

تجلي الإعلامية في كتاب "المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر" لضياء الدين بن الأثير-دراسة في ضوء اللسانيات النصية-

The Appearance of the Infortomativity in the Book "Al-Mathal Al-Sair in the Literature of the Writer and Poet" by Dia AL-Din Ibn Al-Atheer
A Study in the Light of Textual Linguistics

ط.د/ هيثم بوراس¹ / أ.د حدة روابحية²
Heythem bouras¹ / hadda rouabhia²

مخبر الدراسات اللغوية والأدبية
جامعة 08 ماي 1945 قالمة-(الجزائر)

University of 08 May 1945, Guelma (Algeria)

bouras.heythem@univ-guelma.dz¹ / rouabhia.hadda@univ-guelma.dz²

تاريخ النشر: 2025/03/02

تاريخ القبول: 2025/01/08

تاريخ الإرسال: 2024/09/15

ملخص البحث

تعدّ الإعلامية في الدراسات النصّية معيارًا من المعايير السبعة التي تحقّق للتصنّف نصّيته، وهي ترتبط بما يجده المتلقي من مخالفة لتوقعاته في المعلومات التي يعرضها النصّ وما يخلفه هذا الخروج عن المألوف من استفزاز للمتلقي، وهذا المفهوم لم يكن مغيبًا في التراث التقديّي والبلاغيّ عند العرب، لذلك اخترنا كتاب "المثل السائر" لابن الأثير بعدّه مدوّنة تراثية بالغة الأهمية، ومحاولة إعادة قراءتها قراءة حديثة. وتهدف هذه الدراسة إلى تفحص الشروط والأركان التي وضعها "ابن الأثير" لتأليف الكلام المنظوم والمنثور، ورصد مظهرات الإعلامية في كتابه، وكان من نتائج البحث أنّه قد حثّ مؤلّف الكلام على الإبداع والبعد عن الرّتابة وشحنّ متنوّجه بما يفاجئ المتلقي ويستفزّه، مع المحافظة على تحقّق التواصل بين المرسل والمرسل إليه بالبعد عن حرمان المتلقي من المعنى المقصود. الكلمات المفتاح: لسانيات نصّية، معايير نصّية، إعلامية، ابن الأثير، مثل سائر.

Abstract :

The infortomativity in textual studies is one of the seven criteria that achieve the textual content of a text, and it is related to what the recipient finds

ط.د/ هيثم بوراس، bouras.heythem@univ-guelma.dz

contrary to his expectations in the information displayed by the text and the consequences of going out of the ordinary for the recipient, and this concept was not absent in the critical and rhetorical patrimony of Arabs. So, we chose the book "Al-Mathal Al-Sair" of Ibn Al-Atheer, which is a very important patrimony blog, and we try to read it again in a modern way.

This study aims to examine the conditions and pillars set by "Ibn Al-Atheer" to compose prose and poetry speech, and monitor informative appearances in his book, and among the research results; the author of the speech urged creativity and moving away from monotony and charging his product in order to surprise and provoke the addressee with maintaining communication between the sender and the addressee, without depriving the recipient of the intended meaning.

Keywords: text linguistics, textual standards, infortomativity, Ibn Al-Atheer, Al-Mathal Al-Sair.



مقدمة:

تهتم لسانيات النص بالبحث في الروابط اللغوية والدلالية التي تجمع بين الجملة المنتجة نصاً متسقاً ومنسجماً، وذلك في إطار السياق الذي أُنتج فيه النص، ومن خلاله تتم عمليتي الإنتاج والتأويل، دون أن تغفل عن المتلقي وردة فعله اتجاه المنتج النصي؛ حيث أضحى المتلقي مثار اهتمام الدراسات النصية، فنجدها تحت على شئ من التصوص بألفاظ وتراكيب ومعان تخالف المؤلف وتثير انتباه المتلقي، ومن ثم ضمان تفاعله مع المنتج النصي، وقد تولت لسانيات النص معالجة هذه المسألة عبر معيار الإعلامية؛ فهي معيار يرتبط بوضوح بالمتلقي وطريقة استجابته للنص وتفاعله معه.

وعلى جانب آخر عندما تقلب النظر في تراثنا البلاغي والتقدي؛ يبرز لنا كتاب "المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر" لضيء الدين بن الأثير (ت 637هـ)؛ وهو كتاب جمع فيه صاحبه فأوعى، حتى كاد أن يحيط بكل ما له علاقة بفن تأليف الكلام المنشور والمنظوم، بدءاً بالمؤلف وصفاته، ومروراً بالنص والخطاب، وكيفية بنائه من التاحيتين التركيبية والمعنوية، مراعيًا في ذلك ذائقة المتلقي وميولاته؛ حيث نجده في كثير من مباحث كتابه يوجه مؤلف الخطاب ويحثه على الاهتمام بالمتلقي وجذبه نحو النص بتخيّر الألفاظ والتراكيب المناسبة لذلك.

بناء على ما سبق تهدف هذه الدراسة إلى إعادة قراءة مباحث هذه المدونة التراثية ومحاولة تتبع ما جاء فيها من تصوّرات وآراء لابن الأثير إزاء شروط وأركان فنّ التأليف، وقراءتها قراءة حديثة وفق معيار الإعلامية في الدراسات النصّية. ونحن إذ ذاك نحاول الإجابة عن الإشكالية الآتية:

ما مفهوم الإعلامية في الدراسات النصّية؟

كيف تظهر الإعلامية بمفهومها وأبعادها في تصوّرات وآراء ابن الأثير إزاء شروط وأركان فنّ التأليف؟ إلى أي مدى اهتم ابن الأثير -أثناء وضعه لقواعد وشروط بناء التصوص- بالمتلقي؟ ومعنى آخر كيف يمكن لمنتج النص -من وجهة نظر ابن الأثير- أن يوازن في نصّه بين مفاجأة المتلقي ودفعه إلى التفاعل مع النص من جهة، وبين الحرص على تمام الفهم والإفهام ونجاح عملية التواصل؟

وقد ساعدنا في استقصاء وعرض مادة بحثنا وتحليلها المنهج الوصفي مع توظيف آليات التحليل؛ وذلك من أجل مدارس أقوال ابن الأثير وتحليل الشواهد التي ساقها في مدوّنته ومناقشتها مناقشة موضوعية، للوصول إلى آراء دقيقة ونتائج صحيحة.

