

بواعث الإشهار في الخطاب الديني: كتاب تحف العقول مثلاً

Motives for publicity in religious discourse: The book "Tuhaf al-'Uqul" as an example

أ.د. عبد الإله عبد الوهاب العرداوي

كلية التربية الأساسية/ جامعة الكوفة

الباحث فاضل عبد العباس عباس

المديرية العامة لتربية محافظة النجف

Prof. Dr. Abdulailah Abdulwahab Alardawi

Faculty of Basic Education / University of Kufa

Researcher Fadel Abdulabbas Abbas Alshaibani

General Directorate of Education of Najaf Governorate

DOI: [https://doi.org/10.36322/jksc.181\(A\).24825](https://doi.org/10.36322/jksc.181(A).24825)

الملخص:

إنَّ مستوى قراءة خطاب التوحيد، وتحليل مفرداته، ودفع الشبهات في النصوص الدينية هو في الحقيقة وسيلة من وسائل تحليل الخطاب، ولأنَّ سلاح المرسل الديني عن عقيدة التوحيد هو اللغة التواصلية المباشرة وتقوم تلك النصوص إلى الإشهار لتؤدي فعلاً وظيفياً يتمظهر في المهيمنات التي مارسه أساليب اللغة (الإشهارية) وبين عقيدة التوحيد بالإله الواحد سبحانه وتعالى علاقة تلازم وانسجام وتقارب، فيكون لزاماً على المرسل اللجوء إلى اللغة الإشهارية ووظائفها المتعددة وآلياتها المتنوعة في أن تقوم بدورها في الرد على تلك الشبهات وإبعاد تلك الظنون، بالإعلان عن حقائق التوحيد وتجليات عظمة الخالق وكنه صفاته، وبعدها عن الإدراك الإنساني المحدود، والتصريح بلزوم إتباع وحدانية



الخالق بما سيسهم في سعادة حياة الإنسان وبما سيجنيه من ثمار، بالطمأنينة الروحية والراحة النفسية.

الكلمات المفتاحية: بواعث الإشهار , الخطاب الديني , كتاب تحف العقول مثلاً

Abstract:

The level of reading the discourse of monotheism, analyzing its vocabulary, and refuting doubts in religious texts is in fact a means of discourse analysis. Because the weapon of the religious messenger regarding the doctrine of monotheism is the direct communicative language, and these texts are directed towards publicizing to perform a functional act that manifests itself in the dominants practiced by the methods of language (publicizing), and between the doctrine of monotheism with the One God, Glory be to Him, there is a relationship of concomitance, harmony, and convergence, it is necessary for the messenger to resort to publicizing language and its multiple functions and diverse mechanisms to play its role in responding to those doubts and removing those suspicions, by announcing the truths of monotheism, the manifestations of the Creator's greatness, the essence of His attributes, and their distance from limited human perception, and declaring the necessity of following the oneness of the Creator, which



will contribute to the happiness of human life and what it will reap of fruits, with spiritual tranquility and psychological comfort.

Keywords : Motivations for Publicity , Religious Discourse , Book of Works of Minds as an Example

المقدمة:

إنَّ النصوص التي تقع تحت دائرة الغاية الإشهارية أو التحليل الإشهاري يجب أن تكون مفعمة بالسببية النفعية للمرسل (المشهر) والمخاطب (المستهلك) في عالم المال والتجارة، أما النصوص التي تنشأ في دائرة التواصلية الإنسانية لغرض نقل الأفكار، والرؤى، والمعتقدات فتقف بين اللغة النصية وتحليل الخطاب، أي خطاب، والإشهار الديني واحداً من هذه النصوص التي تتكأ على الإرساليات الإشهارية و"تسليط الضوء على الاستراتيجيات التي اتبعتها الرسول (ص) من أجل إيصال رسالة إلى البشر"^(١)، وفي ترسيخ المعتقد الديني والإيمان العقدي ترسيخه بين المرسل والمتلقي، قال تعالى: ﴿قُلْ يَأَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعاً الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ﴾ الأعراف: ١٥٨.

لابدَّ من الإشارة إلى أن خطاب المعصوم (عليه السلام) في حقيقة إيجاده تواصلية يتضمن مفهوم الإشهار ومعناه وغايته؛ لأنَّ وظيفة المعصوم (عليه السلام) - المشهر - هي الإبلاغ والتبيين والإظهار والكشف عن الأوامر والنواهي والتشريعات الصادرة من المشرع (جلَّ شأنه) إلى المتلقين، وهي نكتة عقلية أصيلة في مهمة النبوة ومن بعدها الإمامة والخلافة. كما أنَّ النص الصادر من المعصوم (عليه السلام) هو في ذاته نصُّ غير مقيد بزمكانية محددة في الأعم الأغلب إلا ما ندر، لأنَّ كل فعل من قول أو عمل أو تقرير صادر عن معصوم فهو أمر وحكم يؤخذ به^(٢). فيستعين المرسل بكل طاقة اللغة وجمالها وبما تحمل من



الصفات المحببة للنفس الإنسانية التي تثير فيها الراحة والأمان والاطمئنان، فينجذب المتلقي طوعاً للأخذ بمضامينها، ومن هنا تقوم اللغة الإشهارية بدورها فتقترب أفعال الإشهار في مفهومه الديني أو الأخلاقي مع مقومات وآليات الإشهار وتقنياته في ساحته الاستهلاكية وعالمه التجاري باختلاف أفعال التأثير والإقناع للوصول إلى هدفه وهو الإنسان وتعديل سلوكه أو تغييره.

إن النصّ الديني نص سلطوي تشريعي توجيهي وتنظيمي في الوقت نفسه^(٣)، فهو يحمل في مضمراته الإشهارية مؤثراً سيكولوجياً بالغ التعقيد، ترجع لوثاقة العلاقة بين ما يطرح من خطاب وما هو معروض من الحقائق، لأنه يستمد قوة تأثيره تبعاً لمصادقية المشهر وما يعرضه من فكر جديد يزيح به فكراً ومعتقداً راسخاً قديماً، بلغة واضحة مباشرة ملؤها الصدق والحب والدفء الإنساني التي يبحث عنها المتلقي ويتوق إليه، المتعطش لكل تغيير نافع، ولكل ما هو جديد مفيد، نهجا لقوله تعالى: ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ﴾ سورة النحل: ١٢٥.

وسنقف عند بعض من هذا النصوص محاولة لاستقراء وتحليل الأشكال والآليات الإشهارية في خطاب الأنبياء أو المعصوم (عليه السلام)، يمكن من خلال بنائها في السياق أن نتعرف على مستويات في قراءة النصوص وعن آليات خطابية كاشفة عن مستويات الإشهار في اللغة والوظائف التي يقوم بها، والمعطيات التي ركن إليها المشهر للتأثير وإقناع المتلقي في ذلك العصر، فدراسة استعمال الكلام تفصح عن معطيات متعددة ومرجعيات وثقافات وبيئات متنوعة ينشدها البحث الأكاديمي.



المطلب الأول: كاشفات البحث:

الإشهار: إنَّ الإشهار يعدُّ نشاطاً تجارياً ووسيلة ترويجية وتسويقية سادت عالم الاقتصاد والاعمال والتجارة، وهي وسيلته الطيبة والمنتجة في ترويج البضائع وتسويقها، وتأتي بثمارها النفعية للطرفين المنتج والمستهلك^(٤).

الإشهار لغة: وورد لفظ الإشهار والإعلان في معجمات اللغة بالمعنى نفسه، فمنها بمعنى التشهير، ومنها الظهور، ومنها الإيضاح والكشف، ومنها الإعلان. فقد ورد بهذا المعنى "علن: علن الأمر يعلن علوناً وعلانيةً، أي: شاع وظهر. وأعلنته إعلاناً. قال الشاعر:

قد كنت وعزّت إلى علاء في السر والإعلان والنَّجاء (البحر المديد)

ويقال للرجل: استسر ثم استعلن. لا يقال: أعلن إلا للأمر والكلام، وأما استعلن فقد يجوز في كل ذلك. واعتلن الأمر، أي: اشتهر. ويقولون: استعلن يا رجل، أي: أظهر. والعلان: المعلن، يعلن كل واحد لصاحبه ما في نفسه"^(٥)، فنلاحظ أنَّ الإشهار ورد بمعنى الإعلان للكلام أو لأمر ما.

ويعدُّ الإشهار خطاباً ذو أبعاد قيمية لغوية واجتماعية واخلاقية في الوقت نفسه^(٦)، فهو صورة حية للغة التي يتداولها المجتمع، فالإشهار يقوم على مجموعة من العلامات اللسانية وغير اللسانية، فهو (ديماغوجية اجتماعية)^(٧)، كما أنه يظهر في أنماط معرفية متنوعة ويشارك في حقول علمية تسهم دراسته في الكشف عن هذه الحقول والانماط والسلوكيات الاجتماعية، فالإشهار يستعين بالسيكولوجية والثقافية والفضاءات القيمية متنوعة ترتبط بالإنسان ورغباته.



المطلب الثاني: تطبيقات في الإشهار الديني: الدعوة إلى التوحيد مثلاً:

يعدُّ الخوض في تحليل خطاب التوحيد من أعقد وأصعب علوم الشريعة، ابتداءً من كلام رسول الله (ص) ثم أمير المؤمنين (عليه السلام) الذي أشرع في هذا العلم أموراً لم يسبق إليها، ولم تكن معروفة في زمنه، إلا فيما سبقه بها رسول الله (ص) من شذرات من مفاتيح التوحيد.

وقد "نجح الخطاب النبوي في إحداث ثورة فكرية، وبناء حضارة إنسانية، فأعتقته من عبودية البشر بعبودية الإله الواحد، وخلصت عقله من الجهل والأباطيل"^(٨)، ومنها خطبة النبي (ص) في حجة الوداع: "الحمد لله، نحمده ونستعينه ونستغفره ونتوب إليه، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له ومن يضلل فلا هادي له، وأشهد أن لا إله إلا الله، وحده لا شريك له وأشهد أن محمداً عبده ورسوله. أوصيكم عباد الله بتقوى الله وأحثكم على العمل بطاعته، وأستفتح الله بالذي هو خير أما بعد : أيُّها الناس! اسمعوا مني ما أبين لكم، فإني لا أدري لعلني لا ألقاكم بعد عامي هذا، في موقعي هذا"^(٩).

