

RESEARCH ARTICLE

An Advertising Approximation of the Two Terms (Al-Waqi'ah and Al-Waqi'ah) in the Qur'anic Text

. Mahabad Hashim Ibrahim

College of Education of Salahaddin University, Iraq

ABSTRACT

The term 'advertising' has expanded its field of knowledge by relying on the suggestive image that indicates semantic loading, and that is based on influence, persuasion, reporting and communication. It also expanded its emotional value that is manifested in those motivations that control the individual's behavior to do an action as a result of the influences s/she experienced. In addition, advertisement, which is based on denotation, is not only a commercial field, but has become a field of knowledge in linguistic and literary studies. It has become a type of discourse that has its own semiotic and pragmatic features, and its ability to communicate with the recipient in order to pass on a message and achieve a certain goal.

In addition to the term advertising, there is the Koranic discourse, which is a directive, indicative discourse, full of advertising expressions that depend on language. This is an important means of persuasion that affects the mind of the recipient more efficiently than words. The advertising rhetorical methods in the Koranic discourse are characterized by their being semantic loaded and their miraculous suggestive meaning. This is so because God Almighty the One who speaks and this is why we chose to study this topic.

Keywords: Advertising, Qur'anic Advertising, the Terms al-Waqi' and al-Waqi'ah in Qur'anic Usage

تقريب إشهاري للفظتي (الواقع والواقعة) في النص القرآني

مهاباد هاشم إبراهيم
جامعة صلاح الدين، كلية التربية، العراق

الملخص

إنَّ مصطلح (الإشهار) توسع حقله المعرفي من خلال الاعتماد على الصورة الإيحائية الدالة على التكنيف الدلالي، والقائمة على التأثير والإقناع والإبلاغ والتواصل، فضلاً عن بيان القيمة الانفعالية التي تتجلى في تلك الدوافع التي تتحكم في سلوك الفرد للقيام بعمل ما نتيجة انقياده للتأثيرات التي وقعت فيه، فضلاً عن أنه لا يُعدُّ إعلاناً تجارياً فقط بل أصبح حقلاً من الحقول المعرفية في الدراسات اللسانية والأدبية بوصفه خطاباً له خصوصيته السيميائية والتداولية، وقدرته على التواصل مع المتلقي لتمرير خطابه، وتحقيق غايته باستعمال كل خصائصه التي يتوفر عليها.

إلى جانب مصطلح الإشهار عندنا الخطاب القرآني الذي هو خطابٌ توجيهيٌّ دال، مفعٌ بالتعبيرات الإشهارية التي تتوقف على اللغة التي هي وسيلة إقناعية صامتة تخترق عقل المتلقي بقوة تفوق قوة الكلمات المسموعة، وإن هذه الأساليب الخطابية الإشهارية في الخطاب القرآني تمتاز بالتكنيف الدلالي والمعنى الإيحائي المعجز، لأن مرجعيته هي الله سبحانه وتعالى فهو المرسل والباعث المتكلم، لذا أثرنا دراسة الموضوع من حيث (تقريب إشهاري للفظتي الواقع والواقعة في النص القرآني).

الكلمات المفتاحية: الإشهار، الإشهار القرآني، لفظتي الواقع والواقعة في الاستعمال القرآني

المقدمة:

لقد شهد البحث اللساني في الآونة الأخيرة تطوراً ملحوظاً في مجال تحليل الخطاب ولاسيما (الإشهار) الذي توسع حقله المعرفي من خلال الاعتماد على الصورة الإيحائية الدالة على التكنيف الدلالي، والقائمة على التأثير والإقناع والإبلاغ والتواصل، فضلاً عن بيان القيمة الانفعالية التي تتجلى في تلك الدوافع التي تتحكم في سلوك الفرد للقيام بعمل ما نتيجة انقياده للتأثيرات التي وقعت فيه، كون الإشهار يستثمر الدافعية التي فُطر عليها الإنسان... وهذه الفطرة تدفع الإنسان لاختيار ما يناسب مصالحه ويحقق غايته النفسية.

إن الخطاب القرآني خطابٌ توجيهيٌّ دال، وإبلاغي مؤثر، وإقناعي مرصود، الذي تدرك معانيه وأبعاده الدلالية عن طريق مفرداته التي تمتاز بالقدرة التأثيرية والقوة الإيحائية، وإن الخطاب القرآني مفعٌ بالتعبيرات الإشهارية التي تتوقف على اللغة التي هي وسيلة إقناعية صامتة تخترق عقل المتلقي بقوة تفوق قوة الكلمات المسموعة، لذا أثرنا دراسة الموضوع من حيث (تقريب إشهاري للفظتي الواقع والواقعة في النص القرآني).

اقتضت طبيعة البحث تقسيمه على محورين، فركز المحور الأول على مصطلح الإشهار (النشأة والتأصيل المفهومي) إلى جانب الإشهار القرآني، أما المحور الثاني والأخير فاختص بدراسة المقاربة الإشهارية للفظتي (الواقع والواقعة) في الاستعمال القرآني، وبلي هذه المحاور أهم ما توصل إليه البحث من نتائج ذات علاقة بالموضوع.

وقد استقى البحث مادته العلمية من مناهل العلم المتمثلة بكتب التفسير لاسيما كتاب الكشاف وروح المعاني، والتحرير والتنوير... فضلا عن المراجع الحديثة كالإشهار القرآني والمعنى العرفاني وصناعة الخطاب الإشهاري، والإعجاز النفسي في القرآن الكريم... إلخ.

التأطير المفهومي للإشهار:

إن الإشهار من المصطلحات التي تترك على وفق الأحداث والوقائع والأحداث اليومية بواسطة مجموعة من الآليات اللغوية والتقنيات البلاغية والأيقونات السيميائية التي تهدف إلى استمالة قلوب المتلقين نحو المقصود، وهناك مصطلح آخر يقابله ألا وهو (الإعلان) الذي يأتي بالمعنى نفسه، وقصد الولوج إلى مضمون الموضوع لابدء من الإشارة إلى التعريف اللغوي الذي يعد مفتاحاً للدخول إلى صهاريجه.

