات المعرفية، والعاطفية للمجتمعات المستهدفة .

### المطلب الثاني: الأفعال الكلامية:

تعدّ الأفعال الكلامية دعامةً مهمةً من دعامات الندائوية، وهذه الحقيقة تُحيلنا إلى دراسة الرابط بينها وبين الإشهار، بوصفها ظاهرة سجّلت حضورها في النقد العربي الحديث المتعلّق بالخطاب الإشهاري، بوصف الأفعال الكلامية أحد أسس الندائوية، والأخيرة تُوصف بأنها من نتاج الفلسفة النفعية (البراغماتية)، كذلك ظهرت تمثّلاتها في النتاج النقدي العربي، وخاصّة نظرية الأفعال الكلامية التي أصبحت نواة مركزية للكثير من الاشتغالات الندائوية التي تتلخّص؛ في كون كلّ ملفوظ ينهض على نظامٍ شكليّ دلاليّ إنجازيّ، وفضلاً عن ذلك تعدّ نشاطاً مادياً نحوياً يتوسّل أفعالاً قولية لتحقيق أغراض إنجازية، وغايات تأثيرية، وهذه الأفعال تسعى إلى ((ضبط العملية التلقظية من حيث هي فعلٌ تواصلِيّ يتحقّق في موقف سياقي، في الفضاء الثقافي الاجتماعي))(<sup>(13)</sup>) ، فغاية الأفعال الكلامية ترويض العملية التلقظية، وتدويرها في المواقف التواصلية المتعلقة بالسياق. إنَّ الفعل الكلامي هو (( كلّ ملفوظ ينهض على نظامٍ شكلي، دلالي، إنجازي . وفضلاً عن ذلك يعدّ نشاطاً مادياً نحوياً يتوسّل أفعالاً قولية لتحقيق أغراض إنجازية (كالطلب، والأمر، والوعد والوعد)، وغايات تأثيرية تخصّ ردود أفعال المُتلقي (كالرفض والقبول)، ومن ثم فهو فعل يطمح إلى أن يكون فعلاً تأثيرياً، أي يطمح إلى أن يكون ذا تأثير على المخاطب، اجتماعياً أو مؤسساتياً ومن ثم إنجاز شيء ما ))(<sup>(14)</sup>) ، فالفعل الكلامي هو كلّ لفظٍ يتحقّق عن طريق أفعالٍ تأخذ أشكالاً قولية، ليتم في النهاية الوصول إلى أغراض إنجازية، وغايات تأثيرية تتغيا متابعه ردود فعل المُتلقي .

### المطلب الثالث: آليات الأفعال الكلامية في الإشهار:

يرى البحث أنّ ثمة آليات تداولية يوظفها الإشهار، لإظهار البعد التداولي، وهذه الآليات كثيرة إلا أنّ البحث سيقف على الآليات التداولية التي تحقق الغايات التواصلية للإشهار، فآليات الأفعال الكلامية في الإشهار هي:

**الفعل اللفظي (فعل القول):** يُراد بهذا النوع من الأفعال التلقظ بقول ما، استناداً إلى جملة من القواعد الصوتية، والتركيبية التي تحبذ استعمال اللغة<sup>(١٥)</sup>، وحتّى تتمّ العمليّة اللفظية يتمّ إصدار أصوات تتماهى فيما بينها طبقاً لنظام التراكيب، والدلالة، ممّا يجعل هذا القسم من الأفعال يتكوّن من فعلٍ تصويطي، وفعلٍ تألفي، وفعلٍ إحالي<sup>(١٦)</sup>.

**الفعل الإنجازي:** هو القصدية المرادة التي يتغيّرها المتكلّم من فعل القول، كالوعد، والأمر، والاستفهام، والتحذير وقد اقترح "أوستن" نمذجة لهذه الأفعال موزّعة بين خمسة طبقات<sup>(١٧)</sup>، وهذا النوع من الأفعال يرتبط بالمقام التواصلية الذي يكون بُرة للتلقظ، فنجد أنّ المتكلّم عندما يحاول إصدار ملفوظ معين مع القيام بفعل كلامي فإنّه (( منجز لفعل ما، كأن يعد، أو يستفسر، أو يوقع أمراً ما، فحين التلقظ ب: أنت طالق، مثلاً في ظروف معينة، إضافة إلى قيامه بفعل يكون قد حقّق إنجازاً وهو الانفصال عن زوجته، بمعنى إته يتضمن قوة إنجازية ))<sup>(١٨)</sup>، فالإنجازية مرحلة تالية لفعل القول لا تغادر منظومة الارتباط بالسياق.