في هذا الخطبة العظيمة المتواترة التي نقلها الرواة وأهل الحديث وأتفق على نصها المسلمون جميعاً بلا شك، نقتطف ثمرة الإشهار من خلال الآليات والأساليب ومفاهيمه الظاهرة في اللغة الإشهارية بوصفها أداة تواصلية وكشف أبعادها الوظيفية المتنوعة في ترسيخ دعائم الوجدانية لله تعالى والحث على ترك موبقات الجاهلية، نظراً لأن خطاب النبي الكريم (ص) يسير على نهج من الخطاب الإلهي "مراعية حال المخاطب في كل عصر ومكان، فقد تميز بالتكثيف الدلالي والحضور البلاغي، والقصدية التي لا تتفصل عن عقل السامع، ذلك ما جعل المتلقي منصاعاً لسطوة بنائه وهيئته، وعظيم مغزاه وفنيته"^(١٠).

ومع تأمل الافتتاح من خطبته (ص) نلمس المفردات القريبة من النفس المحببة للخاطر التي تضيء طابع الهدوء والسكينة والراحة النفسية بالتحديد والاستعانة والاستغفار والتوبة والتعوذ، كما نلمس الحاجة إلى لغة



الإشهار عن معتقدات الدين الجديد ترسيخاً في نفوس جموع المتقين من المسلمين، واستعمال مفردات الألفاظ الجديدة في سياق من القصدية المقامية، لذلك نجد أنّ الذي يرمي إليه رسول الله (ص) هو التوسعة في التبليغ عبر الإشهار على وحدانية الخالق سبحانه وتعالى وتكرار التأكيد على وحدانية الرب (ربكم واحد)، فالاستلزام بين كلامه (ص) المنجز بتكرار أسلوب النداء لجذب الانتباه إلى القريب والبعيد والجميع بلا استثناء، وبث الوسائل التعبيرية وتمير الرسائل الإشهارية التواصلية المستمرة (أيها الناس) فنلاحظ أن صيغة الخطاب فيه توسع ويستلزم استجابة من جموع جماهير المتقين، وهذا التوسع والتشخيص صوب للمتقين من وظائف الخطاب الإشهاري التواصلية والإخبارية والإبلاغية والتشخيصية، فقد يبدو أول وهلة مظاهر إثارة وترقب فتظهر على ملامحهم ومحياهم قبل ردة الفعل أو الاستجابة في أفعالهم، فالشوق إلى القادم من القول (أوصيكم عباد الله) الذي يزرعه المشهر في الخطاب هو المبتغى الإشهاري (بتقوى الله) في خلق الإثارة الذي يسعى من خلاله المشهر لكسب واستمالة وترغيب المتلقي والتأثير فيه بما يعرضه من القول، لأنّ "فن القول طريقة من طرق التعبير عن الذات وتصوير مشاعرها وأفكارها"^(١١).

ومنها أيضاً قال الرسول الكريم (ص): "أيُّها الناس: إنّ ربّكم واحد وإنّ أباكم واحد، كلّكم لآدم وآدم من تراب، ﴿إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ﴾ سورة الحجرات: ١٣، وليس لعربي على عجمي فضل إلاّ بالتقوى، ألا هل بلغت؟ قالوا: نعم. قال: فليبلغ الشاهد الغائب"^(١٢).

إن السياق في النص النبوي الشريف يدفع بقوة اللغة وبلاغتها إلى الإشهار بالدين الجديد والتأكيد على وحدانية الخالق العظيم وصفاته والتزام الوحدانية لله تعالى، فهو خطاب تذكيري نابع كون اللغة الإشهارية أداة فاعلة في التواصل بين المرسل والمتلقي^(١٣)، فالمرسل جمع كل صفات الإنسانية المحببة القريب من



النفوس، الصادق الأمين (ص)، وهذه الصفات لها التأثير المباشر لما يتمتع به المشهر من ثقة عند المتلقين، فقد جدَّ كل الجد في استعمال الطيب الحسن من الكلام مع تناغم في الألفاظ لترسيخ وحدانية الخالق في نفوس جموع المتلقين واستمالتهم والتأثير فيهم، وسلك في ذلك بأسهل العبارة وهو بإظهار بعض الصفات وحدانية الإله (إِنَّ رَبَّكُمْ وَاحِدٌ)، فجاءت العبارة متسقة من القصدية الهادفة للإشهار ضمن السياق الذي يكشف عن الموقف بقوله (ص): (أَيُّهَا النَّاسُ) خطاب فيه توسع في اتجاه جموع المتلقين ومحاولة إثارة الانتباه صوب المراد وأشهر عن مشروعه في الدعوة إلى ترك عبادة آلهة متعددة وإتباع إله واحد، ويخاطب (ص) لواعجهم النفسية ويحرك عواطفهم بالإشارة إلى المساواة (إِنْ أَبَاكُمْ وَاحِدٌ)، ثم يشهر بأسلوب الوقع الكلي تحت تأثير التلقي والتقرب (كَلِّمَ لَادِمَ وَآدَمَ مِنْ تَرَابٍ)، ثم يتضح القبول فيشهدهم على فعل الاستجابة وبيان التأثير والإقناع، باستعماله (ص) بتقديم الاستفتاح المقرون بالاستفهام مع فعل التبليغ لبيان الترويج عما أعلن: (أَلَا هَلْ بَلَّغْتُ؟)، فالإشهار "هو شكل من أشكال عرض الأفكار" (14)، وجذب انتباه المتلقي واستمالة عواطفه وتحريك الرغبة عنده لما سيعرضه (صلى الله عليه وآله وسلم) عليهم، ومن ثم التأثير فيهم مما يؤدي إلى كسب ودّه وإقناعه لما تمّ الإشهار عنه وإثارة الاهتمام به. ويأتي فعل الاستجابة جوابا واضحا من جموع المتلقين بالإيجاب (نعم)، لأنَّ أسلوب الخطاب الشفاهي السائد والمتعارف عليه في تلك البيئة والحقبة الزمنية يقابله الاستماع والتلقي كان يشكل استجابة طوعية عند جماهير المسلمين وهم قافلون رجوعا من حجة الوداع. كل ذلك من خلال النسق الإشهاري القصدي في إظهار التوحيد الذي لا يفارق كلامه (صلى الله عليه وآله وسلم)، مصداقا لقوله تعالى: ﴿وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ * إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ﴾ سورة النجم: ٢-٤.



لأنَّ من وظائف اللغة الإشهارية " النشر بالوسائل المختلفة للفت نظر الجمهور ... إلى عمل من الاعمال ويمرُّ بمراحل مختلفة وهي جذب الانتباه وإثارة الاهتمام، وخلق الرغبة وإقناع الفرد وحثه على العمل" (١٥). وليس غريباً أن نجد صدًى بلاغة الأسلوب القرآني وكلام وخطب وبلاغة النبي (صلى الله عليه وآله وسلم) وفصاحته كل ذلك ينساب في كلام أمير المؤمنين (عليه السلام) لاسيما خطبه، " فقد كانت كل تلك الفصاحة العذبة واللغة النقية الخالصة التي وهبها الرسول الكريم يعيها علي بن أبي طالب بإذن واعية وقلب ذاكرٍ وعقل حافظ" (١٦). لذلك وفي السياق ذاته في إظهار صفات وحدانية الله والاخلاص في التوحيد ودفع الأوهام والشبهات من العقول يمكن أن نجد في واحدة من طوال خطب أمير المؤمنين علي (عليه السلام) في إخلاص التوحيد لله سبحانه وتعالى، فتتضح من قوة صياغات الجمل والأشكال التعبيرية واستعمال الفنون البلاغية مما ساهم في انتاج خطاب إشهاري ارتكز على إرساليات اللغة التواصلية بوصفها أداة فاعلة في التأثير والإقناع والترغيب، وبعدم وجود المثل من المعروض من خطاب الفريق الآخر، وانتقاء الألفاظ المتناسقة من أفعال القول، وأفعال الإنجاز، وأفعال التأثير في عباراته التي طالما ارتجل مفردتها أو يرتجل صيغتها في كل مناسبة ليظهر أمام جموع المتلقين عن صفات وحدانية الخالق سبحانه وتعالى، مفصحا (عليه السلام) عن مبدأ التغيير والتجديد، كاشفا عن الوظائف المختلفة التي يقوم بها الخطاب الإشهاري بوصفه خطابا ذو أبعاد تواصلية ووظيفية تنشد هدفا ترويجيا مفعما بإثارة الرغبة وخلق الحاجة للمعرفة، ومبتعدا عن الإغواء والإغراء، لأنهما ليسا من آليات المشهر في أسلوب دعوته الدينية أو من صفاته (عليه السلام) الأخلاقية، فالصدق والأمانة والاخلاص تشكل من اللغة المنجزة دافعا نحو الاستجابة بالترغيب مرة، وبالإقناع والاستمالة العاطفية مرة أخرى، مستعينا بالآليات اللغة الجمالية والمنطقية والبلاغية. ومنها قال أمير المؤمنين (عليه السلام) في إخلاص التوحيد: "إن أول عبادة الله معرفته، وأصل معرفته توحيده، ونظام توحيده نفي الصفات عنه، لشهادة العقول أن كل صفة وموصوف مخلوق، وشهادة كل مخلوق أن



له خالفا ليس بصفة ولا موصوف، وشهادة كل صفة وموصوف بالاقتران. وشهادة الاقتران بالحدث. وشهادة الحدث بالامتناع من الأزل الممتنع من حدثه، فليس الله عرف من عرف ذاته ولا له وحد من نهاه ولا به صدق من مثله، ولا حقيقته أصاب من شبهه ولا إياه أراد من توهمه ولا له وحد من اكتتبه، ولا به آمن من جعل له نهاية. ولا صمده من أشار إليه، ولا إياه عنى من حده. ولا له تذلل من بعضه، كل قائم بنفسه مصنوع، وكل موجود في سواه معلول^(١٧).

