



الخطاب الإشهاري في القرآن الكريم (سورة الواقعة اختياراً)

أ.م.د. قصي إبراهيم لفته
كلية التربية للعلوم الإنسانية
جامعة ذي قار
العراق

المخلص

الخطاب الإشهاري خطاب عقلي عاطفي يعتمد اللغة وسيلة للاستمالة والتأثير على وفق نظام لغوي خاص قائم على اساس مبدأ استغلال امكانيات اللغة من اجل عرض فكرته على وفق استراتيجية إقناعية تحقق التأثير ثم التغيير ، وذلك من خلال بناء الخطاب بناءً فاعلاً يمكنه اثارة عواطفه واستهواء افكاره ، اعتماداً على تقنيات فنية عالية الجودة تعتمد الصوت ، والصورة ، والحركة ، والايحاء ، والايحاء ، والوصف ، والحوار ، وجرس الكلمات ، ونغم العبارات بأسلوب في اعلى درجات التناسق .

ومن هنا تتحقق كفاءة الخطاب الإشهاري بوصفه خطاباً منتجاً قادراً على تحويل مسار المتلقي عقلياً وعاطفياً من خلال تفاعله الايجابي مع البناء اللساني المطروح امامه بمافيه من براهين وحجج وادلة تكتنز داخل البناء اللغوي تعرض على وفق اساليب استمالية ترغيبية تارة وترهيبية تارة اخرى ، من اجل تحقيق الهدف المنشود من وراء ذلك الاشهار .

ولعل من اهم ما يميز الاشهار وخاصة الاشهار القرآني ، انه لا يحقق غايته ولا يصل الى هدفه من خلال ارغام المتلقي على تقبل افكاره بقدر ما يجعله يصل الى ذلك التقبل بعد قناعة تامة يصل اليها ليجد ان ما هو امامه يستحق النظر والتفكير ثم التغيير ، وهو مبدأ من مبادئ الاشهار القرآني ، اذ تعرض الصورة واضحة المعالم امام عيني المتلقي بكل ابعادها تخاطب عقله ووجدانه تقيم الحجج وتقدم البراهين وتعطيه المساحة التامة من الحرية ليختار في اي مكان يضع نفسه .

الكلمات المفتاحية: الاشهار، الاشهار القرآني، البناء اللساني، الخطاب الإشهاري.

Advertising Speech in the Holy Qur'an (Surat Al-Waqiah as a model)

Assist. Prof. Dr. Qusai Ibrahim Laftah
College of Education for Humanities
Dhi Qar University
Iraq

ABSTRACT

Advertising discourse mental emotional speech adopts language as a means of grooming and influencing according to a special linguistic system based on the principle of exploiting the capabilities of language in order to present his idea according to a persuasive strategy that achieves the effect then change, and that is by building an active construct that can stimulate his emotions and elicit his ideas, depending on high-quality technical techniques, it rely on sound, image, movement, gesture, intimacy, description, dialogue, bell of words and melody of phrases in a manner of the highest degree of consistency. Hence, the efficacy of the advertising discourse is realized as a productive speech capable of transforming the recipient mentally and emotionally through its positive interaction with the linguistic structure presented before it, with sufficient proofs, arguments, and evidence hoarding within the linguistic structure presented on the basis of continuous and desirable methods of persistence and intimidation at other times, in order to achieve the desired target behind that advertising. Perhaps one of the most important features of advertising, especially the Quranic advertising, it does not achieve its aim and does not reach its target by forcing the recipient to accept his ideas as much as to make him reach that acceptance after a complete conviction that reaches them to find that what is in front of him deserves consideration and reflection, then change, its a principle of Quranic advertising, as it shows the clear-cut picture in front of the recipient's eyes in all its dimensions, it addresses his mind and his conscience evaluates the arguments and presents the proofs and gives him the full space of freedom to choose anywhere he places himself.

Keywords: Publicity, Quranic advertising, linguistic structure, advertising discourse.



المقدمة :

الحمدُ لله ربّ العالمين والصلاة والسلام على خير خلقه المشهر بالحق، المعلن للصدق وعلى آل بيته الأطهار المنتجبين الأخيار وبعد ...

فإنّ مفهوم الإشهار من الموضوعات التي بدت ملامحها عند سلفنا الصالح بشكلٍ متناثر في المدونات التي تحدّثوا فيها عن الصورة وقضايا نحققها في أذهان المتلقين، غير إنهم لم يقتنعوا لهذا المفهوم مصطلحاً يلائم الفكرة التي كانت تختلج في صدورهم.

أما في العصر الحديث فقد عُرف مصطلح الإشهار ليحاكي حاجة الناس ويجذب انتباه المنتفعين من الحاجات والسلع، فكان موضع المصطلح حقل الاقتصاد، وبما أن العلوم الإنسانية تتفاعل فيما بينها فقد استعمل هذا المصطلح بمفهومه المتداول للدلالة على وسائل التأثير النفسي في المتلقي عن طريق الصور النصية المتتابعة، والإشهار بهذا المعنى لم يكن بعيداً عن النص القرآني؛ إذ وظّف النص الكريم الإشهار بقدرته التأثيرية من أجل تحقيق الفوائد المقاصد المطروحة لكافة الناس رحمةً بهم.

وتلعب اللغة دوراً مركزياً وهاماً في بناء الوصلة الإشهارية؛ إذ هي واسطة التمثيل وبوابة الانفتاح على مساحات سحرية لا ترى من خلال الصورة بل تتناسل في سلسلة من المدلولات التوسيطية هي في الأصل مجموع الفضاءات الدلالية الفاصلة بين دال صريح يكون موضوعاً للتداول وبين مدلول نهائي يعلي من شأن الفكرة المطروحة فضلاً عن ذلك فإن اللغة هي السبيل الوحيد نحو تحديد المسالك التي تقود إلى الكشف عن الانفعالات والتحكم فيها وترويضها وفق غايات بعينها لذلك نجد في النص القرآني خطاباً موجهاً إلى الرسول الأكرم (ص) ((فأصدع بما تؤمر)) الحجر/94. والمعنى أشهر رسالة السماء وابن الدين القويم، واجعل الإسلام معلناً على رؤوس الأشهاد.

وقد زخر القرآن الكريم بالإشهارات، إشهار عن أخلاقيات وإشهار عن سلوكيات، وإشهار عن عقائد وعبادات وإشهار عن أقوام عنت وملوك تجبرت وعصت فكان نصيبهم العقاب العاجل والجحيم الأجل، وكذلك الإشهار عن القيامة وأهوالها بما يقيم في النفس الفرق، والإشهار عن الجنة ونعيمها، وبيان ما أعد للمتقين فيها، والإشهار عن النار وعذابها وأهوالها وبيان أنّها دار الكافرين المعاندين. إن جميع ما جاء في القرآن الكريم من إشهارات وإن تعددت موضوعاتها فهي اشهارات تحقق غايةً واحدةً هي التأثير في المتلقي من أجل إثارة اهتمامه واستجابته للموضوع.

وقد وقع الاختيار في هذا البحث على سورة الواقعة لبيان ما فيها من اشهارات قرآنية تنوعت صورها وتباينت أساليبها. وقسمت البحث إلى مطالب ثلاثة، تضمن الأول التعريف بالإشهار في اللغة والاصطلاح، إما المطلب الثاني فقد تضمن صور الإشهار في السورة المباركة، وختاماً جاء المطلب الثالث بعنوان أساليب الإشهار في سورة الواقعة.

المطلب الأول

المعنى اللغوي والاصطلاحي للإشهار

الإشهار في اللغة :-

جاء في مقاييس اللغة : " الشين والهاء والراء أصلٌ صحيح يدلُّ على وضوح في الأمر وإضاءة... والشهرة وضوح الأمر " (1)

والمعنى نفسه قد ورد في القاموس المحيط : " الشهرة : بالضم ظهور الشيء في سعة، وشهره كمنعه وشهره... والشهير والمشهور: معروف المكان، المذكور، والبنية والشهير العالم " (2)



ويقربُ من معنى (الإشهار) معنى (الإعلان) فالإعلان ((المجاهرة، علن الأمر يعلن ويعلن، وعلن علناً، وعلانيةً فيهما وأعلنه ... وعالنه : أعلن إليه (الأمر))⁽³⁾.
فالإشهارُ عن الشيء يتطلب مجاهرة وإعلاناً عنه، ليتحقق إقبال المتلقي عليه، وبذلك تتحقق غاية المشهر. ويظهر من المعنى اللغوي ان معنى الإشهار يقوم على معنى الإفصاح عن الشيء ليكون واضحاً معروفاً بين الناس.

الإشهار في الاصطلاح :-

الإشهار في الاصطلاح ((عملية تواصلية تتحرك ضمن محيط إنساني ... يُشيرُ بدوره إلى إستراتيجية أبلغية قائمة على الإقناع))⁽⁴⁾ وتستعمل لذلك كل وسائل الاتصال الإنساني من كلمة وصورة ورمز في أفق التأثير على المتلقي، فغاية الإشهار (الإقناع) و(التأثير) لذا يمكن وصفه بأنه : ((عملية اتصال إقناعي، تهدف إلى شد انتباه الناس إلى سلعة، أو خدمة أو شخص بدون مقابل. فهو قائم ... على الاستهواء أو الاستحواذ بنقل التأثير))⁽⁵⁾ أو هو فن إغراء الأفراد على السلوك بطريقة معينة فضلاً عن ذلك ان الإشهار يعد وسيلة من وسائل الاتصال وفعالاً مزدوج الاتجاه ، بمعنى ان المعلن لا يهدف فقط للقيام بتوصيل المعلومات المختلفة وإنما يجب عليه التأكيد من ان هذه المعلومات قد وصلت بالطريقة والكيفية المستهدفة، ويتم ذلك عن طريق معرفة ردود فعل المتلقي⁽⁶⁾. فالصورة الاشهارية هي تلك الصورة الإعلامية والإخبارية التي تستعمل مبدأ الإثارة الذهنية والوجدانية سبيلاً للتبليغ.

ويستثمر الإشهار الدافعية التي فُطر عليها الإنسان، فالإنسان ((بين الدفعة والاستجابة في طريق مملوء بالاختيارات))⁽⁷⁾ وهذه الفطرة تدفع الإنسان لاختيار ما يناسب مصالحه ويحقق رغباته النفسية. إن استعمال الرموز اللغوية يعد أساساً للصورة الاشهارية مما يجعلها أكثر تأثيراً في المتلقي حين تعتمد الصورة على تشكيل بصري متحرك او مسموع والنص القرآني يبدو أكثر إبداعاً وقدرةً على هذا النمط التشكيلي⁽⁸⁾.

المطلب الثاني

أنماط الصورة الاشهارية في سورة الواقعة

أولاً: الصورة الاشهارية المقتطعة :-

إن طبيعة الرابط اللفظي بين الحسية في العين والممثل في الصورة هي التي توجه الرؤيا وتتحكم في دلالات الوصلة الاشهارية وغاياتها فكلما انزاحت اللغة عن الوصف والتعيين المباشر للكائنات والأشياء تعمقت الهوية الفاصلة بين العين وما يأتيها من التمثيل البصري⁽⁹⁾ ولهذا تباينت الصورة الاشهارية وأنماطها في النص القرآني فنجد الصورة الاشهارية المقتطعة التي يعتمد النص فيها مجهولية الموقف، ليتحرك المتلقي في مجالٍ ضبابي يحتاج معه إلى تحريك خياله من أجل إكمال إبعاد الصورة، والولوج في الضمنيات التي تخفي وراء الصورة المعلن، فهي صورٌ تعتمد الإيحاء ركيزة للتأثير وتمثل مواقف اشهارية ((لم تحدد خطوطها وإنما يتسع مداها لطول تأملنا لها، ولا سيما حين نربطها بالسياق العام الذي ترد فيه، واتساع المدار نتيجة الإشعاعات التي تشعها الألفاظ حولها أو الإيحاءات التي تثيرها... فالصورة الثابتة (التقريرية) قد سيطرت على الألفاظ، إذ إنها خضعت لمعنى واحد، أما الصورة الثانية (الإيحائية) فهي التي سيطرت على الألفاظ، فزيادة نموها في نفس القارئ المستجيب تكتسب الألفاظ معانٍ جديدة))⁽¹⁰⁾

وتتجلى هذه الوصلة الاشهارية المقتطعة في موقف التهويل الذي كان مفتتحاً للسورة المباركة في قوله تعالى : (إِذَا وَقَعَتِ الْوَاقِعَةُ * لَيْسَ لَوْفَعَتِهَا كَادِبَةٌ * خَافِضَةٌ رَافِعَةٌ * إِذَا رُجَّتِ الْأَرْضُ رَجًا * وَبُسَّتِ الْجِبَالُ بَسًا * فَكَانَتْ هَبَاءً مُنْبَثًا) الواقعة (1-6)



فافتتاح السورة بهذا الإشهار المروع الذي اعتمد أسلوب الشرط ((يسترعي الأبواب لترقب ما بعد هذا الشرط الزمني، مع ما في الاسم المسند إليه من التهويل ليتوقع حدث عظيم يحدث))⁽¹¹⁾، إلا ان النص يتجاوز جواب الشرط ليكون مجهولاً⁽¹²⁾ ويترك لخيال المتلقي إمكانية تصوّره لهذا الهول الذي لا يحيطه الوصف، فاستعمال هذا الأسلوب واضح فيه التهويل في عرض هذا الحدث الهائل، وهو يتبع أسلوباً خاصاً يُلاحظ فيه هذا المعنى، ويتناسق مع مدلولات العبارة، وقد بدأ بـ (إذا) الشرطية مرتين ولا يذكر جوابها ... فكأنما هذا الهول كله مقدمة لا يذكر نتائجها؛ لأن نتائجها أهول من ان يحيط بها اللفظ أو تعبر عنها العبارة))⁽¹³⁾.

إن الصورة الإشهارية المقطعة الواردة في النص القرآني السابق لها القدرة البالغة في التأثير في نفس المتلقي، والسر في هذا التأثير إنما تحقق من غياب عنصر هام من عناصر الصورة من شأنه جعل ذهن المتلقي يتحرك في اتجاهات متعددة من أجل الحصول على ما يكمل الصورة؛ إذ ينطلق الإشهار في أحيان كثيرة من مجهولية العنصر في سبيل تحقيق غاية الرسالة الإشهارية⁽¹⁴⁾.

وفي إثارة (إذا) ملمحٌ تأثيري في تلك الإرسالية الإشهارية إذ إن هذه الأداة ((تنقل المخاطب إلى زمن الحدث المراد تقريره فتجعل حاضره الذي يعيشه الآن، وكأنه أصبح ماضياً في حين أنه انتقل ليعيش الحدث الزمني المستقبلي بأهواله ليكون ذلك أكثر وقعاً في النفس، واشد وطأً عليها، وأبلغ أسلوباً في تقرير حقيقة البعث))⁽¹⁵⁾.

