



التعبيرات الإشهارية في القرآن الكريم... الخطاب النسوي نموذجاً

بِقلم الدكتور

عبد العزيز صابر عبد العزيز

أستاذ علم اللغة المساعد - كلية دار العلوم - جامعة المنيا -
جمهورية مصر العربية

المجلد السادس والعشرون للعام ٢٠٢٢م

الجزء الثاني (إصدار ديسمبر)

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٩٤٠ / ٢٠٢٢م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

التعبيرات الإشهارية في القرآن الكريم الخطاب النسوي نموذجاً

عبد العزيز صابر عبد العزيز

قسم علم اللغة - كلية دار العلوم - جامعة المنيا - جمهورية مصر العربية.

البريد الإلكتروني: bin_knean84@hotmail.com

المخلص

يزخر القرآن الكريم بالعديد من التعبيرات الإشهارية التي تعتمد اعتماداً كلياً علي اللغة ؛ باعتبارها وسيلة مهمة من وسائل التأثير والإقناع في المتلقي، ولا يعني هذا أن اللغة هي المسؤولة وحدها في كشف التعبيرات الإشهارية ، بل ثمة آليات مهمة أخرى لا تقل أهمية عن اللغة ؛ مثل : الصورة، والإيماء ، والصوت ، وجرس الكلماتإلخ.

ولذلك، فالتعبيرات الإشهارية هي تعبيرات قادرة علي تغيير مسار المتلقي، وذلك من خلال تفاعله الإيجابي مع البناء اللغوي المطروح أمامه وفق استراتيجيات ترغيبية تارة وترهيبية تارة أخرى.

والجدير بالذكر أن ما يميز الإشهارات وخاصة الإشهارات القرآنية، أنها لا تحقق غايتها ولا تصل إلي هدفها من خلال إرغام المتلقي علي تقبل أفكاره بقدر ما يجعله يصل إلي ذلك التقبل بعد قناعة تامة يصل إليها ليجد أن ما هو أمامه من إشهارات قرآنية يستحق النظر والتفكير .

وبناءً عليه ، فالإرغام في التعبيرات الإشهارية القرآنية لا وجود له؛ حيث تعرض الصورة واضحة المعالم أمام المتلقي أو تترك الحرية له؛ ليختار ما يشاء.

الكلمات المفتاحية : الإشهار ، التعبيرات الإشهارية، الخطاب النسوي .



Publicity Expressions in the Holy Qur'an: Annual Discourse as a Model

Abdel Aziz Saber Abdel Aziz

Department of Linguistics, Faculty of Dar Al-Uloom, Minia University, Arab
Republic of Egypt.

Email: bin_knean84@hotmail.com

Abstract

The Holy Qur'an is rich in numerous publicity expressions which completely depend on language as they are considered as one of the essential means of persuasion and influence on the recipient. This does not mean that only language is responsible for revealing publicity expressions. There are even other mechanisms which are as important as language such as figures, gestures, sounds, ring of words, etc. Therefore, publicity expressions can change the course of the recipient through his/her positive interaction with the linguistic structure in front of him/her according to encouraging strategies at times and discouraging ones at other times.

It is worth mentioning that what makes these publicity expressions, especially the Qur'anic ones, distinct is that they do not reach their goals via forcing the recipient to accept his/her ideas as much as reaching such an acceptance after a complete, obtained satisfaction so that he/she can find such publicity expressions deserve reconsideration. Consequently, reluctance are not present in publicity expressions in which figures are shown clear-cut to the recipient or he/she is left free to choose what he/she wants.

Keywords: publicity, publicity expressions, annual discourse.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإطار العام :

يهدف هذا البحث [التعبيرات الإشهارية في القرآن الكريم....الخطاب النسوي نموذجاً] إلي بيان الدور المهم الذي تؤديه هذه التعبيرات الإشهارية في القرآن الكريم ؛ حيث وظف القرآن الكريم هذه التعبيرات بقدرتها التأثيرية بغية تحقيق الفناعات للمقاصد المطروحة لكافة الناس رحمة بهم.

والحقيقة أن القرآن الكريم قد زخر بالعديد من التعبيرات الإشهارية ؛ تعبيرات إشهارية عن أخلاقيات وسلوكيات ، وتعبيرات إشهارية عن عقائد وعبادات ، وتعبيرات عن أقوام عنت وملوك تجبرت وعصت فكان نصيبهم العقاب العاجل والجحيم الآجل ، وكذا تعبيرات إشهارية عن القيامة وأحوالها، وأخري عن الجنة ونعيمها ، وعن النار وعذابها...إلخ.

وبناءً عليه ، فإن جميع ما جاء في القرآن الكريم من تعبيرات إشهارية وإن تعددت موضوعاتها ، فهي تعبيرات إشهارية تحقق غاية واحدة هي التأثير في المتلقي من أجل إثارة اهتمامه.

هذا عن الموضوع ، أما عن النموذج التطبيقي [موضوع البحث] فقد اخترت خطابات ثمانية للتطبيق [امرأة عمران - مريم ابنة عمران - سارة - زليخا - ملكة سبأ - ابنتي الرجل الصالح - امرأة فرعون - أخت موسى] وقد اخترت هذه النماذج الخطابية النسوية ؛ لتميزها عن أشكال الخطابات الأخرى في أساليب التعبير والتأثير والإقناع والمحاكاة والاتصال ، وقد كشفت هذه النماذج أن بعض النسوة قد وهبن أساليب حجاجية إقناعية ، تفوقن فيها علي بعض الرجال في بعض المقامات ، وأنهن في خطابهن العفوي يؤثرن في المتلقي أكثر من تأثير الرجل ؛ حيث استطعن بأسلوبهن أن يسلبن عقولاً ويصلن إلي هدفهن بأقصر الطرق [اللغة] .

والجدير بالذكر أنه قد تم تصنيف الخطاب النسوي حسب الدور الاجتماعي الذي كانت تتميز به المرأة ، هذا الدور الذي أسهم في إبراز أكثر خصائص وسلوكيات المرأة كأم كما هو الحال في [امرأة عمران - مريم] وكأخت كما هو في [أخت موسى] وكزوجة كما هو الحال في [امرأة العزيز] ، ومحبة كما هو في حال [امرأة العزيز] .

إشكالية البحث :

إن البحث عن موضوع الإشهار من الأهمية بمكان ؛ لأنه بحث شائق وشائك في نفس الوقت . شائق ؛ لأنه يمكن صاحبه من معرفة عميقة بمقومات لون تعبيرى جماهيري ما فتئت أهميته تزداد يوماً بعد يوم ، وشائك؛ لأنه مجال شاسع ، تتوزعه مجموعة كبيرة من الحقول المعرفية المختلفة [نفسية - اجتماعية - ثقافية - حضارية إلخ] مما يجعل البحث فيه أقرب ما يكون لمغامرة محفوفة بالكثير من المخاطر والصعوبات . ومن ثم ، فهناك مجموعة من الإشكاليات المهمة التي يطرحها هذا البحث ، وهي كالآتي : -

[١] ما المقصود بالخطاب الإشهاري ؟

[٢] وما هي مكوناته؟

[٣] وكيف يحتاج الإشهار؟

[٤] وكيف وظفت التعبيرات الإشهارية داخل النص القرآني؟

فمن خلال هذا البحث سأحاول - بعون الله تعالى - أن أجيب عن هذه الإشكاليات وغيرها انطلاقاً من أهمية الخطاب الإشهاري؛ إذ إنه " يعد من الخطابات المهمة التي تدرج ضمن الممارسات الثقافية اليومية كالخطاب الأدبي أو السينمائي أو البصري ؛ حيث إنه يكتسي طابعاً ثقافياً يتمثل في



مكوناته اللغوية والأيقونية والسيمائية والتداولية" (١). وهو علي حد تعبير عبد الرحيم المودن خطاب " يحاصرنا كل لحظة وكل حين ، يطرق أبوابنا ليل نهار ، في الحلم واليقظة نستعمله بوعي أحياناً ومن دون وعي أحياناً آخري . خطاب يتوسل بكل الأدوات ؛ يخاطب كل الأدوات ، ويوظف كل اللغات والأشكال ، فضلاً عن أنه يوظف هذه الثورة التكنولوجية في ميدان المعلومات وطرائق الاتصال والتواصل " (٢).

ولأهميته فقد أصبح ميداناً خصباً للدراسات اللسانية في وطننا العربي منذ فترة قصيرة ؛ باعتباره خطاباً له خصوصياته السيمائية والتداولية وقدرة علي التواصل مع المتلقي لتقرير خطابه وتحقيق غايته باستعمال كل خصائصه التي يتوفر عليها .

ولعل هذا ما أكد عليه عبد العالي بو طيب قائلاً : " إن الخطاب الإشهاري دوناً عن غيره من الخطابات الآخري يتميز ببناء خاص تتضافر مختلف مكوناته التعبيرية بقصد تبليغ رسالة وحيدة محددة ، ولا يمكن ولا ينبغي أبداً ، أن يخطئها القارئ المستهدف والزبون المحتمل وإلا اعتبر ذلك دليلاً علي فشله الذريع " (٣).

وتحقيقاً لأهداف البحث الرامية إلي بيان الدور المهم الذي تؤديه التعبيرات الإشهارية في الخطاب القرآني عامة ، وفي الخطاب النسوي خاصة ؛ فقد جاءت محاور هذا البحث علي النحو الآتي :

١/١ مفهوم الإشهار في اللغة والأصطلاح .

٢/١ أنواعه .

٣/١ تحليل النماذج الثمانية .



١/١ مفهوم الإشهار في اللغة والاصطلاح :

جاء في اللسان العربي في مادة [شهر] : " الشهرة ظهور الشيء... ووضوح الأمر ، وقد شهره يشهره شهراً وشهرة فاشتهر ... والشهرة الفضيحة ورجل شهير ومشهور : معروف المكان مذكور ... قال ثعلب : ومنه قول عمر بن الخطاب رضي الله عنه : إذا قدمتم علينا شهرنا أحسنكم اسماً ، فإذا رأيناكم شهرنا أحسنكم وجهاً ، فإذا يلوناكم كانا لاختيار . والشهر : القمر ، سمي بذلك لشهرته وظهوره ... وأشهر القوم : أتى عليهم شهر ... وشهر فلان سيفه يشهره شهراً ؛ أي سلّه " (٤).

ويقرب من معنى الإشهار معنى الإعلان ، فالإعلان " المجاهرة ، علن الأمر يعلن ، وعلن علناً ، وعلانية فيهما وأعلنه ... وعالنه : أعلن إليه الأمر " (٥).

ونستطيع أن نستشف من خلال المعنى اللغوي أن الإشهار يقوم علي معنى الإفصاح من الشيء ؛ ليكون واضحاً وظاهراً لاخفاء فيه.

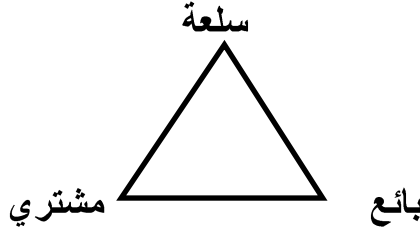
أما مفهوم الإشهار في الاصطلاح ، ففعل ما يربك مصطلح الإشهار هي تلك التعريفات التي طرحت حوله . ومن هنا تكمن صعوبة تعريف جامع مانع له ؛ حيث تتسم معظم التعريفات بعدم التحديد ، وذلك راجع - في نظري - إلي حداثة هذا المصطلح . أقول : لعل هذا التداخل المعرفي الذي اتسم به هذا الحقل اللساني الجديد كان له الأثر الواضح في ظهور هذا الكم الهائل من التعريفات ، ولا عجب في ذلك ، فلقد أصبح ميداناً خصباً للدراسات اللسانية في وطننا العربي منذ فترة قصيرة ؛ نظراً لأهميته الكبرى في التأثير علي المتلقي كما يقول روبير كيران " إن الهواء الذي نستنشقه مكون من الأكسجين والنيتروجين والإشهار " (٦).

فالإشهار اصطلاحاً عبارة عن "عملية تواصلية تتحرك ضمن محيط إنساني يشير بدوره إلى استراتيجية إبلاغية قائمة علي الإقناع" (٧). وتستعمل لذلك كل وسائل الاتصال الإنساني من كلمة وصورة ورمز في أفق التأثير علي المتلقي ، فغاية الإشهار [الإقناع] و[التأثير] وبناءً عليه ، يمكن وصفه بأنه " عملية اتصال إقناعي تهدف إلي شد انتباه الناس إلي سلعة ، أو خدمة أو شخص بدون مقابل ... فهو قائم علي الاستحواذ بنقل التأثير" (٨).

أو هو فن إغراء الأفراد علي السلوك بطريقة معينة فضلاً عن ذلك أن الإشهار " يعد وسيلة من وسائل الاتصال وفعالاً مزدوج الاتجاه ؛ بمعنى أن المعلم لا يهدف فقط للقيام بتوصيل المعلومات المختلفة وإنما يجب عليه التأكيد من أن هذه المعلومات قد وصلت بالطريقة والكيفية المستهدفة " (٩). وبناءً عليه ، فالإشهار عبارة عن صورة مكثفة تتفاعل فيها عدة عوامل وتتألف وتتبادل الأخذ والعطاء لإحداث خطاب أو إنتاج معرفة أو مادة يستحضر من خلالها تفاعل القارئ أو المتلقي مع المحتوى (الخطاب الإشهاري - فهو كما يقال " فن مركب يضع العالم بين يديك " (١٠). وهو بهذا يتخذ عدة وسائل للإقناع ؛ مثل : الكلمة المسموعة في الإذاعات والمحاضرات والندوات والخطب، والصورة الثابتة والكلمة المكتوبة في الكتب والمجلات والملصقات إلخ ؛ حيث تتفاعل كل هذه العناصر بعضها ببعض لتجعل من الخطاب الإشهاري عبارة عن [ميكرو فيلم] يتعاون علي إنتاجه وإنجازه أعوان كثيرون يكونون فريقاً متخصصاً في الإخراج والديكور ووضع الأثاث والتجميل والإضاءة إلخ (١١). ويعرف الدكتور سعيد بنكراد الإشهار قائلًا : " إنه وسيلة ضرورية من وسائل البيع ، إنه أداة

للتوسط المثالي بين عارض لبضاعة وبين زبون محتمل مضطر _ اجتماعياً أو نفعياً أو جمالياً - إلي استعمال هذه البضاعة في تدبير شأنه اليومي" (١٢).