إن قراءة فاحصة في هذا النص التذكيري الإلهامي يبرز براعة اللغة الإلهامية في إظهار اخلاص التوحيد لله تعالى من خلال طريقة صياغة الجمل المتتالية الإسمية (إن أول، أصل، نظام) وتركيبها التي تنماز بالثبات والقوة والتوكيد في الدلالة على إيصال المعنى لتجربتها عن الزمانية أو المكانية^(١٨)، والمُسندة في جمل معطوفة بعضها مع بعض الآخر بحرف العطف، وهذه الموائمة بين مقتضى الحال فيما يقصده المقام من ترافق المعنى الحضورى في إيراد الصفات مع المعنى السياقي لكونها تشهر عن صفات وحدانية الله سبحانه بتركيب (توحيد)، مع قصدية في انتقاء بعض المفردات (صفة، موصوف، الحدث، الاقتران، الامتناع، الأزل، صمد، مخلوق..). فكل صفات الوحدانية الواردة تتضمن عهداً ذهنياً بالمفارقة بين الصفات لتظهر الفارق بين تجربتها عن درجة وصف صفات الخالق سبحانه وبين التصاقها بوصف صفات غيره جل شأنه في ذهن المتلقي^(١٩).

إن معظم صفات الكلمات الدالة على الوحدانية المقدسة التي ذكرها الإمام علي (عليه السلام) تدور حول إمكانية الكلمات المنجزة التواصلية في إعمال العقل لدى المتلقي ومخاطبة خواطر النفس لإثارة الفكر وتطويره للاستجابة، والمشهر ارتكز على الوعي والمقدرة على التقبل لدى المتلقي، لأن اللغة الإلهامية من مقوماتها التواصلية أنها تؤثر في هذا التقبل والتركيز، كما يجوز أن يعطى انطبعا بأن العقل في جوهره ميدان تنافس لتلك الصفات المقدسة، وتظهر القيمة الجمالية في جمل القول وفعلها التأثير والإنجاز





المتحقق لإبعاد الاستيهام عن خواطر النفس وإظهار صفات الوحدانية الإلهية وإقناع العقول بأن المعرفة بالذات لا تتطلب إنكار المجهول، بل تتطلب التفكير بالمغيبات وإدراك أن الصفات الإلهية لا تشابه أي من صفات المدركات أو المحسوسات الأخرى، ولربما "هذه الحالات الذاتية تتضمن الاعتقادات والرغبات والمقاصد والإدراكات الحسية، بالإضافة إلى مشاعر المحبة والكراهية، والمخاوف والآمال"^(٢٠)، وهذا النسيج في النص يستمد مما تشربه (عليه السلام) في ملازمته لرسول الله (ص) ومن آيات الذكر الحكيم، قال تعالى: ﴿لِكُمُ اللَّهُ رَبُّكُمْ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ خَلَقَ كُلَّ شَيْءٍ فَاعْبُدُوهُ وَهُوَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ وَكِيلٌ * لَا تُدْرِكُهُ الْأَبْصَارُ وَهُوَ يُدْرِكُ الْأَبْصَارَ وَهُوَ اللَّطِيفُ الْخَبِيرُ﴾ سورة الأنعام: ١٠٣.

ومن ضمن سياق النص نفسه، قال أمير المؤمنين (عليه السلام): "واعلم يا بني أنه لو كان لربك شريك لانتك رسله، ولرأيت آثار ملكه وسلطانه، ولعرفت صفته وفعاله ولكنه إله واحد كما وصف نفسه، لا يضاده في ذلك أحد ولا يحاجه وأنه خالق كل شيء وأنه أجل من أن يثبت لربوبيته بالإحاطة قلب أو بصر، وإذا أنت عرفت ذلك فافعل كما ينبغي لمثلك في صغر خطرِك وقلة مقدرتك وعظم حاجتك إليه أن يفعل مثله في طلب طاعته والرهبة له والشفقة من سخطه، فإنه لم يأمرِك إلا بحسن ولم ينهك إلا عن قبيح"^(٢١). إن الإستلزام الحوارية في أي خطاب تحكمه محددات المقام وسياقاته وضرورات الغرض، وبما أن الكلام يدور ضمن سياق إثبات وحدانية الله تعالى، ففي هذا النص يكرر الإمام (عليه السلام) الأسلوب نفسه في بداية المقطع الثاني خطابا مباشرا زيادة في التشويق بفعل الطلب (أعلم)، وعلى إثارة الالتفات والانتباه والترغيب (يا بني)، ثم يظهر غاية الإشهار في بيان أثر النبوة في دفع شبهات التوهم بالشرك، وهذه اللغة العالية من الصياغة هي اللغة المتداولة والمتعارف عليها حينذاك في ذلك المجتمع المفعم بالبلاغة وقوة البيان، فتنساب المفردات سهلة سلسلة على لسان الإمام (عليه السلام) لإيضاح المراد أمام للمتلقي بقوله (لرأيت، عرفت)



كاشفا عن مكانة الأنبياء في الإشهار عن عظمة الخالق ووحدانته سبحانه، وبقدرته في خلقه ومشيئته في تقدير الأمور، ثم يوضح (عليه السلام) مبدأ الأفضلية (لم: يأمر، ينهك، حسن وقبيح) في مخيلة المتلقي، وهذه المفردات لطالما تكثر في لغة الإرسالية الإشهارية لعرض منتج أو سلعة أو فكر ما، وهو مصداقا لتجسيد قوله تعالى: ﴿وَمَا ءَاتَاكَ الرَّسُولُ فَاخُذْهُ وَمَا نَهَاكَ عَنْهُ فَانْتَهُ﴾ سورة الحشر: ٧.

ومن النص نفسه أيضا قال أمير المؤمنين (عليه السلام): "بصنع الله يستدل عليه. وبالعقول تعتقد معرفته. وبالفكرة تثبت حجته. وبآياته احتج على خلقه. خلق الله الخلق فخلق حجابا بينه وبينهم فبمباينته إياهم مفارقتهم. وإيدأؤه إياهم شاهد على ألا أداة فيه، لشهادة الأدوات بفاقة المؤدين. وابتدأؤه إياهم دليل على ألا ابتداء له. لعجز كل مبتدئ عن إبداء غيره. أسماؤه تعبير وأفعاله تفهيم. وذاته حقيقة. وكنهه تفرقة بينه وبين خلقه، قد جهل الله من استوصفه. وتعداه من مثله. وأخطأه اكتنجه، فمن قال: أين فقد بؤاه. ومن قال: فيم فقد ضمنه. ومن قال: إلى م فقد نهاه. ومن قال: لم فقد علله. ومن قال: كيف، فقد شبهه. ومن قال: إذ، فقد وقته. ومن قال: حتى فقد غياه. ومن غياه فقد جزأه. ومن جزأه فقد وصفه، ومن وصفه فقد ألحد فيه، ومن بعضه فقد عدل عنه" (٢٢).

فليس غريبا أن نجد ذلك التشابه والتقارب الفكري واللغوي والنفسي في كلام أمير المؤمنين علي بن أبي طالب (عليه السلام) وخطابه لشدة ملازمته رسول الله (ص) وكثرة ما حفظ عنه، ذلك التأثير ناشئ إلى مرجعيته النابعة من لغة القرآن الكريم وكلام رسول الله وخطبه (صلى الله عليه وآله وسلم) (٢٣)، كما لا يمكن أن نغفل عن التأثير المحيط لبيئته والثراء اللغوي الذي تتمتع به مكة وأهلها، فظهرت تلك اللغة المتدفقة والبلاغة العالية والأشكال التعبيرية المتنوعة على شكل خطاب وظيفته إفهامية وإخبارية وغاياته التواصلية والإرشاد بعد التأثير والتحذير، فقد استعمل (عليه السلام) لبعض من التراكيب الجديدة على الأسماع (وإيدأؤه،



كنهه، اكتننه، ألد، غياه، نهاه) فهذه اللغة القوية في بعض المواطن والهادئة في مواطن أخرى، والصورة المتنوعة والفريدة والألفاظ التي عرف الإمام علي (عليه السلام) بإرتجالها^(٢٤)، وهتك حجاب المستغلق من معانيها، واستظهار مواطن الجمال في نسقها الخارجي لتراكيبها ودلالاتها، وفي اختيار مواطن وقع جرس أصواتها التي تعكس قصدية المرسل ودرجة اهتمامه بما يشهره عن الفكرة تضيف طابعا من الجذب عند اصغاء المتلقي _الوظيفة الجمالية في الإشهار_ وعلى الرغم من قوة ألفاظها في بعض الأحيان، وهكذا اختط الإمام (عليه السلام) لنفسه مساراً خطابياً بلاغياً فريداً انتهجه مشهراً بالاخلاص لله واضعاً العلامات للمؤمن لكي يتمسك بها ويستدل بها على طريق معرفة الله والإيمان بالتوحيد سبحانه؛ فجاء في كلام الإمام (عليه السلام) كم هائل عن التوحيد يدخل الأمان والطمأنينة على السامع، فخطابه (عليه السلام) أمام جموع من المتلقين قد خبروا البلاغة والفصاحة وهم أهلها، وعرفوا مواطن التجديد في النص أي نص يوم الإشهار فيه، فأبهرتهم مفرداته وأدهشتهم طرق تراكيب جملة ودلالة معانيه، على الرغم من أن الإشهار الديني الذي يتضح نسقه في نص الإمام (عليه السلام) ليس وليداً آنياً للحظة فحسب، بل قاصداً لكل متلقي في كل مكان وزمن، فالنص الإشهاري لا بد من أن يتمتع بالمقبولية والإبهار والدهشة^(٢٥)، وهذه واحدة من الصفات التي إنماز بها كلام أمير المؤمنين (عليه السلام) يخترق الحجب الزمكانية، فجاء نصه متجدداً ومستوسقاً مع الغرض المنشود، وهو الإشهار بصفات التوحيد والدعوة إلى إعمال العقل والتدبر، وبذلك يحاول الإمام علي (عليه السلام) ترسيخ التوحيد وتدعيم الإيمان في نفوس شحة إلى الاستغلاق الفكري والنفسي العقدي جراء ترسبات غياهب الجاهلية، مصداقاً لقوله تعالى: ﴿هَذَا بَلَّغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذِرُوا بِهِ وَلِيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَهُ وَاحِدٌ وَلِيَذْكُرُوا الْأَلْبَابَ﴾ سورة إبراهيم ٥٢.