ثانياً : الصورة الإشهارية الكلية :-

من المعلوم إن الخطاب الإشهاري لا يُشهر من قبيل الصدفة بل هو ثقافة مقننة تراعي المرسل إليه أكثر مما تراعي المرسل نفسه وقد ركز كثير من النقاد على شعرية الصورة من خلال فاعلية العلائق الرابطة التي تولدها في نسقها وبمقدار شعرية الأنساق وقيمتها التحفيزية ترتقي الصورة لخلق الاستثارة الجمالية لذلك نجد ان الصورة الإشهارية في السورة المباركة تمثلت في بيان أصناف الخلائق في يوم القيامة في قوله جلّ و علا : (وَكُنْتُمْ أَزْوَاجًا ثَلَاثَةً * فَأَصْحَابُ الْمَيْمَنَةِ مَا أَصْحَابُ الْمَيْمَنَةِ * وَأَصْحَابُ الْمَشْأَمَةِ مَا أَصْحَابُ الْمَشْأَمَةِ * وَالسَّابِقُونَ السَّابِقُونَ) الواقعة (7-10)، فالإشهار لا يرمي للتعريف بأصناف الخلائق فحسب بل هو إشهار أريد به بيان المسيء من المحسن، والجزاء العادل بحسب الإساءة أو الإحسان في الدار الدنيا، فالإرسالية الإشهارية هنا تخاطب الوجدان وتضع أمام النفس ما ستؤول إليه وكيف ستحشر لنقرأ أعمالها وترى عاقبة غيها وضلالها وتيهها، فالقرآن الكريم ((لا يتجه إلى إثارة العواطف والمشاعر لذات الإثارة، بل لما وراءها من يقظة وانتباه في جوانب النفس الإنسانية))⁽¹⁶⁾.

وفي إطلاق لفظ (الأزواج) إشارة إلى الأمور المتقارنة مع بعضها ولكون أصناف الناس في القيامة والحشر والنشر تكون متقارنة مع بعضها⁽¹⁷⁾ ثم يُشرع النصُّ بالإشهار عن كل صنفٍ من هذه الأصناف بقوله : (وأصحاب الميمنة ما أصحاب الميمنة، وأصحاب المشأمة ما أصحاب المشأمة، والسابقون السابقون) الواقعة (8-10) وهو كلامٌ متفرع عمّا سبق من إجمال في قوله تعالى: (وَكُنْتُمْ أَزْوَاجًا ثَلَاثَةً) الواقعة⁷ غايته التبيين⁽¹⁸⁾ بكل صنفٍ من هذه الأصناف، فالصورة هنا أصبحت وسيلة حتمية لأدراك نوع متميز من الحقائق تعجز اللغة العادية عن إدراكه أو توصيله. ذلك ان الصورة هي اللقطة المتخيلة التي تجمع الحسي بالمجرد والواقعي بالخيال بايقاع تشكيلي جمالي موسقٌ على مستوى تألف الكلمات وانسجامها في نسقٍ إبداعي أسر وهذا يعني انه ثمة قيمة جمالية تؤسسها الكلمات في نسقها مع بعضها لتثري النص ثراءً جمالياً .

وفي النص القرآني انبثقت جمالية التعبير بمستواها البلاغي التأثيري ونسقها الإيقاعي الأخاذ من خلال آلية الاستفهام التعجبي حين أشهر النص عن أصحاب الميمنة وأصحاب المشأمة وحالهم في السعادة والشقاوة، ومن خلال تركه لهذا الاستفهام مبهماً، لتذهب نفس السامع كل مذهبٍ ممكن⁽¹⁹⁾. فضلاً عما أفاده هذا الاستفهام متأخياً مع التكرار من تعظيم وتهويل لحال تلك الأصناف المشهر عنها، فهو أسلوب يحمل قوة تأثيرية على وجدان النفس، ((إذ يؤكد أن أصحاب الميمنة في مقامهم هذا قد بلغوا ما لا يتخيله العقل البشري من درجات السعادة، وعلى العكس من ذلك أصحاب المشأمة))⁽²⁰⁾ ان القيمة البلاغية للصورة الإشهارية في هذه الآيات



تحققت بفعل الترابط والانسجام القائم بين المفردات والجمال وصولاً إلى البنية النصية، إذ إن مقدار التفاعل والحياسة الجمالية والتواضع بين الجمال يحقق للنص قيمته العلائقية التحفيزية المهمة في الاستثارة والتأثير وبهذا يمثل الترابط والانسجام بين الاستفهام والتكرار في الآيات السابقة حيوية جمالية إنتلافية داخل التركيب اللغوي يرتد أثرها على البنية الكلية للنص .

وأصحاب الميمنة المراد بهم ((الجماعة السعيدة التي تستلمُ صفحة أعمالها اليد اليمنى، إشارة لنيل الفوز والنجاح))⁽²¹⁾، وتحملُ لفظة الميمنة طاقة إيحائية تجذب النفس لما فيها من الإشارة إلى العناية والكرامة، أخذاً من معنى اليُمن، أي البركة⁽²²⁾.

أما المشأمة فهي ((أسم جهةٍ مشتقة من الشؤم، وهو ضد اليمن، وهو الضرُّ وعدم النفع))⁽²³⁾، وفيه من الإيحاء بالضرر الذي يوقعه الإنسان بنفسه ما يجعل النفس لتأنف أن تعدُّ من أصحاب المشأمة ((حيثُ الشؤم التعاسة واستلام صحائف أعمالهم بيدهم اليسرى التي رمز سوء عاقبتهم وعظيم جرمهم وجنابيتهم، نتيجة عمى البصيرة والسقوط في وحل الظلال))⁽²⁴⁾ إما السابقون فهم جماعة قد خصّوا بالقرب وبحظوة لا ينالها أحد، والتعبير بر (السابقين) مفهوم واسع لا يمكن أن يحد، فقد ترك للخيال قابلية التصور والإحاطة به.

وبهذا الاستعمال البنائي للنص الذي أوجدته الصورة الأشهارية التي مثلها الاستفهام والتكرار استطاع النص جذب انتباه المتلقي ومن ثم التأثير في الإدراك وتسهيل عملية الحفظ أو التذكير والامتناع وخلق الاستجابة فضلاً عن التأثير في السلوك⁽²⁵⁾.

ثالثاً: الصورة الأشهارية الروائية :-

إن للصورة علاقة أيقونية تتجلى ملامحها لدى المتلقي بحكم تواتر المرجعية في أشكالها وأنماطها المتنوعة، فالصورة عبارة عن نقل للأشياء استجابة لطلب المتلقي ورغبتة، وهذا النقل منه ما يكون روائياً يعتمد السرد بوصفه أسلوباً استثنائياً ((يتناول ذكر الأشياء في مظهرها الحسي ويقدمها للعين))⁽²⁶⁾، وهذا في متواليات من الأحداث أو الأفعال الكلامية تربط وتتركب مكوناتها عبر الانسجام أو عبر التفكيك أو عبر التداخل بحسب رغبة الكاتب وما يشترطه منطق ونظام وزمن الأفعال والأحداث⁽²⁷⁾، وهذا النمط الروائي يطالع المتلقي في السورة المباركة التي اعتمدت السرد أسلوباً في وصف أحوال الخلق وما سيجازون به وإعطاء المتلقي معرفة تامة بأحوالهم وإحاطة دقيقة بأوصاف البيئة التي أعدت لكل صنف من هذه الأصناف الثلاثة، وهنا يبرز عنصر (المكان) فأما الجنة وأما النار ومن ثم يمضي النص ليشهر عن خصائص كل مكانٍ خصص لكل صنف من أصناف الخلق في ذلك اليوم، فكل مكان من تلك الأمكنة يختلف بحسب درجة ساكنيه، وهو حال الأمكنة المعروف والمتداول لدى الإنسان، إذ إن الأمكنة تختلف من حيث طابعها ونوعية الأشياء التي توجد فيها، فهي تخضع في تشكيلاتها إلى مقاييس تتعلق بطبيعة ساكنيها ودرجاتهم، ومن ثم تخضع إلى مقياس يرتبط بالاتساع والضيق أو الانفتاح والانغلاق⁽²⁸⁾ فيروي لنا النص تفاصيل كل بيئة من تلك البيئات الثلاث؛ إذ يغلب على هذا النمط الروائي السرد وصف المكان وتأنيثه منعكساً ومنطقاً من الشخصية التي ستسكنه⁽²⁹⁾ فالمكان محور مهم من محاور التشكيل الروائي المؤثر في إظهار الفكرة ذلك لأن إدراك الإنسان للمكان إدراك حسي ومباشر⁽³⁰⁾ فالمشهد الروائي الأول هو المشهد المختص بشخصية (السابقين) من المقربين فهم في نعيم خاص، إذ إن ((البيئة المكانية المخصصة للسابقين هيأ الله لهم فيها ثلاث مسائل معروفة: الأكل والشرب والجلوس أولاً، ثم تنوعت هذه الوسائل ثانياً، ومن ثم أخضعها لأنقاء خاص من حيث الترف والإشباع، وقد رافق هذه الوسائل المادية إشباع روحي أو نفسي متصل بالعلاقة القائمة بين الأطراف))⁽³¹⁾ في قوله تعالى: (عَلَى سُرُرٍ مَوْضُونَةٍ * مُتَّكِنِينَ عَلَيْهَا مُتَقَابِلِينَ) الواقعة (15-16)، ويتفرغ عن هذا الوصف وصف مآكلهم لكي تكتمل الصورة المرسومة لذلك النعيم الذي خصّوا به، بإضافة خصوصية تحققها صورة الولدان المخلدون يطوفون عليهم وهم جالسون على أسرتهن متكئين معززين والعنصر الخادم يتقدم إليهم بتهيئة ما يشتهونه واحداً واحداً⁽³²⁾ وهو ما تجسد في قوله تعالى: (يَطُوفُ عَلَيْهِمْ وِلْدَانٌ مُّخَلَّدُونَ * بِأَكْوَابٍ وَأَبَارِيقٍ وَكَأْسٍ مِّن مَّعِينٍ * لَا يُصَدَّعُونَ عَنْهَا



وَلَا يَنْزِفُونَ * وَفَاكِهَةً مَّمَّا يَتَخَيَّرُونَ * وَلَحْمِ طَيْرٍ مَّمَّا يَشْتَهُونَ (الواقعة (17-21) فالآيات القرآنية مثلت صوراً روائية اشهارية مرسله إلى المتلقي (المرسل إليه) ليستقبل ذلك ويعمل على فهم أنساقه اللسانية والدلالية المختلفة وتحليلها وتأويلها وعندئذ يتحقق ما يسمى بالوظيفة الشعرية وهي الوظيفة الأساسية في الخطاب عامة والخطاب الاشهاري على وجه الخصوص اما بقية الوظائف فتصبح خدماً لها⁽³³⁾.

أما المشهد الروائي الثاني الذي يطالعنا في الآيات المباركة هو مشهد مختلف عن سابقه وهو مشهد يشهر عن أصحاب اليمين وجزائهم فهم ((المجموعة الأقل امتيازاً من السابقين وطبيعي ان تتوقع إشباعاً أقل حجماً عند أصحاب اليمين بالقياس إلى السابقين))⁽³⁴⁾ وهم أيضاً (في سِدْرٍ مَخْضُودٍ وَطَلْحٍ مَنضُودٍ وَظُلٍّ مَمْدُودٍ وَمَاءٍ مَسْكُوبٍ وَفَاكِهَةٍ كَثِيرَةٍ لَا مَقْطُوعَةٍ وَلَا مَمْنُوعَةٍ وَفُرْشٍ مَرْفُوعَةٍ) الواقعة (28 – 34) ، والمتأمل لهذه البيئة التي أعدت لأصحاب اليمين نجدها عبر المقارنة بالبيئة التي أعدت للسابقين ذات فارقيه كبيرة دون أدنى شك ذلك فيما يخص درجة الإشباع أو درجة الترف، فضلا عن غياب العنصر الاجتماعي المتمثل في تحديد العلاقات القائمة بين الأطراف⁽³⁵⁾، إذ تتجسد في هذه الصورة الاشهارية وظيفة إيحائية تجعلها معبرة تعبيراً يغازل الوجدان ويغذي الأحلام، لأنها عالم مفتوح على مصراعيه لكل التأويلات والتصورات وهي تحاور اللاوعي وتوحي بمشاعر تختلف في طبيعتها من متلقٍ لآخر وبهذا فان الصورة هنا تخلق عالم دلالي معين وهذا العالم الدلالي يأتي نتيجة التفكير الذي أسسته الصورة لدى المتلقي⁽³⁶⁾.

أما البيئة الثالثة التي يشهر عنها النص في السورة المباركة فهي بيئة (أصحاب الشمال) وتسردُ السورة حالهم وتُشهر عن أوصاف مكانهم في مقابلة مع ما يحظى به (السابقون) و(أصحاب اليمين) من نعيم وسعادة فهم : (في سَمُومٍ وَحَمِيمٍ وَظِلٍّ مِّنْ يَحْمُومٍ وَلَا بَارِدٍ وَلَا كَرِيمٍ) الواقعة (42-44) ، أما طعامهم فمن شجر الزقوم وشرايهم فمن الحميم وهو ماتشهر عنه الصورة المباركة بقوله تعالى : (لأكلون من شجر من زقوم فمالؤون منها البطون فشاربون عليه من الحميم فشاربون شرب الهيم) الواقعة (52-55) ، ((وهذه الألوان من العذاب تحاصرهم وتطوقهم وتسلب منهم الصبر والقدرة، إنها آلامٌ وعذابٌ لا يُطاق، ولو لم يكن غيره من جزاءٍ لكفاهم))⁽³⁷⁾.

إن كل نص من نصوص السورة المباركة يشكل عملية إنتاجية خاصة فاللغة تجعلنا نكتشف في نصوصها محتويات إخبارية فضلاً عن استنباطنا محتويات لا تشكل مبدئياً الموضوع الحقيقي للملفوظ فيها أو المكتوب؛ إذ إن لها أفعال مباشرة وأفعال يمكن تشفيرها بوساطة نسيج تركيبى دلالي معين، وهذا النسيج التركيبى الدلالي يتأزر مع ما يتضمنه النص من صور بلاغية مثلتها الاستعارات والكنائيات التي تنظر إلى النص من خلالها بوصفه (صورة ضمنية) وهي في النص القرآني تمثلت في الوصف الفطيع لطعامهم ابرز ما فيها مثلاً يكمن في انه تحت ضغط سياق بعينه يحصل تحول للمحتوى متفرغ إلى معنى مركزي⁽³⁸⁾.

رابعاً : الصورة الاشهارية الحجاجية :-

للخطاب الاشهاري خصوصية يمتاز بها عن غيره من الخطابات؛ فهو خطاب ((يتميز ببناء محكم خاص تتفاخر مختلف مكوناته التعبيرية بقصد تبليغ رسالة وحيدة ومُحددة لا يمكن، ولا ينبغي أبدا ان يخطئها القارئ المستهدف))⁽³⁹⁾ ، وتعتمد الصورة الاشهارية اللغوية على وظيفتين هما الإرساء أو الشرح ويقصد بها إرتهان وظيفة الرسالة اللغوية بتوضيح الصورة وحصر كثافتها الإيحائية حين تقوم اللغة بوظيفة تحديد المعنى الايقوني الصريح، أما الوظيفة الثانية فهي التكميلية التي تتجلى في المهام التعبيرية التكميلية العديدة الموكولة للرسالة اللغوية في الخطاب الاشهاري، ما دامت الصورة على غناها التواصلية تظل مجرد رسالة بصرية قاصرة على أداء بعض المهام التعبيري ما لم تستعن باللغة⁽⁴⁰⁾.

