

الإعلامية في خطبة الغدير: دراسة في ضوء معايير النص

م. د. ندى عبد الأمير هادي

المديرية العامة لتربية محافظة النجف الأشرف

nadaalsafi15@gmail.com

المخلص

تقدم هذه الدراسة أفقاً في البحث عن نص عربي قديم، وتعيد احياؤه لحمله قضية تاريخية مهمة، وتحاول أن تعيد بناء السياق للوصول الى فهم النص، وجعله يتوكل مع نصية النصوص وتقديمه في ضوء دراسة حديثة، وقد اجتمعت في هذا النص معايير النص السبعة، ولا سيما معيار الإعلامية الذي هو محور الدراسة، وتكشف هذه الدراسة البحث عن المعنى الدلالي الكلي للنص بعد أن اقتصرت الدراسات السابقة في البحث عن المعنى الدلالي الجزئي للفظ أو الجملة .

الكلمات المفتاحية: الإعلامية _ معايير النص _ خطبة الغدير .

Informativity in the Ghadir Sermon: A Study in Light of Textual Criteria

Dr. Nada Abdul-Amir Hadi

General Directorate of Education, Najaf Governorate

nadaalsafi15@gmail.com

Abstract

. This study presents a horizon in the search for an ancient Arabic text, revives it because it carries an important historical issue, and attempts to reconstruct the context to reach an understanding of the text, make it compatible with the textuality of the texts, and present it in the light of a modern study.

The seven text criteria have been met in this text, in particular The media standard, which is the focus of the study, and this study reveals the search for the total semantic meaning of the text after previous studies were limited to the search for the partial semantic meaning of the word or sentence.

Keywords :Media_Textual Standards_Ghadir Sermon.

المقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الخلق أجمعين محمد وآل الطيبين الطاهرين، أمّا بعد... تتطرق لسانيات النص الحديثة في دراسة النص وتحليله؛ للكشف عن الهدف من النص والبحث عن المعنى وما ينتجه من أثر لدى المتلقي، إنّ مساحة دراسة معنى النص تكون مفتوحة، إذ يرتبط النص بمحاور مختلفة انطلاقاً من أسلوب المنشئ مع مدى قدرته على الإبداع في النص، ويتوقف قياس درجة إبداع النص من قبل المنشئ على مدى قدرته على سبك النص وتماسكه، والانتقال بين فقراته، والقصدية في دلالاته وفق الكيفية من دون الغلو أو الزيادة، مما يجعله مقبولاً لدى المتلقي؛ لاستعماله تناصاً أو لإيصال غاية أو هدفاً بأسلوب إبداعي جديد.

والبحث في نص قديم لا يمكن أن يكسبه درجة الإبداع، مالم تتوافر فيه معايير النص، ومن جمالية النص النبوي الشريف التمهيد لإعلاميته، مما يجعل المتلقي قد بذل جهداً في كسر أفق توقعه لما ضمّه نص الخطبة التي نسجت كلماتها بدقة، وكان الرسول (صلى الله عليه وآله) حريصاً على إيصال ما أراد إيصاله مع مراعاة النص مقالاً مقاماً.

وتتبلور أهمية البحث لهذه الدراسة في الكشف عن المعنى الدلالي الكلي للنص، مع توضيح الهدف والغاية من إنشاء نص خطبة الغدير؛ أمّا خطة البحث فتمثلت في اطار تنظمي إذ اتبع فيها جانب التحليل النصي لمعيار الإعلامية، بوساطة تتبع فقرات الخطبة، وتسمية محاور رئيسة قامت عليها، ومن ثم الوصول إلى الفكرة الأساسية للنص، فضمّت تمهيداً لتعريف النص مع بيان لسانيات النص، يتبعه التحليل.

لسانيات النص:

أصبح للنص مفهوماً خاصاً بعد انعقاد كثير من الدراسات التي أوضحت مفهوم الجملة، ومن البديهي أن النص هو أن تتجاوز الجملة إلى مجموعة الجمل التي تكوّن النص لغوياً، وينظر بوجراند إلى النص بإمكانية تكوّنه من كلمة واحدة، أو مجموعة من الأجزاء التي تكوّن البنى السطحية لنظام النص⁽¹⁾.

وقد تعددت معاني النص في اللغة، جاء في معجم العين: ((تَصَصَّنْتُ الحديث الى فلان نَصّاً أي رَفَعْتُهُ))⁽²⁾، وورد في لسان العرب مادة (نصص) : ((النَّصُّ: رَفْعُكَ الشَّيْءِ. نَصَّ الْحَدِيثَ يُنْصُهُ نَصّاً: رَفَعَهُ. وَكُلُّ مَا أُظْهِرَ، فَقَدْ نُصِّ... وَأَصْلُ النَّصِّ أَقْصَى الشَّيْءِ وَغَايَتُهُ))⁽³⁾، وكذلك في تاج العروس ذكر: ((نَصُّ كُلِّ شَيْءٍ: مُنْتَهَاهُ))⁽⁴⁾، فدلّ المعنى اللغوي على الوضوح والظهور والارتفاع؛ ويبدو النص في معناه اللغوي قد اقترب من مفهومه في الوقت الحاضر فيطلق عليه نصاً عندما تتضح صورته دلاليًا ويبلغ غايته، ففي مفهوم النص عند المتقدمين يذكر برينكر Brinker في تحديد النص على أنه: ((تابع مترابط من الجمل، ويستنتج من ذلك أن الجملة بوصفها جزءاً صغيراً ترمز إلى النص))⁽⁵⁾.