فشخصية المشهر لزاما أن تكون شخصية مؤثرة تتمتع بمقبولة ومحبة وقريبة من المتلقين، كما يلزم أن يكون مضمون الرسالة واضحا وسهلاً وموجزاً لأن الإرسالية الإشهارية لا تتطلب الإطالة، وبذلك تكون جسر التواصل بين المشهر والمتلقي، وتقع مسؤولية الإيصال والمقبولية على أسلوب المشهر في العرض والترويج^(٢٦)، لذلك ظهر واضحا أثر شخص الإمام (عليه السلام) في صياغة الألفاظ المنتقاة، تنبأ عن مطاوعة اللغة وانصياع أركان البلاغة بين يديه ومعرفة في مفاسلها من البيان والبديع والمعاني، فجاءت طيبة مناسبة بلا صنعة أو تكلف، فجاء النص هنا على شكل ومضات قصيرة متلاحقة زمنيا ومتعاقبة لفظيا وصوتيا ودلاليا وتركيبيا (حجته، آياته، خلقه)، مراعى حالات الوقف والفصل بين الجمل بما يلائم المعنى، ليفسح المجال أمام المتلقي لتقبل اللغة الإيحائية الرصينة بالصفات التي وضعها الله تبارك وتعالى لنفسه في كتابه العزيز^(٢٧)، والتي استعملها الإمام (عليه السلام) ومن خلالها وضع حاجزا لكسر الصور الرمزية بالتجسيد والتجسيم المتعلقة في أذهان وعقول بعض العرب وغيرهم، فجاء بأنماط مختلفة منها الإشارات والضمائر وأشباه الجمل (عليه، بينه، ذاته) فوضع بعدا إيحائيا وانشغالات فكرية ليشهر عن مقاصده ومظهرها لصفات وحدانية الله تعالى^(٢٨)، فالإمام (عليه السلام) استعمل الخطاب المباشر مفعما بالإرساليات الإشهارية بلغة الضمائر والإشارات الموجهة إلى المتلقي للقريب والبعيد على حد سواء (إياهم، ذاته، كنهه، خلقه، مثله، اكتنجه)، فتظهر آليات اللغة الإشهارية في الصفات اخلاص الوحدانية للخالق سبحانه وتعالى، فقد عمد في الإشهار لتلك الصفات إلى استعمال تراكيب على شكل ومضات من الجمل الأسمية السريعة المتتالية وغزارة في الإشارات والضمائر الظاهرة والمضمرة التي تضيفي بعدا في أفق التوقع لدى المتلقين، كما شحن لغته (عليه السلام) بكثرة استعمال أسلوب الاستفهام (أين؟ فيم؟ إلى م؟ لم؟ كيف؟ إذ؟) مما يحفز في هذه الأساليب الانتقال في ذهنية المتلقي وتشويقه لمعرفة المزيد من المعروض من القول^(٢٩)، وهذا ما يثيره ويجعله أكثر شوقا وترقبا لما يفصح عنه، فالإمام (عليه السلام) جعل من أسلوب



الاستفهام اللغة التواصلية أداة الإشهار عن مظاهر التجلي لوحداية الخالق: ﴿سَبِّحْهُ هُوَ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ﴾ سورة الزمر: ٤.

ومنه أيضا قول أمير المؤمنين (عليه السلام): "لا يتغير الله بتغيير المخلوق كما لا يتحدد بتحديد المحدود، أحد لا بتأويل عدد، صمد لا بتبعيض بدد، باطن لا بمدخله، ظاهر لا بمزايله، متجل لا باشتمال رؤية، لطيف لا بتجسم، فاعل لا باضطراب حركة، مقدر لا بجول فكر، مدبر لا بحركة، سميع لا بآلة، بصير لا بأداة، قريب لا بمدانة، بعيد لا بمسافة، موجود لا بعد عدم، لا تصحبه الأوقات ولا تتضمنه الأماكن ولا تأخذه السناة ولا تحده الصفات ولا تقيده الأدوات، سبق الأوقات كونه والعدم وجوده والابتداء أزله" (٣٠). ونظرا لأننا أمام نص يحمل تمثلات دينية محددة _ الإسلام والتوحيد _ ومرجعيات تميزت في ثقافة حقبة زمنية شهدت بفخامة الخطاب وقوة اللغة وصراع البلاغة ومفرداتها وجودة المعاني، فالمشهر في هذا النص لا يملك إلا اللغة، لأنها تمثل تفوق الخطيب في استعمال النسق اللغوي بوصفه الأداة الوحيدة ليكشف لنا عن إمكانيات لغوية عالية في السبك والانسجام، على الرغم من عدم وجود نسق إيقوني _ صور أو علامات _ إلا ما كانت عناصر اللغة نفسها ترمز إليه أو توحى بوجوده في ذهن المتلقي؛ لأن أي خطاب يمكن إصلاح هفواته إلا الخطاب الديني فهو خطاب عسير الإصلاح والتغيير أن لم يكن صاحبه عارفا بأسسه وخفاياه مؤمنا به ومعتقدا بصحته.

فالإمام (عليه السلام) متسلحا ومتشربا بكل تلك الصفات وماسكا بلغتها منتقيا معانيها ومتخيلا مفرداتها انشاء وتركيبا لصياغات جملها، فلمتلقي يقف منبها أمام هذا السيل البلاغي الهادر، والانتقال بين الجمل، فبعد أن أستغرق الإمام علي (عليه السلام) في إثبات صفات الاخلاص كشف عن آلية معرفة التوحيد وأخذ برهة الترقب لما يعرضه عند جموع المتلقين من الحاضرين ينتقل إلى أثبات الأثبات بنفي الأثبات بتكرار حرف



النفي (لا) في هذا المقطع: (لا يتغير بتغير، لا يتحدد بتحديد، لا بتبعيض بدد، لا باطن، لا ظاهر، لا باشتمال....)، وتكرار النفي هذا أستلزمه فعل الانجاز ليستدرك واقع مقتضى الحال مراعيًا في تأكيد أثبات صفات الوجدانية والصمدية لله سبحانه وتعالى، وفي هذه اللوحة البلاغية تتضح جمالية هذا الخطاب في الأشكال التعبيرية المتنوعة وتقاربا مع اللغة الإشهارية التي يستعملها المشهر في محاولته للتأثير وإقناع المتلقي بالمعروض من الفكرة وصناعة الحاجة إلى التوضيح والكشف، لأن أسلوب النفي من أساليب التحذير عما يخفى عن عيون المتلقي ولا يستطيع إدراكه إلا بالإفهام أو الإخبار أو التوجيه وهي من وظائف لغة الإشهار^(٣١).

ف نجد أن أمير المؤمنين (عليه السلام) أخذ بزمام اللغة لكونها الأداة الوحيدة والفاعلة في محاولة لثبيت مفهومات فكرية عسيرة الفهم على بعض العوام من المتلقين، فعمد إلى الإشهار بوساطة التوكيد بأسلوب النفي المكرر وتقديم الأدلة العقلية والكشف عن مكنون معتقد ديني جديد، مشهرا عن صفات الوجدانية، لأن لغة الإشهار هي نتاج تمثلات اجتماعية وبيئية وثقافية وسلوكية لا يستسيغها إلا من بطن بتلك اللغة وسبر غورها وخبر خفاياها وتعقيدات ألفاظها^(٣٢)، لذلك عمد (عليه السلام) إلى اختيار أصوات حروف اللفظ مراعاة الصفات الإلهية (يتغير وتغير، يتحدد وتحدد، أحد وعدد) واختار إلى هذا النغم الصوتي لعمل الأثر في نفس المتلقي قبل إذنه، لأن المتلقي ينتظر الإيقاع الذي يعتاد عليه في بيئته البلاغية لينصت إلى مفردات تحمل مدلولات جديد لم تكن طرقت آذان المتلقي من قبل. ثم إبداع أساليب من المفارقة مرة والمقابلة أخرى في الألفاظ (باطن وظاهر، متجل ورؤيا، فاعل وحركة، مقدر وفكر، مدبر وحركة، سميع آلة، قريب وبعيد، موجود وعدم) وهذا النسق اللغوي المننقى للمشهر يدفع المتلقي إلى التصور الذهني عن نسق إيقوني متخيل في ذهنه ويحرك مشاعره، أضاف طابعا رمزيا من خلال البعد الإيحائي المضمّر بين صفات الذات الإلهية وبين معطيات النص غير المباشرة كشفت عن أفعال القول (تصحبه، تتضمنه،



تأخذه، تحده، تقيده)، وتمثل في توظيف المعلن من صفات الوجدانية، لإرشاد المتلقي إلى حقائق الصفات ونهره عن أوهام خطرات ظنون النفس وتوهمها، فيتحقق أثر التواصل من الفهم والاستجابة^(٣٣).