وقد استعمل الإشهار آلية الحجاج للتأثير في المتلقين واستمالتهم والتأثير فيهم، فالغاية من الحجاج ليست الإقناع فحسب بل إن هدفه يمتد ليشمل التأثير في المتلقين من اجل توجيه مواقفهم في وجهة محددة من خلال الإقناع بأمرٍ ما مما يغير قناعاته تجاه سلوك أو موقف محدد⁽⁴¹⁾.



ويستثمر الخطاب القرآني المخزون اللغوي ليجعله وسيلة من وسائل التأثير لذا كان الاستفهام إحدى وسائل النص القرآني المستعمل في الإشهار ألحجاجي، وذلك بخروجه عن قالبه الاستفهامي المباشر، والعدول به إلى تحقيق غرض آخر كالتقريع والتعجب والتوبيخ وما يحمله هذا الغرض المنزاح إليه من طاقة تأثير به هائلة تحقق غاية المشهر (42) ذلك لأن الحجاج عملية اتصالية لها أهميتها الكبيرة دعامتها الحجة المنطقية لإقناع الآخرين والتأثير فيهم أو هو دراسة تقنية الخطاب التي من شأنها ان تؤدي (43) بالأذهان إلى التسليم بما يعرض عليها من أطروحات؛ إذ إنها تزيد في درجة ذلك التسليم (44) وفي السورة المباركة يتجلى الإشهار بصورته الحجاجية في الآيات التي تناقش فكرة البعث والنشور بدءاً من قوله تعالى : (نَحْنُ خَلَقْنَاكُمْ فَلَوْلَا تُصَدِّقُونَ * أَفَرَأَيْتُمْ مَا تُمْنُونَ * أَنْتُمْ تَخْلُقُونَهُ أَمْ نَحْنُ الْخَالِقُونَ * نَحْنُ قَدَرْنَا بَيْنَكُمْ الْمَوْتَ وَمَا نَحْنُ بِمُسْبِقِينَ * عَلَى أَنْ نُبَدِّلَ أَمْثَالَكُمْ وَنُنشِئَكُمْ فِي مَا لَا تَعْلَمُونَ * وَلَقَدْ عَلِمْتُمُ النَّشْأَةَ الْأُولَىٰ فَلَوْلَا تَذَكَّرُونَ) الواقعة (57-62)، ف نجد التعبير القرآني بأسلوبه ألحجاجي قد نما باقتراحه عدداً لا محدود من الحجج المرتبطة بهذه الأطروحة أو تلك منظمة على شكل مدار حجاجي وخاضعة لمقاصد محددة محترزا من قلة الحجج المؤدية إلى عدم تحقيق الإقناع ومبتعداً عن كثرة الحجج المؤدية إلى التشكيك في قيمتها وخاصة إذا أخذت منفردة ومنعزلة عن أخواتها (45) فالصورة الاشهارية الحجاجية في الآيات السابقة تدفع المتلقي إلى إعادة النظر في قناعاته من خلال الاستفهام الذي تضمن معنى التوبيخ ((على كذبهم بالميعاد مع أن الذي يخبرهم به هو خالقهم الذي يدبر أمرهم، ويقدر لهم الموت ثم الإنشاء، وهو يعلم ما يجري عليهم مدى وجودهم وما ينتهي إليه حالهم)) (46)، ويبلغ الحجاج ذروته في قوله ((فلولا تصدقون)) بما فيه من تعجب من حالهم وتقريع لهم، فكيف لكم ان تنكروا هذا الأمر ((أمر النشأة الأولى ونهايتها، وأمر الخلق، وأمر الموت... امرٌ منظورٌ ومألوفٌ وواقعٌ في حياة الناس)) (47).

ويدخل الاستفهام مسار العملية الاشهارية من اجل تحقيق التأثير في المتلقي (المعارض)، وأضعاف حجته، وتوجيهه نحو مقاصد النص فمسارات الاستفهام في الإرسالية الاشهارية تقوم على جذب انتباه المتلقي، وإثارة تفكيره، وإرباك الخصم واستفزازه من اجل الإذعان والتسليم (48) وتتوالى الصيغ الحجاجية القائمة على الاستفهام بالهمزة في النص الكريم التي تختص بطلب حصول التصور، فضلاً عن التصديق، وتكمن القوة الانجازية لهذا النوع من الأسئلة في قدرته على توريث المخاطب ببيان منها دراية (((49) ، وتتمثل الإرسالية الاشهارية بهذا الأسلوب في قوله تعالى : (أَفَرَأَيْتُمْ مَا تَحْرُثُونَ * أَنْتُمْ تَزْرَعُونَهُ أَمْ نَحْنُ الْخَالِقُونَ *** أَفَرَأَيْتُمْ مَا تَحْرُثُونَ * أَنْتُمْ تَزْرَعُونَهُ أَمْ نَحْنُ الْخَالِقُونَ * لَوْ نَشَاءُ لَجَعَلْنَاهُ حُطَامًا فَظَلْتُمْ تَفَكَّهُونَ * إِنَّا لَمَغْرُمُونَ * بَلْ نَحْنُ مَحْرُومُونَ * أَفَرَأَيْتُمُ الْمَاءَ الَّذِي تَشْرَبُونَ * أَنْتُمْ أَنْزَلْتُمُوهُ مِنَ الْمُزْنِ أَمْ نَحْنُ الْمُنزِلُونَ * لَوْ نَشَاءُ جَعَلْنَاهُ أُجَاجًا فَلَوْلَا تَشْكُرُونَ * أَفَرَأَيْتُمُ النَّارَ الَّتِي تُورُونَ * أَنْتُمْ أَنْشَأْتُمْ شَجَرَتَهَا أَمْ نَحْنُ الْمُنشِئُونَ * نَحْنُ جَعَلْنَاهَا تَذَكُّرًا وَمَتَاعًا لِلْمُقْوِينَ) الواقعة (63 – 73) فالإرسالية الاشهارية هنا جاءت معبرة عن تلك الحقائق الربانية بهذه الأنساق الهندسية الدقيقة متواليه بصيغ متماثلة (50). وقد اتكأت الإرسالية الاشهارية لتلك الحقائق على أسلوب الاستفهام الإنكاري، وهو في أصل وضعه يتطلب جواباً يحتاج إلى التذكير وفيه حمل على الإقرار ومن ثم تحقيق القناعة لدى المتلقي بالفكرة المطروحة (51) فحجاجية السؤال ذات أهمية كبرى في الخطاب، فهو حجاجٌ موقفي يروم منشئه إلى استمالة المتلقي وإذعانه، وقد اعتمد النص التكرار لأسلوب الاستفهام وهو ما من شأنه لفت انتباه المتلقي حين يكون منكراً مصرراً على إنكاره مما يجعل النص بحاجة إلى طبيعة حجاجية خاصة تقوم على التكتيف من اجل تحقيق الإقناع والتأثير، لذا تكررت الأداة الحجاجية (الهمزة) مع مواقف تستدعي التأمل في حقيقتها ليدرك المتلقي المنكر مدى ضعف موقفه ومن ثم يُدْعَن إلى النص ويغير قناعاته السابقة، ويلحظ ان البناء الجملي في الصورة الاشهارية الواردة قد تفاوت ما بين البناء الفعلي والاسمي؛ إذ كان التعبير بالتركييب الفعلية فيما يخص المخلوق، أما الاسمية فقد جاء التعبير بها فيما يختص بالخالق يواز ذلك التركيب الاسمي ضمير التعظيم (نحن) تعظيماً لجلال قدرة الله سبحانه، واثبات لتلك النعم لله جلّ وعلا دون سواه (52).



إن هذا البناء الأشهاري الوارد بأسلوب الاستفهام الإنكاري لم يرد على سبيل الاستدلال أو الاستفهام عن مجهول، وإنما هو إشهار أريد به ألجام الخصم بالحجة والإيحاء بضعف حجته ليذعن ويقر.

المطلب الثالث أساليب الإشهار في سورة الواقعة

أولاً: الإشهار بالترغيب :-

يُعد الترغيب واحداً من أساليب الإشهار في النص القرآني وركيزة مهمة من ركائز التأثير في النفس الإنسانية. يهدف إلى التأثير الإيجابي في المتلقي من خلال إشباع الجوانب والنزعات النفسية المحببة لديه بما يجعله يقبل على ما يُلقى إليه من أفكار يُشهر عنها النص المقدس، فإله جلا وعلا قد خلق النفس البشرية عالماً بإسرارها وحقائقها وميولها وعارفاً بما يؤثر فيها وما يهزها من منبهات وهو وحده جل في علاه العالم بأسرار هذا الكائن الذي جبله بيده وصوره فأحسن صورته وركب أجزائه واختص بأسراره الروحية والنفسية⁽⁵³⁾، لذا كان الترغيب إحدى الوسائل التي اعتمدها النص القرآني من أجل التأثير والتحفيز للنفس الإنسانية بغية تحقيق القناعة والإيمان بما جاء به الكتاب المقدس، والترغيب ((هو كَلُّ ما يشوق المدعو إلى الاستجابة وقبول الحق والثبات عليه))⁽⁵⁴⁾ وهو وعد قائم على التحيب لأمر معين، وإغراء المتلقي للإقبال عليه لما فيه من منافع يمكن ان يحصل عليها في مقابل القيام به.

ويعد الترغيب وسيلة ترويج ذات اثر كبير في تغيير المعتقد أو الموقف أو السلوك، وذلك من خلال التأثير الكبير في المعتقدات والأحاسيس والسلوكيات⁽⁵⁵⁾. فضلاً عن ذلك انه عملية توصيلية تقوم على إستراتيجية إبلاغه قائمة على الإقناع⁽⁵⁶⁾.

والعلاقة بين الترغيب والإقناع علاقة طردية، فكلما زاد الترغيب زادت القناعة في الفكرة المطروحة ومن ثم السير في الطريق الذي يُريده المشهر؛ إذ لو استطاع المشهر ضمان تحقيق الرغبات النفسية للمتلقى زادت نسبة القناعة لديه وزادت إمكانية استقطابه نحو ما يريد الإشهار عنه. وسر ذلك هو طبيعة النفس البشرية التي تنزع إلى الحصول على الراحة والدعة وتراها مطلباً هاماً من أولويات ما تسعى إليه بفطرتها، فضلاً عن سعيها إلى الخلود. وقد اعتمدت السورة المباركة أسلوب الترغيب وسيلة اشهارية من أجل تحقيق غايات النص التأثيرية الإقناعية؛ لأن ((الإيمان يحتاج إلى إقناع كامل ولو تم عن طريق المعجزة لكان تسليماً))⁽⁵⁷⁾.

ونرى ملامح الإشهار بالترغيب في السورة المباركة تأخذ مساحة واسعة حين تعرض النص للحديث عن أصناف الخلائق في يوم القيامة، بقوله تعالى: (فَأَصْحَابُ الْمَيْمَنَةِ مَا أَصْحَابُ الْمَيْمَنَةِ وَأَصْحَابُ الْمَشْأَمَةِ مَا أَصْحَابُ الْمَشْأَمَةِ وَالسَّابِقُونَ السَّابِقُونَ) الواقعة (8 — 10)، فقد أشهر عن صنفين من الخلائق سيحظون بالسعادة والخلود الأبدى، الصنف الأول أطلق عليهم (السابقون)، أما الصنف الآخر فهو صنف (أصحاب الميمنة)، وان الإشهار عن صنف الفائزين في ذلك اليوم وبيان ما بينهم من فارق في الجزاء وجعلهم في مرتبتين متفاوتتين يعد مصداقاً لمبدأ التنافس من أجل تحصيل أعلى المراتب في الآخرة، والتنافس مبدأ قرآني أكدته كثير من الآيات القرآنية مفاده التفاوت الرتبي بين الخلائق في مقامات يوم القيامة ومن مصدايقه قوله تعالى: (وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِمَّا عَمِلُوا) الأنعام/132، ففي الجنة مراتب ودرجات تنال بحسب إعمالنا وما نقدمه لأنفسنا في الدار الدنيا، فهناك الفردوس الأعلى، وهناك جنة عدن، وغيرها من الدرجات التي تختلف مقاماتها باختلاف درجات الإيمان، ومن هنا جاء مبدأ التنافس الذي اقره القرآن وأشهر عنه بقوله تعالى: (وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ) المطففين/26

وفي سورة الواقعة المباركة يرغب النص القرآني الناس لنيل أعلى المقامات في الآخرة وذلك بالإشهار عن مقامات إيمانية متفاوتة؛ إذ إن في الجنة صنفين من الخلائق، صنفٌ نُعتوا بالقرب وهم السابقون ، وصنفٌ هم أقلُّ مرتبة ومقاماً من هؤلاء وهم (أصحاب اليمين) وعلى الرغم من ان (السابقون) هم أصحاب المرتبة الأعلى في الجنة إلا ان التعبير القرآني قد أصر ذكرهم حينما أشهر عن أصناف الخلائق في يوم القيامة وقد أورد أبو السعود تعليلاً قد يكون الأنسب في معرفة علة تأخيرهم في التعبير القرآني بقوله : ((ولعل تأخر ذكرهم مع كونهم أسبق الأقسام وأقدمهم في الفضل ليقترن ذكرهم ببيان محاسن أحوالهم على ان إيرادهم بعنوان السابق مطلق معرب عن إحرارهم لقصب السبق في جميع الوجوه))⁽⁵⁸⁾ ، وعلى هذا يكون تأخير ذكرهم إنما أريد به الإشهار عن علو مقامهم وسمو قدرهم ، فالنسق الإشهاري في الآيات المباركة اختار تأخير ذكرهم ثم البدء بهم فيما يليه من آيات نعتهم بالقرب تفخيماً لشانهم وإيداناً لشيوع حيازتهم للفضائل والكمالات⁽⁵⁹⁾ ، فالقرب مرتبة لا ينالها إلا الذين أنالهم الله هذه المرتبة – السابق – لخصيصة امتازوا بها من الشرف والرفعة والفضيلة بقوله تعالى: (وَالسَّابِقُونَ السَّابِقُونَ أُولَئِكَ الْمُقَرَّبُونَ فِي جَنَّاتِ النَّعِيمِ) الواقعة (10-12) فمدار الترغيب في الوصلة الإشهارية قد حققها النعت لهم بـ (القرب)؛ إذ فيه تحفيز للنفس كي تعمل من أجل الحصول على هذه المرتبة، فهم النمط الأعلى من أهل السعادة⁽⁶⁰⁾.

