

بلاغة الخطاب الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق التطوعي في ضوء مفاهيم الحجاج^(١)

للدكتورة

سحر مصطفى إبراهيم المَعَنَّا

أستاذ البلاغة والنقد المشارك بقسم اللغة العربية بكلية العلوم والآداب

جامعة نجران

البريد الإلكتروني:

dr.sahar52015@gmail.com

رقم الجوال:

٠٥٤٧١٦٥٢٩٠

(١) أتوجهه بجزيل الشكر وخالص التقدير لوزارة التعليم وعمادة البحث العلمي -جامعة نجران - بالمملكة العربية

السعودية لدعمهما المالي والتقني لي في هذا البحث، تحت الرمز: **NU-/SEHRC/10/1148**

The eloquence of the persuasive discourse in the verses urging voluntary spending in light of the concepts of pilgrims

Sahar Mustafa Ibrahim Al-Muana

**Title: Professor of Rhetoric and Co-Criticism.
College of Science and Arts - University of Najran**

Mail:

dr.sahar52015@gmail.com

phone:

0547165290

ملخص البحث:

عنوان البحث:

بلاغة الخطاب الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق التطوعي في ضوء مفاهيم الحجاج.
ويهدف البحث إلى:

- (١) إيضاح سمات وخصائص الإقناع القرآني من خلال آيات الحث على الإنفاق التطوعي وإبراز دوره التأثيري.
- (٢) بيان أن الخطاب الإقناعي لا ينفصل عن البلاغة العربية، وتأكيد ارتباطها به ارتباطاً وثيقاً، وأنها آلية من آلياته المهمة.
- (٣) استجلاء الوسائل الإقناعية ودراستها دراسةً تؤكد دورها المهم في تثبيت المعنى والإقناع به من خلال آيات الإنفاق التطوعي.
- (٤) الكشف عن كيفية توظيف آيات الحجاج ووسائل الإقناع للتأثير في المتلقي وإقناعه بالإنفاق التطوعي.

وقد نُحِثُ في هذا البحث: المنهج الاستقرائي والمنهج التحليلي.

بعض النتائج المتوقعة:

- (١) تجلت سمات وخصائص الإقناع القرآني وبرز دوره التأثيري من خلال آيات الحث على الإنفاق التطوعي.
- (٢) أظهرت الدراسة أن الخطاب الإقناعي لا ينفصل عن البلاغة العربية، وأنه يرتبط بها ارتباطاً وثيقاً، وأنها آلية من آلياته المهمة.
- (٣) كان للوسائل الإقناعية دورها المهم في تثبيت المعنى والإقناع به في آيات الإنفاق التطوعي.
- (٤) وظفت آيات الحجاج ووسائل الإقناع توظيفاً دقيقاً للتأثير في المتلقي وإقناعه بالإنفاق التطوعي من خلال الآيات محل الدراسة.

أهم التوصيات:

- (١) ربط القديم بالحديث بحيث يستفيد البحث البلاغي العربي من معطيات البحث الغربي المعاصر مع الحفاظ على أصالته.
- (٢) التركيز على الدراسات الحجاجية التي تعتمد على الآليات البلاغية، وعدم المبالغة في ربط الحجاج بأبعاده المنطقية والاستدلالية، التي تنحو به إلى المغالطات والجدل العقيم.

الكلمات المفتاحية:

(بلاغة - الخطاب - الإقناعي - الإنفاق - التطوعي - الحجاج).

Summary

Research Title: (The eloquence of the persuasive discourse in verses urging voluntary spending in light of the concepts of pilgrims).

Research aims:

1) Clarifying the features and characteristics of Quranic persuasion through voluntary spending and highlighting its influential role.

2) Stating that persuasive discourse is not separated from Arabic rhetoric, confirming its closely related to it, and it is an important mechanism of Arabic rhetoric.

3) clearing and studying of persuasive tools assuring its role in delivering the meaning through the verses of voluntary spending.

4) how pilgrims use persuasion mechanisms to urge the voluntary spending.

Research Plan: In this research, I have applied: the inductive method and the analytical method.

Results:

1) The characteristics and properties of the Qur'anic persuasion were manifested, and its influential role emerged through verses urging voluntary spending.

2) The study showed that persuasive discourse is inseparable from Arabic rhetoric, and that it is closely related to it, and that it is one of its important mechanisms.

3) Persuasive means had an important role in confirming the meaning and persuasion of it in the verses of voluntary spending.

4) The pilgrims' mechanisms and means of persuasion were carefully employed to influence the recipient and persuade him to voluntary spending through the verses under study.

Recommendations:

1) Linking the old to the new, so that the Arabic rhetorical research benefits from the data of contemporary Western research while preserving its originality.

2) Focusing on argumentative studies that depend on rhetorical mechanisms, and not exaggerating in linking the arguments to its logical and inferential dimensions, which tend to useless fallacies and controversy.

key words: (rhetoric - discourse - persuasive - spending - voluntary - pilgrims)

المقدمة:

الحمد لله رب العالمين، خلق الإنسان، علمه البيان، والصلاة والسلام على خير الأنام، سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه الغر الكرام، أرباب الفصاحة وأساطين البيان.
أما بعد:

فالحجاج والإقناع من أهم غايات البلاغة العربية ومقاصدها، فقد تناولت البلاغة العربية القديمة قضية الحجاج، حين عُثِثَ بمقامات السامعين، وجعلت لكل مقام مقالاً يناسب حال المخاطب، على نحو ما هو مشار إليه في أضرب الخبر من حيث التأكيد أو عدمه، وحيث الحديث عن الهيئة التي يكون عليها الخطيب، وغير ذلك.

ولكن لم ينضج الحجاج، ولم يغدُ نظرية مستوية على سوقها محددة الأطر والمعلم والتقنيات إلا في البحث المعاصر، مستفيداً من الدرسين اللساني والنقدي ومعارف إنسانية عامة: "فالبلاغة لم تعد لباساً خارجياً للحجاج، بل إنها تنتمي إلى بنيته الخاصة"^(١) إذ توظف الآليات البلاغية في الخطاب فتمنحه قوة إقناعية بما لها من خواص نفسية انفعالية.

إن الإقناع من أبرز الأهداف التي يحاول الدرس البلاغي الحديث رصده واستجلاءه، وذلك لما له من أهمية كبرى في التأثير على المتلقي؛ لذا أثرث أن يكون بحثي تحت عنوان: (بلاغة الخطاب الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق التطوعي في ضوء مفاهيم الحجاج).

فالبحث يركز بإذن الله على الجانب الإقناعي الذي يتجه إليه الدرس الحجاجي في الآيات محل الدراسة.

أسباب اختيار البحث:

- ١ - ندرة الدراسات العربية التي تُعنى بتطبيق نظريات الحجاج على النص العربي، فهذا الموضوع بكر لم تمتد إليه أيدي الباحثين بالدراسة والتحليل.
- ٢ - رصد آليات الحجاج، والتعرف على وسائل الإقناع في آيات الحث على الإنفاق التطوعي.

(١) أولي فيروبول، هل يمكن أن يوجد حجاج غير بلاغي، ترجمة: محمد العمري، ديسمبر ١٩٩٦، ص. ٧٧.

٣- إشباع رغبتى الملحة في معرفة طرق الإقناع ومواطن الإعجاز البياني في القرآن الكريم. أهداف البحث:

١- إيضاح سمات وخصائص الإقناع القرآني من خلال آيات الحث على الإنفاق التطوعي وإبراز دوره التأثيري.

٢- بيان أن الخطاب الإقناعي لا ينفصل عن البلاغة العربية، وتأكيد ارتباطها به ارتباطاً وثيقاً، وأنها آلية من آلياته المهمة.

٣- استجلاء الوسائل الإقناعية ودراستها دراسةً تؤكد دورها المهم في تثبيت المعنى والإقناع به من خلال آيات الإنفاق التطوعي.

٤- الكشف عن كيفية توظيف آليات الحجاج ووسائل الإقناع للتأثير في المتلقي وإقناعه بالإنفاق التطوعي.

وقد نهجت في هذا البحث منهجين:

المنهج الاستقرائي: وبه استقرأتُ آيات الإنفاق، ثم انتقيتُ منها آيات الحث على الإنفاق التطوعي.

المنهج التحليلي: وبه استجليتُ الآليات الحجاجية والوسائل الإقناعية الموظفة في الآيات.

ويشتمل البحث على: مقدمة، وتمهيد وثلاثة مباحث، وخاتمة، وفهارس فنية.

المقدمة: اشتملت على: أهمية البحث وأسباب اختياره، وأهدافه، ومنهجه وخطته.

التمهيد: الحجاج: مفهومه وخصائصه.

المبحث الأول: البناء التركيبي ودوره الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق التطوعي.

المبحث الثاني: البنية التصويرية ودورها الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق التطوعي.

المبحث الثالث: المحسنات البديعية ودورها الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق التطوعي.

الخاتمة: وفيها أهم النتائج التي توصلتُ إليها من خلال هذا البحث، وكذلك التوصيات.

الفهارس: وتشمل: فهرس المصادر والمراجع - فهرس الموضوعات.

الدراسات السابقة:

لم أجد فيما بحثت دراسات سابقة في بلاغة الخطاب الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق التطوعي قام بها الباحثون، وفي أثناء بحثي، وجدت دراسة تحت عنوان: "في بلاغة الخطاب الإقناعي- مدخل نظري وتطبيقي لدراسة- الخطابة العربية-الخطابة في القرن الأول نموذجًا"- الدكتور محمد العمري، والدراسة هذه قد جعلت الخطابة في القرن الأول هي النموذج لتطبيق الدراسة.

وهناك دراسة تحت عنوان: خطبة الجهاد عند علي بن أبي طالب دراسة حجاجية، هذا البحث منشور في: مجلة كلية الآداب جامعة الفيوم، العدد ٢ للباحث: عشري الغول، وقد اعتمد الباحث في معالجة الخطبة على دراسة الحجاج من منظور بيرلمان وتيتيكاه.

ووجدت دراسة أخرى تحت عنوان: الممكنات البلاغية للغاية الإقناعية في القرآن الكريم آيات الإنفاق في سورة البقرة نموذجًا- أيمن أبو مصطفى، هذا البحث منشور بمجلة روابط الجزائرية المحكمة ٢٠١٨م، وفي هذه الدراسة قصد الباحث إلى الوقوف على أثر الغاية في بناء الأسلوب في القرآن الكريم، هادفًا إلى بيان أثر الغاية الإقناعية في بناء الأسلوب القرآني، وقد اتخذ آيات الإنفاق في سورة البقرة نموذجًا، وجاءت هذه الدراسة في العناصر التالية: البلاغة والغاية الإقناعية-خطاب الإنفاق وتماثل النص-الإقناع بالترغيب والترهيب والممكنات التصويرية-الممكنات والضوابط الأسلوبية، وتبع ذلك الخاتمة وقائمة بالمراجع.

وهذه الدراسة تغاير دراستي في المنهج والخطوة وكذلك الغاية والهدف، كما أن مادتها كانت آيات الإنفاق في سورة البقرة، أما دراستي فقد تناولت آيات الإنفاق في سورة البقرة وغيرها، وعليه فإن هذه الدراسة مختلفة عن دراستي.

كذلك اطلعتُ على بحث تحت عنوان: الحجاج بالتمثيل في القرآن الكريم: سورة البقرة أنموذجًا ل.د.عبد الناصر درغومة، والبحث منشور بمجلة المدونة العدد السابع، يحاول هذا البحث تسليط الضوء على هذا الموضوع من خلال دراسة باب التمثيل وأهميته وحجاجيته، ثم يعرض في جانبه التطبيقي لدراسة جملة من المداخل الإقناعية في الاستعمالات التمثيلية القرآنية، وذلك عبر دراسة حجاجية تحليلية لجملة الأمثال الواردة في سورة "البقرة"، والتي تبين جانبًا من خصائص الحجاج وأساليبه في القرآن الكريم. لكن دراستي تناولت آيات الإنفاق في سورة البقرة وغيرها في القرآن الكريم، كذلك طريقة تحليلي للأمثال تختلف عن طريقة الباحث.

وقرأتُ بحثًا آخر تحت عنوان الخطاب الحجاجي في القرآن الكريم: سورة البقرة أنموذجًا ل.د. بسمه محمد بيومي، هذا البحث منشور بمجلة كلية الآداب- جامعة بورسعيد، وقد سلط هذا البحث

الضوء على الخطاب الحجاجي في القرآن الكريم، من خلال سورة البقرة، وتتكون هذه الدراسة من العناصر التالية: مفهوم الحجاج، الحجاج الأحرف المقطعة، الحجاج مع المنافقين، الحجاج مع الكفار، الحجاج مع المؤمنين، الحجاج مع الملائكة، الحجاج مع بني إسرائيل، الحجاج مع إبراهيم- عليه السلام، والبحث وإن تناول بعض آيات الإنفاق التي تناولتها إلا أن طريقتي في التحليل لم تشبه طريقتي، مما يجعله بعيداً عن دراستي بما فيها من خطة ونتائج.

وعلى كل حال فإن الدراسات السابقة بعيدة عن دراستي، وليس معنى هذا أنني لم أستفد منها، بل فقد ساعدتني هذه الأبحاث في الدراسة التي قمتُ بها إذ فتحت لي أبواباً لم تكن تُفتح لي لو لم أطلع عليها.

وقد استقيتُ بحثي هذا من كتب الحجاج والبلاغة والتفسير وكتب اللغة.

وما توفيقي إلا بالله عليه توكلتُ وإليه أنيب.

وصلّي اللّهم على محمد وآله وبارك.

التمهيد:

الحجاج:

للحجاج أهمية كبرى في الدرس البلاغي لما له من التأثير القوي في إقناع المخاطبين بالفكرة وتثبيت المعنى في الأذهان.

ف"مبحث الحجاج يتمتع بطرافة خاصة: فهو من ناحية حقل تُصب فيه مختلف العلوم الإنسانية، ومن ناحية ثانية كونه يساهم في صياغة خطاباتها.

فبلاغة الحجاج حاضرة في الأدب والفن، مثلما هي حاضرة في: علم النفس، والاجتماع، والقانون... إلخ، لأنها بلاغة توظف في إحكام كل ما تصل إليه يدها الطويلة من علوم ومعارف"^(١).

مفهوم الحجاج:

الحجاج في اللغة:

"يقال: حاججته أحاجه حجاجاً ومُحاجَّةً حتى حَجَّجْتُهُ أَي: غَلَبْتُهُ بِالْحُجَجِ الَّتِي أَذَلَّتْ بِهَا... وَالْحُجَّةُ الْبُرْهَانُ، وَقِيلَ: الْحُجَّةُ مَا دُوْفِعَ بِهِ الْخَصْمُ، وَقَالَ الْأَزْهَرِيُّ: الْحُجَّةُ الْوَجْهَ الَّذِي يَكُونُ بِهِ الظَّنُّ عِنْدَ الْخَصْمَةِ، وَهُوَ رَجُلٌ مُحَجَّجٌ أَي: جَدِلٌ وَالتَّحَاجُّ التَّخَاصُّمْ وَجَمْعُ الْحُجَّةِ حُجَجٌ وَحِجَاجٌ..."^(٢).

وعرّف الجرجاني الحجة فقال: "الحجة ما دل به على صحة الدعوى، وقيل الحجة والدليل واحد"^(٣).

الحجاج في الاصطلاح:

يعرّفه أبو الزهراء بأنه: إجراء يستهدف من خلاله شخص ما حمل مخاطبه على تبني موقف معين عبر اللجوء إلى حجج تستهدف إبراز هذا الموقف أو صحة أسسه، فهو إذن عملية هدفها إقناع الآخر والتأثير عليه^(١).

(١) محمد سالم محمد الأمين الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة، (بيروت: دار الكتاب الجديد المتحدة، ط١٣٠٨)، ص١٣٠.

(٢) لسان العرب، ابن منظور، (بيروت: دار إحياء التراث العربي، ط٣، ١٩٩٩م)، مادة: "ح-ج-ج".

(٣) علي بن محمد بن علي الجرجاني، التعريفات، تحقيق إبراهيم الأنباري، (بيروت: دار الكتاب العربي، ط١، ١٤٠٥هـ)، ص١١٢.

ويعرّف الحجاج كذلك بأنه: "جنس خاص من الخطاب يُبنى على قضية أو فرضية خلافية يعرض فيها المتكلم دعواه مدعومة بالتبريرات عبر سلسلة من الأقوال المترابطة منطقيًا، قاصدًا إقناع الآخر بصدق دعواه والتأثير في موقفه وسلوكه تجاه تلك القضية"^(٢).

وقد قدم برلمان تعريفًا آخر للحجاج حيث جعله: "جملة من الأساليب تضطلع في الخطاب بوظيفة هي: حمل المتلقي على الاقتناع بما تعرضه عليه أو الزيادة في حجم الاقتناع"^(٣)، فالحجاج إذاً هدفه الأساس: هو إقناع المتلقي، والتأثير فيه، ويعتمد على استخدام الحجة وإقامتها، ومجاله هو توجيه الفعل وتثبيت الاعتقاد.

ويركز برلمان وتتيكاه في تعريفهما للحجاج على تقنيات الحجاج وآلياته، فموضوع الحجاج عندهما هو: "درس تقنيات الحجاج التي من شأنها أن تؤدي بالأذهان إلى التسليم بما يعرض عليها من أطروحات، أو أن تزيد في حالة ذلك التسليم"^(٤).

أما وظائفه فهي:

أولاً: الإقناع الفكري الخالص.

ثانيًا: الإعداد لقبول أطروحة ما.

ثالثًا: الدفع إلى الفعل^(٥).

خصائص النص الحجاجي وسماته:

خصائص النص الحجاجي: إن هذا الصنف من النصوص يحرص كل الحرص على إقناع المتلقي بوجهة نظره أو طريقته في تناول الأشياء، وذلك عن طريق البرهنة والاستدلال، حيث يكون استدلاله واضحًا، وأفكاره مترابطة.