والملاحظ أن الإمام (عليه السلام) باستعماله الخطاب المباشر أراد استحضار الآيات القرآن الحكيم القريبة من هذه المفردات التذكير بقوله تعالى: ﴿إِنَّمَا اللَّهُ إِلَهٌ وَاحِدٌ سُبْحَانَهُ أَنْ يَكُونَ لَهُ وَلَدٌ لَهُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَكَفَى بِاللَّهِ وَكِيلًا﴾ سورة النساء: ١٧١، والخطاب المباشر من أبرز سمات صياغة الإشهار في التقارب ووسيلته في التقبل، ثم التأثير والإقناع، ثم الترويج عن الأفكار. وتلك الآيات التي أخذ بلب المتلقين من قبل فأبهرت العقول وأعجز الفصحاء، فمعروض الوصف لصفات الوجدانية كاشفة عن حقائق الاعتقاد والإدراك وهي دعوة إلى ترسيخ الإيمان بالوجدانية وبصفات الذات الإلهية مستمدة مما ورد ذكره في معرض آيات الذكر الحكيم من الإيمان بالغيبيات، محاولة لإثارة إدراك المتلقي ولفت انتباهه وتحريك مشاعره التواقة لكل ما هو جديد، وشارحا لمعطيات الصفات الوجدانية لتركيبة الصورة الذهنية في أذهانهم مصداقا من قوله تعالى: ﴿هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ عِلْمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ هُوَ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ * هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْمَلِكُ الْقُدُّوسُ السَّلَامُ الْمُؤْمِنُ الْمُهَيْمِنُ الْعَزِيزُ الْجَبَّارُ الْمُتَكَبِّرُ سُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُشْرِكُونَ * هُوَ اللَّهُ الْخَالِقُ الْبَارِئُ الْمُصَوِّرُ لَهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَى يُسَبِّحُ لَهُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ﴾ سورة الحشر ٢١-٢٤.

إنَّ غزارة المعروض من الصفات والكلمات وتعدد الأسماء وتنوعها أمام المتلقي لا يعطيه فسحة من الوقت إلا من خلال الوقف أو القطع بين العبارات ليستجمع فكره ويبنى أمنيته ويبحث عن حاجته، وهنا يأتي دور المشهر في عرض أفكاره على بساط من الأغراض المنشودة في وظائف الإشهار وعمق مجالها



اللغوي والبلاغي في عملية التواصل بين المرسل والمتلقي والرسالة^(٣٤)، فاللغة بوصفها أداة التواصل فهي الأداة الوحيدة التي كانت تسود الحياة حينذاك، فضلاً عن قساوة محيط تلك البيئة ومجتمعها، وعلى الرغم من أنَّ ملكة الارتجال في اللغة لم تكن قاصرة على إنسان بعينه من دون سواه من الأفراد^(٣٥)، ولكن الذين لهم المكانة والحظوة في اعتلاء منصات الخطاب لعرض ما يحملون من منتج فكري أو طرح رأي جديد وترغيب الناس بما يقولون، فهؤلاء هم القلائل، ولعل الميدان في ساحات الصراع بين المسلمين والمشركين لم يك خالياً أو فقيراً من المنافسين فينفرد المسلمون ويعلو صوتهم بالإشهار في الساحة ليعرضوا ما جاءوا به، ولكن الحقيقة قد تكون غير ذلك^(٣٦)، لربما أحتدم الصراع بين سادات قريش من جهة وبين رسول الله (ﷺ) وأمير المؤمنين (ﷺ) في الجهة المقابلة، وكل هذا دفع بالرسول الكريم (صلى الله عليه وآله وسلم) ونفسه (ﷺ) في استعمال التعبير اقتضاء تخاطبي في إرسال أساليب التكرار والتوكيد والنفي والاستفهام والاستثناء والقصدية والاختيار وغيرها من الأساليب بتناول تلك الصفات الوحدانية في الاخلاص لإشهارها أمام الملاء أولاً ولترسيخ جذورها ومبادئها علناً ثانياً. وهذا ما لمسنه في هذا الجزء من نص الخطبة في التوحيد وذكر صفات الله والاخلاص له سبحانه وتعالى^(٣٧).

وضمن سياق النص نفسه أفصح أمير المؤمنين (ﷺ) عن ثبات التوحيد وأشهر عن كمال صفاته سبحانه وتعالى، فقال (ﷺ): "لا دين إلا بمعرفة ولا معرفة إلا بتصديق ولا تصديق إلا بتجريد التوحيد ولا توحيد إلا بالإخلاص ولا إخلاص مع التشبيه ولا نفي مع إثبات الصفات ولا تجريد إلا باستقصاء النفي كله، إثبات بعض التشبيه يوجب الكل ولا يستوجب كل التوحيد ببعض النفي دون الكل والاقرار نفي الانكار ولا ينال الاخلاص بشيء من الانكار، كل موجود في الخلق لا يوجد في خالقه وكل ما يمكن فيه يمتنع في صانعه، لا تجري عليه الحركة ولا يمكن فيه التجزئة ولا الاتصال"^(٣٨)، ونقف في هذا المقطع من النص ذاته، فنجد أنَّ أمير المؤمنين (ﷺ) يعود إلى تكرار استعمال أسلوب النفي مركباً مع أسلوب



الاستثناء، مشكلاً من حرف النفي وأداة الاستثناء: (لا مع المصدر أو الاسم، والأداة إلا) وهذا الأسلوب يمتاز بقوة أداء الغرض والثبات في القطع بين جانب وآخر لا سيما إذا كان الاستثناء منقطعاً أو مفرغاً، نحو قوله تعالى: ﴿وَالْهَكْمُ إِلَهُ وَاحِدٌ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ﴾ سورة البقرة: ١٦٣.

وهذا الأسلوب نجده يستعمل بكثرة في إيصال وظيفة الإشهار وآلياته في الإعلانات في العصر الحاضر، لأنّ هذا الأسلوب يساهم في عقد مقارنة بين سلعة وأخرى وكشف زيف أو الضعف في أحدهما^(٣٩). لذلك نجد أن الإمام علي (عليه السلام) بوصفه هو المرسل أراد باستعماله لهذا الأسلوب مع استحضار لمفردات تحت المتلقي على الالتزام الطوعي والإقرار بالتوحيد (معرفة، تصديق، توحيد، إخلاص، نفي، اقرار، اثبات...) وهذه الكلمات تحت بفكر المتلقي وتستميل به إلى التأمل والتدبر في حقيقة الأشياء، لأنّها تحرك غريزة البحث لدى المتلقي عن حقيقة المقال، ثم تكشف أمامه خيارات الاختيار ليتبع حاجته النفسية الكامنة وراء هواجسه القلقة الباحثة عن كل ما هو جديد نافع من القول، والمنجز من القول الذي يساعد في تحقيق التواصل بالفهم والاستجابة نتيجة الأثر في التعبير اتجاه المتلقي^(٤٠).

وفي الإطار نفسه من قوة البلاغة والأشكال التعبيرية المتنوعة والمدرسة الكلامية الهادئة نجد نصاً للإمام علي بن موسى الرضا (عليه السلام) في جوابه على سؤالات "عمران الصابي"^(٤١) في مجلس كبير جمع له المأمون فيه من متكلمي الملل المخالفين للإسلام فخصهم جميعهم، والخبر طويل والمجلس مشهور. قال عمران الصابي: "أخبرني نوح الله بحقيقة أم نوحه بوصف؟"^(٤٢)، فقال الإمام الرضا (عليه السلام) في التوحيد: "إنّ النور البدئ الواحد الكون الأول واحد لا شريك له ولا شيء معه، فرد لا ثاني معه. ولا معلوم ولا مجهول ولا محكم ولا متشابه ولا مذكور ولا منسيا ولا شيء يقع عليه اسم شيء من الأشياء كلّها. فكان البدئ قائماً بنفسه، نور غني مستغن عن غيره، لا من وقت كان ولا إلى وقت يكون. ولا على



شيء قام ولا إلى شيء استتر. ولا في شيء استكن. ولا يدرك القائل مقالا إذا خطر بباله ضوء أو مثال أو شبح أو ظل. وذلك كله قبل الخلق في الحال التي لا شيء فيها غيره والحال أيضا في هذا الموضوع، فإنما هي صفات محدثة وترجمة من متوهم ليفهم. أفهمت يا عمران؟ قال : نعم^(٤٣) .

فجاء ردُّ الإمام (عليه السلام) مشهرا عن حقيقة التوحيد، مستعينا ببحر اللغة، راكبا بسفينة الإيمان والرسالة شاهرا شراعها، مبحرا إلى أعماقها، مستظها لكل دررها، وماسكا بعطف أوصافها، لاويا بجلباب الظاهر من سترها، مستدلا به للكشف عن المضمّر من حقائقها دليلا إلى الإشهار بوحداية الله تعالى، "فلا بلاغة من دون تحقيق عملية الاتصال والفهم والإقناع والتأثير في المتلقي، والمتكلّم البليغ هو من يمتلك آلة البلاغة القائمة على أساس جودة القريحة وطلاقة اللسان"^(٤٤)، فجعل من المتلقي (عمران الصابي) ومعه جموع الحاضرين في حالة من الترقب والتشويق لما سيعرضه (عليه السلام) من البراهين العقلية وحجج نقلية والأساليب النفعية بالهداية الإنسانية لمعرفة طريق النجاة عما تشكك به همسات ظنون النفس أو توهمته خواطر الأفكار، فأخذ من الأوصاف ما يكشف به دليلا على إثبات الوحداية ويوثقه أمام المتلقين، فيفتتح جوابه (عليه السلام) بجملة التوكيد (إن النور البدئ الواحد..). فهذا الافتتاح بالتوكيد بصفات دون سواها يستلزمه مقام الحوار ومراعاة مقتضى الحال مستثمرا لما يحيط به من أجواء الترقب الحاضر في عيون وآذان جموع المتلقين، لأن السائل يؤمن بصفة (النور) وقداسته، وواقع الحال والمقام في تلك المناظرة يظهر فيها واقعة الاحتجاج والبرهان بكل دليل عقلي ومعرفي، إلزاما للإيضاح وكشفا لدفع الشبهات^(٤٥). فتظهر اللغة الإشهارية بالمعارف الإلهية التي فيها الواقع أشبه ما يكون بسوق العرض بين الحقيقة والأوهام، وعلى المتلقي عقد المقارنة بين ما سيختار من تقبل الحقيقة وتتبعها أم نكرانها والحياد عن جادتها،



﴿قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ يُوحَىٰ إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُمُ إِلَهٌ وَاحِدٌ فَاسْتَقِيمُوا إِلَيْهِ وَاسْتَغْفِرُوهُ وَوَيْلٌ لِلْمُشْرِكِينَ﴾

سورة فصلت: ٦.