وفي استعمال لفظ (المقربون) مملحٌ إشهاري دقيقٌ يرسمُ صورة القرب المتناهي الذي يرغب المتلقي في الوصول إليه ويسعى من أجل إحراره ، إذ القرب مراتب أقصاها ماجاءت عليه الوصلة الإشهارية التي اقتصت بأصحاب السبق في الجنة لذا قيل عنهم المقربون ولم يقل القريبون ؛ إذ ((المقربُ ابلغُ من القريب لدلالة صيغته على الاصطفاء والاجتباء))⁽⁶¹⁾، ولم يومئ النص القرآني إلى سر قربهم وعلته بل أعطى لذهن المتلقي حرية التخمين لسر السبق والقرب لهؤلاء الصفاة، فلا يعقل أسباب قربهم، ولا يشهر عن سر أفضليتهم، فقد يكون السابقون إنما سبقوا غيرهم بما قدموه في الدار الدنيا، ولعل السابقين هم السابقون في فعل الخيرات كما يشهر عنه ذلك قوله تعالى (أولئك يسارعون في الخيرات وهم لها سابقون) المؤمنون /61 ولعلمهم ممن سبقوا إلى المغفرة والرحمة⁽⁶²⁾، كما يشهر عنه قوله تعالى : (سابقوا إلى مغفرة من ربكم) الحديد / 21 ، وقد يكون السابقون هم المسارعون إلى كل ما دعا الله إليه، أو هم الذين سبقوا إلى الإيمان والطاعة⁽⁶³⁾ ، فلا يُشهر النص عن صفاتهم، بل ينتقل إلى بيان عددهم والتعريف بهم؛ إذ قد يُثار في ذهن المتلقي سؤال مفاده من هم المقربون فيبادر النص بالإشهار عنهم بقوله جل وعلا هم ثلثة من الأولين وقليل من الآخرين، فهم عددٌ محدودٌ، وفريقٌ منقى، كثرتهم في الأولين، وقتلهم في الآخرين))⁽⁶⁴⁾ . ثم تتوالى الآيات تُشهر عن جزائهم، وتُعلن عن عالم حسي يتراءى للمتلقي حياً متحركاً وبارزاً مشخفاً، إذ تتصافر مكونات المشهد في وحدة جمالية متنوعة تؤدي الدور المرسوم، وتوحي بالمعنى المستكن خلف المشهد فتأسر القلوب⁽⁶⁵⁾، وهذا الوصف الأسر من شأنه التحفيز والتأثير والإقناع وذلك من خلال إثارة الرغبة في الحصول على هذا النعيم والسعادة الأبدية.

وتأتي بعد ذلك الآيات لتُشهر عن منزلتهم في الجنة وما أعد لهم من كرامةٍ وجزاءٍ ترغيباً لتحصيل ذلك السبق والقرب منهم كما يفهم القرآن (عَلَى سُرُرٍ مَّوْضُونَةٍ * مُتَكِنِينَ عَلَيْهَا مُتَقَابِلِينَ * يَطُوفُ عَلَيْهِمْ وُلْدَانٌ مَّخْلُودُونَ * بِأَكْوَابٍ وَأَبَارِيقَ وَكَأْسٍ مِّن مَّعِينٍ * لَا يُصَدَّعُونَ عَنْهَا وَلَا يُنْزَفُونَ * وَفَاكِهَةٍ مِّمَّا يَتَخَيَّرُونَ * وَلَحْمِ طَيْرٍ مِّمَّا يَشْتَهُونَ * وَخُورٍ عَيْنٍ * كَأَمْثَالِ اللُّؤْلُؤِ الْمَكْنُونِ * جَزَاءً بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ) الواقعة (15-24)، ان الخطاب الوارد في الآيات الكريمة خطاب ترغيبى بامتياز ، انه ((يهز النفوس ببيان جائزة أولئك السابقين وما يحظون به يوم القيامة من العيش في جنات النعيم على سرر منسوجة بما هو غال وثمانين يطوف عليهم ولدان مخلدون بأكواب وأباريق يسقون خمرا من العيون المنتشرة ، وفيها خمرة ليست كخمرة الدنيا التي تصيب الرؤوس بالصداع وتجعل شاربها يفقدون عقولهم، بل هي مما يلذ به الشارب ويرتاح))⁽⁶⁶⁾ . وفيه سرد لتلك المناعم التي أغدق الله جل وعلا بها على هذه الجماعة المقربة وهي مناعم بعضها يمكن للعقل البشري إدراكها وتصورها،

وراءها مناع أخرى يبقى العقل قاصرا عن إدراكها ، إذ في هذه الجنة ما لا عين رأت ولا إذن سمعت ولا خطر على قلب بشر⁽⁶⁷⁾.

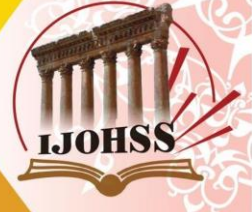
ففي الآيات صورة اشهارية مفعمة بالراحة والسعادة، تنيرُ انفعال النفس وتُرغّبها في الحصول على ذلك الجزاء الذي حظي به هؤلاء السابقون وهذا الوصف الاشهاري الدقيق يجعلنا نهيمُ في عوالم الجنة المتخيلة ونسبح في كل وصفٍ من أوصاف تلك الجنة بل إننا لنحيا ونعيش ذلك الوصف بأبعاد من التماهي الذي لاحد له ولا احد⁽⁶⁸⁾، فضلا عن ذلك فان هذا الوصف المرغّب ((مدعاة لإثارة انتباه المتلقي على ان المؤمن الذي يصرف نفسه عن الملذات الدنيوية ويجعلها مشدبة سيثاب بأحسن مما ابتعد عنه في الدنيا من تلك الملذات جزاء بما كانوا يعملون))⁽⁶⁹⁾.

ويؤازر هذه الوصلات الاشهارية المؤثرة هو ماجاءت عليه من نسق صوتي مناسب نسجت به العبارات القرآنية فجاءت مناسبة هادرة في انساق تركيبية منظمة ذلك في قوله تعالى : (**وَالسَّابِقُونَ السَّابِقُونَ، أُولَئِكَ الْمُقَرَّبُونَ ، فِي جَنَّاتِ النَّعِيمِ ، ثَلَاثَةٌ مِنَ الْأُولَى وَقَلِيلٌ مِنَ الْآخِرِينَ**) الواقعة (10 — 14) حتى نهاية السورة المباركة ، فنجد الأنغام المتتالية المتجانسة في وقعها الصوتي وبنائها اللفظي فكأنك تسمع قصيدة ذات إيقاعات متناسقة⁽⁷⁰⁾ . فضلا عن هذا التناسق والتوازي الصوتي الأخاذ يلحظ ان الوصلة الاشهارية رسمت للمتلقى جزئيات المشهد وأبعاده الدقيقة من نحو وصف حالهم وهم جالسون على سرر النعيم (**متكئين عليها متقابلين**) الواقعة 16/ ففي انتقاء الفعلين ((اتكأ)) و ((تقابل)) اثر بالغ في رسم صورة الجو المفعم بالأخوة والإشهار عن الروح الإيمانية التي تحيط المكان، فهم لا يتدابرون وهو ما يوحي بسعة المكان أيضا، فضلا عن صورة الاستقرار التي يوحيها الفعل (**اتكأ**)⁽⁷¹⁾، وفي هذا الوصف إشهار ((عن بلوغهم اعلي مراتب الإنس وحسن العشرة وصفاء الباطن))⁽⁷²⁾.

ومثلما كان للانتقاء الفعلي تأثير في المنحى الترغيب بالاشهار نجد ان للبناء اللغوي أثرها لبالغ في الإشهار لترغيب في النص القرآني ؛ إذ استعمل النص عبارات غلب عليها البناء الفعلي دون الاسمي من نحو قوله تعالى : (**يَطُوفُ عَلَيْهِمْ وِلْدَانٌ مُّخَلَّدُونَ**) الواقعة 17/ وقوله عزَّ من قائل : (**لَا يَسْمَعُونَ فِيهَا لَغْوًا وَلَا تَأْثِيمًا**) الواقعة/ 25 وقد تراوحت هذه الصيغ الاشهارية الفعلية بين النفي والثبات، ولعل في إيثار الصيغ الفعلية في هذه الوصلات الاشهارية إنما جاء لرسم صورة متحركة متجددة لذلك النعيم في خيال المتلقي لتلك الصورة الحية ، فضلا عن ان ((المراوحة بين الجمل المثبتة والمنفية توحى بدلالات التوكيد، والتجدد في الحدث، ويؤكد ذلك التكرار في النفي (**لا يصدعون**) و (**لا ينزفون**)، فقد برز التوكيد اللفظي، لما يحمله هذا الأسلوب من إحياء دلالية قرآنية عظيمة تؤكد الحدث وتؤكد للمؤمنين ديمومة النعيم الجنة))⁽⁷³⁾.

ويستمر النص القرآني يشهر عن النعيم الذي شرفَّت به هذه الجماعة تحيط هذا الإشهار هالة من الترغيب مخبوءة في مكنونات النص إنها صفة الإيحاء التي يتسم بها الإشهار، تحاكي نفس الإنسان وأحلامه، من خلال فرض هيمنة الصورة على أحاسيسه من اجل تحقيق التغير المنشود وهو تغيير قائم على تأثير والإقناع⁽⁷⁴⁾.

وينقل النص القرآني المتلقي إلى مشهد ترغيب جديد يختص بوصف (**أصحاب اليمين**)، وهم الصنف الثاني من الخلائق الذين خصوا بالجنة، وفضلوا بالنعيم الأبدي، وتتوالى الآيات المباركة بالإشهار عنهم ، وفق تعبير تستولي عليه دقات إيقاعية متناغمة في نسق تركيبية متتابع فهم (**في سدرٍ مخصودٍ وطلحٍ منضودٍ وظلٍ ممدودٍ وماءٍ مسكوبٍ وفاكهةٍ كثيرةٍ لا مقطوعةٍ ولا ممنوعةٍ وفرشٍ مرفوعةٍ. أنا انشأناهن انشاءً. فجعلناهن ابقاراً غرباً اتراباً. لأصحاب اليمين. ثلثه من الاولين. وثلثه من الآخريين**)⁽⁷⁵⁾ الواقعة 28 — 40) ويلحظ ان الآيات القرآنية قد بنيت وفق تواز صوتي متناسق ، وهذا التوازي الصوتي بين البنيات التركيبية أسهم في رسم الصورة الجمالية للتعبير لما يتخلله من إيقاع ناشئ عن العلاقة التراتبية بين وحدات متجاورة تهدي أحدهما إلى الأخرى، وهو أيضا تعاقب متنامٍ ينتقل من وحدة إلى أخرى دون نفور أو انفصال⁽⁷⁵⁾ ، وهو بجماليته الموسيقية يلفت انتباه المتلقي إلى النص، ومن ثم يحقق الغاية الترغيبية التي تسعى الإرسالية الاشهارية للوصول إليها وهي تخفي

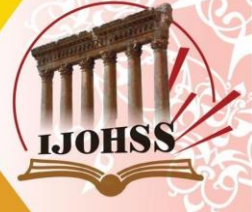


وراء التعبير ، ويبدو للبحث إن الإيقاع المتحقق من التوازنات الصوتية السابقة تمثل عنصراً فاعلاً في نجاح النص الأشعاري لما يحققه الإيقاع المتناسق من قوة جذب للمتلقي وهذا النمط من الإشهار بجماليته الإيقاعية يداعب الوجدان ويتناغم مع الروح لتمضي منسجمة مع تلك الصورة البهيجة بكل دقائقها وجزئياتها؛ إذ يرسم الخيال لوحة تأسر اللب لذلك النعيم الذي أعد لأصحاب اليمين ، فنجاح الإرسالية الأشعارية يعتمد بالدرجة الأساس على تحقيق الإثارة من خلال إيصال المتلقي إلى القناعة الناتجة عن نجاح التفاعل بين مكونات التعبير داخل الوصلة الأشعارية⁽⁷⁶⁾

وثمة ملحوظ جمالي يتراءى للقارئ في إيثار لفظه (مسكوب) على (غزير) في بيان غزارة الماء في قوله ((وماءٍ مسكوبٍ)) فهو ماء لا اقتصاد في استعماله، وقد أثر النصّ الفعل الذي يحقق المعنى الدقيق فجاء استعمال (مسكوب) للإشعار بأنه ماء لا يخشى نفاذه وهو أسلوب إشعاري يحمل إشارة إلى المناعم التي لا حد لها في الجنة⁽⁷⁷⁾، وهذا دليل الدقة في الاستعمال القرآني للألفاظ في توصيفها المعاني بدقة متناهية ففي القرآن الكريم ((إحلال اللفظة في مكانها المخصص لها في تركيبها القرآني وكأنما هذه اللفظة قد خلقت خلقاً لذلك))⁽⁷⁸⁾، وثمة مدخل نفسي في هذا الأسلوب يخاطب فيه جانب الرغبة البشرية التي وضعها المولى عز وجل في الإنسان فنجد الآيات المباركة تخاطب جانب الرغبة في النفس وتهذبها وتعدّها بما هو اغرب من الخيال في الآخرة ، وذلك من خلال ما هو محسوس ومدرك⁽⁷⁹⁾ ليكون هذا المحسوس المدرك جزءاً من النعيم الذي ينتظرهم وهو ما تجسد في قوله تعالى: ((إِنَّا أَنشَأْنَاهُنَّ إِنثَاءً فَجَعَلْنَاهُنَّ أَبْكَارًا عُرْبًا أُنثَابًا لِأَصْحَابِ الْيَمِينِ))^{الواقعة (35 - 38)}، إذ جعلهن الله تعالى بعد الكبر أنثاباً على ميلاد واحد في الاستواء كلما أتاهن أزواجهن وجدوهن أبكاراً ... وقوله تعالى عرباً جمع عرب وهي المتحبة لزوجها الحسنة التبعيل⁽⁸⁰⁾ ، إن فاعلية الإشهار في النص السابق إتكتأت على عنصر الإقناع الذي قام على الاستعمالات ((العقلية العاطفية والمنطقية لأن المتلقي مزود بمشاعر وأحاسيس تتطلب تحريكه من خلال التعامل معه بأحسن الطرق والأساليب حتى يتحقق الإقناع الذي عد محور العملية الأشعارية))⁽⁸¹⁾ ومحور الاستمالة الإقناعية في الإشهار القرآني السابق يقوم على إشباع الرغبة الإنسانية التي جبل عليها الإنسان إشباعاً تاماً في أعلى مستويات الكمال التي يتوق إليها وبما يحقق القناعة التامة لديه ويحقق بذلك الرضا النفسي الذي يسعى إليه لأن ((الإقناع يقوم على الرضا وهذا الرضا يحصل عن طريق تلك العمليات الفكرية والشكلية التي تؤثر على المخاطب وبالتالي تخضع لفكرة ما))⁽⁸²⁾ وبهذا يمكن القول ان هذه الوصلة الأشعارية جاءت بـ ((عرض صوري مفصل للنعيم الأخرى ولوحة كبرى تتناسق فيها الصور والمشاهد وتتشكل في مجموعها أحوال أهل الجنة وهيئاتهم ومأكلمهم ومشربهم وهيئات خدمهم ، انه عرض صوري تتملاه العين ببضع وتمهل ويتابعه الحس عبر صور الحواس الأخرى ، يعتمد هذا العرض الصوري على ما يشبه البث النفسي فيتعدى حدود الشكل والوصف الظاهر ليثير أحاسيس جمالية وانفعالية في المتلقي⁽⁸³⁾ .

