

الإعلامية في السور المفتحة بـ (الحمد)

(دراسة في ضوء لسايات النص)

**Informativity in Suras Starting with "Thanks
be to Him»
(A Study in the Light of Linguistics of the
Text)**

أ. د. مكّي محي عيدان

Prof. Dr. Maki Mohi `Aidan

الباحثة: زينب كريم عبود

Researcher: Zeinab Kareem `Abud

الإعلامية في السورِ المفتحةِ بـ (الحمد)
(دراسة في ضوءٍ لسانيّاتِ النصّ)

**Informativity in Suras Starting with
"Thanks be to Him»
(A Study in the Light of Linguistics
of the Text)**

أ. د. مكّي محي عيدان
جامعة كربلاء / كلية التربية للعلوم الإنسانية /
قسم اللغة العربية

Prof. Dr. Maki Mohi `Aidan
University of Karbala / College of
Education for Humanisty Sciences /
Dept of Arabic

الباحثة: زينب كريم عبود
بكالوريوس لغة عربية / كلية التربية للعلوم
الإنسانية / جامعة كربلاء

Researcher: Zeinab Kareem `Abud
College of Education for Humanisty
Sciences/ Universioty of Karbala

makkialkelabi@gmail.com
inwr99721@gmail.com

تاريخ الاستلام: ٢٠٢٠ / ٥ / ١٠

تاريخ القبول: ٢٠٢٠ / ٦ / ٨

خضع البحث لبرنامج الاستتال العلمي
Turnitin - passed research

ملخص البحث:

تعدُّ الإعلامية أحدَ المعايير النصية التي جاءت بها الدراسات النصية، ويأتي هذا البحث لبيان معيار الإعلامية في السور المفتحة ب (الحمد)، والأركان الأساسية التي تتمحور حولها، والتطرق للأبعاد الإعلامية التي استعملها النص القرآني لكسر أفق التوقع، وتفحص مظهرات الإعلامية في السور المفتحة ب (الحمد) من خلال عدد من المظاهر. ويرصدُ البحثُ الصيغ والتراكيب غير المعتادة لدى المتلقي في السور المفتحة ب (الحمد)، مما يؤدي إلى كسر توقعاته من خلال الكفاءة الإعلامية الموجودة في النص القرآني.

Abstract:

The informativity is considered one of the textual criteria that comes with text studies, and this study comes to show the informativity criteria in the opening Surahs that are beginning with the (Praise), and the main pillars that everything is centered around. The study touches on the informativity dimensions used by the texts to break the prospect of expectation, and examine the informativity demonstrations in the surahs opening with the (praise) through a number of forms. It is to observe the unusual formulas and structures a recipient perceives in the Surahs opening with the (Praise), which leads to break his expectations through the informativity competence found in the Quranic text.

المقدمة:

ترتبط الإعلامية بتفاعل المتلقي مع النص بعلاقة وثيقة، وتعتمد عليها درجة قبول النص أو رفضه، إذ قد يرفض المتلقي النص عندما لا يحمل معلومات تهمة، أو اشتمل على معلومات يعرفها من قبل ولا تشكل معرفة جديدة، أو كانت قليلة لا تكفي شغف المتلقي، أو كانت خارج نطاق اهتمامه، أو كانت فوق قدرته على الاستحضار^(١).

يتعلق معيار الإعلامية - بوثاقه - بمبدأ كسر أفق التوقع لدى المتلقي، ف ((كلما بعد احتمال الورود ارتفع مستوى الكفاءة الإعلامية))^(٢)؛ لأنها تتمحور حول سوق خبرة معلوماتية بطرائق غير متوقعة، وهذا من شأنه أن يجعل بنية النص منفتحة ومتجددة، وتعمل على إدامة العلاقة بين النص والمتلقي بأن تديم التفاعل بينهما وتجعله مستمراً^(٣)، ولعل مرد ذلك يعود بدرجة كبيرة إلى ضرورة أن يفهم منتج النص أن تلقي نصه لا يرتبط بزمان معين أو مكان محدود، بل إنه يستمر لأزمنة متعددة ويتجاوز بيئته التي أنتج فيها، ومن ثم ستعدد قراءته، لذلك فإن هناك مسؤولية على عاتق المنتج تتمحور في أن يضع في نصه ما يجعله طرياً نظراً مع تقادم الأزمنة بما يحقق المتعة لدى المتلقي. ولا نغالي إذا قلنا إن المتعة الحاصلة من النص تعد أهم بكثير من مجرد الوصول إلى المعنى الذي يمكن أن يستشفه المتلقي من النص^(٤).

والحقيقة ألا متعة تُوازي الظفر بالمعنى بقدر تعدد سبل الوصول إليه، فكلما تعددت الطرق زادت فعالية التلقي. ومن هنا نرى ديبوكراند ينظر إلى الإعلامية من جهة أنها تكون عالية الدرجة عند كثرة البدائل وعند الاختيار الفعلي لبديل من خارج الاحتمال^(٥)، ومن ثم فإنه ينبغي أن تتوافر المعلومات التي تشكل محتوى الاتصال في نص ما على الجدة والتنوع^(٦)، لأنه كلما كانت المعلومات معتادة في معناها وفي أسلوب عرضها كانت إعلاميتها منخفضة والعكس بالعكس^(٧)، وكلما

ابتعد النص عن المتوقع والمألوف زادت كفاءته الإعلامية^(٨).
ولا يخفى على المتفحص الحاذق ((أن الإعلامية ترتبط بإنتاج النص واستقباله لدى المتلقي ومدى توقعه لعناصره))^(٩)، ولكن على المنتج أن يعي مسألة دقيقة تتمثل في ضرورة عدم جنوحه نحو الإغراب والغرابة بقصد كسر أفق المتلقي، ومن ثم فإنه ينبغي له أن يكون حذرًا في كمية الإعلامية المسوقة في النص؛ لئلا تنوء بقدرة المتلقي على معالجة الكم الكبير من الجدة المعلوماتية مما قد يعرض عملية التواصل بينه وبين المتلقي إلى الانهيار^(١٠)، وهو أمر أدركه العرب قديمًا عندما تنبهوا إلى هذه المسألة فوقفوا بوجه حركة الإغراب في المعنى، ورفضوا أن يكون المعنى بعيدًا وغير مدرك إلا بمشقة، وعدوا الدعوة إلى الإغراب في المعنى جهلاً بمسالك الكلام^(١١)، مما يدل على معرفة عربية واضحة بما يجعل الكلام ذا كفاءة إعلامية لدى المتلقي، فأدركوا أن الخروج على المألوف والجدة في الخبرة المقدمة كلها مما يثير الإعجاب في نفس المتلقي، فتراهم يسلطون الضوء مثلاً على ما يقدمه المجاز من حلّة جديدة للمعنى، وهي حلّة غير معهودة تضمن له حضوراً إعلامياً واسعاً لدى المتلقي؛ لأنه سيكون بمنزلة صانع جديد للأفكار، وليس التقديم والتأخير - بوصفه إعادة رصف المكونات بطريقة جديدة - ببعيد عن هذا الفهم.