الإشهار في المفهوم اللغوي:

إن اللغة وعاء الفكر؛ لأنها تمثل القوة المرتكزة في الذهن التي ترسم طريقه إلى التحليل والتركيب والتصوير والتجريد، وأنها تمتلك وظائف جمّة لاسيما التواصل إلا أنها ليست قاصرة عليه، إنما هي مؤسسة على الإعلان الذي يظهر صداه في القرآن الكريم، كقوله تعالى: (الَّذِينَ يَنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ سِرًّا وَعَلَانِيَةً فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ) (البقرة: 274)، وقد وردت لفظة الإعلان في القرآن الكريم (16) مرة بصيغ مختلفة، منها: (أعلنت، أعلنتم، تُعلنون، نُعلن، علانية، يعلنون) (محمد خضر، 2012، ص 148).

إن مصطلح الإشهار ورد في المعاجم العربية بمعان متفاوتة منها الدعاية والإعلان والانتشار والذيع وباشتقاقات متنوعة، منها: الفعل - الاسم - المصدر... فجاء في اللسان بمعنى الشهرة "وقد شهره يشهره شهراً وشهرة فاشتهر وشهره تشهيراً وأشتهره فاشتهر" (ابن منظور، د.ت، 226/7) وجاء في موضع آخر بقوله: "ظهور الشيء في شُعة حتى يشهره الناس.. (ابن منظور، د.ت، 226/7) فدلّ الإشهار بذلك على وضوح الأمر والإعلان عن الخبر قصد تحقيق الغاية الإشهارية المتمثلة في تحريك مشاعر المتلقين واستمالة قلوبهم، و"لعل اشتراط الشنعة ... ينبأ عن حسن الاختيار للكلمة بوصفها ترجمة لكلمة (publicite) بما تحمله من معاني الدعاية والترويج إيجاباً وسلباً، حسناً وقُبْحاً" (الشنقيطي، 1440هـ، ص 23).

الإشهار في المفهوم الاصطلاحي:

لقد شهد البحث اللساني في الآونة الأخيرة تطوراً ملحوظاً في مجال تحليل الخطاب ولاسيما (الإشهار) الذي توسع حقله المعرفي من خلال الاعتماد على الصورة الإيحائية الدالة على التكنيف الدلالي، والقائمة على التأثير والإقناع والإبلاغ والتواصل، فضلاً عن بيان القيمة الانفعالية التي تتجلى في تلك الدوافع التي تتحكم في سلوك الفرد للقيام بعمل ما نتيجة انقياده للتأثيرات التي وقعت فيه، كون الإشهار "يستثمر الدافعية التي فُطر عليها الإنسان... وهذه الفطرة تدفع الإنسان لاختيار ما يناسب مصالحه ويحقق غايته النفسية" (لفتة، 2020، ص 4).

فالإشهار إذن في الاصطلاح يعد "عملية تواصلية بيإنسانية، إنه يشير بدوره إلى استراتيجية إبلاغية قائمة على الإقناع، وتستعمل لذلك كل وسائل الاتصال الإنساني من كلمة وصورة ورموز" (الساقي ، 2020، ص 73) قصد التأثير في المتلقي واستمالة قلبه، وعرفه داستو (Dasto) بأنه "العلامة أو مجموعة العلامات ذات البنية الإيحائية التي تحمل قيمة معرفية حول حاجة أو فكرة ما" (الشنقيطي، 1440هـ، ص 23)، وبذلك يعد الإشهار استراتيجية من الاستراتيجيات الخطابية القادرة على الإقناع والتأثير والتوجيه نحو المطلوب (نور الدين ، 2017، ص 20).

نستنبط مما سبق أن الإشهار لا يعد إعلاناً تجارياً فقط بل أصبح حقلاً من الحقول المعرفية في الدراسات "اللسانية والأدبية بوصفه خطاباً له خصوصيته السيميائية والتداولية، وقدرته على التواصل مع المتلقي لتمرير خطابه، وتحقيق غايته باستعمال كل خصائصه التي يتوفر عليها، فالإشهار إذن عملية اتصالية ماثلة بين طرفين أساسيين، وهما مرسل منتج ، ومتلقٍ مستهلك" (الشنقيطي، 1440هـ، ص 24).

ومما يلاحظ أن الإشهار لا يتوقف على الجانب التجاري ولا ينحصر فيه، بل يمارس تأثيراته في جوانب الحياة كافة بوسائله الكامنة في المادة المسموعة (الصوت) والمقروءة (الصورة) فضلاً عن المرئية التي تبرز بينهما - بين المسموع والمقروء - (العصيلي، 2023، ج 61/1)، فيسعى بذلك إلى تحقيق غايته الإقناعية والتأثيرية.

والإشهار أصبح خطاباً يخاطبنا بمادته الرمزية في "ضوء نظريات التحليل السيميائي التي تمكننا من الوقوف على الدلالة المتولدة من النص دون الاكتفاء بدلالته الظاهرية، واستكشاف العلامات الخفية بين العلامات ومدلولاتها، فضلاً عن تناولها الجوانب النفسية والثقافية والاجتماعية في تأويل النص" (توفيق ، 2022، ص 27)، فبذلك يعتمد الخطاب الإشهاري على مجموعة من الآليات المعتمدة؛ لأجل توجيه الخطاب إلى المتلقي والتأثير فيه، كآلية التلطف والمدح أو الذم أو الترهيب والترغيب... الوعد والوعيد وهكذا.