ثانياً: الإشهار بالترهيب:-

الترهيب أحد أساليب الإشهار في السورة المباركة، يقوم على إثارة دافعية المتلقي من خلال تفعيل شعور الخوف لديه، ليميل إلى الجانب الذي يحقق له حفظ النفس من المخاطر، والرهبة ((طول الخوف واستمراره ومن ثم قيل للراهب راهب لأنه يديم الخوف))⁽⁸⁴⁾ وهي حالة نفسية يلازمها تحرر واضطراب⁽⁸⁵⁾ ، والنص القرآني يُشهر عن ((كل ما يخيف ويحدّر المدعو من عدم الاستجابة أو رفض الحق، أو عدم الثبات عليه بعد قبوله))⁽⁸⁶⁾ ، فهو إشهار يقوم على وعيد وتهديد بعقوبة جاءت اثر اقتراف ذنب أو عدم التزام بتشريع، وقد وظّف النص وصف الكثير من هذه المواقف الأشعارية من أجل إثارة الشعور بالخوف لدى المتلقي وإثارة انفعالاته إزاء تلك المواقف ومن ثم تحويل قناعاته لقناعات جديدة تتناسب مع ما يريده النص فـ ((ما هو أساسي في الإشهار هو حجم الطاقة الانفعالية المودعة في الوصلة. فهو وحده الذي يحدد أدوات الإقناع ويحدد سبل التسلسل إلى أكثر المناطق هشاشة داخل ذات المستهلك، لذلك فانم البداية كانت من اللاشعور واستبطانه))⁽⁸⁷⁾، ويبدأ الترهيب في



مستهل السورة ليكون انعكاساً لعنوانها فهي تتحدث عن القيامة وخصوصياته، وهذا المعنى واضح في جميع آيات السورة.

ان الإشهار عن ((أحداث يوم القيامة وأهوالها يخضع — بلا ريب — للحالة النفسية للمتلقي فيتم تصويره غالباً عبر استدعاء الصور الحسية المرئية ، لأجل تقريب إحداث هذا اليوم في ذهن المتلقي أولاً ولحصول الخبر تأثير نفسي عنه ثانياً))⁽⁸⁸⁾.

وأول صور الإشهار الترهيبية التي تطالع القارئ في السورة المباركة قوله تعالى : (**إِذَا وَقَعَتِ الْوَاقِعَةُ * لَيْسَ لَوْقَعَتِهَا كاذِبَةٌ * خَافِضَةٌ رَافِعَةٌ**) الواقعة (1 – 3)، ومعنى وقعت الواقعة كانت الكائنة، وحدثت الحادثة، وهي القيامة وإطلاق صفة الوقوع، لبيان ان وقوعها كائنٌ لا محالة والمعنى اذا وقعت الواقعة التي لا بد من وقوعها⁽⁸⁹⁾، وهي صورة اشهارية مخيفة تُثير الرهبة في النفوس من خلال التوصيف الشديد لمعنى الحدث الذي ينطوي عليه لفظ الوقوع وما يوحيه من تصورات نفسية مرعبة، فجرس اللفظة بمكوناته الصوتية من مدٍ وسكون يحاكي سقوط جسم يرفع ثم يترك فيهبوي واقعاً⁽⁹⁰⁾، ويُردف هذا الإشهار المهول إشهار تأكيدياً يُعضد المعنى ويؤكد في قوله تعالى : (**ليس لوقعتها كاذبة**) فهو إشهار يعلن فيه النص ان هذا اليوم آتٍ لا ريب فيه وكان الآية ردٌ لما يعتدل في نفوس الكافرين من تكذيبٍ وإنكار واستبعاد لمجيء هذا اليوم، فما ان ذكر هذا اليوم إلا وأردف بإشهار آخر يؤكد وقوعه.

وفي تكرار الجذر اللغوي الدال على الوقوع في قوله تعالى (**وقعتها**) ملمح دلالي اذ جاء بفعل تعصيدياً لمعنى الوقوع وتأكيداً لحتمية حدوثه، والغاية من هذا التكرار التأكيد؛ لكي يكون الإنسان مدركاً لما سيؤول إليه وما ينتظره في ذلك اليوم⁽⁹¹⁾ فالتكرار وسيلة من وسائل الإشهار في السورة المباركة وأحدى أدواته الفاعلة هدفه حصول تأثير في نفس المتلقي من أجل تغير قناعاته وهو ما يهدف اليه النص .

ويُحيط السرد الاشهاري هالةً من الترهيب تدور في فلك التكرار التأكيدي أيضاً تتمثل في اقتران الفعل الماضي (وقعت) بـ (الواقعة) في قوله : (**إذا وقعت الواقعة**)، وكان في هذا التكرار الاشتقائي تأكيداً أيضاً على حتمية الوقوع⁽⁹²⁾ المشهر عنها.

نلاحظ ان الإشهار في مفتح السورة المباركة يتكأ على لفظ الوقوع وما لهذا اللفظ من تأثير نفسي على المتلقي بقوته الصوتية ودلالاته الموحية التي ترسم في ذهن المتلقي صورة شيء ثقيل يهوي فضلاً عن الدلالة فإن للبناء التركيبي اثر في المعنى إذ ((جاء الفعل (وقعت) من لفظ الفاعل (الواقعة) بصيغة الماضي للدلالة على حتمية وقوعها وكان هذا الاشتقاق في الواقعة من هذا الفعل تأكيداً لتلك الحتمية))⁽⁹³⁾، وينقل النص بعد ذلك بارساليته الاشهارية إلى وصفٍ آخر بذلك اليوم، فالواقعة (**خافضة رافعة**) وهو إشهار عن قيمة حسية معنوية في أن واحد تجمع بين معنيين متضادين، فكيف لهذا اليوم ان يكون خافضاً رافعاً في وقت واحدٍ إن هذا النظام الاشهاري الذي بُني عليه الأسلوب الإخباري للآية المباركة، إنما جاء به لتحقيق غايات دلالية ذات تأثير نفسي على المتلقي، فالخفض خلاف الرفع وفي تضامنها إشهار ((عن تقليبها نظام الدنيا المشهود، فتظهر السرائر وهي مجموعة اليوم، وتستر أثار الأسباب وروابطها وهي ظاهرة اليوم، وتذل الأعزة من أهل الكفر والفسق، وتعز المتقين))⁽⁹⁴⁾.

وهي من جانبٍ آخر تُغيّر نظام الكون فتزلزل الأرض وترجع الجبال فتخضع منها ما كان مرتفعاً ليتساوى قاعاً صفصفاً، وتجعل الأرض عاليها سافلها ما بين زلزلةٍ ورج وتفتيت⁽⁹⁵⁾، ففي قوله تعالى: (**إِذَا رُجَّتِ الْأَرْضُ رَجًا * وَبَسَّتِ الْجِبَالُ بَسًا * فَكَانَتْ هَبَاءً مُنْبَثًا**) الواقعة (4 – 6)، يواجه القارئ إشهاراً عن أهوال جديدة تُرافق مجيء ذلك اليوم من تغيراتٍ كونية تُعرض بأسلوب ترهيبية يثير انفعالات الخوف في نفس المتلقي ويستدعي مشاعر الرهبة لديه؛ إذ يشهر النص عما يصيب الأرض من رج عنيف يزلزل أرجاءها، وما يصيب الجبال من هدمٍ وتفتيتٍ، وبهذا الفنية التي اعتمدها الإشهار القرآني تظهر ((مشاهد الطبيعة يحركها الهول ويرجها))⁽⁹⁶⁾، فالرج التحريك الشديد⁽⁹⁷⁾، وفي تأكيده بالمصدر إعلان وإشهار لتحققه، أما التثوين الدال على التكرار فيه إشهار



يوحى بالتعظيم والتهويل⁽⁹⁸⁾ التي دلالاتهما تتناسب معنى الرجّ، وثمة صورة أخرى من صور الانقلاب الكوني تبرز في المشهد وهي صورة (فت الجبال) ، ففي ذلك اليوم تتحول تلك الجبال العظيمة إلى فتيت مبسوس يتطاير في الهواء لتكون بعد ذلك هباءً منبثاً، وبهذا الهباء المتطاير تكتمل الوصلة الأشهارية للمشهد المرعب والمهول المتسق مع الواقعة وما توحىه من معانٍ مرعبة⁽⁹⁹⁾.

أنها صورة اشهارية تحمل دلالات ترهيبية تزلزل كيان النفس فالإشهار عن صورة الأرض المتزلزلة، والجبال بهيئتها وهي هباءً منثور إنما هو إشهار تختبئ خلفه إرسالية أخرى تتمثل في لفت انتباه المتلقي لعظمة الخالق فكُل شيء مهما عظم حجمه خاضع لإرادة الخالق جل وعلا، فتلك الجبال التي تشاهدون عظمتها ستتحوّل إلى هباءٍ ، وتلك الأرض الثابتة ستزلزل وترجّ رجاً عنيفاً لينتج عن تلك الوصلة الأشهارية الترهيبية ((صحوة العقل الخامل الكسول فتلتهب شرارة الفكر... ويجد الإنسان نفسه في ن من القلق والشك يملك عليه لبه. ولا يلبث ان يزداد هذا الشعور بالضيق حينما يجد إن هذا الإحساس قد أطبق على أنفاس الجماعة من حوله ، وسد عليهم كلّ طريق وبدء بعضهم يراود داخله، ويستغرق في تفكيره حتى يهتدي إلى الله))⁽¹⁰⁰⁾ ، وهكذا يتزايد القلق والخوف في داخل تلك النفس المنكرة لتبدأ ((التفكير بهذه الزلزلة والانفجار كم هو عظيم بحيث تلاشى الجبال مع ما نهى ممن القوة ولا صلابة بحيث تتحول إلى غبارٍ منتشر والأعظم هو شدة الصوت الذي ينتج من هذا الانفجار الرهيب))⁽¹⁰¹⁾.

وفي معرض الإشهار الترهيبية أيضاً ما نجده في السورة المباركة من وصف لحال (أصحاب الشمال) وما ينتظرهم في ذلك اليوم من عذاب جزاءً لما كانوا يقتربون في الحياة الدنيا ، إذ يستولي على الإرسالية الأشهارية الأسي والألم والعذاب وذلك بالإعلان عن مستقرهم ومقامهم بعد رحلة الكفر التي انسوا بها في الدار الدنيا وإذا بهم (في سُمومٍ وَحَمِيمٍ وَظِلٍّ مِنْ يَحُمومٍ لَا بَارِدٍ وَلَا كَرِيمٍ) الواقعة^(42 - 43) فتصف الآيات المباركة مصير (أصحاب الشمال) وتُشهر عمّا ينتظرهم في ذلك اليوم، وهو إشهار مخيف يرسم صورة ترهيبية شديدة الأثر في نفس المتلقي لفضاعة الحال؛ إذ تفرغ النفس من صفات ذلك المكان، فالغالب على جو ذلك المكان السموم وهو ((الريح الشديدة الحرارة، الذي لا بلل معه، وكأنه مأخوذ من السمّ، وهو ما يهلك إذا لاقى الأبدان))⁽¹⁰²⁾، ليس ذلك فحسب فليحوم نصيب من تشكيل بيئة ذلك المكان المخيف واليحموم ((الدخان الأسود البهيم))⁽¹⁰³⁾. ووصف هذا الظل بأنه من يحوم ((إشعار بأنه ظلّ دُخان لهب جنهم)) . وهكذا تكون الوصلة الأشهارية قد نقلت للمتلقي فضاعة ما يمكن ان يلاقه الكافرون فجزاؤهم هواءً ساخن ينفذ إلى المسام فيشوي الأجسام وجزاؤهم أيضاً ماءً متناهٍ في حرارته لا يحيدون فيه برداً ولا رياً من ظمأً وجزاؤهم ظلّ من دُخان لافح خانق لا روح فيه ولا برد.

وفي إطلاق معنى (الظل) على (اليحموم) ترتسم صورة السخرية والتهكم فالأصل في (الظل) أنه ((يُشعر عادةً بالندوة والبرودة كما أن النفس تحبه وتستريح إليه، أما هذا الظل فإنه ليس بارد المدخل، ولا كريم المنظر انه ظلّ من يحوم))⁽¹⁰⁴⁾ ، فهو ظلّ ساخن ليس بباردٍ، وهو أيضاً بخيلٌ عليهم⁽¹⁰⁵⁾ ، لا يرون فيه الا عذاباً هروباً إليه من عذاب، فلا يوفر لهم ما يمكن ان يرحوه في الظل من الراحة والاسترواح.

وهذا الأسلوب التهكمي يندرج تحت المفارقات القرآنية⁽¹⁰⁶⁾، فالصورة المعلنة تنافي الغرض المراد، إذ اختفت القصدية التي بُني عليها الإشهار في الآيات المباركة خلف اللفظ الصريح وفي مثل هذه الأساليب تكون ((الموجهات النفسية ذات سلطة على القارئ تدفعه نحو بناء علاقة تفاعلية للبحث عن رؤية النص وقصديته متجاوزاً القراءة الخارجية، محاولاً القراءة الاستنباطية للنص))⁽¹⁰⁷⁾. وبهذا تظهر للمتلقي اللغة الساخرة التي اعتمدها النص القرآني من أجل الإشهار عن فكرة التقيح والتشنيع بمن يتخذ غير طريق الله سبيلاً، وهو ما يثير انفعال النفس إزاء الموقف ((لأن المنحرف منغلّق ذهنٍ مشحون بالتوتر النفسي، غارق في عدوانيته وغيظه، وحينئذٍ لا بد من مخاطبته بلغة ساخرة تتناسب وعقليته وكيدته))⁽¹⁰⁸⁾.