(١) أبو الزهراء، دروس الحجاج الفلسفي، (المغرب: مجلة الشبكة التربوية الشاملة، ٢٠٠٨)، ص ٥.

(٢) محمد العبد، "النص الحجاجي العربي: دراسة في وسائل الإقناع" مجلة فصول - الهيئة المصرية العامة للكتاب، (G.I، ع. ٦٠، أكتوبر ٢٠٠٢م)، ص. ٤٤.

(٣) سامية الدريدي، الحجاج في الشعر العربي القديم، (الأردن: دار عالم الكتب الحديث، ٢٠٠٨)، ص. ٢١.

(٤) عبد الله صولة، الحجاج: أطره ومنطقاته وتقنياته من خلال مصنف في الحجاج، الخطابة الجديدة لبرلمان وتتيكاه، ضمن فريق البحث في البلاغة والحجاج: أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، إشراف: حمادي صمود، (تونس: المطبعة الرسمية، د ت)، ص ٢٩٩.

(٥) الطلبة، مرجع سابق، ص ١٠٧.

أما سمات النص الحجاجي:

يتسم النص الحجاجي: بأنه نص مترابط متناغم وُضع لإقناع المتلقي بفكرة ما أو بحقيقة معينة عن طريق تقنيات مخصوصة، وقد جمع بنوارونو سمات النص الحجاجي في النقاط التالية:

١- القصد المعلن: وهو إقناع المتلقي بفكرة معينة أي: أنه البحث عن إحداث أثرٍ ما في المتلقي.

٢- التناغم والتسلسل: فالنص الحجاجي نص مستدل عليه، لذلك يقوم على منطق ما في كل مراحله، ويوظف على نحو دقيق من التسلسل الذي يحكم ما يحدثه الكلام من تأثيرات هذا النوع من النصوص؛ يختزل فكرة، ويسهب في تحليل أخرى، يسأل، ويجيب، ويأتي بالفكرة الواحدة على أنحاء مختلفة.

٣- الاستدلال: إن النص الحجاجي نص قائم على البرهنة فعناصره تهدف إلى غاية مشتركة، فإذا أعدنا النص الحجاجي إلى أبسط صوره وجدناه ترتيباً عقلياً للعناصر اللغوية ترتيباً يستجيب لنية الإقناع، بالهدف الأسمى من هذا النص إذ يقوم على الاستدلال والبرهنة بغية الإقناع.

٤- البرهنة: إن البرهنة ترد إليها الأمثلة والحجج وكل تقنيات الإقناع مروراً بأبلغ إحصاء، وأوضح استدلال، وصولاً إلى أطف فكرة وأنفذها، فبالبرهنة يحصل الإقناع، ويظهر الأثر على المتلقي، فهي الطريق الأسمى للإقناع^(١).

المقصود بالمرسل أو الباث والمتلقي في الخطاب الحجاجي:

إن المرسل أو الباث هو منتج الخطاب، والمتلقي هو المخاطب الذي يتلقى الخطاب، فالخطاب الحجاجي دائماً يعرض فكرة ما ويحتج لها احتجاجاً، وهذا الاحتجاج: "قد يكون صارماً دقيقاً، وقد يفتقر أحياناً إلى الصرامة والدقة المنشودتين"^(٢)، وهدفه هو إقناع المتلقي أو إغرائه أو حمله على الإذعان، فغاية الحجاج هي: إقناع الطرف المقابل عبر حيل منطقية ولغوية وبلاغية لها تقنياتها وآلياتها، ويظل فارق دقيق بين الإقناع والحجاج يذكره د. عباس حشاني حيث يعود الفارق إلى طبيعة المتلقي: "فإن كان المتكلم يخبره بكلام جديد فهو يقنع، أما إن كان المتلقي رافضاً أو منكراً للكلام فيتحول الخطاب من إقناعي إلى حجاجي"^(٣).

(١) ينظر الدريدي، مرجع سابق، ص ٢٧.

(٢) السابق نفسه، ص. ٣١.

(٣) عباس حشاني، "مصطلح الحجاج بواعثه وتقنياته" مجلة المخبر، أبحاث في اللغة والأدب الجزائري، (G.I)، ع. ٩٠، أبريل ٢٠١٣ م، ص. ٢٧٥.

الحجاج في القرآن الكريم:

للحجاج دور فاعل في إقناع المتلقي والتأثير فيه، ولقد كان الأسلوب الحجاجي من الأساليب التي استخدمها القرآن الكريم لإقناع المتلقي؛ لأن الحجاج عادةً يعتمد على تقديم الحجج الفاعلة المؤثرة والتي تعد عاملاً أساساً في الإقناع، فكلمة الحجاج تدل على معنى المشاركة في تقديم الحجج وعلى مقابلة الحجة بالحجة^(١).

إن مقابلة الحجة بالحجة معناه بطلان أحدهما، وبطلان أحدهما يستلزم عنه كون أحدهما أقوى من الأخرى، لذا كان الحجاج من الأساليب الإقناعية المستخدمة في القرآن الكريم.

وكما ذكر ابن الأثير: "مدار البلاغة كلها على استدراج الخصم إلى الإذعان والتسليم لأنه لا انتفاع بإيراد الألفاظ المليحة الرائقة، ولا المعاني اللطيفة الدقيقة دون أن تكون مستجلبة لبلوغ غرض المخاطب بها"^(٢).

ولقد حفل القرآن الكريم بالأساليب الحجاجية، والتي من خلالها دحضت حجج أعداء الدين، ومن خلالها أيضاً تم ترغيب المؤمنين وتشجيعهم على الطاعات، ولم يبق أمام هؤلاء ولا هؤلاء سوى الانقياد، وهذا نتيجة الإقناع القائم على أساس الحجاج.

(١) ينظر: عبد الله صولة، الحجاج في القرآن من خلال خصائصه الأسلوبية، (لبنان: دار الفارابي، ٢٠٠١م ١٤٢٢هـ) ص. ٩٠.

(٢) ضياء الدين بن الأثير، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، تقديم د. أحمد الحوفي و د. بدوي طبانة، (القاهرة، دار نهضة مصر، ط ١، ١٩٦٠م)، ج ٢، ص. ٦٤.

المبحث الأول: البناء التركيبي ودوره الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق:

كان للبناء التركيبي في آيات الإنفاق الدور المهم في إقناع المتلقي بالإنفاق التطوعي، وجعله يرغب في الإنفاق بل ويشجع غيره عليه، وليس هذا فحسب بل إنه في بعض آيات الإنفاق قد جعل السامع يسابق إلى فعل هذا، كما جعله ينتظر ويتشوق إلى الجزاء المُعد له في الآخرة.

وقد كان للبناء التركيبي في آيات الإنفاق وسائله وآلياته الحجاجية التي حقق بها التأثير في المتلقي وإقناعه بالإنفاق في سبيل الله، ومن هذه الوسائل وتلك الآليات:

أولاً: الحذف:

الحذف ظاهرة لغوية يمكن بحثها في شتى الحقول: كالنحو، والبلاغة، والعلوم الإنسانية، ويمثل الحذف استبعاداً لعبارة أو جملة من العبارات على مستوى البنية السطحية للخطاب مع بقاء محتواها المفهوم قائماً في ذهن المتلقي الذي يستحضر العبارات الناقصة فيوسع بها أو يعدل دلالة الخطاب.

وتنتج عن الحذف علاقة داخلية في النص بين الفراغ الذي يتركه العنصر المحذوف ومقابله الموجود في موضع سابق من النص؛ مما يعني أن الحذف يقوم على علاقة قبلية.

وتتم عملية الاتساق عبر الحذف على أساس علاقته بالتكرار والإحالة من حيث إن الحذف نوع من التكرار، فالتكرار قد يكون باللفظ والمعنى أو باللفظ دون المعنى أو بالمعنى فحسب، وفي الحالة الأخيرة يرى بدلاً عن تكرار اللفظ فجوة في النص لا يمكن ملؤها إلا بالإحالة إلى عنصر ملفوظ داخل النص، فالقرينة في السياق اللغوي وسياق الموقف تدل على إحالة محذوف إلى ملفوظ، ويقوم ذهن المتلقي بتقدير الفجوة التي أحدثها الحذف داخل النص مستعيناً بالعناصر السابقة عليها، فلا تكتفي بذاتها من حيث التأويل إلا إذا عاد المتلقي إلى ما سبقها من الجمل والعبارات، فالاتساق النصي ينطلق هنا من جملة محتوية على عنصر محذوف يحيل إلى آخر سابق، فالحذف بطبيعته إحالة سابقة تؤدي إلى الترابط.

ويعكس الحذف ميلاً نفسياً لدى المتكلمين إلى الإيجاز والاقتصاد في المجهود الكلامي والعضلي بإنتاج جمل بسيطة وتراكيب موجزة.

و"الحذف التام يؤدي إلى الاختزال، ويتمثل في أن تظل المعلومات قائمة مع نقص العبارة، فقد يُحذف الفاعل وهو مفهوم، أو يحذف الفعل، أو تختزل الجملة كلها ولا يبقى دليلاً عليها سوى إشارة دالة يسيرة، إلى غير ذلك من أشكال الحذف المعروفة في النحو والبلاغة"^(١).

والحذف أسلوبٌ يستهدف رعاية حال المخاطب، مما يدعم لديه عملية التواصل مع الخطاب؛ لكون الخطاب معنيًا به، ثم إن له وظائف أخرى تتحدد من خلال سياقات الخطاب المختلفة.

والحذف سمة بارزة من السمات الأسلوبية التي تردت في آيات الحث على الإنفاق التطوعي، وكان من الوسائل الإقناعية ذات التأثير القوي في المتلقي، وقد حقق فاعلية إقناعية ما كانت لتتحقق للآيات بدونه، ومن ذلك قوله: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَكُمْ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خُلَّةٍ وَلَا شَفَاعَةٍ﴾ (البقرة ٢٥٤).

ويتضح الحذف بتأثيره الإقناعي في الآية؛ حيث حذف الجار والمجرور والتقدير: (ولا خلة فيه ولا شفاعة فيه)، وكان الحذف لدلالة ما قبله عليه في قوله: ﴿لَا بَيْعَ فِيهِ﴾، وقد أنتج هذا الحذف مقدمة ونتيجة حجاجيتين، المقدمة فُهمت من المنطوق، وهي: أنه لا يوجد في هذا اليوم فداء ولا خلة ولا شفاعة، والنتيجة المستشعرة من المفهوم الحجاجي هي: أن الخير يتحقق بالإنفاق قبل مجيء هذا اليوم.

والحذف في هذه الآية بالإضافة إلى أنه قد حقق الإيجاز والاختصار قد كان وسيلة إقناعية شديدة التأثير في المتلقي؛ إذ إنه أشعر بانعدام الخلة والشفاعة في هذا اليوم وغير ذلك اليوم، مما يجعل المتأمل ينقطع أمله في الخلة أو الشفاعة، ويسارع إلى الإنفاق بلا تردد.

ويأتي الحذف في موضع آخر ليحقق دوره التأثيري الإقناعي في قوله: ﴿مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِئَةُ حَبَّةٍ﴾ (البقرة: ٢٦١). وقد تجلّى الحذف في الآية في أكثر من موضع؛ إذ حذف أولاً: المضاف إليه، ويحتمل حذف المضاف إليه من كلمة: {مثل} الأولى، أو الثانية، فعلى الأول يكون التقدير: (مثل إنفاق الذين)، وعلى الثاني يكون التقدير: (كمثل زارع حبة).

والحذف الثاني: حذف لأكثر من جملة، والتقدير: (مثل ما ينفقون كمثل حبة زُرعت في أرضٍ نَقِيَّةٍ وَثَرَابٍ طَيِّبٍ وَأَصَابَهَا الْعَيْثُ فَأَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ)، وسواء أكان الحذف لكلمة أم لجملة فإنه قد حقق الإقناع المرجو من الآية وهي النتيجة الحجاجية التي ينبغي أن يصل إليها المتلقي وهي: أن الصدقة المنفقة في سبيل الله سيضاعف أجرها أضعافاً كثيرة، وهذه نتيجة قد استشفت من المفهوم الحجاجي غير القولي للآية، أما عن المقدمة فقد تمثلت في المنطوق القولي الحجاجي مع المحذوف المقدر في الآية، ويؤكد

(١) صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص، (القاهرة: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٢م) ص ٨١.

المعنى السابق قوله: ﴿وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ﴾ ؛ إذ لم يذكر الله تعالى إلى أي مدى ستكون هذه المضاعفة ولمن بالتحديد ستكون،" مما يحرك النفس البشرية المبحولة على حب المنفعة، فيجعلها تضحي بالقريبة القليلة منها لتظفر - بوعد الله - على أضعافها في المستقبل" (١).

وقد جاء الحذف في آية أخرى من آيات الإنفاق ليؤثر إيجاباً في نفس المتلقي ويحقق الغاية الإقناعية المرادة من الحث وهي: السعي إلى الإنفاق التطوعي والرغبة فيه، وذلك في قوله: ﴿كَمْثَلِ جَنَّةٍ بَرْنُورٍ أَصَابَهَا وَابِلٌ فَآتَتْ أُكُلَهَا ضِعْفَيْنِ فَإِنْ لَمْ يُصِبْهَا وَابِلٌ فَطَلٌ﴾ (البقرة: ٢٦٥).

فقد حذف المفعول الثاني والتقدير: (فآتت أكلها ضعفين صاحبها)، وهذا الحذف يرمي إلى أهمية ذكر الثمار (الأكل)، لا من تثمر له ومن يأكل منها، وتتجلى إقناعية الحذف هنا في أنه كان وسيلة للتركيز على الجزاء وهو: تضاعف أكل الجنة ضعفين، وترك ما لا فائدة من ذكره وهو صاحب الثمار، وهذه هي المقدمة الحجاجية المفهومة من منطوق الآية، وأما النتيجة الحجاجية غير القولية فهي: الترغيب والتشجيع على الإنفاق التطوعي، فما من نفقة أنفقها المسلم إلا وتضاعفت هي وأجرها.

وقد كانت هنا العناية بالفعل والمفعول الأول دون التطرق للمفعول الثاني، وذلك لدلالة السياق عليه إذ بذلك يصير الاهتمام والتعويل على الفعل وهو المراد، أو كما قال عبد القاهر: "توفير العناية على إثبات الفعل، والدلالة على أن القصد من ذكر الفعل أن تثبته لفاعله، لا أن يعلم التباسه بمفعوله" (٢).

ويتضح الدور الإقناعي للحذف في الآية نفسها في قوله: ﴿فَطَلٌ﴾؛ إذ حذف المسند والتقدير: (فطل يصيبها)، وهذا الحذف يفسح المجال لخيال المتلقي ليتصور ما يتصور؛ حتى إذا وصل إلى ما تخيل اطمأن به، وقد أنتج الحذف في الآية نتيجة جعلها وكأنها معروفة متوقعة لا تحتاج إلى دليل أو برهان، فالجنة ستؤتي أكلها وافرًا مضاعفًا حتى ولو لم يكن مطرًا وابلًا يسقيها، وكان طلاً يسيراً، "فمطر صغير القطر يكفيها لكرم منبتها... وكما أن كل واحد من المطرين يضعف أكل الجنة، فكذلك نفقتهم

(١) بسمه محمد بيومي، "الخطاب الحجاجي في القرآن الكريم: سورة البقرة نموذجاً" مجلة كلية الآداب - جامعة بورسعي، (G.I، ع. ٦، يوليو ٢٠١٥م)، ص. ٢٥.

(٢) عبد القاهر الجرجاني، دلائل الإعجاز، قرأه وعلق عليه، محمود محمد شاكر، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٠م)، ص. ١٦١.

كثيرة كانت أو قليلة، بعد أن يُطلب فيها وجه الله ويبدل فيها الوسع زكية عند الله، زائدة في زلفاهم وحسن حالهم عنده"^(١).

وبهذا أصبح الحذف وسيلة من وسائل تحفيز المخاطب على الإنفاق وترغيبه فيه، وليس هذا فحسب بل إنه كان سبباً للإقناع.

وفي آية أخرى من آيات الإنفاق يكشف لنا الحذف عن غضب الله من المؤمنين الذين ينفقون من أردأ ما يكتسبون، ينفقون من أشياء لا يرضونها لأنفسهم ولا يأخذونها إلا إذا كانت أعينهم مغمضة، وذلك في قوله: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ﴾ (البقرة: ٢٦٧)، فقد حذف متعلق الفعل (آمنوا).

والتقدير: آمنوا بالله واليوم الآخر، وملائكته، وكتبه، ورسله، والقضاء والقدر حلوه ومره، خيره وشره، وحذف الجار والمجرور وما عطف عليه يوحى بغضب الله.

من هؤلاء المخاطبين وفعلهم إذ إنهم كانوا ينفقون من كسبهم الخبيث، فقد أراد ألا يطيل معهم الكلام وينهي الحديث معهم بأقصى سرعة، فقد كان المحذوف والمفهوم غير القولي من الحذف بمثابة مقدمة حجاجية تحذر من الإنفاق من الخبيث، والنتيجة ليست منطوقة كذلك بل هي مستشفة من المفهوم غير القولي وهي: أنه من ينفق من الكسب الطيب سيرضى الله عنه ويجازيه، وبهذه الطريقة يستجيبون لأمره ويقتنعون بفكرة الإنفاق من الكسب الطيب.

وذكر {طَيِّبَاتٍ} في قوله: ﴿مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ﴾ حجة عليهم؛ إذ إنهم يكسبون الطيبات ويدخلون بها على الفقراء مع أنها ليست ملكاً لهم.

ويظهر من المواضيع السابقة وغيرها أن دور الحذف الإقناعي بالإضافة إلى تحقيقه الاختصار والإيجاز، يتجلى خصوصاً في أثناء المواقف الحوارية التي تقترب اقتراناً وثيقاً بالسياق التواصلية.