أولاً- مفهوم الإعلامية:

ترتبط الإعلامية Informativity في مفهومها العام بتلك الوظيفة المشتركة التي تضطلع عليها جميع التصوص على اختلاف أنواعها وتباين أغراض منتجها-؛ ألا وهي الإخبار وعرض المعلومات.¹ أما مفهوم الإعلامية في الدراسات النصّية فيتجاوز مجرد الإخبار وعرض المعلومات؛ حيث "يمثل الإعلام أحد معايير التصانيف، وهو العامل المؤثر بالنسبة لعدم الجزم في الحكم على الوقائع النصّية في مقابل الوقائع الممكنة".² وبمعنى أوضح يشير هذا المصطلح "إلى المدى الذي تكون فيه العناصر/ المعلومات داخل النص معتادة في معناها، وفي أسلوب التعبير عنها وطريقة عرضها؛ فهي عندئذ تمثل كفاءة إعلامية منخفضة الدرجة، أو تكون غير معتادة؛ فتمثل كفاءة إعلامية عالية الدرجة".³ فالإعلامية تتحدّد بوجود نوع من الجدة والطرافة في الأفكار والمعلومات التي يحتويها نص ما، أو في طريقة عرض تلك الأفكار والمعلومات، وما تخلفه هذه الجدة والطرافة من تفاعل بين المتلقي والنص، حيث أنّ المتلقي يتفاعل مع التصوص التي يجد فيها ما يخالف توقعاته ف"يستجمع قواه ويستفرغ جهوده للوقوف على ما يكتنفها من طرافة وجدة وغموض"⁴ فيحكم على النص حينئذ بأنّه ذو كفاءة إعلامية مرتفعة، وعلى العكس من ذلك إن وجد المتلقي سهولة في التعاطي مع مضامين النص ويسراً في الوصول إلى معانيه قلّت نسبة تفاعله معه؛ ومن ثمّ يكون هذا النص منخفض الإعلامية؛ "فنسبة الإعلامية تكون مرتفعة عندما يتلقّى مستعملو النص نصاً ويجدون أنّه خارج الاحتمالات التي توقعوا أن يكون عليها من حيث معانيه ودلالاته، أو من حيث تراكيبه".⁵

1-درجات الإعلامية:

بناءً على تلك العلاقة الطردية بين الإعلامية وتفاعل المتلقي مع النص؛ جعل "ديوجراند" الإعلامية على ثلاث درجات:⁶

أ-إعلامية من الدرجة الأولى: تكون في التصوص ذات الصياغة المألوفة الحاملة لمحتوى متوقع من قبل المتلقي؛ فهي نصوص قليلة الإعلامية لا تثير المتلقي.

ب-إعلامية من الدرجة الثانية: نجدها في التصوص التي تكون صياغتها أو محتواها غير متوقع لدى المتلقي، ومن ثم فهي تشكل له نوعاً من التحدي للوصول إلى معانيها؛ فإذا هي نصوص متوسطة الكفاءة الإعلامية.

ج-إعلامية من الدرجة الثالثة: تكون في التصوص ذات الصياغة غير المألوفة والمحتوى غير المتوقع، وهي بذلك نصوص يُشكل فهمها على المتلقي، ويصعب عليه الوصول إلى معانيها. في هذا النوع من التصوص يلجأ الكاتب عادة إلى حذف مفردات أو جمل من نصه أو ما يسمى بالانقطاعات، وتوظيف أنماط نصية لا تواءم أنماط المعارف المخزنة في ذهن المتلقي أو ما تسمى بالمفارقات، ولذلك على المتلقي أن يجتهد في ملء تلك الفراغات النصية تارة، ويبحث في سبب توظيف تلك المعارف وما تشير إليه تارة أخرى من أجل استمرارية الاتصال.⁷

والملاحظ هنا أنّ الإعلامية معيار نسبي؛ فمن المرجح جداً أن نجد النص الواحد تختلف درجة إعلاميته بين متلقي ومتلقي آخر لاختلاف ما يحوزانه من مخزون ثقافي وزاد لغوي.

2-آليات تخفيض الإعلامية:

لأنّ الهدف من رفع الكفاءة الإعلامية للنص ليس حرمان المتلقي من دلالات النص ومعانيه؛ فإنّ الباحثين في لسانيات النص وضعوا للمتلقي ثلاث طرق لتخفيض تلك الدرجة من التعقيد التي يواجهها عندما يصطدم بنص على درجة عالية من الإعلامية؛ وهي:⁸

أ-التخفيض الرجوعي BACKWARD DOWNGRADING: وذلك بالعودة إلى ما سبق من النص، فقد يكون للعنصر الذي استعصى فهمه ما يفسره في العناصر النصية التي سبقته.

ب-التخفيض التقدّمي FORWARD DOWNGRADING: وذلك بانتظار التطوّرات اللاحقة في النص لعلّها تفسّر العنصر المعقّد وتشرّحه.

ج-التخفيض الخروجي OUTWARD DOWNGRADING: وذلك باللجوء إلى مخزوننا الثقافي، ومعرفة العالم لتفسير ما أشكل فهمه علينا.

ثانياً-الإعلامية في كتاب المثل السائر:

صحيح أنّ الإعلامية معيار نصي ظهر ضمن نظرية منظّمة ذات منهج محدّد وأهداف واضحة؛ ألا وهي لسانيات النص، إلّا أنّ مفهومها لم يكن مغيباً عند "ابن الأثير"، فإذا كانت الإعلامية في مفهومها العام تتمثّل في تلك الوظيفة الإخبارية التي تضطلع عليها جميع النصوص والخطابات، فإنّ ذلك لا ينفكّ عن ما سمّاه "ابن

الأثير "بالإفهام والإبانة، حيث ربط بين الكلام ووظيفته التواصلية؛ إذ يقول: "إنما المقصود بالكلام إنما هو الإيضاح والإبانة وإفهام المعنى"⁹؛ وهذه وظيفة إعلامية تشترك فيها كل التصوص والخطابات كما سبق الإشارة إليه، حيث "لا يخفى أن مجرد الإفهام أو الفائدة هو المستوى الأول أو الحد الأدنى لإنتاج الخطاب"¹⁰.