ويحدد النص في الاصطلاح الدلالي حسب ما ذهب إليه هاليداي Halliday ورقية حسن Ruqaiya Hasan ((إلى أن كلمة نص Text تستخدم في علم اللغويات لتشير إلى أي فقرة مكتوبة أو منطوقة مهما كان طولها، شريطة أن تكون وحدة متكاملة))⁽⁶⁾، فهنا النص يشير إلى دلالة واحدة، ويجمع أجزاءه التماسك، ويسير وفق سياق معين.

وذكر جون لوينز : ((إن النص بكليته لا بد أن ينطوي على مجموعة مميزة من الخصائص التي تفضي إلى التماسك والانسجام))⁽⁷⁾.

ونظر اللغوي الألماني روك إلى الدراسات اللسانية النصية بإعادة النصية مفهومها للنص وعدم اعتماد المعنى اللغوي المتداول بين الناس؛ بل يجب ادراج كل ما ينطبق عليه مفهومها للنص المكتوب وغير المكتوب باتخاذ اللغة وسيلة له⁽⁸⁾، وتعددت الدراسات المتعلقة بالنص بمسميات مختلفة منها: لسانيات النص، ونحو النص، وعلم النص، وعلم لغة النص.

وقد عرّف كل من بوجراند والفجانج دلايسلار النص تعريفاً شاملاً استقرّ مفهومه في الذهن بعد خوض الكثير من الآراء في هذا الصدد وهو : ((حدث تواصل يُلزم لكونه نصاً أن تتوفر سبعة معايير للنصية مجتمعة، ويَزول عنه الوصف إذا تخلف واحد من هذه المعايير))⁽⁹⁾، فيحدد النص بوصفه وحدة متكاملة لبناء المعنى بصورة شمولية لا تجزئية، وإرساء قواعد سبع لتحليل النص جمع فيها عوامل لغوية وذهنية ونفسية واجتماعية، والمعايير هي⁽¹⁰⁾ :

١_ الاتساق (السبك): وتتماسك أجزاء النص الداخلية لتشكل ترابط دلالي بين العبارات والجمل.

٢_ الالتحام (الانسجام): ويتحقق في انسجام التصورات الباطنية أو المعنوية والتي ربما لا تعكسها العلاقات اللغوية للنص، فنقوم على العلاقات المنطقية المتصورة في محاولة لفهم النص.

٣_ القصديّة: لوجود نص متماسك ومتناسق لا بد من وجود هدف للنص ليتم إيضاح قصديّة المؤلف وبيان الخطة الموضوعية للوصول إلى الهدف.

٤_ التقبليّة أو المقبوليّة: ويعتمد على مدى تفاعل المتلقي مع النص، ومدى تحقيق الاتصال معه في إيصال ما يراد إيصاله من المنتج أو المؤلف.

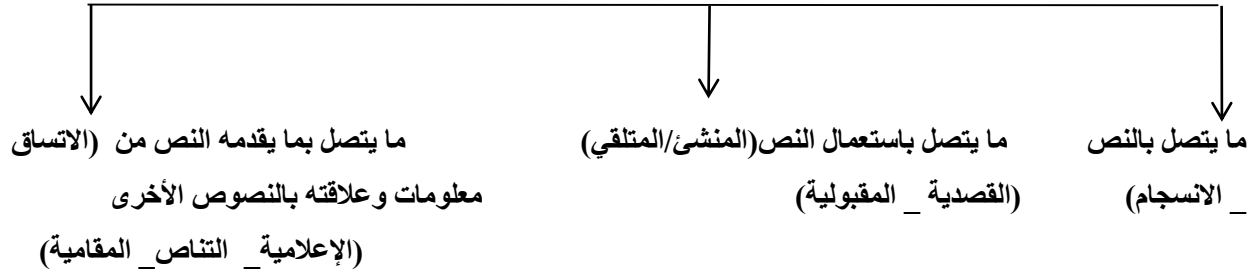
٥_ الموقفيّة: وهو الحالة الاتصالية للمواقف داخل النص، سواء كان موقف حالي أو موقف قابل للاسترجاع بحسب السياق السابق أو اللاحق أو المصاحب للنص.

٦_ التناص: ويعنى بالعلاقات التي تتضمن نصاً ما مع نصوص أخرى مرتبطة به، وهذا من شأنه أن يوصل إلى الهدف والغاية في فهم النص، وتوضيح غموضه من خلال الاستدعاء لتلك النصوص وغير ذلك.

٧_ الإعلامية (الإخبارية): تعني الإعلامية بمفهومها العام كل نص عن خبر ما ويضم مقدار توقع هذا الخبر أو عدم التوقع، وكلما ارتفعت درجة عدم التوقع كلما ارتفعت الكفاءة الإعلامية، ويبحث بوجراند في النص الإعلامي عن الجودة والتنوع إذ يقول: ((يمكن على الرغم من شيوع مصطلح الإعلام على مدى السنين أن ننظر إلى هذا المصطلح لا من حيث كونه يدل على المعلومات التي تشكل محتوى الاتصال، بل من حيث يدل بالأحرى على ناحية الجودة أو التنوع الذي توصف به المعلومات (في بعض المواقف)) (11)؛ لذا فالكفاءة الإعلامية تكون على ثلاث مراتب: المرتبة الأولى يكون الخبر فيها متوقفاً ولا تتطلب طاقة المتلقي أو أعمال فكره؛ لأنَّ إمكان التوقع فيه وارد، أما الثانية فتتطلب أعمال فكر المتلقي فالإجراء هنا يتطلب استقراء ودربة، في حين تتطلب المرتبة الثالثة، والتي تكون فيها عناصر التوقع أشد غموضاً وهنا يجب استدعاء جهداً مضاعفاً من قبل المتلقي، فيرفع فيها مستوى الكفاءة الإعلامية؛ لكسر أفق التوقع لدى المتلقي.

