



كلية اللغة العربية بأسيوط  
المجلة العلمية

-----

# التسويق الفني في القصة القرآنية

## قصة طالوت وجالوت نموذجاً

إعداد

د / رجب أحمد عبد الرحيم حسن

مدرس البلاغة والنقد الأدبي

كلية دار العلوم - جامعة المنيا

(العدد التاسع والثلاثون )

( الإصدار الثاني - الجزء الأول )

( ١٤٤٢ هـ - ٢٠٢٠ م )

## التسويق الفني في القصة القرآنية

### قصة طالوت وجالوت نموذجاً

رجب أحمد عبد الرحيم حسن

البلاغة والنقد الأدبي - كلية دار العلوم - جامعة المنيا - المنيا - مصر

ragab.ahmed@mu.edu.eg : البريد الإلكتروني :

الملخص :

ترصد هذه الورقة البحثية مظاهر التسويق الفني في القصة القرآنية، متخذة من قصة طالوت وجالوت مثلاً تطبيقياً عملياً على جماليات التسويق المعجز الذي غلف القصة من بدايتها ل نهايتها ، وقد عرضت الورقة البحثية نبذة عن التسويق عموماً في البلاغة العربية القديمة، وتوصلت إلى أن البلاغة العربية القديمة لم تتخذ مصطلحاً خاصاً بالتسويق، وإنما تحدثت عن مضمون التسويق وعن عناصره. وأما التسويق في القصة الحديثة، فقد اشتمل عناصر عده، هي: البداية، والصراع، والعقدة، والتوقيت، والإيقاع، والنهاية. وهذه العناصر مجتمعة هي التي تقوم بربط أحداث القصة، من بدايتها ل نهايتها. والذي دعانا لاختيار هذا الموضوع هو بكارته في مجاليه، فلم يخصه أحد - فيما أعلم - بدراسة سابقة، ولذا كان علينا بيان عناصر التسويق في القصة القرآنية على العموم، وفي قصة طالوت وجالوت على وجه الخصوص. ولكي نوفي هذه الورقة حقها فقد ارتأيت أن تشتمل هذه الدراسة على المباحث التالية: التسويق في البلاغة القديمة ، وبعده التسويق بين القصة الحديثة والقصة القرآنية، وفي الآخر يأتي الحديث عن عناصر التسويق الفني في قصة طالوت وجالوت، ولكي نحقق هذه البنود فقد اخترنا المنهج الفني؛ نظراً لأن المنهج الفني يعتمد على عناصر موضوعية،

وعلى أصول فنية، لها حظ من الاستقرار، فهو منهج ذاتي موضوعي، وهو أقرب المناهج إلى طبيعة الأدب.

**الكلمات المفتاحية :** التسويق الفني - البلاغة العربية - القصة القرآنية - قصة طالوت وجالوت - الحدث - الشخصيات - البدايات والنهايات - المفاجأة - السرد - القصصي - المناسبة.

## Technical suspense in the Quranic story The story of Taloot and Goliath as a model

Ragab Ahmed Abdel Raheem Hassan

Department of Rhetoric and Literary Criticism - Faculty of  
Dar Al Uloom - Minia University – Minia - Egypt

ragab.ahmed@mu.edu.eg :E-mail

### Abstract:

This research paper examines the manifestations of artistic suspense in the Quranic story, taking the story of Taloot and Goliath as a practical example of the aesthetics of the miraculous suspense that enveloped the story from its beginning to its end. The paper presented an overview of suspense in general in ancient Arabic rhetoric, and concluded that the ancient Arabic rhetoric did not take a term for suspense, but rather talked about the content and elements of suspense. As for the suspense in the modern story, it included several elements, namely: the beginning, the conflict, the node, the timing, the rhythm, and the end. These elements combined are what connect the events of the story, from beginning to end. What called us to choose this topic is his virginity in his field, no one - as far as I know - has assigned him a previous study, and therefore we had to explain the elements of suspense in the Qur'an story in general, and in the story of Taloot and Goliath in particular. In order for this paper to be fulfilled, it was decided that this study should include the following topics: The suspense in the ancient rhetoric, and after it the suspense between the modern story and the Quranic story, and in the other comes the discussion of the elements of artistic suspense in the story of Taloot and Goliath, and in order to achieve these items, we have chosen the artistic method. Because the artistic curriculum depends

on objective elements, and on artistic assets that have a chance of stability. It is a subjective and objective curriculum, which is the closest to the nature of literature. **Keywords:** artistic suspense - Arabic rhetoric - Quranic story - story of Taloot and Goliath - event - characters - beginnings and ends - surprise - storytelling - occasion.

## المقدمة

الحمد لله المحمود بنعمته، المعبد بقدرته، سبحانه وتعالى، قصرت عبارة البلوغ عن الإحاطة بمعنى آياته، وعجزت ألسن الفصحاء عن بيان بدائع مصنوعاته، والصلة والسلام علىنبي وضاء، يجلو الظلم، وبوجهه يسقى الغمام، وبعد.

فالقصة القرآنية معين لا ينضب من السحر الحال، والجمال والجلال، بما خصت به من إعجاز قصصي رباني، شهد له القاصي والداني، فلقد اشتغلت على روائع البيان، وحسن العرض، والتسويق؛ ولهذا فالقصة من أحسن أساليب الخطاب التي اتخذها القرآن الكريم، لغاية دينية وجمالية معاً؛ ولذلك جاء ثلاثة القرآن، أو أزيد من ثلاثة القرآن قصصاً، وهذا يدل على أهمية القصص في نقل الرسالة الدعوية، والخطاب الديني.

والقصة القرآنية بها العديد من عناصر الجذب والتسويق، مثل: غرائبية الحدث، وتدخل العوامل الغيبية التي تأتي لتقلب مسيرة الأحداث، إضافة إلى التنويع في طرق العرض، وانتقاء العناصر التي تظهر للقارئ، وتضييب عناصر أخرى، كذلك إرجاء بعض المعلومات، والتدوير القصصي، واللازمات، والعناصر المكررة، إلى غير ذلك، من عناصر مشوقة؛ ولذا يقول تعالى: (نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْفَصَصِ) (يوسف: ٣).

وبالرغم من أن القصة القرآنية قد سبقت في الأساس لتحقيق أغراض دينية، إلا أنها قد حملت في أثنائها عوامل الإثارة والتسويق وجذب الانتباه، بما خصت به من جمال العرض، والاقتصاد الفني، والبدایات المشوقة، وبراعة التصوير.

ولكي نوضح ذلك فإننا اخترنا قصة طالوت وجالوت نموذجاً، لأن التسويق في هذه القصة المعجزة قد بلغ الغاية والنهاية، حتى لقد قال عن الآيات التي ذكرت فيها القصة الإمام البقاعي : " علت هذه الآيات عن أقصى ما يعرفه البصراء البلوغ من الغايات، وتجاوزت إلى حد تعجز العقول عن مناله، وتضاعل نوافذ الأفهام عن الإتيان بشيء من مثاله ".<sup>(١)</sup>

فالقصة على الجانب الفكري، توضح حقيقة الشخصية الإسرائيلية المتمردة والجبانة، في كل عصر ومصر، فهذه الشخصية مراوغة في الاستجابة لأوامر الله فهي ما تفتأ تتهرب من أوامره - سبحانه - متذكرة كل وسيلة وأداة للهروب والعصيان والكفران. ولذا جاءت هذه القصة لتلقي الضوء على حادثة نموذج لمن صدر عن هذه الشخصية عبر التاريخ. وأما الجانب الفني في تصوير ذلك فقد صورته تلك القصة على نحو معجز مكتمل الأركان البيانية والتعبيرية -، على نحو يعجز عنه البشر بوسائل مشوقة كثيرة، ستكتشفها - بفضل الله - هذه الدراسة.

#### أسباب اختيار الموضوع :

- القصة القرآنية معين لا ينضب من البيان الإعجازي.
- هذا الموضوع بكر في مجاله، فلم يخص - فيما أعلم - بدراسة سابقة على هذا النحو.
- قصة طالوت وجالوت بها العديد من جوانب الإثارة والتسويق الفني التي ستميط هذه الدراسة اللثام عنها.

---

(١) البقاعي (برهان الدين أبو الحسن إبراهيم): نظم الدرر في تناسب الآيات والسور، مطبعة مجلس دائرة المعارف العثمانية، حيدر آباد الهند، الطبعة الأولى، ١٣٩١م، ٣ / ٤٤٤ .