فكل إنسان يحاول أن يبحث في ماهية وجوده، أو محاولة معرفة كنه حقيقة العبادة، فيظهر دور المشهر كبيرا في عرض حججه وبراهينه أثباتا أمام المتلقين بما يعرضه من أدلة عقلية حرك بها مشاعر العجز عن إدراك الوصف (الواحد، فرد) وألزمهم الحاجة والرغبة في معرفة الجواب، فأظهر (عليه السلام) أنهم حجج لا تقبل الشك والتردد مخاطبا إدراك المتلقين في معروض الإثبات (لا معلوم ولا مجهول، لا محكما ولا متشابها، لا مذكورا ولا منسيا)، فهذا التوكيد بتكرار النفي والمقابلة بين صفة وضدها يضيف طابعا من قوة العرض، ويدفع بالمتلقي إلى الترقب والانتظار لمعرفة طبيعة الصفات وحقيقتها التي يعرضها المشهر ومدى مطابقتها ومصادقيتها في إثبات صفات الله تعالى بعيدة عن صفات الخلاق، فكل صفة تنطبق على بديع صنعه لا تنطبق على كينونته ووحدانيته سبحانه، فصفاته غير الصفات وأسماءه غير الأسماء وإنما هي للدلالة عليه ومعرفته فحسب.

وأضاف الإمام الرضا (عليه السلام): "واعلم أنه لا يكون صفة لغير موصوف ولا اسم لغير معنى ولا حد لغير محدود. والأسماء والصفات كلها تدل على الكمال والوجود ولا تدل على الإحاطة، كما تدل على الوجود الذي هو التربيع والتدوير والتثليث لأن الله يدرك بالأسماء والصفات ولا يدرك بالتحديد. فليس ينزل بالله شيء من ذلك حتى يعرفه خلقه معرفتهم لأنفسهم، ولو كانت صفاته لا تدل عليه وأسماءه لا تدعو إليه لكانت العبادة من الخلق لأسمائه وصفاته دون معناه ولو كان كذلك لكان المعبود الواحد غير الله لأن صفاته غيره" (٤٦).



وفي سياق النص نفسه نجد أنَّ الإمام الرضا (عليه السلام) أضاف درساً لغوياً في علوم اللغة وصياغتها ودلالاتها لا يمكن تجاوزه من أهل اللغة ودارسوها، دليلاً آخر على أن أهل هذا البيت (عليهم سلام الله) هم أنفسهم وثقوا قواعد اللغة وأصولها وحدودها، فبعد أن يقدم فعل التأليف (اعلم) يسوق تلك الأسس اللغوية (لا يكون صفة لغير موصوف) (ولا اسم لغير معنى) (الأسماء والصفات تدل على كمال الوجود) وبتنوع تلك الأساليب يضيف بعداً تداولياً في صيغة الخطاب بين الإمام (عليه السلام) وبين جموع المتلقين - الحاضرين -، فمقتضى المقام في تلك المناظرة يفرض استعمال قوة المعنى الكامنة خلف دلالة اللفظ المقصود بانتقاء المتكلم لجميع طاقة اللغة الكامنة وراء المعنى السياقي دليلاً على صحة القول المستمد من حقيقة الأمر، ومعاً بدلالات الجمل والكلمات في اللغة للتواصلية مع المتلقين لاستمالتهم والتأثير فيهم^(٤٧)؛ لأنَّ من مهام اللغة الإشهارية مخاطبة العاطفة وتحريك الرغبة، بوصفها فضاء من الاتصال، ووسيلة إنجازية لغاية نفعية لتحقيق التأثير والإرشاد ثم الاستجابة^(٤٨).

ثمَّ " قال عمران: أخبرني عن التوهم خلق هو أم غير خلق؟ قال الرضا (عليه السلام): بل خلق ساكن لا يدرك بالسكون وإنَّما صار خلقاً، لأنَّه شيء محدث، الله الذي أحدثه، فلما سمي شيئاً صار خلقاً. وإنَّما هو الله وخلق لا ثالث غيرهما وقد يكون الخلق ساكناً ومتحركاً ومختلفاً ومؤتلفاً ومعلوماً ومتشابهاً وكل ما وقع عليه اسم شيء فهو خلق"^(٤٩)، النص يبين عن تواصل بين المشهر وبين المتلقي مباشرة، " فإنَّ ما هو أساسي في الوصلة الإشهارية ليس مضموناً، ولا وصفاً لحالة من حالات... فبالإضافة إلى كل ما يمكن أن تصرح به أو تلمح إليه أو تتغنّى به بشكل مباشر، فإنَّها في المقام الأول خطاب، أي سلسلة من الصنائع البلاغية والجمالية التي يجب أن تغطي على الوظيفة لتفتح الباب واسعاً أمام حالة من حالات حلم يجب أن يقود الفرد إلى الانتشاء داخله بكل أشكال السعادة والطمأنينة"^(٥٠)، ومع آخر وصلة في هذا النص ذاته في دفع الشبهات والتوهم من عقول ونفوس جموع المتلقين في الجلسة التناظرية، يكون دور



المتكلم ركيزة أساسية لنجاح عملية التواصل^(٥١)، فيفصح الإمام الرضا (عليه السلام) في رسالته عن إمكانيات اللغة التعبيرية في إيصال كشف المراد، لأن صياغة الأسئلة المطروحة فيها أبعاداً فلسفية ومنطقية واسعة ومضمرة في الوقت نفسه، «مَاذَا أَرَادَ اللَّهُ بِهَذَا مَثَلًا كَذَلِكَ يُضِلُّ اللَّهُ مَن يَشَاءُ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ» سورة المدثر: ٣١؛ لأن السائل يعرف حساسية الموقف والمقامية ومكانة وقيمة المشهر (أخبرني عن التوهم)، فيضمر أسلوب الاستفهام إيغالاً في محاولة لإيهام المتلقين وإثارة انفعالاتهم وحاجته لمساندتهم في المحاجة والمشاكسة والمغالطة المعرفية، ويحاول أن يضع الإمام (عليه السلام) في موقف الإحراج، فتتصاعد وتيرة التشويق والإثارة مع كل سؤال جديد، والمرسل يعرف أن الإجابات تحتاج إلى قدر عالٍ من الفهم والإدراك من المتلقين، وقد عال من الدقة والوضوح من الإمام (عليه السلام) حتى لا يشتبه على الحاضرين أو المتلقين للنص فيما بعد من توهم أراد الأمام الرضا (عليه السلام) إزالته، فعليه مسؤولية مطابقة الكلام لمقتضى الحال، فالمتكلم من يقع على عاتقه حرفية الإيصال وبلوغ المعنى^(٥٢). وهنا تتضح قيمة اللغة الإشهارية ومكانتها في الإفهام والإخبار والكشف عن حقيقة (التوهم)؛ لأن الجواب عند الإمام الرضا (عليه السلام) حاضراً بلا ريب، فقد أستمدّه من مدرسة الرسالة وآبائه (عليه السلام)، فقد ورد عن أمير المؤمنين (عليه السلام) في الموضوع نفسه قوله: "الحمد لله الذي أعدم الأوهام أن تتال إلا وجوده وحجب العقول أن تخال ذاته لامتناعها من الشبه والتشاكل..."^(٥٣).

لذلك نلاحظ أن الإمام الرضا (عليه السلام) عمد إلى استعمال القصديّة في اختيار بعض الألفاظ (قلق خلقاً، ساكن سكون، محدث أحدثه) وإلزام السائل (عمران الصابئي) بالخضوع بهذه القصديّة من الألفاظ وتسخير الالتفات والإرداف في الحجج والصفات (خلق، ساكن، ومتحرك، ومختلف، ومؤتلف، ومعلوم، ومتشابه)، مما وضع جموع المتلقين أمام حقائق الإيمان بالخالق سبحانه وقدرته في الخلق والمشيئة، واعترافهم



بحقيقة الأمر والاستجابة، تصديقا من قوله تعالى: ﴿يَجْدِلُونَكَ فِي الْحَقِّ بَعْدَ مَا تَبَيَّنَ كَأَنَّمَا يُسَاقُونَ إِلَى الْمَوْتِ وَهُمْ يَنْظُرُونَ﴾ سورة الأنفال: ٦.

وفي نص آخر: "لا يوصف بشيء من صفات المخلوقين وهو الواحد الصمد، ما تصور في الأوهام فهو خلافه"^(٥٤)، إذ كشفت لنا وحدة أشكال اللغة التعبيرية والبلاغية وقوتها في نص الإمام الرضا (عليه السلام) في مناظرته مع علماء الديانات الأخرى وبمحضر الجهة الرسمية الممثلة بكبار رجال الدولة، وما تطلبه المقام ومقتضى الحال من إظهار وكشف عن حقائق الأمور، وعلى الرغم من اللغة التي رسمت طابعها المنطقي والفلسفي، إلا أننا وجدنا أن سياق النصوص التي وردت من رسول الله (ص) وإلى أمير المؤمنين (عليه السلام) إلى ذريتهم من الأئمة (عليهم السلام) هي مدرسة واحدة في البلاغة والفصاحة والدليل القاطع والبرهان الساطع والحجة المسددة، كما لمسنا أشكالا من اللغة الإشهارية بمختلف مناهجها التداولية منها المباشرة أو الإيحائية أو الحجاجية وبحسب طبيعة النصوص التي وقفنا عندها دليلاً منهم (عليهم السلام) لغرض تثبيتها في نفوس المتلقين، وترسيخها في عقيدة الوجدانية للخالق سبحانه وتسليما إلى التوحيد بربوبيته (عليه السلام). كل ذلك على شكل من الخطاب الإرساليات إشهارية المباشرة للمتلقي لتحريك نوازعه النفسية والروحية التواقة الحقيقة وإثارة مشاعره الباحثة عن الطمأنينة والأمان في معرفة الإله الصانع والقادر على استجابة دعواتهم وقضاء حوائجهم، فكان الإشهار جزءاً من فعله الحركي هو لإعمال العقل وتحريك للفكر والدعوة للتفكير عن حقائق التوحيد بلغة تبعد التردد عن المتلقي بعرض الطيب من القول القريب من القلوب، وبإظهار الأقوال الصحيحة واختيار الحجج الدامغة والصفات الفريدة لله سبحانه، ﴿قُلْ مَنْ ذَا الَّذِي يَعْصِمُكُمْ مِنَ اللَّهِ إِنْ أَرَادَ بِكُمْ سُوءًا أَوْ أَرَادَ بِكُمْ رَحْمَةً﴾ سورة الأحزاب: ١٧.