**الفعل التأثري:** هو الأثر الناتج من مُجمل الفعل الكلامي، ومجموع العمليّة التخاطبية، وهذا الأثر يترك بصمات واضحة عند المُتلقيّ فهو يتسبّب في (( نشوء آثار في المشاعر والفكر، ومن أمثلة تلك الآثار: الاقتناع، التحليل، الإرشاد ))<sup>(١٩)</sup>، فالمُتلقيّ يكون عرضة لهذا التيار الفعلي الذي قد يسبب تصدّعات في الفكر والمشاعر. إنّ العلاقة بين الأنواع الثلاثة تحتاج إلى شيء من الإيضاح، وهذا لا يتحقّق على مستوى التأسيس النظري فقط، بل يحتاج إلى شيء من الممارسة التطبيقية، حتّى لو كان المراسم التطبيقي بمثالٍ واحدٍ، فهو يؤديّ الغرض، ولعلّ أيسر الأمثلة التي يقدمها الباحث جملة ( لا تسرق وطنك ) فهذه الجملة تتضمّن فعلاً قولياً ضمن اشتراطات ومحدّدات اللغة العربية، وما تخضع له من ضوابط في شتى مجالاتها التركيبية والدلالية والصوتية، أمّا الإنجاز فهو المعنى الذي يكشف عنه الملفوظ، وكلّ هذا يدور في تحذير أحدهم من مغبة الوقوع في سرقة الوطن، وفيما يتعلّق بفعل التأثير فهو ما يخلفه فعل القول، ويدفعه للاستجابة فهي تلفت انتباه المُتلقيّ، الذي ينقسمون على ثلاثة أقسام، فالأول كاتب المقال هو المرسل، والثاني المُتلقي، ويوجد رأيٌ ثالثٌ، هو رأي كاتب المقال، وجميع قرّاء العمل المدروس. أمّا لغة التأثير فنجدتها مختلفة، فتارة نجد توظيف الحجاج حاضرًا لتسهيل عملية الإقناع، وهناك من يوظف الأفعال التي لها علاقة بالوجدان وتخطب الشعور، وهذه المؤثرات تودّي أدورًا إشهارية فاعلة، فهي تزوج بين ردود الأفعال، ومدة التأثير العميق في نفوسهم، علمًا أنّها مُستقاة من معاينة ما كُتب في النقد العربي الحديث.

### المطلب الرابع : المستوى التطبيقي للإشهار في الأفعال الكلامية

يمثل كتاب " صناعة الخطاب الإشهاري دراسة تداولية" الذي صدر من دار كنوز المعرفة (٢٠٢٠) للناقدة مريم الشنقيطي أحد أهم الكتب التي زاوجت بين الإشهار والتداولية متخذة من جريدة "أخبار الأدب" التي كان يديرها المصري "جمال الغيطاني" نموذجاً تطبيقياً، وكان اختيار حقبة زمنية من خصب انتاج هذه الجريدة الإبداعي ممتدة من (١٩٩٣ - ٢٠١١)؛ فهذه الحقبة الزمنية حدثت فيها تأسيسات استثنائية في صقل الروح الثقافية والإبداعية في محصلة مرحلة زمنية مائزة عن سابقتها، وقد أرادت الشنقيطي دراسة الخطاب الإشهاري الأدبي داخل أسوار هذه الجريدة، فكان اختيار هذه الجريدة دون غيرها؛ راجع إلى كونها مختصة بالأدب ومتقدمة في هذا الميدان، إذ تمثل علاقة جديدة بين الأدب والإعلام، وتستهدف مُتلقٍ يتدرج بين القارئ العام والقارئ النخبوي، وتشتمل أيضاً على نصوص ذات قيمة معرفية كبيرة، وتوجد في هذه الجريدة ميزة الجمع بين الآداب العربية والغربية، وهناك ملاحق أدبية تناولت الظواهر المعرفية وقراءة الواقع الأدبي على شكل ظواهر أدبية<sup>(٢٠)</sup>، والعناية بالتراث العربي، والمساهمة في نشر نصوص أدبية مطعماً إياها بالشرح والنقد.

إن دراسة الإشهار على وفق المنهج التداولي يكشف لنا عن الوسائل التي يتم عن طريقها بيان وسائل الإقناع، وتوظيف الأفعال الكلامية، وبقية الأفعال؛ لبيان مدى فاعلية الآليات التداولية المستخدمة. لقد قسمت الناقد أشكال الخطاب الإشهاري تقسيماً مميزاً يتناغم مع النموذج الذي اعتمدته الدراسة ميداناً تطبيقياً لها، فقسمت الناقد الخطاب الإشهاري على ثلاثة أشكال هي<sup>(٢١)</sup> :