وبهذه الصورة الإشهارية التي اعتمدت المفارقة سبيلاً ينقل لنا النص المبارك مشهداً مرعباً مفرحاً، ألفاظه تطرق السمع بعنفٍ تتساق مع المعاني التي يحملها⁽¹⁰⁹⁾، ويعقبُ ذلك المشهد إشهاراً يحمل تعليلاً لذلك الجزاء فهو لم يكن ظلماً فحاشا الله أن يظلم عباده بل هو عدلٌ استحقوه لما كانوا عليه في الدار الدنيا، وهو ما تشهر عنه الآيات المباركة في قوله تعالى: (انهم كانوا قبل ذلك مترفين وكانوا يصرّون على الحنث العظيم وكانوا يقولون أنذا متنا وكنا عظاماً وتراباً انا لمبعوثون او آباؤنا الاولون) الواقعة (45 – 48)، فهو ((تعليلاً لاستقرار أصحاب الشمال في العذاب))⁽¹¹⁰⁾ فهم كانوا مترفين ومصّرين على الشرك والاستكبار، ومنكرين للبعث لهم ولآبائهم الذين سبقوهم فاستحقوا لذلك العذاب الأليم⁽¹¹¹⁾، ويأتي الردُّ على زيف ادعائهم، وكذب اعتقادهم، وذلك بالإشهار عن حقيقة نافذة على جميع العباد لقوله: (قل إن الأولين والآخرين * لمجموعون إلى ميقات يوم معلوم) الواقعة^(49 – 50) بمنحى خطابي جديد اعتمد أسلوب الرد المباشر بإيقاعٍ شديدٍ ونغمةٍ رادعةٍ يحملها الفعل (قل) تناسبٌ شدة ما ادعوه وشناعته فـ ((كأنما الدنيا التي فيها المخاطبون قد طويت وانتهت فإذا هي ماضٍ والحاضر هو هذا المشهد وهذا العذاب ذلك ان الدنيا كلها ومضه ، وهذا الحاضر هو العقبى والمآب))⁽¹¹²⁾. ثم ينتقل النص من هذا الإشهار الرادع لبيان صورةٍ من صور العذاب التي سيشهدها أصحاب الشمال، مستعملاً في توصيفها حرف العطف (ثم) المفيد معنى التراخي ليتناسب مع المعنى، فبعد لفحهم بالسموم واليحموم يلجُ النص وينقل إلى صورة اشهارية جديدة تمثل حالة التمركز التي سيكونون عليها التي توحى بها عملية (الأكل والشرب) فهم مستقرون بهذا العذاب يمارسون فيه عاداتهم اليومية فهو قدرهم الذي لا مناص منه بنحوٍ من الاستخفاف بهم، منساق في هذا الموقف طبيعة أكلهم وشربهم بنحوٍ يلائم الموقف في مقارنة ومقابلة مع حال أهل الجنة من السابقين وأصحاب اليمين، إذ يقول تعالى في وصف حالهم (ثم إنكم أيها الضالون المكذبون * لاكلون من شجرٍ من رقومٍ * فمالوون منها البطون * فشاربون عليه من الحميم * فشاربون شرب الهيم * هذا نزلهم يوم الدين) الواقعة^(51 – 56)، فالصورة الإشهارية (الالتفائية) قد وظفت في هذا النص توظيفاً يتناسب وشدة الموقف وذلك باستعمال الأسلوب الأندائي المباشر بنغمةٍ شديدةٍ والمخاطبون هم ((من يتسمون مضافاً إلى الظلال والانحراف بأن لديهم روح العناد والاصرار على الباطل في مقابل الحق))⁽¹¹³⁾، وهو خطابٌ يناسب بشدته المعنى المفزع الذي تشهر عنه الآيات التي تلي ذلك الخطاب العنيف فهي مليئةٌ بصور العذاب الفظيع الذي ينتظرهم؛ إذ ((يحسُّ المخاطب بقوة نبرة في توالي مكونات هذا الصوت الطويل (الضالون المكذبون) من غير عطفٍ ليمتد الصوت مدوياً في آذانهم في صيغة اسم الفاعل المرفوع مع تشديد كلٍّ منهما... الأمر الذي يكسبه امتداداً صوتياً غير اعتيادي))⁽¹¹⁴⁾، ثم يأتي بعد ذلك الإشهار عمّا ينتظرهم من عذاب جديد قطعاه الزقوم، والزقوم ((تصور بجرسها ووقعها مسلماً خشناً شائكاً مدبباً يشوه الأكف))⁽¹¹⁵⁾.

ورغم شناعة هذا الطعام إلا أن هؤلاء الكفار سيجعل الله لديهم دافعية الجوع التي تتمكن منهم حتى يملؤوا بطونهم منه من شدة الجوع ومن ثم شدة العطش⁽¹¹⁶⁾. وهكذا يعبر القرآن عن حالهم بقوله: (فمالوون منه البطون) فـ ((الجوع كافرٌ، والمحنة عالية، وان الشوك لفي حاجة إلى ماءٍ ليسلك الحلق))⁽¹¹⁷⁾ مما يدفعهم إلى البحث عن الشراب الذي يرويههم، فينتقل النص الكريم لصورة إشهارية جديدة تصف ما ينتظرهم من شرابٍ يأملون فيه الري بقوله سبحانه: (فشاربون عليه من الحميم. فشاربون شرب الهيم) فما ينتظرهم شرابٌ ((لا يبرد من غلة ولا يروي ظمأ))⁽¹¹⁸⁾ ولتقريب الصور بدقة، يصور لنا النص الكريم حالهم، فهم يشربون كما تشرب الإبل المصابة بالهيام ((وهو داءٌ تشربُ فلا تروي))⁽¹¹⁹⁾، وهذا النمط الوصفي اعتمد للإشهار عن حال الكافرين وهو إشهار كفيلاً بأن يجعل النفس فرقة فرقة من هول العاقبة ان هي مالت عن الحق وأخذت الباطل سبيلاً.

وفي انتخاب الإبل دون غيرها ملحظ بياني دقيق فيه بيانٌ لحالهم فهو وصف يصور حالة الهيام الذي هم عليه من شدة العطش إذ ان الإبل من شدة العطش تلجُ في شربها حتى تموت⁽¹²⁰⁾، ولعل شرب الإبل أقل فضاءه من



شربهم، فهذه الإبل تشرب الماء المعروف في الحياة الدنيا، أما هؤلاء الكافرون فيشربون من الحميم ماءً حاراً حارقاً⁽¹²¹⁾ إنها صورة إشهارية مهولة ومألّ خاسرٌ تنقلّ الذهن ليرسم في خياله صورة الكافرين وهم يهرعون إلى الماء أملاً في الري فإذا به حميمٌ حارقٌ غير أنهم من شدة ما بهم من ظمأ يوغلون في الشرب ويتهاكون عليه لكن دون جدوى.

فهذا أسلوب من الترهيب عالي الدقة تختفي فيه الصورة التشبيهية لاختفاء الأداة التي تربط بين الصورتين ، فقد استعمل النص الكريم ما يقوم مقام الأداة في قوله : (فِشَارِيُونَ شَرِبَ الْهَيْمِ) ؛ إذ لم يقل (شاربون كشرب الهيم) بل قام المصدر مقام الأداة، لأن التعبير بالمصدر أمس رحماً بالمعنى، وأدق في وصف المشهد وتصوير عمق الشرب⁽¹²²⁾ وهكذا تُسهم الصورة بوصفها وسيلة إشهارية في نقل رسالة المشهّر وتحقيق غايته التأثيرية في نفس المتلقي. وختام هذه المشاهد الترهيبية تقريرٌ يُبنى بأن ما هم فيه من العذاب إنما جزاءً عادلٌ استحقوه، وهو ما لهم الذي أرادوه وهو قوله تعالى : (هَذَا نُزْلُهُمْ يَوْمَ الدِّينِ) وذلك يجعل هذا العذاب كرامةً لهم، وذلك يجعلهم نُزلاً تهكماً بهم وسخرية بحالهم⁽¹²³⁾.

إن في هذا التعبير كسرٌ لأفق توقعات المتلقي، وهو ما من شأنه خلق إمكانية التفاعل مع النص ، فهو سلوكٌ تعبيرى من شأنه تفعيل علاقة المتلقي بالنص، ومن ثم تكون علاقة المتلقي بالنص علاقة تبادلية تسير فيها عملية القراءة في اتجاهين متبادلين من النص إلى القارئ ومن القارئ إلى النص⁽¹²⁴⁾.

ولا يمكن إغفال اثر الإيقاع في مشهد الإشهار الترهيبى السابق فهو ((إيقاع موسيقى يوحي بدلالات تنسجم مع السياق، وتؤدي أغراضاً وظيفية واضحة 'فانتهاء الفواصل بصوتي (النون) و(الميم)... إنما هو ترجيحٌ موسيقى لهذا النداء الذي صدر بحق هؤلاء المكذبين ، إضافة إلى ان الإيقاع يوحي بشدة العذاب وهوله وقوته، وهذا متأت من أسلوب التوكيد الذي يبدو جلياً في سياق العبارات في هذا المشهد))⁽¹²⁵⁾.

ثالثاً : الإشهار بالتذكير : -

اهتمت الإرسالية الإشهارية في النص القرآني بالجانب الإرشادي الوعظي في كثير من السياقات القرآنية لتؤدي غايتها الهادفة المتمثلة بتطهير النفس البشرية من أدران الكفر والجحود ، ويعد التذكير إحدى الجوانب الإرشادية في النص القرآني فشذرات التذكرة تزين الكتاب المقدس معلنة عن أهميتها وأثرها في نفس المتلقي ، وللقرآن الكريم وسيلة الخاصة في ملامسة القلوب ومن ثم جعل وجدانها يستجيب إلى الحقيقة الإلهية فالنفس الإنسانية لديها الاستعداد للتأثر بما يطرح عليها وهو استعداد مؤقت يلزمه التكرار ، من هنا كان الوعظ والإرشاد والتذكير تفتح طرقها إلى النفس مباشرة عن طريق الوجدان⁽¹²⁶⁾ انها ((لحظة الموت ... اللمسة التي توصف لها الأوصاف واللحظة التي تنهي كل جدار واللحظة التي يقف فيها الحي بين نهاية طريق وبداية طريق حيث لا يملك الرجوع ولا يملك النكوص))⁽¹²⁷⁾ ، وهو ما تشهر عنه الآيات الكريمة في قوله تعالى : (قُلْ لَوْلا إِذَا بَلَغَتِ الْخُلُوفَ * وَأَنْتُمْ حِينِيذٍ تَنْظُرُونَ * وَنَحْنُ أَقْرَبُ إِلَيْهِ مِنْكُمْ وَلَكِنْ لَا تُبْصِرُونَ * قُلْ لَوْلا إِنْ كُنْتُمْ غَيْرَ مَدِينِينَ * تَرْجِعُونَهَا إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ) الواقعة (83 - 87) ، ففي السورة المباركة تطالعنا الوصلة الإشهارية التذكيرية التي تعرض على المتلقي مشهد الاحتضار وما ينطوي عليه من شدة تؤثر في النفس والحس ، مشهد يومئ إلى وجود البارئ عز وجل حاضراً قريباً اقرب من كل قريب لذلك المحتضر ، وهو ما يلقى الروح والرهبة والخشوع إذ الله قريب شاهد على كل شيء وعلى كل حدث⁽¹²⁸⁾ إنها ((لحظة الاختبار ونهاية العمر وفي تلك اللحظة يكون كل شيء قد انتهى))⁽¹²⁹⁾ ، لتتطوي آخر صفحة من العمر ويسدل الستار على الأعمال ويمضي السياق ((في بيان مصير هذه الروح التي يتراءى لها من بعيد حتى تبلغ الحلقوم وتستدبر الحياة الفانية))⁽¹³⁰⁾.

ثم يمضي النص مشهداً عن صورتين متضادتين تزودان النفس بالأعمال والخوف في آن واحد ، صورتان متمازتان تعرفان على اوتار القلب تارةً بسكينة وطمأنينة، وتارةً بخوف ورهبة في قوله تعالى : (فَأَمَّا إِنْ كَانَ مِنَ الْمُقْرَبِينَ * فَرَوْحٌ وَرَيْحَانٌ وَجَنَّةٌ نَعِيمٌ * وَأَمَّا إِنْ كَانَ مِنَ أَصْحَابِ الْيَمِينِ * فَسَلَامٌ لَّكَ مِنْ أَصْحَابِ الْيَمِينِ *)



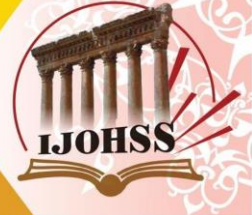
وَأَمَّا إِنْ كَانَ مِنَ الْمُكَذِّبِينَ الضَّالِّينَ * فَذَلِكُمْ مِنْ حَمِيمٍ * وَتَصْلِيَةٌ جَهِيمٍ * إِنَّ هَذَا لَهُوَ حَقُّ الْيَقِينِ (88 – 95)،
فِيُشْهِرُ النَّصَّ مَذْكُورًا مَا جَاءَ فِي السِّيَاقَاتِ السَّابِقَةِ فِي النَّصِّ الْكَرِيمِ وَيُعْلَنُ عَمَّا يَنْتَظِرُ الرُّوحَ مِنْ عِلَائِمِ النَّعِيمِ فِي
رُوحٍ وَرِيحَانٍ بِنَتِجَةِ الْمَوْسِيقِيِّ الَّتِي تَقَطَّرُ مِنْ هَذَا التَّعْبِيرِ الَّتِي يُقَلِّقُ بِظِلَالِ الرَّاحَةِ عَلَى النَّفْسِ، وَهَذَا جِزَاءٌ مِنْ كَانَ
مِنَ الْمُقْرَبِينَ، وَأَمَّا إِنْ كَانَ مِمَّنْ وَصَفَهُمُ الْبَارِي بِـ (أَصْحَابِ الْيَمِينِ) فَهَمُ فِي سَلَامٍ وَأَمَانٍ وَوَيْلٌ لِمَنْ كَانَ مِنَ
الْمُكَذِّبِينَ الضَّالِّينَ فَهُوَ فِي أَسْوَأِ مَنَازِلٍ وَأَتْعَسَ مَثْوَى لَا يَنْتَظِرُهُ سِوَى الْحَمِيمِ السَّخَنِ لِيَعْلَمَ أَنَّهُ الْقَائِنُ الَّذِي كَانَ
يَكْذِبُ بِهِ (1311).

نتائج البحث :

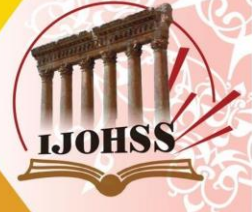
- الحمد لله أولاً وآخرًا. والصلاة والسلام على نبيه المصطفى واله الطيبين الطاهرين بعد هذه الرحلة المباركة في
رحاب سورة الواقعة، توصل البحث إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمالها بالآتي: -
- 1- الإشهار وسيلة إبلاغية يمكن لحظها في النص القرآني، وعملية تواصلية تتحرك ضمن محيط إنساني يُشيرُ
بدوره إلى استراتيجية إبلاغية قائمة على الإقناعا تكاد تخلو منه أية من أي الذكر الحكيم في السورة المباركة
 - 2- يستثمر الإشهار القرآني الصور المختلفة من أجل إيصال أهدافه إلى المتلقي، فلا يعتمد أسلوبًا نمطيًا واحدًا، بل
يستثمر كل طاقات النص من أجل تحقيق غاياته، فنجد صورًا تعتمد الإيحاء ركيزة للتأثير
وتمثلاً لسالية شهارية لم تحدد خطوطها وإنما يتسع مداها لطول تأملنا لها، ولا سيما حين نربطها بالسياق العام
الذي ترد فيه، واتساع المدار نتيجة الإشعاعات التي تشعها الألفاظ حولها، أو الإيحاءات التي تثيرها فالصورة
الثابتة (التقريرية) تخضع لمعنى واحد، أما الصورة الثابتة (الإيحائية) فهي التي سيطرت على الألفاظ فزيادة
نموها في نفس القارئ المستجيب تكتسب الألفاظ معانٍ جديدة.
 - 3- ان الإيقاع المتحقق من التوازنات الصوتية الموجودة في السورة المباركة يمثل عنصرًا فاعلاً في نجاح
الخطاب الإشهاري لما يحققه الإيقاع المتناسق من قوة جذب للمتلقي وهذا النمط من الإشهار بجماليته الإيقاعية
يداعب الوجدان ويتناغم مع الروح لتمضي منسجمة مع تلك الصور البهيجة بكل دقائقها وجزئياتها
 - 4- غايية الإشهار القرآني التأثير والإقناع في المتلقي بغية إيصالها للإيمان والتسليم، وبهذا فإنه لا يُشهر من قبيل
الصدفة بل هو ثقافة مقننة تراعي المرسل إليها أكثر مما تراعي المرسل نفسه فله خصوصية يمتاز بها عن غيره
من الخطابات؛ إذ أنه يتميز ببناء محكم خاص تتفاعل فيه مختلف المكونات التعبيرية بقصد تبليغ رسالة وحيدة
ومحددة لا يمكن ولا ينبغي أبداً ان يخطئها القارئ المستهدف .
 - 5- اعتمد النص المبارك أساليب متنوعة من أجل تحقيق التأثير منها : الترغيب والترهيب وهما من
الأساليب الإشهارية المهمة والركيزة الأساسية من ركائز التأثير في النفس بهدف التأثير في المتلقي تأثيراً إيجابياً من
خلال إشباع جوانب ونزعات النفس الإنسانية المحببة لديه ، بما يجعله يُقبل على ما يُلقى إليه من أفكار يُشهر عنها
النص المقدس، فضلاً عن إثارة دافعية المتلقي من خلال تفعيل شعور الخوف لديه ليميل إلى الجانب الذي يحقق له
حفظ النفس من المخاطر والرهبة .