الختمة:

تناول البحث بعضاً من النصوص بوصفها ميداناً لتحليل الخطاب، ولإظهار وكشف مستويات اللغة الإشهارية الظاهرة منها أو المضمرة، وبيان آلياتها، والاشتغالات التي هيمنت بها وبرزت وظائفها، ومقدار استعمال لأنواع من الصياغات البلاغية وتشكيلاتها، ومديات إثارة انتباهه والتأثير فيه واستمالاته والقدرة على إقناعه، ومحاولة إبراز الصور أو السيمياء الإشهارية من وراء فعل الإيحاء أو الرمزية والإشارية. نجد أنَّ الإشهار بوصفه أداة فاعلة في تسويق بعض الآراء والأفكار الجديدة وتثبيت بعض المعطيات الفكرية والإيديولوجيات الثقافية، متأت بوصفه (فعلاً قولياً منتجاً) ووسيلة تقوم على ترغيب المتلقي والتأثير في عواطفه، واستمالاته رغبته، وخلق الحاجة لديه، لكل جديد يكشف أمام عينيه أو يطرق مسامعه، كاشفاً عن مستويات من تنوع اللغة المتداولة في ذلك العصر، واستجابة المتلقين نتيجة لفاعلية صناعة الخطاب الإشهاري وتشخيصية أدواته وفاعلية لغته التوجيهية والإبلاغية والإفهامية والتواصلية الوظائفية.

تنوع الأساليب البلاغية وقوتها قبل ذلك، كل تلك السمات ساهمت في صيرورة الإشهار علامة ظاهرة في النصوص التي ساقها صاحب تحف العقول في مدونته، نقلاً عن النبي المصطفى (ص) وأهل بيته الطيبين (ع)، أثباتاً للنبوة وترسيخاً لمقامها وما أرسل به الأنبياء (ع) ودورهم في التبليغ والتوجيه، أو لإثبات دعوتهم السحاء لجموع المتلقين إلى طريق الهداية والطريق المستقيم الذي فيه نجاتهم من مهالك الشرك وغياهب الظلالة.

فقد جسدت ملامح الإشهار ومهيمناته اللفظية أو مقارباته ووظائفه أو آلياته النسقية في إنتاجها وتصديرها للمتلقين بلباس من التنوع، وحاول الباحث من خلالها قراءة النصوص على وفق معطيات الإشهار وأسسها بوصفه وسيلة تواصلية تقدم فعلاً فكرياً وإيديولوجياً جديداً، ولكن، يعترف الباحث بصعوبة ارتكاز جميع



النصوص على عملية الإشهار بصورة مباشرة، بل قد يجد المرسل إلى ما يحتاج به في بعض الأحيان إلى أن يخرق النص دلالاته إلى معانٍ متعددة ابتغاء توجيهها مغايراً لما تقوم به عملية الإشهار من منفعة حسية وسريعة المنال عبر ركني الأصول المعاد والعدل من القضايا الغيبية التي تحتاج إلى ثقة المتلقي بالمشهر، وتتطلب إيمان وقوة وعزيمة كبيرة لدى المرسل نفسه بما يبلغه من العقائد الغيبية ليؤثر في قناعة المتلقي ويجره للاستجابة.

الهوامش:

- (١) استراتيجيات التواصل في الخطاب النبوي، (بحث)، ١١٦.
- (٢) ظ: الأصول العامة للفقهاء المقارن، ط٢، ١٢٢.
- (٣) ظ: الخطاب والنظرية والإجراء، نعمان بوقرة، ١٤.
- (٤) ظ: استراتيجيات التواصل الإشهاري، سعيد بنكراد آخرون، ١٨. ظ: في مفهوم الإشهار، (بحث): د. هامل الشيخ، مجلة رؤى فكرية، العدد: ١، ٢٦-٣٩. ظ: الخطاب الإشهاري في المحيط العمراني لمدينة باقة: دراسة لغوية اجتماعية، رسالة ماجستير، ٨.
- (٥) العين، ط١، باب: العين واللام مع النون، ج٢: ١٤١.
- (٦) ظ: الصورة الإشهارية: دراسة في بلاغة الخطاب البصري للجسد الأنثوي في الشعر العربي القديم، (بحث)، ٥٦-٥٧.
- (٧) ظ: الإشهار والمجتمع، ٢٨ و ٢٩٤. (الديماغوجيا) هي واحدة من استراتيجية لإقناع الآخرين، وهي تشير إلى استراتيجية سياسية الفوضى للحصول على السلطة من خلال مناشدة التحيزات الشعبية معتمدين على مخاوف الجماهير المسبقة وهنا من يراها بمعنى سياسة إغراء الشعب. أما (الديماغوجي) هو الشخص الذي يسعى لاجتذاب الناس واستمالة عواطفهم إلى جانبه عن طريق الوعود الكاذبة والتملق وتشويه الحقائق. وهي تختلف عن (البيداغوجية): العلم المعني بأصول وأساليب التدريس والتعلم، وتشمل الأهداف والطرق والتقييمات المتعلقة بعملية التربية. ظ: الموسوعة السياسية، (مقال)، د. ريم زكري، ٢٠٢٠م.



- (٨) استراتيجية التواصل في الخطاب النبوي، (بحث)، مج: ٤ | العدد: ١، (١١٥-١٣٣).
- (٩) تحف العقول: ٤١.
- (١٠) إعجاز التكوين الأسلوبي في النص القرآني ومهمتا البيان التفسيرية والتأويلية، المقدمة: ٥. ظ: إعجاز القرآن والبلاغة النبوية، ١٣.
- (١١) الأسس النفسية لأساليب البلاغة العربية، ١٢.
- (١٢) تحف العقول، ٤٥.
- (١٣) ظ: أسلوبيّة الحجاج التداولي والبلاغي، ١٣٥.
- (١٤) الأبعاد الوظيفية والجمالية في تصميم الإعلان التجاري، (رسالة ماجستير)، ٩.
- (١٥) معجم مصطلحات الإعلام، أحمد زكي، ١٢.
- (١٦) التصوير الفني في خطب الإمام علي، ٤٢-٤٣.
- (١٧) تحف العقول: ٧٢.
- (١٨) ظ: الدرس اللساني عند الجاحظ، ١٥٥.
- (١٩) ظ: دلالات توصيل الخطاب بالصيغة الامرية في عهد الإمام علي (عليه السلام) لملك الأشتر: دراسة في ضوء لسانيات التداول، (بحث)، ١٣.
- (٢٠) العقل واللغة والمجتمع، جون سيرل، تر: د. صلاح إسماعيل، ٤١.
- (٢١) تحف العقول، ٧٢-٧٣.
- (٢٢) تحف العقول: ٧٣-٧٤.
- (٢٣) ظ: شرح نهج البلاغة، كمال الدين بن ميثم البجراني (ت ٦٧٩هـ)، ط ١، ١٨.
- (٢٤) ظ: التصوير الفني في خطب الإمام علي، ٤٣-٤٤.
- (٢٥) ظ: التحليل العرفاني للخطاب الإشهاري ذي الأبعاد السياسية: دراسة عرفانية، ٤٢١-٤٣٦.
- (٢٦) ظ: أساليب تحليل النصوص، ٤١.



- (٢٧) ظ: الدراسات الصوتية الحديثة وعلم التجويد، (بحث) ، مج:٧، العدد:١، ١١-١٢.
- (٢٨) ظ: الخطاب الإشهاري في القرآن الكريم: سورة الواقعة اختصاراً، (بحث)، ٥-٦.
- (٢٩) ظ: م. ن: ٥-٦.
- (٣٠) تحف العقول، ٧٣-٧٤.
- (٣١) ظ: تمثيلات الخطاب الإشهاري التلفزيوني وآليات اشتغاله، (بحث): ٢١٢.
- (٣٢) ظ: الإشهار ببنية خطاب وطبيعة سلوك، (بحث): العدد: ١٨، لسنة ٢٠٠٢م، ١١٢-١٣٣.
- (٣٣) ظ: م. ن، ١١٢-١٣٣.
- (٣٤) ظ: الإشهار ومرادفاته الدلالية، قراءة في المفهوم والمصطلح، (بحث)، ٩٢.
- (٣٥) ظ: الفكر النحوي عند العرب: أصوله ومناهجه، ٣٥.
- (٣٦) ظ: خاتم النبيين (ص)، ج: ١، ١٦٣.
- (٣٧) ظ: القصيدة في النص القرآني، (رسالة ماجستير)، ٤٣.
- (٣٨) تحف لعقول، ٧٧.
- (٣٩) ظ: قصيدة أفعال الكلام في لغة البيان: قراءة في التوجيهات الطلبية، (بحث)، ١٧٦-١٩٦.
- (٤٠) ظ: الإشهار الكاذب والمضلل: (بحث)، العدد: ٣٢، ديسمبر، ٢٠٠٩م، ٢٨٩-٣١٣ (٣٠٢).
- (٤١) عمران الصابي: أحد رؤساء الصابئة ومتكلميهم، جمعه بالإمام علي بن موسى الرضا (عليه السلام) مجلس عقده المأمون العباسي لأصحاب المقالات والمتكلمين. وهو الذي كان جدلاً لم يقطعه أحد عن حجته أسلم على يد الرضا (عليه السلام) وصار مورداً لا لطافة الخاصة والصابي نسبة إلى الصابي بن متوشلخ بن إدريس وقيل إلى صابي بن ماري وكان في عصر إبراهيم الخليل عليه السلام. الكنى والألقاب، ج: ٢، ٣٩٣، ٤٠١.
- (٤٢) تحف العقول: ٤٣٤.
- (٤٣) تحف العقول: ٤٣٤.
- (٤٤) مقام المتكلم في القرآن الكريم: دراسة تداولية، (أطروحة دكتوراه)، ١٥. ظ: كتاب الصناعتين، ٢٠.