يظهر لنا مما تقدم أن الإعلامية تتمحور حول ركني الدلالة الأساسيين (اللفظ والمعنى)، وكيفية تقديمهما بطريقة جديدة تكسر الرتابة عند المتلقي وتكسر أفق التوقع لديه، لذلك سنحاول أن نتفحص أبرز مظاهر هذا الكسر في السور المفتحة ب (الحمد) في المطالب الآتية:

المطلب الأول - الإعلامية والخبرة المعرفية:

تعد مخالفة المعهود في تقديم الخبرة المعرفية محطة مهمة من محطات الإعلامية، إذ يفاجأ المتلقي بما هو غير معهود عنده ولم يكن قد استعد لتقبله بأدواته المعرفية المعتادة، وحينئذ نراه يتحفظ لأن يكون على مستوى عالٍ من التلقي؛ لأن ما يُطرح عليه سيخلق عنده كسرًا للمعتاد من منظومته المعرفية.

ومما ورد في ذلك قوله تعالى: ﴿يَجِبَالٌ أَوِيٌّ مَعَهُ وَالطَّيْرُ وَالنَّارُ لَهَا الْحَدِيدُ﴾^(١٢)، إذ لم يكن معهودًا في ما اكتسب من خبرات أن تؤوب الجبال والطيور، ولم يعهد كذلك أن يرى الحديد لينا^(١٣)، فقد ألفوا الجبال والطيور والحديد على غير الصورة التي عرفتها الآية، ومن ثم ستقفز إلى متخيلاته مجموعة غير متناهية من التساؤلات التي تضمن للنص حضورًا أقوى فاعليةً وأوسع مساحةً زمنيةً، فتزيد إعلامية عنده وتقوى أواصر العلاقة التواصلية بينه وبين النص بعد أن يظفر بالمعنى.

ومما يرتبط بهذه الجهة كسر الفهم الموضوعي للأشياء وكأنه إعادة تشكيل للمنظومة المعرفية، فقد يُحکم على الأشياء بغير الظاهر أو المعتاد فتشكّل انعطافة في الفهم وتولد تساؤلات متعددة لدى المتلقي مما يزيد من درجة إعلامية النص.

ويمكن أن نلمس هذا في قوله تعالى: ﴿ثُمَّ أَوْرَثْنَا الْكِتَابَ الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا فَمِنْهُمْ ظَالِمٌ لِنَفْسِهِ وَمِنْهُمْ مُقْتَصِدٌ وَمِنْهُمْ سَابِقٌ بِالْخَيْرَاتِ إِذِنَ اللَّهُ ذَلِكَ هُوَ الْفَضْلُ الْكَبِيرُ﴾^(١٤)، فقد شكّل النص تقاطعًا حادًا مع ما ينبغي أن يكون، إذ كيف يُمكن أن يورث الكتاب لمن وصفهم ب (ظالم لنفسه) أو (مقتصد)، فقد ولد لدى المتلقي صدمات معرفية حادة ومُلحّة تُحفّزه على التدبّر والتفحص لحلّ هذا الكسر لأفق التوقع المعرفي؛ لأن المعتاد المعرفي عندنا أن (تورث الكتاب) ل (الذين اصطفى) ينبغي أن يتبعه ذكر أسمى الصفات بما يليق بصفة تورث الكتاب، ومن

ثم تتوالى التقاطعاتُ المعرفيةُ حولَ أحقيّةِ (ظالم لنفسه) في أن يرثَ كتابًا وُصِفَ بأنّه (هدى للمتقين)، فيُعملُ المتلقّي عقله ليصلَ إلى أنّ (منهم) التي سبقت الأَصنافَ الثلاثةَ ليست للتفريعِ على (الذين اصطفى)، فيكونوا منهم، وإِنّما هي لبيان أنّ من ذراريهم وأنسابهم مَنْ يتصفُ بذلك^(١٥)، حتّى إذا أدركَ المتلقّي ذلكَ زادت بهجتهُ وقوي اتّصاله بالنصِّ فارتفعت درجةُ الإعلاميّةِ فيه.

ويدخلُ ضمنَ كسرِ المعهودِ في المنظومةِ المعرفيّةِ توظيفُ الظروفِ المكانيةِ والزمانيةِ توظيفاً غيرَ معتادٍ، إذ يحضُرُ المكانُ حضوراً غيرَ مألوفٍ فيكونُ المكانُ المخصَّصُ للخيرِ مثلاً مستعملاً في الشرِّ، ويحضُرُ الزمنُ بصورةٍ غيرَ متوقّعةٍ، إذ ترى زمنَ العملِ يستحيلُ وقتاً للكسلِ، وزمنَ العبادةِ موظّفاً للإساءةِ وغيرَ هذا. وممّا جاءَ قوله تعالى: ﴿بَلْ مَكْرُ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ﴾^(١٦)، فقد استحالَ الوقتُ للمكرِ والخديعةِ وصرفَ الناسَ عن الوجهةِ المعهودةِ، فجعلوهم يكفرونَ باللهِ ويجعلونَ له أنداداً في مقاطعةٍ صارخةٍ لدعوتهم إلى أن يكونَ الليلُ للعبادةِ، (وقليلاً من الليل ما يهجعون)، وكانَ النصُّ القرآنيّ أرادَ أن يُشعرَ بهذهِ المفارقةِ فقالَ ﴿وَأَسْرُوا النَّدَامَةَ﴾^(١٧).

ومن كسرِ التوقعِ المكانيّ أن تستعملَ المكانَ في غيرِ ما تعودتِ الخبرةُ الإنسانيّةُ أن تجده فيه، ممّا يخلقُ دهشةً لدى المتلقّي من هذا الحضورِ غيرِ المعهودِ، ومنه قوله تعالى: ﴿وَأَمَّا الْجِدَارُ فَكَانَ لِغُلَامَيْنِ يَتِيمَيْنِ فِي الْمَدِينَةِ وَكَانَ تَحْتَهُ كَنْزٌ لَهُمَا﴾^(١٨)، فليسَ مِنَ المعهودِ أن يحضُرَ (الجدار) بوصفه حافظةً للأموالِ، وإِنّما يحضُرُ الجدارُ بوصفه سوراً فكانَ الحضورُ الفاعلُ للجدارِ (بوصفه حافظاً للكنز) بخلافِ الحضورِ الجامدِ للجدارِ (بوصفه سورا) محطّ نظرٍ ودهشةٍ لدى المتلقّي، فزادَ تعلقه بالنصِّ وزادت معه إعلاميّةُ النصِّ.

وليسَ ببعيدٍ عن هذا الفهمِ استعمالُ (البحر) بوصفه (مدادا) في صورةٍ غيرِ

معهودة، إذ قال تعالى: ﴿ قُلْ لَوْ كَانَ الْبَحْرُ مِدَادًا لِكَلِمَاتِ رَبِّي لَنَفِدَ الْبَحْرُ قَبْلَ أَنْ تَنْفَدَ كَلِمَاتُ رَبِّي وَلَوْ جِئْنَا بِمِثْلِهِ مَدَدًا ﴾^(١٩)، لأن المعهود حضور البحر بوصفه محلاً للصيد ومجرى للسفن، لا أن يحضر مموّلاً مادياً للأشياء، وهنا سيستج هذا الاستعمال فضاءات واسعة من التأمل فيكون حضور المتلقي في تصور الدلالة، فتزاد العلاقة بين النص والمتلقي ويحظى النص بموقع لديه بما توافر عليه من بُعد إعلامي مُتدق.