ويمكن تصنيف هذه المعايير في تحليل النص على النحو الآتي (12)

معايير النص



الإعلامية في خطبة الغدير:

ترتبط الإعلامية بمتلقي النص، بما يمدّه النص من معلومات مع ترابط السياق الاجتماعي والنفسي لقياس مدى كفاءة النص، ومن المعلوم أنّ التحليل الإعلامي للنص يتطلب افتراضات متعددة لبنائه العميقة مما يستدعي استعمال مكثف لبنائه السطحية على عكس أن تكون بنيته العميقة واضحة، فيكون تحليل المتلقي لها هامشياً (13)، ويختلف مدى التوقع لمضمون النص بحسب نوعية كل نص مقابل عدم التوقع (14).

لقد بعث الله (سبحانه وتعالى) الرسل والأنبياء للناس كافة، ارشاداً لعباده وتبليغهم رسالته السماوية، وكان أسلوب الأنبياء مختلفاً حسب الرسالة الموكلة بها في التبليغ وطبيعة المتلقي، ومن المعروف أن للنبي محمد (صلى الله عليه وآله) أسلوبه الخاص في مخاطبة الناس بحسب ما نُقل عنه عبر التاريخ من أحاديث نبوية وخطب قد ضمنت فيها معيار الإعلامية إلى جانب بقية المعايير الأخرى، وكان في خطبة الغدير وقع خاص في كسر أفق التوقع، فبعد أن أكمل الرسول (صلى الله عليه وآله) مناسك الحج وهو ما عرف بـ (حجة الوداع)، وكان اعتماده (صلى الله عليه وآله) وسيلة لجمع الناس كافة هو بلال حينما قال له: ((يا بلال، ناد في الناس أن لا يبقوا غداً أحد إلا عليل إلا خرج إلى غدير خم)) (15)، فكان بلال هو وسيلة من وسائل الإبلاغ النبوي لو صح التعبير لخرج الناس أجمع، وقد شمل التبليغ العليل أيضاً؛ ليعطي الأهمية الكبرى للأمر دون معرفة مكوناته وحيثياته، وكان تحديد المكان هو غدير خم، والمعلوم هنا هو الإعلام بالاجتماع، والتوقع هو الإبلاغ

عن أمر هام؛ لدخول العليل من ضمن المجتمعين، أمّا معرفة مضمون النص فلا يمكن توقعه فدخل النص في المرتبة الثالثة؛ لإحاطة الغموض به، والإعلامية ستكون توقع مجهول لا معلوم الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع الكفاءة الإعلامية للنص؛ بالرغم من توقع عام أن طبيعة الرسالة المحمدية جاءت مستندة إلى التبليغ بموجب الوحي والقرآن؛ ولكن مضمون التبليغ والإحاطة بحيثياته الدقيقة كانت مجهولة لدى المتلقي بوجه خاص.

ويمكن تقسيم نص الخطبة لعدة موضوعات إعلامية وما يحيط بها:

١_ الابتداء بحمد الله والثناء على نعمه وهذا ما جرى العمل به من قبل الرسول (صلى الله عليه وآله)، فقد أثنى وحمد الله بمحامد عظيمة مبيناً (صلى الله عليه وآله) مكانة الخالق العظيمة ومنزلته الرفيعة، وقد أسبغ في ذلك بعبارات حملت بيان قدرته سبحانه وتعالى وإثبات وحدانيته، واللجوء إليه في السراء والضراء، قال: ((أَحْمَدُهُ كَثِيرًا وَأَشْكُرُهُ دَائِمًا عَلَى السَّرِّاءِ وَالضَّرِّاءِ وَالشَّدَّةِ وَالرَّخَاءِ، وَأُومِنُ بِهِ وَبِمَلَانِكَتِهِ وَكُتْبِهِ وَرُسُلِهِ. أَسْمَعُ لِأَمْرِهِ وَأَطِيعُ وَأُبَادِرُ إِلَى كُلِّ مَا يَرْضَاهُ وَاسْتَسَلِمُ لِمَا قَضَاهُ))⁽¹⁶⁾، وهنا يرسم الرسول (صلى الله عليه وآله) صورة تمهيدية للنفوس تذكيرية للقلوب، تقريبيه للصورة الإبلاغية، فاستعمل الإعلامية بدرجة منخفضة؛ لأنه من المعروف أن تبدأ أي خطبة بالحمد والثناء، وهذا متوقع من قبل الجمهور، ويمثل الحمد والثناء تهيئة نفسية للمتلقي لاستقبال ما هو غير متوقع.