**التقرير الأدبي:** هو أحد الأشكال المهمة للخطاب الإشهاري في مدونة البحث؛ إذ يعرض حقائق ومعلومات وأخباراً وأحداثاً تتصل بالحقل الأدبي مع ظهور واضح لشخصية الكاتب تتجلى في تعليقاته، وملاحظاته، وأرائه، فالتقرير يركز على إظهار التفاصيل الدقيقة كالطرق التي أدت إلى الحدث والأشخاص الفاعلين في الحدث، فهو يعد أكثر حضوراً وتنويعاً في المضامين، ويتخذ أشكالاً متباينة بحسب الحقل العلمي أو المعرفي أو الثقافي، فهناك تقرير مباشر وغير مباشر، وإخباري، وهناك تقسيمات أخرى بحسب الهدف أو الموضوع أو الزمن أو المنهج أو غيره، ويمكن تلمس العلاقة بين الإشهار والتقرير الأدبي من السمات الخارجية للتقرير، هذه السمات التي حصرها "جيرار جينيت" ب (( المناسبات التأليفية أو النص المحيط ويقصد به ما يدور في فلك النص من مصاحبات، من اسم الكاتب، والعنوان، والإهداء؛ أي كل ما يتعلّق بالمظهر الخارجي))<sup>(٢٢)</sup>، ومن الأمثلة التي ساققتها الناقد للتقرير الأدبي، تقرير عن الاحتفال بالمناسبات الأدبية، فكان التقرير بعنوان (( الاحتفال بتجليات الغيطاني) أضخم رواية مترجمة إلى الفرنسية بعد (ألف ليلة) وجاء تحت هذا العنوان عنوان فرعي ( مغامرة الكتابة، شجاعة الترجمة))<sup>(٢٣)</sup>، أما المقدمة فكانت (( في الحادي عشر من فبراير القادم تطرح دار (لوسوي) الفرنسية النص الكامل لترجمة رواية جمال الغيطاني إلى الفرنسية التي ترجمها خالد عثمان وتقع في ألف صفحة من القطع الكبير واستغرق العمل فيها ست سنوات))<sup>(٢٤)</sup>، أما العرض فجاء موضحاً فعاليات الاحتفال وأهم الشخصيات المهمة التي حضرت الاحتفال، كما تم عرض الكلمة التي ألقاها "جمال

الغيطاني " بهذه المناسبة، وتحدث فيها عن الرواية، أما الخاتمة فقد حملت التنويه بدار النشر التي ترجمت الرواية وطبعتها، وأشادت بدورها الريادي في ترجمة الأدب العربي .  
 يلحظ الباحث ثمة أساليب إشهارية كانت تلح على إشهار البضاعة الروائية منها أساليب التفضيل (أضخم رواية)، ومما رفع من قيمة الرواية هو مقارنتها بألف ليلة وليلة ذات القيمة الكبيرة في بعدها التراثي وقيمتها التاريخية في جانبها الشعبي، الأمر الذي نلاحظ فيه الإشهار للبضاعة، وهذه القضايا التي ألحت الناقدة على ذكرها هي وسائل إشهارية، لكن الناقدة لم تذكر التقرير كاملاً، بل وقفت على شذرات منه ، وهذا لا يعطي تصوّرًا شموليًا عنه .

**المقال النقدي:** هو الشكل الثاني من أشكال الخطاب الإشهاري في النص الأدبي في مدونة البحث، فالمقالات النقدية الإشهارية التي جاءت عبارة عن قراءات متنوّعة لأعمال أدبية أو مدونات نقدية أو مؤلفات أدبية ، كما أخذت هذه المقالات شكل مساجلات أو استدراقات، ومن الأمثلة التي عرضتها الناقدة، مقال يتعلّق بنقد النقد الذي قدمه محمود عبد الغني و غنون بـ (من شرفة ابن رشد )، ويتبنّى المقال دراسة نقد عبد الفتاح كليطو لجملة من نصوص التراث العربي في كتابه "من شرفة ابن رشد" (٢٥)، إذ يعرض آراء كليطو ويعلّق عليها ويحلّل مضامينها.

إنّ المقال النقدي الذي بين أيدينا هو صورة مشوّهة عن المقال الأصلي، فلم نر المقال بل وجدنا تعليقات لا تزيد عن أربعة أسطر، فكيف حكمت الناقدة على وجود ترويج إشهاري لمقال من دون الوقوف عليه؟ ولعلّ هذا يتناقض مع النتيجة التي توصلت إليها الناقدة بقولها: (( جل موضوعات المقال تتسم بالطول وهذا ما يميّز المدونة عن بقية الصحف ، وهو اهتمامها بالمقالات النقدية؛ إذ تفرّد لها مساحات واسعة في الصحيفة )) (٢٦) ، فهذا الطول الذي تتحدّث عنه الناقدة في ذهنها فقط، وليس له وجود في دراستها للمقال خاصّة (نقد النقد) .