ومما لاشك فيه أنّ حضور المكان بصورته غير المعهود في الذهن سيرتب الأولويات داخل المنظومة المعرفية، فيكون المكان محطة معرفية مضافة إلى ما سبق.

ويمكننا تلمس مظهر هذا الحضور في قوله تعالى: ﴿ قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ ﴾^(٢٠)، أو قوله تعالى: ﴿ أَوْ لَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ ﴾^(٢١)، فقد خرق النص ما اعتادت المنظومة المعرفية من فوائد السياحة في الأرض من كونها مصدرًا للاستئناس، إذ تحولت إلى ما يضيّق معه الصدر وهو يرى الآثار المدمرة^(٢٢)، فشكّل هذا الانقلاب في توظيف المكان انعطافاً معرفياً كسرت أفق التوقع لدى المتلقي فازدادت إعلاميته بذلك.

ويتمظهر خرق المعتاد في المنظومة الفكرية أيضاً في ما يبدو نتيجة غير منطقية للأشياء، فمن المعروف منطقياً أنّ النتائج تتبع المقدمات وهو ما ركّزه النص القرآني كثيراً من مثل: ﴿ هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَنِ إِلَّا الْإِحْسَانُ ﴾^(٢٣)، وقوله تعالى: ﴿ جَزَاءُ سَيِّئَةٍ بِمِثْلِهَا ﴾^(٢٤)، أما أن يكون جزاء الإحسان كفراً وجزاء السيئة حسنة فإن ذلك ممّا يستدعي توقّف المتلقي بعناية لما فيها من كسر لأفق توقعه، ممّا يعطي النص بُعداً إعلامياً ضاعطاً نحو التدبر، ويمكننا أن نتلمس هذا المظهر في قصة النبي موسى عليه السلام مع العبد لصالح، فقد شكّلت مجازة العبد الصالح لما قابله من أحداث مجازة غير متوقعة أو لنقل إنها على الضدّ ممّا هو متوقع، ممّا ولد استغراباً تطوّر إلى أن يكون رفضاً

لما حدث، لأنّه لم يجر بحسب ما هو معروف عقلاً، فقد جازى أهل القرية الذين أبوا أن يضيفوهما بفعل الخير لهم وإقامة جدارٍ يُريدُ أن ينقُصَ^(٢٥)، في مقابل أنّه قتل نفساً زكياًً بغير حقٍّ بحسب ما ظهر لموسى عليه السلام^(٢٦)، ممّا أثار حفيظة موسى وأظهر عدم الرضا، إذ لم يكن الجزاء من جنس العمل بحسب رأيه.

إنّ مثل هذا الكسر لأفق التوقع لموسى عليه السلام - ومعه المتلقّي طبعاً - والذي سيُحاولُ أن يحلّ لغزَه في ما سيأتي من آياتٍ، من شأنٍ مثل هذا الكسر لأفق التوقع أن يعطي إعلاميةً واسعةً.

ولا يفوتني أن أذكر أنّ حلّ هذه الإشكاليات النصية تقع على عاتق المنتج للنصّ بأن يضع المفاتيح لحلّ هذه الانغلاقات المعرفية، وهو ما أتى به النصّ القرآني من خلال توضيح العبد الصالح للمسوّغات التي دعتَه إلى فعل ما هو غير متطابق مع المنطق العقلي والخبرة المعرفية؛ لأنّه في الحقيقة إنّما كان من مناطق معرفية لم يعهدها موسى عليه السلام، وهي منطقة (العلم بالغيب) فجاءت الآيات (٧٩-٨٢) لتسدّ الفجوات المعرفية في ذهن موسى عليه السلام والمتلقّي على حدّ سواء، ممّا رفع من درجة إعلامية النصّ والتفاعل معه إلى مديات قصوى.

وكذلك أشير إلى أنّ سدّ هذه الفجوات المعرفية ضرورة تواصلية مهمة؛ لئلاّ ينفرد عقد النصّ ويضحى بعيداً عن الفهم وتنقطع عرى التواصل معه فيقلّ التفاعل معه، ممّا قد يؤدي إلى انهيار عملية التواصل بين المنتج والمتلقّي^(٢٧).

المطلب الثاني - الإعلامية والقصص:

يظهر جزء من الإعلامية في الجانب القصصي من النص، وتتمثل في سلوك غير متوقع لأبطال القصة، فيكون موقع الأشخاص في غير موقعهم الحقيقي، مما يؤدي مفارقة لدى المتلقي منذ البدايات الأولى للقصة، فيندفع المتلقي لملاحظة أحداثها من أجل الظفر بنهايات هذه القصة الخارجة عن أفق التوقعات.

ويمكننا أن نتلمس هذا المظهر في ما جاء في سورة الكهف من مرافقة النبي موسى ﷺ للعبد الصالح، إذ تشكلت المفارقة من اللحظات الأولى لهذه الرفقة، فكيف لنبي من أولي العزم أن يطلب التعليم من رجل لم يكن له حضور قوي على مسرح الأحداث قبل هذا، فضلاً عن كسر الأفق المعرفي لدى المتلقي الذي استقر في بنائه العقدي أن الرسل (ولاسيما أولوا العزم) هم أعلم أهل زمانهم، ومن هنا كان على المنتج أن يقدم لنا تعليلاً منطقياً لحضور الرجلين في غير موضعهما كما يظهر للقارئ السطحي (الرسول) في موقع المتعلم الذي يجهل بعض الأشياء، والعبد الذي يكون معلماً للرسول، فقد تبادلوا الأدوار فيما بينهما، فقال تعالى في حل هذا الإشكال: ﴿ فَوَجَدَا عَبْدًا مِّنْ عِبَادِنَا ءَاتَيْنَاهُ رَحْمَةً مِّنْ عِنْدِنَا وَعَلَّمْنَاهُ مِن لَّدُنَّا عِلْمًا ﴾ (٢٨)، وهنا تبددت غيوم النص وأسهم هذا التوضيح في فتح آفاق جديدة امام المتلقي فزاد تعلقه بالنص.