### **منهج الدراسة :**

لكي نصل بهذه الدراسة إلى ما تصبو إليه من كشف الجوانب التبليغية والفنية، ومكامن التسويق في قصة طالوت وجالوت اخترنا المنهج الفني؛ نظراً لأن المنهج الفني يعتمد على عناصر موضوعية، وعلى أصول فنية لها حظ من الاستقرار. فهو منهج ذاتي موضوعي، وهو أقرب المناهج إلى طبيعة الأدب، وطبيعة الفنون على وجه العموم.

### **خطة الدراسة :**

تشتمل هذه الدراسة على مقدمة، وخاتمة، وثلاثة مباحث.

**المقدمة :** تشتمل على أسباب اختيار الموضوع، ومنهج الدراسة، وخطة البحث.

**المبحث الأول - التسويق في البلاغة القديمة.**

**المبحث الثاني - التسويق بين القصة الحديثة والقصة القرآنية.**

**المبحث الثالث - عناصر التسويق الفني في قصة طالوت وجالوت.**

**الخاتمة:** وتشمل أهم النتائج والتوصيات.

## المبحث الأول

### التسويق في البلاغة القديمة

#### التسويق لغة واصطلاحاً :

قال ابن منظور : "الشوق والاشتياق، نزاع النفس إلى الشيء، والجمع أشواق، شاق إليه شوفا، وتشوق، واشتق اشتياقا . والشوق، حركة الهمو. وشاقني شوفا ، وشوقني، هاجني، فتشوقت، إذا هيج شوقك، ويقال منه: شاقني حسنه، وذكرها يشوقني، أي هيج شوفي".<sup>(١)</sup> ويلاحظ هنا أن التسويق شيء معنوي داخلي، غير محسوس. لكنه يؤثر أيمماً تأثير في نفس المشتاق. وما يستعمله العرب مرادفات لكلمة الشوق: الكلف، والغرام، والشفف، والوجود، والتوق، والحنين، والميل، والنزع، والصباية.<sup>(٢)</sup> وكل هذه العناصر نفسية داخلية، تحركها المشاعر والأحساس الداخلية.

واستناداً بالمعنى المعجمي لهذه الكلمة، فإن مصطلح التسويق يقصد به هنا: مدى إثارة المادة المقروعة لداعية القارئ واهتماماته، واجتنابها له.<sup>(٣)</sup>

(١) ابن منظور ( أبو الفضل محمد بن مكرم بن علي عليهما السلام ) : لسان العرب ، تحقيق : أمين محمد عبد الوهاب ، ومحمد الصادق العبدلي ، دار إحياء التراث العربي، بيروت ، طبعة أولى ١٤١٦ - ١٩٩٥ م ، مادة شوق ٧/٢٣٩ .

(٢) عبد الحفيظ أحمد أديميح : أساليب التسويق البلاغية في الأحاديث النبوية من خلال الصحيحين ، رسالة ماجستير مخطوطة ، إشراف الأستاذ الدكتور الشحات محمد أبو ستيت ، كلية اللغة العربية ، الجامعة الإسلامية ، المدينة المنورة ، قسم الأدب والبلاغة ، ١٤٢٤ هـ - ص ٣٨ .

(٣) دكتور إبراهيم محمد عطا : عوامل التسويق في القصة القصيرة لطفل المدرسة الابتدائية ، مكتبة النهضة المصرية ، ط ١٩٩٤ م / ١٧ ص .

### التسويق في البلاغة القديمة :

بالرجوع للبلاغة القديمة لا نجد مصطلحاً خاصاً بالتسويق، وإنما وجدنا الحديث عن مضمون التسويق وعناصره، فعبد القاهر الجرجاني يقول: " ومن المركوز في الطبع، أن الشيء إذا نيل بعد الطلب له، أو الاستيقاظ إليه، ومعاناة الحنين نحوه، كان نيله أحلى، وبالمربيّة أولى، فكان موقعه من النفس أجمل وألطف، وكانت به أضأن وأشغف".<sup>(١)</sup>

عبد القاهر هنا يصف فعل التسويق، وأهمية تأثيره النفسي، ويرجع ذلك إلى الطبيعة البشرية التي تستلزم بمعانة الأشياء، بعد جهد جهيد، وتنقيب بعيد.

وتشتمل الدعوة التي أطلقها البلاغيون قديماً، لمراعاة المتلقى، على التسويق والإثارة أيضاً، واستخدام كل الوسائل التعبيرية للتأثير في المتلقى، يقول السكاكي: " لا يخفى عليك أن مقامات الكلام متفاوتة؛ فمقام الشكر يبادر ببيان مقام الشكاة، ومقام التهنئة يبادر ببيان مقام التعزية، ومقام المدح يبادر ببيان مقام الذم، ومقام الترغيب يبادر ببيان مقام الترهيب (...). وكذا مقام الكلام مع الذكي، يغير مقام الكلام مع الغبي، وكل من ذلك مقتضى غير مقتضى الآخر".<sup>(٢)</sup>

فالسكاكي هنا يدعو من طرف خفي للتسويق، وكل مقام يحتاج لتسويق ما يلامه؛ حتى يؤثر في المتلقى، مما يحتاجه مقام الشكر، لا يحتاجه مقام التعزية. أما الخطيب القزويني، فكان كلامه المستفيض عن بلاغة التسويق في باب الإطباب. فيقول في بيان أنواعه، وذكر فوائد الإيضاح بعد الإبهام، وكشف روائعه:

---

(١) الجرجاني (أبو بكر عبد القاهر بن عبد الرحمن ت ٤٧١ هـ) : أسرار البلاغة ، تحقيق: محمود محمد شاكر ، دار المدى بجدة الطبعة الأولى ١٤١٢ ، ١٩٩١ م ، ص ١٣٩.

(٢) السكاكي (يوسف بن أبي بكر يعقوب ت ٦٢٦ هـ) : مفتاح العلوم ، تحقيق نعيم زرزور ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، الطبعة الثانية ١٤٠٧ هـ ، ١٩٨٧ م ، ص ١٦٨.

"إما بالإيضاح بعد الإبهام، ليرى المعنى في صورتين مختلفتين، أو ليتمكن في النفس فضل تمكن، فإن المعنى إذا ألقى على سبيل الإجمال والإبهام، تشوقت نفس السامع إلى معرفته على سبيل التفصيل والإيضاح، فتنوّجه إلى ما يرد بعد ذلك، فإذا ألقى كذلك؛ تمكن فيها فضل تمكن، وكان الشعور به أتم، أو لتكميل اللذة بالعلم به، فإن الشيء إذا حصل كمال العلم به دفعه، لم يتقدم حصول اللذة به ألم، وإذا حصل الشعور به من وجه تشوقت النفس إلى العلم بالمجهول، فيحصل لها بسبب المجهول لذة، وبسبب حرمانها من الباقي ألم، ثم إذا حصل لها العلم حصلت لها لذة أخرى، وللذة عقيب الألم، أقوى من اللذة التي لم يتقدمها ألم، أو لتفخيم الأمر وتعظيمه".<sup>(١)</sup>

فعناصر التسويق ووسائله بادية في هذا النص، فمن وسائل التسويق هنا- كما يرى القزويني- الإيضاح بعد الإبهام، فهو عنصر مشوق تحبه النفس وتتحرك له، فالإبهام يسوق المتلقى لمعرفة كنه المجهول، فالنفس البشرية مفطورة على البحث عن المبهمات، ولذا بحث آدم (عليه السلام) عن المبهم، فأكل من الشجرة، وهذا الأسلوب مارسته القصة الحديثة فيما يعرف بالماماطة، وإرجاء المعلومات.