**المختارات الأدبية :** هي الشكل الثالث من أشكال الخطاب الإشهاري في المدونة، بصورة كتاب يحوي شذرات من نصوص منقاة من كاتب واحد، أو من عدة كتاب، أو هي مجموعة المختارات الأدبية شعرية كانت أو نثرية، وتعرف عند الغرب باسم (الأنطولوجيا)، ومن الأمثلة التي جاءت في الجريدة على المختارات، هي مختارات للشاعر المصري "أحمد عبد المعطي حجازي" المعنونة " احتفالية العمر الجميل " في ملحق البستان، فقد احتلّت صورة الشاعر الشخصية صفحة غلاف البستان كاملة، وكُتب وسطها مقدّمة تحفي بالشاعر ونتاجه الأدبي، أما الصفحة الثانية فقد تضمّنت نص الحوار، ومن الصفحة الثانية يبدأ عرض المختارات الشعرية و غنونت بـ (مختارات من أشعار أحمد عبد المعطي حجازي)، وتخلّلت النصوص لوحات تشكيلية لمجموعة من الفنانين العرب مدوّن عليها اسم الفنان، وقد بلغ عدد صفحات ملحق البستان ثمان صفحات (٢٧)، خصصت ست صفحات للمختارات الشعرية.

على الرغم من أنّ هذا الكتاب صدر حديثاً (٢٨)، إلا أنّه يمثّل أهمية كبيرة في المجالين: الإشهاري والتداولي، وفيه كثيرٌ من مواطن المعايينة ذات المسحة المسكونة بالوعي النقدي لدى الناقدة، لكن الباحث له بعض المآخذ على هذا الجهد النقدي، إذ وجد البحث أنّ الدراسة حملت تذييلاً وعنواناً ثانوياً موسوماً بـ (دراسة تداولية )، فلم نجد تنويهاً وافيًا لأهمية دراسة الخطاب الإشهاري وفق المُقارَبة التداوليّة، كون التداوليّة (( تعني بالمتكلّمين والمخاطبين في مستوى لساني مصغر )) (٢٩)

، فإهمال التنويه لأهمية الإشهار وفق اللسانيات التداولية يقلل من قيمة العمل بوصف التداولية وغيرها متداخلة الأصول والامتدادات .

يسجل البحث أيضاً غياب أثر الأفعال الكلامية في الخطاب الإشهاري، وبيان مدى استفادة الخطاب الإشهاري من نظرية الأفعال الكلامية، فحتى وإن كانت هناك إشارات بسيطة لكن الكتاب يخلو من العناصر التي يتم توظيفها لبيان أثر الأفعال الكلامية في الخطاب الإشهاري، ومما يحسب كثيراً للمؤلفة جعل ممارستها النقدية ممارسة أدبية وهذا الصنيع قل عند غيرها، فحتى المنظرين الكبار لهذا الخطاب نجدهم قد وظفوا قضايا سلعية بعيدة عن مضمار الأدب، فيظن القارئ للوهلة الأولى لي عنق الإشهار لياً، وجعله يدخل أو يشترك مع الأدب، لكن الناقدة برهنت على أن الإشهار يرقد في باطن النصوص الأدبية على اختلافها، فهو يستعصي على الضبط والحجز في خانة الاقتصاد فقط .

ومن الدراسات الإشهارية التي غنيت بتداولية الإشهار، دراسة للناقد "محمد خاين" وقد تضمنها كتابه "النص الإشهاري ماهيته، انبناؤه وآليات اشتغاله" ( ٢٠١٢ ) ووسم تلك الدراسة بـ " المعطى التداولي في النص الإشهاري "، وحتى يكون الحديث عن تداولية الخطاب الإشهاري موحدًا، لا بد من الإشارة إلى أن الكتاب يتكوّن من ثلاثة فصول مسبوقه بمقدمة تطرقت إلى دواعي التأليف، ومختومة بخاتمة تضمنت أهم النتائج . أما الفصل الأول فقد غني بالجوانب النظرية وجاء الفصل الثاني ليتحدث عن النص، وعن ماهية النص الإشهاري.

في بداية حديث الناقد عن الأفعال الكلامية، نجده قد استهل حديثه بربط مميّز بين الخطاب الإشهاري والتداولية بالحديث عن التداولية وعن عنايتها باللغة وإجابة على التساؤل الذي يتعلّق بالربط بين الإشهار كمظهر من مظاهر السيمياء ونسق من أنساقها العلاماتية ، والتداولية على أنّها دراسة للغة حين الاستعمال، يقول الناقد: ((معلوم أنّ غاية أيّ نصّ إشهاري (...)) الوصول بالمتلقّي المفترض إلى فعل الشراء عبر النصّ ، ومن ثم صار لزاماً الالتفات إلى البعد التداولي لهذا النصّ في منأى عن البعدين الاقتصادي – الاجتماعي والآليات النفسية الموظفة فيه))<sup>(٣٠)</sup> ، بمعنى أن تحليل البعد الإشهاري يستعين بالآليات التداولية، وجهازها المفاهيمي في تفكيك النسق اللساني للإرسالية الإشهارية؛ بغية الإمساك بالسبل اللسانية التداولية التي تقود المتلقّي إلى فعل الشراء، فالتداولية تنظر للغة في أطرها التواصلية والسياقية والاجتماعية الذي تنتقل من الصورة اللغوية إلى الممارسة الفعلية للغة، وقد حاول الناقد إثبات حقيقة كون الإشهار فعلاً لغوياً، فالسياق اللغوي يعدّ كافيًا على أنّ المُشهر يحاول بشئى الطرق اللغوية استدراج المتلقّي وإقناعه بأنّ البضاعة معروضة في أكثر من مكان عن طريق الأفعال اللغوية المختلفة، فهذه السياقات اللغوية تحمّل المتلقّي إلى إدراك تعددية المُستهلكين<sup>(٣١)</sup>، وهنا تتبيّن القيمة التداولية التي تشترط الأخذ بعين الاعتبار المعارف المشتركة بين مرسل ومُتلقي الرسالة تجاه البضاعة المُشهرة.