ومن مظاهر الإعلامية أيضاً في الجانب القصصي مفاجأة المتلقي بنهايات غير متوقعة للأحداث، ولا يخفى أنه كلما كانت النهايات غير متوقعة كان للنص حضوره الوقاد في ذهن المتلقي، مما يرتفع بدرجة مقبوليته لديه وبمستوى إعلاميته. ويمكننا تلمس هذا المظهر في قوله تعالى: ﴿ فَلَمَّا فَصَّيْنَا عَلَيْهِ أَلْمُوتَ مَا دَلَّهُمْ عَلَىٰ مَوْتِهِ إِلَّا دَابَّةُ الْأَرْضِ تَأْكُلُ مِنسَأَتَهُ ﴾ (٢٩)، فبعد كل ما أوتي النبي سليمان ﷺ

مِنْ قُوَّةٍ مَرْتَبَةً (الريح، عين القطر)، وقُوَّةٍ خَفِيَّةٍ (تسخير الجن له) (٣٠) تَوَقَّعَ الْمُتَلَقِّي أَنْ لَنْ تَكُونَ لَهُ نَهَايَةٌ، وَإِنْ كَانَتْ ثَمَّةَ نَهَايَةٍ فَإِنَّهَا سَتَكُونُ عَلَى يَدِ قُوَّةٍ أَعْظَمَ، إِلَّا أَنْ النَّصَّ فَاجَأَ الْجَمِيعَ بِأَنْ جَعَلَ مَا يَدُلُّ عَلَى مَوْتِهِ مَخْلُوقٌ ضَعِيفٌ هُوَ (دابة الأرض) لَتَسْقُطَ هَذِهِ الْقُوَّةُ الْجَبَّارَةُ الَّتِي كَانُوا مَعَهَا فِي (العذاب المهين)، بَعْدَ أَنْ تَأْكَلَ هَذِهِ الْحَشْرَةُ الْحَقِيرَةُ مَنَسَاتَهُ فَتَكُونَ دَلِيلًا عَلَى نَهَايَتِهِ غَيْرِ الْمَتَوَقَّعَةِ (٣١)، وَمَا يَزِيدُ مِنَ الْإِعْتِقَادِ بِأَنَّهَا نَهَايَةٌ غَيْرُ مَتَوَقَّعَةٍ أَنَّهُمْ ظَلَمُوا يَعْمَلُونَ سَنَةً كَامِلَةً بَعْدَ مَوْتِهِ وَهُمْ يَظُنُّونَ أَنَّهُ يَرَاهُمْ، وَهُوَ مَا عَبَّرَ عَنْهُ النَّصُّ الْقُرْآنِيُّ بِقَوْلِهِ: ﴿ فَلَمَّا خَرَّ تَبَيَّنَتْ الْجِنُّ أَنْ لَوْ كَانُوا يَعْلَمُونَ الْغَيْبَ مَا لَبِثُوا فِي الْعَذَابِ الْمُهِينِ ﴾ (٣٢).

وَلَا يَفُوتُنِي أَنْ أَذْكَرَ أَيْضًا أَنَّ مِنْ مَظَاهِرِ الْإِعْلَامِيَّةِ فِي الْقِصَصِ وَالْإِخْبَارِيَّاتِ أَنْ تَكُونَ هَذِهِ الْقِصَصُ مَسْوُوقَةً فِي شَكْلِ جَدِيدٍ بِأَنْ يُسَلِّطَ الضَّوْءُ عَلَى الْقِصَّةِ مِنْ جِهَةٍ مَغَايِرَةٍ لِمَا رَسَخَ فِي ذَهَنِ الْمُتَلَقِّي؛ لِيَكْسَرَ بِذَلِكَ أَفَقَ التَّوَقُّعِ لَدَى الْمُتَلَقِّي فِي مَا سَيُؤَوَّلُ إِلَيْهِ النَّصُّ، فَيَعْرُضُ الْمَعْنَى فِي أَشْكَالٍ لُغَوِيَّةٍ مُتَعَدِّدَةٍ مِمَّا يُعْطِي بُعْدًا إِعْلَامِيًّا أَوْسَعَ لِلنَّصِّ، وَيَرْفَعُ مِنْ كِفَايَتِهِ الْإِعْلَامِيَّةِ. وَمِثَالُ ذَلِكَ فِي الْقُرْآنِ الْكَرِيمِ مَا جَاءَ مِنْ ذِكْرِ قِصَّةِ نَبِيِّ اللَّهِ مُوسَى (عليه السلام)، فَقَدْ ذُكِرَ فِي أَكْثَرِ مِنْ (٤٤٠) مَوْضِعًا، كَانَتْ حِصَّةُ السُّورِ الْمَفْتَتِحَةِ بـ (الحمد) مِنْهَا (مَرَّتَيْنِ)، مَرَّةً فِي سُورَةِ الْأَنْعَامِ فِي الْآيَةِ (٨٤) فِي سِيَاقِ ذِكْرِ نِعْمَةِ اللَّهِ عَلَى نَبِيِّهِ إِبْرَاهِيمَ (عليه السلام)، وَمَرَّةً أُخْرَى فِي سُورَةِ الْكَهْفِ فِي الْآيَاتِ (٦٠-٨٢) فِي سَفَرِهِ وَلِقَائِهِ بِالْعَبْدِ الصَّالِحِ، فَلَا يَكُونُ ذِكْرُ مُوسَى (عليه السلام) هُوَ نَفْسُهُ وَإِنَّمَا سَلَّطَ الضَّوْءُ عَلَى هَذِهِ الشَّخْصِيَّةِ مِنْ جِهَةٍ أُخْرَى، مِمَّا أَسْهَمَ فِي كَسْرِ أَفَقِ التَّوَقُّعِ بِالنِّهَايَاتِ لَدَى الْمُتَلَقِّي.

المطلب الثالث - الإعلامية والاستعمال اللغوي:

لما كانت الإعلامية تُبنى على كسر أفق التوقع لدى المتلقي فمن دون شك ستسعى إلى تحقيق ذلك بتغيير البنى في الذهن والاستعمالات المألوفة للألفاظ، ويمكن تلمس هذه النواحي في السور المدعوة ب (الحمد) في مظاهر متعددة لعل من أوضحها ما يلي:

١ - الاستعمال غير الحقيقي للألفاظ:

إن الاستعمال غير الحقيقي للألفاظ يُعطي الموجودات حضوراً غير مُعتاد، فيغدو الصامت ناطقاً والميت حياً، فيتغير الشكل الخارجي للموجودات ليسجل حضوراً جديداً وكسراً لما اعتاد المتلقي تصوّره من الموجودات، فيفتح النص على آفاق واسعة واحتمالات متعددة تزيد في كفاءته الإعلامية، فالمعارض الجديدة للأشياء تصب في مسألة تعارض الأناط المقدمة في النص مع أنباط المعرفة المخترنة في ذهن القارئ، فتولد انعطافات شديدة الإثارة لانتباه المتلقي، وهو ما يُسميه ديوكراوند بعنصر (التعارض) ضمن الدرجة الثالثة من درجات الإعلامية وهي الدرجة الأكثر إعلامية^(٣٣).

ومن المعروف أن من أبرز مظاهر الاستعمال غير الحقيقي للألفاظ هو المجاز (بنوعيه المرسل والعقلي)، والاستعارة والكناية، وهو ما حفلت به السور المفتحة ب (الحمد) فزادت في درجة الكفاءة الإعلامية للنص.

و من الآيات التي جاءت بالمجاز قوله تعالى: ﴿بَلْ مَكْرُ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ﴾^(٣٤)، إذ جعل الليل والنهار سمة الحركة بأن أسند المكر لهما على سبيل الملكية اللفظية، حتى بدا الليل والنهار ماكرين على نحو المجاز العقلي ذي العلاقة الزمانية.