وهذا يؤكد أهمية الوظيفة البلاغية التي يقوم بها الحذف من حيث هو ظاهرة بلاغية عالمية وقاعدة كلية تخضع لها جميع اللغات، ومن حيث هو أساس في تماسك النص وانسجامه، ناهيك عن قيمته الجمالية.

ثانياً: التقديم والتأخير:

(١) جار الله الزمخشري، الكشف عن حقائق التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل، تقديم وتعليق: خليل مأمون شيخا، (بيروت، دار المعرفة، ط ٣، ٢٠٠٩م)، ص. ١٥٠.

للتقديم والتأخير غاية إقناعية حجاجية، والغاية الحجاجية للتقديم والتأخير مرهونة بإحكام ربط البناء اللغوي بالضرورة السياقية للخطاب، إذ إنه بمثابة إعادة ترتيب لعناصر الجملة وفق متطلبات الخطاب الرامية - في حال الحجاج - إلى التأثير والإقناع.

وقد بدا التقديم والتأخير في آيات الإنفاق التطوعي مسلکًا بارزًا لتحقيق هذه الغاية الإقناعية، ومن الممكن ملاحظة ذلك في الآيات التالية:

يقول-تعالى: ﴿يَوْمَ لَا يَبِيعُ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفَاعَةٌ﴾ (البقرة: ٢٥٤)؛ حيث قدم البيع على الخلّة والشفاعة، وقد أنتج التقديم هنا المقدمة الحجاجية المنطوقة وهي: أن الفدية المدفوعة لا تنفع صاحبها في هذا اليوم، وكذا الخلّة والشفاعة لا تنفعان، والنتيجة المفهومة من الحجاج غير القولي والمترتبة على المقدمة السابقة تتمثل في ضرورة الإنفاق قبل مجيء هذا اليوم، فالتقديم إذاً قد حقق غاية حجاجية مهمة وهي: الإقناع بأن الإنفاق هو النافع والمنجي في هذا اليوم، وهو المطمئن والمؤنس للنفوس المستجيبة لأمر الله بالإنفاق، لا البيع ولا غيره وأن المنفقين هم الناجون في ذلك اليوم وليس غيرهم.

والتقديم في الآية التالية يحقق بعدًا إقناعيًا مهمًا عن طريق التشويق، يقول تعالى: ﴿كَمْثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِئَةُ حَبَّةٍ﴾ (سورة البقرة الآية: ٢٦١)، إذ قدم المسند {فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ}، وذلك للتشويق إلى ذكر المسند إليه {مائة حبة}، فحينما ذكر المسند ذهب النفس كل مذهب وتخيّلت ما تخيلت، وأصبحت النفس في شوق إلى ما يذكر عقب هذا المسند، فإذا ذكر المسند إليه سكنت النفس، واطمئن القلب واقتنع المنفق تمام الاقتناع بأن الإنفاق هو الخير له، وقد أسهم التقديم بحجاجيته في وصول الطاقة الإقناعية إلى أعلى درجاتها، فالمنطوق الحجاجي للتقديم يثبت أن السنبلة الواحدة تحتوي على مئة حبة وهذه هي المقدمة، والنتيجة المترتبة على تلك المقدمة أن كل من ينفق ستتضاعف صدقته مثل غارس الحبة التي تتضاعف، وفي هذا ترغيب وتشجيع على الإنفاق ما ليس في غيره من الأساليب الإقناعية الأخرى.

وفي الآية التالية قد حقق التقديم الإقناع والتأثير المراد من خلال قوله تعالى: ﴿وَلَا يُنْفِقُونَ نَفَقَةً صَغِيرَةً وَلَا كَبِيرَةً وَلَا يَقْطَعُونَ وَادِيًا إِلَّا كُتِبَ لَهُمْ﴾ (التوبة: ١٢١)؛ إذ قدم النفقة الصغيرة على النفقة الكبيرة، وقد أفنّع التقديم بالمنطق والحجة المتلقي بأن النفقة الكبيرة سيؤجر صاحبها، لأن النفقة الصغيرة سيجازى عليها فمن باب أولى أن يجازى على النفقة الكبيرة، وفي هذا التقديم اهتمام بما يشغل قلب المنفق سواءً للنفقة الصغيرة أو للكبيرة وتهدئة لروعه وطمأننة لقلقه، فلو تقدمت الإشارة إلى النفقة الكبيرة لتبادر إلى الذهن ولو لمجرد لحظة أن النفقة الصغيرة لا تُقبل.

وهناك لطيفة أخرى للتقدم تآزر حجاجيته ومنطقيته وهي أن النفقة الصغيرة أكثر وقوعاً من النفقة الكبيرة، لأن النفقة الكبيرة غالباً ما يقع إنفاقها من الأغنياء، إذًا فممكّن أن يكون الترتيب هنا باعتبار كثرة الوقوع وقلته.

وبذلك يتقرر لدينا أن التقدم والتأخير: "أسلوب عدولي عن أصل الرتبة ومؤشر أسلوب، إنما يكون لغايات تتصل بالمعنى"^(١)، في آيات الحث على الإنفاق خطة متكاملة تستهدف ربط المتلقي بالخطاب، وإقناعه بموضوع قضاياها.

ثالثاً: الموجهات التعبيرية (الأساليب الإنشائية):

وهي مجموعة الصيغ والأساليب البلاغية التي ترسم مساراً إقناعياً للخطاب، وذلك عبر سلسلة تفاعلات لغوية ومقامية داخل الموقف التواصلية.

ومن الموجهات التعبيرية التي حققت بعداً إقناعياً في آيات الإنفاق التطوعي: الأمر — النهي — النداء.

أ- الأمر والنهي:

يعد كلٌّ من الأمر والنهي والنداء فنّاً من فنون الإقناع، فكل قول له فعل إنجازي كما يسميه أوستن: illocutionnaire-Acte، وفعل تأثيري perlocutionnaire إذ يقول: إنّ "اللغة ليست مجرد أداة للإخبار والوصف، بل وسيط لبناء الواقع والتأثير فيه وتحويله"^(٢).

وتدلُّ الأفعال الإنجازيّة على قصد المتكلّم، إمّا لفعل وعد ووعد، وإمّا إقرار وتهكّم، وإمّا منح ومنع، عن طريق إنجاز الأشياء باستخدام تلك الأفعال التي يحاول المتكلّم إيصالها للمتلقّي في سياق الخطاب.

ولم أعن بمناقشة الأمر والنهي والنداء في آيات الإنفاق التطوعي بمسألة التحديد الدلالي لأصل المعنى أو خروجاته المجازية وفقط، وإنما كانت عنايتي بالأثر الحجاجي الذي يؤديه كل من الأمر والنهي والنداء في الآيات، وهو أثر وثيق الصلة بالدلالة في الأمر على الوجوب، والنهي على التحريم وذلك وفق أوامر الشارع ونواهيه، وإذا استعرضنا الأوامر والنواهي في آيات الإنفاق موضوع الدراسة تظهر على النحو الآتي:

(١) تمام حسان، البيان في روائع القرآن، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط ٢، ٢٠٠٣م)، ج ٢، ص.

١٠٨.

(٢) الباهي حسان، الحوار ومنهجية التفكير النقدي، (الدار البيضاء: إفريقيا الشرق، ط ٢، ٢٠٠٤م)، ص ١٢٣.

يقول تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ﴾ (البقرة ٢٥٤). ويقول تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ﴾ (البقرة: ٢٦٧)، وللأمر والنهي في هاتين الآيتين الكريمتين دور تنبيهي عظيم لا يمكن أن يغفل، وبحضور انتباهة المتلقي يصير الوصول إلى المفهوم غير القولي الذي تنتجه بنية كل من الأمر والنهي داخل آيات الإنفاق أكثر بروزاً، خاصة أن المفهوم غير القولي صنيعة خالصة للمتلقى، يتوصل إليها من خلال المنطوق مروراً بدلالة ذلك المنطوق، فالفعل الكلامي (الأمر) في الآية الأولى قوله: ﴿أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ﴾، والفعل الإنجازي هو الحث، والتحريض فالحث يحث عباده المؤمنين على الإنفاق ويحضهم على ترك ما عداه من البخل والشح والتقتير، وهذا يشعر بإرادة الله في أن يتصف عباده بصفة الإنفاق فيعرفوا بأنهم هم المنفقون.

وكذلك الفعل الكلامي (الأمر) في قوله: ﴿أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ﴾، والفعل الإنجازي هو الحث على الاتصاف بصفة معينة، وهي الإنفاق من الكسب الطيب، فليس المراد الأمر بمجرد الإنفاق وإنما المراد هو الإنفاق من طيب الكسب.

ونلاحظ أيضاً الفعل الكلامي (النهي) في قوله: ﴿وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ﴾، والفعل الإنجازي لهذا النهي هو التحذير من هذا الصنيع، والتشجيع على فاعله، فالأفعال الكلامية الثلاث حققت الغاية الإقناعية المرجوة وهي: الترغيب في الإنفاق التطوعي، والتنفير من إنفاق الخبيث؛ حيث: "إن الفعل الكلامي مركب من ثلاثة أفعال تؤدي في الوقت نفسه الذي ينطق فيه بالفعل الكلامي: الفعل اللفظي: وهو النطق بأصوات لغوية ينظمها تركيب نحوي صحيح تؤدي معنى هو المعنى الأصلي، وله مرجع يحيل إليه، والفعل الإنجازي: ما يؤديه الفعل اللفظي من وظيفة في الاستعمال كالوعد والتحذير والأمر والنصح... إلخ، والفعل التأثيري: الأثر الذي يحدثه الفعل الإنجازي في السامع أو المخاطب سواء أكان تأثيراً جسدياً أم فكرياً أم شعورياً"^(١)، إذن للفعل الكلامي دور في الحجاج لا يمكن إغفاله لما يتركه من أثر في السامع، بل قد يدفعه إلى سلوك بعينه.

ويلاحظ العدول في بنية النهي إذ قال: {وَلَا تَيَمَّمُوا} بدلاً من: (ولا تنفقوا)، لأن العدول قد حقق فائض دلالي موسع ما كان ليتحقق لو قال: (لا تنفقوا)، من هذا الفائض: التحذير الشديد والمنع المؤكد من الانفاق من الخبيث، كما أن التعبير: {تَيَمَّمُوا} يوحي بأن التيمم والتعمد في أمر إنفاق الخبيث هو الأمر المعول عليه، وهو ذلك الأمر الممقوت المذموم المرفوض من قِبَل الله، أما من كان غير

(١) محمود أحمد نحلة، آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، (القاهرة: دار المعرفة الجامعية ط ١، ٢٠٠٠م)، ص ٦٨.

ذلك وخصوصاً أنه لم يسمع بالآية فلا شيء عليه، يضاف أيضاً إلى ذلك أن البنية المقترحة (لا تنفقوا) تعطي دلالة صريحة على أن المنهي عنه هو مجرد الإنفاق من الخبيث في حين يفتح الحمل الدلالي للبنية الواردة في الآية الكريمة على أكثر من دلالة، كأن يكون المقصود بالتييمم القصد - التعمد - الضرب في التراب للتييمم بدلاً من الوضوء وغير ذلك من الدلالات، كل هذا قد أشعر به العدول، وتلك هي الملاءمة الحجاجية التي سيق لأجلها فعل النهي.

وتنتج عبارة: {وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ}؛ أهمية كبيرة في لفت السامعين إلى أن الذي ينفق من كسب خبيث لو هو نفسه أراد أن يأخذ من هذا الكسب لا يمكن أن يأخذ إلا إذا أغمض عينيه، وقد تحقق الحجاج من خلال هذه الآية؛ فهي مشتملة على قضيتين حجاجيتين، فمقدمة القضية الأولى هي: أنه لا يؤخذ أحد من الكسب غير الطيب إلا من أغمض عينيه، والنتيجة أنه ليس من الخير الإنفاق من الكسب الخبيث. ومقدمة القضية الثانية: المفهومة من مضمون الآية هي: كل ما يملكه الإنسان هو ملك لله؛ والنتيجة الحجاجية المنطوقة هي: {وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ}.

والفعل الكلامي في القول السابق هو الأمر: {اعلموا} والفعل الإنجازي هو تأكيد استغناء الله عن نفقتهم هذه، وتقرير احتياجهم وفقرهم إليه تعالى، فهذا تذييل يعمق المعنى في نفوس المتلقين ويثبتته، وهو استغناء الله عن البشر في حين أنهم يحتاجون إليه، وأن إنفاقهم من الكسب الطيب لا يفيد ولا ينفع غيرهم.

ومن الملاحظ أن الأمر بالإنفاق كان غالباً ما يقترن بوصف المنفقين بصفة الإيمان، وكأن القرآن الكريم يشجع بهذا الوصف المتلقي ويحفزه على الإنفاق؛ فمفهوم الأمر في الآيات السابقة يوحي بأن كامل الإيمان هو المنفق، وأن الإنفاق من الصفات المهمة للمؤمنين، وأن غير المنفق أو البخيل لم يكتمل إيمانه، فكل هذه الهوامش الدلالية المتصلة بثقافة المخاطب وعقيدته تصبح حاضرة في وعيه موجهة لإقناعه الوجهة التي لا تخالف هذا المخزون المتعلق بالأمر {أَنْفِقُوا}، والنهي {وَلَا تَيْمَمُوا} بحيث تصوير مخالفة هذا النهي وذلك الأمر - لو افترضنا ذلك - من قبل المخاطبين هروباً من الحاجة، وتناقضاً واضحاً يخرجهم من الموقف الخطابي مغلوبين.

وبذلك يبدو الخطاب القرآني في آيات الإنفاق مكتنزاً للدلالة، منتجاً لها من خلال المخاطبين، وهو ما يعرف في التداولية باسم إنتاج القول للفعل فقد طالعنا كيف أن قول الله تعالى: {أَنْفِقُوا} يولد فعل الطاعة، وقوله: {وَلَا تَيْمَمُوا} يولد التحريم، كل ذلك مكتنزاً داخل دلالات ضمنية يعهد إلى المتلقي تفريغها والتوصل إليها، مما يضيفي نشاطاً كلامياً ملحوظاً على آيات الإنفاق، ويوجب الإقناع بطريق غير مباشر، وهو أنجع لا شك من المباشرة بالحجاج أو الإقناع.

ب- النداء:

النداء من الموجهات التعبيرية المؤثرة وهو: "من بين الأدوات المهمة في العملية الحجاجية نظرًا لما يحمله من جلب المرسل إليه أو المتلقي في عملية الاستدلال والتأثير فيه"^(١).

فالمنطلق الحجاجي للنداء يبنى إثارة نفسية لدى المخاطب، فيرتسم هذا المخاطب أمام المتكلم مصغيًا، مستملاً، منجذبًا إلى الخطاب، كما يسهم في تكوين اتجاه انفعالي حيال الخطاب، وغالبًا ما يكون موقفًا إيجابيًا، يتحقق فيه التأثير والإقناع.

وقد وردت هذه الآلية (النداء) في آيات الإنفاق في أكثر من موضع، ومن ذلك قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ﴾ (البقرة: ٢٥٤)، وفي السورة نفسها يقول: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ﴾ (البقرة: ٢٦٧)، صُدّرت الآية الكريمة الأولى بالنداء لتحقيق الدور الحجاجي الإقناعي المطلوب في هذا المقام وهو: إيقاظ النفوس، وتهيئتها، وجعلها مستعدة لإحساس وفهم كل ما يتلى عليها من أوامر ونواهي.

كما أن في النداء تنبيهًا وتبليغًا يهدف إلى إقناع المتلقي وتوجيهه بطريقة صحيحة.

وفي إثارة النداء ب(يا) دون غيرها من أحواتها إقناع، وذلك لأن النداء ب(يا) يؤذن ببعد منزلة هؤلاء المنادين وعلو مرتبتهم وارتفاع شأنهم، وفي هذا من التحفيز والتعزيز ما يجعلهم يستجيبون لكل مطلب منهم عقب النداء.

وأوثر التعبير باسم الموصول وصلته {الَّذِينَ آمَنُوا} عقب المنادى {أيها} على بدائل أخرى منها:

(يا أيها الناس-يا أيها الموحدون-يا أيها المسلمون- يا أيها المستمعون)؛ وذلك للإشعار بعظمة الموجه إليهم الخطاب، فاسم الموصول يتضمن التعظيم والتفخيم لهؤلاء المنادين، وكذا جملة الصلة (آمنوا) تحمل أحب الصفات إلى قلوبهم (الإيمان) خصوصًا أن هذا الوصف قد جاءهم من رب العباد، وقوّى هذا المعنى التعبير بصيغة الماضي الذي يوحي بوقوع الإيمان وتحقيقه.

والدور التنبيهي الحجاجي للنداء في الآية الثانية يتمثل في الحث على الاستجابة والامتثال لأمر الله، والتنبيه على أن المخاطبين ارتكبوا أخطاءً فادحة (كتصدقهم من الخبيث) وعليهم أن يتقبّلوا اللوم عليها.

(١) عبده عبد العزيز قلقيلة، البلاغة الاصطلاحية، (القاهرة: مكتبة لسان العرب، ٢٠١٨م)، ص ١١.

ونلاحظ أنه تعالى قد ناداهم في الآية الثانية كذلك بصفة الإيمان مع ارتكابهم لبعض الأخطاء، وهذا يوحي بإرادة الله - سبحانه وتعالى - بأن يكونوا على هذه الصفة (الإيمان) علّ هذه الصفة تمنعهم من ارتكاب مثل هذه الأخطاء.

ويلاحظ تكرار النداء في الآيتين السابقتين وهما متقاربتان؛ إذ لا يفصل بينهما إلا اثنتا عشرة آية فقط؛ وذلك لتأكيد وتقرير المعنى، وحرص المرسل (القرآن الكريم) على تسليم المتلقي بالفكرة (ضرورة الإنفاق في سبيل الله)، الأمر الذي يشحن الملفوظ بطاقة حجاجية عالية، ويظهر ما يشبه التدرج في الطاقة الحجاجية لهذا النداء.

