

الاستراتيجيات الحجائية للكلمة المفردة في الحوار القصصي القرآني  
مقاربة تداولية

*The argumentatif strategies of the single word in the Qur'an  
narrative dialogue A deliberative approach*

د. بلحشر عبدالحليم\*  
جامعة ابن خلدون تيارت - الجزائر  
bellahrecheabdelhalim@yahoo.com

المعلومات المقال	الملخص:
✓ تاريخ الارسال: 2019/05/02	إنّ للكلمة في الحوار القرآني قوتها ، وقدرتها على اختيار الاستراتيجيّة الحجائية المناسبة، والملائمة للمقام، وأنّ سلطتها تكمن في هذه الاستراتيجيّة؛ إذ لا يمكنها أن تؤدّي وظيفتها الإقناعيّة إلاّ بالتعويل على استراتيجية خطابيّة فعّالة. وفي هذا البحث، والذي هو عبارة عن مقارنة تداوليّة من خلال قصص الأنبياء وحواراتهم مع أقوامهم نحاول الوقوف على أهمّ الاستراتيجيات التي عوّلت عليها الكلمة المفردة.
✓ تاريخ القبول: 2019/06/02	
<u>الكلمات المفتاحية:</u> ✓ الحجاج، ✓ الحوار، ✓ الكلمة.	

	✓ الاستراتيجية. ✓ الإقناع.
<i>Abstract :</i>	<i>Article info</i>
<p><i>The word in the Quranic dialogue is powerful, And their ability to choose the appropriate persuasive strategy, And suitable for the denominator, And that its authority lies in this strategy; It can only perform its persuasive function by relying on an effective rhetorical strategy. In this deliberative approach through the stories of the prophets and their dialogues with their people, we try to identify the most important strategies adopted by the Quranic word.</i></p>	Received 02/05/2019 Accepted 02/06/2019
	<p><b>Keywords:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Argumentation</li> <li>✓ Dialogue,</li> <li>✓ word,</li> <li>✓ strategy,</li> <li>✓ Persuasion</li> </ul>

مقدمة: . توطئة: لقد استخدم الحوار القرآني القصصي الحجاج بوصفه استراتيجية إقناعية فعّالة، وآلية تداوليّة ناجعة، وقادرة على احتواء المشاهد الحواريّة بمختلف أشكالها. واستطاعت لغته أن تستوعب قضايا حواراته، وتقدر وظائفها الإبلاغيّة، فسخرت في سبيل ذلك كلّ قوتها وحيويتها. وبدت توليفة لغويّة محكمة تطمئن لها القلوب، وتتشنّف لها الأسماع، وبرعت من أجل ذلك في كل مستوياتها: اللفظي، والتركيب، والبلاغي الأسلوبي.

أمّا على المستوى اللفظي - وهو موضوع هذا البحث - فقد استطاعت الكلمة في الحوار القصصي القرآني أن تنتهج استراتيجيات حجاجيّة مختلفة تستطيع من خلالها التأثير في المتلقي وحمله على الإذعان والتسليم لما يقدم له من آراء وأفكار. وفيما يلي بعض استراتيجيات الكلمة الحجاجيّة في الحوار القصصي القرآني.

استراتيجيّة الكلمة الحجاجيّة في الحوار القصصي:

1- الاستراتيجية النفسية: إنَّ للكلمة أثرا واضحا في عملية الاتّصال، فهي طاقة عظيمة تتأثر بها العواطف وتتشكّل على أساسها الأنفس سلبا وإيجابا، وهي سلاح ذو حدين فقد تكون صادقة نزيهة متزهة تريح النفس وتشرح الصدر وتدخل القلب، وقد تكون غليظة دنيئة يشمئز لها القلب وتنفر منها النفس، وشبهها القرآن بالشجرة الطيبة والشجرة الخبيثة، في قوله تعالى: ﴿ أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ. تُؤْتِي أُكْلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ. وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ ۗ<sup>1</sup> . وعلى هذا الأساس يمكننا أن نقول إنَّ الكلمة في الحوار القرآني قد تقوم على استراتيجية دينامية نفسية يخاطب من خلالها المتكلم العواطف والأحاسيس، ويربط إثارة انفعال المخاطب، بقوة الكلمة المختارة. يقول الدكتور معتصم بابكر مصطفى: « إن جوهر الاستراتيجية الدينامية النفسية هو استخدام رسالة إعلامية فعالة لها القدرة على تغيير الوظائف النفسية للأفراد حتى يستجيبوا لهدف القائم بالاتصال، أي أنّ مفتاح الإقناع يكمن في تعلّم جديد من خلال معلومات يقدّمها القائم بالاتصال لكي يتغيّر البناء النفسي الداخلي للفرد المستهدف (الاحتياجات - المخاوف- التصرفات) ممّا يؤدي إلى السلوك العلي المرغوب فيه »<sup>2</sup>.