وأيضاً قوله تعالى: ﴿وَلَا تَنْفَعُ الشَّفَعَةُ عِنْدَهُ إِلَّا لِمَنْ أِذِنَ لَهُ﴾^(٣٥)، فحضرت الشفاعة هنا بوصفها فاعلاً على سبيل المجاز في حين أن النفع والضرر ليس لها على وجه الحقيقة^(٣٦). ومن الاستعمال غير الحقيقي للألفاظ في باب الاستعارة قوله تعالى:

﴿ وَتَقُولُ لِلَّذِينَ ظَلَمُوا ذُوقُوا عَذَابَ النَّارِ الَّتِي كُنْتُمْ بِهَا تُكَذِّبُونَ ﴾^(٣٧)، فقد استعار النص (الذوق) للعذاب في عملية حسية غير معهودة، لأن المعهود أن يكون الذوق متعلقاً بطعم الأشياء المأكولة أو المشروبة، مما فتح النص أمام آفاق واسعة من التلقي بعد أن قرّ له زحماً إعلامياً غير محدد المساحة. ومن الاستعارة قوله تعالى: ﴿ فَوَجَدَا فِيهَا جِدَارًا يُرِيدُ أَنْ يَنْقَضَ ﴾^(٣٨)، فالفعل (يريد) جاء على الاستعارة^(٣٩). ويرتبط بالاستعمال غير المألوف للألفاظ ما يُسمى في البلاغة العربية باسم (الكناية)، لأنه يذهب إلى ألفاظ غير مباشرة يعبرُ بها عرْضاً عن المعاني^(٤٠)، فيفتح مساحات التلقي أمام القارئ كاسراً أفق التوقعات المكبلة للتخيل، وقد وظّف النص القرآني هذا الخروج في عددٍ من المواضع في السور المفتحة ب (الحمد)، ومنه قوله تعالى: ﴿ وَأُخْذُوا مِنْ مَّكَانٍ قَرِيبٍ ﴾^(٤١)، كناية عن القنوط^(٤٢)، وقوله تعالى: ﴿ وَيَقْذِفُونَ بِالْغَيْبِ مِنْ مَّكَانٍ بَعِيدٍ ﴾^(٤٣)، كناية عن الخفاء والغيب^(٤٤)، وقوله تعالى: ﴿ غَيْرِ الْمَعْضُوبِ عَلَيْهِمْ وَلَا الضَّالِّينَ ﴾^(٤٥)، كناية عن اليهود والنصارى والمُثَلِّثِينَ والفائِلِينَ بِأَنَّ اللَّهَ أَخَذَ وَلَدًا سَبْحَانَهُ عَمَّا يُصِفُونَ^(٤٦)، ومن الكناية أيضاً قوله تعالى: ﴿ فَقُطِعَ دَابِرَ الْقَوْمِ الَّذِينَ ظَلَمُوا ﴾^(٤٧)، كناية عن إبادتهم جميعاً^(٤٨).

٢ - المخالفة بين الأساليب:

من الإجراءات الإعلامية في النص القرآني ما جاء من مخالفة بين الأساليب في مواضع يراها المتلقي غير المدقق موضعاً واحداً، حتى إذا فرّق بين الأساليب دعا المتلقي إلى تفحص السبب في هذه المفارقة، ثم ليصل بعد ذلك إلى مبتغاه فيشعر بلذّة عالية فترتفع بذلك الكفاءة الإعلامية للنص لديه. ومثال ذلك قوله تعالى: ﴿ فَمَا اسْتَطَعُوا أَنْ يَظْهَرُوهُ وَمَا اسْتَطَعُوا لَهُ نَقْبًا ﴾^(٤٩)، فقد تعرّص المتلقي إلى درجة عالية من كسر أفق التوقع في رتبة النص، لأن السير المتوقع مع النص يفترض

أن يجد جملة (وما استطاعوا له نقبا)، فلما وجدها (استطاعوا) حدثت لديه هزة معرفية ومن ثم كان عليه أن يتفحص السبب الدافع لهذا التغير في الاستعمال اللفظي بين (استطاعوا، استطاعوا)^(٥٠)، حتى إذا أدرك أن (الظهور على الشيء بمعنى الصعود فوفه) لا يحتاج إلى الجهد الذي يحتاجه (نقب الشيء وإحداث ثقب فيه)، ولا سيما أن كل هذا الشيء على المواصفات التي وصف بها هذا الجدار، فلما أدرك المتلقي هذا التباين في الاستعمال وهذه الدقة في وصف الأشياء تلقى النص بأفق آخر، وارتفعت درجة إعلامية النص عنده.

المطلب الرابع - الإعلامية والجانب الصوتي:

تعتمد الإعلامية أحياناً على المنبهات الصوتية في النص، بشرط أن تكون هذه المنبهات غير مقصودة لذاتها وإنما يلفها بعد معنوي، يدفع المتلقي إلى التلقي الحر للنص، ولا سيما إن كانت هذه المنبهات غير معتادة أو أتها سيقت بغزارة في رسم الصورة الكلية للأحداث سواء في بدء السور أو في النهايات.

لقد كان هذا البعد حاضراً منذ اللحظات الأولى في السور المفتحة ب (الحمد)، فقد كانت هذه الكلمة منبهاً صوتياً يدفع بالمتلقي إلى مزيد من التفاعل الإيجابي في رحلته للبحث في سبب اختيار هذه الكلمة في مطلع هذه الآيات، فتذهب الآراء والتصورات والقراءات بالنص مذاهب شتى، وتعاد القراءة عبر العصور، كل بحسب مشربه ورواه، فتتحقق للنص إعلامية واسعة وتفاعل مستمر لأنه سينتج قراءات متعددة.

أما في سياق السور المفتحة ب (الحمد) فقد حضر المنبه الصوتي في اختيار فواصل الآيات بما يناسب الحضور الذهني أو قوة الفعل الدرامي داخل القصة المسوقة من النص، فكان لكل قصة من القصص نهاية واحدة تقريباً مما يعطي للمتلقي أفقاً واسعة من التلقي، فلو دققنا في قصة أهل الكهف لوجدنا نهايات الآيات فيها الألف المطلقة المسبوقة بأحد

أحرف القلقلة، فقد جاءت في هذه النهايات الكلمات (عجبا، رشدا، عددا، أمدا، هدى، شططا، كذبا، مرفقا، مرشدا، رعبا، أحدا، أبدا، مسجدا، ملتحدًا...) (٥١)، أما قصة موسى فقد تقاسمها صوتا الباء والراء تقريباً (حقبا، سربا، نصبا، عجبا، خبرا، أمرا، ذكرا، صبرا، عسرا، نكرا...) (٥٢)، لقد شكّل هذا الملمح الصوتي نقطة إثارة كسرت رتابة السرد داخل النصّ فسمحت بمدياتٍ واسعةٍ من التلقّي.