واستخدام عبارة المنادى {أيها} بدلالتها على عموم المؤمنين، يرفع من التأثير الحجاجي للنداء في الآيتين السابقتين، إذ إن هذه العبارة تصير ملزمة لكل مستمع مؤمن يستمع لهما، ويطلع عليهما في كل زمان ومكان، ف"أفضل الحجاج ما جعله ربه عامًّا فهو للجمهور الواسع وإن كان المعنى به في أصل إنشائه فردًا أو جماعة ضيقة"^(١).

إن الدور الحجاجي للنداء في المثالين السابقين له الأثر العظيم في تنبيه المستمعين إلى أهمية الحكم المتعلق بالنداء وهو الإنفاق عمومًا في الآية الأولى، والإنفاق خصوصًا من الكسب الطيب في الآية الثانية، وإقناعهم به.

رابعًا: القصر:

القصر: هو عمل إنحازي يعتمد المتكلم في توجيه المخاطب وجعله يسير في الاتجاه الذي يحدده هو ويرسمه، فالقصر من الأدوات الحجاجية المهمة التي تدعو إلى إعمال العقل وتحفز الاستنتاج لدى المتلقي، بحكم بلاغته من الإيجاز والاختصار التي لا تتحقق إلا به وزيادة المعنى تأكيدًا.

وقد ورد القصر في الآيات موضوع الدراسة بطرقه وأنماطه المختلفة ومن ذلك:

القصر في قوله تعالى: ﴿وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ﴾ (البقرة: ٢٥٤) إذ قصر الظلم على الكافرين غير المؤدين للزكاة قصرًا إضافيًا قلبيًا بطريق ضمير الفصل، فقد قلب عليهم اعتقادهم وهو أنهم هم المظلومون وأشعرهم بأنهم هم الظالمون، وهذا القصر يوحي بأنهم حازوا الظلم كله لأنفسهم، وكأن الظلم أصبح صفتهم وحدهم لا يشترك معهم فيها أحد.

ويتجلى الدور الإقناعي الحجاجي للقصر في الآية؛ إذ إن المقام مقام توضيح لموقف تاركي الزكاة من الزكاة فهم لا يخرجونها وينكرون وجوبها عليهم، كما يتجاهلون دورها في التكافل الاجتماعي،

(١) صولة، مرجع سابق، ص. ٢٠٥.

فالقصر نبههم على خطئهم وأشعرهم بظلمهم؛ فالمقدمة التي تفهم من جملة القصر أن من يمنع الزكاة والإنفاق فإنه ظالم لنفسه ولغيره، والنتيجة هي أنهم هم الظالمون لا غيرهم؛ لأن هؤلاء قد تركوا الزكاة والإنفاق، وهذه النتيجة هي التي أراد الله تعالى تسليم المخاطبين واقتناعهم بها، وبهذا يكون القصر قد حقق غايته التواصلية وغرضه الإقناعي.

ويحقق القصر غاية إقناعية حجاجية أخرى في الآية التالية في قوله تعالى: ﴿وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ﴾ (البقرة: ٢٦٧)، حيث قصر النهي على الإنفاق من الخبيث، وقد أفاد القصر تخصيص الخبيث بالنهي عن إنفاقه دون غيره من الطيب، وهذا القصر طريقه التقديم، حيث قدم الجار والمجرور {منه} على الفعل {تنفقون}، ويرز دور القصر الحجاجي الإقناعي هنا؛ فالمقدمة الحجاجية التي فُهمت من منطوق الآية هي أن الإنفاق من الخبيث أمر منهى عنه، ولا يرضى عنه الله ويستحق فاعله التوبيخ والتبكيث، والنتيجة الضمنية هي أن المخاطبين يستحقون التوبيخ واللوم لإنفاقهم من الخبيث المنهي عنه، فبال تأكيد أنه من سمع هذه الآية في أي زمان ومكان لم يقد بهذا الصنيع، فالبارة تلزم كل مخاطب يستمع لها، ويطلع عليها في كل زمان، وتلك هي الغاية الحجاجية من القصر؛ ففي الحجاج القرآني، يتوجه الخطاب إلى المتلقي الضمني^(١).

ويأتي القصر ليحقق غاية إقناعية أخرى مهمة في قوله: ﴿الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ سِرًّا وَعَلَانِيَةً فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ﴾ (البقرة: ٢٧٤).

حيث قصر الأجر على الذين ينفقون أموالهم بالليل والنهار وفي السر والعلن قصرًا حقيقيًا، عن طريق التقديم؛ إذ قدم الجار والمجرور (لهم) على المسند إليه (أجرهم)، وقد أشعر القصر باختصاص هؤلاء المنفقين بهذا الأجر واختصاص الأجر بهم لأنهم هم الذين أنفقوا في كل زمان ومكان.

ومما زاد في إقناع المخاطبين بالإنفاق قصر نفي الخوف والحزن عن المنفقين عن طريق التقديم أيضًا في قوله: ﴿وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ﴾ قصرًا حقيقيًا، وهذا القصر يوحى باختصاصهم بالأمن والطمأنينة والسعادة دون غيرهم، وإثبات الخوف والحزن لغيرهم، ومقدمة القضية الحجاجية التي أفادها المنطوق الحجاجي للقصر في الآية، هي أن المنفقين بالليل والنهار وفي السر والعلن هم الذين يختصون بالأجر العظيم والأمن والسعادة في الدارين، وأما النتيجة التي استنتجت من المفهوم غير القولي الحجاجي للقصر فهي: أن كل من ينفق مثل هؤلاء سينال الجزاء نفسه، بما أن لكل عمل أجرًا ومقابلًا، وتلك هي الغاية الإقناعية التي حققها القصر.

(١) المتلقي الضمني هو من لم يسمع الآية وقت نزولها.

ويتضح القصر بوظيفته التأثيرية الإقناعية كذلك في قوله تعالى: ﴿وَلَا يُنْفِقُونَ نَفَقَةً صَغِيرَةً وَلَا كَبِيرَةً وَلَا يَقْطَعُونَ وَادِيًا إِلَّا كُتِبَ لَهُمْ لِيَجْزِيَهُمُ اللَّهُ أَحْسَنَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ﴾ (التوبة: ١٢١)؛ إذ قصر مصير النفقة والسير في سبيل الله على الكتابة والمجازاة بالجزاء الحسن من باب قصر الموصوف على الصفة قصرًا حقيقيًا تحقيقيًا طريقه النفي والاستثناء، وحجاجة القصر تتمثل في أن الآية تتضمن الإخبار بأن الإنفاق في سبيل الله بكل طريقه سيكتب للمنفق، وأنه لا يضيع هباءً، وهذه مقدمة استشفت من المفهوم المنطوق الحجاجي للقصر، وقد ترتب على هذه المقدمة نتيجة استشعرت من المفهوم غير القولى للقصر وهي: أن إنفاق المخاطبين بهذه الآية سيكتب لهم وسيُجازون عليه، وهذا القصر يؤكد أن ما يُفعل لوجه الله حتمًا سيؤجر عليه ولا يضيع هباءً.

ونلاحظ في الآيات السابقة أن التوكيد بالقصر قد اعتمد على الحجاج والإقناع، وقد تمثل الحجاج هذا في وجود المقدمات وتحقق النتائج، ومن هنا يتجلى جمال الحجاج وطريقته الدامغة في الإقناع.

خامسًا: العدول:

العدول أحد المذاهب البلاغية التي استخدمها العرب الأوائل، وهو: أسلوب من القول يخرج فيه المتكلم عما هو مألوف في نظم الكلام إلى غير المألوف لغاية معنوية يقصدها المتكلم، ويحقق سمة جمالية في الكلام، وهو بهذا المفهوم يُضفي على الكلام خصائص ومزايا لم تكن لو جرى الكلام على النمط المعتاد.

وتبدو السمة البلاغية في العدول بارزة، وذلك من خلال وجود خطين يبني المتكلم من خلالهما خطابه، غير أنه يقفز بأحد هذين الخطين للاستعمال نظرًا لمعادلة مقامية يطرحها الخطاب، ومضامين تعمل على توجيه هذا الاستعمال نحو الأنفع.

والعدول بوصفه خرقًا لمثالية الوضع أو المعيار اللغوي يشتمل على مستويات عدة، فقد يكون في الصوت، كما يكون في اللفظة المفردة، ويكون في التركيب^(١)، لكن ينصب اهتمامي هنا على البعد الحجاجي للعدول وتتبعه في آيات الإنفاق.

وللعدول صور كثيرة وأنواع متعددة، لكنني أتناول في هذا البحث صورتين فقط من تلك الصور، من خلال نماذج من آيات الإنفاق؛ لبيان الدواعي البلاغية والجمالية لاعتماده أسلوبًا مطردًا من أساليب التعبير.

(١) ينظر: مصطفى السعدني، العدول أسلوب تراثي في نقد الشعر، (الإسكندرية: منشأة المعارف، د.ت)، ص.

ومن صور العدول التي سأبين بعدها الحجاجي بإذن الله في آيات الإنفاق التطوعي هي:

أ- الالتفات:

الالتفات من بديع المخالفات التي تسوغها اللغة للمتكلم أو المبدع، حيث ينتقل الالتفات من واقع حركي يصدر عن الإنسان حين يلتفت فيغير وجهته ويصرف وجهه من ناحية إلى أخرى - إلى واقع لغوي يستثمره المبدع في الانتقال من جهة في الخطاب إلى جهة أخرى.

و"الالتفات هو التعبير عن معنى بطريق من الطرق الثلاثة بعد التعبير عنه بطريق آخر منها"^(١).

والإطار الذي يحكم الالتفات صرح به العلوي (ت ٧٠٥) في تعريفه له بقوله: "هو العدول من أسلوب في الكلام إلى أسلوب آخر مخالف للأول"^(٢).

وللالتفات فلسفته الخاصة في اللغة العربية ووظائفه العديدة داخل الخطاب؛ فهو تفنن واتساع من جهة لغة الخطاب وقدرة المتكلم الكلامية، بالإضافة إلى كونه ذا قيمة تنشيطية للمتلقى، وأخرى حجاجية إقناعية.

ومن الالتفات في آيات الإنفاق التطوعي: الالتفات في قوله: ﴿وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاةِ اللَّهِ وَتَثْبِيتًا مِنْ أَنْفُسِهِمْ كَمَثَلِ جَنَّةٍ بِرَبْوَةٍ أَصَابَهَا وَابِلٌ فَآتَتْ أُكُلَهَا ضِعْفَيْنِ فَإِنْ لَمْ يُصِبْهَا وَابِلٌ فَطُلٌّ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ﴾ (البقرة: ٢٦٥)، إذ عبر أولاً بطريق الغيبة، فقال: ﴿وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ - وَتَثْبِيتًا مِنْ أَنْفُسِهِمْ﴾، ثم التفت فعبّر ثانياً بطريق الخطاب، فقال: ﴿وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ﴾، وكان المسار الموافق لمقتضى السياق أن يقال: (والله بما يعملون بصير)، وهذا الالتفات يشعر بقدرة الله على العلم بما يعمل جميع البشر، فلم يقتصر علمه على فئة منهم بعينها، فهو عليم بما يعمل الغائب والحاضر.

وقد وقع قوله: ﴿وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ﴾ تذييلاً قصد به طمأنة وإيناس المنفقين ابتغاء لمرضات الله ووعدهم بالإجابة؛ كما قصد به ترويع وتخويف البخلاء والمرائين وهو السر في تعريف المسند إليه ﴿الله﴾ بالعلمية بدل من الإضمار.

والأثر الحجاجي للالتفات في هذه الآية يكمن في تعميم الحكم للحاضر والغائب، ولو أن مسار الضمير ظل للغيبة لقصر الحكم على الغائبين فقط، ولأفسد قيمة عليا من قيم الخطاب الحجاجية، وهي علمه تعالى بأعمال الناس كافة الغائب منهم والحاضر.

(١) الخطيب القزويني، الإيضاح في علوم البلاغة، شرح وتعليق وتنقيح: الدكتور محمد عبد المنعم خفاجي، (بيروت: دار الكتاب اللبناني، ط ٦، ١٩٨٥ م)، ج. ١، ص. ١٥٧.

(٢) يحيى بن حمزة العلوي، الطراز، تحقيق: د. عبد الحميد هندراوي، (بيروت: المكتبة العصرية، ط ١، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٢ م)، ج. ٢، ص. ٧١.

إن الالتفات لا يحقق فقط بعدًا تنشيطيًا أو تنبيهيًا للمتلقى، بل يسهم في توجيهه إلى التفاعل مع الملفوظ الخطابي على نحو عملي.

ب- التعريف والتنكير:

التعريف معناه: جعل الاسم معرفة، والمعرفة هي ما دلّت على معين من أفراد جنسه مثل: (أنت - خالد). والتنكير هو: جعل الاسم نكرة، والنكرة اسم يدلّ على شيء غير معين، أو على شائع في أفراد جنسه مثل: (رجلٌ - بيتٌ).

والتعريف والتنكير ظاهرة من الظواهر التي تخضع لمقتضيات السياق، وهذا يعني أنّ أحدهما ليس أولى من الآخر، فكلّ في موضعه بحسب ما يقتضيه السياق والمعنى.

ويتم العدول في التعريف والتنكير من خلال تبادل الأدوار بينهما بأن يستخدم أحد التعريفات مكان الآخر أو التعريف مكان التنكير أو العكس، وذلك لتحقيق بعد حجاجي وغاية إقناعية سامية.

ويتضح الأثر الإقناعي لتعريف المسند إليه في قوله: ﴿أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ﴾ (البقرة ٢٥٤)، وقد تحقق العدول هنا من خلال التعريف بالضمير بدل من التعريف بالعلمية، فكان من الممكن أن يقال: (مما رزقكم الله - عز وجل)، لكنه عدل عن ذلك لأن التعريف بالضمير يوحي بعظمة وفخامة المعبر عنه وهو الله - سبحانه وتعالى -، والبعد الحجاجي للعدول يتمثل في تذكير المتلقي بأن الله وحده صاحب المنّة والفضل، وأنه هو واهب الرزق وهو الموجه الأعظم، فما من مال في يد شخص إلا وهو هبة ورزق منه - تعالى - وما الشخص إلا خليفة في هذا المال، وهذه مقدمة قد فُهمت من المنطوق الحجاجي للعبارة، والنتيجة الضمنية للحجاج هي: أنه ليس من حق أحد أن ييخل، أو حتى يصدر منه مجرد اعتراض على الإنفاق لأنه لا يملك شيئاً، وبهذه النتيجة يقتنع المتلقي بالفكرة المرادة، ويطمئن قلبه.

ويتضح العدول كذلك في قوله: {يَوْمًا} حيث جاءت هذه الكلمة نكرة، وكان من الممكن أن تأتي معرفة فيقال: (اليوم) لكن هذا العدول بحجاجيته أشعر بتعظيم اليوم وتحويله، وهذه هي المقدمة، أما النتيجة الحجاجية فتتمثل في أنه يجب على كل مسلم أن يتقي هذا اليوم بالإنفاق من رزق الله.

وفي الآية نفسها يلاحظ العدول أيضًا بتنكير الكلمات: (بيع - حلة - شفاعه)، وقد أفاد هذا التنكير العموم، فالمفهوم الحجاجي للعدول يشعر بأن هذا اليوم لا يقبل فيه أي نوع من أنواع الفداء سواءً أكان هذا الفداء كبيراً أم كان صغيراً، وكذا الصداقة لا تنفع أحداً في هذا اليوم مهما كانت قوة ولا تنفع الشفاعه مهما كان قدرها وقدر صاحبها، وهذه مقدمة بدت في المنطوق الحجاجي، ونتيجة هذه المقدمة هي أنه يجب على كل مؤمن المبادرة إلى الإنفاق قبل مجيء هذا اليوم الهائل، وهذه النتيجة من المفهوم اللا قولي.

ويأتي العدول بالتنكير في آية تالية حيث نكر كلمة (حبة) في قوله: ﴿مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَتَتْ سَنَابِلَ﴾ (البقرة: ٢٦١)، فكان من الممكن أن يقال: (كمثل الحبة التي تنبت سبع سنابل) لكن التنكير هذا قد حقق الإيجاز والاختصار، والعدول يشعر بالقدرة الإلهية إذ يحول الحبة إلى سنابل سبع، وفي كل سنبله مئة حبة، ويتحمل تنكير {حبة} معاني أخرى كالتعظيم، أي: كحبة عظيمة النفع موصوفة بما ذكر، إذ ليس كل الحب كذلك^(١)، فالمقدمة التي فهمت من المنطوق الحجاجي أن الصدقة كالحبة الصغيرة التي تنتج سنابل وأضعاف تلك السنابل، والنتيجة التي أدركت من المفهوم غير القولي هي أنه لا يستصغر أحد صدقة فهي عظيمة عند الله وتتضاعف مهما كان حجمها، وقد حقق العدول هنا أثره الإقناعي وهو الترغيب في الإنفاق.

وتظهر القيمة التأثيرية للعدول مرة أخرى بتنكير {حنة} في قوله: ﴿وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاةِ اللَّهِ وَتَثْبِيتًا مِنْ أَنْفُسِهِمْ كَمَثَلِ حَنَّةٍ بَرْنُورَةٍ أَصَابَهَا وَابِلٌ﴾ (البقرة: ٢٦٥)، فالعدول هنا عن التعريف؛ إذ كان من الممكن أن يأتي السياق بها معرفة ويقال: (كمثل الحنة التي توجد بربوة) لكن العدول قد أفاد الإيجاز، وأشعر بعظمة تلك الحنة وفخامة ما بها من زروع، وأن هذه الحنة وما فيها غير الجنان المعهودة المعروفة لنا جميعاً.

وكذا العدول بتنكير {ربوة} يوحي بالعموم أي: أي ربوة، فالربا جميعاً يشتركن في أنهن خير مكان للزرع والغرس.

وخص «الربوة» دون غيرها من أنواع الأرض وذلك لأن: "أشجار الربا يكون أحسن منظراً وأزكى ثمرًا وأما الأراضي المنخفضة فقلما تسلم ثمارها من البرد لكثافة هوائها بركود الرياح"^(٢).