لقد شرع الناقد في كتابه إلى تحليل البعد التداولي لإرسالية إشهارية تنهض على نسقٍ لساني تتعلّق بالترويج لشبكة هاتفٍ محمول تصفها بأنّها (الوحيدة والأفضل) ، يقول عنها: ((يعتبر السياق اللغوي كافيًا وحده للدلالة على أنّ الجهة المُشهرة تريد إقناع المتلقّي بأنّها تستحوذ على سوق خدمة الهاتف المحمول))<sup>(٣٢)</sup> ، ثم يستعين بنظرية أفعال الكلام، ويجد بأنّ (( النص جاء في صورة خبر

يحتمل الصدق والكذب وذلك بإخضاعه لمحك الواقع وهو ما ينطبق عليه وصف الفعل الكلامي (...). والفعل الإنجازي المتضمن فيه هو دعوة المُتلقّي للاشتراك في الشبكة باعتبارها الأحسن، أما الفعل التأثيري وهو غاية الرسالة والمتمثل في إقناع المُتلقّي المفترض وتحويله زبوناً فعلياً<sup>(٣٣)</sup>، ورأى أنّ أفعال الكلام هنا تقوم بدورها ((بمجرد اقتناع المُتلقّي بمصداقيتها وجديتها وتتجلى خصوصية هذا الفعل اللغوي في كونه فعلاً مركباً غير مباشر))<sup>(٣٤)</sup>، فالفاعلية الكلامية تتغيّر إقناع المتلقي وجذبه.

لقد استخلص الناقدُ ملاحظة أخرى من الإرسالية الإشهارية، يقول فيها: (( من خلال السياق اللغوي يعي المُتلقّي الذي ليس له أي علم بالفضاء الاقتصادي والاجتماعي الذي يُداول فيه النص أن هذا المتعامل ليس وحده في السوق عن طريق متواليين لسائيتين هما "الوحيدة التي تغطي" ودلالاتها المضمرّة والمسكوت عنها(Non-dit): هناك من لم يتمكن من الوصول إلى ما وصلنا إليه))<sup>(٣٥)</sup>، في حين تتمثل المتوالية اللسانية الأخرى في ((ما يُعرف في قواعد اللغة العربية باسم التفضيل بوصفه اسماً مشتقاً للدلالة على الاشتراك في صفةٍ واحدةٍ بين شيئين أو شخصين ويزيد أحدهما على الآخر))<sup>(٣٦)</sup>.

نلاحظ أنّ استنتاج البعد التداولي للنسق اللساني الذي تشكلت منه الإرسالية الإشهارية مكنّ الناقد من الوقوف على الفعل الإنجازي، والفعل التأثيري، وكشف له عن فاعلية اللغة في تحديد خيارات المُستهلّك، وجعله أمام مُنتجٍ أوجد بفضل الدوال التي تأثنت منها الإرسالية الإشهارية، وهما: (الوحيدة، والأفضل)، فالتحليل التداولي كشف عن غاية الإرسالية الإشهارية المتمثلة في تحقيق فعل الشراء. قد أجدُ على "محمد خاين" عدم الخروج عن دائرة اللسانيات في كتابه، فقد ذكر بعضهم هذه الغلبة اللسانية أبعده (( عن النظرة الشمولية والمتكاملة لتلقي النصّ الإشهاري الذي لا يمكن أن نتعامل معه بمكوناته (اللسانية اللغوية)، وحسب، بل هو مزيج من إرساليات متعددة، لغوية، ضوئية، سمعية، لونية (...). تسهم متحدة في مقبولية وانتشار النصّ لدى فئات واسعة من المجتمع))<sup>(٣٧)</sup>، فهذه الملاحظة فضفاضة، ولا يمكن القياس عليها؛ لأنّ الناقد كان توجّهه لسائياً في حدود التوجّهات النقديّة التي تكون على تماسٍ مباشرٍ، أو هي مندرجة في السياق اللساني كالتداولية وغيرها، فالبحت يرى أنّ هذا الارتقاء في أحضان اللسانيات، والاستغلال بظلال الشجرة الألسنية ما هو إلا توجّه نقدي صحيح، بحكم الأصول اللسانية للتوجّه الذي هو بصدد الحديث عنه خاصّة التوجّه التداولي. من المؤلفات التي اشتغلت على التداولية في الخطاب الإشهاري، الكتاب الموسوم بـ "الإشهار العرفاني والمعنى القرآني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي" للناقد عطية سلمان الذي صدر عام (٢٠١٤). لقد استهل الناقد كتابه في خطابٍ افتتاحيٍ تحدّث فيه عن فكرة رئيسية بنى عليها كتابه هي إخضاع الإشهار للنظريات الحديثة كالنظرية العرفانية، ونظرية المزج المفهومي والنظرية التداولية، والذي يهمننا من كلام الناقد ما يخصّ النظرية التداولية وعلاقتها بالإشهار، وفيما يتعلّق بمفردة الإشهار، فقد وجدنا استقراءً شاملاً لسماوات الإشهار<sup>(٣٨)</sup>، اعتماداً على ما تضمنته هذه المفردة من سمات استنبطها من النظريات التي تناولت الإشهار. أرجع الناقد الربط بين التداولية والإشهار إلى الغاية منهما والمتمثلة بـ((التواصل