وأخيراً يمكننا القول إن الإشهار فعلٌ من الأفعال الإنسانية قديم قدم التاريخ، ظهر مع مكابدة شؤون الحياة منذ الهبوط على هذه الأرض، ومنذ خلق آدم وصراع إبليس معه، إذ خدع إبليس آدم، وجاء هذا الخطاب في القرآن في سورة طه الآية (120) (فَوَسْوَسَ إِلَيْهِ الشَّيْطَانُ قَالَ يَا آدَمُ هَلْ أَدُلُّكَ عَلَى شَجَرَةِ الْخُلْدِ وَمُلْكٍ لَّا يَبْلَى)، لو أمعنا النظر في هذه الآية القرآنية لعلمنا أنها حوت على خطابٍ إشهاري أعلن فيه إبليس عن بضاعته وهي الشجرة المحرمة، إذ صور لنا كيف خدع آدم (ينظر: احمد، 2014، ص 33 و 37)، وهذه الآية قائمة على وفق بنية حاجية دقيقة، وأسلوب إقناعي منطقي، فضلاً عن أنها تمتلك تقنية إبلاغية إقناعية عالية كامنّة في الخداع والإلحاح بتكرار الوسوسة، مع العنصر الإنساني المائل في تقديم النصيحة دون مقابل فضلاً عن تقديم الوعد بأخذ الملك (ينظر: احمد ، 2014، ص 33).

الإشهار القرآني:

إن الخطاب القرآني خطابٌ توجيهيٌّ دال، وإبلاغي مؤثر، وإقناعي مرصود، الذي تدرك معانيه وأبعاده الدلالية عن طريق مفرداته التي تمتاز بالقدرة التأثيرية والقوة الإيحائية، وإن الخطاب القرآني مفعمٌ بالتعبيرات الإشهارية التي تتوقف على اللغة "التي هي وسيلة إقناعية صامته تخترق عقل المتلقي بقوة تفوق قوة الكلمات" (احمد، 2014،

ص89)، المسموعة، وإن هذه التعبيرات الإشهارية هي "تعبيرات قادرة على تغيير مسار المتلقي وذلك من خلال تفاعله الإيجابي مع البناء اللغوي المطروح أمامه وفق استراتيجيات ترغيبية تارة وترهيبية تارة أخرى" (عبدالعزیز، 2022، ص1727) .

ولو رصدنا مصطلح الإشهار في الاستعمال القرآني لوجدنا خلوه منه، وورد مصطلح آخر يقابله في المعنى ألا وهو الإعلان - كما سبق ذكره - الذي استخدمه القرآن الكريم "كأسلوب من أساليب التسويق للأفكار والمفاهيم، ولكنه يختلف عن إعلانات التجار التي تستهدف الربح المادي فقط، وفيها كذب وتضليل وإغراء وخداع، ولكن الإعلان القرآني يتميز بالصدق والشفافية وعرض الأفكار بأسلوب يرتقي بالدنيا ويحلّق بها في أجواء الآخرة" (الخير الله، 2021، ص2).

إن الأساليب الخطابية الإشهارية في الخطاب القرآني تمتاز بالتكثيف الدلالي والمعنى الإيحائي المعجز، لأن مرجعيته هي الله سبحانه وتعالى فهو المرسل والباعث المتكلم .

لذا أثرت إجراء تقريب إشهاري لفظي (الواقع والواقعة)، مع بيان ملامح الإشهار فيهما.

لفظة الواقع والواقعة في الاستعمال القرآني

تتخذ اللفظة القرآنية أسلوباً متميزاً ومتفرداً من حيث بنائها الفني وقوتها التأثيرية وقدرتها الإيحائية ودقتها في تصوير الأحداث كأنها "درّ لامع منثور مصبوغ تشعّ نوراً كما يشعّ الفجر، وتهدر حركة وحياة ونمواً وتجدداً كما يهدر البحر، وتهدأ وتعذب وتسلس كما تهدأ صفحة النهر" (الندوي، 2019، ص2).

ولو دققنا النظر في لفظتي الواقع والواقعة نجد أنهما مشتقتان من الفعل (وَ) (الندوي، 2019، قع) الذي يأتي بمعنى الحدث، فـ "وقع على الشيء، ومنه يقع وقعاً ووقعاً.... والواقعة: الداهية... النازلة من صروف الدهر، والواقعة: اسم من أسماء يوم القيامة" (ابن منظور، د.ت، ج15/ص369-370)، و"الوقع بمعنى الوقوع: ثبوت الشيء وسقوطه، يقال: وقع الطائر وقوعاً والواقعة لانقال إلا في الشدة والمكروه" (الاصفهاني 502هـ)، 1412هـ، ج1/ص880).

وقد وردت لفظة الواقعة في القرآن الكريم في موضعين، تارة في سورة الحاقة، وتارة أخرى في سورة الواقعة، أما لفظة (الواقع) فجاءت في مواضع ستة، وفي السور الآتية: (الأعراف 171، الشورى 22، المعارج 1، الذاريات 6، الطور 7، المرسلات 7)

تقريب إشهاري للفظ (الواقعة) في سورة الواقعة (1):

قال تعالى: (إِذَا وَقَعَتِ الْوَاقِعَةُ) (الواقعة : 1):

إن اللوحة الفنية التي تساعد على تدبر آيات القرآن وفهمها هي أسماء السور التي "تقبل بعض وظائف العنوان: كالوظيفة الانفعالية والاختزالية والتكثيفية والإيحائية، لما تملكها من قوة التأثير وكثافة الدلالة، واختزال المعنى،

بشكل يعجز العقل البشري عن كشف أسرارها، كأنما تسمى السورة باسم حرف كسورة : (ص) و (ق) (المراكشي ، 2023، ص3).

يتبين أن الإشهار المائل في اسم السورة يكون المحطة الأولى التي يستقبلها المتلقي؛ لتتبع الأنساق الإشهارية الدالة على الترغيب والترهيب والتذكير والخوف واستذكار النعم، فسميت السورة بالواقعة "لأنها تقع عن قرب، وقيل لكثرة ما يقع فيها من الشدائد" (القرطبي 671هـ، ط2/ 1964، ج17/ص194)، فضلاً عن أن اسمها توقيفي وهي اسم من أسماء يوم القيامة (الطبرسي 548هـ، 2006، ج6/ص214) ففي لفظة الواقعة نستثمر الصورة الإشهارية الكامنة في الترهيب الذي يقصد به "كل ما يخيف ويحذر المدعو من عدم الاستجابة أو رفض الحق أو عدم الثبات عليه بعد قبوله... والأصل في الترهيب أن يكون بالتخويف من غضب الله وعذابه في الآخرة، وهذا هو نهج رسل الله الكرام كما بينه القرآن الكريم" (زيدان ، 2001، ص437).