قال تعالى: ﴿ قَالَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّ هَذَا لَسَاحِرٌ عَلِيمٌ. يُرِيدُ أَنْ يُخْرِجَكُمْ مِنْ أَرْضِكُمْ بِسِحْرِهِ فَمَاذَا تَأْمُرُونَ. قَالُوا أَرْجِهْ وَأَخَاهُ وَأَبْعَثْ فِي الْمَدَائِنِ حَاشِرِينَ. يَأْتُوكَ بِكُلِّ سَحَابٍ عَلِيمٍ ۗ<sup>3</sup>.

يظهر في هذه الآية خطاب العواطف والمشاعر، فالمقام مقام دعر وقلق واضطراب، ولعل العنصر البارز في هذا الجوّ المضطرب هو فرعون الذي أدرك عظمة المعجزة، وخطورة ما جاء به موسى عليه السلام على ملكه وسلطانه. وتبدو حالة فرعون المنهارة واضحة في حوارهِ مع قومه، وتوظيفه للفظي اسم الفاعل (ساحر)، وصيغة المبالغة (عليم)، ويقول سيد قطب في هذا التوظيف: « وفي قولة فرعون هذه يبدو إقراره بعظمة المعجزة وإن كان يسميها سحرا ... ويبدو دعره من تأثر القوم بها فهو يغيرهم به »<sup>4</sup>. إنَّ كلمة (ساحر) اسم فاعل من لفظ (السحر)، والسحر عند قوم فرعون فن يُعبّر عن الذكاء والخفة والإبداع، وكلمة (عليم) صيغة مبالغة ترمز إلى كل من تفوّق على غيره في العلم والمعرفة. إذن: فلماذا وصف فرعون موسى عليه السلام بهاتين الصفتين ؟

إن المتأمل في كلام فرعون يدرك نفسيته المضطربة، المنهارة، والمستسلمة تحت وطأة هذه الانفعالات الضاغطة التي تستجيب لها حاسة اللسان لتعبّر عن حقيقة مشاعر فرعون، وعن حقيقة تقويمه لما جاء به موسى عليه السلام، إنها هفوة اللسان المتأثر بما يختلج في نفس المتكلم. ومن زاوية أخرى تبدو سيكولوجية هذه الهفوة واستراتيجية هاتين الكلمتين (ساحر)، (عليم) في مخاطبة العاطفة واضحة، فحوار فرعون مع حاشيته يقوم على استراتيجية دينامية نفسية، وهو بتعبيره هذا يمارس تقنية الاستبطان النفسي، إذ يغوص في أغوار نفوس حاشيته ليكتشف مدى عمق التأثير الذي خلّفته آيات موسى عليه السلام فيهم. لقد نجح فرعون إلى حدّ ما بهذه التقنية في استثارة نفوس حاشيته، فقد مارسوا هم بدوره هذه التقنية النفسية كدفاع عن أنفسهم، وإقناع فرعون بعدم تأثرهم بما جاء به موسى عليه السلام.

قال تعالى: ﴿ قَالُوا أَزْجَاهُ وَأَخَاهُ وَأُبْعَثُ فِي الْمَدَائِنِ حَاشِرِينَ. يَأْتُوكَ بِكُلِّ سَحَّارٍ عَلِيمٍ ﴾<sup>5</sup>.

اختار قوم فرعون استراتيجية تخاطبية توظف من الكلمات ما يحقق غايتهم الإقناعية في طمأنة فرعون بعدم تأثرهم بما جاء به موسى عليه السلام، وأنّ ملكه وسلطانه في مأمن مما يخافه. ومن هذه الكلمات كلمتا (حاشرين) و (سحّار).