مع المجتمع ووسيلتهما هي اللغة فالتداولية تدرس اللغة عند استعمالها والإشهار يُحمَلُ اللغة صفات ومحاسن سلعته للمجتمع))<sup>(٣٩)</sup> ، وثمة ربط آخر بينهما يتمثل بالحوار ، إذ (( يعتمد كلٌّ من الإشهار والتداولية على لغة الحوار بين المتكلم والسامع فالإشهار هو خطاب من المُشهر إلى المُتلقي ، يحمل كلٌ مميزات المنتج))<sup>(٤٠)</sup> ، والتداولية (( دراسة لتلك العملية الحوارية التي يعدّ النصّ الإشهاري فيها مادة البحث التداولي))<sup>(٤١)</sup> ، فالحوارية تمثل رابط حقيقي بينهما، ويرى الناقدُ (( أنّ النصّ الإشهاري لا يعلن عن مقاصده الحقيقية ويتحقّى وراء أهداف طيبة وغايات غير معلنة تظهر من خلال إثارته انفعالات داخل المُستهلك تدفعه إلى الشراء ويقوم التحليل التداولي ببيان تلك المقاصد التي أثارها السياق المباشر وغير المباشر؛ لبيان دلالة كلّ ملفوظ فيه))<sup>(٤٢)</sup> ، بمعنى أنّ الترابط بينهما ينهض على نسقٍ لسانيٍ يحتفي بمنتج وآليات تحليل تداولية تقف على المضمر تحت هذا النسق اللساني.

لما كانت الإرسالية الإشهارية (( تنبني وفق ترتيب حدوث الأفعال " فعل الإنتاج ، الفعل الإنجازي، الفعل التأثيري لكنّها تحمل في ثناياها في جانب الفعل الإنجازي قوة إقناعية تدفع بالمُستهلك إلى الشراء في جانب الفعل التأثيري، لذا يجب أن تقوم دراسة العبارة الإشهارية في ضوء النظريّة التداولية من خلال الفعل الإنجازي أولاً ؛ لبيان عناصر القوة الإقناعية في ذلك الإشهار التي تدفع بالمُستهلك لشراء هذا المنتج))<sup>(٤٣)</sup> ، فالمقاربة التداولية للإشهار تبتغي الوقوف على الجانب الإقناعي الذي تتضمنه أفعال الكلام، ويرى أنّ (( الملفوظ الإشهاري يتكون من صورة لفظ وموسيقى فيجب البحث في الترابط بين ما يقوله النصّ المكتوب وما تقوله الصورة وما تثيره الموسيقى، بل يجب تفاعل مكونات الوصلة الإشهارية بكل ملفوظاتها سواء كانت لفظية أو بصرية؛ لبيان قوة الإقناع الناتجة من نجاح التفاعل والترابط بين هذه المكونات في التعبير عن المعنى المقصود من الإشهار كلّ))<sup>(٤٤)</sup> ، فالتلازم بين مكونات الوصلة الإشهارية ضرورة حتمية في بيان المعنى ونجاح العملية الإشهارية . لقد شرع الناقد عطية السلطان بتحليل آيات من الذكر الحكيم؛ بغية الوقوف على البعد الإشهاري للأفعال الكلامية التي تنهض عليها الآيات القرآنية، فوقف على إشهار الزواج، والوصية، والوعد وغيرها<sup>(٤٥)</sup> ، وحلّص إلى كون (( التداولية تدخل عالم الإشهار لتحلل مقاصد المتكلم وكيف يقنع سامعه بالمنتج ويحوّله من مُتلقي إلى مستهلك))<sup>(٤٦)</sup> ، فالتداولية في المجال الإشهاري تدور في التحليل لمقاصد المتلقي وكيفية السيطرة على رغبته وذوقه وتحويلة من مجرد مُتلقي عابر إلى مستهلكٍ يلهث وراء البضاعة .