أما الإعلامية بعد هذا مفهوماً نصيباً يقوم على التنوع والجدة في محتوى النص وصياغته، فإنها تظهر بوضوح عند "ابن الأثير" في حديثه عن "الطريق إلى تعلم الكتابة"؛ حيث حث الكتاب على مخالفة من سبقوهم في هذا الفن، وشقهم لأنفسهم طريقاً يبدعون فيها، ويخرجون من خلالها عما هو مألوف ومعتاد، حيث يقول: "...فيقوم ويقع، ويخطأ ويصيب، ويضل ويهتدي، حتى يستقيم على طريقة يفتتحها لنفسه، وأخلق بتلك الطريق أن تكون مبتدعة غريبة، لا شركة لأحد من المتقدمين فيها"¹¹.

وتتجلى عنده بوضوح أكبر في ركن ثابت من أركان خمسة وضعها لتأليف الكلام المنشور والمنظوم؛ وقد بين الرجل هذا الركن بقوله: "أن تكون ألفاظ الكتاب غير مخلوقة بكثرة الاستعمال، ولا أريد بذلك أن تكون ألفاظاً غريبة لأن ذلك عيب فاحش، بل أريد أن تكون الألفاظ المستعملة مسبوكة سبباً غريباً، يظن السامع أنها غير مما في أيدي الناس، وهي مما في أيدي الناس، وهناك معترك الفصاحة التي تظهر فيه الخواطر براعتها، والأقلام شجاعته"¹²، وفي هذا القول دعوة صريحة لمنهج النص للتخلي عن الرتابة في استخدام التراكيب اللغوية، وحثه على الإبداع والعمل على شحن النص بما يفاجئ المتلقي ويكسر توقعاته، وهو بذلك على وعي تام بأن النص يحيا بما يجنيه من تفاعل المتلقي معه.

وإن كان "ابن الأثير" في النص السابق يتحدث عن مفاجأة المتلقي من ناحية الصياغة اللغوية فقط، فإنه استدرك ذلك قائلاً: "لا تظن أيها الناظر في كتابي أنني أردت بهذا القول إهمال جانب المعاني، بحيث يؤنى باللفظ الموصوف بصفات الحسن والملاحاة، ولا يكون تحته من المعنى ما يماثله ويساويه... المراد أن تكون هذه الألفاظ المشار إليها حسماً لمعنى شريف"¹³، وهذا ما تقره الدراسات النصية؛ حيث أن "صفة الجدة لا تقتصر على الصياغة فقط، ولكنها تمتد لتشمل كذلك المضمون أو المحتوى"¹⁴.

فدیتسائل المتأمل للتصين السابقين ماهي الألفاظ الغريبة في نظر "ابن الأثير"، وهل تؤثر في إعلامية النص سلباً؟ وكيف تكون ألفاظ النص واضحة مألوفة، وعندما تُسبك ويضم بعضها إلى بعض يتبدل حالها إلى غير ذلك؟.

يجيب "ابن الأثير" عن التساؤل الثاني عن طريق التمثيل؛ حيث يورد من الشعر قول "أبي تمام"¹⁵:
ولَهِتْ فَأَظْلَمَ كُلُّ شَيْءٍ دُونَهَا وَأَصْأءَ مِنْهَا كُلُّ شَيْءٍ مُظْلَمٌ

ويعلق عليه قائلاً: "فإن الوله والظلمة والإضاءة كل ذلك مفهوم المعنى، لكن البيت بجملته يحتاج في فهمه إلى استنباط؛ والمراد به أنها ولهت فأظلم ما بيني وبينها... أي أتت صرت كالأعمى الذي لا يبصر، وأما قوله: وأضاء منها كل شيء مظلم؛ أي أنه وضح لي منها ما كان مستتراً عني من حبها إياي"¹⁶، فعلى الرغم من أن الألفاظ

التي وظفها الشاعر واضحة مألوفة، إلا أنه أحسن تأليفها وصياغتها؛ فأنتج لنا بيتًا شعريًا على درجة عالية من الإعلامية؛ لأن فيه من الخفاء والتمتع على المتلقي، فلا يصل إليه إلا بعد استنباط وإعمال ذهن. وعلى الرغم من أن "ابن الأثير" بحث على رفع درجة الإعلامية في النص بما يفاجئ المتلقي، من صيغ لغوية ومعاني خطابية رفيعة، إلا أنه حذر من إخفاء المعنى على المتلقي إلى درجة ينقطع فيها تحقق الإفهام والفهم؛ ومن ثم فشل عملية التواصل بين المتكلم / الكاتب والمتلقي. كما لم تفته الدعوة إلى تخليص المنتج النصي من ألفاظ ينفر منها المتلقي وبأبائها ذوقه؛ وبذلك تكون تلك الألفاظ والأساليب عوامل خفض لإعلامية النص، وهنا ممكن الإجابة عن السؤال الأول؛ وما أورده في هذا السياق دعوة منتج الخطاب إلى التجنب في صناعته ما يلي:

1- المعاضلة المعنوية:

تعدّ المعاضلة المعنوية ضرب من ضروب التقديم والتأخير، وهي عند ابن الأثير "أن يقدم ما الأولى به التأخير"¹⁷؛ نحو تقديم الصفة على الموصوف وتقديم الصلة على الموصول... ومما مثل به لها؛ قول الفرزدق:¹⁸

إلى ملك ما أمه من محارب أبوه ولا كانت كليب تضاءله

وقوله أيضًا في بيت آخر:¹⁹

وما مثله في الناس إلا مملكا أبو أمه حي أبوه يقاربه

وهو يريد في البيت الأول: إلى ملك أبوه ما أمه من محارب، وفي الثاني: ليست خراسان بالبلدة التي كان خالد بها سيفًا إذ كان أسد أميرها، ووصف "ابن الأثير" هذين البيتين بالقبح وبأنهما بيتين مشوهين، لأن المعنى فيها مختل متداخل²⁰؛ فقد سبق القول بأن المقصود بالكلام هو تحقيق التواصل بين المحاطب (الإفهام) والمحاطب (الفهم)، ومتى تحققت هذه الوظيفة في الكلام يحق لنا بعد ذلك الحديث عن تفاضل بين كلام وآخر من ناحية درجة الإعلامية، والشاعر قد تكلف في هذين البيتين قصد التفنن في استعمال اللغة وجذب المتلقي، فشوش عليه وحرمه من المعنى المقصود، وفي ذلك يقول: "ألا ترى أن المقصود من الكلام معدوم في هذا الضرب المشار إليه؛ ألا ترى أن المقصود من الكلام هو الإيضاح والإبانة إفهام المعنى، فإذا ذهب هذا الوصف المقصود من الكلام ذهب المراد به"²¹.