٢_ ذكر الحذر والخوف من الله سبحانه وتعالى من عدم الإبلاغ، وقد ربط هذه الصورة بالصورة السابقة في النص إذ قال (صلى الله عليه وآله): ((وَأَشْهَدُ لَهُ بِالرُّبُوبِيَّةِ، وَأُودِي مَا أُوحِيَ بِهِ إِلَيَّ، حَذْرًا مِنْ أَنْ لَا أَفْعَلَ فَتَحَلَّ بِي مِنْهُ قَارِعَةٌ لَا يَنْفَعُهَا عَنِّي أَحَدٌ... لِأَنَّهُ قَدْ عَلَّمَنِي أَنِّي إِنْ لَمْ أُبَلِّغْ مَا أَنْزَلَ إِلَيَّ فِي حَقِّ عَنِّي فَمَا بَلَّغْتُ رِسَالَتَهُ، وَقَدْ ضَمِنَ لِي تَبَارَكَ وَتَعَالَى الْعِصْمَةَ مِنَ النَّاسِ ... فَأُوحِيَ إِلَيَّ: بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ (يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ))⁽¹⁷⁾))⁽¹⁸⁾ مهّد الرسول (صلى الله عليه وآله) للأمر العظيم المبلغ به من السماء بوجوب الإبلاغ وقد جعل التحذير صنو ذلك، وقد فصل (صلى الله عليه وآله) التحذير إن لم يفعل فسينزل عليه العقاب، وأعطى رمز التبليغ (في حق علي) وفي مقابل ذلك سيكون له مانعاً من الناس أن يكفي شرهم، ومن الأمور المهمة استعمال فعل الإعلامية مباشرة بقوله (صلى الله عليه وآله): ((لِأَنَّهُ قَدْ عَلَّمَنِي))، وكان تمهيد التبليغ أيضاً بالآية القرآنية الصريحة؛ لتكون دليلاً وحجة فيما يأتي من أمر التبليغ من بعد ذلك، فجاء هنا تبديل الخطاب، والتنوع بالطرق الشكلية في الأسلوب من خلال الانتقال التدريجي في النص من الصورة اللينة المخاطبة للقلوب، إلى صيغ مباشرة حادة بأسلوب تهذيبي فيه وضوح⁽¹⁹⁾، وقد عزز الكفاءة الإعلامية للنص بتقديم دليل من القرآن الكريم مما يساهم في تعزيز بناء النص الإعلامي بصورة متكاملة، ويدخل هذا من باب التدرج بالإخبار أو التبليغ للأمر الهام؛ الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع الإعلامية.

٣_ مخاطبة الناس بقوله: (معاشر الناس) وقد تكرر هذا الأسلوب في الخطبة لأكثر من خمسين موضعاً، هذا النداء جاء على نحو العموم، فالرسول (صلى الله عليه وآله) لم يوجه خطابه لفئة معينة ودلالة النداء تشير إلى ديمومة الإعلامية وتجدها لكل زمان ومكان؛ كونه استعمل لفظ (الناس) ولم يستعمل (المسلمين) فتضييق دائرة الخطاب؛ بل شمل الخطاب الناس أجمع، كما شمل أصحاب البشرة البيضاء والسوداء على حدٍ سواء؛ تحقيقاً للعدالة والإنصاف، ويرى بعض الباحثين في مسألة الدعوة النبوية جانبين: إن كان ما يخص أمور الدين فنتم مخاطبة المسلمين بصورة خاصة، وما يخص جوانب إدارة شؤون الدولة والموعظة والتعليم والتذكير فتكون للمسلمين ولغيرهم على حدٍ سواء⁽²⁰⁾؛ قال (صلى الله عليه وآله): ((إِنَّ جِبْرِيْلَ هَبَطَ إِلَيَّ مِرَارًا ثَلَاثًا يَأْمُرُنِي عَنِ السَّلَامِ رَبِّي - وَهُوَ السَّلَامُ - أَنْ أَقُومَ فِي هَذَا الْمَشْهَدِ فَأَعْلِمَ كُلَّ أَبْيَضٍ وَأَسْوَدٍ))⁽²¹⁾، فالملاحظ شمول الإعلام لكافة الناس بتسمية الأبيض والأسود، ويندرج هذا الأمر في أعمال الفكر بعد تهيئة النفوس لاستقبال الأمر الذي

اجتمعوا لأجله فترتفع درجة الإعلامية إلى المرتبة الثانية، وقد استعمل الرسول في خطبته (صلى الله عليه وآله) أمثلة حسية للمتلقي، فيجعله في دائرة الاهتمام بأمر الله في التبليغ؛ من مثل هبوط الوحي (عليه السلام) مراراً وتكراراً في التأكيد على ضرورة التبليغ فتتصرف الأذهان للتفكير بما يريد من هذا الإيحاء، ومن مثل استعماله نصاً قرآنياً؛ كي لا يكون حجة في رفض أمر التبليغ أو أن يكون له الخيار في القبول أو الرفض، وتساهم ظاهرة التكرار ضمن الخطبة في نسج خيوط التواصل المعنوي، وضمان استمرارية سلسلة كلامية متتابعة، فضلاً عن توشيح علاقات الجمل ضمن العناصر المتكررة فتكون هناك فاعلية دلالية في كسب معانٍ جديدة للنص وروابط إضافية من ضمن تحقيق للجانب الإبلاغي⁽²²⁾.

٤_ الإبلاغ للولاية وهو الغرض الأساس من اجتماع الناس قال (صلى الله عليه وآله): ((أَنَّ عَلِيَّ بْنَ أَبِي طَالِبٍ أَخِي وَوَصِيِّي وَخَلِيفَتِي عَلَى أُمَّتِي وَالْإِمَامَ مِنْ بَعْدِي، الَّذِي مَحَلُّهُ مِنِّي مَحَلُّ هَارُونَ مِنْ مُوسَى إِلَّا أَنَّهُ لَا نَبِيَّ بَعْدِي، وَهُوَ وَلِيُّكُمْ بَعْدَ اللَّهِ وَرَسُولُهُ.))⁽²³⁾، بعد تهيئة النفوس للإبلاغ عن الأمر العظيم يشرع الرسول (صلى الله عليه وآله) في الإعلان عن الشخصية التي ستأتي بعده تحصيناً منه للدولة الإسلامية وحفاظاً على الأمة: فكان الكشف عن محورية الكفاءة الإعلامية بغرضين: أ_ الغرض الأول: التذكير بمنزلة علي (عليه السلام).