وقد لا يكون بعيداً عن هذا استعمال الجناس بوصفه ملمحاً صوتياً يدفع بالمتلقّي إلى التوقّف إزاء النصّ وتفحصه، ممّا يسهم في الارتفاع بمستوى كفاءته الإعلامية. ومن الجناس (٥٣) قوله تعالى: ﴿وَهُمْ يَنْهَوْنَ عَنْهُ وَيَنْهَوْنَ عَنْهُ﴾ (٥٤)، فضلاً عما شكّلته كلمة (عنه) من فاصلٍ صوتيٍّ مثلت محطاتٍ إيقاعيةً تكسرُ الانتيال اللفظيَّ الرتيب. وقريبٌ من هذا ما جاء في قوله تعالى: ﴿صِرَاطَ الَّذِينَ أَنْعَمْتَ عَلَيْهِمْ غَيْرِ الْمَغْضُوبِ عَلَيْهِمْ وَلَا الضَّالِّينَ﴾ (٥٥)، إذ شكّلت كلمة (عليهم) وقفةً صوتيةً إيقاعيةً.

المطلب الخامس - الإعلامية والتضادات:

يعتمد هذا البعد على كسر أفق التوقع برقابة مجريات الحدث من خلال القصد إلى وضع التضادات لتكون محطة إيقاعية على مستوى الفكر، فتشكّل فواصل داخلية تُعطي النصّ حضوراً إعلامياً قوياً لدى المتلقّي.

ويمكنني القول إن الاعتماد على التضاد في السور المفتوحة بـ (الحمد) يُعدّ ملمحاً أسلوبياً نصياً أعطى للنصّ إيقاعاً كاسراً للرقابة، ومضيفاً بعداً صوتياً ليسهم في الارتفاع بمستوى الكفاءة الإعلامية، بل يشعر المتلقّي بصراع قويٍّ وهديرٍ متلاطمٍ من التصادمات الضدية في النصّ أضفت عليه حركةً وحيويةً كسرت ما يُمكن أن يصيب النصّ من رتابة، ففاجأت المتلقّي بأفاقٍ جديدةٍ.

لقد ظهرت التضادات في سياق الآيات بكثرة (الأولى / الآخرة - يلج / يخرج

- ينزل / يعرج - أصغر / أكبر - بين أيديهم / ما خلفهم^(٥٦).
وكذلك ظهر التضاد فشكّل ملمحاً نصياً واضحاً من خلال (السموات / الأرض - ممسك / يرسل - يضل / يهدي - موت / حياة - الصالحات / السيئات - يعمر / ينقص - تحمل / تصنع - عذب فرات / ملح أجاج - الليل / النهار - الفقراء / الغني - الأعمى / البصير - الظلمات / النور - الظل / الحرور - الأحياء / الأموات ...) (٥٧).
إنّ القصد إلى إيراد المتضادات يقوم على مبدأ مخالفة اللاحق للسابق، وهو مظهر من مظاهر كسر التوقع، إذ يقصد المنتج إلى تنويع الخطاب وتحقيق الاستمرارية النصية ونقل الخبرة المعرفية إلى المتلقي بطريقة تتوافق على عنصرين مهمين هما الامتناع والإمتاع.

المطلب السادس - الإعلامية والتراكيب:

لكل لغة تراكيب معروفة تجري على سنن المتكلمين بها، فيخضع لها المتكلمون بهذه اللغة، وهي بهذا - وإن كانت مصدر قوة في حفظ اللغة - تُشكّل رقابة على الاستعمال اللغوي، مما يقلل من درجة إعلامية هذه اللغة لذلك يعتمد المنتج أحياناً إلى كسر هذه الرتبة الموقعية بتقديم ما حقه التأخير، وهو بهذا التقديم يكسر أفق المتلقي الذي تعود مثلاً أن يرى التركيب الفعليّ مكوناً من (فعل وفاعل ومفعول به)، والتركيب الاسميّ من (مبتدأ وخبر) مما يعطي للنص حضوراً إعلامياً لدى المتلقي الذي سيسعى إلى معرفة المسوغات التي دعت المنتج إلى هذا الكسر لأفقي التوقع في البناء.

ولعلّ من أوضح صور هذا التقديم ما جاء في سورة الفاتحة في قوله تعالى: ﴿إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ﴾^(٥٨)، إذ سيتساءل المتلقي كثيراً عن المزية في التحوّل من الرتبة البنائية المعروفة في الجمل الفعلية إلى هذا الشكل الجديد، فيبحث عن الاحتمالات الدلالية لهذا التحوّل والجدوى المعرفية من خلفه، مما يجعل النصّ مفتوحاً على مستويات متعددة من التلقي فترتفع بذلك الكفاءة الإعلامية للنصّ.

لقد خرقت الرتبة البنائية في التركيب الفعلي في مواضع متعدّدة بقصد إثارة المتلقي وحمله على تفحص مسوغات هذا الخرق، حتى إذا أدركها - وهنا يدخل الاحتمال الدلالي في التفسير - كان للنص حضوراً إعلاميًّا واسعاً عنده. والحق أن خرق التراتبية الموقعية للألفاظ في السور المفتحة ب (الحمد) من الكثرة ما يجعله غير محتاج إلى التذليل عليه ممّا يُقوّي الاعتقاد عندي بأنّ ثمة قصديّة إعلاميّة واضحة في جعل النصّ يتملّك القارئ ويحمّله على تصوّر احتمالات متعدّدة للدلالات ممّا يرفع من كفاءته الإعلاميّة. والحق أن المتمعن في ما قيل من نظريّات في الإعجاز القرآنيّ يجد أصول الإعلاميّة ماثلة في نظريّة (النظم) التي قال بها عبد القاهر الجرجانيّ في محاولة منه لإرجاع الإعجاز إلى معاني النحو وتعلّق الكلم ببعضه بعض، ولا أرى هذه النظرة إلّا مصداقاً من مصاديق الإعلاميّة في النصّ المقدّس لأنّنا لو تفحصنا لغة القرآن الكريم من حيث هي مفردات لوجدناها مألوفة عند العرب إلّا أن الشكل الذي قدّمت به هو الذي أدهش ألبابهم، فوقفوا إزاءه عاجزين لأنّه فاجأهم بشكل نصيٍّ جديد على عكس توقّعاتهم، فلمّا كسر توقّعاتهم عجزوا عن مجاراته وسمت منزلته في أنفسهم حتى قيل فيه أنّه ليس بكلام بشريّ. وممّا لاشكّ فيه أنّ كسر توقّعاتهم في البناء والأسلوب من اصدق مظاهر الإعلاميّة المرتفعة للقرآن الكريم.

إنّ الانزياح التركيبيّ يُسهّم في الارتفاع بدرجة إعلاميّة النصّ؛ لأنّ تلقي الدلالات المحتملة أمتع من تلقي الدلالات الظاهرة، ولعلّ من المناسب أن نُشير هنا إلى أنّ العرب قد فطنوا إلى هذه الجهة الإعلاميّة في النصّ حتى أنّ عبد القاهر الجرجانيّ كان يعدّ النصّ البيّن في شيء لا مزيّة له، وإنّما تكون المزيّة متى ما احتمل النصّ وجوهاً أخرى غير الوجه الذي جاء عليه^(٥٩).