وكذا العدول بتنكير {وابل} في قوله: {أصابها وابل} فكان من الممكن أن تكون: (الوابل) بتعريف الكلمة وقد أشعر هذا التنكير بالتعظيم والتكثير أي: أن هذا الوابل عظيم القطر فحم النفع والأثر وكثير بحيث يهطل فيغمر الربوة غمرًا نافعًا إذ يخرج كل ما غرس فيها بإذن الله.

وقد حقق العدول بالتنكير في الآية غايته الإقناعية؛ إذ أنتج مقدمة حجاجية من المنطوق القولي وهي: أن نفقة المنفق تنمو وتكبر مثل الحنة التي تكون بربرة فيها من كل الشمار وتسقى بالوابل، فهي

(١) ناصر بن عبد الرحمن بن ناصر الحنين، **النظم القرآني في آيات الجهاد**، (الرياض: مكتبة التوبة ط ١، ١٤١٦هـ - ١٩٩٦ م)، ص. ٤٥٣.

(٢) أبو السعود العمادي محمد بن محمد بن مصطفى، **إرشاد العقل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم**، (بيروت: دار إحياء التراث العربي، ط ١ د. ت)، ج. ١، ص. ٢٥٩، أبو حيان محمد بن يوسف بن علي بن يوسف بن حيان أثير الدين الأندلسي، **البحر المحيط في التفسير**، تحقيق: صدقي محمد جميل، (بيروت: دار الفكر ط ١، ١٤٢٠ هـ)، ج. ٢، ص. ٦٦٧.

جنة عظيمة رائعة، والنتيجة هي: ترغيب المتلقي في الإنفاق والتبشير بالجزاء العظيم؛ وقد كان للعدول الدور الكبير الذي يكمن في إقناع المسلمين بالإنفاق وتخيل الجزاء الذي ينتظرهم.

ويتجلى الدور الإقناعي للعدول في قوله: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ﴾ (البقرة: ٢٦٧)، حيث عرف المسند إليه بالضمير (نا) وكان بالإمكان أن يعرف المسند إليه بالعلمية ويكون الكلام هكذا: (مِمَّا أَخْرَجَ اللَّهُ لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ) لكن التعريف بالإضمار يشعر بعظمة وفخامة الخالق وامتنانه على خلقه، كما يوضح قدرة الله على إخراج كل ما في باطن الأرض من خير، فالتعريف قد أنتج مقدمة حجاجية وهي: أن كل ما عند الإنسان من خير هو ملك لله، والنتيجة: أنه ليس من حق أحد أن يتردد في الإنفاق أو يبخل لأنه لا يملك شيئاً، وقد جعل هذا المتلقي يسلم بضرورة الإنفاق من الكسب الطيب ويقتنع به، وبهذا يكون قد تحقق الأثر الحجاجي للتعريف.

ويتضح الدور الحجاجي للعدول كذلك بالتنكير في قوله: ﴿وَلَا يُنْفِقُونَ نَفَقَةً صَغِيرَةً وَلَا كَبِيرَةً وَلَا يَقْطَعُونَ وَادِيًا إِلَّا كُتِبَ لَهُمْ﴾ (التوبة: ١٢١)؛ حيث نكر (نفقة - صغيرة - كبيرة - وادياً) وقد عدل في الكلمات الأربع ولم يقل: (وَلَا يُنْفِقُونَ النَّفَقَةَ الصَّغِيرَةَ وَلَا الْكَبِيرَةَ وَلَا يَقْطَعُونَ الْوَادِيَّ)، وقد أشعر التنكير في الكلمة الأولى والثانية بالتقليل، أي: ينفقون ولو قمر، وتنكير الكلمة الثالثة يوحي بالتنكير مثلما أنفق عثمان رضي الله عنه، وأما التنكير في الكلمة الرابعة فيشعر بالعموم، فأينما كان الوادي كبيراً أم صغيراً سيجازون على قطعه، وأسلوب العدول في الآية قد أنتج مقدمة حجاجية منطوقة في الآية وهي: أنه ما يُنْفَقُ من نفقة صغيرة أو كبيرة إلا كُتِبَ لصاحبها، والنتيجة المستشعرة من المفهوم غير القولي للحجاج: أنه ليس لأحد حجة في ترك الإنفاق مهما كان وضعه المالي، وبهذه الطريقة يكون المتلقي قد اقتنع بالفكرة وثبتت في ذهنه.

وتتضح قيمة العدول بتعريف المسند إليه بالموصولية مرة أخرى في قوله: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ﴾ (فاطر: ٢٩)، حيث يوحي هذا التعريف بعظمة هؤلاء المعبر عنهم، وارتفاع قدرهم، وعلو طبقتهم، فهم يستحقون ذلك بسبب ما اتصفوا به من الصفات العظيمة المنطوق بها في الآية، فقد كان من الممكن أن يقول: (إن التالين لكتاب الله والمقيمين للصلاة والمنفقين مما رزقناهم)، لكن العدول بدلالته الحجاجية يحقق هدفه الإقناعي (اتصاف المسلمين بصفة الإنفاق وبعدهم عن صفة البخل)، وفي هذا ترغيب في صفة الإنفاق وتنفير من صفة البخل.

وفي العدول بتنكير {تجارة} عن التعريف ما يشعر بعظمة هذه التجارة وفخامتها، وهذه هي المقدمة التي فُهِمَت من المنطوق الحجاجي، والنتيجة هي: أنه من يتاجر مع الله بالإنفاق في سبيله

سيكون عظيم القدر صاحب المكانة العليا، والمتلقي يهش فرحاً بهذه النتيجة، فيقتنع بالفكرة ويسارع إلى تلك التجارة.

ويتضح من الأمثلة السابقة: أنَّ العدول بالتعريف والتنكير له بعدٌ حجاجيٌّ إقناعيٌّ مهمٌ، وهو ضرب من ضروب البلاغة التي تراعي مقتضيات السياق، وهذا ما أكدّه الخطيب القزويني في كتابه الإيضاح في علوم البلاغة حيث قال: (وأما بلاغة الكلام فهي مطابقتها لمقتضى الحال مع فصاحتها، ومقتضى الحال مختلف، فإنَّ مقامات الكلام متفاوتة، فمقام التنكير يباين مقام التعريف، ومقام الإطلاق يباين مقام التقيد)^(١).

والعدول بأحدهما عن الآخر إنما يكون لبعد حجاجي أو غاية إقناعية.

(١) القزويني، مرجع سابق، ج. ١. ص. ٨٠.

المبحث الثاني: البيان ودوره الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق:

إن الأسلوب البياني له الأثر الأكبر في إقناع المتلقي بالفكرة وتثبيت المعنى في أذهان السامعين، وهذه السمة الإقناعية يتميز بها فنون التصوير البياني جميعها إلا أنها تتفاوت في درجة التأثير والإقناع.

والتصوير البياني يقوم على التشخيص والتقريب والإيضاح، بالإضافة إلى أنه يؤدي المعنى الواحد بطرق مختلفة، مما له الأثر الفاعل في إقناع المتلقي.

ولقد حفل القرآن الكريم بالتصوير البياني بوسائله المختلفة، فالتصوير من الأدوات التي يفضل الأسلوب القرآني استخدامها؛ إذ يلجأ إلى التعبير بالصورة المحسنة المتخيلة عن المعنى الذهني والحالة النفسية، وبالحادث المحسوس والمشهد المنظور عن الأشياء غير المرئية.

ويعد التصوير البياني سنداً قوياً، يقف عليه المنشئ؛ لاستمالة المتلقي والتأثير فيه لما يمتاز به من قدرة على إخراج النص بما يمكن أن يجعله نصاً مكتملاً، لذا نجد أن التوظيفات البيانية لا تفارق النصوص الإبداعية، ويدرك أصحاب النصوص الإبداعية ذات الحجج المؤثرة هذه المنزلة فيعملون على توظيف البيان من خلال التأكيد على أسسه الرصينة الفاعلة.

وبهذا يمكننا القول بأن هناك علاقة وثيقة بين (البيان) و(الحجاج) على أن الأخير يتواشج في جذره بما تتطلبه وتستدعيه أساليب اللغة من جهة، وكذلك قدرة المتعاطي للبيان في توظيف تلك المعطيات اللغوية لخدمة الموقف من جهة أخرى، فالعلاقة متبادلة بين الاثنين لحصد ثمار النجاح وتحقيق الهدف أو الغاية المنشودة القائمة على التأثير في المخاطبين وإقناعهم.

وبهذا فعلى المنشئ مراعاة الأسس البيانية لتحقيق غاياته المنشودة في التأثير وإثبات الحجة.

ومن الفنون البيانية التي برز دورها الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق:

التشبيه:

للتشبيه سمات خاصة ومزايا كثيرة تجعله وسيلة مهمة من وسائل الإقناع، وأداة قوية من أدوات الحجاج البلاغي، كما أن له الأثر العظيم في النفس وذلك عن طريق الإيضاح، يقول صاحب الصناعتين: "التشبيه يزيد المعنى وضوحاً ويكسبه تأكيداً، ولهذا أطبق جميع المتكلمين من العرب والعجم عليه ولم يستغن أحد عنه"^(١).

(١) أبو هلال العسكري، الصناعتين، تحقيق: علي محمد الجاوي ومحمد أبو الفضل إبراهيم، (بيروت: المكتبة العنصرية، ١٤١٩ هـ)، ص ٢٤٣.

فالتشبيه عامل من عوامل الإقناع، إذ يساعد على إقناع السامع، وذلك بتقريب المعاني وتجسيدها، والسبب في دخول الأسلوب التشبيهي ضمن تقنيات الحجاج البيانية للنصوص الإبداعية هو خصيصة الإدراك العقلي لهذا الفن، فالمنشئ يعتقد بين صورتين، لا لتحقيق الجانب البياني الجمالي فحسب، بل ليعمق المنشئ حججه ويبينها بسياق صوري مؤثر.

فالقرآن الكريم قد استخدم التشبيه كتقنية من تقنيات الحجاج للتأثير في المخاطب وإقناعه، وهذا ما نجده جلياً في آيات الحث على الإنفاق في أكثر من موضع ومنها:

قوله تعالى: ﴿مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أُنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِئَةُ حَبَّةٍ﴾ (البقرة: ٢٦١)؛ فقد شبه حال: "إعطاء النفقة ومصادفتها موقعها وما أُعْطِيَ من الثواب للمنفقين بحال حبة أنبتت سبع سنابل"^(١)، في كل سنبل مائة حبة، وهذا التشبيه من تشبيه المعقول بالمحسوس، والوجه بين الطرفين هو صورة شيء صغير يكبر ويتضاعف بدون حد، وفي ثانياً هذا التمثيل ندب للإنفاق وتخصيص إليه، ودعوة له وتحريض عليه، فمكمن الحاجة هنا في تضافر الصورتين الحسية والمعنوية، فحاء هذا التمثيل ليقوي أخراهما بأولهما من باب تأكيد المجرد المتصور بالمحسوس المبصر وذلك غاية البيان.

وعلاوة على حجاجية التصوير ففي مدلول هذا التمثيل معنى حجاجي من حيث هو مقارنة موجهة؛ فإن الإنسان لو علم أنه يبذر حبة واحدة فتنت له مئة سنبل؛ فإنه سيكون أحرص الناس على ذلك^(٢) فكذلك دلالة التمثيل الإقناعية؛ فإنه يوجه المخاطب-عبر مقارنته بين الإنفاق والإنبات - إلى الرغبة في التصديق مقتنعاً بجزائه، مستحضراً صورة ثوابه، وهو تضاعف الأجر والحسنات كما تتضاعف السنابل والحبات^(٣).

وقد أنتج هذا التشبيه مقدمة حجاجية فُهِمَت من منطوق الآية، وهي أن النفقة الصغيرة وأجرها سيكبر ويتضاعف مثله في ذلك مثل الحبة التي تنبت سبع سنابل، والنتيجة: هي أن النفقة الصغيرة لا تقل أهمية عن النفقة الكبيرة، وبهذا يكون التشبيه قد قدم حجة دامغة على من يرى أن الإنفاق بالشيء الصغير أو القليل لا قيمة له ولا يقبله الله، ومن هنا كان التشبيه وسيلة رائعة لإقناع المخاطبين بالإنفاق التطوعي.

(١) محمد الطاهر بن عاشور، التحرير والتنوير، (تونس: الدار التونسية للنشر، ١٩٨٤ هـ)، ج. ٣، ص. ٤١.

(٢) ينظر الفخر الرازي، مفاتيح الغيب، (لبنان: دار إحياء التراث العربي، ١٤٢٠ هـ)، ج. ٧، ص. ٤٠.

(٣) عبد الناصر درغوم، "الحجاج بالتمثيل في القرآن الكريم: سورة البقرة أنموذجاً"، (مجلة المدونة، المجلد G.IV، ٢٤، ديسمبر ٢٠٢٠ م)، ص. ٦٥١.

ويتضح دور التشبيه وأثره الإقناعي في آية أخرى؛ إذ يقول تعالى في السورة نفسها: ﴿وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاةِ اللَّهِ وَتَثْبِيْتًا مِنْ أَنْفُسِهِمْ كَمَثَلِ جَنَّةٍ بِرَبْوَةٍ﴾ (البقرة: ٢٦٥)، فقد شبه حال النفقة التي تنفق ابتغاءاً لمرضات الله وتثبيتاً من النفس ببستان بمنطقة عالية مرتفعة يتوافر له أسباب النمو من وابل أو طل، والتشبيه في الآية قد جزأ القضية الحجاجية إلى عدة أجزاء: "وكل جزء من هذه الأجزاء يدعم هذه القضية، بمعنى آخر ممكن أن نعتبر القضية المطروحة بمثابة النتيجة، وكل جزء هو بمثابة حجة يخدم هذه النتيجة"^(١)، فجزء المشبه قد أبرز الحالة المراد تقديمها، وهي ضرورة إخلاص النية وصدقها في إنفاق النفقة، وعليه فإن غاية هذه الجزئية الإقناعية هي إعلام المخاطب بعدم قبول النفقة الفاقدة لهذا الشرط، وجزء المشبه به يقدم الصورة العظيمة لهذه النفقة، والتي تبشر بجزء المنفقين المنتظر، وهو منظر الجنة الجميلة المثمرة الذي لو تخيلها أحد عند إنفاقه لاقتنع بضرورة تحري الإخلاص ورضا الله في إنفاقه، وليس هذا فحسب بل إن التشبيه يقيم الحجة على من يخرج النفقة بغير إخلاص ورغبة في رضى الله - تعالى -، ويجعله يتهيأ لعدم مجازاته على إنفاقه هذا. ومن خلال هذا التوظيف التمثيلي نلاحظ جملة

مداخل حجاجية؛ تجسدت في تورية المعنى وعدم الإخبار به من جهة التصريح كما في التمثيل بتضاعف السنابل، وإنما أخفي المعنى في تضاعيف السرد المصور بالجنة والوابل، وتركت مهمة اكتشاف المقصود على المتلقي ليكون ذلك أوقع في قلبه، وأبلغ في نفسه، ويزيد ذلك قوة أن تكون الصورة المشيرة (الممثل بها) أقرب إلى حس المتلقي من الصورة المشار إليها بالتمثيل؛ فإن ذلك يزيد من درجة الاقتناع عند المتلقي لأنه أوثق بما يدركه بحواسه مما يدركه بعقله، ثم لهذا النوع من التمثيل سر آخر في قوة تأثيره، وسلطة تعبيره، وهو الجمع بين المتباينات، والضم للمفترقات، وهو بُعد ما بين صورتَي الممثل له، والممثل به، أي: بُعد ما بين صورة الجنة المرتفعة وإصابة الوابل لها، وصورة من ينفق أمواله مخلصاً من قلبه، ثابتاً بها فؤاده، فليس بين الصورتين علاقة مباشرة، لكن عقد المماثلة بينهما في حسن نسق، وبلغ نظم، يجعل منهما صورة واحدة مركبة، تستمد قوتها التأثيرية في جذب انتباه المتلقي، واسترعاء فكره، ليتدبر ما بين الصورتين، ويتأمل ما بين الفكرتين؛ فيتحصل لديه بعد إمهال للفكر، وإعمال للعقل وشائج الصلة بين المختلفات، وعلائق القربي بين المتباينات^(٢).

(١) حسين بو بلوطة، **الحجاج في الإمتاع والمؤانسة** لأبي حيان التوحيدي، (رسالة ماجستير) إشراف: إسماعيل زردومي، (الجزائر: جامعة الحاج لخضر، ١٤٢٩هـ)، ص ٨١.

(٢) درغوم، مرجع سابق، ص ٦٥٤-٦٥٥.

فالأسلوب القرآني - كما يبدو في الآيات السابقة - قد أراد إقناع المتلقين بالإنفاق التطوعي لكنه ليس أي إنفاق، وقد حقق ذلك، لما طرحه في الخطاب من حجج أوصلته لمرحلة البرهان، فعمّق المعنى ورسخه في ذهن المخاطب من خلال تقنية من تقنيات الحجاج البيانية ألا وهو فن التشبيه.

الاستعارة:

أسلوب الاستعارة هو أحد تقنيات الحجاج الإقناعي المهمة والتي تؤثر في المتلقي وتجعله يقبل بالفكرة، بل ويسلم بها، وهو من أهم أساليب بناء الصورة الفنية في الخطاب الأدبي شعراً كان أم نثراً، وأهميته تكمن في أنه يمتلك: "جمالية قادرة على تحريك وجدان المتلقي والفعل فيه فإذا انضافت تلك الجمالية إلى حجج متنوعة وعلاقات حجاجية تربط بدقة أجزاء الكلام وتصل بين أقسامه، أمكن للمتكلم تحقيق غايته من الخطاب"^(١)، وهذا ما نجده في الاستعارات التي توزعت في نص الخطاب القرآني في آيات الحث على الإنفاق، وذلك لأن لهذا الفن التصويري دوراً مهماً وفاعلاً في إقناع المخاطب؛ إذ بعد تصوير المعاني وتشخيصها يأتي القرار الحاسم الذي يطمئن إليه المخاطب ويلين له قلبه.