ويفهم من كلام الدكتور بنكراد السابق أن الإشهار عملية لا تتم إلا من خلال الجمع بين ثلاثة عناصر [عارض لبضاعة + زبون محتمل + سلعة]. إذن ، لا إشهار إلا من خلال ترابط أضلاع هذا المثلث ، وهو ما يوضحه الشكل الآتي :



٢/١ أنواعه :

إن عالم الوصلة الإشهارية - كما يقول سعيد بنكراد - هو عالم الهوية ؛ هوية لفظية طباعية [المكتوب] أو هوية صوتية [المسموع] أو هوية بصرية [المرئي] ، ذلك أن الإرسالية الإشهارية تسعى دائماً إلي تأثيث عالم إنساني يتوسطه أو يزينه كيان متميز ، ولهذا السبب فإن الوصلة الإشهارية تسعى دائماً من خلال طرائق بناء دلالتها ومن خلال موضوعاتها وكنائنها وأبعادها التشكيلية إلي تأسيس هوية تستوعب الشئ المدرج للتداول وتنوب عنه . إن الأمر يتعلق بتحديد اسم يتجاوز الشئ المفرد ولكنه يصدق علي كل أحجامه (١٣).



وبناءً عليه ، يمكن تمييز أنواع الإشهار إلي :

[١] الإشهار المسموع : وهو الذي يصلنا محتواه سماعاً في المحاضرات والإذاعات والندوات ؛ حيث تعد الكلمة المسموعة من الوسائل القديمة التي استخدمها الإنسان للإشهار وأهم ما يميزها هو طريقة الأداء والتعبير ؛ حيث يؤدي الصوت دوراً مهماً في التأثير علي المتلقي لما يحمله من خصوصية في التنغيم ونبر وجهر وهمس إضافة إلي عنصر آخر يمكن اعتباره خارجي ، وهو الموسيقي التي تمنح الصوت طاقة كبري علي التأثير والإيحاء ، ولذلك فقد عدّ هاس الموسيقي " عاملاً مهماً من العوامل المؤثرة والمحركة بشكل إرادي لمشاعر المتلقي ؛ ولذا يسعى مؤسس الإشهار إلي اقتراح أنماط موسيقية تؤثر في الحديث الإشهاري ، ويعمل الملحن علي إخراجها " (١٤) .

[٢] الإشهار المكتوب : وهو الذي يجد لنفسه مكاناً في الصحف والمجلات والتقارير والملصقات الجدارية وغيرها " (١٥) .
ولأهمية هذا النوع ، فقد أشار محمد خان إلي أهمية الكتابة والكلام بأنهما " البنيتان الأكثر إبلاغاً وإعلاماً " (١٦) .

[٣] الإشهار المسموع والمكتوب: وهو الذي يظهر في وسائل الإعلام السمعية البصرية التي تتمثل في التلفاز ، وتتضافر فيه عدة عوامل من صوت وصورة وموسيقي ولون ؛ بحيث يعد " هذا النوع الأخير الرسائل السمعية البصرية ملجأ للإشهار وترويج المنتجات عبرها كالتلفاز والهاتف المحمول..... إلخ فهي وليدة عصر التكنولوجيا ، وتستعمل كوسائط لتحقيق غاية التواصل مع الجمهور " (١٧) .



وهكذا فالإشهار علي حد تعريف نور الدين متنوع الأشكال والأهداف ، فقد يتم توجيهه إلي فرد أو جماعة أو حزب أو أمة ، وقد يكون علمياً أو ثقافياً أو سياسياً أو اقتصادياً ، وقد يكون مسموعاً أو مكتوباً أو سمعياً - بصرياً ، إنه كما يقال " فن مركب يضع العالم بين يديك " (١٨) .

وبعد ، فأعتقد - كما يعتقد غيري - أن الكلام النظري قد يكون سهلاً ميسوراً ؛ لأن مجال القول فيه مطلق ، ولكن المحك الرئيس يكمن في التطبيق الذي سيتضح لاحقاً من خلال تحليل الخطابات النسوية الثمانية ؛ حيث سنحرص علي توظيف النظريات الحديثة لفهم النص القرآني بصورة أكبر في الإشهار ، كما أننا سنحرص علي التأكيد علي حقيقة مهمة وهي أن بناء النص الإشهاري القرآني سبق بناء الإشهار الحديث الأمر الذي يترتب عليه إعادة النظر إلي النص القرآني في ضوء آليات ومفاهيم جديدة ، ومن زوايا لم ينظر إليها السابقون من قبل ؛ إذ إن كل إشهار ورد في القرآن سبق أن تحدث عنه مفسرو القرآن ، وحلله علماء اللغة ، وبالرغم من ذلك نجد أن كثيراً من هذه الآراء الجديدة التي دخلت من خلالها أصحاب هذه النظريات ؛ لم يتعرض لها علماء السلف الصالح ، وبناءً عليه ، يصبح هذا البحث ذا بعد جديد لم يتعرض له السابقون ، فتكون الصورة أكثر وضوحاً ، ومن هنا تأتي قيمة هذه النظريات في فهم وتحليل النص القرآني .



٣/١ تحليل الخطابات الثمانية :

١/٣/١ النموذج الأول [امرأة عمران]

- يقول الله تعالى : " إذ قالت امرأة عمران ربّ إنني نذرت لك ما في بطني محرراً فتقبل مني إنك أنت السميع العليم فلما وضعتها قالت ربّ إنني وضعتها أنثى والله أعلم بما وضعت وليس الذكر كالأنثى وإنني سميتها مريم وإنني أعيذها بك وذريتها من الشيطان الرجيم " (١٩).

إذا كان الإشهار يعني الإعلان عن الشيء ، ففي هذا النموذج القرآني إعلان عن الله عز وجل جاء علي لسان امرأة عمران ؛ إذ إن وظيفة الإشهار الرئيسة تكمن في تحقيق التواصل بين أفراد المجتمع ؛ وذلك من خلال قواعد التواصل الاجتماعي ؛ وأولها تبادل المنفعة ، وتوجيه الآخرين نحو سلوك معين .

ويمكننا أن نقسم هذا النموذج القرآني إلي خطابين اثنين :

[١] خطاب امرأة عمران قبل الوضع .

[٢] خطاب امرأة عمران بعد الوضع .

فمن خلال هذين الخطابين تكون لدينا [خطاب كامل] ؛ حيث يظهر من خلاله غلبة طابع الأمومة الذي يسيطر علي كل امرأة ؛ فالمرأة بطبيعتها تشتتهي الأمومة ؛ ففي الخطاب الأول [قبل الوضع] دعت امرأة عمران ربها أن يرزقها الولد ، وعندما تحرك الحمل في أحشائها ، أرادت أن تعبر عن عظيم شكرها لله عزوجل ، فنذرت أن توقف هذا المولود محرراً لله ؛ أي خالصاً لله عزوجل .

وانطلاقاً من حرص [امرأة عمران] علي تحقيق المنفعة ، فقد لجأت في هذا الخطاب إلي استعمال تعبير إشهاري يتمثل في قوله تعالى " إنك أنت



السميع العليم " . فامرأة عمران تحدثت عن ربها معلنة عنه سبحانه وتعالى بصفتين مقصورتين عليه دون سواه [السمع - العلم] في تعبير إشهاري يجب أن نحلله في ضوء معطيات هذا العلم الجديد ونظرياته.

ومن خلال هذا التعبير الإشهاري [إنك أنت السميع العليم] يبدو لنا أن امرأة عمران تريد أن تعلن تجردها الكامل لله عزوجل ؛ حيث تؤدي المؤثرات النفسية والاجتماعية دوراً مهماً في التعبير الإشهاري ، ولذلك يتلون كل تعبير إشهاري حسب تلك المؤثرات ، ويبدو ذلك واضحاً من خلال الوحدات اللغوية التي تضمنها الخطاب ؛ إذ إنها استخدمت [ربّ] والأصل [يا رب] ، وذلك لقربتها منه عزوجل وإخلاصها له ، كما أنها استعملت [إن] المؤكدة ؛ لتأكيد نذرها ، ولم تكتف بذلك ، بل أضافت [الياء] لتأكيد هذا الإخلاص والنذر الذي ظهر جلياً من خلال [نذرت لك] ؛ حيث يظهر هنا مدي الترابط الوثيق بين الفعل [نذرت] وحرف الجر [ل] ، فالوحدتان مترابطتان ترابطاً لغوياً ودلالياً في آن واحد.

لقد لجأت امرأة عمران في إشهارها عن ربها إلي اختيار صفتين فقط من صفات الله تعالى ، هما [السميع - العليم] دون سائر صفاته سبحانه ، فالشئ الذي يعلن عنه التعبير الإشهاري هو إله واحد سميع عليم ، سعت العبارة بكل وحداتها اللغوية في بناء تصور عنه في ذهن المتلقي ، كما أننا يجدر بنا أن نشير إلي أن امرأة عمران من خلال هذا التعبير الإشهاري ذيلت طلبها بالثناء علي الله سبحانه وتعالى بصفتي السمع والعلم ، وفي بدء هذا التذييل بـ [إن] ما يشعر بالتعليل والتوكيد ، وأما عن سر ذلك فيمكننا القول : إن تأكيد الجملة كان " لعرض قوة يقينها بمضمونها " (٢٠). وأما التعليل فكأنها قالت : تقبل مني لأنك تسمع مناجاتي وطلبي ، وتعلم صدق

مقصدي . وجاءت بالخطاب في [إنك] دون [إن الله] للإشعار بقرب المخاطب ؛ وذلك أرجي في قبول المطلوب ، ولمناسبة ذلك للخطاب في أول كلامها [لك] - كما يلفت نظرنا الدقة في استعمال ضمير الفصل [أنت] الذي أفاد قصر صفتي السمع والعلم عليه سبحانه دون غيره ، وهذا يدعم دلالة التعليل والتأكيد السابقتين ، كما أنه يسهم بدور مهم في تأكيد معني التجرد والإخلاص الذي بنت عليه خطابها كله ، حتي أننا نستطيع أن نطلق عليه [خطاب الإخلاص الكامل لله] ، يقول أبو السعود : " وقصر صفتي السمع والعلم علي الله تعالي ؛ لغرض اختصاص دعائها به تعالي ، وانقطاع حبل رجائها عما عداه بالكلية مبالغة في الضراعة والابتهال " (٢١).

كما يستلقت نظرنا تقديم [السميع] علي [العليم] لأن هذا يتناسب مع حالها ، فقد نذرت لربها بلسانها ، وهذا مما سبيل إدراكه السمع ، وأشارت بكلماتها إلي إخلاصها ، وهذا سبيل إدراكه العلم .

واللافت للنظر أن هذا الخطاب [خطاب ما قبل الوضع] اتسم بالتجرد الكامل لله عزوجل ، ويتضح ذلك من خلال الدلالات الآتية :

[١] مجئ [إن المؤكدة] .

[٢] التعبير بالجملة الاسمية [إن نذرت] الدالة علي الثبات .

[٣] التعبير بـ [نذرت] دون غيره [جعلت] للدلالة علي الإلزام .

[٤] التعبير بصيغة الماضي [نذرت] للتأكيد علي أن الأمر قد قضي، فكأن الأمر قد تم .

[٥] التعبير بـ [لك] لما فيها من دلالة الاختصاص .

[٦] تقديم الجار والمجرور [لك] عقب [نذرت] ليكون النذر مرتبط بالله عز وجل معني ومبني .

[٧] مجئ [محرراً] الدالة علي التخلص من كل شائبة .



وبناءً عليه ، فقد جاء هذا التعبير الإشهاري [إنك أنت السميع العليم] بهذه الصورة في تلك العبارة العظيمة ؛ لتشير إلي قدرة الله عزوجل ؛ مكونة من : [السميع + العليم] ؛ لتعلن عن صفتين من صفات الله تعالى ، لا توجد في أحد من خلقه .

هذا عن التعبير الإشهاري الأول ، أما عن التعبير الإشهاري الآخر في هذا النموذج فيتمثل في قوله تعالى [وليس الذكر كالأنثى] ؛ حيث جاء هذا التعبير الإشهاري ؛ ليعلن عن حقيقة اجتماعية قديمة قدم الزمان ؛ إذ من المعروف أن الذكر ليس كالأنثى ، فامرأة عمران في بداية حملها [قبل الوضع] طلبت من الله عزو جل أن يكون ولدها ذكراً ؛ لتحرره من قيود الدنيا ، وتجعله خالصاً محرراً لله عزوجل ، فاجتماعياً لم يكن تقبل في النذر إلا الذكور ، فالأم مسنة تطلب الولد الذكر ؛ فأنجبت بنتاً ، ولما لم يكن الذكر كالأنثى فقد عمدت إلي هذا التعبير الإشهاري ؛ لبيان أفضلية الذكر عن الأنثى ، فقد استعمل التعبير الإشهاري آية " الحجاج للتأثير في المتلقي واستمالتهم والتأثير فيهم ، فالغاية من الحجاج ليست الإفهام فحسب ، بل هدفه يمتد ليشمل التأثير في المتلقين من أجل توجيه مواقفهم في وجهة محددة من خلال الإقناع بأمر ما مما يغير قناعاته تجاه سلوك أو موقف محدد" (٢٢) .

ولما لم تجد امرأة عمران بداً إلا الإذعان والتسليم بأمر الله ، فقد سألته عزوجل أن يحفظها هي وذريتها ، وهي لا تعلم ما يدخره الله - تعالى - لهذه الابنة من منزلة بلغت بها الاصطفاء والتفضيل [وإذ قالت الملائكة يا مريم إن الله اصطفاك وطهرك واصطفاك علي نساء العالمين] (٢٣) ؛ لتكون آية كل من سأل الله تعالى ، وتمني خلاف ما أعطي " وعسي أن

تكرهوا شيئاً وهو خير لكم وعسى أن تحبوا شيئاً وهو شر لكم والله يعلم
وأنتم لا تعلمون " (٢٤).

وبناءً على ما سبق ، يكون هذا التعبير الإشهاري [وليس الذكر
كالأنثى] نموذجاً من نماذج التوافق بين الإنسان ومجتمعه ؛ إذ إن العلاقة
بين الإشهار والإنسان علاقة تكاملية ، فالتعبير الإشهاري يقر بحقيقة وهي
أن الذكر ليس كالأنثى ، ولا يفهم من هذه الحقيقة أفضلية جنس عن آخر ،
فلربما تكون الأنثى في كثير من الأحيان أقدر وأفضل من الذكر ، وإنما
الأفضلية نبعث من رغبة امرأة عمران في أن تجعل وليدها خالصاً لله ،
ولذلك فهي في رغبتها لم تنسلخ عن المجتمع الذي تعيش فيه ، فهي
مرتبطة به لا تستطيع أن تخرج عن قواعده وقوانينه ، لذلك فـ " الإشهار
يمثل حالة من حالات التواصل الاجتماعي الذي يكف الفرد داخله عن
التصرف كحالة مفردة قابلة للتكفاء على ذاتها ، لكي يصبح تجسيداً لدور
اجتماعي لا يمكن فهمه إلا من خلال النموذج الثقافي العام " (٢٥).