ولا يقف المظهر الإعلاميّ في التراكيب عند التقديم والتأخير أو التراكيب

المحتملة الدلالة، وإنما يتعدّها إلى نواحٍ أُخرَ لعلَّ من أبرزها ما يُسمّى في علم النصّ باسم (الفجوات النصّية)، وهو المعروف عند العرب قديماً باسم (الحذف والإيجاز)، لأنّ من شأن هذا الإجراء أن ينادى بالنصّ عن الدلالات المعتادة ويقترّب بها من فكرة الاحتمال الدلاليّ وما يكشفها من قراءة احتمالية للنصّ قد تكسر أفق توقّع المتلقّي لما يقدّم إليه من خبرة معرفيّة، فتكون مدعاةً إلى تفاعل إيجابيٍّ مع النصّ ممّا يرتفع بدرجة الإعلاميّة فيه.

وإذا تفحصنا السور المفتحة ب (الحمد) وجدناها عامرةً بمثل هذا الإجراء التركيبيّ (الحذف)، ممّا فتح النصّ أمام قراءاتٍ متعدّدةٍ من جانب المتلقّي فارتفعت بذلك كفاءة الإعلاميّة.

فانظر مثلاً إلى قوله تعالى: ﴿الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَجَعَلَ الظُّلُمَاتِ وَالنُّورَ﴾^(٦٠)، فإنّ المعهود في التفكير اللغويّ العربيّ أنّ (جعل) من الأفعال التي تنصبُ مفعولين، إلّا أنّه لما حذف المفعول الثاني من النصّ جعله مفتوحاً على قدر كبيرٍ من الاحتمالات، فهو عمد إلى كسر توقّعه التركيبيّ من جهةٍ وإلى جعله نصّاً متعدّداً الاحتمالات من جهةٍ أخرى فزادت بذلك الكفاءة الإعلاميّة للنصّ.

ومن مظاهر الإعلاميّة في جهة خلق الفجوات في النصّ قوله تعالى: ﴿يَعْلَمُ مَا يَلْجُ فِي الْأَرْضِ وَمَا يَخْرُجُ مِنْهَا وَمَا يَنْزِلُ مِنَ السَّمَاءِ وَمَا يَعْرُجُ فِيهَا وَهُوَ الرَّحِيمُ الْعَفُورُ﴾^(٦١)، فقد ترك النصّ من دون نهاياتٍ محدّدةٍ للأشياء التي أشار إليها بأنّها (تلج أو تخرج من الأرض) والتي (تنزل أو تخرج في السماء)^(٦٢)، فترك النصّ متعدّداً الاحتمالات موقراً مساحةً واسعةً من التخيل لما تمّ تركه من فجواتٍ داخل النصّ حتّى إذا استطاع المتلقّي سدّ هذه الفجوات كانت متعته بالنصّ أقوى، وتوثقت عرى تواصله مع النصّ فارتفعت بذلك كفاءته الإعلاميّة.

الختامة:

- ١ - ركزت الإعلامية على رصد أبعاد العلاقة بين (النص - المرسل - المتلقي)، وكل ما من شأنه أن يُدِيمَ هذه العلاقة ويرفدها بالامتداد على مستوى الزمان والمكان.
- ٢ - أنشئت الإعلامية على أساس رئيس ألا وهو الجدة والإبداع والإغراب في عرض النصوص لغرض إمتاع المتلقي وحثه على كشف دلالة النصّ والانشداد إليه.
- ٣ - تنوّعت الأساليب في النصّ القرآنيّ لكسر المعهود في المنظومة المعرفيّة من خلال مفاجأة المتلقيّ بنهايات غير متوقّعة للأحداث.
- ٤ - تمظهرت الإعلامية في السور المفتوحة ب (الحمد) في عدد من المظاهر، منها الحلّة الجديدة التي تقدّم فيها الخبرة المعرفيّة والمفاجآت التي كسرت أفق التوقع لدى المتلقيّ في القصص القرآنيّ والاستعمال غير المعهود للغة في إطارٍ من البعد الصوتيّ المدهش للمتلقّي في تناسق واضح، ثم لتنتقل بعد ذلك إلى كسر أفق التوقع في التراكيب اللغوية.

الهوامش:

- (١) ينظر: النص والخطاب والإجراء: ٢٤.
- (٢) م. ن: ٢٤٩.
- (٣) ينظر: انفتاح النص الروائي: ١٥١.
- (٤) ينظر: فن القصص بين النظرية والتطبيق: ٤٤٥.
- (٥) ينظر: النص والخطاب والإجراء: ٢٥٣.
- (٦) ينظر: م. ن: ٢٤٩، ومدخل إلى علم لغة النص: ١٢.
- (٧) ينظر: مدخل إلى علم لغة النص: ٣٢، ونظرية علم النص: ٦٦.
- (٨) ينظر: علم لغة النص النظرية والتطبيق: ٦٨.
- (٩) نحو النص اتجاه جديد في الدرس النحوي: ٨٦.
- (١٠) ينظر: مدخل إلى علم لغة النص: ٣٣.
- (١١) ينظر: الصناعتين: ٦٠، ٦١.
- (١٢) سورة سبأ: ١٠.
- (١٣) ينظر: لطائف الإشارات: ٣ / ١٧٨، والكشاف: ٥ / ١١١، والمححر الوجيز: ٤ / ٤٠٧.
- (١٤) سورة فاطر: ٣٢.
- (١٥) ينظر: أجوبة المسائل الحاجية أو المسائل العكبرية: ١٣٠، وتفسير القرآن العظيم (تأويلات أهل السنة): ٤ / ١٨١، والكشاف: ٥ / ١٥٦، والمححر الوجيز: ٤ / ٤٣٩.
- (١٦) سورة سبأ: ٣٣.
- (١٧) سورة سبأ: ٣٣.
- (١٨) سورة الكهف: ٨٢.
- (١٩) سورة الكهف: ١٠٩.
- (٢٠) سورة الأنعام: ١١.
- (٢١) سورة فاطر: ٤٤.
- (٢٢) ينظر: تفسير القرآن العظيم (تأويلات أهل السنة): ٤ / ١٨٨، ومجمع البيان: ٤ / ١٣، والمححر الوجيز: ٢ / ٢٧١، والميزان: ٧ / ٢٥.
- (٢٣) سورة الرحمن: ٦٠.
- (٢٤) سورة يونس: ٢٧.
- (٢٥) ينظر: سورة الكهف: ٧٧.