يقول الرازي في قولهم (حاشرين): « ظننا منهم بأنهم إذا كثروا غلبوه وكشفوا حاله وعارضوا قوله»<sup>6</sup>. وتظهر لنا هذه الاستراتيجية بشكل واضح في تفسير الرازي للفظ (سحّار)، إذ يقول: «فجاءوا بكلمة الإحاطة وبصيغة المبالغة ليطيبوا قلبه وليسكنوا بعض قلقه»<sup>7</sup>. وربّما قال الرازي: (بعض قلقه) لأنه لا يمكن لكلمة القوم أن تُطيب قلب فرعون وتسكن كلّ قلقه بعدما علمت نفسه خطورة الأمر وحقيقة ما جاء به موسى عليه السلام.

2- استراتيجية التعريض والتلميح: الاستراتيجية التلميحية هي الاستراتيجية التي يعبر بها المرسل عن القصد بما يغير معنى الخطاب الحرفي أو يتجاوزه، ويعبر عنه بغير ما يقف عنده اللفظ مستثمرا في ذلك عناصر السياق، ويلجأ المرسل إلى هذه الاستراتيجية استجابة لدواعٍ سياقية، تجعله يعدل عن استخدام الخطاب المباشر، بدافع من عوامل معيّنة مثل السلطة، أو مراعاة التأدب، وما إلى ذلك. وقد يُضَمّن خطاب مؤشرا أو منبها يدلّ على قصده، كما يدل على السبب الذي منعه من استعمال الاستراتيجية المباشرة، وعليه فإنّه في هذه الاستراتيجية يعبر عن قصده بما

يمكن أن نسميه مفهوم الخطاب بمعناه الواسع، الذي يقابل منطوق الخطاب، أي بما يمكن أن يفهمه المرسل إليه من الخطاب الملفوظ. إذ يقتصر دور لفظ الخطاب على إرشاد المرسل إليه إلى قصد المرسل، وجعله علامة عليه<sup>8</sup>. وفي القرآن الكريم نجد الكلمة تؤدي وظيفتها الحجاجية من خلال انتهاجها لهذه الاستراتيجية، ومن ذلك الضمير المتصل في قوله (رَبِّكَ) و (رَبِّكَمَا) في قوله تعالى:

﴿ فَاتِّبَاهُ فِقُولًا إِنَّا رَسُولا رَبِّكَ فَأَرْسِلْ مَعَنَا بَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَا نُعَذِّبُهُمْ قَدْ جِئْنَاكَ بِآيَةٍ مِنْ رَبِّكَ وَالسَّلَامُ عَلَيَّ مِنْ أَتْبَعِ الْهُدَى. إِنَّا قَدْ أُوحِيَ إِلَيْنَا أَنَّ الْعَذَابَ عَلَى مَنْ كَذَّبَ وَتَوَلَّى. قَالَ فَمَنْ رُبُّكُمْ يَا مُوسَى ﴾<sup>9</sup>.

تلجأ الكلمة القصيرة في هذه الآية إلى التلميح وتجاوز ما يحمله ظاهرها، فتخصيص الرب بالإضافة إلى ضمير فرعون في بداية الكلام تلميح إلى ما تحمله رسالة موسى وهارون عليهما السلام من دعوة لتحقيق التوحيد والألوهية لله تعالى. وهو تلميح إلى ضرورة انقياده لهما والتزامه لطاعتهما<sup>10</sup>.

ويمارس فرعون - إزاء هذه الاستراتيجية - نوعاً من الدفاع غير المباشر، فقد لَمَّح هو الآخر بإضافة الرب إلى المخاطب للثنين في قوله (رَبِّكَمَا) إلى إعراضه عن رسالتهما. ويوضح ذلك ابن عاشور في قوله: « وإضافته الرب إلى ضميرهما لأنهما قالاه ( إِنَّا رَسُولا رَبِّكَ ) . وأعرض عن أن يقول : فمن ربي ؟ إلى قوله (فمن ربكهما) إعراضاً عن الاعتراف بالمربوبية ولو بحكاية قولهما ، لئلا يقع ذلك في سمع أتباعه وقومه فيحسبوا أنه متردد في معرفة ربه »<sup>11</sup>.

3- الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية: تقوم افتراضات الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية على أن قدراً كبيراً من السلوك الإنساني تشكله قوى من خارج الفرد، وأن العوامل الثقافية والاجتماعية لها تأثير قوي في السلوك البشري، ولهذا السبب يعتمد المحاجج من خلال هذه الاستراتيجية على هذه العوامل معتقداً أنه بإمكانها أن تهيئ له أساساً للإقناع، كما يسعى إلى إقامة لغة مشتركة بينه وبين المخاطب تسهل للطرف الأقوى فرض سيطرته على الطرف الأضعف<sup>12</sup>.