ب_ الغرض الثاني: اعلان الولاية لعلي (عليه السلام).

ويشكل هنا الإخبار عنصر المفاجأة التي لم يكن السامع أو المتلقي ليتوقعها؛ لترتفع الإعلامية إلى أقصى مستوياتها أو درجاتها وهي الدرجة الثالثة، فيكسر أفق التوقع لدى المتلقي فقد جرت العادة أن يعمل الذهن على بيان ما يخص أمور المسلمين من العبادات والمعاملات، ليتحول المتلقي إلى استقبال أمر خارج حدود توقعه وهو امر ما بعد النص، فالتصريح بالاسم لا يدع مجالاً للشك أو التخمين حول الشخصية التي ستدير شؤون المسلمين من بعد الرسول (صلى الله عليه وآله)، ويرى الدكتور إلهام أبو غزالة عند ارتفاع الإعلامية ومعالجة الوقائع يتطلب بذل المزيد من الجهد فيلاقي ذلك امتاعاً، مع التزام المرسل بجانب الحيطة والحذر لتجنب الالتباس الذي قد يحصل لدى المستقبلين عندما تنوء قدرتهم على معالجة المعلومات بالعبء الى تعريض الاتصال للخطر⁽²⁴⁾، وهذا ما يلتسمه المتلقي في معالجة الرسول (صلى الله عليه وآله) وحسن ادارته للوقائع.

٥_ الاستعفاء بعد التبليغ لقلّة المتقين وكثرة المنافقين قال (صلى الله عليه وآله): ((وَسَأَلْتُ جَبْرَائِيلَ أَنْ يَسْتَعْفِيَ لِي السَّلَامَ عَنْ تَبْلِيغِ ذَلِكَ إِلَيْكُمْ - أَيُّهَا النَّاسُ - لِعَلَّمِي بِقِلَّةِ الْمُتَّقِينَ وَكَثْرَةِ الْمُنَافِقِينَ وَإِذْغَالِ اللَّائِمِينَ وَحِيلِ الْمُسْتَهْزِئِينَ بِالْإِسْلَامِ))⁽²⁵⁾ وهنا يكشف الرسول (صلى الله عليه وآله) مدى خطورة أمر التبليغ المنوط به بعد أن استعرض أعداء الإسلام من المنافقين وغيرهم من الذين يحولون دون تحقيق الأمر.

٦_ التبليغ التام وتأكيد الأمانة قال (صلى الله عليه وآله): ((أَلَا وَقَدْ أَدْبَيْتُ، أَلَا وَقَدْ بَلَّغْتُ، أَلَا وَقَدْ أَسْمَعْتُ، أَلَا وَقَدْ أَوْصَحْتُ، أَلَا وَإِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ قَالَ، وَأَنَا قُلْتُ عَنِ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ . أَلَا إِنَّهُ لَا «أَمِيرَ الْمُؤْمِنِينَ غَيْرَ أَخِي هَذَا. أَلَا لَا تَحَلَّ امْرَأَةُ الْمُؤْمِنِينَ بَعْدِي لِأَحَدٍ غَيْرِهِ.))⁽²⁶⁾، ويشكل التأكيد التام للحدث غير المتوقع؛ كي لا يبقى حجة للأخريين في إنكار الإبلاغ أو استنكاره، ويجبل الآخر على القبول والرضوخ للأمر الواقع بل الامتثال له مستقبلاً.

٧_ إقامة الحجة للإعلامية: وقد ورد هذا في أكثر من موضع من الخطبة الشريفة يمكن جعلها ضمن محاور:

أ_ تحديد الإمامة لعلّي (عليه السلام) وذرية الرسول (صلى الله عليه وآله)، قال (صلى الله عليه وآله): ((مَعَاشِرَ النَّاسِ، إِنَّهُ آخِرُ مَقَامِ أَقْوَمِهِ فِي هَذَا الْمَشْهَدِ، فَاسْمَعُوا وَأَطِيعُوا وَأَنْقَادُوا لِأَمْرِ اللَّهِ رَبِّكُمْ، فَإِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ هُوَ مَوْلَاكُمْ وَإِلَهُكُمْ، ثُمَّ مِنْ دُونِهِ رَسُولُهُ وَنَبِيُّهُ الْمُخَاطَبُ لَكُمْ، ثُمَّ مِنْ بَعْدِي عَلِيٌّ وَوَلِيُّكُمْ وَإِمَامُكُمْ بِأَمْرِ اللَّهِ رَبِّكُمْ، ثُمَّ الْإِمَامَةُ فِي ذُرِّيَّتِي مِنْ وَدَّهِ إِلَى يَوْمِ تَلْقَوْنَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ.))⁽²⁷⁾ فقد أعلم الناس بولاية علي (عليه السلام) ومن ثم بإمامته وذريته من بعده، وإن الامامة مستمرة بالوراثة؛ قال (صلى الله عليه وآله): ((مَعَاشِرَ النَّاسِ، إِنِّي أَدْعُهَا إِمَامَةً وَوَرَاثَةً فِي عَقْبِي إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَقَدْ بَلَّغْتُ مَا أُمِرْتُ بِتَبْلِيغِهِ حُجَّةً عَلَى كُلِّ حَاضِرٍ وَغَائِبٍ... فَلْيَبْلُغْ الْحَاضِرُ الْغَائِبَ وَالْوَالِدُ الْوَلَدَ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ.))⁽²⁸⁾، وتسمية خاتم الانمة (عليهم السلام) قال: ((أَلَا إِنَّ خَاتَمَ الْأَيْمَةِ مِنَّا الْقَائِمُ الْمُهْدِيَّ. أَلَا إِنَّهُ الظَّاهِرُ عَلَى الدِّينِ. أَلَا إِنَّهُ الْمُنتَقِمُ مِنَ الظَّالِمِينَ.))⁽²⁹⁾.