---

(١) الخطيب القزويني(محمد بن عبد الرحمن بن عمر، أبو المعالي ت ٥٧٣٩ـ)، الإيضاح (وعلى هامشه البغية لعبد المتعال الصعيدي)، مكتبة الآداب (القاهرة)، (١٤١٢ـ١٩٩١م) / ٢ . ١٣٣

## المبحث الثاني

### التسويق بين القصة الحديثة والقصة القرآنية

#### التسويق في القصة الحديثة :

التسويق عُدة القصة الحديثة، ومكمن حياتها، وروحها التي بها تعيش، في بدون التسويق في عناصر القصة لا يمكن لها أن تحيا، ولا يمكن للقارئ أن يمضي في قراءتها ، وهذا أمر جُبل عليه الأقدمون والمحدثون، فها هو ابن قتيبة ينقل ما كتبه بعض الكتاب إلى صديق له فيقول : "وصل إلى كتابك، فما رأيت كتاباً أسهل فنونا، ولا أملس متونا، ولا أكثر عيونا، ولا أحسن مقاطع ومطالع، ولا أشد على كل مفصل حزا منه. أجزت فيه عدة الرأي، وبشرى الفراسة، وعاد بك الظن بيقينا، والأمل فيه مبلغاً".<sup>(١)</sup>

وهذا يدل على عوامل التسويق في ذلك الكتاب، الذي يجذب القارئ، فيجعله لا يمل من القراءة من البداية للنهاية.

ويرى أحد المتخصصين، أن التسويق والدهشة من الصفات التي يجب أن تتوافر في الكتاب ؛ لكي يكتب له النجاح. يقول رشاد رشدي : " وما لا شك فيه أن كثيرين من الكتاب اليوم يكتبون ونصب أعينهم إثارة الشوق أو الدهشة في نفوس القراء، ومما لا شك فيه أيضاً أن هؤلاء الكتاب يصيرون نجاحاً ملحوظاً، لكنه في أغلب الأحيان نجاح مؤقت؛ لأنه يعتمد على الجديد، والجديد يتغير، ويزول مع الزمن".<sup>(٢)</sup>

---

(١) ابن قتيبة الدينوري ( أبو محمد عبد الله بن مسلم ت ٥٢٧٦ ) : كتاب عيون الأخبار، المجلد الأول، القاهرة، مطبعة دار الكتب المصرية، ١٤٢٥ م ، ص ٤٧ .

(٢) رشاد رشدي: ما هو الأدب، القاهرة ، الأنجلو المصرية، ط ١٩٦٠ م ، ص ٤٦ .

والتسويق في القصة الحديثة يعني : " ترقب القراء ، أو النظارة ، لما ستكون عليه نهاية الأحداث في رواية ، أو قصة ، أو تمثيلية ، وهي صفة من صفات التوتر ، تحفظ باهتمام الجمهور ، وتجعله يتساءل : ما الذي سيحدث بعد ذلك ؟<sup>(١)</sup> والتسويق ينبغي أن يكون في جميع عناصر الحكمة الفنية في القصة ، والتي تشمل عناصر عدة ، هي : البداية ، والصراع ، والعقدة ، والتوقيت ، والإيقاع ، والنهاية ، وهذه العناصر مجتمعة هي التي تقوم بربط أحداث القصة ، من بدايتها ل نهايتها ، ويكون التأكيد فيها على مبدأ السبيبية .<sup>(٢)</sup>

وتتخذ القصة الحديثة عدة أمور لتسويق القارئ ، وجذب انتباهه؛ ليظل يقرأ تلك القصة بلا انقطاع ، فمن تلك الأساليب التي تشوق القارئ ذكر :<sup>(٣)</sup>

- إخفاء سر معين عن القارئ .

- الغموض ، والإبهام ، والألغاز ، والتناقض ، والمفاجأة .

- أسلوب المماطلة .

- حدة الصراع ، والمفارقة الكلية والجزئية .

- سرعة الإيقاع . والحركة والحيوية .

- طبيعة الموضوع وغرائبته .

---

(١) إبراهيم فتحي : معجم المصطلحات الأدبية التعاصرية العمالية ، تونس ، ط ١٩٨٦ / ١٩٨٦ .  
ص ٨٨ .

(٢) ينظر : علي بن محمد الحمود : من أساليب التسويق في قصص القرآن، بحث منشور بمجلة العلوم العربية ، ع ١٤ ، ١٤٣١ هـ ٢٠١٠ م ص ٥ .

(٣) ينظر : دكتور محمد يوسف نجم : فن كتابة القصة ، دار الثقافة ، بيروت ، (د. ت)  
ص ٤٠ - ٤٣ ، علي بن محمد الحمود : السابق ، ص ٦ .

ويشترط لنجاح التسويق في القصة الحديثة عدة شروط، نقتصر على ذكر بعضها، فمنها:

- ١ - ألا تكون عقدة القصة مفتعلة: ومعنى ذلك أن الحوادث التي تؤدي إلى خلق هذه العقد، لا بد أن تكون بطبعتها مؤدية إلى حدوثها، بطريقة منطقية غير مصطنعة.<sup>(١)</sup>
- ٢ - اتساق المقدمات مع النتيجة: أي أن الحوادث التي تمهد لحدوث العقدة، لابد أن تحتوي في طياتها على مفتاح، أو مفاتيح حل العقدة؛ حلاً يقبله التعيل والعقل السليم. وأحياناً ترفض السردية الحديثة ذلك، وخاصة التي تغالي في التجريب الحداثي.
- ٣ - تجنب الأجزاء الميتة: وتعبير الأجزاء الميتة، أو الأعضاء الميتة، يطلق على المواقف المملة في القصة التي تتلو بعض المواقف القوية، وتسبق البعض الآخر. وهي وسيلة قد يلجأ إليها مؤلف القصة؛ رغبة في إطالتها. والأجزاء الميتة إما أن تكون حواراً مملاً معدداً، بين بعض شخصيات القصة، أو تكون وصفاً مسهباً، لا علاقة له بموضوع القصة، أو واقعة تعترض سير القصة، لا علاقة لها بالهيكل السردي للموضوع.
- ٤ - تجنب العقدة المضادة: والعقدة المضادة، هو ما يعمد إليه بعض المؤلفين؛ لزيادة تعقيد القصة، ظناً منهم أن ذلك يضاعف من تسويق القاري.<sup>(٢)</sup>

---

(١) ينظر : دكتور عمر محمد عمر باحاذق: الجانب الفني في قصص القرآن ، دار المأمون للتراث ، دمشق ، ط / ١٤١٣ هـ - ١٩٩٣ م ، ص ١٠٠ .

(٢) محمد كامل حسن: القرآن والقصة الحديثة، دار البحوث العلمية، ص ٣٠

### التسويق في القصة القرآنية :

القصة القرآنية شغلت حيزاً كبيراً من كتاب الله - عز وجل - يتجاوز الثالث، أو يقل عنه؛ ذلك لأن "أسلوب القصة أمر محبب للناس، صغاراً وكباراً، فكانت القصة القرآنية ذات مغزى عميق مؤثر في مشاعر الإنسان، وكان سرد أحداث القصة التاريخية عبرة وعظة، تبين لنا قوة الصراع بين الخير والشر، وتتبه القلب إلى سلامة الإيمان، والاعتقاد بالله - سبحانه - ، وتوقظ مشاعر الإنسان؛ لمعرفة حقيقة الكون، وعدم الاغترار بالدنيا، والعمل لآخرة دار الخلد والبقاء والنعيم الأبدى".<sup>(١)</sup>

### والتسويق في القصة القرآنية يعتمد على أساليب متنوعة منها :

- غرائبية الحدث وخوارقه ، فمن ذلك : إلقاء إبراهيم (عليه السلام) في النار ، وعدم إحراقه، كذلك توقف فعل السكين ومخالفة طبيعتها، حين أراد ذبح ابنه عليهما السلام. وفي قصة موسى (عليه السلام) توجد خوارق عده: منها، تحول العصا في يده لحية، وتحول يده السمراء بيضاء كالثلج، ثم عودتها سمراء. وفي موقف آخر تلف العصا ما يأفكون. وفي موقف ثالث تقوم العصا بفعل معجز، حيث يضرب بها (عليه السلام) البحر، فيصير طرقاً، يعبر عليه قوم موسى. ويهلك قوم فرعون، وفي موقف رابع يتفجر الماء من الصخر بضربة من هذه العصا.

- تنوع الشخصيات ، لقد وجدنا في القصة القرآنية شخصيات متنوعة، وهناك شخصيات من عالم الإنسان، وشخصيات من عالم الجن، وشخصيات من عالم الملائكة، وعالم الحيوان.

---

(١) الدكتور وهبة الزحيلي: القصة القرآنية، دار الخير، دمشق، ط٢، ١٤١٨ هـ - ١٩٩٨ م، ص ١٥.