الهوامش

- (1) مقاييس اللغة، ابن فارس 222/3 مادة (شهر)، وينظر: أساس البلاغة للزمخشري /444، والمفردات للراغب /297.
- (2) القاموس المحيط للفيروز أبادي /897. مادة شهر، وينظر: المحكم والمحيط الأعظم، ابن سيد، 132/4.
- (3) المحكم والمحيط الأعظم 112/2.
- (4) استراتيجية الخطاب الحجاجي، دراسة تداولية في رسائل الإشهار العربية، بلقاسم دقة، مجلة المخبر، الجزائر،
ع10، 2014 .
- (5) النص الأدبي بين أدبية الصورة وحجاجية الغرض، لقمان بوخره، مجلة الخطاب الثقافي، ع3، 2008.



- (6) ينظر : الخطاب الاشهاري من بلاغة الكلمة الى بلاغة التكنولوجيا ، وهاوي نهر (بحث منشور) ، مجلة أربد للبحوث والدراسات ، مجلد رابع عشر ، العدد 2 ، 2011 .
- (7) دراسات في النفس الانسانية، محمد قطب /76.
- (8) الصورة الاشهارية ، حمد السيد .
- (9) ينظر : الفصيح والدارج في الاشهار ، فاصلة بين متعة الرمزي وحسية الاستهلال، سعيد بنكراد ، مجلة علامات ، عدد 4 .
- (10) الصورة البلاغية عند عبد القاهر الجرجاني منهجاً وتطبيقاً، احمد علي دهمان /164.
- (11) التحرير والتنوير، 281/27.
- (12) ينظر: الميزان في تفسير القرآن، الطيباني : 120/19.
- (13) في ظلال القرآن، سيد قطب : 3462/6.
- (14) ينظر: الاشهار القرآني، عطية سليمان الاحمد.
- (15) التناسق الموضوعي في سورة الواقعة، رسالة ماجستير، جامعة ام القرى، المملكة العربية السعودية، احمد بن محسن العبيدي، 2014.
- (16) التعبير القرآني والدلالة النفسية، عبد الله الجبوسي /136.
- (17) الامثل في تفسير كتاب الله المنزل، ناصر مكارم الشيرازي /331/17.
- (18) ينظر: الميزان في تفسير القرآن 121/19.
- (19) ينظر: التحرير والتنوير 286/27.
- (20) الخطاب النفسي في القرآن الكريم /195.
- (21) الامثل في تفسير كتاب الله المنزل 340/17.
- (22) ينظر التحرير والتنوير 284/27.
- (23) ينظر: التحرير والتنوير 284/27.
- (24) الامثل في تفسير كتاب الله المنزل 332/17.
- (25) ينظر: عملية الاتصال الاملائي د. صفوت العالم، دار النهضة العربية، ط7، القاهرة، 2007.
- (26) بناء الرواية ، سيزا قاسم ، 107 .
- (27) مرأة والسد ، محمد المعتصم حسن ، 182 .
- (28) بنية النص السرد في منظور النقد الادبي ، حميد الحميداني ، 72 .
- (29) ينظر: صورة المؤمن في التعبير القرآني، دراسة فنية، نوفل يونس الحمداني /175.
- (30) جماليات السرد في الخطاب الروائي ، صبيحة عودة ، 95 .
- (31) صورة المؤمن في التعبير القرآني / 176.
- (32) ينظر: صورة المؤمن في التعبير القرآني /177
- (33) ينظر : اللغة العربية والخطاب الاشهاري بين النظرية والتطبيق ، د. بالقاسم وفه (53) (بحث منشور) ، مجلة الموقف الادبي.
- (34) التفسير البنائي للقران الكريم، محمود السبباني / 467 /3.
- (35) التفسير البنائي للقران الكريم /468/3.
- (36) ينظر: الصورة الاشهارية دراسة في الخطاب البصري والمرأة في الشعر العربي القديم، د. محمد السيد دسوف، دار الناظمة للنشر، ط1، 2015 :17.
- (37) الامثل في تفسير كتاب الله المنزل 45/17.
- (38) ينظر : الخطاب الاشهاري من بلاغة الكلمة الى بلاغة التكنولوجيا ، د . هادي نهر (138) (بحث منشور) كذلك ينظر : المصطلحات المفتاحية لتحليل الخطاب ، دومينيك مانغوفو ، تر : محمد بحياتن ، دار العربية للعلوم ، ناشرون ، 2008 .
- (39) اليات الخطاب الاشهاري، عبد العالي بو طيب، مجلة علامات ج/49، مجلد 13، رجب 1424 هـ سبتمبر 2003.
- (40) المصدر نفسه
- (41) ينظر : استراتيجيات الخطاب الحجاجي ، دراسة تداولية في الاساليب الاشهارية العربية ، بالقاسم وفه ، 496 ، بحث منشور .
- (42) ينظر: جماليات الاقناع في الاسلوب القرآني، جمال حضري، 40، بحث منشور.
- (43) استراتيجيات الخطاب الحجاجي، دراسة تداولية في الارشاد الاشهارية العربية /496.



- (44) ينظر الحجاج مفهومه ومجالاته ، 872/1، استراتيجيات الخطاب الحجاجي دراسة تداولية / 496.
(45) الحجاج مفهومه ومجالاته 873/1.
(46) الميزان في تفسير القرآن 3467/6.
(47) في ظلال القرآن 3467/6.
(48) ينظر : استراتيجيات الخطاب، عبد الهادي الشهري /172.
(49) ينظر :التحليل الحجاجي، نور الدين اجعيط /402.
(50) ينظر: الخطاب النفسي في القرآن الكريم / 202 .
(51) ينظر: البلاغة العربية، با طاهر /83.
(52) ينظر: الخطاب النفسي في القرآن الكريم / 203 .
(53) ينظر : الاعجاز القرآني اسلوباً ومضموناً ، 137 .
(54) اصول الدعوى، عبد الكريم زيدان / 670.
(55) ينظر: الأشهار القرآني / 75 .
(56) ينظر : الخطابات الحجاجي ، دراسة تداولية في ارساليات الاشهارية العربية /506.
(57) الدعوى الاسلامية، اصولها ووسائلها، احمد علوش /256.
(58) ارشاد العقل السليم ، 8 / 189 – 190 .
(59) مصدر نفسه ، 8 / 189 – 190 .
(60) ينظر : الميزان في تفسير القرآن 125/19 .
(61) التحرير والتنوير 288/27 .
(62) ينظر : الميزان في تفسير القرآن 122/19 .
(63) ينظر : الميزان في تفسير القرآن 122/19 .
(64) المصدر نفسه 3463/6 .
(65) ينظر : من جماليات التصوير في القرآن، محمد قطب عبد العال /63 .
(66) الخطاب النفسي ، 196 .
(67) ينظر : في ظلال بالقران 3463/6.
(68) ينظر : الأشهار القرآني /120.
(69) الخطاب النفسي ، 196 .
(70) المصدر نفسه ، 196 .
(71) ينظر: سورة الواقعة ، دراسة اسلوبية، بلال سامي، رسالة ماجد ، جامعة الشرق الاوسط، 2011-2012.
(72) الميزان في تفسير القرآن 126/19.
(73) سورة الواقعة ،دراسة اسلوبية /75.
(74) ينظر :الأشهار القرآني /318.
(75) ينظر: بلاغة التوازي في السور المدنية، رسالة ماجستير عبد الله العربي. كلية الاداب والفنون، جامعة وهران، الجزائر /36.
(76) ينظر :الإشهار القرآني /188.
(77) ينظر : الظاهرة الجمالية في القرآن الكريم، نذير حمدان/29.
(78) خطرات في اللغة القرآنية، د.فاخر الياسري/43.
(79) ينظر : الخطاب النفسي في القرآن الكريم ، 188
(80) إرشاد العقل السليم ، ج8 ، 193 / 194 .
(81) القيمة الحجاجية في الخطاب الاشهاري ، ص7 .
(82) المصدر نفسه ، ص34 .
(83) جمالية البصرية في القرآن الكريم ، سلام حديد ، 205 .
(84) الفروق اللغوية ، ابو هلال العسكري /271.
(85) ينظر: المفردات في غريب القرآن /255، مادة (رهب).
(86) اصول الدعوة / 670.
(87) الصورة الاشهارية، سعيد بنكراد /212.
(88) جماليات السورة البصرية في القرآن الكريم ، 213 .



- (89) ينظر : الكشاف للزمخشري 207/6.
(90) ينظر : مشاهد القيامة / 124.
(91) ينظر : الخطاب النفسي في القرآن / 193.
(92) ينظر : المصدر نفسه / 193.
(93) الخطاب النفسي في القرآن الكريم ، د. كريم حسين ناصح .
(94) الميزان في تفسير القرآن 120/19.
(95) ينظر : مشاهد القيامة / 126.
(96) مشاهد القيامة / 124.
(97) ينظر : المفردات في غريب القرآن / 207. مادة (رَج)
(98) ينظر : التحرير والتنوير 284/27.
(99) الهامش مجهول في المسودة
(100) التعبير القرآني والدلالة النفسية عبد الرازي عبدالله محمد الجيوسي / 36.
(101) الامثل في تفسير كتاب الله المنزل 331/17.
(102) التحرير والتنوير 304/27.
(103) الكشاف 30/6.
(104) اليوم الاخر، الجنة والنار، عمر سليمان الاشقر / 32.
(105) ينظر : مشاهد القيامة / 129.
(106) ينظر : المفارقات القرآنية محمد العبد / 84.
(107) الاعلامية في الخطاب القرآني / 79.
(108) دراسات فنية في سور القرآن / 417.
(109) ينظر : الخطاب النفسي في القرآن الكريم / 198.
(110) الميزان في تفسير القرآن 129/19.
(111) ينظر : في ظلال القرآن 3465/6.
(112) في ظلال القرآن 3465/6.
(113) الأمثل في تفسير كتاب الله المنزول 349/17.
(114) الخطاب النفسي في القرآن الكريم / 200.
(115) في ظلال القرآن 3465/6، وينظر : سحرُ النص ، عبد الواحد زيارة / 15.
(116) ينظر : في ظلال القرآن 3465/6، ومشاهد القيامة / 131.
(117) المصدر نفسه 3465/6.
(118) مشاهد القيامة / 130.
(119) الكشاف 31/6. وينظر : التحرير والتنوير 309/27.
(120) ينظر : دراسات فنية في سور القرآن ، محمود البستاني / 625.
(121) ينظر : الامثل في تفسير كتاب الله المنزل 349/17.
(122) ينظر : دراسات فنية في صور القرآن / 635.
(123) ينظر : روح المعاني 146/27.
(124) ينظر : الاعلامية منه في الخطاب القرآني، د. زهراء البرقعوي / 59.
(125) سحر النص / 215.
(126) ينظر : التربية الاسلامية ، محمد قطب ، 178 .
(127) في ظلال القرآن 3472/6.
(128) مشاهد القيامة ، سيد قطب ، 132 .
(129) الامثل في تفسير كتاب الله المنزل 317/17.
(130) في ظلال القرآن 3473/6.
(131) ينظر : في ظلال القرآن 3473/6.



روافد البحث

القران الكريم

المصادر والمراجع

- 1- إرشاد العقل السليم إلى مزايا الكتاب العظيم، محمد بن مصطفى أبو السعود، إشراف محمد عبد اللطيف، مكتبة ومطبعة محمد علي صبيح وأولاده، مصر، ط1، 1928م.
- 2- أساس البلاغة، جار الله الزمخشري، دار إحياء التراث العربي بيروت - لبنان، 1433-2012، ب ط.
- 3- استراتيجيات الخطاب، عبد الهادي الشهري، دار الكتاب الجديد بيروت - لبنان، 2004، ط1.
- 4- اسرار التكرار، محمود ابن حمزة الكرمانى، دار الفضيلة، تج: عبد القادر احمد عطا، ب ط.
- 5- الإشهار القرآني والمعنى العرفاني، عطية سليمان الأحمد، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، 2015.
- 6- اصول الدعوة، عبد الكريم زيدان، مكتبة الانجلوا المصرية، القاهرة 1975- 1395، ب ط.
- 7- الإعجاز القرآني أسلوباً ومضموناً، د شلتاغ عبود، دار المرتضى، بيروت، ط1، 1993م،
- 8- الإعلامية في الخطاب القرآني، د. زهراء الرفعاوي، دار كنوز المعرفة للطباعة والنشر، عمان، 1439-2018، ط1.
- 9- الامثل في تفسير كتاب الله المنزل، ناصر مكارم الشيرازي، دار احياء التراث العربي، ط1 2002 .
- 10- البلاغة العربية، عيسى باطاهر، دار الكتاب الجديد، بيروت، ط1، 2008.
- 11- بنية النص السرد من منظور النقد الادبي، حميد الحميداني، المركز الثقافي العربي للنشر والتوزيع، ط4، 2014م.
- 12- التحرير والتنوير، الطاهر ابن عاشور، الدار التونسية للنشر، 1984، ب ط.
- 13- التربية الاسلامية، محمد قطب، بيروت، دار الشروق، 1989م.
- 14- التفسير البنائي، د. محمود السبستاني، مطبعة الاستانة الربوية، ط1، 1142.
- 15- التعبير القرآني والدلالة النفسية عبد الله الجيوسي، دار الغوثاني للدراسة القرآنية، دمشق، 2006، ط1.
- 16- جماليات السرد في الخطاب الروائي، صبيحة عودة، دار مجدلان، عمان، الاردن، ط1، 2006م.
- 17- جماليات الصورة البصرية في القرآن الكريم، حيدر حديد رسن،
- 18- الحجاج مفهومه ومجالاته دراسات نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة، إشراف د حافظ إسماعيل علوي، عالم الكتب الحديثة للنشر والتوزيع، اربد، الأردن، ط1، 2010 م.
- 19- الخطاب النفسي في القرآن الكريم دراسة دلالية أسلوبية، د. كريم حسين ناصح، دار الصبا للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007م.
- 20- خطرات في اللغة القرآنية، فاخر الياسري، دار الشؤون الثقافية، العراق- بغداد، ب ط.
- 21- دراسات فنية في صور القرآن، د محمود البستاني، مشهد، مجمع البحوث الاسلامية، 1421، ب ط.
- 22- دراسات في النفس الانسانية، محمد قطب، دار الشروق، 1983-1403، ط6.
- 23- الدر المصون في علم الكتاب المكنون، السمين الحلبي، دار القلم دمشق تج: احمد الخراط، ب ط.
- 24- الدعوة الاسلامية، د. احمد احمد غلوش، دار الكتاب المصري، 1987-1407، ط2.
- 25- سحر النص، د. عبد الواحد زيارة، دار الفحاء للطباعة والنشر بيروت، 2013-1434، ط1.
- 26- سورة المؤمن في التعبير القرآني، دراسة فنية، نوافل الحمداني، دار الكتب العلمية، ب ط.
- 27- الصورة الاشهارية ليات الاقتناع والدلالة، سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي، دار البيضاء - الغرب، 2009، ب ط.
- 28- الصورة الاشهارية، محمد السيد دسوقي
- 29- الصورة البلاغية عند عبد القادر الجرجاني منهجاً وتطبيقاً، احمد علي دهمان، منشورات وزارة الثقافة - دمشق، 2000، ط1.
- 30- الصورة الفنية في التراث النقدي والبلاغي عند العرب، جابر عصفور، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط3.
- 31- صورة المؤمن في التعبير القرآني، نوافل يونس الحمداني.