إنّ الملمح الإشهاري ظاهرٌ في الآية الأولى من السورة نفسها (إِذَا وَقَعَتِ الْوَاقِعَةُ) الدالة على الترهيب، فالدلالة التي يمكن كشفها واستخلاصها من لفظة (الواقعة) تحمل في طياتها التذكير بيوم القيامة أولاً والإيذان بتحقيق وقوعها (ينظر: ابن عاشور (1393هـ)، 1984، ج27/ص259، وينظر: الألوسي البغدادي (1270هـ)، د.ت، ج27/183)، ثانياً: فهذا التذكير والتحقيق يعد صورةً من الصور الإشهارية المخيفة التي تثير الفزع والخوف في النفوس - نفوس الذين يكذبون بالنعم- من خلال التوصيف الشديد لمعنى الحدث الذي تنطوي عليه لفظة الوقوع وما توحيه من تصورات نفسية مرعبة، فجرس اللفظة بمكوناتها الصوتية من مدّ وسلوك يحاكي سقوط جسم يرفع ثم يترك فيهوي واقعاً (ينظر: سيد قطب، 2006، ص124- لفظة ، 2020، ص13) .

فكل لفظةٍ من هذه الألفاظ مقترنة بدلالاتها التي تمتلك قيمة جمالية، وقدرة تأثيرية، وقوة الجرس الصوتي ووقعها في النفس، كما تبين ذلك في الفعل (وقع) المردوف بالذات (الواقعة) اللذين يندرجان تحت جذر لغوي واحد ألا وهو (وقع) الذي يدل على الوقوع والسقوط، والواقعة بمعنى الداهية، النازلة من صروف الدهر، والواقعة اسم من أسماء يوم القيامة (ابن منظور، د.ت، ج15/ص370)، فوافقت هذه اللفظة لمعانيها في الدلالة على شدائد يوم القيامة مع الخوف والرهبّة فضلاً عن التناسق البنيوي والدلالي وشدة الوقع، فسمى الله سبحانه وتعالى يوم القيامة بأسماء متعددة منها (الواقعة- القارعة- الرادفة- الغاشية- الراجفة....)، فهذه الصيغ "تهزك من الأعماق، وبيعنك صوتها من الجذور، لتطمئن يقيناً إلى يومٍ لامناص عنه، ولا خلاص منه، فهو واقع يقرعك بقوارعه، وحادث يثيرك برواجفه" (علي الصغير ، 2000، ص125).

فباستقراء لفظتي (وقع) و(الواقعة) يتجلى الخطاب الإشهاري نتيجة تكرار الصيغة الواحدة بمشتقات مختلفة وهذا "التكرار نمطٌ من أنماط التأليف اللغوي يقصد به التضخيم والتفخيم والتوكيد... فيكرر الحدث بهيئته المزدوجة مع الذات في اسم الفاعل" (ابو السعود، 2005، 205-206)، الذي يدل على حتمية الوقوع، كما يشير إلى ذلك (الزمخشري ت 538 هـ) في تفسيره "وقعت الواقعة، كقولهم: كانت الكائنة، وحدثت الحادثة، والمراد القيامة: وصفت بالوقوع؛ لأنها تقع لامحالة، فكأنه قيل إذا وقعت التي لا بد من وقوعها، وقوع الأمر ونزوله، يقال: وقع

ماكنت أتوقعه" (الزمخشري 538هـ، 1998، ج6/ص20)، والواقعة "وهي الداهية الطامة التي ينخلع لها قلب الإنسان كان من الأحوال ما لا يصفه الخيال" (الصابوني، 1981، ج3/305).

إذن بهذه الصيغة التي "جاء عليها الفعل دلّ على أن التحريك كان عنيفاً شديداً وقعه ثقيل على الأنفس، وهو تحريك متكرر زيادة في الشدة... فضلاً عن أن اللفظة سبقت ب (إذا الفجائية) فصرفته إلى المستقبل دون أن يفقد التعبير أثره الذي يوحي به استعمال الماضي بدلاً من المستقبل الصريح، على أن المباغثة في (إذا) لها أثرها البياني في هذا الموقف" (ابو السعود، 2005، ص285).

لاشك أن هذه الدلالات المستدركة من تكرار هذه المفردات (وقعت - الواقعة - وقعتها) أظهرت الملامح الإشهارية القائمة على تفسير مواقف الكافرين وانتظارهم نزولهم في الهاوية نتيجة إتباعهم طريق الكفر والشر الذي يشقى بهم إلى جهنم وبئس المصير.

استوقفنا في النص القرآني سورة أخرى وردت فيها لفظة (الواقعة)، ألا وهي سورة الحاقة الآية (15)، التي تدل على الإشهار بتحويل أحداث يوم هذا الحدث العظيم بدليل قوله تعالى: (ليس لوقعتها كاذبة)، ولو دققنا النظر في لفظة (الحاقة) نجد أنها اسم من أسماء القيامة كالواقعة والغاشية والطامة، ومعنى الحاقة أنها تقع، يشبه معناها معنى الواقعة، وهي النازلة التي حقت فلا كاذبة لها... والحاقة تحق على القوم، أي: تقع بهم (الواحد ت468هـ، 2010، ج22/ص129).

قال تعالى: (فَيَوْمَئِذٍ وَقَعَتِ الْوَاقِعَةُ)، أي قامت القيامة (صالح، 1993، ج12/ص144) والقيامة "تذكرة للعباد لتفخيم شأن ذلك اليوم وتعظيمه" (الشيخلي، 2001، ج10، ص278)، فهذه الألفاظ التي وردت في القرآن كالطامة والغاشية... جميعها إشهار عن أهوال هذا اليوم الرهيب، وأن الواقعة "صارت علماً بالغلبة على القيامة، أو الواقعة العظيمة" (الحمبلي 880هـ، 1998، ج19/ص325).