يظهر ممّا تقدّم أنّ التداولية آلية تدرس اللغة في استعمالها الإشهاري الذي يبتغي أن يُقنع المُتلقي أو يجعله يُدعّن إلى مغريات السلعة، وتجدر الإشارة إلى قضية لم يتطرق لها الدكتور السلطان تتعلّق بكون التداولية والإشهار كلاهما ينحدران من الفلسفة النفعية التي تهتم بالربح ولا شيء سواه .

## الخاتمة

- ١- يحتمل النصّ المدروس تداوليًا في النقد العربي الإشهاري أكثر من الأفعال الكلامية، لكن الدراسات تناولت في أغلبها الأفعال الكلامية، وشكّلت فيها ظاهرةً، وأهملت في غالبها آليات تداولية مهمة، كالاستلزام الحواري، والإشارات، والاقتضاء.
- ٢- شكّلت الأفعال الكلامية دعامة مهمة في قراءة الإشهار بوصفها إحدى وسائل الخطاب الإشهار في النقد العربي الحديث.

## الهوامش

- (١) يُنظر: آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، محمود أحمد نحلة، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط١، ٢٠٠٢م. ١٠.
- (٢) دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، ١٠٤-١٠٥. واتجاهاتها، ٢٢.
- (٣) يُنظر: المعنى وظلال المعنى، أنظمة الدلالة في العربية، محمد محمد يونس، دار المدار الإسلامي، لبنان، ط١، ٢٠٠٧م، ١٣٨.
- (٤) يُنظر: النظرية التداولية المفهوم والتصور، ٩.
- (٥) يُنظر: المرجعية اللغوية في النظرية التداولية، عبد الحليم بن عيسى، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات، الجزائر، ط١، ٢٠٠٨، ١١.
- (٦) التداولية من أوستن إلى فولمان، فيليب بلاشيه، تر: صابر الحباشة، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية، سوريا، ٢٠٠٧م، ط١، ١٩.
- (٧) المقاربة التداولية للأدب، الفي بولان، تر: محمد تنفوا، دار رؤية للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م، ٢١.
- (٨) يُنظر: المقاربة التداولية للأدب، ٢١.
- (٩) المصدر نفسه، ٢١.
- (١٠) التداوليات وتحليل الخطاب، جميل حمداوي، ٤.
- (١١) من الحجاج إلى البلاغة الجديدة، جميل حمداوي، أفريقيا الشرق، المغرب، ط١، ٢٠١٤م، ٩٣.
- (١٢) الإشهار القرآني والمعنى العرفاني، ١٦٠.
- (١٣) أثر الأفعال الكلامية في الخطاب الإشهاري معلم فريدة، عمار العياشي، مجلة إشكالات في اللغة والأدب، مجلد ٩، ٥٤، ١٤.
- (١٤) السياق والتأويل من الإشكالية الفيلولوجية إلى الإشكالية اللسانية، أحمد حساني، مجلة الموقف الأدبي، مجلد ٣٤، ٣٩٥٤، ٢٠٠٤م، ٤٢.