- 32- الظاهرة الجمالية ، نذير حمدان ، دار المنابر ، السعودية – جدة 1998-1412، ط1.
33- عملية الاتصال الاعلاني ، صفوت العالم ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ط7 ، 2007.
34- الفروق اللغوية ، ابو هلال العسكري ، دار الكتب العلمية، لبنان 2005، ط3.
35- في ظلال القرآن ، سيد قطب ، دار الشروق ، 1425-2004، ط34.
36- القاموس المحيط ، مجد الدين الفيروز ابادي ، دار الحديث – القاهرة تج : أنس محمد الشامي وزكريا جابر احمد ، 2008-1429، ب ط.
37- الكشف عن حقائق غوامض التنزيل ، جار الله الزمخشري ، تج: عادل احمد عبد الموجود وعلي محمود عوض ، ط1.
38- المحكم والمحيط الاعظم، ابن سيد ، معهد المخطوطات العربية القاهرة 2003، ب ط .
39- المرأة والسرد ، محمد المعتصم حسن ، دار الثقافة ، المغرب ، ط4، 2004 م .
40- مشاهد القيامة ، سيد قطب ، دار الشروق ، 1983-1403.
41- المفارقة القرآنية دراسة في بنية الدلالة و محمد العبد ، دار الفكر العربي 1994-1415، ط1.
42- المفردات في غريب القرآن ، الراغب الاصفهاني ، دار ابن الجوزي ، القاهرة ، 2012، ط1.
43- مقاييس اللغة، احمد ابن فارس، تج : عبد السلام هارون ، دار الفكر للطباعة والنشر، ب ط.
44- المصطلحات المفتاحية لتحليل الخطاب ، دومنك مانغونو ، تر: محمد بياتن ، دار العربية للعلوم ناشرون ، 2008 .
45- من جماليات التصوير في القرآن، محمد قطب عبد العال، منشورات دار الترابط، 1993، ط1.
46- الميزان في تفسير القرآن ، محمد حسين الطبطبائي، مؤسسة الاعلم للمطبوعات بيروت – لبنان، 2002-1422، ط2.
47- اليوم الاخر الجنة والنار ، سليمان الاشقر .

الرسائل الجامعية

- 48- بلاغة التواتري في السور المدنية ، عبد الله العربي ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الاوسط ، 2011-2012.
49- التناسق الموضوعي في سورة الواقعة ، رسالة ماجستير ، جامعة ام القرى – السعودية، احمد ابن محسين العبيدي ، 2014.
50- سورة الواقعة ، دراسة اسلوبية ، بلال سامي، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، وهران.
51- القيمة الحجاجية للخطاب الاشهاري ، صابرة هجرس ، رسالة ماجستير ، كلية الاداب ، جامعة العربي بن مهدي (ام البواقي) ، الجزائر ، 2013.

البحوث

- 52- استراتيجيات الخطاب دراسة تداولية في الارشادية الاشهارية العربية ، بلقاسم دفة ، مجلة المخير ، الجزائر ، ع 10، 2014.
53- التحليل الحجاجي للخطاب ، نور الدين اجعيط، مجموعة بحوث محكمة ، دار كنوز المعرفة ، 2016 .
54- الخطاب الاشهاري من بلاغة الكلمة الى بلاغة التكنولوجيا ، د هادي نهر، مجلة اربد للبحوث للدراسات ، المجلد الرابع عشر، العدد الثاني، 2011.
55- جماليات الاقناع في الاسلوب القرآني ، جمال الخضري ، (بحث منشور)
56- الفصيح والدارج في الاشهار الفاصلة بين متعة الرمز وحسية الاستهلاك ، سعيد بنكراد ، مجلة علامات 42، 2004.
57- النص الادبي بين ادبية الصورة وحجاجية الفرض، نعمان بوقرة، مجلة الخطاب الثقافية، ع 3، 2008.
58- آليات الخطاب الاشهاري ، عبد العالي بو طيب ، (بحث منشور) ، مجلة علامات ، مجلد 63، الجزء 49، 2003.
59- اللغة العربية والخطاب الاشهاري بين النظرية والتطبيق ، بالقاسم دفة ، مجلة الموقف الادبي ، السنة الثالثة والاربعون ع ، العدد 517 ، ايار 2014 م .

References

- 1- Guide the sound mind to the merits of the great book, Muhammad bin Mustafa Abu Al Saud, supervised by Muhammad Abd al-Latif, the library and publication of Muhammad Ali Sobeih and his children, Egypt, i 1, 1928 AD.
- 2- The basis of rhetoric, Jarallah Al-Zamakhshari, Arab Heritage Revival House Beirut-Lebanon, 2012-1433.
- 3- Speech Strategies, Abd al-Hadi al-Shehri, New Dar al-Kitab Beirut - Lebanon, 2004, 1st edition.
- 4- The secrets of repetition, Mahmoud Ibn Hamza Al-Kirmani, Dar Al-Fadila, Tj: Abdel-Qader Ahmed Atta,
- 5- Qur'anic Publicity and Orphan's Meaning, Attia Sulaiman Al-Ahmad, Modern Academic University Book, 2015.
- 6- The Origins of Dawah, Abdel Karim Zidan, The Egyptian Anglo-Library, Cairo 1975 -1395.
- 7- Quranic miracles in style and content, Dr. Shaltagh Aboud, Dar Al-Mortada, Beirut, 1st ed, 1993 AD,
- 8- Informatics in Quranic discourse, d. Zahraa Al-Rifawi, Treasures Treasury for Printing and Publishing, Amman, 14-14-2018, 1st edition.
- 9- The Best in Interpreting the Book of God, Al-Manzil, Nasser Makarim Al-Shirazi, Dar Al-Ahyaa Al-Arabiya, Ed.1, 2002
- 10- Arabic Rhetoric, Issa Baathar, The New Book House, Beirut, 1st edition, 2008.
- 11- The structure of the narrative text from the perspective of literary criticism, Hamid Al-Hamidani, The Arab Cultural Center for Publishing and Distribution, 4th edition, 2014AD.
- 12- Editing and Enlightenment, Al-Taher Ibn Ashour, Tunisian Publishing House, 1984,
- 13 - Islamic Education, Muhammad Qutb, Beirut, Dar Al-Shorouk, 1989.
- 14- Constructive interpretation, d. Mahmoud al-Sibistani, Al-Astana al-Ribaweya Press, 1st Edition, 1142
- 15- Quranic Expression and Psychological Significance Abdullah Al-Jayousi, Al-Ghuthani House for Quranic Study, Damascus, 2006, 1st edition.
- 16- Aesthetics of Narration in Narrative Discourse, Sabiha Odeh, Dar Majdalan, Amman, Jordan, 1st edition, 2006 AD.
- 17- Aesthetics of the visual image in the Holy Quran, Haider Hadid Rasan,
- 18- Al-Hajjaj, its concept and its fields, theoretical and applied studies in the new rhetoric, supervised by Dr. Hafiz Ismail Alawi, the world of modern books for publication and distribution, Irbid, Jordan, 1st edition, 2010 AD.
- 19- Psychological discourse in the Holy Qur'an, a stylistic semantic study, Dr. Karim Hussein Nasih, Dar Al-Saba for Printing, Publishing and Distribution, Amman, 1st edition, 2007 AD.
- 20- Dangers in the Qur'anic Language, Fakher Al-Yasiri, House of Cultural Affairs, Iraq- Baghdad.

- 21- Art studies in Qur'an photographs, Dr. Mahmoud Al-Bustani, Mashhad, Islamic Research Academy, 1421.
- 22- Studies in Human Psychology, Muhammad Qutb, Dar Al-Shorouk, 1983-1403, 6th edition.
- 23- Al-Durr Al-Masoun in the science of the hidden book, Al-Halwi Al-Halabi, Dar Al-Qalam, Damascus, Taj: Ahmad Al-Kharrat.
- 24- The Islamic Call, d. Ahmed Ahmed Ghuloush, Dar Al-Kitab Al-Masry, 1987-1407, 2nd edition.
- 25- Magic of Text, Dr. Abdel Wahed Ziyara, Dar Al Faihaa for Printing and Publishing Beirut, 2013-1434, 1st edition.
- 26- Surah Al-Mumin in Quranic Expression, Artistic Study, Nawafel Al-Hamdani, Dar Al-Kutub Al-Alami, b.
- 27- The advertising image of the mechanisms of persuasion and significance, Saeed Benkrad, the Arab Cultural Center, Dar al-Bayda - Gharb, 2009.
- 28- The advertisement photo, Mohamed El-Sayed Desouky
- 29- The rhetorical picture at Abdul Qadir Al-Jarjani, method and application, Ahmed Ali Dahman, Publications of the Ministry of Culture - Damascus, 2000, 1st edition.
- 30- The Artistic Image in Critical and Rhetorical Heritage for Arabs, Jaber Asfour, Arab Cultural Center, Casablanca, 3rd ed.
- 31- The believer's image in the Qur'anic expression, Nawafel Younis Al-Hamdani,
- 32- Aesthetic Phenomenon, Nazir Hamdan, Dar Al-Manaber, Saudi Arabia - Jeddah 1998-1412, 1st edition.
- 33- Advertising communication process, Safwat Al-Alem, Dar Al-Nahda Al-Arabiya, Cairo, 7th edition, 2007.
- 34- Linguistic Differences, Abu Hilal Al-Askari, Scientific Books House, Lebanon 2005, 3rd edition.
- 35- In the Shadows of the Qur'an, Sayyid Qutb, Dar Al-Shorouk, 2004-1425, p. 34.
- 36- The surrounding dictionary, Majd Al-Din Al-Fayrouz Abadi, Dar Al-Hadith - Cairo Tge: Anas Muhammad Al-Shami and Zakaria Jaber Ahmed, 2008-1429, b.
- 37- Unveiling the facts of the mysteries of the download, Jarallah Al-Zamakhshari, Tj: Adel Ahmed Abdel-Mawgoud and Ali Mahmoud Awad, 1st edition.
- 38- The Arbitrator and the Great Perimeter, Ibn Sayed, Institute of Arabic Manuscripts, Cairo 2003.
- 39- The Mirror and Narration, Muhammad al-Mu'tasim Hasan, Dar al-Thaqafa, Morocco, 4th ed, 2004 AD.
- 40- Resurrection scenes, Sayyid Qutb, Dar Al-Shorouk, 1983-1403.
- 41- The Qur'anic Paradox: A Study in the Structure of Significance and Muhammad Al-Abed, Dar Al-Fikr Al-Arabi, 1994-1415, 1st edition.
- 42- Vocabulary in Gharib Al-Qur'an, Ragheb Al-Isfahani, Ibn Al-Jawzi House, Cairo, 2012, 1st Edition.
- 43- Language Standards, Ahmed Ibn Faris, Tej: Abd al-Salam Haroun, Dar Al-Fikr for Printing and Publishing.

- 44- Keyword Terms for Discourse Analysis, Dominic Mangono, Ter: Muhammad Beaten, Dar Al-Arabia Sciences Publishers, 2008.
- 45- From the aesthetics of painting in the Qur'an, Muhammad Qutb Abdel-Al, Dar Al-Turab Publications, 1993, 1st edition.
- 46- Al-Mizan in Interpretation of the Qur'an, Muhammad Hussein Al-Tabtabaei, Al-Alam Publications Institution, Beirut - Lebanon, 2002-1422, 2nd edition.
- 47- The Last Day Heaven and Hell, Solomon the Blond.

University theses

- 48- Rhetorical Rhetoric in the Civil Wall, Abdullah Al-Arabi, Master Thesis, Middle East University, 2011-2012.
- 49- Objective Consistency in Surat Al-Waqi'ah, Master Thesis, Umm Al-Qura University - Saudi Arabia, Ahmad Ibn Muhsin Al-Ubaidi, 2014.
- 50- Surat Al-Waqi'ah, Stylistic Study, Bilal Sami, Master Thesis, University of the Middle East, Oran.
- 51- Pilgrimage value of publicity speech, Sabra Hajras, Master Thesis, Faculty of Arts, Arab Bin Mahdi University (Umm Al-Baqi), Algeria, 2013.

Research

- 52- Al-Khattab Strategy: A deliberative study in the Arab advertising mission, Belkacem Dafa, Al-Mokhir Magazine, Algeria, p. 10, 2014.
- 53- Pilgrim Analysis of Discourse, Nouredine Ajit, Refereed Research Group, Treasures of Knowledge House, 2016.
- 54- The Celebratory Speech from Rhetoric of the Word to Rhetoric of Technology, Dr. Hadi Nahr, Irbid Journal of Research Studies, Volume XIV, Second Issue, 2011.
- 55- Aesthetics of Persuasion in the Qur'anic Style, Jamal Al-Khudari, (published research)
- 56- Al-Fasih Al-Fajihar in the popular declarations between the pleasure of symbolism and the sensitivity of consumption, Saeed Benkrad, Alamat 42 Magazine, 2004.
- 57- The Literary Text Between Picture Literature and Hajjaj Al-Fard, Noman Bougherra, Al-Khattab Cultural Magazine, No. 3, 2008.
- 58- The Mechanisms of Publicity Discourse, Abdel Aali Bou Tayeb, (published research), Alamat Journal, Volume 63, Part 49, 2003.
- 59- The Arabic Language and the Discourse of Discipline between Theory and Practice, Al-Qasim Daffa, The Literary Situation Magazine, Forty-third Year P, No. 517, May 2014.