تقريب إشهاري للفظ (الواقع) في النص القرآني:

إن الأنساق اللسانية تتمظهر في اللغة وتمارس سلطتها في الخطاب الإشهاري لتحقيق القيمة الإقناعية والتأثيرية في نفسية المتلقين، وهذا ما نلتمسه في الآيات القرآنية التي تستمر في التشهير عن المشاهد الترهيبية المرتبطة بأهوال يوم القيامة عموماً وبلطفة (الواقع) خصوصاً التي تدل على الخوف والرغبة والشدائد، وهذه اللفظة وردت في السياق القرآني في مواضع ستة، كما هو مبين في الجدول الآتي:

التسلسل	الآية	اسم السورة	رقم الآية
1	وَإِذْ نَتَقْنَا آلَ جَبَلٍ فَوَقَّعَهُمْ كَآثُ ظُلَّةٍ وَظَنُّوا أَنَّهُ وَاقِعٌ بِهِمْ خُذُوا مَا آتَاكُمْ بِقُوَّةٍ وَاذْكُرُوا مَا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ	الأعراف	171
2	تَرَى الظَّالِمِينَ مَسْفُوفِينَ مِمَّا كَسَبُوا وَهُوَ وَاقِعٌ بِهِمْ وَالَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ فِي رَوْضَاتِ الْجَنَّاتِ لَهُمْ مَا يَشَاءُونَ عِنْدَ رَبِّهِمْ ذَلِكَ هُوَ الْفَضْلُ الْكَبِيرُ	الشورى	22
3	سَأَلَ سَائِلٌ بِعَذَابٍ وَاقِعٍ	المعارج	1

4	وَإِنَّ الدِّينَ لَوَاقِعٌ	الذاريات	6
5	إِنَّ عَذَابَ رَبِّكَ لَوَاقِعٌ	الطور	7
6	إِنَّمَا تُوعَدُونَ لَوَاقِعٌ	المرسلات	7

لاريب أن القرآن الكريم مليء بالعلامات والإشارات الحاملة للمعاني التي توميء إلى بيان صور العذاب والرغبة، والنعيم والرغبة، وإن هذه العلامات سواء أكانت لسانية أم أيقونية تحتاج إلى فك شفراتها من جانب المتلقي على وفق تصوراتهم الذهنية للمقامات الخطابية التي تستند إلى السياق؛ لأن كل علامة من العلامات "تُعرف على نحو نسبي وليس مطلقاً، وفقط من خلال موضعها في السياق" (هيلمسليف، 2018، 69).

ولو دققنا النظر في الخطابات القرآنية في السور المذكورة آنفاً نلاحظ خطاباً إشهارياً مخبئاً وراءه رسالة إشهارية موجهة إلى هؤلاء الكافرين الظالمين المنكرين والمكذبين لعظمة الله وقدرته، بدليل قوله تعالى: {إِنَّ عَذَابَ رَبِّكَ لَوَاقِعٌ} (الطور: 7)، فمَثَلٌ لنا الله سبحانه وتعالى في هذه الآية القرآنية صورة العذاب النازل على هؤلاء الكفار الذين يكذبون به، بأسلوب ترهيبى ماثل في إسناد العذاب إلى لفظة (ربك)، ففي "إضافة العذاب للرب لطيفة إذ هو مالك والناظر في مصلحة العبد، فإضافته إلى الرب وإضافته لكاف الخطاب أمانٌ له صلى الله عليه وسلم، وأن العذاب واقعٌ بمن كذبه، ولفظ (واقع) أشد من (كائن)، كأنه مهيبٌ في مكان مرتفع فيقع على مَنْ حلَّ به" (الصابوني، 1981، ج 27/ص 263)، وبهذا تكون النار مصيرهم نتيجة كفرهم وعدم إيمانهم.

ومن الملاحظ أن السورة تضمنت صورة إشهارية تقابلية قائمة بين الحديث عن أهوال يوم القيامة وشدائدها وعمّا يلقاه الكافرون من هذا العذاب الشديد الرهيب بدليل قوله (إن عذاب ربك لواقع.. فويلٌ للمكذبين.. يوم يدعون إلى نار جهنم دعا... هذه النار التي كنتم توعدون)، وبين الحديث عن المتقين الذين كانوا مشفقين في أهلهم يدعون الله مؤمنين به موحدين له، بدليل: (إن المتقين في جنات ونعيم فأكهين بما آتاهم....)، فابتدأت السورة بإنذار أهل التكذيب والعناد من الكفار بالعذاب الذي أُعدَّ لهم وانتهى النص بتكرار التهديد والوعيد (الطباطبائي، 1997، ج 27/ص 6، وينظر: الصابوني، 1981، ج 3/ص 261)، وهذا دليلٌ على الوقوع بالكفار فضلاً عن القسم المبدوء بها السور (والطور....) الذي جاء قصد التأكيد وتحقيق الوعيد (ينظر: ابن عاشور 1393هـ، 1984، ج 27/ص 36)، وأن "عذاب الله المقسم على وقوعه هو عذاب الآخرة... وتحقيق وقوع عذاب الله يوم القيامة إثباتٌ للبعث بطريق الكناية القريبة، وتهديد للمشركين بطريق الكناية التعريضية... والوقوع أصله النزول من علو واستعمل مجازاً للتحقق... فالمعنى: أن عذاب ربك لمتحقق. وحذف متعلق (لواقع)، وتقديره: على المكذبين، أو بالمكذبين، كما دلَّ عليه قوله بعد (فَوَيْلٌ لِلْمُكَذِّبِينَ)، أي المكذبين بك بقرينة إضافة رب إلى الضمير المخاطب المشعر بأنه معذبهم" (ابن عاشور 1393هـ، 1984، ج 27/ص 40-41)، فجاء الإشهار تنبيهاً لعظمة الله وقدرته وتأكيداً على وقوع العذاب على المشركين، وهو حقا واقعٌ لآمالهم ونازل عليهم، بدليل مجيء (إن) مع (لام التوكيد)، ودخولهما على الجملة الاسمية التي تدل على الدوام والاستمرار في وقوع العذاب عليهم.