- (٢٦) ينظر: سورة الكهف: ٧٤.
- (٢٧) ينظر: مدخل إلى علم لغة النص: ٣٣.
- (٢٨) سورة الكهف: ٦٥.
- (٢٩) سورة سبأ: ١٤.
- (٣٠) ينظر: سورة سبأ: ١٢.
- (٣١) ينظر: لطائف الإشارات: ٣/ ١٨٠، والكشاف: ٥/ ١١٣، والميزان: ٢٢/ ٣٦٤، وتفسير الصافي: ٢٢/ ٢١٣.
- (٣٢) سورة سبأ: ١٤.
- (٣٣) ينظر: النص والخطاب والإجراء: ٢٨٥.
- (٣٤) سورة سبأ: ٣٣.
- (٣٥) سورة سبأ: ٢٣.
- (٣٦) ينظر: الكشاف: ٥/ ١١٩، والمحزر الوجيز: ٤/ ٤١٧، والميزان: ٢٢/ ٣٧١.
- (٣٧) سورة سبأ: ٤٢.
- (٣٨) سورة الكهف: ٧٧.
- (٣٩) ينظر: المحزر الوجيز: ٣/ ٥٣٣.
- (٤٠) ينظر: دلائل الإعجاز: ٤٣١.
- (٤١) سورة سبأ: ٥١.
- (٤٢) قيل إن المقصود بـ (قريب) هو الأخذ من الموقف إلى النار، ينظر: الكشاف: ٥/ ١٣٣.
- (٤٣) سورة سبأ: ٥٣.
- (٤٤) ينظر: الكشاف: ٥/ ١٣٣، والمحزر الوجيز: ٤/ ٤٢٧، والميزان: ٢٢/ ٣٩١.
- (٤٥) سورة الفاتحة: ٧.
- (٤٦) ينظر: تفسير القرآن العظيم (تأويلات أهل السنة): ١/ ١٠، والكشاف: ١/ ١٢٢ وما بعدها، والمحزر الوجيز: ١/ ٧٧، وتفسير الصافي: ١/ ٨٧.
- (٤٧) سورة الأنعام: ٤٥.
- (٤٨) ينظر: تفسير الطبري: ٩/ ٢٥٠، والكشاف: ٢/ ٣٤٦.
- (٤٩) سورة الكهف: ٩٧.
- (٥٠) ينظر: الكشاف: ٣/ ٦١٦، والمحزر الوجيز: ٣/ ٥٤٣.
- (٥١) ينظر: سورة الكهف: ٩-٢٧.

- (٥٢) ينظر: سورة الكهف: ٦٠-٨٢.
- (٥٣) كان للجناس حضور كبير في السور المفتحة ب (الحمد)، ينظر: سورة الكهف: ١٩-٢١.
- (٥٤) سورة الأنعام: ٢٦.
- (٥٥) سورة الفاتحة: ٧.
- (٥٦) ينظر: سورة سبأ: ١-٩، ٣٣-٣٩.
- (٥٧) ينظر: سورة فاطر: ١-٢١.
- (٥٨) سورة الفاتحة: ٥.
- (٥٩) ينظر: دلائل الإعجاز: ٣١٦.
- (٦٠) سورة الأنعام: ١.
- (٦١) سورة سبأ: ٢.
- (٦٢) ينظر: تفسير الصافي: ٢٢ / ٢١٠.

المصادر والمراجع:

- القرآن الكريم.
- ✦ أجوبة المسائل الحجاجية أو المسائل العكبرية، محمد بن محمد بن نعمان بن أبي عبد الله العكبري البغداديّ الشيخ المفيد (ت ٤١٣هـ)، تحقيق: علي أكبر الخرسانيّ، مجّمع البحوث الإسلامية، بيروت، ط ١، ١٤١٤ - ١٩٩٤ م.
- ✦ انفتاح النصّ الروائيّ والنصّ والسياق، سعيد يقطين، المركز الثقافيّ العربيّ، لبنان، ط ٢، ٢٠٠١ م.
- ✦ تفسير الصافي، الفيض الكاشانيّ المولى محسن (ت ١٩٠١هـ)، مكتبة الصدر، إيران، (د ط)، (د ت).
- ✦ تفسير الطبري جامع البيان عن تأويل آي القرآن، محمد بن جرير الطبري (ت ٣١٠هـ)، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركيّ، دار هجر، القاهرة، ط ١، ٢٠٠١ م.
- ✦ تفسير القرآن العظيم (تأويلات أهل السنّة)، محمد بن محمد بن محمود الماتريديّ السمرقنديّ (ت ٣٣٣هـ)، تحقيق: فاطمة يوسف الخيميّ، مؤسسة الرسالة، لبنان، ط ١، ٢٠٠٤ م.
- ✦ دلائل الإعجاز، أبو بكر عبد القاهر الجرجانيّ (ت ٤٧١هـ)، قرأه وعلّق عليه: أبو فهر محمود محمد شاكر، مطبعة المدنيّ، ط ٣، ١٩٩٢ م.
- ✦ الصناعتين الكتابة والشعر، الحسن بن عبد الله بن سهل العسكريّ، تحقيق: علي محمد البجاويّ و محمد أبو الفضل إبراهيم، دار الفكر العربيّ، ط ٢، (د ت).
- ✦ علم اللغة النصّيّ بين النظرية والتطبيق، د صبحي إبراهيم الفقيّ، دار قباء، ط ١، ٢٠٠٠ م.
- ✦ فنّ القصص بين النظرية والتطبيق، د. نبيلة إبراهيم، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، ط ١، ١٩٩٥ م.
- ✦ الكشف عن حقائق غوامض التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل، أبو القاسم محمود بن عمر الزمخشريّ (ت ٥٣٨هـ)، تحقيق: الشيخ عادل أحمد عبد الموجود والشيخ علي محمد معوض و د فتحي عبد الرحمن أحمد حجازي، مكتبة العبيكان، ط ١، ١٩٩٨ م.
- ✦ لطائف الإشارات، د. إبراهيم بسبوني، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط ٣، (د ت).
- ✦ مجمع البيان في تفسير القرآن، الفضل بن الحسن الطبرسيّ، دار العلوم، بيروت، ط ١، ٢٠٠٥ م.
- ✦ المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز، عبد الحق بن غالب بن عطية الأندلسي (ت ٥٤٦هـ)، تحقيق: عبد السلام عبد الشافي محمد، دار الكتب العلميّة، بيروت، ط ١، ٢٠٠١ م.
- ✦ مدخل إلى علم لغة النصّ، روبرت ديبوغراند وولفغانغ دريسلر، ترجمة: إلهام أبو غزالة و علي خليل محمد، دار الكاتب، ط ١، ١٩٩٢ م.
- ✦ مدخل إلى علم لغة النصّ، فولفانج هانيه مان وديتر فيهفجر، ترجمة: سعيد حسن بحيري، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، ط ١، ٢٠٠٤ م.
- ✦ الميزان في تفسير القرآن، السيّد محمد حسين الطباطبائيّ (ت ١٩٨٣ م)، منشورات المدرسين في الحوزة العلميّة في قم المقدّسة، (د ط)، (د ت).

- ✦ نحو النصّ اتجاه جديد في الدرس النحويّ، القاهرة، ط ١، ١٩٩٨ م.
- ✦ نظريّة علم النصّ رؤية منهجية في بناء النصّ النثريّ، سليمان العطار و محمود فهمي حجازي، مكتبة الآداب، ط ٢، ٢٠٠٩ م.
- ✦ النحو النصّ اتجاه جديد في الدرس النحويّ، أحمد عفيفي، مكتبة زهراء الشروق القاهرة، ط ١، ٢٠٠١ م.
- ✦ النصّ والخطاب والإجراء، روبرت دي بوجراند، ترجمة: د تمام حسان، عالم الكتب،