- عنصر المفاجأة ، كما في قصة موسى مع الخضر ، وفي قصة سليمان (عليه السلام).
- براءة التصوير، كتصوير الكهف والفتية بداخله . كذلك تصوير هروب قوم موسى من فرعون، ثم تصوير هلاكه.
- التشويف في الحوار ، بما يشتمل عليه من تلوين الأسلوب وتنوعه، وتعدد الحوار ما بين الداخلي والخارجي، فلقد وجدنا حوار الله لملاكته ولرسله ، ووجدنا حوار الأنبياء لأقوامهم، وحوار العذراء لنفسها ولقومها. والحوار الداخلي (المونولوج) لقابيل عند قتلها أخيه.
- الصراع ، لعب الصراع دوراً مهما في القصة القرآنية ، فلقد وجدنا صراع إبليس مع آدم ، وصراع الرسل مع أقوامهم ، وصراع أهل الحق مع أهل الباطل.

روعة البدايات والنهايات في القصة القرآنية <sup>(١)</sup> ، فلقد وجدنا التركيز على عنصر البداية، واختيار الجانب المهم الذي تبدأ به القصة ، كذلك وجدنا النهايات المノوعة التي شحت بكل أساليب التشويف.

---

(١) ينظر كتابنا : البدايات والنهايات في القصة القرآنية ، نشر جائزة دبي الدولية للقرآن الكريم ، دبي الطبعة الأولى، عام ٢٠١٨ م .

### المبحث الثالث

#### عناصر التسويق الفني في قصة طالوت وجالوت.

##### قصة طالوت وجالوت:

سردت الآيات (٢٤٦-٢٥٢) من سورة البقرة هذه القصة، التي تفيد بأنَّ وجهاء بنى إسرائيل (الملاً) ذهبا يوماً إلى نبيهم، وطلبا منه أن يبعث الله لهم ملكاً، ليحاربوا تحت رايته، كونهم مظلومين ومشددين في الأرض، فكان السؤال الموجه من نبيهم لهم، بأنهم إن كتب عليهم القتال فلن يقاتلوا، لكنهم أكدوا للنبي بأنهم سيقاتلون: كونهم طردوا من ديارهم وساعت أحوالهم، فاستجاب الله لنبيهم وبعث(طالوت) من أبناء بنيامين بن يعقوب ملكاً، وفضله عليهم لعلمه وقوته جسده، لكنهم اعترضوا على طالوت لفقره، وعدم غناه، وكونه لا ينتمي لسلالة الملوك.

وكان لطالوت آيةً في ملكه، وهي أن يُحضر تابوت العهد محمولاً على أيدي الملائكة؛ ليتأكدوا من نبوته، ويطيعوا أمر الله. فـكون طالوت جيشاً، وجهـزه لمواجهة أعداء بنى إسرائيل الذين كانوا يسمون بالعمالقة، فسار الجيش مسافةً طويلةً، حتى شعر الجنود بالعطش الشديد، فـحدّر الملك طالوت الجنود، بأنهم سيقابلون بعد قليل نهراً، فمن شرب منه فهو ليس من الجيش، ومن لم يشرب منه، واكتفى بـريقه فقط، فهو من الجيش، وعند وصولهم للنهر، شرب منه الكثير من الجنود الضعفاء، وخرجوا من جيش طالوت، فـكان هذا الاختبار لمعرفة من يطيع، ومن يعصي من الجنود، فـلم يبقَ من جنود طالوت، سـوى ثلاثة عشر جندياً، من اتصفوا بالشدة، والقوة، والإخلاص، في حين كان جيش أعدائهم بقيادة (جالوت) أكثر عدداً وعتاداً، مما أدى لشكوك بعض جنود طالوت،

بإمكانية هزيمة هذا الجيش الكبير، ولكن المؤمنين من الجيش ثبتوهم بقوله تعالى : (كَمْ مِنْ فِئَةٍ قَلِيلَةٍ غَلَبَتْ فِئَةً كَثِيرَةً بِإِذْنِ اللَّهِ) (البقرة: ٢٤٩).

عند ظهور جالوت بأسلحته القوية، وعند اتهامه طالوت أن يبارزه أحد الجنود، مما أخاف الجنود طالوت جميعهم، حتى برز من جيش طالوت راعٍ للأغنام بسيط وفقير، يدعى داود، وكان مؤمناً بالله، وصاحب عقيدة قوية، ويعلم أنَّ قوَّةَ النَّفْسِ يستمدّها المرءُ من إيمانه بالله، وليس بالقوّة الماديّة، وأنَّ النَّصْرَ بِيَدِ اللهِ وحده، إذ وعدَ الملك طالوت، بأنَّ من يقتل جالوت سيعيشه ملكاً على جيشه، ويزوجه ابنته، وكانت أخلاق داود الإيمانية، تدفعه لقتل جالوت من باب إزاله طاغية وظالم، لا يتقى الله، وليس من أجل الزواج والسلطان، فتمت المبارزة بين داود الذي يمتلك عصا، وخمسة أحجار، ومقلاع الرّعاة، في حين كان جالوت يعتدُّ بأسلحة قوية ودروع، مما دعا جالوت للسخرية من داود لضعف مظهره، فما كان من داود إلا أن قام بوضع حجرٍ قويٍّ في مقلاعه، فأصاب جالوت به فقتله، ثم احتمم القتال بين الجيشين، وانتصر جيش طالوت بإذن الله عز وجل، وأصبح داود ملكاً، ونبياً لبني إسرائيل، فجمع الله له الملك والنبوة<sup>(١)</sup>.

### التسويق في قصة طالوت وجالوت :

تعد هذه القصة في سورة البقرة، من أشد القصص إشارة من حيث غرائبها، ومن حيث عرضها المثير لأحداثها، وشخصياتها، ومواقعها، ومن حيث بدايتها ونهايتها، والهدف الفكري منها؛ ولذا كانت عناصر التسويق كثيرة جداً في قصة طالوت وجالوت نجملها في الآتي:

---

(١) للمزيد من تفاصيل هذه القصة ينظر من التفاسير المرجعية : أبو حيان الأندلسبي (محمد ابن يوسف) : البحر المحيط، تحقيق : عادل أحمد، على معرض ، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان ، الطبعة الأولى ١٤١٣، ٥١٤، ٢٨٥ . البقاعي: نظم الدرر ٣ / ٣٨٧.

١- البداية المشوقة : لقد وجدنا التسويق الرائع في بداية القصة من وسط الأحداث، لا من بدايتها، فقد بدأت القصة من وسط الأحداث، بطلب الملا منبني إسرائيل إرسال ملك يقودهم ، قال تعالى: ( أَلَمْ تَرِ إِلَى الْمَلَأَ مِنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ مِنْ بَعْدِ مُوسَى إِذْ قَالُوا لِنَبِيٍّ لَهُمْ أَبْعَثْ لَنَا مَلِكًا نَقَاتِلُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ قَالَ هَلْ عَسِيْتُمْ إِنْ كُتُبَ عَلَيْكُمُ الْفِتْلَ أَلَا تُقَاتِلُوا ) ( البقرة: ٢٤٦ ).

يعتمد السرد هنا على ما يسمى في السردية الحديثة بالنسق الزمني المتقطع <sup>(١)</sup> ، حيث لا تبدأ الأحداث من بدايتها ولا من نهايتها، وإنما من نقطة تأزم في وسط الأحداث، لتعزيز التسويق.

والبداية من وسط الأحداث هنا على هذا النحو طوت ذلاً كثيراً، ومهانة عظيمة لحقت بهم، تمثلت تلك المهانة في ذلك الاستبعاد الذي قام به (جالوت)،

---

(١) هذا النسق يعرف في القصة الحديثة بالنسق المتداخل، حيث تتقطع الأحداث وتتدخل، دون ضوابط منطقية، وتقدم دون الاهتمام بتواлиها، إنما بكيفية وقوعها، فلا يوجد نظام يوجه سير الأحداث، أو ضابط لها، على وفق منهج معين ، وهدف هذا النوع من البناء هو تداخل مستويات الزمن: ( حاضر ، ماضي ، مستقبل )، مما يسهل للأحداث، أن توظف تبعاً للغاية، التي يهدف الكاتب إلى تحقيقها، وهذا النمط جاء رداً على البناء المتتابع، وأسس نمطاً جديداً يترتب في ضوءه الحدث، دون أن يخل بجوهره، لأن التغير يحدث في ترتيب الحدث، لا في جوهره ( ينظر دكتور صالح على حسين الجميلي : الحدث وتشكيلاته في قصص حسن حميد، مجلة جامعة تكريت، مجلد ١٧ ع ١٠٢ / ١٠٢ : ص ٧ . عبد الله إبراهيم: البناء الفني لرواية الحرب في العراق، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد، ١٩٩٤ م ، ص ٣٨ . عبد الله إبراهيم: المتخيل السريدي، مقاربات نقدية في التناص والرؤى والدلالة، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط ١٩٩٠ م ، ١٠٩ ، ص ١١٠ . جرار جينت: خطاب الحكاية، ترجمة محمد متخصص وآخرين، المجلس الأعلى للثقافة ، بمصر، الطبعة الثانية ، ١٩٩٧ م ، ص ٤٥ ).