بقي أن أشير إلي أن ثمة اختلافاً واضحاً في صياغة الخطابين ، وهذا
أمر بدهي ، لأن الخطاب الأول [قبل الوضع] تميز بالسكون والخضوع ؛
لأنه نذر وتضرع ، وأما الخطاب الآخر [بعد الوضع] فقد تميز بمد الصوت
وإطالته مع ما يشعر بالتحسر ، وهو الهاء الممتدة بالألف [وضعتها -
سميتها - أعيدها - ذريتها] .



٢/٣/١ النموذج الثاني [مريم بنت عمران]

- يقول الله تعالى : " فتقبلها ربها بقبول حسن وأنبثها نباتاً حسناً وكفلها زكريا كلما دخل عليها زكريا المحراب وجد عندها رزقا قال يا مريم أني لك هذا قالت هو من عند الله إن الله يرزق من يشاء بغير حساب"(٢٦).
والحقيقة أن هذا الخطاب يعد نتيجة طبيعية للخطاب السابق [خطاب امرأة عمران] ؛ حيث طلبت [امرأة عمران] من الله عزوجل أن يحفظ لها مريم ، الأمر الذي ترتب عليه أن جعلها مؤهلة لعمل عظيم ، وهو حمل معجزة زمانه [عيسي عليه السلام].
والجدير بالذكر أن الناظر في هذه الأحداث يجد أنها تتسم بالترتيب المنطقي ؛ حيث جاء ذكر حمل الأم بمريم أولاً ثم خبرها مع زكريا عليه السلام والمعبد ، ثم جاء الحديث عن تمنى زكريا الولد علي كبره..... إلخ .
ويظهر من خلال هذ النموذج الاهتمام باللغة ؛ باعتبارها ركيزة مهمة من ركائز الخطاب الإشهاري ؛ لأن " أكثر ما يهم الإشهاري من اللغة هو أن يتخذها وسيلة لتبليغ خطابه ويحقق الهدف منه ، مهما يكن المستوي اللغوي المستعمل " (٢٧).

فطرفا الحوار في الخطاب السابق هما :

[زكريا عليه السلام + مريم بنت عمران] ، وهما حريصان كل الحرص علي استعمال اللغة بالشكل الجيد الذي يجعل منها لغة ذات تأثير علي المتلقي ؛ وهو ما يميز الخطاب الإشهاري ، وهذا ما جعل [Leech] يري " أن لغة الخطاب الإشهاري تنتمي إلي ما يسمي باللغة الانفعالية أو اللغة المحملة [Loaded Language] التي تحاول التأثير علي القارئ أو المستمع بمخاطبة مشاعره بدلاً من عقله بكلمات وعبارات عاطفية قوية

محملة بدلالات تحاول أن تولد لديه رد فعل قوي إيجابي أو سلبي يزيد علي
المعني الحقيقي العرفي " (٢٨).

فبعد أن أنبت الله عزوجل مريم نباتاً حسناً ، تكفل برعايتها زكريا عليه
السلام ، وكان كلما دخل عليها المحراب وجد عندها طعاماً ، مع أنه كان
الوحيد الذي يحضر لها الطعام ، فتعجب من وجود هذا الطعام قائلاً : من أين
لك هذا الطعام؟

وكان هذا السؤال المحوري بمثابة المرتكز الضوئي في التعبير
الإشهاري الذي نحن صدد تحليله ؛ حيث استثمر الخطاب القرآني المخزون
اللغوي ليجعله وسيلة من وسائل التأثير ؛ لذا كان الاستفهام أحد وسائل
الخطاب القرآني المهمة المستعملة في الإشهار الحجاجي ، وذلك بخروجه
عن قلبه الاستفهامي المباشر ، والخروج به إلي معني آخر يفرضه السياق
وهو [التعجب].

فالصورة الإشهارية الحجاجية في الخطاب السابق تدفع المتلقي إلي
إعادة النظر في قناعاته من خلال الاستفهام الذي تضمن معني التعجب ؛
حيث يدخل الاستفهام هنا مسار العملية الإشهارية من أجل تحقيق التأثير في
المتلقي ؛ إذ إن مسارات الاستفهام في الإرسالية الإشهارية تقوم علي جذب
انتباه المتلقي ، وإثارة تفكيره.

وبناءً عليه ، فقد جاء التعبير الإشهاري [إن الله يرزق من يشاء بغير
حساب] علي لسان مريم جواباً لسؤال زكريا عليه السلام عندما سألها عن
مصدر الطعام .

واللافت للنظر أن هذه الإرسالية الإشهارية قد أدت دوراً مهماً في
توضيح المعني وتأكيدده ، كما يستلقت نظرنا التعبير عن الطعام بـ [هذا]



من جانب زكريا عليه السلام ، [هو] من جانب مريم بنت عمران ، وفي هذا إيجاز للوحدات اللغوية المستخدمة في الإرسالية الإشهارية وهو ما أشار إليه [Cook] عندما أشار إلي مجموعة من الأسباب التي تجعل لغة النص الإشهاري تنجح إلي الإيجاز مستخدمة ظاهرة الحذف ؛ حيث يشدد علي " تركيز الرسالة الإشهارية المراد إيصالها وحذف كل ما يصرف انتباه المتلقي من كلمات وعبارات لا تخدم التعبير الإشهاري " (٢٩).

فالموقف هنا لا يحتمل الإطناب من حيث ذكر الطعام وأنواعهإلخ ، ولكن الموقف موقف تعجب من وجود هذا الطعام ، فعمدا إلي حذف كل ما يشتت انتباه المتلقي ، والاكتفاء بوحديتي [اسم الإشارة - ضمير الغائب] ؛ اختصاراً للإشارة إلي الطعام . ومن هنا جاء التعبير الإشهاري [إن الله يرزق من يشاء بغير حساب] فمريم عليها السلام لم تشهر عن إله يعبد ، بل إنها أشهرت عن رب يرزق بغير حساب ؛ حيث اتجهت في هذا التعبير الإشهاري إلي اختيار صفة واحدة من صفات الله عزوجل ، وهي صفة [الرزق] دون سائر صفاته سبحانه ؛ لأن السياق يتطلب هذه الصفة لا غير دون سواها ، فزكريا عليه السلام يتعجب من وجود طعام عندها ، فأشهرت هنا معلنة أن الله يرزق بغير حساب ، وانظر إلي دقة هذا التعبير الإشهاري الصادر من امرأة مؤمنة ؛ حيث لجأت إلي حشد الوحدات اللغوية التي تدعم هذا التعبير الإشهاري ؛ مثل :

[١] التعبير بـ [إن المؤكدة] .

[٢] التعبير بالفعل المضارع [يرزق] .

[٣] التعبير بالجار والمجرور [بغير حساب] ؛ لتأكيد كلامها .



وتؤدي اللغة دوراً مهماً في بناء الوصلة الإشهارية ؛ حيث إنها تمثل بوابة الانفتاح علي مساحات سحرية لا تزي من خلال الصورة ؛ بل تتناسل في سلسلة من المدلولات التوسطية 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 إلي الكشف عن الانفعالات والتحكم فيها ، ولذلك يري الدكتور بشير إبرير أن " لغة الإشهار تحمل فكرة رئيسة واحدة تود تبليغها إلي المتلقي في أحسن الظروف والأحوال ، فعنصر اللغة إذن عنصر بالغ الأهمية في الرسالة الإشهارية ، ولا يمكن للنشاط الإشهاري الاستغناء عنه " (٣٠).

وينضح هذا الدور في قوله تعالى : " إذ قالت الملائكة يا مريم إن الله يبشرك بكلمة منه اسمه المسيح عيسى بن مريم وجيهاً في الدنيا والآخرة ومن المقربين ويكلم الناس في المهد وكهلاً ومن الصالحين قالت رب أني يكون لي ولد ولم يمسنني بشر قال كذلك الله يخلق ما يشاء إذا قضى أمراً فإنما يقول له كن فيكون " (٣١).

حيث جاءت الإرسالية الإشهارية [رب أني يكون لي غلام ولم يمسنني بشر] ؛ لتقوم بدور مهم في التأثير والإقناع عن طريق التركيب الاستفهامي [أني يكون لي غلام ولم يمسنني بشر] ، فالاستفهام هنا له وجهان :

[١] السؤال عن الإنجاب دون زواج .

[٢] الاستنكار .



وقد أدت المؤثرات النفسية و الاجتماعية دوراً مهماً في الكشف عن التعبير الإشهاري ؛ حيث عبر القرآن الكريم عن رد فعل مريم تجاه البشارة بسلوك يخالف العرف بالبشارة بالولد ، وقد سمي الحمل من غير زواج هنا بشاره ؛ لمنزلتهما العالية معاً [الأم والابن معاً] ، وهو في عرف المجتمع عمل مشين ، وقد انعكس هذا علي لغة الخطاب بالاستنكار .

كذلك أسهمت المؤثرات الاجتماعية في بيان التعبير الإشهاري ؛ حيث الخوف من مواجهة المجتمع الذي لا يبيح أي عمل مشين ، وقد أظهر الخطاب رد فعل المجتمع الذي استنكر الفاحشة في فتاة نشأت في كنف النبوة " فأنت به قومها تحمله قالوا يا مريم لقد جنّت شيئاً فرياً يا أخت هارون ما كان أبوك امرأ سوء وما كانت أمك بغياً " (٣٢).

كذلك أسهمت وسائل التأثير والإقناع في كشف هذا التعبير الإشهاري ؛

منها :

[١] السبب والعلّة : وقد استندت إليه [مريم] في استحالة المنع ؛ إذ لا حمل دون جماع ، فسبب الحمل ممتنع ، وهو المس الذي نفته من وجهين :

[أ] أنها غير متزوجة .

[ب] أنها ليست ببغي . قال السخاوي : " بالغت في البعد عن الريبة ، وهو أبلغ من أن تقول لم يضاجعني مثلاً " (٣٣).

[٢] القضية المنطقية ، وهي التي تتكون من أركان ثلاثة :

[مقدمة - موضوع - نتيجة]

ويكون نقضها بحجة أقوى من النتيجة



وبناءً عليه ، يمكننا صياغة القضية بالشكل الآتي :

[أ] الحمل من غير زواج مشهر = الاتهام بالزنا [مقدمة]

[ب] مريم غير المتزوجة حامل [موضوع]

[ج] إذن [مريم غير المتزوجة زانية] [نتيجة]

ومن خلال الوحدات اللغوية التي تضمنها هذا التعبير الإشهاري ،
تتضح قدرة المفردات المعجمية [يمسنى] ؛ باعتبارها مؤشرات أسلوبية
واضحة تدعم المعنى وتثبته .

١/٣/٣ النموذج الثالث [زوجة إبراهيم عليه السلام]

- يقول الله تعالى : " وامرأته قائمة فضحكت فبشرناها بإسحاق ومن
وراء إسحاق يعقوب . قالت يا ويلتي ألد وأنا عجوز وهذا بعلي شيخا إن
هذا لشيء عجيب . قالوا أتعجبين من أمر الله رحمة الله وبركاته عليكم أهل
البيت إنه حميد مجيد " (٣٤).

ففي هذا النموذج القرآني تظهر جمالية التعبير بمستواها البلاغي
التأثيري ونسقتها الإيقاعي من خلال التركيب الاستفهامي [ألد]؛ حيث أدى هذا
التركيب دوراً مهماً في توضيح الإرسالية الإشهارية ؛ إذ إنه وظف بالشكل
المطلوب من حيث تحقيق التأثير في المتلقي ، فمسارات الاستفهام في
الإرسالية الإشهارية تقوم علي جذب انتباه المتلقي، وإثارة تفكيره فـ[سارة]
بعدها زفت بالبشري تعجبت منها ، وسأقت أدلة ثلاثة لتعجبها وهي :

[١] أنها عجوز .

[٢] أن زوجها كبير في السن .

[٣] أنها عقيم " وقالت عجوز عقيم " (٣٥).



فمن خلال هذه الموانع الثلاثة التي قدمتها زوجة إبراهيم عليه السلام؛ تعجباً منها لهذه البشري ؛ حيث إن الحمل منهما [إبراهيم عليه السلام + سارة] في هذا السن ممتنع ؛ إذ إنها أقرت بما عليه الطبيعة ؛ لتعلم أن حملها يعد خرقاً للعادة . وهذا المعنى قرينته ما يصدقه الواقع ؛ لأن المرأة العجوز ينقطع حملها ؛ لكبرها ناهيك عن عقمها في الأساس .

وبناءً عليه ، فقد أشهرت زوجة إبراهيم عليه السلام هنا معلنة أنها :

[١] عجوز

[٢] وزوجها شيخ كبير في السن

فهذان التعبيران الإشهاريان اللذان سبقا بالتركيب الاستفهامي [ألد] جاءا ردّاً طبيعياً لهذه البشري ، وقد لجأت إلي التركيب الاستفهامي ؛ تحقيقاً للإثارة ، وذلك باعتباره أحد أركان البناء الإشهاري الذي يعد مقدمة أساسية للتعبير الإشهاري ، وذلك بلفت انتباه المتلقي إلي هذا الشئ الذي سيعلن عنه .

واللافت للنظر أن الاستفهام يستعمل بشكل لافت للنظر في التعبيرات الإشهارية ؛ لأن الاستفهام علي حد تعبير الدكتور عطية سليمان " يقيم أول أسس التداولية ؛ وهو الحوار داخل الخطاب الإشهاري من جانب واحد وهو جانب المتكلم أو المشهر ، ويترك الشق الثاني من الحوار ، وهو الإجابة علي السؤال للمتلقي بينه وبين نفسه ؛ ليختار الإجابة التي تناسبه " (٣٦) .

فمن خلال هذا النموذج يتجلي الإشهار بصورته الحجاجية ؛ فما كان من الملائكة بعد تعجب زوجة إبراهيم عليه السلام من البشري إلا إنهم [قالوا أتعجبين من أمر الله] ، فالاستفهام هنا لا يتطلب جواباً ، بل إنهم

استنكروا عليها تعجبها ، وهو الله القادر علي كل شئ " إذا قضي أمراً فإنما يقول له كن فيكون " (٣٧) ، ولذلك لم تعقب بجواب من عندها .