- (٤٥) ظ: الخطاب الحجاجي لأهل البيت (ع) في كتاب الاحتجاج دراسة تداولية، (أطروحة دكتوراه)، ١٤١.
- (٤٦) تحف العقول، ٤٣٥-٤٣٦.
- (٤٧) ظ: آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، د. محمود أحمد نحلة، ١٣.
- (٤٨) ظ: الإشهار بنية خطاب وطبيعة سلوك، بحث: عبدالله أحمد بن عتو، ١١٠-١١٥.
- (٤٩) تحف العقول، ٤٣٦.
- (٥٠) استراتيجيات التواصل الإشهاري-سعيد بنكراد وآخرون، ١٠.
- (٥١) ظ: مقام المتكلم في القرآن الكريم: دراسة تداولية، (أطروحة دكتوراه)، ١٤.
- (٥٢) م. ن: ١٤.
- (٥٣) تحف العقول، ١٠٣.
- (٥٤) تحف العقول، ٣٤٤.

المصادر والمراجع:

١. الأبعاد الوظيفية والجمالية في تصميم الإعلان التجاري، (رسالة ماجستير)، سلام حميد رشيد عبد الحسين، بإشراف: أ.د. عباس نوري الفتلاوي، كلية الفنون الجميلة-جامعة بابل، ٢٠٠٥م.
٢. أساليب تحليل النصوص، د. محمد خليل الرفاعي، وآخرون، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، (بلا ط) ٢٠٢٠م.
٣. استراتيجيات التواصل الإشهاري، سعيد بنكراد وآخرون، دار الحوار للنشر والتوزيع، ط١، سوريا-اللاذقية، ٢٠١٠م.
٤. استراتيجية التواصل في الخطاب النبوي، (بحث)، د. فائق خليل حجازي، المجلة الدولية لدراسة اللغة العربية وآدابها، مج: ٤ | العدد: ١.
٥. الأسس النفسية لأساليب البلاغة العربية، د. مجيد عبد الحميد ناجي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ط١، بيروت، ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤م.
٦. أسلوبيّة الحجاج التداولي والبلاغي، د. مثنى كاظم صادق، منشورات ضفاف ودار الأمان، ط١، بيروت - ٢٠١٥م.



٧. الإشهار الكاذب والمضلل: (بحث)، يمينة بليمان، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، العدد: ٣٢، ديسمبر، ٢٠٠٩م.

٨. الإشهار بنية خطاب ووظيفة سلوك، (بحث) عبد الله أحمد بن عتو، مجلة علامات، العدد ١٨ سنة ٢٠٠٢م.
٩. الإشهار والمجتمع، بيرنار كاتولا، تر: سعيد بنكراد، دار الحوار للنشر والتوزيع، ط١، اللاذقية-سوريا، ٢٠١٢م.
١٠. الإشهار ومرادفاته الدلالية، قراءة في المفهوم والمصطلح، (بحث) د. حاجي الصديق، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري-قسنطينة، العدد خاص، ٢٠١٥م.

١١. الأصول العامة لفقه المقارن، السيد محمد تقي الحكيم، مؤسسة آل البيت (ع) للطباعة والنشر، ط١٩٧٩م.
١٢. إعجاز التكوين الأسلوبي في النص القرآني ومهمتا البيان التفسيرية والتأويلية، أ. د. صباح عباس عنوز، المركز الثقافي الإسلامي، ط١، بيروت-لبنان، ١٤٣٨هـ-٢٠١٧م.

١٣. إعجاز القرآن والبلاغة النبوية، مصطفى صادق الرافعي دار التقوى، بلا(ط)، مصر، ٢٠١٤م.
١٤. آفاق جديدة في البحث اللغوي المعاصر، د. محمود أحمد نحلة، ط١، دار المعرفة الجامعية-الاسكندرية-مصر، ٢٠٠٢م.

▪ تحف العقول عن آل الرسول، لأبي محمد الحسن بن علي بن الحسين بن شعبة الحراني من أعلام القرن الرابع، عنى بتصحيحه والتعليق عليه علي أكبر الغفاري، مؤسسة النشر الاسلامي لجامعة المدرسين بقم -إيران، ط٢، ١٣٦٣-ش ١٤٠٤.

١٥. التحليل العرفاني للخطاب الإشهاري ذي الأبعاد السياسية: دراسة عرفانية في وصلة زين، (بحث) مروى زريبي، وعبدالسلام شقروش، مجلة إشكالات في اللغة والأدب، مج٩، العدد ٣، لسنة ٢٠٢٠م.

١٦. التصوير الفني في خطب الإمام علي، أ. د. عباس علي الفحام، مؤسسة دار الصادق الثقافية، ط١، بابل-العراق، ١٤٣٣هـ-٢٠١٢م.



١٧. تمثلات الخطاب الإشهاري التلفزيوني وآليات اشتغاله، (بحث): عزوز هني حيزية، مجلة نتاج الفكر الصادرة عن معهد الآداب واللغات، المركز الجامعي صالحى أحمد النعامة، مج ٥ العدد ٢، السنة ٢٠٢١م.
١٨. خاتم النبیین (ص)، محمد بن أحمد بن مصطفى بن أحمد المعروف بأبي زهرة (ت ١٣٩٤هـ)، الناشر: دار الفكر العربي - القاهرة، ١٤٢٥ هـ، ج ١: ١٦٣.
١٩. الخطاب الإشهاري في القرآن الكريم: سورة الواقعة اختياراً، (بحث)، أ. م. د. قصي إبراهيم لفته، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ١٥ | أغسطس، ٢٠٢٠م.
٢٠. الخطاب الإشهاري في المحيط العمراني لمينة باتنة: دراسة لغوية اجتماعية، (رسالة ماجستير)، سليمة دلول، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة العقيد الحاج الخضر _ باتنة، الجزائر، ٢٠٠٩م.
٢١. الخطاب الحجاجي لأهل البيت (ع) في كتاب الاحتجاج دراسة تداولية، (أطروحة دكتوراه)، عبد الحسن علي حبيب شبيب الناصر، بإشراف: أ. د. محمد عبد كاظم، كلية الآداب _ جامعة البصرة، ١٤٣٨هـ _ ٢٠١٧م.
٢٢. الخطاب والنظرية والإجراء، أ. د. نعمان عبد الحميد بوقرة، دار جامعة - الملك سعود للنشر، ط ١، المملكة العربية السعودية، بلا تاريخ.
٢٣. الدراسات الصوتية الحديثة وعلم التجويد، (بحث) د، محمد أحمد الجمل، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، مج: ٧، العدد: ١، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م، ١١-١٢.
٢٤. الدرس اللساني عند الجاحظ، أ. د. محمد عبد الزهرة غافل الشريفي، دار ديموزي، ط ١، دمشق، سوريا، ٢٠١٩م.
٢٥. دلالات توصيل الخطاب بالصيغة الامرية في عهد الإمام علي (عليه السلام) لملك الأشر: دراسة في ضوء لسانيات التداول، (بحث)، أ. د. نادية هناوي سعدون، كلية التربية _ الجامعة المستنصرية، ب (ط، ت).
٢٦. شرح نهج البلاغة، كمال الدين بن ميثم البحراني (ت ٦٧٩هـ)، عني بتصحيحه مجموعة من الأساتذة، ط ١، مطبعة الحيدرية _ طهران، ١٣٩٠هـ.
٢٧. الصورة الإشهارية: دراسة في بلاغة الخطاب البصري للجسد الأنثوي في الشعر العربي القديم، (بحث) د. محمد السيد الدسوقي، مجلة الدراسات الشرقية - جمعية خريجي أقسام اللغات الشرقية بالجامعات المصرية، العدد: ٤٥، لسنة ٢٠١٠م.



٢٨. العقل واللغة والمجتمع: الفلسفة في العالم الواقعي، جون سيرل، ترجمة: سعيد الغانمي، المركز العربي الثقافي، ط١، ٢٠٠٦م.
٢٩. العين، لأبي عبد الرحمن الخليل بن أحمد الفراهيدي (ت١٧٠هـ)، تح: د مهدي المخزومي، د. إبراهيم السامرائي، الناشر: دار ومكتبة الهلال، ط١، باب: العين واللام مع النون، ج٢: ١٤١.
٣٠. الفكر النحوي عند العرب: أصوله ومناهجه، د. علي مظهر الياسري، تقديم: د. عبدالله الجبوري، الدار العربية للموسوعات، ط١٤٢٣هـ، ١٤٠٣م.
٣١. في مفهوم الإشهار، (بحث): د. هامل الشيخ، مجلة رؤى فكرية_مخبر الدراسات اللغوية والأدبية، المركز الجامعي عين تيموشنت-الجزائر، ٢٠١٥م، العدد: ١، ٢٦-٣٩.
٣٢. قصيدة أفعال الكلام في لغة البيان: قراءة في التوجيهات الطلبية، (بحث): د. سعدون أحمد الربيعي، و د. معمر منير العاني.
٣٣. القصيدة في النص القرآني، زهراء جواد عباس البرقعاوي، رسالة ماجستير، إشراف: د. محمد عبد الزهرة غافل الشريفي، كلية الآداب-جامعة الكوفة، ١٤٣٠هـ-٢٠٠٩م، ٤٣.
٣٤. معجم مصطلحات الإعلام، أحمد زكي، دار الكتاب المصري، ط١، القاهرة (بلا: ت).
٣٥. مقام المتكلم في القرآن الكريم: دراسة تداولية، (أطروحة دكتوراه)، هادي سعدون العارضي، بإشراف: أ. د. وجدان صالح عباس محمد الفتلاوي، جامعة الكوفة-كلية الآداب، ١٤٤١هـ-٢٠٢٠م.