ب_ التحذير والتهديد: وقد تمثل بقوله: ((مَعَاشِرَ النَّاسِ، إِنَّهُ إِمَامٌ مِنَ اللَّهِ، وَلَنْ يَتُوبَ اللَّهُ عَلَى أَحَدٍ أَنْكَرَ وِلَايَتَهُ وَلَنْ يَغْفِرَ لَهُ، حَتَّىٰ عَلَى اللَّهِ أَنْ يَفْعَلَ ذَلِكَ بِمَنْ خَالَفَ أَمْرَهُ وَأَنْ يُعَذِّبَهُ عَذَابًا نَكْرًا أَبَدَ الْأَبَادِ وَدَهْرَ الدُّهُورِ. فَاحْذَرُوا أَنْ تُخَالِفُوهُ، فَتَصَلُّوا نَارًا وَفُودَهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ أُعِدَّتْ لِلْكَافِرِينَ))⁽³⁰⁾ ف (لن) هنا ترفع درجة الإعلامية كونها لا تدع مجالاً للخيارات الأخرى كالتسامح وغيره لمن ينكر ولايته، وتكرار الأسلوب ب (لن) مرة أخرى يجعلها تأبيدية، فتظهر المعلومات الجديدة للمتلقي بما يحدد مصيره، وترتفع الإعلامية إذا لم ينفذ بالحاقه عذاباً شديداً مستمراً، فلا تترك للمتلقي خيارات متعددة بل عليه الطاعة والتنفيذ مما يجعله نصاً صريحاً غير قابل للتأويل.

ت_ الرجوع إلى القرآن الكريم؛ كونه حجة على القوم: قال (صلى الله عليه وآله): ((مَعَاشِرَ النَّاسِ، تَدَبَّرُوا الْقُرْآنَ وَافْهَمُوا آيَاتِهِ، وَانظُرُوا إِلَى مُحْكَمَاتِهِ وَلَا تَتَّبِعُوا مُتَشَابِهَهُ، فَوَاللَّهِ لَنْ يُبَيِّنَ لَكُمْ زَوَاجِرَهُ وَلَنْ يُوضِحَ لَكُمْ تَفْسِيرَهُ إِلَّا الَّذِي أَنَا أَخِذٌ بِيَدِهِ وَمُصْنَعُهُ إِلَيَّ وَشَانِلٌ بَعْضُهُ وَرَافِعُهُ بِيَدِي وَمُعْلَمُكُمْ : أَنْ مَنْ كُنْتُ مَوْلَاهُ فَهَذَا عَلِيٌّ مَوْلَاهُ، وَهُوَ عَلِيٌّ بِنُ أَبِي طَالِبٍ أَخِي وَوَصِيِّي، وَمُؤَالَاةٌ مِنَ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ أَنْزَلَهَا عَلَيَّ))⁽³¹⁾، فاقتتران القرآن في قول الرسول (صلى الله عليه وآله) يجعل مبدأ التنصص كمعيار من معايير النص يحتاج إليه معيار الإعلامية في الوصول إلى المعنى وتحديده تلميحاً أو تصريحاً، فالتنصص يلعب دوراً متميزاً في خفض درجة الإعلامية كونه يبين غرابة النص ومقصد المتكلم؛ لأنه يستدعي الخبرة السابقة⁽³²⁾.

ث_ التذكير بفضائل علي (عليه السلام)، قال (صلى الله عليه وآله): ((مَعَاشِرَ النَّاسِ، هُوَ نَاصِرُ دِينِ اللَّهِ وَالْمُجَادِلُ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ، وَهُوَ النَّقِيُّ النَّقِيُّ الْهَادِي الْمُهْدِيَّ. نَبِيُّكُمْ خَيْرُ نَبِيِّ وَوَصِيُّكُمْ خَيْرُ وَصِيٍّ وَبَنُوهُ خَيْرُ الْأَوْصِيَاءِ.))⁽³³⁾، والرجوع له (عليه السلام) في العبادات والمعاملات، قال (صلى الله عليه وآله): ((مَعَاشِرَ النَّاسِ، أَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَأَتُوا الزَّكَاةَ كَمَا أَمَرَكُمُ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ، فَإِنْ طَالَ عَلَيْكُمُ الْأَمَدُ فَقَصِّرْتُمْ أَوْ نَسِيتُمْ فَعَلِيٌّ وَوَلِيُّكُمْ وَمُبَيِّنُكُمْ؛ الَّذِي نَصَبَهُ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ لَكُمْ بَعْدِي أَمِينٌ خَلَفَهُ. إِنَّهُ مِنِّي وَأَنَا مِنْهُ، وَهُوَ وَمَنْ يَخْلُفُ مِنْ ذُرِّيَّتِي يُخْبِرُوكُمْ بِمَا تَسْأَلُونَ عَنْهُ وَبَيِّنُونَ لَكُمْ مَا لَا تَعْلَمُونَ.))⁽³⁴⁾.