ومن ذلك قوله - تعالى -: ﴿كَمَثَلِ جَنَّةٍ بِرَبْوَةٍ أَصَابَهَا وَابِلٌ فَآتَتْ أُكُلَهَا ضِعْفَيْنِ فَإِن لَّمْ يُضِبِّهَا وَابِلٌ فَطُلٌّ﴾ (البقرة: ٢٦٥).

فقد استخدم الأسلوب القرآني في هذه الآية تقنية الاستعارة في قوله: {آتَتْ أُكُلَهَا ضِعْفَيْنِ}؛ إذ شبه الجنة بشخص يعطي، ثم حذف المشبه به، وذكر شيئاً من لوازمه وهو (الإيتاء) على سبيل الاستعارة المكنية، فإسناد الإيتاء إلى الجنة تخيل، وقد كانت هذه الاستعارة وسيلة من وسائل الإقناع بالإنفاق التطوعي وحجة على من لا ينفق ابتغاء مرضاة الله، فقد أنتج التصوير مقدمة حجاجية فُهمت من منطوق الآية وهي أن الجنة تعطي وتجوّد عندما تأخذ حقها من الرعاية والسقيا والاهتمام، بل وتعطي صاحبها ضعفي الثمار المتوقعة، والنتيجة الإقناعية تتمثل في أنه على كل من يأخذ حقه يجب أن يعطي، فالمنفق قد جاد الله عليه، وأكرمه بالخير الذي ينفعه في الدارين، فأقل شيء يفعله أن ينفق من ماله تطوعاً، فحينما ينفق نفقته بنية خالصة لإرضاء الله يأخذ الأجر أضعاف ما أنفق، وهذا التصوير بحجاجيته قد أقنع المتلقي بالإنفاق وأغراه عليه، وفيه إشارة إلى أن كرم وجود المنفق في عطائه ممدوح، ف"الاستعارة تجعل الحكم الذي تثبته قطعياً لدى المخاطب، فبفضل خاصية المطابقة يصبح المخاطب في وضع لا يمكنه معه الشك في الحكم الذي تثبته الاستعارة"^(٢).

(١) الدريدي، مرجع سابق، ص ١٢٠.

(٢) طه عبد الرحمن، اللسان والميزان، (الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ط ٢، ٢٠٠٦م)، ص ٣١٣.

ونشاهد مرة أخرى تقنية الاستعارة التبعية وهي تعمل في المتلقي عمل السحر في قوله: ﴿وَلَسْتُمْ بِأَخَذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ﴾ (البقرة: ٢٦٧)؛ إذ شبه التجاوز والتغافل عن عيوب الشيء بإغماض العين عما يتفادى المرء رؤيته مما يكره ثم استعير المشبه به للمشبه، ثم اشتق من الإغماض {تغمضوا} بمعنى: تتجاوزوا على سبيل الاستعارة التصريحية التبعية، وهذا التصوير يعد حجة قوية على من ينفق الخبيث في سبيل الله؛ إذ أنتج نتيجة مقنعة مفهومة من المنطوق الحجاجي وهي أنه لا يرضى أحد لنفسه الخبيث إلا وهو مغمض العينين، والنتيجة المفهومة من المنطوق غير القولي هي أنه لا يجوز لأحد الإنفاق من الخبيث وإعطاءه تطوعاً؛ لأنه لا يرضاه لنفسه إلا إذا كان متغافلاً، فـ "قَوْلُهُ: {وَلَسْتُمْ بِأَخَذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ}، جُمْلَةٌ حَالِيَّةٌ مِنْ ضَمِيرٍ تُنْفِقُونَ... وَجُمْلَةٌ الْحَالِ تَعْلِيلًا لِنَهْيِهِمْ عَنِ الْإِنْفَاقِ مِنَ الْمَالِ الْخَبِيثِ شَرْعًا بِقِيَاسِ الْإِنْفَاقِ مِنْهُ عَلَى اكْتِسَابِهِ قِيَاسَ مَسَاوَاةٍ، أَيِ كَمَا تَكْرَهُونَ كَسْبَهُ كَذَلِكَ يَنْبَغِي أَنْ تَكْرَهُوا إِعْطَاءَهُ. وَكَأَنَّ كَرَاهِيَةَ كَسْبِهِ كَانَتْ مَعْلُومَةً لَدَيْهِمْ مُتَّفَرِّغَةً فِي نَفْسِهِمْ، وَلِذَلِكَ وَقَعَ الْقِيَاسُ عَلَيْهَا"^(١)، وهذا القياس الحجاجي كان وسيلة إقناعية للمخاطب بقبح هذا النوع من الإنفاق وتغييراً من حاله.

ويلعب التصوير الاستعاري دوراً مهماً في إقناع المخاطبين بالحجة بالإنفاق التطوعي كذلك في قوله: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ﴾ (فاطر: ٢٩)، فقد شبه الإيمان المتمثل: في تلاوة القرآن، وإقامة الصلاة، والإنفاق في سبيل الله بالتجارة، في أن كل منهما يترتب عليه كسب، ثم استعير المشبه به للمشبه على سبيل الاستعارة التصريحية، والاستعارة مرشحة؛ إذ ذكر فيها ما يلائم المستعار منه (التجارة)، وهو قوله: {لَنْ تَبُورَ}، فالبور يناسب التجارة، وقد كان هذا التصوير عاملاً من عوامل الإقناع بالإنفاق في الآية الكريمة؛ إذ أنتج مقدمة إقناعية: وهي أن المنفق تطوعاً من الذين يتاجرون مع الله تجارة رابحة، والنتيجة: هي أنه ينبغي على كل منفق أن لا يخشى على إنفاقه فهو مأجور به مكافئاً عليه، وهذه حجة قوية على من لم يبادر بالإنفاق بعد أن سمع هذه الآية وعرف أن هذه التجارة رابحة قطعاً وغير قابلة للخسارة أبداً.

وفي الآيات السابقة وغيرها من آيات النظم الكريم توظيف دقيق لهذا النوع المجازي (الاستعارة) الذي يمتلك قابلية تأثير قوية وفاعلة في المتلقي، فللمجاز عموماً: "دور كبير في الحجاج والإقناع لأنه من جهة أولى: يؤدي وظيفة استدلالية، ويتوجه إلى عقل المخاطب، ومن جهة ثانية: يؤدي وظيفة نفسية، ويستهدف التأثير في نفسية المخاطب"^(٢).

(١) ابن عاشور، مرجع سابق، ج. ٣، ص. ٥٧. بتصرف.

(٢) حسن المودن، حجاجية المجاز والاستعارة، (بدون طبعة)، ج. ٢ ص. ٤٤٧.

وعن قيمة المجاز الحجاجية يقول ماير: "المجاز يخلق المعنى، ويصدم كل من لا يشاطر المتكلم وجهة نظره، وهو إلى ذلك طريقة التعبير عن الأهواء والانفعالات والمشاعر التي هي صورة من الإنسان مثلما يكون المجاز صورة من الأسلوب"^(١).

والاستعارة كما نرى في الآيات السابقة قد حققت دورًا إقناعيًا مهمًا في نفس المتلقي.

الكناية:

أسلوب الكناية من الأساليب التي تعطي للنص معنيين أحدهما قريب غير مقصود، وقد يكون مقصودًا أيضًا، وآخر يحتفي خلف النص، وهو الذي يسعى إليه مُنشئ النص؛ لما له من تأثير قوي في المتلقي، ولما يمتلكه من مهارة فنية هي مانحة للنص سمة جمالية تكون ذات تأثير حجاجي يسعى إليه الخطيب لتحقيق الإقناع؛ أو الاستمالة أو المشاركة أو التغيير، فالكناية هي نمط من أنماط الإقناع ولون من ألوانه، وترجع حجاجية الكناية إلى ما فيها من تأمل، وانتقال من وسيط إلى وسيط، ومن معنى إلى معنى، لربط المعنى الكنائي بالمعنى الأصلي، وهذا يرسخ الفكرة، وبالتالي يقنع بها.

ومن التراكيب التي جاءت فيها الكناية بتأثيرها الحجاجي لعبةً دورًا مهمًا في إقناع المخاطبين بالحكم في آيات الحث على الإنفاق التطوعي:

قوله تعالى: ﴿أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَكُمْ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفَاعَةٌ﴾ (البقرة: ٢٥٤)، فـ "انتفاء البيع والخلة والشفاعة كناية عن تعذر التدارك للفئات، لأن المرء يحصل ما يعوزه بطرق هي المعاوضة المعبر عنها بالبيع، والارتفاق من الغير وذلك بسبب الخلة، أو بسبب توسط الواسطة إلى مَنْ ليس بخليل"^(٢).

وقد لعبت الكناية دورًا مهمًا في إقناع المخاطب بضرورة الإنفاق قبل مجيء هذا اليوم؛ إذ أنتجت مقدمة حجاجية، وهي أن يوم الحساب لا ينفع فيه بيع ولا خلة ولا شفاعة، والنتيجة هي ضرورة المسارعة إلى الإنفاق التطوعي قبل مجيء هذا اليوم، فالبخيل برزق الله لا ينفعه في هذا اليوم بيع ولا خلة ولا شفاعة.

ويطالعنا الأسلوب القرآني بتقنية الكناية مرة أخرى في قوله: ﴿الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ سِرًّا وَعَلَانِيَةً فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ﴾ (البقرة: ٢٧٤). فقوله: ﴿يُنْفِقُونَ﴾

(١) عبد الجليل عشراوي، الحجاج في الخطابة النبوية، (بيروت: عالم الكتب الحديث، ٢٠١٢م)، ص.

١٥٤، ١٥٥.

(٢) ابن عاشور، مرجع سابق، ج. ٣ ص. ١٤.

أَمْوَالَهُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ سِرًّا وَعَلَانِيَةً}، كناية عن استمرار المنفق في إنفاقه وانشغاله به دوماً لعلمه بقيمة هذا الإنفاق عند ربه والأجر الذي ينتظره، وآزر هذا المعنى التعبير بالفعل المضارع {ينفقون}. وقوله: {وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ} كناية عن الأمن والسعادة اللذين هما جزاء المنفق.

فالمقدمة الإقناعية التي فُهمت من منطوق الآية الحجاجي هي: أن الذي يستمر في الإنفاق التطوعي له أجره عند ربه، وأنه لا يصيبه الخوف ولا الحزن في الدنيا أو الآخرة، والنتيجة هي من لا ينفق يجب عليه أن ينفق لينال الجزاء نفسه، فقد ساهمت الكناية في الآية بشكل واضح في إقناع المتلقي بالإنفاق؛ إذ وضحت أن هذا الإنفاق سيكون سبباً في سعادته في الدارين، ومن الذكاء أن يستغل هذه الفرصة ويستفيد من هذا السبب، كما أن هذه الكناية بمثابة الحجة الدامغة على من لم يأخذ بذلك السبب.

وتأتي الكناية بتأثيرها الإقناعي الفاعل في وجدان المتلقي كذلك في قوله تعالى: ﴿وَلَا يُنْفِقُونَ نَفَقَةً صَغِيرَةً وَلَا كَبِيرَةً وَلَا يَقْطَعُونَ وَادِياً إِلَّا كُتِبَ لَهُمْ﴾ (التوبة: ١٢١)، فقوله: {إِلَّا كُتِبَ لَهُمْ} كناية عن أن وصول الثواب للمنفقين أمر مؤكد حتمي بصرف النظر عن نفقتهم صغيرة كانت أو كبيرة، وهذه هي النتيجة المرجوة، أما المقدمة المفهومة من المنطوق القولي الحجاجي للآية فهي أن كل ما يقدمه المسلم من خير سيكتب له ولا يضيع أجره، والقضية الحجاجية التي أنتجت الكناية مقدمة ونتيجة جعلت المتلقي يقتنع بالإنفاق بل يقبل عليه وينصح غيره به، وتضفي هذه الكناية جواً من الطمأنينة وتزيل قلق المنفق الذي يظن أن نفقته صغيرة قليلة لا قيمة لها، كما أن الكناية تقيم الحجة على من يستطيع الإنفاق ولا ينفق بخلاً منه.

وفي الآيات السابقة لاحظنا أن الكناية لا تقل في دورها الإقناعي الحجاجي عن الأساليب البيانية الأخرى، بل تثبت المعنى بطريق أميز، يقول الإمام عبد القاهر: "أما (الكناية): فإنَّ السبب في أنَّ كَانَ لِلْإِثْبَاتِ بِهَا مَزِيَّةٌ لَا تَكُونُ لِلتَّصْرِيحِ، أَنَّ كُلَّ عَاقِلٍ يَعْلَمُ إِذَا رَجَعَ إِلَى نَفْسِهِ، أَنَّ إِثْبَاتَ الصِّفَةِ بِإِثْبَاتِ دَلِيلِهَا، وَإِجْبَاحُهَا بِمَا هُوَ شَاهِدٌ فِي وَجُودِهَا، أَكْثَرُ وَأَبْلَغُ فِي الدَّعْوَى مِنْ أَنْ تَجِيءَ إِلَيْهَا فَتُبْتِهَا هَكَذَا سَادِجاً غُفْلاً. وَذَلِكَ أَنَّكَ لَا تَدَّعِي شَاهِدَ الصِّفَةِ وَدَلِيلَهَا إِلَّا وَالْأَمْرُ ظَاهِرٌ مَعْرُوفٌ، بَحِيثٌ لَا يُشَكُّ فِيهِ، وَلَا يُظَنُّ بِالْمُخْبِرِ التَّجَوُّزُ وَالْعَلَطُ"^(١).

ويلاحظ أن الأسلوب القرآني قد جاء في كل ما سبق من صور بيانية بدقة التصوير، وقوة الاستدلال، وصدق كل ما اشتمل عليه من مقدمات ونتائج في أحكام العقل.

(١) الجرجاني، مرجع سابق، ص ٧٢٠.

المبحث الثالث: المحسنات البديعية ودورها الإقناعي في آيات الحث على الإنفاق

التطوعي:

إن المحسنات البديعية: "تشكل نظامًا أسلوبيًا في طبيعة الكلام يقوم على معيار الوظيفة لا القاعدة وحدها، على كيفية أداء المعنى وصياغته، لا على الأنساق الشكلية فقط، ولذلك فإن الاختيارات الأسلوبية لا تحكمها ظواهر اللغة الخالصة فحسب، بل تحكمها كذلك محددات المقام، ونعني بها الخصائص التي تحدد الظرف الاجتماعي المادي الذي سيق في إطاره الكلام، سواء أكان منطوقًا أم مكتوبًا"^(١).

وفي تناولي للمحسنات البديعية في آيات الإنفاق التطوعي؛ سأتجاوز الرؤية المعيارية التي تنظر إلى قواعد اللغة بوصفها قوانين ينبغي احترامها ومراعاتها لضمان انضباط اللغة وصحة التواصل، إلى رؤية إبداعية لكشف أسرار الخطاب أو بالأحرى الأسرار الجمالية الكامنة وراء ظواهره الأسلوبية.

فالمحسنات البديعية مشحونة بطاقة تأثيرية ومرهونة بوظيفة حجاجية، لا سيما في جنس الخطاب الذي يروم التأثير والإقناع والتوجيه، فكما أن المحسنات البديعية لها دور دلالي مهم له قيمته، كذلك لها دور كبير لا يقل أهمية في التأثير والتوجيه والإقناع.

وتأتي المحسنات البديعية في آيات الحث على الإنفاق التطوعي لإقامة الحجة والإقناع والتأثير على المتلقي بفتيات مختلفة؛ إذ الحجاج بالبدیع يسعى إلى الإفهام والتبيين من جهة وتقوية الأسلوب من جهة أخرى، مما يعطي ديناميكية خاصة للتعبير، كما يسعى إلى الإبلاغ والتبليغ، ويساهم البديع كذلك بالحجاج "في الإحاطة بالمفهوم وإيداع تصديقات تخيلية آتية للنهوض بالحجة، ويجعل القارئ يتعمق في تلك الألفاظ المتوازنة وتلك الحقيقة والقيمة الوظيفية"^(٢).

وتتمثل كذلك حجاجية البديع: "في أنه يقوم على صورة ذهنية خارقة تسحر المتأمل، وتدعو إلى عرض الرأي، وتنظيم الكلام، وإدراك القيمة الفنية، وتأليفه على وضع الاتساق وتساوي الأقسام"^(٣)،

(١) سعد مصلوح، "الدراسة الإحصائية للأسلوب" عالم الفكر، (G.I، ع. ٣، مايو ١٩٨٩م)، ص. ١١٥.

(٢) سعيد العوادي، البديع في الخطاب الشعري من التحسين إلى التكوين، (المغرب: كنوز المعرفة ط ١، ٢٠١٤م)، ص. ٣٣٢.

(٣) حميد آدم ثويني، البلاغة العربية المفهوم والتطبيق، (الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠٠٤م)، ص. ١٣٩.

كما "يدعو البديع إلى تحريك مشاعر المتلقي ويؤدي به إلى تثقيف الذوق وجلب الأنس للسامع وإمتاع الإحساس"^(١)، ومن الفنون البديعية التي أدت دورًا إقناعيًا في آيات الحث على الإنفاق التطوعي:

الطباق:

الطباق من الفنون البديعية القادرة على إبراز الأفكار والعواطف بضدها وتجسيد التناقض بينهما، ويساهم في توضيح الصورة للمتلقي، ويقوي الصلة بين الألفاظ والمعاني ويميز الألفاظ المتشابهة مما يجعل المتلقي يميل ويصغي إلى الكلام المتطابق.