وانطلاقاً من ترابط الآيات القرآنية ترابطاً نصياً ، وحتى تكتمل الصورة، فقد أدت الصورة الإشهارية دوراً مهماً في تثبيت الإرسالية الإشهارية ؛ إذ إن الصورة لها دلالات بالغة الغني والتنوع ، ففي السياق نفسه أشهرت زوجة إبراهيم عليه السلام في موضع آخر من القصة " فصكت وجهها وقالت عجوز عقيم " (٣٨).

فقد أدت الحركة الجسدية هنا دوراً مهماً في تحقيق التواصل وتثبيت الإرسالية الإشهارية [عجوز عقيم] ، ومن المعروف أن الوجه هو العضو الأبرز في الإنسان ، فبه يقابل الناس ، ومنه يترجم حال الإنسان ؛ فاختيار الوجه تعبيراً عن حال زوجة إبراهيم عليه السلام يحمل تعبيرية هائلة ؛ إذ إنها تتعجب من حالها كيف تلد وهي عجوز عقيم ، فاختيرت الصورة هنا ؛ لبيان تعجبها ، ف [للصورة مداخلها ومخارجها : لها أنماط للوجود وأنماط للتدليل... إنها نص.... لا يمكن للصورة أن تتحول إلي نص إلا من خلال عملية انتقاء مزدوجة ، انتقاء العناصر التي يجب أن تظهر في الصورة ، وانتقاء العناصر التي يجب أن تختفي منها ؛ أي انتقاء ما يسهم في تكوين النص ، وانتقاء ما يحضر في نص الصورة من خلال غيابه] (٣٩).

ولتدعيم هذه الصورة ، وشد انتباه المتلقي ، فقد زادت زوجة إبراهيم عليه السلام من شدة تعجبها واعتبرته شيئاً خارقاً للطبيعة " إن هذا لشيء عجيب " ؛ حيث جاء هذا التركيب الإخباري الإنكاري مؤكداً بمؤكدين هما :

[إنّ + اللام] ؛ ليرتفع الإنكار ؛ للدلالة علي شدة التعجب ، وليس

استنكاراً عن شك في قدرة الله عزوجل ؛ لاستحالتة من امرأة ؛ مثل [سارة]،



ولذلك ليس غريباً عندما نجد أن " التعبير الإشهاري ينتخب أدواته بحسب الحاجة ، ووفق قوة الأداة الحجاجية ومناسبتها للأطروحة الإشهارية ، فنجد التعبير الإشهاري يوظف تارة الحجج بمستوياتها المختلفة ، فينشأ عن ذلك سلّم حجاجي محكم ، وتارة أخرى يتأنق التعبير الإشهاري في توظيف العوامل والروابط الحجاجية التي من شأنها أن تحكم بناء النص الحجاجي إحصاماً تاماً " (٤٠).

هذا ، وقد أسهمت بعض الوسائل اللغوية في توضيح التعبيرات الإشهارية ؛ حيث لجأت سارة إلي استعمال ثلاثة أنواع من الأفعال :

[١] فعل إنجازي [أقبلت - ضحكت - صكت] .

[٢] فعل قولي [فقالت] .

[٣] فعل أدائي [أتعجبين] .

فقد أدت هذه الأفعال وغيرها من الأساليب البلاغية دوراً وظيفياً مهماً في تحقيق التواصل الجيد ؛ إذ إن " هدف البيان حجاجي يتعلق بكيفية توظيف وجوه البيان من تشبيهه وكناية وغيرهما في سياق تخاطبي معين من أجل تحصيل المطلوب" (٤١).

ومن الشائق أن نشير هنا إلي نقطة غاية في الأهمية ، وهي فكرة الربط بين التعبيرين الإشهاريين : [وأنا عجوز] ، [وقالت عجوز عقيم] ؛ ليتضح لنا مدي التماسك النصي الذي تتميز به لغة النص الإشهاري، هذا التماسك الذي نتج من تشابه التعبيرين تشابهاً في الشكل والدلالة، وهو ما يعرف بـ[التوازي] (٤٢)؛ حيث تعكس وظيفة التوازي المزدوجة بين الإيقاع الموسيقي والدور الدلالي، وهما أمران لا غني للغة الخطاب الإشهاري عنهما الأمر الذي يترتب عليه تماسك لغة النص الإشهاري" (٤٣).



٤/٣/١ النموذج الرابع [امرأة العزيز / زليخا]

- يقول الله تعالى " وراودته التي هو في بيتها عن نفسه وغلقت الأبواب وقالت هيت لك قال معاذ الله إنه ربي أحسن مثواي إنه لا يفلح الظالمون . ولقد هممت به وهمّ بها لولا أن رأي برهان ربه كذلك لنصرف عنه السوء والفحشاء إنه من عبادنا المخلصين . واستبقا الباب وقدت قميصه من دبر وألفيا سيدها لدا الباب قالت ما جزاء من أراد بأهلك سوءاً إلا أن يسجن أو عذاب أليم . قال هي روادتني عن نفسي وشهد شاهد من أهلها إن كان قميصه قد من قبل فصدقت وهو من الكاذبين . وإن كان قميصه قد من دبر فكذبت وهو من الصادقين . فلما رأى قميصه قد من دبر قال إنه من كيدكن إن كيدكن عظيم . يوسف أعرض عن هذا واستغفري لذنبك إنك كنت من الخاطئين . وقال نسوة في المدينة امرأة العزيز ترواد فتاها عن نفسه قد شغفها حباً إنا لنراها في ضلال مبين . فلما سمعت بمكرهن أرسلت إليهن وأعدت لهن متكناً وآتت كل واحدة منهن سكيناً وقالت اخرج عليهن فلما رأينه أكبرنه وقطعن أيديهن وقلنا حاشا لله ما هذا بشراً إن هذا إلا ملك كريم . قالت فذلكن الذي لمتنني فيه ولقد راودته عن نفسه فاستعصم ولئن لم يفعل ما أمره به ليسجنن وليكونا من الصاغرين" (٤٤).

ويقول أيضاً " قال ما خطبكن إذ راودتن يوسف عن نفسه قلنا حاشا لله ما علمنا عليه من سوء قالت امرأة العزيز الآن حصص الحق أنا راودته عن نفسه وإنه لمن الصادقين " (٤٥).



فمن خلال هذا النموذج - علي الرغم من طوله - تتضح لنا تلك المشاهد التي عرضها القرآن الكريم ؛ إذ عرض خروج امرأة العزيز علي العرف والتقاليد السائدة ؛ حيث يبدأ هذا الخروج بمحاولتها إغراء سيدنا يوسف عليه السلام ؛ باستثمار كل ما لديها من إمكانات علي المستويين : الشخصي والاجتماعي ، والتفنن في استخدام ألوان الإغراء ؛ مثل التزين باللباس والعطور إلخ .

كذلك ينتقل القرآن في مشهد آخر مرتبط بالمشهد الأول ؛ حيث تنتقل امرأة العزيز من المرحلة الأولى [الإغراء والإغواء] إلي المرحلة الأخرى وهي مرحلة [المراودة الفعلية] ؛ إذ إنها وصلت إلي اللحظة الحرجة المتمثلة في رغبتها الجسدية مجسدة إياها [هيت لك] .

والحقيقة التي يجب أن نشير إليها في هذا الصدد أن المشهد الأول الذي عرضه القرآن قد يبدو مألوفاً ؛ فالمرأة من طبيعتها التزين والاهتمام بشؤون أنوثتها والحظوة بإعجاب الرجال ، فلا غرابة في ذلك ، لكن الغريب الذي يكاد يكون غير مألوف في المجتمعات الإنسانية فيتمثل في المشهد الثاني ، وهو مشهد المراودة من جانبها ؛ إذ من المعروف أن الرجل عادة ما يكون هو الطالب ، والمرأة هي المطلوبة .

وبعد هذا ينقلنا القرآن في مشهد ثالث تمثل في دهاء امرأة العزيز وكيدها عندما كشف أمرها ، فقامت باتهام الفتى الأمين وتسببت في سجنه ؛ لاستعصامه منها .



وإذا تتبنا الأقوال المحكية عن امرأة العزيز وجدناها أربعة مواضع لا غير ، ويمكن بيانها كالاتي :

م	الطرف الأول [المنتج / امرأة العزيز]	الطرف الآخر [المتلقي - مختلف]
[١]	" هيت لك "	يوسف عليه السلام
[٢]	"ما جزاء من أراد بأهلك سوءاً إلا أن يسجن"	الزوج
[٣]	" فذلكن الذي لمتني فيه "	النسوة
[٤]	" الآن حصص الحق "	الملك

واللافت للنظر أن هذه القلة النسبية في الأقوال المحكية عن امرأة العزيز تعكس إرادة النص القرآني في الستر عن المرأة وعدم ظهورها علي مسرح الأحداث كثيراً لا سيما في موقف مثل هذا الموقف .
كذلك يستلقت نظرنا كثرة الجمل الفعلية التي تساعد المرسل علي تنوع الأسلوب وتعينه علي استخدام أدواته الإقناعية ، وتعطيه سعة في الانطلاق داخل الزمن في حديثه عن الماضي والانتقال إلي الحاضر والمستقبل ؛ مثل: [راودته التي هو في بيتها - غلقت الأبواب - قالت هيت لك - همّت به وهمّ بها - قدّت قميصه - قالت ما جزاء من أراد بأهلك سوءاً إلا أن يسجن أو عذاب أليم] .

وتوالي التعبيرات الإشهارية في هذا النموذج القرآني ؛ حيث يطالعنا التعبير الإشهاري الأول [وقلن حاشا لله ما هذا بشراً إن هذا إلا ملك كريم] ، وقد تكفل ببيانه وشرحه باستفاضه الدكتور " عطية سليمان " (٤٦) . أما التعبير الإشهاري الآخر الذي نحن صدد تحليله وبيانه فيتمثل في قوله تعالى: " فذلكن الذي لمتني فيه ولقد روادته عن نفسه فاستعصم "



فهو الذي يدخل معنا في التحليل ؛ لأنه صادر عن امرأة العزيز ، وهو من النماذج النسوية المختارة .

والحقيقة أن التعبيرين الإشهاريين السابقين - علي اختلاف مصدرهما - مرتبطان ببعضهما ارتباطاً شديداً ؛ إذ إنهما يدوران في فلك واحد ؛ فالأول منهما أجاب عن تساؤل بين النسوة عن سبب إعجاب زوجة العزيز بيوسف ، فقد تكفلت بالإجابة عن السؤال ، ولم تكف بذلك ، بل راحت تمنعهم وتجعلهم يعطونها المبرر لفعالها بقولهم [ما هذا بشراً إن هذا إلا ملك كريم] ، وهي في ذلك تكون قد نجحت في إغرائهن مثلها ، وبذلك تكون قد حققت هدفها ؛ لأن " الإشهاري ينطلق من رغبتنا في أن نكون موضع إغراء ؛ أكثر من رغبته في إغرائنا " (٤٧) .

وليس هذا النجاح ببعيد عن حياتنا ، فالذي يشتري سلعة يريد أن يكون محط إعجاب وتقدير من الآخرين ؛ لذا يسارع في عرضها علي أصدقائه ، لدرجة أنه يريد أن يشاهدها القريب والبعيد ؛ ليفوز بالتقدير منهم لشراء هذه السلعة ، وينال استحسانهم جميعاً ، وهذا ما حدث في التعبير الإشهاري الذي نحن صدد تحليله ؛ حيث أرادت زليخا أن تكون موضع إعجاب النسوة بأن تتميز عليهن فيما تحب ؛ جعلتها تخطط وتمعن في التخطيط عند عرض سلعتها عليهن [يوسف عليه السلام] بصورة مبهرة ، جعلتهن يشهدن بالجمال الملائكي ، رغم أنها لم تنطق بكلمة قبل عرض بضاعتها عليهن ؛ بالاعتماد علي قوة جمال المعروض عليهن ، فاكتمت بعرض صورة المنتج دون الحاجة إلي الكلام عنه . ثم قالت عندما جاء وقت الكلام [فذلكن الذي لمتنني فيه] .



فهذا التعبير الإشهاري الصادر عن امرأة العزيز هو إعلان صريح منها عن غرضها من عرض بضاعتها [يوسف] ، فالغرض هنا ليس للبيع ، وإنما الهدف الرئيس من عرض البضاعة هو الوصول بالمشتري إلي مرحلة الإقناع بتميزها في اختيار تلك السلعة التي تمتلكها ؛ الأمر الذي ترتب عليه أن أصبح المشتري [زليخا] لا السلعة [يوسف] موضع إعجاب من الآخرين .

ويعد هذا التعبير الإشهاري نتيجة طبيعية لسابقه [وقلن حاشا لله ما هذا بشراً إن هذا إلا ملك كريم] ؛ إذ إنها أرادت أن تقول لهن : أنتن بنظرة واحدة فعلتن في أنفسكن ما فعلتن ، وحكمتن عليه بأنه ليس من البشر ، بل هو ملك كريم ؛ لفرط حسنه وجماله ؛ لذا ، فقد أسهم التعبير الإشهاري الأول في تثبيت وتدعيم التعبير الإشهاري الآخر، فمحور الحديث الرئيس هو [يوسف عليه السلام] ؛ فالمشار إليه معهن في المجلس ، يراهن ويرينه ، وكان مقتضي الظاهر أن تقول :

فهذا الذي لمتني فيه ، ولكنها عدلت عن ذلك ، وقالت [فذلكن الذي لمتني فيه] ؛ حيث استخدمت اسم الإشارة الموضوع للبعيد ؛ ليدل علي ارتفاع مكانة يوسف ، وعلي بعده علي أن يكون موطن أملها ؛ حيث تأبى عليها واستعصم ولم يطاوعها فيما دعته إليه .