وقد تنهج الكلمة في الحوار القرآني هذه الاستراتيجية حاملة من المعاني الثقافية والاجتماعية ما يجعلها قادرة على توجيه سلوك المتلقي والسيطرة عليه، ومثال ذلك صيغة جمع المذكر السالم (الآفلين) في قوله تعالى: ﴿ فَلَمَّا جَنَّ عَلَيْهِ اللَّيْلُ رَأَى كَوْكَبًا قَالَ هَذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَا أُحِبُّ الْآفَلِينَ ﴾<sup>13</sup>. يقول ابن عاشور: « وجاء بـ (الآفلين) بصيغة جمع الذكور العقلاء بناء على اعتقاد قومه أن الكواكب عاقلة متصرفة في الأكوان، ولا يكون الموجود معبوداً إلا وهو عالم »<sup>14</sup>.

كان أبو إبراهيم عليه السلام وقومه يعبدون الأصنام والكواكب السيارة فأراد أن يبين لهم خطأهم وضلالهم، ويرشدهم إلى الحق عن طريق رسالة استدلالية إقناعية تتضمن عوامل ثقافية اجتماعية ولغة مشتركة تمكّنه من توجيه سلوك قومه وفكرهم والسيطرة عليه، وتتلخص هذه العوامل في كلمة (الآفلين) التي جاءت مبنية على ما هو شائع عند القوم من كون الذي يُعبد لا بدّ أن يكون عاقلاً عالماً.

4- استراتيجيّة الاشتراك اللفظي: إنّ قدرة الكلمة الواحدة على التعبير عن مدلولات متعددة إنّما هي خاصّة من الخواصّ الأساسيّة للّغات الإنسانيّة عامّة واللغة العربيّة خاصّة، وإنّ نظرة واحدة في أي معجم من معجمات اللغة لتعطينا فكرة عن كثرة ورود هذه الظاهرة، التي أطلق عليها علماء اللغة اسم المشترك اللفظي أو اللفظ المشترك أو الاشتراك اللفظي، وقد ذكر السيوطي تعريفًا لهذه الظاهرة في قوله: «وقد حدّه أهل الأصول بأنّه اللفظ الواحد الدالّ على معنيين مختلفين فأكثر دلالة على حدّ السواء عند أهل تلك اللغة»<sup>15</sup>. ومن ذلك إطلاق اسم العين على عدة معانٍ منها: العين عضو الإبصار والعين حرف من حروف العربيّة وعين الشيء ذاته وعين الماء وغيرها. وذكر لها تعريفٌ في كتاب ضوابط المعرفة وأصول الاستدلال بأنّها: «نسبة معنى إلى معنى من جهة اشتراكهما في لفظ واحد يدلّ عليهما»<sup>16</sup>. ومن أمثلة المشترك اللفظي في الحوار القرآني كلمة (جهرة) قوله تعالى: ﴿ وَإِذْ قُلْتُمْ يَا مُوسَى لَنْ نُؤْمِنَ لَكَ حَتَّى نَرَى اللَّهَ جَهْرَةً فَأَخَذَتْكُمُ الصَّاعِقَةُ وَأَنْتُمْ تَنْظُرُونَ ﴾<sup>17</sup>.

تشارك حاسّة السمع مع حاسة البصر في كلمة جهرة، يقول الراغب الأصفهاني: «جهر: يقال لظهور الشيء بإفراط حاسّة البصر أو حاسّة السمع»<sup>18</sup>، ويقول الرازي: «ورجل جهوريّ الصوت إذا كان صوته عاليًا ويقال وجه جهير إذا كان ظاهر الوضاعة»<sup>19</sup>، ومعنى هذا أنّه يستعمل في ظهور الأصوات والذوات حقيقة لا مجازًا. وقد جاءت كلمة (جهرة) في هذه الآية بمعنى ظهور ذات الله لا ظهور صوته، بقرينة كلمة (نرى) قال الرازي «حتى نرى الله جهرة أي: عياناً»<sup>20</sup>.