وتكمن وظيفة الطباق الإقناعية في توضيح المعنى حيث يدعم المعنى بقوة الوضوح "ويجعل الدلالة واضحة مقنعة، فالطباق وسيلة حجاجية، يوضح وقوع المعنى في ذهن السامع موقعًا يجعله يقتنع، ويتحقق هذا حين يجمع الطباق بين معنيين متقابلين"^(٢)؛ إذ إن للمقابلة قوتها الحجاجية التي تجعل المتلقي على درجة كبيرة من الاقتناع؛ لأن المقابلة تقيم له ما يقابل ذلك الكلام، وهذا مستوى حجاجي تقيمه البلاغة في بديعها.

ومن آيات الإنفاق التطوعي التي ظهر فيها أثر الطباق الإقناعي قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ﴾ (البقرة، ٢٦٧)، ويتضح الدور الإقناعي الحجاجي للطباق في الآية؛ حيث طابق بين قوله {طيبات} وقوله {الخبث}، وهذا الطباق يوقف المتلقي على الفرق الشديد بين المال الطيب والخبث والهوة البعيدة بينهما، والطباق بالفرق الذي أوضحه بين الطيب والخبث قد أنتج مقدمة حجاجية قد فهمت من المنطوق غير القولي، وهي: أن الله قد مَنَّ عليكم بأنواع متعددة من الطيبات ولديكم قليل من الخبث، أما النتيجة فقد استشفيت من منطوق الآية: ﴿أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ﴾، وهي: لا ينبغي لأحد منكم أن ينفق من الخبث ويستأثر بالطيب لنفسه، وبالمقدمة والنتيجة اللتين أنتجهما الطباق يكون قد أدى وظيفته الإقناعية، إذ نبّه على سوء فعل هؤلاء المنفقين من ما لهم الخبيث.

وتكاتف مع الطباق في تحقيق الغاية الإقناعية للآية التعبير بالجمع في جانب (الطيبات)، والتعبير بالمفرد في جانب (الخبث)؛ وذلك لأن مصادر الطيبات متعددة، كما أن في هذا التعبير تذكير بفضل الله ﷻ عليهم فقد أعطاهم الكثير من الطيبات، أما الخبيث فقليل ومصدره واحد، مما يخرجهم من

(١) حافظ إسماعيل علوي، الحجاج مفهومه ومجالاته: نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة، (الأردن: عالم الكتب

الحديث، ط ١، ٢٠١٠م)، ج. ١، ص. ١٢٨.

(٢) القزويني، مرجع سابق، ص. ٢٥٥.

حالمهم ويخجلهم من سوء صنيعهم، فلعلهم يسارعون إلى الإنفاق من الطيب ويتعدون عن الإنفاق من الخبيث

ويحقق الطباق كذلك غايته الإقناعية في قوله تعالى: ﴿وَلَا يُنْفِقُونَ نَفَقَةً صَغِيرَةً وَلَا كَبِيرَةً﴾ (التوبة: ١٢١)، حيث إنه طابق بين قوله: {صَغِيرَةً وَلَا كَبِيرَةً}، وهذا الطباق قد أبرز المعنى وأوضحه، وأقنع المتلقي بأن الشيء الذي يبذل لوجهه تعالى سيقبله الله سواء أكان هذا الشيء كبيراً أم صغيراً، فعلى المسلم فقط أن ينفق وعلى الله القبول، فقد أتى الطباق بحجة على من يدعي أنه لا يملك المال الكثير لينفق نفقة كبيرة، وكأن هذا الطباق قد قطع الطريق على من يتعلل بفقر أو غيره.

ويأتي الطباق بوظيفته الإقناعية وتأثيره الحجاجي أيضاً في قوله تعالى: ﴿وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً﴾ (الرعد: ٢٢)، حيث طابق بين قوله: {سِرًّا} وقوله: {عَلَانِيَةً}، والطباق قد أبرز المعنى وأوضحه، وهو الفرق بين الإنفاق في السر والإنفاق في العلن، وقد أثر هذا الطباق في المتلقي تأثيراً إقناعياً؛ إذ أنتج مقدمة وهي: أن الإنفاق الدائم المستمر في كل وقت ومكان من الصفات التي تجعل لصاحبها الجزاء الكبير، ثم جاءت النتيجة المتمثلة في ختام الآية: {أُولَئِكَ لَهُمْ عِشْي الدَّارِ}، فقد أوضحت النتيجة أجر الإنفاق الدائم للمتلقي ترغيباً له في الإنفاق وتحفيزاً عليه.

ويحقق الطباق الإقناع مرة أخرى في قوله: ﴿وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ﴾ (فاطر: ٢٩) فبين قوله: {سِرًّا} و {عَلَانِيَةً} طباق أسهم في وضوح المعنى وجلائه، وهو رغبة الله ﷻ في دوام هؤلاء المنفقين على إنفاقهم وثباتهم على تلك الصفة، وقد يظن ظان أنه قد أعيد هذا المعنى بمعناه ولفظه، لكن المتأمل يدرك أن المقام مختلف، فالمقام في سورة الرعد كان يتحدث عن الصفات التي تجعل لصاحبها عِشْي الدار (الجنة) أما هنا فإن الآية تتحدث عن أنواع التجارة مع الله، وفيه تأكيد على حسن هذه الصفة (دوام الإنفاق واستمراره)، وفي تقديم {السر} إشارة إلى أنه أفضل لانقطاع شائبة الرياء منه، وذكر {العلانية} للإشارة إلى أنهم لا يصددهم مرأى المشركين عن الإنفاق^(١).

وقد تحقق الإقناع للمتلقي من خلال الطباق في الآية؛ إذ قدم الطباق نتيجة تتضمن الترغيب في الإنفاق وهي أن الإنفاق في السر والعلن تجارة مع الله لا تخسر أبداً، ولهذا المحفز الأثر الإقناعي في نفس المخاطب.

وهكذا نرى أن النص القرآني قد استحضر الفكرة التي أرادها من خلال كلمتين بينهما تضاد ليقنع المخاطب، وليس هذا فحسب بل يجيبه فيه ويرغبه.

(١) ابن عاشور، مرجع سابق، ج. ٢٢ ص. ٣٠٧.

والقصد الذي أراده النظم الكريم من استدعاء الفكرة عن طريق الطباق في آيات الحث على الإنفاق التطوعي هو استجلاب أسماع المخاطبين لقبول فكرة الإنفاق التطوعي وتحقيق مراده بواسطة الثنائيات المتضادة في النص مما يسهم في إثارة ذهن المتلقي في كلامه جَلَّالَهُ.

المقابلة:

"المقابلة وجه من وجوه البلاغة البرهانية البديعية التي تدعم طاقة القول الحجاجية، وتزيد في قدرته الإقناعية، ومن هنا تعد المقابلة من أهم الوسائل البلاغية للحجاج للاستمالة والتأثير، فهي تستميل وتؤثر بجمال استعمالها وقوة علاقتها التقابلية على المتلقي"^(١).

وتبرز قيمتها الإقناعية في اقتضاء المعنى لها حيث يورد المتلقي معنى ثم يؤتي بما ينافيه؛ ليجب المتلقي فيه أو ينفرد منه وذلك يسهم في إيضاح المعاني وتمييزها، والمقابلة من المحسنات المعنوية وهي جزء من بلاغة الأسلوب يستدعيها المعنى عندما يرى المتلقي أن معانيه بحاجة إلى مزيد قوة ووضوح، أو إلى إبراز فيصوغها في صور متقابلة وألفاظ متضادة؛ لتكون أبلغ أثرًا في نفس المتلقي.

ومن المقابلات التي كان لها دورٌ تأثيريٌّ في نفس المتلقي وإقناعه بالإنفاق التطوعي قوله جَلَّالَهُ: ﴿الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ سِرًّا وَعَلَانِيَةً﴾ (البقرة: ٢٧٤)، فقد قابل النظم الكريم الليل والنهار بالسر والعلانية، وتزاحم الألوان البديعية على الآية إذ نلاحظ الطباق كذلك فقد طابق بين الليل والنهار، والسر والعلانية، وسواء أكان اللون البديعي مقابلة أو طباقًا فإنه قد حقق الأثر الإقناعي المراد وهو تصوير هؤلاء المنفقين في أعلى رتبة، وأبرز تميز هؤلاء المنفقين على غيرهم إذ إنهم كانوا ينفقون إنفاقًا خاصًا وهو بالليل والنهار والسر والعلن، وهذا التأويل للتقابل والذي يتبادر إلى ذهن المتلقي يحقق المقصد والمضامين التي صيغ من أجلها الكلام؛ فيساهم في حصول الهدف المرجو من القول وهو الإقناع بالإنفاق والترغيب فيه، والحث عليه، وتوجيه سلوك المتلقي إلى مخالفة الهوى (البخل)، وعدم الانقياد له فيقبل على الإنفاق التطوعي فيأخذ أجره كاملاً.

وقد جاء كل من الطباق والمقابلة فيما سبق عفوياً خادماً للمعنى موضعاً للأفكار، مناسباً لشعور المتلقي، فهذه الثنائيات جاءت على شكل المواجهة بين الأضداد لتدعيم الطرح، ويمكن أن تعد كل ثنائية بمثابة وسيلة إقناعية تنتج قيمًا صوتية دالة، توجه انتباه المتلقي نحو التضاد الوارد في مساحات قصيرة من النص.

(١) عباس حشاني، خطاب الحجاج والتداولية: دراسة في نتاج ابن باديس الأديب، (الأردن: عالم الكتب الحديث، ط ١، ٢٠١٤م)، ص ٣٠٠.

الجمع:

الجمع من المحسنات البديعية التي لها دور كبير في الإقناع بالفكرة والأثر الأقوى في تشبيتها في الأذهان، وتكمن حجاجية الجمع في اقتضاء المعنى له، كما أنه يقدم النتيجة للمتلقي في أوجز لفظ، وأعمق معنى، ومن هنا أُعْتُبِرَ الجمع من أهم الوسائل البلاغية للحجاج للاستمالة والتأثير.

ومن آيات الإنفاق التي جاء فيها الجمع ليحقق دوراً إقناعياً مؤثراً قوله ﷻ: ﴿وَالَّذِينَ صَبَرُوا ابْتِعَاءَ وَجْهِ رَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً وَيَدْرُءُونَ بِالْحَسَنَةِ السَّيِّئَةِ أُولَئِكَ لَهُمْ عُقْبَى الدَّارِ﴾ (الرعد: ٢٢)، فقد جمع بين أربعة أصناف يمتازون عن غيرهم بصفات طيبة: (الصبر، والصلاة، والإنفاق، ودرء الحسنه بالسيئة)، في جزء واحد وهو أنهم لهم جميعاً عقبى الدار، وكان لجمع المنفقين مع أصحاب الصفات السابقة في الجزاء الأثر الأكبر في إقناع المتلقي بالإنفاق التطوعي وترغيبه فيه؛ فالمتلقي حينما يعلم بأن جزاءه مثل هؤلاء السابق ذكرهم، وأنه سيجتمع معهم في مكانة واحدة فلا بد أنه يسارع إلى الإنفاق، ويقبل عليه، ويبحث عن طريقه، ولم يكن الجمع سبباً في علم المخاطب بجزائه فقط، بل علم من خلاله أيضاً منزلته، وهي المنزلة الرفيعة، فمنزلة المنفق جاءت في الآية مقترنة بمنزلة المقيم للصلاة، والإنفاق من "أهم الأعمال؛ لأن بذل المال يشق على النفوس فكان له من الأهمية ما جعله تالياً للصلاة"^(١).

وقال ﷻ {سِرًّا وَعَلَانِيَةً}: "إشارة إلى الحث على استواء الحالتين تنبيهاً على الإخلاص، ويجوز أن يكون المراد بالسر ما ينبغي فيه الإسرار كالنوافل، وبالعلانية ما يندب إلى إظهاره كالواجب إلا أن يمنع مانع"^(٢).

ويقوم الجمع بدوره الإقناعي في موضع آخر من آيات الإنفاق في قوله ﷻ: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ﴾ (فاطر: ٢٩). ففي هذه الآية قد جمع الخطاب القرآني بين التالين لكتاب الله والمقيمين للصلاة والمنفقين سراً وعلانية في أن كلاً منهم يرجو تجارة رابحة ولن تخسر أبداً، وهذا الجمع يمثل حجة قوية على من يعتقد أو حتى يظن أنه لو أنفق من ماله سيخسر وينقص ماله، وبهذه الحجة قد اقتنع المخاطب بضرورة الإنفاق وأهميته.

(١) ابن عاشور، مرجع سابق، ج. ١٣، ص ١٢٨، ١٢٩، أبو حيان، ج. ٦، ص ٣٨٠، ٣٨١.

(٢) برهان الدين البقاعي، نظم الدرر في تناسب الآيات والسور، (بيروت: دار الكتب العلمية، ط ١، ١٤١٥ هـ - ١٩٩٥ م)، ج. ٤، ص ١٤٤، ١٤٥.

التقسيم:

للتقسيم بوصفه البديعي دور إقناعي مهم، وتأثير حجاجي فاعل في المتلقي؛ إذ إنه يساعد في تثبيت المعنى ويبعد عن المتلقي الملل، كما يساهم في تغيير الرؤية المجسدة للمعنى في الذهن.

وتكمن حجاجية التقسيم في أنه يشعر المتلقي بحركة تسود النص توحى بمدى تمكن المنشئ، وتكشف عن قدراته اللغوية والخطابية.

ومن آيات الإنفاق التي ورد فيها التقسيم محققاً فيها بعداً إقناعياً مهماً قوله ﷻ: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَكُمْ يَوْمٌ لَا بَيْعٌ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفَاعَةٌ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ﴾ (البقرة: ٢٥٤)، فقد قسّم النظم القرآني الأشياء التي تنفع في الدنيا ولا يمكن أن تنفع في يوم الحساب (يوم القيامة) إلى: البيع والخلة والشفاعة، وقد أشعر التقسيم في الآية بعدم النجاة في هذا اليوم بشيء منها، وهذا أدعى للإقناع بأهمية الإنفاق قبل مجيء ذلك اليوم العصيب، وتتمثل حجاجية التقسيم هنا في أنه قد ذكر أمام المتلقي الأشياء التي يتوقع منها أن تكون أسباباً للنجاة ومع ذلك فإنها لا تنفعه في الآخرة، وفي هذا إقامة للحجة على المتلقي الذي لم يستجب لهذا الأمر (الإنفاق قبل مجيء اليوم الموعود).

وفي كل ما سبق نلاحظ أن المحسنات البديعية قد جاءت محققة لغايتها الإقناعية وبعدها الدلالي الحجاجي فـ"إن الناحية الدلالية تتلبس بعملية الكشف البديعي وإن تجلت في مظاهر صوتية وإيقاعية". فـ"مباحث البديع تعتمد في الأعم الأغلب على وجود علاقة ما، صوتية أو تركيبية أو دلالية بين وحدات النص...

والدلالة لا تتحسن إلا حين تأتي المعنى من الجهة التي هي أصح لتأديته، وتختار له اللفظ الذي هو أحص به، وأكشف عنه وأتم له^(١)، فهذه الطريقة تحسن دلالة الكلام على معناه، وتكون كاشفة للمراتب والمقاصد، وما لم يكن الكلام دالاً على معناه فإنه يكون بلا فائدة، بعيداً عن الفصاحة والبلاغة والبيان.

من أجل ذلك نبه كثير من البلاغيين في البديع بالذات إلى العناية بأداء المعنى على أتم وجه وأن يكون اللفظ مؤدياً للمعنى موافقاً للغرض المقصود فمعاني البلاغة لا تأتي على درجة واحدة بل تتفاوت حسب الغرض الذي توجه إليه.

(١) مسعود بودوخة، عناصر الوظيفة الجمالية في البلاغة العربية، (الأردن: عالم الكتب الحديث، ط ١، ٢٠١١م)، ص ١٢٧.

والمحسنات البديعية برغم مشاركتها للبحث البلاغي في طابع الثنائية إلا أن لها ميزة خاصة تجعل لها وظائف دلالية عميقة لها حضور بارز في بحوثها المختلفة كميزة التكرار الدلالي الذي تنفجر منه كل الأشكال البديعية تقريباً، كما أن البديع يثري المعنى ويزيده افتناناً ويعمق أبعاده، ويكون مؤسساً للمعاني، فهو الطريق لبناء الدلالات الرحبة وإيجادها.

الخاتمة:

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

لقد انتهيت بفضل الله من هذه الدراسة، وقد أفضت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

(١) تجلت سمات وخصائص الإقناع القرآني وبرز دوره التأثيري من خلال آيات الحث على الإنفاق التطوعي.

(٢) أظهرت الدراسة أن الخطاب الإقناعي لا ينفصل عن البلاغة العربية، وأنه يرتبط بها ارتباطاً وثيقاً، وأنها آلية من آلياته المهمة.

(٣) كان للوسائل الإقناعية دورها المهم في تثبيت المعنى والإقناع به في آيات الإنفاق التطوعي.

(٤) وظفت آليات الحجاج ووسائل الإقناع توظيفاً دقيقاً للتأثير في المتلقي وإقناعه بالإنفاق التطوعي من خلال الآيات محل الدراسة.

(٥) من أهم التراكيب البنائية التي اعتمد عليها النظم الكريم في التأثير على المخاطبين في آيات الإنفاق التطوعي: الموجهات التعبيرية، وأبرزها الأمر والنداء؛ فمن شأنهما تنشيط الوظيفة التبيهية لدى المتلقي.

(٦) التصوير في آيات الإنفاق التطوعي كان إقناعياً يفني بفكرة المزج بين الجمالي والمحاجج.

(٧) كانت المحسنات البديعية وسيلة إقناعية مؤثرة في المخاطب جعلته يسارع إلى الإنفاق التطوعي.

أهم التوصيات:

(١) ربط القديم بالحديث بحيث يستفيد البحث البلاغي العربي من معطيات البحث الغربي المعاصر مع الحفاظ على أصالته.

(٢) التركيز على الدراسات الحجاجية التي تعتمد على الآليات البلاغية، وعدم المبالغة في ربط الحجاج بأبعاده المنطقية والاستدلالية، التي تنحو به إلى المغالطات والجدل العقيم.