وتستمر امرأة العزيز في تدعيم الإرسالية الإشهارية من خلال بعض العناصر اللغوية التي أسهمت بشكل كبير في توضيح إشهارها ؛ مثل [ولقد راودته عن نفسه فاستعصم] ؛ لتشير بذلك التركيب إلي الجانب الخلفي الذي تميز به يوسف عليه السلام ؛ فبعد أن أجمع النسوة علي جماله ، فقد أرادت أن تكشف لهم الجانب الخفي من شخصيته ، وهو جانب [حسن الخلق] ،



فهو لم يتميز بحسن الهيئة فقط ، بل جمع بين الحسنيين : الهيئة وحسن الخلق ، والدليل علي ذلك ، أنها بعد ما اتضح أمرها اعترفت قائلة : [الآن حصص الحق أنا راودته عن نفسه وإنه لمن الصادقين] ؛ حيث جاءت الجملة هنا دون توكيد ؛ لمجيئها في سياق الاعتراف بذنب يدعو للخجل أمام الملك ، ف جاء اعترافها مبطناً بالحياء ، فلم يكن من الأدب أن يأتي اعترافها هذا مؤكداً بذنب يستحي منه أمام الملك وحاشيته ، أما عند الحديث عن يوسف فقد لجأت إلي المؤكدات [وإنه لمن الصادقين] ؛ حيث جاءت بمؤكدتين :

[١] إنَّ

[٢] اللام ؛ زيادة في تأكيد براءة يوسف وصدقه .

كذلك جاء التركيب [أنا راودته عن نفسه فاستعصم] موازياً لجملة يوسف في تبرئة نفسه [هي راودتني عن نفسي] ، وكان الجملتين تتعاضدان معاً علي نفي الشك في يوسف بحصر المرادة في امرأة العزيز .

١ / ٣ / ٥ النموذج الخامس [ملكة سبأ]

- يقول الله تعالى : " قالت يا أيها الملأ إني ألقي إليّ كتاب كريم . إنه من سليمان وإنه بسم الله الرحمن الرحيم . ألا تعلوا علي وأتوني مسلمين . قالت يا أيها الملأ أفتوني في أمري ما كنت قاطعة أمراً حتي تشهدون . قالوا نحن أولوا قوة وأولوا بأس شديد والأمر إليك فانظري ماذا تأمرين . قالت إن الملوك إذا دخلوا قرية أفسدوها وجعلوا أعزة أهلها أذلة وكذلك يفعلون . وإني مرسله إليهم بهدية فناظرة بم يرجع المرسلون " (٤٨).

- و يقول الله تعالى : " قال نكروا لها عرشها ننظر أتهتدي أم تكون من الذين لا يهتدون . فلما جاءت قيل أهكذا عرشك قالت كأنه هو وأوتينا



العلم من قبلها وكنا مسلمين . وصدها ما كانت تعبد من دون الله إنها كانت من قوم كافرين . قيل لها ادخلي الصرح فلما دخلته حسبته لجة وكشفت عن ساقها قال إنه صرح ممرد من قوارير قالت ربّ إنني ظلمت نفسي وأسلمت مع سليمان لله رب العالمين " (٤٩).

من خلال الآيات الكريمة السابقة يمكننا أن نقول : إنها تناولت حوارين

أساسيين :

[١] حوار ملكة سبأ مع قومها .

[٢] حوار ملكة سبأ مع سليمان عليه السلام .

والحقيقة أن هذين الحوارين قد شكلا نموذجاً رائعة للمرأة الذكية ؛ إذ إنها تمثل نموذجاً سياسياً بامتياز ؛ لأنها طبقت الديمقراطية في أبهى صورها ؛ حيث إنها غير مستبدة برأيها ، ولا تأخذ قراراً دون مشورة رجال دولتها ؛ وذلك لأن السلطة قائمة علي المشاركة لا الانفراد بالحكم ، وبذلك تكون قد ضربت المثل الأعلى في الشوري .

وقد أدت الآثار الدينية والنفسية والسياسية دوراً مهماً في بيان التعبيرات الإشهارية التي تضمنتها الآيات الكريمة ، فأما عن الآثار الدينية فسليمان عليه السلام نبي مرسل من الله عزوجل ورسالته واضحة ، وهي الدعوة إلي التوحيد وعبادة الله وحده ، فهدفه الرئيس هدف ديني في المقام الأول ، وهو الدعوة إلي الإسلام ؛ لأنه الدين الجامع المانع " إن الدين عند الله الإسلام " (٥٠).

وأما عن الآثار النفسية ، فقد كشفت الآيات الكريمة النتائج المترتبة علي الغزو ، الأمر الذي جعل ملكة سبأ تدعو رجالها إلي الحذر والتريث وعدم الاندفاع وعدم الأخذ برأي الحرب ؛ يقيناً منها بأن الحرب ستكون



وبالآ عليهم ، مما جعلها تفضل أسلوب الحوار والميل إلى عدم الاسياق وراء فكرة الحرب .

وأما عن الآثار السياسية؛ فالمتمأمل في الآيات الكريمة يتضح له تلك الخصيصة المهمة التي تميز بها النموذج القرآني، وهي أن الخطاب ليس خطاباً وجدانياً بل عقلياً بالدرجة الأولى ؛ إذ إنه يكشف لنا عن نموذج فريد لامرأة ذات طابع خاص ؛ تستشير قومها في كل صغيرة وكبيرة في أمور الحكم ، وهذا لا يقلل من شأنها ، بل يدل علي الكفاءة السياسية والعقلية الذكية التي تتمتع بها .

وتتوالي التعبيرات الإشهارية في الآيات القرآنية ؛ حيث يطالعنا التعبير الإشهاري الأول [قالت يا أيها الملأ أفنوني في أمري ما كنت قاطعة أمراً حتي تشهدون] ، فملكة سبأ بعد أن ألقى إليها الكتاب الذي أرسله سليمان عليه السلام لها ؛ لعبادة الله وحده ، وترك عبادة الأوثان ، أرادت أن تستشير رجالها في هذا الأمر الجلل ؛ فاستعملت هنا التعبير الإشهاري ؛ رغبة منها في مشاركتهم في أمور الحكم ؛ إذ إنها غير مستبدة بالحكم ، ولا تأخذ قراراً دون مشورة رجال دولتها ، فهذا دأبها وعادتها معهم ، فكانت حكيمة مستشيرة في كل أمورها ، ويعضد ذلك قولها [ما كنت قاطعة أمراً حتي تشهدون] .

واللافت للنظر أن التعبير الإشهاري الذي نحن صدد تحليله ، لا يمكننا أن نحلله دون ربطه بالسياق العام للآيات القرآنية ؛ لذا ، فقد أسهمت بعض العناصر اللغوية في الكشف عن هذا التعبير الإشهاري ؛ فهي أولاً لجأت إلي الخبر الطلبي في قوله تعالى [إني ألقى إليّ كتاب كريم] ؛ للتأكيد علي أهمية هذا الكتاب ، واستحقاقه النظر .



ثانياً : لجأت إلي الجملة الإنشائية [الأمر] ؛ كدليل علي حمتها
ورجاحة عقلها في الأخذ بالرأي ، وعدم انفرادها بالحكم [أفتوني] .

ثالثاً : لجأت إلي الأفعال الإنجازية والأدائية ؛ فالأولي منهما [ألقى
إليّ كتاب كريم] فالفعل هنا منجز في الزمن والحدوث ؛ فالكتاب ألقى إليها
وهي لا تعلم حامله . وأما الأخرى فتتمثل في الأفعال الآتية :

- النداء [يا أيها الملاء] ؛ للتعظيم .

- الأمر [أفتوني] .

رابعاً : ابتعدت عن توظيف الفعل المضارع [أقطع] ووظفت اسم
الفاعل بدلاً منه [قاطعة] ؛ لما تحمله صيغة اسم الفاعل من الدلالة علي
ثبوت الصفة ؛ إذ إنها أرادت تأكيد صفة الشوري في حكمها .

خامساً : غلب علي موسيقي خطاب ملكة سبأ مع قومها توظيف بعض

الأصوات وهي كالاتي :

م	الصوت	عدد وروده
[١]	الهمزة	٢٠
[٢]	التاء	١٤
[٣]	الهاء	٧
[٤]	السين	٦
[٥]	الكاف	٥

ونلاحظ توظيف الأصوات المرفقة وتوظيف الأصوات التي تحمل هاتين

الصفتين [الهمس + الترفيق] يتناسب وشخصية المرأة - حتي إن كانت
في مركز السلطة والحكم - فهي تتعامل مع الأمور بهدوء وذكاء .



والحق أن هذا التعبير الإشهاري تميز بالجمع في مكوناته البنيوية بين مكونات لغوية وصوتية وتصورية ؛ إذ إن كل مكون من هذه المكونات يسهم بدور كبير في بناء الخطاب الإشهاري ، فهو يستعين بهم جميعاً في بناء وصلته أو إرساليته الإشهارية .

وبناءً عليه ، فقد اتبعت ملكة سبأ في إشهارها منطقاً معيناً في تسلسل عرضها من [مقدمة + عرض + خاتمة] في بناء متماسك ، ومن ثم ، فهو إشهار يقوم علي بنية حجاجية دقيقة ، وأسلوب إقناعي ببينة منطقية واضحة ؛ فقد جاءت الملفوظات مترابطة ترابطاً شديداً ، ويمكن توضيح ذلك بالشكل الآتي :

ج ١ [ألقي إليّ كتاب كريم] ← لذلك [أفنوني في أمري] → ج ٢ [ما كنت قاطعة أمراً حتي تشهدون] .

ولذلك ، فقد اتسم حوار ملكة سبأ مع قومها بأنه حوار تلمحي ؛ حيث استعمل كل من طرفي الحدث الكلامي أسلوب التلميح ؛ معتمداً علي الكفاءة التواصلية للطرف الآخر في فهم المراد ، ويبدو لنا أن جواب قومها [نحن أولوا قوة وأولوا بأس شديد] يعد خرقاً لقاعدة المناسبة ؛ لأن طلب الرأي لا يستلزم جواباً بالإخبار عن قوتهم ، ولكن السياق التداولي هو من سيفصح مما يستلزمه حوارياً هذا الملفوظ من معني حجاجي ، ولذا ، سيكون الملفوظ ذا قوتين مزدوجتين ؛ الأولى منهما هي تحقيق المضمون القضوي للقول ، وهو أنهم يتمتعون بالقوة الذاتية ، والأخري هي المستلزمة حوارياً من السياق ؛ أي :

ق (١) نحن نجمع بين قوة العدد والعدة

[ج] نحن أولوا قوة وأولوا بأس شديد:

ق (٢) إنجاز إغراء بمحاربة سليمان

وبناءً عليه ، يتضح أن قومها كانوا يرجحون الحرب بحجاجهم السابق، فحين أدمجت دلالة هذا الملفوظ التقريرية في سياقه التداولي أنبأت عما يقصده المتكلم من تلميحه ، الأمر الذي يؤيد الوظيفة الحجاجية للغة .
وبعد أن ألمح قومها إلي مرادهم ، أرفوه بقولهم [والأمر إليك] ؛ إشارة منهم إلي أنها ليست ملزمة بتنفيذ ما اقترحوه ، وعندما أدركت ملكة سبأ مقصدهم الكامن في حجاجهم ، أجابتهم بحجاج التلميح أيضاً ؛ حتي لا يشعر قومها استبدادها بالرأي [إن الملوك إذ دخلوا قرية أفسدوها وجعلوا أعزة أهلها أذلة] وهذا هو التعبير الإشهاري الثاني الذي سنحلله ؛ إذ إنها أعطت المخاطب حججاً ، وتركت له مهمة استخلاص المعنى الحجاجي المضمرة فيها ، ويمكننا توضيح ذلك بالشكل الآتي :

[ج ١] أفسدوها .

[ج ٢] [وجعلوا أعزة أهلها أذلة] معنى مضمرة [لا نحارب سليمان] .
وقد كانت الوظيفة الحجاجية [ج ١ + ج ٢] تحفيزاً للمخاطب والتأثير فيه لتقبل النتيجة المضمرة [لا نحارب سليمان] ؛ لأن هذه الحجج المسوقة تعد تعليلاً لعدم رغبة ملكة سبأ في القتال ، وعند ذلك تقترح حجة بديلة ، وهي إرسال هدية لسليمان عليه السلام ؛ لتكشف صحة نبوته ، فهي بذلك أرادت أن تصرفهم عن قتال سليمان عن طريق الحجج ، ولذلك فقد " استعمل الإشهار آلية الحجاج للتأثير في المتلقين واستمالتهم والتأثير فيهم ، والغاية من الحجاج ليست الإفهام فحسب ، بل إن هدفه يمتد ليشمل التأثير في المتلقين من أجل توجيه مواقفهم في وجهة محددة من خلال الإقناع بأمر ما مما يغير قناعاته تجاه سلوك أو موقف محدد " (٥١).



واللافت للنظر أن ملكة سبأ في هذا التعبير الإشعاري قد لجأت إلي الترهيب ؛ باعتباره أحد أساليب الإشهار المهمة ؛ حيث يقوم علي إثارة دافعية المتلقي من خلال تفعيل الخوف لديه ؛ ليميل إلي الجانب الذي يحقق له حفظ النفس من المخاطر والرهبة " طول الخوف واستمراره ومن ثم قيل للراهب راهب ؛ لأنه يديم الخوف " (٥٢).

وبناءً عليه ، فقد أرادت من وراء هذا الترهيب إثارة الشعور بالخوف لدي المتلقي [قومها] وإثارة انفعالاتهم إزاء موقفهم ، ومن ثم تحويل قناعاتهم لقناعات جديدة ، تتناسب مع ما يريده المشهر [ملكة سبأ] فـ " ما هو أساسي في الإشهار هو حجم الطاقة الانفعالية المودعة في الوصلة . فهو وحده الذي يحدد أدوات الإقناع ويحدد سبل التسلسل إلي أكثر المناطق هشاشة داخل ذات المستهلك " (٥٣).

ولذلك ، فقد لجأت ملكة سبأ إلي أسلوب المقابلة ؛ لتحقيق من خلاله غايات نفسية محددة [إن الملوك إذا دخلوا قرية أفسدوها وجعلوا أعزة أهلها أذلة] ، فهي بررت إرسال الهدية بالمقابلة بين حالين : حال العزة في الوقت الراهن ، وحال الذلة في المستقبل - إن هم قرروا رفض طلب سليمان عليه السلام - وهذا يدل علي معرفتها بعظم ملك سليمان عليه السلام ، وحرصها الشديد علي قومها ، فلجأت إلي سياق المقابلة ؛ لتأكيد وجهة نظرها في أن الملوك إذا دخلوا قرية أفسدوها ، وأذلوا أعزة أهلها بالقتل والنهب والأسر... إلخ .