أحد الملوك الجباره الذي أذلهم، من بعد وفاة موسى (عليه السلام)، لقد أخرجهم من ديارهم، وسبى ذراريهم، حتى ضجوا من ذلك، وعرفنا ذلك الذي لحق بهم من خلال قول الملا للنبي: (وَمَا لَنَا أَلَا نُقَاتِلَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَقَدْ أَخْرَجْنَا مِن دِيَارِنَا وَأَبْنَائِنَا ) ( البقرة: ٢٤٦).

والقارئ يتسعّل هنا: لماذا لم تبدأ القصة من بداية أحداثها؟ لماذا لم تصف القتل، والسبى، والاغتصاب، والدمار، وخراب الديار، الذي لحق بهم؟ إن وسائل العرض الحديثة (كالسينما) مثلاً، لو أتيح لها تناول تلك القصة وعرضها للجمهور، لبدأت بصراخبني إسرائيل وترويعهم وعوyleهم، أما القصة القرآنية فلم تظهر ذلك كلّه، ولم تبدأ به؛ لماذا؟ حتى لا يتعاطف القارئ مع الإسرائيّلين؛ ويتفاعل معهم وجاذبياً، ويرق لهم عاطفياً، ويحنّو عليهم تاريخياً؛ لأنّهم قوم يستحقون ما يحدث لهم، بسبب طبائعهم المتّوّية، وأفعالهم الشنيعة، وجرائمهم الفظيعة.

٢- من عناصر التسويق العجيبة أن القصة في تلك البداية من الوسط، لم تخف ما سيحدث من الشخصية الإسرائيّلية، وما ستؤول إليه أحداث القصة (١)، فقد نصت عليه هنا من البداية بقوله تعالى: (فَلَمَّا كُتِبَ عَلَيْهِمُ الْقِتَالُ تَوَلَّوْا إِلَيْا قَلِيلًا مِّنْهُمْ وَاللَّهُ عَلِيمٌ بِالظَّالِمِينَ ) ( البقرة: ٢٤٦)، فهذا إجمال للقصة وما سيحدث فيها، وهذا الإجمال لذٰذ، يجعل القارئ شغوفاً، لمعرفة، كيف تولوا؟ وأين احتفوا

---

(١) يسمى هذا في القصة الحديثة الاستباق الزمني، وهو تقانة زمنية، تستشرف مستقبل الأحداث، وتقرأ القادم منها، فتخير صراحة أو ضمناً، عن أحداث، أو أقوال، أو أعمال سيشهدها السرد في وقت لاحق، فالسرد في هذه التقانة يسعى صعوداً من الحاضر إلى المستقبل ، (دكتور رمضان على عبود: الزمن في قصص جمال نوري، مجلة آداب الفراهيدي، العدد ١٧، ٢٠١٢م، ص ١٠).

الملا من صداره المشهد؟ وكيف انقض الجيش ولم يبق إلا القليل؟ القارئ يريد أن يعرف ماذا حدث؟ ولم حدث؟ وكيف يتولون وهم من طلبوا القتال؟ وما الذي دعاهم لذلك؟ كل تلك الأسئلة تبحث عن إجابات، ينتظرها القارئ في تفصيل أحداث القصة، ومن هنا تأتي أهمية ذلك الإجمال، ومن هنا علمنا أهمية نص القزويني السابق الذي يقول: "فإن المعنى إذا أقي على سبيل الإجمال والإبهام، تشوّقت نفس السامع إلى معرفته، على سبيل التفصيل والإيضاح".

٣- مطابقة القصة للأحداث في عهد النبوة، وهذا من المناسبات المشوقة، ومن مطابقة الحال كما تقول البلاغة القديمة، حيث ذُكرت القصة في سورة البقرة، التي نزلت لبناء وتنظيم الدولة الإسلامية الجديدة، كما أن نزولها كان قبل غزوة بدر، وكان لها عظيم الأثر في نفوس المسلمين، وإعدادهم معنوياً؛ لمواجهة أحداث قد سبقوهم في مثلكم مؤمنون مثلهم، وقد كانوا قلة قليلة مثلكم، أو كما ستكونون في بدر، بل إن الآثار الواردة تؤكد التطابق في العدد، كما ورد في البخاري بسنته عن البراء -رضي الله عنه- قال: "كنا - أصحابَ محمدَ - صلَى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - نتحدَّثُ أَنَّ عِدَّةَ أَصْحَابِ بَدْرٍ، عِدَّةَ أَصْحَابِ طَالُوتَ الَّذِينَ جَاؤُوكُمْ مَعَهُ النَّهَرَ، وَلَمْ يَتَجَازُوكُمْ مَعَهُ إِلَّا مُؤْمِنٌ بِضَعْفِ عَشَرَ وَثَلَاثَائَةٍ" <sup>(١)</sup> ، وكما كان النصر حليف الفئة القليلة المؤمنة من أصحاب طالوت، كان النصر - أيضًا - حليف الفئة القليلة المؤمنة من أصحاب محمد -صلَى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- حينما تغيرت موازين القوى، بتدخل المشيئة الإلهية وإرادتها؛ لتحقيق النصر كما سيتبين.

---

(١) أخرجه البخاري في صحيحه من رواية البراء بن عازب ، رقم ٣٩٥٨

٤- عنصر المفاجأة في أحداث القصة : أحدث عنصر المفاجأة تشويفاً كبيراً، حيث كان عنصر المفاجأة مسيطرًا على أحداث القصة من بدئها لختامها على النحو الآتي :

- بداية القصة من وسط الأحداث -كما قلنا- ونفاجأ بطلب الملا منبني إسرائيل لنبي لهم، أن يرسل لهم ملكا، ونحن لا نعلم ما سبب ذلك؟ لنفاجأ أن ذات حدث لبني إسرائيل، لم تذكره الآيات، عرفناه من قول الملا لنبيهم: (وَمَا لَنَا أَنّا نُقَاتِلَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَقَدْ أَخْرَجْنَا مِنْ دِيَارِنَا وَأَبْنَائِنَا ) ( البقرة: ٢٤٦).

- مفاجأة الملا لاختيار السماء ملكا، ليس من سلالة الأنبياء والملوك، فطالوت لم يكن من أسرة لاوي التي ظهر منها الأنبياء ، ولا من أسرتي يوسف أو يهودا اللذين ظهر فيهما الملك، وكانوا يتمنون أن يكون الملك منهم، لكنهم فوجئوا باختيار السماء لفقيير من أسرة بنiamين المغمورة.

- مفاجأة الملا للنبي، برفض أن يكون الملك عليهم هو طالوت، وما كان لهم أن يرفضوا، فهم من طلبوا أن تعين لهم السماء ملكا، لقد طلبوا التعيين من القوة الدينية المعنوية المقدسة، فالقارئ لا يتوقع أي اعتراض على هذه الشخصية العسكرية؛ لأنها جسدت أحلام الاسرائيليين بالشكل الذي طلبوه بأنفسهم، ولكنها العقلية الإسرائيلية المعاندة والمكابرة، في كل عصر ومصر.

- مفاجأة طالوت نفسه وهو الفقير باختيار السماء له، وما كان يحلم بهذا الاختيار في يوم من الأيام؛ نظراً لأنه فقير، من أسرة فقيرة.

- مفاجأة القوم بآية حسية يشاهدونها، وهي إتيان التابوت الذي قد فقدوه زماناً طويلاً، وفي ذلك التابوت سكينة تسكن بها قلوبهم، وتطمئن لها خواطركم، وفيه بقية مما ترك آل موسى، وآل هارون، فافتت به الملائكة حاملة له وهم يروننه عياناً، وإتيان التابوت على هذا النحو بشارة بالنصر.