ج_ أخذ العهود والمواثيق على البيعة، قال (صلى الله عليه وآله): ((فَالْعَهْدُ وَالْمِيثَاقُ لَهُمْ مَأْخُودٌ مِنَّا، مِنْ قُلُوبِنَا وَأَنْفُسِنَا وَالسِّنِّيْنَا وَضَمَانِنَا وَأَيْدِينَا. مَنْ أَدْرَكَهَا بِيَدِهِ وَإِلَّا فَقَدْ أَقْرَبَ لِسَانِهِ، وَلَا نُبْتَغِي بِذَلِكَ بَدَلًا وَلَا يَرَى اللَّهُ مِنْ أَنْفُسِنَا جَوْلًا. نَحْنُ نُؤَدِّي ذَلِكَ عَنكَ الدَّانِي وَالْقَاصِي مِنْ أَوْلَادِنَا وَأَهَالِينَا، وَنُشْهَدُ اللَّهَ بِذَلِكَ وَكَفَى بِاللَّهِ شَهِيدًا وَأَنْتَ عَلَيْنَا بِهِ شَهِيدٌ.))⁽³⁵⁾ ففي هذا النص تدرج في أصول البيعة فالإعلامية أما ان تكون إقرار في اللسان أو إدراك في اليد، وهذه الكيفية تكشف أن الرسول (ص) لهذا الحدث الهام لم يجعل للمتلقي مجالاً أو اختياراً أن لا يبايع فتظهر القصدية النص في كل ركن من أركان النص بوجوب المبايعه، وتلقى المقبولية لدى المتلقي، وهذا ما يشير إليه الترابط النصي بين الجمل⁽³⁶⁾.

ح_ مبدأ الثواب والعقاب: قال (صلى الله عليه وآله): ((مَعَاشِرَ النَّاسِ، فَبَايَعُوا اللَّهَ وَبَايَعُونِي وَبَايَعُوا عَلِيًّا أَمِيرَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْحَسَنَ وَالْحُسَيْنَ وَالْأَيْمَةَ مِنْهُمْ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ كَلِمَةً بَاقِيَةً؛ يُهْلِكُ اللَّهُ مَنْ عَدَرَ وَيَرْحَمُ مَنْ وَفَى . فَمَنْ نَكَثَ فَإِنَّمَا يَنْكُثُ عَلَى نَفْسِهِ وَمَنْ أَوْفَى بِمَا عَاهَدَ عَلَيْهِ اللَّهُ فَمَسِيئَتِيهِ . أَجْرًا عَظِيمًا.))⁽³⁷⁾ ففي هذا

النص رفع لدرجة الإعلامية؛ لأنه يجعل المتلقي بين خيارين لهذا التقابل، ولو ذكر خياراً واحداً لتوقفت الإعلامية عند درجة معينة، وهنا تظهر مكانة الإعلامية في مسار تغيير السلوك البشري بوساطة هذا التقابل، ويمكن تصور هذين المسارين على النحو الآتي :

المسار الأول: الخيانة أو الغدر → الهلاك (العقاب)

المسار الثاني: الوفاء أو الإخلاص → الرحمة (الثواب)

الخاتمة

1_ من الأسس الثابتة للتحليل الدلالي للنص هو وجود مقدمات وتمهيد لإعلامية النص، وهذا ما تم الكشف عنه في خطبة الغدير، فلم يكن هناك طرح مباشر للأمر وهذا يتبع الفن البلاغي المتميز لخطب الرسول (صلى الله عليه وآله) .

2- لقد استطاع الرسول (صلى الله عليه وآله) أن يكثف من استعماله البنوية السطحية كي لا يبقى مجالاً لافتراضات البنوية العميقة إلا وأحاط بها، وكشف النص عن حبه نبوي في إرساء أسس الإعلامية مع التناص ومراعاة للمقامية كالربوبية في وجوب الطاعة وضرورة التبليغ.

3- أوضح البيان النبوي : الجدة في نص الخطبة، والتنوع في فقراتها، والانتقال التمهيدي للخطبة في طرح الإعلامية مما جعله مناسباً لإيصال المعنى الدلالي الكلي للنص، وأدى إلى رفع أفق الكفاءة الإعلامية، وكسر أفق التوقع لدى المتلقي.

4- شكّل التكرار اللفظي في الخطبة ظاهرة تداولية مما يعزز دور الإعلامية زيادة في التوكيد للتنبيه على أمر عظيم والتذكير به مما يعطي بعداً دلاليّاً في تعزيز مقصدية المتكلم.

5- حضور السياق الاجتماعي والنفسي من قبل منشئ النص مراعاة للمتلقي بوساطة استعمال أساليب متنوعة؛ كون هذه الخطبة قامت على ثلاثة محاور: ضرورة الإبلاغ بالأمر الإلهي، التحذير بشخصه (صلى الله عليه وآله)، إقامة دليل إثباتاً للحجة، مع المثاقفة القرآنية المصاحبة للخطبة أكسب الخطبة المستوى الثالث للإعلامية.

الهوامش

(1) ينظر: النص والخطاب والاجراء : ٦٤ .