وبذلك يتضح لنا الدور المهم الذي تقوم به عملية المقابلة في التعبيرات الإشهارية ؛ حيث يعتمد عليها المشهر في تسويق سلعته؛ إذ إن



عملية المقارنة تثير فضول المتلقي لمعرفة الفرق بينهما من خلال عمليات عقلية يقيّمها المتلقي بينه وبين نفسه؛ للافتناع بالمنتج [رأي ملكة سبأ]. ويأتي التعبير الإشهاري الأخير في هذا النموذج [قالت ربّ إني ظلمت نفسي وأسلمت مع سليمان لله رب العالمين] ؛ إذ إن السياق لا يحتمل الإنكار، بل أكدت ما يحتمل الشك ؛ لتقطع الشك عنه ،ويعد هذا التعبير الإشهاري جواباً عن قول سليمان عليه السلام [إنه صرح ممرد من قوارير]. ولقد تميز التعبير الإشهاري الذي نحن صدد تحليله بمجموعة من الخصائص اللغوية ؛ منها :

[١] الجمل قصيرة : إني ظلمت نفسي - أسلمت مع سليمان - لله رب

العالمين .

[٢] متوالية من الجمل القصيرة ؛ لاحظ هذا التتابع والتوالي من الجمل

القصيرة : إني ظلمت نفسي - أسلمت مع سليمان - لله رب العالمين .

[٣] تنوع الجمل بالنص بين :

[أ] جمل ندائية [قالت ربّ] .

[ب] جمل تقريرية [إني ظلمت نفسي - أسلمت مع سليمان] .

[٤] الاختصار والإيجاز؛ فالجمل قصيرة، والغرض منها تحقق، متمثلاً

في وضوح العبارة، فهي محددة الغرض والهدف [الإيمان بالله الواحد] .

وقد أسهمت بعض العناصر اللغوية بشكل كبير في توضيح هذا التعبير

الإشهاري ؛ منها :

[١] حذف أداة النداء [قالت ربّ] ؛ فالمراد يا رب .



[٢] التعبير المؤكد [إني ظلمت نفسي] ؛ أي أنها ظلمت نفسها من ناحيتين : الكفر أولاً ، واتهام سليمان عليه السلام بأنه يريد أن يغرقها في الصرح ثانياً .

[٣] [أسلمت مع سليمان] ؛ فاختيار [مع] هنا له دلالة ؛ إذ إنها تحدثت بكبرياء الملوك ، فهي ملكة مثلها مثل سليمان عليه السلام ، فأرادت أن تقول أنا وسليمان عبدان لله رب العالمين .

[٤] [لله رب العالمين] ؛ حيث اختارت صفة [رب العالمين] دون سواها ؛ حتي لا تشرك غيره معه، فاختارت الصفة التي تتناسب مع الموقف؛ إذ إنه لا رب سواه لهذا الكون . وبناءً عليه ، فالصفة الثانية [رب العالمين] مرتبطة ارتباطاً كلياً بالصفة الأولى؛ فلا نعزم أحداً اسمه الله سواه؛ لأنه رب العالمين، سبحانه وتعالى علي من سواه ، فله المجد والكبرياء .

١ / ٣ / ٦ النموذج السادس [بنتا الرجل الصالح]

- يقول الله تعالى : " ولما ورد ماء مدين وجد عليه أمة من الناس يسقون ووجد من دونهم امرأتين تذودان قال ما خطبكما قالتا لا نسقي حتي يصدر الرعاء وأبونا شيخ كبير . فسقي لهما ثم تولى إلي الظل فقال ربّ إني لما أنزلت إليّ من خير فقير . فجاءته إحداهما تمشي علي استحياء قالت إن أبي يدعوك ليجزيك أجر ما سقيت لنا فلما جاءه وقص عليه القصص قال لا تخف نجوت من القوم الظالمين . قالت إحداهما يا أبت استجئره إن خير من استأجرت القوي الأمين " (٥٤).

يعد هذا النموذج مثلاً للطهر والعفة علي عكس ما رأيناه من سلوك امرأة العزيز مع يوسف عليه السلام ، فابنتا الرجل الصالح هنا يجسدان



معني الحياء والعفة بكل ما تحمله الكلمتان من معان ؛ فمن دلائل عفتها ما يأتي :

[١] عدم فتحهما الحوار مع موسى عليه السلام ؛ لأنه أجنبي عنهما؛ حيث جمعنا في كلامهما الجواب علي جميع الأسئلة المحتملة بجملة واحدة مختصرة [لا نسقي حتي يصدر الرعاء وأبونا شيخ كبير] .

[٢] تقديمهما النفي في كلامهما [لا نسقي] ولم تقدما الإثبات [سنسقي بعد قليل] مثلاً ؛ لئلا يفتحا الحوار مع أجنبي .

[٣] أنهما جعلتا غاية وقوفهما وعدم اختلاطهما بالرجال صدور الرعاء ؛ أي انصرفهم ، وليس أن تقل الزحمة فحسب أو يقل الرعاء .

[٤] من عفة الفتاة التي أتت موسى عليه السلام أنها اختصرت الكلام معه مرة ثانية ؛ إذ إنها توقعت الأسئلة المحتملة التي من الممكن أن موسى عليه السلام سيسألها ، فأعدت الجواب مباشرة ؛ حتي لا يفتح الحوار للمرة الثانية ، فشئ بدهي أن موسى عليه السلام سيسأل ويفتح الحوار خصوصاً بعد رجوعها مرة أخرى ؛ مثل : ما الذي أتى بك ؟ ومن أرسلك ؟ وماذا يريد ؟ فأعدت جواباً يمنع طرح هذه الأسئلة تماماً فقالت [إن أبي يدعوك ليجزيك أجر ما سقيت لنا] .

[٥] أنها عندما جاءته لم تنسب لنفسها كلاماً ؛ حتي لا تكون محل ريبة ، بل نسبت كل شئ إلي أبيها [إن أبي يدعوك ليجزيك أجر ما سقيت لنا] ، فالدعوة والجزاء من الأب لا غير ؛ حيث أسندت الدعوة إلي أبيها تأدباً واحتراساً ؛ حتي لا تكون محل ريبة ، قال الألوسي [وأسندت الدعوة إلي أبيها وعلتها بالجزاء ؛ لئلا يوهم كلامها ريبة ، وفيه من الدلالة علي كمال العقل والحياء والعفة ما لا يخفي] [(٥٥)] .



ويطالعنا التعبير الإشهاري في هذا النموذج القرآني [قالت إحداهما يا أبت استنجره إن خير من استأجرت القوي الأمين] ؛ حيث يظهر ذكاء الفتاة في اختيارها لفعل الأمر [استنجره] ؛ إذ إن الفعل الكلامي له قوة إنجازية تدفع إلي شراء السلعة [موسي عليه السلام] ، فالفعل الإنجازي [استنجره] هو إشهار عن موسي كعامل رعي ، كما يستلقت نظرنا ذكاء هذه الفتاة ؛ حيث إنها في تعبيرها الإشهاري الذي نحن صدد تحليله قد ساقته الحكمة عامة فقالت [من استأجرت] الذي يصلح علي كل من يتمتع بهذا الوصف ، ولم تخص بها موسي عليه السلام تأديباً وحياءً ، وقد تأكد ذلك في مشيتها وحوارها معه .

ومن اللافت للنظر أن التعبيرات الإشهارية تتميز بخصيصة مهمة وهي الوضوح ؛ حيث يظهر هذا جلياً في بناء الجمل ؛ إذ إننا نلاحظ تجنب الجمل الطويلة ، مخافة الوقوع في الغموض الذي قد تحدثه التراكيب الممتدة ، فليس في " الخطاب الإشهاري جمل اعتراضية وتفسيرية كثيرة ، ومن هنا كانت العبارة الإشهارية خالية من الغريب اللفظي ، والكلام الحواشي ، حتي النصوص الإشهارية الطويلة نسبياً " (٥٦).

وإذا ما طبقتنا ما ذكر ، فسنجد أن هذا التعبير الإشهاري الذي نحن صدد تحليله [يا أبت استنجره] قد انطبق عليه كل ما ذكر ؛ حيث أوجزت ابنة الرجل الصالح إشهارها في جملتين :

إحداهما طلبية [استنجره] .

الأخري جملة خبرية مؤكدة بـ " إن " [إن خير من استنجرت القوي الأمين] .

ورغم هذا الإيجاز ، فقد حقق هذا التعبير الإشهاري المطلوب منه من حيث :

[١] تحديد السلعة [موسى عليه السلام] .

[٢] مؤهلاتها [القوة + الأمانة] .

ناهيك عن المعاني النفسية باعتبارها عناصر إيقاعية مهمة غير صريحة نصاً ، ولكن تفهم من النص ؛ مثل :

[١] التودد إلي المتلقي ؛ لإظهار الإخلاص في النصيحة [يا أبتِ] .

[٢] التلميح بالصفات الجيدة في هذا النوع من السلع [صفات

الراعي المثالية] التي تتمثل في [القوة + الأمانة] دون القول الصريح

بأنها صفات السلعة المعروضة [موسى عليه السلام] .

والملاحظ أن ابنة الرجل الصالح قد لجأت في تعبيرها الإشهاري إلي

أسلوب الترغيب ؛ باعتباره أسلوباً مهماً من أساليب الإشهار المهمة في

النص القرآني وركيزة مهمة من ركائز التأثير في النفس الإنسانية ؛ حيث

لجأت إليه ؛ لترغيب أبيها في شراء السلعة [موسى عليه السلام] ؛ لما

وجدته يجمع بين صفتين مهمتين تؤهلانه لشغل الوظيفة [راعي] وهما :

[القوة + الأمانة] ، ولذلك يعد " الترغيب وسيلة ترويج ذات أثر كبير في

تغيير المعتقد أو الموقف أو السلوك ، وذلك من خلال التأكيد الكبير في

المعتقدات والأحاسيس والسلوكيات " (٥٧).

فضلاً عن ذلك أنه " عملية توصيلية تقوم علي استراتيجية إبلاغية

تقوم علي الإقناع " (٥٨).

وبناءً عليه ، يمكننا أن نقول : إن العلاقة بين الترغيب والإقناع علاقة

طردية ؛ لأنه كلما زاد الترغيب زادت القناعة في الفكرة المطروحة ومن ثم



السير في الطريق الذي يريده المشهر ، فابنة الرجل الصالح هنا تريد أن ترغب أباهما في السلعة [موسى عليه السلام] ، فلم تكثف بتوددها إلي أبيها في طلب السلعة [يا أبت استنجره] ، بل لجأت إلي الزيادة في إقناعه عن طريق :

[١] الجملة المؤكدة [إن خير من استأجرت] .

[٢] تذييل الجملة المؤكدة بالصفتين اللتين تؤهلان صاحب الوظيفة لشغلها ، وهما : [القوة + الأمانة] .

فهي لم تلجأ إلي الإقناع فقط بل لجأت إلي الإغواء والإغراء في إشهارها ؛ حيث " لم تكن وسيلة البيع وترويج السلعة دائماً الإقناع ، بل إن الإغراء والإغواء كانتا وسيلة مصممي الوصلات الإشهارية لاستدراج المتلقي إلي عوالم الاستيهام لا مجرد مدح لخصائص المنتج ، فالغاية من الإشهار الاستفراد بالمستهلك وتوجيه رغباته وتحديد حاجاته ، وتنوعها واستبدالها بأخري ضمن دورة استهلاكية لا يمكن أن تتوقف عند حد بعينه " (٥٩) .

١ / ٣ / ٧ النموذج السابع [امرأة فرعون]

- يقول الله تعالى " وقالت امرأة فرعون قررة عين لي ولك لا تقتلوه عسي أن ينفعنا أو نتخذه ولداً وهم لا يشعرون " (٦٠) .

ينضح من هذا النموذج القرآني مدي الذكاء الذي تمتعت به امرأة فرعون ؛ حيث بدأت كلامها بما يمكن وصفه بالمحفز العاطفي لفرعون [قررة عين لي ولك] في جملة ذات صبغة الثبوت وهي الجملة الاسمية ، ثم تنتقل من هذه الجملة المحفزة عاطفياً إلي جملة الطلب المستخدم فيها النهي



المباشر [لا تقتلوه] المتلو بالرجاء الذي ورد وكأنه جواباً للنهي عن قتله
[عسي أن ينفعا أو نتخذه ولداً] .

والحقيقة التي يجب ذكرها في هذا الصدد - قبل تحليل هذا التعبير
الإشهاري - أنه يجب تحليل كل مكوناته [الصوتية والدلالية والبلاغية
والتصورية] ؛ لأن نجاح الإشهار والإقناع به لا ينسب إلي جانب واحد ،
ولا إلي أداة واحدة ، بل كل هذه الأشياء مجتمعة ؛ إذ إنه يستخدم اللغة
والموسيقى واللون والإيقاع والصورة ؛ لمداعبة خيال المتلقي وإقناعه .

ولعل كل هذه العناصر مجتمعة تكون قد تحققت في إشهار امرأة
فرعون ؛ حيث إنها أشهرت عن سلعة طفل رضيع قد يصبح ابناً [موسي
عليه السلام] ؛ حيث بدأت تعبيرها الإشهاري بأسلوب الاستمالة والترغيب ؛
لأنها خاطبت فرعون أمام جنوده ، فقد استأذنته ، وحاولت أن تضمه إلي
صفها قبل نهياها [لا تقتلوه] ، وقد أسرع إلي منعهم قبل أن تقدم حبتها
في استبقائه [عسي أن ينفعا أو نتخذه ولداً] مبررة النهي عن قتله بسببين :

[١] الانتفاع به خادماً .

[٢] اتخاذه ولداً .

والسببان جديران بأن يجعل فرعون يغير رأيه خاصة أنه لم يكن له
ولد .

وبناءً عليه ، يستلقت نظرنا اعتماد المشهر [امرأة فرعون] في
إقناعها علي عنصرين مهمين : [النفع - التبني] ، فبطحها هذين
العنصرين تكون قد أدت دوراً مهماً في الكشف عن هذا التعبير الإشهاري ؛
لأنها زوجته ، وتعلم شخصيته جيداً ، فهو في الحالتين غير خاسر ، ولذلك "
كان الإشهار في جزء كبير منه يخاطب المناطق التي تستوطنها الاستيهامات

وتقتضي استنفاراً للطاقات الانفعالية الكامنة بذات المستهلك بتحييد العقل أو تعطيله " (٦١).

ومن الأهمية بمكان أن نشير إلى أهم العناصر اللغوية التي أسهمت في بيان هذا التعبير الإشهاري ؛ حيث بدأت بالجملة الاسمية [قرة عين لي ولك] قدمت نفسها ؛ لفرط المحبة التي ألقاها الله عزوجل في قلبها له ، ولحرصها الشديد عليه .