- مفاجأة الجنود بالنهر الذي اختبرهم الله به، فطلب منهم طالوت أن يكتفوا بغرفة من النهر فقط، لكن أكثرهم لم يكتف بغرفة واحدة، بل تتبعوا في الشرب خوفاً من ملاقة جالوت، فحدثت المعجزة أن كل من أكثر من الشرب أصابه العطش، ومن اغترف غرفة واحدة؛ طاعة الله ورسوله روي. وهنا تناقص عدد الجيش، فلقد كان عدد الجيش كما يذكر صاحب التحرير والتنوير<sup>(١)</sup> ثلاثة آلاف رجل، ثم تناقصوا إلى ستمائة رجل، وثبت منهم كما ذكر حديث البخاري بضعة عشر وثلاثمائة.

- المفاجأة بظهور داود على مسرح الأحداث، ولم يكن له ذكر من قبل ، حيث تبدو المفارقة الواضحة بين قوته وقوية جالوت، فحين يقتل داود جالوت، فإن ذلك الحدث، يفاجئ المتلقى مفاجأة لم تكن في الحسبان.

٥- الاقتصاد والإعجاز في السرد القصصي : من عناصر التسويق التي وجدناها في تلك القصة، مارأيناه من اقتصاد وإعجاز في السرد على النحو الآتي :

- إبهام الزمن : فزمن القصة غير معروف، اكتفت الآيات بأن تذكر بأنه كان من بعد موسى، وربما فعلت الآيات ذلك لتوضح أن أخلاق اليهود الشنيعة، ليس لها زمان محدد، فأخلاق العnad والمكابرة والعصيان في كل زمن.

- الشخصيات: لم تتوقف الآيات لتصفهم داخلياً وخارجياً، فالشخصيات في القصة هي: الملا، والنبي، وطالوت، وجالوت، وداود، وبني إسرائيل ، والملائكة، فلم يتوقف السرد عند وصف تلك الشخصيات، أو توضيح شيء من مسيرة حياتهم، إلا ما كان من وصف طالوت، بأن الله زاده بسطة في العلم والجسم، وهذا

---

(١) الإمام محمد الطاهر بن عاشور: تفسير التحرير والتنوير، الدار التونسية للنشر، ١٩٨٤م، ٤٩٩ / ٢

وصف انتقائي مهم لنجاح الشخصية في مهمتها. وعدم وجود معلومات كافية عن هذه الشخصيات، يشوق القارئ للبحث المعرفي عنها.

-**الحوارات:** كان هناك اقتصاد في سرد الحوارات، فالقوم لم يذكروا في طلبهم بداية، أية معلومات عن السبب الذي جعلهم يطلبون تعين ملك عليهم، كما أن الآيات لم تذكر ردة فعلهم عند رد النبي عليهم : ( قَالَ إِنَّ اللَّهَ اصْطَفَاهُ عَلَيْكُمْ وَزَادَهُ بَسْطَةً فِي الْعِلْمِ وَالْجَسْمِ وَاللَّهُ يُؤْتِي مُلْكَهُ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ) ( البقرة: ٢٤٧ ). فلم يذكر السرد هنا حوارهم، أو ردهم على النبي ، كذلك لم تذكر الآيات ردة فعلهم على إثبات التابوت لهم، أو عن موافقتهم على الجهاد، وهذا فهمناه لاحقا من اقتناعهم بطالوت، وتحركهم معه نحو الجهاد.

-**الواقع :** اقتضت الآيات كثيرا في ذكر الواقع، والحالة الاجتماعية، والسياسية، والثقافية، والعسكرية، للقوم، وذكرت ما يدل عليه، على نحو موجز مشوّق، فكلمة الملا، ومعناها: الوجهاء الذي يملئون العين مهابة، وضحت أن هناك طبقة الأغنياء الذين لهم الكلمة في ذلك الزمان، في مقابل طبقة فقيرة ضعيفة لا ينظر إليها، وكانت المفاجأة أن الملك جاء من هذه الطبقة.

كما أن البسطة في العلم بينت الحالة الثقافية، إضافة إلى التابوت الذي فيه لواح التوراة، كما أن البسطة في الجسم بينت الحالة العسكرية والثقافية التي كانت موجودة في ذلك الزمان، كذلك وجود شخصية جالوت وجيشه التي تدل على مدى قوة الجيوش وتنظيمها في ذلك الزمان البعيد.

ذلك أعرضت القصة عن ذكر اعتراضهم على طالوت، ورغبتهم في الفرار من الحرب، ومحاولاته المستميتة من أجل أن يتتحققوا بجيشه، وعنادهم أثناء المسير للقتال.

٦- العجائبية في أحداث القصة : انطوت تلك القصة على أحداث عجيبة، كانت مشوقة للقارئ، فمنها :

- مجئ التابوت الذي فيه السكينة علامة على صدق النبي، وكان في اختيار التابوت - دون سواه من دلائل الاعجاز - في هذا الصدد إشارة كبرى للمتلقى. ولو ذهبنا نتابع الأوصاف التي رافقت هذا الحديث الصناعي، للحظنا، أنَّ الصفة المعلمة له هي: كونه محمولاً من قبل الملائكة، كما هو صريح القصة. أما كيفية حمله، فأمرٌ سكتت القصة عنه تماماً. أنَّ (الملائكة) - يدخلون في هذه القصة - أبطالاً بجانب الأبطال (الآدميين). ومجرد كونهم أبطالاً من غير جنس البشر، كاف في تفجير الإثارة لدى قارئ القصة، وإضفاء المتعة والحيوية عليها. بيد أنَّ الأهمية الفنية لهذا العنصر في القصة، هي: كون هؤلاء الأبطال الملائكيين، يشكلون عنصر (إعجاز) بجانب عنصر الإعجاز الآخر ونعني به: التابوت." (١)

- (الملائكة) جسّدوا عنصراً فنياً عجائبياً فرضه سياق القصة، الذي يستدعي وجود عنصر من الإعجاز بجانب (التابوت)، حتى يحمل اليهود على الاقتناع بأنَّ طالوت - عليه السلام - القائد العسكري المهيأ لخوض المعركة، إنما هو مرسل من قبل السماء، لا أنه مجرد شخصية عادية، يمكن الاعتراض عليها، وعلى كونها غير مناسبة إلى الأسر التي توارثت الملك، أو إنها فقيرة لاتملك الأموال مثلاً: على النحو الذي لحظناه في اعترافات اليهود. (٢)

---

(١) محمود البستاني: قصص القرآن الكريم دلالياً وجمالياً، مؤسسة السبطين العالمية، ٤٢٥هـ—، ص ٥٥.

(٢) محمود البستاني: السابق ، ص ٥٧ .

- السكينة التي جاءت مع هذا التابوت وسمتها الإعجازية التي اختلفت فيها التفاسير ، مابين قائل بأنها الرحمة، وقيل : السكينة، طست من ذهب، كانت تُغسل فيه قلوب الأنبياء ، أعطاها الله موسى - عليه السلام - فوضع فيها الألواح وقيل: السكينة لها وجه، كوجه الإنسان، ثم هي روح هفافة . وقيل : السكينة رأس هرة ميتة، إذا صرخت في التابوت بصراخ هر ، أيقروا بالنصر، وجاءهم الفتح .<sup>(١)</sup>

- النهر العجيب الذي كان اختباراً للقوم، وكان الاختبار أو التجربة متمثلاً في: وجود نهرٍ منعهم طالوت من الشرب منه، إلا في حدود غرفةٍ واحدةٍ، بقدر الكف. لكنَّ القوم سقطوا في الاختبار، إلا قليلاً منهم. إنَّ القارئ أو المستمع، بمقدوره أن يستخلص بسهولة دلالة هذا الاختبار. فيما يبدو أنَّ العطش وقلة الماء، كان وراء هذه التجربة. لكن السماء - دون أدنى شك - لا تكلف الإنسان إلا وسعه. بمعنى أنهم كان من الممكن الصبر على هذا الاختبار، غير المكلف، وخصوصاً أنهم سمح لهم بغرفةٍ يد، لكنهم ومن عادتهم عدم تنفيذ أوامر الله، والجبن عند اللقاء، والهروب من الأعداء.

إن حادثة النهر، تشكل - في الهيكل الهندسي للقصة - موقعًا فنياً له أهميته الكبيرة في تطوير الأحداث، والتنبؤ الفني ل نهاياتها. فإذا استعرضنا مصطلح اللغة القصصية، أمكننا أن نقول: إن هذه الحادثة تشكل ما يُسمى في مفاهيم العمل القصصي بـ[لحظة الإنارة] أي :لحظة التي تلقى الضوء على ما يمكن أن تكون نهاية القصة عليه، بمعنى أنها تسبق النهاية، وتسبق لحظات (التآزم) الأخيرة لنهاية الأحداث.