لكن الملاحظ هنا أن الشواهد التي ساقها "ابن الأثير" في هذا الباب لا تتعدى بيتًا واحدًا من قصيدة كاملة، لذلك -في رأينا- لا يمكن القول بأن هذا الأسلوب يذهب بإعلامية نص كامل أو قصيدة بأكملها؛ وإنما هو أسلوب لا يعدو أن يكون عاملاً يُخفّض من إعلامية النص.

2- الألفاظ الوحشية الغليظة:

اللفظ الوحشي الغليظ عند "ابن الأثير" هو المتصف بعينين "أحدهما أنه غريب الاستعمال، والآخر أنه ثقیل على السمع كربه على الذوق"²²، فقد يلجأ الكاتب الشاعر في نصه إلى توظيف مثل هذه الألفاظ الغريبة

ظناً منه أنّها تجذب المتلقي وتلفت انتباهه، ومن ثم تزداد درجة تفاعله مع النص، إلا أنّ "ابن الأثير" حذر من استعمال مثل ذلك في النص، ويمثل لمثل هذه الألفاظ بقول "أبي تمام":²³

قَدْ قُلْتُ لَمَّا أَطْلَحْتَ الْأَمْرَ وَانْبَعَثَ عَشَوَاءُ تَالِيَةً عُبْسًا دَهَارِيسَا

فوصف لفظي "اطلحت" و"دهاريس" بأنّهما غليظتين في السمع كريهتين على الدّوق²⁴، وعند التأمل في الألفاظ التي استعملها "ابن الأثير" لوصف تلك الألفاظ المتوّعة نلاحظ أمرين:

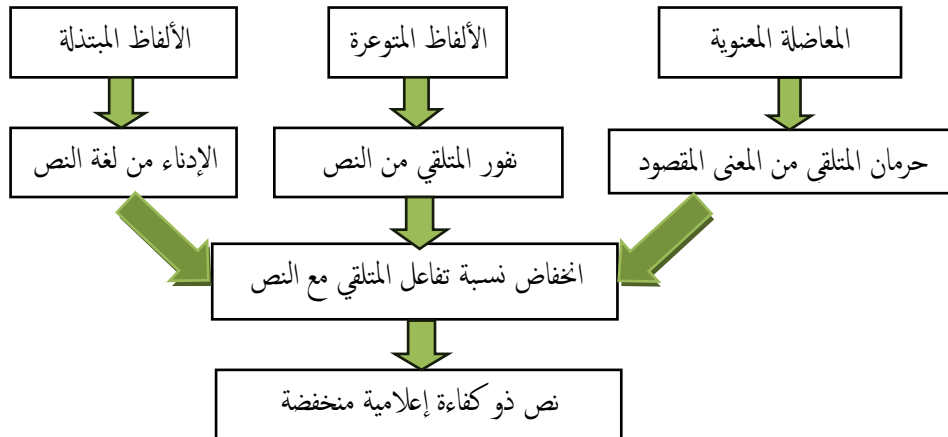
- اعتداده على الدّوق الدّاني، خاصة إذا علمنا أنّه من المدرسة الأدبية في تعليم البلاغة التي تجسّد الشكل الأدبيّ للبلاغة العربيّة، وهي مدرسة ينجح فيها أصحابها إلى تحكيم الدّوق الفنّي أكثر من تحكيم المنطق²⁵.

- أمّا الأمر الثّاني؛ فيتجلى في أنّ استعمال مثل هذه الألفاظ المتوّعة في رأيه يبدى من بلاغة النص انطلافاً من حرصه على إدامة علاقة التفاعل الإيجابي بين النص ومتلقيه، فإذا كان "الاهتزاز والارتياح للكلام شعورياً ووجدانياً يولد طرباً به وانفعالاً له"²⁶؛ فإنّ من طبيعة النفس البشريّة، أيضاً "النفور من الأبنية الصوتيّة الناشئة"²⁷، والنفور من النصّ بأكمله بعد ذلك.

3- الألفاظ المبتذلة:

يرى "ابن الأثير" أنّ مؤلّف الكلام عليه أن لا ينجح إلى توظيف الألفاظ المبتذلة في نصّه، والمقصود بالمبتذل عنده "الألفاظ الشّخيفة الضّعيفة سواء تداولتها العامة والخاصة"²⁸؛ أي هو اللفظ الذي دار وشاع على ألسنة التّاس وأقلام الكتّاب والشّعراء، حيث يقول عنها "ومثل هذه الألفاظ إذا وردت في الكلام وضعت من قدره، ولو كان المعنى شريفاً"²⁹، ولكن ما يُحسب على "ابن الأثير" أنّه في معالجته لهذا المبحث تحدّث عن الألفاظ المفردة، ولم يتوسّع ليشمل حديثه المبتذل من التّراكيب؛ حيث أنّ التّعابير الشّائعة المتسمة بالدّوران والتّرّد والتكرار على ألسنة التّاس، وبفضل طبيعتها العرفية تمكّن المتلقي من الوصول إلى معناها والمقصود منها مباشرة، وتخلّصه من عمليات الاستدلال وإعمال الدّهن، حيث لاحظ الباحثان "بل" (Bell) و"بوبرو" (Bobrow) أنّ تأويل تلك التّعابير يأتي تلقائيّاً، وعليه فإنّ كفاءتها الإعلاميّة تنسم بالانخفاض³⁰. ويمكن توضيح الأساليب التي تؤدي إلى انخفاض إعلاميّة النصّ من منظور "ابن الأثير" وفق الخطاطة التالية:

الشكل (01): يوضح الأساليب التي تؤدي إلى انخفاض إعلامية النص عند ابن الأثير



ثالثاً-آليات رفع الإعلامية في المثل السائر:

رصد "ابن الأثير" في كتابه الكثير من الآليات البلاغية التي تسمو بالنص/الخطاب الأدبي شكلاً ومضموناً، وتشحنه بمعان ضمنية ومقاصد مستترة تخرج به عن دائرة الوضوح والرتابة، وهو ما يتوافق إلى حد بعيد مع الدرجة العليا للإعلامية في الدراسات النصية؛ فنجدّه يشجّع المخاطب على استعمال المجاز والبعد عن المعنى المباشر، ونجدّه في موضع آخر يمدح الحذف وما يخلفه من فراغات في النص يملأها القارئ، ووصف الالتفات وما يقتضيه من عدول عن القواعد التركيبية بأنه: "خلاصة علم البيان التي حولها يدندن، وإليها تستند البلاغة، وعنها يعنعن"³¹، ولضيق المقام وصعوبة الإلمام بهذه الآليات وغيرها ممّا ذكره "ابن الأثير" في كتابه؛ ارتأيناه أن نسلط الضوء على بعض الآليات البلاغية على سبيل التمثيل لا الحصر لما لها -في رأينا- من علاقة كبيرة بمفهوم الإعلامية ودرجاتها.