ولو تفحصنا الآيات الأخرى التي وردت فيها لفظة (الواقع) نجد اقترانها بسياقات خطابية دالة على الترهيب المعلن عن الشدائد والمرتسم في صورة السؤال عن يوم العذاب، وذلك في سورة المعارج الآية (1)، قال تعالى: (سَأَلْ سَائِلٌ بِعَذَابٍ وَاقِعٍ)، نستشف أن السورة التي سبقت هذه السورة هي الحاكمة التي اختتمت بوعيد الكفار وافتتحت سورة المعارج بمثل ذلك من تهديد الكافرين بعذاب يوم القيامة وتهويل دار العذاب، وهي جهنم، والتخويف منها والوعيد بها. (ينظر: الطبرسي، 2002، ج10/ص89، والإمام محمد الرازي (604هـ)، 1981، ج30/ص121-124).

تطالعنا في هذه الآية أصرة إشهارية تخويفية تهديدية تعلن للمتلقي مشهد الوعيد وما ينطوي عليه من شدة تؤثر في نفسية المتلقين (الكفار) - وهذا المشهد يوحى إلى السائل هو النضر بن الحارث؛ إذ قال مستهزأً: "اللهم إن كان هذا هو الحق من عندك فأمطر علينا حجارة من السماء أو ائتنا بعذاب أليم" وقيل السائل: هو أبو جهل، إذ قال: (فأسقط علينا كسفا من السماء) - (بعذاب واقع): لا محالة، بتحقيق وقوع العذاب عليهم في الدنيا كقتل بعضهم في بدر وفي الآخرة أشد. وعلى أية حال، فسؤالهم عن العذاب، يتضمن معنى الإنكار والتهكم (الإمام الثعلبي، 2002، ج10/ص35-36، والإمام محمد الرازي، 1981، ج30/ص124)، كما يتضمن معنى "استعجال النضر بالعذاب إنما كان على وجه الاستهزاء برسول الله والتكذيب بالوحي، وكان ذلك مما يضجر رسول الله صلى الله عليه وسلم فأمر بالصبر عليه، وكذلك من سأل عن العذاب لمن هو، فإنما سأل على طريق التعتن، وكان من كفار مكة. ومن قرأ: سأل سائل، أو سيل، فمعناه: جاء العذاب لقرب وقوعه، فاصبر فقد شارفت الانتقام" (الزمخشري، 1998، ج6/ص206).

لكي تكتمل الصورة الإشهارية لهذه الآية عموماً وهذه السورة خصوصاً لابد من معرفة تسمية السورة، إذ سميت سورة المعارج باسم (الواقع) السيوطي، 1974، ج1/ص196) - سأل سائل - المعارج) وهذه الأسماء الثلاثة مقتبسة من كلمات وقعت في أولها، وأخصها بها جملة (سأل سائل)؛ لأنها لم يرد مثلها في غيرها من سور القرآن إلا أنها غلب عليها اسم سورة المعارج؛ لأنه أخف (ابن عاشور، 1984، ج29/ص153). فلفظة (الواقع) كما هي مشار إليها من قبل، تستخدم في مواضع الشدة والرغبة، فهذه التسمية تتناسب مع أحداث يوم العذاب وأحواله، فهذا الحدث التخويفي خطاب إشهاري الذي "يتميز ببناء محكم خاص تتفاخر مكوناته التعبيرية بقصد تبليغ رسالة وحيدة ومحددة لا يمكن، ولا ينبغي أبداً أن يخطئها القارئ المستهدف" (بوطيب، 2003، 1)، فالإشهار بذلك وسيلة من الوسائل الإبلابية يستثمر كل طاقته قصد التأثير في نفوس المتلقين واستمالة قلوبهم.

إذن السؤال في الآية يأتي بمعنى "الطلب والدعاء لذا عدّي بالباء... وقيل: الباء زائدة للتأكيد، ومآل الوجوه واحد وهو طلب العذاب من الله كفراً وعتواً" (الطباطبائي، 1997، ج29/ص7) فبذلك أعد للكافرين عذاباً أليماً.

نلاحظ أن الإشهار متمثل في آية أخرى دالة على أحداث يوم القيامة ألا وهو في قوله تعالى: (إِنَّمَا تُوعَدُونَ لَوَاقِعٍ) من سورة المرسلات الآية (1) التي هي سورة مكية تدل على تذكر "يوم الفصل وهو يوم القيامة وتؤكد الأخبار بوقوعه وتشفعه بالوعيد الشديد للمكذبين به والإنذار والتبشير لغيرهم ويربو فيها جانب الوعيد على غيره فقد كرر فيها قوله: (ويلٌ يومئذ للمكذبين)" (الطباطبائي، 1997، ج20/ص158)، نلاحظ أن الإشهار يوحى بالوعيد المتأني من أسلوب التوكيد الذي هو "تنبيت الشيء في النفس، وتقوية أمره. والغرض منه: إزالة معلق في نفس المخاطب من شكوك، وإماطة ماخالجه من