---

(١) ابن كثير ( إسماعيل بن عمر بن كثير الدمشقي ت ٥٧٧٤ ) : تفسير ابن كثير، دار طيبة ٢٠٠٢ م ، ٦٦٧ / ١ . ٦٦٧ - ٥١٤٢٢ .

إن تأزم الأحداث أي: بلوغها الذروة التي تفضي إلى النهاية، قد مهدت لها هذه الحادثة (حادثة النهر). إنها ألت إثارة على ما يمكن أن تتوقعه من سير المعارك لاحقاً. فإذا كان عدم تناول الماء - وهو أمر سهل - لا يبدو أنَّ الاسرائيليين مستعدون لتحمله، فكيف تتوقع أن يتحملوا أعباء القتال؟ مع أنَّ عدم تناول الماء لا يُفضي إلى الموت، في حين أنَّ القتال مواجهة مباشرةً مع الموت<sup>(١)</sup>.

٧- إرجاء بعض المعلومات التي ظهرت في نهاية القصة، (إرجاء المعلومات) أو ما تسميه القصة الحديثة (المماطلة) يعني : الاحتفاظ بسر لمن يكشف إلا بعد حين . ومن المعروف أن المماطلة في الكشف عن أسرار العمل القصصي تزيد من عناصر تشويق المتلقي، وتدفعه للمتابعة المستمرة للأحداث، يقول كاظم الشويلي : " القاص الجيد المتمكن من قصته، هو الذي يخفي أدوات عمله بين الكلمات والجمل والسطور ، ولا يعلن ولا يذيع أسرار قصته في بداية عمله، بل يصبر ويتأني في عملية سرد الأحداث، ويفاجئ القارئ بحادثة رائعة، ويوقعه في أسر القصة، ويربطه بحبل المماطلة، والتشويق، والمداعبة، والمخداعة ، ويؤجج المشاعر والأحساس، ويعرج تصاعديا نحو ذروة الإحداث ثم يبدأ بحل عقد القصة، ويعطي الحلول المناسبة إلى القراء<sup>(٢)</sup>.

لقد تحقق في هذه القصة (إرجاء المعلومات)، فقد أرجى ظهور داود عليه السلام، في قصة طالوت إلى آخر القصة . لقد وجدها يظهر فجأة في آخر

---

(١) محمود البستاني: قصص القرآن ٦٩ ، ٧٠ .

(٢) كاظم الشويلي ، من أسرار القصة القصيرة ، موقع زيتونة <http://www.zeitoonah.com/contents/auraq/3.html> ، وكان متاحاً في

القصة - بدون ذكر سابق له في البداية ، أو وسط الأحداث - لقد فوجئنا به تُسلم له قيادة الأحداث في النهاية ليصنع النصر. لقد احتل ذكر داود المشهد الأخير من القصة وحده ، فلم نعد نشاهد غيره في المشهد، وكيف لا ؟ وهو الذي أعانه الله فقتل جالوت؛ ولذا أتاه الله الملك والحكمة، وعلمه مما يشاء.

لقد أرجى ذكر داود هنا فلم يذكر إلا في نهاية القصة؛ لمغزى ديني وجمالي معا ، فالملاحظ أنه لم يكن مع الملا الأغنياء الذين دعوا للحرب، بل كان فقيرا نكرة بالنسبة لهم ، فالملا تصدروا المشهد دون غيرهم، ولكن ساعة النزال والطعن تخاذل الملا، وثبت العبد الفقير، ليقلب موازين الناس في نظرتهم للأشياء، فالملا الذين يملئون العين مهابة في بداية المشهد، جبوا عند اللقاء، وثبت داود الذي لا يوبه له، وهكذا انكشفت الحقيقة، وعلم أن النصر من عند الله، لا بالمظاهر الفارغة، والخطب الجوفاء، والكلمات المعسولة .

إذن.نحن أمام بطل متفرد،يتناسب تفرده مع المهمة العسكرية الملقاة على عاتقه .وانبثق مثل هذا البطل إدانةً جديدةً لليهود الذين تخاذلوا عن نصرة طالوت، لقد انهزم معظم جيش طالوت، وجمدت عروقهم قبل مباشرة القتال ، لكن البطل طالوت (ومعه فئة قليلة من المؤمنين)، اقتحموا ساحة القتال، وكان (داود) هو البطل المختار لتحقيق النصر؛ ولذا كان لابد أن يكون ذاته متفrade، متميزة، مشفوعة بإعجاز من السماء؛ وذلك لسببٍ فني واضح في حركة القصة، هو: أنَّ المؤمنين ما داموا فتة قليلة، لا يتتجاوز عددهم ثلاثة عشر رجلاً، حينئذ لابد أن يقتربن ذلك، بوجود ظاهرة إعجازية تكشف عن دعم السماء، وإسنادها لهؤلاء الأبطال المؤمنين، وكان داود هو الظاهرة المذكورة، بسماتها المتميزة التي شرحتها نصوص التفسير. (١)

---

(١) ينظر : محمود البستاني ، القصص القرآني ، ص ٧٩.

- النهاية السعيدة للقصة، لقد كانت نهاية القصة من النهايات السعيدة المشوقة التي جاءت لمسة سحر، ودواء للجراح، وراحة للمتعبين، وعزاء للمؤمنين، فما كان القارئ يتوقع بعد كل هذه العقبات، أن تصل القصة لنهاية سعيدة للفئة المؤمنة، فالعقبات التي كان يمكن أن تحول دون صنع نهاية سعيدة تمثلت في :

- ذل بني إسرائيل وقوه عدوهم وتشتتهم، وعدم وجود قيادة لهم .
- وجود قيادة طالوت، التي -كانت في نظرهم- لا تستحق لفقره، وعدم وجوده من سلالة الملوك.
- جبن بني إسرائيل عن المواجهة، وخنوعهم، وتراجعهم، وتناقص عددهم، وأخطائهم، وهزيمتهم في الاختبار تلو الاختبار.
- خوف الفئة المؤمنة من كثرة عدد جنود جالوت.

وبالرغم من ذلك فقد صنعت النهاية من قبل المولى -عز وجل- على أشد ما يحبه المؤمنون، ويغrieve الكافرين، ولذا قال تعالى: (فَهَرَمُوهُمْ بِإِذْنِ اللَّهِ وَقَتَلَ دَاؤُودُ جَالُوتَ وَأَتَاهُ اللَّهُ الْمُلْكَ وَالْحِكْمَةَ وَعَلِمَ مِمَّا يَشَاءُ ) ( البقرة: ٢٥١ ) فشلة هزيمة للكافرين، وقتل للطاغية، ونصر للمؤمنين، وملك لبني إسرائيل لم يحدث من قبل؛ فلقد قدر أن يكون داود هو الذي يتسلم الملك بعد طالوت، ويرثه ابنه سليمان، فيكون عهده هو العهد الذهبي لبني إسرائيل في تاريخهم الطويل، جراء انتفاضة العقيدة في نفوسهم، بعد الضلال والانتكاس والشروع.

ففي كلمات قليلة حدث النصر الذي كان يستبعد الإسرائليون، وتم الإعلان عن هزيمة القوم، وتمت مكافأة داود وهو الذي لا يؤبه له، بأن تسلم له القيادة، ليصنع النصر، ويحظى بالملك هو وابنه سليمان، في سابقة لم تحدث في تاريخهم الطويل، ولم يكن ملكا هينا، بل ملك لا ينبغي لأحد من بعد.

لقد وجدنا في هذه النهاية السعيدة كسراً لأفق توقع القارئ، فالقارئ من البداية يتوقع أن النصر سيتحقق طالوت، ولاسيما مع صفاته المؤهلة: (العلم، وبساطة الجسم)، فما بالنا نجد أن طالوت يختفي من المشهد في نهاية القصة، ليصنع النصر بطل آخر أقل شهرة هو داود عليه السلام الذي ظهر فجأة بدون مقدمات، إنها القصة القرآنية المليئة بالإعجاز والإثارة والتسويق.