واللافت للنظر أن امرأة فرعون قد لجأت إلى استعمال صيغة النهي الخارج إلى غرض التوسل أو الالتماس [لا تقتلوه] ، وهذا الاستعمال " يكشف طبيعة الأدوار الاجتماعية التي يمارسها الرجل في تلك الحقبة فالرجل يعمد إلى صيغة الأمر ، أما المرأة فتتوسل بصيغة النهي " (٦٢).

وقوله تعالى [عسي أن ينفعنا] ؛ حيث يشير هذا التركيب إلى أن فرعون علي الرغم من امتلاكه خزائن مصر إلا أنه يفتقر إلى الولد الذي حرم منه ، والملاحظ هنا أنها قدمت المنفعة علي اتخاذه ولداً ؛ لاحتمالية رفض فرعون الخيار الآخر [التبني] .

والملاحظ علي هذا التعبير الإشهاري أنه استخدم وسائل نفسية لإقناع المستهلك بالسلعة ، وذلك بإثارة الطاقة الداخلية التي تخفي داخله ، وتحمل حجماً كبيراً من الانفعال الذي يتسلل إلى لاشعوره فيقنعه ، ويجعله يستجيب لما يطلب منه ويقبل مسرعاً علي تلك السلعة . فالسلعة التي لدينا [موسي عليه السلام] والمشتري هو [فرعون] ، وامرأته قامت بالتأثير النفسي عليه لإتمام الصفقة ؛ يقيناً منها بأن [موسي عليه السلام] سيكون خير نفع لهم .

ولقد دل هذا التعبير الإشهاري علي ذكاء امرأة فرعون من نواح عدة:-



[١] قولها [عسي أن ينفعا] حيث دل هذا القول علي فطنتها ؛ إذ إنها كانت مستشرفة للمستقبل ، فبالفعل نفع موسى عليه السلام بني إسرائيل ومن آمن به من أهل مصر ، وهذا إن دلّ علي شيء ، فإنما يدل علي صدق المشهر [امرأة فرعون] وفراسته .

[٢] أنها عدلت عن استخدام لفظ [ابناً] فقالت [أو نتخذه ولداً] خوفاً من غضب فرعون ؛ لأنه لا ينجب ، فجاءت بهذا الاستعمال مراعاة لشعوره .

[٣] استعمالها المميز لصوت [النون] ، فهي في موقف الطلب الذي يتناسب معه هذا الصوت ؛ لما فيه من خصائص يتميز بها ؛ إذ إن مخرجه من طرف اللسان مع محاذاة لثة الثنايا العليا ، وفيه من صفات الضعف : الرخاوة والاستفال والانفتاح والإصمات . ومن هنا نجد المناسبة واضحة ، فالمرأة بطبيعتها ضعيفة ، والموقف كله ضعف ؛ حيث إنها تريد أن تبقي علي [موسى عليه السلام] دون أن يمسه أذي ، فاستعملت هذا الصوت الذي يتناسب مع حالتها من الضعف والطلب من فرعون بإبقاء [موسى عليه السلام] وعدم قتله .

١ / ٣ / ٨ النموذج الثامن [أخت موسى]

- يقول الله تعالى " وحرمنا عليه المراضع من قبل فقالت هل أدلكم علي أهل بيت يكفلونه لكم وهم له ناصحون " (٦٣).

يعالج هذا الخطاب القرآني نموذجاً آخر من التعبيرات الإشهارية النسوية في الخطاب القرآني ، وهو نموذج [أخت موسى] ، ولا شك أن هذا النموذج مرتبط بسابقه ؛ فموضوع الإشهار فيهما واحد [موسى عليه السلام] ، وقد جعلتهما تلو بعضهما ؛ لما لعبه هذا الثنائي النسوي [امرأة

فرعون - أخت موسى] من دور مهم في حفظ النبي [موسي عليه السلام]؛
حتى أدي رسالته علي أكمل وجه.

والحقيقة أن [أخت موسى] ؛ تمثل نموذجاً فريداً للابنة البارة
والأخت الحنون التي تسهم بدور مهم في سعادة أسرتها ؛ حيث كانت لأمها
العين البصيرة وصاحبة البصر الثاقب التي لم تغفل عن أخيها لحظة واحدة
حينما التقطه آل فرعون وكانت ذكية مؤمنة ، فبايمانها استطاعت أن تصمد
أمام فرعون وحاشيته ، وبذكائها أيضاً استطاعت أن ترجع الوليد إلي أمه
مرة أخرى بأن أخبرتهم أنها علي علم بمكان مرضعة لوليدهم وقد ظلت أخت
موسي تتبع أثر أخيها الساعات الطوال ، فالتزمت جانب الحكمة ، وأخذت
بالأسباب ، وانطلقت تتبع أثر أخيها الوليد ؛ لتراقبه عن بعد بحيث اتخذت
لها جانباً من جوانب القصر بعيداً عن أعين فرعون وجنوده . فبصرت به
وعرفت أن امرأة فرعون جاءت بمرضعات كثيرات ، فحرمهن الله عليه ،
فلم يتناول ثدي واحدة منهم ... وهنا بذكائها تدخلت في الوقت المناسب
حيث نصحتهم قائلة : هل أدلكم علي أهل بيت يحسنون كفالتة ويكرمون
مثواه ، ويقومون بشأنه كله خير قيام ، فقبلوا منها هذا النصح بعد أن
استوثقوا من صدقها ، فدلتهم علي أمه ، فأرسلوا إليها وهم لا يشعرون بأن
أمه التي أنجبته هي نفسها التي ستتولي رضاعته .

ففي هذا التعبير الإشهاري قامت [أخت موسى] بالإشهار عن [وظيفة
مرضعة لموسي عليه السلام] عن طريق استعمال : هل + الفعل الإنجازي
الطلبى [أدل] .

واللافت للنظر في هذا التعبير الإشهاري أن [أخت موسى] قد لجأت
إلي عدة تقنيات إقناعية عالية أسهمت بوضوح في كشفه ؛ مثل :



- [١] العنصر الإنساني ، الذي تمثل في تقديم النصيحة دون مقابل .
- [٢] الحوار التداولي ؛ حيث بدأت بالسؤال وتوجيه الخطاب لـ
[فرعون وجنوده] ؛ لتشعرهم بأهميته .
- [٣] تضيق دائرة السؤال ؛ باستعمال المخصص [هل] ؛ لتكون
الإجابة بـ [نعم] أو [لا] .
- [٤] التنوع في التركيب الذي يجمع بين الجملة الفعلية والاسمية
[يكفلونه لكم وهم له ناصحون] .
- [٥] التماهي والاستيهام بإثارة رغبة لدي فرعون وجنوده [الكفالة
وتقديم النصح] .
- [٦] التعبير بالجملة الاسمية [وهم له ناصحون] ؛ للدلالة علي
الثبوت .
- [٧] الترغيب في السلعة [أم موسي] ، وذلك عن طريق ذكر المهام
المتعددة التي ستقوم بها حال موافقتهم .
- فكل هذه التقنيات الإقناعية توضح مدي نجاعة أخت موسي في صناعة
إشهارها [وظيفة المرضعة] لـ [موسي عليه السلام] ، وإقناع فرعون
وجنوده ، وهو السبيل الذي يسلكه أغلب المشهرين اليوم .
- والجدير بالذكر في هذا التعبير الإشهاري أن [أخت موسي] كانت من
عامة الناس ، ولا وجود لأي نوع من الحظوة ؛ فلم تكون زوجة أو بنتاً
لفرعون ، ومع ذلك فقد نفذ خطابها ، وتمكنت بذكائها من الفوز بمطلوبها ،
وهذا يؤكد علي أن الحظوة عامل مساعد في تحقيق مراد المرأة ، وليست
هي العامل الأساس في تحقيق المراد .



وأخيراً ... بقي أن نشير إلي دور الصوت في كشف هذا التعبير الإشعاري وتوضيحه ؛ فمن الواضح أن [أخت موسي] قد لجأت إلي استعمال صوت [اللام] بصورة لافتة للنظر ؛ حيث ورد سبع مرات [هل / أدلكم / علي / أهل / يكفلونه / لكم / له] ومن المعروف أن صوت [اللام] من الأصوات اللينة والمرنة ، وقد أشار ابن جني [٣٩٢هـ] إلي ليونة اللام ، وإشعارها بالقرب والالتصاق في حديثه عن تقليب [س . م . ل] ؛ حيث قال : " والمعني الجامع والمشتمل عليها الإصحاب والملاينة " (٦٤).

ولعل اللام بدلالاتها السابقة تشعر هنا بخوفها الشديد علي [موسي عليه السلام] ومحاولتها القرب منه ودليل ذلك قوله تعالي : " فبصرت به عن جنب " (٦٥) ، كما أن هذا يبرهن علي رغبتها في تقديم كل ما يمكن النفع له ، فضلاً عن أنها تريد استدرار عطفهم ، وما في اللام من لصوق اللسان ثم انفلاته قد يصور الحالة التي تعيشها أخته من الشفقة عليه ومحاوله القرب منه ، وبذلها ما تستطيع لإقناعهم بذلك ، فهي تعيش حالة منازعة : القرب الحسي والشعوري الذي تعيشه في الحقيقة ، ومحاوله عدم إظهارها ذلك أمام فرعون وجنوده ، فالحالة هي الحالة الحقيقية لها حسياً وشعورياً ، ومن ثم ، كان اختيار صوت اللام اختياراً موفقاً ؛ لأنه هو الصوت الأقدر علي تصوير هذه الحالة .



نتائج البحث

في نهاية هذا البحث ، الذي تناول موضوع [التعبيرات الإشهارية في القرآن الكريم ... الخطاب النسوي نموذجاً] ، وقد أثمرت الدراسة والتحليلات عدداً من النتائج ؛ منها :

[١] يعد التعبير الإشهاري ظاهرة لغوية تواصلية تعتمد علي وسائل وتقنيات لغوية ونصية واجتماعية إلخ .

[٢] تعد التعبيرات الإشهارية وسائل إبلاغية مهمة يمكن لحظها بسهولة ويسر في النص القرآني .

[٣] تأخذ التعبيرات الإشهارية صوراً مختلفة من أجل إيصال أهدافها إلي المتلقي ؛ حيث إنها لا تعتمد أسلوباً بلاغياً واحداً ، بل تستثمر كل طاقات النص ؛ لتحقيق أهدافها من قبل المشهرين .

[٤] إن غاية التعبيرات الإشهارية القرآنية تتمثل في التأثير والإقناع في المتلقي ؛ لأن التعبير الإشهاري لا يشهر اعتباراً ، بل يتميز ببناء متكامل تتفاعل فيه العناصر اللغوية وغير اللغوية ؛ للتأثير والإقناع .

[٥] إن الإيقاع الناتج من التوازنات الصوتية الموجودة في بعض النماذج التطبيقية يؤدي دوراً مهماً في نجاعة التعبير الإشهاري .

[٦] إن القرآن الكريم قد حافظ علي إنسانية المرأة ؛ حيث لم يخاطبها بكلمات مهينة وهي في مواقف محرجة ، بل خاطبها بكلمات غاية في الصفاء والنقاء ، وهو في هذا يشير إلي أن المرأة ليست من الملائكة ، بل هي بشر ؛ لذا راعي الحالة النفسية لها .



- [٧] اعتمد النص القرآني علي أساليب متنوعة من أجل التأثير والإقناع ؛ منها : الترغيب والترهيب ، وهما من الأساليب الإشهارية المهمة والركيزة الأساسية من ركائز التأثير في النفس بهدف التأثير في المتلقي .
- [٨] ليست الخطوة عاملاً أساسياً في نجاح التعبير الإشهاري ، بل هي عامل مساعد في تحقيق المراد ، وهو ما رأيناه في نموذج [أخت موسى عليه السلام] ؛ إذ إنها لم تكن [ملكة / زوجة / بنتاً] لفرعون ، ومع ذلك حققت مرادها .
- [٩] إن التعبيرات الإشهارية ضرورة اجتماعية مهمة لبقاء المجتمع؛ إذ إن التواصل ليس نشاطاً فردياً ، بل هو سيرورة اجتماعية ؛ لأن الإنسان كائن اجتماعي .
- [١٠] اعتمدت جل التعبيرات الإشهارية علي وسيلتي الإغراء والإغواء ؛ باعتبارهما وسيلتين مهمتين من وسائل التأثير والإقناع في المتلقي .



حواشي البحث :

- [١] عبد المجيد نوسي : الخطاب الإشهاري .. مكوناته وآليات استقباله ، مجلة الفكر العربي المعاصر ، [عدد ٨٤ / ٨٥] ، مركز الإنماء القومي ، ١٩٩١م ، ص ٨٧ .
- [٢] عبد الرحيم مودن تقديمه للصورة الإشهارية باعتبارها محوراً لיום دراسي نظمته مجموعة البحث في المعجم الأدبي عن الخطاب الإشهاري ، مجلة علامات ، العدد [١٨] ، المغرب ، ٢٠٠٢م ، ص ٤٣ .
- [٣] عبد العالي بوطيب : آليات الخطاب الإشهاري ، مجلة علامات في النقد ، المجلد [١٣] ، الجزء [٤٩] ، نادي جدة الأدبي ، المملكة العربية السعودية ، ٢٠٠٣م ، ص ٣١٢ .
- [٤] ابن منظور [أبو الفضل جمال الدين محمد مكرم] : لسان العرب ، دار صادر للطباعة والنشر ، بيروت ، لبنان ، مجلد [١٢] ، ط ١ ، د . ت ، ص ٤٣١ وما بعدها .
- [٥] ابن سيدة : المحكم والمحيط الأعظم ، معهد المخطوطات العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣م ، ج ٢ / ١١٢ .
- [٦] عبد المجيد نوسي : الخطاب الإشهاري .. مكوناته وآليات استقباله ، ص ٩٧ .
- [٧] بلقاسم دفة : استراتيجية الخطاب الحجاجي ... دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية ، مجلة المخبر ، الجزائر ، العدد [١٠] ، ٢٠١٤م ، ص ٢٣ .
- [٨] لقمان بوخرة : النص الأدبي بين أدبية الصورة وحجاجية الغرض ، مجلة الخطاب الثقافي ، العدد [٣] ، ٢٠٠٨م ، ص ٥٤ .
- [٩] د . هادي نهر : الخطاب الإشهاري من بلاغة الكلمة إلي بلاغة التكنولوجيا ، مجلة أربد للبحوث والدراسات ، المجلد [١٤] ، العدد [٢] ، ٢٠١١م ، ص ١٨ .
- [١٠] عصام نور الدين : الإعلان وتأثيره في اللغة العربية ، مجلة الفكر العربي ، العدد [٩٢] ، ١٩٩٨م ، ص ٢٣ .
- [١١] د . بشير إبرير : قوة التواصل في الخطاب الإشهاري .. دراسة في ضوء اللسانية التداولية ، مجلة اللغة العربية ، المجلس الأعلى للغة العربية ، العدد [١٣] ، ٢٠٠٥م ، ص ٢٢٩ .
- [١٢] د . سعيد بنكراد : الصورة الإشهارية .. آليات الإقناع والدلالة ، المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء ، المغرب ، ٢٠٠٩م ، ص ٤٥ .
- [١٣] د . سعيد بنكراد : الصورة الإشهارية .. المرجعية والجمالية والمدلول والإيديولوجي ، مجلة الفكر العربي ، العدد [١١٢] ، ٢٠٠٠م ، ص ١٠١ .