شبهات" (المخزومي، 234، 1986)، وأن الإشهار بتأكيد الوعيد كامن في القصر بـ (إنما)، ولكن الغريب في الأمر أن الفصل والوصل عن طريق فصل (إن مع ما) ووصل (إن مع ما) لهما "غرض بياني،" ولاحظنا في آية سورة الأنعام (إِنَّ مَا تُوعَدُونَ) فصل ، وفي الذاريات وصل (إِنَّمَا تُوعَدُونَ) وفي المرسلات وصل (إِنَّمَا تُوعَدُونَ)، فلو لاحظنا الآيات نجد أنه تعالى لم يذكر في سورة الأنعام شيئاً يتعلّق بالآخرة أو متصلاً بها وإنما ذكر ذلك بعد الآية موضع السؤال عن الدنيا (قُلْ يَا قَوْمِ اعْمَلُوا عَلَى مَكَانَتِكُمْ إِنِّي عَامِلٌ فَسَوْفَ تَعْلَمُونَ مَنْ تَكُونُ لَهُ عَاقِبَةُ الدَّارِ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ) وَجَعَلُوا لِلَّهِ مِمَّا ذَرَأَ مِنَ الْحَرْثِ وَالْأَنْعَامِ نَصِيبًا فَقَالُوا هَذَا لِلَّهِ بِزَعْمِهِمْ وَهَذَا لِشُرَكَائِنَا فَمَا كَانَ لِشُرَكَائِهِمْ فَلَا يَصِلُ إِلَى اللَّهِ وَمَا كَانَ لِلَّهِ فَهُوَ يَصِلُ إِلَى شُرَكَائِهِمْ سَاءَ مَا يَحْكُمُونَ)، ففصل ما يوعدون عن واقع الآخرة. بينما في سورة الذاريات وصل الأمر إلى بيان أحداث الآخرة بقوله العزيز: (وَإِنَّ الدِّينَ لَوَاقِعٌ)، والكلام في السورة جاء عن أحداث الآخرة فوصل (ما توعدون) بأحداث الآخرة، فكأنما الفصل لفصل بين ما يوعدون وأحداث الآخرة، وكذلك في سورة المرسلات دخل في أحداث الآخرة. فلما فصل أحداث الآخرة عما يوعدون فصل (إن ما)، ولما وصل الأحداث مع ما يوعدون وصل (إنما)، وكذلك ما جاء في قوله تعالى في قصة موسى وفرعون (وَأَلْقِ مَا فِي يَمِينِكَ تَلَقَّفَ مَا صَنَعُوا إِنَّمَا صَنَعُوا كَيْدٌ سَاحِرٌ وَلَا يُفْلِحُ السَّاحِرُ حَيْثُ أَتَى) سورة طه. السحرة صنعوا وانتهى الأمر" (Anon.، 1، 2019).

وأخيراً يمكننا القول أن مانجده في النصوص القرآنية ملحظ إشهاري دقيق فيه بيان لوصف أحداث القيامة ومشاهدها الرهيبة المفزعة وبيان شذائدها بألفاظ تفرع الأذان وتطرقه وتستميل القلوب وتؤثر في النفوس وتقنعها، وهذه الألفاظ المستعملة تتربط مع دلالاتها، فالقرآن الكريم قد "زخر بالإشهارات، إشهار عن أخلاقيات ... وإشهار عن عقائد وعبادات... وكذلك الإشهار عن القيامة وأحوالها بما يقيم في النفس الفرق، والإشهار عن الجنة ونعيمها، وبيان ما أعد للمتقين فيها، والإشهار عن النار وعذابها وأحوالها وبيان أنها دار الكافرين المعاندين" (لفته، 2020، 3).

النتائج:

1. وردت لفظة الواقعة في القرآن الكريم في موضعين، تارة في سورة الحاقة، وتارة أخرى في سورة الواقعة، أما لفظة (الواقع)؛ فجاءت في مواضع ستة، وفي السور الآتية: (الأعراف 171، الشورى 22، المعارج 1، الذاريات 6، الطور 7، المرسلات 7).
2. إن لفظة الواقعة تحمل في طياتها دلالة التذكير والتحقيق، فهو يُعدُّ صورةً من الصور الإشهارية المخيفة التي تثير الفزع والخوف في نفوس الذين يُكذِّبون بالنعم.
3. ورود لفظة (الإعلان) في السياق القرآني من دون الإشهار.
4. لفظة (الواقعة) تستخدم في الترهيب دون الترغيب؛ لأنها دالة على الخوف والفزع والهول بوصفها اسم من أسماء يوم القيامة.