وربّما اختار القرآن كلمة (جهرة) من معنيها معنى ظهور الذوات لتدلّ به على أن بني إسرائيل لا يهتمّهم سماع صوت الآلهة بقدر ما يهتمّهم رؤية ذاتها وشكلها، فقد عبدوا الأصنام التي لا تنطق. وتتجاوز ظاهرة المشترك اللفظي مستواها المعجمي إلى مستوى الصرف، بحيث تفيد الصيغة الصّرفيّة الواحدة أكثر من معنى، وهو ما يطلق عليه الصّرفيّون بالمشترك الصّيفي، ومن ذلك صيغة (مَفْعِل) التي تدل على المصدريّة أو على اسم المكان أو على اسم الزّمان، ويكون

للسياق حينها دور في تحديد المعنى المراد. وهذه أمثلة تدلّ على تعدد المعنى للصيغة الصرفية الواحدة.

- دلالة صيغة (مَفْعِل) على المصدرية قوله تعالى: ﴿إِلَيْهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا..﴾<sup>21</sup>. كلمة (مرجع) هي مصدر ميميّ بمعنى الرجوع ، أي: إليه رجوعكم.

- دلالة صيغة (مَفْعِل) على اسم المكان كما في قوله تعالى: ﴿حَتَّىٰ إِذَا بَلَغَ مَطْلِعَ الشَّمْسِ وَجَدَهَا تَطَّلِعُ عَلَىٰ قَوْمٍ لَمْ تَجْعَلْ لَهُمْ مِنْ دُونِهَا سِتْرًا﴾<sup>22</sup>، يقول ابن عاشور: «ومطلع الشمس: جهة المشرق»<sup>23</sup>.

- دلالة صيغة (مَفْعِل) على اسم الزمان كقولنا: هذا مَضْرِبُ الناقة، أي: وقت ضرابها. ومثال المشترك الصيغي في قصة سيدنا موسى عليه السلام كلمة (مَوْعِد) في قوله تعالى: ﴿فَلَنَأْتِيَنَّكَ بِسِحْرٍ مِثْلِهِ فَاجْعَلْ بَيْنَنَا وَبَيْنَكَ مَوْعِدًا لَا نُخْلِفُهُ نَحْنُ وَلَا أَنْتَ مَكَانًا سَوْئًا. قَالَ مَوْعِدُكُمْ يَوْمَ الزَّيْنَةِ وَأَنْ يُحَشِّرَ النَّاسُ ضُحَىٰ﴾<sup>24</sup>. التي اجتمعت فيها دلالة الزمان ودلالة المكان والمصدرية ، وقد أشار السياق اللغوي إلى الدلالات الثلاث .

يقول الزمخشري شارحا معنى (مَوْعِد): « لا يخلو الموعد في قوله ( فاجعل بيننا وبينك موعدا) من أن يجعل زمانا أو مكانا أو مصدرا »<sup>25</sup>. وعلل رأيه بأنّ قوله: (يوم الزينة) إشارة إلى اسم الزمان، وقوله: (مكانا سوى) إشارة إلى اسم المكان ، وقوله: (لا نخلفه) إشارة إلى المصدر (الوعد).

وتبرز بلاغة المشترك الصيغيّ في هذه الآية في قدرته على التلاعب بالمعاني المختلفة للكلمة الواحدة. فكلمة (موعد) المشحونة بالمعاني المتعددة في مقام تحدّي فرعون لموسى عليه السلام تدلّ دلالة واضحة على المبالغة في التحديّ ، والتشديد على موسى عليه السلام في عدم إخلاف الوعد. كما تظهر أيضا قدرته على الإقناع والتأثير ، فقد فهم موسى عليه السلام قصد فرعون، وأدرك ما تحمله كلمته من معاني التحدي والتشديد ، فقابله بمثل التحدي أو زاد عليه، فقد اختار موسى أن يكون موعدهم يوم الزينة ، وهو يوم عيد من الأعياد الجامعة، يأخذ فيه الناس في مصر زينتهم ، ويتجمعون في الميادين والأمكنة المكشوفة، وزاد عليه اختيار الوقت في أوضح فترة من النهار وأشدّها تجمعا يوم العيد، فلم يختار الصباح الباكر فيكون الناس قد غادروا البيوت ، و لا الظهيرة فيعوقهم الحرّ ولا المساء فيمنعهم الظلام من التجمع ولا تتضح الرؤية.<sup>26</sup>

5- استراتيجية الصفة الحجاجية: تعريف الوصف أ - لغة : عرّف ابن فارس الوصف بقوله: «

هو تحلية الشيء. ووصفته أصفه وصفا. والصفة: الأمانة اللازمة للشيء»<sup>27</sup>.