1-الإيهام:

وهو أن يأتي منتج الخطاب بلفظ عام يحتمل عدّة مدلولات ثمّ يعزّف عن تحديد دلالة تاركاً للمتلقي حرية التأويل للوصول إلى المعنى المراد، وقد استحسن "ابن الأثير" هذا الصنيع ومثّل له بقوله تعالى في سورة الإسراء: ﴿إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ﴾ (الإسراء 9)؛ فيقول: "أي للطريقة، أو الحالة، أو الملة التي هي أقومها وأسدها، وأي ذلك قدّرت لم تجد له مع الإفصاح ذوق البلاغة الذي تجده مع الإيهام؛ وذلك لذهاب الوهم فيه كلّ مذهب، وإيقاعه على محتملات كثيرة"³².

كما أورد قوله تعالى في آية أخرى: ﴿وَالْمُؤْتَفِكَةَ أَهْوَىٰ﴾ (53) فَعَشَّاهَا مَا عَشَّى ﴿(النجم/53-54) فنجد أنه يقول: "قال في هذه الآية فعشَّاهَا ما عَشَّى فأبهم الأمر الذي عَشَّاهَا به وجعله عامًا، وذلك أبلغ؛ لأنَّ السامع يذهب وهمه فيه كلَّ مذهب"³³، فابن الأثير يرى في هذا النوع من الإيهام وتعدد الدلالات التي يحملها اللفظ المبهم بلاغة، وحسبًا ينتهيان مع الإفصاح والتحديد، لما يخلفه ذلك الإيهام من غموض في نفس المتلقي، إلا أنَّ الملاحظ من هاتين الآيتين وغيرهما من الشواهد التي ساقها "ابن الأثير" في هذا الباب؛ أنه على الرغم من ما يحدثه هذا النوع من الإيهام من تفاعل بين المتلقي والنص تاركًا له الحرية في التقدير والترجيح، إلا أنه لا يحدث أيّ قطيعة تواصلية بين النص ومتلقيه حتى يصبح غير فاهم لمعناه؛ فعند تأمل الآيتين السابقتين نجد في الآية الأولى أنَّ توظيف الله تعالى لكلمة "أقوم" دون تحديد المقصود منها أقوم طريق أو ملة أو غير ذلك لا يمنع المتلقي من الوصول للمعنى العام للآية؛ وهو أنَّ التمسك بالقرآن والعمل بما فيه يضمن الصلاح في الدنيا والتجاة في الآخرة.

وكذلك الأمر في الآية الثانية حيث يفهم المتلقي أن الله تعالى عاقب أولئك القوم وجازاهم على كفرهم، فجعل لهم بالعذاب في الدنيا قبل الآخرة، وله المتلقي - حرية استنباط تلك الطريقة التي عوقبوا بها.

2- التفسير بعد الإيهام:

وهو أسلوب يعتمد فيه الكاتب على عرض معلومة أو خبر فيسبقتها بتركيب أو لفظ مبهم، لا يفهم المتلقي المراد منه إلا من خلال تلك الفكرة أو المعلومة التي تليه، وقد مثل "ابن الأثير" لهذا الأسلوب بقوله تعالى: ﴿وَقَضَيْنَا إِلَيْهِ ذَلِكَ الْأَمْرَ أَنَّ دَابِرَ هَؤُلَاءِ مَقْطُوعٌ﴾ (الحجر/66)؛ فالإيهام هنا متمثل في كلمة "الأمر" التي فترها تعالى بقوله: ﴿أَنَّ دَابِرَ هَؤُلَاءِ مَقْطُوعٌ﴾، وكان من الممكن أن تساق الآية دون إيهام فتكون "وقضينا إليه أَنَّ دَابِرَ هَؤُلَاءِ مَقْطُوعٌ" لكن لما كانت بهذه المنزلة من الفخامة وعلى هذه الدرجة من البلاغة.³⁴

وكذلك قوله تعالى: ﴿إِذْ أَوْحَيْنَا إِلَىٰ أُمِّكَ مَا يُوحَىٰ أَنْ أَقْرِضِيهِ فِي التَّائِبَاتِ فَأَقْرِضِيهِ فِي الْيَمِّ﴾ (طه/39) ففي قوله ﴿أَنْ أَقْرِضِيهِ..﴾ تفسير لفظ المبهم ﴿مَا يُوحَىٰ﴾³⁵، نلاحظ في هاتين الآيتين أنَّ اللفظ المبهم لفظ زائد يمكن الاستغناء عنه، فما الحاجة إلى توظيفه في بناء الخطاب؟ يجيب "ابن الأثير" عن ذلك قائلًا: "الإيهام أولاً يُوقِع السامع في حيرة وتفكير، واستعظام لما قرع سمعه وتشوق إلى معرفته والاطلاع على كنهه"³⁶، إنَّ توظيف "ابن الأثير" لمصطلحات من قبيل: السامع، حيرة، تشوق، اطلاع... يوحى بما لا يدع مجالاً للشك أنَّ الرجل يرى في هذا أسلوب التفسير بعد الإيهام عاملاً مهمًا في رفع إعلامية النص، وذلك باستفازة للمتلقي وتشويقه لمعرفة ما يعنيه اللفظ المبهم، ولو أنَّ هذا التشوق سرعان ما يزول عن المتلقي ويرتدَّ ذهنه عما كان فيه من تدبر وتفكير، إلا أنَّ هذا الأسلوب يحدث التفاعل المرجو من المتلقي.