- (2) كتاب العين: : (نصص: ٨٦/٧).
- (3) لسان العرب : (نصص): ٩٨-٩٧/٧.
- (4) تاج العروس من جواهر القاموس : (نصص): 180 / 18.
- (5) علم لغة النص _ المفاهيم والاتجاهات _ : 103.
- (6) نحو النص _ اتجاه جديد في الدرس النحوي _ : ٢٢.
- (7) المصدر نفسه: ٢٣.
- (8) ينظر: مبادئ في اللسانيات: 167- 168.
- (9) علم اللغة النصي بين النظرية والتطبيق _ دراسة تطبيقية على السور المكية _ : ٣٣/١.
- (10) ينظر: مدخل إلى علم لغة النص: ١١-١٢، ومدخل إلى علم اللغة النصي : ٩٣-٩٤، وعلم لغة النص _ المفاهيم والاتجاهات _ : ١٠٨-١١١.
- (11) النص والخطاب والإجراء : ٢٤٩.
- (12) ينظر: دراسات في اللسانيات التطبيقية : ٥٧.
- (13) ينظر: النص والخطاب والإجراء: ٢٥٥.
- (14) ينظر: اللسانيات النصية في الدراسات العربية الحديثة بحث في الأطر المنهجية والنظرية: 67- 68.
- (15) الأمالي: ٤٣٦.
- (16) خطبة الغدير _ النص الكامل _ : ٣١.
- (17) المصدر نفسه: ٣٢.
- (18) المائدة/ ٦٧.
- (19) ينظر: علم النص (مدخل متداخل الاختصاصات): 171-172.
- (20) ينظر: المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل: 57.
- (21) خطبة الغدير _ النص الكامل _ : ٣٣.
- (22) الإحالة التكرارية ودورها في التماسك النصي بين القدامى والمحدثين (بحث): 15.
- (23) خطبة الغدير _ النص الكامل: 33.
- (24) ينظر: مدخل إلى علم اللغة النصي : 32-33.
- (25) خطبة الغدير _ النص الكامل: ٣٤.
- (26) المصدر نفسه: ٤١.
- (27) خطبة الغدير _ النص الكامل _ : ٣٦.
- (28) المصدر نفسه: ٤٨.
- (29) المصدر نفسه: ٥٤.
- (30) المصدر نفسه: ٣٨.
- (31) المصدر نفسه: ٤٠.
- (32) ينظر: نظرية علم النص رؤية منهجية في بناء النص النثري: 74-77.
- (33) خطبة الغدير _ النص الكامل: ٤٤.
- (34) المصدر نفسه: ٥٨.
- (35) المصدر نفسه: ٦٢.

(36) ينظر: لسانيات النص مدخل إلى انسجام الخطاب: 31-32.
(37) خطبة الغدير _ النص الكامل: ٦٣.

المراجع والمصادر

- القرآن الكريم.
- الأمالي: الشيخ الصدوق(ت381هـ)، تحقيق: مؤسسة البعثة، قم، ط1، 1417هـ.
- تاج العروس من جواهر القاموس: السيد محمد مرتضى الحسيني الزبيدي (ت1205هـ): تحقيق: عبد الستار أحمد فراج وآخرون، مطبعة حكومة الكويت، د . ط، 1385هـ - 1965م.
- خطبة الغدير _ النص الكامل _ محمد باقر الأنصاري: مركز المنتظر الثقافي: د.ط، د.ت.
- دراسات في اللسانيات التطبيقية: د. حلمي خليل، دار المعرفة الجامعية، مصر، (د.ط)، ٢٠٠٣.
- علم النص(مدخل متداخل الاختصاصات): تون أ- فان دايك: ترجمة وتعليق: د. سعيد حسن بحيري، دار القاهرة، 1421هـ - 2001م.
- علم لغة النص _ المفاهيم والاتجاهات _ : د. سعيد حسن بحيري، مكتبة لبنان ناشرون الشركة المصرية العالمية للنشر - لونجمان، ط1، ١٩٩٧م.
- علم اللغة النصي بين النظرية والتطبيق _ دراسة تطبيقية على السور المكية _ د. صبحي إبراهيم الفقي، دار قباء، ط1، ٢٠٠٠.
- كتاب العين: لأبي عبد الرحمن الخليل بن أحمد الفراهيدي (100-175هـ): تحقيق: الدكتور مهدي المخزومي والدكتور إبراهيم السامرائي، دار ومكتبة الهلال، د. ط، د. ت.
- لسان العرب: أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الافريقي المصري (ت 711هـ)، دار صادر، بيروت، ط3، 1414هـ.
- لسانيات النص مدخل إلى انسجام الخطاب: محمد خطابي: المركز الثقافي العربي، المغرب، ط2، 2006م.
- اللسانيات النصية في الدراسات العربية الحديثة بحث في الأطر المنهجية والنظرية: د. خالد حميد صيري: دار ومكتبة عدنان، بغداد، ط1، 1436هـ - 2015م.
- مبادئ في اللسانيات: خولة طالب الإبراهيمي، دار القصة، الجزائر، ط٢، ٢٠٠٦.
- مدخل إلى علم لغة النص: روبرت ديبو غراند ولفغانغ دريسلر وإلهام أبو غزالة وعلي خليل حمد، مطبعة الكاتب، ط1، ١٩٩٢م.

- مدخل إلى علم اللغة النصي : فولفجانج هاينه من وديتر فيهفيجر: ترجمة: د.فالح بن شبيب العجمي ، مطابع جامعة الملك سعود، د. ط، ١٤١٩ هـ .
- المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل : د. طه أحمد الزبيدي: تقديم: الشيخ أحمد بن عبد الرحمن الصويان، دار الفجر، بغداد، ١٤٣٠هـ - ٢٠١٠م.
- نحو النص _ اتجاه جديد في الدرس النحوي _ :د. أحمد عفيفي، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، ط١، ٢٠٠١.
- النص والخطاب والاجراء : روبرت دي بو جراند: ترجمة الدكتور تمام حسان، عالم الكتب، القاهرة، ط١، ١٤١٨ هـ - ١٩٩٨ م.
- نظرية علم النص رؤية منهجية في بناء النص النثري: د. حسام أحمد فرج ، تقديم : أ. د. سليمان العطار- أ. د. محمود فهمي حجازي، مكتبة الآداب، القاهرة، ط1، 1428 هـ - 2007م.

الدوريات والبحوث:

- الإحالة التكرارية ودورها في التماسك النصي بين القدامى والمحدثين(بجث) : ميلود نزار، مجلة علوم إنسانية، السنة السابعة ، ع 44، 2010م.