إنّ الخطاب القرآنيّ في هذا الموضوع يختار لفظ "المقدّس" كوصف للمكان وبيان لقيّمته الرّوحية العالية التي أنّصف بها، وهي القداسة التي أضفاها الله تعالى عليه. وهو بهذا يُعلّم المخاطب بظروف الحوار وشرف المقام، ابتداءً من قوله ( فاخلع نعليك ).

تتجلى بلاغة الحوار الحجاجي في هذه الآية في كونه يسعى إلى تثبيت المعنى، وتقرير الحقيقة، ودفع المتلقي إلى التسليم والرّضى، إذ لا بد من تكييف الخطاب مع مقامات المخاطب، والإحاطة بمجموع المعارف الخاصة بموضوع المحاجة المتعاقد عليها<sup>34</sup>. ثمّ إن بلاغة الصفة في هذا الموضوع وقوّتها الإقناعية يرجعان إلى موضعها الحجاجي في العملية التخاطبية؛ فالخطاب موجّه من الخالق إلى المخلوق، والعلاقة فيه عمودية، يعرض فيها الخطيب قيمته وسلطته، ويدفع المخاطب إلى مراعاة نوعية العلاقة بينهما، فالمرسل هنا يقع في أعلى درجات السلم التراتبي للحوار الحجاجي، على عكس المرسل إليه فهو يقع في درجة أدنى من ذلك .

وإذا رجعنا إلى التركيب النحوي، وإلى موقع الصفة في الجملة العربية نرى أنّها فضلة، وأنّها تضيف للجملة معنى ثانويًا، لا يخلّ حذفه بالمعنى الأساسي للجملة. إلا أن الحوار القرآني في هذا الموضوع يحجز لها مكانة بارزة، ودورا مهما ضمن عناصر الجملة، ومكونات الخطاب. يعرف عبد الهادي بن ظافر الشهريّ علاقة التخاطب العمودية بقوله: « هي تلك التي تتبلور في مراتب تصاعديّة للناس داخل بني المجتمع ممّا يجعلهم ينتمون إلى سلّم تراتبيّ، إذ يقع كلّ طرف من طرفي الخطاب في إحدى درجاته؛ سواءً أكان سلّمًا اجتماعيًا، أم سلّمًا وظيفيًا، وهذا ما يحتاج المرسل إلى إدراكه بل واستحضاره، فيتربّب على ذلك كثير من الأمور»<sup>35</sup>.

وفي قوله تعالى: ﴿ فَلَمَّا أَتَاهَا نُودِيَ مِنْ شَاطِئِ الْوَادِ الْأَيْمَنِ فِي الْبُقْعَةِ الْمُبَارَكَةِ مِنَ الشَّجَرَةِ أَنْ يَا مُوسَىٰ إِنِّي أَنَا اللَّهُ رَبُّ الْعَالَمِينَ ﴾<sup>36</sup>. يقول فخر الدين الرازي: « وإنما وصفت البقعة بكونها مباركة لأنه حصل فيها ابتداء الرسالة وتكليم الله تعالى إيّاه »<sup>37</sup>. كلمتا ( المقدس ) و ( المباركة ) صفتان استخدمهما الحوار القرآني لبيان مكانة السلطة المرسلة، وقيمتها الرّوحية، وكذا قيمة الخطاب أو الرسالة. وهذه واحدة من استراتيجيات التعبير القرآني التي اعتمدها في العلاقات التخاطبية العمودية.

إنّ اختيار الحوار القرآني للصفة الملائمة، ومراعاته لما تتمتع به من طاقة إقناعية تأثيرية مرتبط ارتباطًا واضحًا بمفهوم السلمية الحجاجية الذي ذكره ديكرود DUCROT ، ودعت إليه النظرية الحجاجية. وقد أشار الثعالبي (429 هـ) إلى سلمية الصفات في كتابه فقه اللغة وسر العربية، فقد

ذكر في اللون الأبيض عدة درجات، كالأهيق و الأزهر والأقهب والأعفر ، و عدة أنماط تبعا لاختلاف الموصوف كالسَّحْل والتَّنْقَا والصَّبِير والوتير والقشم والخَوْع والرئم واليرمع والنَّور والقضيم، والوضح والبرص والبهق وغيرها. وذكر في الأسود الأسحم والجَوْن والفاحم والحالك والحانك والحُلُوك والسُّحُوك والخداريّ، والأسمر والأصحم، والأدهم<sup>38</sup>.