3- التشبيه:

تبه "ابن الأثير" من صعوبة التعامل مع هذا اللون البلاغي، واعتبره من مقاتل علم البلاغة، واستسهال استعماله والإكثار منه يذهب بفائدته، وهو عند "ابن الأثير" ضريين: تشبيه مظهر الأداة وتشبيه مضمرة الأداة، فإن أردنا أن نفاضل بينهما بالاحتكام إلى معيار الإعلامية؛ فحتمًا ستكون الغلبة للتشبيه المضمرة؛ ذلك بأن المتلقي يجد فيه صعوبة في تحديد المشبه من المشبه به، وكذا تحديد العلاقة الجامعة بينهما، وهذا ما ذهب إليه "ابن الأثير" حيث يقول: "إن التشبيه المضمرة أبلغ من التشبيه المظهر وأَوْجَزُ"³⁷، ولكن ليس معنى هذا أن التشبيه المضمرة تتساوى كفاءتها الإعلامية، فالنماذج التي ساقها "ابن الأثير" في هذا الباب تثبت ذلك، إذ ليس كل تشبيه أضمرت أدواته يجد فيه المتلقي صعوبة في الوصول إلى المراد منه، مثل "قولنا زيد أسد: فهذا مبتدأ وخبره، وإذا قدرت أداة التشبيه فيه كان ذلك بديمة النظر على الفور؛ فقليل: زيد كالأسد"³⁸، فالمتلقي عندما يصادف هذا التركيب في نص ما، لا يجد صعوبة في الوصول إلى معناه؛ فمن الواضح أن المتكلم شبه زيدًا بالأسد، وهو بذلك يمدحه ويصفه بالشجاعة والقوة والبسالة، إلى غير ذلك من الصفات الحسنة، وبذلك فهو تركيب منخفض الإعلامية.

ويجد المتلقي صعوبة في الوصول إلى المعنى المراد في تشابه أخرى، حيث يقول "ابن الأثير" عن هذا النوع من التشابه بأنه: "يشكل تقدير أداة التشبيه فيه على غير العارف بهذا الفن"³⁹، ومثال ذلك قول أبي تمام:

أَيُّ مَرْغَى عَيْنٍ وَوَادِي سَيْبٍ لَحَبْتُهُ الْإِيَّامُ فِي مَلْحُوبٍ

وعلق عليه قائلًا: "ومراد أبي تمام أن يصف هذا المكان بأنه كان حسناً؛ ثم زال عنه حسنه... وإذا قدرنا أداة التشبيه هاهنا قلنا: كآته للعين مرعى، وللنسيب منزلاً ومألفاً"⁴¹، وتزد نسبة الغموض والحفاء في تشابه أخرى مثل ما ورد في قوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ تَبَوَّءُوا الدَّارَ وَالْإِيمَانَ مِنْ قَبْلِهِمْ﴾ (الحشر/9)، فالمتلقي لهذه الآية قد لا يتفطن في أول وهلة إلى أنها تشبيه أصلاً، ومن ثم لا يصل إلى المراد منها، ولكن بعد اجتهاد وتقليب عقله يصل إلى أن "هم في إيمانهم كالمتبوء داراً؛ أي أنهم قد اتخذوا الإيمان مسكناً يسكنونه؛ يصف بذلك تمكّنهم منه"⁴².

إذا ليست كل التشابه المضمرة على درجة واحدة من الإعلامية، فمنها ما يكون واضحاً بَيِّنًا، ومنها ما يكون غير ذلك، فتكون عاملاً في خفض درجة إعلامية النص تارة، ورفعها تارة أخرى، حسب استخدام المخاطب، وحسب قدرات المتلقي في التعاطي معها والوصول إلى المعاني التّساوية خلفها.

رابعا- آليات تخفيض الإعلامية عند "ابن الأثير":

تتبه "ابن الأثير" إلى أن المتلقي قد يفشل في الوصول إلى المعنى المراد من طرف المرسل، خاصة إذا وجد نفسه أمام كلام يحتمل معنيين أو أكثر، لذلك وينظرة استباقية منه وضع استراتيجيات تمكن المخاطب من

ترجيح المعنى الصحيح، وسُمي ذلك بـ "الترجيح بين المعاني"، إلا أن هذه الإستراتيجيات وحدها لا تكفي بل اشترط في المخاطب أن يتسم بالذكاء وبعد النظر، وبأن يكون: "ذو فكرة متقدمة ولحمة منتقدة، فليس كل من حمل ميزاناً سمي صرافاً، ولا كل من وزن به سمي عرافاً"⁴³، ويمكن أن نجمل هذه الآليات التي تساعد المتلقي في الوصول إلى المعنى المطلوب في الاعتماد على:

1-السياق اللغوي:

يلجأ المتلقي إلى السياق اللغوي إذا وجد تركيباً لغوياً أو لفظاً يحتمل معنيين، و"كان أحدهما مناسباً لمعنى تقدمه، أو لمعنى تأخر عنه، والآخر غير مناسب"⁴⁴، وهو ما يتطابق مع آليتي الخفض التقديمي والخفض الرجوعي في اللسانيات النصية، ويضرب "ابن الأثير" مثلاً للخفض الرجوعي بقوله تعالى: ﴿لَا تَجْعَلُوا دُعَاءَ الرَّسُولِ بَيْنَكُمْ كَدُعَاءِ بَعْضِكُمْ بَعْضًا﴾ (النور/63)؛ فالدعاء هنا يحتمل معنيين: أولها التهي أن يدعى النبي صلى الله عليه وسلم باسمه، فيقال له يا محمد، ثانيها: التهي من أن يكون حضورهم مجلسه إذا دعاهم إليه، كحضورهم مجلس بعضهم البعض، بل يتأدّبون ولا يفارقون مجلسه إلا بإذنه، وهذا هو المعنى المراد؛ لمناسبتها الآية السابقة، وهي قوله تعالى ﴿إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِذَا كَانُوا مَعَهُ عَلَى أَمْرٍ جَامِعٍ لَمْ يَذْهَبُوا حَتَّى يَسْتَأْذِنُوهُ﴾ (النور/62)⁴⁵.