- [١٤] جشاب جلال : تحليلات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي ، محاضرات الملتقى الخامس [السيمياء والنص الأدبي] ، ١٨:١٦ ، نوفمبر ٢٠٠٨م ، ص٢٧٨ .
- [١٥] عصام نور الدين : الإعلان وتأثيره في اللغة العربية ، ص٢٤ .
- [١٦] محمد خان : العلامة الأيقونية والتواصل الإشهاري العربي ، محاضرات الملتقى الخامس [السيمياء والنص الأدبي] ، ١٨:١٦ ، نوفمبر ٢٠٠٨م ، ص٢٧٨ .
- [١٧] د. سعيد بنكراد : سيميائيات الصورة الإشهارية [الإشهار والتمثيلات الثقافية] إفريقيا الشرق ، ٢٠٠٦م ، ص١٣ .
- [١٨] عصام نور الدين : الإعلان وتأثيره في اللغة العربية ، ص٢٣ .
- [١٩] سورة آل عمران : ٣٥ - ٣٦ .
- [٢٠] أبو السعود العمادي : تفسير أبي السعود [إرشاد العقل السليم إلي مزايا القرآن الكريم] ، د . ط ، دار إحياء التراث العربي ، ج ٢ / ٢٨ .
- [٢١] نفسه ، ج ٢ / ٢٨ .
- [٢٢] بلقاسم دفة : استراتيجية الخطاب الحجاجي ، ص٤٩ .
- [٢٣] سورة آل عمران : ٤٣ .
- [٢٤] سورة البقرة : ٢١٦ .
- [٢٥] د . سعيد بنكراد : استراتيجية التواصل الإشهاري ، دار الحوار ، سوريا ، اللاذقية ، ٢٠١٠م ، ص١٠ .
- [٢٦] سورة آل عمران : ٣٧ .
- [٢٧] د . بشير إبرير : قوة التواصل في الخطاب الإشهاري ..دراسة في ضوء اللسانيات التداولية ، ص٢٣١ .
- [٢٨] Leech , Geoffrey, N. 1972[1966].English in Avertising : ALinguistic Study of Advertising in Great Britain [English Langue Series] London: Long man .P.25.
- [٢٩] Cook , Guy . [1986] : The Discourse of Advertiseing – London : Routledge . P. 169.
- [٣٠] د . بشير إبرير : قوة التواصل في الخطاب الإشهاري ...دراسة في ضوء اللسانيات التداولية ، ص٢٥٣ .
- [٣١] سورة آل عمران : ٤٥ - ٤٧ .
- [٣٢] سورة مريم : ٢٧ - ٢٨ .

[٣٣] علي بن محمد السخاوي : تفسير القرآن العظيم ، دار النشر للجامعات ، د.ت ، ج ١ /
٥٠٩ .

[٣٤] سورة هود : ٧١ - ٧٣ .

[٣٥] سورة الذاريات : ٢٩ - ٣٠ .

[٣٦] د . عطية سليمان أحمد : الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية
والمزج المفهومي والتداولية ..سورة يوسف نموذجاً ، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي
، القاهرة ، ٢٠١٥م ، ص٢٠١ .

[٣٧] سورة آل عمران : ٤٧ .

[٣٨] سورة الذاريات : ٢٩ - ٣٠ .

[٣٩] د. سعيد بنكراد : سيميائيات الصورة الإشهارية [الإشهار والتمثيلات الثقافية] ،
ص٣٠ .

[٤٠] د. مريم الشنقيطي : الخطاب الإشهاري في النص الأدبي ... دراسة تداولية ، دار
الفيصل الثقافية ، الرياض ، ١٤٤٠هـ ، ص٧٠ .

[٤١] حسن المودن : بلاغة الخطاب الإيقاعي ... نحو تصور نسقي لبلاغة الخطاب ، كنوز
المعرفة ، عمان ، ط١ ، ٢٠١٠م ، ص٨٠ .

[٤٢] هناك العديد من الدراسات التي تناولت التوازي ؛ حيث تناولت تعريف التوازي ، وأوجه
الاختلاف بين التكرار والتوازي ... حول ذلك ينظر :

- Jako bson , R . Grammatical Parallelism and its Russian Facet. Languge
. Vol : 42 , 1966 .P . 400.

- Fox , James , J.Roman Jako bson and The Compara tive Study of
Parallelism To Honor Jak bson's Seventieth birthday . Mouton, 1970 .
P . 81 .

[٤٣]EL – daly , Hosney : To Wards an Understanding of The Discourse of
Advertising : Review of Research With Special Referense to The
Egyptian Media . African Nebula , Issue 3 , 2011 . PP25 – 47 .

[٤٤] سورة يوسف : ٢٣ - ٣٢ .

[٤٥] سورة يوسف : ٥١ .

[٤٦] د . عطية سليمان أحمد : الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية
والمزج المفهومي والتداولية ، ص ٢٩٥ : ٣٢٧ .

[٤٧] د. سعيد بنكراد : الصورة الإشهارية ... آليات الإقناع والدلالة ، ص٢١٣ .



- [٤٨] سورة النمل : ٢٩ - ٣٥ .
- [٤٩] سورة النمل : ٤١ - ٤٤ .
- [٥٠] سورة آل عمران : ١٩ .
- [٥١] بلقاسم دفة : استراتيجية الخطاب الحجاجي دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية ، ص٤٩٦ .
- [٥٢] أبو هلال العسكري : الفروق اللغوية ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، لبنان ، ٢٠٠٥م ، ص٢٧١ .
- [٥٣] د. سعيد بنكراد : الصورة الإشهارية ... آليات الإقناع والدلالة ، ص٢١٢ .
- [٥٤] سورة القصص : ٢٣ - ٢٦ .
- [٥٥] شهاب الدين الألوسي : روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني ، مكتبة المنار ، القاهرة ، د. ت ، ج ٢ / ٥٩ .
- [٥٦] د. سعيد بنكراد : استراتيجية التواصل الإشهاري ، ص٢٥٣ .
- [٥٧] د . عطية سليمان أحمد : الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية ، ص٧٥ بتصرف .
- [٥٨] بلقاسم دفة : استراتيجية الخطاب الحجاجي دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية ، ص٥٠٦ .
- [٥٩] د. عطية سليمان أحمد : الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية ، ص٤٨ .
- [٦٠] سورة القصص : ٩ .
- [٦١] د . عطية سليمان أحمد : الإشهار القرآني والمعنى العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية ، ص٤٧ .
- [٦٢] غدير سالم الشمايلة : خطاب المرأة في القرآن الكريم .. دراسة بلاغية ، رسالة دكتوراه ، الجامعة الأردنية ، عمان ، ٢٠٠٧م ، ص١٥٤ .
- [٦٣] سورة القصص : ١٢ .
- [٦٤] ابن جنّي [أبو الفتح عثمان] الخصائص ، تحقيق : محمد علي النجار ، دار الكتاب العربي ، بيروت ، د.ت ، ج ٢ / ١٣٧ .
- [٦٥] سورة القصص : ١١ .

قائمة المصادر والمراجع

أولاً : مصدر الدراسة :

[١] القرآن الكريم .

ثانياً : المراجع العربية

[١] إبرير [د. بشير] : قوة التواصل في الخطاب الإشهاري ..دراسة في ضوء اللسانيات التداولية ، مجلة اللغة العربية ، المجلس الأعلى للغة العربية ، العدد [١٣] ، ٢٠٠٥ م .

[٢] أحمد [د. عطية سليمان] : الإشهار القرآني والمعني العرفاني في ضوء النظرية العرفانية والمزج المفهومي والتداولية ..سورة يوسف نموذجاً ، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي ، القاهرة ، ٢٠١٥ م .

[٣] الألوسي [شهاب الدين محمود بن عبد الله ت ١٢٧٠هـ —] : روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني ، مكتبة المنار ، القاهرة ، د . ت .

[٤] بنكراد [د . سعيد] : الصورة الإشهارية .. المرجعية والجمالية والمدلول والإيديولوجي، مجلة الفكر العربي، العدد [١١٢] ، ٢٠٠٠م .
: سيميائيات الصورة الإشهارية [الإشهار والتمثيلات الثقافية] إفريقيا الشرق ، ٢٠٠٦م .

: الصورة الإشهارية ..آليات الإقناع والدلالة ،المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء ، المغرب ٢٠٠٩م .

: استراتيجية التواصل الإشهاري ، دار الحوار ، سوريا ، اللاذقية ، ٢٠١٠م .

[٥] بوخرة [لقمان] : النص الأدبي بين أدبية الصورة وحجاجية الغرض، مجلة الخطاب الثقافي ، العدد [٣] ، ٢٠٠٨م .



- [٦] بو طيب [عبد العالي] : آليات الخطاب الإشهاري ، مجلة علامات في النقد ، المجلد [١٣] ، الجزء [٤٩] ، نادي جدة الأدبي ، المملكة العربية السعودية ، ٢٠٠٣ م .
- [٧] جلال [جشاب] : تحليلات الموروث في الخطاب الإشهاري العربي ، محاضرات الملتقى الخامس [السيمياء والنص الأدبي] ، ١٨:١٦ ، نوفمبر ٢٠٠٨ م .
- [٨] ابن جني [أبو الفتح عثمان ت ٣٩٢هـ] : الخصائص ، تحقيق : محمد علي النجار ، دار الكتاب العربي ، بيروت ، د.ت .
- [٩] خان [محمد] : العلامة الأيقونية والتواصل الإشهاري العربي ، محاضرات الملتقى الخامس [السيمياء والنص الأدبي] ، ١٨:١٦ ، نوفمبر ٢٠٠٨ م .
- [١٠] دفة [بلقاسم] : استراتيجية الخطاب الحجاجي ... دراسة تداولية في الإرسالية الإشهارية العربية ، مجلة المخبر ، الجزائر ، العدد [١٠] ، ٢٠١٤ م .
- [١١] السخاوي [أبو الحسن علي بن محمد ت ٦٤٣ هـ] : تفسير القرآن العظيم ، دار النشر للجامعات ، د.ت .
- [١٢] ابن سيدة [أبو الحسن علي بن إسماعيل ت ٤٨٥ هـ] : المحكم والمحيط الأعظم ، معهد المخطوطات العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣ م .
- [١٣] الشمايلة [غدير سالم] : خطاب المرأة في القرآن الكريم دراسة بلاغية ، رسالة دكتوراه ، الجامعة الأردنية ، عمان ، ٢٠٠٧ م .
- [١٤] الشنقيطي [د . مريم] : الخطاب الإشهاري في النص الأدبي ... دراسة تداولية ، دار الفيصل الثقافية ، الرياض ، ١٤٤٠ هـ .
- [١٥] العسكري [الحسن بن عبد الله بن سهل ت ٣٩٥ هـ] : الفروق اللغوية ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، لبنان ، ٢٠٠٥ م .

- [١٦] العمادي [محمد بن مصطفى ت ٩٨٢هـ] : تفسير أبي السعود [إرشاد العقل السليم إلي مزايا القرآن الكريم] دار إحياء التراث العربي، د. ت.
- [١٧] ابن منظور [أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ت ٧١١هـ] : لسان العرب ، دار صادر للطباعة والنشر ، بيروت ، لبنان ، مجلد [١٢] ، ط١ ، د. ت .
- [١٨] المودن [حسن] : بلاغة الخطاب الإقناعي ... نحو تصور نسقي لبلاغة الخطاب ، كنوز المعرفة ، عمان ، ط١ ، ٢٠١٠م.
- [١٩] نهر [د . هادي] : الخطاب الإشهاري من بلاغة الكلمة إلي بلاغة التكنولوجيا ، مجلة أريد للبحوث والدراسات، المجلد [١٤] ، العدد [٢] ، ٢٠١١م .
- [٢٠] نور الدين [عصام] : الإعلان وتأثيره في اللغة العربية ، مجلة الفكر العربي ، العدد [٩٢] ، ١٩٩٨م .
- [٢١] نوسي [عبد المجيد] : الخطاب الإشهاري .. مكوناته وآليات استقباله ، مجلة الفكر العربي المعاصر ، [عدد ٨٤ / ٨٥] ، مركز الإنماء القومي ، ١٩٩١م .

ثالثاً : المراجع الأجنبية:

- [1] Cook , Guy : The Discourse of Advertiseing, London : Routledge . 1986 .
- [2] EL – daly, Hosney: To Wards and Understanding of The Discourse of Advertising : Review of Research With Special Referense to The Egyptian Media . African Nebula , Issue 3 , 2011 .
- [3] Leech , Geoffrey, N . : English in Avertising : ALinguistic Study of Advertising in Great Britain [English Languge Series] London, Long man,1966 .
- [4] Jako bson , R . : Grammatical Parallelism and its Russian Facet. Languge . Vol. 42 , 1966 .
- [5] Fox , James , J.Roman Jako bson and The Compara tive Study of Parallelism To Honor Jak bson's Seventieth birthday . Mouton, 1970 .



فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع	م
١٧٢٧	ملخص	-١
١٧٢٨	Abstract	-٢
١٧٢٩	الإطار العام :	-٣
١٧٣٢	١/١ مفهوم الإشهار في اللغة والاصطلاح :	-٤
١٧٣٤	٢/١ أنواعه :	-٥
١٧٣٧	٣/١ تحليل الخطابات الثمانية :	-٦
١٧٧٥	نتائج البحث	-٧
١٧٧٧	حواشي البحث :	-٨
١٧٨١	قائمة المصادر والمراجع	-٩
١٧٨٤	فهرس الموضوعات	-١٠