(٣) إدراج مقرر دراسي جامعي في الجامعات العربية يدرس الطلاب من خلاله ما يتعلق بالحجاج وأبعاده المختلفة.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

فهرس المصادر والمراجع:

أولاً: القرآن الكريم.

ثانياً: المصادر والمراجع:

- (١) ابن الأثير، ضياء الدين. المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر. تقديم د. أحمد الحوفي، و.د.ب دوي طبانة. القاهرة: دار نهضة مصر، ط ١، ١٩٦٠م).
- (٢) البقاعي، برهان الدين. نظم الدرر في تناسب الآيات والسور. بيروت: دار الكتب العلمية، ط ١، ١٤١٥هـ - ١٩٩٥م.
- (٣) بو بلوطة، حسين. الحجاج في الإمتاع والمؤانسة لأبي حيان التوحيدي (رسالة ماجستير) إشراف: إسماعيل زردومي (الجزائر: جامعة الحاج لخضر، ١٤٢٩هـ)،
- (٤) بيومي، بسمة محمد. "الخطاب الحجاجي في القرآن الكريم: سورة البقرة نموذجاً مجلة كلية الآداب - جامعة بور سعيد (G.I، ع. ٦، يوليو ٢٠١٥م)
- (٥) ثويني، حميد آدم. البلاغة العربية المفهوم والتطبيق. الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠٠٤م.
- (٦) جار الله الزمخشري، الكشف عن حقائق التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل، تقديم وتعليق: خليل مأمون شبحا(بيروت، دار المعرفة، ط ٣، ٢٠٠٩م) .
- (٧) الجرجاني، عبد القاهر. دلائل الإعجاز. قرأه وعلق عليه، محمود محمد شاكر،. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٠م.
- (٨) الجرجاني، علي بن محمد بن علي. التعريفات، تحقيق ابراهيم الأنباري. بيروت: دار الكتاب العربي، ط ١، ١٤٠٥هـ.
- (٩) حسان، الباهي. الحوار ومنهجية التفكير النقدي. الدار البيضاء: إفريقيا الشرق، ط ٢، ٢٠٠٤م.
- (١٠) حسان، تمام. البيان في روائع القرآن. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط ٢، ٢٠٠٣م.
- (١١) حشاني، عباس. خطاب الحجاج والتداولية: دراسة في نتاج ابن باديس الأديب. الأردن: عالم الكتب الحديث، ط ١، ٢٠١٤م.
- (١٢) حشاني، عباس. "مصطلح الحجاج بواعثه وتقنياته". مجلة المخبر، أبحاث في اللغة والأدب الجزائري (G.I، ع. ٩، أبريل ٢٠١٣م).

- (١٣) الحنين، ناصر بن عبد الرحمن بن ناص. النظم القرآني في آيات الجهاد. الرياض: مكتبة التوبة ط ١، ١٤١٦ هـ - ١٩٩٦ م.
- (١٤) درغوم، عبد الناصر. "الحجاج بالتمثيل في القرآن الكريم: سورة البقرة أنموذجاً". مجلة المدونة، المجلد ٧، ٢٤، ديسمبر ٢٠٢٠ م.
- (١٥) الدريدي، سامية. الحجاج في الشعر العربي القديم. الأردن: دار عالم الكتب الحديث، ٢٠٠٨ م.
- (١٦) بو دوخة، مسعود. عناصر الوظيفة الجمالية في البلاغة العربية. الأردن: عالم الكتب الحديث، ط ١، ٢٠١١ م.
- (١٧) الرازي، الفخر. T. لبنان: دار إحياء التراث العربي، ١٤٢٠ هـ).
- (١٨) أبو الزهراء، دروس الحجاج الفلسفي. مجلة الشبكة التربوية الشاملة فيلومرتيل الإلكترونية، ط ١، ٢٠٠٨ م.
- (١٩) السعدي، مصطفى. العدول أسلوب تراثي في نقد الشعر، (الإسكندرية: منشأة المعارف، د.ت..
- (٢٠) أبو السعود، بن محمد بن مصطفى. إرشاد العقل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم. بيروت: دار إحياء التراث العربي، ط ١ د. ت.
- (٢١) صولة، عبد الله. الحجاج: أطره ومنطلقاته وتقنياته من خلال مصنف في الحجاج، الخطابة الجديدة لبرلمان وتتيكاه، ضمن فريق البحث في البلاغة والحجاج: أهم نظريات الحجاج في التقاليد الغربية من أرسطو إلى اليوم، إشراف: حمادي صمود. تونس: المطبعة الرسمية، د. ت.
- (٢٢) صولة، عبد الله، الحجاج في القرآن من خلال خصائصه الأسلوبية، (لبنان: دار الفارابي، ٢٠٠١ م ١٤٢٢ هـ).
- (٢٣) الطلبة، الأمين. الحجاج في البلاغة المعاصرة. بيروت: دار الكتاب الجديد المتحدة، ط ١، ٢٠٠٨ م.
- (٢٤) ابن عاشور، محمد الطاهر. التحرير والتنوير. تونس: الدار التونسية للنشر، ١٩٨٤ هـ..
- (٢٥) عبد الرحمن، طه. اللسان والميزان. الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ط ٢، ٢٠٠٦ م.
- (٢٦) العبد، محمد. "النص الحجاجي العربي: دراسة في وسائل الإقناع" مجلة فصول - الهيئة المصرية العامة للكتاب (G.I، ع. ٦٠، أكتوبر ٢٠٠٢ م)
- (٢٧) العسكري، أبو هلال. الصناعتين، تحقيق: علي محمد البجاوي ومحمد أبو الفضل إبراهيم. بيروت: المكتبة العنصرية، ١٤١٩ هـ.

- ٢٨) عشراوي، عبد الجليل. الحجاج في الخطابة النبوية. بيروت: عالم الكتب الحديث، ٢٠١٢م.
- ٢٩) علوي، حافظ إسماعيل. الحجاج مفهومه ومجالاته: نظرية وتطبيقية في البلاغة الجديدة. الأردن: عالم الكتب الحديث، ط ١، ٢٠١٠م.
- ٣٠) العلوي، يحيى بن حمزة. الطراز، تحقيق: د. عبد الحميد هندراوي. بيروت: المكتبة العصرية، ط ١ ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٢م.
- ٣١) العوادي، سعيد. البديع في الخطاب الشعري من التحسين إلى التكوين. (المغرب: كنوز المعرفة ط ١، ٢٠١٤م.
- ٣٢) فضل، صلاح. بلاغة الخطاب وعلم النص. القاهرة: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٢م.
- ٣٣) القزويني، الخطيب. الإيضاح في علوم البلاغة. شرح وتعليق وتنقيح: الدكتور محمد عبد المنعم خفاجي. بيروت: دار الكتاب اللبناني، ط ٦، ١٩٨٥ م.
- ٣٤) قلقيلة، عبد العزيز. البلاغة الاصطلاحية. القاهرة: مكتبة لسان العرب، ٢٠١٨م.
- ٣٥) مصلوح، سعد. "الدراسة الإحصائية للأسلوب" عالم الفكر (G.I)، ع. ٣، مايو ١٩٨٩م.
- ٣٦) ابن منظور. لسان العرب. بيروت: دار إحياء التراث العربي، ط ٣، ١٩٩٩م.
- ٣٧) المودن، حسن. حجاجية المجاز والاستعارة. بدون طبعة.
- ٣٨) نخلة، محمود أحمد. آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، القاهرة: دار المعرفة الجامعية ط ١، ٢٠٠٠م.

ثالثاً: المراجع الأجنبية:

- ١) فيوروبول، أولي. هل يمكن أن يوجد حجاج غير بلاغي، ترجمة /محمد العمري، ديسمبر ١٩٩٦.

Fihrs Almaşādir Wal-marāji ‘e:

Awlan: Alqur’ān Alkarīm.

Thānyan: Almaşādir Wal-marāji ‘e:

1) ‘Abd AR-Raḥmān, Ṭaha. Allisān Wal-mizān. Ad-dār Albayḍā’: Almarkaz Ath-thaqāfī Al‘arabī, Ṭa 2, 2006 AD.

2) Abu Al-Sa‘ūd, bin Muḥammad bin Muṣṭafa (d. 982 AH) ‘Irshād Al‘aql As-salīm ‘Ilā Mazāyā Alkitāb Alkarīm. Beirūt: Dār ‘Iḥyā’ At-turāth Al‘arabī, Ṭa 1. D.T.

3) Abu AZ-Zahrā’, Durūs Alhijāj Alfalsafī, Majalat Ash-shabakah At-tarbawiah Ash-shāmilah, Ṭa 1, 2008.

4) AD-Daridī, Samiā. Alhijāj fī Ash-sh‘er Al‘arabī Alqadīm. Al‘urdun: Dār ‘Ālam Alkutub Alḥadīth, 2008.

5) Al- ‘Alawī, Sa‘ed. Al-Badī‘ fī Alkhitāb Ash-shi‘erī Min At-taḥsīn Ila At-takwīn (Al-Maghrib: kunūz Alma‘rifa, Ṭa 1, 2014 AD)

6) Al- ‘Alawī, Yaḥya bin Ḥamza. AṬ-Ṭirāz, Taḥqīq: Dr. ‘Abdul Ḥamīd Hindāwī. Beirūt: Almaktabat Al‘unṣuriyah, Ṭa 1, 1423AH - 2002AD.

7) Al- ‘Abd, Muḥammad.” An-naṣ Alhijājī Al‘arabī: Dirāsah fī Wasa’il Al‘iqnā‘e” Majalat Fuṣūl- AlḤay’ah Almiṣriyah Al‘āmah lil-kitāb (G.I, ‘A. 60, October 2002 AD)

8) Al- ‘Askarī, Abu Hilāl. AŞ-Şinā‘ayn, Taḥqīq: ‘Alī Muḥammad Al-Bajāwī Wa Muḥammad Abū Al-Faḍl Ibrāhīm. Beirūt: Almaktabat Al‘unṣuriyah, 1419 AH.

9) ‘Alawī, Ḥāfeẓ Ismā‘īl. AlḤijāj Mafhūmuh Wa majālatuh: Naẓariah Wa Taṭbiqiah fī Albalāghah Aljadidah. Al‘urdun: ‘Ālam Alkutub Alḥadīth, Ṭa 1, 2010.

10) Al-Beqā‘ī, Burhān AD-Dīn. Naẓam Ad-durar fī Tanāsub Al‘āyāt Was-suwar. Beirūt: Dār Alkutub Al‘ilmiah, Ṭa 1, 1415AH - 1995AD.

11) Al-Jurjānī, ‘Abdul Qāḥer (T. 471AH). Dalāy’il Al’I‘ejāz. Qara’ah Wa ‘Alaq ‘Alayh, Maḥmoūd Muḥammad Shāker,. Alqāhirah: Alhay’ah Almiṣriyah Al‘amah lil-kitāb, 2000 AD.

12) Al-Jurjānī, ‘Alī bin Muḥammad bin ‘Alī. At-ta‘rifāt, Taḥqīq Ibrāhīm Al‘anbārī. Beirūt: Dār Alkitāb Al‘arabī, Ṭa 1, 1405 AH.

13) Al-Khanin, Nāṣer bin ‘Abdul Raḥmān bin Naṣ. An-naẓm Alqur’ānī fī ‘Āyāt Aljihād. Ar-riyād: Maktabat At-tawbah Ṭa 1, 1416 AH - 1996 AD.

14) Al-Mūden, Ḥassan. Ḥijājiat Almajāz Wal-’Isti‘ārah. bidūn tab‘ah.

15) Al-Qazwīnī, Al-Khatīb. Al’Idāḥ fī ‘Ulūm Albalaghah. Sharḥ Wa Ta‘līq Wa Tanqīḥ: Dr. Moḥammed ‘Abdel Mon‘im Khafāgy. Beirūt: Dār Alkitāb Allubnānī, Ṭa 6, 1985 AD.

16) AR-Rāzī, Al-Fakhr. Mafātiḥ Alghib. Libnān: Dār Ihyā’ Alturāth Al‘arabī, 1420 AH).

17) ‘Ashrāwī, ‘Abdul Jalīl. AlḤijāj fī Alkhitabah An-nabawiah. Beirūt: ‘Ālam Alkutub Alḥadīth, 2012.

18) AS-S‘adanī, Muṣṭafa. Al‘udūl ‘uslūb Turathī fī Naqd Ash-sh‘er, Al‘eskandria: Mansha’at Al-M‘āref, d.T.

19) Aṭ-ṭalabat, Al‘amīn. Al-Ḥijāj fī Albalāghah Almu‘āṣirah. Beirūt: Dār Alkitāb Aljadīd Almutaḥidah, Ṭa 1, 2008 AD.

20) Bayūmī, Basma Moḥammed. Alkhitāb Alḥijājī fī Alqur’ān Alkarīm: Surat Albaqarah Namwdhjan, Majalat Kuliyat Aladāb - jāmi‘at Būr Sa‘īd (G.I, ‘A. 6, Yūliū 2015m)

21) Boūdūkha, Mas‘ūd. ‘Anāṣir Alwaṣifah Aljamāliyah fī Albalāghah Al‘arabia. Al‘urdun: ‘Ālam Alkutub Alḥadīth, Ṭa 1, 2011.

22) Bu Blouṭa, Ḥussein. Alhijāj fī Al’imtā‘e Wal-mu’ānasah li Abī Ḥayān Attwḥidī (Risālat Mājistīr) Ishrāf: Ismā‘īl Zirdūmī (Aljazā’ir: jāmi‘at Alḥaji Lkhadar, 1429 AH).

23) Darghoūm, ‘Abdel Nāsser. “Al-Ḥijāj bit-tamthīl fī Alqur’ān Alkarīm: Surat Albaqarah Anmudhjan”. Majalat Almudawanah, Almuḥalad 7, ‘A. 2, December 2020 AD.

24) Faḍl, Ṣalah. Balaghat Alkhitāb Wa ‘Ilm An-naṣ. Alqāhirah: Almajlis Alwaṭanī lith-thaqāfah Wal-funūn Wal-’Ādab, 1992.

25) Ḥashānī, ‘Abbās. Khiṭāb Alhijāj Wat-tadāwuliah: Dirasah fī Nitāj Ibn bādīs Al‘adīb. Al‘urdun: ‘Ālam Alkutub Alḥadīth, Ṭa 1, 2014.

26) Ḥashānī, ‘Abbās. Muṣatalaḥ Alḥijāj bawā‘ithuh Wa Tiqniātih”. Majalat Almukhbir, Abḥāth fī Allughat Wal-Adab Aljazā’irī (G.I, ‘A 9, Aprīl 2013).

27) Ḥassān, AlBāhī. Alhiwār Wa Manhajiat At-tafkīr An-naqdī. Ad-dār Albaidā’: ‘Ifriqiā Ash-sharq, Ṭa 2, 2004 AD.

28) Ḥassan, Tamām. Albayān fī Rawā'ie Alqur'ān. Alqāhirah: Alhay'ah Almiṣriah Al'amah lil-kitāb, Ṭa 2, 2003AD.

29) Ibn Al-Athīr, Diā' Ad-dīn. Almathal As-sā'ir fī Adab Alkātīb Wash-shā'ir. Taqdīm Dr. Aḥmed Al-Ḥūfī, Wa Dr. Doi Ṭabana. Alqāhirah: Dār Nahdat Maṣr, Ṭa1, 1960 M).

30) Ibn 'Āshoūr, Muḥammad Aṭ-Ṭāher. At-taḥrīr Wat-tanwīr. Tūnis: Ad-dār At-tūnusiah lin-nashr, 1984 AH.

31) Ibn Manẓūr. Lisān Al'arab. Beirūt: Dār 'Iḥyā' At-turāth Al'arabī, Ṭa 3, 1999 AD.

32) Jarullāh AZ-Zamakhsharī, Alkashāf 'An Ḥaqā'iq At-tanzīl Wa 'Uyūn AlAqāwīl fī Wujūh At-t'awīl, Taqdīm Wa T'alīq: Khalīl M'amoūn Shihā (Beirūt, Dār Al-M'arifa, Ṭa 3, 2009 AD).

33) Maṣloūḥ, S'ad. "Ad-dirāsah Al'Iḥṣā'iyah lil'uslūb" 'Ālam Al-Fikr (G.I, 'A. 3, May 1989).

34) Naḥla, Maḥmoūd Aḥmed. Āfāq Jadidah fī Albaḥth Allughawī Almu'āssir, Alqāhirah: Dār Al M'arifa Al Jām'iah, Ṭa 1, 2000 AD.

35) Qalqilya, 'Abdel Azīz. Albalāghah Al'Iṣtilāḥiah. Alqāhirah: Maktabat Lisān Al 'Arab, 2018.

36) Ṣoulah, 'Abdullāh, Al-Ḥijjāj fī Alqur'ān Min Khilāl Khaṣāyish Al'uslubiat, (Libnān: Dār Al-Farābī, 2001 AD 1422 AH).

37) Ṣoulah, 'Abdullāh. Alḥijāj: Auṭuruh Wa Munṭalaqātih Wa tiqniiātih min Khilāl Muṣanaf fī Alḥijāj, Alkhatābah Aljadidah libarlamān Wa Tatikāha, Ḍimn Farīq Albaḥth fī Albalāghah Walḥijāj: Aham Naẓariāt Alḥijāj fī At-taqālīd Algharbiah min Arisṭū Ila Alyaum, Ishrāf: Ḥammādī Ṣamūd. Tūnis: Almatba't Ar-rasmiah, D. T..

38) Thuwainī, Ḥamīd Ādam. Albalāghah Al'arabiah Almafhūm Wat-tatbīq. Al'urdun: Dār Almanāhij lin-nashr Wat-tawzi'e, Ṭa 1, 2004.

Thalthan: al-marāji'e Al'ajnabiah:

1) Vieropūl, 'Olī. Hal yumkin Aan yujad Ḥijāj Ghayr Balāghī, Tarjamat/ Muḥammad Al-'Omarī, December 1996