أما الخفض التقديمي فيمثل له بقوله تعالى: ﴿وَالَّتَيْنِ وَالزَّيْتُونَ﴾ (01) و﴿طُورِ سِينِينَ﴾ (التين/1-2)؛ فلفظي التين والزيتون تدلّان على شجرتين معروفتين، وتدلّان على جبلين معروفين أيضاً، وتأوليها بالجبلين أنسب، للمناسبة بين هذا التأويل وبين ما أتى من ذكر لجبل طور بعد ذكر التين والزيتون.⁴⁶

2-السياق غير اللغوي:

يُعرف أيضاً بالسياق الخارجي وهو: "الظروف والخلفيات المحيطة بالنص سواء منها ما يتصل بالمخاطب أو المخاطب، وكذلك البيئة الزمانية والمكانية التابع منها النص"⁴⁷، فقد يحتاج المخاطب للوصول إلى مقصد المتكلم أو في ترجيحه معنى على معنى آخر، إلى استحضار أعراف مجتمعه وخلفيته الثقافية والفكرية، أو إلى تحديد طبيعة علاقته مع المتكلم، وغير ذلك مما هو خارج عن النص، وقد عبّر "ابن الأثير" عن هذا المفهوم بمصطلح "شيء خارج عن مفهوم اللفظ"، ومثل له بقوله تعالى: ﴿وَهُوَ اللَّهُ فِي السَّمَاوَاتِ وَفِي الْأَرْضِ يَعْلَمُ سِرَّكُمْ وَجَهْرَكُمْ﴾ (الأنعام/3)؛ فهذه آية يفهم منها معنيان: أولها أن الله تعالى يعلم السر والجهر في السماوات والأرض، أما الثاني: أن الله في السماوات ويعلم سرّ وجهه بني آدم في الأرض⁴⁸، "إلا أن هذا يمنع منه اعتقاد التجسيم، وذلك شيء خارج عن مفهوم اللفظ"⁴⁹؛ فتقافتنا الدينية تمنعنا من ترجيح المعنى الثاني لما يحمله من دلالات بآته سبحانه وتعالى مائل في الشفاء وهي محيطة به.

الخاتمة:

- بعد دراستنا لمظاهر تجلي معيار الإعلامية في كتاب "المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر" لضيء الدين بن الأثير توصلنا إلى مجموعة من النتائج نوجزها في النقاط الآتية:
- ترتبط الإعلامية في مفهومها العام بتلك الوظيفة التي تشترك فيها كلّ التصوص والخطابات؛ فالهدف الأول من إنتاج أي نص هو الإخبار ونقل المعلومات والمعارف، أما الإعلامية في الدراسات النصية فتتعلق بجدة وتنوع تلك المعارف والمعلومات ومخالفاتها لتوقعات المتلقي.
 - حثّ "ابن الأثير" في كتابه "المثل السائر" الكتاب على شحن مؤلفاتهم بما هو غريب، ومبتدع من ألفاظ ومعان، والابتعاد عن المألوف المتداول؛ بما يضمن مفاجأة المتلقي من جهة، وإرضاء ذائقته الأدبية من جهة أخرى.
 - كان "ابن الأثير" واعياً بأنّ خيطاً رفيعاً يفصل بين "رفع إعلامية النص"، وبين حرمان المتلقي من المعنى المقصود ومن ثمّ انقطاع التواصل بينه -المتلقي- وبين منتج النص؛ لذلك حذّر من استعمال الألفاظ الوحشية الغليظة، والمعاضلة المعنوية، وذلك في إطار حرصه على إدامة التفاعل بين النص ومتلقيه.
 - في إطار حرصه على إدامة التفاعل الإيجابي بين المتلقي والنص؛ نجد أنّ "ابن الأثير" قد حثّ منتج النص على شحن منتوجه الأدبيّ بآليات بلاغية نحو الإيهام والتفسير بعد الإيهام والتشبيه وغيرها من الآليات التي تعمل على شدّ المتلقي وتحفيزه لتتبع ما سيأتي في النص من جهة، وإعمال فكره وإمعان نظره للوصول إلى المعنى المراد من جهة أخرى.
 - جعل "ابن الأثير" من المتلقي عنصراً فاعلاً في العملية التواصلية؛ لذلك وضع له آليات يفتح من خلالها ما استغلق عليه من معانٍ، منها ما هو داخل النص "السّياق اللّغويّ"، ومنها ما هو خارجه "السّياق الخارجيّ".

هوامش:

- ¹ - حسام أحمد فرج، 2007، نظرية علم النص "رؤية منهجية في بناء النص التراثي"، ط01، القاهرة، مصر مكتبة الآداب، ص66.
- ² - نعان بوفرة، 2009، المصطلحات الأساسية في لسانيات النص وتحليل الخطاب -دراسة معجمية-، ط01، عمان، الأردن - جدارا للكتاب العالمي، ص88.
- ³ - حسام أحمد فرج، نظرية علم النص "رؤية منهجية في بناء النص التراثي"، ص66.

- ⁴ إبراهيم محمد عبد الرحمن، 2007، الإعلامية أبعادها وأثرها في تلقي النص نظرية تاريخية، رسالة دكتوراه، ماليزيا-الجامعة الإسلامية العالمية، ص6، نقلا عن زيد بن ديان ومحمد محمود أبو حسين، 2016، الإعلامية في النص الأدبي -دراسة تطبيقية في قصيدة وصف الرياض للشاعر زين العابدين الكويتي-، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، مصر، ع29، ج2، ص1093.
- ⁵ خليل بن ياسر البطاشي، 2009، الترابط النصي في ضوء التحليل اللساني للخطاب، ط01، عمان، الأردن- دار جرير للنشر والتوزيع، ص101.
- ⁶ روبرت ديوجراند، 1998، النص والخطاب والإجراء، ترجمة: تمام حسن، ط01، القاهرة، مصر-عالم الكتب، ص23.
- ⁷ عزة شبل محمد، 2009، علم لغة النص -النظرية والتطبيق-، ط02، القاهرة، مصر-مكتبة الآداب، ص69.
- ⁸ حسام أحمد فرج، نظرية علم النص "رؤية منهجية في بناء النص التراثي"، ص76.
- ⁹ ابن الأثير، 1960، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، تحقيق: أحمد الحوفي وبدوي طبانة، القاهرة، مصر-دار نهضة مصر للطبع والنشر، ج2، ص222.
- ¹⁰ علي يحي نصر عبد الرحيم، الضيغ التعبيرية الجاهزة بين الكفاءة الإعلامية والقيمة الأسلوبية والبلاغية، مجلة كلية اللغة العربية بإبنتي البارود، مصر، ع33، ص9825.
- ¹¹ ابن الأثير، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، ج1، ص100.
- ¹² المصدر نفسه، ج1، ص97.
- ¹³ المصدر نفسه، ج1، ص98.
- ¹⁴ حسام أحمد فرج، نظرية علم النص "رؤية منهجية في بناء النص التراثي"، ص67.
- ¹⁵ أبو تمام الطائي، د ت، ديوانه، تحقيق: محي الدين الحياط، مصر-نظارة المعارف العمومية، ص312.
- ¹⁶ ابن الأثير، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، ج2، ص93.
- ¹⁷ المصدر نفسه، ج2، ص219.
- ¹⁸ الفرزدق، 1987، ديوانه، تحقيق: علي فاعور، ط01، بيروت، لبنان-دار الكتب العلمية، ص222.
- ¹⁹ المبرد أحمد بن يزيد، 1997، الكامل في اللغة والأدب، تحقيق: محمد أبو الفضل إبراهيم، ط03، القاهرة، مصر-دار الفكر العربي، ج1، ص28.
- ²⁰ ابن الأثير، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، ج2، ص221-222.
- ²¹ المصدر نفسه، ج2، ص222.
- ²² المصدر نفسه، ج1، ص180.
- ²³ أبو تمام الطائي، ديوانه، ص171.
- ²⁴ ابن الأثير، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، ج1، ص181.
- ²⁵ عمار بعداش، 2017، البلاغة العربية تعلماً وتعليماً من النص إلى المعيار "المعتزلة أمودجا"، حوليات جامعة قلمة للغات والآداب، قلمة، الجزائر، ع21، ص61.
- ²⁶ محمد أدويان، د ت، صفات الكلمة الحسنة المقبولة عند بن الأثير، مجلة مجمع اللغة العربية، دمشق، سوريا، مج82، ج4، ص764.