- (١٥) التداولية عند العلماء العرب دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي، مسعود صحراوي، دار الطليعة، لبنان، ط٢، ٢٠٠٥، ٤٠ .
- (١٦) يُنظر: التداولية أصولها واتجاهاتها، ٩٠ .
- (١٧) يُنظر: النص الإشهاري ماهيته انبناؤه وآليات اشتغاله، ١٣ .
- (١٨) يُنظر: التداولية أصولها واتجاهاتها، ٩٢ .
- (١٩) النص الإشهاري ماهيته، انبناؤه وآليات اشتغاله، ١٨٠ .
- (٢٠) التداولية عند العلماء العرب، ٤٢ .
- (٢١) يُنظر: صناعة الخطاب الإشهاري، ٥ .
- (٢٢) يُنظر: صناعة الخطاب الإشهاري، ٣٧- ١٠٠ .
- (٢٣) عبات جبرار جينيت من الناص إلى المناص، عبد الحق بلعابد، منشورات الأختلاف، الجزائر، ط١، ٢٠٠٨، ٤٩ .
- (٢٤) صناعة الخطاب الإشهاري، ٥٩ .
- (٢٥) المصدر نفسه، ٥٩ .
- (٢٦) يُنظر: صناعة الخطاب الإشهاري، ٨٤ .
- (٢٧) المصدر نفسه، ٤٥ .
- (٢٨) يُنظر: صناعة الخطاب الإشهاري، ٩٧ .
- (٢٩) صدر عن دار عالم الكتب الحديث، الأردن، ٢٠١٨ م .
- (٣٠) التحليل النقدي للخطاب نماذج من الخطاب الإعلامي، ١٠٧ .
- (٣١) التحليل النقدي للخطاب، ١٣٠-١٣١ .
- (٣٢) يُنظر: النص الإشهاري انبناؤه وآليات اشتغاله، ١٦٣- ١٣٨ .
- (٣٣) النص الإشهاري انبناؤه وآليات اشتغاله، ١٣٦ .
- (٣٤) المصدر نفسه، ١٣٧ .
- (٣٥) المصدر نفسه، ١٣٧ .
- (٣٦) النص الإشهاري انبناؤه وآليات اشتغاله ١٣٧ .
- (٣٧) المصدر نفسه، ٣٧ .
- (٣٨) التلقي الإشهاري لدى الكاتب محمد خاين كتاب النص الإشهاري نموذجاً، سميحة صياد، حاتم كعب، مج أشكالات في اللغة الأدب، ٥٤، ٢٠٢٠، ١٠٧ .
- (٣٩) يُنظر: الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية دراسة في سورة يوسف، عطية سلمان، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، د. ط ٢٠١٤، ١٤ .
- (٣٩) المصدر نفسه، ١٧١ .
- (٤٠) الإشهار القرآني والمعنى العرفاني، ١٧١-١٧٢ .

- (٤١) المصدر نفسه ، ١٧٢ .  
(٤٢) المصدر نفسه ، ١٧٢-١٧٣ .  
(٤٣) المصدر نفسه، ١٧٤ .  
(٤٣) الإشهار القرآني، ١٧٥ .  
(٤٤) يُنظر: المصدر نفسه، ١٨١-١٨٢ .  
(٤٥) المصدر نفسه، ١٩٩ .

## المصادر والمراجع

- ❖ آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، محمود أحمد نحلة، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط١، ٢٠٠٢م .
- ❖ دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، بشير ابرير، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط١، ٢٠١٠م .
- ❖ المعنى وظلال المعنى، أنظمة الدلالة في العربية، محمد محمد يونس، دار المدار الإسلامي، لبنان، ط١، ٢٠٠٧م ،
- ❖ المرجعية اللغوية في النظرية التداولية، عبد الحليم بن عيسى، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات، الجزائر، ط١، ٢٠٠٨ .
- ❖ التداولية من أوستن إلى فولمان ، فيليب بلاشيه، تر: صابر الحباشة، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية، سوريا، ٢٠٠٧م ، ط١
- ❖ المقاربة التداولية للأدب، الفي بولان، تر: محمد تنفوا ، دار رؤية للنشر والتوزيع ، ٢٠١٨م،
- ❖ التداوليات وتحليل الخطاب، جميل حمداوي، شبكة الألوكة ، ط١ ، ٢٠١٥م .
- ❖ من الحجاج إلى البلاغة الجديدة، جميل حمداوي، أفريقيا الشرق، المغرب، ط١، ٢٠١٤م، ٩٣ .
- ❖ أثر الافعال الكلامية في الخطاب الاشهاري معلم فريدة، عمار العياشي، مجلة إشكالات في اللغة والأدب، مجلد ٩، ٥٤ .
- ❖ السياق والتأويل من الإشكالية الفيلولوجية إلى الإشكالية اللسانية، أحمد حساني، مجلة الموقف الأدبي، مجلد ٣٤ ، ٣٩٥٤ ، ٢٠٠٤م .
- ❖ التداولية عند العلماء العرب دراسة تداولية لظاهرة الأفعال الكلامية في التراث اللساني العربي، مسعود صحراوي ، دار الطليعة، لبنان، ط٢، ٢٠٠٥ .
- ❖ يُنظر: التداولية أصولها واتجاهاتها. جواد ختام ، دار كنوز المعرفة ، الأردن ، ط١ ، ٢٠١٦م .

- ❖ عتبات جيرار جينيت من الناص إلى المناص، عبد الحق بلعابد، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط ١، ٢٠٠٨، ٤٩ .
- ❖ التحليل النقدي للخطاب نماذج من الخطاب الإعلامي، منية العبيدي ، كنوز المعرفة ، الأردن ، ط ١، ٢٠١٦ م.
- ❖ النص الإشهاري ماهيته انبناؤه وآليات اشتغاله، محمد خاين، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط ١، ٢٠١٢ م .
- ❖ التلقي الإشهاري لدى الكاتب محمد خاين كتاب النص الإشهاري نموذجاً، سميحة صياد، حاتم كعب، مج أشكال في اللغة الأدب، ع ٥٤، ٢٠٢٠ .
- ❖ الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية دراسة في سورة يوسف، عطية سلمان ، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، د. ط ١، ٢٠١٤ .