٩- المناسبة بين البداية والنهاية ، حيث بدأت القصة بملك من الفقراء، وانتهت باختيار صانع النصر من الفقراء، وتكريره بالملك والنبوة هو وابنه سليمان، وكأن القصة تتحدى الملا مرتين مرة في اختيار طالوت، ومرة في اختيار داود، لقد آن الأوان في نهاية القصة بأن تسلم الراية للفقراء ليتصدروا المشهد، ويخفف الأغنياء (الملا)؛ لأنهم رسبوا في الاختبار، وأمعنوا في النكوص والفرار، فعوملوا بما يستحقون، وجوزوا بما يستأهلون، ولا يظلم رب أحداً. لقد آن الأوان أن تتسلم الفئة المؤمنة في المدينة زمام الأمور - أيضاً - وتحفت على أثر ذلك قوة الطواغيت من قريش، ومن غيرهم ، وأن في قابل الأيام سيصير الملك للمؤمنين، وتزول عروش كسرى وقيصر، فكما تسلمت القلة المؤمنة زمام الملك، فإن هذا سيحدث للفئة المؤمنة في المدينة أيضاً، وكل ذلك بأمر الله تعالى.

### الخاتمة

القصة القرآنية معين لا ينضب من الجمال والجلال، إضافة إلى روعة الخطاب نجد روعة الوسيلة، ولذا ركز هذا البحث على عنصر التسويق في القصة القرآنية، والتسويق مهم في القصة على وجه العموم، وفي القصة القرآنية على وجه الخصوص.

ولا شك أن البلاغة القديمة اهتمت بعنصر التسويق في أثناء وضعها للقواعد المعيارية لفن القول. ولقد عرفا أهمية التسويق في القصة الحديثة التي وضعت على عاتقها بث روح الإثارة والتسويق في جميع عناصر القصة والتي تشمل عناصر عدة، هي : البداية ، والصراع ، والعقدة ، والتوقيت ، والإيقاع ، والنهاية .

ذلك كان التسويق في القصة القرآنية من عوامل شد انتباه القارئ، وحبه لها، بما تضمن من عناصر جاذبة، وجماليات مختلفة ، وتوصلنا للنتائج الآتية :

- لا يوجد في البلاغة القديمة مصطلح خاص بالتسويق، وإنما يوجد عناصر التسويق.

- القصة القرآنية حملت كثيراً من التسويق في بداياتها و نهاياتها وأحداثها وشخصياتها ووقائعها. وغرائبية الحدث وخوارقه، وكسر أفق التوقع، وبراعة التصوير. وروعه الحوار.

- قصة طالوت وجالوت من القصص المفعمة بالتسويق، بما تضمنته من بداية مشوقة، وأحداث عجائبية، وتدخل للعوامل الغيبية مع العوامل البشرية. وما فيها من مفاجآت، وتصویر ، وحوارات.

### **التوصيات:**

وتدعو أخيراً هذه الدراسة الباحثين لدراسات تطبيقية أخرى لقصص القرآن، تكتشف عناصر التسويق بها، كما تدعوا للتنظير للقصة القرآنية، ومعرفة روعة الخطاب وروعته العرض، والله الموفق ، وهو حسبنا ونعم الوكيل.

## المصادر والمراجع

- (١) إبراهيم فتحي: معجم المصطلحات الأدبية، التعاوُدية العمالية، تونس ط١٩٨٦ م.
- (٢) إبراهيم محمد عطا (دكتور): عوامل التسويق في القصة القصيرة لطفل المدرسة الابتدائية ، مكتبة النهضة المصرية، ط١٩٩٤ م / ١٩٩٤ م.
- (٣) البخاري (محمد بن إسماعيل البخاري): صحيح البخاري، تحقيق : محب الدين الخطيب الناشر: المكتبة السلفية - القاهرة الطبعة: الأولى سنة الطبع: ١٤٠٠ هـ.
- (٤) البقاعي (برهان الدين أبو الحسن إبراهيم): نظم الدرر في تناسب الآيات والسور، مطبعة مجلس دائرة المعارف العثمانية، حيدر آباد الهند، الطبعة الأولى، ١٣٩١ م.
- (٥) الجرجاني (الإمام عبد القاهر الجرجاني ) : أسرار البلاغة ، تحقيق محمود محمد شاكر ، دار المدنى بجدة الطبعة الاولى ١٤١٢ هـ / ١٩٩١ م.
- (٦) جيرار جينت : خطاب الحكاية، ترجمة محمد معتصم وآخرون، المجلس الأعلى للثقافة ، بمصر، الطبعة الثانية ، ١٩٩٧ م.
- (٧) أبو حيان الأندلسي(محمد بن يوسف): البحر المحيط، تحقيق : عادل أحمد، على موضع، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان ، الطبعة الأولى ١٤١٣ هـ.
- (٨) رجب أحمد عبد الرحيم (دكتور) : البدائيات والنهايات في القصة القرآنية ، نشر جائزة دبي الدولية للقرآن الكريم ، دبي عام ٢٠١٥ م.
- (٩) رشاد رشدي: ما هو الأدب، القاهرة ، الأنجلو المصرية، ط١٩٦٠ م .
- (١٠) رمضان على عبود (دكتور): الزمن في قصص جمال نوري، مجلة آداب الفراهيدي، العدد ١٧ ، ٢٠١٢ م.

- (١١) السكاكي (أبو يعقوب السكاكي) : مفتاح العلوم ، تحقيق نعيم زرزور ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، الطبعة الثانية ١٤٠٧هـ / ١٩٨٧م.
- (١٢) صالح على حسين الجميلي (دكتور) : الحدث وتشكيلاته في قصص حسن حميد، مجلة جامعة تكريت، مجلد ١٧ ع ١٤٠١ / ٢٠١٠م.
- (١٣) عبد الحفيظ أحمد أديدميج : أساليب التسويق البلاغية في الأحاديث النبوية من خلال الصحيحين، رسالة ماجستير مخطوطة ، إشراف الأستاذ الدكتور الشحات محمد أبو سنت ، كلية اللغة العربية ، الجامعة الإسلامية ، المدينة المنورة ، قسم الأدب والبلاغة ، ١٤٢٤هـ .
- (١٤) عبد الله إبراهيم: البناء الفني لرواية الحرب في العراق، دار الشئون الثقافية العامة ، بغداد ، ١٩٩٤م . المتخيل السردي، مقاربات نقدية في التناص والرؤى والدلالة، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط١ - ١٩٩٠م.
- (١٥) علي بن محمد الحمود: من أساليب التسويق في قصص القرآن. مجلة العلوم العربية ، السعودية ، ٢٠١٠م ١٤٣١هـ.
- (١٦) ابن قتيبة (أبو محمد عبد الله بن مسلم بن قتيبة الدينوري): كتاب عيون الأخبار، المجلد الأول، القاهرة، مطبعة دار الكتب المصرية، ١٤٢٥هـ .
- (١٧) القزويني ، الخطيب : الإيضاح (وعلى هامشه البغية لعبد المتعال الصعيدي)، مكتبة الآداب (القاهرة). (١٤١٢هـ - ١٩٩١م).
- (١٨) كاظم الشويلي ، من أسرار القصة القصيرة ، موقع زيتونة <http://www.zeitoonah.com/contents/auraq/3.html> ، وكان متاحاً في ١ / ٨ م ٢٠١٢م .
- (١٩) ابن كثير (إسماعيل بن عمر بن كثير الدمشقي) : تفسير ابن كثير ، دار طيبة ١٤٢٢هـ ، ٢٠٠٢م .

- (٢٠) الإمام محمد الطاهر بن عاشور: تفسير التحرير والتنوير، الدار التونسية للنشر، ١٩٨٤ م.
- (٢١) محمد يوسف نجم (دكتور) : فن كتابة القصة ، دار الثقافة ، بيروت.
- (٢٢) محمود البستاني : قصص القرآن دلاليًا وجماليًا، مؤسسة السبطين العالمية، ١٤٢٥ هـ .
- (٢٣) ابن منظور : لسان العرب ، تحقيق : أمين محمد عبد الوهاب ، ومحمد الصادق العبدلي ، دار إحياء التراث العربي، بيروت ، طبعة أولى ١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م.
- (٢٤) وهبة الزحيلي (دكتور) : القصة القرآنية، دار الخير، دمشق، ط، ٢، وهبة الزحيلي (دكتور) : القصة القرآنية، دار الخير، دمشق، ط، ٢، ١٤١٨ / ١٩٩٨ م.