- 27- المرجع نفسه، ص 764.
- 28- ابن الأثير، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، ج 1، ص 199.
- 29- المصدر نفسه، ج 1، ص 200.
- 30- علي يحي نصر عبد الرحيم، الضيغ التعبيرية الجاهزة بين الكفاءة الإعلامية والقيمة الأسلوبية والبلاغية، ص ص 9835- 9836.
- 31- ابن الأثير، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، ج 2، ص 267.
- 32- المصدر نفسه، ج 2، ص 299.
- 33- المصدر نفسه، ج 2، ص 230.
- 34- ينظر، المصدر نفسه، ج 2، ص 196.
- 35- ينظر، المصدر نفسه، ج 2، ص 197.
- 36- المصدر نفسه، ج 2، ص 196.
- 37- المصدر نفسه، ج 2، ص 121.
- 38- المصدر نفسه، ج 2، ص 116.
- 39- المصدر نفسه، ج 2، ص 116.
- 40- أبو تمام الطائي، ديوانه، ص 36.
- 41- ابن الأثير، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، ج 2، ص 117.
- 42- المصدر نفسه، ج 2، ص 118.
- 43- المصدر نفسه، ج 1، ص 70.
- 44- المصدر نفسه، ج 1، ص 74.
- 45- ينظر، المصدر نفسه، ج 1، ص 77.
- 46- ينظر، المصدر نفسه، ج 1، ص 77.
- 47- الغويل المهدي إبراهيم، 2001، السياق وأثره في المعنى، ط 01، بنغازي، ليبيا-أكاديمية الفكر الجماهيري، ص 15.
- 48- ينظر، ابن الأثير، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، ج 1، ص 78.
- 49- المصدر نفسه، ج 1، ص 78.

قائمة المصادر والمراجع:

أولا/ المصادر:

1. القرآن الكريم
2. ابن الأثير، 1960، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، تحقيق: أحمد الحوفي وبدوي طبانة، القاهرة، مصر-دار نهضة مصر للطبع والنشر.

ثانيا/ المراجع:

1/الكتب:

1. أبو تمام الطائي، (د ت)، ديوانه، تحقيق: محي الدين الخياط، مصر-نظارة المعارف العمومية.
2. الغويل المهدي إبراهيم، 2001، السياق وأثره في المعنى، ط01، بنغازي، ليبيا-أكاديمية الفكر الجماهيري.
3. الفرزدق، 1987، ديوانه، تحقيق: علي فاعور، ط01، بيروت، لبنان-دار الكتب العلمية.
4. المبرد أحمد بن يزيد، 1997، الكامل في اللغة والأدب، تحقيق: محمد أبو الفضل إبراهيم، ط03، القاهرة، مصر-دار الفكر العربي، ج1.
5. حسام أحمد فرج، 2007، نظرية علم النص "رؤية منهجية في بناء النص التراثي"، ط01، القاهرة، مصر-مكتبة الآداب.
6. خليل بن ياسر البطاشي، 2009، الترابط النصي في ضوء التحليل اللساني للخطاب، ط01، عمان، الأردن-دار جرير للنشر والتوزيع.
7. روبرت ديوجراند، 1998، النص والخطاب والإجراء، ترجمة: تمام حسن، ط01، القاهرة، مصر-عالم الكتب.
8. عزة شبل محمد، 2009، علم لغة النص -النظرية والتطبيق-، ط02، القاهرة، مصر-مكتبة الآداب.
9. نعمان بوقرة، 2009، المصطلحات الأساسية في لسانيات النص وتحليل الخطاب -دراسة معجمية-، ط01، عمان، الأردن-جدارا للكتاب العالمي.

ب/ المجلات:

1. زيد بن ديان ومحمد محمود أبو حسين، 2016، الإعلامية في النص الأدبي -دراسة تطبيقية في قصيدة وصف الرياض للشاعر زين العابدين الكويتي-، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، مصر، ع29، ج2، ص1093.
2. علي يحي نصر عبد الرحيم، 2020، الضيق التعبيرية الجاهزة بين الكفاءة الإعلامية والقيمة الأسلوبية والبلاغية، مجلة كلية اللغة العربية بإيتاي البارود، مصر، ع33، ص ص 9822-9836.
3. عمار بعداش، 2017، البلاغة العربية تعلماً وتعلماً من النص إلى المعيار "المعتزلة أمودجا"، حوليات جامعة قلمة للغات والآداب، قلمة، الجزائر، ع21، ص61.
4. محمد أديوان، د ت، صفات الكلمة الحسنة المقبولة عند بن الأثير، مجلة مجمع اللغة العربية، دمشق، سوريا، مج82، ج4، ص764.