References

- Ibn Ashur, Muhammad Al-Tahir. (1393 AH / 1984). *Al-Tahrir wa Al-Tanwir*. Tunis: Tunisian Publishing House.
- Ibn Manzur (d. 711 AH), Muhammad bin Makram bin Ali, Abu Al-Fadl Jamal Al-Din. (n.d.). *Lisan Al-Arab*, 2nd ed. Beirut, Lebanon: Dar Ihya' Al-Turath Al-Gharbi and Arab History Foundation.
- Ahmed, Atiyah Suleiman. (2014). *Qur'anic Advertising and Mystical Meaning in Light of Cognitive Theory, Conceptual Blending, and Pragmatics (Surat Yusuf as a Model)*. Cairo: Modern Academy for University Books.
- Al-Asfahani (d. 502 AH), Abu Al-Husayn Ibn Muhammad, known as Al-Raghib. Ed. Safwan Adnan Al-Daoudi. (1412 AH), *Al-Mufradat fi Gharib Al-Qur'an*, 1st ed. Damascus/Beirut: Dar Al-Qalam, Al-Dar Al-Shamiah.
- Al-Alusi Al-Baghdadi (d. 1270 AH), Abu Al-Fadl Shihab Al-Din Al-Sayyid Mahmoud. (n.d.). *Ruh Al-Ma'ani fi Tafsir Al-Qur'an Al-'Azim wa Al-Sab' Al-Mathani*. Beirut, Lebanon: Dar Ihya' Al-Turath Al-'Arabi.
- The Eloquence of the Qur'an: Why "Innama Tu'adun" and Not "In Ma Tu'adun"? , Al-Raya Website, 2019. <https://www.raya.com/2019/06/02>
- Boutayeb, Abdelali. (2003). *Mechanisms of Advertising Discourse: Part 1*. Alamāt Journal, No. 49, Vol. 13.
- Tawfiq, Ahmad Mahmoud Zakariya. (2022). *Strategies of Advertising Discourse and Its Manifestations from Qur'an and Sunnah*. Harran Ilahiyat Journal, Issue 47, Urfa, Turkey.
- Al-Tha'labi (d. 427 AH), Imam Abu Ishaq Ahmad. Ed. Abu Muhammad Ibn Ashour, supervised by Nadheer Al-Sa'idi. (2002). *Al-Kashf wa Al-Bayan (Tafsir Al-Tha'labi)*, 1st ed. Beirut, Lebanon: Dar Ihya' Al-Turath Al-'Arabi.
- Al-Hanbali (d. 880 AH), Abu Hafs Umar bin Ali bin 'Adil Al-Dimashqi. Eds. Adel Ahmad Abdul-Mawjood & Ali Muhammad Muawwad. (1998). *Al-Lubab fi 'Uloom Al-Kitab*, 1st ed. Beirut, Lebanon: Dar Al-Kutub Al-'Ilmiyyah.
- Al-Khayrallah, Zaeem. (2021). *Advertising in the Holy Qur'an*. Dinpress Agency. <https://dinpresse.net>
- Al-Razi, Imam Muhammad Fakhr Al-Din ibn Al-Allama Diya' Al-Din Umar (d. 604 AH). (1981). *Tafsir Al-Kabir wa Mafatih Al-Ghayb*, 1st ed. Beirut, Lebanon: Dar Al-Fikr.
- Al-Zamakhshari (d. 538 AH), Jarallah Abu Al-Qasim Mahmoud bin Umar. Eds. Adel Ahmad Abdul-Mawjood & Ali Muhammad Muawwad. (1998). *Al-Kashshaf*, 1st ed. Riyadh: Obeikan Library.
- Zaidan, Abdul Karim. (2001). *Usul Al-Da'wah*, 9th ed. Beirut: Al-Resalah Foundation.
- Al-Saqi, Muhammad. (2020). *Advertising Discourse and Political Propaganda*. Issue 7, Morocco: Alamāt Journal.
- Sayyid Qutb. (2006). *Scenes of the Day of Judgment in the Holy Qur'an*, 16th ed. Cairo: Dar Al-Shorouk.
- Al-Suyuti (d. 911 AH), Abdul Rahman bin Abi Bakr Jalal Al-Din. Ed. Muhammad Abu Al-Fadl Ibrahim. (1974). *Al-Itqan fi 'Uloom Al-Qur'an*. Egyptian General Book Organization.
- Al-Shanqeeti, Maryam. (1440 AH). *Advertising Discourse in Literary Texts: A Pragmatic Study*. Riyadh: Dar Al-Faisal.
- Al-Sheikhly, Bahjat Abdulwahid. (2001). *The Eloquence of the Qur'an in Brief Syntax and Interpretation*. 1st ed. Amman, Jordan: Dandis Library.
- Al-Sabuni (d. 2021), Muhammad Ali. (1981). *Safwat Al-Tafasir*, 4th ed. Beirut: Dar Al-Qur'an Al-Kareem.

- Saleh, Bahjat Abdulwahid. (1993). Detailed Parsing of the Recited Book of Allah, 1st ed. Amman, Jordan: Dar Al-Fikr.
- Al-Saghir, Muhammad Hussein Ali. (2000). Phonetics in the Qur'an, 1st ed. Beirut, Lebanon: Arab Historian House.
- Al-Tabataba'i, Sayyid Muhammad Hussein. (1997). Al-Mizan fi Tafsir Al-Qur'an, 1st ed. Beirut, Lebanon: Al-A'la Foundation.
- Al-Tabarsi (d. 548 AH), Amin Al-Islam Abu Ali Al-Fadl bin Al-Hasan. (2006). Majma' Al-Bayan fi Tafsir Al-Qur'an, 1st ed. Beirut: Dar Al-Murtadha.
- Abdulaziz, Abdulaziz Saber. (2022). Advertising Expressions in the Qur'an: A Feminist Discourse Model. Annals of the Faculty of Arabic Language – Al-Azhar University, Egypt, Issue 26, Vol. 2.
- Al-Usayli, Abdulaziz bin Ibrahim. (2023). Encyclopedic Dictionary of Applied Linguistics Terms, 1st ed. King Salman Global Academy for Arabic Language.
- Al-Firuzabadi (d. 817 AH), Muhammad bin Ya'qub. (n.d.). Al-Qamus Al-Muhit. Beirut: Al-Resalah Foundation.
- Al-Qurtubi, Abu Abdullah Muhammad bin Ahmad Al-Ansari. Eds. Ahmad Al-Bardouni & Ibrahim Atfayesh. (1964). Al-Jami' li Ahkam Al-Qur'an, 2nd ed. Cairo: Egyptian Book House.
- Lafta, Dr. Qusay Ibrahim. (2020). Advertising Discourse in the Qur'an (Surat Al-Waqi'ah as a Case Study). Beirut, Lebanon: International Journal of Humanities and Social Sciences, Issue Muhammad Khidr, Muhammad Zaki. (2012). Dictionary of Qur'anic Words, 2nd ed.
- Al-Makhzoumi, Mahdi. (1986). In Arabic Grammar: Critique and Direction, 2nd ed. Beirut, Lebanon: Dar Al-Raed Al-'Arabi.
- Al-Marrakshi, Lamia. (2021). A Semiotic Study of Selected Verses from Surat Al-Baqarah. Erbil, Iraq: Al-Hiwar Magazine. https://alhiwarmagazine.blogspot.com/2019/04/blog-post_33.html
- Nour Al-Din, Halim. (2017). Types of Advertising Discourses in Print Journalism, supervised by Boujemaa Chetouane. Master's Thesis, Faculty of Arts, Mouloud Mammeri University, Algeria.
- Hjelmslev, Louis. Trans. Youssef Iskandar. (2018). Introduction to Language Theory, 1st ed. Beirut, Lebanon: University of Kufa.
- Al-Wahidi (d. 468 AH), Abu Al-Hasan Ali bin Ahmad bin Muhammad. Ed. Muhammad bin Mansour Al-Fayez. (2010). Al-Tafsir Al-Basit. Riyadh (digitally published by contributors).