### الهوامش:

- 1 - ابراهيم: 24-26 .
- 2 - معتصم بابكر مصطفى، من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، دار الكتب القطرية، الدوحة، 2003، ص 38-39.
- 3 - الشعراء: 34-37.
- 4 - سيد قطب: التصوير الفني في القرآن ، دار الشروق، القاهرة، مصر، الطبعة السادسة عشرة، 2002، مج 05، ج 19، ص 2594 .
- 5 - الشعراء: 36-37.
- 6 - الرازي فخر الدين ، التفسير الكبير، دار إحياء التراث العربي، بيروت، لبنان، الطبعة الثالثة ، ج 24، ص 132.
- 7 - المصدر نفسه، ج 24، ص 132.
- 8 - ينظر: الشهري عبد الهادي بن ظافر، استراتيجيات الخطاب، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى ، 2004، ص 370 – 383.
- 9 - طه : 47 – 49 .
- 10 - فخر الدين الرازي، التفسير الكبير، ج 22، ص 61.
- 11 - ابن عاشور محمد الطاهر ، التحرير والتنوير، الدار التونسية للنشر، تونس 1984، ج 16، ص 232 .
- 12 - ينظر: معتصم بابكر مصطفى، من أساليب الإقناع في القرآن الكريم، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، دار الكتب القطرية، الدوحة، 2003، 40 – 42.
- 13 - الأنعام: 76 .
- 14 - ابن عاشور، التحرير والتنوير، ج 07، ص 320 .
- 15 - السيوطي جلال الدين ، المزهري في علوم اللغة وأنواعها، تعليق محمد أحمد جاد المولى بك وعلي محمد البجاوي ومحمد أبو الفضل إبراهيم، منشورات المكتبة العصرية، صيدا، بيروت، لبنان، 1986، ج 01، ص 369.
- 16 - الميداني عبد الرحمن حسن حنكة ، ضوابط المعرفة وأصول الاستدلال والمناظرة، دار القلم، دمشق، الطبعة الأولى ، 1993، ص 53 .
- 17 - البقرة: 55 .
- 18 - الراغب الأصفهاني، المفردات في غريب القرآن ، مكتبة نزار مصطفى الباز ، ص 132.

- 19 - الرازي، التفسير الكبير، ج 03، ص 84.
- 20 - الرازي، التفسير الكبير، ج 03، ص 84.
- 21 - يونس: من 04.
- 22 - الكهف: من 90.
- 23 - ابن عاشور، التحرير والتنوير، ج 16، ص 28.
- 24 - طه: 58 - 59 .
- 25 - الزمخشري أبو القاسم جار الله محمود بن عمر ، الكشاف عن حقائق التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل ، دار الفكر، الطبعة الأولى ، 1977 ج 02، ص 541.
- 26 - ينظر: سيد قطب، في ظلال القرآن مج، 04، ج 16، ص 2340.
- 27 - ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، ج 06، ص 115.
- 28 - الزمخشري أبو القاسم ، المفصل في علم العربية، تح الدكتور فخر صالح قدارة، دار عمار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 01، 2004، ص 117.
- 29 - السهيلي أبو القاسم عبد الرحمن بن عبد الله ، نتائج الفكر في النحو، تح عادل أحمد عبد الموجود وعلي محمد معوض، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط 01، 1992، ص 158.
- 30 - طه: 12.
- 31 - فخر الدين الرازي، التفسير الكبير، ج 22، ص 17.
- 32 - الزمخشري، الكشاف، ج 02، ص 531.
- 33 - ابن عاشور، التحرير والتنوير، ج 16، ص 197.
- 34 - ينظر: عبد اللطيف عادل ، بلاغة الإقناع في المناظرة، منشورات ضفاف، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى ، 2013، ص 98.
- 35 - الشهري عبد الهادي بن ظافر ، استراتيجيات الخطاب، ص 89.
- 36 - القصص: 30.
- 37 - فخر الدين الرازي، التفسير الكبير، ج 24، ص 244.
- 38 - ينظر: الثعالبي أبو منصور ، فقه اللغة وسر العربية، تع خالد فهبي، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط 01، 1998، ج 01، ص 125/114 .